



네이버 쇼핑 라이브의 성공요인과 타 플랫폼의 차별화 전략 분석

2팀(1들의 모임)
이소민 조채영 최윤영

CONTENTS

서론

001. 주제 선정 이유와 목적

002. 라이브 커머스 사업의 등장배경

본론

003. 네이버 쇼핑 라이브 분석

004. 타 플랫폼 분석(카카오, 쿠팡, 그립)

결론

005. 타 플랫폼 차별화 전략 제안

주제 선정 이유와 목적

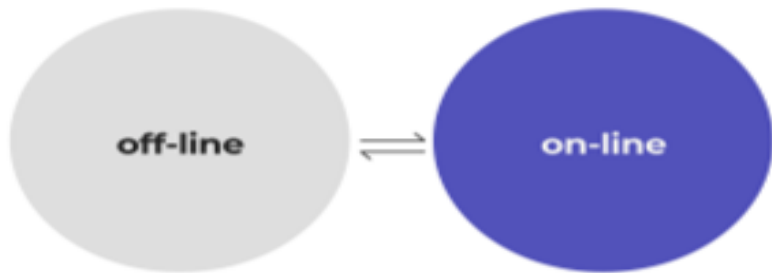
주제 선정 이유

- 코로나19 이후 활성화된 **라이브 커머스 시장**의 다양한 플랫폼 중 압도적인 1위를 차지하고 있는 네이버 쇼핑 라이브의 성공요인 분석
- 타 플랫폼의 차별화 전략 제안

보고서 목적

라이브 커머스 시장에서 네이버 쇼핑 라이브의 독과점을 막고 **타 플랫폼들과의 상생을 위한 전략** 마련

라이브 커머스 사업의 등장배경



O2O
Online to Offline

온라인과 오프라인을 연결한 O2O형태



OMO
Online Merge with Offline

온라인과 오프라인의 장점을 결합한 OMO형태

OMO시대의 선두주자 "라이브 커머스"

라이브 커머스 사업의 등장배경



2020년 라이브 커머스 시장 규모는 4000억원이었지만,
2023년에는 10조원 규모까지 **성장할 것으로 추정됨**

타 플랫폼 선정 이유



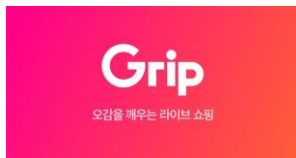
카카오 쇼핑 라이브

: 네이버만큼의 친숙한 인지도인데 네이버와 검색량이 차이나는 이유를 알아보기 위해



쿠팡

: 빠른 배송 시스템으로 사용자들의 인식이 좋고, 라이브 커머스와 결합하면 빠르고 싼 가격에 상품을 구매할 수 있을 것이라는 사용자들의 기대가 예상되며, 점점 성장 중이기 때문에



그립

: 라이브 커머스 전용 플랫폼으로 한가지에만 집중하여 발전가능성이 높아 보이기 때문에 (자사 어플 보유)

네이버 쇼핑 라이브가 시장 점유율 1위인 이유

[네이버 VS 타 플랫폼 : 검색량 격차]

1. 카카오 데이터 트렌드

● 카카오 라이브 ● 네이버 쇼핑 라이브 ● 쿠팡 라이브 ● 그립 라이브

2020.11.01. - 2021.10.31. | 전체기기 | 전체성별 | 전체연령 | 전국지역



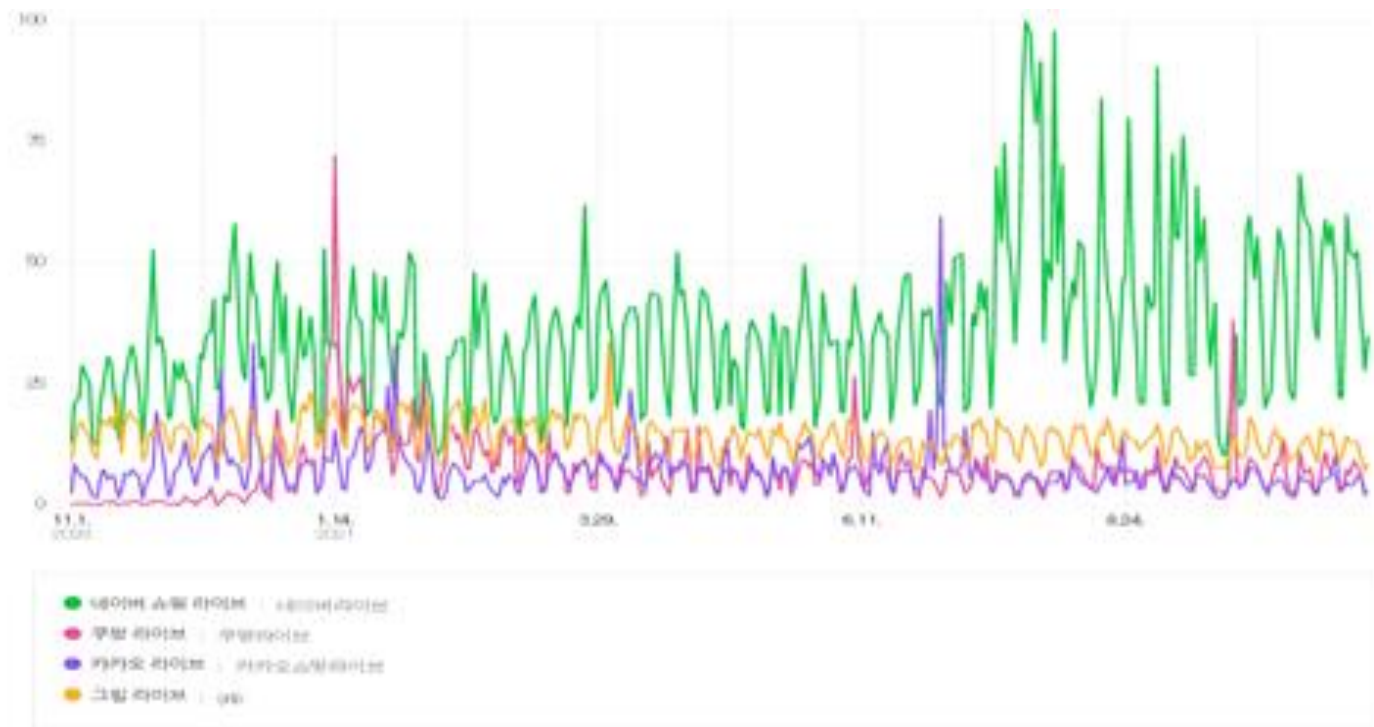
검색량 변화 추이



● 카카오 라이브 평균 1 ● 네이버 쇼핑 라이브 평균 8 ● 쿠팡 라이브 평균 1 ● 그립 라이브 평균 0

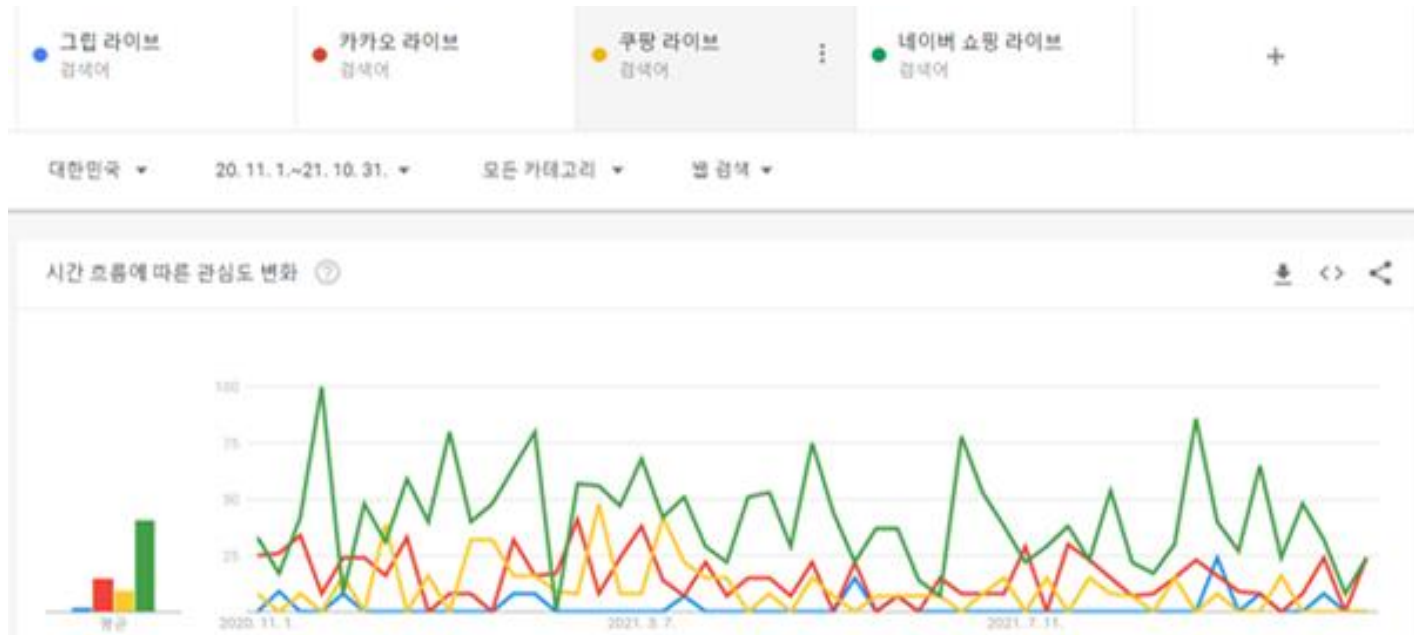
네이버 쇼핑 라이브가 시장 점유율 1위인 이유

2. 네이버 데이터 랩



네이버 쇼핑 라이브가 시장 점유율 1위인 이유

3. 구글 트렌드



3가지 데이터 분석틀 모두 '네이버 쇼핑 라이브'가 가장 검색량이 많음을 보여줌

네이버 쇼핑 라이브의 연관어 분석



타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

[플랫폼 별 연관어 분석]

(1) 카카오 쇼핑 라이브



타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

(2) 쿠팡 라이브



타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

[플랫폼 별 긍/부정 분석]

(1) 카카오 쇼핑 라이브



전체 순위 ? 2020.11.01~2021.10.31			
순위	단어	긍·부정	건수
1	가능하다	중립	189
2	증정하다	긍정	79
3	소통하다	긍정	48
4	성장하다	긍정	41
5	차별화되다	긍정	37
6	즐거움	긍정	31
7	다양한 상품	긍정	28
8	활인되다	긍정	28
9	만족도	긍정	21
10	성장세 보...	긍정	18
11	즐거다	긍정	17
12	강화하다	긍정	16
13	큰 인기	긍정	15

타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

(2) 쿠팡 라이브

09월

(2021.09.01~2021.09.30)

단어	긍·부정	건수	순위등/하락
많은 관심	긍정	39	▲ 1
감사드리다	긍정	15	▲ 1
응원	긍정	13	▲ 1
감사하다	긍정	6	▼ 3
무료	긍정	6	NEW
특별	긍정	6	NEW
할인하다	긍정	5	NEW
할인쿠폰	긍정	4	NEW
진심	긍정	4	NEW
믿다	긍정	4	NEW
노력하다	긍정	4	NEW
고맙다	긍정	3	▼ 5
독렘	긍정	2	NEW
최선 다하다	긍정	2	NEW
즐기다	긍정	2	NEW

10월

(2021.10.01~2021.10.31)

단어	긍·부정	건수	순위등/하락
많은 관심	긍정	45	-
최저가	긍정	11	NEW
응원	긍정	10	-
관리하다	긍정	9	NEW
무료	긍정	9	-
감사하다	긍정	8	▼ 2
신나다	긍정	8	NEW
즐기다	긍정	6	▲ 7
좋은 제품	긍정	6	NEW
즐거운 시간	긍정	5	NEW
즐겁다	긍정	4	NEW
독렘하다	긍정	4	NEW
이쁘다	긍정	3	NEW
신상	긍정	3	NEW
감사드리다	긍정	3	▼ 13

11월

(2021.11.01~2021.11.17)

단어	긍·부정	건수	순위등/하락
많은 관심	긍정	5	-
독렘하다	긍정	4	▲ 10
즐기다	긍정	3	▲ 5
감사하다	긍정	3	▲ 2
기쁘다	긍정	2	NEW
추천하다	긍정	2	NEW
응원	긍정	2	▼ 4
무료	긍정	2	▼ 3
자극하다	부정	2	NEW
감사드리다	긍정	2	▲ 5
부듯하다	긍정	1	NEW
이쁘다	긍정	1	▲ 1
큰 장점	긍정	1	NEW
다양한 혜택	긍정	1	NEW
즐겁다	긍정	1	▼ 4

타플랫폼이 네이버보다 뒤쳐지는 이유

(3) 그립 라이브



🏆 전체 순위 ?

2020.11.01~2021.10.

순위	단어	긍·부정	건수
1	소통하다	긍정	122
2	가능하다	중립	77
3	무료	긍정	74
4	많은 관심	긍정	68
5	좋다	긍정	67
6	성장하다	긍정	52
7	응원	긍정	52
8	사랑하다	긍정	29
9	감사하다	긍정	27
10	할인쿠폰	긍정	27
11	강화하다	긍정	25
12	기대하다	긍정	23
13	다양하다	긍정	22

타 플랫폼 전략 분석

(1) 카카오 쇼핑 라이브



채팅 서비스

영향력

양보다 질

타 플랫폼 전략 분석

(2) 쿠팡 라이브



라이브
크리에이터

간단한 장비

녹화영상 활용

타 플랫폼 전략 분석

(3) 그립 라이브



타임딜 콘텐츠

자체 어플

그립 클라우드
서비스

차별화 전략 제안

1. 플랫폼 별 주 사용 연령대와 성별을 고려하여 독점 상품을 기획하여 판매

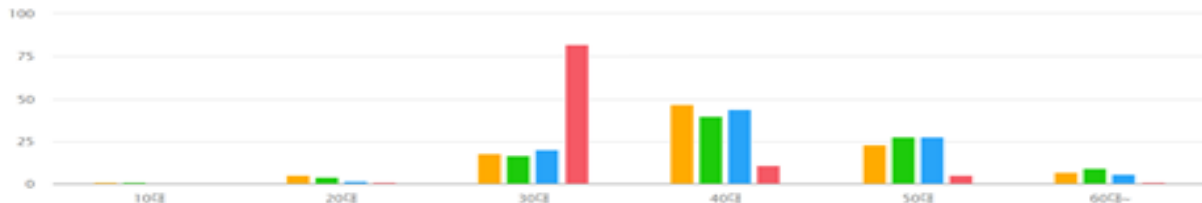
kakaodatatrend

● 카카오 라이브 ● 네이버 라이브 ● 쿠팡 라이브 ● 그립 라이브

2020.11.17. - 2021.11.17. | 전체기기 | 전체성별 | 전체연령 | 전국지역



연령별 검색량 비교



검색어를 입력한 연령별 비율입니다.

30대

→ 그립 라이브

40대

→ 카카오 라이브

50대

→ 쿠팡 라이브

차별화 전략 제안

2. TV방송이나 방송사의 유튜브 프로그램과의 **협업**을 통한 인지도 상승



THANK
YOU