VOC 분석 결과 리포트

1팀 김주화

**주제분석**

-모든 브랜드 모든 카테고리에서 ‘사이즈’, ‘핏’, ‘기장’ 과 같은 단어들의 출현이 제일 많았음

특히 무신사 스탠다드 바지 카테고리에서 ‘핏’단어의 빈도가 1066번 나왔다.

온라인 구매인 만큼 반품과 같은 번거로운 절차를 피하기 위해서라도 나에게 맞는 적절한 사이즈의 제품을 구매하는 것이 온라인 구매자의 중점요소 중 하나임을 알 수 있다

**주목할만한 품목**

무신사의 모든상품에서 40대 이상의 구매자가 작은편인데

같은기간 유일하게 ‘라운지 스웨트 팬츠’ 상품은 40대 이상 구매자가 제일 많은 품목으로 4500건, 20대의 구매량은 4370건이다.

40대 이상은 무신사 스탠다드의 주력상품인 슬랙스보다 좀더 캐주얼한 옷을 선호한다는 사실을 파악할 수 있다

**리뷰량**

무신사 스탠다드의 리뷰량이 SPA 브랜드의 리뷰량보다 약 44% 더 많고

전체 리뷰중 부정리뷰가 차지하는 비율은 6.8%로 SPA 브랜드보다 0.2% 적음.

| 무신사 | | | SPA | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 감성 리뷰수 | 감성리뷰 비율 | 감성 리뷰수 | 감성리뷰 비율 |
| Positive | 16745 | 93.2% | 7470 | 93% |
| Negative | 1143 | 6.8% | 519 | 7% |

다량의 리뷰로 검증된 상품성을 통해 본인에게 적합한 제품을 쇼핑할 수 있어

제품에 대한 만족도가 높은 것을 확인할 수 있다