

사이버 쇼핑몰에서의 실시간 멀티미디어 통신 기술의 활용 방안

Application of Real Time Multimedia Communication to Web Malls

(주) 오투소프트
최성훈

전자 상거래(EC)의 특성

- 네트워크를 통한 공간적 제약 극복
- 광속 상거래 ($EC = mc^2$)
- 지식 기반형 (Knowledge Based)
- 24 시간 영업 (Real Time, All the Time)
- 구매 및 판매 프로세스의 일원화
- 얼굴 없는 거래 (Faceless Business)

Web Mall 운영상의 문제점

- Face to Face Communication 결여
- 고객관계에 있어서 Human Touch 결여
- 일방적인 거래 (One Way)
- Customer Identification (익명성)
- Static Product Marketing
- Security

멀티미디어 EC 시대

- 고성능 멀티 미디어 하드웨어 가격의 하락
- 저렴한 가격의 인터넷 서비스
- High Bandwidth 통신선의 증설
- Streaming 기술의 발달
- 일반 인터넷 사용자 증가

Action Multimedia EC Solution

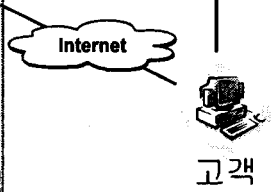
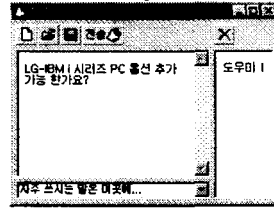
- 실시간 멀티미디어 통신
- 인스턴트 메세징
- 즉석 채팅 가능
- 음성 통신
- 화상통신
- 제품에 대한 VOD

실시간 멀티미디어 통신

- Interactive Real Time Processing
- Person to Person Communication
- Three Modes of Communication
- Simultaneous Real Time Multimedia Communication

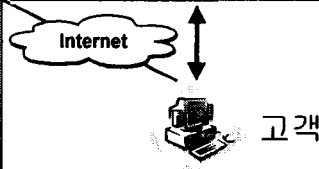
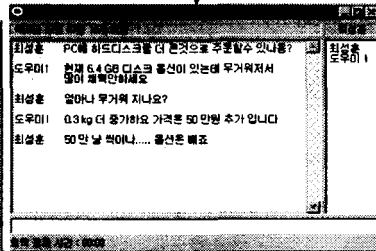
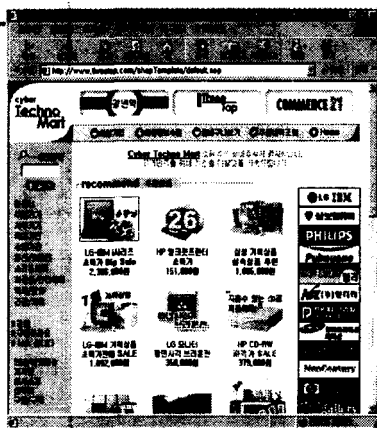
인스턴트 메세징

Web Mall
도우미 1

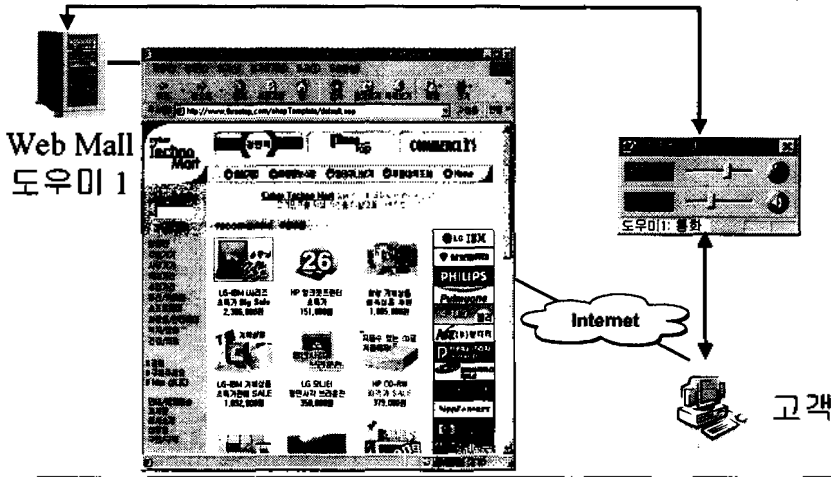


즉석 채팅 기능

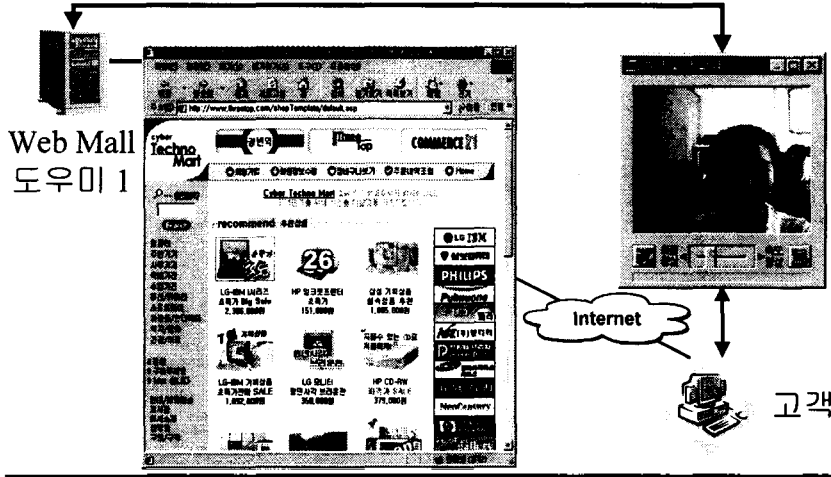
Web Mall
도우미 1



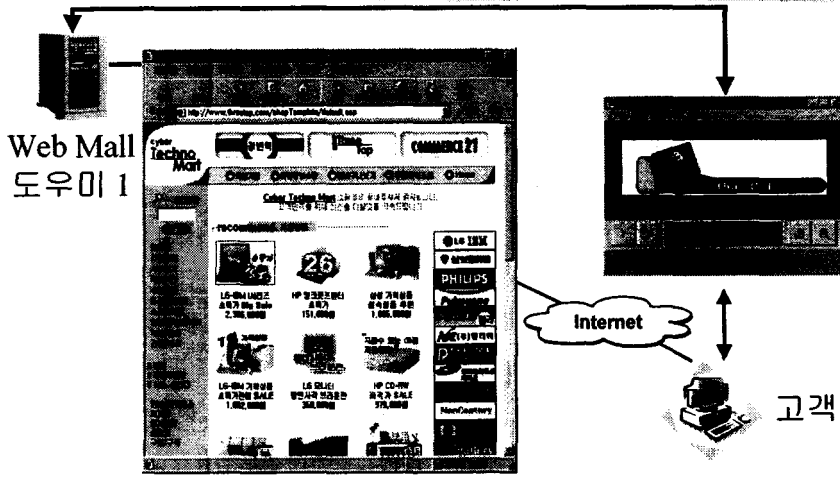
음성 통신



화상통신



제품에 대한 VOD



액션멀티 미디어 상거래의 장점

- Face to Face Interactive Communication
- 화상 통신을 통한 보안성
- 실시간 통신에 의한 고객 만족
- 멀티 미디어 상거래 기록
- 동적인 마케팅(VOD)
- Multimedia Membership Card