

PRESENTATION 2015. 05. 28

# TV Check-In Service

3조 권이범 황선연 이지원 전이옥



01 TV Check in service

02 대표적인 사례

03 활용 방안



PART 01



TV Check-In Service



## TV Check-In Service?

지금 시청중인 TV 프로그램이나 자신이 좋아하는 프로그램에 대해 SNS를 통해 친구들과 의견을 공유하는 형태가 확산되면서, 특정 장소에서 체크인하는 것과 유사하게 **TV 프로그램에 체크인** 하여 친구들과 교류할 수 있도록 한 것.



대표적인 TV Check-In Service



## PART 02



대표적인 사례

Foursquare

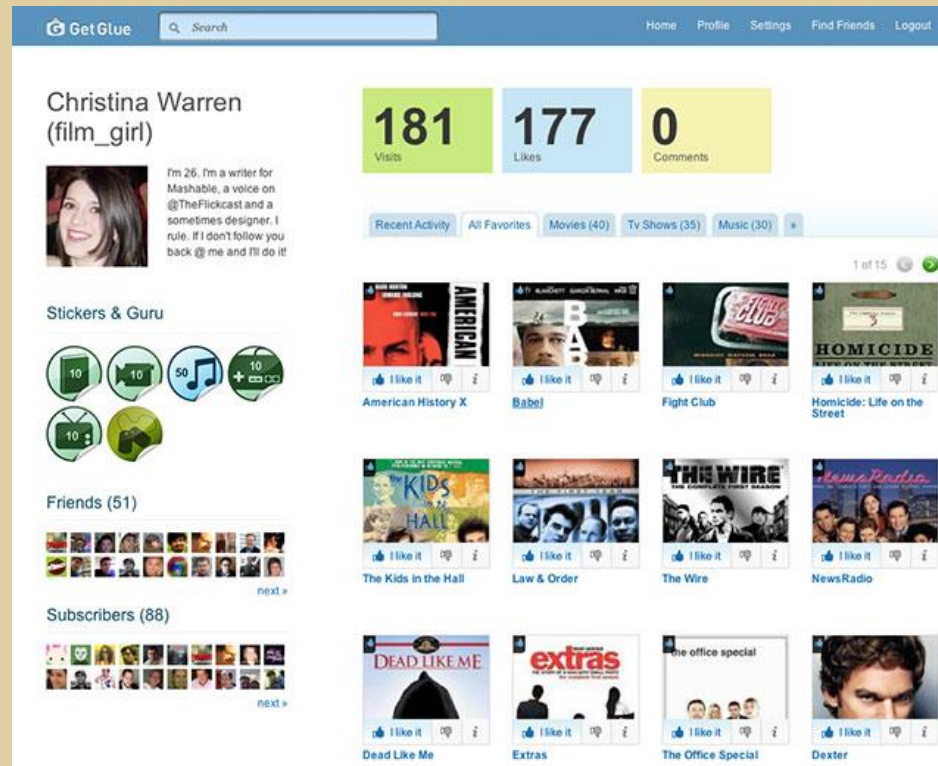
GetGlue

miso

PHILO

INTO\_NOW

Shazam



Get Glue는 좋아하는 TV프로그램에 대해 공통 관심사를 가진  
사람들과 이야기하며 정보를 공유하는 서비스



도서, 음악, 영화와 관련된 서비스로 2007년 설립

유저들이 선택한 “like” 항목을 중심으로 추천 엔진을 만듦

GetGlue iPhone app을 2010년 6월에 출시 - Check in 기능 실시



재미있는 드라마나 오락 프로그램을 보고 난 후, 지인들과 의견을 받고 싶어하는 **내재된 욕구를 해소** 시킨다.

Get Glue는 내가 선택한 콘텐츠를 24시간 내에 체크인한 회원들을 확인할 수 있고, 이들과 공통된 관심사에 대해 떠들고 놀 수 있는 편안한 **커뮤니티** 장으로 활용한다

게임, 연예인, 화제의 토픽, 유명 인사까지 콘텐츠 영역을 넓혀 **다양한 엔터테인먼트 아이템**을 체크인하는 방식으로 진행된다.

<http://www.youtube.com/watch?v=xiLF6FFylQk>





# Get Glue Sticker 시스템



- 미리 정해진 Check-In 조건에 충족된 고객들에게 제공하는 보상으로 대다수의 스티커는 해당
- TV프로그램이 방영중인 시간에 체크인해야 부여됨
- 우수한 활동을 보인 가입자에게 스티커를 줌으로써 재미요소를 추가함
- 스티커는 디지털과 오프라인으로 동시에 제공, 소유 욕구와 성취감을 불러일으킴
- 꾸준한 활동을 위한 동기 요인이자 이용자의 관심사 표시 용도로 활용됨



2011. DirecTV와 파트너십을 체결하여 DirecTV 리모컨이나 app을 통해 Check-In 가능하도록 함

친구가 무엇을 보고 있는지 확인하고 그 영상을 시청할 수 있는 기능을 추가



## 엔터테인먼트 기반의 “Foursquare”



- Facebook이나 Twitter를 연동하도록 하여 사용자가 쉽게 체크인을 공유할 수 있도록 함
- Get Glue 멤버들끼리는 서로간의 활동을 알 수 있도록 제공



## Location-Based Check-In

장소를 체크인하면서 배지를 획득하는 어플리케이션



자신이 위치한 곳에서 무엇을 하고 있는지 사진과 함께 간단히 메모와 함께 체크인하여 친구들과 공유하는 SNS

오프라인 기반의 지인 뿐만 아니라 온라인상의 사람들과 친구가 되고, 서로 위치 및 일상을 공유할 수 있다.



## 포인트 및 뱃지 시스템이 있는 Check-In Service



영상물에 대한 느낌과 감상 등을 쉽게 나눌 수 있는 서비스

미소TV의 차별화된 요소 중 하나 **‘뱃지’**  
활동이 왕성한 이용자에게 포인트 및 디지털 뱃지 제공

뱃지는 크게  
Featured  
Achievement  
Level

로 나누어짐 (체계적인 포인트 및 뱃지 시스템)



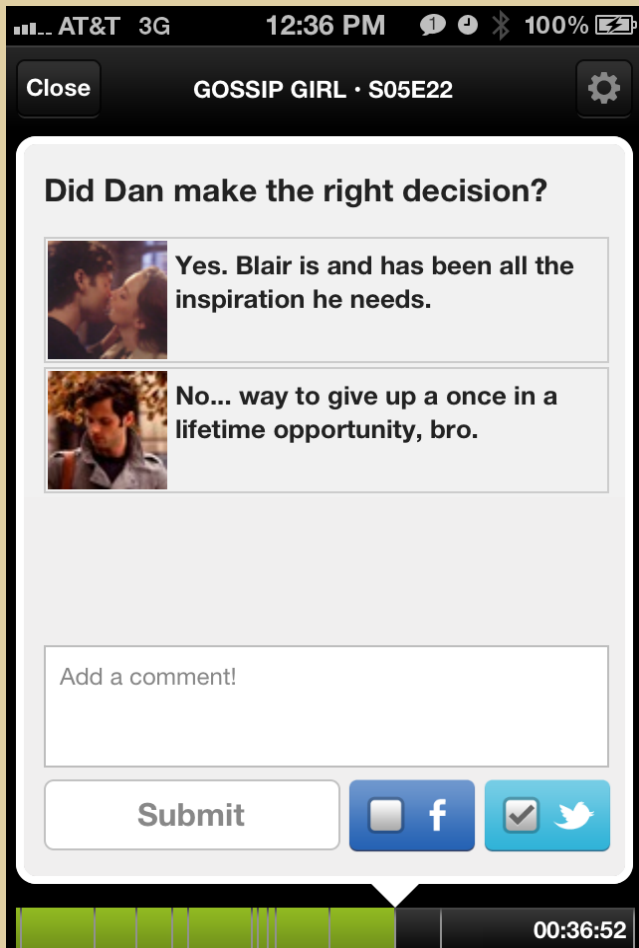
단지 Check-In 하는 것을 넘어서는 가치를 만들고 싶었던  
Miso TV는 **Side Show**라는 기능을 추가

### **Side Show?**

현재 보고 있는 TV쇼와 동기화하여  
스마트폰을 통해 보여지는 슬라이드 쇼 형태의 추가 콘텐츠



## 포인트 및 뱃지 시스템이 있는 Check-In Service



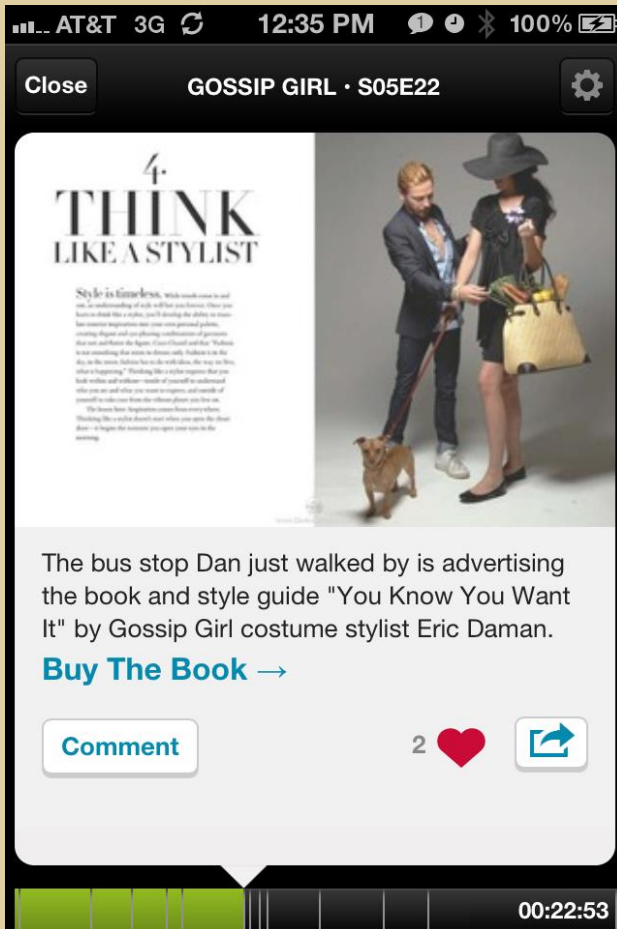
### Side Show

#### 1) 설문조사 등의 질문 기능을 추가

참여자들은 그들의 답을 자체 플랫폼이나 SNS를 통해 친구들과 공유할 수 있음



## 포인트 및 뱃지 시스템이 있는 Check-In Service



### Side Show

#### 2) 내용과 관련된 추가 콘텐츠

Ex)

- 드라마 '가십 걸'
  - 패션과 관련된 Side Show 구성
  - 화면에 나타난 인물들의 옷에 대한 정보를 보여줄 뿐만 아니라 온라인 쇼핑 링크까지 보여줌
- 드라마 'Glee'
  - 노래하는 장면이 나오자, Side Show에선 노래 제목과 아티스트를 보여줌





- TV check-in어플리케이션 시장의 후발 주자
- 만들어진 배경  
Animal House라는 고전영화의 재방송을 보고 있던 David Levy가 똑같은 영화를 보고 있는 친구에게 메일을 보내 실시간으로 서로의 의견을 나누었다. 다른 공간에 있지만 경험을 공유한 것이다. 이 때, David는 TV에 Check-in을 하는 기능이 있으면 좋겠다고 생각했다.
- 기존의 어플리케이션과 유사



- 비슷한 TV check-in 어플리케이션들이 많아지고, 시장이 포화상태가 되자 PHILO는 잠시 물러서서 서비스를 재정비하기로 했다.
- 그들은 집계된 check-in 데이터를 기반으로 tv네트워크를 재분배하고 타겟 시청자 자료를 다시 정리했다.



## TV프로그램의 소리를 감지하는 Check-In Service



사용자의 모바일 기기를 통해 현재 시청하고 있는 TV프로그램에 체크인한다.  
컨텐츠를 검색하여 이를 SNS를 통해 공유 할 수 있도록 지원

사용자들은 인투나우 앱을 통해 방영채널, 방송 회차, 방송 시간, 관련 링크 등  
TV프로그램에 관한 다양한 정보를 얻을 수 있고 의견 교환 및 추천도 가능



## TV프로그램의 소리를 감지하는 Check-In Service

### Sound Print



다른 어플리케이션과 차별되는 기술

IOS단말을 통해 시청중인 TV 프로그램의 소리를 감지하여 해당 프로그램에 자동적으로 체크인 할 수 있는 기능을 제공한다.

그 어떤 플랫폼과 서비스보다 정확하게 방송중인 프로그램을 확인해주며 정확한 체크인이 가능하다.

<http://www.youtube.com/watch?v=-O5CmgrutH0>



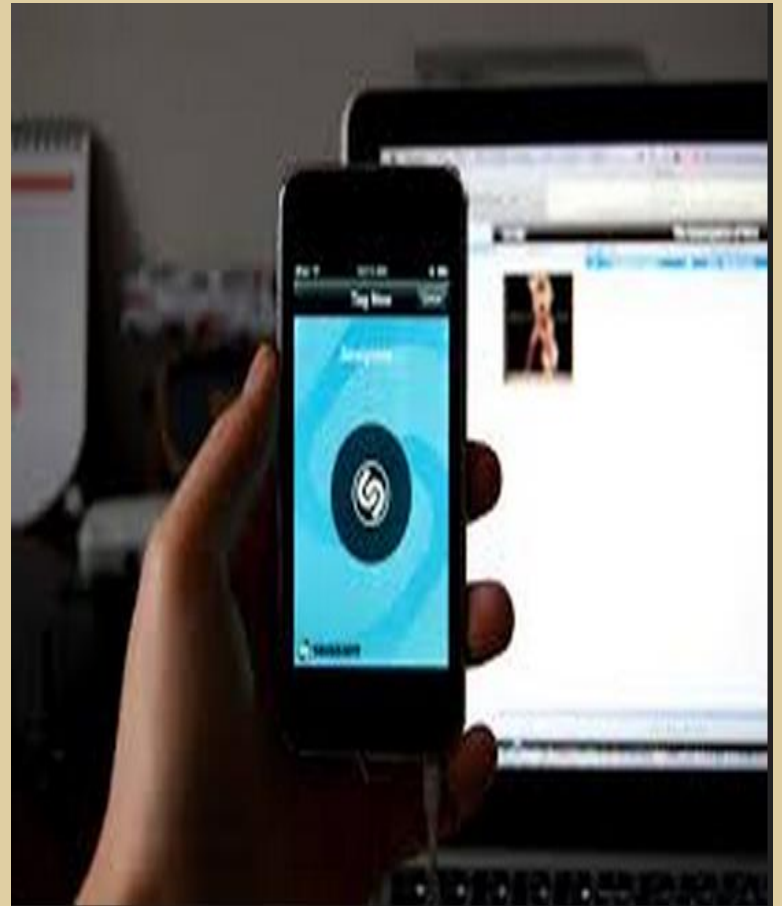
## TV프로그램의 소리를 감지하는 Check-In Service



현재, Into-now는 야후가 인수 합병  
2014년 3월 31일 IntoNow 앱 작동 중지  
아이폰과 안드로이드는 1월 24일까지 다운로드가 가능했음  
기본 Into-now의 기술은 야후 스마트TV와 같은 다른 제품과 응용 프로그램을  
통해 발전되어 제공될 예정



- 휴대전화 기반의 상업용 음악 식별(identification) 서비스
- 샤잠은 4번째로 가장 많이 다운로드되는 어플리케이션매주 엄청난 수의 사람들이 이 어플을 다운 받아 지금도 성장세를 이어가고 있다. 현재 매일 4백만개 이상의 음악을 태그해낸다.
- 업체는 영국 런던에 본사를 두고 있다.





- 1, 2580 서비스는 소비자가 소비자의 휴대전화를 통해 2580으로 전화
  2. 재생되고 있는 음악을 전화를 통해 업체쪽으로 전송한다.
  3. 음악을 분석하여, 동일한 음악이 있는지 검색한다.
- 검색 결과는 SMS 형태로 소비자에게 전달된다.
  - 소비자에게는 통화에 대한 요금이 부과되며, 또한 검색성공한 (태깅된) 곡에 대한 요금이 부과된다.
- (\*서양 고전 음악이나, 라이브 공연에 대해서는 동작하지 않는다.)



- 샤잠의 시작은 2010년 제44회 2월 7일 미국 플로리다주 마이애미에서 열린 슈퍼볼에서 시작됐다.



- 슈퍼볼은 미식축구 결승전으로 미국에서 기업들은 이 때 얼마나 사람들의 이목을 끌어당기느냐 따라 일년 매출이 결정될 정도라고 한다.
- 
- 화제가 된 광고 중 하나가 공중파TV 광고와 모바일 애플리케이션을 연계한 크로스 미디어 광고에 관한 것인데 이것을 샤잠과 도커스가 함께 만들어낸 광고다.





- 슈퍼볼 광고가 나가는 동안 스마트폰을 TV화면에 대고 '샤잠' 앱으로 음악을 검색하면 TV화면에 나오는 광고주로부터 많은 상품 등을 주는 프로모션
- 스마트폰을 통해 실시간으로 경품 당첨 여부를 확인, 무료 상품 행사나, 무료 다운로드나 상품권을 받을 수 있게 해줌





- 스마트폰과 같은 **모바일 미디어**와 TV광고라는 **전통적 미디어**를 결합시켰다는 점 뿐 아니라, 소비자의 **능동적인 참여유발**을 통해 브랜드와 소비자의 접점을 새롭게 개발했다는 점에서 많은 관심을 끌었다. 최근 급성장세를 보이는 소셜 미디어의 등장으로 전통적인 광고매체였던 슈퍼볼 광고의 흐름이 달라지기 시작했다.
- 샤잠은 계속해서 텔레비전 광고에 집중하고 있다. 뉴스에 따르면 2011년 6월에 샤잠의 벤처자금은 32백만 정도나 올랐다. 또한 케이블채널 SyFy와 파트너십을 맺었고, TV 프로그램의 통합의 명단에 미국의 네트워크와 미국영화스포츠 전문채널 HBO, 유선방송 Bravo채널을 추가했다.

# 2

PART 03

활용 방안



어플리케이션 이용자의 체크인 기록을 통해  
어떤 TV프로그램을 선호하고, 어떤 시간대에 TV를 주로 시청하는지  
**미디어 소비 방식에 대한 상세한 데이터 확보 가능**

**“타깃광고로 상당한 광고 효과를 거둘 수 있음”**

들어주셔서 감사합니다

3조 권이범 황선연 이지원 전이옥