04

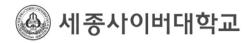
[Al활용텍스트분석]

소셜 빅데이터 플랫폼의 활용과 텍스트 분석





- 1. 당장 해볼 수 있는 빅데이터 분석 실습
- 2. 소셜 빅데이터 분석 시스템의 이해



^{학습} 목표

- 온라인 상에서 바로 활용할 수 있는 소셜 빅데이터 기반 빅데이터 분석 불을 인지하고 설명할 수 있다.
- 다양한 소셜 분석 플랫폼에 대한 분석 프레임을 설명할 수 있다.



1

당장 해볼 수 있는 빅데이터 분석 실습

- 1) 온라인 빅데이터 분석 툴 체험
- 2) 소셜 빅데이터 분석 툴 비교

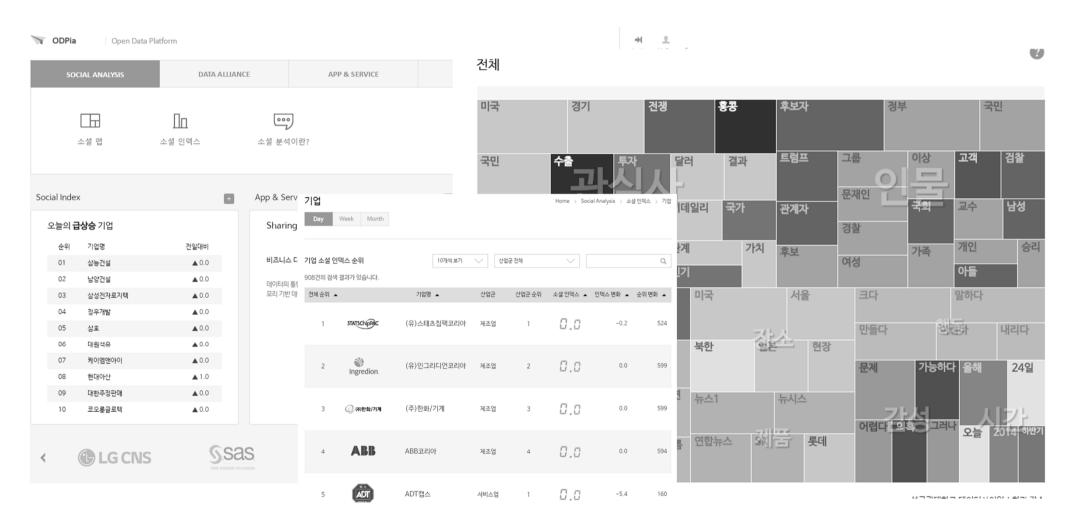
1) 온라인 빅데이터 툴 체험





1) 온라인 빅데이터 툴체험





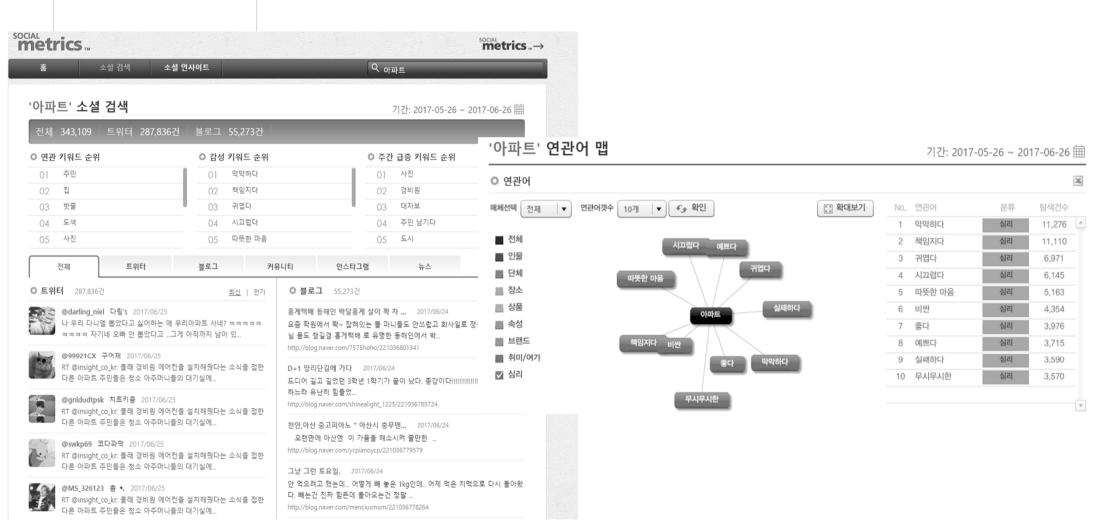
실 세종사이버대학교

전체보기>

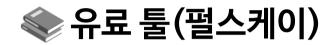
실검스타









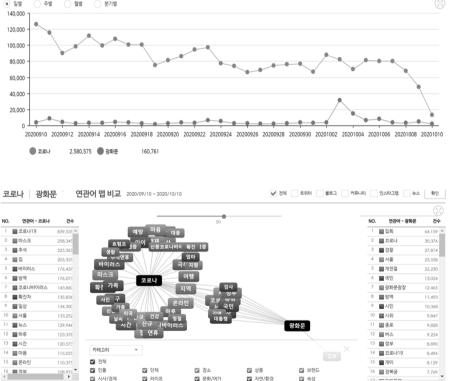




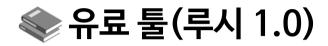


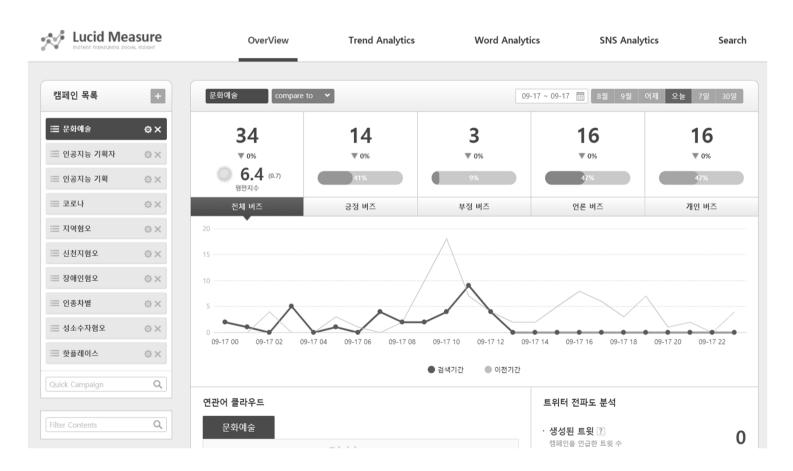






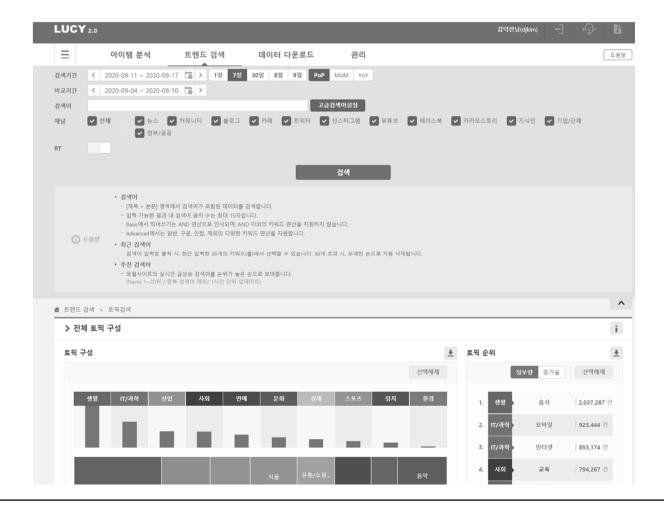
실 세종사이버대학교





🚇 세종사이버대학교







2

소셜 빅데이터 분석 시스템의 이해

- 1) 분석방식 설명
- 2) 분석영역 설정하기
- 3) 분석소스별 특징 이해하기
- 4) 분석기간 및 분석목표에 따른 기간설정 이해하기
- 5) 사전 카테고리 체계





🤷 고객 경험에서 찿아내는 고객에 대한 진짜 정보

"고객의 진짜 이유" 고객이 정말 원하는 건 무엇일까?

"고객의 진짜 마음" 고객은 정말 만족하고 있을까?

고객경험ㆍ이야기 분석 분석 결과로 찾아내는 고객 속성 · 감성 정보 언제 어디서 왜 환경·트렌드 시간·장소·상황·대상(속성) 쇼핑 부담없다 제품니즈 속성:관계 / 집단 / 시간 / 빈도 / 지역 / 장소 / 상황 등 추천 정보 긍·부정반응및감성어(감성) 감성 : 좋다 / 싫다 긍·부정 반응 외 깔끔 / 성공 / 하락 등 구매정보 연관관심·흥미이슈(연관어) 만족·불만족 연관어: 자주 함께 언급되는 관련성이 높은 관심ㆍ흥미 이슈

키워드세팅

언급량 분석

이슈발견

연관어분석

속성분석

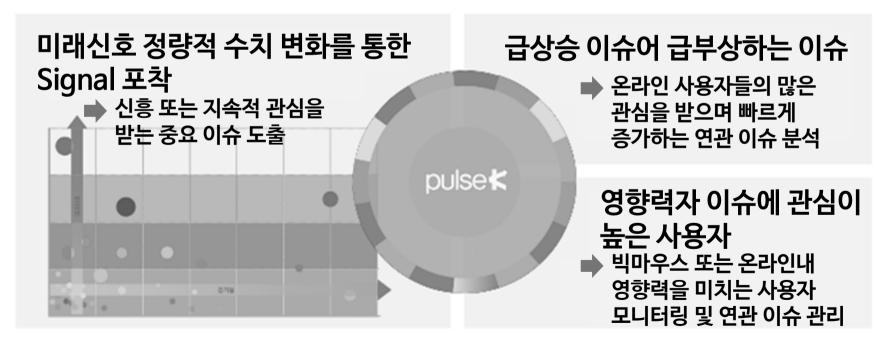
감성분석

데이터 해석



◆ 사람들 이야기 속에서 발견하는 시대 · 문화를 이끄는 이슈









🤷 고객 목소리에서 찿아내는 비즈니스의 새로운 관점

온라인 경쟁 · 포지셔닝 파악

기업가치 · 차별성 요소 제고

대내 · 외 경쟁력 강화

미디어별 언급량 · 추이 비교분석

관련 이슈 · 여론 · 속성 비교분석

공동의 관심 이슈 비교

서로상이한이슈비교

대상 · 시간 · 장소 · 상황 비교

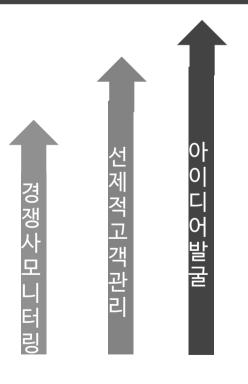
긍·부정여론비교

언급량추이변화

미디어강·약비교

긍·부정감성추이변화

특정시점전후상세비교







◆ 실시간 확산되는 위험 이슈관리부터 캠페인 성과 측정까지

(분·시간) 실시간

캠페인전 · 후홍보이슈에대한성과측정지표제시

모니터링 관리

이슈상세분석





주요 연관 이슈

이슈 흐름

▶ 인지도 변화 ▶

반응·평판

실시간긍·부정반응

실시간이슈흐름

실시간 이슈 감지

캠페인 전·후 미디어 내 언급 추이 및 연관 이슈어 변화 비교 홍보 이슈에 관심 있는 사용자의 증감을 특정 시점 전후로 비교

홍보 이슈 관련 긍·부정 언급량 및 사용자 여론 변화 비교

고객·상품·서비스

트렌드·정보추출

아이디어 도출

개선사항탐지

•••

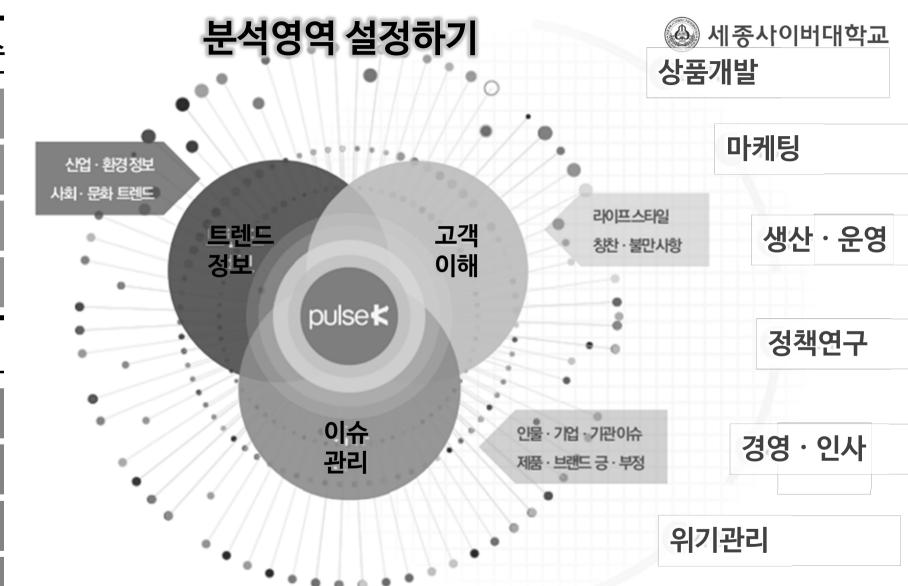
운영·관리

위험이슈관리

캠페인 성과 측정

경쟁사비교분석

•••



3) 분석소스별 특징 이해하기



pulse**≮** 인스타그램 커뮤니티 카페 트위터 블로그 뉴스 고객 희망 매체

고객 경험 · 목소리를 담은 분석 데이터 확장

트렌드 · 문화를 만드는 인스타그램 · 커뮤니티

고객 경험 공유 ・확산 카페・ 블로그

사회 변화를 이끄는 트위터 · 뉴스

통합분석 트위터 블로그 뉴스 카페 커뮤니티 인스타그램 페이스북(P)

속성 캠페인성과 미래신호 지역 영향력사 감성 언급량 이슈 해시태그 실시간 검색 보고서

4) 분석기간 및 분석목표에 따른 기간설정 이해하기



분석기간이 무조건 길면 좋은 것일까?



4) 분석기간 및 분석목표에 따른 기간설정 이해하기



분석 기간 미디어별 과거ㆍ현재 데이터 분석(최대2년)

분석 결과표 시간 · 요일별 언급량 비교 등 다양한 형식의 결과표 제공

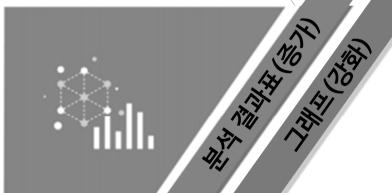
미디어별 분석 미디어별 주요기능(연관어·감성·속성 등)에 대한 상세 분석

그래프 분석 결과에 대한 이해를 돕는 방사형 · 지도형 등 그래프 다양화









5) 사전 카테고리 체계



(1/3)

No.	카테고리명	설명
1	인물	사회인, 스포츠인, 연예인, 기타유명인, 지위·직업 등 인물 관련 명사
2	단체	정부·공공기관명, 사회단체명, 기업명, 교육기관명, 조직 관련 일반 명사
3	장소	행정구역(국가, 행정구역, 도시명…), 자연지리(해양, 산, 강, 호수, 섬 이름…), 인위적 장소(숙박, 음식점, 공연장, 여행지…), 장소 관련 일반 명사
4	상품	구매할 수 있는 소비재의 품목명
5	브랜드	구매할 수 있는 소비재 품목의 브랜드명
6	라이프	시간 명사, 의료·의약 용어, 교육·커리어 관련 용어, 일상생활 관련 용어

5) 사전 카테고리 체계



(2/3)

No.	카테고리명	설명
7	시사/경제	법명, 제도명, 경제 및 산업 관련 용어
8	문화/여가	영화명, 공연명, TV프로그램명, 웹컨텐츠명, 악기명, 문화재명, 문화·여가 관련 용어
9	자연/환경	동물, 식물, 물질(화학, 금속…), 자연현상(천체, 기후, 기상…) 관련 용어
10	속성	제품·음식·사람·조직·장소의 특징을 나타내는 각종 속성 관련 용어
11	미등 <mark>록</mark> 키워드	사전 등록되어 있지 않으나 NLP(자연어처리)분석으로 도출된 연관어 (인스타그램의 해시태그(#)분석 시 활용

5) 사전 카테고리 체계



(3/3)

No.	카테고리명	설명
*	감성 분석	긍정, 부정, 중립, 기타(색상, 감각, 행위…)로 분류된 감성사전에 의해 검색어와 연관성이 있는 감성 키워드를 추출



^{학습} 정리

- 소셜 빅데이터 플랫폼의 활용과 텍스트 분석
 - 온라인상의 소셜 빅데이터 분석 플랫폼을 활용하여 분석을 진행할 경우, 데이터 수집 및 전처리를 플랫폼에서 제공해 주며 사용자는 이를 활용하여 손쉽게 분석을 진행할 수 있음
 - 빅데이터 분석 플랫폼 간 데이터의 질과 양, 분석 방법론, 분석방식들이 상이하기 때문에 사용자는 빅데이터 분석 플랫폼을 활용 시 사용하는 분석 플랫폼의 특징에 대해 정확하게 인지하고 있어야 함



^{학습} 정리

- 소셜 빅데이터 플랫폼의 활용과 텍스트 분석
 - 소셜 빅데이터 분석 플랫폼들의 일반적인 분석 프로세스는 비슷하나 분석 목표에 따라 분석 기간 및 분석 소스는 상이하게 설정됨
 - 소셜 빅데이터 분석 플랫폼에 따라 서비스 내에 설정된 형태소 분석 엔진 및 사전 구축방식이 상이하여 분석 결과가 다르게 나올 수 있기 때문에 분석가는 반드시 분석에 사용된 서비스 명과 분석기간, 분석 키워드 등을 분석 보고서에 포함시켜야 함



^{학습} 정리

- 소셜 빅데이터 플랫폼의 활용과 텍스트 분석
 - 소셜 빅데이터 분석 플랫폼은 간편하게 활용할 수 있다는 장점이 있지만 높은 가격과 낮은 자유도, 분석 옵션에 대한 한계가 존재함