

5 piece

소비 데이터 기반의 콘텐츠 큐레이션 플랫폼



Hongzzi

숙명여자대학교 이수민 이수현

1

주제 선정 배경

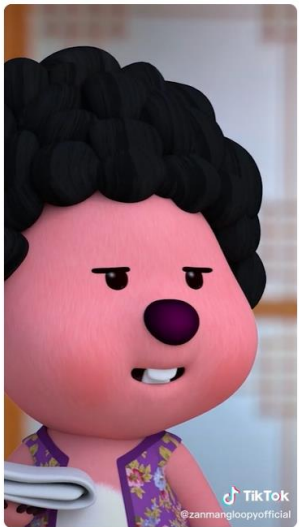
틱톡의 등장



: **틱톡(TikTok)**은 15초 내외의 **숏폼 콘텐츠** 서비스를
앞세워 2017년 글로벌 서비스를 시작함

숏폼 콘텐츠

: **숏폼 콘텐츠(Short-Form Contents)**란 짧은 길이의 영상을 의미.
몇 초 이내의 영상부터 10분 이내의 영상까지 그 종류가 다양함.



출처: @zanmangloopyofficial
@pinkfong_official

Z세대 특성

모바일 디바이스(Mobile Device)의 대중화로
Z세대의 콘텐츠 소비의 패턴이 모바일 환경 중심으로 변화함

디지털 네이티브(Digital Native)인 Z세대는 동영상을 시간이
날 때마다 소비하는 모습을 보임

"Z세대는 멧때리는걸 절대 못참조...사이사이 '뜨는 시간' 잡아야해요"

매일경제 2021.08.09

"Z세대는 특별한 이유 없이, 습관적으로 1인 크리에이터 영상을 시청한다"

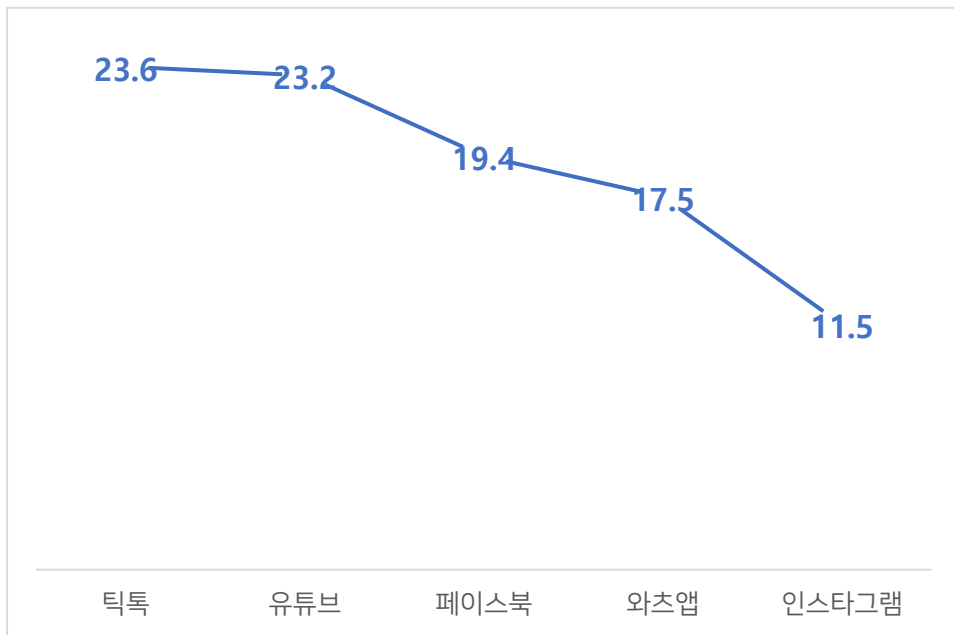
대학내일 20대 연구소
2021 MZ세대 온라인 영상 시청 트렌드



틱톡의 등장과 Z세대의 특성이 맞물려
숏폼(Short-Form) 콘텐츠에 열광하는 모습이 나타남

글로벌 SNS 월 평균 사용 시간

(단위: 시간)

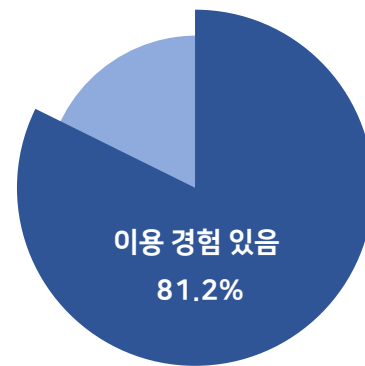


* 2022 1분기 안드로이드폰 기준
출처: data.ai

시장조사업체 데이터에이아이(data.ai)의 조사 결과 전세계적으로 사람들이 이 숏폼 콘텐츠를 주서비스로 내세우고 있는 틱톡을 **월평균 23.6시간** 사용하는 모습이 나타남. 이는 유튜브(23.2시간), 페이스북 (19.4시간)을 제치고 틱톡이 SNS중 가장 많은 월 평균 사용 시간을 확보한 것.

Z세대 숏폼 플랫폼 이용률

Z세대의 숏폼 플랫폼 이용 경험



2022년 대학내일 20대 연구소에 따르면
최근 6개월 내 숏폼 플랫폼을 이용한
경험이 있는 z세대는 **5명 중 4명**으로 파악됨

*최근 6개월 내

Base: 만 15세~26세 남녀, n=351

출처: 데이터 베이스 <미디어·콘텐츠·플랫폼(2022년 7월)>, 대학내일20대 연구소

Z세대의 숏폼 플랫폼 하루 평균 총 시청 시간



하루평균 평일 75.8분, 주말 96.2분을
숏폼 콘텐츠 보는데 시간을 보내는 것으로 파악됨.
이는 숏폼 영상의 특성을 고려했을 때
하루 평균 약 80편의 콘텐츠를 즐기고 있는 것.

Base: 만 15세~26세 남녀 중 6개월 내 숏폼 플랫폼 이용자, n=285, 단위: 분

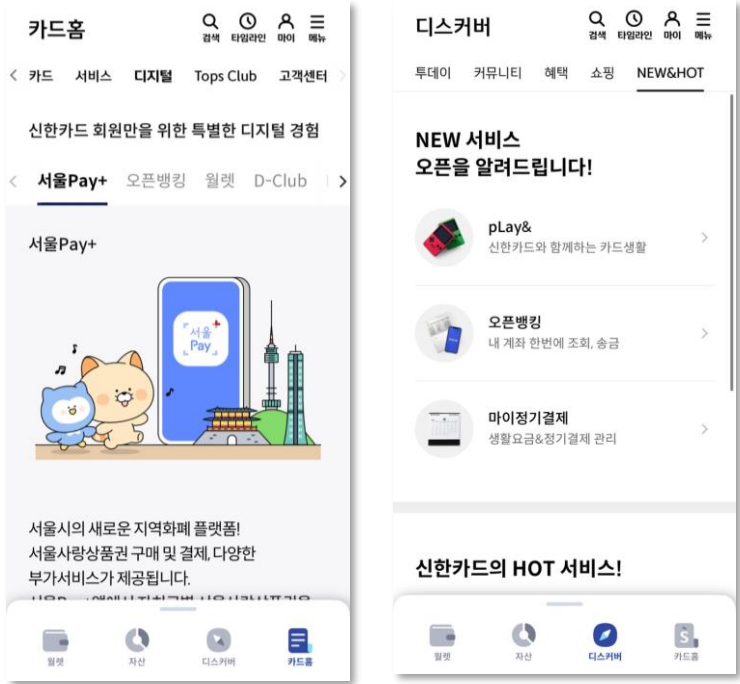
출처: 데이터 베이스 <미디어·콘텐츠·플랫폼(2022년 7월)>, 대학내일20대 연구소

Z세대의 특성을 반영해 여러 기업에서 숏폼 콘텐츠 서비스를 제공함

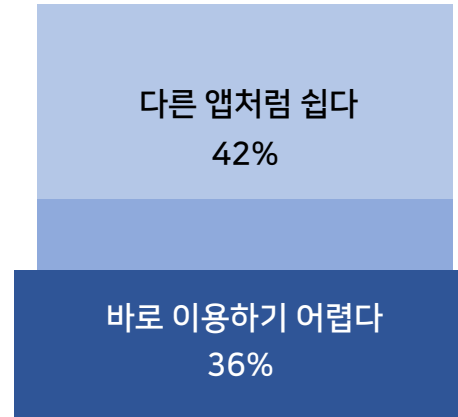
기업	숏폼 콘텐츠
유튜브	최장 60초 길이의 콘텐츠를 만들 수 있는 '쇼츠' 출시
인스타그램	최장 90초 길이의 콘텐츠를 만들 수 있는 '릴스' 출시
아마존	제품 설명과 후기 등에 숏폼(짧은 동영상) 도입 후 베타 테스트 중 (22년 8월 기준)
카카오	뉴스, 경제·재테크, IT, 건강·푸드, 연예, 스포츠 등 분야별 숏폼 영상을 제공하는 '오늘의 숏' 출시
네이버	기존 네이버 블로그 이용자들이 스스로 숏폼 영상을 편집해 올릴 수 있도록 숏폼 에디터 '블로그 모먼트' 출시 기업이나 소상공인이 실시간 문답형식으로 상품과 구매 조건을 숏폼 영상에 담을 수 있는 '맛보기 쇼핑' 출시

문제점

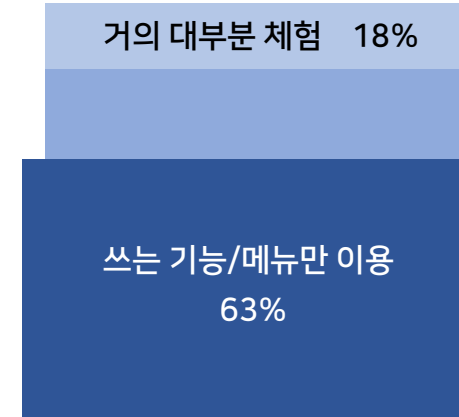
하지만
신한은행이 제공하고 있는 정보는
Z세대가 선호하는 숏폼의 형식이 아닌
길고 복잡한 형태를 띠고 있음



금융앱 친숙도



금융앱 활용도



연령대(사례수): 20대(n=288)

출처: 컨슈머인사이트 <주례 금융플랫폼 소비자조사>

실제로 리서치 전문기관 컨슈머인사이트 조사에 따르면

모바일에 익숙한 20대가 다른 연령 대비 **금융앱 이용에서 어렵다고 느끼는 비율이 높았음**

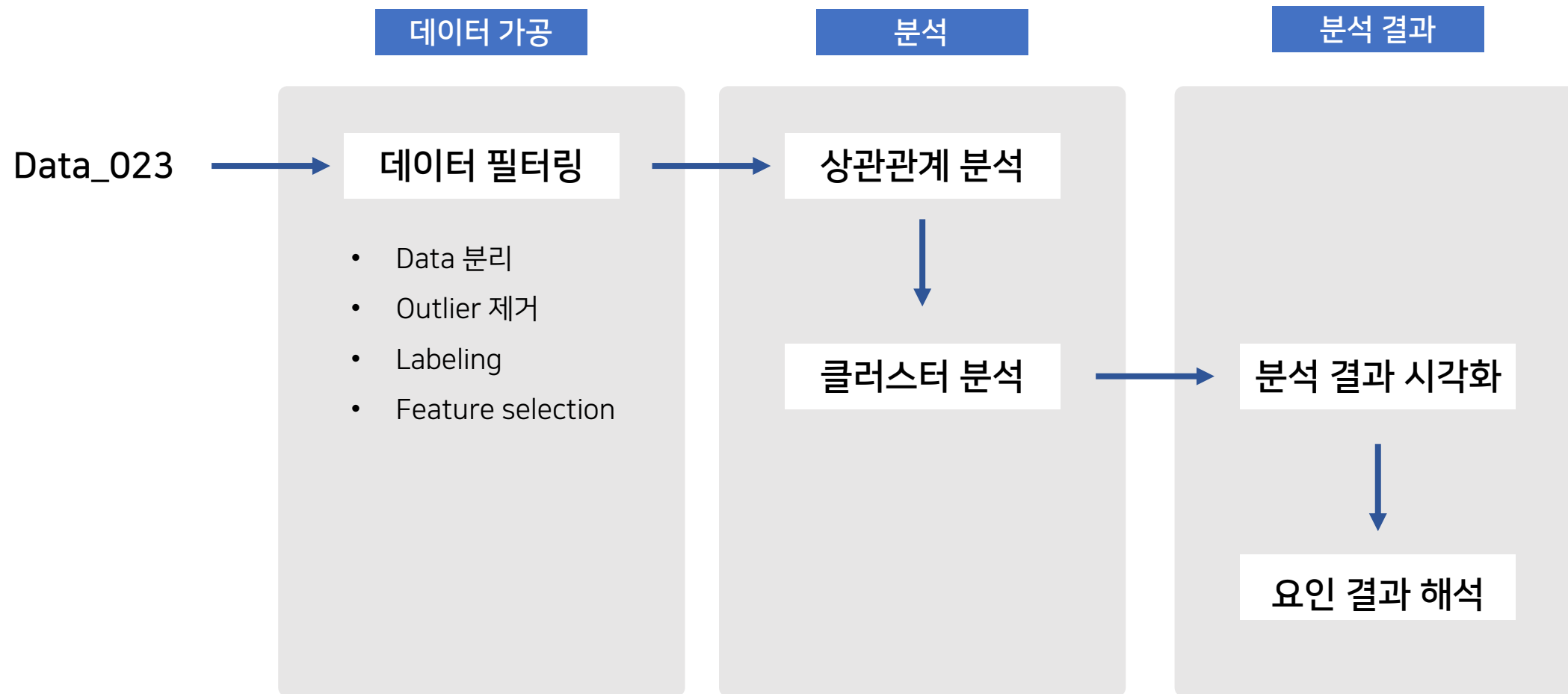
20대 3명 중 1명은 다른 앱과 달리 **한 번에 이용하기 어렵다**고 응답함.

금융앱 활용도와 관련된 설문에서도 **쓰는 기능/메뉴만 이용**한다고 답한 사람이 3명 중 2명꼴로 다른 연령에 비해 높게 나타남

2

분석 방법 및 결과

분석개요



데이터 가공

1) 데이터 분리

20대 소비 패턴 집중 분석을 위해
나이 'P2' 에서
'20대_초' & '20대_후' 분리

Info data
: 정보 (P)

성별
나이
은행활동고객TF
카드우수고객TF
금투활동고객TF
라이프활동고객TF
결제계좌

Payment data
: 결제데이터 (B,C)

특급호텔
1급호텔
...
오토바이
자전거
취급금액
이용건수

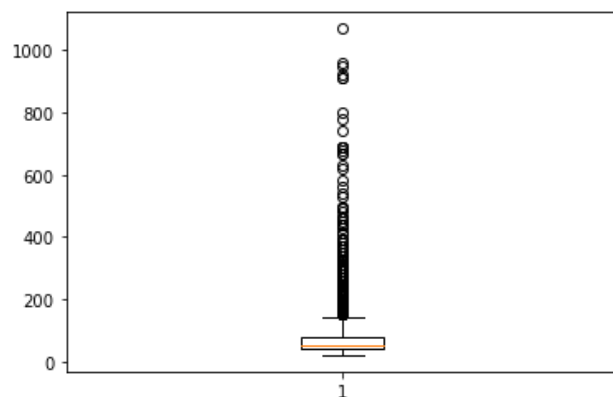
Pattern data
: 패턴 데이터 분리 (E)

리볼빙신판이용
할부이용
현금서비스이용
론이용
신판50만원이상
신판100만원이상

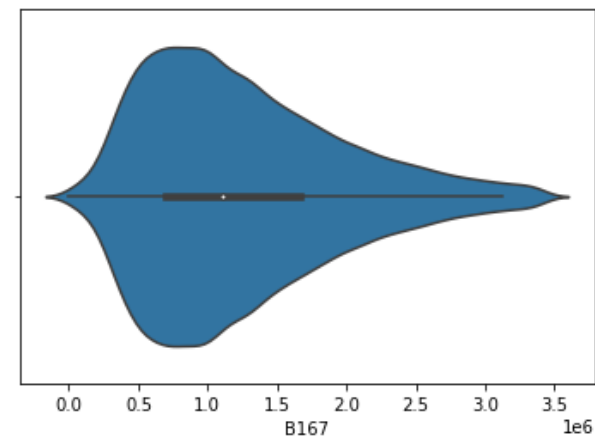
데이터 가공

2) 이상치 확인 및 제거

'B167'(결제총액)

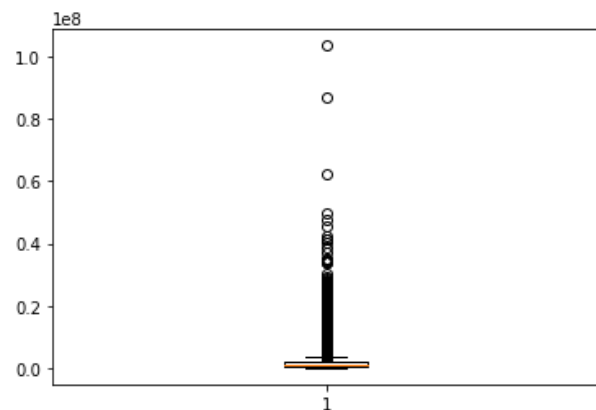


이상치 제거 전

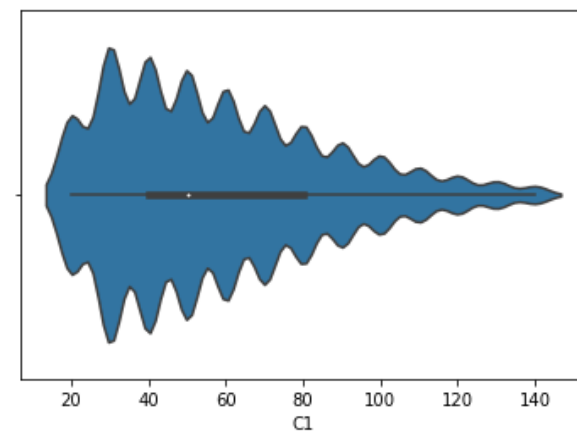


이상치 제거 후

'C1'(결제건수)



이상치 제거 전



이상치 제거 후

데이터 가공

3) Info 데이터 라벨인코딩

'P1'(성별)

F → 0

M → 1

'P7'(결제계좌)

A은행 → 0

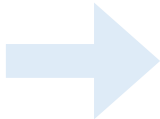
A증권사 → 1

B은행 → 2

B증권사 → 3

'P2'(연령)

20대 데이터 분리,
칼럼 삭제



Info data

	P1	P3	P4	P5	P6	P7
0	1	1	1	0	0	0
5	1	0	0	0	0	2
6	1	0	1	0	0	2
9	0	0	0	0	0	2
17	1	1	0	0	0	2

·
·
·

데이터 가공

4) Feature Selection

B 데이터 중

금액 0이 30000개 이상

(전체 데이터의 과반수 이상)일 경우 제거

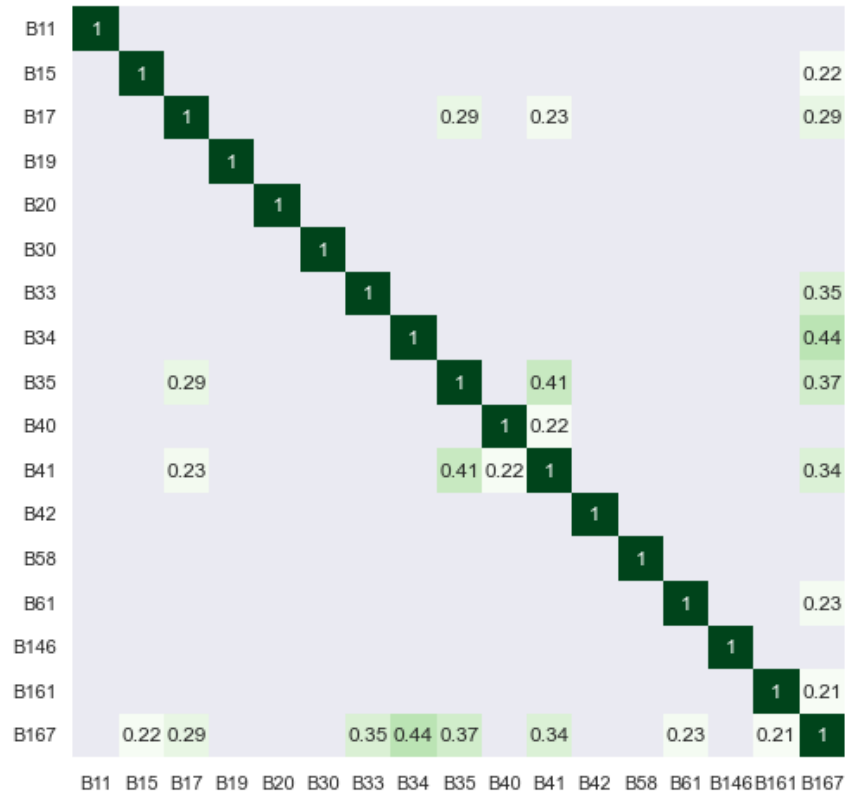


Feature Selection

B11	금액_택시
B15	금액_할인점_슈퍼마켓
B17	금액_편의점
B19	금액_대량양판점
B20	금액_식품잡화
B30	금액_제과점
B33	금액_전자상거래_다품목취급
B34	금액_결제대행_PG
B35	금액_한식
B40	금액_커피전문점
B41	금액_일반대중음식
B42	금액_패스트푸드
B58	금액_컴퓨터소프트웨어
B61	금액_통신요금_이동시내전화
B146	금액_약국
B161	금액_주유소
B167	금액_취급금액

분석

1) 상관관계 분석



선택된 칼럼 17개를 대상으로 상관관계 분석

상관도가 높은 칼럼

B34(결제대행) & B167(결제총액) : 0.44

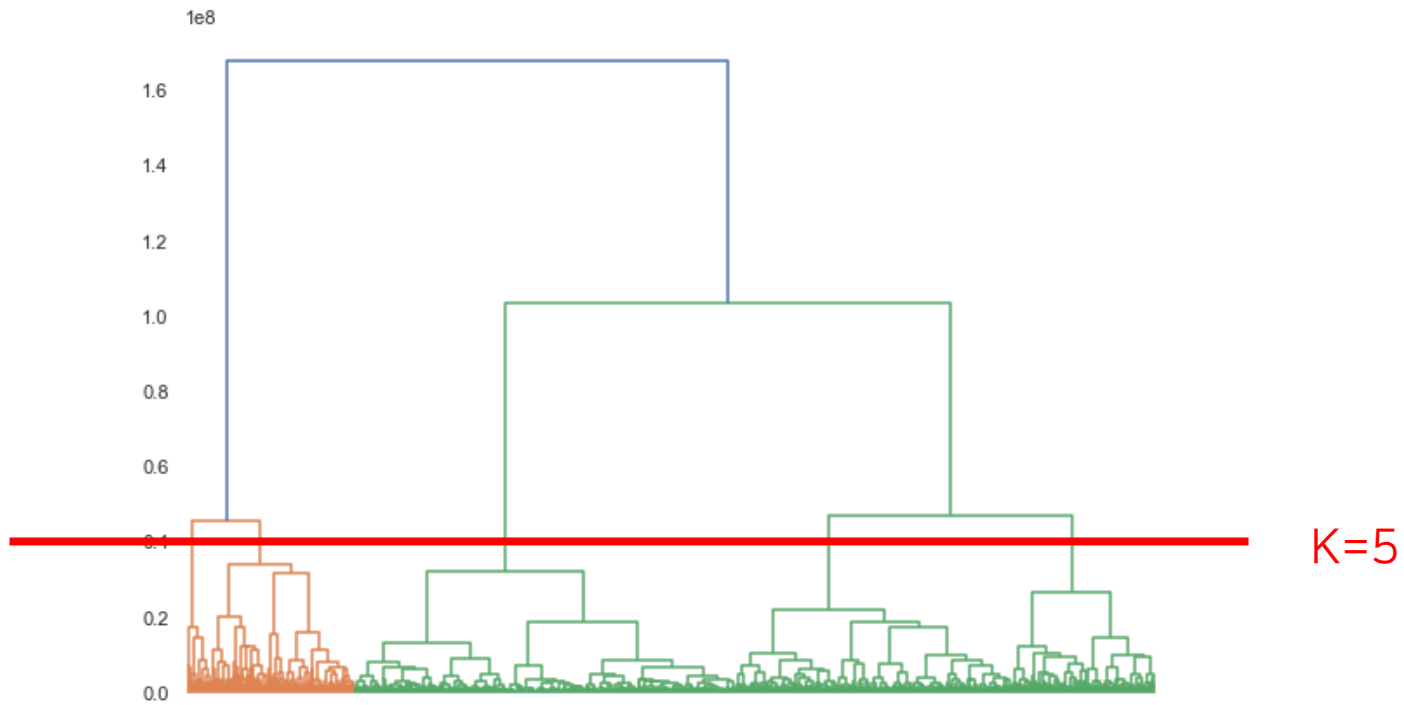
B35(한식) & B40(커피) : 0.41

B35(한식) & B167(결제총액) : 0.37

금액의 크기도 항목에 대한 주요한 연관성이라고 간주,
전체 단위가 통일되어 있어, 정규화 진행하지 않음

분석

2) Cluster



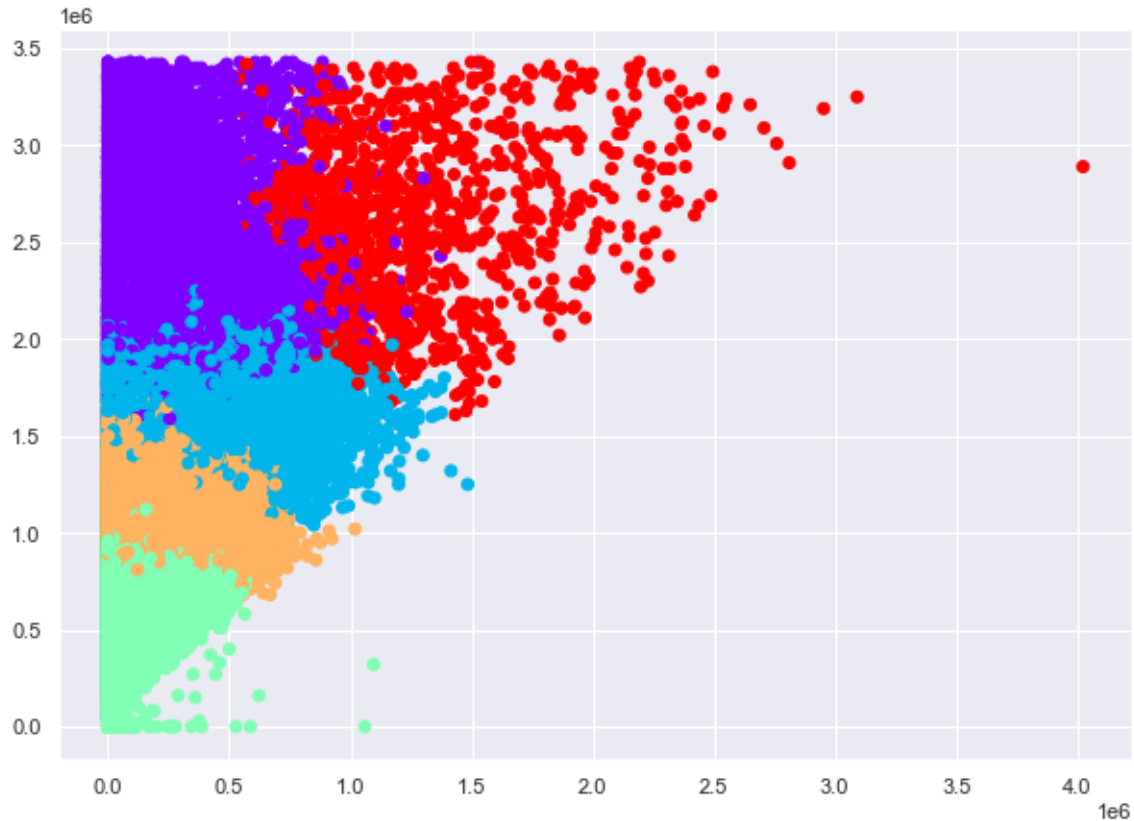
전체적인 관계를 보고,

군집화 개수를 결정하기 위해

Hierarchical clustering 진행

분석 결과

1) Cluster 분석 결과



가장 상관도가 높은
B34(결제대행) & B167(결제총액)
군집별 산점도

분석 결과

2) MinMax scaler

각각의 칼럼 비교분석을 위해 MinMaxScaler 진행

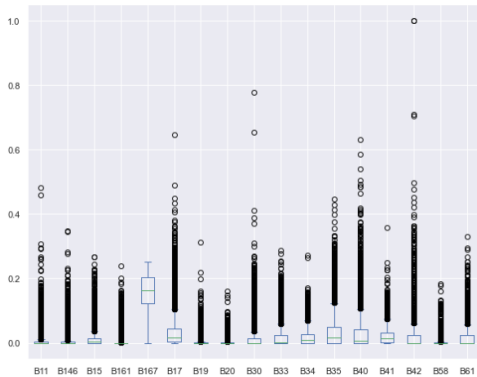
	B11	B15	B17	B19	B20	B30	B33	B34	B35	B40	B41	B42	B58	B61	B146	B161	B167
5	0.000000	0.014808	0.005165	0.0	0.000	0.00000	0.082430	0.055680	0.030348	0.000000	0.004423	0.000000	0.000000	0.025109	0.000000	0.054106	0.282799
6	0.178571	0.000000	0.257231	0.0	0.003	0.00000	0.013738	0.055680	0.093264	0.080139	0.094349	0.000000	0.001792	0.000000	0.003040	0.000000	0.446064
9	0.000000	0.003455	0.000000	0.0	0.000	0.00000	0.000000	0.000000	0.038490	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.084017	0.045593	0.000000	0.597668
17	0.002695	0.004442	0.207645	0.0	0.008	0.07932	0.000000	0.008949	0.228719	0.240418	0.106143	0.177165	0.000000	0.000000	0.008105	0.015913	0.323615
35	0.000000	0.000000	0.016529	0.0	0.000	0.00000	0.001808	0.006214	0.047372	0.000000	0.043735	0.000000	0.001195	0.225978	0.000000	0.000000	0.553936

* 결제 총액과 각각의 항목은 금액 범위 차이
* 개별 항목에 해당하는 품목의 단가

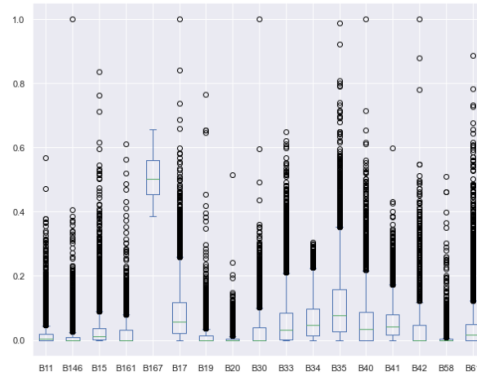
·
·
·

분석 결과

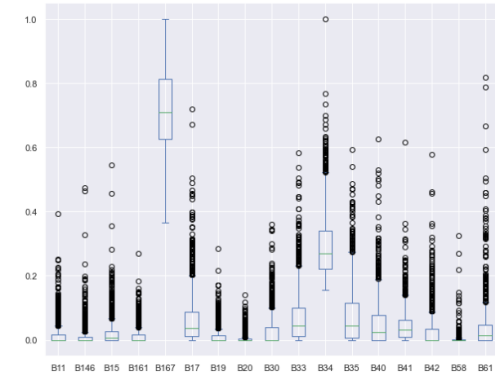
3) 요인결과 해석



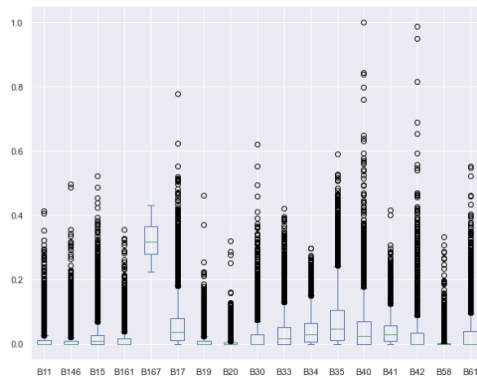
Cluster 0



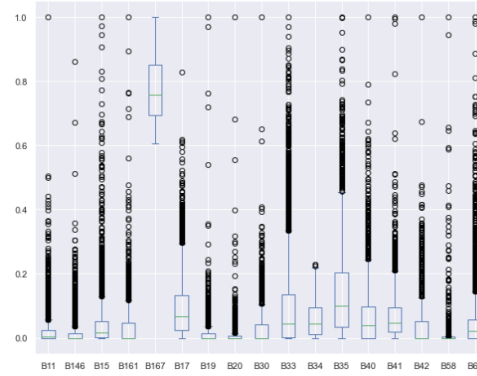
Cluster 1



Cluster 2



Cluster 3



Cluster 4

분석 결과

3) 요인결과 해석

	Cluster 0	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
1	전반적으로 낮게 분포	낮게 분포 & 중간 분포	높게 분포 & 높게 분포	높게 분포 & 중간 분포	낮게 분포 & 높게 분포
2	차이 거의 없음	한식 < 커피, 차이 큼	한식 > 커피, 차이 거의 없음	차이 거의 없음	한식 > 커피, 차이 큼
3	전반적으로 낮게 분포	높게 분포 & 중간 분포	낮게 분포 & 높게 분포	낮게 분포 & 중간 분포	높게 분포 & 높게 분포
	인생은 소확행	카페인 홀릭	취존 주의	잔잔한 파도	푸드 러버

* 1. B34(결제대행) & B167(결제총액)

* 2. B35(한식) & B40(커피)

* 3. B35(한식) & B167(결제총액)

3

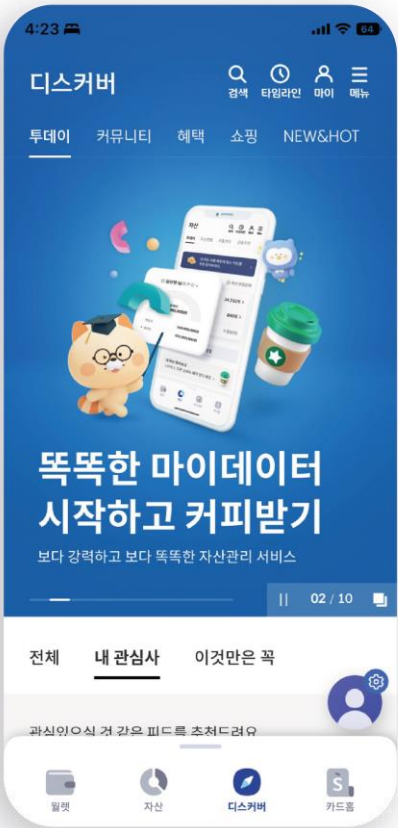
인사이트 도출

3. 인사이트 도출



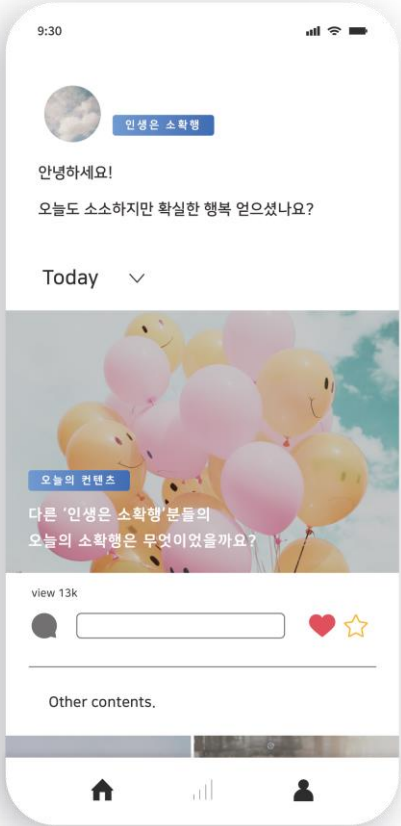
나의 소비패턴에 맞춘
금융 콘텐츠 큐레이션 서비스

신한 play와 5piece 비교



신한 play

신한 play	5piece
컨텐츠 제공 & 커뮤니티 기반 제공 (신한 play의 디스커버)	
사용자의 키워드 선택에 따른 컨텐츠 추천 시스템	소비 유형 분석에 따른 컨텐츠 추천 시스템
전체 서비스 카테고리별 나열	Z세대가 필요로 하는 컨텐츠와 기능 선별 제공



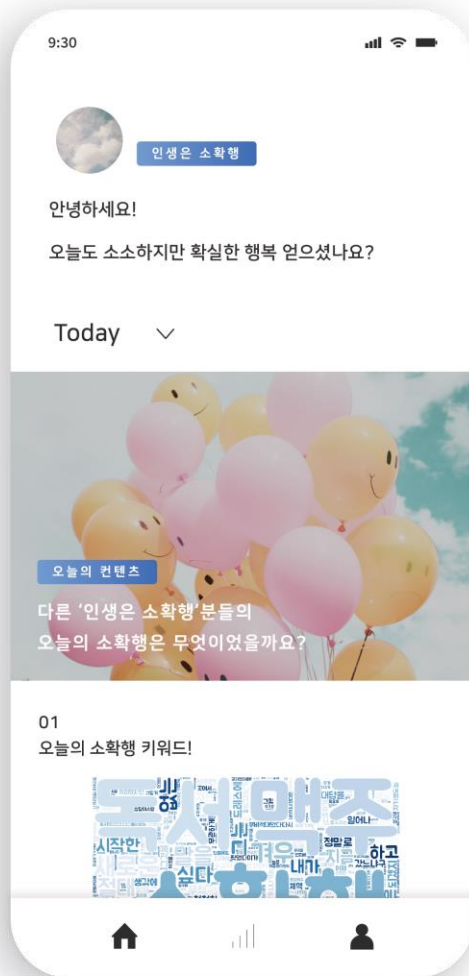
5piece

5piece의 목표

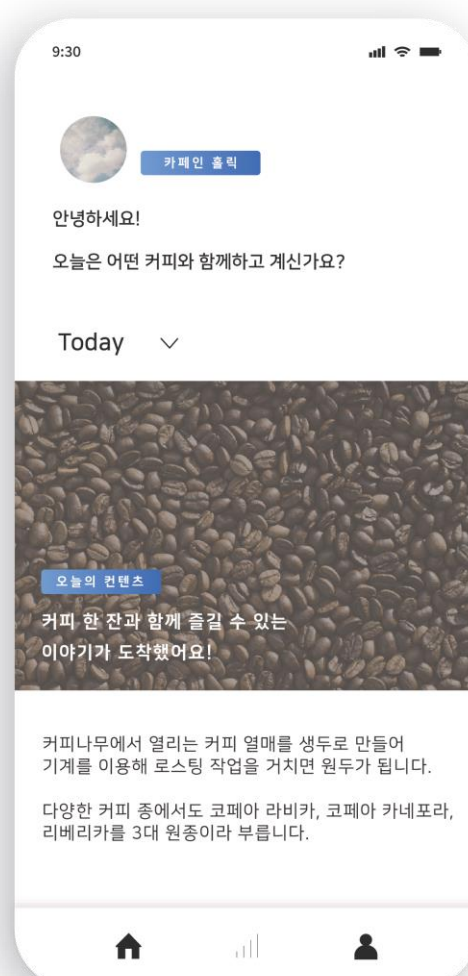
라이트하게 **관심**있어 할 만한

정보만 큐레이션해서 Z세대에게 제공하자

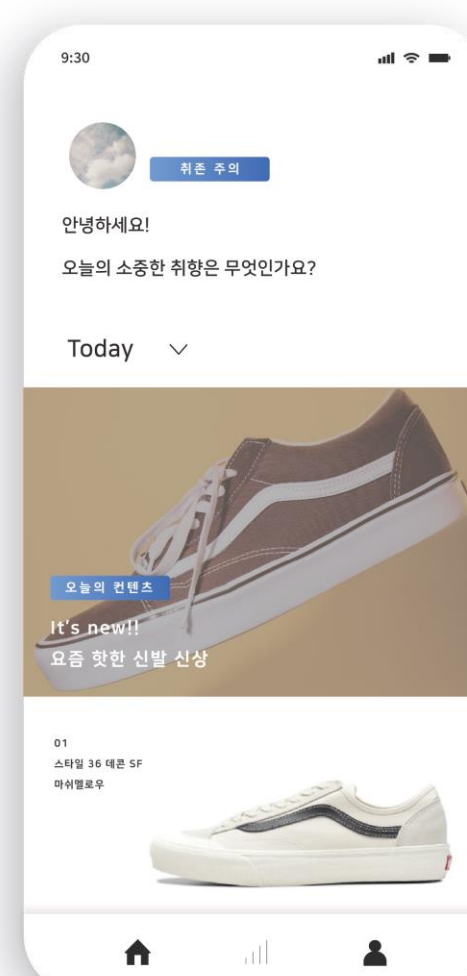
[인생은 소확행]



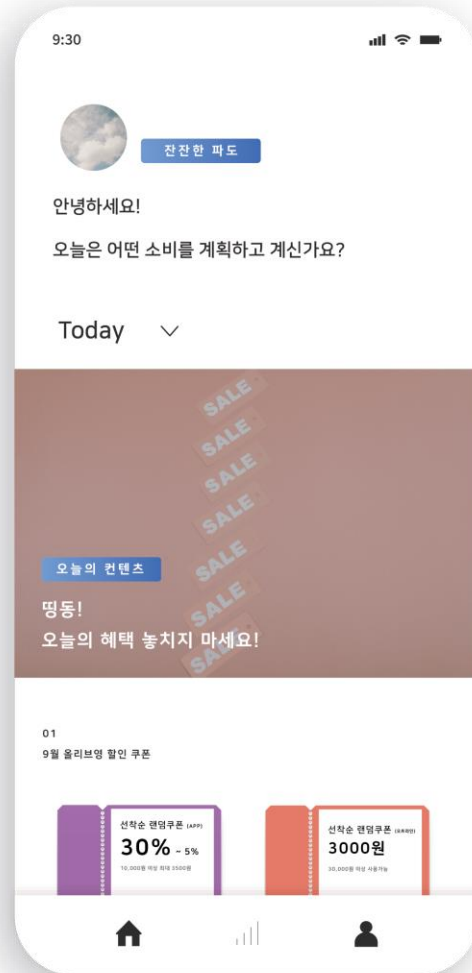
[카페인 홀릭]



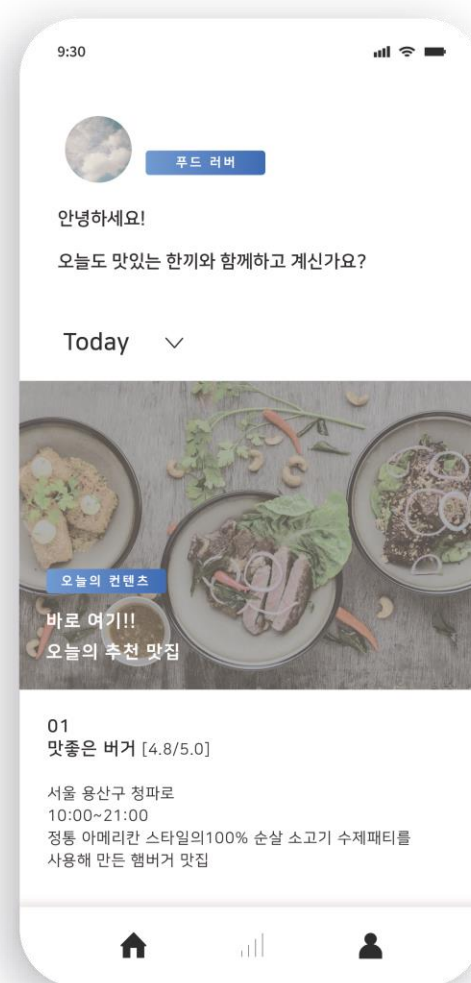
[취존 주의]



[잔잔한 파도]



[푸드 러버]





4

기대 효과

For Z세대

- 소비 데이터로 나의 소비 패턴과 그에 따른 라이프 스타일을 확인하고 라이프 스타일에 기반한 커뮤니티에 참여할 수 있다.
- 5piece의 다양한 콘텐츠를 통해 금융분야에 대한 지식과 금융서비스에 쉽게 다가갈 수 있다.

For 신한카드

- 5piece를 통해 Z세대 커뮤니티 기반을 형성하고, 이를 통해 Z세대 데이터를 보완해 나갈 수 있다.
- 정보와 기능의 선별적 제공을 통해 보다 이용자 친화적인 금융앱 인터페이스를 구축할 수 있다.

Thank you