

소셜네트워크게임의 강자

- ❖ 페이스북이나 마이스페이스 등 SNS에 독립형 혹은 앱형 브라우저 기반 게임을 제공함
- ❖ 마피아전쟁, 팜빌, 시티빌 등의 성공에 힘입어 기업가치가 100억 달러에 이르고 있음
- ❖ 징가는 기기 확장과 타산업 영역과의 결합으로 시장 영역을 넓혀 수익기반 확대하고 있음

게임시장
장악

징가(Zynga)



평가표(5점 만점)

수익성	4
차별성	2
충성도	3
진입장벽	2
리스크	3

서비스 특징

- **소셜+게임** : 징가는 폭넓은 이용자 기반을 보유한 페이스북 플랫폼 기반의 소셜 게임을 출시한 후 연이어 인기를 끌면서 단기간내 소셜게임의 강자로 자리매김함
징가의 월 이용자수는 2억5천만명.
⇒ 시티빌은 서비스 시작 한 달만에 1천400만명 돌파
- **신용결제+파트너 사업** : 수입모델은 신용카드 결제와 파트너 비즈니스. 이용자는 게임안에서 신용카드결제를 통해 아이템을 구매할 수 있음. 파트너사가 지원하는 각종 상품을 구매해 아이템을 얻기도 함
⇒ 징가는 선불결제식 게임카드도 판매함

[서비스 화면]



시장 상황

- 소셜네트워크킹서비스가 큰 인기를 끌면서 이들 플랫폼을 활용해 이용자를 유치하려는 다양한 시도가 이어짐. 소셜게임은 이런 시도 중 가장 성공적인 사례.
- 징가는 페이스북과 마이스페이스를 기반으로 마피아전쟁, 팜빌, 시티빌 등 공개한 후 잇따라 인기를 모으면서 소셜게임 강자로 등극함.
- 징가는 월평균 2억5천만명의 이용자 기반을 보유하면서 100억 달러의 가치를 지닌 기업으로 평가를 받았으며, 조만간 기업공개(IPO)를 추진할 계획임.

주요 경쟁사

- 버디미디어, 클라우드, 소셜게임네트워크, 분티미토피아, 노리타운, 모바게타운 등

BUDDY MEDIA
Every brand needs a buddy™

CLOUD™

EVIL TOWN

mytopia™

net town

boonty
ahead of the game

경쟁 포인트

- **이용자** : 5억명의 페이스북 이용자를 대상으로 함
- **모방전략** : 성공한 이전 게임 컨셉을 소셜게임으로 접목해 게임 리스크를 최소화 함

시사점

- 징가 소셜게임의 성공 이후 다양한 소셜 기반 사업모델이 잇따라 등장해 소셜사업의 붐을 조성함
- 가상화폐 도입과 파트너 협력 모델로 소셜게임의 확실한 수입모델을 제시함
- 스팸성 메시지와 지적재산권 무단 침해 등을 해결해야 징가 성장세를 더욱 가속화 할 수 있을 것