



더스포츠 커뮤니케이션

프로젝트: K리그 구단이 더스포츠와 함께 해야만 하는 이유

오경택

프로젝트 목적

- 소비자 분석 및 유입 대상 타겟팅
- CRM 데이터 분석의 구체적인 목표와 방향 제시



목차

01

더스포츠

어떤 비즈니스를 하는가

02

클라이언트

누구와 함께 일을 하는가



03

소비자

소비자 분석 및 성향 파악

04

데이터

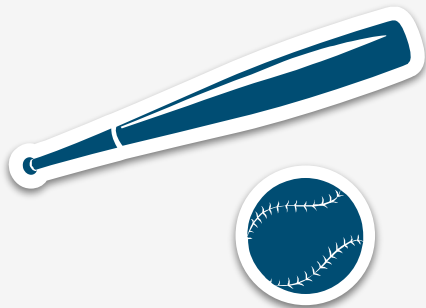
빅데이터를 활용하여
해야하는 일이 무엇인가



01

더스포츠

어떤 비즈니스를 하는가



비즈니스

기존 팬들을 위한

1

구단 홈페이지 운영 및 관리

2

스포츠 매거진 컨설팅

기존 팬 & 유입 팬들을 위한

3

스포츠 CRM 구축 운영 컨설팅

4

Big Data 활용 컨설팅



클라이언트

누구와 어떤 일을 하는가





클라이언트는 누구인가?

더스포츠 현재 클라이언트

 인천유나이티드(2016년~현재)

 전남드래곤즈(2017년~현재)

 포항스틸러스(2017년~현재)

 서울이랜드(2017년~현재)

 강원FC(2019년~현재)

 수원삼성(2022년~현재)

▼ 기존거래처

 한국프로축구연맹(2014년, 2020년)

 김천상무(2021년)

K리그 구단이 더스포츠클을 이용하는 이유

1

소비자에게 양질의 서비스를 제공(홈페이지, 매거진 등)

2

팬들의 K리그 시장 소비 증가(유니폼, 멤버십 등)

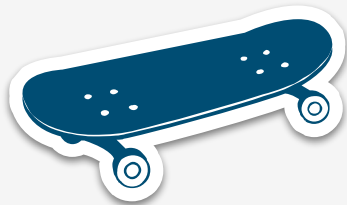
3

기존 팬 유지 및 유입 팬 증가(데이터 분석)

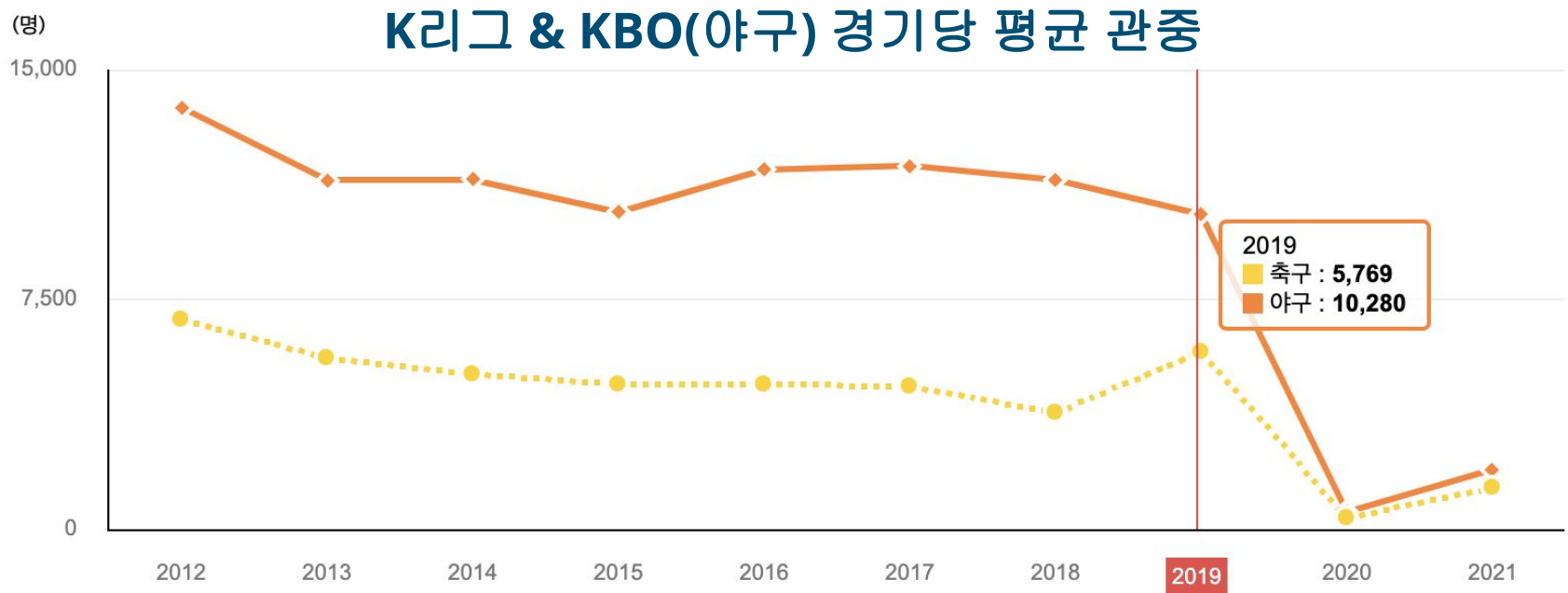


K리그 유입팬 대상은?

- 새로운 팬들을 유입시키기 위한 마케팅 대상 후보는 다음과 같다
 - 어린이 / 어른
 - 남성 / 여성
 - 스포츠 관심 유/무
 - 타 스포츠 팬
- 대상을 명확히 하기위해,
현재 흥행하는 타 스포츠와 비교하며 분석해보자

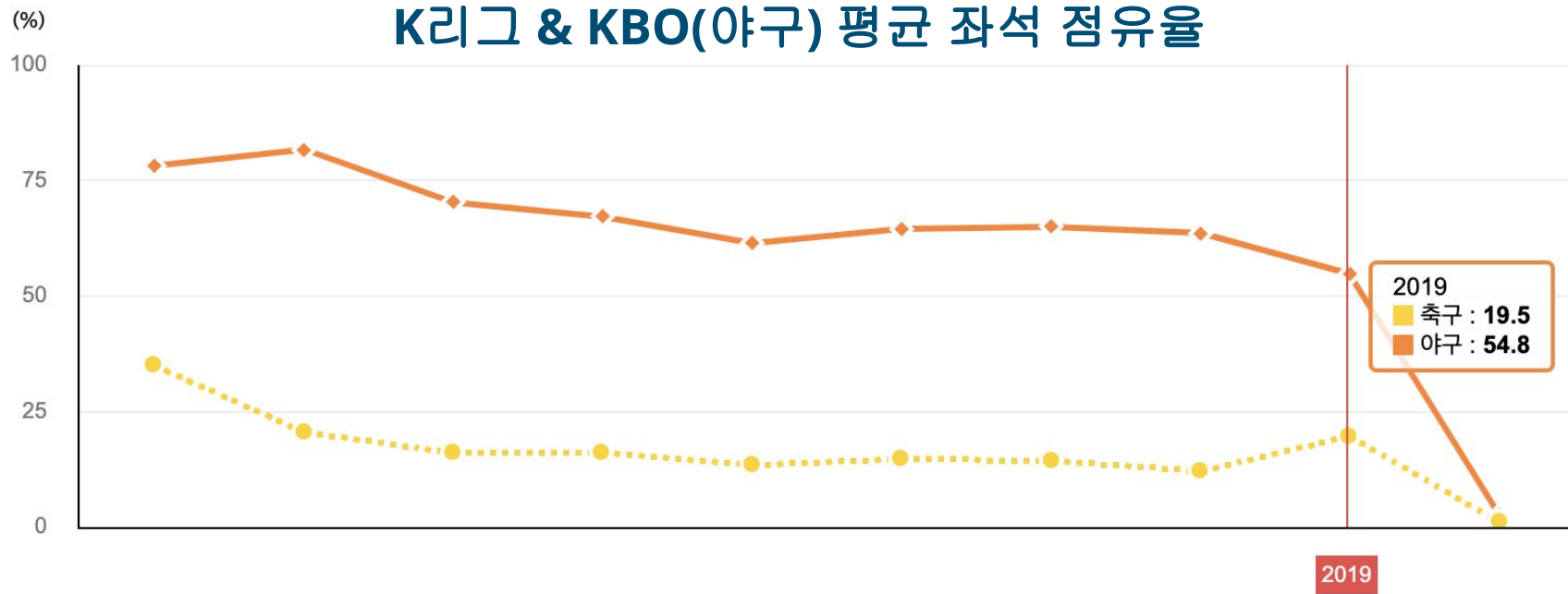


지난 10년간 프로야구의 흥행



* 출처 e-나라지표

K리그 & KBO(야구) 평균 좌석 점유율

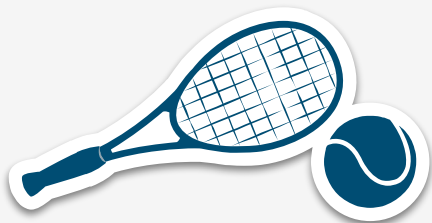


* 출처 e-나라지표

과연 축구가 야구보다 인기가 없나?

아니다

- 월드컵만 봐도 전 세계에서 큰 관심을 갖고, 각국의 **프로리그를 중단**하면서까지 최고의 팀으로 대회에 참가한다.
- 프로야구 리그가 존재하는 나라는 단 **11개** 국가이다. 반면 프로축구 리그를 운영하는 나라는 **셀수 없이** 많다.

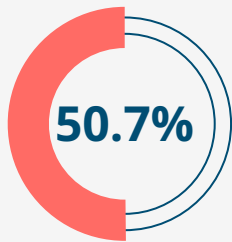


소비자

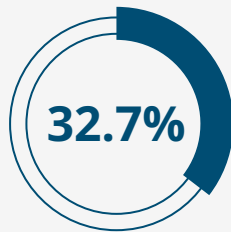
소비자 분석 및 성향 파악

2021년 축구 vs 야구 여론조사

Q. 귀하께서는 야구와 축구 중 무엇을 더 좋아하십니까?



축구



야구



잘 모름

*출처

조사기관: 리얼미터

조사기간: 2021년 1월 8일(1일간)

조사대상: 전국 18세 이상 남녀

표본수: 500명

대한민국 사람들은 축구를 좋아한다
단, K리그에 관심이 없는 것이다

명확한 소비자 타겟팅

- 따라서, 타겟을 전국 18세 이상 남녀로 정한다
- K리그를 자연스럽게 접할 수 있도록 마케팅한다



왜 K리그에 관심이 없는가?



노잼 인식



선후배 관계



조작 매수



선수들 기량



탑 스타 부재



카메라 워크

앞선 문제들은 구단, 협회, 선수,
코칭 스태프가 해결 해야 할 문제이다

더스포츠는 무엇을 해야하는가?

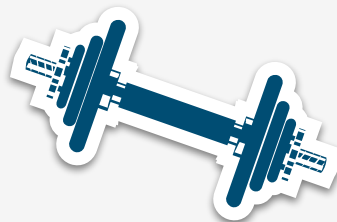
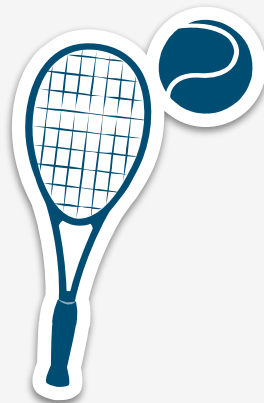
데이터 분석

올바른 방향으로 마케팅을 할 수 있도록 분석 및 예측

04

데이터

CRM 데이터를 이용하여
무엇을 분석할 수 있는가



티켓 분석

기존 팬 분석

1

좌석 등급 별 티켓 구매
연령층, 주력 소비자 파악

2

재구매율, 월간 티켓 구매
빈도수등으로 팬 손실을 파악

입문 팬 분석

3

유입 경로, 재방문 의사

4

K리그 직관 만족도
(직관 vs TV시청)

멤버십 분석

기존 멤버십 분석

1

목적성 파악 후
상품가치 분석

2

팬과 구단 윈윈구조 고려 후
정확한 득실 분석

개선 후 멤버십 예측

3

어린 아이들을 위한 멤버십 고려

4

멤버십으로 기존 팬 유지
및 유입 팬 증/감소율 예측

프로젝트를 마치며

- 아쉬운 점

- 근거(팩트)를 찾는 부분에서 어려움을 겪어 전체적으로 부족한 양
- 배운 분석 기술들을 활용하지 못한 점
- 더스포츠 기업보다 K리그에 대한 근본적인 문제점을 우선시함



- 앞으로 해야하는 일

- CRM 데이터 특성 파악 및 구체적인 분석 계획
- 인사이트 도출 및 데이터 시각화



감사합니다