

‘카카오톡’에 밀린 문자서비스(SMS)의 운명은?

SMS 한 번 할 때 ‘카카오톡’은 두 번 한다

우리나라 스마트폰 이용자들은 이동통신사 문자메시지 서비스(SMS, MMS)보다 카카오톡과 같은 무료 문자 어플리케이션을 2배 더 많이 사용한다. 이동통신사 문자메시지 서비스는 기본 제공량의 절반도 채 이용하지 않는 것으로 나타나 휴대폰 요금체계에 대한 조정이 필요해 보인다.

휴대폰 전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표 김진국)가 지난 4월 실시한 이동통신 기획조사에서 스마트폰 이용자 6만2천명을 대상으로 조사한 ‘휴대폰 문자메시지 이용현황’에 따르면, 카카오톡, 구글톡, 마이피플 등 무료문자 어플리케이션 사용 비율이 이동통신사 문자 서비스를 앞질렀다.

스마트폰 이용자들이 메시지를 교환할 때 무료문자 어플리케이션을 사용하는 비율은 66%로 이동통신사가 제공하는 문자서비스 이용 비율 34%의 2배 가까운 사용율을 보였다. 특히 스마트폰의 주 사용층인 20대는 무료문자 어플 사용 비율이 80%를 넘어, 채팅 느낌의 짝막한 대화 형식이 시장을 파고드는데 주효했던 것으로 풀이된다.

이통사 문자서비스와 무료문자 어플리케이션은 이용자 만족도에서도 차이를 분명히 했다. 문자 전송속도, 정확성, 기능과 관련해 무료문자 어플 만족률은 73%에 이른 반면, 이통사 문자서비스에 대한 만족률은 51%로 낮았다. 연령대가 낮을수록 무료문자 어플에 대한 만족도도 높았다.

이처럼 무료문자 어플의 인기가 올라가면서 이통사가 제공하는 문자서비스 사용량도 큰 폭 줄었다. ‘현재 사용하고 있는 스마트/LTE 요금제의 기본 문자 제공량을 어느 정도 사용하고 있는지’에 대해 응답자들은 41% 수준이라고 답해 절반 이상이 버려지는 것으로 나타났다. 그나마 문자서비스를 많이 이용한 중고등학생도 기본 제공량의 67%를 넘지 않아 문자 서비스에 대한 전면적인 조정이 불가피해 보인다.

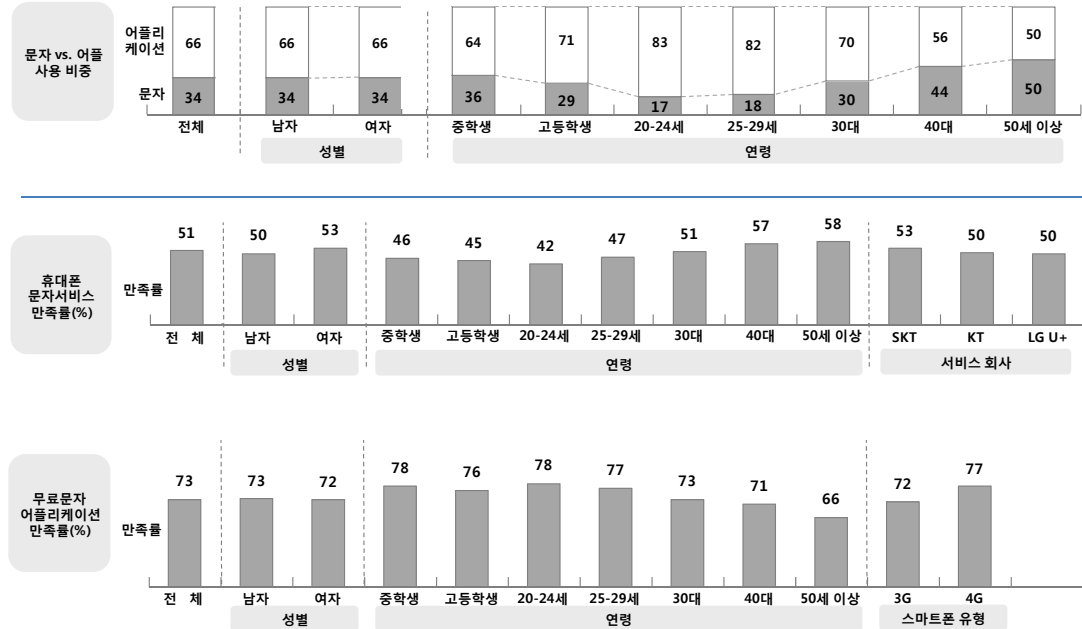
For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[첨부]=====

[표1] 휴대폰 문자 vs. 무료 문자 어플리케이션



[제 15차 이동통신 기획조사 개요]

- 조사명: 2012 상반기 이동통신 기획조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 14 ~ 64세 휴대폰 보유자
- 조사내용: - 이동통신 서비스 및 단말기 구매/사용행동, 만족도, 브랜드 선호도 등
- 통화/제품 품질 평가 (경험품질)
- 조사기간: 2012년 4월 1일 ~ 4월 22일
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 88,967명,

위 조사 결과는 휴대폰 전문 조사업체 (주)마케팅인사이트(대표: 김진국)에서 2012년 4월 실시한 '15차 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다. 이 조사는 매년 2회 상/하반기로 나누어 4월과 9월에 실시되며, 매회 10만여명의 이동통신 소비자가 참여하는 국내 유일의 이동통신 전문 기획조사입니다.

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr