음성판 트위터 서비스

오픈믹

평가표(5점 만점)	
수익성	2
차별성	3
충성도	2
진입장벽	3
리스크	2

❖ 음성기반 폐쇄형 소셜네트워킹서비스로 이용자가 녹음한 오디오 클립을 공유하는 모델
❖ 트위터와 팟캐스트를 결합한 새로운 유형의 서비스로 10대와 20대 대학생을 공략함
❖ 세계 2위 인터넷라디오 업체 튠인이 이용자와 광고채널 확대를 위해 오픈믹을 선보임

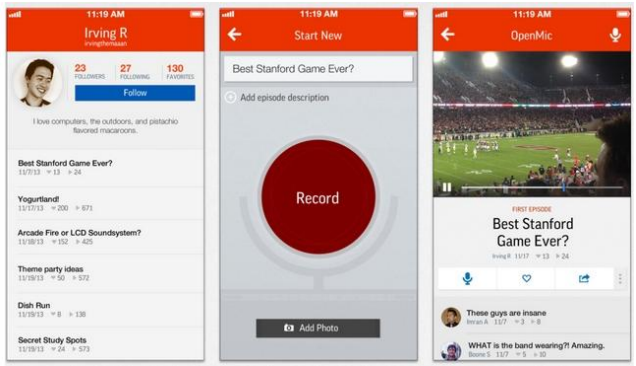
➡ 인터넷 라디오 장악

서비스 특징

- **음성 SNS**: 오픈믹은 이용자가 녹음한 오디오 클립을 지인들과 공유할 수 있는 음성기반 폐쇄형 소셜네트워킹 서비스. 대학생만 가입할 수 있고 자신의 이야기나 유머 리뷰 등을 오디오 방송으로 만들어 주고 받을 수 있음

- **10~20대 공략**: 인터넷라디오 튠인은 대학생을 겨냥한 폐쇄형 서비스로 10대와 20대 젊은이를 고객으로 유치하고 있음. 이들은 오디오 방송이 팟캐스트에 익숙하고 트위터나 페이스북을 식상해 하며 새로운 유형의 SNS에 목말라 하고 있음. 오픈믹은 오디오 방송과 트위터를 결합한 새로운 서비스로 주목을 받고 있음

[서비스 화면]



시장 상황

- 이마케터에 따르면 2010년 미 인터넷라디오 월 청취자수는 9천310만명에 불과했으나 2011년 1억1천290만명, 2012년 1억3천260만명으로 크게 증가함. 스마트폰과 태블릿, 자동차오디오 등으로 인터넷라디오가 확산되면서 청취자수가 더욱 늘어남
- 청취자 증가로 수익모델도 빠르게 바뀌고 있음. 광고기반 회원제, 무료서비스, 연회비 모델이 그것. 수입원은 광고비중이 여전히 높은 상황
- 인터넷라디오 시장은 판도라, 튠인이 장악했고 스포티파이, 아이튠스 라디오, 알디오 등이 맹추격하고 있음

주요 경쟁사

- 스프리커, 더블러, 버브리, 토크비츠 등

경쟁 포인트

- **참신성**: 오디오방송에 공유개념 접목해 돌풍 일으킴
- **모바일**: 모바일 서비스로 출시해 증가추세인 스마트폰과 태블릿 사용자를 공략하는데 용의해짐

시사점

- 소셜서비스와 오디오방송을 결합한 새 서비스로 10대와 20대 입맛을 자극해 틈새 서비스로 자리매김함
- 인터넷라디오 서비스가 경쟁심화로 성장에 제약을 받자 연관 서비스로 새 광고채널을 만들어 이를 해결함
- SNS 중심 콘텐츠가 글, 사진, 동영상, 오디오(음성) 등으로 확대되며 서비스 분화를 촉진하는 효과를 낳음