



# 인터넷 경영전략의 '핵심' 도메인

## 도메인 선점의 중요성

### 인터넷 마케팅의 특성

인터넷은 정보화시대의 꽃이며, 인터넷 광고·마케팅은 비즈니스의 필수조건이다. 신규법인을 비롯한 기업의 홈페이지 제작, 중소기업의 인터넷 마케팅, 대기업의 전자상거래에 이르기까지 이제 인터넷을 모르고서는 비즈니스와 마케팅을 말할 수 없는 시대가 온 것이다.

- ☞ TV, 언론매체 : 엄청난 비용으로 인터넷에 비해 광고효과 미약
- ☞ 인터넷 마케팅 : 엄청나게 저렴한 비용으로 전세계를 상대로 광고

급변하는 인터넷 트렌드에 대처하는 전략 및 전술은 마치 전쟁에서 승패를 좌우하는 열쇠와 같다. 따라서 이 글에서는 '인터넷 창업에서 성공까지'를 비즈니스 현실에 입각한 경영전략에 대해 소개하고자 한다. 우선 인터넷 비즈니스의 출발점인 도메인 전략에 대해 살펴본다.

■ 이청중/주Whois 인터넷비즈니스 경영연구센터 대표

### 연재순서

1 인터넷 도메인 전략 - 이번호

2 인터넷 사업 전략

3 인터넷 법률 전략

4 인터넷 회계 전략

5 인터넷 자금 전략

현재 전세계의 많은 기업들이 인터넷에서 홈페이지를 개설하고 인터넷 마케팅을 강화하고 있다. 이는 인터넷을 통한 마케팅이 기존의 TV, 언론매체를 통한 광고에 비해 엄청나게 적은 비용으로 전세계를 상대로 한 상당한 효과를 거둘 수 있기 때문이다.

그리고 정보의 홍수 속에서 자사의 홈페이지가 선택될 수 있기 위해서는 네티즌들이 쉽게 기억할 수 있고 연상할 수 있는 도메인 이름이 얼마나 중요한 것인가에 대한 인식이 확산되면서 도메인 선점하기 위한 치열한 경쟁이 벌어지고 있다.

### .COM : 최상의 도메인

특히 200여개의 최상위 도메인 중 현재 인지도가 가장 높은 .COM 도메인은 회사, 상품명, 브랜드 등 일반적인 상표권을 나타내는 대표적 도메인 이름으로 구입을 희망하려는 전세계 네티즌의 수요가 가히 폭발적인 상황이다.

〈표 1〉 .COM 도메인 판매 현황

도메인 이름	95년 7월	96년 9월	97년 12월	99년 7.23
.COM	39만 여개 (397,690개)	54만 여개 (548,638개)	1백만개 돌파	562만 여개 (5,625,558개)

.COM 도메인은 현재 InterNIC에서 KRNIC과 같은 별도의 사업자등록증을 확인하는 절차없이 2년치 등록비인 70달러만 받고 선등록 우선주의(First Come, First Served)의 원칙에 따라 등록해 주고 있어 상표권 침해에 대한 분쟁사태가 계속 발생하고 있다.

그리고 최근 미국법원은 이러한 상표권을 침해하는 도메인 등록은 법으로 보호받을 수 없다는 판결을 내렸는데, 아직까지 상표권과 도메인 이름 등록에 대한 법률 규정이 마련되지 않은 상태에서 현재로서는 문제가 발생하기 전에 필요한 해당 도메인을 미리 등록해 두는 것이 가장 현명한 방법이다.

도메인 이름의 중요성을 간과한 대표적인 사례로는 LG, 아시아나, 그리고 현대를 들 수 있는데 .COM 도메인을 등록하지 못하고 Lg.co.kr, Asiana.co.kr을 사용하고 있다. 그리고 현대는 Hyundai.net의 도메인을 사용하다가 99년 4월 Hyundai.com을 사들였다.

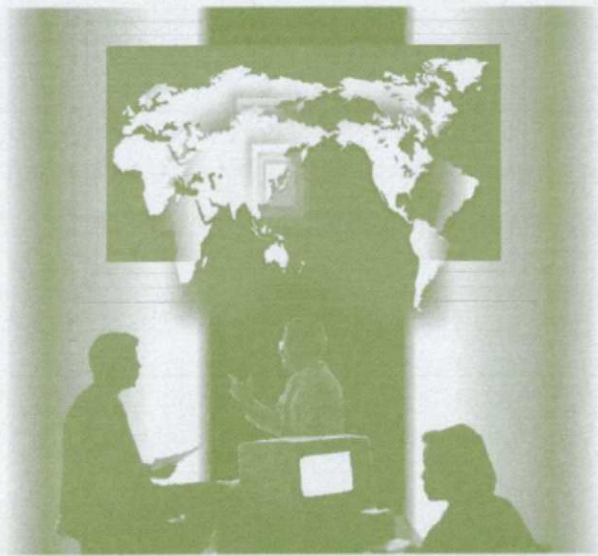
### COM 도메인 활용방안

COM/NET/ORG 도메인은 최상위(General Top Level Domain) 세계 공용도메인으로 세계인 누구나 등록가능하고 전세계 어디서나 통용되는 국제적인 가치를 지닌다. 영어가 마치 전세계의 공용어인 것처럼, COM/NET/ORG 도메인은 인터넷 세계의 공용도메인이라고 할 수 있다.

각 나라마다 자국의 국어가 있고 세계 공용어인 영어가 따로 있는 것처럼, 도메인도 자국내에서 사용되는 '국가도메인'이 있고 '세계 공용도메인'이 있다. CO.KR을 비롯한 KR 도메인은 우리나라의 국어와 마찬가지로, 우리나라(Korea)의 대표적인 도메인이지만 세계적으로는 거의 인지도가 없다.

따라서 해외무역이나 전세계를 대상으로 한 사업을 생각한다면 영어가 필수인 것처럼, 전세계를 상대로 홈페이지를 알리고 비즈니스를 수행하려면 반드시 세계 공용도메인인 COM/NET/ORG 도메인을 잡아야 한다.

특히 COM 도메인은 200여개의 최상위 도메인 가운데서도 가장 인지도가 높은 '최상의 도메인'이라고 할 수 있다. COM



도메인은 Company의 약자로서 회사, 상품명, 브랜드 등 일반적인 상표권을 나타내는 대표적 도메인으로 일반 기업이 사용할 수 있는 최고의 도메인이다.

그러나 이미 수많은 도메인이 등록되어 있어 좋은 도메인을 확보하기란 쉽지 않으며, 현재에도 등록을 희망하는 전세계 네티즌의 수요가 가히 폭발적이다. 따라서 좋은 도메인에 대한 반짝이는 아이디어가 있다면 도메인부터 등록해야 한다.

### 인터넷의 관문 도메인

#### 홈페이지를 찾아가는 세가지 방법

도메인이 왜 중요할까? 그리고 그 논리적 근거는 무엇일까? 전세계의 어느 나라 네티즌이든 자신이 찾고자 하는 회사의 홈페이지를 찾아갈 때 사용하는 방법은 다음 세가지 중 하나이다.

- www.회사이름.com을 사용하는 방법
- 야후나 알타비스타 같은 검색엔진을 사용하는 방법
- 다른 사이트에서 링크하는 방법

처음 인터넷을 사용하는 초보자의 경우는 두번째 방법을 사용하는 경우가 많겠지만 인터넷에 익숙한 네티즌의 입장에서 첫번째 방법이 가장 편한 방법이다. 왜냐하면 검색엔진을 이용한 검색의 경우 정확한 사이트를 확인할 수 있을 정도로 체계화된 정보에 도달할 가능성이 그다지 높지 않기 때문이다.

물론 인명과 같은 고유명사의 경우는 다를 수 있겠지만, 일반

적인 회사의 물품을 구매하고자 하는 경우 검색엔진을 사용하면 거기엔 너무 많은 양의 정보가 올라온다. 따라서 그 많은 정보 중 어떤 것이 정말로 자기가 찾고 있는 정보를 제공하는 사이트인지 발견해 내는 것 자체가 어렵고, 또한 가장 유용한 정보를 제공하는 최고의 사이트인지 확인하는 것은 어렵다.

그래서 대부분의 네티즌들은 1-3 페이지의 검색결과만을 보게 되는데, 인터넷으로 서비스를 제공하고자 하는 회사의 입장에서 더욱 심각한 문제일 수 있다. 즉 수많은 사이트 중에서 자신의 홈페이지를 선택할 가능성은 그야말로 희박하기 때문이다.

### 홈페이지로 들어오는 관문

따라서 어떤 기업이 자사의 상품을 홈페이지를 통해 광고하고자 하거나 쇼핑몰 등을 구축하고자 할 경우, 사실은 어떤 도메인으로 자신을 알려내가가 관건일 수밖에 없다. 특히 네티즌은 가장 짧은 시간에 가장 유용한 정보를 찾고자 하므로 도메인은 간단명료할 뿐만 아니라 한번의 노출로 완벽한 암기가 가능한 것이 좋다.

물론 지금 이 글을 읽으면서 '북마크(Bookmark)를 하면 되지'라고 생각하는 독자가 있을 수 있지만 북마크도 제한적이기 때문에 새롭게 올라오는 많은 정보를 모두 북마크하는 것은 무리다. 따라서 북마크가 없이도 어떤 특정 정보를 찾으려 할 경우에 바로 그 사이트의 도메인 이름이 떠오를 수 있을 정도로 특징적인 도메인의 경우는 상당한 가치를 지니게 되는 것이다.

그런데 현재 많은 관공서들에서 사용하고 있는 도메인을 살펴보면 지나치게 길거나 혹은 영문이니셜로 되어 있어서 쉽게 기억하기 어려운 경우가 많다. 또한 관공서는 차치하더라도 일

반기업체, 특히 인터넷 전자상거래를 실현시키고자 하는 기업체에서조차 인터넷 브랜드 네이밍에 대한 이해가 부족한 것이 나타난다.

### 도메인 매매사례

앞의 사례는 실제 인터넷에서 판매된 도메인의 가격이다. 이제 외국 뿐 아니라 국내에서도 높은 가격으로 도메인 매매가 이루어지고 있으며, 이는 도메인 매매가 허용되는 2000년 4월부터 본격화될 것으로 전망된다.

인터넷 도메인은 실제 상표권이나 상호보다도 훨씬 중요한 가치를 지니고 있다. 왜냐하면 도메인은 그것 하나만으로도 엄청난 가격대를 형성할 정도로 인터넷 비즈니스에 중요한 요소이기 때문이다. 이런 도메인을 그냥 일반적인 정도의 생각으로 네이밍하는 것은 그 인터넷 비즈니스에 치명적일 수 있다.

### 좋은 도메인 vs 나쁜 도메인

#### 좋은 도메인

도메인 이름은 어떤 것이 좋을까? 그것은 앞에서 설명한 바와 같이 간단명료하고 가능하면 '도메인만 보더라도 어떤 내용의 정보를 신고 있겠구나' 하는 것이 바로 유추되는 도메인이 좋다. 그리고 한단계 더 나아가간다면 정보를 찾고자 하는 사람이 '이 도메인을 선택하면 대략 내가 찾고자 하는 정보가 나오겠구나' 싶은 도메인이 훨씬 훌륭한 도메인이다.

예를 들어 음악관련정보를 찾는다면 Music.co.kr하고 입력하면 되고, 최저가격정보를 보고자 한다면 Lowest.co.kr, 모델 관련정보를 보고자 한다면 Model.co.kr하고 입력하면 되는 것이다.

즉, 도메인 네이밍의 가장 기본적인 사항은 바로 일반적인 정보사용자가 알기 쉽고 스스로 유추하여 찾아올 만한 도메인이어야 한다는 점이다. <표 2>의 도메인들은 이런 도메인을 예시한 것이다.

(주)후이즈의 도메인 whois.co.kr은 도메인 검색엔진의 이름이 whois인 것에 착안하여 도메인 등록 사이트를 개설한 것인데, 도메인 검색중에 whois라는 단어에 익숙해진 사람들은 자연스럽게 whois.co.kr로 찾아오게 되는 것이다. 이는 도메인을 비즈니스적으로 활용하여 성공한 대표적인 사례 가운데 하나

- 국외사례 (기준 : 환율 1,200원/1\$)
  - [Altavista.com] 335만달러 (40억2천만원)
  - [Wallstreet.com] 200만달러 (24억원)
  - [Drugs.com] 82만달러 (9억8천만원)
  - [Computer.com] 50만달러 (6억원)
- 국내사례
  - [eyedoctor.pe.kr] 1000만원
  - [news.co.kr] 500만원
  - [hite.co.kr] 300만원

〈표 2〉 도메인 네이밍 사례

도메인 이름	사이트 성격(SITE ITEM)	아이디어 착안
Whois.co.kr	도메인 검색/등록 전문 SITE	도메인등록을 확인하는 검색엔진의 이름이 'whois' 인 것에 착안
DomainWide.com&co.kr	도메인 매매중개 사업	도메인 매매사이트로서, 확장된 도메인 시장의 개념에서 착안
SiteShop.co.kr	사이트(홈페이지) 매매 사업	정보제공업의 'Infoshop' 에서 착안
IdeaShop.co.kr	아이디어 매매 사업	정보제공업의 'Infoshop' 에서 착안
Highest.co.kr	최고 브랜드 상품정보	최고라는 뜻의 영문이 'highest' 임
Lowest.co.kr	최저가격 업체 정보	최저가격의 업체를 일반적으로 'lowest' 라고 부름
Cons.co.kr	건설정보 DB사업	건설(Construction)의 준말이 'Cons' 인 것에서 착안

로, 비즈니스 전략에서 도메인 전략이 갖는 중요성을 단적으로 보여주고 있다.

### 나쁜 도메인

그렇다면 나쁜 도메인은 무엇일까? 그것은 반대로 정보사용자가 찾기 어려운 것으로 여러번 들어도 그 철자가 틀리기 쉽거나 이해하기 어려운 도메인이다. 예를 들면 공공기관이나 단체들의 영문 이니셜(Initial) 도메인을 들 수 있는데, 영어를 모국어로 쓰는 사람들은 익숙할 수 있을지 모르나 한국의 정보사용자에게는 우선 단체의 영문명을 생각해내야 하고, 그리고 그 이름의 두 문자만을 별도로 뽑아 구성하여야 하므로 어려움이 있다. 오히려 그 기관이나 단체의 테마 단어를 사용하는 것이 낫지 않은가 생각해 보게 된다.

그리고 도메인 네이밍에 있어서 한가지 더 생각해 볼 문제가 있는데 그것은 기업의 브랜드 네이밍 전략과도 궤를 같이 한다. 즉 앞에서 설명한 방식과 같이 도메인 이름을 보통명사 혹은 인지도가 높은 고유명사나 형용사 등을 사용하는 것 외에 충분히 자사의 도메인을 광고해서 인지도를 높일 수 있다고 생각한다면 자사의 도메인을 직접 사용하는 것도 좋은 방법이라는 점이다.

이러한 예로는 Yahoo.com이나 Altavista.com 등의 검색엔진이나 Microsoft.com 등을 들 수 있다. 즉 앞의 사실들을 확인하면서 생각하여야 할 도메인 네이밍의 핵심은 브랜드 전략과 마찬가지로 자사의 도메인의 인지도를 높일 수 있는 이미지 메이킹 전략을 어떻게 수립할 것인가에 있다고 할 것이다.

### 도메인 네이밍의 10단계

일반적으로 도메인 네이밍은 10단계의 과정을 거쳐 진행되는

1. Project Overview : 기본 조사(기업 자료 조사)
2. Service Analysis : 기업 서비스 분석
3. Target Analysis : 타겟 분석
4. Competition Analysis :  
관련 홈페이지 도메인 분석(국내/국외)
5. Site Promotion Strategy : 홈페이지 프로모션 전략입안
6. Domain Promotion Strategy :  
홈페이지 프로모션 전략에 입각한 도메인 전략
7. Domain Naming Screening(초안) :  
도메인 네이밍(초안)
8. Domain Naming Check Point :  
도메인 네이밍 체크 포인트 작성
9. Domain Naming Checking : 도메인 네이밍 체크
10. Domain Naming Screening(확정) :  
도메인 네이밍 확정

데, 이렇게 체계적이고 과학적인 네이밍 작업을 통해 확정된 도메인만이 인터넷 비즈니스와 마케팅을 성공적으로 열어갈 수 있다.

### 도메인 성공 전략

#### 기업의 지명도에 따른 도메인 전략

“도메인 네이밍은 회사의 브랜드 전략과 일치해야”

- ☞ 대기업 : 회사명을 도메인으로 사용하는 것이 좋음
- ☞ 중소기업 : 회사명을 도메인으로 사용하는 것에 유의해야

자사의 도메인을 등록하면서 심각하게 도메인의 중요성에 대해 생각해 보는 기업가가 몇이나 될까? 현재 사용되고 있는 기업 도메인을 살펴보면 대체로 자사의 회사명을 그대로 등록하여 사용하는 경우가 대부분임을 알 수 있다.

물론 대기업의 경우 그 기업이 가진 상호명이 상당한 브랜드 가치를 갖고 있는 것이 사실이고 일반에게도 폭넓게 알려져 있으므로 자사의 회사명을 도메인으로 그대로 사용하는 것은 당연한 일이다.

하지만 작은 중소기업이나 SOHO사업자 같은 경우에도 이렇게 사용하는 것은 문제가 아닌가 생각한다. 왜냐하면 그 도메인을 인식시키는데 드는 비용을 고려해야 하기 때문이다. 더우기 문제가 되는 것은 그 작은 중소기업이나 SOHO사업자들이

도메인 이름을 특정 브랜드로 키워가겠다는 전략이 없이 너무나도 통상적으로 자사의 회사명을 그대로 쓴다는 데 있다.

인터넷 사업의 승패를 좌우하는 도메인

**"도메인이 좋아야 사업이 성공한다"**  
 : 장사의 90%가 목인 것처럼 인터넷사업의 90%는 도메인이 좌우!  
 ☞ 좋은 도메인 : 서울 도심의 핵심상가에 세운 대형백화점  
 ☞ 나쁜 도메인 : 시골의 골목 옆에 개점한 작은 구멍가게

인터넷 사이버 세계에서 훌륭한 도메인이 연일 무수한 발길로 들끓는 서울 도심의 핵심상가의 대형 백화점의 개념이라면, 이해하기 어렵고 잘 기억되지 않는 도메인은 아무도 눈길을 주지 않는 작은 골목옆의 구멍가게라고 생각하면 된다.

현실 세계의 브랜드와 사이버 세계의 도메인에 대해 비교해 볼 때, 유사한 많은 속성이 있음에도 불구하고 주목할 만한 차별성이 있다. 현실 세계의 브랜드는 제대로 홍보해 내는데 엄청난 비용을 투자하고 막대한 예산 운용을 하여야 하겠지만, 인터넷 사이버 세계의 도메인은 그 도메인의 아이디어와 사업 구상이 훌륭하면 그것만으로도 엄청난 브랜드 가치로서의 역할을 한다는 것이다.

그것은 도메인과 콘텐츠만 우수하면 결코 대기업이라고 해서 상대 못할 이유가 없고 사용자 인터페이스가 강력한 도메인의 선점은 그 자체로 도심지의 핵심상권에 거대한 빌딩을 세운 것이나 다름없기 때문이다.

상가 성공의 90%가 목이 좋아야 하듯 인터넷사업 승패의 90% 역시 목이다. 인터넷 창업을 꿈꾸는 사람들은 이점에 각별히 유념하기 바란다. 그리고 자기 사업과 브랜드 전략으로서의 도메인 네이밍이 정확하게 맞아떨어질 수 있도록 최선의 노력을 경주한다면 엄청난 시너지 효과를 기대할 수 있을 것이다.

성공하는 도메인의 7가지 원칙

- 인지도가 높은 도메인을 사용하라!
- 재미있는 도메인을 사용하라!
- 한번 듣고 바로 기억할 수 있는 도메인!

- 숫자도메인을 적극적으로 활용하라!
- 고객의 입장에서 생각하라!
- 짧고 명확하게 표현하라!
- 회사의 브랜드 전략과 일치시켜라!

<도메인 가치 비교>

- 세계 : COM > NET > ORG > TO > CO.KR > OR.KR 순
- 한국 : COM > NET = CO.KR > OR.KR > ORG = TO 순

<도메인 성공전략>

- 처음부터 웹프로모션 전략을 수립한 상태에서 도메인 네이밍을 고려해야
- 도메인 네이밍시 사업의 규모/형태/비전을 고려할 것!
- 도메인만으로도 사업이 가능할 정도로 강력한 도메인 선정  
 (예) Whois.co.kr, DomainWide.com&co.kr,  
 IdeaShop.co.kr, SiteShop.co.kr, &Highest.co.kr,  
 Lowest.co.kr, NamdaemunMart.co.kr, Candle.co.kr 등

