

DSL EDA Project

TEAMC

플루비오파일 홍보 데이터 트 🗀



목차



Part 1 EDA 개요

]-] 주제 선정 이유

1-2 데이터 소개

Part 2 데이터 분석 내용

2-1 닥터도지 사전예약자 설문조사 데이터

2-2 광고 카피 및 광고 집행 데이터

Part 3 데이터 분석 결과

3-1 **어플 '닥터 도지' 에 대한 제안**

3-2 타겟 설정 및 마케팅 전략 제안

Part 0 목차



Part 4 마치면서

Part 1 EDA 개요

-]-] 주제 선정 이유
- 1-2 **데이터 소개**
- 그 설문조사 데이터
- 2. 광고 카피 데이터
- 3. 실제 광고 데이터

Part 2 데이터 분석 내용

- 2-7 닥터도지 사전예약자 설문조사 데이터
 - 1. 설문 데이터 기초 분포
 - 2. 연령 및 직업에 따른 수면장애 정도
 - 3. 수면장애와 수면 어플의 관계성
 - 4. 수면장애를 겪는 사람들의 수면장 애 해결법
- 2-2 광고 카피 및 광고 집행 데이터
 - □ 성별 및 연령에 따른 분석
 - 2. 광고 집행 위치(소셜미디어)에 따른 분석
 - 3. 광고 카피와 타겟 분석 내용
 - 연령을 기준으로
 - 성별을 기준으로

Part 3 데이터 분석 결과

- 3-7 어플 '닥터 도지' 에 대한 제안
- 3-2 타겟 설정 및 마케팅 전략 제안
 - □ 소셜미디어 광고 비율 조정
 - 2. 주요 타겟층 전략
 - 3. **남성 고객층 공략**

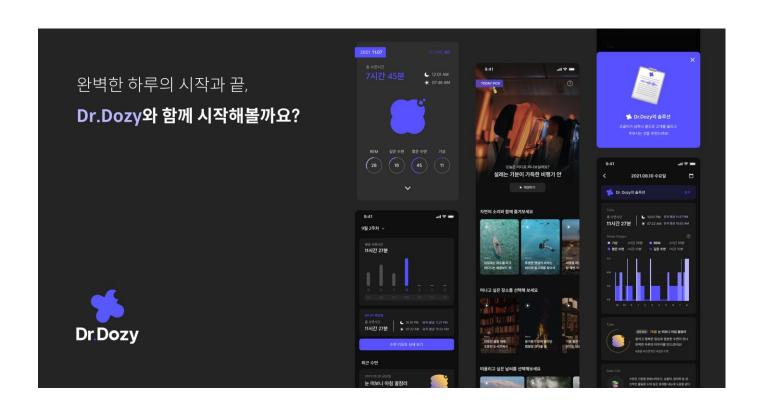


Part] EDA개요



EDA 개요 – 기업 소개







EDA 개요 – 기업 소개











트렌드 레코드에서 최유정이 사용한 스마트 수면 인형

E□△ 개요 – 주제 선정 이유



주요 타겟층 분석 및 마켓팅 전략 제안

설문조사 데이터

Sleep-Data

닥터도지 사전예약자 1266명이 답변 한 수면 행동에 대한 데이터.

닥터도지: 플루비오파일에서 만든 인공지능

수면건강 디지털주치의 앱 서비스

Content-Copy

9가지 관심사를 기반으로 도출한 광고 카피 문구

이 문구를 바탕으로 페이스북에서 광고 가 진행되었다.

광고 카피

실제 광고 데이터

Contents-Marketing-Data

페이스북과 인스타그램에서 진행된 실 제 광고 데이터

□□△개요─데이터소개(□)



설문조사 데이터

- *나이가 어떻게 되시나요?(Y/N)
- *성별이 어떻게 되시나요? (Y/N)
- * 현재 어떤 신분이신가요?

직장인, 학생, 프리랜서, 취준생, 시험 준비생, 주부, 사업가, 기타로 구분

* 수면과 관련하여 어려움을 겪으시나요? (1-10)



- *스마트워치를 사용하시나요? (Y/N)
- *스마트워치를자고주무시나요? (Y/N)
- * 수면 어플을 써보신 적이 있으신가요? (Y/N)

* 어떤 어플을 쓰셨나요?

슬립사이클 등 유명 5개 어플을 선택 or 자신이 쓴 어플 적을 수 있음.

* 어플을 사용하신 이유가 무엇인가요?

'알람', '수면 모니터링', '수면 분석 리포트', '수면 유도', 코골이, '이갈이 등 녹음'으로 나뉨(중복 가능)

*가장잠이필요한시기나순간은언제인가요?

문장으로 답변을 받음

*잠을잘못잘때 어떤방법으로해결하시나요?

문장으로 답변을 받음

EDA 개요-데이터소개(2)





9개의광고카테고리가있고 무슨타켓을 겨냥하는지에따라 Copy문구가달라짐



총기계(이어/문구

EDA 개요-데이터 소개(2)





	Category	Targets	Сору
0	1. 잘 자게 도와줘서 시험 더 잘 볼 수 있게 해줌	17-20 (고등학생) (남녀)	1. 잠을 푹 자니까 성적이 쑥쑥 올라요!
1	1. 잘 자게 도와줘서 시험 더 잘 볼 수 있게 해줌	17-20 (고등학생) (남녀)	2. 공부 그만하고 잠이나 제대로 자!
2	1. 잘 자게 도와줘서 시험 더 잘 볼 수 있게 해줌	17-20 (고등학생) (남녀)	3. 우리 학교 전교 1등이 알려준 점수의 비결!
3	2. 더 잘 자게 도와줘서 수능 잘 볼 수 있게 해줄게	19-21 (남녀)	1. 내가 연세대학교에 합격한 비밀!
4	2. 더 잘 자게 도와줘서 수능 잘 볼 수 있게 해줄게	19-21 (남녀)	2. 좋은 밤 없이 공부해봤자!
5	3.좋은 피부를 가질 수 있게	17-30 (여)	1. 잠 자는 숲 속의 공주가 예쁜 이유
6	3.좋은 피부를 가질 수 있게	17-30 (여)	2. 피부 겉이 아닌 속을 바꾸자!
7	4.다이어트를 돕게	17-30 (여)	1. "이것" 했는데 살이 진짜 빠진다
8	4.다이어트를 돕게	17-30 (여)	2. 미쳐가는 식욕 23% 줄여주는 비밀
9	5.업무효율을 높이게 (직원 입장)	25-35 (남녀)	1. 6시 땡! 칼퇴하는 방법!
10	5.업무효율을 높이게 (직원 입장)	25-35 (남녀)	2. 역대급 효율로 일 잘 하는 김대리의 비밀!
11	6.업무효율을 높이게 (상사/사장 입장)	25-50 (남녀)	1. 이번 달 우리 팀 실적 1위 하는 법!
12	6.업무효율을 높이게 (상사/사장 입장)	25-50 (남녀)	2. 동료에게 홍삼 대신 도지를!
13	7.자녀 공부에 도움이 되게	30-50 (남녀)	1. 내 아이에게 최고의 선물을!
14	7.자녀 공부에 도움이 되게	30-50 (남녀)	2. 내 아이의 성적을 책임지다!
15	8.엄마 갱년기로 잠 못자서 걱정되는 마음을 해결하게	20-30 (여)	1. 엄마에게 최고의 딸이 되자
16	8.엄마 갱년기로 잠 못자서 걱정되는 마음을 해결하게	20-30 (남)	2. 엄마에게 최고의 아들이 되자
17	9.불면증을 해결하게	광고 X	광고 X
18	10.불안감을 해결하게	17-30 (남녀)	1.불안한 마음을 해결해 드립니다!
19	10.불안감을 해결하게	17-30 (남녀)	2. 당신의 기분을 책임지다

EDA 개요-데이터 소개(2)



광고 카피





EDA 개요-데이터 소개(3)





실제 광고 데이터

광고카테고리-카피&소셜미디어종류

카테고리ID와 CopyID 그리고 광고가 진행된 곳을 보여줌 ex) 7-2 (페이스북)

연령

13-17 25-34 35-44 44-54 **네 그룹으로 나눠** 타겟팅함

성

Female과 Male

지출금액(KRW)

광고 비용

上출

노출은 광고가 노출된 횟수 자체

CPM(1,000회 노출당 비용)

그 광고의 가격을 알 수 있는 전반적인 지표

랜딩페이지 조회

이벤트 실행 전 바로 이탈하는 경우를 제외한 실제 트래픽 을 일으킨 수

광고의 효과를 나타낸다고 생각. 1000회 노출당 랜딩 페이지 조회수를 계산 후 분석에 사용하기로 함

EDA 개요-데이터 소개(3)



실제 광고 데이터

캠페인 이름, 광고세트 이름, 광고이름

카테고리ID와 CopyID 그리고 함께 광고가 진행된 곳을 같이 보여줌 ex) 1-2 (페이스북 상세)

연령

13-17 25-34 35-44 44-54 네 그룹으로 나눠 타겟팅함

성

Female과 Male

• 노출및도달수

노출은 광고가 노출된 횟수 자체. 도달수는 광고가 노출된 사람 (도달수<=노출) < 노출 수가 10회 미만인 광고는 분석에서 제외하였음>

지출금액(KRW)

CPM(1,000회 노출당 비용)

그 광고의 가격을 알 수 있는 전반적인 지표

링크클릭

광고주가 지정한 랜딩 페이지나 경험으로 연결되는 광고 텍스트 미디어 또는 행동 유도 버튼을 클릭한 경우 카운 트 됨

랜딩페이지 조회

이벤트 실행 전 바로 이탈하는 경우를 제외한 실제 트래픽 을 일으킨 수

광고의 효과를 나타낸다고 생각 1000회 노출당 랜딩 페이지 조회수를 계산 후 분석에 사용하기로 함

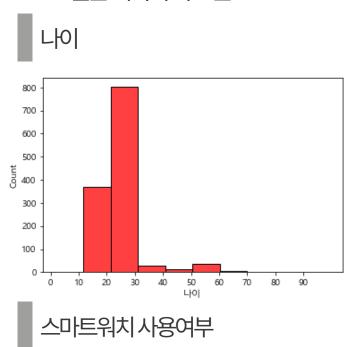


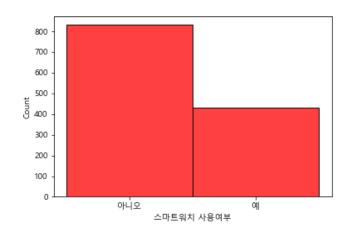
Part 2 데이터분석내용

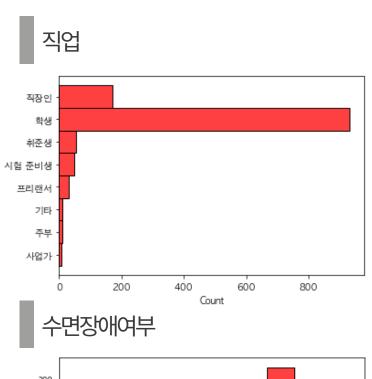


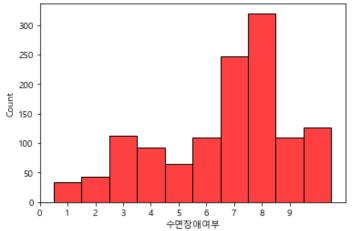
Dr.Dozy

설문데이터기초분포







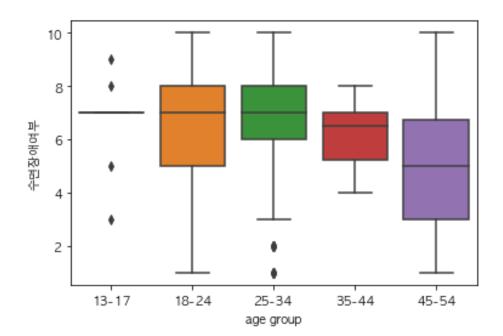




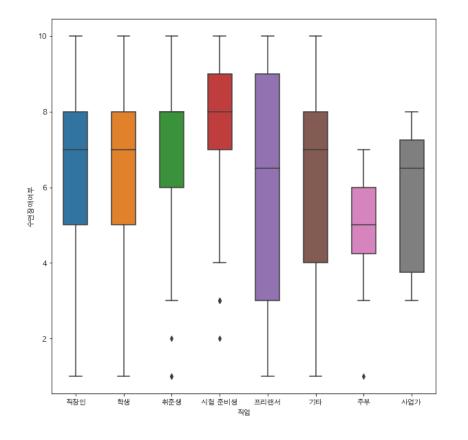
Dr.Dozy

연령및직업에따른수면장애정도

연령



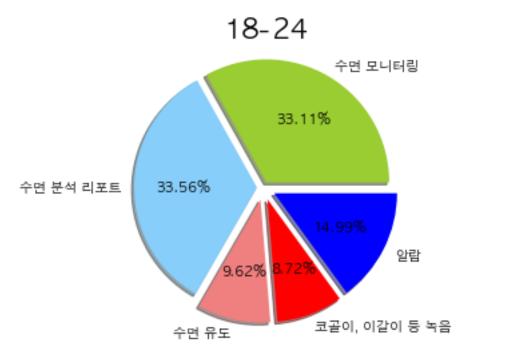
직업

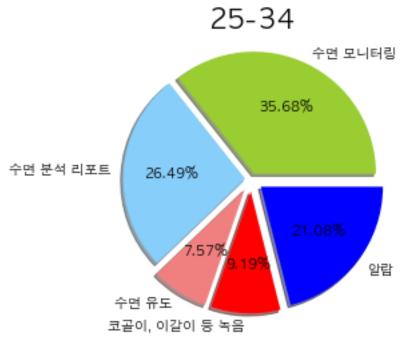




Dr.Dozy

수면장애가심한집단의수면어플시용이유





- 단순히 수면 모니터링 및 수면 분석 리포트 용도로만 사용
- 수면 유도로 사용하는 비율은 굉장히 낮음



Dr.Dozy

수면장애가심한집단의수면장애해결법

워드클라우드



유튜브, 수면, 눈, 유도 단어가 들어간 문장 분석

- 유튜브를 틀어놓고 잔다
- 무작정 눈을 감는다
- 수면 유도를 위해 asmr, 음악, 약을 이용

수면장애를 해결하기 위해서 어플을 사용하지 않는다.





성별에따른분석

노출 수, 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회 모두 여성이 압도적으로 높음.

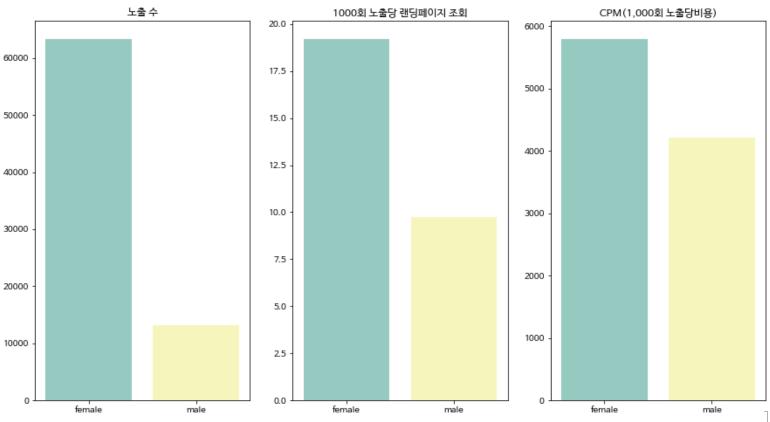
노출 수는 여성 타겟으로 한 광고 자체가 압도적으로 많기 때문에 일어나는 일

하지만 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회가 높다는 것은 여성 고객이 조금 더 의미 있는 트래픽을 만든 다고 볼 수 있다

CPM도 여성이 조금 높음

하지만 여성을 타겟으로하는 광고의 경우 가격이 남 성을 타겟으로 할 때보다 비싼 편이다.

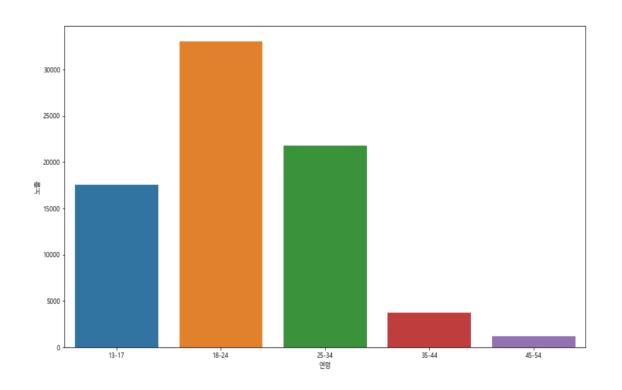
<타겟성별기준으로분석한광고진행데이터>



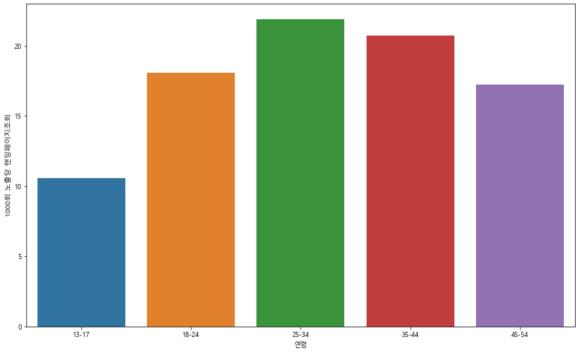


연령에따른분석

연령별광고노출수



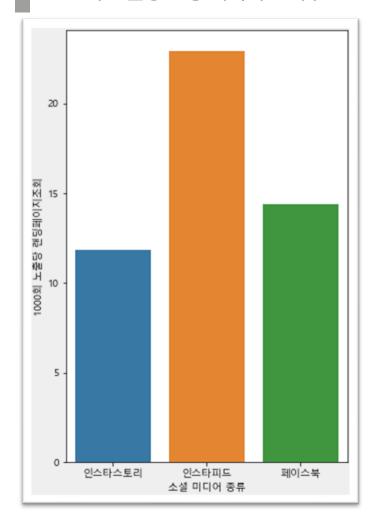
연령별광고효과 (1000회노출당랜딩페이지조회수)



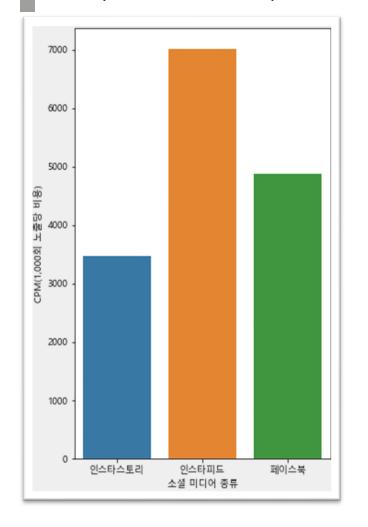


소셜미디어

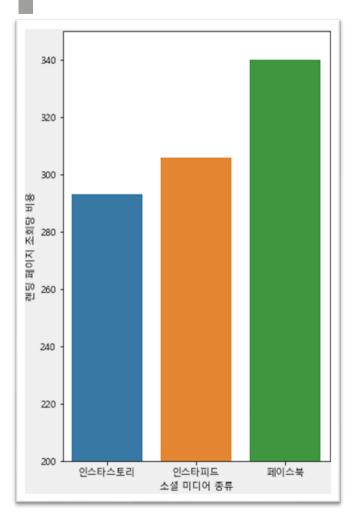
1000회 노출당 랜딩 페이지 조회수



CPM(1000회 노출당비용)



랜딩 페이지 조회당 비용



광고 데이터 분석 내용



소셜미디어

인스타스토리

페이스북

- 광고효과는 가장 우수
- 단가가 비쌈

- 광고효과는 가장 약함
- 단가가 매우 저렴 하여 조회당 비용은 가장 저렴

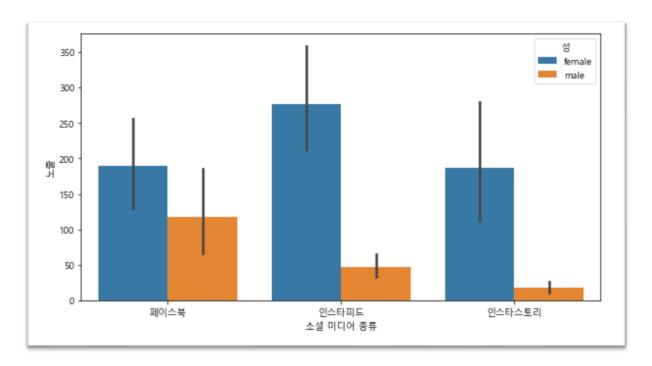
• 위의 두 매체와 비교했을때 광고효과대비 비용이 비쌈

	1000회 노출당 랜딩페이지조회	CPM(1,000회 노출당 비용)	랜딩 페이지 조회당 비용
소셜 미디어 종류			
인스타스토리	11.844673	3471.835251	293.113636
인스타피드	22.920917	7013.410536	305.982984
페이스북	14.366236	4885.207589	340.047847

광고 데이터 분석 내용

소셜미디어

 페이스북 광고시 광고가 남성에게 노출되는 비율이 늘어남





• 페이스북의 남성 비율이 높은 것은 광고 효율이 좋지 않은 원인 중 하나





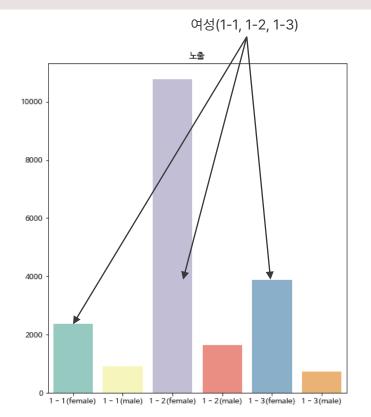
광고카피내용과성별과의관계분석

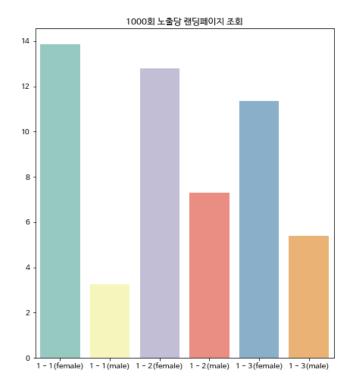
Category 1: 잘자게도와줘서시험더잘볼수있게해줌

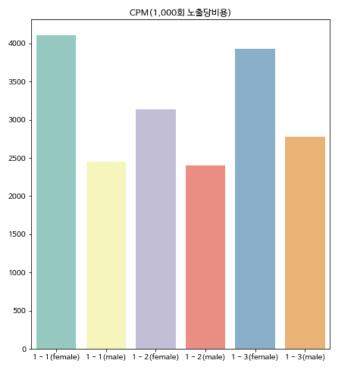
]-]: 잠을 푹 자니까 성적이 쑥쑥 올라요! 1-2 : 공부 그만하고 잠이나 제대로 자!

1-3 : 우리 학교 전교 1등이 알려준 점수의 비결!

Category 1의 경우 여성이 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회, CPM 모두 남성보다 높다.









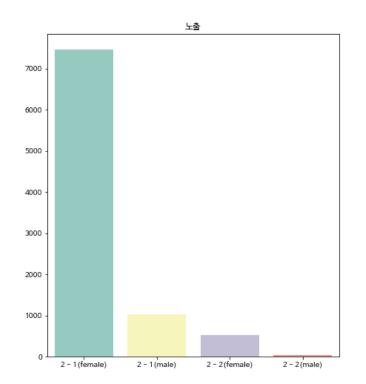
광고카피내용과성별과의관계분석

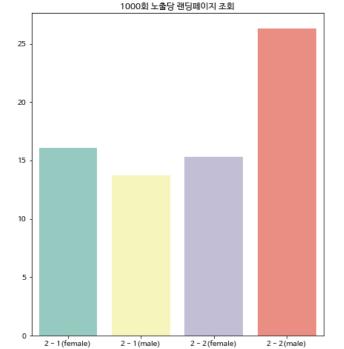
Category 2:더잘자게도와줘서수능잘볼수있게해줄게

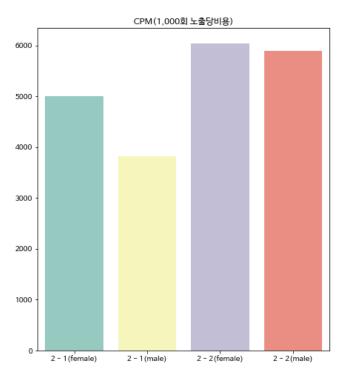
2-1: 내가 연세대학교에 합격한 비밀!

2-2 : 좋은 밤 없이 공부해봤자!

Category 2의 경우 Copy 2-2에서 남성이 높은 수치를 보이지만 노출수자체가적어서 유의미하다고 보긴 어렵다.









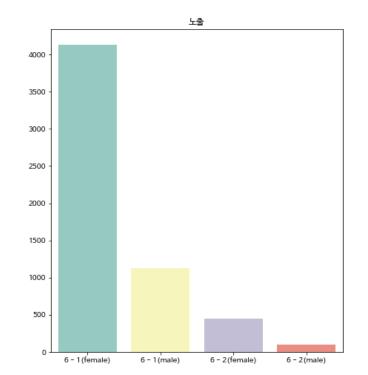
광고카피내용과성별과의관계분석

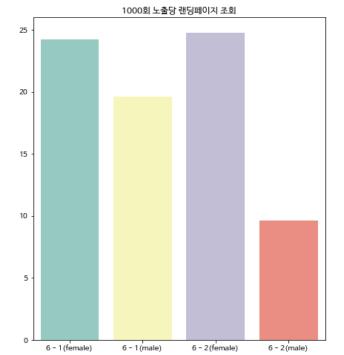
Category 6: 업무효율을 높이게(상사/사장 입장)

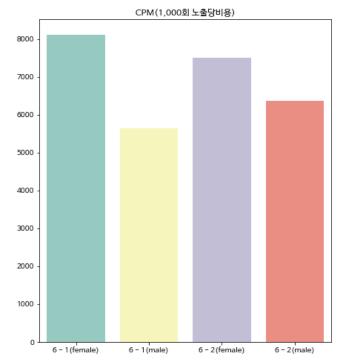
6-1: 이번 달 우리 팀 실절 1위 하는 법!

6-2 : 동료에게 홍삼 대신 도지를!

6-1의 경우 여성과 비슷한 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회를 보 인다. 반면 6-2의 경우큰 격차가 있음을 알 수 있다.





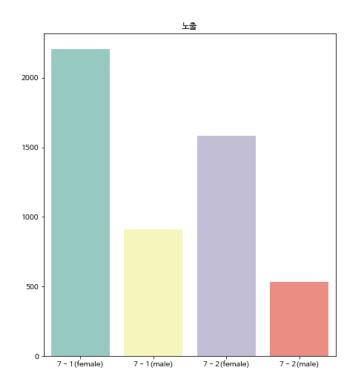


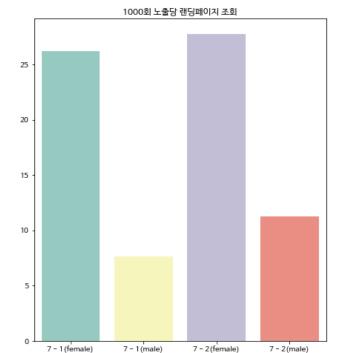


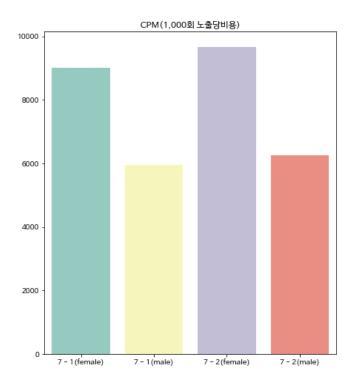
광고카피내용과성별과의관계분석

Category 7: 자녀 공부에 도움이 되게

7-1: 내 아이에게 최고의 선물을! 7-2 : 내 아이의 성적을 책임지다! 7-1, 7-2 모두 노출 당 랜딩페이지 조회가 여성에 비해 낮다.





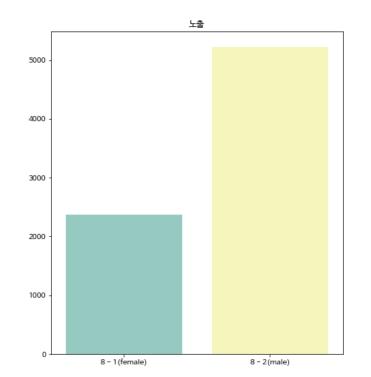


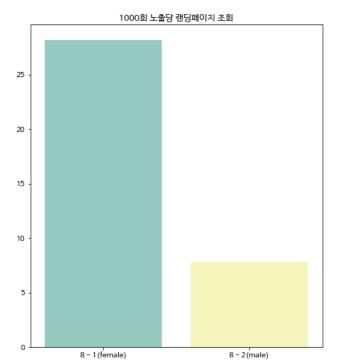


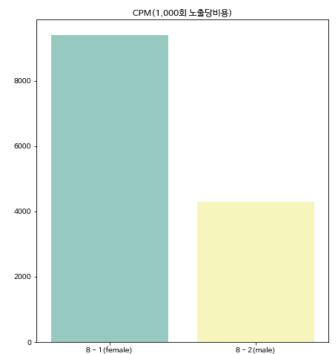
광고카피내용과성별과의관계분석

Category 8: 엄마 갱년기로 잠 못 자서 걱정되는 마음을 해 결하게

8-1: 엄마에게 최고의 딸이 되자! (여성만 타겟) 8-2 : 엄마에게 최고의 아들이 되자! (남성만 타겟) 여성보다 남성의 광고 노출 수가 많다. 그렇지만 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회는 매우 떨어진다.









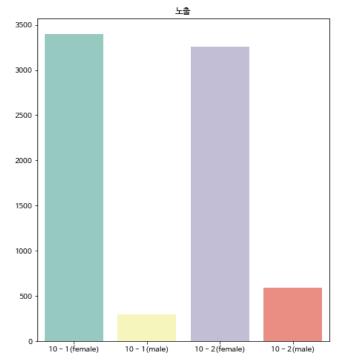
광고카피내용과성별과의관계분석

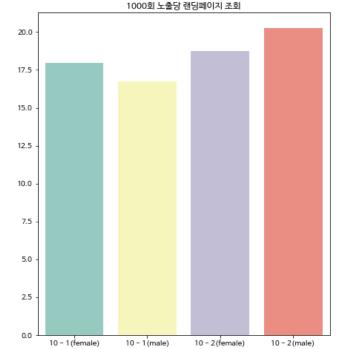
Category 10: 불안감을 해결하게

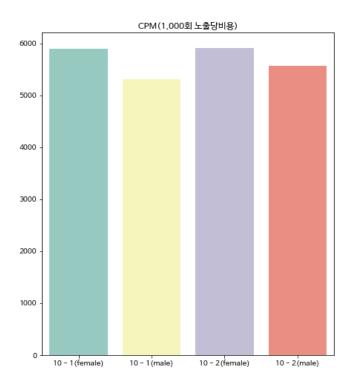
10-1: 불안한 마음을 해결해 드립니다!

10-2 : 당신의 기분을 책임지다

10-2는 남성의 1000회 노출 당 랜딩페이지 조회가 여성보다 높 다. 10-1도 여성과 비슷한 수치를 보여준다.



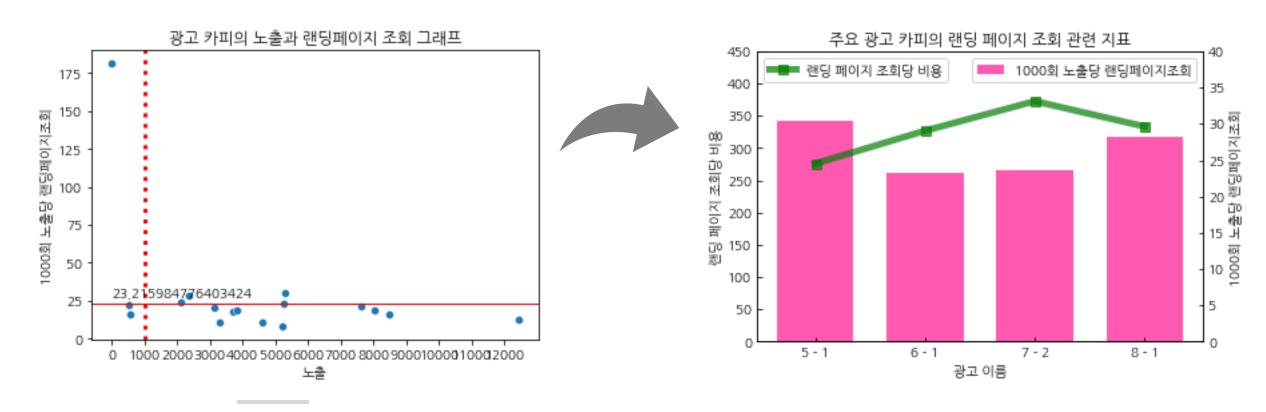




광고 진행 데이터 분석 내용

Dr.Dozy

주요 광고 카피와 타겟 분석



주요 광고 카피 기준

- 1000**회 이상 노출 값**
- 상위 25% 1000회 노출 당 랜딩 페이지 조회

광고 진행 데이터 분석 내용



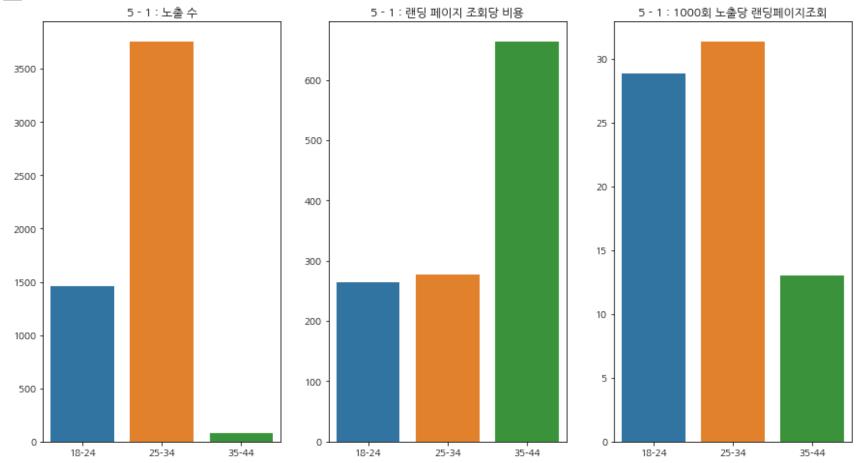
주요 광고 카피와 타겟 분석

5 -] : "6시 땡! 칼퇴하는 방법!"

 \nearrow

25-35 **남녀 직장인 타겟**

18-34 **여성이 전 지표에서 양호한 성과**



광고 진행 데이터 분석 내용

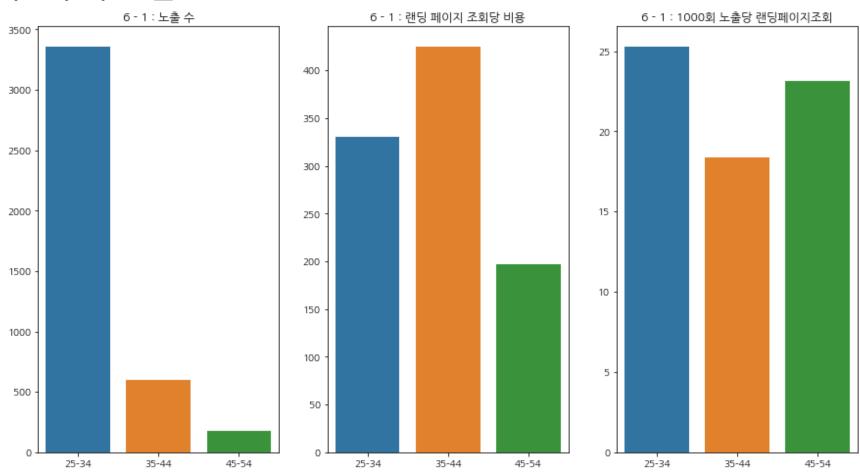


주요 광고 카피와 타겟 분석

6 -]: "이번 달 우리 팀 실적]위 하는 법!"

25-50 남녀 직장인 타겟

25-34는 6-1에서도 다른 연령층 대비 좋은 반응을 보 임



광고 진행 데이터 분석 내용

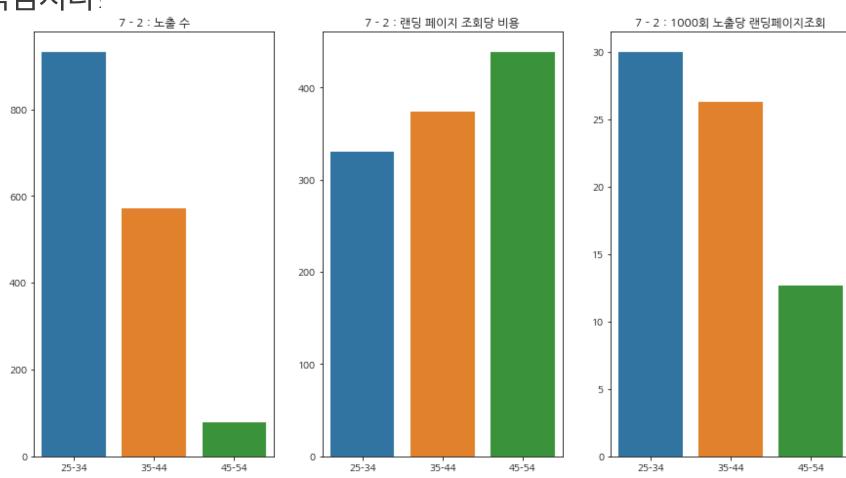


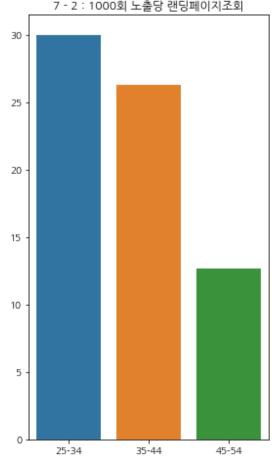
주요 광고 카피와 타겟 분석

7 - 2 : "내 아이의 성적을 책임지다!"

30-50 **남녀 직장인 타겟**

25-34 여성은 다른 연령대비 광고 노출이 높음. 45-54 여성에게 조회 당 비용 은 높게 나오고, 랜딩페이지 조회 수가 낮음.





광고 진행 데이터 분석 내용

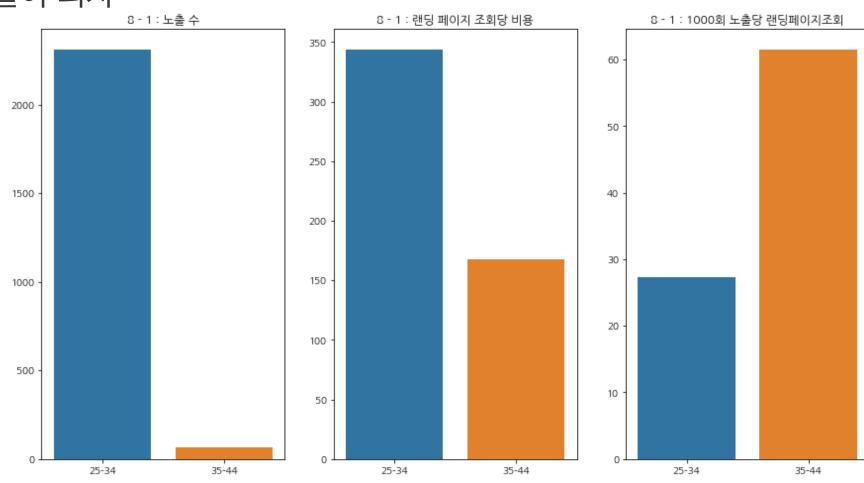


주요 광고 카피와 타겟 분석

8-7: "엄마에게 최고의 딸이 되자"

> 20-30 **여성 타겟**

모든 지표에서 두 집단은 대조를 보임





Part 3 데이터분석결과



어플 '닥터 도지' 에 대한 제안







"어플자체 경쟁력에 집중하자!"

수면에 고통을 받고 있는 사람 중에서 수면 어플로 수면을 유도하는 사람이 10%도 되지 않는다. 즉, 고객이 수면 어플의 효과를 그다지 신뢰하지 않는다고 볼수 있다.

더해서 수면 장애를 겪는 사람들이 잠을 이루기 위한 방법으로 수면 어플보다는 유튜브 보기, 그냥 눈 감고 포기하기 등을 선택하는 것으로 봐서도 수면 어플 자체의 메리트를 느끼고 있지 못하는 고객이 많다.

그러므로 닥터 도지가 수면 앱 시장에서 살아남기 위해서는 수면 어플로써 경쟁력을 가져야한다.

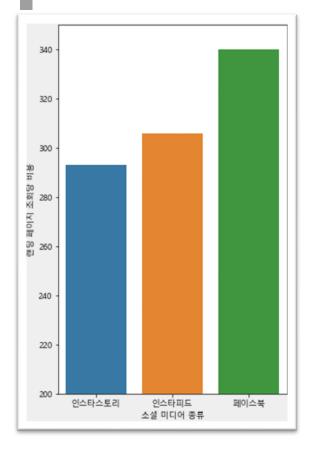
수면 모니터링 기능은 이미 너무 많은 어플이 제공하고 있으니 잠이 필요할 때정말 필요한 어플이 될 수 있도록 노력하는 것이 필요하다.

타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



소셜미디어광고비율조정

랜딩페이지 조회당비용

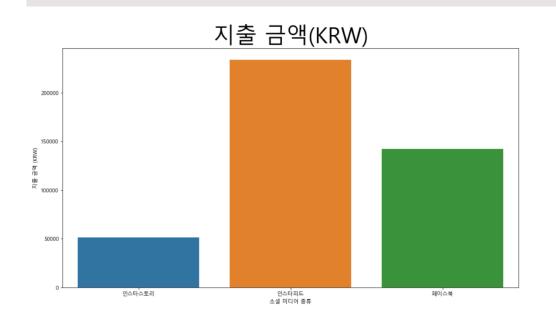


소셜미디어광고비중조정

- 페이스북은 가격적인 면에서 광고효율이 좋지 않음
- 그럼에도 페이스북광고가 지출금액의 33%를 차지

제안:

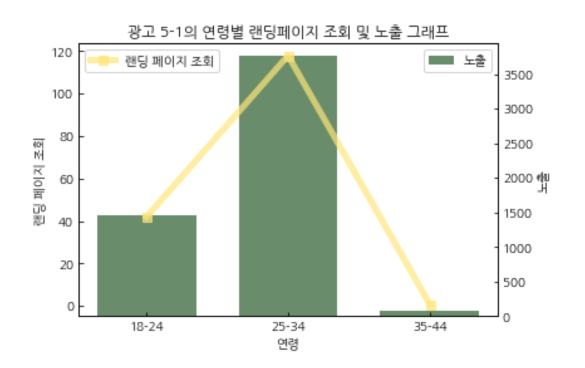
• 페이스북의 광고를 줄이고 인스타스토리/피드 광고를 늘려 결과를 보자

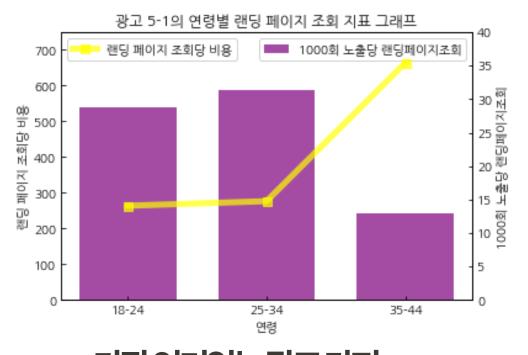


타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



주요 타겟층 전략





"6시땡!칼퇴하는방법!"

 \backslash

25-35 **남녀 직장인 타겟**

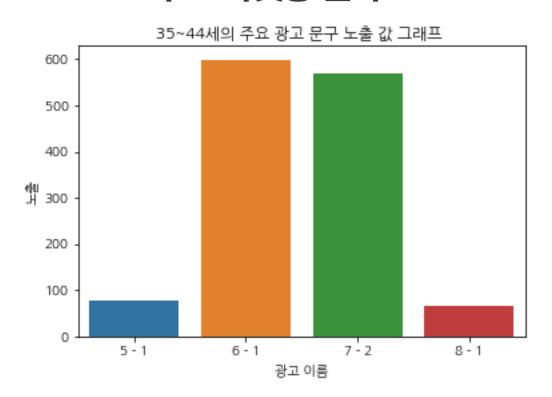


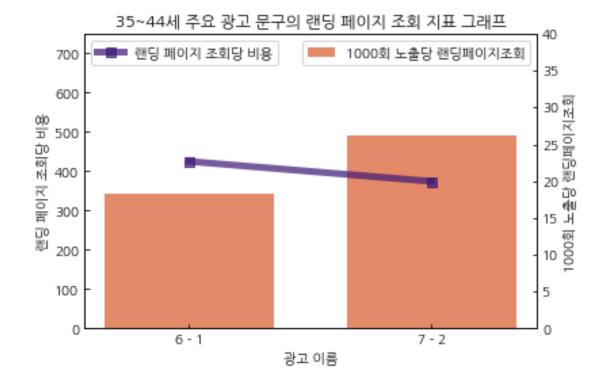
- 18-34에게좋은반응
- 다른연령층, 성별에게시도

타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



주요 타겟층 전략





6-1:"이번달우리팀실적1위하는법!" 7-2:"내아이의성적을책임지다!"



- 35~44여성타겟층
- -두 카피비슷한노출 값
- 랜딩페이지조회지표에서대조적
- 가족(자녀) 에대한관심높아

타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



남성고객층공략

1000회 노출당 랜딩페이지조회

성 광고이름

	0- 10	
male	1 - 1	4.206099
	1 - 2	7.147111
	1 - 3	5.242464
	10 - 1	14.880952
	10 - 2	20.667727
	2 - 1	13.698630
	2 - 2	14.492754
	6 - 1	19.332162
	6 - 2	6.711409
	7 - 1	7.567568
	7 - 2	10.810811
	8 - 2	8.030593

광고효과가 우수한 COPY

6-7. 이번 달 우리 팀 실적 7위 하는 법!

□○-□. 불안한 마음을 해결해 드립니다

10-2. 당신의 기분을 책임지다

타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



남성 고객층 공략

1000회 노출당 랜딩페이지조회

광고 이름	성	
8 - 2	male	8.030593
8 - 1	female	28.451883
7 - 2	male	10.810811
	female	27.692308
7 - 1	male	7.567568
	female	26.942075
6 - 2	male	6.711409
	female	26.970954
6 - 1	male	19.332162
	female	24.354955

광고효과가 여성대비 가장 저조한 COPY

6-2. 동료에게 홍삼 대신 도지를!

7-1. 내 아이에게 최고의 선물을!

8-2. 엄마에게 최고의 아들이 되자

타겟 설정 및 마케팅 전략 제안



남성 고객층 공략

남성고객층공략

- 남성 또한 배제할수 없는 고객층
- 카피 분석 결과로는 남에게 선물을 하려는 고객보다 는 스스로 사용할 고객을 타겟팅하는 것이 유리
- 그러기 위해서는 자신을 위로 해주거나 힘을 실어주는 광고 필요

광고효과가 우수한 COPY

- 6-1. 이번 달 우리 팀 실적 1위 하는 법!
- 10-1. 불안한 마음을 해결해 드립니다
- 10-2. 당신의 기분을 책임지다

광고효과가 여성대비 가장 저조한 COPY

- 6-2. 동료에게 홍삼 대신 도지를!
- 7-1. 내 아이에게 최고의 선물을!
- 8-2. 엄마에게 최고의 아들이 되자



Part 4 마치면서





참고자료



https://ko-kr.facebook.com/business/help?ref=mobile_logo

Meta 비즈니스 지원 센터

https://brunch.co.kr/@wlsalsdnek/5

'유입'을 늘릴 수 있는 대표적인 켐페인 2가지

https://www.joongang.co.kr/article/25036415#home

건강한 수면 유도 앱으로 불면증 문제 해결에 앞장, 중앙일보

http://dozyshop.co.kr/category/%EB%8F%84%EC%A7%80%EC%83%B5-%EC%A0%84%EC%B2%B4-%EC%83%81%ED%92%88/23/

바이플루비오파일 닥터도지 스토어

https://vidfolio.kr/?p=44404

닥터도지 광고영상, vidfolio