

감성분석을 통한 독도토너 판매전략 수립

-RoundLab 1025 독도토너 500ml-



지식공학
이희정 교수님
한양대학교 산업 데이터 엔지니어링학과
석사과정 강병모

ROUND LAB

Abstract

- 독도 토너 20년도 2~3분기 리뷰 수 제일 많음
 - ✓ 인플루언서들의 제품 언급이 주된 요인
- 제품 구매 요인으로서는 성분(물 같은 느낌, 순함), 용도(각질 케어), 용량(대용량)이 있음
- 제품은 여름보다 겨울에 언급이 많이 됨
 - ✓ 겨울철 각질 케어에 많이 사용되는 것으로 추정
- 제품의 재구매 빈도에 대한 언급이 많음
 - ✓ 처음 구매 고객 유입이 이루어지면 충성고객으로 만들기 쉬움
- 겨울철 1+1행사와 인플루언서(유튜버)와 협업 이벤트를 통한 처음 구매 고객 유치
- 제품의 순함, 촉촉함, 거부감 없는 향을 강조한 마케팅으로 충성고객 유치
- Royalty Program으로 충성고객 유지

제품 설명

제품명 : 라운드랩 1025 독도토너 500ml

제조사 : 코스맥스

제품타입 : 스킨/토너

제품가격 : 30,000원

제품구입처 : 제품 공식 홈페이지, 온라인 쇼핑몰 (네이버 등),
오프라인 구매처(올리브영 등)



제품 설명



POINT
01

저자극 각질 케어 성분으로
부드럽고 매끈한 **피부 결 케어!**

POINT
02

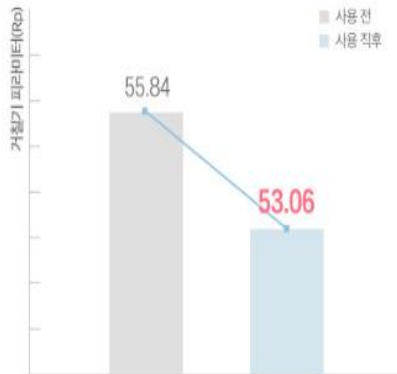
울릉도 해양심층수의 풍부한 미네랄 성분이
촉촉한 **수분 밸런스 유지!**

POINT
03

진정 보습막으로 외부 환경으로부터
자극받은 피부 **편안하게 보호!**

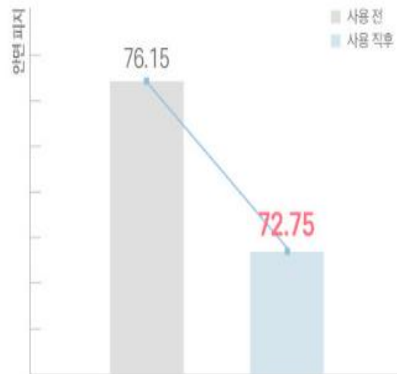
제품 효과/사용해야할 피부 유형

피부결 개선 효과



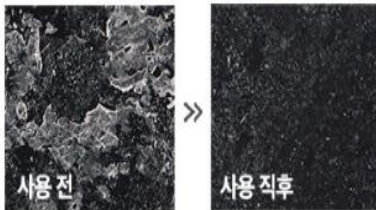
평균값이 감소할수록 피부결(거칠기)이 개선됨을 의미함.

안면 피지 감소 효과



평균값이 감소할수록 안면피지가 감소됨을 의미함.

각질 개선 효과



제품 사용 전과 비교 시 제품 사용 직후 시점에서
뺨 부위의 각질량이 유의하게 감소(31.79%↓)하였다.

유분량 감소 효과



제품 사용 전과 비교 시 제품 사용 직후 시점에서
뺨 부위의 유분량이 유의하게 감소(6.90%↓)하였다.

- ☒ 피부결이 매끄러워진 것 같다. 90%
- ☒ 안면 피지가 개선(감소)된 것 같다. 80%
- ☒ 피부 각질이 정리된 것 같다. 85%
- ☒ 피부 번들거림이 개선(감소)된 것 같다. 90%
- ☒ 피부가 촉촉해진 것 같다. 90%

INNODERM
Skin Science Expert

제품의 효능에 관한 설문 평가 결과, 모든 항목에 대해 제품 사용 직후
시점에서 80~90%의 연구 대상자가 긍정적으로 답변하였다.

사용해야할 피부 유형

1. 예민한 피부
2. 외부 자극에 손상된 피부
3. 각질이 많이 생기는 피부

제품 특이사항

제품 특이사항

- 2017-19 화해 뷰티 어워드 스킨/토너 부문 3년 연속 1위
- 2018 하반기 언파뷰티 리뷰 위너스 스킨/토너 부문 수상
- 2020-2021 올리브영 어워즈 스킨/토너 부문 2년 연속 1위
- 2020 글로우픽 어워드 워터토너 부문 1위 수상
- 2020 화해 뷰티 어워드 스킨/토너 부문 위너 수상
- 2021 화해 명예의 전당 스킨/토너 부문 수상
- 21.12.03 온라인 판매 채널 후기 합계 누적 리뷰 10만개 이상, 평점 4.8/5

뷰티 유저에게 주목 받은 **1025 독도 토너**



☑ 2020, 2021 올리브영 어워즈 스킨·토너 부문 1위

※ 올리브영 어워드 정품 부문 선정 근거
: 올리브영 매출(19.07~20.06)+내부 기준 적용

☑ 2021 화해 명예의 전당 스킨/토너 부문 수상

☑ 2017, 2018, 2019 화해 뷰티 어워드 스킨/토너 부문 3회 연속 1위

☑ 2020 글로우픽 결산 어워드 워터토너 부문 1위

☑ 2020 화해 뷰티 어워드 스킨/토너 부문 수상

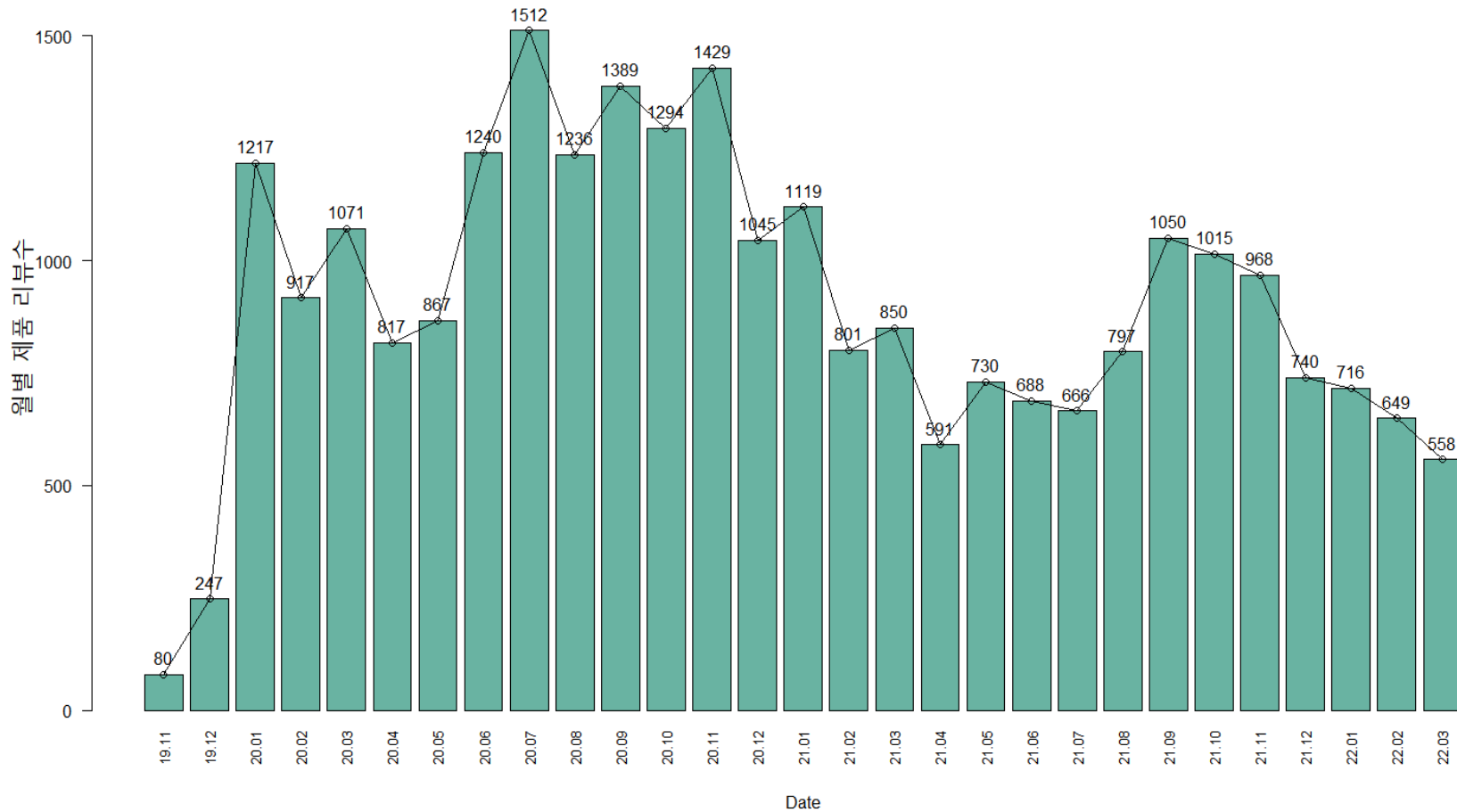
☑ 2018 하반기 언파뷰티 리뷰 위너스 스킨·토너 부문 수상



제품 리뷰에 대한 월별 리뷰 수 트렌드

전체 리뷰 수 : 26299개

제품 리뷰에 대한 월별 리뷰 수 트렌드



제품 구매 이유 및 특징

<라운드랩 1025 독도토너 500ml 사용200인 설문 결과>



각질 케어
만족도



지인 추천
의사



재구매
의사

- 제품 사용 용도가 각질 케어 일 것이다.
- 지인 추천으로 접근 했을 것이다.
- 재구매가 높을 것이다.

Review Data

리뷰 수 전체 3위 : 26299개

초기 데이터 – 2019.11.22~2022.03.31

	날짜	원문
0	20220331	잘쓰고 있어요 자극없고 부담없어서 남편 딸 온가족이 쓰고 있네요
1	20220331	순하고 트러블없이 잘사용하고 있어요ㅋㅋ 운동하고 얼굴 붉어지면 스킨팩으로 해서 사용하면 진정
2	20220331	항상 쓰는 제품이라 부담없이 잘 쓰고 있어요 환절기 건조할 때 보습에 좋아요
3	20220331	소문이 자자해서 갈아탔습니다 ㅎㅎ
4	20220331	순한 것 같고 촉촉해서 피부결이 잘 정돈 되는 것 같아요
5	20220331	대용량이라 막 쓸 예정.
6	20220331	피부자극없고 휘뚜루템으로 딱이네요
7	20220331	순수함이 좋아서 또 구매 했어요 저렴하게 구입한듯요.. 유통기한도 25년까지 넉넉합니다
8	20220331	순해서 꾸준히 쓰고 있습니다
9	20220331	좋아요 2통째 써요
10	20220331	예전부터 써보고 싶었는데 저렴한 가격에 잘 샀어요. 인기 많은데는 이유가 있겠죠. 기대되네요

Review Data

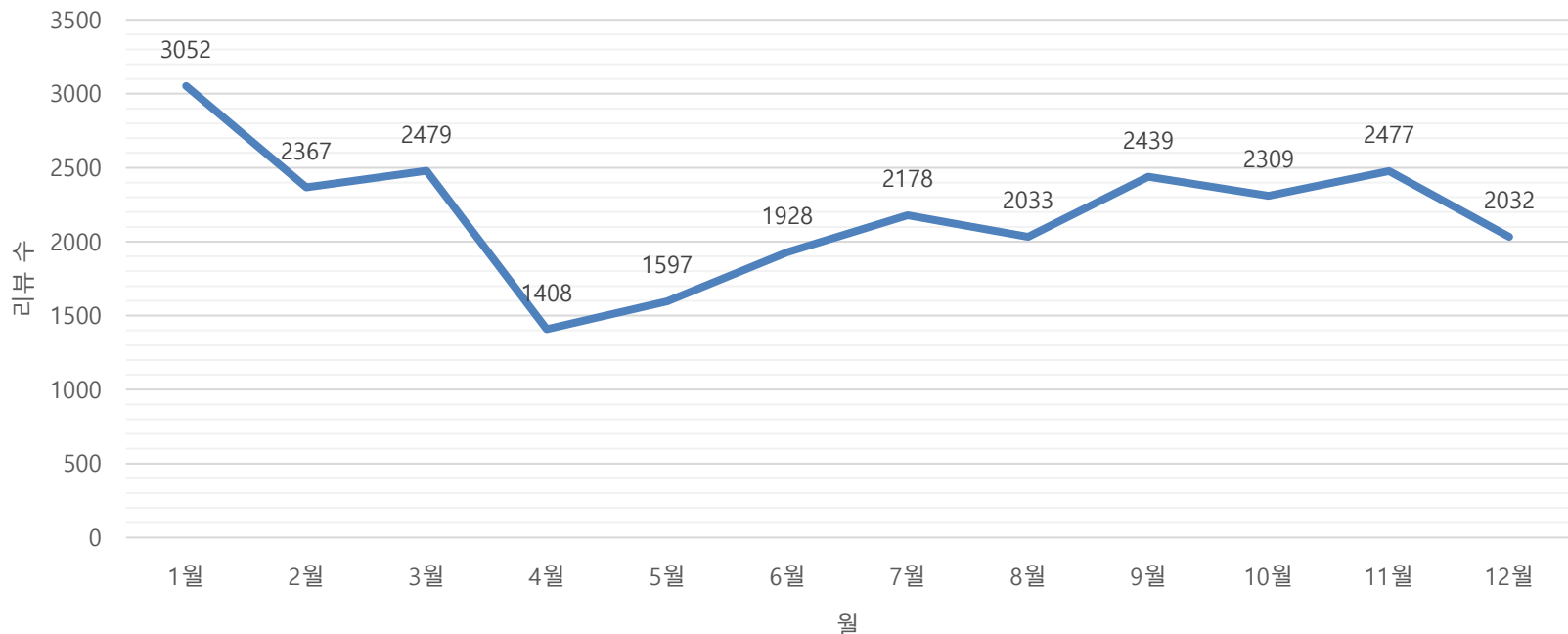
➤ 리뷰 수 편차 심함(19.10 : 10개, 20.07 : 1512개)

✓ 달 별로 진행을 통해 편차를 줄임

✓ 달 별로 진행을 통해 달, 계절별

(봄 : 3,4,5 여름:6,7,8 가을:9,10,11 겨울12,1,2) 리뷰 추이 확인

월별 리뷰 수 추이



속성 키워드 정의 및 분류

- 패턴 정의를 통해 키워드 도출
 - ✓ 명사 위주로 뽑음
- 1월 ~ 12월 키워드 추출 (월별 평균 2200개의 키워드)
 - ✓ 3번 이상 나온 키워드만 추출 (월별 평균 95개의 키워드)
- 키워드 중 중복 의미 가진 키워드 통합, 의미 없는 키워드 삭제
 - ✓ Ex) 자체 제품 이름(독도 토너), 자체 브랜드 이름(라운드 랩), 이것, 저것, etc.
- 최종 55개 키워드 도출

	word	w_type
0	물	Noun
1	갈다	Adjective
2	줄	Noun
3	알다	Verb
4	생각	Noun
5	보다	Verb
6	더	Noun
7	촉촉하다	Adjective
8	너무	Adverb
9	좋다	Adjective
10	!	Punctuation



	words
0	첫 번째 구매
1	후 이번
2	용량 이
3	커서 깜놀
4	완전 가성 비
5	공병 템
6	매일 오전 저녁
7	사용 중이
8	일단 용량
9	트러블 케어
10	사용 전이



	words	키워드 사용 여부
독도 토너	103	x
이 것	53	x
자극 이	49	o
화장 솜	29	o
항상 사용	28	o
스킨 팩	26	o
몇 통째	25	o
피부 자극	24	o
사용 전이	24	o

정형적 문맥 정의

➤ 정형적 문맥

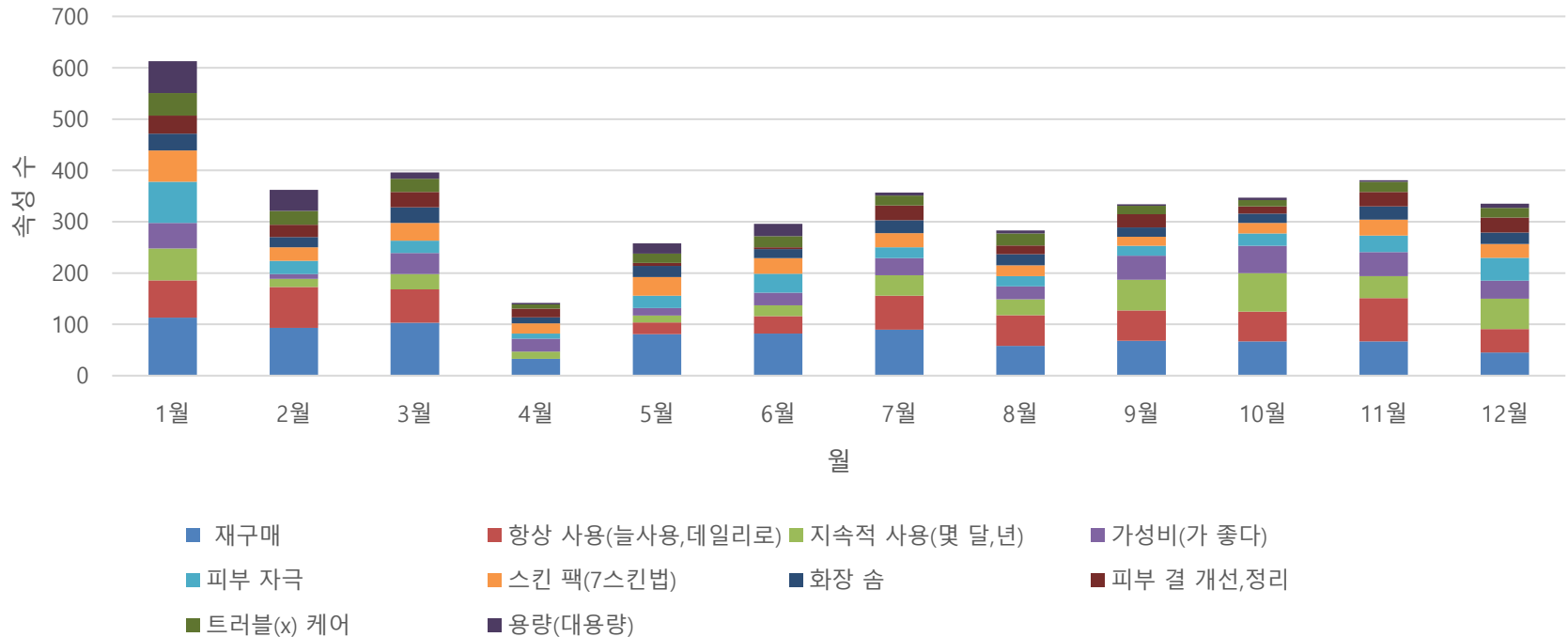
	재구매	항상 사용(늘사용,데일리로)	지속적 사용(몇 달,년)	가성비(가 좋다)	피부 자극	스킨 팩	화장 솜	피부 결 개선,정리	트러블(x) 케어	용량(대용량)
1월	113	73	62	50	80	61	33	35	44	62
2월	93	80	16	9	26	26	20	24	27	41
3월	103	65	30	41	24	35	30	30	26	12
4월	33	0	14	25	10	20	12	17	8	3
5월	81	23	13	15	24	36	22	6	18	20
6월	82	34	21	25	37	30	18	3	22	24
7월	90	66	40	33	21	28	25	29	19	6
8월	58	60	31	25	20	21	22	17	23	6
9월	68	59	60	47	19	18	18	26	16	3
10월	67	58	75	53	24	21	18	14	12	5
11월	67	84	43	47	32	31	26	28	20	3
12월	45	46	59	35	45	27	22	29	19	8
총합	900	648	464	405	362	354	266	258	254	193

➤ 객체 : 1월~12월(12개)

➤ 속성 : 재구매, 항상 사용, 지속적 사용, 가성비가 좋다, 피부자극, 스킨팩,
화장솜, 피부결 개선, etc.(55개)

정형적 문맥 정의

월별 속성수 변화 추이



➤ 겨울(12월, 1월, 2월)에 속성 수가 많이 언급

✓ 겨울에 구매가 많이 됨으로 추정

➤ 항상 사용이 겨울에 많이 등장-> 봄(3,4,5)에 적게 등장

✓ 겨울에 각질 제거 용도로 사용하기 때문으로 추정

이항 Context

	재구매	처음구매	가성비 (가 좋다 니 좋다)	사용해보 니 좋다	사용해보니 안좋다	무난	좀더 사용 해 봐야	용량(대용 량)	유통기한 (넉넉하다)	이벤트(사 은품)	입소문(친 구,홍보,화 해)	리뷰 평	다른 제품	선물용	단기적 사용 (처음사용)
1월	113	18	50	4	0	12	7	62	16	11	6	0	0	0	18
2월	93	3	9	3	0	7	4	41	22	0	0	4	20	3	3
3월	103	4	41	0	0	5	0	12	20	0	7	3	14	0	4
4월	33	3	25	0	0	9	0	3	8	0	0	0	11	0	0
5월	81	4	15	0	4	0	0	20	0	0	4	4	14	0	0
6월	82	3	25	0	0	10	0	24	14	0	0	3	14	0	0
7월	90	5	33	3	0	11	6	6	17	3	3	3	12	3	0
8월	58	11	25	0	0	5	0	6	22	0	6	6	18	0	0
9월	68	7	47	12	0	0	0	3	17	0	3	0	18	0	0
10월	67	7	53	6	0	13	0	5	8	0	3	3	0	0	0
11월	67	7	47	4	0	4	0	3	25	0	3	0	16	0	0
12월	45	9	35	3	0	3	0	8	16	0	0	0	24	0	0
Average	75	6.75	33.75	2.916667	0.333333	6.583333	1.416667	16.08333	15.41667	1.166667	2.916667	2.166667	13.41667	0.5	2.083333
Median	74.5	6	34	3	0	6	0	7	16.5	0	3	3	14	0	0

➤ 속성값 55개에 대해 진행

➤ 한계점 : 평균과 중앙값(중앙값이 0값인 속성 포함, 중앙값이 0값인 속성 제외)

✓ 총 4번의 이항 Context 진행

➤ 중앙값 0값을 포함한 중앙값 Context에서 Attribution Weight 진행

이항 Context -Median

Median

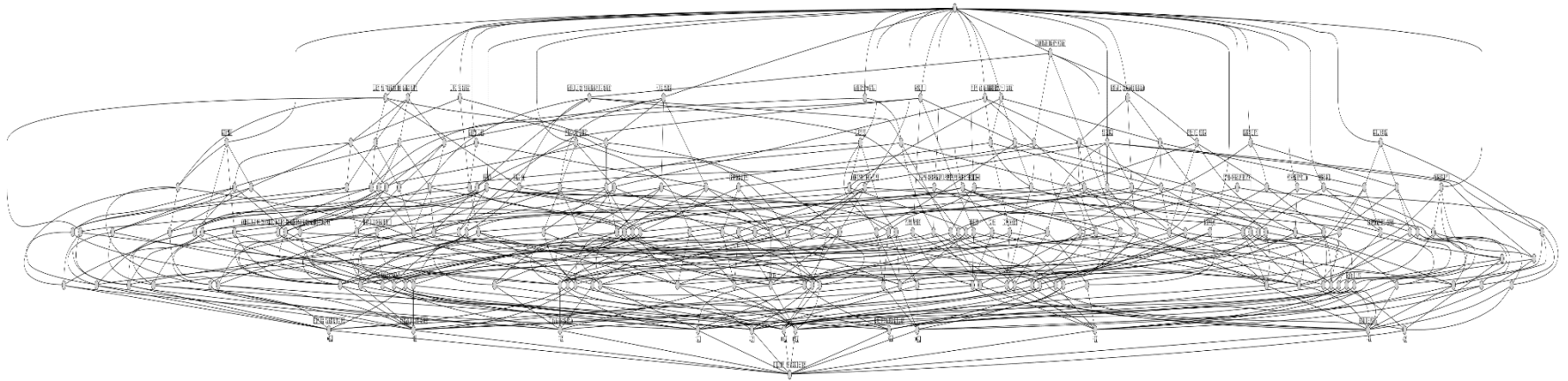
	재구매	처음구매	가성비(가	사용해보니	사용해보니	무난	좀더 사용	용량(대용	유통기한(이벤트(사	입소문(친	리뷰 평	다른 제품
1월	X	X	X	X		X	X	X		X	X		
2월	X					X	X	X	X			X	X
3월	X		X					X	X		X		
4월						X							
5월	X				X			X			X	X	
6월	X					X		X					
7월	X					X	X		X	X			
8월		X							X		X	X	X
9월		X	X	X					X				X
10월		X	X	X		X							
11월		X	X	X					X				X
12월		X	X					X					X

Concept

	CK	Extent	Intent
0	c0	0	('재구매', '처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '사용해보니 안좋다', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '이벤트(사은품)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '단기적 사용(처음사용)', '지속적 사용(몇 달, 년)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용했
1	c1	('1월')	('재구매', '처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '이벤트(사은품)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '단기적 사용(처음사용)', '지속적 사용(몇 달, 년)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용했
2	c2	('2월')	('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사용)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용했
3	c3	('3월')	('재구매', '가성비(가 좋다)', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '단기적 사용(처음사용)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용했
4	c4	('4월')	('무난', '세안 후', '중학생 딸', '트러블(예민) 피부', '점성(제형, 발림성)')
5	c5	('5월')	('재구매', '사용해보니 안좋다', '용량(대용량)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '리뷰 평', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 딸', '각질 제거', '트러블(예민) 피부', '물 같은 느낌', '끈적임')
6	c6	('6월')	('재구매', '무난', '용량(대용량)', '기초', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 아들', '사용전', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '물 같은 느낌', '향', '유분', '수분부족지성(지성)', '여
7	c7	('7월')	('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '유통기한(넉넉하다)', '이벤트(사은품)', '선물용', '지속적 사용(몇 달, 년)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 딸', '각질 제거', '트러블(예민) 피부', '물 같은 느낌', '끈적임')
8	c8	('8월')	('처음구매', '유통기한(넉넉하다)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '리뷰 평', '다른 제품', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '온 가족이', '저자극', '트러블(x) 케어', '점성(제형, 발림성)', '끈적
9	c9	('9월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달, 년)', '기초', '세안 후', '중학생 딸', '사용전', '유해성분', '피부 결 개선, 정
10	c10	('10월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '무난', '지속적 사용(몇 달, 년)', '세안 후', '사용전', '저자극', '끈적임', '수분감')
11	c11	('11월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달, 년)', '향상 사용(늘사용, 데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '기초', '스킨 팩(7스

➤ 개념 개수 196개

개념 격자-Median



In [26]: l.supremum

Out [26]: <Supremum {1월, 2월, 3월, 4월, 5월, 6월, 7월, 8월, 9월, 10월, 11월, 12월} <=> []>

In [27]: l.infimum

Out [27]: <Infimum {} <=> [재구매 처음구매 가성비(가 좋다) 사용해보니 좋다 사용해보니 안좋다 무난 좀더 사용해 봐야 용량(대용량) 유용기한(넉넉하다) 이벤트(사은품) 입소문(친구,홍보,화해) 리뷰 평 다른 제품 선물용 단기적 사용(처음사용) 지속적 사용(몇 달,년) 항상 사용(늘사용,데일리로) 부담x(막 쓰기) 한번 사용할때 많이, 여러 번 사용 기초 스킨 팩(7스킨팩) 세안 후 화장 솜 온 가족이 중학생 아들 중학생 딸 사용전 사용후 사용감 피부 자극 저자극 자극적 유해성분 각질 제거 피부 결 개선,정리 트러블(x) 케어 피부 진정 피부 장벽 여드름 피부 트러블(메민) 피부 점성(제형,발림성) 물 같은 느낌 끈적임 향 보습력 수분감 유분 건성피부(악) 수분부족지성(지성) 민감성 피부 복합성피부 봄 여름 가을 겨울] <=> 봄 가을 겨울>

- Top : 없음
- Bottom : 없음
- Atom : 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12월(12개)
- Coatom : 55개
- Concepts :196개

Attribution Weight- Grouping

	재구매	처음구매	가성비(가 좋다)	사용해보 니 좋다	사용해보 니 안좋다	무난	좀더 사용 해 봐야	용량(대용 량)	유통기한 (넉넉하다)	이벤트(사 은품)	입소문(친 구,홍보,화 해)	리뷰 평	다른 제품	선물용	단기적 사 용(처음사 용)	지속적 사 용(몇 달, 년)
1월	X	X	X	X		X	X	X		X	X				X	X
2월	X					X	X	X	X			X	X	X	X	
3월	X		X					X	X		X				X	
4월						X										
5월	X				X			X			X	X				
6월	X					X		X								
7월	X					X	X		X	X				X		X
8월		X							X		X	X	X			
9월		X	X	X					X				X			X
10월		X	X	X		X										X
11월		X	X	X					X				X			X
12월		X	X					X					X			X

G1 : 재구매(1,2,3,5,6,7월)

	재구매	처음구매	가성비(가 좋다)	사용해보 니 좋다	사용해보 니 안좋다	무난	좀더 사용 해 봐야	용량(대용 량)	유통기한 (넉넉하다)	이벤트(사 은품)	입소문(친 구,홍보,화 해)	리뷰 평	다른 제품	선물용	단기적 사 용(처음사 용)	지속적 사 용(몇 달, 년)
1월	X	X	X	X		X	X	X		X	X				X	X
2월	X					X	X	X	X			X	X	X	X	
3월	X		X					X	X		X				X	
5월	X				X			X			X	X				
6월	X					X		X								
7월	X					X	X		X	X				X		X

G2 : 처음구매(1,8,9,10,11,12월)

	재구매	처음구매	가성비(가 좋다)	사용해보 니 좋다	사용해보 니 안좋다	무난	좀더 사용 해 봐야	용량(대용 량)	유통기한 (넉넉하다)	이벤트(사 은품)	입소문(친 구,홍보,화 해)	리뷰 평	다른 제품	선물용	단기적 사 용(처음사 용)	지속적 사 용(몇 달, 년)
1월	X	X	X	X		X	X	X		X	X				X	X
8월		X							X		X	X	X			
9월		X	X	X					X				X			X
10월		X	X	X		X										X
11월		X	X	X					X				X			X
12월		X	X					X					X			X

Attribution Weight

G1 : 재구매(1,2,3,5,6,7월)

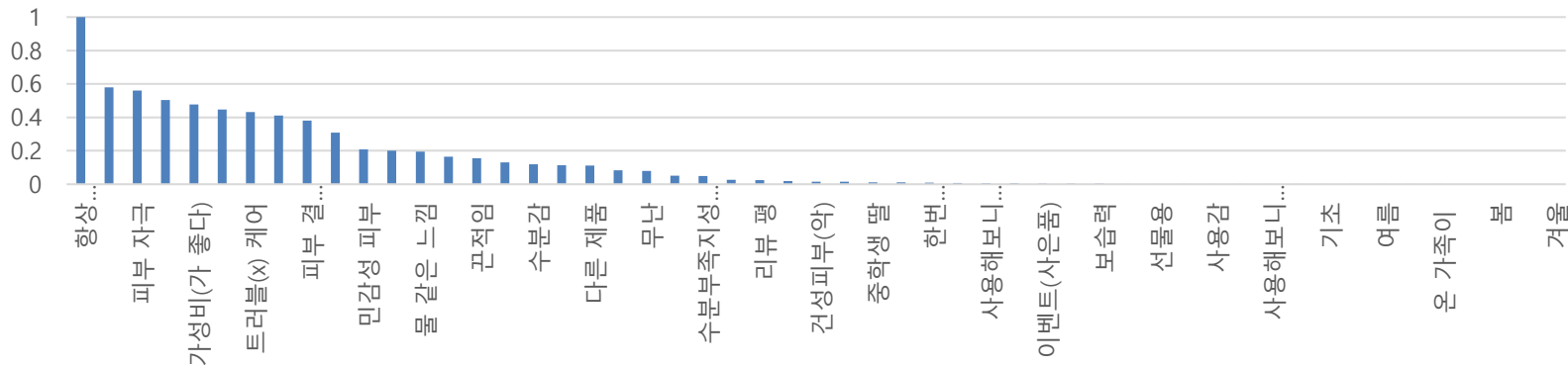
	attribute	weight
0	가성비(가 좋다)	112.2355
1	사용해보니 좋다	1.414271
2	사용해보니 안좋다	0.173913
3	무난	18.58024
4	좀더 사용해 봐야	2.410026
5	용량(대용량)	105.3163
6	유통기한(넉넉하다)	38.81795
7	이벤트(사은품)	0.924074
8	입소문(친구,홍보,화해)	4.214661
9	리뷰 평	5.965708
10	다른 제품	26.41788

정규화

attribute	weight
항상 사용(늘사용,데일리로)	1
스킨 팩(7스킨법)	0.57946
피부 자극	0.559682
지속적 사용(몇 달,년)	0.504286
가성비(가 좋다)	0.476506
용량(대용량)	0.447129
트러블(x) 케어	0.431088
화장 솜	0.410192
피부 결 개선,정리	0.381369
각질 제거	0.30826

속성 개수 53개

재구매 의사



Emerging Pattern-WFCA

G2 : 처음구매(8,9,10,11,12월)

	attribute	weight
0	가성비(가 좋다)	117.4971
1	사용해보니 좋다	6.574936
2	사용해보니 안좋다	0
3	무난	7.352313
4	좀더 사용해 봐야	0
5	용량(대용량)	13.84854
6	유통기한(넉넉하다)	52.4092
7	이벤트(사은품)	0
8	입소문(친구,홍보,화해)	4.487413
9	리뷰 평	0.720975
10	다른 제품	24.67854

정규화

attribute	weight
항상 사용(늘사용,데일리로)	1
지속적 사용(몇 달,년)	0.821841
가성비(가 좋다)	0.653577
피부 자극	0.44776
스킨 팩(7스킨법)	0.383058
피부 결 개선,정리	0.367814
화장 솜	0.342686
유통기한(넉넉하다)	0.291526
트러블(x) 케어	0.290373

속성 개수 53개



Emerging Pattern

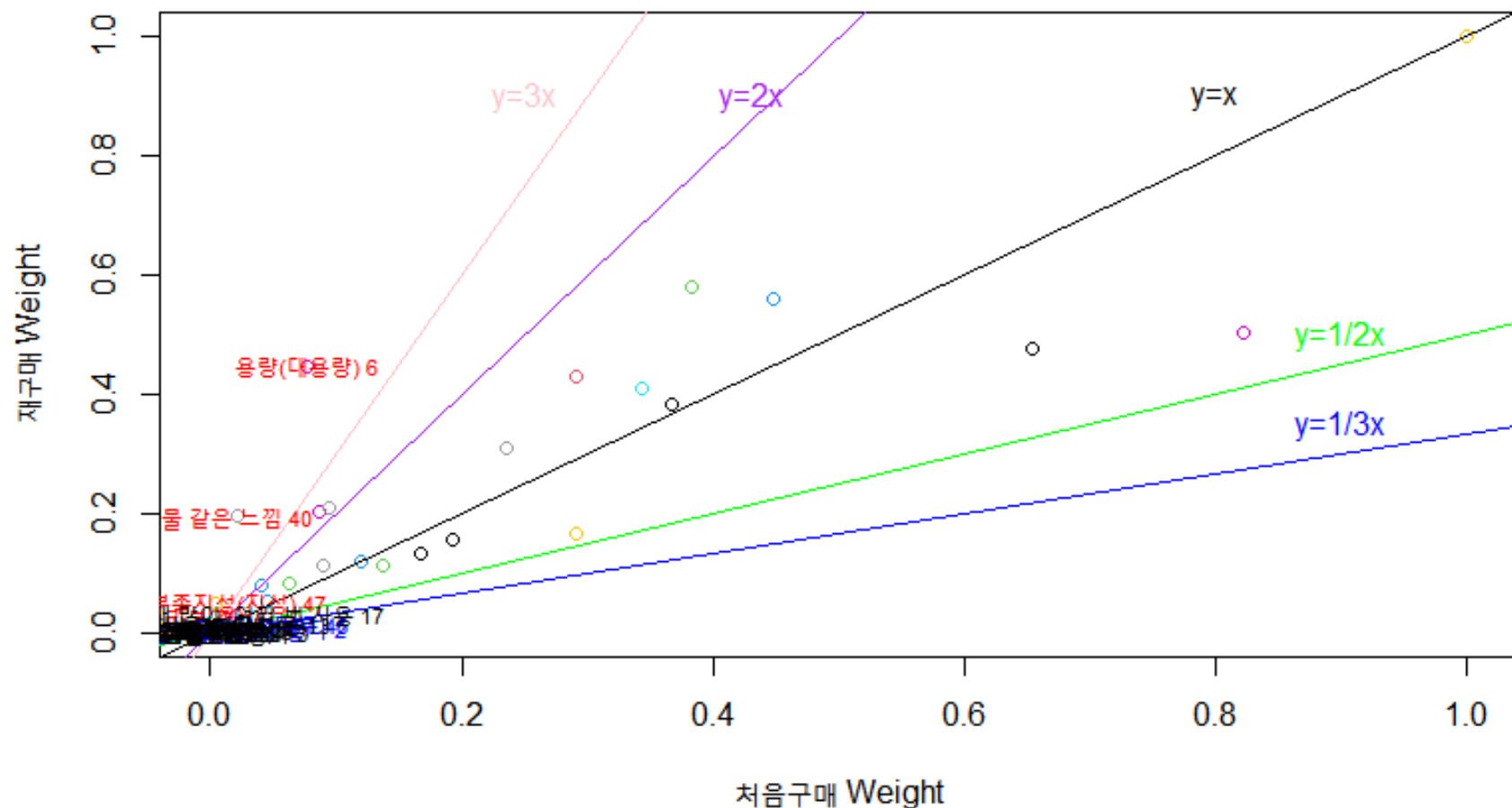
Growth Rate

attribute	First	Re-Buy	Growth Rate
가성비(가	0.653577	0.476506	0.64097333
사용해보니	0.036573	0.006004	0.110219567
사용해보니	0	0.000738	INF
무난	0.040897	0.078884	1.634864212
좀더 사용하	0	0.010232	INF
용량(대용량	0.077033	0.447129	4.906259069
유통기한(1	0.291526	0.164805	0.544141182
이벤트(사	0	0.003923	INF
입소문(친	0.024961	0.017894	0.614274944
리뷰 평	0.00401	0.025328	14.89716554
다른 제품	0.137274	0.112159	1.927258808
선물용	0	0.001709	INF
단기적 사	0	0.014514	INF
지속적 사	0.821841	0.504286	0.508050048
항상 사용(1	1	1
부담x(막 스	0.089012	0.113438	1.378132492
한번 사용하	0	0.008736	#DIV/0!
기초	0.003598	0.000425	0.278330884
스킨 팩(7	0.383058	0.57946	1.390528478

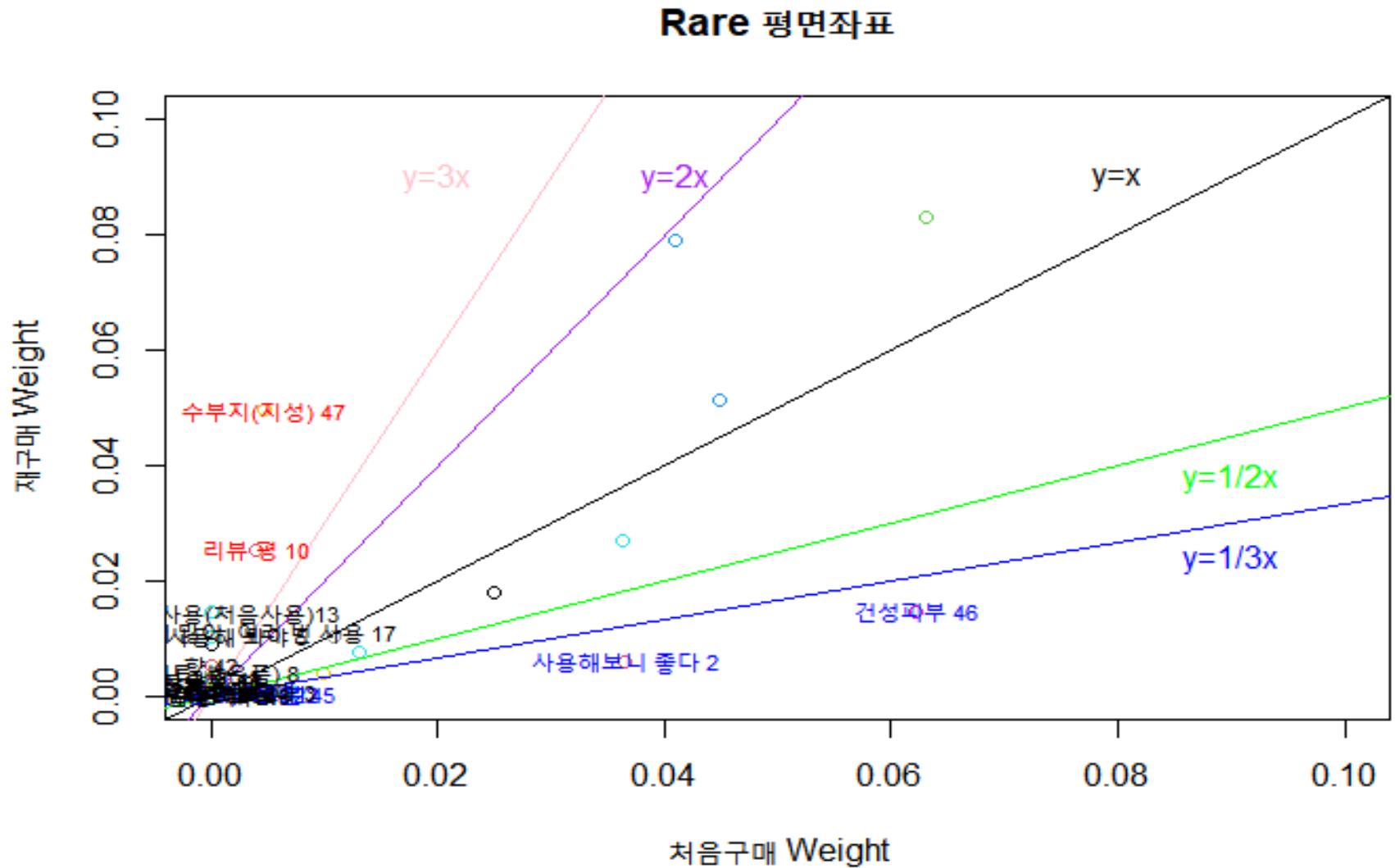
- Growth Rate=재구매 weight/처음구매 weight
- Growth Rate 4.9 이상 : Positive EP
 - ✓ 용량(대용량) 6
 - ✓ 리뷰평 10
 - ✓ 물 같은 느낌 40
 - ✓ 수분부족지성 47
- Growth Rate가 0.34이하 : Negative EP
 - ✓ 사용해보니 좋다 2
 - ✓ 기초 18
 - ✓ 온 가족이 22
 - ✓ 유해성분 31
 - ✓ 유분 45
 - ✓ 건성피부(악) 46
- JEP(처음구매 weight=0, 재구매 weight≠0)
 - ✓ 사용해보니 안좋다 3
 - ✓ 좀더 사용해 봐야 5
 - ✓ 이벤트(사은품) 9
 - ✓ 선물용 12
 - ✓ 단기적 사용(처음사용) 13
 - ✓ 한번 사용할때 많이, 여러 번 사용 17
 - ✓ 중학생 아들 23
 - ✓ 사용후 26
 - ✓ 자극적 30
 - ✓ 피부 장벽 36
 - ✓ 향 42
 - ✓ 보습력 43
 - ✓ 여름 51
- 재구매 weight=0, 처음구매 weight≠0
 - ✓ 복합성피부 49

Emerging Pattern

처음구매x재구매 Weight 평면좌표

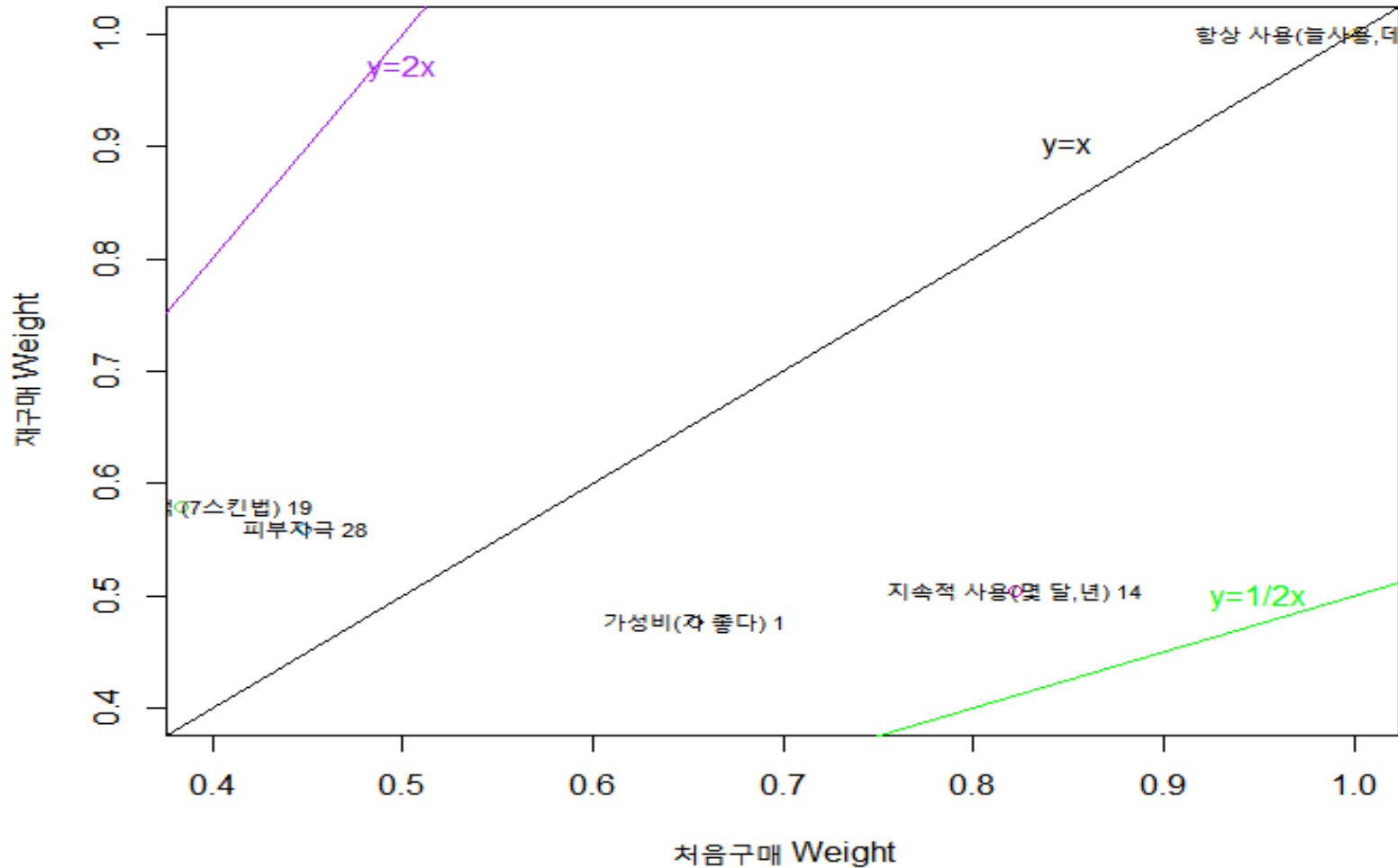


Emerging Pattern-Rare



Emerging Pattern-Popular

Popular 평면좌표



Emerging Pattern-FCA 개념격자 응용

재구매&처음구매 Context for FCA

	재구매	처음구매	가성비(가	사용해보니	사용해보니	무난	좀더 사용	용량(대용	유통기한(이벤트(사	입소문(친	리뷰 평	다른 제품	선물용	단기적 사	지속적 사	항상 사용(
1월	X	X	X	X		X	X	X		X	X				X	X	X
2월	X					X	X	X	X			X	X	X	X		X
3월	X		X					X	X		X				X		X
5월	X				X			X			X	X					
6월	X					X		X									
7월	X					X	X		X	X				X		X	X
8월		X							X		X	X	X				X
9월		X	X	X				X					X			X	
10월		X	X	X		X										X	
11월		X	X	X					X				X			X	X
12월		X	X					X					X			X	

재구매&처음구매 Concept(187개)

	CK	Extent	Intent
0	c0	0	('재구매', '처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '사용해보니 안좋다', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '이벤트(사은품)', '입소문(친구,홍보,화해)', '단기적 사용(처음사용)', '지속적 사용(몇 달,년)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할'
1	c1	(1월')	('재구매', '처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할'
2	c2	(2월')	('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할'
3	c3	(3월')	('재구매', '가성비(가 좋다)', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '입소문(친구,홍보,화해)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할'
4	c4	(5월')	('재구매', '사용해보니 안좋다', '용량(대용량)', '입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 딸', '각질 제거', '트러블(예민) 피부', '물 같은 느낌', '끈적임)
5	c5	(6월')	('재구매', '무난', '용량(대용량)', '기초', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 아들', '사용전', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '물 같은 느낌', '향', '유분', '수분부족지성(지성)', '여름'
6	c6	(7월')	('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '유통기한(넉넉하다)', '이벤트(사은품)', '선물용', '지속적 사용(몇 달,년)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '스킨 팩(7스킨법)', '향'
7	c7	(8월')	('처음구매', '유통기한(넉넉하다)', '입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '다른 제품', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '온 가족이', '저자극', '트러블(x) 케어', '점성(제형,발림성)', '끈적'
8	c8	(9월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달,년)', '기초', '세안 후', '중학생 딸', '사용전', '유해성분', '피부 결 개선,정리'
9	c9	(10월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '무난', '지속적 사용(몇 달,년)', '세안 후', '사용전', '저자극', '끈적임', '수분감)
10	c10	(11월')	('처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달,년)', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '부담x(막 쓰기)', '기초', '스킨 팩(7스킨'

Emerging Pattern

➤ 재구매

- ✓ 재구매 속성 개념(C 173)->('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '7월') ('재구매')

173 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '7월') ('재구매'),
152 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '물 같은 느낌')
162 ('1월', '3월', '5월', '6월', '7월') ('재구매', '스킨 팩(7스킨법)')
117 ('1월', '2월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
118 ('1월', '2월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
119 ('1월', '2월', '3월', '7월') ('재구매', '항상 사용(늘사용, 데일리리)')
122 ('1월', '2월', '6월', '7월') ('재구매', '무난')
128 ('1월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '물 같은 느낌')
57 ('1월', '2월', '3월') ('재구매', '용량(대용량)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용, 데일리리)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '수분감')
58 ('1월', '2월', '6월') ('재구매', '무난', '용량(대용량)', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
59 ('1월', '2월', '7월') ('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '항상 사용(늘사용, 데일리리)')
63 ('1월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '스킨 팩(7스킨법)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
64 ('1월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '사용전', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '물 같은 느낌')

➤ 재구매 1,2,3,5,6,7,월(상반기)에 많이 이루어짐

➤ “대용량”, “물 같은 느낌”, “각질 제거”, “스킨팩”과 같이 많이 나옴

- ✓ 재구매 이유가 용량이 크고, 무색무취로 인한 호불호 적음, 각질제거(용도), 스킨팩(용도)로 추정됨.

Emerging Pattern

➤ 처음구매

- ✓ 처음구매 속성 개념(C 184)->('1월', '8월', '9월', '10월', '11월', '12월') ('처음구매 ')

184 ('1월', '8월', '9월', '10월', '11월', '12월') ('처음구매 ')

167 ('1월', '9월', '10월', '11월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '지속적 사용(몇 달,년)')

140 ('1월', '8월', '9월', '11월') ('처음구매 ', '민감성 피부')

141 ('1월', '8월', '9월', '12월') ('처음구매 ', '건성피부(악)')

142 ('1월', '9월', '10월', '11월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '지속적 사용(몇 달,년)', '세안 후', '사용전 ')

143 ('1월', '9월', '11월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '지속적 사용(몇 달,년)', '피부 결 개선,정리')

151 ('8월', '9월', '11월', '12월') ('처음구매 ', '다른 제품')

79 ('1월', '8월', '9월') ('처음구매 ', '점성(제형,발림성)', '건성피부(악)', '민감성 피부')

80 ('1월', '8월', '11월') ('처음구매 ', '항상 사용(늘사용,데일리로)', '트러블(x) 케어', '민감성 피부')

81 ('1월', '8월', '12월') ('처음구매 ', '온 가족이 ', '건성피부(악)')

82 ('1월', '9월', '11월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '지속적 사용(몇 달,년)', '세안 후', '사용전 ', '피부 결 개선,정리', '민감성 피부')

83 ('1월', '9월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '지속적 사용(몇 달,년)', '피부 결 개선,정리', '건성피부(악)')

84 ('1월', '10월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '지속적 사용(몇 달,년)', '수분감')

85 ('1월', '11월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '지속적 사용(몇 달,년)', '피부 자극', '각질 제거', '피부 결 개선,정리', '여드름 피부')

113 ('8월', '9월', '10월') ('처음구매 ', '끈적임')

114 ('8월', '9월', '11월') ('처음구매 ', '유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '민감성 피부')

115 ('8월', '9월', '12월') ('처음구매 ', '다른 제품', '건성피부(악)')

116 ('9월', '11월', '12월') ('처음구매 ', '가성비(가 좋다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달,년)', '피부 결 개선,정리')

➤ 처음구매 1,8,9,10,11,12,월(하반기)에 많이 이루어짐

➤ “가성비(가 좋다)”와 “건성피부 (악)” 같이 많이 나옴

- ✓ 토너이기 때문에 자주 사용하고, 많이 사용하기 때문에 고객들이 가격 대비 성능(용량)을 스킨, 토너 제품에서 중요한 속성으로 생각한다고 추정
- ✓ 건성피부 고객이 수분 공급하기 위해 구입한다고 추정

Emerging Pattern

➤ Growth Rate 4.9 이상 : Positive EP

✓ 용량(대용량) 6

✓ 속성 개념(C175)->('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '12월') ('용량(대용량)'),

175 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '12월') ('용량(대용량)'),
152 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '물 같은 느낌')
154 ('1월', '2월', '3월', '5월', '12월') ('용량(대용량)', '각질 제거')
117 ('1월', '2월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
118 ('1월', '2월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
121 ('1월', '2월', '3월', '12월') ('용량(대용량)', '각질 제거', '수분감')
124 ('1월', '2월', '6월', '12월') ('용량(대용량)', '피부 자극')
128 ('1월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '물 같은 느낌')
57 ('1월', '2월', '3월') ('재구매', '용량(대용량)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용, 데일리)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '수분감')
58 ('1월', '2월', '6월') ('재구매', '무난', '용량(대용량)', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
62 ('1월', '2월', '12월') ('용량(대용량)', '피부 자극', '각질 제거', '수분감')
63 ('1월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '스킨 팩(7스킨법)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
64 ('1월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '사용전', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '물 같은 느낌')
70 ('1월', '3월', '12월') ('가성비(가 좋다)', '용량(대용량)', '각질 제거', '피부 결 개선, 정리', '수분감')
72 ('1월', '5월', '12월') ('용량(대용량)', '각질 제거', '트러블(예민) 피부')
90 ('2월', '3월', '12월') ('용량(대용량)', '부담(막 쓰기)', '각질 제거', '수분감')
94 ('2월', '6월', '12월') ('용량(대용량)', '피부 자극', '수분부족지성(지성)')
12 ('1월', '2월') ('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용, 데일리)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '세안 후', '피부 자극', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '보습력', '수분감', '민감성 피부')
13 ('1월', '3월') ('재구매', '가성비(가 좋다)', '용량(대용량)', '입소문(친구, 홍보, 화해)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용, 데일리)

➤ “용량”은 “재구매”, “물 같은 느낌” 또는 “각질 제거”와 같이 많이 나옴

Emerging Pattern

➤ Growth Rate 4.9 이상 : Positive EP

✓ 리뷰평 10

✓ 속성 개념(C 91)-> 91 ('2월', '5월', '8월') ('리뷰 평')

91 ('2월', '5월', '8월') ('리뷰 평')

23 ('2월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '리뷰 평', '중학생 딸', '각질 제거', '물 같은 느낌')

26 ('2월', '8월') ('유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '항상 사용(늘사용,데일리)', '저자극', '트러블(x) 케어', '민감성 피부')

38 ('5월', '8월') ('입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '끈적임')

2 ('2월') ('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용,데일리)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '세안 후', '중학생 딸', '피부 자극', '저자극', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '보습력', '수분감', '수분부족지성(지성)', '민감성 피부')

4 ('5월') ('재구매', '사용해보니 안좋다', '용량(대용량)', '입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '스킨 팩(7스킨법)', '중학생 딸', '각질 제거', '트러블(예민) 피부', '물 같은 느낌', '끈적임')

7 ('8월') ('처음구매', '유통기한(넉넉하다)', '입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '다른 제품', '항상 사용(늘사용,데일리)', '온 가족이', '저 자극', '트러블(x) 케어', '점성(제형,발림성)', '끈적임', '건성피부(악)', '민감성 피부')

0 () ('재구매', '처음구매', '가성비(가 좋다)', '사용해보니 좋다', '사용해보니 안좋다', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '이벤트(사은품)', '입소문(친구,홍보,화해)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사용)', '지속적 사용(몇 달,년)', '항상 사용(늘사용,데일리)', '부담x(막 쓰기)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '기초', '스킨 팩(7스킨법)', '세안 후', '화장 솜', '온 가족이', '중학생 아들', '중학생 딸', '사용전', '사용후', '사용감', '피부 자극', '저자극', '자극적', '유해성분', '각질 제거', '피부 결 개선,정리', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '피부 장벽', '여드름 피부', '트러블(예민) 피부', '점성(제형,발림성)', '물 같은 느낌', '끈적임', '향', '보습력', '수분감', '유분', '건성피부(악)', '수분부족지성(지성)', '민감성 피부', '복합성피부', '뽀뽀', '여름', '가을', '겨울')

➤ 패턴 발견 X

Emerging Pattern

➤ Growth Rate 4.9 이상 : Positive EP

✓ 물 같은 느낌 40

✓ 속성 개념(C 174)->('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '11월') ('물 같은 느낌')

174 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월', '11월') ('물 같은 느낌')
152 ('1월', '2월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '물 같은 느낌')
153 ('1월', '2월', '3월', '5월', '11월') ('각질 제거', '물 같은 느낌')
155 ('1월', '2월', '3월', '6월', '11월') ('트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
163 ('1월', '3월', '5월', '6월', '11월') ('스킨 팩(7스킨법)', '물 같은 느낌')
117 ('1월', '2월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
118 ('1월', '2월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
120 ('1월', '2월', '3월', '11월') ('항상 사용(늘사용,데일리)', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
123 ('1월', '2월', '6월', '11월') ('피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
128 ('1월', '3월', '5월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '물 같은 느낌')
130 ('1월', '3월', '5월', '11월') ('스킨 팩(7스킨법)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
132 ('1월', '3월', '6월', '11월') ('스킨 팩(7스킨법)', '사용전', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
57 ('1월', '2월', '3월') ('재구매', '용량(대용량)', '단기적 사용(처음사용)', '항상 사용(늘사용,데일리)', '한번 사용할때 많이, 여러 번 사용', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '수분감')
58 ('1월', '2월', '6월') ('재구매', '무난', '용량(대용량)', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
61 ('1월', '2월', '11월') ('항상 사용(늘사용,데일리)', '세안 후', '피부 자극', '각질 제거', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '민감성 피부')
63 ('1월', '3월', '5월') ('재구매', '용량(대용량)', '입소문(친구,홍보,화해)', '스킨 팩(7스킨법)', '각질 제거', '물 같은 느낌')
64 ('1월', '3월', '6월') ('재구매', '용량(대용량)', '스킨 팩(7스킨법)', '사용전', '트러블(x) 케어', '피부 진정', '물 같은 느낌')
69 ('1월', '3월', '11월') ('가성비(가 좋다)', '항상 사용(늘사용,데일리)', '스킨 팩(7스킨법)', '화장 솜', '사용전', '각질 제거', '피부 결 개선,정리', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')
75 ('1월', '6월', '11월') ('스킨 팩(7스킨법)', '사용전', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌')

➤ “물 같은 느낌” 은 “재구매”, “용량(대용량)” 또는 “각질 제거”와 같이 많이 나옴

Emerging Pattern

➤ Growth Rate 4.9 이상 : Positive EP

✓ 수분부족지성 47

✓ 속성 개념(C 170)-> ('2월', '6월', '7월', '9월', '12월') ('수분부족지성(지성)')

170 ('2월', '6월', '7월', '9월', '12월') ('수분부족지성(지성)')

93 ('2월', '6월', '7월') ('재구매', '무난', '수분부족지성(지성)')

94 ('2월', '6월', '12월') ('용량(대용량)', '피부 자극', '수분부족지성(지성)')

95 ('2월', '7월', '9월') ('유통기한(넉넉하다)', '수분부족지성(지성)')

96 ('2월', '7월', '12월') ('부담x(막 쓰기)', '수분부족지성(지성)')

99 ('2월', '9월', '12월') ('다른 제품', '수분부족지성(지성)')

107 ('6월', '9월', '12월') ('유분', '수분부족지성(지성)')

111 ('7월', '9월', '12월') ('지속적 사용(몇 달,년)', '피부 결 개선,정리', '수분부족지성(지성)')

24 ('2월', '6월') ('재구매', '무난', '용량(대용량)', '피부 자극', '트러블(x) 케어', '물 같은 느낌', '수분부족지성(지성)')

25 ('2월', '7월') ('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '유통기한(넉넉하다)', '선물용', '항상 사용(늘사용,데일리)', '부담x(막 쓰기)', '수분부족지성(지성)')

27 ('2월', '9월') ('유통기한(넉넉하다)', '다른 제품', '세안 후', '중학생 딸', '수분부족지성(지성)', '민감성 피부')

30 ('2월', '12월') ('용량(대용량)', '다른 제품', '부담x(막 쓰기)', '피부 자극', '각질 제거', '수분감', '수분부족지성(지성)')

40 ('6월', '7월') ('재구매', '무난', '스킨 팩(7스킨법)', '수분부족지성(지성)')

41 ('6월', '9월') ('기초', '사용전', '피부 진정', '유분', '수분부족지성(지성)')

43 ('6월', '12월') ('용량(대용량)', '피부 자극', '유분', '수분부족지성(지성)')

45 ('7월', '9월') ('유통기한(넉넉하다)', '지속적 사용(몇 달,년)', '피부 결 개선,정리', '끈적임', '수분부족지성(지성)')

48 ('7월', '12월') ('지속적 사용(몇 달,년)', '부담x(막 쓰기)', '피부 결 개선,정리', '여드름 피부', '트러블(예민) 피부', '수분부족지성(지성)')

55 ('9월', '12월') ('처음구매', '가성비(가 좋다)', '다른 제품', '지속적 사용(몇 달,년)', '유해성분', '피부 결 개선,정리', '유분', '건성피부(악)', '수분부족지성(지성)')

2 ('2월') ('재구매', '무난', '좀더 사용해 봐야', '용량(대용량)', '유통기한(넉넉하다)', '리뷰 평', '다른 제품', '선물용', '단기적 사용(처음사

➤ 패턴 발견 X

결론 및 시사점

➤ 처음구매 객체 키워드

- ✓ 1, 8, 9, 10, 11, 12월(하반기)

->가을에서 겨울 넘어갈 때 건조해지고, 각질이 생기기 시작하면서
구매 추정

➤ 처음구매에 긍정적인 속성 키워드

- ✓ 가성비

- ✓ 건성피부(악)

결론 및 시사점

➤ 재구매 객체 키워드

- ✓ 1, 2, 3, 5, 6, 7월(상반기)

- >가을에서 산 제품을 겨울에 다 쓰고 늦겨울, 초 봄에 재구매

- 재구매에 긍정적인 속성 키워드(재구매 경험O, 재구매 의향이 있다)

- ✓ 대용량

- ✓ 물 같은 느낌(거부감이 없는 향과 촉감, 촉촉함)

- ✓ 각질제거(사용용도)

- ✓ 수분부족지성 (수분 보습에 탁월)

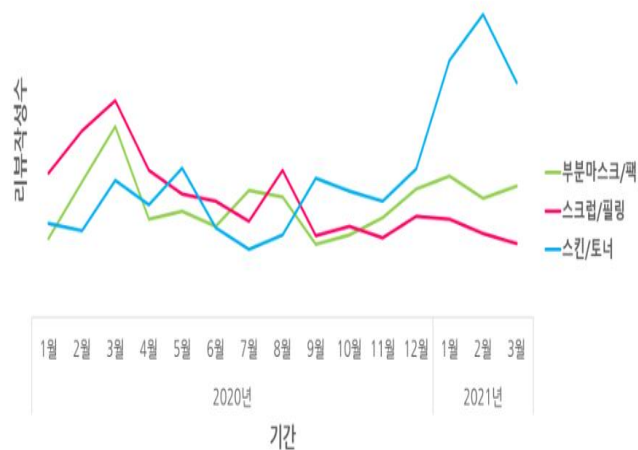
결론 및 시사점 - 신규 고객 유치

➤ 처음구매 대상 고객

✓ 신규고객 유치 방안1

- 각질이 많이 생기는 겨울(11, 12, 1월)에 스킨/토너 찾는 고객 많음
- 대용량, 가성비 원하는 고객이 많기 때문에 1+1이벤트 진행
=> 11월, 12월, 1월에 1+1 이벤트 진행

패드 용도별 월별 리부작성수



<출처 : 화해21.06>

화장품 구매 시 고려요소

	1순위	2~3순위	Gap (19/18)
피부고민에 맞는 제품	25.8	55.7	-0.3
가격이 합리성	15.1	54.3	+0.1
발원성, 흡수력 등 사용감	15.7	43.8	+3.3
화장품 성분	13.9	33.8	+0.9
세일/프로모션 제품	7.3	23.6	+1.5
인터넷 검색결과/블로거의 추천	7.0	20.9	-1.7
평소 애용해온 브랜드의 제품 여부	7.6	19.4	-1.2
마음에 들면 충동적으로 구입	4.1	12.2	-1.1
뷰티크리에이터/인플루언서의 소개/언급	2.5	10.7	+1.8
감지/방송에서 본 제품	0.8	1.7	-1.3

<출처 : 오픈 서베이 20.01>



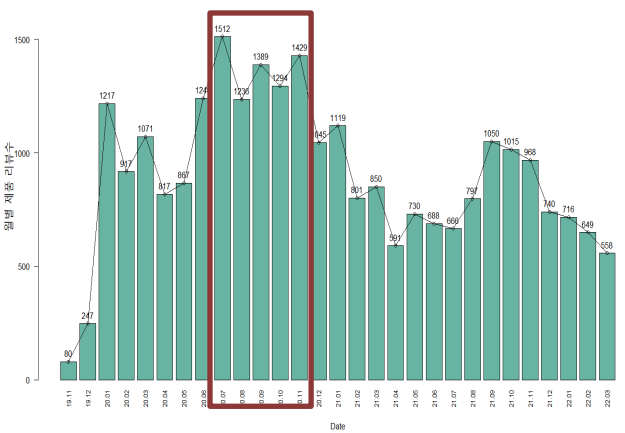
결론 및 시사점

✓ 신규고객 유치 방안 2

- 2020.07~10월 리뷰 제일 많음
 - 2020.07~10월 유튜버 제품 언급 大
 - 디렉터 파이(조회수: 515K, 구독자:986K), 인생샷 TV(조회수: 30K, 구독자 371K), 화장품은 과학이다(조회수 : 294K, 구독자:58.3K)
 - 뷰티 크리에이터 영향으로 기초 제품 사용 경험 46.9% (출처: 오픈 서베이 21.01)
- =>유튜버와 협업을 통해 마케팅 진행

Ex) 리뷰 이벤트, 나눔 이벤트를 통해 상품을 사용하게 만들

제품 리뷰에 대한 월별 리뷰 수 트렌드



화장품 구매 시 뷰티 크리에이터 영향도

	전체	연월
	(Base) (1168)	20대 (403) 30대 (381) 40대 (384)
색조 메이크업 제품	37.9 64.2	77.9 61.9 52.1
기초 제품	26.6 46.9	42.9 46.5 51.6
베이스 메이크업 제품	12.3 42.1	47.1 45.9 33.1
뷰티 기기	7.4 25.4	21.6 30.4 24.5
클렌징 제품	5.2 23.0	18.1 22.6 28.6
헤어 제품	5.1 18.0	13.6 15.0 25.5
바디 제품	2.0 10.2	7.9 10.5 12.2
향수	3.3 9.5	9.2 9.2 10.2

[Base: 뷰티 크리에이터 영향받거나 보통인 자, N=1168, 순위형 응답]
 *연령별 분석은 1+2+3순위 데이터 기준
 *연도별 응답: 전체 평균 대비 +3%P 이상인 데이터



<출처 : 오픈 서베이> <출처 : 유튜브 디렉터 파이>

결론 및 시사점

➤ 재구매 대상 고객

✓ 충성고객 유지

- 수분부족지성 피부, 각질 피부 고객, 촉촉함과 향이 없는 토너를 원하는 고객
->독도 토너를 사용하는 이유 : 순함, 촉촉함, 거부감 없는 향
=>제품의 순함, 촉촉함, 거부감 없는 향을 강조한 마케팅

✓ 충성고객 유지

- Royalty Program
->제품 구매마다 포인트 적립 및 등급을 주고 등급이 높을수록 독창적인 혜택 제공
->더 많은 혜택을 받기 위해 더 많은 구매

Ex) 스타벅스 reward program(프리퀀시, 별)으로 충성 고객 유지

(11년 시작 : 14.05년 회원수 100만명->22.06년 회원수 900만명/ 1년마다 100만명씩 증가)

=> Royalty program으로 충성고객 유지