DnA

by DXentric

2024

SOCIAL MEDIA RESEARCH

소셜 빅데이터는 소셜미디어 및 온라인에서 생성되는 데이터를 의미합니다.

소셜 빅데이터는 빅데이터 유형의 하나로 데이터의 실시간 접근이 용이하며, 효과적인 글로벌 데이터 확보가 가능합니다.

빅데이터

- 가트너(Gartner), '21세기 원유'
- 매킨지 '스마트 자산'
- 이코노미스트 '제4의 경영자원'

- 소셜 데이터
- 통신 데이터
- 내비게이션 데이터
- 카드사 매출 데이터
- 서베이 데이터
- 증권사 데이터

…

소셜 빅데이터

- 데이터 접근성 용이
- 데이터 실시간성
- 플랫폼(수집/분석) 다양성
- 가감 없는 의견청취
- 쉬운 글로벌 조사

- 마켓의 변화나 트렌드를 관측
- 브랜드의 활동 성과측정
- 제품이나 서비스에 대한 Trigger, Barrier 요인 확인

소셜 빅데이터란

@2024 DXentric all rights reserved

소셜 미디어는 소셜네트워크 서비스에 가입한 이용자들끼리 정보와 의견을 공유하는 플랫폼입니다.

소셜 빅데이터는 빅데이터 유형의 하나로 데이터의 실시간 접근이 용이하며, 효과적인 글로벌 데이터 확보가 가능합니다.

SNS 수집범위

Facebook
Facebook Page 포스트를 대상으로 데이터 수집
API 정책상 페이스북은 페이지에서 공개로 올린 포스트만 수집가능

Instagram
'Official Meta API' 를 통해 합법적으로 수집가능한 계정에 한해 수집
해시태그 기반 인스타그램 API를 이용해서 수집

YouTube
API 정책에 따라 채널 내 비디오 및 댓글 수집
동영상 제목 혹은 설명이 키워드와 일치할 경우 수집, 댓글도 수집

Twitter
'TOPP(Twitter Official Partner Program)' 가입
Firehose API 계약에 따라 최대한의 데이터 수집

TikTok
Third party 를 통해 데이터 수집

※ 4대 SNS 외 글로벌/로컬 Blog, Forum(커뮤니티), Reddit, News 등 채널 수집

Owned Media
기관, 브랜드 또는 제품의 공식계정

Earned Media
공식계정이 아닌 일반 이용자(사용자) 채널

✓ 점점 많아지는 Owned Media에서 부터 브랜드 통제권 밖에 있는
Earned Media까지 쉽게 데이터화 하여 마케팅 KPI, ROI 지표 등에 활용

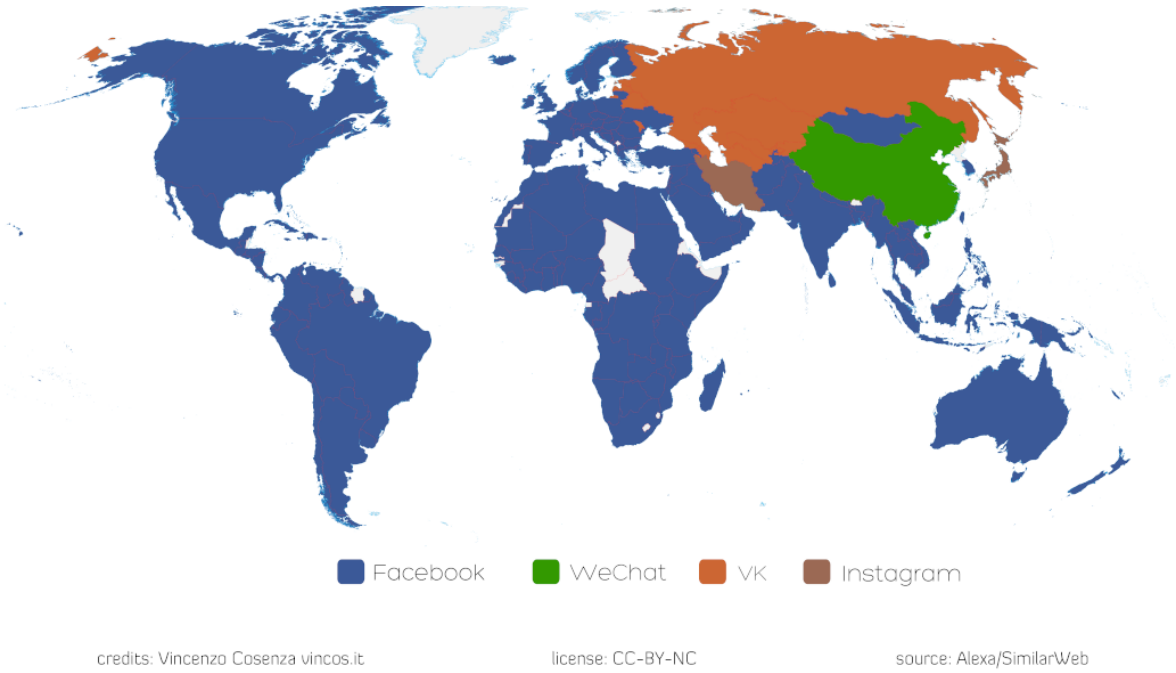
소셜 미디어란

@2024 DXentric all rights reserved

페이스북과 유튜브가 양강구조를 이루고 있습니다.

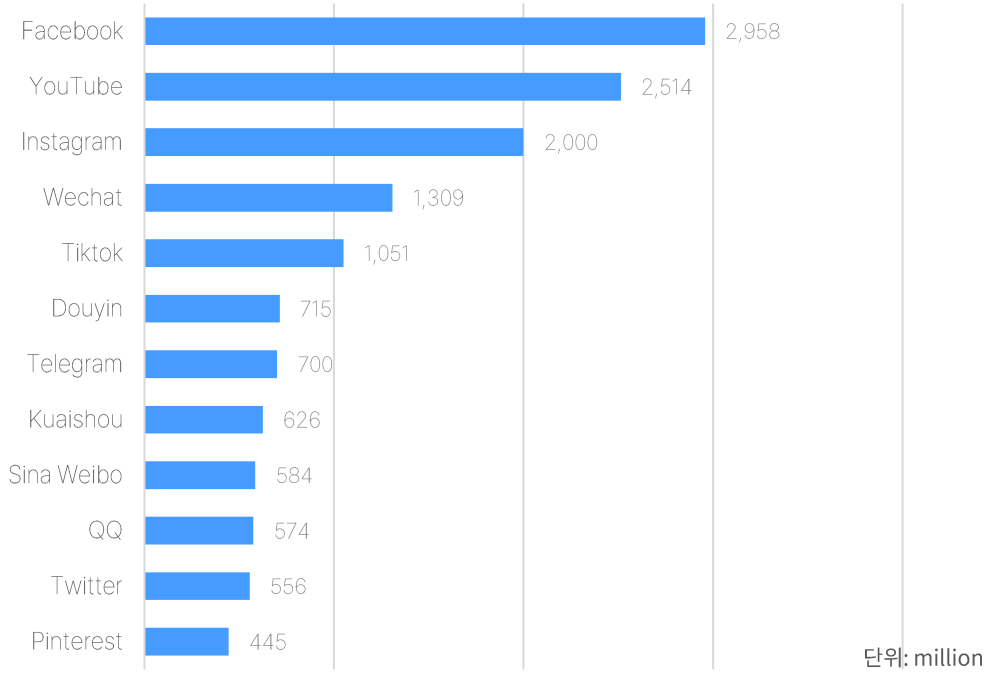
전 세계적으로 여전히 페이스북의 영향력이 크지만, 최근 유튜브 사용 유저(Active User)의 급격한 증가세를 보이고 있습니다.

World Map of Social Networks (Jan, 2023)



Source: https://vincos.it/world-map-of-social-networks/

Most popular social networks worldwide (Jan, 2023, active user 기준)



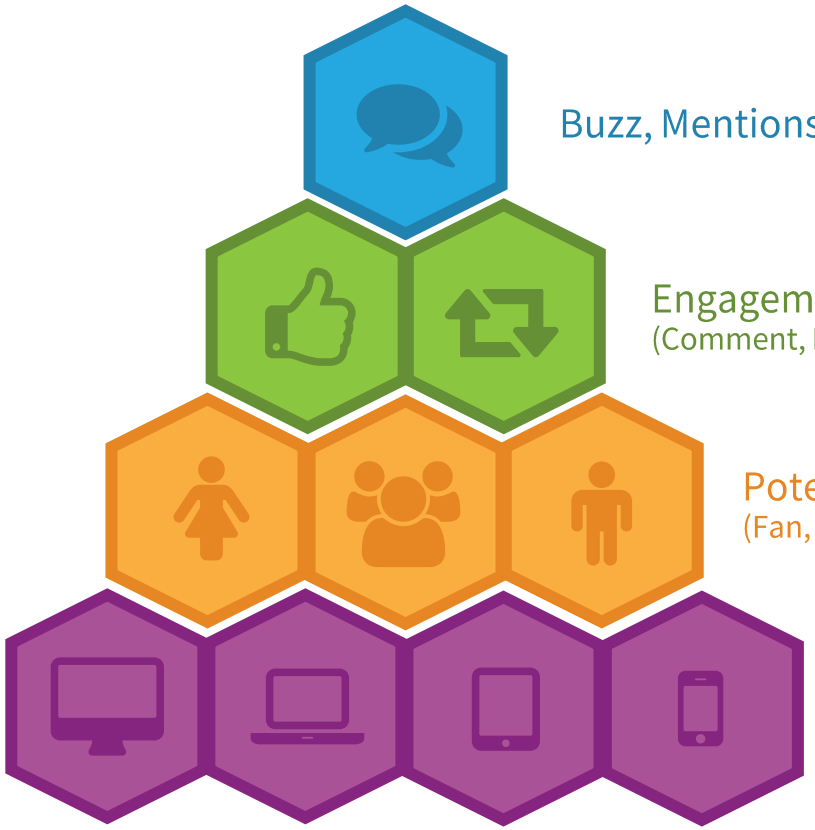
Source: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

소셜 미디어 현황

@2024 DXentric all rights reserved

데이터 구성요소와 분석요소를 기반으로 리포팅을 진행합니다.

버즈, 인게이지먼트, 리치 등의 구성요소를 기반으로 버즈 트렌드, 점유율, 인게이지먼트(리치) 레이트 등의 다양한 항목을 구성합니다.



데이터 구성요소	분석요소
Buzz, Mentions, Posts	Buzz Volume, Buzz Share, Buzz Trend (by Topic, Media, Sentiment)
Engagement, Interaction (Comment, Reaction, Share 등)	Total Engagement, Engagement Rate (Likes, Comments, Share)
Potential Reach (Fan, Followers, Site Traffic)	Reach Volume, Reach Rate
Impression (Views)	

소셜 구성요소

@2024 DXentric all rights reserved

소셜 분석항목은 정량적 정성적으로 구성됩니다.

버즈, 인게이지먼트, 리치 등의 구성요소를 기반으로 버즈 트렌드, 점유율, 인게이지먼트(리치) 레이트 등의 다양한 항목을 구성합니다.

Buzz Scale
얼마나 이야기 되는가?
(버즈량, 버즈트렌드 등)

Buzz Share
상대적으로
얼마나 이야기 되는가?
(버즈 점유율, 미디어 점유율 등)

Buzz Sentiment
우호적인가?
비우호적인가?
(긍정, 중립, 부정)

Buzz Interaction
어떤 이야기가 인기가 있는가?
(리액션, 댓글, 공유 등)

Buzz Insight
이야기의 주제와 리더는?
(담론분석, KOL 등)

+

Top Keyword
(연관어, 유관어) 분석

Contents 분석

Top post 분석

이슈(Peak)분석

속성분석

인플루언서 분석

* 일부 항목의 경우 통계 프로그램, 휴먼코딩 등을 활용

소셜 분석항목

@2024 DXentric all rights reserved

SM2는 11가지의 유형으로 리포팅 서비스를 구분하여 제공합니다.

언론분석, 키워드 분석 등의 기본 분석부터 인플루언서, 페르소나 분석 외에 자사데이터를 혼합한 분석까지 광범위한 분석이 가능합니다.

A. 기본분석

- A01 언론분석
- A02 키워드분석
- A03 브랜드분석
- A04 소비자 반응분석
- A05 소비자 트렌드분석

B. 마케팅분석

- B01 캠페인분석
- B02 마케팅 성과분석
- B03 채널분석
- B04 인플루언서 분석
- B05 페르소나 분석
- B06 자사데이터 혼합분석*

*자사데이터 혼합분석의 경우 정형화되지 않음

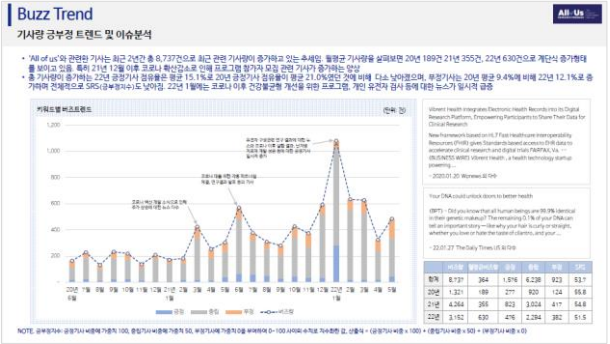
구분	항목	내용
A01	언론 분석	뉴스 기사를 중심으로 기사량, 주요 매체, 키워드 등을 분석
A02	키워드 분석	가장 기본적인 분석으로 키워드에 대한 버즈량 및 채널별, 시기별 버즈량을 분석
A03	브랜드 분석	자사 및 경쟁 브랜드에 대한 소셜내 에서의 현황 및 이미지 등 분석
A04	소비자반응 분석	제품 혹은 브랜드에 대한 소비자 직접적인 반응 분석 (리뷰, 카페 등 특정채널 지정 가능)
A05	소비자 트렌드 분석	캠핑, 여행, 코스메틱 등 산업 전반에 대한 소비자 트렌드 분석
B01	캠페인 분석	자사에서 진행한 온라인 캠페인에 대한 성과분석 (경쟁사 캠페인의 경우 결과 비교분석 가능)
B02	마케팅 성과분석	팝업, 프로모션 등 온라인 상에서 진행한 이벤트에 대한 성과 분석
B03	채널분석	자사 혹은 경쟁사가 운영 중인 공식 계정들의 운영 성과 분석
B04	인플루언서 분석	관련 산업군 내 인플루언서 분석 또는 스폰서드 인플루언서 활동 성과분석
B05	페르소나 분석	관련 주제에 대한 소비자 페르소나 분석 (메타데이터 기반)
B06	자사데이터 혼합분석	매출데이터 혹은 콜센터 데이터 등과 혼합하여 분석

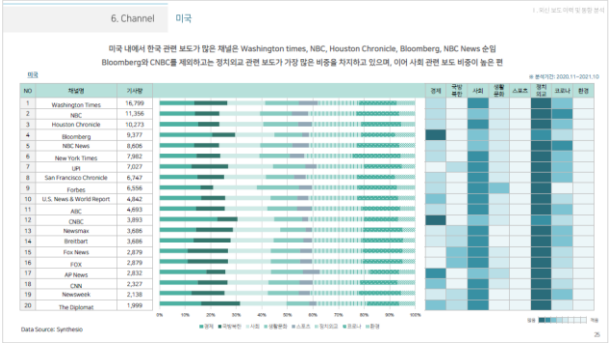
소셜 분석 유형

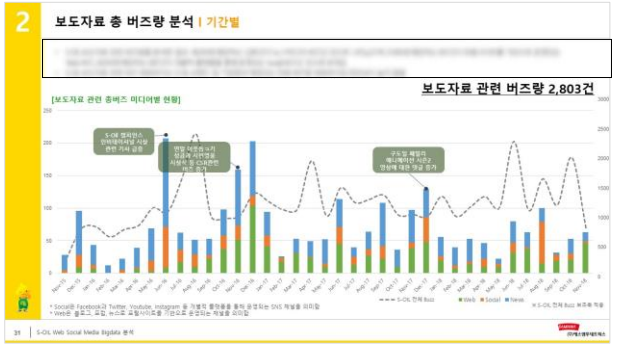
@2024 DXentric all rights reserved

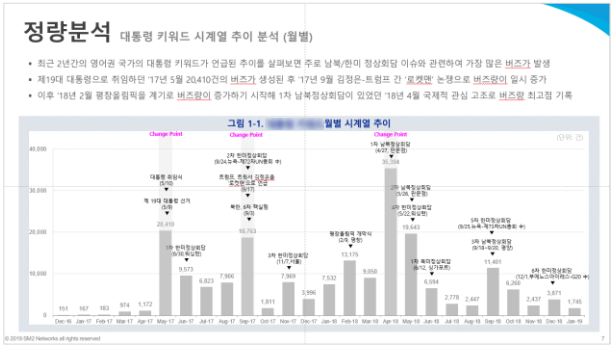
A01. 언론분석

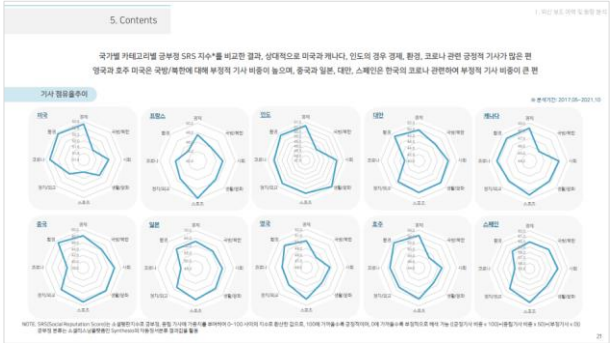
언론분석은 브랜드 혹은 기업에서 제일 손쉽게 시작할 수 있는 분석으로, 포털 혹은 데일리 점검을 통해 직접 살펴보거나 별도 모니터링을 진행하는 경우가 많습니다.
소셜분석과 언론분석을 함께 살펴본다면 보다 심도 있는 인사이트를 손쉽게 파악할 수 있습니다.

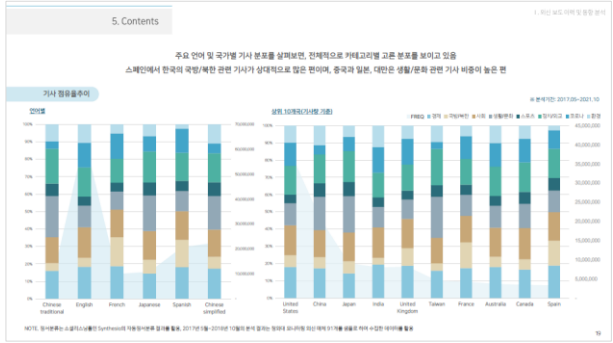










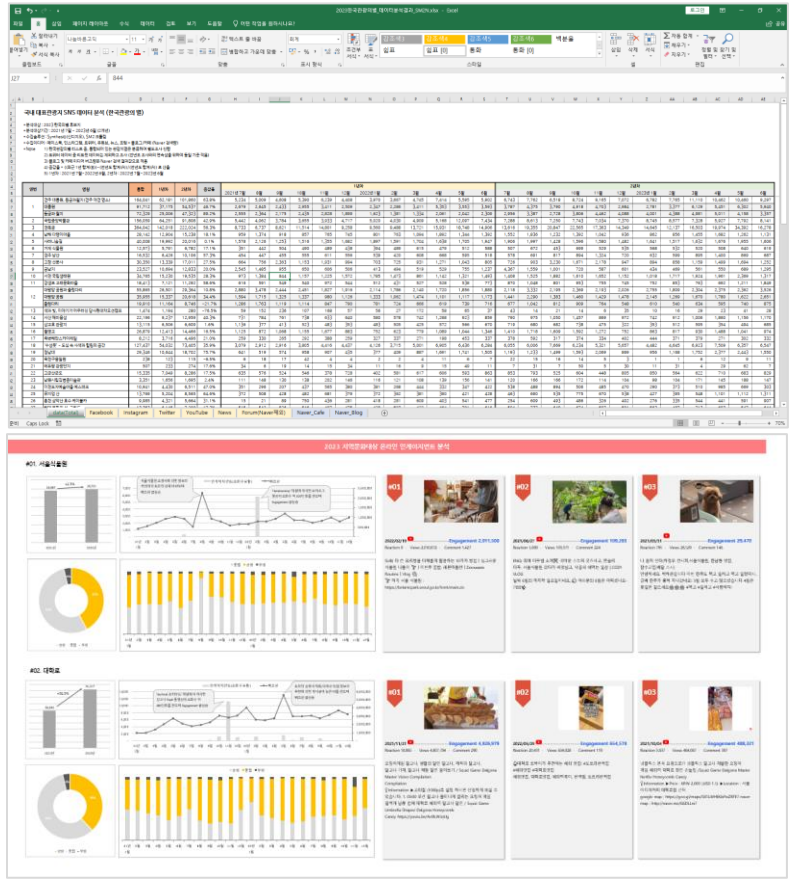


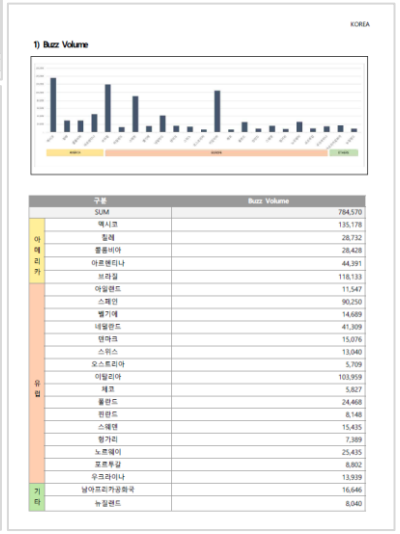
언론분석

@2024 DXentric all rights reserved

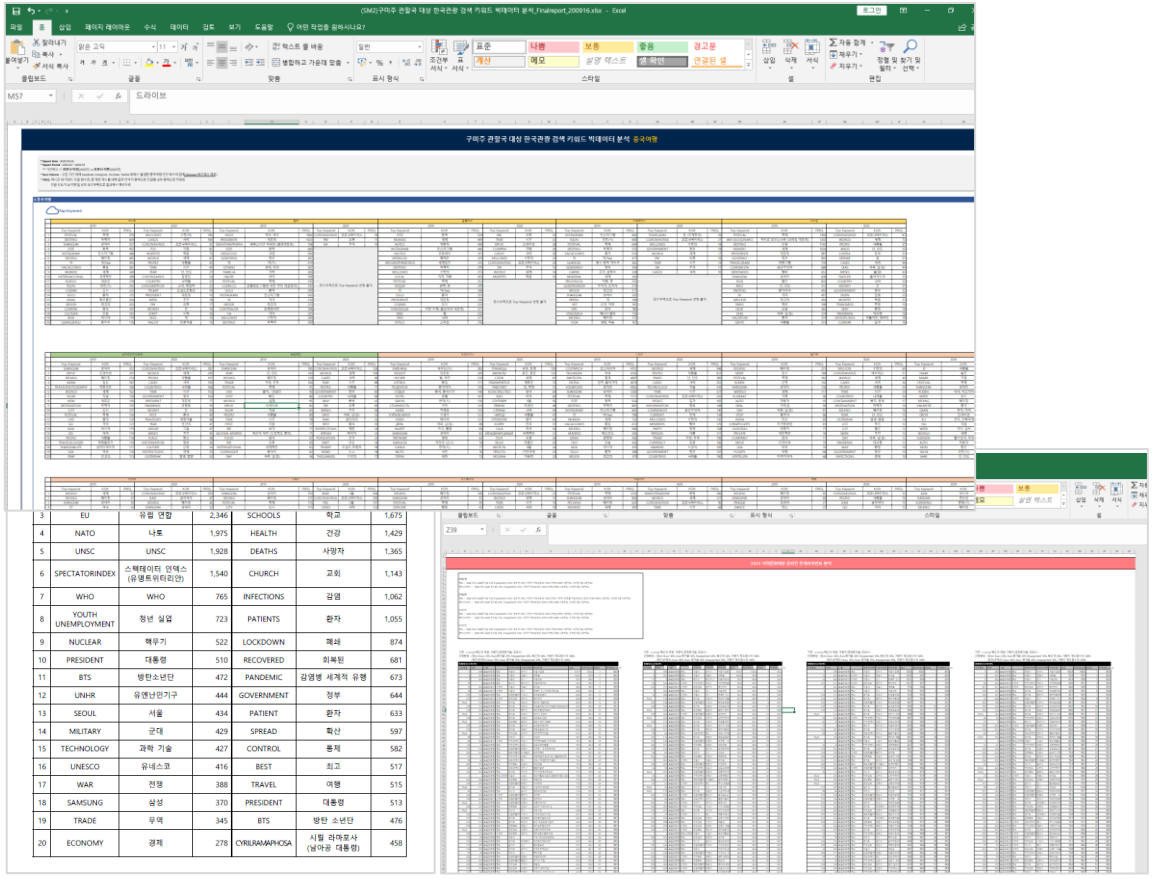
A02. 키워드분석

키워드 분석은 소셜분석의 가장 기본 단위로 키워드에 대한 시계열 버즈 변화, 채널별 버즈 볼륨, 국가별 버즈량 등을 살펴보는 방법론입니다.
결과물은 일반적으로 Excel 형태이며, 키워드 수와 분석국가(혹은 언어), 분석미디어 범위에 따라 과금이 결정됩니다.





구분		Buzz Volume
	SUM	784,570
아메리카	멕시코	135,178
	칠레	28,732
	콜롬비아	28,428
	아르헨티나	44,391
	브라질	118,133
	아일랜드	11,547
	스페인	90,250
	벨기에	14,689
	네덜란드	41,309
	덴마크	15,076
	스위스	13,040
	오스트리아	5,709
	이탈리아	103,959
	체코	5,827
	폴란드	24,468
	핀란드	8,148
	스웨덴	15,435
	헝가리	7,389
	노르웨이	25,435
	포르투갈	8,802
	우크라이나	13,939
유럽	남아프리카공화국	16,646
	뉴질랜드	8,040

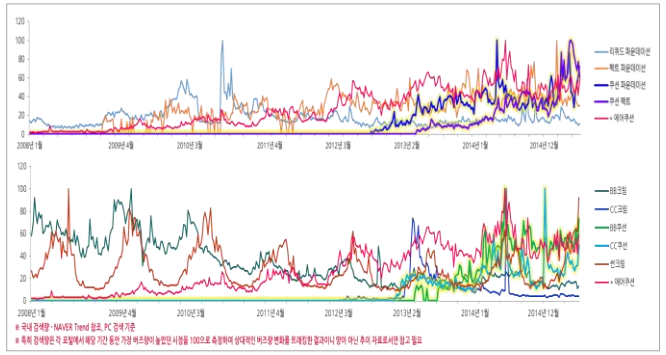


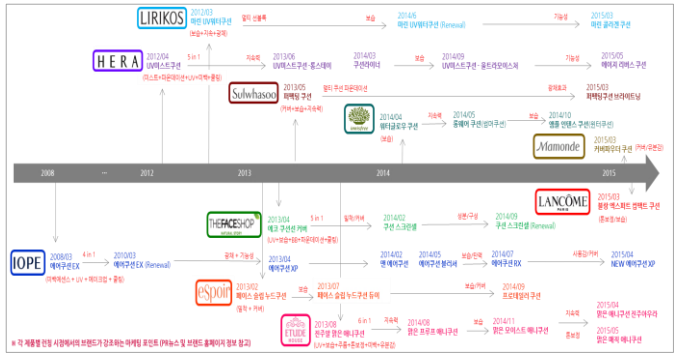
3	EU	유럽 연합	2,346	SCHOOLS	학교	1,675
4	NATO	나토	1,975	HEALTH	건강	1,429
5	UNSC	UNSC	1,928	DEATHS	사망자	1,365
6	SPECTATORINDEX	스펙테이터 인덱스 (유명트위터리안)	1,540	CHURCH	교회	1,143
7	WHO	WHO	765	INFECTIONS	감염	1,062
8	YOUTH UNEMPLOYMENT	청년 실업	723	PATIENTS	환자	1,055
9	NUCLEAR	핵무기	522	LOCKDOWN	폐쇄	874
10	PRESIDENT	대통령	510	RECOVERED	회복된	681
11	BTS	방탄소년단	472	PANDEMIC	감염병 세계적 유행	673
12	UNHR	유엔난민기구	444	GOVERNMENT	정부	644
13	SEOUL	서울	434	PATIENT	환자	633
14	MILITARY	군대	429	SPREAD	확산	597
15	TECHNOLOGY	과학 기술	427	CONTROL	통제	582
16	UNESCO	유네스코	416	BEST	최고	517
17	WAR	전쟁	388	TRAVEL	여행	515
18	SAMSUNG	삼성	370	PRESIDENT	대통령	513
19	TRADE	무역	345	BTS	방탄 소년단	476
20	ECONOMY	경제	278	CYRILRAMAPHOSA	시릴 라마포사 (남아공 대통령)	458

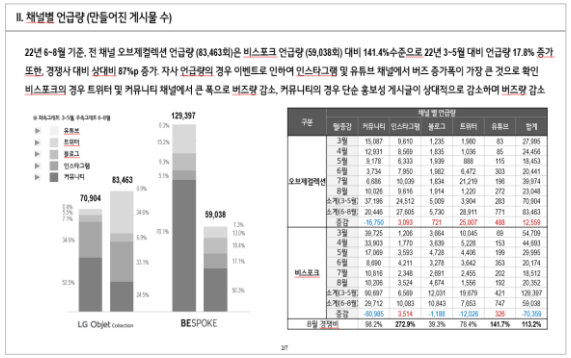
@2024 DXentric all rights reserved

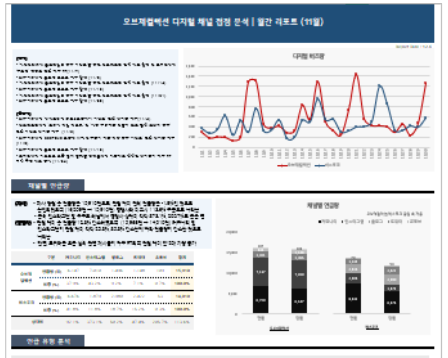
A03. 브랜드분석

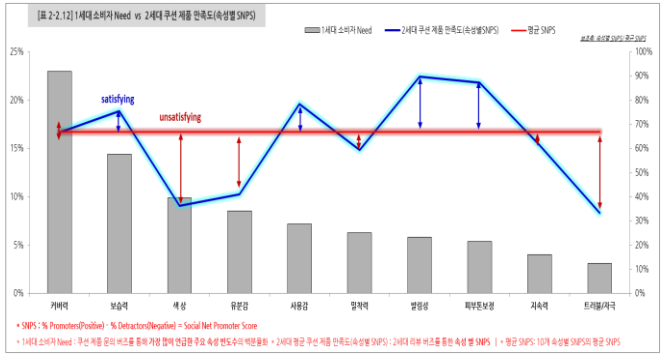
브랜드 분석을 통해 자사와 경쟁사에 대한 정량적, 정성적 항목들을 측정해 자사 브랜드 포지셔닝 파악하고 이슈 탐색, 발견할 수 있습니다.
자사채널, 소비자채널, 파트너사 혹은 인플루언서 채널 등을 모두 포함하여 브랜드를 언급한 모든 경우를 종합적으로 분석합니다.

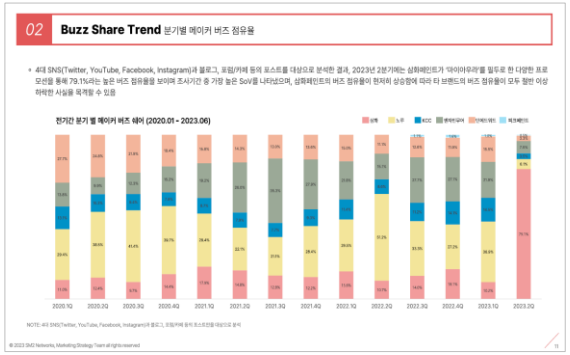








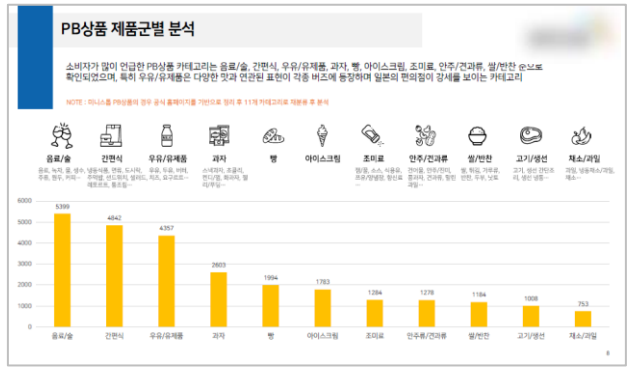


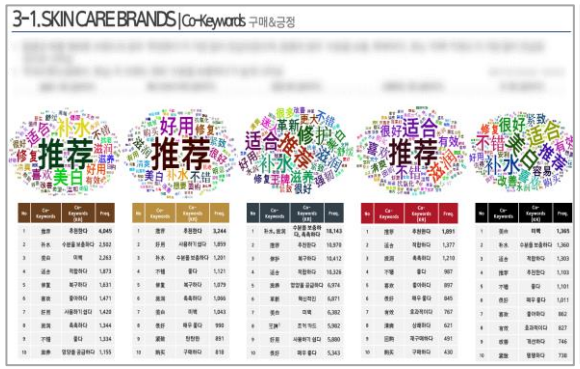


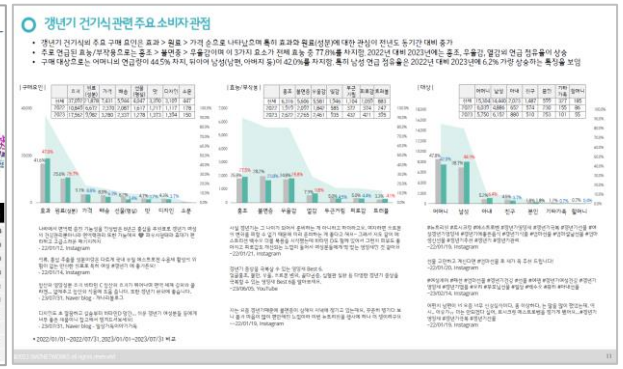
@2024 DXentric all rights reserved

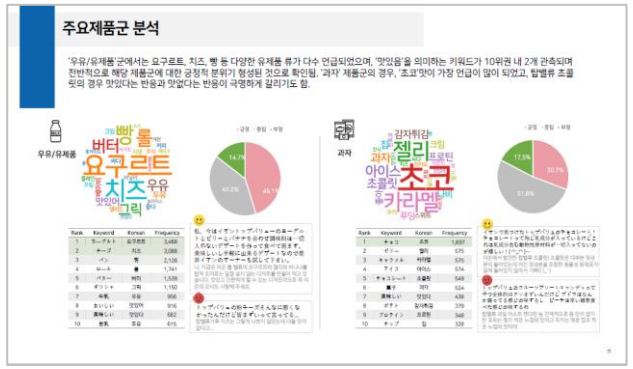
A04. 소비자 반응 분석

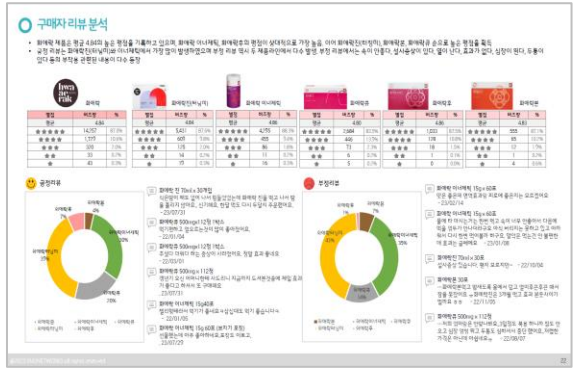
소비자 반응 분석은 구체적 제품이나 서비스를 대상으로 조사하며, 만족도, 불만 요인, 제품 속성 별 고객 경험을 분석합니다.
일반적으로 신제품 출시, 제품 리뉴얼, 매출 변화에 따른 제품 CX 점검을 목적으로 비 정기적으로 조사로 진행합니다.

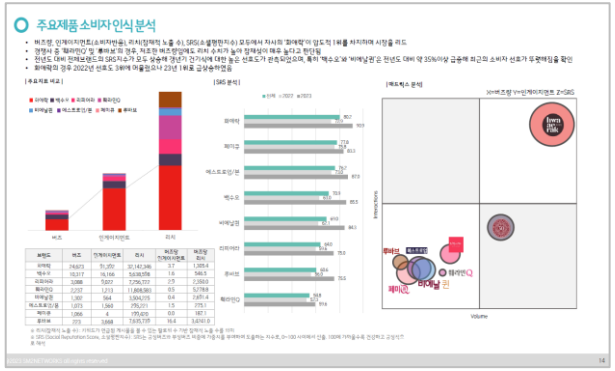


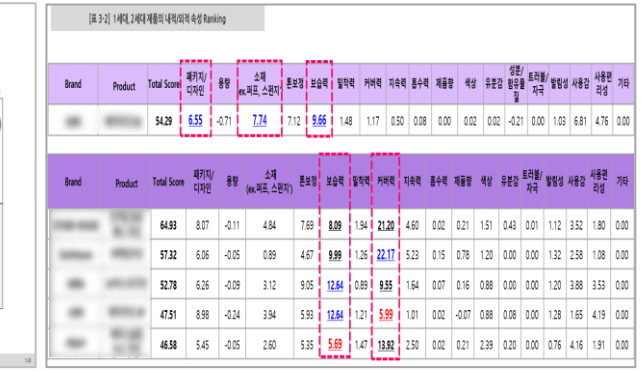












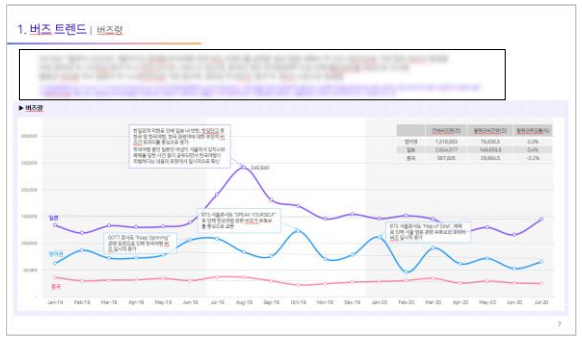
Brand	Product	Total Score	패키지/디자인	용량	소재 (ex.퍼프, 스펀지)	튜브형	보습력	밀착력	커버력	지속력	톤수력	제품량	색상	유분감	성분/함유물	트러블/자극	발림성	사용편리성	기타
[illegible]	[illegible]	54.29	6.55	-0.71	7.74	7.12	9.66	1.48	1.17	0.50	0.08	0.00	0.02	0.02	-0.21	0.00	1.03	6.81	4.76	0.00
[illegible]	[illegible]	64.93	8.07	-0.11	4.84	7.69	8.09	1.94	21.20	4.60	0.02	0.21	1.51	0.43	0.01	1.12	3.52	1.80	0.00
[illegible]	[illegible]	57.32	6.06	-0.05	0.89	4.67	9.99	1.26	22.17	5.23	0.15	0.78	1.20	0.00	0.00	1.32	2.58	1.08	0.00
[illegible]	[illegible]	52.78	6.26	-0.09	3.12	9.05	12.64	0.89	9.55	1.64	0.07	0.16	0.88	0.00	0.00	1.20	3.88	3.53	0.00
[illegible]	[illegible]	47.51	8.98	-0.24	3.94	5.93	12.64	1.21	5.99	1.01	0.02	-0.07	0.88	0.08	0.00	1.28	1.65	4.19	0.00
[illegible]	[illegible]	46.58	5.45	-0.05	2.60	5.35	5.69	1.47	13.92	2.50	0.02	0.21	2.39	0.20	0.00	0.76	4.16	1.91	0.00

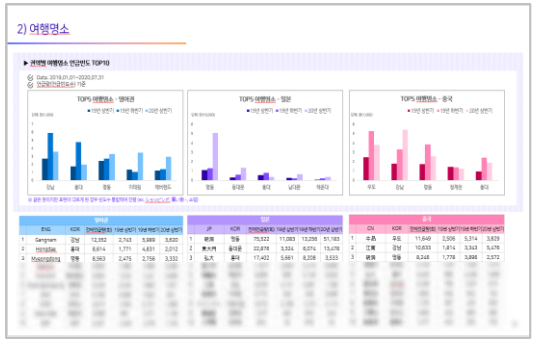
소비자 반응 분석

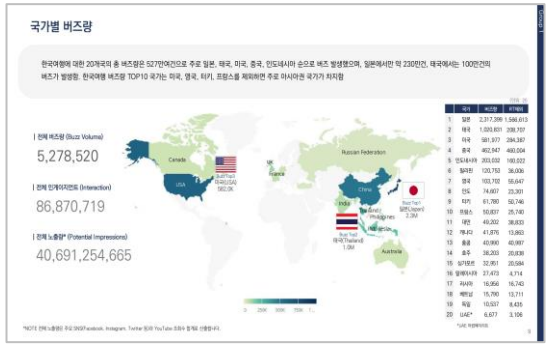
@2024 DXentric all rights reserved

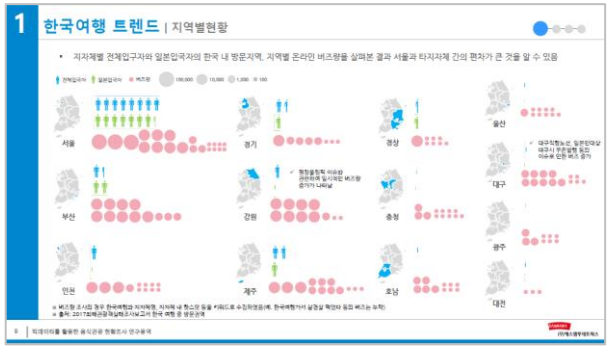
A05. 소비자 트렌드 분석

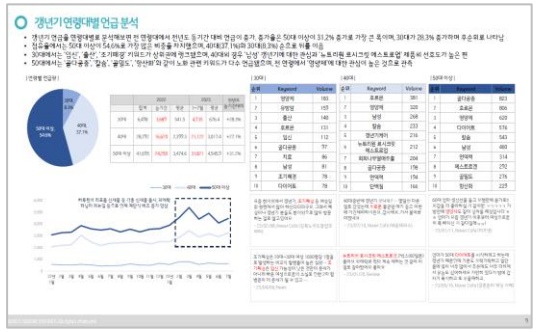
트렌드 분석은 소비자의 태도, 행동 변화에 대한 주요한 Signal, 카테고리 트렌드 변화 등을 감지하고 분석합니다.
조사 진행에 앞서 데스크 리서치가 병행되며 경우에 따라서는 그 결과를 가설로 하여 조사를 진행하며, 관여도 높은 층을 대상으로 한 타겟 채널 조사도 가능합니다.

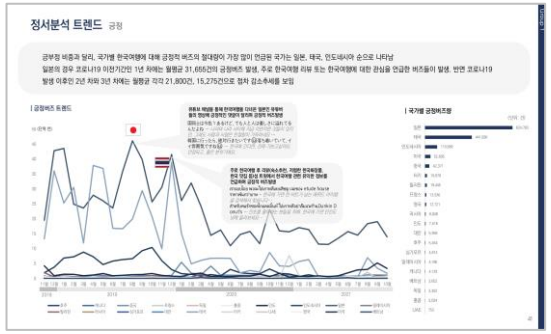


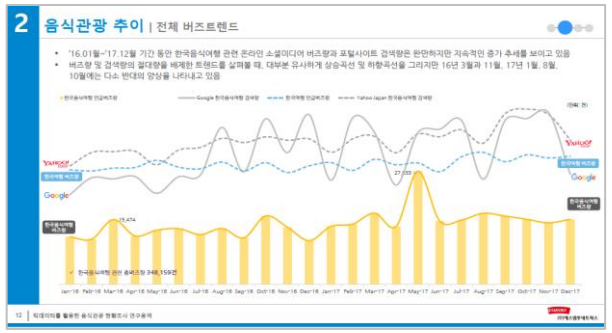










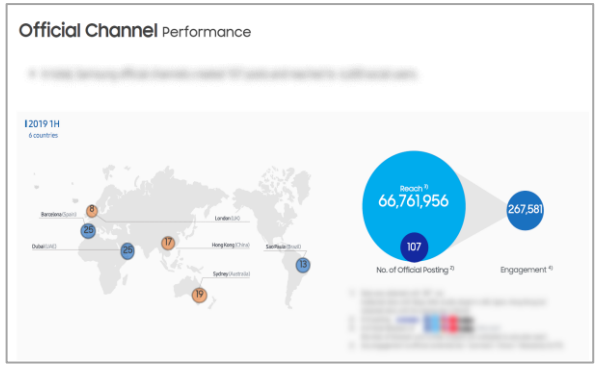


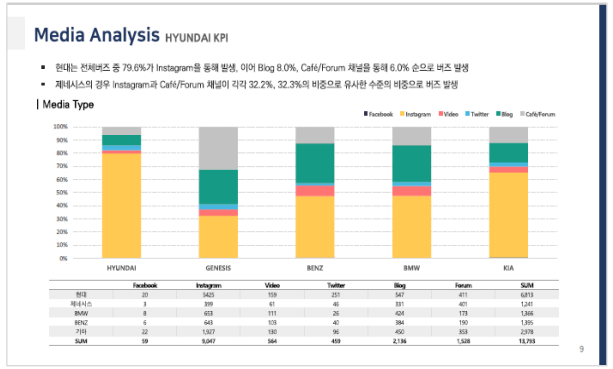
소비자 트렌드 분석

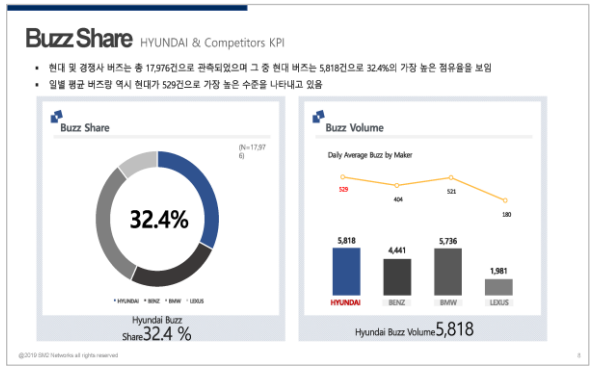
@2024 DXentric all rights reserved

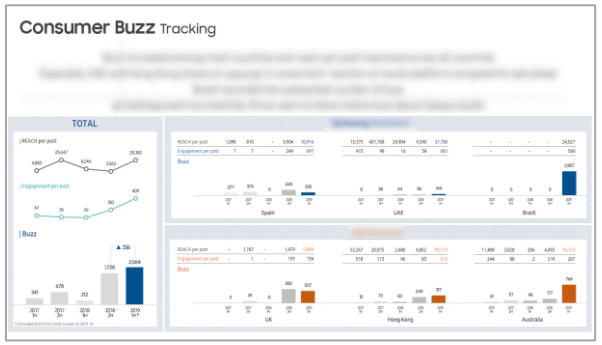
B01. 캠페인 분석

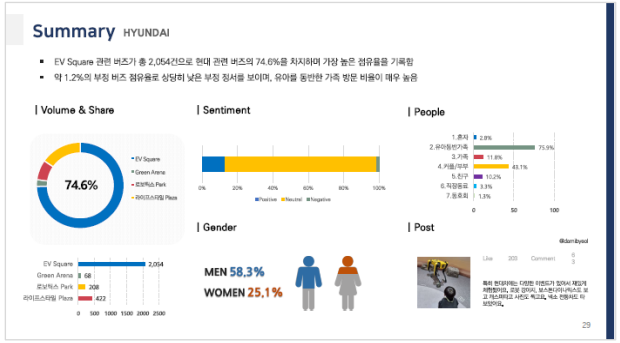
브랜드가 진행한 캠페인/프로모션에 대한 소셜미디어 상의 반응 및 파급력과 같은 성과를 측정합니다.
자사 브랜드의 전기간 유사 캠페인과 비교 또는 경쟁사 유사 캠페인과 비교를 진행하며, 캠페인이 노출된 Owned, Earned, Partnered, Influencer 전 채널을 대상으로 조사합니다.

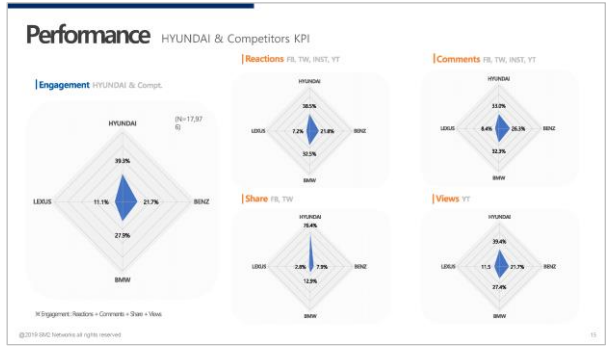


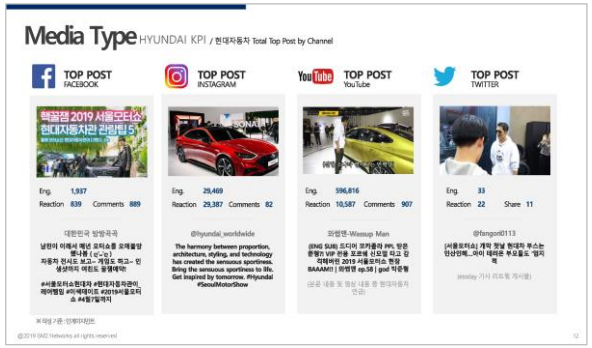










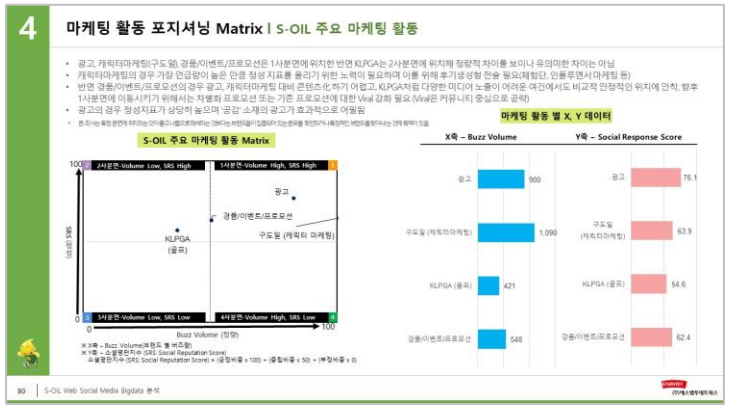


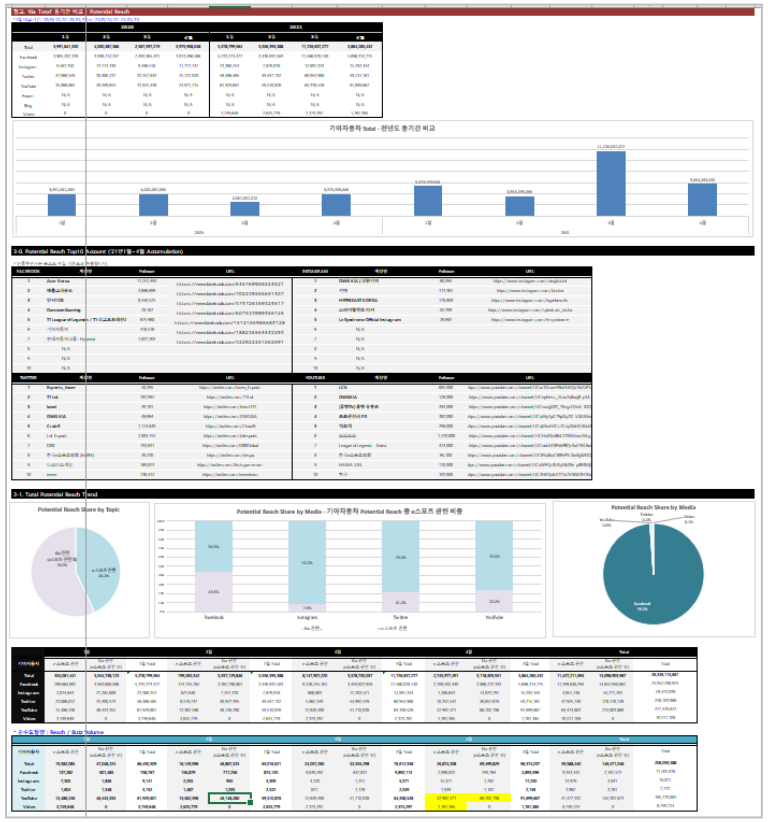
캠페인 분석

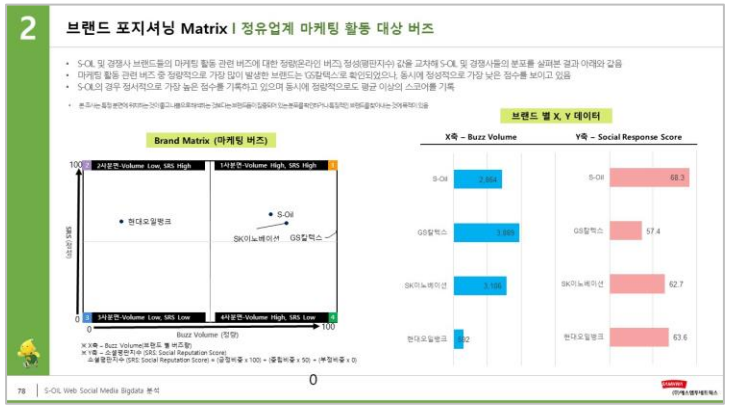
@2024 DXentric all rights reserved

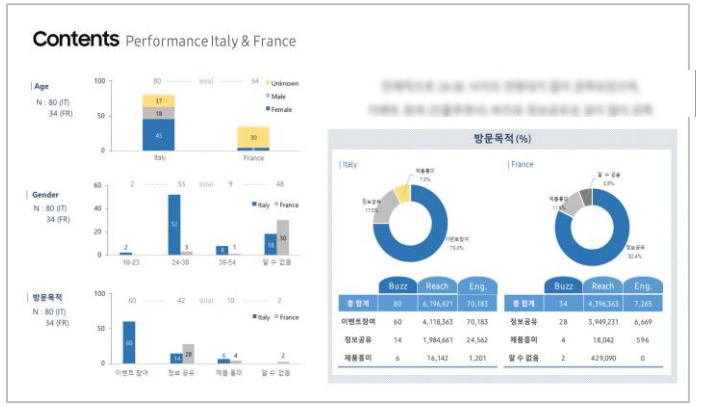
B02. 마케팅 성과 분석

현대 마케팅에서 빠질 수 없는 소셜미디어 활동에 대한 성과를 분석합니다.
팝업, 프로모션, 후원 등 온라인 상에서 진행한 이벤트에 대한 성과를 분석할 뿐 아니라 브랜드의 전반적인 마케팅 활동 현황을 점검할 수 있습니다.







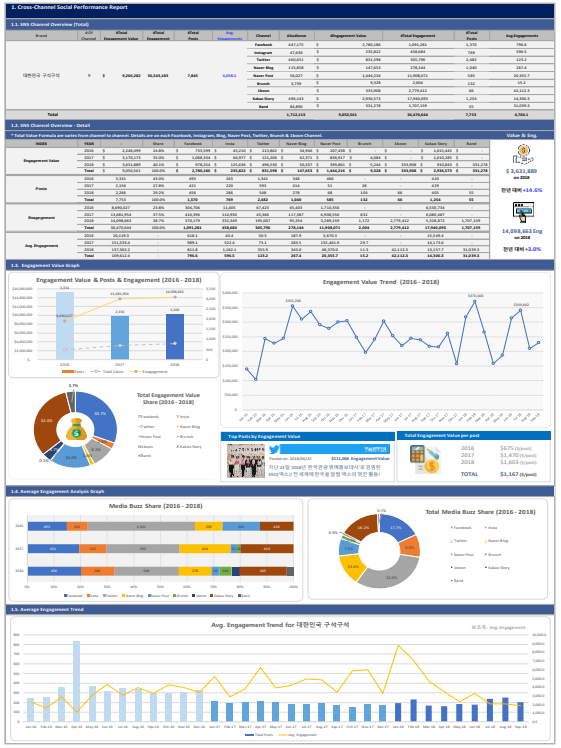


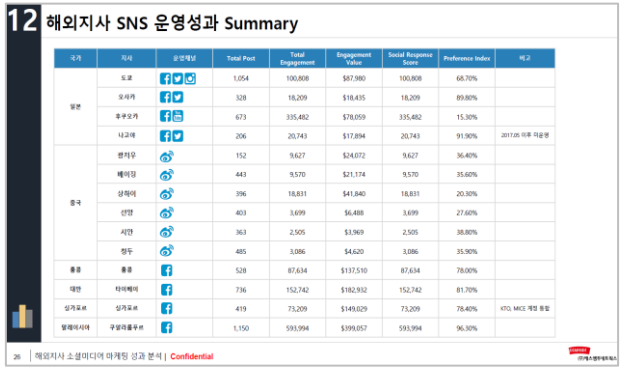
마케팅 성과 분석

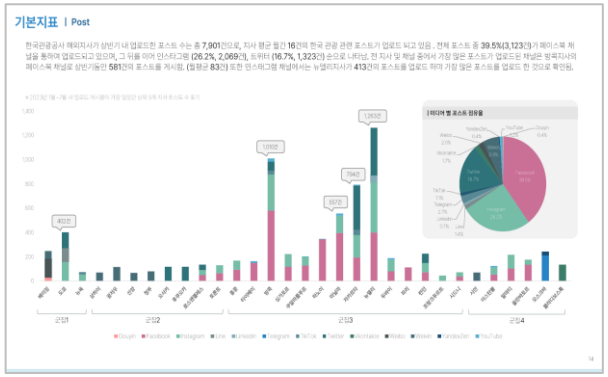
@2024 DXentric all rights reserved

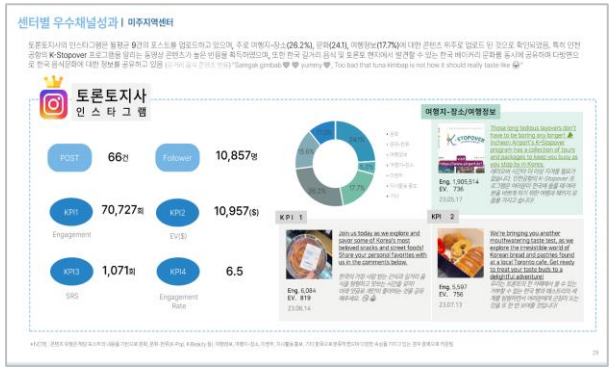
B03. 채널 분석

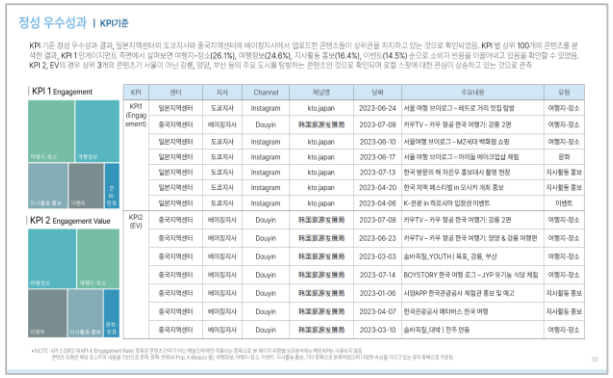
브랜드 활동과 소비자 반응, 노출 등을 분석하여 바이럴 확산에 대한 임팩트를 분석합니다.
주로 브랜드와 경쟁 브랜드 간의 자사 SNS 채널 운영 성과를 비교합니다.









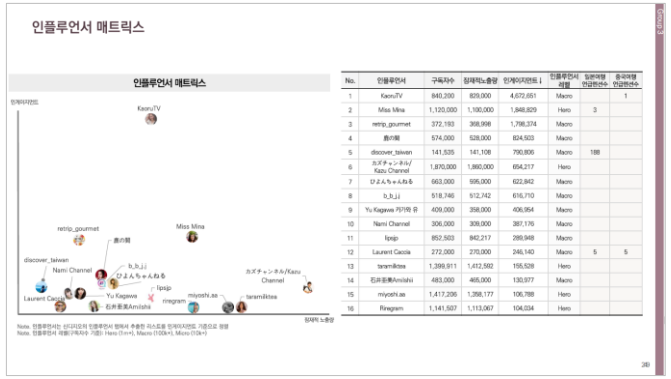


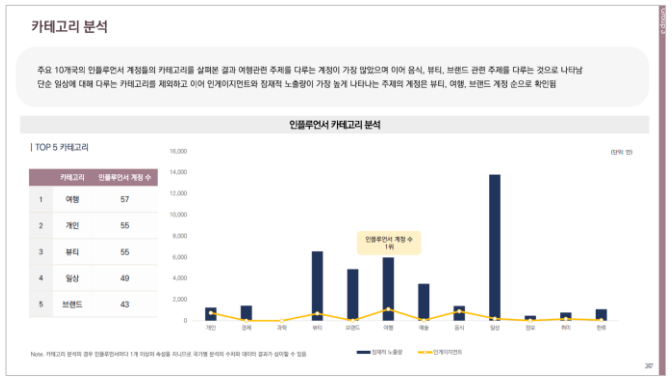
채널 분석

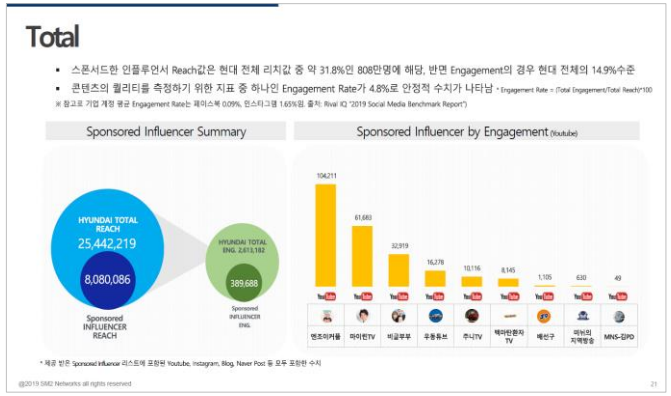
@2024 DXentric all rights reserved

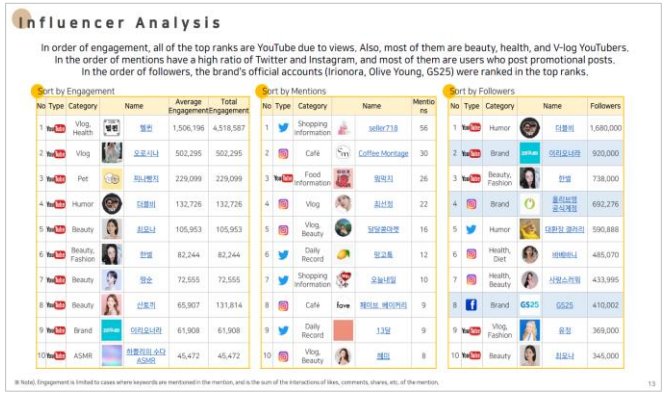
B04. 인플루언서 분석

유튜버, 인스타그래머 등 인플루언서와의 협업을 통한 브랜드 마케팅 활동의 성과를 분석합니다.
소비자들에게 직접적인 영향력이 높은 인플루언서를 발굴하고, 스폰서드 인플루언서의 성과를 별도 분석할 수 있습니다.







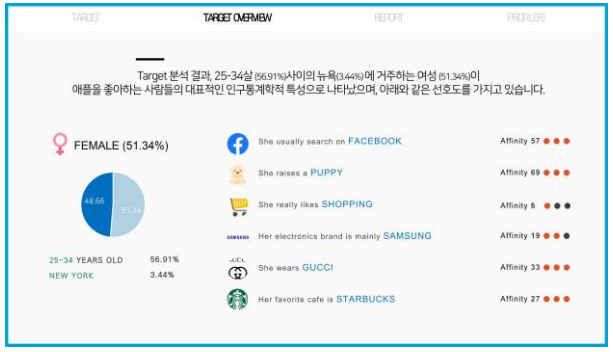


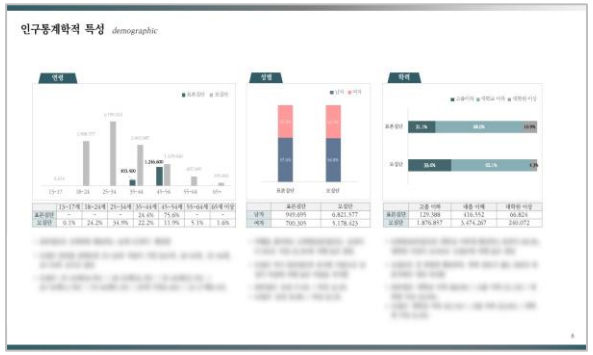
인플루언서 분석

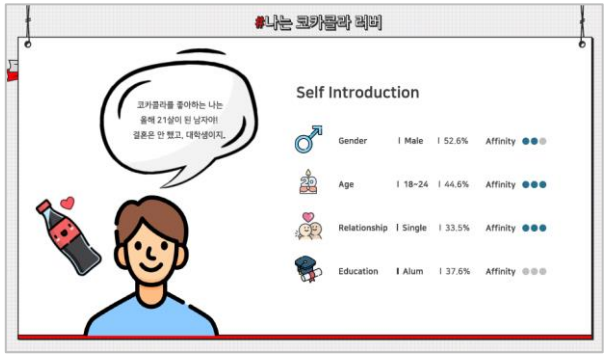
@2024 DXentric all rights reserved

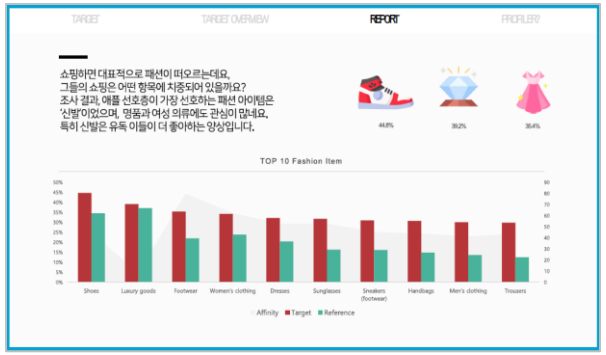
B05. 페르소나 분석

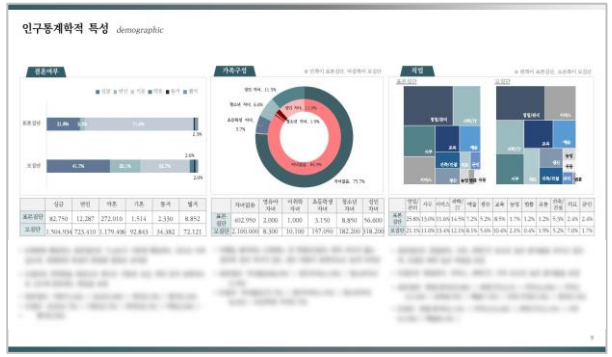
최근 화두가 되고 있는 개인화된 마케팅 전략의 기초인 소비자 페르소나 분석을 진행합니다.
고객이 어떤 제품을 검색하고 어떤 페이지를 방문했는지 등을 통해 고객의 관심사와 선호도를 파악할 수 있습니다.
데이터 분석 결과로 고객 그룹을 세분화하고 개인화된 마케팅 전략을 수립합니다.

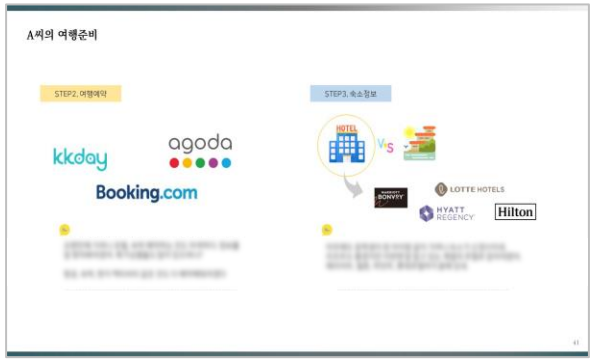












페르소나 분석

@2024 DXentric all rights reserved

Social Listening Platform Business

	클라이언트	분야	소셜 리스닝 국가
1	디스플레이 L사	제조업	글로벌(20개국 이상)
2	엔터테인먼트 C사	엔터테인먼트	글로벌(20개국 이상)
3	자동차 H사	자동차	영국
4	통신 L사	통신업	한국
5	통신 L사	통신업	글로벌(5개국 이상)
6	엔터테인먼트 H사	엔터테인먼트	글로벌(30개국 이상)
7	화장품 A사	화장품 제조업	글로벌(한국, 중국 외)
8	패션 F사	의류패션업	글로벌(한국, 아시아권)
9	페인트 S사	화학(도료)	한국
10	공기업 K사	공기업(관광)	글로벌(20개국 이상)
11	딜리버리 Y사	공유경제	한국
12	화장품 U사	화장품	한국
13	P국 정부기관	외국정부기관	한국
14	U국 대사관	외국정부기관	한국, 중국
15	자동차 B사	자동차	한국
16	리서치 K사	리서치	글로벌(한국, 중국)
17	식품 H사	지주회사	한국
18	마케팅 I사	마케팅 및 자동차	글로벌(30개국 이상)
19	마케팅 C사	마케팅에이전시	글로벌(30개국 이상)
20	전자 L사	전자산업	글로벌
21	유통 G사	유통업	한국, 일본
22	마케팅 M사	마케팅에이전시	글로벌(30개국 이상)
23	항공 D사	항공업	글로벌(한국, 미국, 일본, 중국)
24	NGO U사	NGO	글로벌(30개국 이상)
25	IT L사	IT	일본
26	담배 K사	담배	글로벌(일본, 미국, 대만 등)
27	이커머스 W사	패션 이커머스	한국

Social Media Research Business 최근 3년

	과업기간	프로젝트명	발주처	과업성격	비고
1	2022~23	브랜드 인지도, 소비자의견 분석	자동차 H사	소비자 반응분석	
2	2020~22	방한시장 여행트렌드분석	공기업 K사	소셜트렌드분석	연속과업
3	2019~22	해외지사 SNS 성과분석	공기업 K사	소셜성과분석	연속과업
4	2022	해외언론분석	국립보건연구원	소셜트렌드분석	
5	2022	브랜드 소비자 반응 분석	HSAD	소비자 반응분석	
6	2022	브랜드 진출을 위한 일본시장분석	화장품 A사	소비자 반응분석	
7	2022	동남아 건기식 소비자 리뷰 분석	공기업 K사	소비자반응분석	
8	2017~22	정기 오딧리포트	페인트 S사	소비자 반응분석	연속과업
9	2021	언론분석을 통한 PI강화전략	공기업 B사	소셜트렌드분석	
10	2019~21	L캠페인 소셜 성과분석	자동차 H사	소셜성과분석	
11	2019~21	S프로모션 소셜 성과분석	자동차 H사	소셜성과분석	
12	2021	자동차K사 E스포츠 소셜성과분석	마케팅 I사	소셜성과분석	
13	2021	디지털마케팅채널 모니터링	공기업 K사	소설셩과분석	
14	2020	BTS 전기차, 수소차 캠페인 분석	마케팅 I사	소설셩과분석	
15	2020	한국관광 SNS 검색 키워드 분석	공기업 K사	키워드분석	
16	2020	중국대상 리뉴얼 제품 CX 소셜분석 조사	화장품 A사	소비자 반응분석	

REFERENCE

@2024 DXentric all rights reserved

DnA

by DXentric

소셜 리스닝 및 분석 문의
www.dxentric.co.kr
marketing@samhwa.com

@2024 DXentric all rights reserved