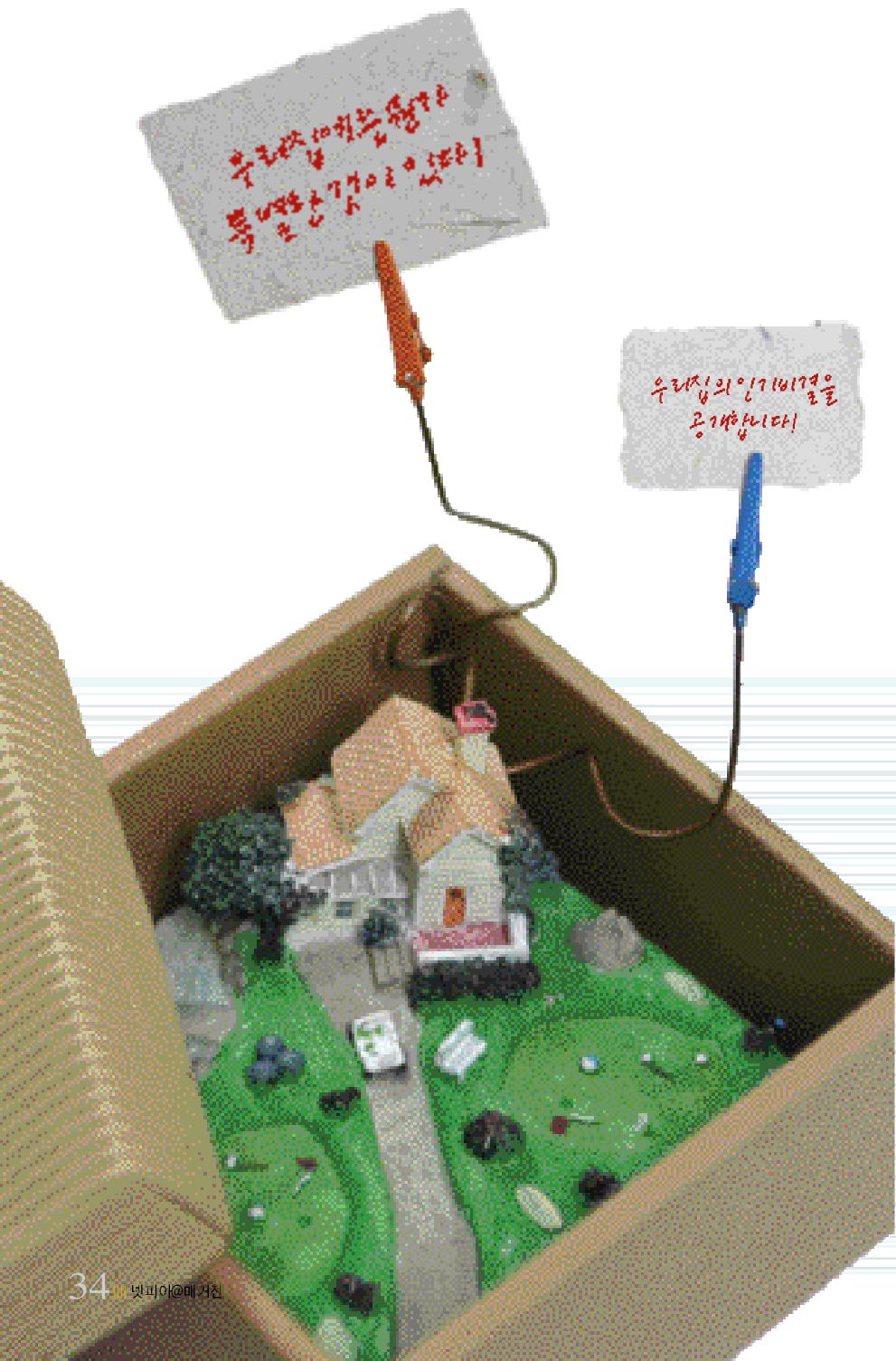


소문난 사이트에는 '그것' 이 존재한다

트래픽이 그다지 높지도 않은데 이와 상관없이 회원수가 꾸준히 증가하는 사이트들을 보면, 팀 오라일리가 명명했던 '킬러 애플리케이션'의 고전적 정의를 떠올리게 된다. 그는 '킬러 애플리케이션'이란 '컴퓨터가 없는 누군가로 하여금 컴퓨터를 구매하도록 하는(구미를 당기는) 무엇'이라고 규정했다. 그건 어떤 게임 프로그램일 수도 있고, 훌륭한 웹사이트일 수도 있다. 트래픽은 적으면서도 회원수가 꾸준히 증가한다는 것은 '킬러 애플리케이션'이 있다는 것을 의미한다.

글_ 이강룡 웹컨텐츠리스트



누군가의 친구 되는 방법, '탐색' 대신 '진심'으로

만나는 사람들은 많은데 친구가 없다고? 그럼 먼저 내가 그 사람의 친구가 될 만한 사람인지 한번 생각해 보라. '필요한 얘기만 하고 그 이상으로 마음을 열지 않은 건 아닌지', '그 사람의 속마음을 헤아려 보기위해 노력해 본 적은 있는지' 말이다.

어떤 사이트의 회원이 된다는 것은 그 사이트와 친구가 된다는 것이고 그건 서비스 제공자의 입장에서도 마찬가지다. 만일 방문자와 페이지를 열어본 횟수는 많은데 회원 가입수가 적다면 '우리 사이트에 그들의 친구가 될 만한 자격이 있는지' 자문해 봐야 할 것이다. 이는 언론사 홈페이지와 포털뉴스 섹션만 비교해 보아도 알 수 있다. 인터넷 사용자들이 후자를 더 선호하는 건 분명한 이유가 있다. 즉 킬러 애플리케이션이 있기 때문이다.

포탈이 기존 미디어를 압도하는 측면은 그 내용이나 질적인 측면이 아니라 포탈의 전달 능력이다. 사용자들은 포탈을 방문해 다양한 매체에서 수집된 기사를 비교해가며 읽을 수 있고, 더 쉽게 검색할 수 있고, 자신의 블로그나 카페에 해당 기사를 쉽게 링크하거나 가져갈 수 있으며, 더 많은 독자 반응을 경험하게 된다. 자극적으로 노출되는 이슈 중심의 편집도 모두 이에 기반을 둔 것이다.

트래픽은 많은데 회원수가 증가하지 않는 홈페이지는 유용한 정보는 많지만 그게 수익으로 이어질 만한 수준까지는 이르지 못한 경우가 다반사이다.

다른 측면으로 회원과 비회원의 구분에 큰 비중을 두지 않고 있는 사이트인 경우도 많은데, 이럴 때에는 목적을 좀 더 뚜렷하게 해야 한다. 그러한 구분을 무의미하게 한 까닭이 뭘지, 예를 들어 광고 주가 목적이라면 트래픽 증가를 위해 철저히 나머지를 희생해도 괜찮다. 지하철역에서 나눠주는 무료 정보지나 무료 신문이 이런 경우다. 정기구독자를 포기하고 광고에 전념하는 것이다.

회원수 증가 모색보다 진입 장벽 낮추는 것이 우선

대다수의 사이트는 회원가입 시 ID, 주민등록번호, 주소, e메일, 홈페이지, 직업, 직종, 연령 등 너무 많은 개인 정보를 요구한다. 하지만 실제로 이 정보가 왜 필요한지, 필요하다면 어떻게 활용하고 있는지 물어보면 명쾌한 답을 줄 수 있는 곳은 별로 없다.

필요하지 않다면, 그리고 활용할 역량이 없다면 불필요한 정보는 요구하지 않는 게 맞다. 그것이 모두 회원수 증가의 걸림돌이기 때문이다. 불필요한 장벽을 먼저 제거하는 것이 우선적으로 필요하다.

인터넷 사이트 디시인사이드의 경우, 회원 가입 없이도 모든 메뉴를 자유롭게 활용할 수 있다. 리플 숫자만 봐도 얼마나 많은 네티즌

“ 개인 홈페이지든 기업 웹사이트이든 현재 상황을 철저히 직시하여, 뚜렷한 한 가지 목적 이외의 부가적인 장애물을 걷어버린 후, 최신의 웹트렌드에 맞춰 방문자를 손님이 아닌 친구로 만들 수 있는 킬러 애플리케이션이 있다면, 당신의 홈페이지는 트래픽의 많고 적음에 구애 받지 않는다. ”

이 이 사이트를 이용하고 있는지 짐작할 수 있는데, 회원수 증가가 아닌 다른 목적을 선택했고 그것에 집중했기 때문에 누구나 아는 유명한 웹사이트가 된 것이다.

웹 콘텐츠 공급의 새로운 방법 RSS

현재의 웹트렌드에 비춰본다면 개인 홈페이지 운영자도, 서비스 제공자도 트래픽의 의미에 관해 다시 한 번 생각해 볼 필요가 있다. 블로그 같은 개인 홈페이지의 경우 방문자수 혹은 조회수의 증감이 큰 의미가 없어지고 있는 추세다. 왜냐하면 요즘은 RSS(Really Simple Syndication, 웹사이트의 갱신 정보를 쉽게 교환할 수 있는 규약, 웹사이트의 업데이트 상황을 한 문서로 요약해 보여줌)기능을 이용해 홈페이지를 방문하지 않아도 그 사이트의 갱신 정보를 얻을 수 있기 때문이다.

많은 콘텐츠가 지속적으로 공급되는 미디어 사이트의 경우 현재 RSS를 도입했거나 적극적으로 도입을 검토하고 있는 곳이 많다. 청와대 홈페이지도 하위 메뉴 중 일부를 RSS로 제공하고 있어 눈길을 끈다. 발전적인 시도다. 따라서 웹서비스를 통한 콘텐츠 제공자도 방문자수, 회원수, 조회수 등에 관한 강박 관념에서 벗어나 RSS처럼 고객과 새로운 형식으로 커뮤니케이션할 수 있는 방식을 고민해보면 좋을 것이다.

개인 홈페이지든 기업 웹사이트이든 현재 상황을 철저히 직시하여, 뚜렷한 한 가지 목적 이외의 부가적인 장애물을 일단 걷어버리고, 그 다음 최신의 웹트렌드에 맞춰 방문자를 손님이 아닌 나의 친구로 만들 수 있는 킬러 애플리케이션을 만들 수 있다면, 당신의 홈페이지는 트래픽의 많고 적음에 구애 받지 않을 그런 여유로움과 자신감을 갖게 될 것이다. n