

# LINK AND BUSINESS



**LAB543**

173, Toegye-ro, Jung-gu, Seoul, Republic of Korea

Tel. + 82 2 543 3779

[contact@lab543.com](mailto:contact@lab543.com)

[www.lab543.com](http://www.lab543.com)

# LINK AND BUSINESS

# 비즈니스를 성공으로 연결하다

LAB543은 단순 광고 마케팅이 아닌 창조적인 생각으로  
브랜드에게 필요한 모든 것을 연결하는 풀 밸류 체인 솔루션 그룹입니다

# FULL VALUE CHAIN ADVICE

우리는 당신의 브랜드의 문제를 해결하기 위해  
시장조사, 제품개발, 브랜딩 개발, 마케팅, 판매유통, 팬덤형성 등  
수많은 방법들을 유기적으로 연결하여 솔루션을 제공합니다



# 빅데이터 수집/분석 솔루션

# 데이터 중심 의사 결정 지원 마케팅 진단 시스템

## 1. 브랜드 진단

브랜드 연관어 버즈 리포트

포지셔닝 확인 및 수정 제안

## 2. 커머스 진단

CRM 분석을 통한 매출 관련 요소 진단

모바일 라이브 커머스(MLC) 진단

# 의사 결정 지원 마케팅 진단 시스템

## | 브랜드 진단

### 1. 소비자 인식 온라인 버즈 분석 : 시장 트렌드, 제품 카테고리, 브랜드

- 소비자, 기업 발신 브랜드 연관어 버즈 분석 : 거리별 연관어, 긍부정, TPO 분석.
- 콘텐츠 채널 대상 연관어 버즈 분석 : 브랜드(자사, 경쟁사) 버즈량, 소비자, 기업 인식, 긍부정, TPO, 2차 연관어 및 검색량 비교 분석.
- 일간, 주간, 월간 상품군 트렌드 분석 / SNS 상 인기 상품 및 인기 요인 분석.
- 특정 카테고리 소비자 인식 분석 : 화장품 성분에 대한 인식, 관련된 댓글 분석.
- 고객 유형 분석 : 세그멘테이션을 통한 타겟 맞춤 마케팅.

### 2. 포지셔닝 확인 및 제안

- 소비자 인식 분석 결과 및 추가 설문 조사 활용 브랜드 포지셔닝 매핑 추천.
- 토픽 모델링(LDA) 활용한 시장, 브랜드, 자사, 경쟁사, 소비자 보이스 대상 콘텐츠 토픽 파악.

데이터 기반 시장 상황분석으로  
브랜드의 현재 위치 및 위협/기회 요인 진단,  
경쟁사 분석, 커뮤니케이션 전략 수립,  
컨셉 도출 및 마케팅 활동 전후 효과(브랜드 자산) 비교.

# 의사 결정 지원 마케팅 진단 시스템

## | 커머스 진단

### 1. CRM 분석을 통한 매출 관련 요소 진단

- 공구 및 라이브 커머스 매출 분석 및 예측 : 자사몰, 쇼핑24 등 타 플랫폼 분석 가능.
- 추천 상품 분석 : 장바구니 분석 및 연속 구매 예측 분석.
- 구매 세그먼트 분석.

### 2. 모바일 라이브 커머스(MLC) 진단

- 인플루언서 계정 분석 : 셀러 포지셔닝, 피드 콘텐츠 분석 및 5단계 가이드라인 제공.
- MLC 진행자 멘트 분석으로 구매 설득 커뮤니케이션 전략 10 요소 효과 진단(논문 진행 중).
- MLC 유입률 제고를 위한 사전 광고 집행 후 효과 분석.
- 제품, 매출, 화면 시퀀스 효과 진단.
- 라이브 커머스 경쟁사 분석 - 경영사 모니터링 및 시장 트렌드 파악.

MLC, 타겟, 제품 및 인플루언서 콘텐츠 최적화를 통해  
매출 증대 유도

# 데이터 중심 의사 결정 지원 마케팅 진단 시스템

## 1. 브랜드 진단

브랜드 연관어 버즈 리포트

포지셔닝 확인 및 수정 제안

## 2. 커머스 진단

CRM 분석을 통한 매출 관련 요소 진단

모바일 라이브 커머스(MLC) 진단

# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 1. 소비자, 기업 발신 브랜드 연관어 버즈 분석:

거리별, 연관어, 긍부정, TPO 분석을 통한 브랜드 자산 확인.

### 트렌드 분석 및 소비자 인식 분석

#### 트렌드 기사 스크랩

**정수기, 숨으니까 더 잘 팔리네**  
2020-08-09



주방 가전의 필수품 정수기가 꼭꼭 숨었다. 주방 수납장으로 숨은 '빌트인 정수기'가 심플한 디자인과 넓은 공간 활용 등 다양한 장점을 앞세워 인기몰이에 나서고...

[더 보기 >](#)

**초겨울에도 판매 대박... '사계절 가전' 된 정수기**  
2020-12-13

코웨이	아이온 정수기 출시 한 달 만에 판매량 2만 대 돌파
청호나이스	전년 동기 대비 18% 증가
SK매직	전년 동기 대비 10% 증가
쿠쿠	인라인아우 100% 골연물 정수기 판매량 전년 대비 20배 증가
현대렌탈케어	1주일 정수기 판매 1만 대 돌파

여름 가전'으로 인식돼온 정수기가 올해는 초겨울부터 이례적인 판매 증가세를 보이고 있다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 인한 홈 카페 ....

[더 보기 >](#)

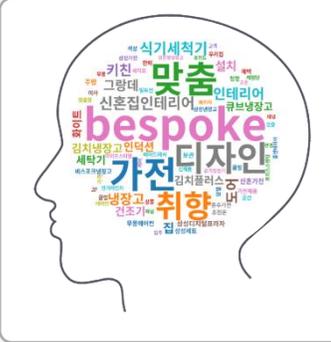
**삼성전자 비스코프 '마지막 퍼즐' 정수기...렌탈사를 '시장 더 커진다'**  
2021-02-04



삼성전자가 오는 9일 '비스코프 정수기'를 공개할 것으로 알려지면서 렌탈 업계의 이목이 쏠리고 있습니다. 국내 정수기 시장은 연간 3조원 규모로 렌탈 기업 코웨이, SK매직, LG전자, 쿠쿠, 청호나이스가 주도....

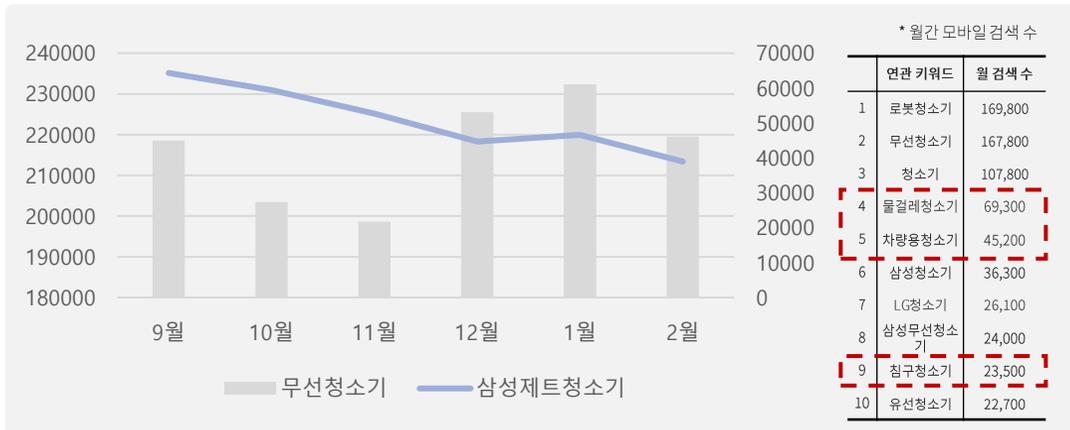
[더 보기 >](#)

#### 카테고리, 브랜드, 제품 관련 소비자 인식 분석

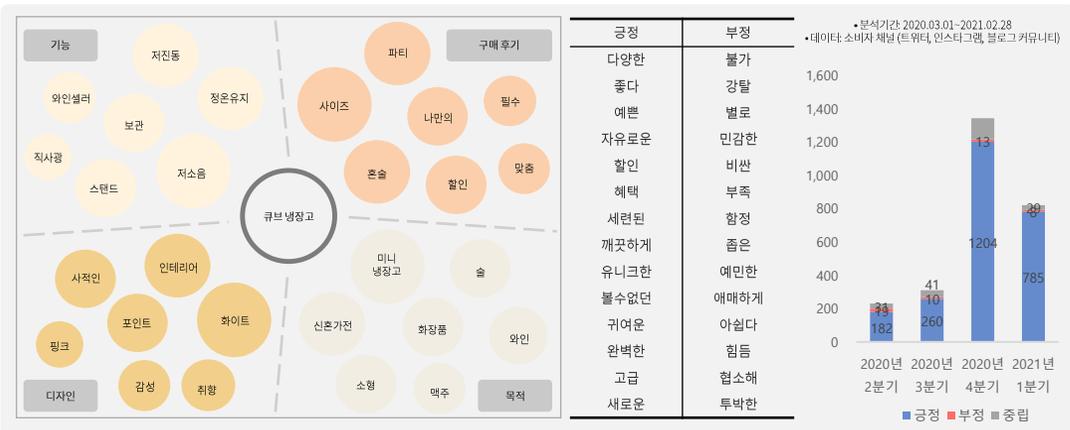


- 삼성 비스코프 제품이 디자인 측면에서 소비자들이 호평을 받음.
  - 삼성 비스코프는 디자인까지 이쁜 인터리어가전이니 더욱 탐나네요.
  - 너무 이쁜 나만의 비스코프 넘 가지고 싶네요.
- 신제품을 구매할 때 비스코프 제품을 꼭 집에 많이 구매함.
  - 비스코프 제품으로 계약했어요.
  - 스마트한 비스코프 제품 너무 좋네요.
- 초정 온, 고온 등 기능적인 측면에도 소비자들이 관심이 많음.
  - 메탈쿨링으로 초 정온을 유지해 주어 감치 맛을 더 해줘요.
  - 고온 직수 세척 살균 기능이 좋아요.

### 제품 카테고리 버즈량, 검색량 제공 및 분석



### 제품 속성 분석 및 감성 분석



# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 2. 고객 유형 분석을 통한 타겟 마케팅 실행 준비

### I 구매고객 세그먼트

**Segment 1** 2.1

나는 정기적으로 내 여가 시간을 자동차 관련 일을 하는데 쓰고 대부분의 사람들보다 자동차 정비와 운항에 대해 훨씬 더 많이 알고 있다. 나는 항상 직접 오일을 교환한다.

HOBBYIST

**Segment 2** 1.4

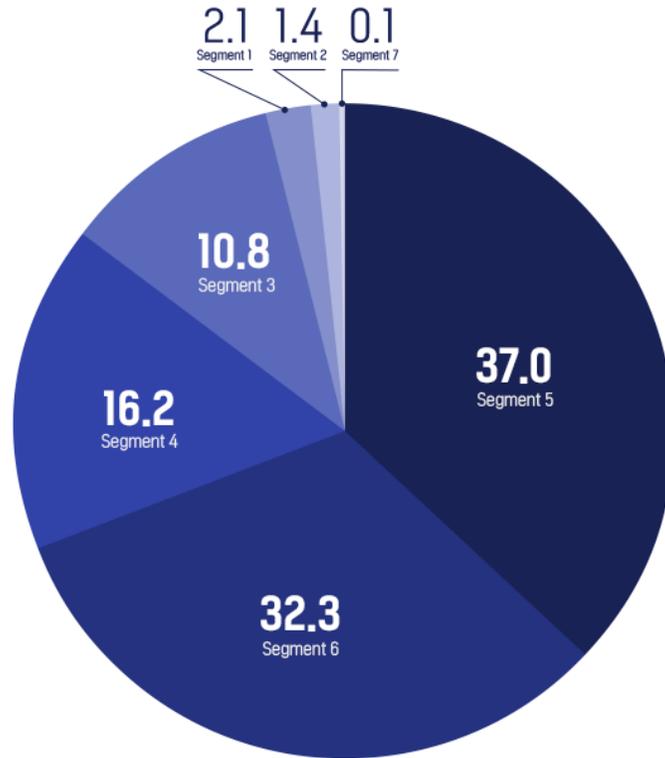
내가 사는 방식과 내가 가지고 있는 것들은 내가 최고의 제품을 충분히 소비할 수 있는 사람이라는 것을 나타내준다. 나는 가격이 얼마든 간에 항상 내 차에 맞는 최고의 엔진 오일을 선택한다.

STATUS SEEKER

**Segment 3** 10.8

나는 내 차가 너무 좋다. 드라이빙을 할 때 기분이 좋고, 차는 나의 개성에 대해서 많은 것을 보여준다. 당연히, 내 차를 누군가가 관리를 위해 만질 때는 매우 신경이 쓰인다. 내 차는 내가 낼 수 있는 한에서 가장 좋은 엔진 오일을 사용할 자격이 충분하다고 생각한다.

LMLMC



**16.2 Segment 4**

차를 구매할 때 나는 유지 보수 비용, 연비, 재판매 가격과 같은 실용적인 주행에 대해서 많은 고민을 했다. 나는 타사 대비 차이가 충분히 나는 엔진 오일 브랜드라면, 돈을 더 지불할 용의가 있다.

RECEPTIVE

**37.0 Segment 5**

나는 차가 잘 작동하도록 엔진 오일을 정기적으로 교환한다. 그러나 나는 주요 브랜드의 엔진 오일 사이에 실질적인 큰 차이가 없다고 생각한다. 그래서 나는 내가 필요로 하는 것보다 더 이상 엔진 오일 값을 지불할 생각이 없다.

PRAGMATIST

**32.3 Segment 6**

엔진 오일은 차량 정기 점검할 때만 교환한다. 나는 어떤 브랜드를 사용하는 지 크게 관심이 없으며, 모든 결정은 정비사한테 맡긴다.

INDIFFERENT

**0.1 Segment 7**

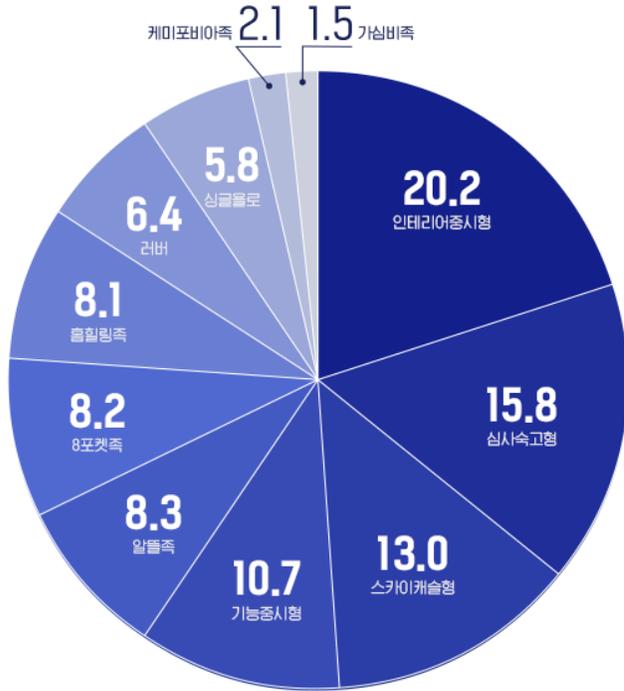
나는 경고등이 뜨거나, 더 이상 교환을 하지 않으면 안되겠다는 생각이 들 때만 엔진 오일을 교환한다.

NEGLECTER

# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 2. 고객 유형 분석을 통한 타겟 마케팅 실행 준비

### I 구매고객 세그먼트



구매고객 이용 브랜드

백화점	카페	신용카드	스마트폰
1 롯데백화점	1 스타벅스	1 신한카드	1 아이폰
2 아이파크몰	2 풀바셋	2 롯데카드	2 갤럭시
3 현대백화점	3 투썸플레이스	3 현대카드	
4 신세계백화점	4 커피빈	4 삼성카드	

#### 20.2 인테리어중시형

전체 구매자의 약 20%를 차지, 디자인을 중시하며, 가구로 완성된 인테리어 사진 공유를 즐김.  
"아이방 가구를 주문했다. 제발 내 머릿속에 그려진대로 딱딱 예쁘게 올려주길 간절히 바라고 또 바란다."

keywrд #인테리어 #어울려 #디자인

#### 15.8 심사숙고형

다수의 비교와 고민을 통해 구매를 결정하는 유형으로, 구매 번복도 잦으며, 정보 탐색에 가장 강한 면모를 보임  
"2주 가까이 고민하고 고르고 또 고민하고 작은거 주문했다가 다시 큰걸로 사이즈를 바꾸로 해가며 겨우 산 책상인데 최고 마음에 든다."

keywrд #고민고민 #비교 #어려워

#### 13.0 스카이캐슬형

아이방 가구 선택 필수 조건은 학습환경 조성 and 집중력 강화라고 여김  
"발탁이 땅에 안정적으로 닿아야 심리적 안정감도 생기고 집중력도 좋아진다고... 바꾸고 나니 혼자 앉아서 글씨 연습도 하고 그림도 그린다."

keywrд #학습 #공부 #집중력

#### 10.7 기능중시형

다양한 기능이 구매의 원인이 되며, 이에 대한 만족도가 높음  
"무엇보다 내 마음대로 침대 각도를 조절할 수 있다는 게 가장 좋다."

keywrд #각도 #조절 #용직임

#### 8.3 알뜰족

정가제로 큰폭의 할인은 못 받지만, 온라인 쇼핑물 할인으로 조금이라도 저렴하게 구매하려 함  
"00이가 너무 좋아하고 위메프 적립금 행사로 조금이라도 싸게 샀으니.. 그걸로 만족"

keywrд #할인 #쿠폰 #무상

#### 8.2 8포켓족

할머니, 할아버지, 이모, 삼촌의 성물이 다수를 차지하며, 자녀를 위해 서러면, 무리해서라도 구매하고자 함  
"#야기소파 #큰삼촌 #막내삼촌 #감사합니다"  
"외삼촌 외함모니 고미와용 삼촌이 태어날 짚 돈 많이 쓴 여자가 내려"

keywrд #조카바보 #딸/아들바보 #할미

#### 8.1 홈힐링족

집을 편안하고 안락한 휴식처로 여기며, 모션베드 및 리클라이너가 필수 아이템  
"모션베드 x 넷플릭스 꿀 조합, 매일매일 꿀잠은 물론 책읽고, 영화볼 때 최고의 스팟"

keywrд #편안함 #휴식 #안락

#### 6.4 러버

가구를 구매하며, 이미지와 가구의 이미지가 잘 어울린다고 생각함  
"광고 모델이 맘에 들어서 구매."

keywrд #전면착장 #짱줄음

#### 5.8 싱글올로

고소득 젊은 층으로 해외 여행을 즐기며, 주로 모션베드와 리클라이너 구매  
"깔끔한 디자인과 안락하고 고급진 기능들, 모션베드 200% 대만족"

keywrд #싱글 #올로 #1인

#### 2.1 케이포비아족

화학물질에 민감하여, 친환경 인증을 중시함  
"친환경 소재 인증 받은 가구"

keywrд #친환경 #화학물질 #본드냄새

#### 1.5 가심비족

'비싸지만' 자신의 만족을 위해 구매하며, 자녀방 가구 구매시 가장 두드러짐  
"맘에 들어서 취미생활용 책상지를 ㅋㅋ"

keywrд #자미지름 #비싸지만 #소비오점



# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

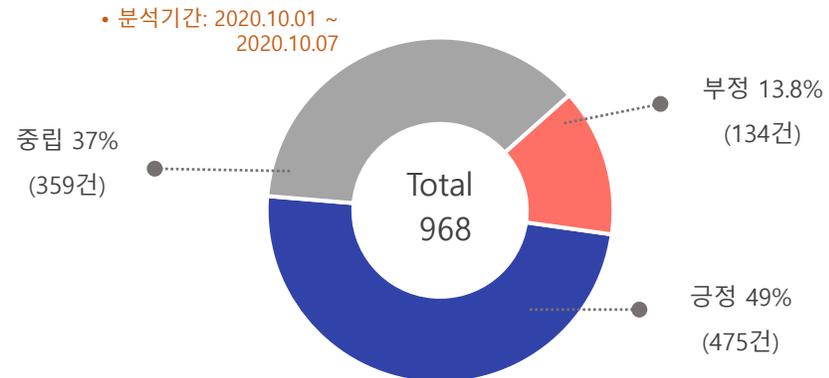
## 4. 일간, 주간, 월간 상품군 트렌드 분석 / 언론 동향 분석을 통한 시장 모니터링

### 주별 분석 > 버즈량 > 긍부정 > 00자동차

주별 버즈량



주별 긍부정 비율



968 버즈

전주 대

35.6%

■ 중립 ■ 부정 ■ 긍정



# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 4. 일간, 주간, 월간 상품군 트렌드 분석 / 언론 동향 분석을 통한 시장 모니터링

### 일간 / 주간 / 월간 이슈 분석

**1 의류** Buz 11,651    **Keywor** 양말, 면, 기본



**베이스얌파, '에센셜 남성용 스포츠 양말'**  
국내산 원사와 엄격한 국내 제조 공정을 갖춰, 견고한 스티커즈 양말이라는 점에서 온라인상 화제.

**2 뷰티** Buz 9,860    **Keywor** 패치, 트러블, 투명



**코멧, '하이드로콜로이드 스팟패치 원형'**  
베셀링 공법과 반칼 공법을 사용하여 피부에 부착 시 자연스러운 제품이라는 점이 호평을 받고 있음.

**3 유아** Buz 5,880    **Keywor** 밴드, 아이스겔



**함소아, '아이스겔 밴드'**  
하이드로겔 함유로 시원한 느낌을 전달한다는 점과 하마 캐릭터를 이용하여 친근함을 더한 점이 인기 요소.

**4 식품** Buz 4,153    **Keywor** 방울토마토,간편



**곰곰, '대추방울토마토'**  
언제 어디서나 먹기 편하다는 점, 그리고 식사 대용이나 가벼운 간식으로 즐기기에 좋다는 점이 화제.

**5 가전** Buz 4,064    **Keywor** 무선, 전기주전자



**키친아트, '라플 솔리드 무선 전기주전자'**  
최대 1.5L의 대용량 주전자로 한 번에 많은 양의 물을 끓일 수 있으며, 물이 다 끓으면 자동으로 전원 차단이 됨.

**6 세안** Buz 3,829    **Keywor** 핸드워시, 향



**아이깨갯개, '핸드워시 손 보송보송'**  
한 번의 펌핑으로도 풍성하고 부드러운 거품. 그리고 선호에 맞게 선택할 수 있는 10가지 타입이 호평을 받고 있음.

**7 가구** Buz 3,584    **Keywor** 의자, 사무용,메쉬



**체어클럽, 'M2 헤드형 블랙 베쉬의자'**  
움직임이 다른 우레탄 바퀴 사용. 공구 없이 누구나 쉽고 간단하게 조립 가능하다는 의자.

**8 영상** Buz 3,115    **Keywor** 빔프로젝터, HD



**씨앤케이, '미니 빔프로젝터'**  
가성비 끝판왕. HD 빔프로젝터로 SNS 상에서 엄청난 인기를 끌고 있음.

**9 홈트** Buz 2,248    **Keywor** 철봉, 문틀, 턱걸이



**아이위너, '흡집 방지 안전 철봉'**  
돌려서 잠그는 형태로 쉽고 빠르게 설치가 가능하며 문틀의 손상 없는 흡집 방지 안전 철봉.

**10 차량** Buz 1,548    **Keywor** 디퓨저, 퍼fum



**쿤달, '차량용 디퓨저 블랙체리향'**  
등나무 소재로 작지만 강력한 발향력을 보여주는 볼 타입의 우드스틱, 쿤달만의 시그니처 향이 화제.

가전/디지털				
순위	1주	2주	3주	4주
1	세탁기	냉장고	청소기	냉장고
2	냉장고	세탁기	공기청정기	TV
3	TV	건조기	핸드폰	오픈
4	건조기	청소기	세탁기	청소기
5	청소기	컴퓨터	냉장고	핸드폰
6	컴퓨터	식기세척기	컴퓨터	건조기
7	핸드폰	TV	건조기	세탁기
8	식기세척기	오픈	식기세척기	컴퓨터
9	공기청정기	공기청정기	오픈	공기청정기
10	오픈	핸드폰	TV	식기세척기

화장품				
순위	1주	2주	3주	4주
1	세럼	크림	크림	마스크팩
2	크림	색조	마스크팩	크림
3	틴트	미스크	세럼	색조
4	오일	마스크팩	오일	세럼
5	미스트	선크림	색조	오일
6	마스크팩	에센스	에센스	립스틱
7	립스틱	립스틱	립스틱	틴트
8	색조	오일	틴트	에센스
9	선크림	틴트	선크림	미스트
10	에센스	세럼	미스트	선크림



• 분석기간: 2020.09.01 ~ 2021.07.31  
• 데이터: 소비자 채널 (트위터, 인스타그램, 블로그, 커뮤니티)



• 분석기간: 2020.10.01 ~ 2021.08.31  
• 데이터: 소비자 채널 (트위터, 인스타그램, 블로그, 커뮤니티)



• 분석기간: 2021.01.01 ~ 2021.06.30  
• 데이터: 소비자 채널 (트위터, 인스타그램, 블로그, 커뮤니티)



• 분석기간: 2021.01.01 ~ 2021.06.30  
• 데이터: 소비자 채널 (트위터, 인스타그램, 블로그, 커뮤니티)

# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 5. 특정 카테고리 소비자 인식 분석을 통한 카테고리 전문성 담보

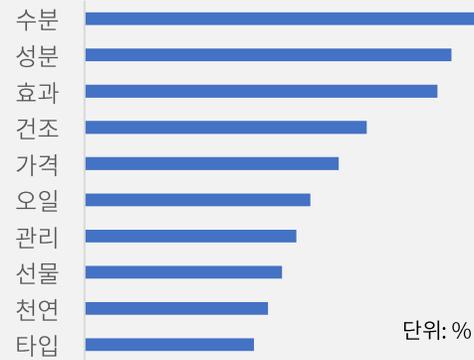
### I 화장품 소비 트렌드 분석

뷰티 산업에 대한 빅데이터 분석을 통해 신상품 출시/소비 경험/브랜드 인식/구매 채널/추천 요소/소비 계층의 특성 등을 분석하고, 이를 통해 신상품의 R&D 및 마케팅 커뮤니케이션의 전략을 도출할 수 있음.

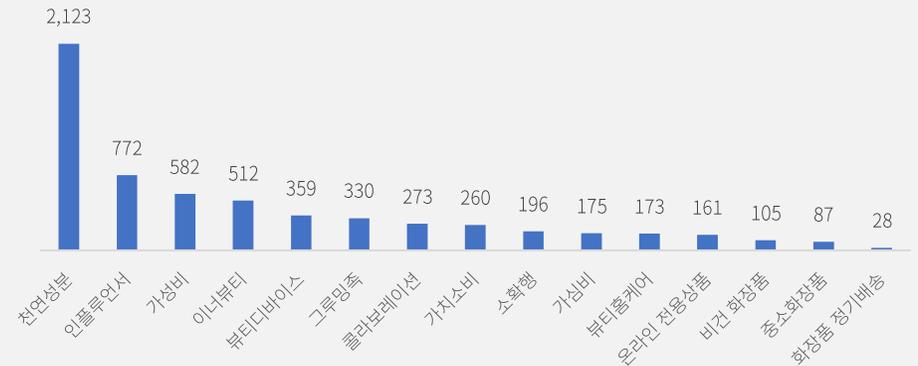
기초 메이크업 구매 시 고려 요소



스킨케어 구매 시 고려 요소



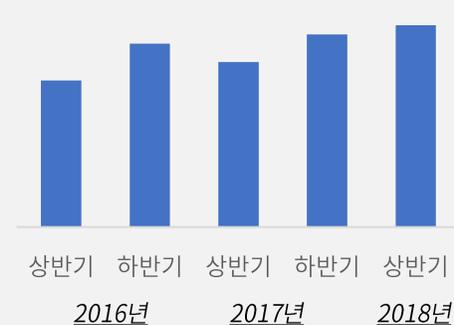
매스 미디어를 통해 확인 된 화장품 소비 트렌드



천연화장품 관심도



유기농화장품 관심도



SNS 인기 뷰티 상품 연간 추이

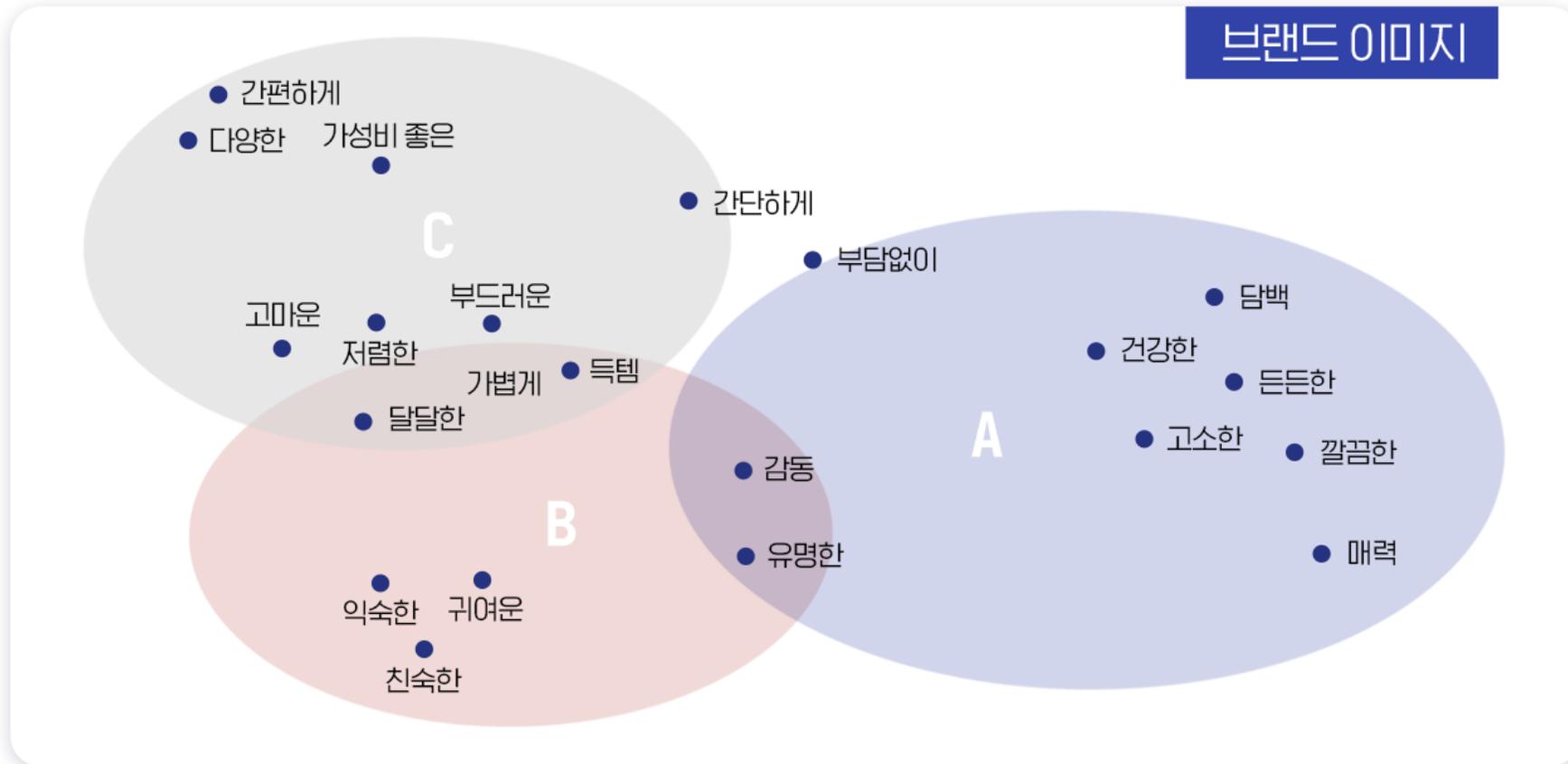


# 브랜드 진단 : 포지셔닝 확인 및 제안

## 1. 소비자 인식과 설문조사 분석 후 브랜드 포지셔닝 맵핑

### ■ 브랜드 인지 지도 분석

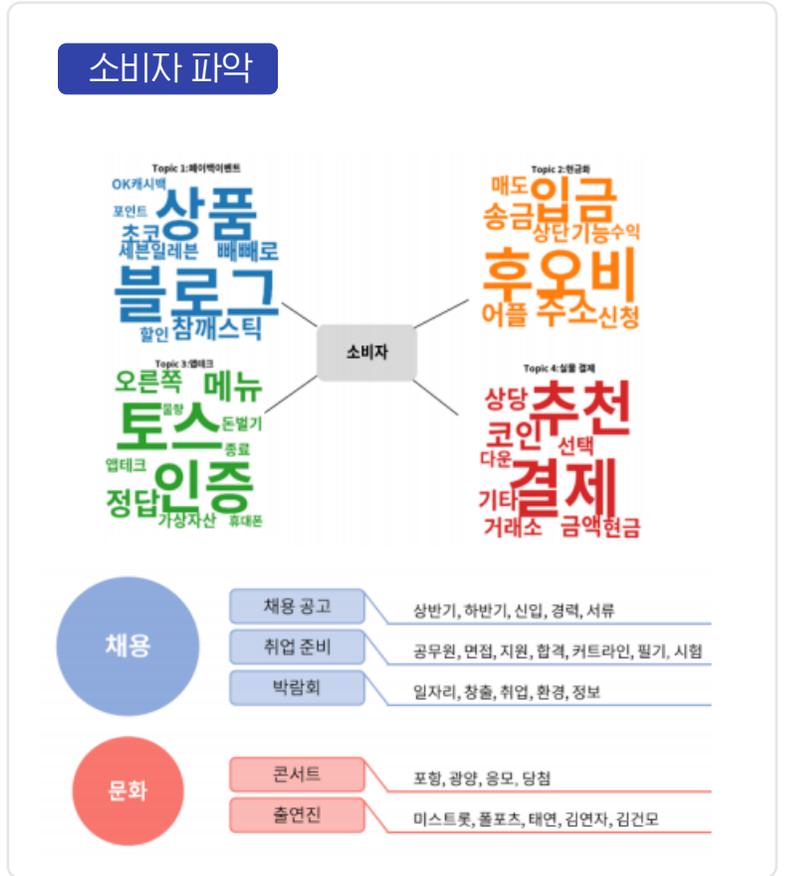
- 소비자 인지 지도 상에서, B는 '귀여운', '익숙한', '친숙한' 등의 이미지와 함께 연상되는 것으로 나타남.
- A는 '건강한', '튼튼한', '고소한', '담백' 등이 연상되며, 자극적이지 않고 건강한 점을 매력으로 인지하는 것으로 분석됨.
- C 시리즈는 '간편한' '가성비 좋은' '다양한' 등의 이미지가 함께 연상되는 것으로 나타남.
- B와 C시리즈가 일상 선물로 애용됨에 따라 '고마운' 키워드 도출됨.



# 브랜드 진단 : 포지셔닝 확인 및 제안

## 2. LDA 토픽 모델링을 통한 콘텐츠 핵심 컨셉 파악

- 콘텐츠를 주제별로 분류하는 기법으로, 산업 시장의 트렌드 및 브랜드 / 경쟁사 / 제품의 구체적인 주제 파악이 가능함.
- 산업 시장에서 경쟁사가 명확하지 않을 경우, 소비자의 보이스를 주제별로 파악하고 싶을 경우 사용.



# 데이터 중심 의사 결정 지원 마케팅 진단 시스템

## 1. 브랜드 진단

브랜드 연관어 버즈 리포트

포지셔닝 확인 및 수정 제안

## 2. 커머스 진단

CRM 분석을 통한 매출 관련 요소 진단

모바일 라이브 커머스(MLC) 진단

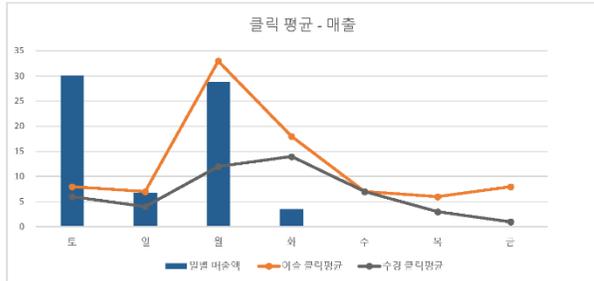
# 커머스 진단 : CRM

## 1. 공구 및 라이브 커머스 매출 분석 - 자사, 타사 쇼핑몰 모두 가능

- 인플루언서의 공구 상품 분석.
- 콘텐츠 및 영향력 분석.

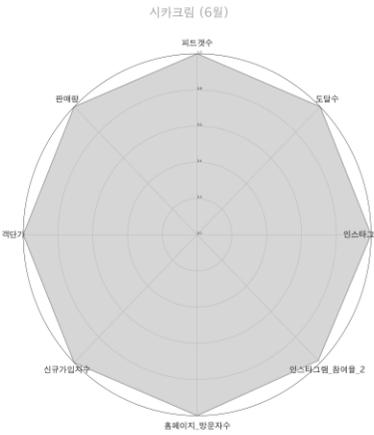
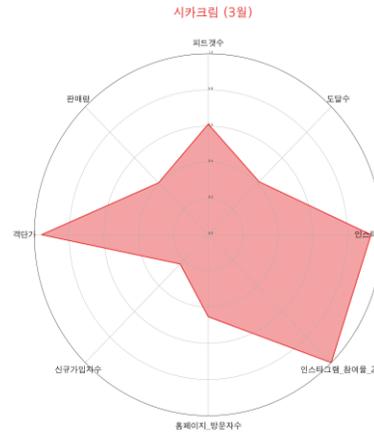
### 인플루언서 공구 전략 분석

결론 & TO DO	> 프리오더 진행 시 마감 예정 안내를 올리는 것이 마지막 구매 유도에 효과적임 > 홍보 게시물의 단조로움 피할 수 있는 자막 활용한 콘텐츠 자주 활용하는 것 추천 (수경 이미지 참조)
------------	--



8월 3주차 8/14(토) ~ 8/20(금)	08월 14일 토	08월 15일 일	08월 16일 월	08월 17일 화	08월 18일 수	08월 19일 목	08월 20일 금	총합	총평균	평균 증감 (8/13 대비)	
□ 인스타그램 (이슈)											
총 팔로워	28,280										-0.10%
신규유입 수	11	15	14	25	11	14	15	105	15	-151.43%	
연말 수	10	21	15	20	31	25	14	136	19	-0.74%	
게시물 수	1	4	4	4	2	5	3	23	3	-4.35%	
평균 도달수	6,070	6,387	5,017	3,811	6,072	5,501	5,990	38,848	5,550	-2.01%	
평균 클릭수	8	7	33	18	7	6	8	87	12	-312.64%	
□ 인스타그램 (수경)											
총 팔로워	31,742										-0.11%
신규유입 수	21	26	24	22	14	19	11	137	20	-43.07%	
연말 수	12	24	27	26	29	23	19	160	23	10.00%	
게시물 수	2	2	4	5	2	3	2	20	3	-10.00%	
평균 도달수	4,687	3,329	6,067	3,382	4,071	4,320	5,975	31,831	4,547	-25.68%	
평균 클릭수	6	4	12	14	7	3	1	47	7	-185.11%	
□ 매출추이											
일별 매출액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
일간 누적매출액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	기준 : 2021년 8월 ~	
주간 누적매출액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	기준 : 2021년 1월 ~	
누적 매출액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	기준 : 2020년 10월 ~	
금주 공구 제품 & 공구 기간	버닝티 8/17 ~ 8/19										*버닝티 매출 정보 공유X
종목별 매출액	플리즈팬츠 : - 원 / 크롭T : - 원 / 개인결제장 : - 원										
차주 공구 제품	8/24 ~ 8/26 - 타투목걸이+팔찌										
기타특이사항	> 플리즈팬츠 프리오더 마감 안내 게시물이 클릭 수 & 도달 수 최고치 - 프리오더의 경우 마감 예정 안내 게시물이 막판 구매 유도에 효과적으로 보임 > 수경 플리즈팬츠 홍보 : 2주 간 자막 활용한 릴스에서 점차 도달 수 향상됨, 틱톡처럼 짧고 눈에 띄는 영상 활용한 것 Good > 타투목걸이 + 팔찌 : 게시물이 자막 활용 & 제품 특성인 반짝임 보여줄 수 있는 영상 활용 Good										

product	피드갯수	도달수	인스타그램_참여율_1	인스타그램_참여율_2	방문수	신규가입자수	객단가	판매량
시카크림 (3월)	11	66,031	0.73	2.48	4,385	19	-	-
시카크림 (6월)	18	159,565	0.78	2.44	9,669	83	-	-



### 판매 상승 이유

- 전반적인 수치가 2배이상 상승함. (신규 가입자수의 경우 3월대비 4배이상 상승)
- 콘텐츠 메시지 차이  
이전 공구(3월) : 제품 설명,장점,고객 후기 위주.  
최근 공구(6월) : 본인 경험,느낌,애정이 담긴 메시지 (최대한 빠르게 하려고 노트북 들고다닌다 등),제 3자(남편,강아지) 자주 등장. 친근감▲
- 신혼여행에 대한 관심,게시물 증가.
- 피드 분위기 변화 (셀카위주에서 이쁜 배경or필라테스or여행으로) and 인스타그램 3월대비 인지도 상승.
- > 이 때문에 도달수도 높아진 것으로 추정.

suevely\_ 백문이불여일견♥

- ✔ 언니들만 맞는거아니예요?
- ✔ 저는 트러블피부는 아닌데 그래도 괜찮아요?
- ✔ 마데카크림은 흡수 잘안되고 밀리는데 괜찮나요?
- ✔ 수분감은 좋은가요?

지난 1차때 구매해주신 고객님의 진후기 한번만 봐주세요 하힛

모든 피부타입 사용 가능하며 특히 민감성, 트러블피부에 효과가 좋아요.  
장담컨대 하루이름 쓰지 마시고 꾸준히 한동안 비워주세요.  
피부결이 달라지는걸 느끼실거예요

들이 값이싸다보니 빨리써서 공구시작하면 저도 10개는 기본으로 구매해요ㅋㅋ

새겨 뜯을때마다 다은부드럽 + 새제품개봉에 느끼는 쾌감♥

지루할 틈도 주지 않는 우리 치유크림



# 커머스 진단 : CRM

## 2. 추천 상품 분석 - 장바구니, 연속 구매 분석을 통한 매출 상품 예측

CaSe\_1 클렌징, 액세서리, 색조, 기초, 바디, 식품, 패션, 잡화.

* frequent_itemsets		
	itemsets_	support
0	기초	0.65
1	색조	0.36
3	액세서리	0.27
6	기초, 색조	0.23
5	클렌징	0.18
7	기초, 액세서리	0.17
4	잡화	0.15
8	기초, 클렌징	0.15
9	색조, 액세서리	0.14
2	식품	0.12
10	기초, 색조, 액세서리	0.11

* association_rules				
	antecedents_consequents	support	confidence	lift
4	기초 -> 클렌징	0.15	0.23	1.25
5	클렌징 -> 기초	0.15	0.81	1.25
6	색조 -> 액세서리	0.14	0.39	1.44
7	액세서리 -> 색조	0.14	0.52	1.44
8	기초, 색조 -> 액세서리	0.11	0.49	1.80
9	기초, 액세서리 -> 색조	0.11	0.65	1.80
10	색조, 액세서리 -> 기초	0.11	0.80	1.22
11	기초 -> 색조, 액세서리	0.11	0.17	1.22
12	색조 -> 기초, 액세서리	0.11	0.31	1.80
13	액세서리 -> 기초, 색조	0.11	0.42	1.80



- 기초 <-> 클렌징
- 색조 <-> 액세서리

간의 연관 관계가 가장 의미 있게 나타남.

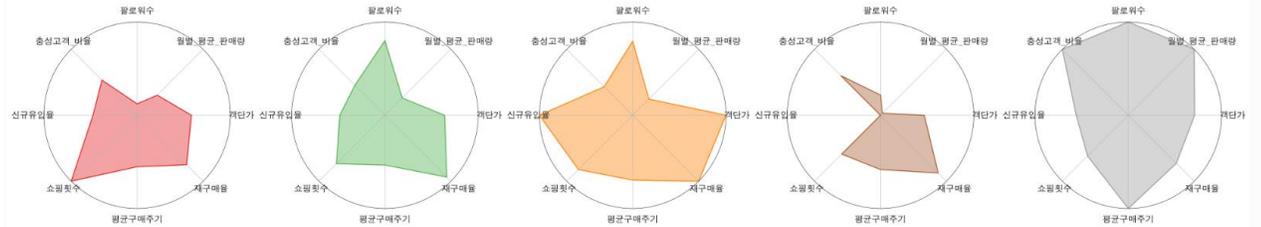
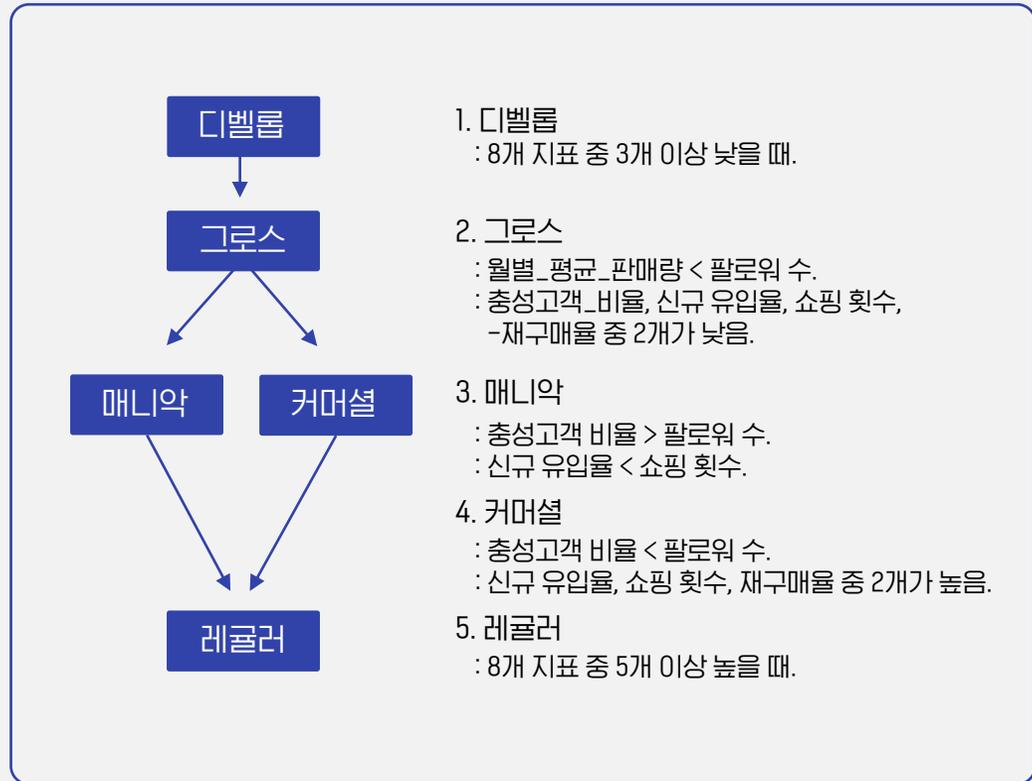
# 커머스 진단 : CRM

## 3. 세그먼트 분석을 통한 타겟 마케팅 강화

- 핵심 주요 지표를 통한 등급화.
- 고객 등급의 세분화 및 Tree Map 시각화.

### ■ 쇼핑몰 데이터 관리 및 타 인플루언서 비교를 통한 포지셔닝

지표(8개) : 팔로워 수(명), 월별 평균 판매량(원), 객단가(원), 재구매율(%), 평균 구매주기(일), 쇼핑 횟수(달), 신규유입율(%), 충성고객 비율(%)



등급	회원수	판매량	평균 구매횟수(달)	평균 구매횟수(주)	객단가
<b>vvip</b>	65 (2.72%)	-	1.41	0.3525	-
<b>vip</b>	35 (1.47%)	-	0.92	0.23	-
<b>잠재vip</b>	91 (3.81%)	-	0.7	0.175	-
<b>normal</b>	2,196 (92.00%)	-	0.17	0.0425	-



# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

## 1. 인플루언서 계정 분석을 통한 셀러 포지셔닝 및 피드 분석 및 제안

### 인기 게시물 해시태그 분석

\* '좋아요' 기준 상위 100개 콘텐츠

해시태그	count
1 #셀스타그램	20
2 #힐업운동	16
3 #종반	15
4 #데일리룩	15
5 #다이어트	13
6 #selfie	13
7 #얼스타그램	12
8 #요가복	12
9 #레깅스	12
10 #ootd	12
11 #신용필라테스	11
12 #유지어터	11
13 #뱃살빼기	11
14 #크롭티	11
15 #대치동필라테스	10
16 #운동하는여자	10
17 #레깅스추천	9
18 #애플힙	9
19 #셀스타그램	9
20 #홈트	8

### 비인기 게시물 해시태그 분석

\* '좋아요' 기준 하위 50개 콘텐츠

해시태그	count
1 #유지어터	5
2 #다이어트	5
3 #바네티	4
4 #자네티	4
5 #홈트	3
6 #시단일기	3
7 #멜드아포테케	3
8 #멜드프생트노래	3
9 #멜드프공구	3
10 #가을필라테스북	3
11 #필라테스강사	3
12 #필라테스북	3
13 #내돈내산	3
14 #칼로리컷팅제	3
15 #클라겐크림	3
16 #클라겐추천	3
17 #멜드아포테케선크림	3
18 #여성장결제	2
19 #천연상푸	2
20 #바이라상푸	2

- #셀스타그램, #selic, #얼스타그램처럼 얼굴이 가깝게 노출된 셀카 사진이거나, #힐업운동, #다이어트, #요가복과 같은 운동 게시물인 인기가 높음
- 게시물에 비해 해시태그 수가 높지 않아 게시물 당 해시태그 수를 높여야 될 필요가 있음

### 인스타그램 내용 및 댓글 분석으로 셀러 포지셔닝 잡기

word	count
사용	88
예쁜	80
호소	77
피부	69
공구	67
주문	64
선크림	61
구매	60
추천	53
내일	46
좋아하	44
오른	43
쿠션	39
사진	37
바르	36
루이우이	36
가능	36
만나	34
제품	33
브이	31

word	count
언니	57
예쁜	46
이쁘	39
진짜	35
예리	17
구매	15
사랑	14
감사	13
알굴	11
어머	11
이열	10
귀엽	9
인형	9
머리	8
예뻐	8
드리	8
확인	8
오늘	8
종말	8
아름	8

- 전반적으로 다이어트 식품 게시물인 인기가 낮은 것으로 보임
- 또한, 제품 사진만 업로드한 빈도가 높았던 밴드프, 자네티 게시물인 인기가 낮은 것으로 보아 제품을 든 셀카 사진을 업로드하는 것을 추천 드림

### 주제별 게시물 반응 포지셔닝

주제	평균 좋아요 (X)	반응률 (Y)
애완동물	~250	~10
음식	~350	~12
공구	~350	~15
운동	~450	~15
일상	~450	~18

- '일상', '운동' 주제의 게시물 반응도가 가장 높았음
- 대부분 얼굴이 가깝게 보이는 사진으로 좋아하, 댓글 반응도 모두 높은 것으로 보임
- '공구' 게시물 중 댓글 이벤트를 진행했었지만, 제품만 노출된 게시물은 댓글 반응도가 낮아 평균 수치가 낮은 것으로 보임

### '일상' 게시물 분석

눈코 뜰새없이 바쁜하루

"사랑스러워요" "넌 이뻐요" "웃 정도 알려주세요"  
"립 어떤 제품 바르세요?" "존에"

날씨 맑음

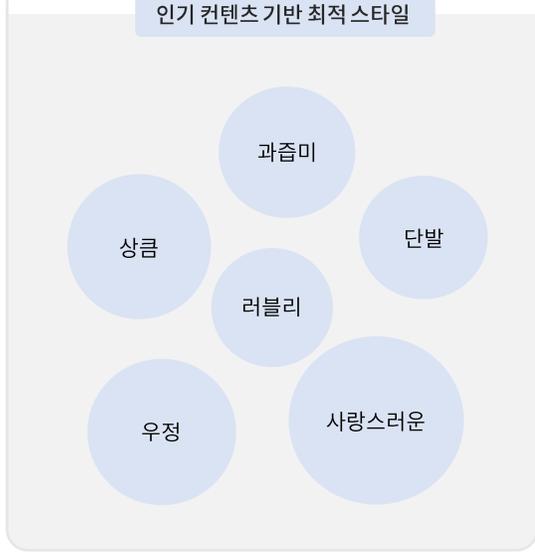
#셀스타그램 #selfie #데일리룩 #ootd

"이뻐서용" "웃는 모습이 쩡" "좋은하루 보내요~"

어제 자 2020 첫 한강  
암것도 안하고 하늘만 보고있어도 행복해  
#셀스타그램 #selfie #피크닉 #데일리룩

"언니 저도 한강이었는데" "너무 예뻐요" "아름답습니다"

- '일상' 게시물의 대부분이 셀카 사진이며, 인플루언서의 외적 모습을 좋아하는 팔로워들에게 큰 관심을 받는 것으로 보여짐
- 인플루언서와 비슷한 연령대의 여성 팔로워들이 '일상' 게시물에 메이크업 정보를 요청하는 경우가 있음

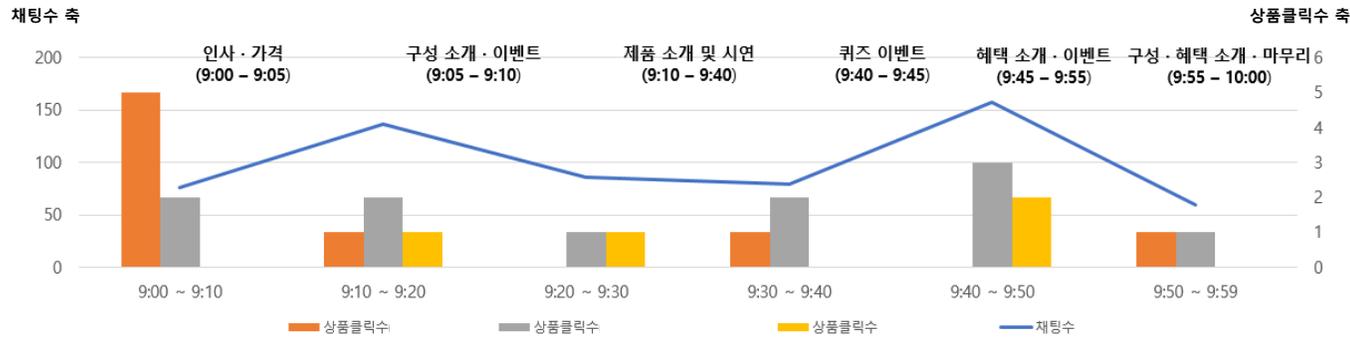


# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

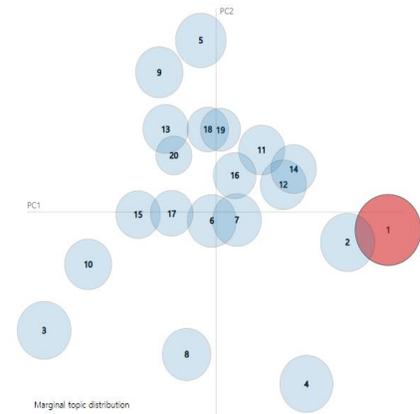
## 2. 라이브 커머스 진행자 멘트 분석을 통한 셀링 컨셉 분석

- 구간별 단어 언급 시각화.
- 멘트 - 매출 상관관계 분석.
- 멘트 구매 설득 전략 10요소 토픽 모델링 분석.

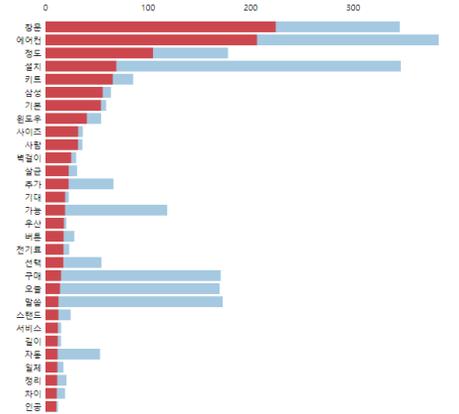
### 라이브 커머스 및 인스타 라이브 분석 보고서 예시



Intertopic Distance Map (via multidimensional scaling)



Top-30 Most Relevant Terms for Topic 1 (9.5% of tokens)



소호스트 멘트	키워드 클라우드 1	키워드 클라우드 2	키워드 클라우드 3	키워드 클라우드 4	키워드 클라우드 5	키워드 클라우드 6
쇼호스트 멘트	지우다, 세트, 소개, 라이브, 사용, 아이디어	지우다, 클렌징, 바르다, 사용, 제품, 피부	클렌징, 사용, 제품, 피부, 세트, 추천	제품, 사용, 클렌징, 바르다, 세트, 추천	제품, 사용, 클렌징, 바르다, 세트, 추천	세트, 사용, 클렌징, 바르다, 세트, 추천
소비자 댓글	가격, 제품, 이벤트, 구매, 리뷰	클렌징, 양배추, 화장, 제품, 피부	오늘, 피부, 클렌징, 제품, 피부	주스, 양배추, 클렌징, 제품, 피부	취중, 구매, 비건, 제품, 피부	아이스크림, 제품, 양배추, 클렌징, 제품, 피부

화자명 | 음성 결과 신뢰도

타임라인 | 평내입 | 인식결과 편집 | 전체 보기

00:04 ~ 00:19 | Audio | 오늘 쿠키 런칭 이벤트가 왔습니다. 정말, 지금 많은 분들이 참여해 주고 계시는데 오늘 엄청난 상품인거 가지고 왔어요. 여러분들 고기 좋아하시나요, 저도 고기 진짜 좋아하는데요, 요즘 외식도 안되고

00:19 ~ 00:37 | Audio | 그렇다고 집에서 고기를 구워먹거나 기름 튀기고 뒷정리하는 게 그게 쉬운 일이 아니거든요, 그래서 저희가 준비했어요. 이제는 집에서 간편하고 빠르고 맛있게 해먹을 수 있는 저희 삼성에서 아주 완벽한 제품을 준비했습니다.

# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

## 3. 사전 유입 광고 효과 분석을 통한 ROI 분석

Google analytics와 firebase를 활용한 웹/앱 매체별 유입, 전환율 등의 사용자 행동 패턴 분석

### 데이터 분석 종류 및 범위

#### 퍼널 분석

AARRR 모델 기반 유입, 활동, 재방문, 매출, 확산 과정 내 이탈 포인트 발굴

#### 유입 분석

소스/매체별 유입 분석을 통한 매체 효율성 파악 (유입량, 체류시간, 구매 수, 전환율 등)

#### 키워드 분석

키워드 분석을 통한 소비자 니즈 파악 (유입 및 사이트 내부 키워드)

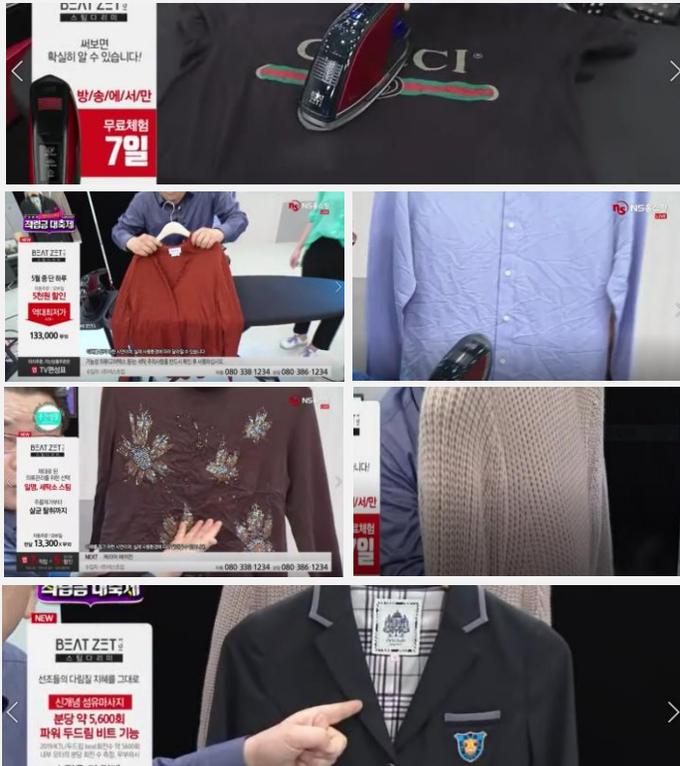
### 웹/앱 매체별 유입 사용자 유지율 예시



# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

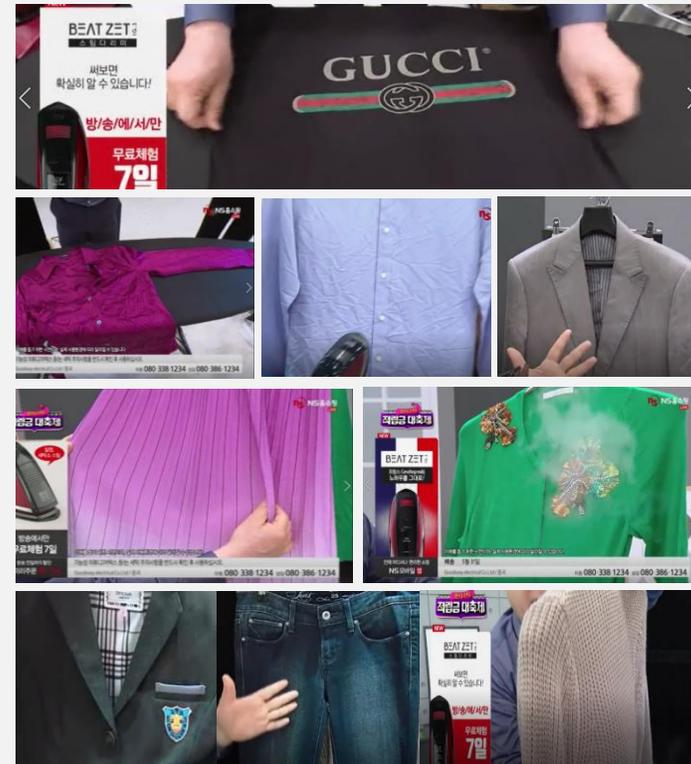
## 4. 영상 시퀀스 효과 분석 - A/B 테스트 활용 판매 조건 효율화

A안 : 5월 18일



양복 바지  
프린트된 면티  
실크  
와이셔츠  
장식 니트  
교복  
털실 스웨터  
(스팀이 뚫고나옴)

B안 : 5월 29일



양복 바지  
프린트된 면티  
실크  
와이셔츠  
정장 자켓  
치마  
장식 니트  
교복  
청바지  
털실 스웨터

> A 안과 B 안 비교 시 A 안 매출이 더 잘 나옴

: 시안 B 시연에서 추가된 정장 자켓, 치마, 청바지 소재가 스팀다리미의 효과를 시각적으로 보여주는 소재로서 한계가 있어 소비자 주의가 분산되었다는 판단

# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

## 5. 라이브 커머스 경쟁사 분석 - 경쟁사 모니터링 및 시장 트렌드 파악

- 경쟁사 방송 모니터링 : 경쟁사 브랜드 및 라이브 커머스 일정 파악
- 데이터 수집 : 영상별 로그 데이터(재생수, 좋아요수) 추출

### 라이브 커머스 경쟁사 분석 보고서

연달 주차	번호	날짜	요일	시간	제조사	브랜드	채널	상품 부서	상품 담당자	구분	품목	상품명 (모델명)
0월0주차	메시	6/1	화	17시	삼성	비스포크	11번가	오픈마켓	2G	생가	정수기	RWP71411AAP(냉온정수) RWP71210AAP(냉정수) RWP71110AAP(정수)
~6월 3주차	1	3/15	월	20시	LG	퓨리케어	네이버			생가	공기정정기	LG 퓨리케어 360도 공기정정기 알파 2단 (AS351NNFA) LG 퓨리케어 360도 공기정정기 알파 1단 (AS201NNFA)
~6월 3주차	2	3/30	화	19시	LG	퓨리케어	카카오			생가	공기정정기	LG 퓨리케어 360도 공기정정기 알파 2단 + 인공지능 센서 (AS351NBFAA) LG 트롬 워시타워 세탁기21kg/스팀건조기16kg (F21VDD+RH16VT) LG 트롬 워시타워 세탁기19kg/스팀건조기16kg (F19WDBU+RH16WTANA) LG 트롬 워시타워 세탁기21kg (F21VDD) LG 트롬 워시타워 세탁기19kg (F19WDBU)
~6월 3주차	3	4/11	일	11시	LG	트롬	11번가			생가	세탁기/건조기	LG 트롬 워시타워 세탁기21kg (F21VDD) LG 트롬 워시타워 세탁기19kg (F19WDBU)
~6월 3주차	4	4/11	일	19시	LG	퓨리케어	11번가			생가	공기정정기	LG 퓨리케어 360도 공기정정기 알파 2단 + 인공지능 센서 (AS351NBFAA) LG 퓨리케어 360도 공기정정기 2단 (AS28DDWFC) LG 퓨리케어 360도 공기정정기 넷 플러스 2단 (AS301DRPA) LG 퓨리케어 360도 공기정정기 넷 플러스 1단 (AS191DNPA) LG 울트라기어 게이밍 모니터 24형 (24GN65D) LG 울트라기어 게이밍 모니터 27형 (27GN65D)
~6월 3주차	5	4/14	수	19시30분	LG	울트라기어	카카오			IM	모니터	LG 울트라기어 게이밍 모니터 32형 (32GN65D)
~6월 3주차	6	4/16	금	14시	SK매직		11번가			생가	식기세척기	SK매직 12인용 터치온 식기세척기 (DWA-801D/80D6B) SK매직 3인용 무상치 식기세척기(DWA-2810) LG전자 그램 360 울시디안볼텍 16인치 i5 (16TD90P-GX50K) LG전자 그램 360 토포조그린 14인치 i3 (14TD90P-GX30K) LG전자 그램 360 토포조그린 14인치 i5 (14TD90P-GX30K) LG전자 그램 360 웨츠살비 16인치 i5 (16T90P-GA56K)
~6월 3주차	7	4/20	화	11시	LG	그램	11번가			IM	노트북	LG전자 그램360 울시디안볼텍 14인치 i7 (14T90P-GA76K)
~6월 3주차	8	4/20	화	19시30분	파세코		카카오			생가	정문형 에어컨	파세코 장문형 에어컨 원버터형 (PWA-3250W) 파세코 장문형 에어컨 정속형 (PWA-2250W)
~6월 3주차	9	4/21	수	20시	LG	오브저	11번가			생가	냉장고	LG 오브저컬렉션 4도어 1등급 냉장고(그레이 블랙) - 정확한 모델명 확인 불가 LG 오브저컬렉션 4도어 1등급 냉장고(메이지 글라스) - 정확한 모델명 확인 불가 LG 오브저컬렉션 메릭스태이스 4도어 냉장고 (노크아웃 핑크) - 정확한 모델명 확인 불가

### 경쟁사 모니터링

: A사 토포리 (21.08.10.화 19:00~20:00)

날짜	요일	시간	제조사	브랜드	채널	구분	품목	상품명 (모델명)	노출구좌	제작주제	메인호스트	게스트	view	좋아요수	방송 URL	기획전	이벤트
8/10	화	19시	A사		11번가	AV	우선 이어폰	A 토포리 B 토포리 C 토포리 D 토포리 E 토포리 F 토포리	오픈라이브	11번가	-	-	확인불가	확인불가	https://live11.11st.co.kr/output/20210810_19hive_full/Default/MP4/20210810_19hive_full.mp4		

#### [라인업(색상/구성) 소개]

#### [제품 기능 소개]

#### [이벤트 및 혜택소개]

**THANK  
YOU**

