

# 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



# ORGANIZATION

풀 벨류 체인 시스템 시장을 선도해 나갈 수 있는 조직과 인프라를 갖추고 있습니다.  
 전략적이며 전문화된 기획과 끊임없는 스테디, 다채로운 네트워크를 바탕으로  
 프로젝트를 성실히 수행합니다.



# STORY CONTINUES

LAB543은 독특합니다.

디지털 전문가, 카피라이터, 포토그래퍼, 데이터 분석가, 브랜드 디렉터, 제품개발자, 컨설턴트 등 다양한 이력을 가진 이들이 함께 고민하고 있습니다.

변화하는 마케팅 환경에 대한 끊임없는 스테디로 조직의 역량을 최상으로 유지합니다.



# AWARDS

- 2021 Social i-Award 엔터테인먼트 인스타그램 분야 대상 - 다이아 티비 공식 인스타그램
- 2021 Social i-Award 영상콘텐츠 블로그 분야 대상 - 다이아 티비 공식 포스트
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Grand Prix - 정물 '정물의 법칙' 캠페인
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Winner - 타타대우 상용차 브랜드 필름 '인생트럭'편
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Grand Prix - 페이코인 'CU: 페이코인으로 시원하게 깎았씨유~'편
- 2019 서울영상광고제 BITV 부문 파이널리스트 - PlayStation4 미니드라마 가족 - 아버지의 플레이스테이션
- 2019 서울영상광고제 BITV 부문 파이널리스트 - 오설록 제주 화산암차 '40년의 여정'
- 2019 서울영상광고제 Craft 부문 파이널리스트 - 한라그룹 만도 브랜드 필름 '순발력이 실력이다' 편
- 2019 &Award Entertainment 부문 Grand Prix - PlayStation4 미니드라마 가족 - 아버지의 플레이스테이션
- 2019 &Award Mid-Sized Company 부문 Grand Prix - 한라그룹 만도 브랜드 필름 '순발력이 실력이다' 편
- 2018 대한민국마케팅 대상 디지털 부분 1위 - SK 매직 SNS(페이스북, 인스타그램) 외 포스트, 블로그, 카페
- 2018 서울영상광고제 작품상부문 동상 - PlayStation4 허락을 위한 분명한명분캠페인 (1~3편)
- 2018 서울영상광고제 BITV부문 파이널리스트 - PlayStation 4 허락을 위한 분명한명분1편
- 2018 서울영상광고제 BITV부문 파이널리스트 - '오설록 윤한 그리고 제주 편' 캠페인
- 2018 &Award Social Media부문Grand Prix - 현대카드페이스북캠페인
- 2018 &Award ENTERTAINMENT 부문 Grand Prix - PlayStation4 허락을위한 분명한명분캠페인 (1~3편)
- 2017 대한민국온라인광고대상Creative부문 우수상 - PlayStation4 CM 허락보다용서가 쉽다 캠페인
- 2017 서울영상광고제작품상 부문 동상 - PlayStation4 Slim 런칭 CM : 유부남편
- 2017 서울영상광고제BITV부문 파이널리스트- PlayStation4 Slim 런칭 캠페인
- 2017 서울영상광고제BITV부문 파이널리스트- PlayStation4 Slim 런칭CM : 솔로남 편
- 2017 &Award DIGITAL AD Grand Prix - PlayStation4 Slim 런칭 캠페인
- 2016 &Award DIGITAL AD WINNER - 잇츠스킨페이스북캠페인



# FILM PORTFOLIO

#Health Food

# 정물

2020 정물의법칙 디지털 캠페인 영상 제작



3편의 범퍼애드 / 1편의 15초



풀버전 영상 1편



찾았다!!!

#Game

# Playstation

2014 - 2020 소니 플레이스테이션 디지털CM영상 제작



PlayStation®4 허락을 위한

## 분명한명분

제 1 화

PS4 런칭 디지털 CM

- from PlayStation

PS4 런칭브랜드 TVC

PlayStation. 미니드라마 (가족)

## 아버지의 플레이스테이션

바이럴 웹드라마

#Social Media

# Tik Tok

Tik Tok 사용자 확대를 위한 온라인 바이럴 디지털CM영상 제작



#극한반전 이벤트 티저 영상



#극한반전 이벤트 온라인 CM



#Motors

# 한라그룹 만도

한라그룹 자동차부품 전문 기업 만도 디지털CM영상 제작



우리는 한 단계 더 진보된 자율주행 반응속도를 보여주려 한다.



#F&B

# 오설록

2018-2020 오설록 디지털CM영상 제작

흙, 물, 빛, 바람, 그 인고의 시간을 지나  
찾아낸 뿌리내립니다.



제주화산암차 디지털 CM



오설록 세작 x 이광호 콜라보 바이럴 필름



오설록 x 윤한 콜라보 바이럴 필름

#Cryptocurrency

# 다날 페이코인

2019-2020 다날 페이코인 디지털CM영상 제작





# PERFORMANCE PORTFOLIO

# 운영 카테고리 다각화를 통한 퍼포먼스 성과

- 브랜드 인지 / 트래픽 / 구매 전환 3개의 목표로 운영
- 각 목표를 강사향, 수강생 향으로 다각화 하여 타깃 맞춤형 광고 운영

## · Result

도달 목표

**14,000,000건**

최종 도달

**44,410,750건(목표대비 300% 달성)**

# 누구든지 강의하고 누구든지

**철이 없었죠..**  
**Udemy**를 몰랐다는게..  
 온라인 재능성장 플랫폼 **유데미**

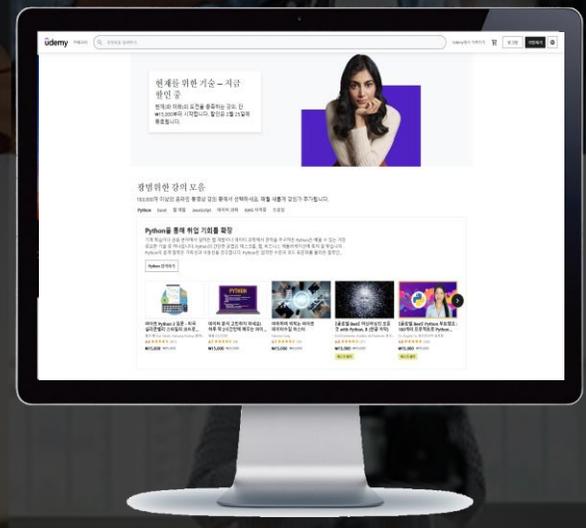
[더 알아보기](#) 

**강사도 학생도**  
**원-원!**  
 온라인 재능성장 플랫폼

[더 알아보기 >](#) 

**UDEMY로**  
**돈버는 스펙 장착!**  
 온라인 재능성장 플랫폼

[더 알아보기 >](#) 



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다

# GA분석을 통한 퍼포먼스 마케팅 최적화

- 콘텐츠 페이지내 행동 분석
- GA 성과수치를 통한 효율 분석 토대 정립
- A/B테스트를 통한 광고 최적화

ROAS 중심의 매체 선정 및 SA 예산 비중 증대(DA 6 : SA 4 -> DA 4 : SA 6)  
이를 통한 매체 재편성 및 광고 운영 진행

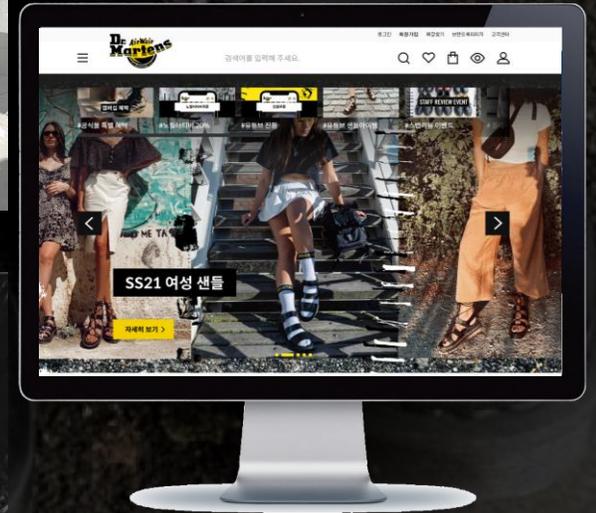
## · Result

계정 이관 후 검색광고 ROAS

**347% 증가**(GA수치 기준)

일 평균 신규 방문자

**1,500여명 상승**



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다

# 소비자 보이스 분석을 통한 컨셉 도출

- 화장품 후기 어플 속 소비자 보이스를 분석하여 인사이트 도출
- SNS 및 Portal Site / Community 버즈 데이터 분석을 통한 소비자 보이스 획득

키워드 분석을 통해 「비건 화장품」에 대한 소비자 핵심 관심도 파악  
이를 통해 공식몰로 유입을 위한 「동물 실험 반대 캠페인」 진행

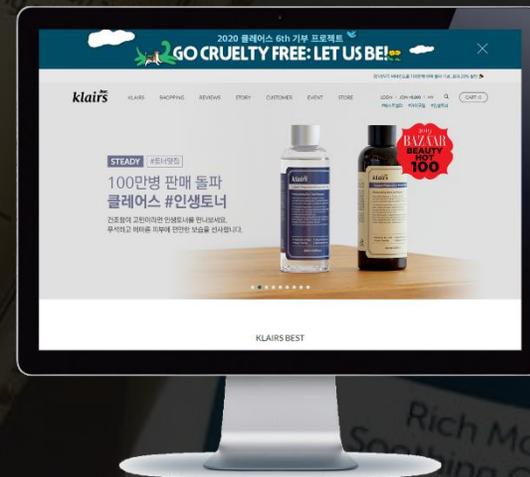
## Result

공식 홈페이지 사용자 유입

**45% 증가**

캠페인 기간 내 ROAS

**1200% 달성**



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다

## 타겟 분석 & 프로모션을 통한 매출 증대

- 브랜드 매출 및 유통 구조 분석
- 웹사이트 사용자 활동 패턴 분석

10-20 타겟 소비자의 행동 패턴 및 관심사 분석

인플루언서 활용을 통한 직접적인 소비자 커뮤니케이션 진행

유통 채널 다변화로 기존 오프라인 채널 외 온라인 편집샵 위주 유통 제안

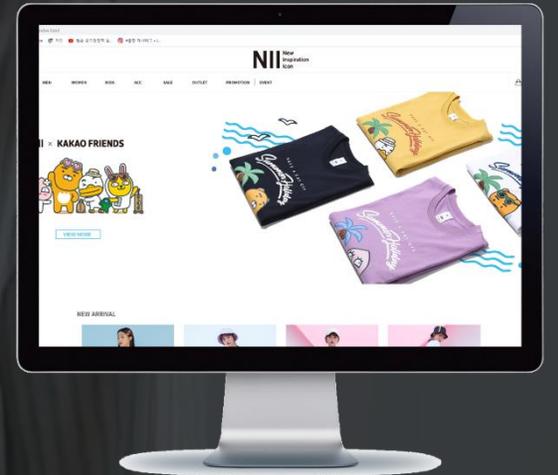
### · Result

캠페인 기간 인기상품

**50% 매출 상승**

이후 평균 매출

**38% 판매율 상승 기록**



## 체리피커 예측을 통한 성과 최적화

- 내부 로그 데이터 분석을 통한 사용자 특성 및 행태 분석
- 온라인 버즈 데이터 분석을 통한 브랜드 평판 모니터링

리워드 지급 인원 및 금액 시뮬레이션을 통해 손해도를 줄이고 최적 효율 이벤트 진행  
군집화, 거래 패턴, 사용자 분석을 통해 비정상 거래 사용자 선별 후 대응

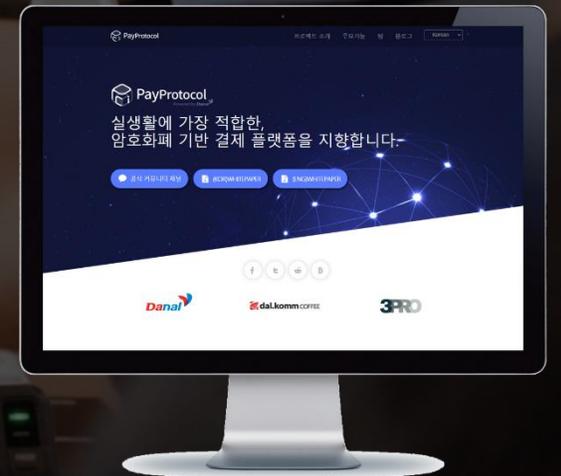
### · Result

장기간 캠페인을 통해

**가입자수 2500명에서  
현재 41만 3600명 증가**

코인 유통량

**1600만개 돌파**



## 사용자 행동 분석을 통한 기부 앱 다운로드 극대화

- 콘텐츠 및 사용자 행동패턴 분석
- Python을 활용한 Cohort 분석

높은 이탈률의 원인이 APP 유입 직후 나타나는 설문 단계임을 파악  
이를 개선하기 위해 기존의 “건너뛰기” 버튼의 UI 변경을 통해 이탈률 개선  
기부 콘텐츠에서 특정 카테고리 및 단체를 통한 모금액이 높은 것을 파악하고  
해당 분야 단체와 협업 및 홍보 추진

### · Result

구글플레이/앱스토어 이탈률

**35% 감소**

앱다운로드 전환률

**20% 증가**

## 웹 사용성 분석 및 메인 페이지 리뉴얼

- 콘텐츠 페이지내 행동 분석
- 퍼널 분석을 통한 이탈 포인트 탐색

이탈률 50% 내 주력 콘텐츠 위치를 변경하는 테스트 결과 도출  
이를 통한 메인 페이지 리뉴얼 진행

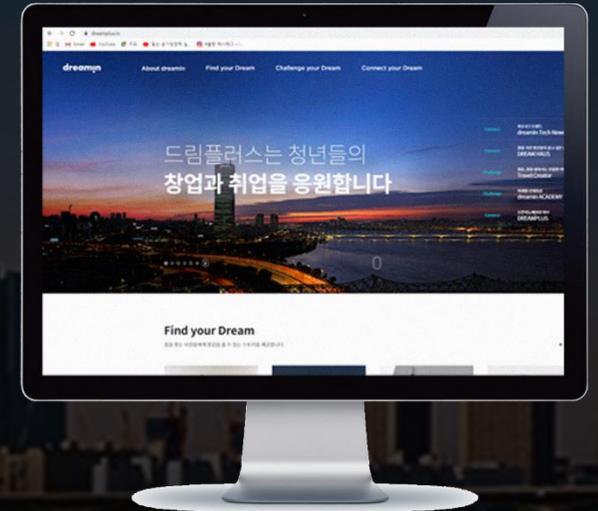
### · Result

웹페이지 리뉴얼 후 유입자 수

**13% 증가**

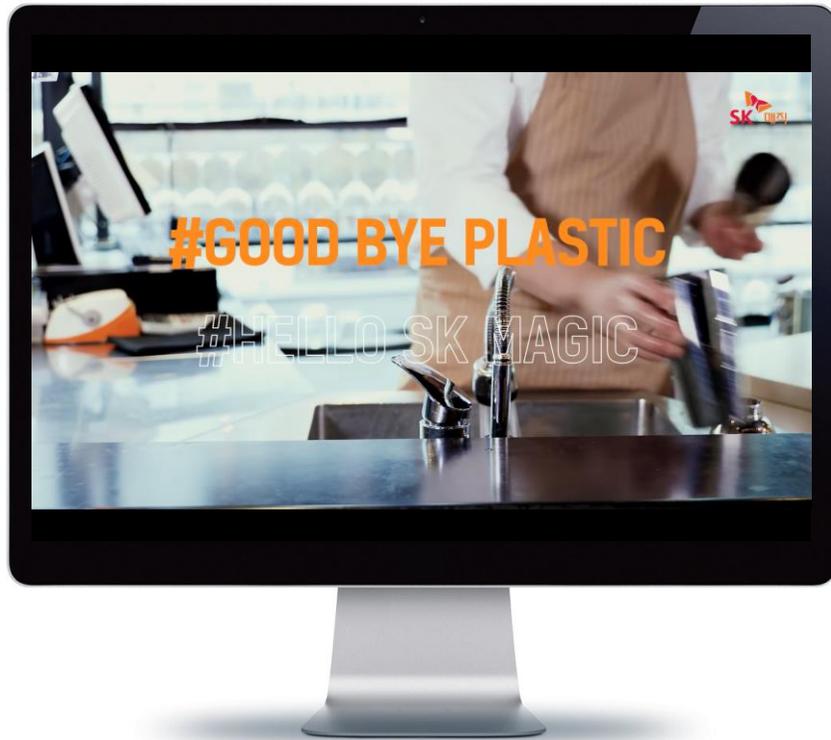
페이지 체류시간 / 주력 콘텐츠 전환율

**40% 증가 / 18% 증가**



# YOUTUBE PORTFOLIO

**SK매직 유튜브 연간 대행**  
 캠페인 바이럴 및 이벤트 영상 제작



**SK MAGIC**

# 플레이스테이션 유튜브 연간 대행

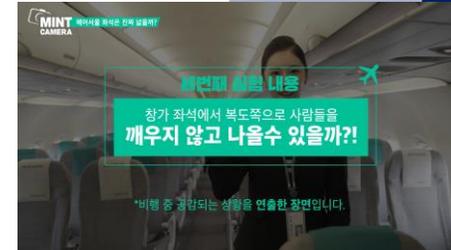
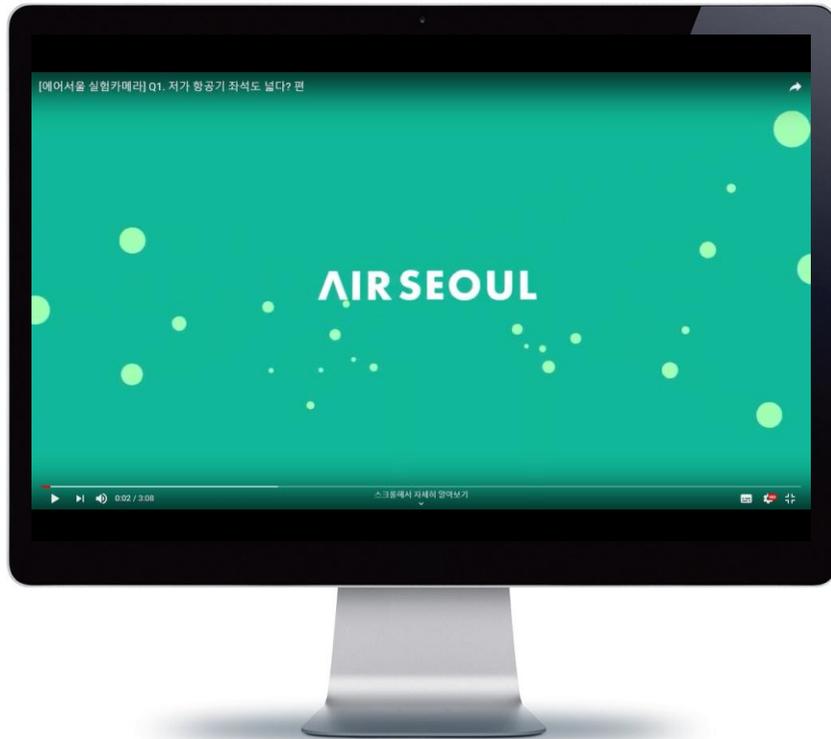
'드래곤 퀘스트@X 지나간 시간을 찾아서™' 한국어 버전 Web CM  
Reaction Video Series / 이 "세키로" 정했다 시리즈 외 다수



# Playstation

# 에어서울 실험카메라 시리즈

항공사에어서울 유튜브 콘텐츠, 기내의 특징을 실험카메라 형태로 제작



**첫번째 실험 내용**

- 실제 키 : 190.4cm
- 실제 몸무게 : 약 0.1톤
- 직업 : 엄마 아들
- 꿈 : 100만 유튜버

과연, 편안하게 일반 좌석에 앉을 수 있을까?



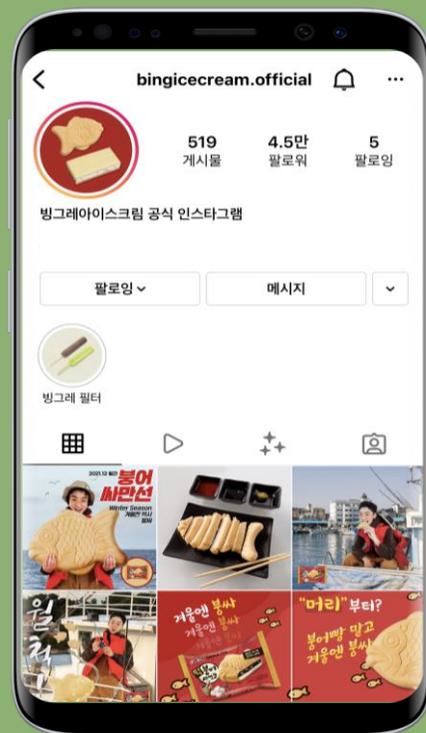
# AIR SEOUL



# SNS PORTFOLIO

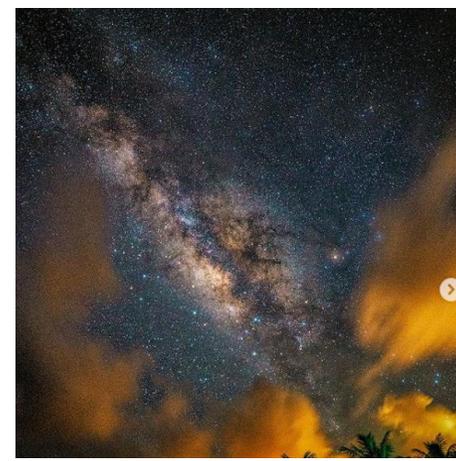
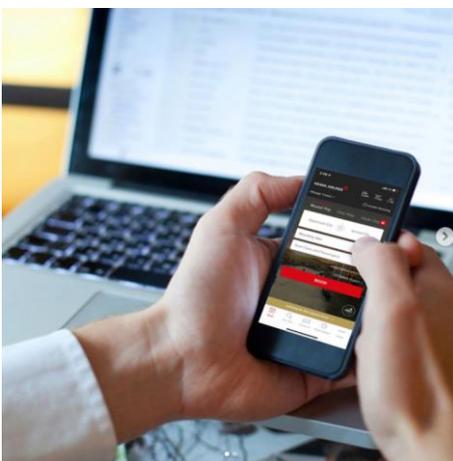
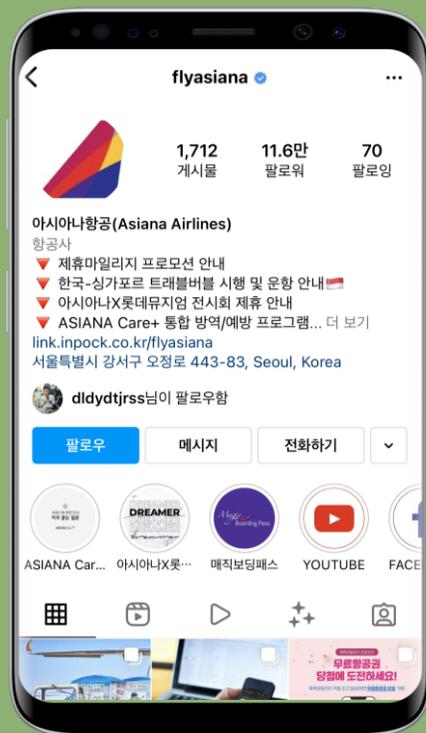
# 빙그레 아이스크림

Instagram / 제품 ASSET 활용, 눈에 띄는 특징을  
감정, 이슈, 정보성 콘텐츠에 컨셉화하여 운영



# 아시아나

Instagram / AR 필터 개발과 같은 최신 트렌드 반영과 지속적인 콘텐츠 개발을 통해 주요 팔로워 타겟을 확장하여 운영



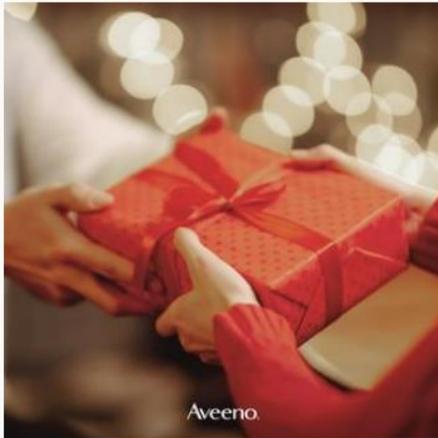
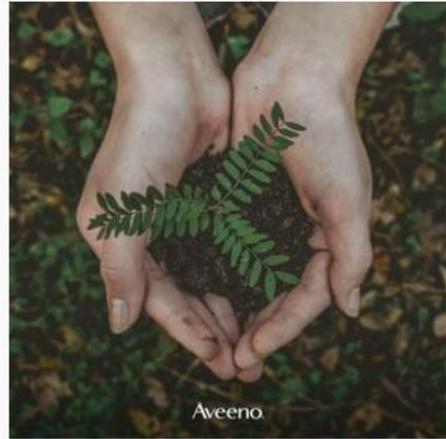
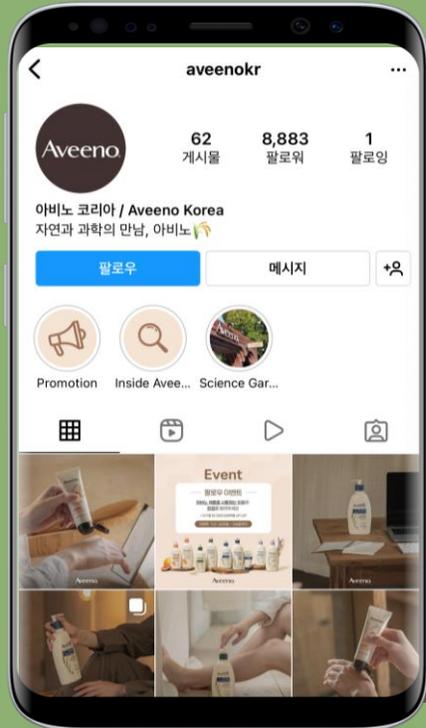
# 싸이닉

건강한 아름다움과 올바른 뷰티습관을 전달하는  
스킨케어브랜드 SCINIC 연간 운영



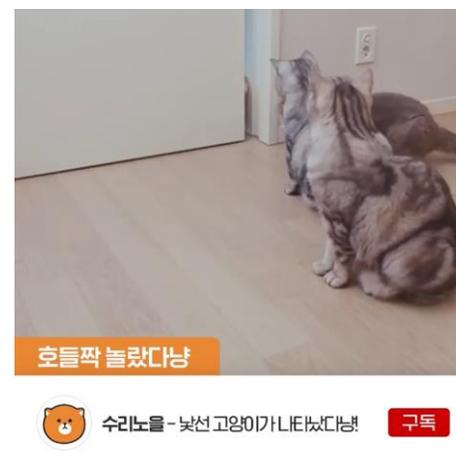
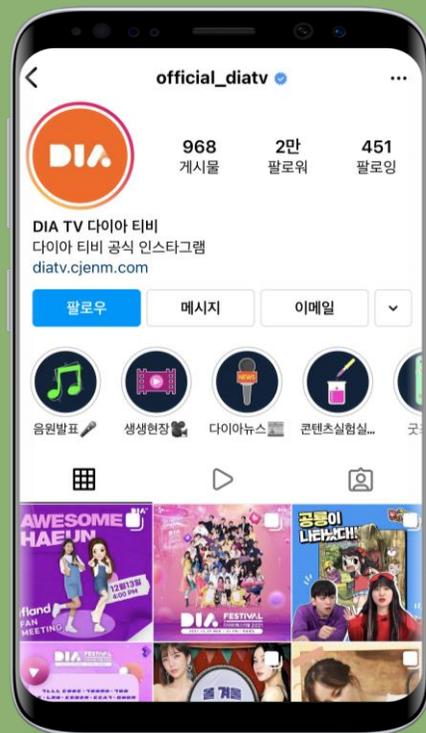
# 아비노

Instagram 채널 운영 및 관리



# 다이아 TV

Instagram / 여러 크리에이터들이 모여 있는 MCN 플랫폼의 특성상 다소 난해할 수 있는 다양한 소재들을 카테고리이징화하여 콘텐츠별 아이덴티티가 드러나도록 컨셉화하여 운영  
\*소셜 | Award 대상



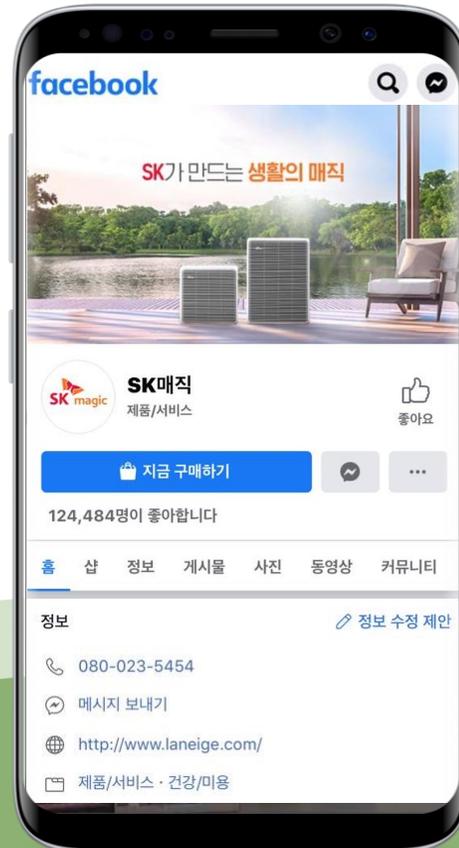
# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

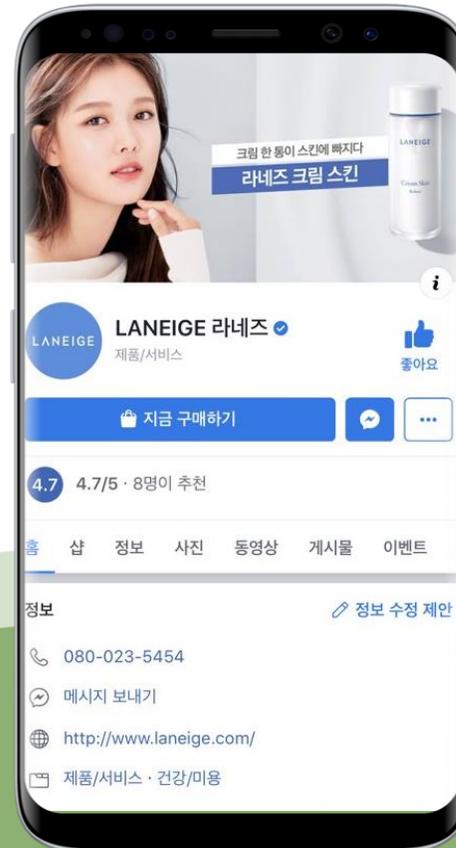
#정관장물



#SK매직



#LANEIGE



#오설록



# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

#아리따움



#현대카드



#LAPCOS



#드림플러스



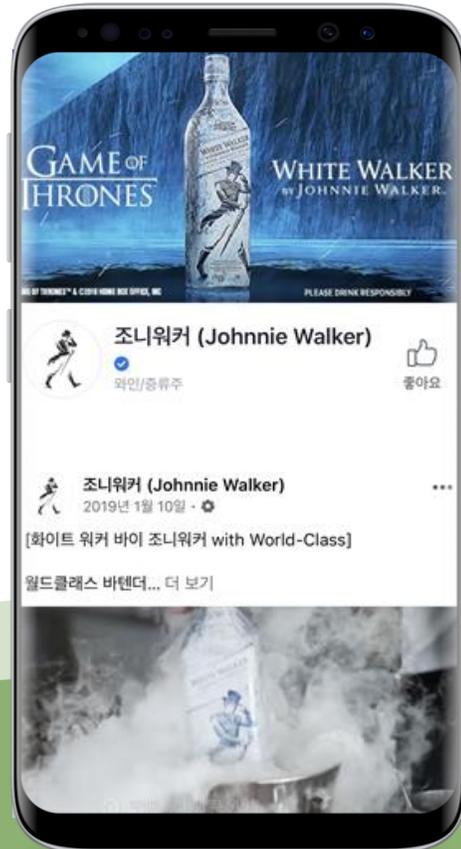
# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

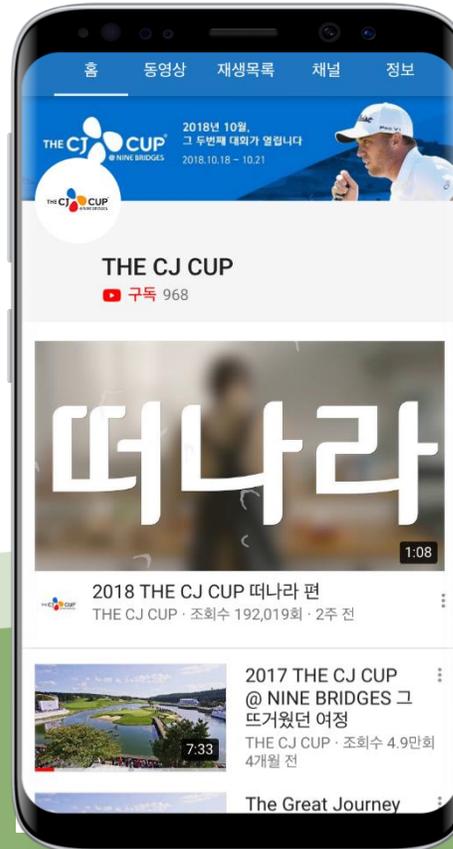
#라이나



#조니워커



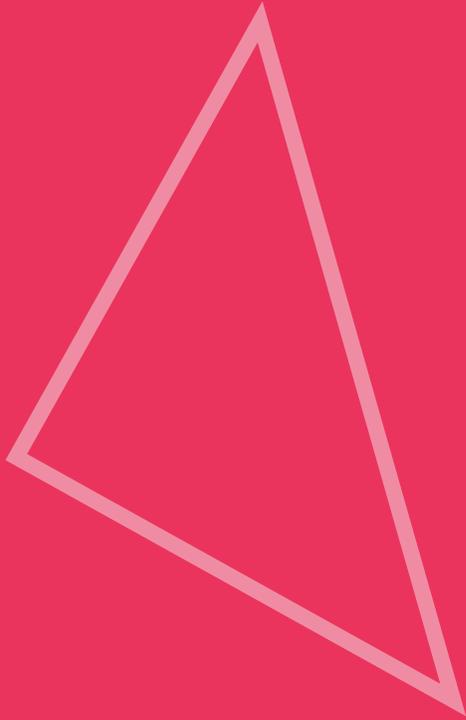
#CJ CUP



#아시아나



# IMC PORTFOLIO



CASE - 정관장물

건강식품전문몰

정물



[진행 사항]

2020년 11월 - 2021년 12월, 2년 연간 운영 대행 브랜드  
디지털 CM을 비롯 온라인 중심으로 다양한 마케팅 방안 기획 및 운영

01

영상 제작

정몰의 법칙

디지털 CM - 동영상 플랫폼 노출

4,661만 Imps / 1,781만 View / 14.8만 Click

02

SNS 채널 운영

정관장몰 SNS

인스타그램 / 페이스북

기획전 연계 / 채널별 콘텐츠 제작

03

공구 채널

정몰 서포터즈

정몰 in 마켓

인플루언서 섭외 채널 운영

04

기타

콜라보, 굿즈

예정 프로그램

연내 진행 프로그램

이미지 클릭 시 링크 이동



# 정몽의 법칙

-에피소드 1-



이미지 클릭 시 링크 이동



[ 정관장물 SNS 운영 ]

## 페이스북, 인스타그램 채널 운영



[정관장물 SNS 운영]

# 인플루언서 섭외, 인스타그램 공구 이벤트 진행

**정물 공식 서포터즈**  
**정물 in 마켓**  
**1기 모집**

정물 공식 서포터즈 모집 공고입니다. 정물 공식 서포터즈란 정물 제품을 좋아하시는 분들을 모으고, 정물 제품을 소개하고, 정물 제품을 홍보하는 역할을 합니다. 정물 공식 서포터즈는 정물 제품을 소개하고, 정물 제품을 홍보하는 역할을 합니다. 정물 공식 서포터즈는 정물 제품을 소개하고, 정물 제품을 홍보하는 역할을 합니다.



mydailynote\_21 • 팔로워  
mydailynote\_21 언제 어디서나 간편하게 휴대하기는 코-수 건강 1박으로 효과를 볼 수 있는 정물 건강기능식품 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
이벤트 안내나도 판매를 위해 예민한 분들을 위한 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!



hyun.sta • 팔로워  
hyun.sta 꿀버디 (MNS) 친구들 안녕하세요! 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!



mydailynote\_21 • 팔로워  
mydailynote\_21 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!



sooooooong • 팔로워  
sooooooong 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!



bootyfulubi • 팔로워  
bootyfulubi 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!



hyun.sta • 팔로워  
hyun.sta 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!

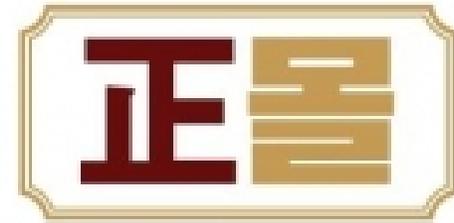


mydailynote\_21 • 팔로워  
mydailynote\_21 정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!  
정물 공식 서포터즈 모집합니다!

[기타]

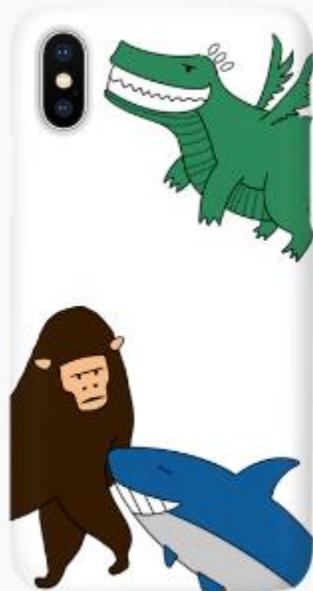
브랜드 콜라보레이션

**XΞXYMIX MUSINSA**



[기타]

브랜드 굿즈 제작



[기타]

크리에이티브



**정식 런칭  
사주년이라  
건강EAT템 싸게!  
할인 해주는 물**

건강식품전문물 **정물**

**정물** 정물 택배만의 정신 건강한 하루



정물! 안 배! 안 배! 안 배!  
안 배! 안 배! 안 배!

3



상상스टे이 부산

[기타]

공간 인테리어

THE MALL  
STAYCATION



매주 파티가 진행되는 '핫티스트 스테이션'

#아티스트 연계 프로그램 #컨셉룸 및 작품, 굿즈 개발

#상상창작소 #살롱스테이션 #핫티스트스테이션 핫하DAY~!

가와의 콜라보를 통한 컨셉룸 및 작품,

CASE - 타타대우상용차



TATA DAEWOO



[진행 사항]

2020년 05월 - 2022년 6월, 연간 운영 대행 브랜드  
마케팅 AGENCY 역할이 아닌 내부 IMC 부서의 핵심 KEY 운영 체제

01

영상 제작

**브랜드 필름**

디지털 CM - 동영상 플랫폼 노출

브랜드필름 / 신차 홍보 영상

02

제품 런칭

**신차 발표회**

컨텍스 - 2,000명 규모

기획전 연계 / 채널별 콘텐츠 제작

03

Virtual Influencer

**가상 프레젠테이션**

프레젠테이션 진행

신차 소개 프레젠테이션

04

브랜딩 제작물

**브로셔, 회사소개**

대표 인쇄 제작물

리브랜딩 카달로그

05

기타

**광고, 고객사 방문**

예정 프로그램

연내 진행 프로그램

[ Brand Film ]



**<인생트럭>**  
2020 Brand Film



**<인생트럭 2편 - 황혼웨딩>**  
2021 Brand Film

[ Launching Film ]



<신차홍보영상 - the CEN>



<신차홍보영상 - Mexen / Kuxen>

[ 신차발표회 ]



**the CEN**  
2020년 12월 10일, 일산 킨텍스



**MAXEN / KUXEN**  
2022년 1월 20일, 일산 킨텍스

이미지 클릭 시 링크 이동

[신차발표회]

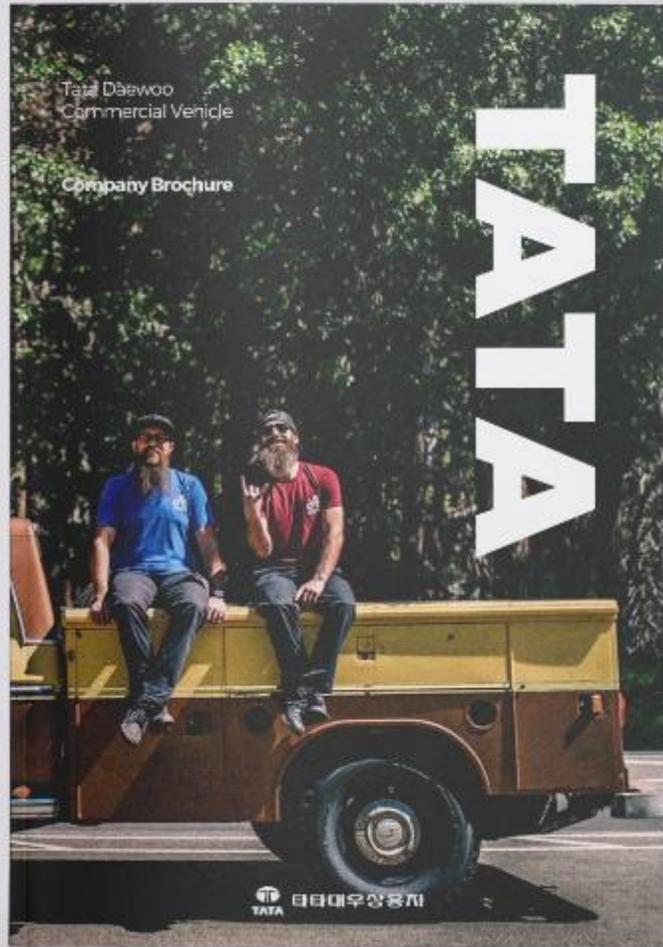
버추얼 프레젠테이션 Ms.Xen

**THE NEXT XENERATION**  
MAXEN KUXEN



[ 신차발표회 ]

# 회사소개서, 제품 카다로그, 리플릿 전면 수정



[기타]

# 브랜드 어플리케이션 개편



[기타]

## 유튜브 채널 운영 감독



[기타]

## 2020-2021 내부 고객사 마케팅



SEMINAR



WEBINAR



NEWSLETTER



HIGH-TOUCH

CASE - SK 매직

# SK 매직



[진행 사항]

2018년 11월 - 2020년 12월, 연간 운영 대행 브랜드  
**SNS 채널, 매직몰, 유튜브, 라이브 커머스 등 디지털 중심의 IMC 마케팅 운영**

**01**

SNS 채널 운영

**매직몰 SNS**

인스타그램 / 페이스북 / 블로그

2018/2019 디지털 고객만족도 2년 연속 1위  
대한민국 마케팅 대상 수상

**02**

캠페인

**99인 매직크루**

서포터즈

국내 최대 브랜드 크루 운영

**03**

유튜브 채널

**매직몰 유튜브**

콘텐츠 제작

브랜드 유튜브 운영

**04**

커머스

**라이브 커머스**

브랜드 라이브 방송

세일즈 증대를 위한 자체 방송

[ 매직몰 SNS 운영 ]

## 페이스북, 인스타그램 채널 운영



[ 캠페인 ]

99인 매직 크루, 친환경 캠페인



# 대한민국 주방을 변화시킬 99인의 매직 크루를 모십니다



#제품 무료체험 #1000만원 상당의 주방 리모델링

구비-이 플라스틱  
친환경 SK매직  
2019.12.16  
monday  
- 2020.01.06.  
monday



Goodbye  
plastic  
Hello  
sk magic

www.sk-magic.com

[매직물 유튜브 운영]

# SK매직 유튜브 채널 운영

**SK가 만드는 생활의 매직**  
SK매직 관한 모든 정보를 공식 유튜브에서 확인하세요

**SK매직**  
구독자 3.5만명

홈 동영상 채널북 커뮤니티 채널 정보

업로드한 동영상 모두 재생

**[SKmagic] 2020NEW 터치온 플러스 식기세척기**  
조회수 364회 · 5일 전

**[SK매직] Tworld에서 SK매직 제품을 체험할 수 있다?**  
조회수 4천회 · 1주 전

**[SKmagic] 돌인형 광고요즘으로 주방 요리 문제 해결**  
조회수 4.8만회 · 2주 전

**인덕션 전기세? 전기공사 필수? 가스 차단? 액티브 체크...**  
조회수 405회 · 2주 전

**[SKmagic] SK매직 all in one 식수 알뜰정수기 UV 3중 계..**  
조회수 238만회 · 3주 전

**[SKmagic] 마법 같은 삶의 변화, SK매직케어에 도전하세요!**  
조회수 3.8천회 · 3주 전

**[SK매직] 매직연구소 언마의 자와 마사자사 비교 체험**  
조회수 4.5만회 · 3주 전

**[SKmagic] 직수 얼음정수기, SK매직이어서 하는 이유는?**  
조회수 4만회 · 1개월 전

**언마의자 살 때 3D기능 확인해 야한다? 그이유는!**  
조회수 320회 · 1개월 전

**언마의자 같은 비슷한데 속은 어떻게? 과감히 시도까지...**  
조회수 325회 · 1개월 전

**고가 언마의자에 없는 기능이 증거가 제품에는 있다?**  
조회수 165회 · 1개월 전

**[SKmagic] 드리플케어 식기세척기 타공유류, 설치 위치, 세..**  
조회수 539회 · 1개월 전

**SK매직 연구소**  
4:33

**SK매직 연구소**  
2:31

**SK매직 연구소**  
2:55

**SK매직 연구소**  
4:30

**SK매직 연구소**  
0:16

**SK매직 연구소**  
3:20

[ 라이브 커머스 ]

최대 동접 12,000명, 약 2시간여 방송 300대 판매





**LAB 543**

NIICONCEPT

LOOKBOOK SHOP ABOUT

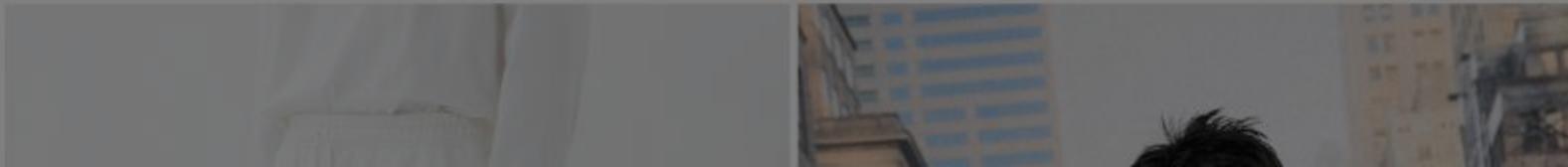


NIICONCEPT  
SPRING/SUMMER 2020

# 세정그룹 NI 리브랜딩 프로젝트

제조, 유통, 마케팅

want to be  
a comfortable  
friend who  
can always  
be with you



아젠다	14:00	오프닝	이미지 클릭 시 링크 이동
	14:10 - 14:40	빠른 게임 애셋 제작을 위한 Tips & Tricks	
	Autodesk	김도원 부장	
	14:40 - 15:10	ON AIR	Maya를 활용한 캐릭터 애니메이션 제작 사례 - God of War
	Santa Monica Studio	Lead Character Technical Artist, Axel Grossman	
	15:10 - 15:20	참가자 휴식	
	15:20 - 15:50	Tools Approach for Rapid Iteration in Maya Maya에서 빠른 반복작업을 위한 접근 방법	
	Blizzard	Lead Technical Artist, Glen Chang	
	15:50 - 16:20	Level Up Card Game with Maya -레전드 오브 문데라 미야 리깅 및 애니메이션 파이프 라인	
	Riot Games	Senior technical Artist, John Lee	
	16:20 - 16:40	Shotgun - EA Sports 게임 개발 활용 사례	
	EA Sports	Art&Animation Director, Tony Stanley	
	16:40 - 16:50	클로징	

# 2020 AUTODESK GAME CONFERENCE

#GAMCONFERENCE

#2020

## Maya를 활용한 캐릭터 애니메이션 제작 사례 - God of War

# 오토데스크 코리아 웹 컨퍼런스

### 플랫폼 및 콘텐츠 제작, 운영

## Axel Grossman

▶ Santa Monica Studio  
Lead Character Technical Artist

본 세션은 GDC Developer Day 에서 발표된 내용 입니다.



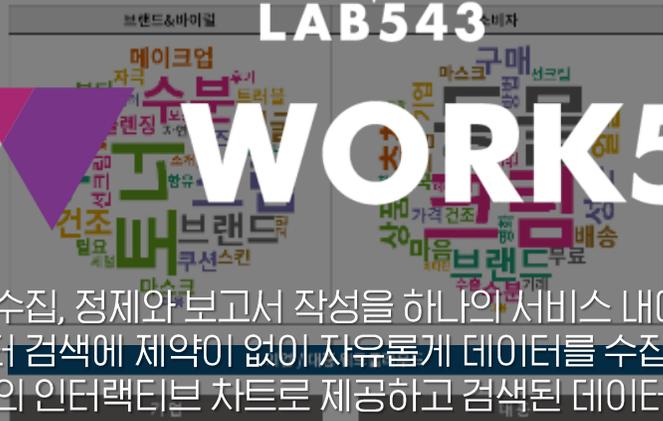
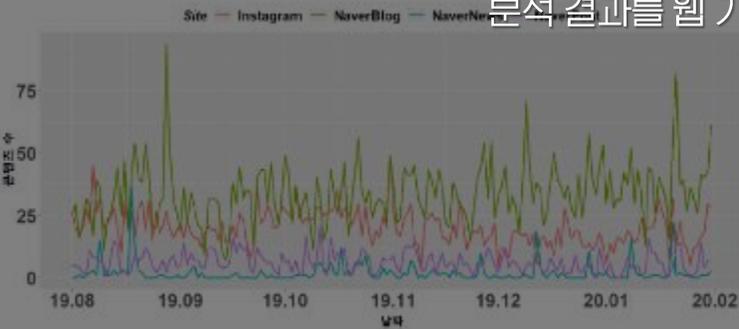
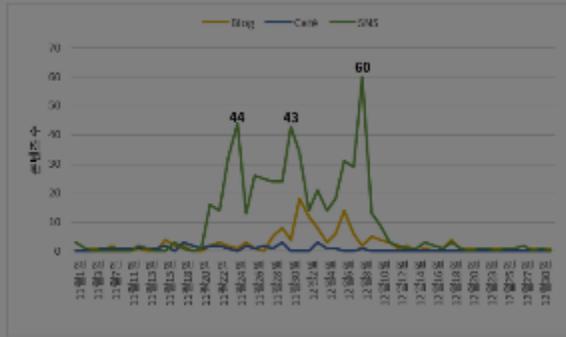
- 질문하기 
- 헬프데스크 
- 이벤트안내 

# 암웨이 바디키 프로젝트

홈 트레이닝 영상 제작

#TRAINER 심소연

2) 일별 비즈향



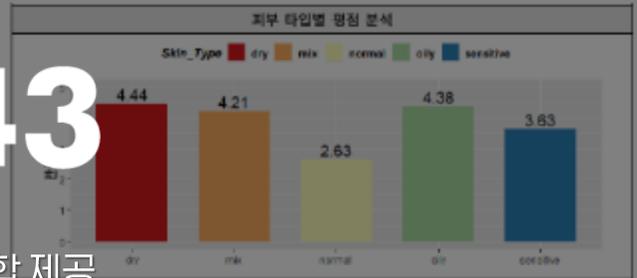
LAB543

# WORK543

기획 및 수집, 정제와 보고서 작성을 하나의 서비스 내에서 통합 제공  
 데이터 검색에 제약이 없이 자유롭게 데이터를 수집, 추적 가능  
 분석 결과를 웹 기반의 인터랙티브 차트로 제공하고 검색된 데이터(콘텐츠)를 간편하게 공유



4) 리치 모어스트 수당 크림



긍정	부정
다양한 건조 제품	유브타인 위생
수분감	호불호 크림
수분감	보습, 무촉
다양한 피부 보습	수분감, 촉촉함
냄새, 무향	극건성, 건조
	생물, 자연계
	거품, 무촉

- 중성 피부를 제외하고 전반적으로 높은 만족도를 보임
- 건성 타입의 사용자들이 가장 높은 만족도를 보였으며, 긍정적인 평에서도 건성/지복합 추천, 겨울 건조 제품 등 건조한 피부에 효과가 큰 것으로 보는 사용자들이 많았음
- 또한, 리뉴얼 되면서 네킨 튜브 타입 용기에 위생적으로 긍정적인 평이 있었음
- 반대로, 보습의 효과를 느끼지 못한 사용자들은 극건성엔 효과가 없다고 보았고, 용량이 부족하다는 평을 하였음



# BRAND DESIGN PORTFOLIO

Wordmark

AIR SEOUL

Color



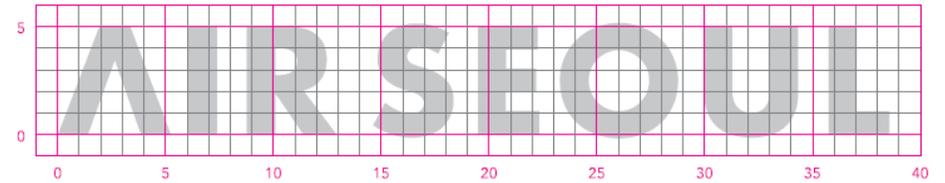
Slogan

It's mint time

Graphic Motif



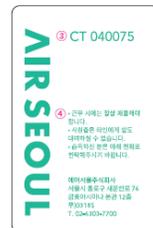
AIR SEOUL



상주용



Front



Back

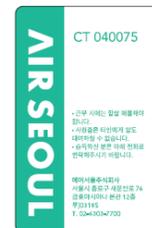


윤형 승무원

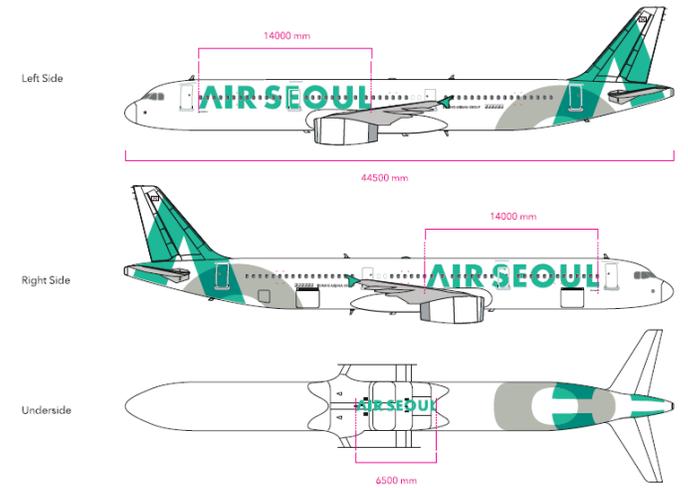
임시용



Front



Back

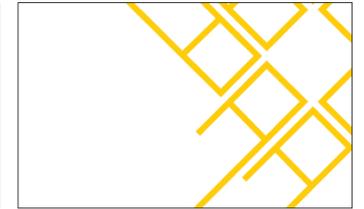
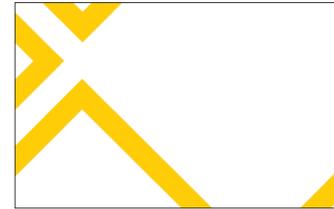


Corporate Identity Graphic Standards

AIR SEOUL

Primary Identifier\_Vertical

Primary Identifier\_Horizontal



Corporate Identity Graphic Standards

# DASUNG

# FISCO

FISCO 피스코



FISCO  
피스코

Poster  
포스터



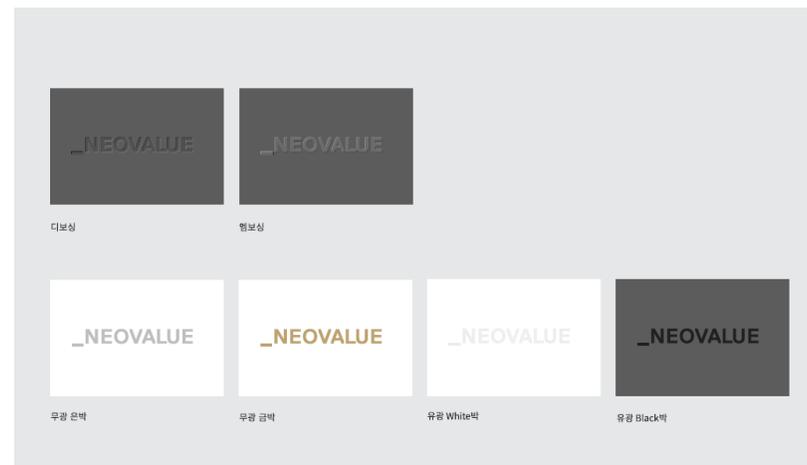
Brand Identity Graphic Standards

# FISCO



# \_NEOVALUE

# NEOVALUEN



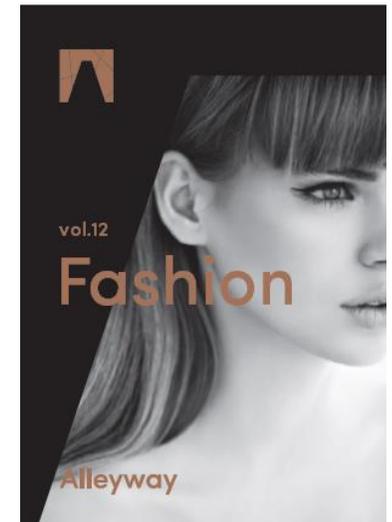
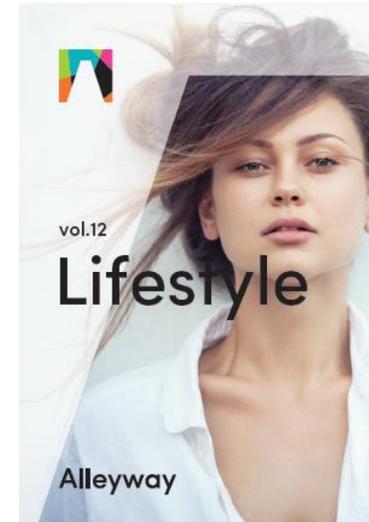
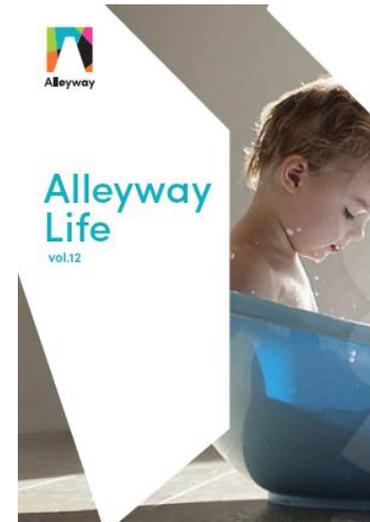
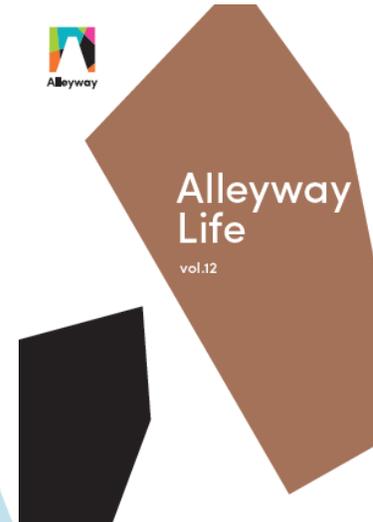
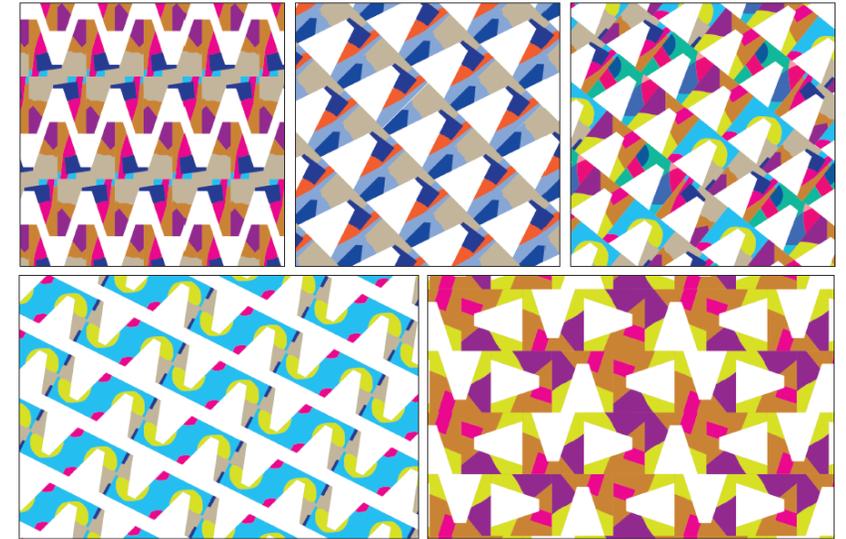
Brand Identity Graphic Standards

# NEOVALUE

Primary Identifier

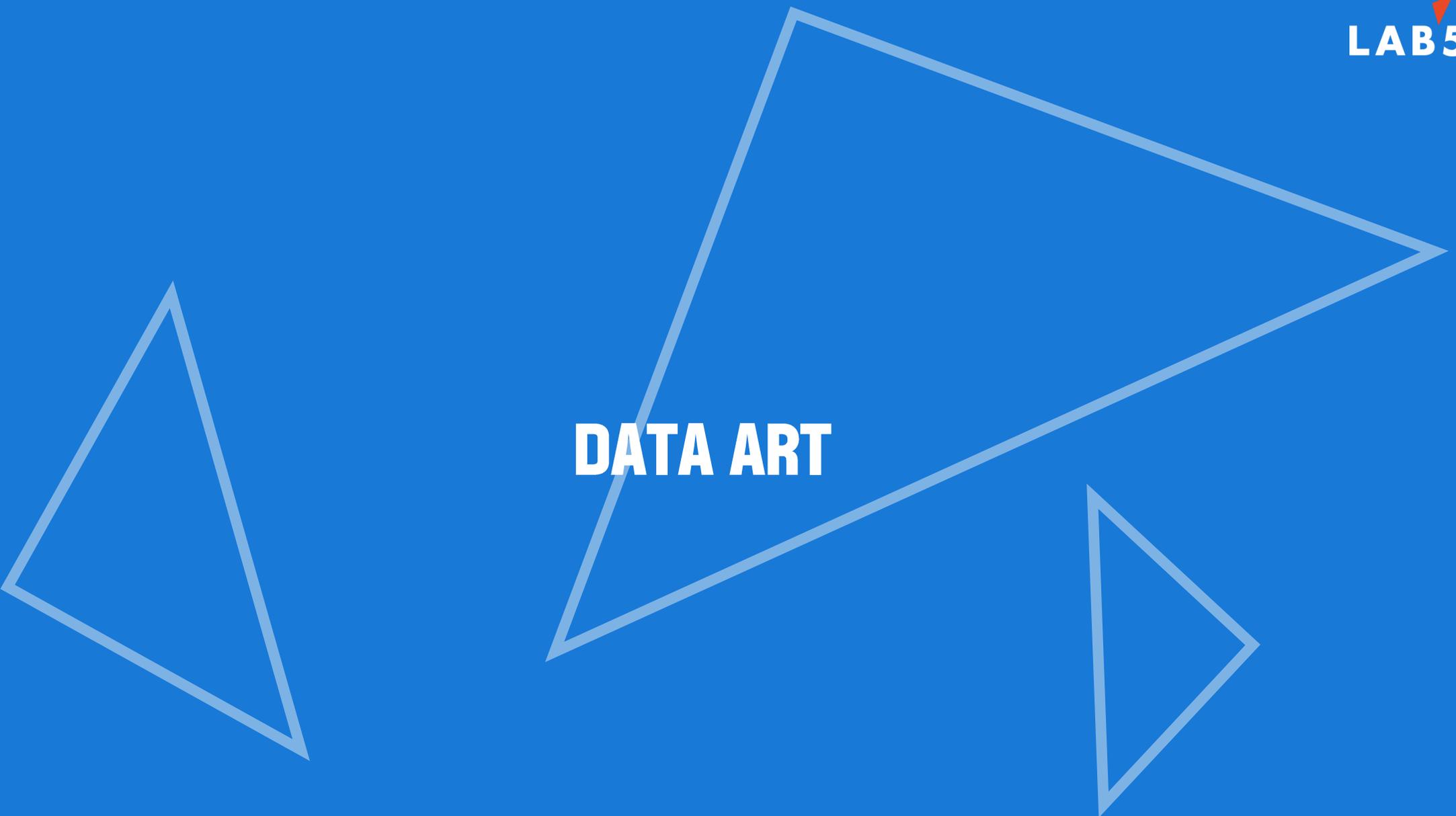


# Alleyway



Brand Identity Graphic Standards

# Alleyway



# DATA ART

# 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

## I 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 >](#)

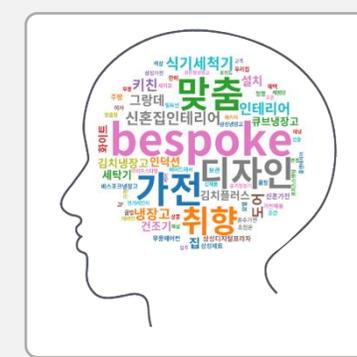
**삼성전자 비스코프 '마지막 퍼즐' 정수기...렌탈사를 '시장 더 커진다'**  
2021-02-04



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....

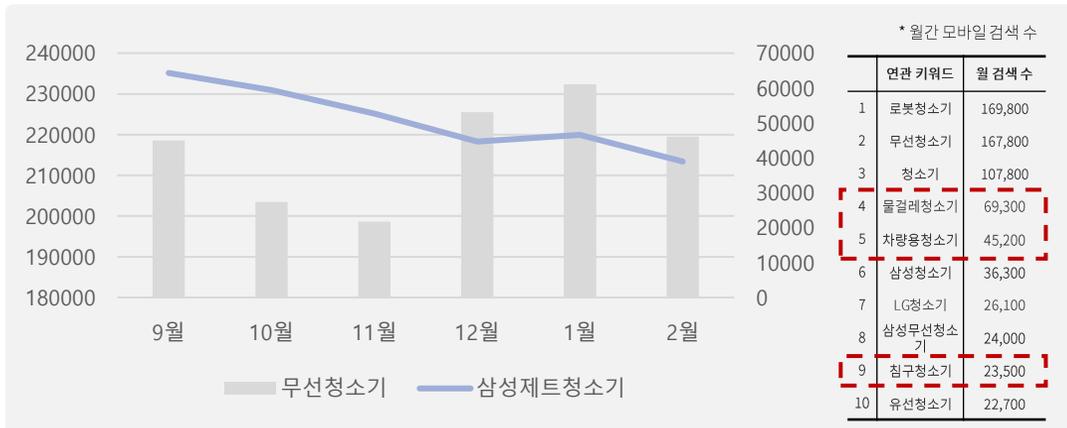
[더 보기 >](#)

#### 카테고리, 브랜드, 제품 관련 소비자 인식 분석

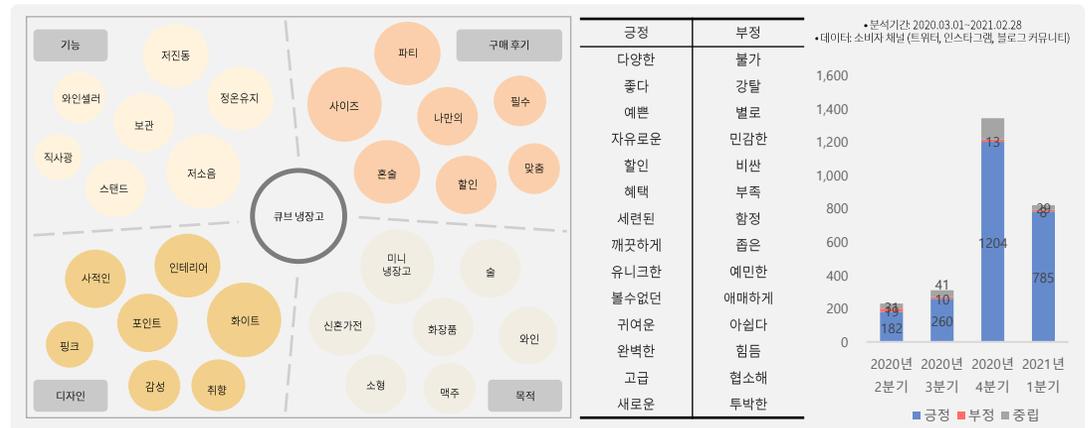


- 삼성 비스코프 제품이 디자인 측면에서 소비자들이 호평을 받음.
  - 삼성 비스코프는 디자인까지 이쁜 인터리어가전이니 더욱 탐나네요.
  - 너무 이쁜 나만의 비스코프 넘 가지고 싶네요.
- 신제품을 구매할 때 비스코프 제품을 꼭 집에 많이 구매함.
  - 비스코프 제품으로 계약했어요.
  - 스마트한 비스코프 제품 너무 좋네요.
- 초정 온, 고온 등 기능적인 측면에도 소비자들이 관심이 많음.
  - 메탈쿨링으로 초 정온을 유지해 주어 감치 맛을 더 해줘요.
  - 고온 직수 세척 살균 기능이 좋아요.

### 제품 카테고리 버즈량, 검색량 제공 및 분석



### 제품 속성 분석 및 감성 분석

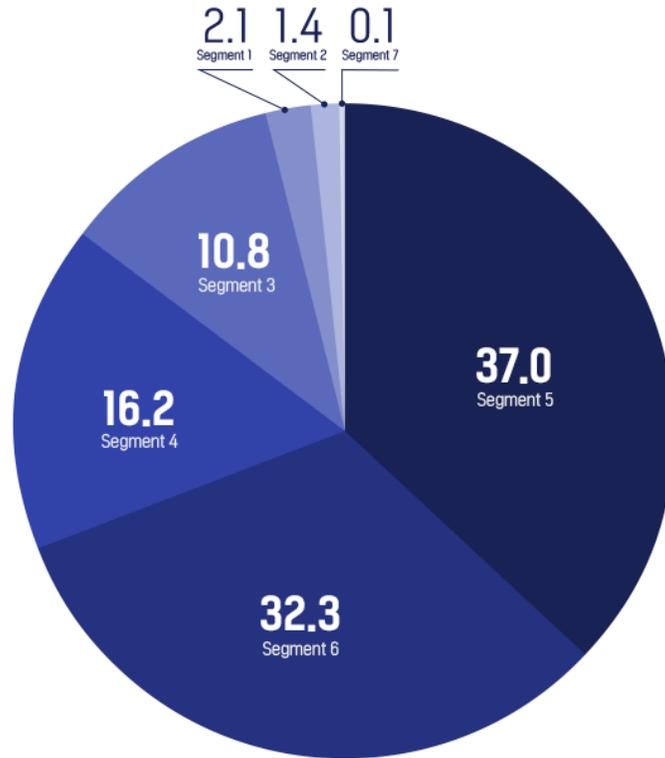


# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

## 2. 고객 유형 분석을 통한 타겟 마케팅 실행 준비

### I 구매고객 세그먼트

<p><b>Segment 1</b> 2.1</p> <p>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.</p> <p>HOBBYIST</p>
<p><b>Segment 2</b> 1.4</p> <p>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.</p> <p>STATUS SEEKER</p>
<p><b>Segment 3</b> 10.8</p> <p>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.</p> <p>LMLMC</p>

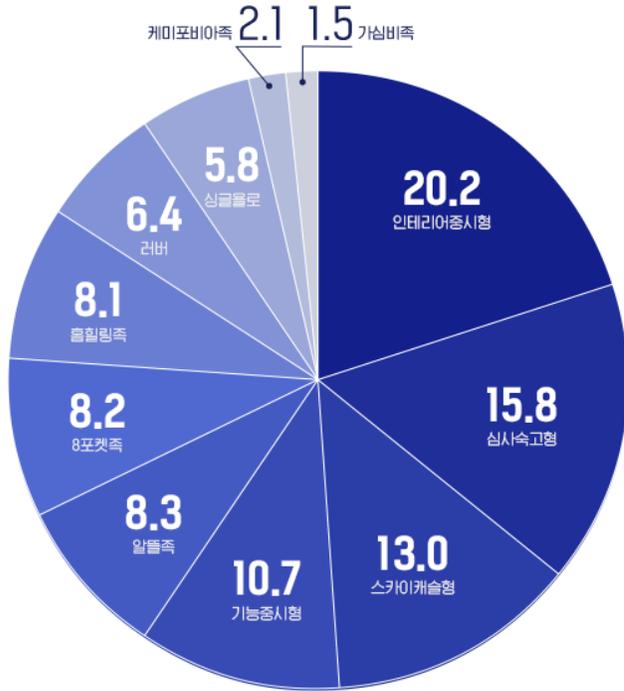


<p><b>16.2</b> Segment 4</p> <p>차를 구매할 때 나는 유지 보수 비용, 연비, 재판매 가격과 같은 실용적인 주행에 대해서 많은 고민을 했다. 나는 타사 대비 차이가 충분히 나는 엔진 오일 브랜드라면, 돈을 더 지불할 용의가 있다.</p> <p>RECEPTIVE</p>
<p><b>37.0</b> Segment 5</p> <p>나는 차가 잘 작동하도록 엔진 오일을 정기적으로 교환한다. 그러나 나는 주요 브랜드의 엔진 오일 사이에 실질적인 큰 차이가 없다고 생각한다. 그래서 나는 내가 필요로 하는 것보다 더 이상 엔진 오일 값을 지불할 생각이 없다.</p> <p>PRAGMATIST</p>
<p><b>32.3</b> Segment 6</p> <p>엔진 오일은 차량 정기 점검할 때만 교환한다. 나는 어떤 브랜드를 사용하는 지 크게 관심이 없으며, 모든 결정은 정비사한테 맡긴다.</p> <p>INDIFFERENT</p>
<p><b>0.1</b> Segment 7</p> <p>나는 경고등이 뜨거나, 더 이상 교환을 하지 않으면 안되겠다는 생각이 들 때만 엔진 오일을 교환한다.</p> <p>NEGLECTER</p>

# 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 반복도 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 흡힐링족

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 #짱줄줄

#### 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 #지름지름 #비싸지만 #소비예정

# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

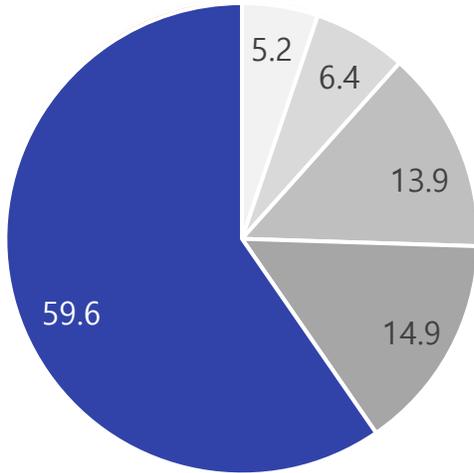
## 3. 콘텐츠 채널 대상 연관어 버즈 분석을 통한 매체별 버즈 및 SOV 확인

### ■ 채널 SOV 및 버즈 분석

#### 매체 별 비율 추이

15 ~ 17일간 전체 버즈량 : 2,023

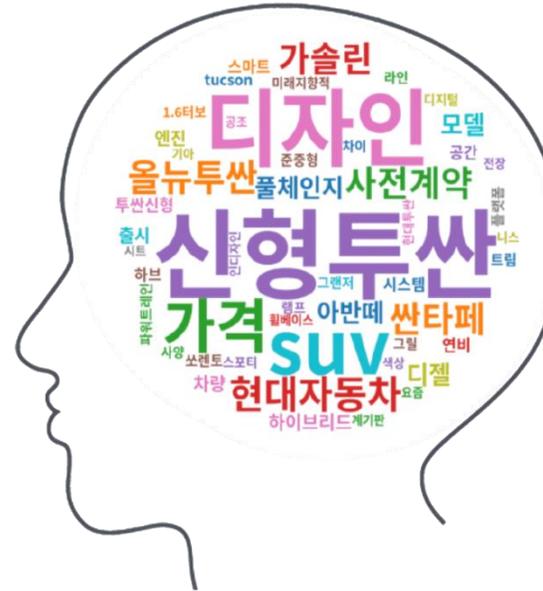
- 분석기간: 2020.09.15~2020.09.17 • 데이터: 매스미디어, 트위터, 페이스북, 인스타그램, 블로그, 커뮤니티
- Keyword : A 자동차 or B 자동차



■ 매스미디어 ■ 인스타그램 ■ 트위터 ■ 블로그 ■ 커뮤니티

- A 자동차 키워드의 경우 트위터가 많은데, B 자동차의 경우 커뮤니티가 많았음.
- 신차 론칭과 관계있어 보임.
- 매스미디어 SOV가 다른 채널 대비 적었음.

#### 키워드 분석



word	count
신형투싼	402
디자인	300
suv	223
가격	214
현대자동차	190
올뉴투싼	189
싼타페	176
사전계약	174
가솔린	172
폴체인지	155
모델	153
디젤	153
아반떼	151
하이브리드	148
차량	142
엔진	135
출시	134
투싼신형	120
연비	109

- 디자인 이슈가 가장 많이 언급됨.
- B 자동차 4천만원 시대 : 호불호 존재. 정보(팩트) 차원으로 해석.
- B 자동차, 비싼데 안 비싼 느낌 : 산타페와 사이즈 가격 디자인 비교 언급.

# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스

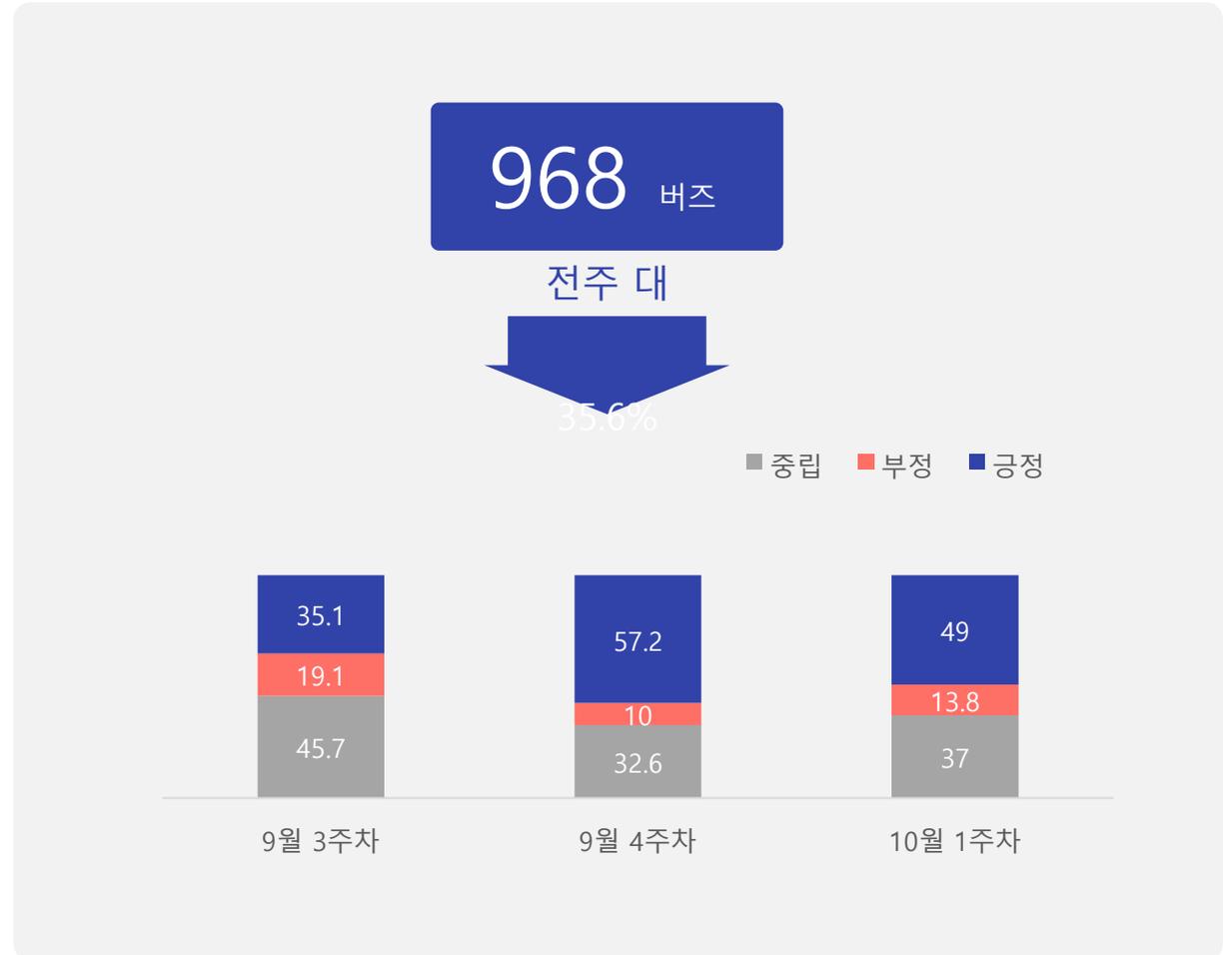
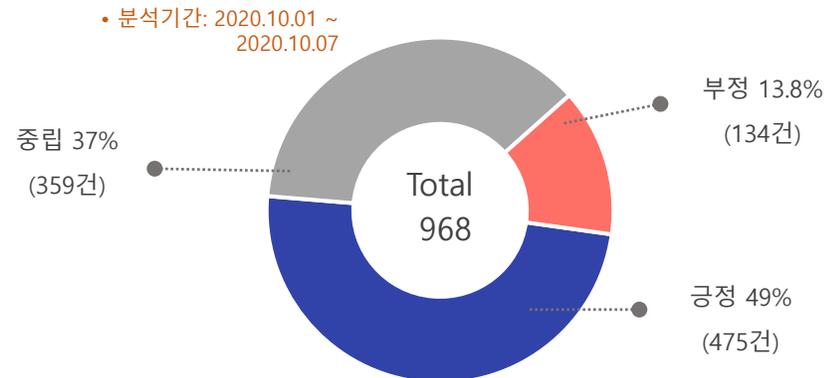
## 4. 일간, 주간, 월간 상품군 트렌드 분석 / 언론 동향 분석을 통한 시장 모니터링

주별 분석 > 버즈량 > 긍부정 > 00자동차

주별 버즈량



주별 긍부정 비율



# 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



베이스알파, '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'  
베벨링 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

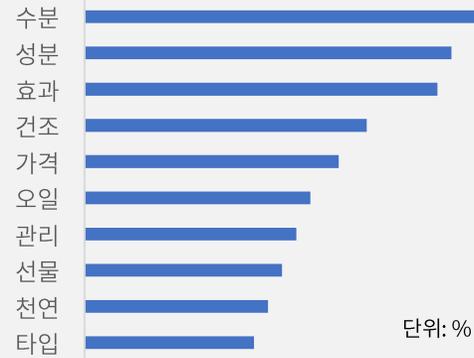
### I 화장품 소비 트렌드 분석

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.

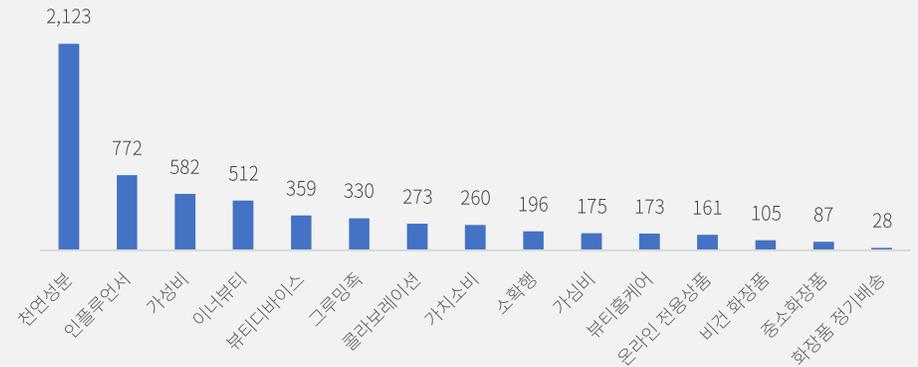
기초 메이크업 구매 시 고려 요소



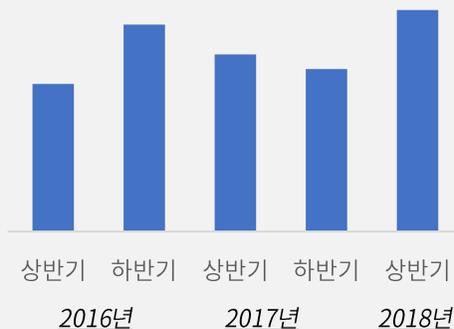
스킨케어 구매 시 고려 요소



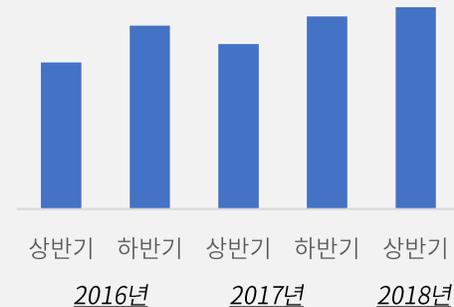
매스 미디어를 통해 확인 된 화장품 소비 트렌드



천연화장품 관심도



유기농화장품 관심도



SNS 인기 뷰티 상품 연간 추이

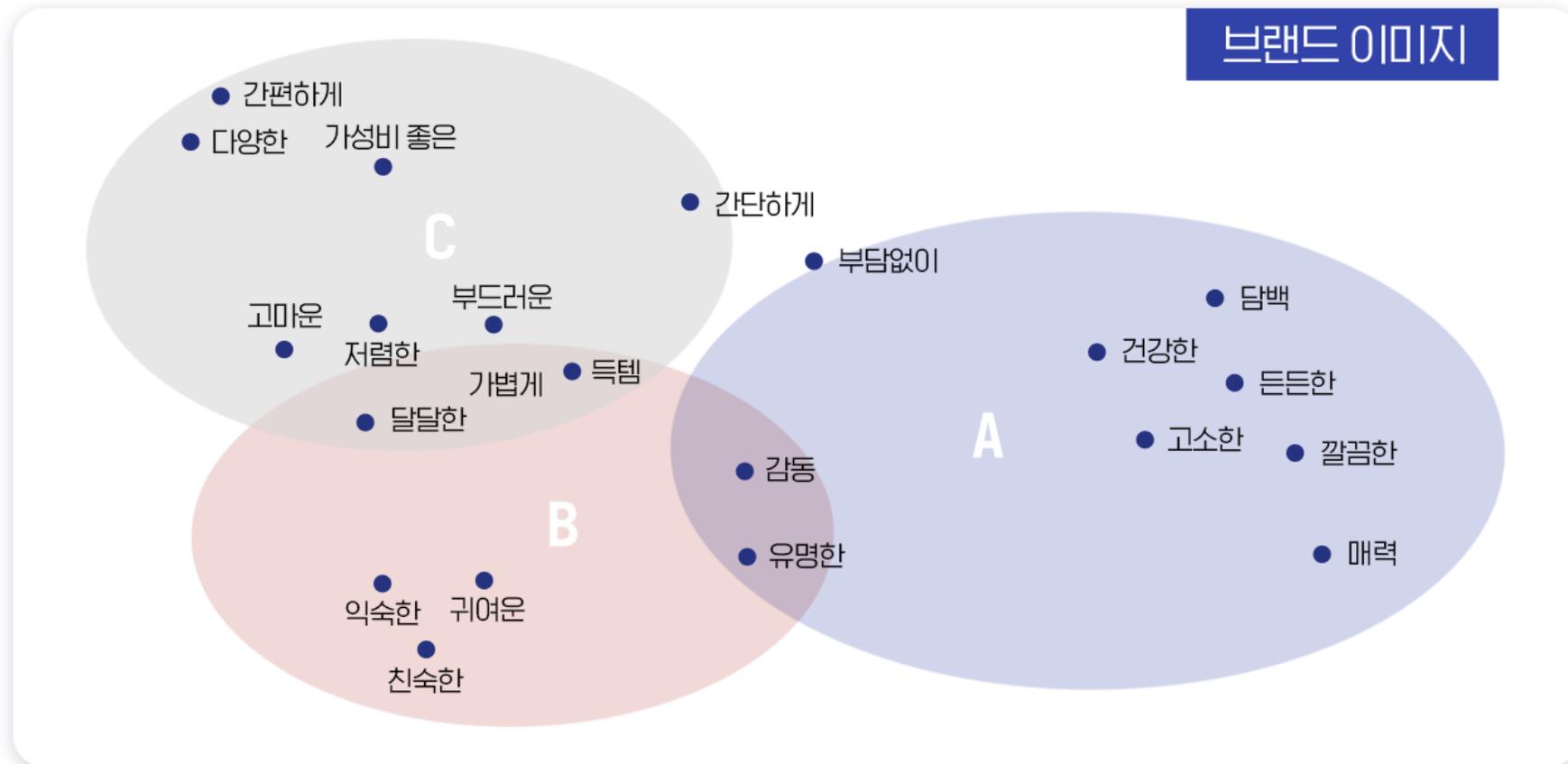


# 브랜드 진단 : 포지셔닝 확인 및 제안

## 1. 소비자 인식과 설문조사 분석 후 브랜드 포지셔닝 맵핑

### ■ 브랜드 인지 지도 분석

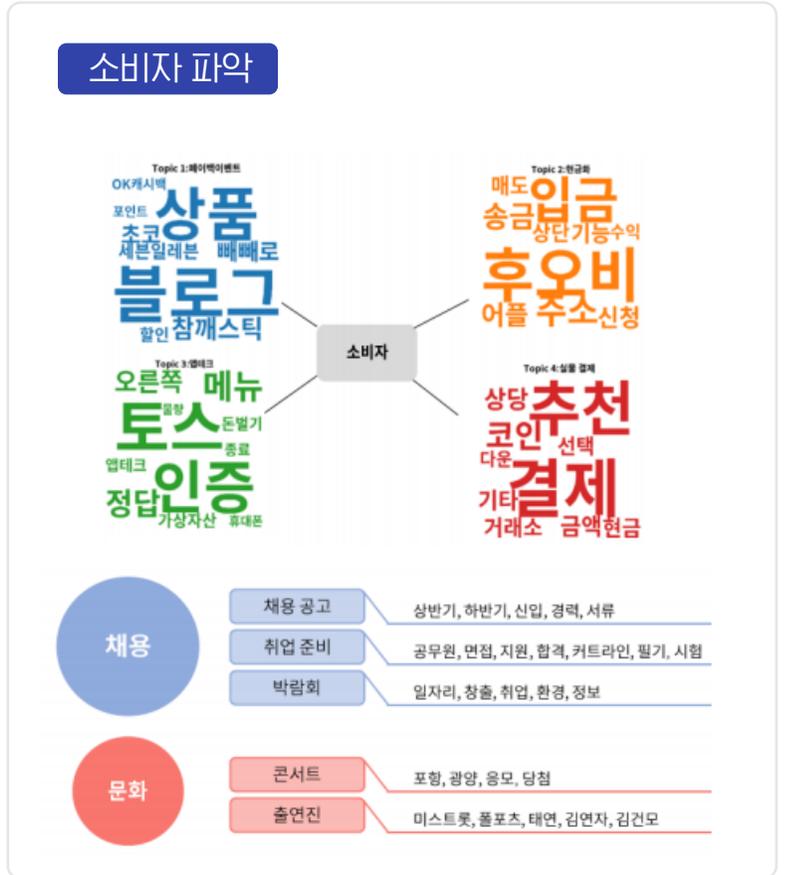
- 소비자 인지 지도 상에서, B는 '귀여운', '익숙한', '친숙한' 등의 이미지와 함께 연상되는 것으로 나타남.
- A는 '건강한', '튼튼한', '고소한', '담백' 등이 연상되며, 자극적이지 않고 건강한 점을 매력으로 인지하는 것으로 분석됨.
- C 시리즈는 '간편한' '가성비 좋은' '다양한' 등의 이미지가 함께 연상되는 것으로 나타남.
- B와 C시리즈가 일상 선물로 애용됨에 따라 '고마운' 키워드 도출됨.



# 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

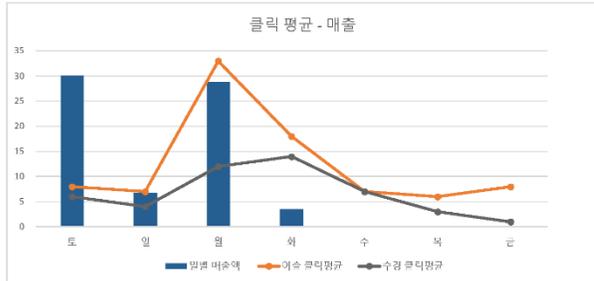
# 커머스 진단 : CRM

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

- 인플루언서의 공구 상품 분석.
- 콘텐츠 및 영향력 분석.

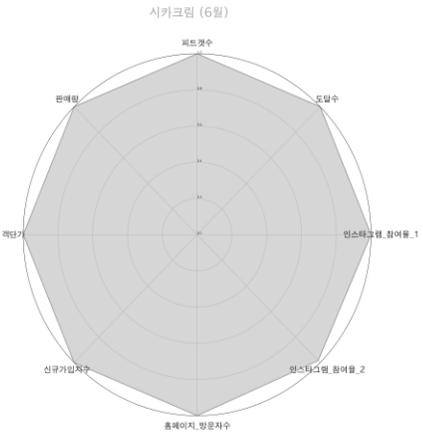
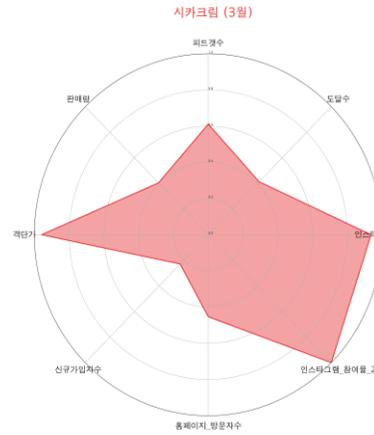
### 인플루언서 공구 전략 분석

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 ~	
일간 누적매출총액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	기준: 2021년 1월 ~	
누적 매출총액	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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 고객님들의 전후기 한번만 봐주세요 하힛

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

들이 깊어쓰다보니 빨리써서 공구시작하면 저도 10개는 기본으로 구매해요ㅋㅋ

새겨 뜰때마다 다은부드럽 + 새제품개봉에 느끼는 쾌감♥

지루할 땐도 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.

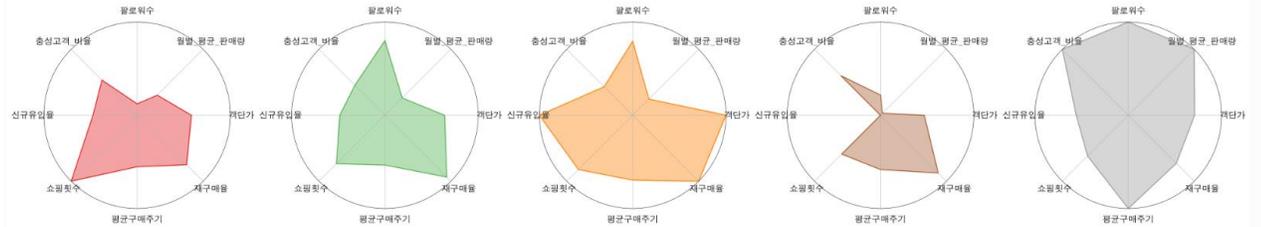
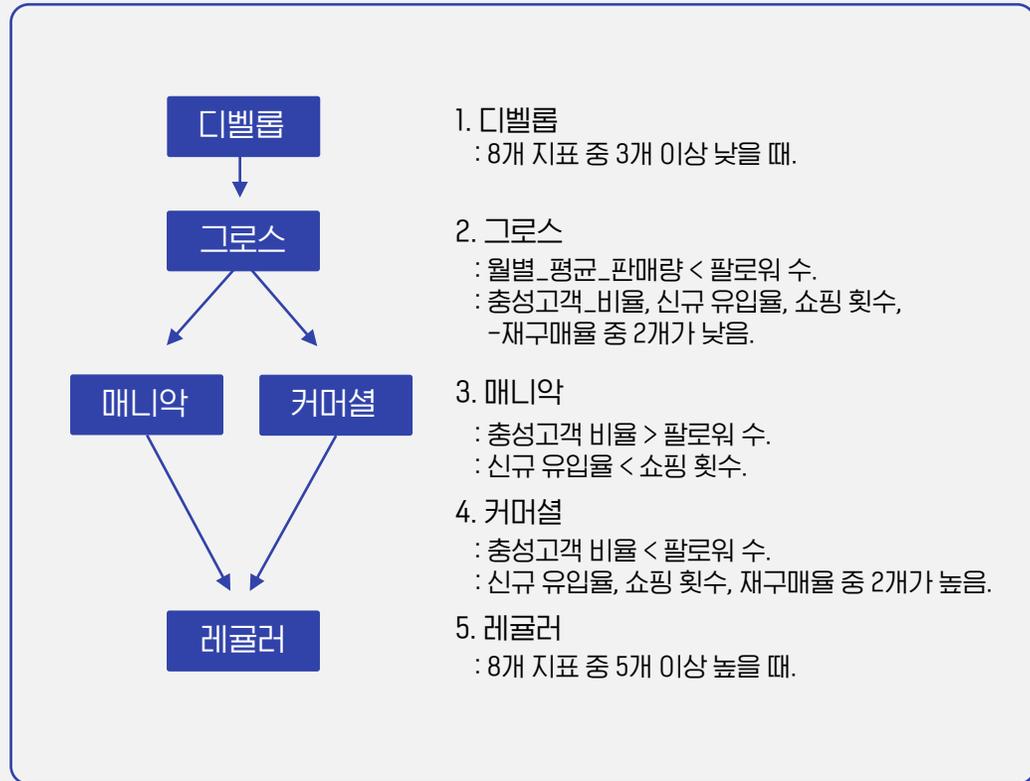
# 커머스 진단 : CRM

## 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 #선물필라테스	11
12 #유지어터	11
13 #뽕살빼기	11
14 #크롭티	11
15 #대치동필라테스	10
16 #운동하는여자	10
17 #레깅스추천	9
18 #애플힐	9
19 #얼스타그램	9
20 #홈트	8

- #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

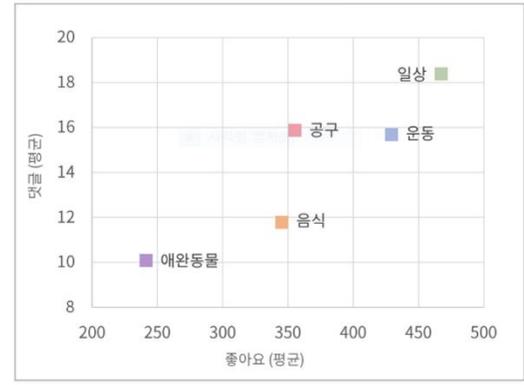
### 비인기 게시물 해시태그 분석

\* '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 #콜라겐크림	3
16 #콜라겐추천	3
17 #멜드아포테케선크림	3
18 #여성장결제	2
19 #천연상푸	2
20 #바이라상푸	2

- 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



- '일상', '운동' 주제의 게시물 반응도가 가장 높았음
- 대부분 얼굴이 가깝게 보이는 사진으로 좋아하며, 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

**일상**

눈코 뜰새없이 바쁜하루

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

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 예뵤요" "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

### 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

### 인기 콘텐츠 기반 최적 스타일



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
예뵤	8
드리	8
확인	8
오늘	8
증말	8
아름	8

### 인기 콘텐츠 기반 최적 카테고리

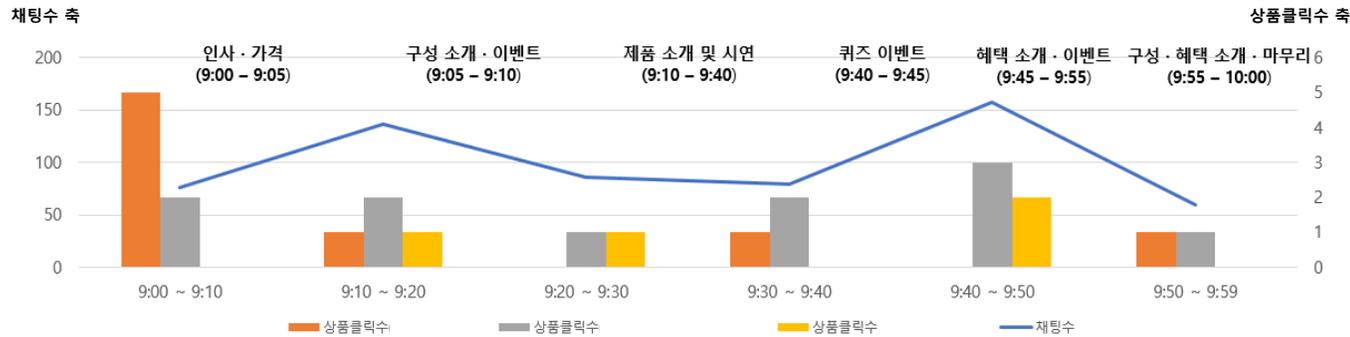


# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

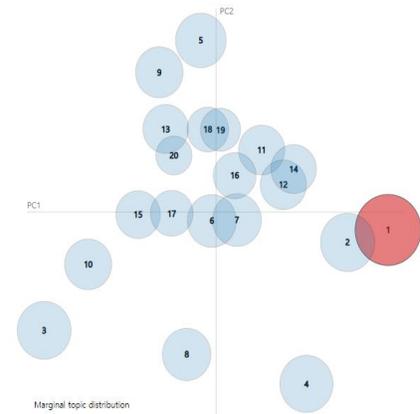
## 2. 라이브 커머스 진행자 멘트 분석을 통한 셀링 컨셉 분석

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

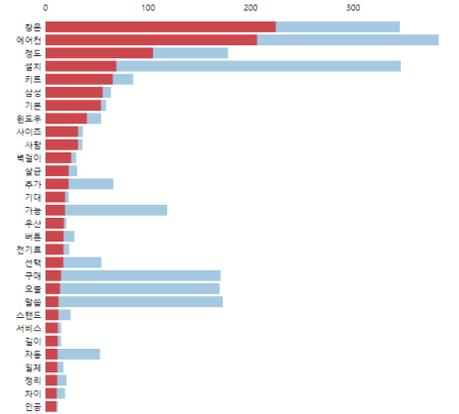
### 라이브 커머스 및 인스타 라이브 분석 보고서 예시



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	키워드: 보여주다, 지우다, 세트, 소개, 라이브, 사용, 아이디어	키워드: 지우다, 클렌징, 바르다, 느낌, 사용, 제품, 화장, 자극	키워드: 클렌징, 사용, 얼굴, 제품, 피부, 세트, 주스	키워드: 거품, 사용, 파우더, 향, 호소, 느낌	키워드: 클렌징, 거품, 추천, 주스, 향, 호소	키워드: 세트, 피부, 사용, 향, 호소, 느낌
소비자 댓글	키워드: 가격, 제품, 이벤트, 구매, 선물, 배송	키워드: 클렌징, 양배추, 화장, 피부, 선물, 배송	키워드: 오늘, 피부, 클렌징, 선물, 배송	키워드: 주스, 양배추, 선물, 배송, 피부	키워드: 비건, 구매, 선물, 배송, 피부	키워드: 아이스크림, 선물, 배송, 피부, 사용

화자명 | 음성 결과 신뢰도

타임라인 | 평내용 | 인식결과 편집 | 전체 보기

00:00:04 | Audio | 오늘 쿠키 런칭 이벤트가 왔습니다. 정말, 지금 많은 분들이 참여해 주고 계시는데 오늘 엄청난 상품인과 가져왔어요. 여러분들 고기 좋아하시나요, 저도 고기 진짜 좋아하는데요, 요즘 외식도 못한

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

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

00:00:37 | Audio | 그렇다고 집에서 고기를 구워먹거나 기름 튀기고 뒷정리하는 게 그거 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)

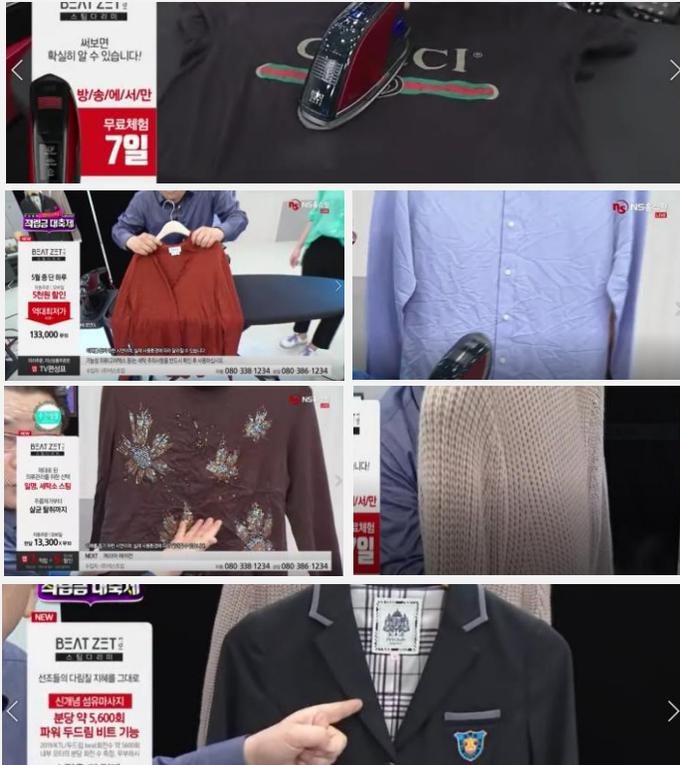
### 웹/앱 매체별 유입 사용자 유지율 예시



# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

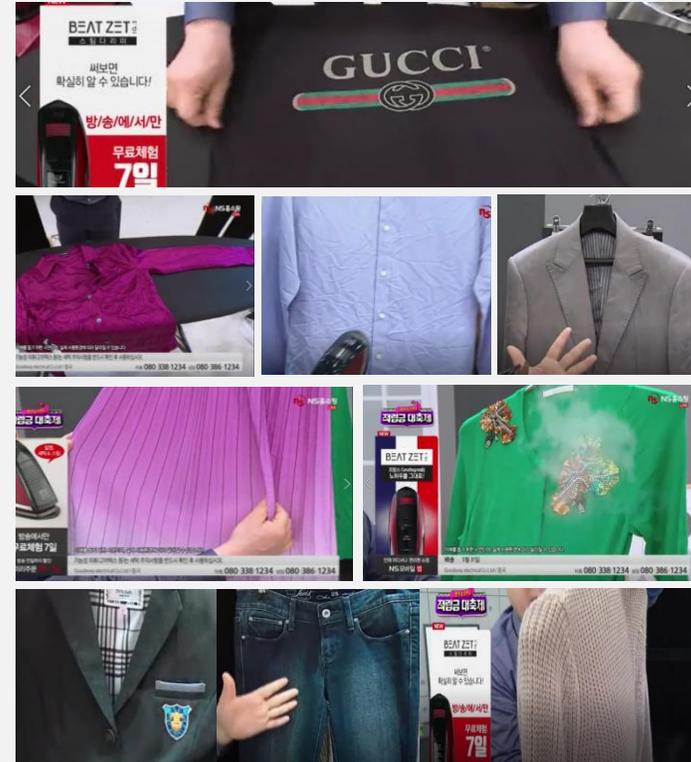
## 4. 영상 시퀀스 효과 분석 - A/B 테스트 활용 판매 조건 효율화

**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	RWP71411AAR(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/스탑건조기16kg (F21VDD+RH16VT) LG 트롬 워시타워 세탁기19kg/스탑건조기16kg (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	세탁기	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)
~6월 3주차	4	4/11	일	19시	LG	퓨리케어	11번가			생가	공기정정기	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(그레이트 블랙) - 정확한 모델명 확인 불가 LG 오브저컬렉션 4도어 1등급 냉장고(메이지 글라스) - 정확한 모델명 확인 불가 LG 오브저컬렉션 매직스페이스 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**

