

비디오 기술이 비즈니스에 미칠 영향

2018년이 되면 모바일 연결 기기들이 100억 개가 넘을 것이다. 세계 모바일 데이터 트래픽의 2/3이상이 비디오가 될 것이다.

번역 · 각색 김민혜 KAIST 미래전략 연구센터 연구원
디자인 세일포커스㈜

73%의 응답자들
사전에 제품 설명 비디오를 본다면,
그들은 제품을 구매하거나 서비스를
이용할 것이라고 답했다.

휴대성은 가장 중요한
성장 영역으로 추정된다.



2014년 10월, 전 세계 인구수만큼
(약 70억) 모바일 기기의 수는 증가했다.





페이지를 클릭할 때 비디오를 더하는 것은
전환을 거의 **90%가까이** 증가시킬 수 있다.

- 소셜 타임즈 -



93%의 마케터들

그들은 비즈니스를 위해 소셜 미디어를 이용하며,
비디오는 전략의 주요한 파트라고 답했다.

2018년까지 비즈니스 인터넷 트래픽의 **58%**가 비디오가 될 것이다.

클라우드 기술에 기반한 기업

2014

클라우드 기술
기반 기업이
38%까지
증가했다.

2017

비즈니스의 **71%**가
클라우드에서 대중적인
어플리케이션을 가질 것이다.

2018

비즈니스의
80~90%가
TV, VOD, 인터넷 & P2P에
의해서 글로벌 소비
트래픽이 될 것이다.

비즈니스에 있어서 비디오의 중요성은 무엇인가?

빅데이터는 집단이나 공동체의 커뮤니케이션을 파악하고, 뷰어들의 행동과 반응을 추정·측정하여 마케팅과 세일즈에 사용할 수 있다. 두 가지 분석 결과를 살펴보자. 첫 번째는 애니모토(ANIMOTO : 비디오 클립을 쉽게 만들 수 있는 서비스)의 결과다. 응답자의 3/4이 비디오를 본 후에 상품을 구매하거나 서비스를 받을 거라고 답했다. 두 번째로는 애버딘 그룹(Aberdeen Group : 시장조사업체)의 2014년 조사 결과다. 다양한 채널에서 어떻게 특정 콘텐츠를 접하는지 측정하는 비디오 솔루션 사용자들이 비사용자들에 비해 거의 90%에 가까웠다.

출처

크루즈컨트롤(http://crewscontrol.com/blog-central/video_technology_infographic)