

2019년 충청북도 중소기업 빅데이터 활용지원사업

우수사례 선정평가  
다이아덴트

다이하덴트 (치과 치료용 의료기 전문생산업체로 세계 100여개 국가에 수출, 신제품/서비스 발굴)

## 가. 회사소개 및 비즈니스 이슈

### 1) 회사소개

- (주)다이하덴트는 치과 전문가들이 인정한 최고 품질의 근관 치료 제품, 소모품과 치과 기구 등 다양한 치과 관련 제품을 제조하여 국내시장을 비롯한 전 세계 124개국 900 여 딜러들에게 수출하고 있는 세계적인 Endodontic 관련제품 전문 제조업체이다. GUTTA PERCHA POINTS 와 PAPER POINTS를 주축으로 한 근관치료 관련제품 생산을 1985년에 시작하여 지속적인 제품개발과 혁신적인 디자인으로 해당 분야에서 세계 제1위의 제품이라는 평가와 함께, 국내시장에서도 최고급 국산 제조품이라는 평가를 받고 있다 .
- 다이하덴트가 생산하는 치근관충전재는 치아 신경치료를 받은 후턱뼈에서 치아로 신경과 핏줄이 나가고 들어오는 치근관을 채우는 재료다. 국제표준으로 사용하고 있는 컬러 코딩 방식을 최초로 적용했다. 치료의 정확도를 높이기 위해 허용오차를 크게 줄인 게 특징이다. 국제표준화기구품질경영인증 ISO9001의 허용 오차는 0.05mm인데 이를 절반인 0.029mm로 낮췄다.
- 오송첨단의료복합단지의 우수한 인프라를 중심으로 산·학·연·관 협의체를 구성해 운영을 지원하는 충북첨단의료기기미니클러스터에도 참여하고 있다. 다이하덴트는 이런 노력을 바탕으로 세계시장 1위의 점유율(약 20%)을 확보하고 있다. 다이하덴트는 세계 127개국, 900여 파트너들에게 수출을 하고 있다. 지난 2017년 매출은 약 140억원을 기록했다.

<그림 1-1> (주)다이하덴트 전경사진



〈그림 1-2〉 (주)다이하텐트 홈페이지



〈그림 1-3〉 (주)다이하텐트 쇼핑몰 홈페이지 - 덴탈365



## 2) 비즈니스 이슈

### ○ 자사 쇼핑몰 활성화 및 고객방문 증대 방안

- 경쟁사와 비교하여 다이하텐트 쇼핑몰의 활성화 및 고객방문 증대 방안을 고민을 하고 있으며, 판매하고 있는 제품들을 좀 더 손 쉽게 소비자에게 다가갈 수 있는 홍보방안을 확인하고 싶어 한다.
- 쇼핑몰 홈페이지인 '덴탈365'의 접속 데이터 분석을 통해 방문자 수 및 지역,

연령 등을 확인하여 주 타겟층을 파악하여 쇼핑몰 활성화 방안을 마련한다.

#### 나. 빅데이터 분석 및 시사점

##### ○ 분석 개요

분석 대상 기간 : 2014년 9월 ~ 2019년 11월

정보 출처 : 덴탈365홈페이지, 다이아덴트홈페이지, 뉴스, 네이버 블로그, 카페, 다음 등

분석 솔루션 : CoreitBigDate, 구글 애널리틱스

##### ○ 분석 요건

- 1) 구글 애널리틱스 데이터를 활용한 온라인 소비자 유입/이동경로 분석
  - 국가, 연령, 방문자 수, 세션시간, 시간별 사용자 수, 사용자 방문페이지 등 분석
  - 방문자 사용 패턴 분석 및 이탈페이지 확인
  - 다이아덴트 연관어 분석을 통한 세부 이슈 도출

#### 1) 구글 애널리틱스 데이터를 활용한 온라인 소비자 유입/이동경로 분석

- 다이아덴트 홈페이지의 국가별 접속량은 한국, 미국, 브라질, 중국, 인도 독일 등 국외에서 많이 접속한다는 것을 알 수 있으며, ‘덴탈365’ 쇼핑몰 사이트의 국가별 방문 접속량의 경우, 한국이 최대 접속으로 보이며, 미국 및 그 외 국가들은 미미한 편이다.
- 다이아덴트의 홈페이지의 경우 외국인이 손쉽게 접근 할 수 있도록 영문 홈페이지로 제작되어 있으며 한국어는 오른쪽 상단 버튼을 클릭 후 이용 가능하다. 이는 세계 127개국 900여개의 파트너사들에게 수출하고 있기 때문에 연관이 있다. 국외 소비자들을 위한 제품소개 및 카탈로그 등 제품홍보에 도움을 주고 있다.
- 쇼핑몰의 경우, 국내 시장을 목표로 제작되어 있어 국문 위주의 쇼핑몰 홈페이지로 영문 홈페이지가 따로 없어 국내 접속자만 있는 것으로 확인된다.
- 쇼핑몰은 소비단계별 국내 소비자의 구매니즈 파악을 우선으로 하여 주 고객 타겟층을 파악해야 한다.

〈그림 1-4〉 다이아텐트 홈페이지 국가별 접속 현황

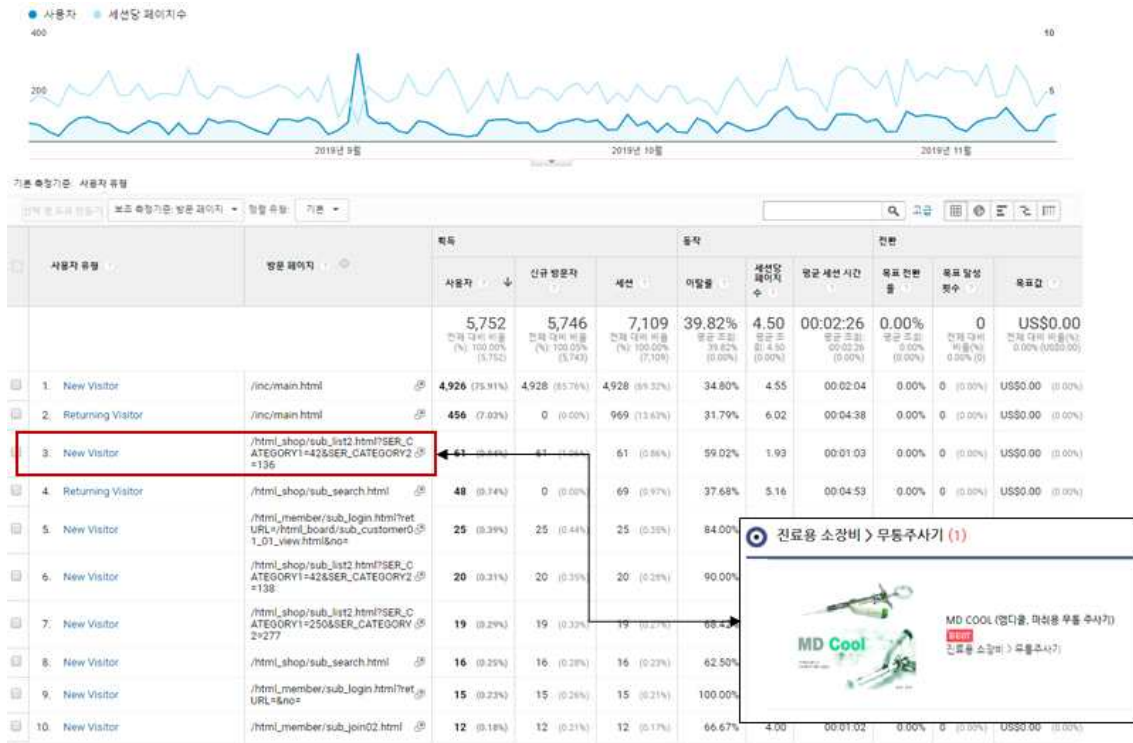


〈그림 1-5〉 덴탈365 홈페이지 국가별 접속 현황



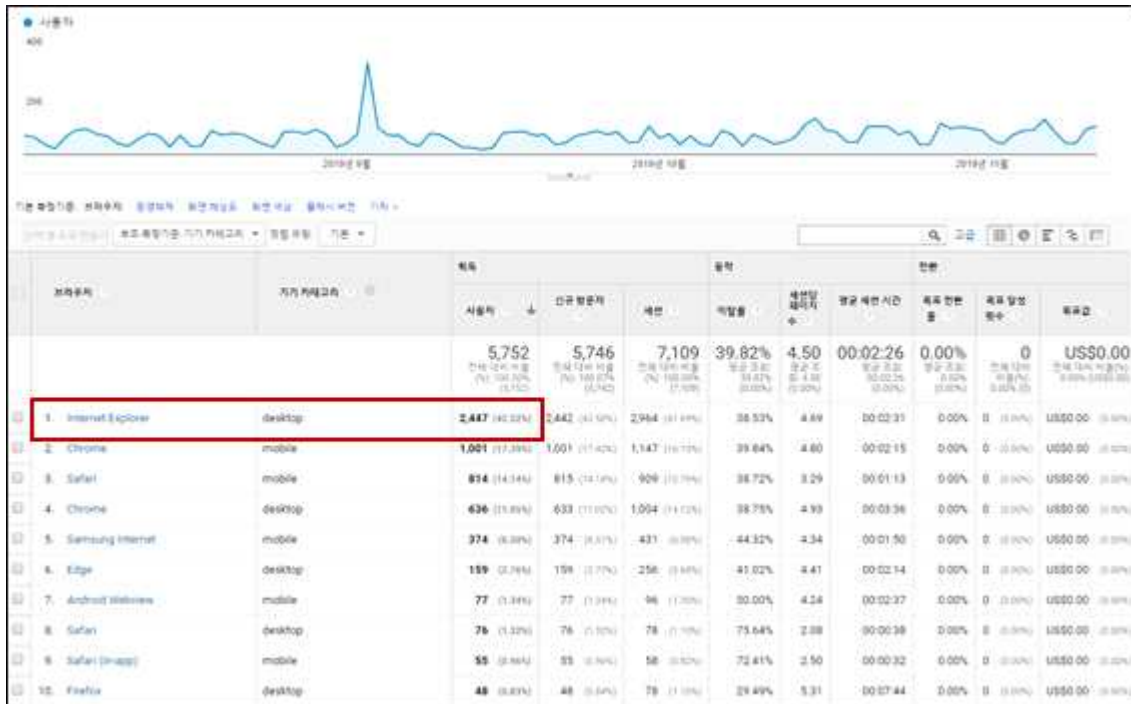
- ‘덴탈365’ 쇼핑몰 홈페이지 신규 방문자는 90일 기간 동안 4,926명 재방문자는 같은 기간 456명으로 보이며, 그 중 신규방문자 61명이 주로 방문한 쇼핑몰 페이지는 ‘무통주사기’의 상세페이지로 나타난다. 실제 무통주사기의 판매량이 높은 것으로 나타났다.

〈그림 1-6〉 신규방문자 vs 재방문자



- 쇼핑몰의 방문자, 세션, 이탈률 등 데이터를 기반으로 쇼핑몰내 방문하는 고객들의 방문을 심층적으로 분석하였다.
- 브라우저 환경은 Internet Explorer가 사용자 2,447명으로 가장 많으며, 다음으로 Chrome 모바일환경과 Safari의 모바일환경에서 접속자 수가 많은 것으로 나타난다. 이는 PC환경은 Internet Explorer이지만, 모바일 기기로는 접속시 크롬으로 접속하여 쇼핑몰을 방문한다는 것을 알 수 있다.
- 쇼핑몰은 2위와 3위 모두 모바일환경에서도 접속한 것으로 나타나지만 모바일에서 텐탈365 URL 접속시 PC 버전으로만 보여 사용자들의 불편함을 줄 수 있어 개선 환경 필요하다.

<그림 1-7> PC환경 및 모바일 환경 사용자 분석



- 연령대를 살펴보면 25세부터 34세의 방문자가 가장 많으며, 다음으로 18세~24세로 확인되며, 성별은 남성이 여성보다 더 많이 방문하는 것으로 확인된다. 주 타겟층은 20대에서 30대의 접속자가 많은 것으로 나타나, 이에 따른 타겟층을 위한 차별화 포인트 찾아야 한다.

<그림 1-8> 신규방문자 vs 재방문자





- 다이아텐트 Tag Clud 분석을 통한 연관어를 확인하였다. 다이아텐트의 검색어 중 많이 언급된 단어를 크게 표현된다. 치과관련 용어인 ‘교정용레진’, ‘교정용본딩’ 등과 같은 키워드들과 상호연결되어 있으며, 경쟁사인 다이아텐트는 치과전문 의료용기라는 것을 태그 클라우드를 통해 알 수 있었으며, ‘엔도전문쇼핑몰’과 같은 키워드도 함께 도출되는 것을 확인할 수 있었다.

## 시사점



## 다. 빅데이터 분석 결과 활용

### ○ 다이아텐트와 덴탈365의 데이터 분석 결과를 활용하여 쇼핑몰 활성화

- 다이아텐트는 지속적으로 제품판매에 대한 홍보 및 쇼핑몰 활성화에 대해 고민하고 있었으며 이번 분석을 통해 기초적인 데이터를 수집하여 제공할 수 있었다.
- 다이아텐트는 전 세계 국가에서 방문하는 것으로 확인되어 첫 페이지가 영문으로 되어있고, 자사 제품 및 카달로그 등 적합하였다. 덴탈 365의 홈페이지는 소비자의 니즈를 반영한 기획으로 다양한 이벤트를 통해 소비자들의 소비를 이끌고 있다.
- 다만, 덴탈 365의 경우, PC환경 접속자 3,456이지만 모바일환경 접속자 2,395명으로 모바일 환경의 접속자들을 무시할 수 없는 수치가 나타났으며, 이는 모바일에서도 구매가 이루어 질 수도 있다는 것을 보여준다. 이에 따라 다이아텐트에 쇼핑몰을 PC뿐만 아닌 태블릿, 모바일환경에서도 접속가능한 반응형 홈페이지 형태로 구축을 제안하였으며, 다이아텐트에서도 고려할 예정이라고 하였다.

<그림 1-10> 데스크탑 및 모바일 접속자 분석

