



도메인 이름의 가치는 무엇인가?

.Asia 도메인 이름의 가치

2007년 8월, 닷아시아(DotAsia Organisation)

최근 수년간 도메인 이름의 가치가 지속적으로 증가하여 도메인 시장의 새로운 지평이 열리고 있다. 인터넷 버블의 높이에서, tom.com이 미화 250만 달러로 팔린 반면 Korea.com은 미화 500만 달러로 판매되었다. 그 이후로, CreditCards.com은 2004년도에 미화 270만 달러, Vodka.com은 미화 300만 달러로 판매되었고, Diamond.com은 2006년도에 미화 750만 달러에 판매되었다. 올해 초 Porn.com은 미화 950만 달러에 판매되었고, 현재까지 보고된 최고가의 도메인인 Poker.com은 미화 2700만 이상이었다. 이러한 판매가 상승은 “.com” 도메인에 국한되어 있지 않다. Poker.de는 올해 초 미화 100만 달러에 가까운 가격으로 경매에 붙여졌다. 아직도 도메인의 가치를 확신할 수 없다면, 역사를 회고해 봄으로써 통찰력을 얻을 수 있다. 단지 8년 전만 해도, 1999년도의 인터넷 버블 동안, 선견지명이 있는 2개 업체들은 도메인 “Business.com”에 미화 750만 달러를 지출하였다. 현재 그것은 미화 3억~4억 달러의 가치가 있는 것으로 추정된다.

이 성장은 등록 건수 면에서도 프로필 도메인 이름과 도메인 포트폴리오의 가치 증가만큼 많이 반영되어 있다. 2006년도 한 해에만 3개월마다 101만개의 신규 도메인 이름이 등록되었다. 최근 라이브 경매에서 미화 1천9십만 달러 가치의 도메인 이름들이 한 위치에서 주인이 바뀌었다.

기업 유의사항: 브랜드 도메인 이름의 가치

이러한 도메인 이름 평가 금액 증가는, 최종 사용자에게 대한 관련 정보를 수반하면서 일반적으로 사용되는 단어 또는 포괄적 용어로 구성되어 있는 도메인의 경우에 특히 그러하다. 6개의 인터넷 검색 중 하나 정도는, 검색 사이트로 가기보다는 직접적인 검색을 통해 이루어진다. 이는 좋은 도메인 이름이 검색 최적화만큼 중요하다는 것을 의미한다. 훌륭하면서 관련성 있는 도메인은 또한 검색 엔진에서 페이지 순위가 올라가도록 한다.

도메인 판매에서 성장을 수반하는 것은 전통 미디어에서 온라인 광고까지 달러 마케팅의 평행 상태이다. Jupiter Research에 따르면, 향후 2007년도 미화 199억 달러에서 2012년도 미화

354억 달러로 5년 만에 2배 가까이 될 것으로 전망된다. 이는 당신의 웹사이트에 대한 방문자들에게 있어서 릴링(reeling)의 중요성이 증가한다는 것을 의미한다. 즉 브랜드에 맞는 좋은 도메인 이름이 있는 곳은 값을 매길 수 없을 정도가 된다. 도메인 이름은 당신의 웹사이트로 가는 채널 또는 통로이다.

세계적인 규모의 업체들은 이미 도메인의 가치를 인식하고 있으며 브랜드의 지속성을 성취하고 사이버 부동산에서 더 큰 부분을 차지하기 위해 법인 포트폴리오를 가지고 있다. 예를 들어 Campbell's Soup는 MySoup.com을, Nintendo는 TouchGenerations.com을, MasterCard는 Priceless.com을, American Express는 MyLifeMyCard.com을 소유하고 있다. 최근에 Apple Inc는 iPhone.com을 US\$1백만 달러 정도에 구매하였다. HSBC는 theworldslocalbank.com을 보유하고 있는 한편, Nike 역시 justdoit.com을 차지하고 있다.

신규 산업의 재탄생: 도메인 투자와 광고

당신이 인터넷 서핑을 할 때마다 수십억 달러 산업에 기여하는 중일 수도 있다는 사실을 알고 있었는가? 게다가, 이 경제 활동으로부터 금융 이익을 얻기 위해서 박식한 웹마스터, 유능한 그래픽 디자이너 또는 숙련된 기술자가 될 필요도 없다. 정통한 그들은 자신을 “도메이너(domainers)” 또는 “도메인 투자자”라고 부르면서, “사이버스쿼터(cybersquatter)”의 덜 고상한 이름을 남겨두며 진짜 사업에 참여한다.

부동산(estate) 및 주식(stocks)과 같은 도메인 네임은 값비싼 자산이 되었고, 양도할 수 있게 되었다. 미국의 은행은 도메인 이름을 대출을 위한 담보물로 수용하기 시작하였다. 도메인 이름과 그것의 사이버 성공 스토리에 관한 기사가 점점 많아지면서 Forbes, CNN, The Wall Street Journal 및 Business Week 역시 주목하고 있다. 최근의 기사들은 이 걸잡을 수 없는 산업 중에서 빙산의 일각만을 보여주는 것이다.

거래에서 사용되는 용어에는 PPC(Pay-per-click), 도메인 개발(domain development), monetization 및 optimization이 있다. 개념과 인터넷 활동의 다양한 지하 격납고를 나타내는 도메인 이름들의 많은 포트폴리오들이 도메이너들에 의해 유지된다. 이 사이트의 최적화로 그들은 전략적 입지의 광고를 통해 관련 콘텐츠에 클릭하는 것을 멈추게 되는 많은 방문자들에서 동요하는 웹 상의 넓은 네트워크를 훑어볼 수 있다.

자연스러운 유형의 “Asia”라는 단어는 산업에 대한 상당한 가치를 표현한다. 오버추어 웹사이트는 “Europe” 또는 “EU”보다 “Asia” (또는 “Asian”)이라는 단어가 더 많이 검색되었다고 보고한다. 시장조사를 통해 대다수의 온라인 검색자들이 2단어의 어구를 사용한다는 사실이 일관되게 밝혀져 왔다. 따라서 “~.Asia”라는 도메인은 “~ Asia” 검색에 대한 완벽한 동등어로

나타날 것이다.

따라서 확장어로서도 자연스러운 단어인 .Asia 도메인은 최종 사용자와 잠재적 고객들을 관련 정보로 끌어들이므로써 창조적인 방식으로 이용될 수 있다.

아시아 인터넷 시장의 출현

아시아 지역 내 4억 명의 인터넷 사용자는 아시아 전체 인구의 고작 10%에 해당한다. 아시아에서 나오는 인터넷 트래픽과 아시아 주변의 인터넷 트래픽 역시 다른 모든 시장을 앞질렀다. alexa.com 에서 보고된 통계에 따르면, 세계 Top 10 웹사이트에서 미국(17.7%) 또는 EU(12.7%)보다 아시아(25.5%)에의 방문자 수가 더 많다. 이는 빅3 업체인 Yahoo, Google, MS 의 경우도 마찬가지이며, 여기에서 트래픽의 13.6%는 아시아에서 비롯된 것이며, 이에 비해 미국은 12.5%이고 EU 는 7.7%이다.

우리는 “.Asia” 도메인의 시작이 온라인 사업의 증식작용을 제공하는 새로운 사이버공간 구조를 창출함으로써 해당 지역에서의 인터넷 성장에 활기를 줄 것이라고 믿는다. “.Asia”라는 이름은 일상 언어에서 사용되는 자연스러운 단어이며 이미 수많은 브랜드와 업체 명에서 발견된다. Google 검색은 “.Asia Ltd”라는 용어가 150만개 정도라는 결과를 보고하였다. Amazon.com 사이트에는 잡지에서 “.Asia”를 검색했을 때 900개 이상, 서적에서 검색했을 때 200,000개 이상이 목록에 나열되었다. 해당 지역으로 확장하고 있는 지역 업체이든, 지역분부를 건립하고 있는 다국적 기업이든, “.Asia”는 해당 공동체로의 소속감을 수반하는 동시에 브랜드의 효과를 약화시키지 않는 가치를 제공한다.

.Asia 최상위 도메인은 지역의 국가번호 도메인들과 다른 일반적인 도메인들을 보충하는 가치를 제공한다. 좋은 유사점은 미디어 산업에서 나올 수 있다. CNN, BBC World 및 Time Magazine과 같은 세계적 미디어 채널이 있고, CNN Asia, BBC Asian Network 또는 Time Asia 와 같은 지역 채널이 있다. 그리고 JapanTimes 또는 Bangkok Post와 같은 지역 중심의 미디어 뉴스 방송국, 잡지 및 신문이 있다. 각각은 자신의 공간과 가치를 지닌다. “.Asia”는 이러한 틈새 지역의 청중과 시장을 돌보려 노력한다.

.Asia 도메인이 가치를 더한다고 믿는 영역 중 일부는 다음과 같다:

- 아시아를 위한 또는 아시아로부터의 정보가 있는 웹사이트: Work.Asia, Backpacking.Asia, Music.Asia
- 지역적으로 확장하고 있는 국내 업체: IndiaTimes.Asia, Baidu.Asia
- 아시아에 초점을 맞추려는 있는 세계적 업체: Apple.Asia, Toyota.Asia, LouisVuitton.Asia
- 지역적 전시 또는 회담과 관련된 웹사이트: ITU Telecom Asia, CommunicAsia

- 지역 중심의 판촉 이벤트 또는 광고: 아시아 잡지, 캠페인 또는 아시안 게임, 아시아 컵 또는 다른 아시아 이벤트에 대한 스폰서.

.Asia는 “아시아”라는 용어가 출처의 범위 또는 청중에 대한 식별자라는 점에서 중요하다. 그리고 .Asia라는 도메인이름은 한 사업이 이것 중 대부분을 사실로 만들 수 있도록 해준다. 그러나 .Asia 도메인의 가장 가치 있는 점은 그것의 잠재력이다. 그것으로 개인과 업체는, 아시아에서 나오고 아시아에 대한 아시아 관련 정보를 찾는 사람들뿐 아니라 가장 큰 세계에서 가장 큰 인터넷 공동체를 목표로 할 수 있다.

미디어 관련 문의사항 연락처:

Amanda de Silva 또는 Cherry Velarde at Upstream Asia, Tel: (852) 2973 0222.
Email: amanda.desilva@upstreamasia.com / cherry.velarde@upstreamasia.com