

# HSAd Project

-아로나민 골드 및 경쟁사의  
광고캠페인 X 소셜 VOC X 판매 상관관계 분석 -

**황금아르마몬**

최고은 성형훈 이종우 조규원 이준하

# 프로젝트 배경/목적

## Our Target

- 어떻게 (HOW) 하면 아로나민 골드의 판매량을 증가시킬 수 있을 것인가?

## Our Process

- 소셜리스닝 데이터 수집 및 가공 (Sometrend 솔루션 및 크롤링 활용)
- 소셜 VOC 추이, 연관어, 긍부정 담론 분석
- 광고캠페인과 소셜 VOC 상관관계 분석
- 소셜 VOC와 약국 판매량의 상관관계 분석
- 분석결과에 기반한 인사이트 & 솔루션 & 전략 제시

# 분석 요소 개념 재정의

광고 캠페인 분석	
Offline Channel TV광고(csv)	Online Channel 인터넷 광고/협찬(크롤링)

소셜 VOC 분석			
정량적 측면 (전체 언급량 변화)		정성적 측면 (감성분석)	
세부 channel 별 (sns, blog, youtube)	User 별 (gender, age)	세부 channel 별 (sns, blog, youtube)	User 별 (gender,age)

- 전체 언급량의 해석 : 기존 고객과 잠재 고객의 상품 관심도
- 감성분석의 해석 : 기존 고객과 잠재 고객의 브랜드 및 상품에 대한 긍 • 부정 상태

판매량
최종적인 DV(종속변수)로만 활용

# 소셜리스닝 데이터 수집 및 가공 (Sometrend 솔루션 및 크롤링 활용)

- Online 채널의 광고/협찬 데이터

- 썸트렌드

- >포함어 :협찬/원고료/수수료/홍보/광고심의필/소정의

- 소셜 VOC 데이터

- 썸트렌드 (연령별/성별(긍/부정)/채널별)

- >제외어 : 협찬/원고료/수수료/홍보/광고심의필/소정의

- >수집기간 : 2018.1~2022.3

- 네이버 스마트 스토어 피로회복제/비타민/건강환

- > 긍정으로 된 것이 5점 부정(1~2)점

- > 감성분석을 위한 긍부정 분류 모델학습을 위한 데이터

- 유튜브

- > 댓글/조회수/좋아요수/동영상수

- ✓ 벤포벨

- 검색어 : benfobell, 벤포벨, 벤포벨, 뱅포벨, 뱅포벨

- 제외어 : [추석 음식테스트 결과] , 벤포터즈, 골프존

- ✓ 아로나민 골드

- 검색어 : 아로나민골드, aronaminGold

- 제외어 : 오정세, 장례식장, 잇치, 가글액, 우머나이저, 배전, 뉴트리원,대표

- ✓ 비맥스메타

- 검색어 : 비맥스메타, 비멕스메타, 비맥스매타, 비멕스메타, bmaxmeta

- 제외어 : 정지훈

# 소셜 VOC 추이, 연관어, 긍부정 담론 분석

- 피로회복제, 비타민을 실제 구매한 사람들의 만족/불만족에 영향을 주는 키워드 파악

⇒일반적으로 피로회복제나 비타민을 광고할 때 주목해야 하는 측면이 무엇인지,

⇒고객 만족도에 영향을 미치는 부분이 무엇인지 파악

- 일반적으로 피로회복 기능이 있는 비타민을 구매하는 사람들의 VOC를 파악

## 긍정

긍정 리뷰 특징 : [('구매', 1552), ('재', 856), ('처음', 676), ('용기', 442), ('사용', 413), ('!', 395), ('항상', 301), ('빠르', 287), ('~', 266), ('꾸준히', 251), ('멀티', 225), ('챙겨', 190), ('만족', 182), ('는데', 177), ('감사', 175), ('늘', 144), ('지만', 128), ('효과', 117), ('건강', 115), ('빠른', 113), ('으로', 110), ('ㅎㅎ', 107), ('매번', 100), ('실버', 95), ('또', 95), ('너무', 94), ('아주', 93), ('가격', 93), ('칼슘', 93), ('영양제', 93), ('+', 91), ('^^', 89), ('선물', 87), ('굿', 83), ('계속', 82), ('믿', 81), ('저렴', 80), ('복용', 77), ('번', 74), ('중', 72)]

재구매가 많다

## 부정

부정 리뷰 특징 : [('는데', 789), ('너무', 402), ('없', 330), ('구매', 305), ('맛', 262), ('효과', 227), ('않', 223), ('으로', 190), ('모르', 186), ('ㅠㅠ', 173), ('지만', 170), ('그냥', 161), ('택배', 155), ('다른', 149), ('포장', 147), ('ㅠ', 145), ('냄새', 145), ('약', 143), ('아이', 141), ('더', 134), ('속', 131), ('상품', 127), ('번', 122), ('음', 122), ('다고', 121), ('통', 111), ('생각', 103), ('보다', 102), ('할', 101), ('보내', 100), ('두', 97), ('전', 96), ('커서', 96), ('~', 96), ('많이', 94), ('가격', 93), ('줄', 93), ('!', 90), ('알약', 89), ('아니', 87)]

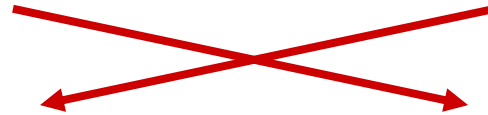
약에서 나는 냄새, 알의 크기,  
가격, 포장, 속쓰림

✓ 광고할 때 : 재구매율 강조, 혹은 알의 크기나 냄새, 가격, 속쓰림 유발 측면에서 강점을 강조할 필요

# 광고캠페인과 소셜 VOC 상관계 분석

광고 캠페인 분석	
Offline Channel TV광고(csv)	Online Channel 인터넷 광고/협찬(크롤링)

완료  
↓

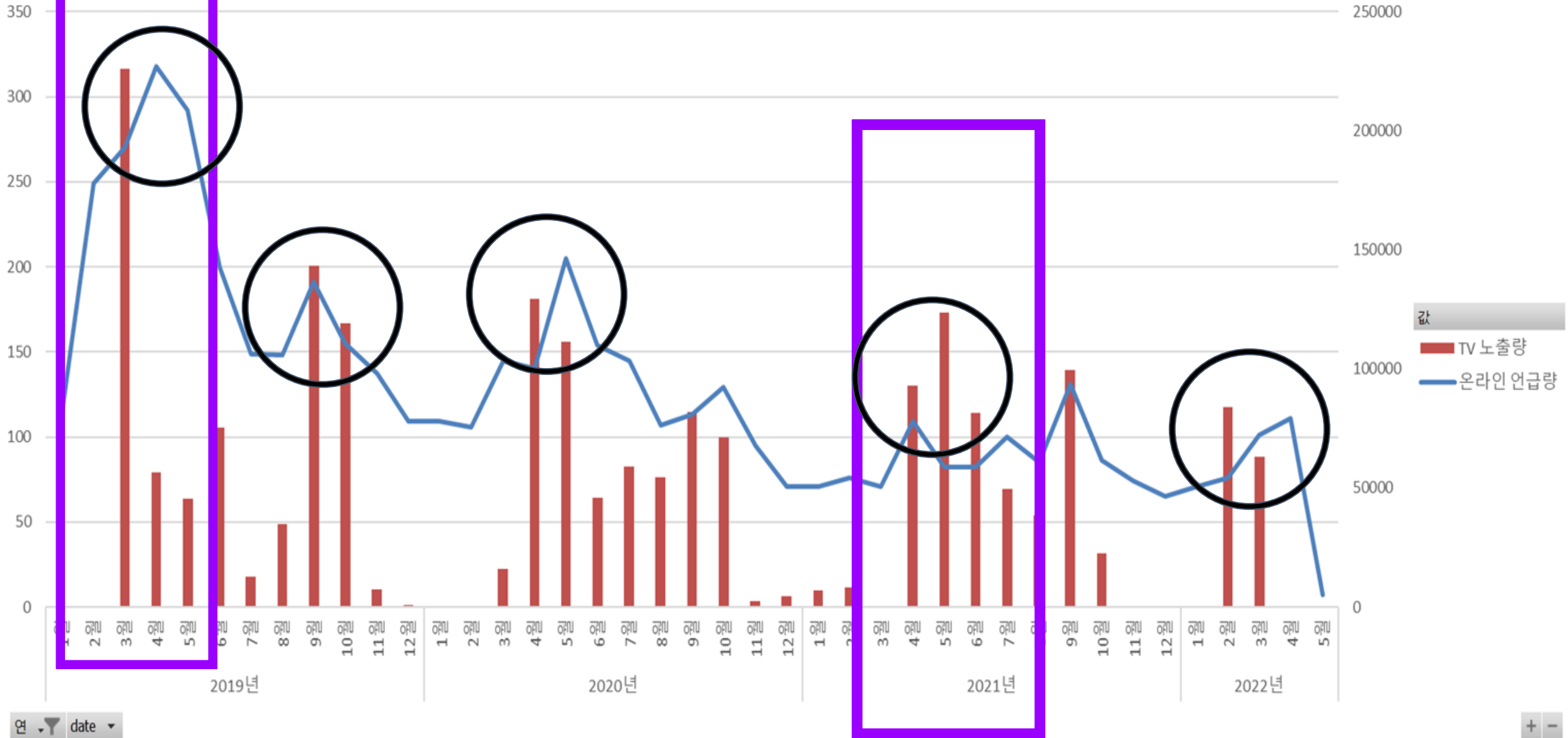


미완  
↓

소셜 VOC 분석			
정량적 측면 (전체 언급량 변화)		정성적 측면 (감성분석)	
세부 channel 별 (sns, blog, youtube)	User 별 (gender, age)	세부 channel 별 (sns, blog, youtube)	User 별 (gender, age)

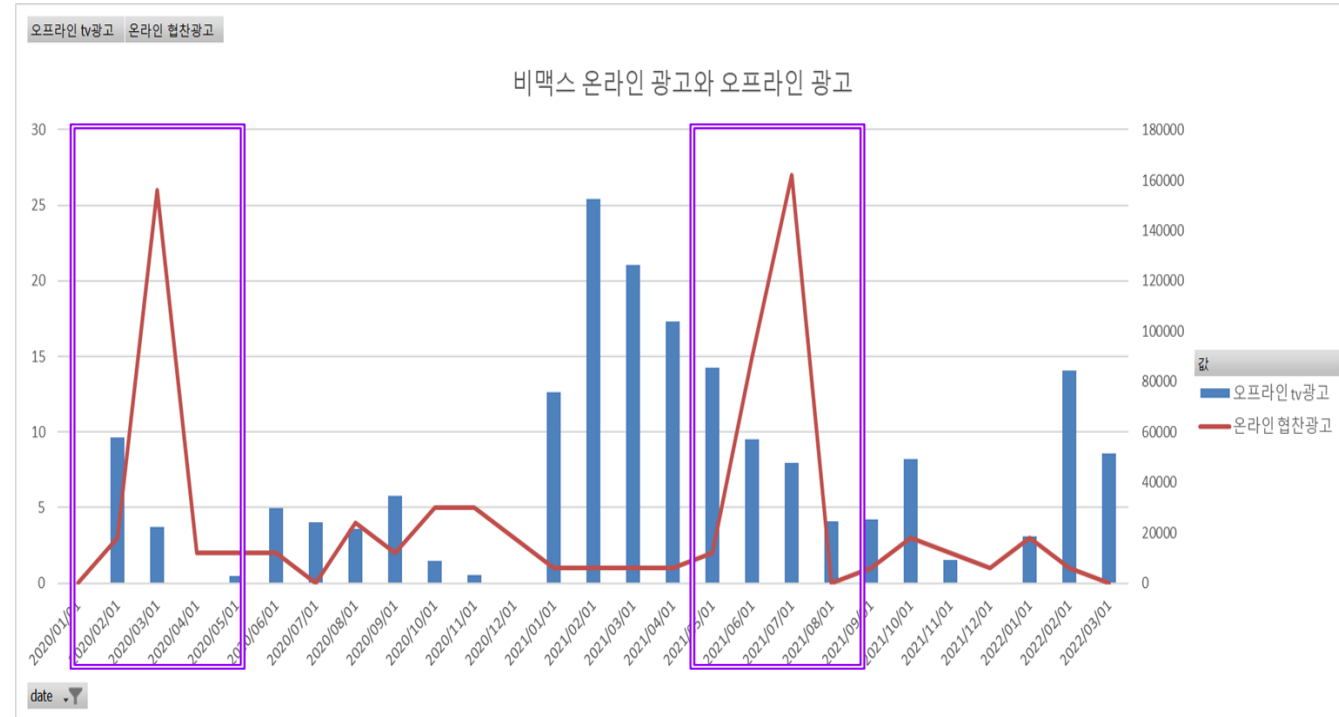
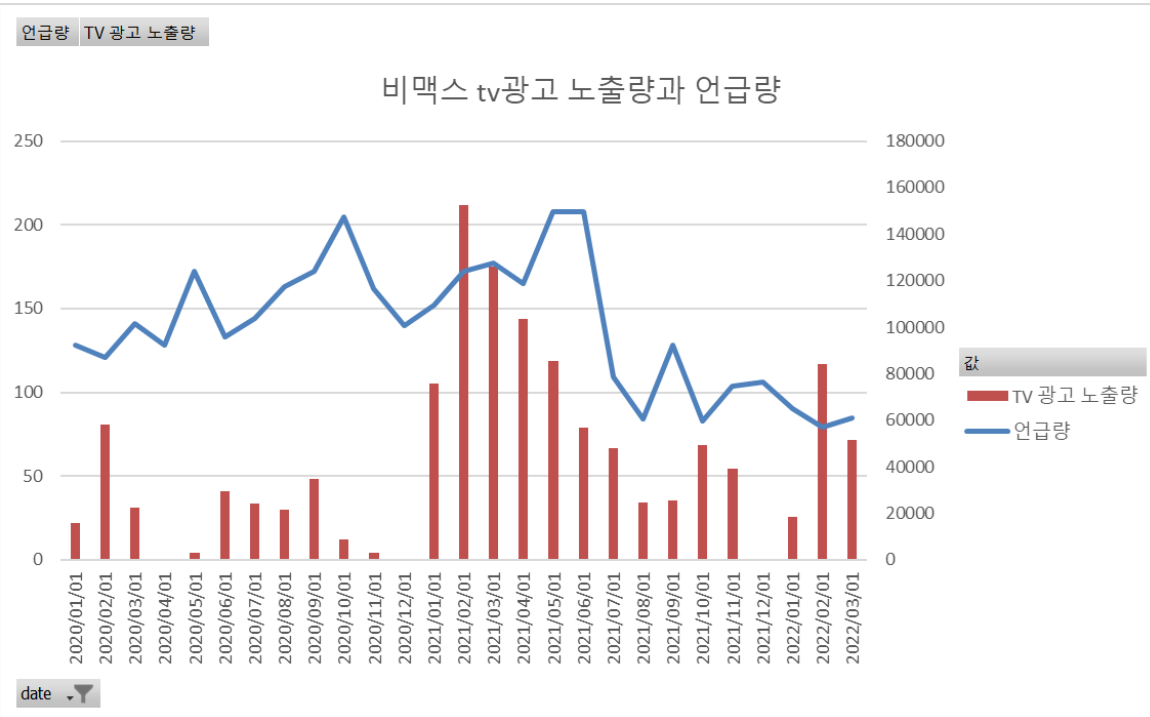


아로나민 tv노출량과 온라인 언급량





# 비맥스메타

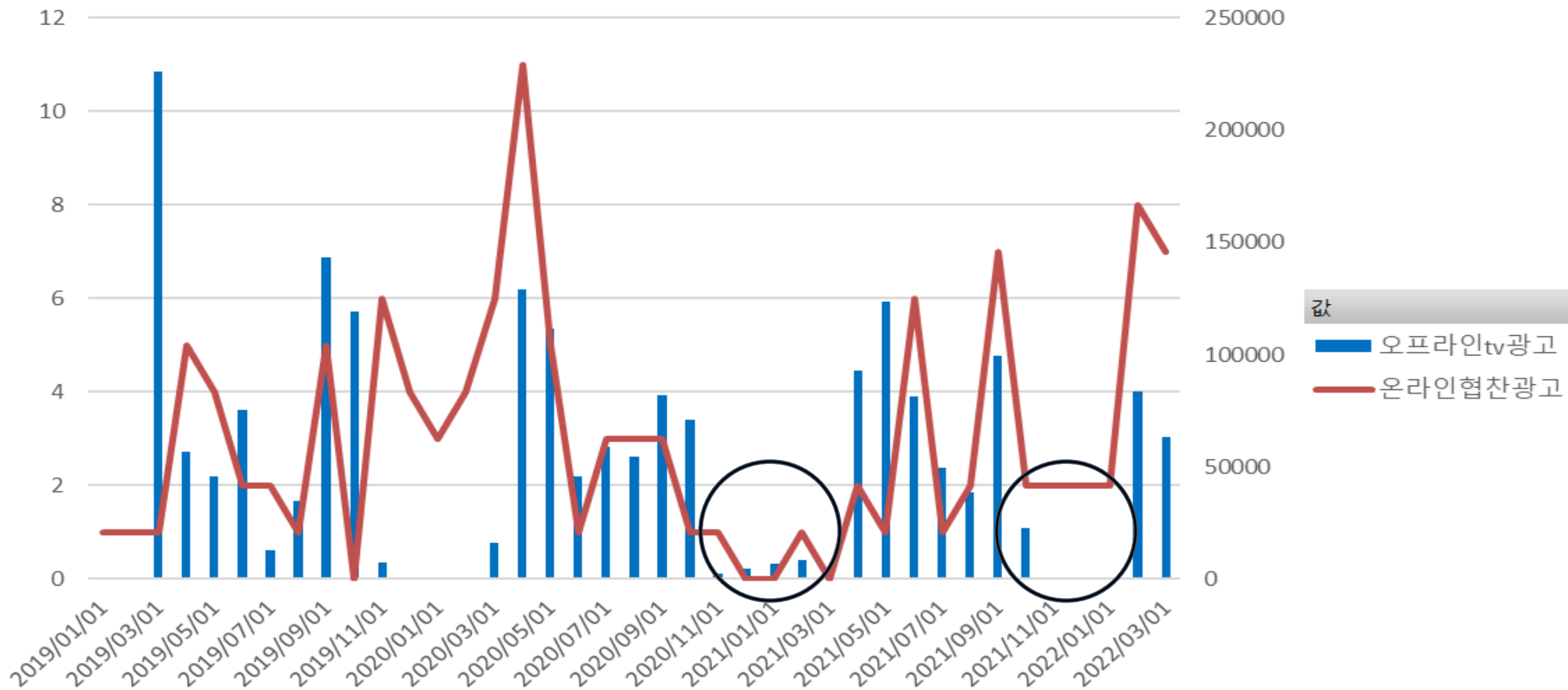


**다양한 형태의 광고를 활용하여 광고의 공백기 줄임**

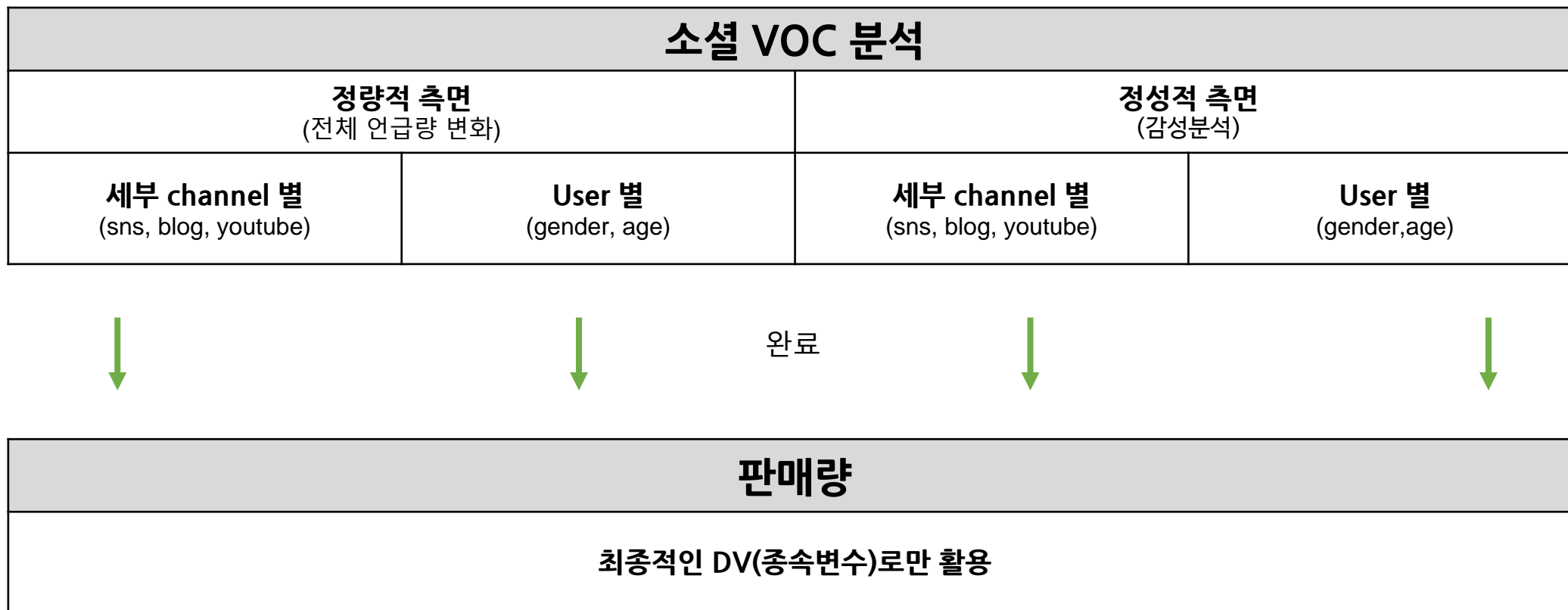




## 아로나민 온라인 광고와 오프라인 광고



# 소셜 VOC와 약국 판매량과 상관관계



# 소셜 VOC와 약국 판매량과 상관관계

p\_m : 0.9133852361239354

34 : 0.8891535139905505

volume : 0.8836188830680276

community : 0.8712644919927813

p\_34 : 0.865528743939856

n\_34 : 0.8371574593318832

m : 0.7971982828719985

blog : 0.7199687876399614

total : 0.6979750363074667

23 : 0.6635274890407478

p\_23 : 0.5993632540420689

n\_m : 0.571609443711586

n\_23 : 0.5670686698600977

f : 0.5660474420831219

p\_f : 0.547048999969179

n\_f : 0.4507668769387856

instagram : 0.3806071180263289

youtube\_like : 0.3527726439898809

n\_10 : 0.34372642265149705

n\_45 : 0.27256918057957524

youtube : 0.24317451441575766

youtube\_n : 0.22789813709743456

youtube\_p : 0.22281875416270946

p\_60 : 0.21272885230136224

10 : 0.18641548185594292

60 : 0.170099026239014

tweeter : 0.0930217328890111

youtube\_view : 0.05494945303841912

youtube\_num : 0.024078692918732138

45 : 0.003588545347084689

youtube\_comment : -

0.005764688601041482

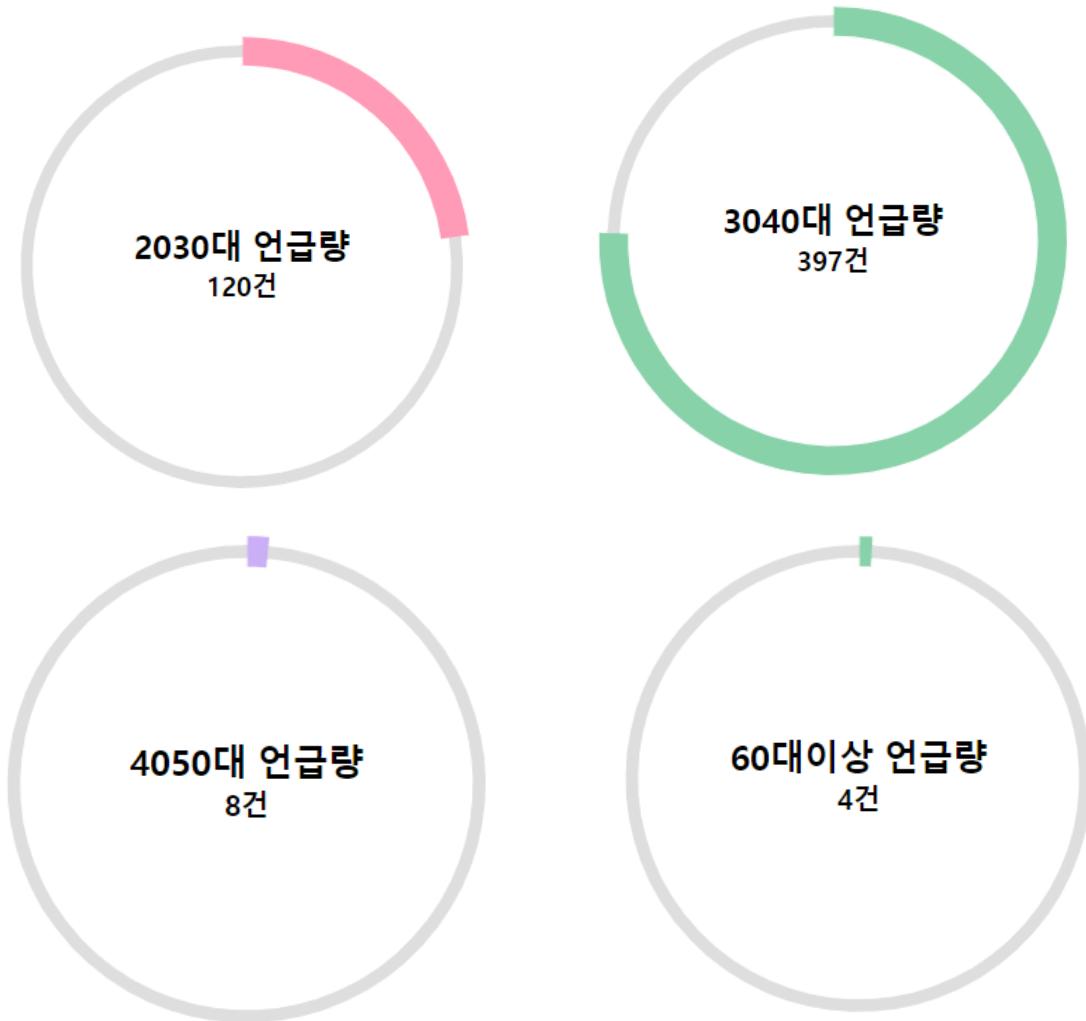
p\_45 : -0.11602605718362219

news : -0.3848998931940425

n\_60 : -0.6892790294362107

- Positive\_male - 판매량 : 0.913
- 30/40대 - 판매량 : 0.889
- Community - 판매량 : 0.871

# 소셜 VOC와 약국 판매량과 상관관계



p\_m : 0.9133852361239354  
34 : 0.8891535139905505  
**volume : 0.8836188830680276**  
community : 0.8712644919927813

- 썸트렌드 데이터 사용
- 데이터 자체에 편향 존재
- 30/40대 언급량이 가장 많은 데이터  
= 가장 높은 상관관계를 보임

# 추후과제

## ● 소셜리스닝 데이터 수집 및 가공

› 데이터 중 일부를 긍/부정 라벨링을 하여, 긍/부정 분류 모델 생성

## ● 소셜 VOC 추이, 연관어, 긍부정 담론 분석

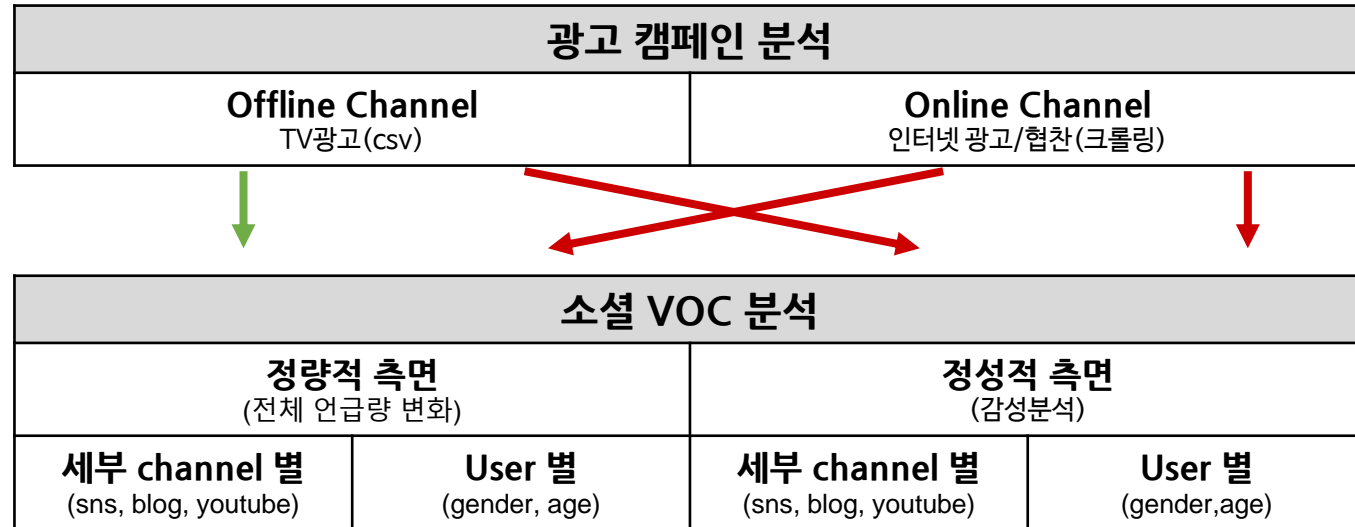
◆ 아로나민 골드에 대한 긍/부정 분석

◆ 텍스트 네트워크 분석

- 연관어 분석
- 채널별(인스타/트위터/블로그/뉴스/커뮤니티/유튜브) 특성파악
- VOC에 대한 채널별 특성 파악

## ● 광고 캠페인과 소셜 VOC 상관계 분석

어떤 광고 캠페인이 VOC에 긍정적인 영향을 끼쳤는지 뭐가 제일 많은 영향을 끼쳤는지?



## ● 소셜 VOC와 약국 판매량과의 상관계

=> 광고 형식, 양, 채널과 3,40대 남성 커뮤니티 언급량 상관계제시.

=> 경쟁사에 비해 부족한 타겟 보완 방안

ex) 어떤식으로 광고를 할 것인가

**감사합니다.**