



실버세대 라이프스타일에 따른 마케팅 전략

인사이트 킬러즈

배유나 | 홍재성 | 김보현

INDEX



1. 주제 배경



2. 데이터 분석

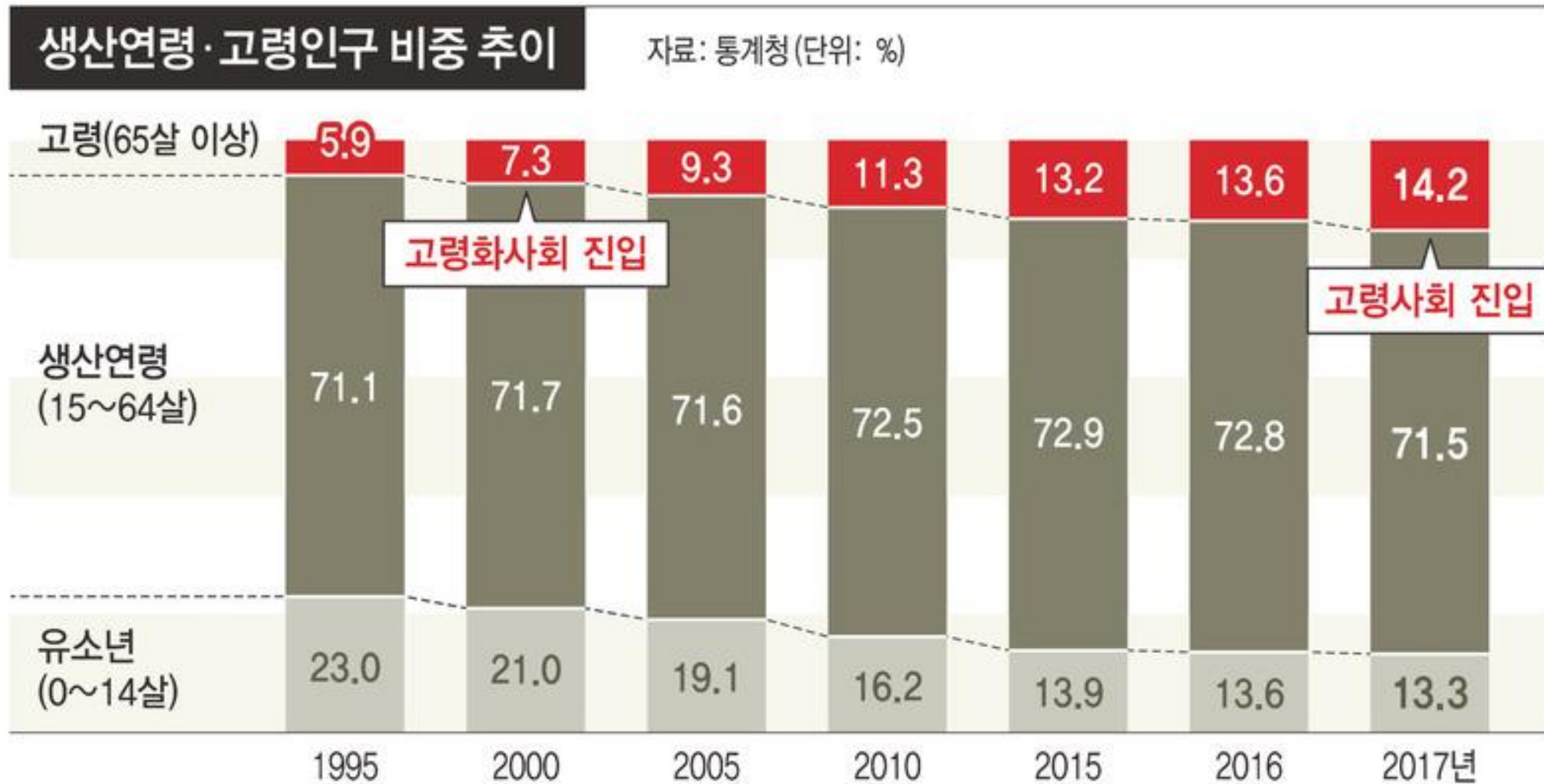


3. 결론

분석에 따른 마케팅 전략 제시



1. 주제 선정 배경



1. 주제 선정 배경



‘신(新)year’

늙고, 약하다?

‘노인’은 몇 살부터일까?



젊고 건강한 노인,

‘액티브 시니어’의 탄생!

1. 주제 선정 배경



액티브 시니어



- 안정적인 자산을 바탕으로 활발한 삶을 추구
- 자기 관리에 철저하며 미용에도 관심이 높음
- 기존 실버세대와 다르게 젊은 세대의 라이프 스타일
- 주로 도심에 있으며 아파트에 거주하는 경향

2. 데이터 살펴보기



대분류 속성, 개수

['가전제품' '의류잡화' '생활잡화' '식품' '명품' '레포츠' '가구'], 7개

중분류 속성, 개수

['컴퓨터주변기기' 'TV/AV' '주방가전' '여성용의류-이너웨어' '화장품' '생활가전' '생활용품' '여성용의류-고급의류'
'가공식품' '패션잡화' '음료' '농산물' '수산물' '명품' '여성용의류-정장류' '축산물' '여성용의류-SPA' '구두'
'휴대폰/태블릿' '남성용의류-정장류' '아동용의류' '골프용품/의류' '스포츠용품/의류' '건강식품' '남성용의류-캐주얼'
'PC/노트북/프린터/카메라' '침구류' '가구' '주얼리' '주방용품' '여성용의류-캐주얼'], 31개

2. 데이터 살피기



연령대 설정

```
print(new['연령'].min(), new['연령'].max())
```

55 84

구매금액 0인 건수 처리, 취소 건수 처리

```
anew = new.query('취소여부==0' and '구매금액 != 0')
```

취소 건수 처리 이유 (금액, 건수 데이터 따로 생성)

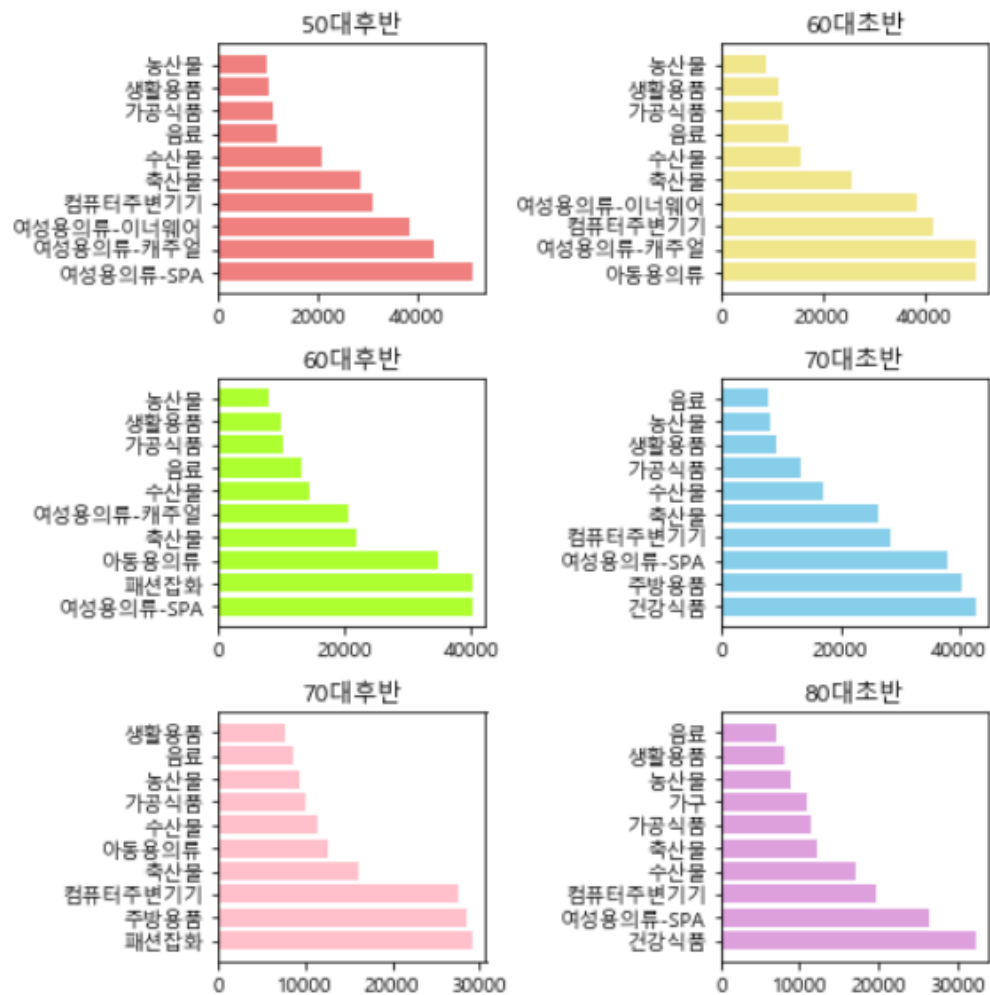
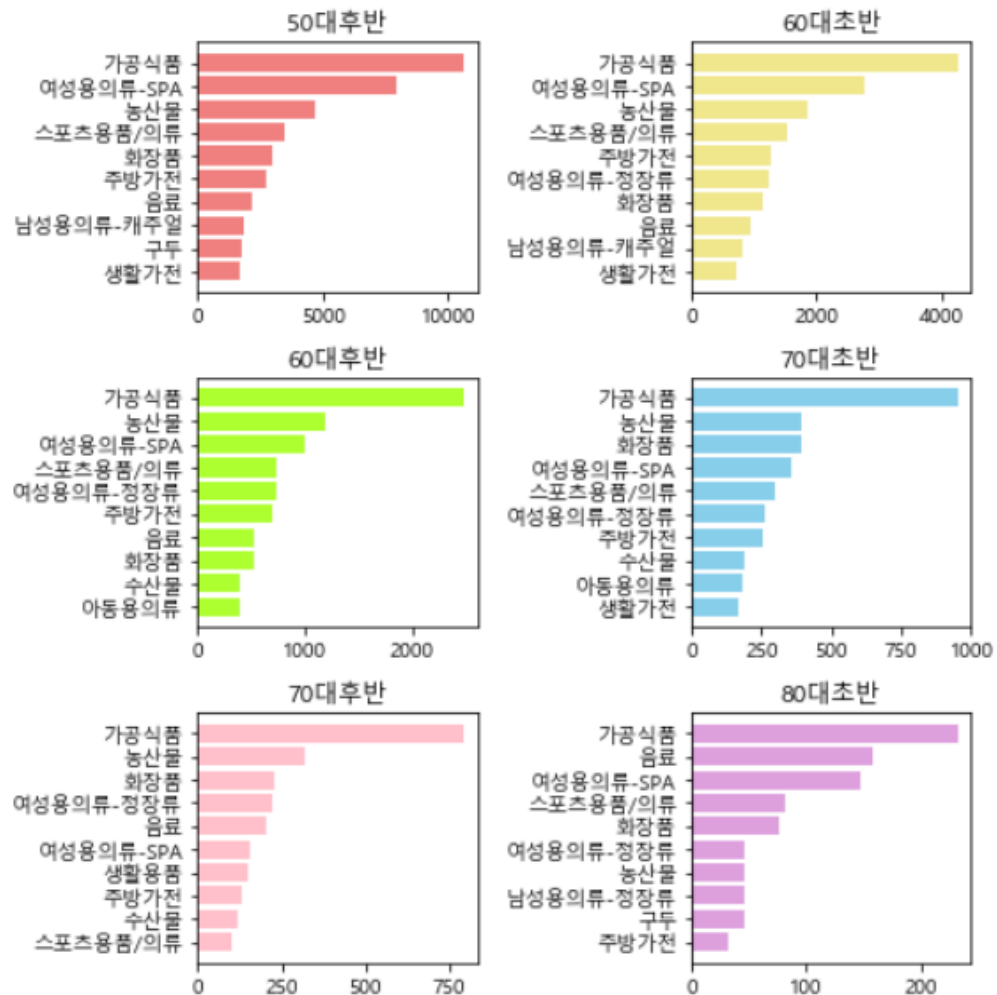
299	623668388	1	82	서울 송파구	식품	축산물	서울 송파구	2014-07-21	18	-1	-16000	1	80대 초반	7	21	주중	월말
300	623668388	1	82	서울 송파구	식품	축산물	서울 송파구	2014-07-21	18	1	16000	0	80대 초반	7	21	주중	월말
298	623668388	1	82	서울 송파구	식품	축산물	서울 송파구	2014-07-21	18	-1	-17000	1	80대 초반	7	21	주중	월말
301	623668388	1	82	서울 송파구	식품	축산물	서울 송파구	2014-07-21	18	1	18000	0	80대 초반	7	21	주중	월말

2. 데이터 살피기

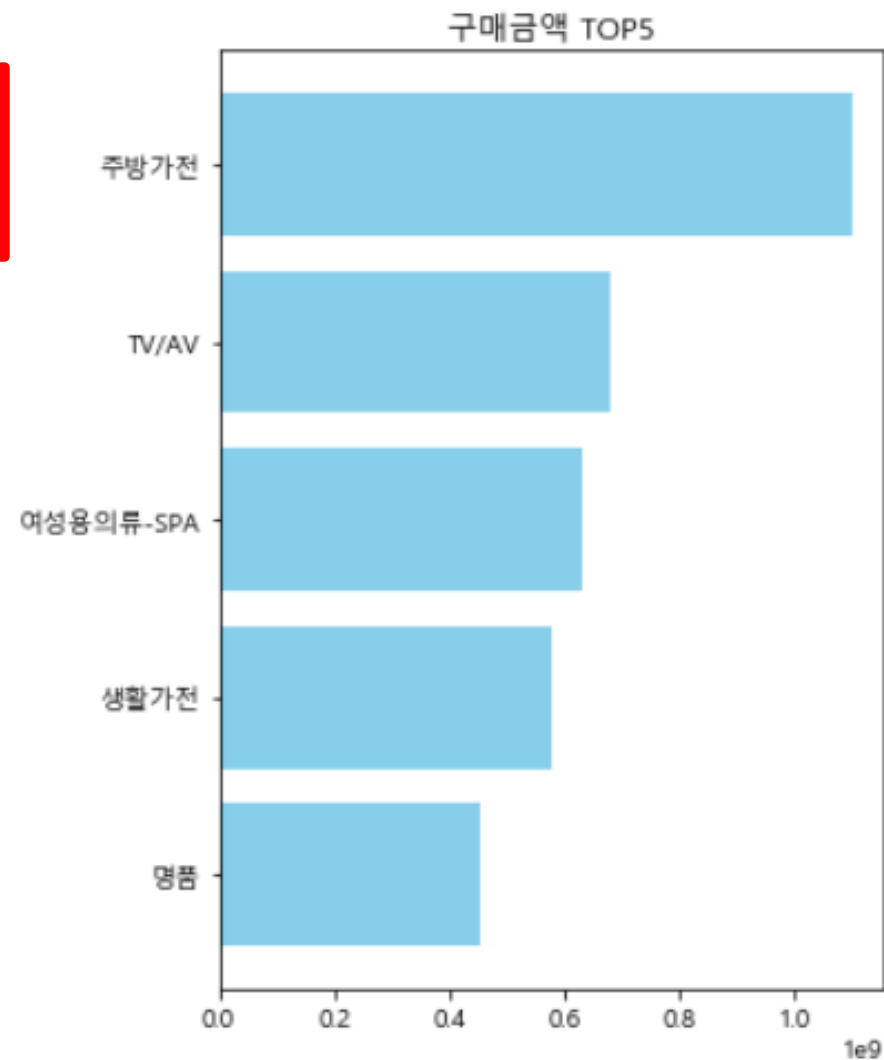
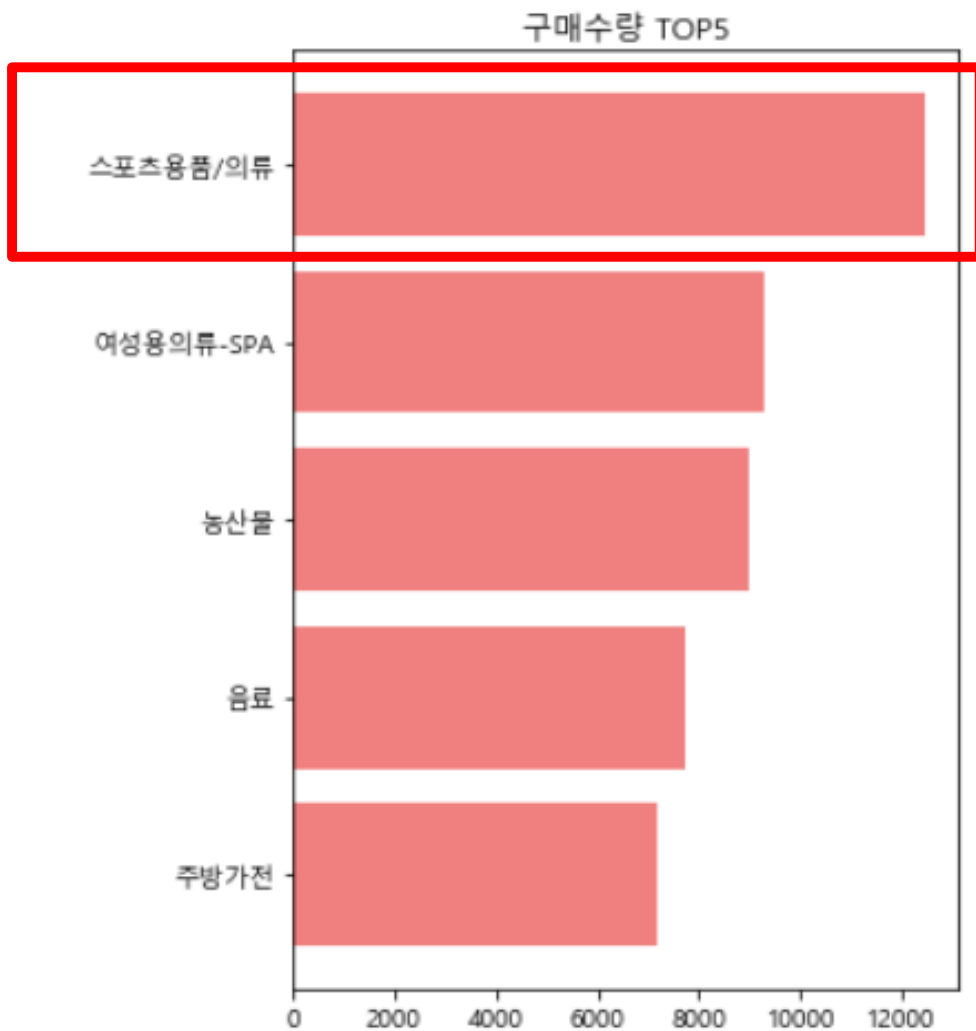


연령대별 구매건수

연령대별 구매금액



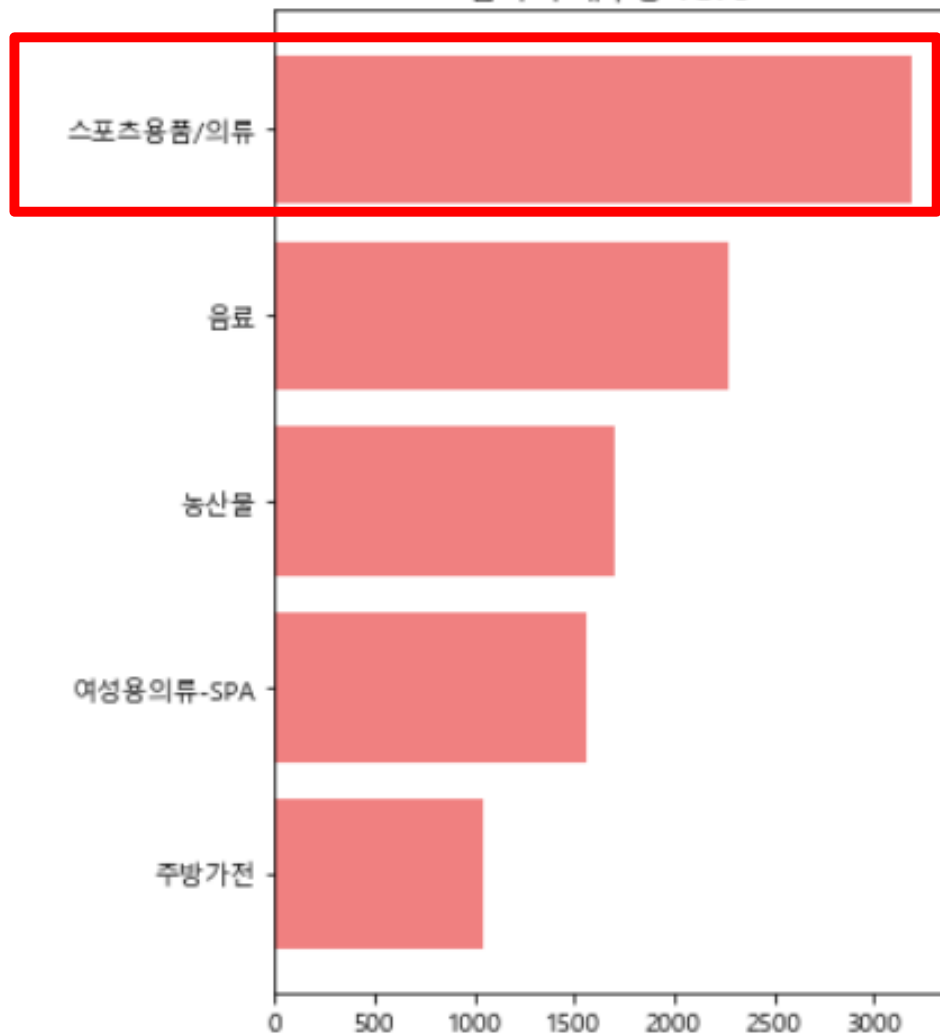
2. 데이터 분석



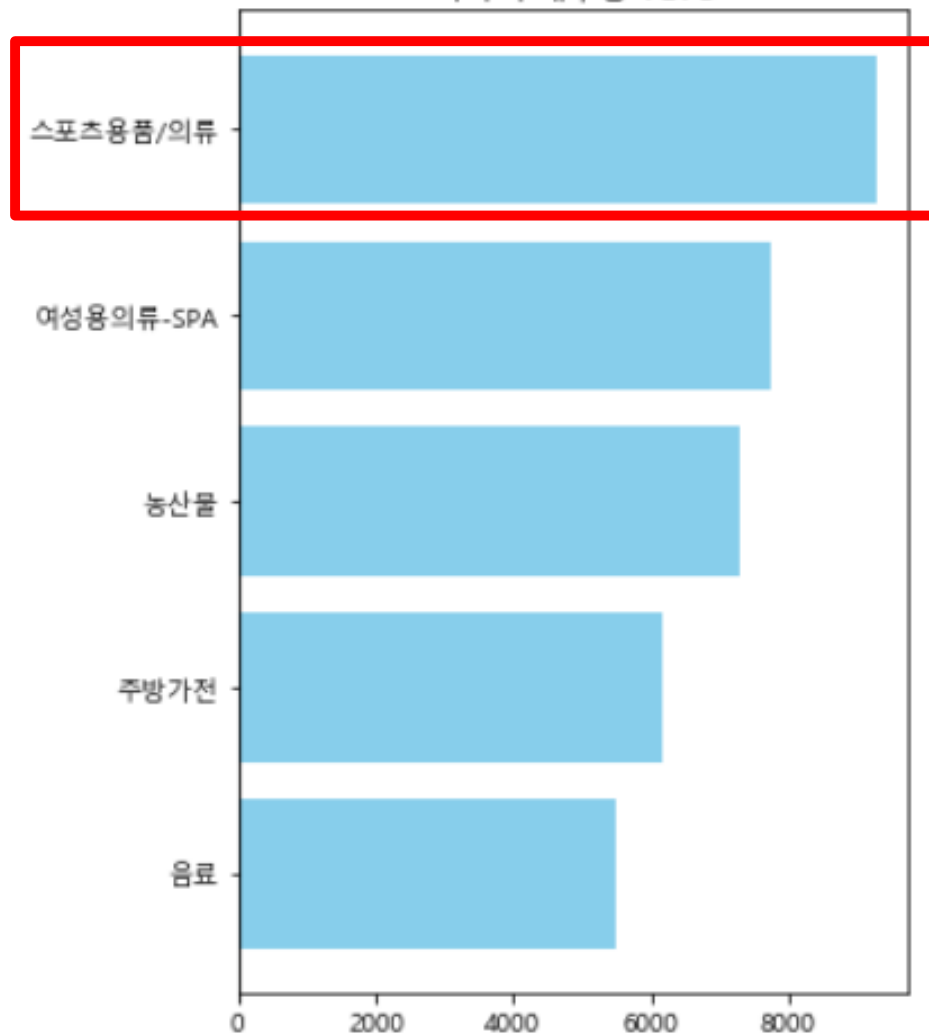
2. 데이터 분석



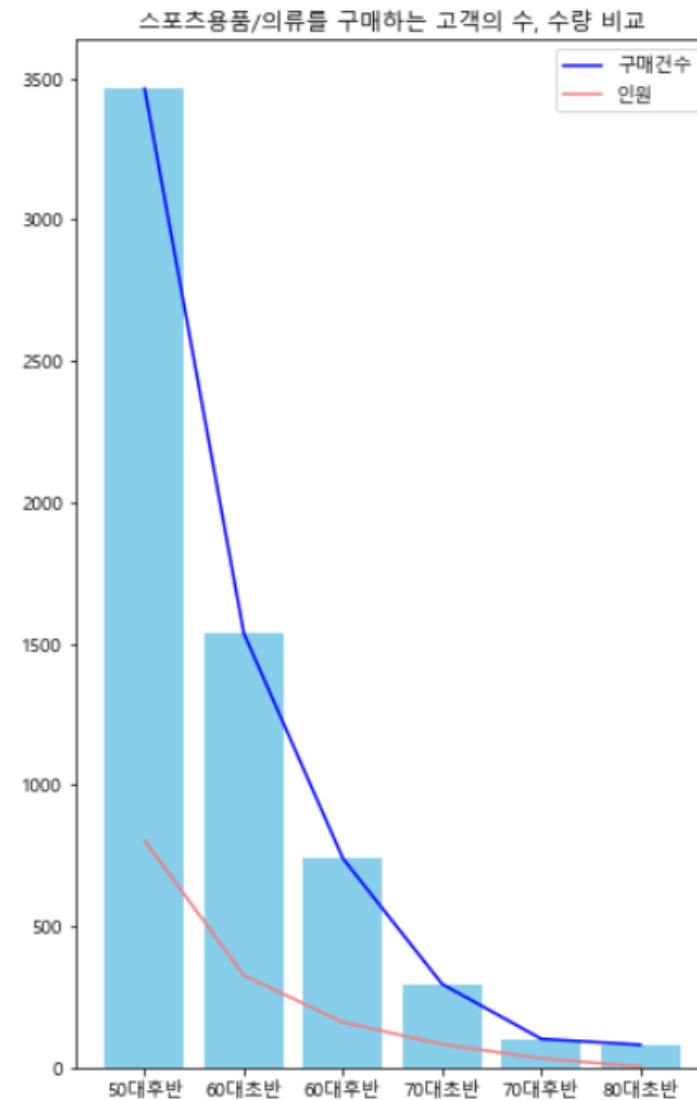
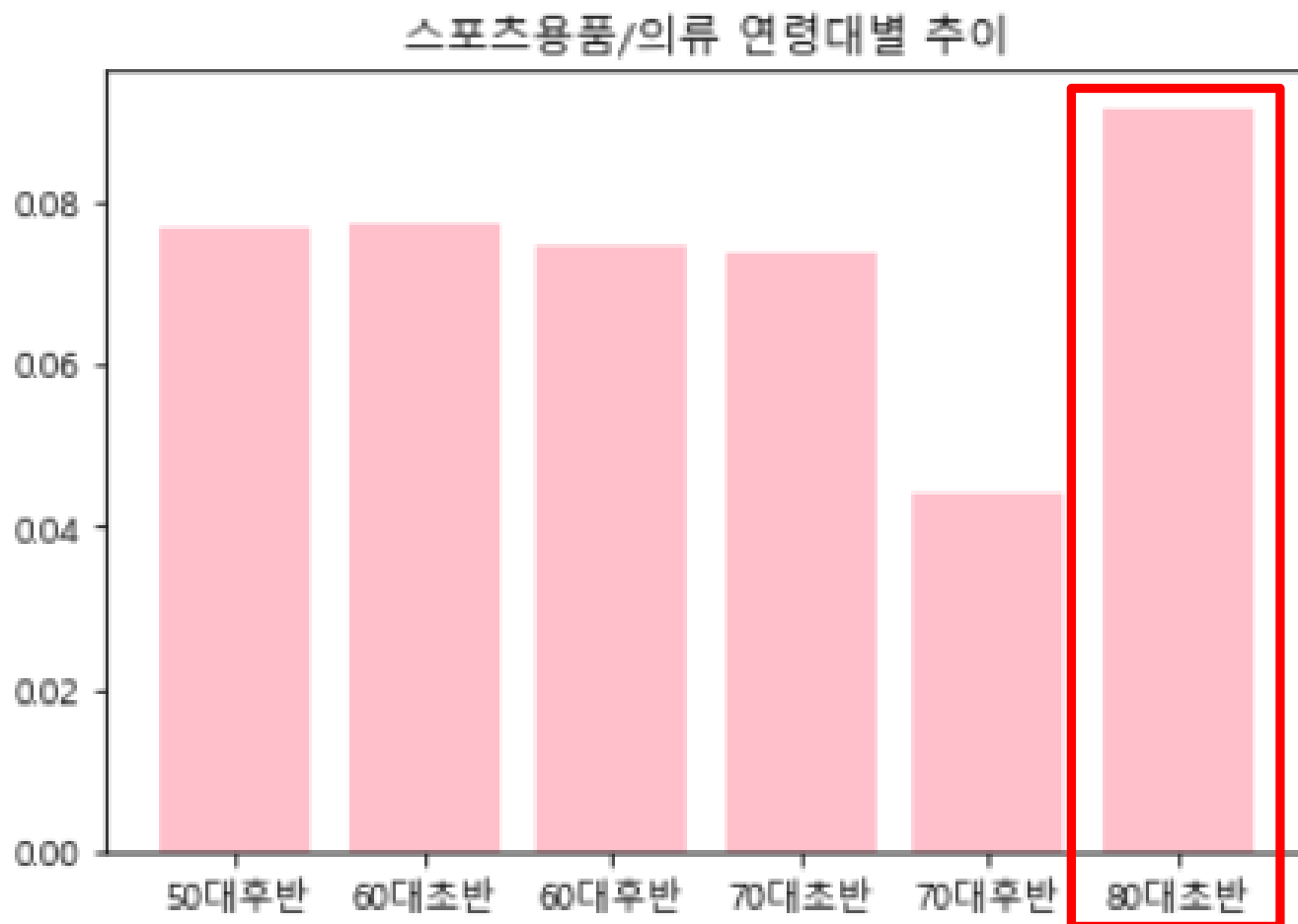
남자 구매수량 TOP5



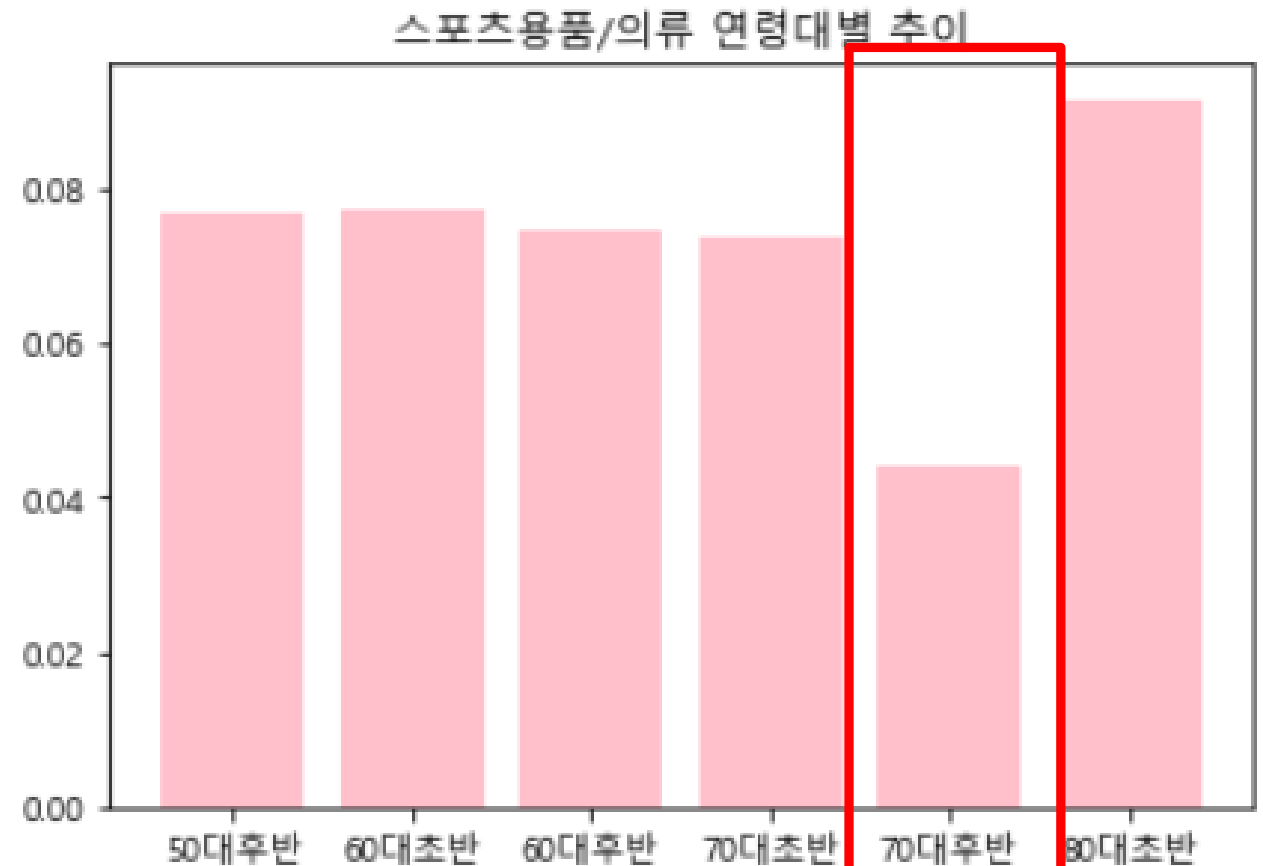
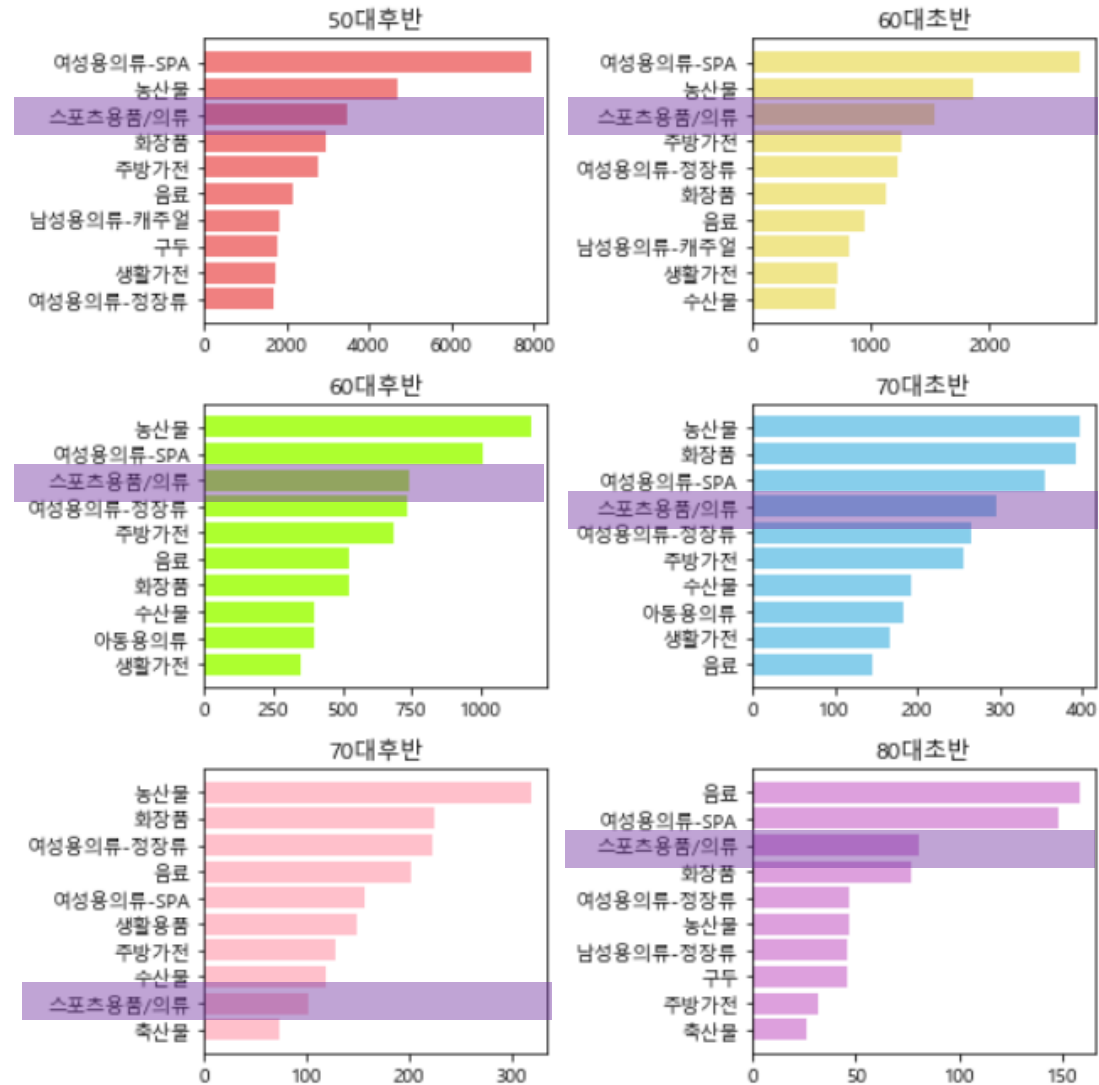
여자 구매수량 TOP5



2. 데이터 분석



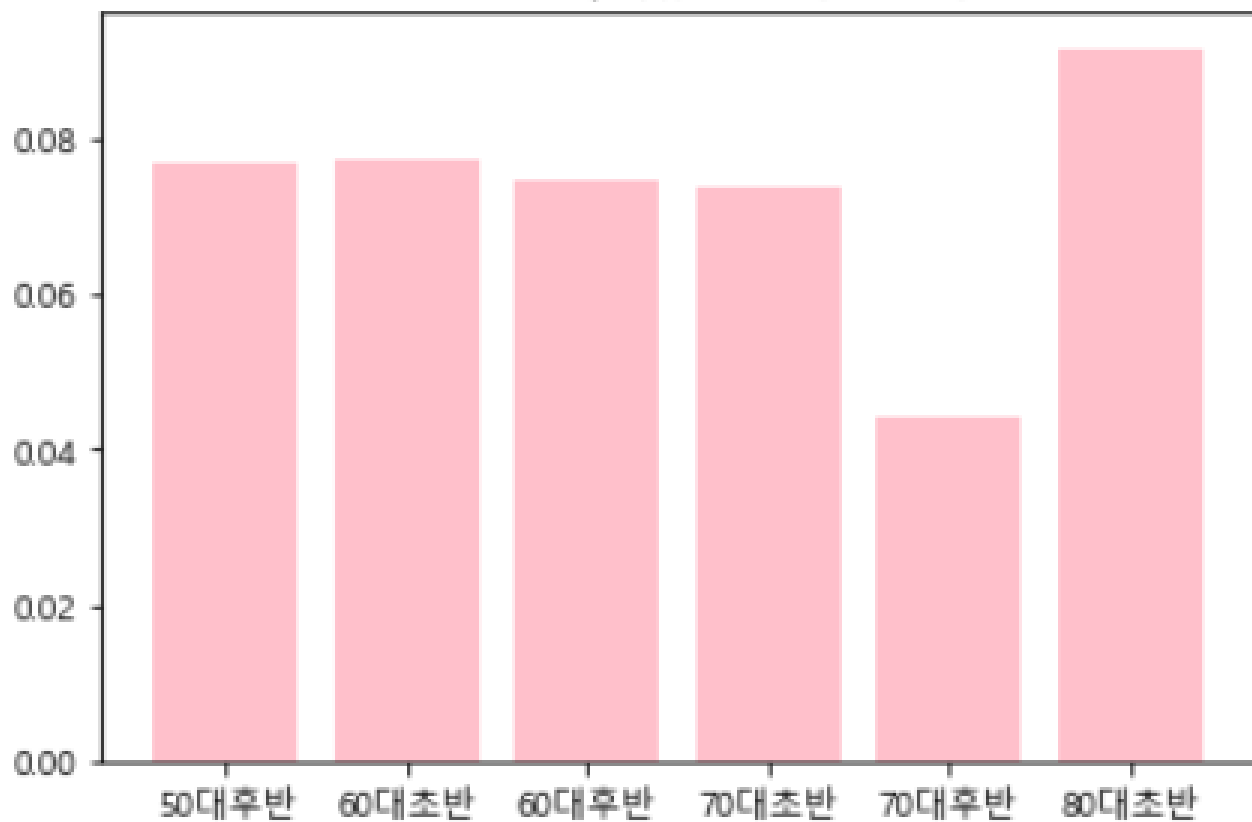
2. 데이터 분석



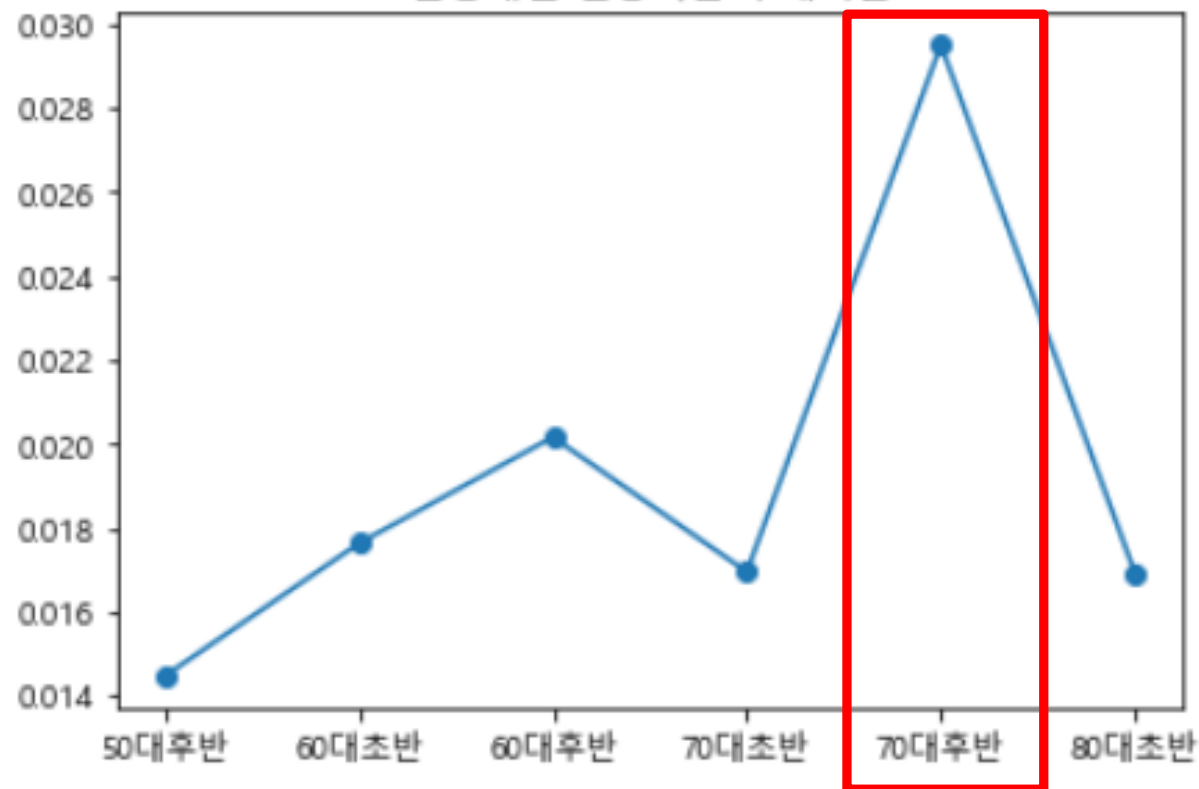
2. 데이터 분석



스포츠용품/의류 연령대별 추이



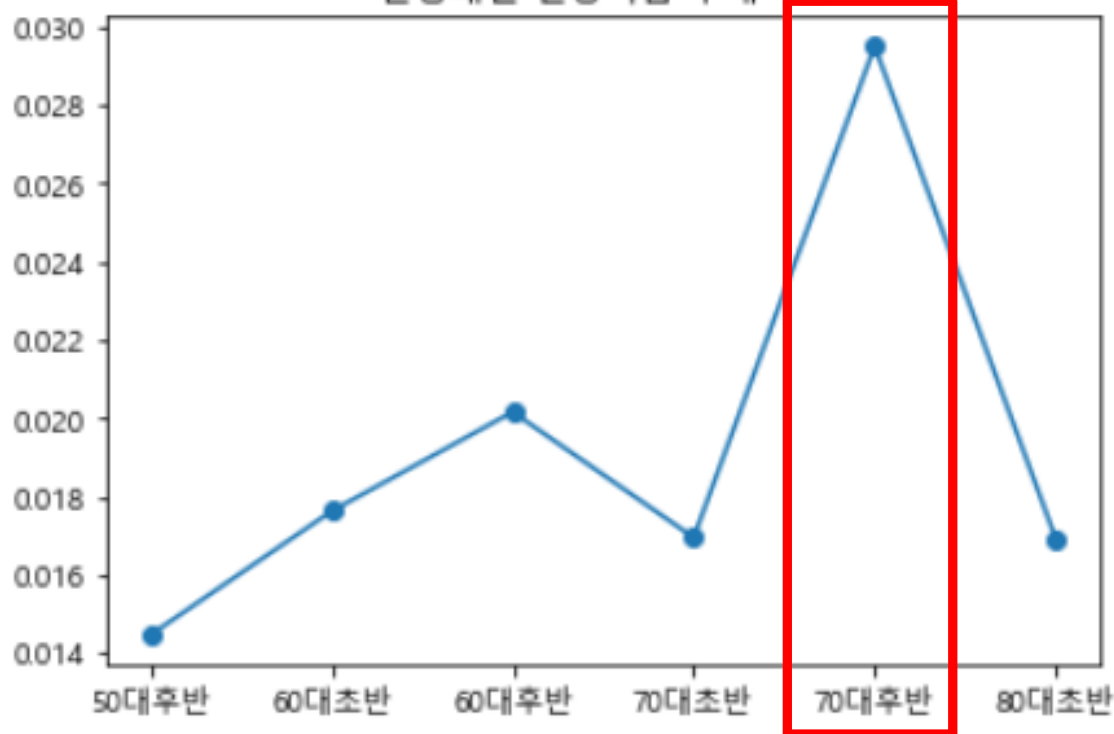
연령대별 건강식품 구매비율



2. 데이터 분석



연령대별 건강식품 구매비율



[2] 노년 건강의 '골든 타임'

뇌경색·백내장 등 발병률 급증... 수면 장애도 75세 이상에 몰려

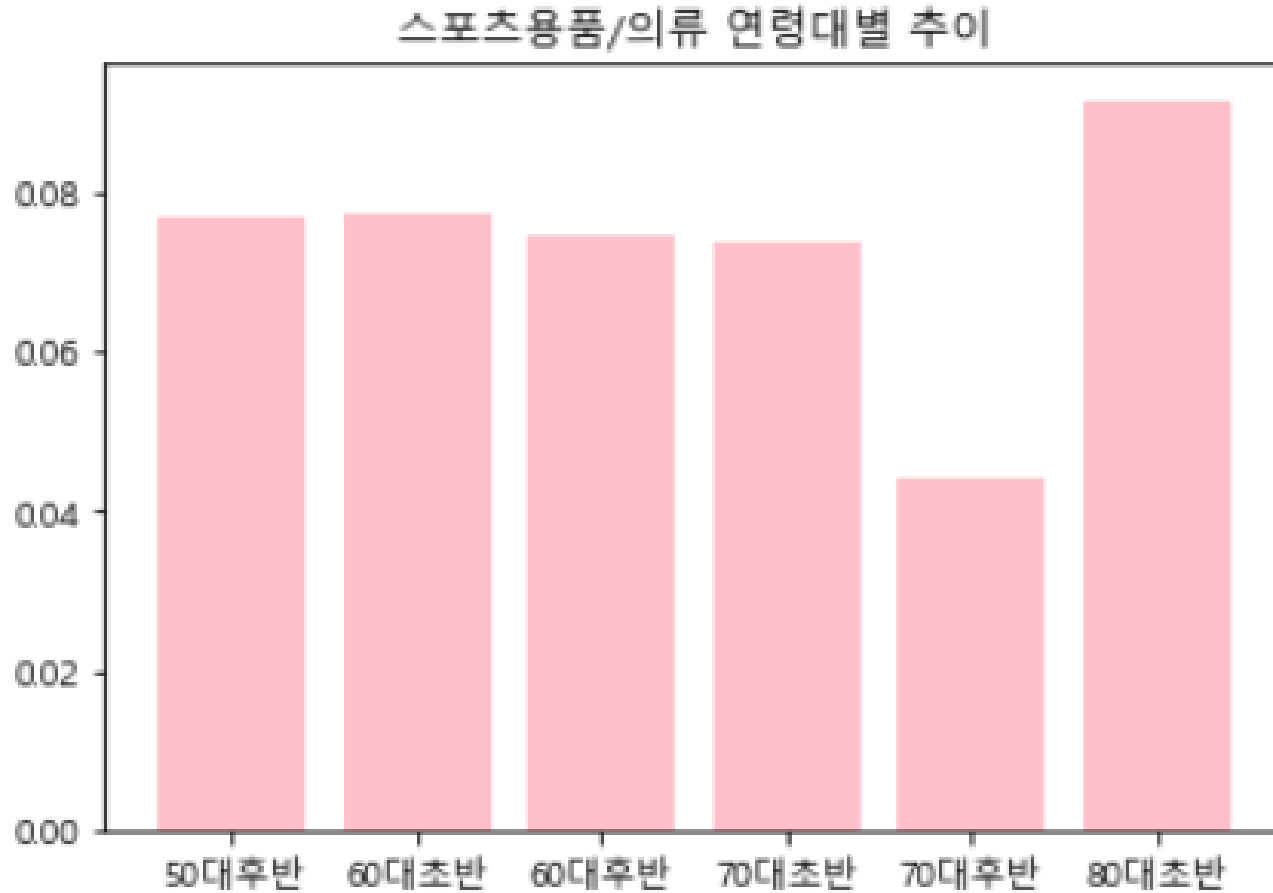
◇70대 '질병 절벽' 넘어서라

골다공증 연령대별 환자 수 변화



현재의 고령화 세대는 70대에 질병이 집중적으로 일어나고 있다. 특히 준비 안 된 고령화 계층이 70대로 진입하면서 우리나라 70대는 신체와 정신 질환이 커커이 쌓이는 '질병 절벽' 모양새를 하고 있다.

2. 데이터 분석



70대 후반을 제외하고는 전체적으로 스포츠용품/의류 구매건수가 많다.

2. 데이터 분석

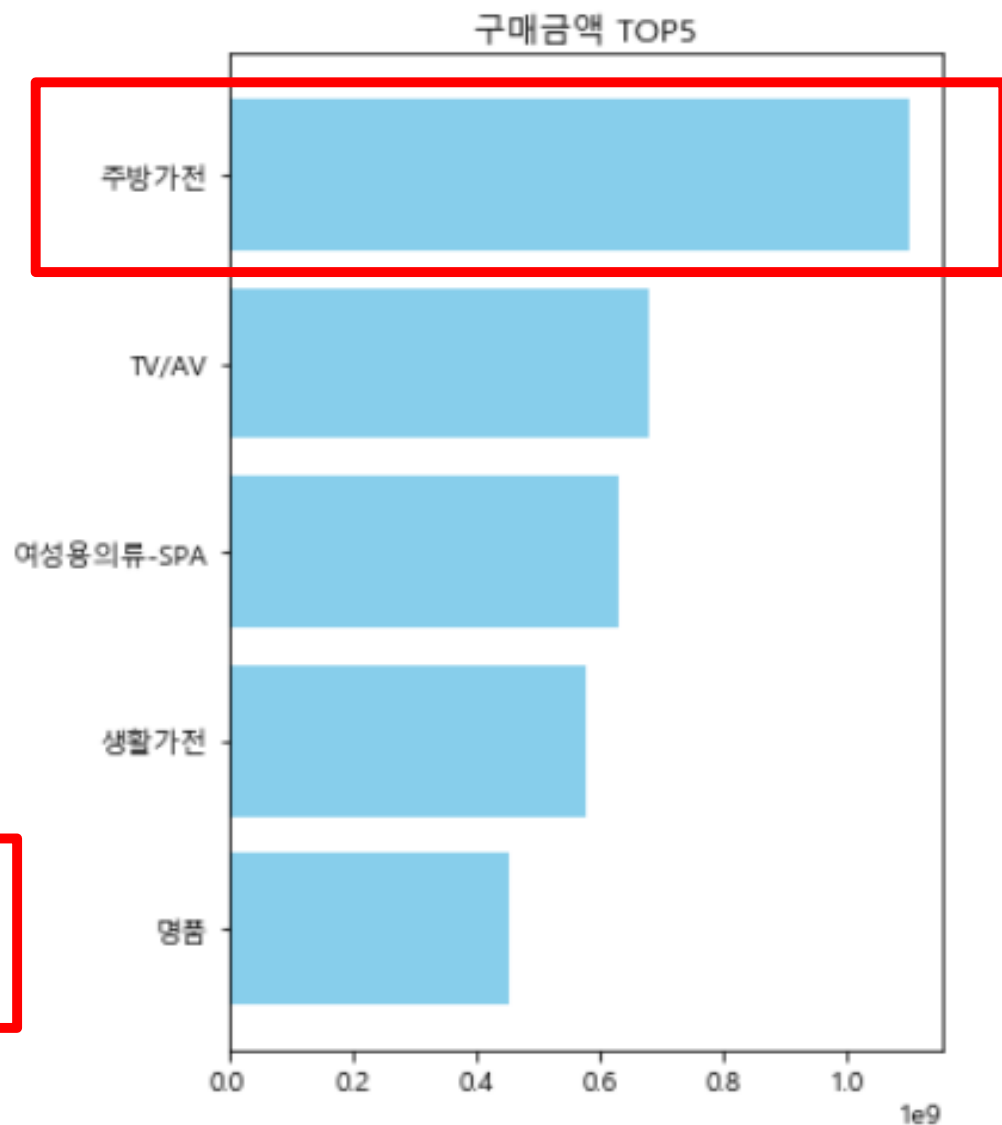
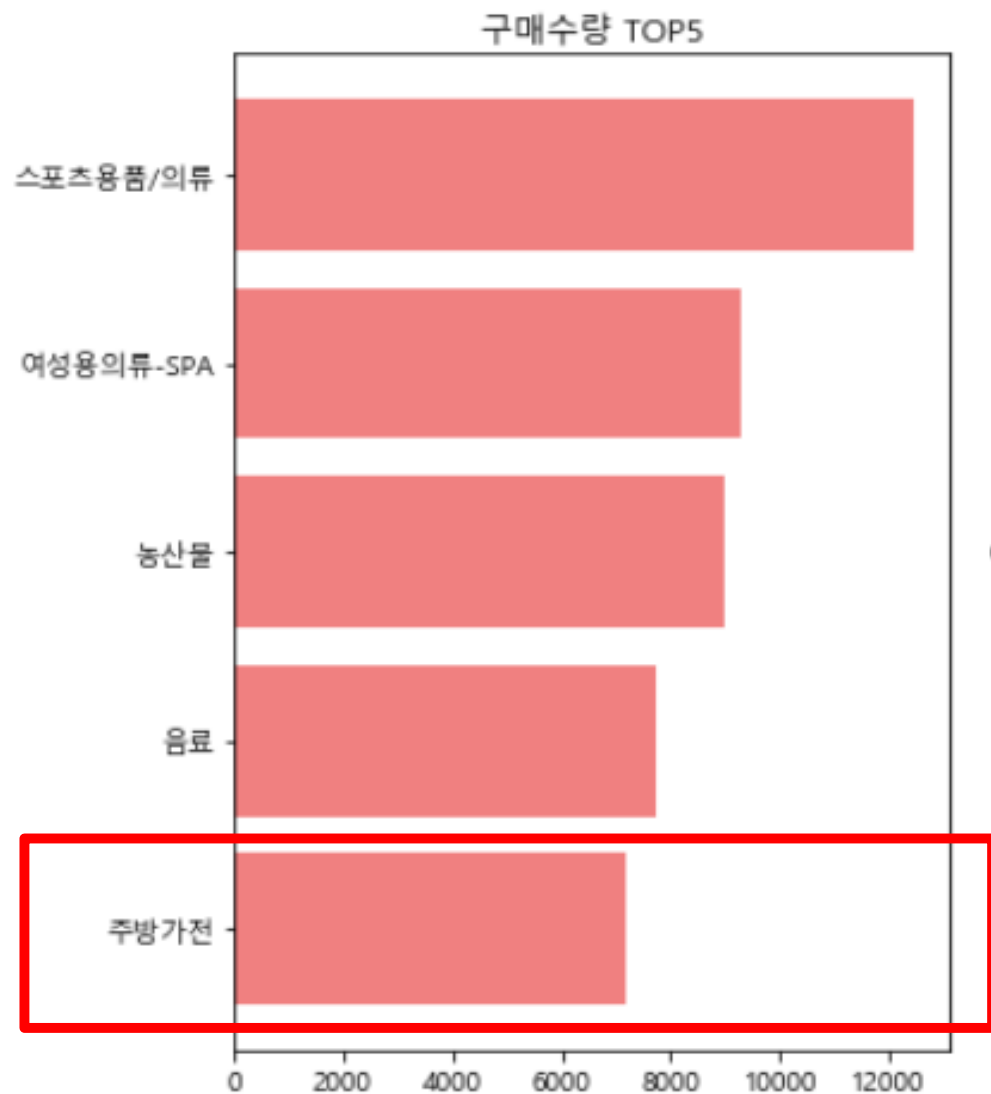


액티브 시니어

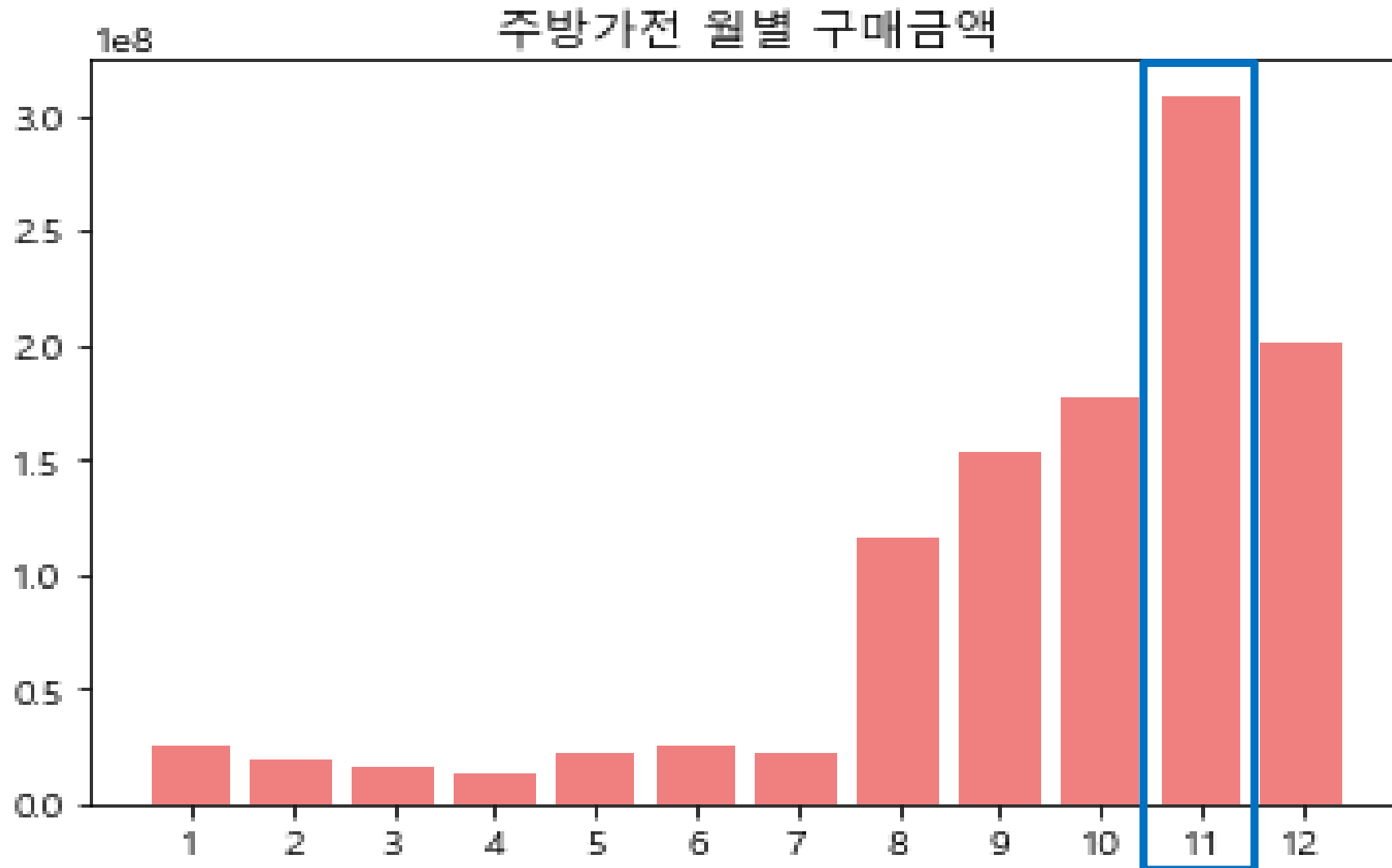


- 안정적인 자산을 바탕으로 활발한 삶을 추구
- 자기 관리에 철저하며 미용에도 관심이 높음
- 기존 실버세대와 다르게 젊은 세대의 라이프 스타일
- 주로 도심에 있으며 아파트에 거주하는 경향

2. 데이터 분석



2. 데이터 분석



2. 데이터 분석



냉장고를 부탁해

예능 | 15세이상 관람가

편성 JTBC 2014.11.17. ~ **방영중** | (월) 오후 11:00 [알림받기](#)

시청률 2.5% (닐슨코리아 제공) [시청률순위 보기](#)

제작진 CP 이동희 | PD 김은정, 김솔, 이채린, 박성환, 오상석, 고혁준 | 작가
강운정, 문정선, 하경진, 하나현, 최준성, 이세미, 김귀현

소개 대한민국 최고의 셰프들이 당신의 냉장고를 탈탈 털어드립니다... [+](#)

사이트 공식 홈페이지, [포스트](#)

[시청자 의견](#), [포토 갤러리](#), [명장면클립](#), [스페셜 영상](#), [15분 레시피](#)



2. 데이터 분석

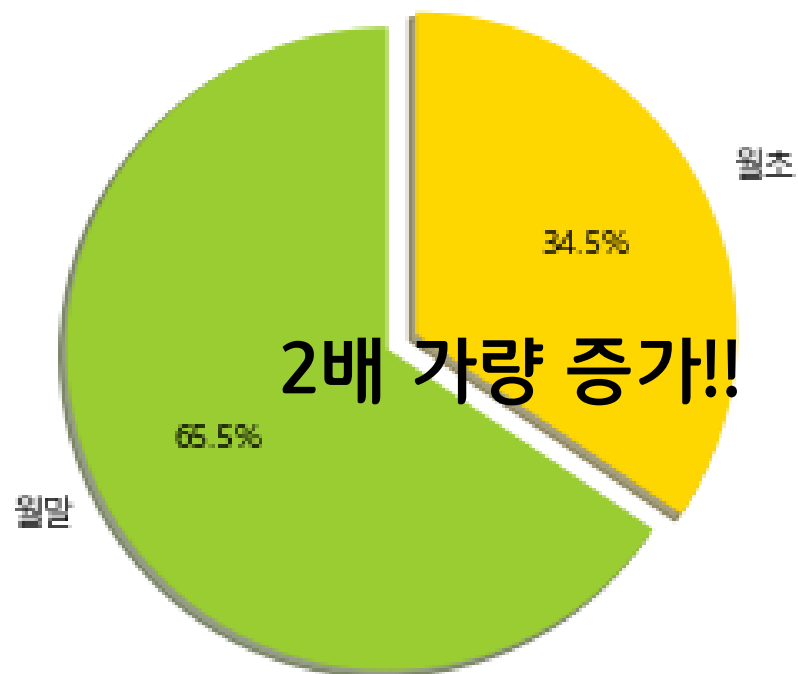


냉장고를 부탁해

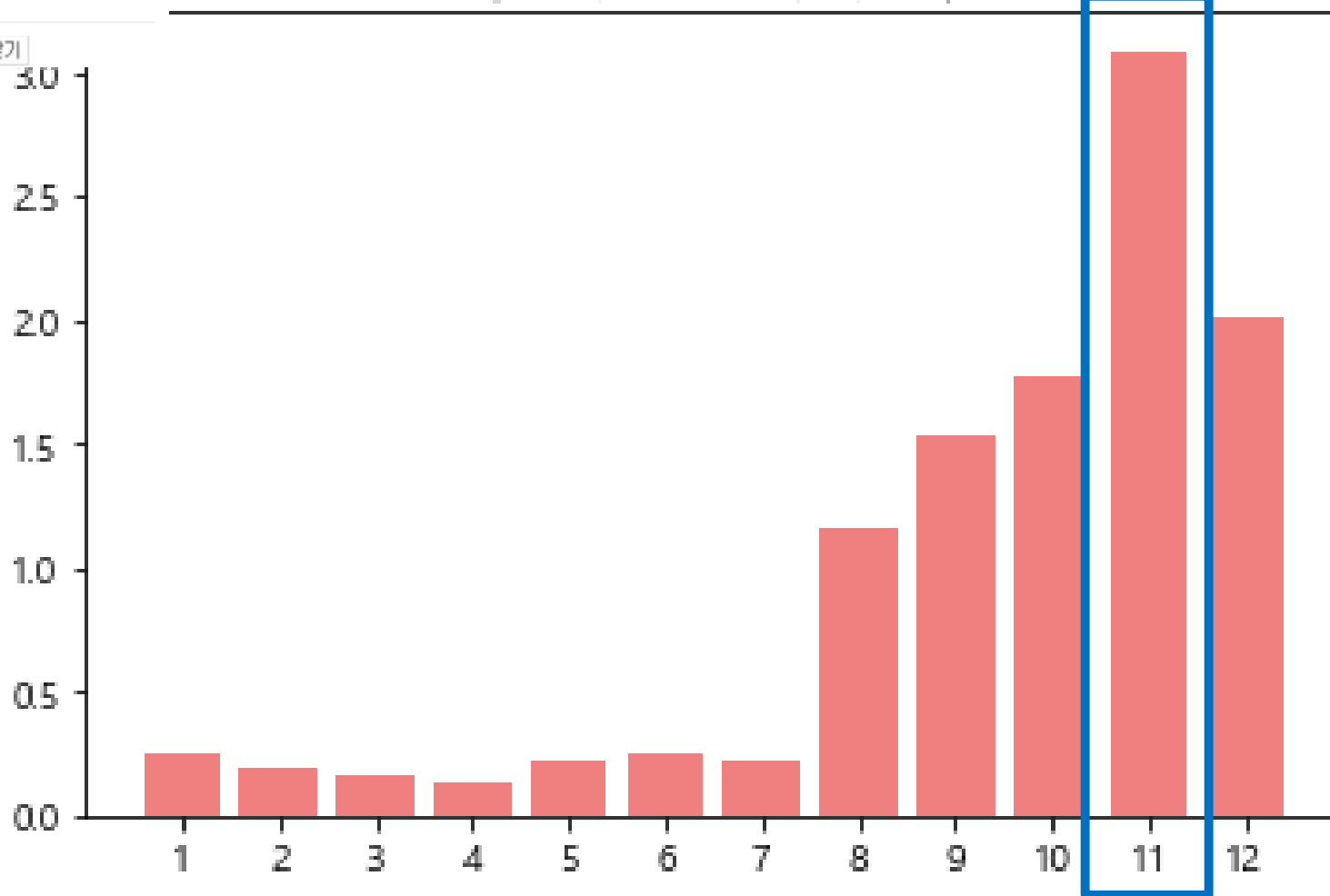
예능 | 15세이상 관람가

편성 JTBC 2014.11.17. ~ 방영중 | (월) 오후 11:00 [알림받기](#)

주방가전 11월 구매금액



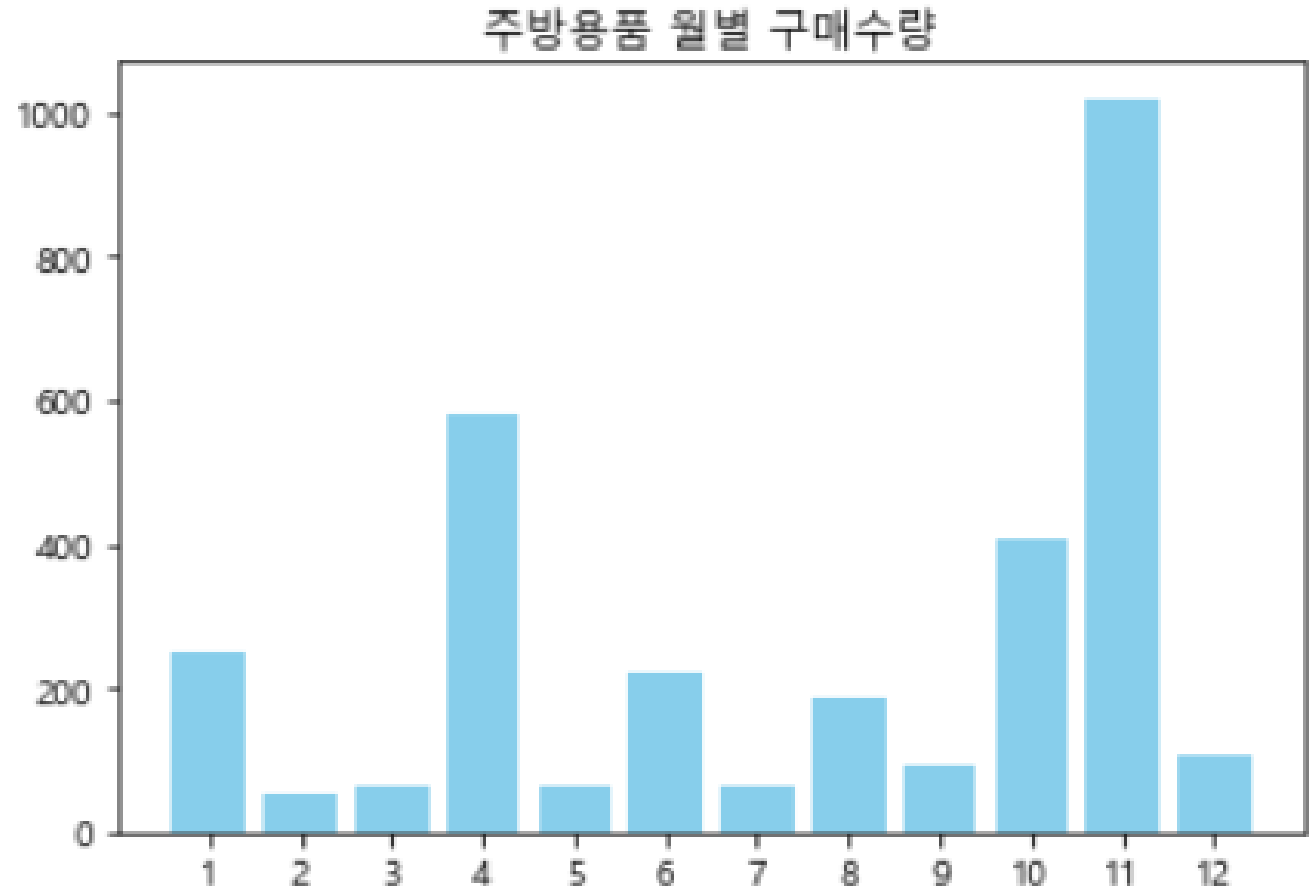
주방가전 월별 구매금액



2. 데이터 분석



정말로 요리 프로그램으로 인해서
구매량이 늘어났는지를 확인하기
위해서 주방가전 말고 **주방용품**도
분석해봄



2. 데이터 분석



정말로 요리 프로그램으로 인해서
구매량이 늘어났는지를 확인하기
위해서 주방가전 말고 **주방용품**도
분석해봄

11월에 주방용품이 월말에 944개
월초에 76개 판매되면서
월말에 약 12.4배 더 판매되었다.

월말에 약 12.4배 더 판매!

월말(944개)

월초(76개)

2. 데이터 분석



KBS2 <슈퍼맨이 돌아왔다> (2013.11~) [편집]

KBS2는 육아 예능이라는 트렌드를 이어받으면서도 조금은 차별점이 있는 프로그램을 기획하였다. <해피선데이>에 속해있는 <슈퍼맨이 돌아왔다>는 아빠와 아이가 일상생활 속에서 엄마 없이 48시간을 보내는 과정을 담아내었다. <아빠! 어디가?>보다 더 어린 연령대의 아이들을 캐스팅하여 기저귀를 갈거나 이유식을 먹이는 등 더 기본적인 육아에 초점을 맞췄다.

● 슈퍼맨이 돌아왔다
TV 프로그램

+ 비교

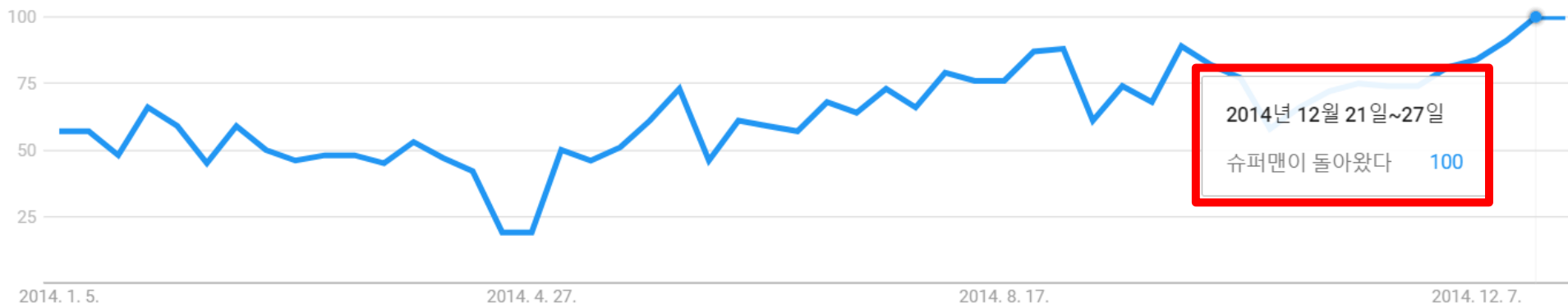
대한민국 ▼

2014 ▼

모든 카테고리 ▼

웹 검색 ▼

시간 흐름에 따른 관심도 변화 ?



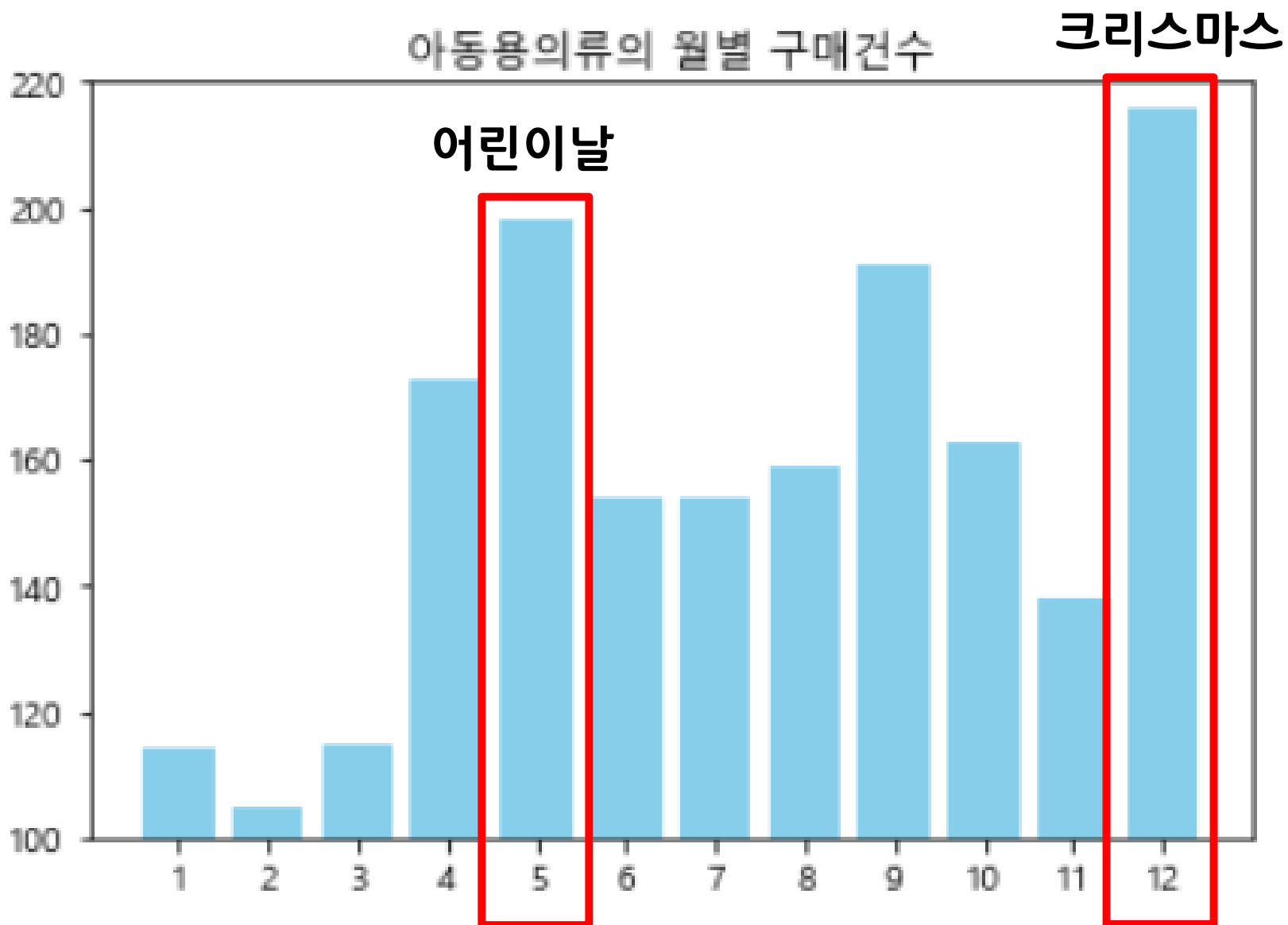
2. 데이터 분석



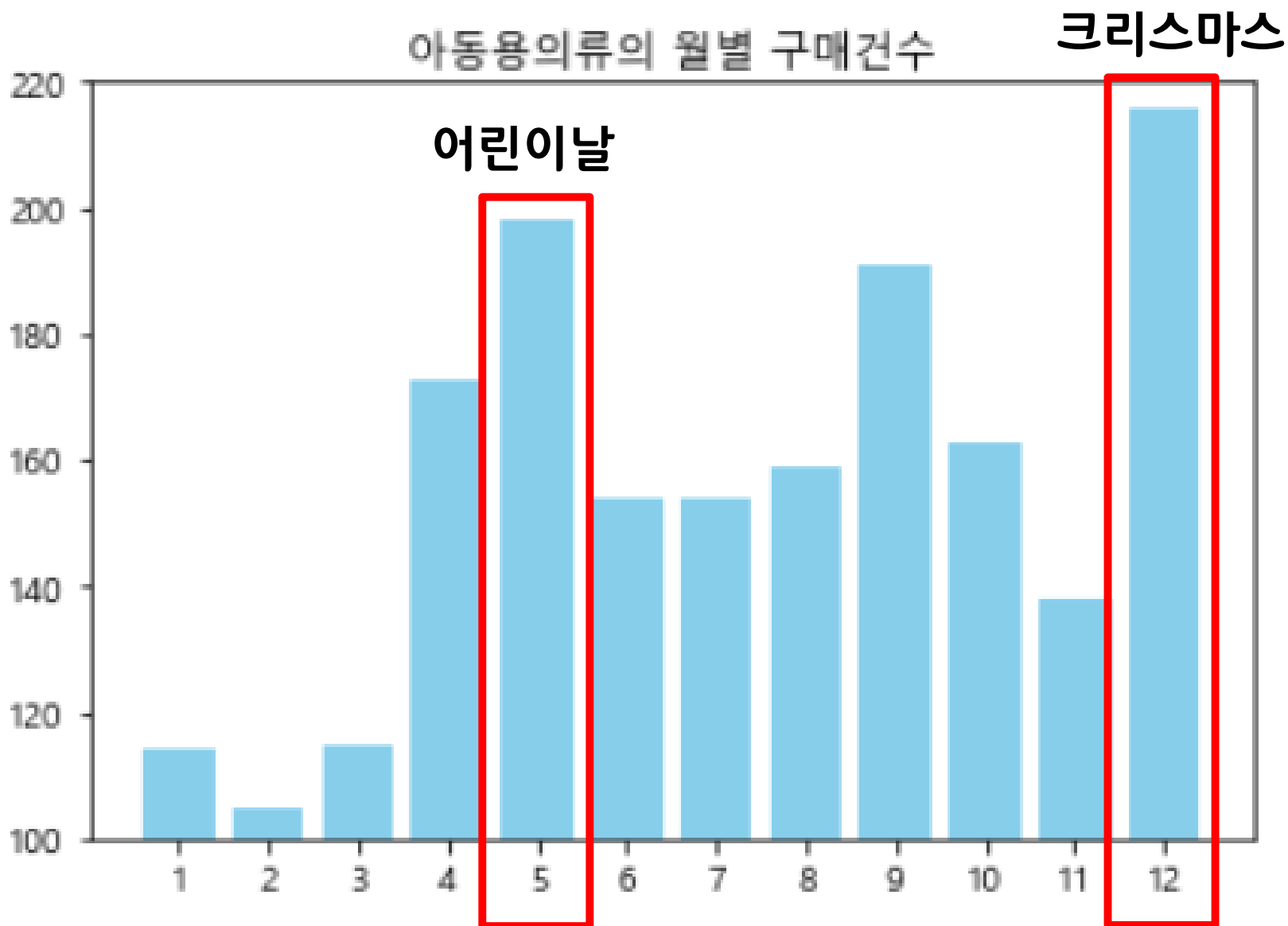
10회	<u>1월 5일</u>	소원을 말해 봐	6.6%
11회	<u>1월 12일</u>	내 아이의 사생활	7.0%
55회	<u>12월 7일</u>	함께 걸어 좋은 길	14.6%
56회	<u>12월 14일</u>	삶이 그대를 속일지라도	15.3%
57회	<u>12월 21일</u>	러브 <u>액추얼리</u>	16.3%
58회	<u>12월 28일</u>	하루하루 더 행복해	17.1%

12월달 시청률이
1월달 시청률에 비해
3배가량 증가
최고의 시청률 달성

2. 데이터 분석



2. 데이터 분석



+ 미디어의
영향

2. 데이터 분석



• 시니어들은 정년퇴직 후 성취감을 얻을 계기가 많지 않음

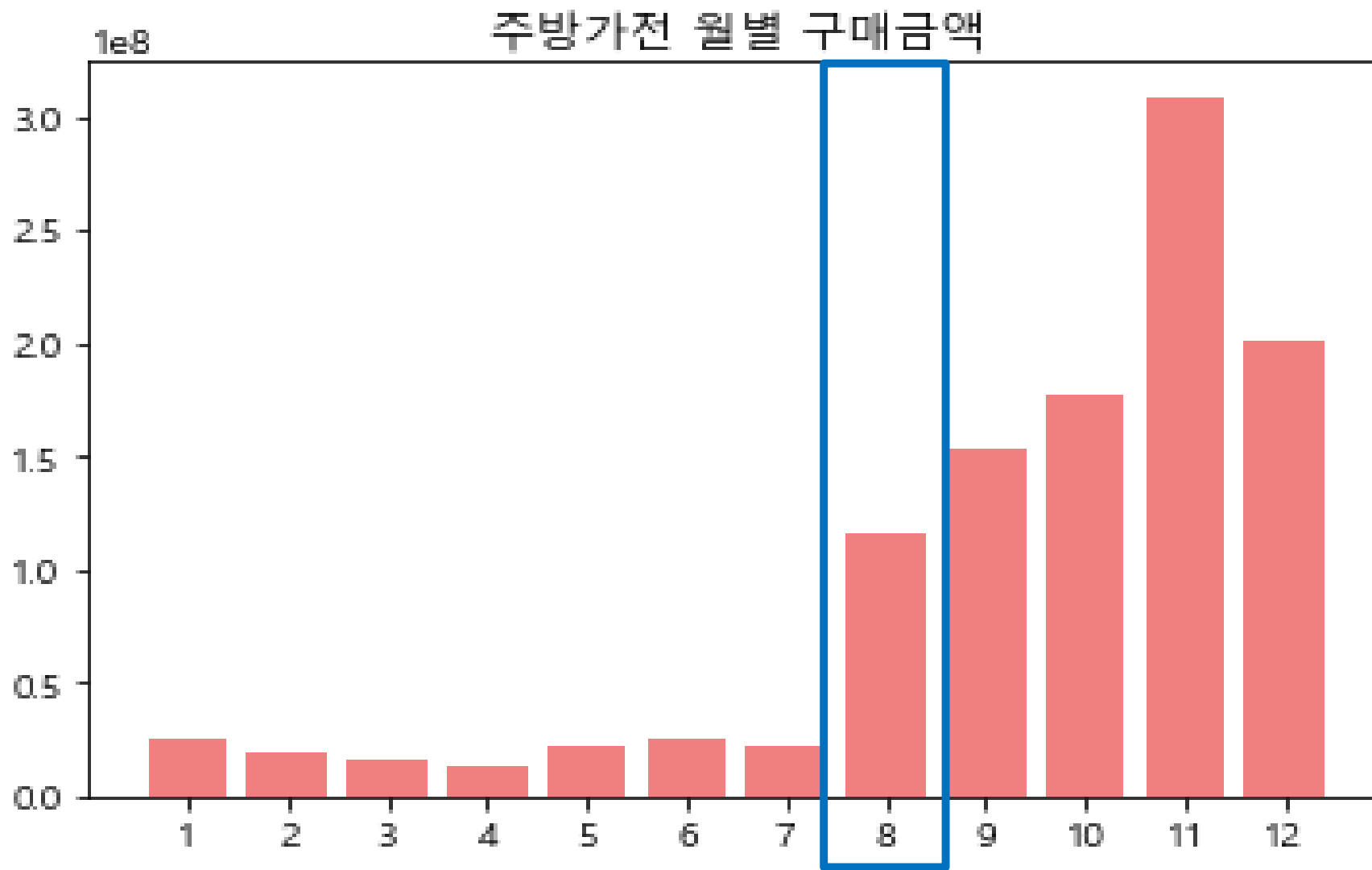
-> 요리는 집에서도 간편하게 할 수 있으며
요리를 할 때 마다 성취감을 느낄 수 있음

'냉장고를 부탁해'가 요리에 대한 진입 장벽을 낮췄다.

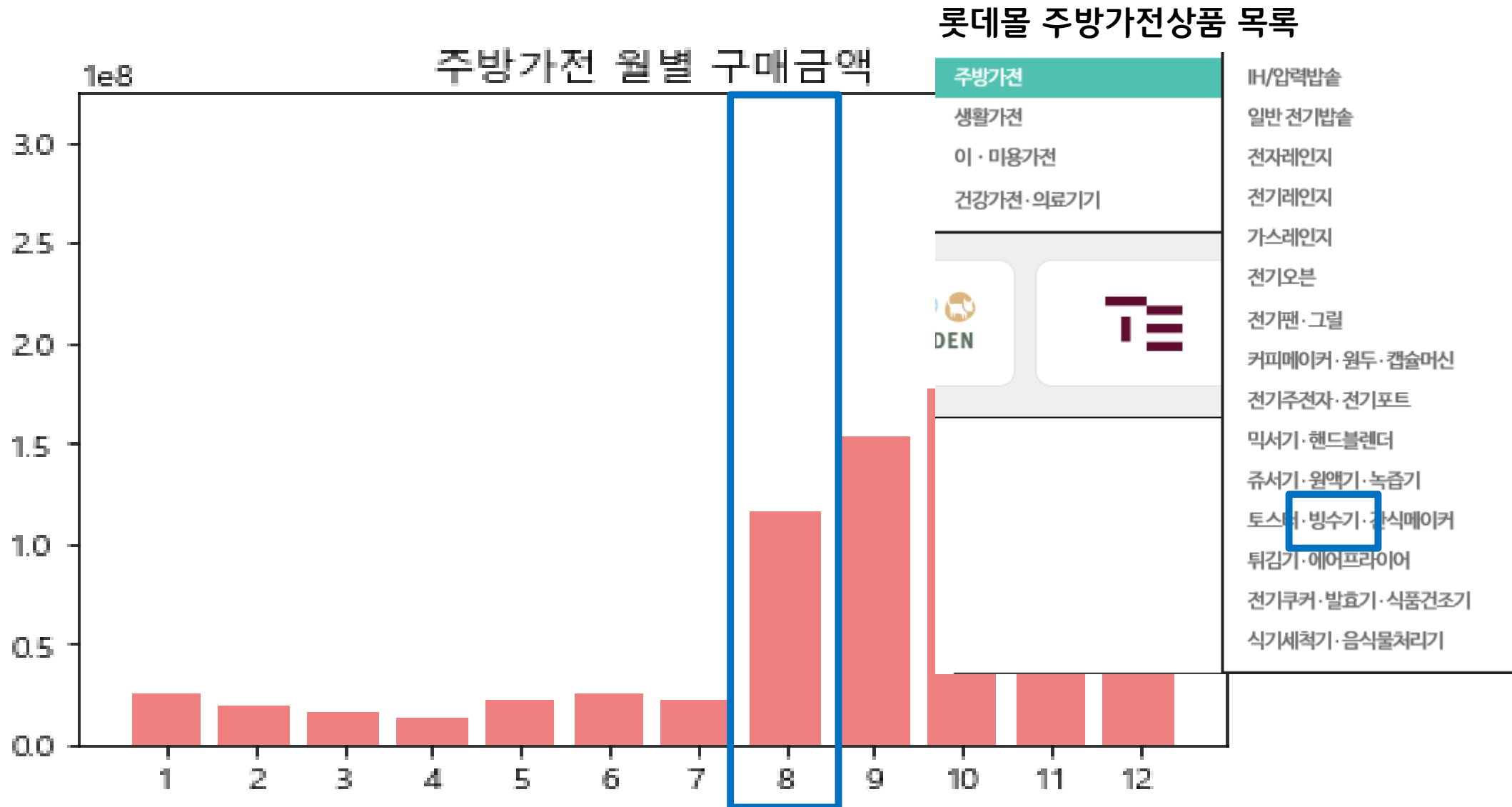
• 시니어들은 시간적 여유가 많아 미디어를 많이 접함

" 시니어 세대들이 미디어에
영향을 많이 받는다 "

2. 데이터 분석



2. 데이터 분석



2. 데이터 분석



2014년 '10대 트렌드 상품' 분석



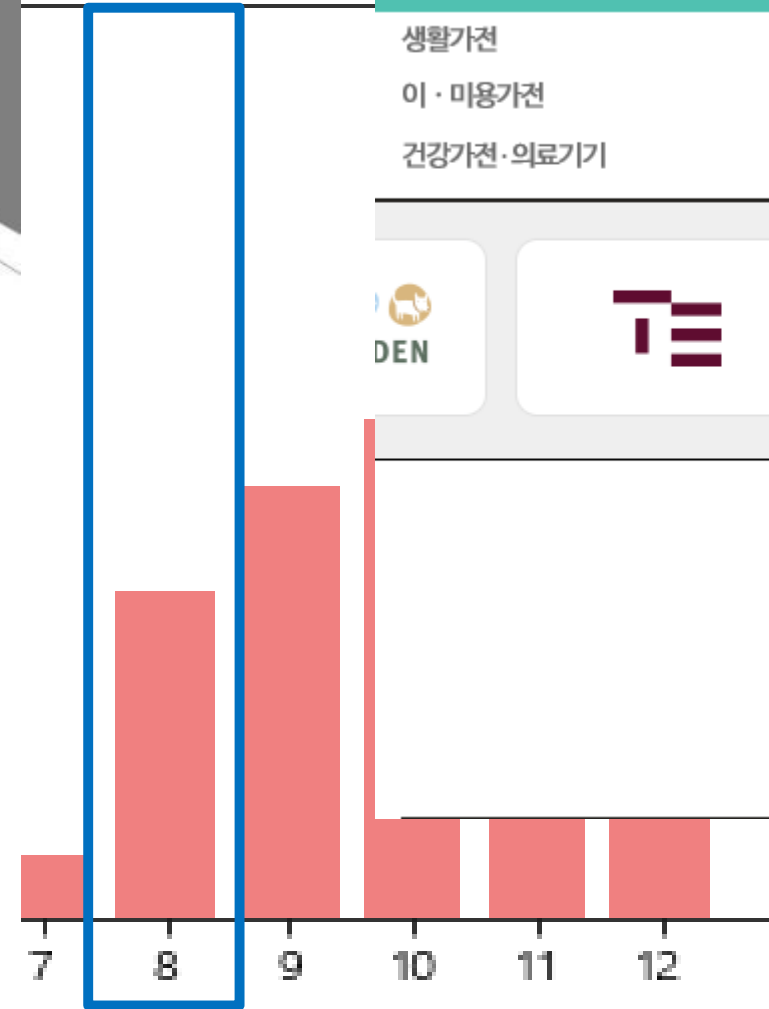
디저트 열풍



한국 소비사회는 멋진 가방을 사는 '물건 소유형' 사회에서 맛있는 것을 찾아 나서는 '체험과 경험형' 사회로 바뀌고 있다. 그 중심에 한국식 디저트 문화의 주역인 '빙수'가 있는 것.

주방가전 월별 구매금액

트렌드코리아
2015



롯데몰 주방가전상품 목록

주방가전	IH/압력밥솥
생활가전	일반 전기밥솥
이·마용가전	전자레인지
건강가전·의료기기	전기레인지
	가스레인지
	전기오븐
	전기팬·그릴
	커피메이커·원두·캡슐머신
	전기주전자·전기포트
	믹서기·핸드블렌더
	쥬서기·원액기·녹즙기
	토스터·빙수기·간식메이커
	튀김기·에어프라이어
	전기쿠커·발효기·식품건조기
	식기세척기·음식물처리기

2. 데이터 분석



액티브 시니어



- 안정적인 자산을 바탕으로 활발한 삶을 추구
- 자기 관리에 철저하며 미용에도 관심이 높음
- 기존 실버세대와 다르게 젊은 세대의 라이프 스타일
- 주로 도심에 있으며 아파트에 거주하는 경향

2. 데이터 분석



" 기존 실버세대와 다르게 **젊은 세대의 라이프 스타일** "



2. 데이터 분석



" 기존 실버세대와 다르게 **젊은 세대의 라이프 스타일** "



2. 데이터 분석

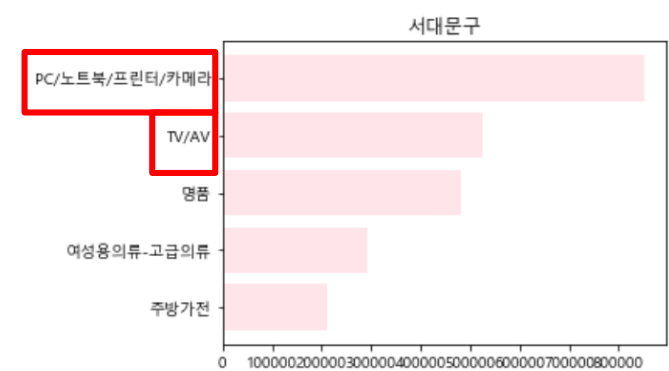
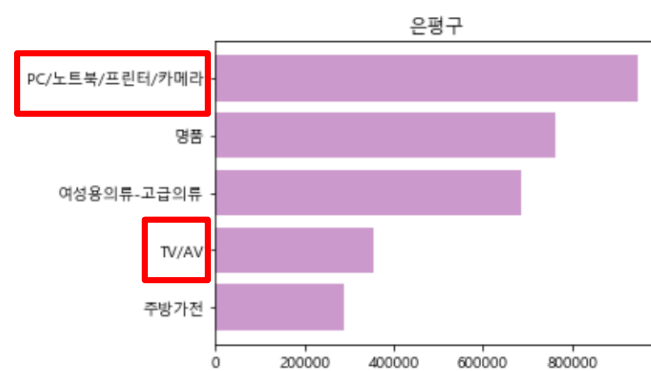
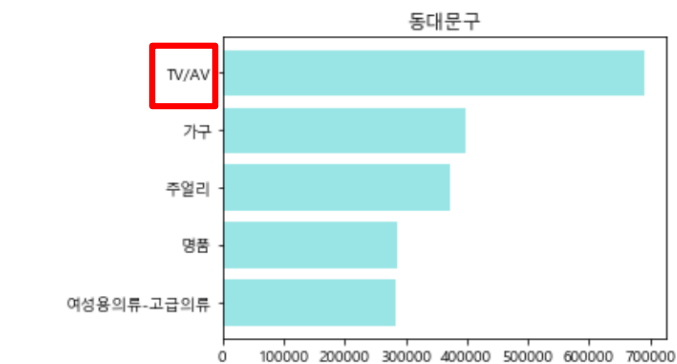
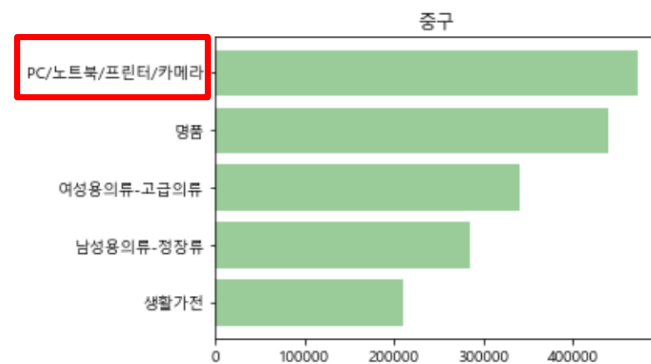
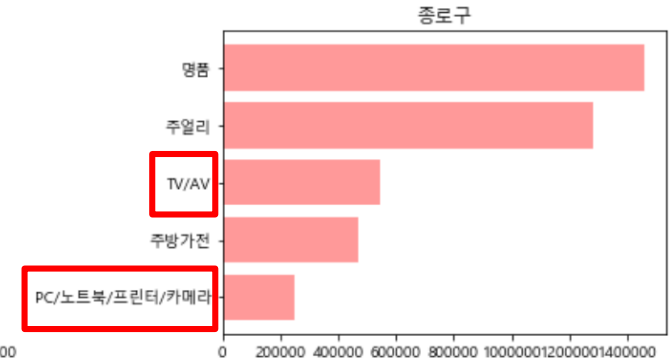
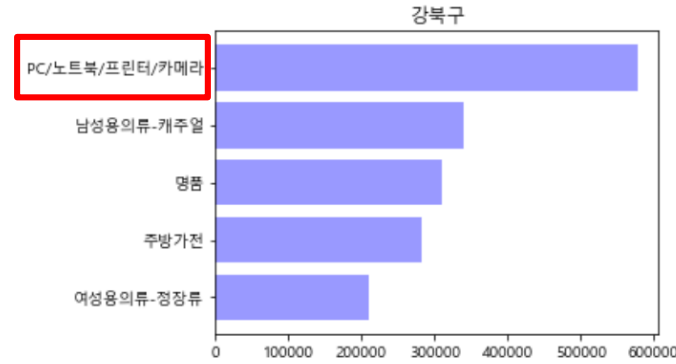


"트렌디한 노인"

【연령계층별 인구 및 구성비】

(단위 : 명, %, 세)

구분	총인구			구성비			중위연령		
	유소년 (0-14세)	생산가능 (15-64세)	고령 (65세 이상)	유소년 (0-14세)	생산가능 (15-64세)	고령 (65세 이상)	전체	남	여
서울시	1,136,836	7,622,617	1,365,126	11.2	75.3	13.5	41.7	40.8	42.5
종로구	14,818	123,257	26,182	9.0	75.0	15.9	43.4	42.9	43.9
중구	11,972	101,237	21,384	8.9	75.2	15.9	43.7	43.2	44.2
용산구	25,240	182,322	36,882	10.3	74.6	15.1	42.4	41.5	43.4
성동구	34,129	237,309	41,273	10.9	75.9	13.2	41.1	40.6	41.7
광진구	38,315	290,030	43,953	10.3	77.9	11.8	40.1	39.6	40.6
동대문구	36,139	274,154	55,718	9.9	74.9	15.2	42.2	41.5	42.9
중랑구	42,023	311,495	59,262	10.2	75.5	14.4	43.6	42.6	44.7
성북구	52,790	336,366	66,251	11.6	73.9	14.5	42.0	41.2	42.7
강북구	31,889	239,583	56,530	9.7	73.0	17.2	45.1	43.7	46.4
도봉구	36,983	255,763	53,488	10.7	73.9	15.4	44.5	43.1	45.7
노원구	68,452	415,380	74,243	12.3	74.4	13.3	42.2	40.7	43.6
은평구	55,309	361,334	74,559	11.3	73.6	15.2	43.1	42.0	44.2
서대문구	33,822	241,940	49,266	10.4	74.4	15.2	42.1	41.4	42.7
마포구	44,116	292,052	49,615	11.4	75.7	12.9	39.8	39.5	40.1
양천구	62,362	357,422	55,234	13.1	75.2	11.6	41.7	40.8	42.6
강서구	72,598	459,625	76,032	11.9	75.6	12.5	40.4	39.6	41.3
구로구	51,540	331,225	58,794	11.7	75.0	13.3	42.4	41.8	43.0
금천구	24,524	194,797	34,170	9.7	76.8	13.5	44.0	42.9	45.1
영등포구	42,050	305,993	53,981	10.5	76.1	13.4	42.2	41.7	42.8
동작구	43,735	307,503	57,255	10.7	75.3	14.0	40.8	39.8	41.9
관악구	45,325	405,558	70,046	8.7	77.9	13.4	39.5	38.7	40.5
서초구	62,548	329,648	53,205	14.0	74.0	11.9	40.3	39.9	40.7
강남구	68,815	427,177	65,060	12.3	76.1	11.6	40.2	39.6	40.7
송파구	85,197	509,394	76,582	12.7	75.9	11.4	40.3	39.7	40.9
강동구	52,145	332,053	56,161	11.8	75.4	12.8	42.0	40.9	43.0



3. 결론



1. 자기관리 철저 , 비용에 관심이 많음
2. 미디어의 영향을 많이 받음
3. 젊고 트렌디한 실버세대

3. 결론



1. 자기관리 철저 , 미용에 관심이 많음
2. 미디어의 영향을 많이 받음
3. 젊고 트렌디한 실버세대

→ 특정한 상품에 대한 큰 관심과 소비성 보다는
실버세대의 **성향 특성**이 파악되었다.

따라서, 특정상품 마케팅보다는
상품 광고기획, "**미디어적 마케팅**" 이 필요

3. 결론



" 컨셉팅 "



엄마 愛 발견 (사진 출처: 한국관광신문)

"젊고 트렌디한 느낌의 컨셉 광고"



구체적 기획 제시 1안)



가치실현적 삶을 살고자 하는
실버세대의 가치관에 맞춰
트렌디한 노인(ex. 할담비할아버지)을
광고모델로 삼은 광고 기획



구체적 기획 제시 2안)

"실버서퍼" 를 공략하라!

고령 실버 노인

[헤럴드 경제][실버세대의 역습] ①스마트폰 든 고령층, 소비의 중심이 되다

실버서퍼(silver surfer)는 여가시간이 충분하고 경제력이 있는 50·60세대가 스마트기기에 관심을 가지고 능숙하게 조작할 수 있게 되면서 이들을 지칭한다.

지난해 한국콘텐츠진흥원이 발표했던 2019년 콘텐츠 산업 전망에서 실버 서퍼가 6대 키워드 중 하나로 꼽히기도 했다. 콘텐츠 시장은 젊은 층이 주도를 해왔었다. 한국콘텐츠진흥원에 따르면 현재 50대는 전 세대 중 유튜브 이용률 3위에 올라있고 실버 크리에이터도 증가하고 있다. 콘텐츠 소비층이자 제공자로 급부상한 셈이다. 한국콘텐츠진흥원 측은 “실버 층이 생산과 소비를 함께 하는 새로운 ‘프로슈머’로 각광받을 것”이라고 전망했다.



구체적 기획 제시 2안)

"실버서퍼" 를 공략하라!

고령 실버 노인

[헤럴드 경제][실버세대의 역습] ①스마트폰 든 고령층, 소비의 중심이 되다

실버서퍼(silver surfer)는 여가시간이 충분하고 경제력이 있는 50·60세대가 스마트기기에 관심을 가지고 능숙하게 조작할 수 있게 되면서 이들을 지칭한다.

온라인 쇼핑몰인 옥션이 2014년부터 올해 상반기까지 연령별 판매량을 조사한 결과 50~60대의 구매량인 2014년과 비교했을 때 135%로 가장 높은 증가율을 보였다고 알렸다. 60대 이상 고객의 구매량은 5년 새 171% 증가했다. 경제권을 갖춘 중장년층이 빠르게 온라인 환경에 적응하면서 실버 서퍼 쇼핑족이 늘어난 것으로 분석되고 있다. 다른 곳들도 마찬가지였다. 11번가도 2014년부터 올해 상반기까지 50대와 60대 거래액이 각각 93%, 87% 증가했다고 밝혔다. 위메프의 작년 대비 50~60대의 매출은 36% 늘었다.



구체적 기획 제시 2안)

"실버서퍼" 를 공략하라!

더 이상 실버세대는 오프라인 매장과 쇼핑에만 익숙한 자들이 아님을 인지하고 온라인 쇼핑몰에서 실버세대의 니즈와 편의에 맞는 제품의 다양화와 서비스 제공이 마련되어야함.



thank you

피드백은 살살 ^^.



인사이트 킬러조

배유나 | 홍재성 | 김보현

구체적 기획 제시 2안)



2. 데이터 살펴보기



남녀 비율

