

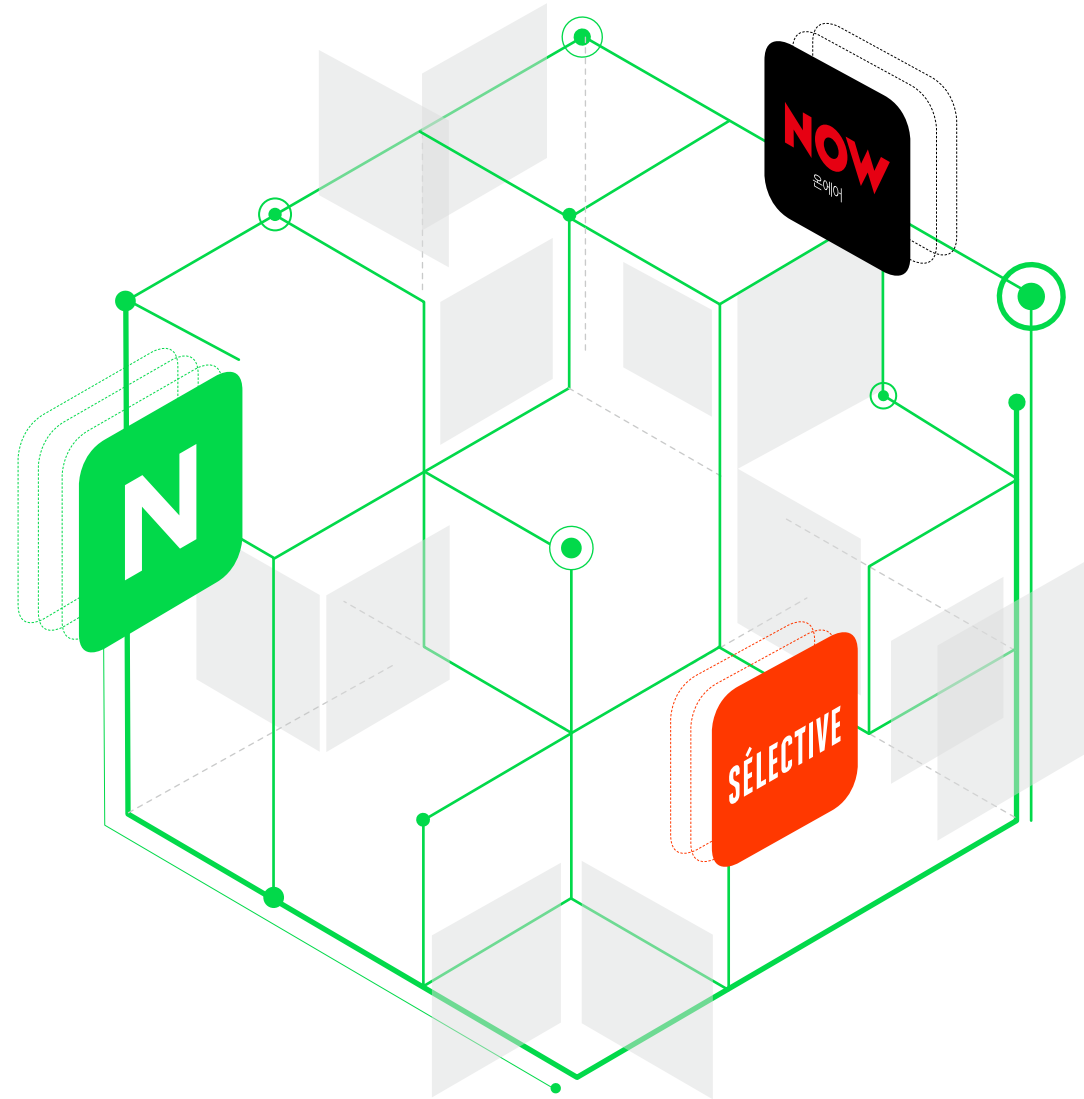
NEW SERVICES

보다 편리한 서비스와 더욱 다양한 콘텐츠를 선보이며
사용자에게는 연결의 편의성과 발견의 즐거움을,
파트너에게는 동반성장의 기회를, 그리고 투자자에게는
최고의 성과를 제공하기 위해 노력합니다.

네이버 뉴스, 언론사와 이용자 직접 연결하는 기술 플랫폼으로 진화

모바일 네이버 뉴스 첫 화면이 개인화되었습니다. 2019년 4월,
네이버는 모바일 네이버 뉴스 서비스에서 네이버 자체 편집 영역을
없애고, AiRS(AI Recommender System) 알고리즘 기반 자동추천
기사로 대체하며 뉴스편집 자동화를 완료하였습니다. AiRS는 2017년
2월 네이버가 선보인 인공지능 콘텐츠 추천 알고리즘으로 이용자가
콘텐츠를 소비하는 패턴을 분석해 개인별로 차별화된 콘텐츠를
추천합니다. 이에 따라 모바일 네이버 뉴스 첫 화면은 AiRS를 통한
추천으로 이루어진 개인화 영역과 이용자가 구독한 언론사가 직접
편집하는 영역으로 변화하였습니다.

뉴스 편집 자동화는 기술을 바탕으로 사람과 정보, 사람과 사람을
직접 연결하고자 하는 네이버 본연의 가치에도 부합합니다. 앞으로도
네이버는 보다 정교하고 고도화된 알고리즘을 기반으로 이용자들이
다양한 매체의 기사를 편리하게 접하고, 선택한 매체의 편집 가치를
고스란히 전달받을 수 있는 플랫폼으로서의 역할을 충실히 이행할
계획입니다.



신개념 라이브 오디오 스트리밍 서비스 'NOW' 출시

2019년 8월, 네이버가 다양한 오디오 콘텐츠를 24시간 라이브로 즐길
수 있는 스트리밍 서비스 'NOW'를 선보였습니다. 서비스 접근성을
높이기 위해 NOW를 네이버 모바일 첫 화면에 적용하였으며, 네이버의
뮤직 서비스인 'VIBE'와의 시너지 창출도 기대됩니다. 사용자들은
멀티태스킹이 가능한 오디오 콘텐츠의 특성을 살려 네이버의 다양한
서비스를 이용하면서도 끊임없이 콘텐츠를 감상할 수 있으며, 라이브
서비스의 강점을 살려 이용자와 진행자가 실시간으로 소통할 수 있는
채팅 기능, 좋아하는 프로그램에 대한 정보를 받을 수 있는 알림 기능
등도 제공됩니다. 향후 네이버의 앞선 라이브 기술력을 바탕으로 다양한
오디오와 비디오 콘텐츠 포맷을 시도하며 멀티미디어 콘텐츠 강화에
더욱 속도를 높일 계획입니다.

인플루언서 스타일북 서비스 '셀렉티브' 출시

네이버가 '셀렉티브(SELECTIVE)' 서비스를 선보이며 새로운 사용자
경험을 선사하였습니다. 셀렉티브는 여러 SNS 채널에 흩어져 있는
스타일 관련한 콘텐츠 중 정제된 콘텐츠만을 모은 것이 특징으로
사용자들은 빅데이터 기반의 추천 기능을 통해 인플루언서들이
생산하는 다양한 콘텐츠를 둘러보면서 좋아하는 스타일과 아이템을
발견하고, 마음에 드는 상품이 있으면 구매도 할 수 있습니다.
최근 인플루언서가 온라인상의 인기를 넘어 구매에 대한 영향력을
확대하고 있으며, 사용자들은 쇼핑 목적의 검색 외에도 관련 콘텐츠를
둘러보다가 자연스럽게 쇼핑으로 이어지는 흐름을 보이고 있음을
감안하여 커머스와 콘텐츠를 결합한 신개념 서비스입니다.

네이버는 생태계 확대와 AI 기반 기술 도입을 통해 커머스 플랫폼으로 서비스의 영역을 확장해 나가는 한편, 검색 품질을 개선하며 기존 사업의 역량을 높여가고 있습니다. 아울러 음성, 이미지 기반의 새로운 이용자 경험을 제공하고, 웹툰, 동영상 등의 콘텐츠를 보다 다채롭게 선보이며 전 세계 이용자들에게 다가가고 있습니다.

커머스 플랫폼 확장 가속화

네이버는 검색 플랫폼이라는 기존의 기능에 커머스 플랫폼의 기능을 더하며 경쟁력을 배가해 나가고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 커머스와 콘텐츠를 결합한 새로운 실험 ‘셀렉티브(SELECTIVE)’ 서비스가 2019년 3월, 첫 선을 보였습니다. 인플루언서의 패션을 구경하고 그대로 구매까지 연동할 수 있도록 커머스와 콘텐츠를 결합한 신개념 서비스 셀렉티브는 소비자에게 새로운 경험을 선사하는 동시에, 다양한 개성을 가진 창작자들이 보다 많은 사용자와 만나고 수익도 창출할 수 있는 기회를 확대하고 있습니다.

쇼핑 사용자에게 편리한 결제 경험을 제공하는 네이버페이는 사용자의 편의 향상과 가맹점의 사업 성장을 적극 지원함으로써 빠른 성장세를 유지하고 있습니다. 2019년에는 자주 구매하는 사용자를 대상으로 포인트 혜택을 확대 적용하였으며, 스마트스토어 판매자 선정산 프로그램 ‘퀵에스크로’를 출시하여 스몰비즈니스의 창업과 성장을 돕는 핵심 기반으로서의 위상을 공고히 하였습니다. 이 외에도 네이버는 AI 기술과 빅 데이터로 설계한 판매자를 위한 툴을 제공하는 등 중소기업인 중심의 스마트스토어 판매자들의 성장을 위한 전방위적 지원을 펼치고 있습니다.

향후 네이버는 대형 브랜드 및 유통사와의 파트너십을 강화하여 커머스 생태계를 확대해 나갈 계획입니다. 네이버쇼핑 내 ‘브랜드 스토어’를 만들어 브랜드를 소개하고 홍보할 수 있는 공간적, 기술적 지원을 아끼지 않을 것이며, 네이버의 강점인 데이터를 활용하여 브랜드의 매출 증진에 실질적인 도움이 될 수 있는 컨설팅 수준의 인사이트를 제공할 예정입니다. 브랜드스토어를 성공적으로 정착시켜 네이버가 추구해 온 상생과 다양성의 철학이 투영된 건강한 데이터 커머스 생태계 구축에 기여하겠습니다.

모바일 메인 1일 순방문자 수

* 2019년 말 기준

3,000만명+

