고객 의견 진단 방법과 활용 방안

– 인터넷 중심으로 –

BuzzInsight.Net
박영진 차장

– 목차 –

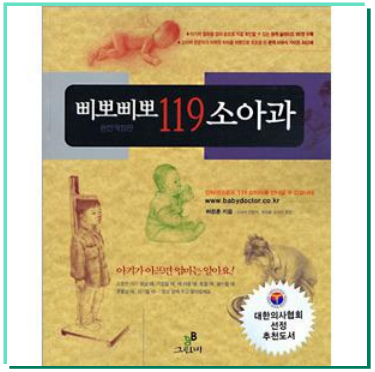
I. CHANGE

II.Methodology

III.Case Study

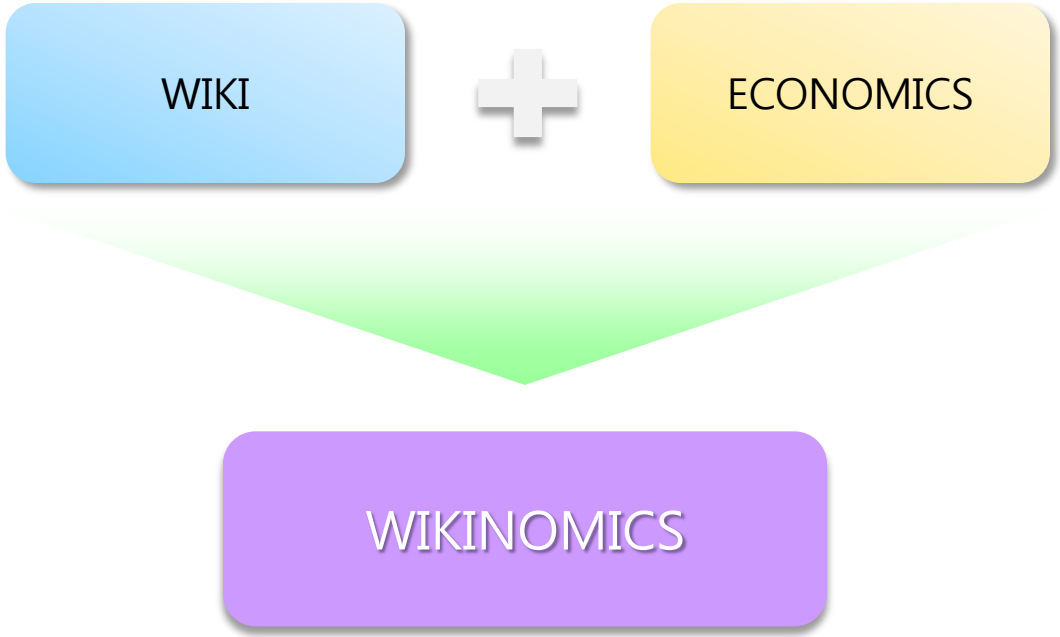
CHANGE

2009년 2월 현재, 인터넷이 없으면 아이를 키울 수 없다

	5년전	현재
분유 기저귀 장난감 간식 로션 유모차		
아기가 이상할 때		

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

위키노믹스

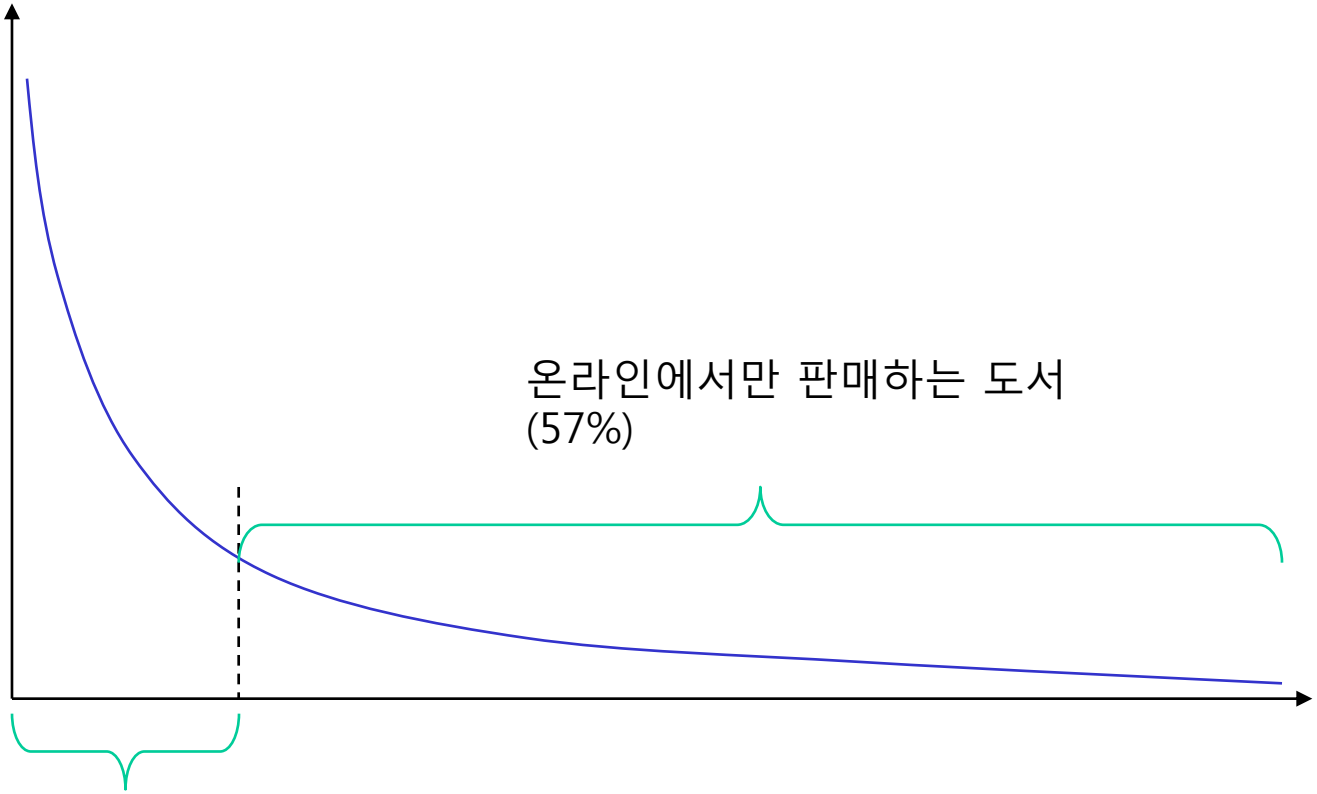


- 참여경제학
- 오늘날과 같은 참여의 시대(Age of participation)에 대규모 협업(Mass collaboration)에 의해 새롭게 만들어지는 경제모델(수익창출, 경제논리)
- WIKINOMICS를 통해서 새로운 부와 미래를 창출할 것으로 예상됨

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

롱테일 경제

현실에서는 판매하지 않는 비인기서적이나 희귀본들이 인터넷에서는 중요한 수입기반이 됨 (*e.g.* Amazon.com)



Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Network Is Economy

인터넷은 단지 새로운 비즈니스가 아니라 경제 전반을 뒤바꿔놓은 혁명임

WIKINOMICS

능동적이고 주도적인 소비와 유통

Long tail

한 사람이 인지할 수 있는 한계를 넘어선 정보

소비자 2.0

웹 2.0

검색 2.0

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

소비자 2.0

프로슈머나 트윈슈머와 같이 창조적인 수용자를 소비자 2.0이라고 함

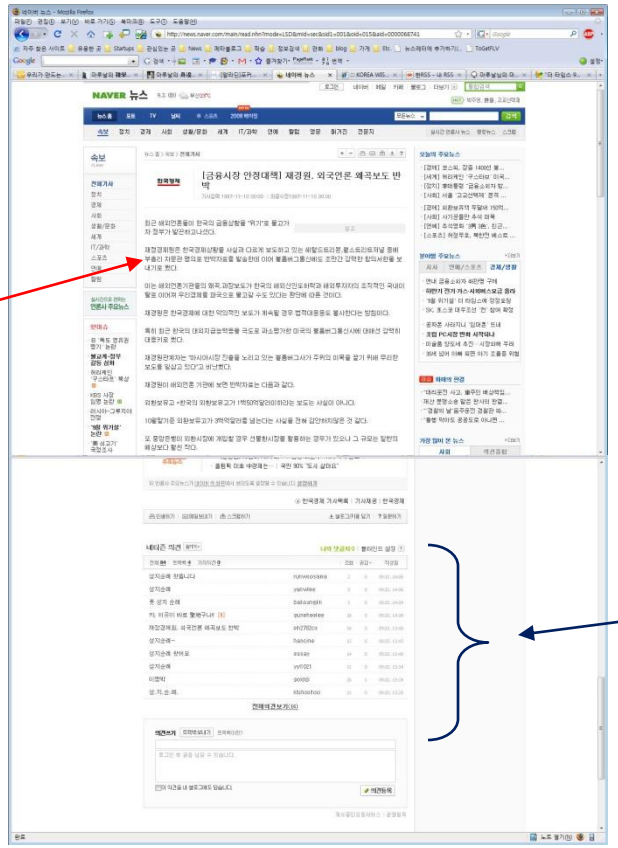
Copyright © 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

웹 2.0

참여, 공유, 개방의 웹 2.0은 단순한 마케팅 용어가 아니라, 정보(경험)의 유통 방식

개방형 플랫폼 블로그(Blog)

정보의 공유



성지순례 댓글
(사람들의 참여)

Copyright © 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

검색 2.0

인터넷에 공개되어 있는 어떤 정보도 모든 사람이 검색을 통해서 소비할 수 있음

웹의 플랫폼이 되려는

Google

인터넷에 정말 한없이 얇게, 그러나 한없이 넓게 깔려있는 먼지를 긁어 모아 태산을 쌓음

- 무한대에 가까운 다양한 가치를 망라
- 수요와 공급이 맺어지는 일이 자동화되는 시스템 제공

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

10

What Customer Want

역사상 처음으로 소비자들이 자신의 경험을 오픈 하고 공유하는 시대가 시작됨

소비자 2.0
창조적인 수용자

웹 2.0
새로운 방식의 정보유통

검색 2.0
정보의 평등한 소비

방문자수는 2008년 10월 기준 월별 방문자수

구분	개설수	방문자수	평균 (방문자수/개설수)	비고
네이버 블로그	800만	2,514만	3.1425	
티스토리	21만	1,781만	84.8095	네이버의 약 27배

(참고: 한국 소셜미디어 시장 규모)

1. **소셜미디어의 컨텐츠는 작성자의'경험'에서 비롯됨** (e.g. **맛집, 영화후기, 시승기 등**)

2. **소셜미디어의 특성상 댓글과 트랙백 등을 통해서 다른 사람과 공유하고 또 다른 사람이 참여하게 됨**

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

'사이버 논객' 미네르바
약인가? 독인가?

국회 '경제괴담 유포자'로 지목 관심 집중

"주식이 대폭락했다. '미네르바'님이 강림하실 때다!"

코스피지수가 100포인트 가까이 빠진 6일 오후 인터넷 경제토론 게시판에는 이런 글들이 쏟아졌다.

'미네르바'는 촛불집회 이후 네티즌들의 대표적인 토론장이 된 다음 '아고라'에서 활동 중인 경제 논객. 얼마 전 "생명의 위협을 느낀다"며 절필을 선언했다. 하지만 인터넷상에서 그의 영향력은 여전하다.

술에 취한 듯 푸념처럼 써내린 그의 글들은 리먼브러더스 사태, 환율 위기 등을 예고했고 대부분 들어맞았다.

인터넷에 머물던 '미네르바 열풍'은 지난 3일 한나라당이 그를 필두로 한 사이버 논객들을 지적하고 나서면서부터 오프라인에서도 거세지는 모습이다. 국회 대정부질문에서 한나라당 홍일표 의원은 김경한 법무부 장관을 향해 "미네르바라는 사이버 논객이 (정부 경제정책에 대해) 여러 비판을 하고 있다. 이것들이 검증, 여과없이 국민들에게 전달되고 있다"며 "금융당국 말고도 사정당국도 함께 수사에 나서야 한다"고 주장했다. 이 발언은 '미네르바'를 괴담 유포자로 단정하고 인터넷 규제책의 필요성을 강조한 것으로 받아들여지면서 논란을 일으키는 형국이다.

'인터넷 경제대통령'으로까지 불리는 그의 정체는 베일에 싸여 있다. 이전까지 그는 "고구마 파는 늙은이"라고만 자신을 소개하며 구체적인 직업과 신상을 감춰왔다. 그는 누구일까. 전·현직 금융인, 특히 외환딜러라는 네티즌들의 가설이 설득력을 얻고 있다. 해박한 금융지식과 경제이론, 통계 등을 토대로 글을 쓴 점으로 미뤄 짐작한 것. 여기에 외환시장을 뜻하는 은어가 바로 '고구마'란 점도 이에 가설에 힘을 싣는다.

'미네르바'에 대한 평가는 극단을 오간다. 전문가들조차 그의 정보력과 판단력에 대해 "반박하기 힘들다"며 혀를 내두른다. 언론도 그의 주장을 기사화하기 시작했다. 특히 '미네르바'가 "코스피의 바닥은 500선"(10월26일)이라고 한 발언은 지금도 증시의 뜨거운 이슈다.

ID '피닉스23'은 "대통령이 펀드를 사겠다더니, 이참에 증시 비관론자들을 싸그리 잡아들이려나 보다"며 조소했고, '리만브라더스'는 "구린 게 많으니 일개 논객의 한마디에도 부화뇌동하는 것 아닌가"라며 맞장구쳤다. '안시수로'는 "주가가 3000포인트에 이를 것이고, 아직도 한국경제가 튼튼하다고 주장하는 정부도 허위사실 유포죄로 잡아가라"며 일갈했다.

반면 '스카이'는 "이런 루머에 현혹돼 시장을 더 부정적인 상황으로 몰고 갈 수 있다"고 반박했다. 'TOTO드래곤'도 "분명 공감되는 부분이 많다. 그러나 영향력 있는 실력자라면 공포를 확대 재생산하는 일을 멈춰야 한다"며 "장기적인 관점에서 원인과 현상, 대안을 제시해 달라"고 주문했다.

/문지형기자 diable7@fnn.co.kr

리먼사태·환율위기 등 예고 화제
신상 베일속 생명위협 절필 선언
정확성·판단력 "반박 힘들다" 지지
"장기적 관점 대안 제시를" 비판도

한 '넷심공략' 나섰다
사이버토론방 댓글참여

한나라당이 주요 인터넷 토론방에서 진행되는 토론에 당 대표 등이 직접 참여하는 방안을 검토 중이다. 한나라당의 전통적 취약 지지층인 젊은 세대를 잡기 위해 우선적으로 '넷심' 공략에 나선 셈이다. 최근 미국산 쇠고기 수입 반대 파동을 비롯해 청권 지지율 하락의 진앙지가 사실상 인터넷 공간이었다는 판단도 작용했다.

김성훈 디지털정당위원장은 6일 "당 홈페이지 등에 찾아오는 네티즌 위주로 인터넷 소통이 진행됐다면, 이제는 우리가 직접 찾아가 국민들과 소통할 계획"이라며 "다음 아고라 등을 포함해 30개 토론방을 선정해 모니터링을 하고, 필요한 부분에 대해서는 당 대표를 포함해 당직자와 전문위원 등이 실명으로 댓글을 달고 토론도 할 방침"이라고 밝혔다.

GS건설 정수근 국내법무팀장(왼쪽)과 이재성 IR팀장(가운데)이 24일 남대문경찰서에 고소장을 접수하고 있다. /GS건설 제공

건설사, 악성괴담에 뿔났다

대림 이어 GS건설도 루머 유포자 고소

대형 건설사들이 자금난과 부도설 같은 악성루머를 퍼뜨린 혐의자를 찾아달라고 경찰에 잇따라 수사를 의뢰하고 나섰다. 회사 이미지 실추와 주가 하락 등에 따른 피해를 막기 위한 강경 조치다.

GS건설은 24일 회사 부도설과 자금난 등의 괴소문 등이 시중에 나돌아 회사의 신용과 명예가 훼손됐다는 이유로 서울 남대문경찰서에 익명의 소문 유포자를 고소했다. 5대 건설업체 가운데 음해성 루머에 법적으로 대응한 것은 대림산업에 이어 두 번째다.

GS건설 관계자는 "회사채 500억원을 갚지 못했다거나 만기가 돌아온 어음을 사채로 막고 저축은행에서 연이율 20%가 넘는 단기 고금리 자금을 쓰고 있다는 소문 등은 사실이 아니다"고 주장했다. 회사채는 2010년이 만기여서 해당사항이 없으며 사채를 쓴 적도 없다는 것이다. 이 관계자는 "임직원에게 월급을 주지 못하고 있으며 베트남 사업을 접는다는 내용도 근거 없는 음해"라고 강조했다.

GS건설 국제금융실장 윤성근 전무는 "근거 없는 소문에는 대응을 자제해왔지만 그 수위가 높아져 대외 신인도 하락과 해외수주 저하가 우려될 지경"이라고 말했다.

앞서 대림산업은 지난달 20일 회사에 대한 유동성 위기설을 퍼뜨린 사람을 찾아달라며 종로경찰서에 수사를 의뢰했다. 대림산업은 "회사 부도설과 화의설 등 온갖 괴소문을 유포한 진원지를 찾기 위한 조치였다"며 "아직까지 장본인을 색출하는데 어려움을 겪고 있지만 경찰 수사로 밝혀지면 즉시 법적 책임을 물을 것"이라고 밝혔다. 중견업체인 우림건설 역시 부도설을 해명하는 보도자료를 최근 발표한 뒤 검찰의 수사 관계자가 직접 회사로 찾아와 피해 상황을 조사했다고 밝혔다.

박종서 기자 cosmos@hankyung.com

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

AS-IS

인터넷으로 급격하게 변화된 소비자, 소통방식에 대해서 단방향적인 접근으로는 효과적인 커뮤니케이션이 이루어지지 않음

Viral Marketing

- 지식검색, 블로그, 카페 등에 '메시지'를 남겨서 구전(Buzz)을 발생시킴

Blog Marketing

- 인지도와 영향력이 일정 수준이상의 블로거를 대상으로 '체험'을 통한 포스팅을 유도

기업의 긍정적인 메시지를 전달

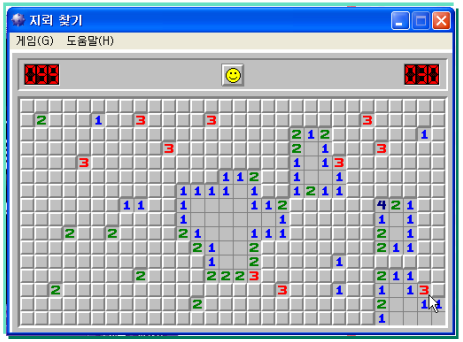
일방적인 이야기에 귀 기울이지 않음

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Why Internet

- 유물 발견
- 과거의 사건이나 이슈가 후에 이목을 끌어 소비자들로부터 관심을 불러 일으킴

- 성냥불
- 대부분의 인터넷 컨텐츠들은 순간적으로 사라지지만, 어떤 경우는 도화선이 될 수 있음

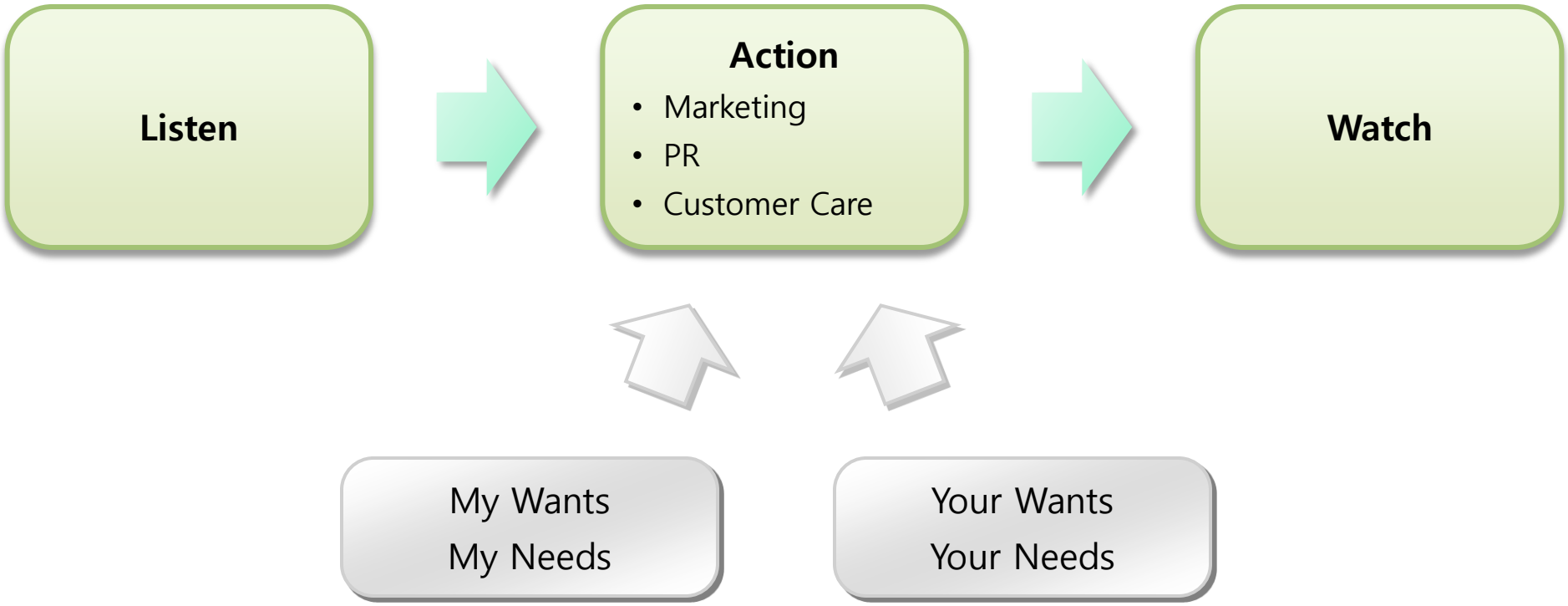


- 지뢰 찾기
- 인터넷 컨텐츠들은 량의 문제가 아니라 하나 하나가 문제이거나 아닐 수 있음

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

수행전략

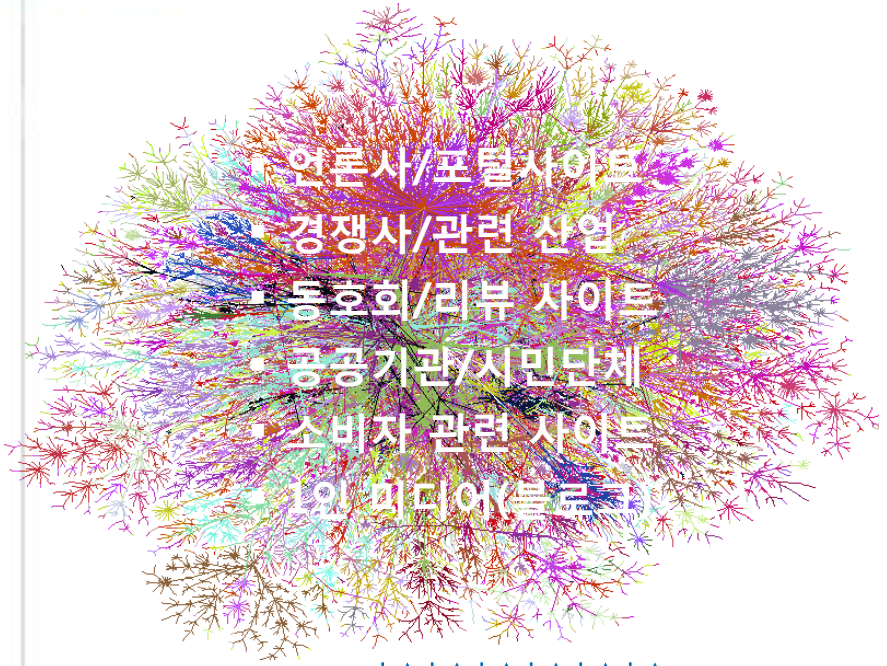
인터넷 공간의 모든 정보를 수집하고 분석하여 실행계획을 수립하고 실행 이후의 변화상황에 대하여 지켜보면서 향후 실행계획을 조정하여 고객만족/중심의 경영활동 추진



Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Methodology

Definition



데이터 수집

수집데이터

분석

분석결과를 반영한 **Action Planning**

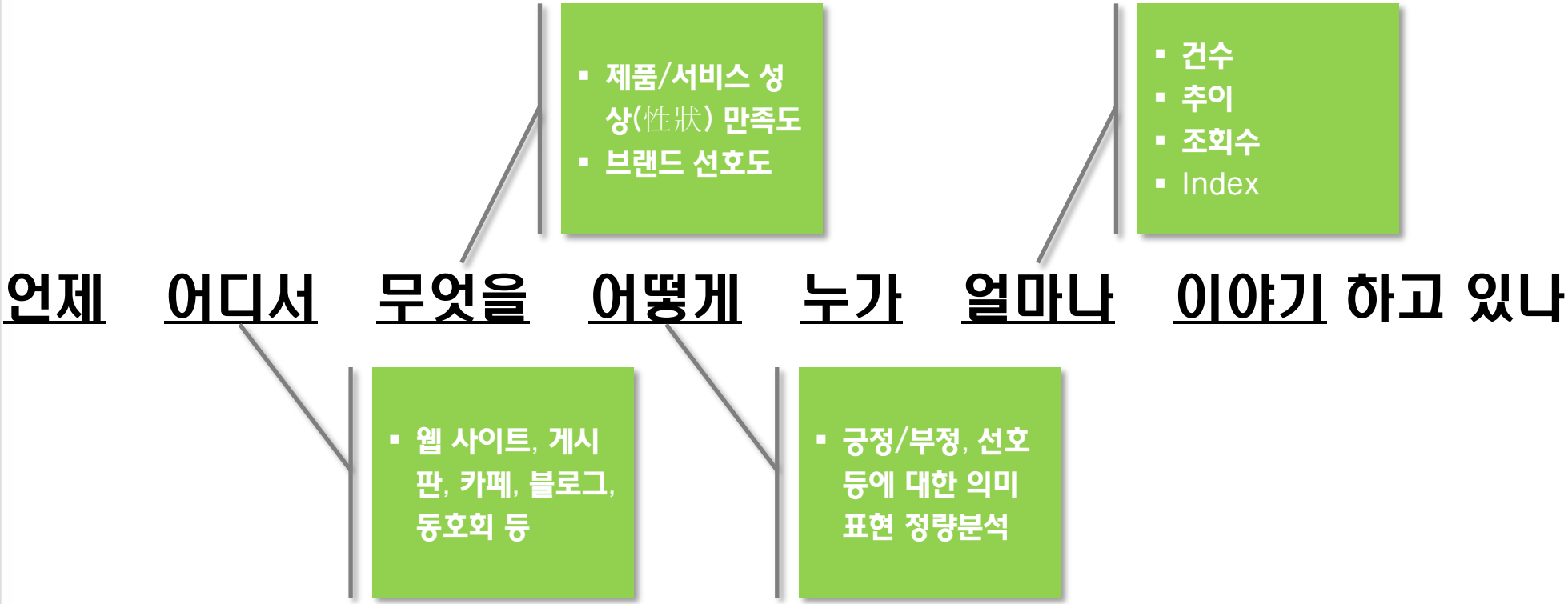
Action

브랜드/제품/서비스

- Marketing
- PR
- Customer Care
- **기획**

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Definition



Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Key Activity

Data Collection

- 다양한 형태의 정보를 정보원(source)으로부터 쉽고 빠르게 수집
- 가급적 Consumer generated media 위주로

Information Processing

- 수집된 데이터 중에서 중복된 정보를 제거하거나, 필요 없는 정보를 필터링하는 작업 필요
- 1차 가공된 정보는 분류되고 태깅되어 분석할 수 있도록 가공되어야 함

Data Analysis

- 고객의 요구사항에 맞추어 정보를 분석
- 수집된 정보로부터 이슈나 유의미한 정보를 제공

Insight Delivery

- 단순한 정량적인 정보를 제공하는 것이 아닌, 고객의 요구사항과 업무현황에 맞추어 정성적인 분석까지 제공
- 필요한 정보에 대한 다양한 보고서 및 그래프 제공

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

인터넷 컨텐츠의 특성

Dynamic + Speedy

- 인터넷 공간에서 접하는 정보에 대해서 수동적으로 받아들이는 것이 아니라, 선택적인 수용하고 재가공 및 변형이 수시로 일어남
- 인터넷 공간에 존재하는 정보의 특성상 바이러스와 같이 확산속도가 빠르고 그 범위 또한 넓음

Galaxy

- 인터넷 공간은 수 많은 사람들과 수 많은 정보들로 이루어져 있어서, 서로 유사한 이야기를 하는 것처럼 보임
- 실제로 분석을 해보면 비슷해 보이면서도 서로 다른 이야기를 하는 특징을 가지고 있음

Complex

- 인터넷 공간에 올라오는 컨텐츠는 최소한 서너 가지 이상의 서로 다른 의미의 이야기를 담고 있음 (e.g. 맛집에 대한 이야기를 할 때, 맛, 분위기, 가격 등에 대해서 이야기 함)

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

분석방법 : Keyword vs. Pattern

특히 GM대우의 직렬6기통 엔진은 조용하며 부드럽기로 유명한데 6단변속기를 통해 정숙성을 한층 더 높였다

쉬프트 다운 시 반응도 빨라 드라이빙하는 재미를 키우기도 한다

rpm이 한계치에 치닫는 상황에서도 경쟁사 모델에 비해 소음이 적었던 것은 특히 인상적이었다

밋밋하던 뒷모습도 포인트가 더해져 색다르게 다가왔다

4기통인 경쟁 모델들에 비해 회전질감과 정숙성이 뛰어나다는 것은 감각이 무딘 운전자도 알 수 있을 정도로 차이가 났다

1-2-3-4-5-6단으로 변속이 진행됐지만 변속 시에 느껴지는 충격은 거의 없었다

Keywor

GM대우, 직렬6기통 엔진, 6단변속기, 정숙성, 시프트 다운, 반응, rpm, 소음, 뒷모습, 4기통, 회전질감, 변속, 충격
조용하다, 부드럽다, 높이다, 빠르다, 적다, 인상적이다, 밋밋하다, 색다르다, 뛰어나다, 없다

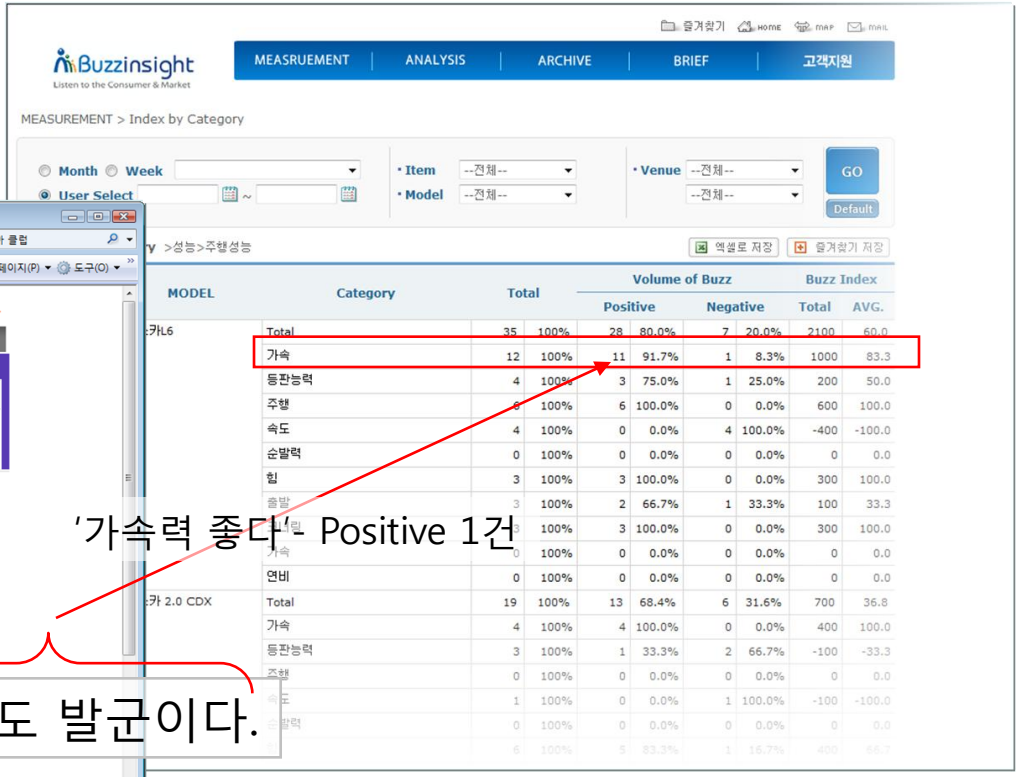
Patt n

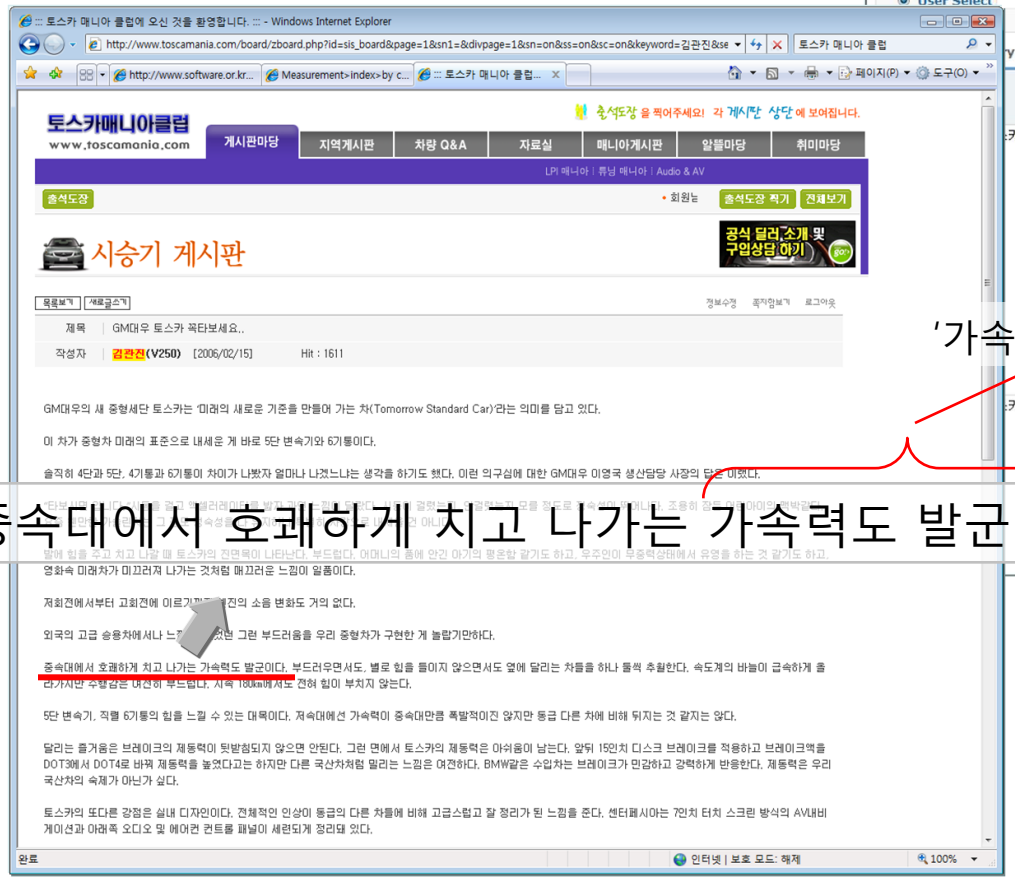
[엔진 – 조용하다]
[엔진 – 부드럽다]
[정숙성 – 높이다]
[시프트다운 시 – 반응 – 빠르다,
[소음 – 적다]
[뒷모습 – 색다르다]
[회전질감 – 뛰어나다]
[정숙성 – 뛰어나다]
[변속충격 – 없다]

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Case Study

Example





'가속력 좋다'- Positive 1건

중속대에서 호쾌하게 치고 나가는 가속력도 발군이다.

Copyright © 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

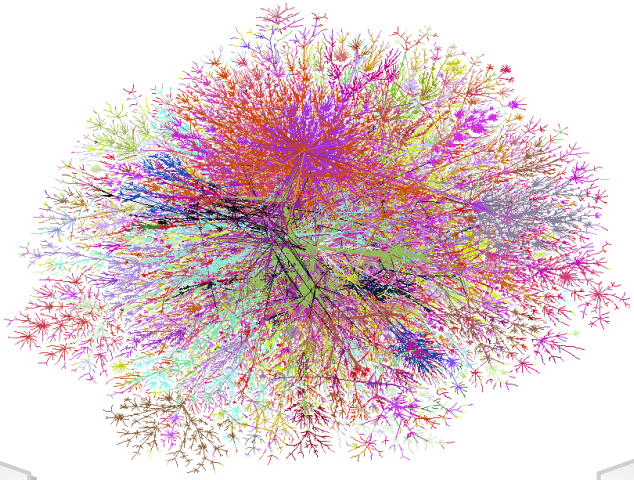
Case Study

랭킹	버즈	카테고리	버즈톤	버즈수	비중	전월	증감	트렌드보기/원문리스트
1	소음 심하다	성능>소음>차체소음	Negative	34	17.17%	18	88.89%	트렌드보기 원문리스트
2	소음 심하다	성능>소음>차체소음	Negative	14	7.07%	10	40.00%	트렌드보기 원문리스트
3	디자인 쥥다	외관 디자인>익스테리어>익스테리어	Positive	6	3.03%	0	N/A	트렌드보기 원문리스트
4	진동 있다	성능>진동>차체진동	Negative	5	2.53%	0	N/A	트렌드보기 원문리스트
5	엔진소리 심하다	성능>소음>엔진소음	Negative	5	2.53%	0	N/A	트렌드보기 원문리스트
6	소리 난다	성능>소음>기타소음	Negative	4	2.02%	1	300.00%	트렌드보기 원문리스트
7	소음 심하다	성능>소음>차체소음	Negative	4	2.02%	2	100.00%	트렌드보기 원문리스트
8	진동 있다	성능>진동>차체진동	Negative	3	1.52%	3	0.00%	트렌드보기 원문리스트
9	연비 쥥다	성능>연비>연비	Positive	3	1.52%	3	0.00%	트렌드보기 원문리스트
10	힘 부족하다	성능>주행성능>힘	Negative	3	1.52%	1	200.00%	트렌드보기 원문리스트

Copyright © 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Application

Preference Measurement
- 제품/서비스의 성상(性狀)별 선호도 측정



Reputation Monitoring
- 제품/서비스/브랜드에 대한 이미지/평판 등 모니터링

Satisfaction Measurement
- 제품/서비스의 성상(性狀)별 만족도 측정

Risk Monitoring
- 제품/서비스/브랜드에 대한 이슈 인지

CS Monitoring
- 제품/서비스에 대한 고객의 불만사항 파악

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Conclusion

고객 2.0시대의 커뮤니케이션의 시작은 그들의 눈높이에 맞추어 이야기를 듣는 것

Copyright ⓒ 2009 KoreaWISEnut All rights reserved.

Thank You

Visit Our Website
http://www.BuzzInsight.net

서비스 문의 :

김경원 과장 (016-9235-2214, gwkim@wisenut.co.kr)

윤여훈 과장 (010-9152-2418, yhyoon@wisenut.co.kr)