충북

2022 데이터 활용사례 교육

지역 소재 기업의 디지털 역량 향상을 위한
데이터 활용사례 시범 교육

일자 | 2022. 11. 8

장소 | 충북 C&V센터 중회의실

과학기술정보통신부 Kdata 한국데이터산업진흥원

2022년 데이터 활용사례 교육 일정표

시간	내용	비고
10:00~10:05 (5')	인사말·강사소개	-
10:05~10:40 (35')	데이터 리터러시 이해 데이터 활용에 성공한 기업들 사례	-
10:40~11:50 (70')	지역주력/전통산업 분야 데이터 활용사례	-
11:50~	활용사례 교육 질의응답 참석자 대상 교육만족도 조사	-

2022 데이터 활용사례 교육

데이터를 활용한 기업의 경쟁력 제고 방안

2022.11.8

목차

01 들어가며: 데이터 분석/활용 개요

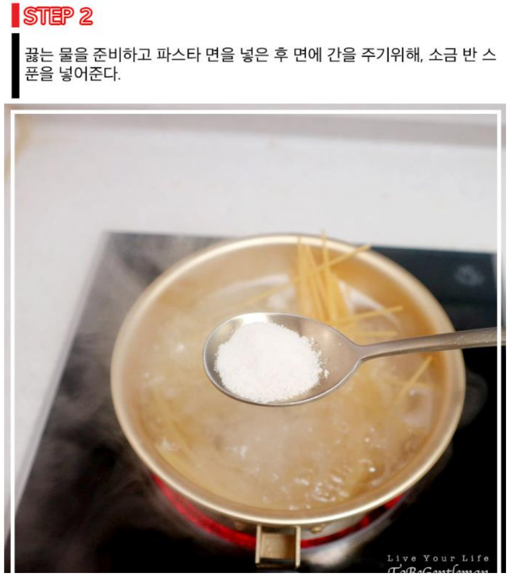
02 데이터 활용 사례 영상

03 성공적 데이터 분석/활용을 위한 제언

AI 면접관 시대

데이터와 데이터 분석

재료(데이터)

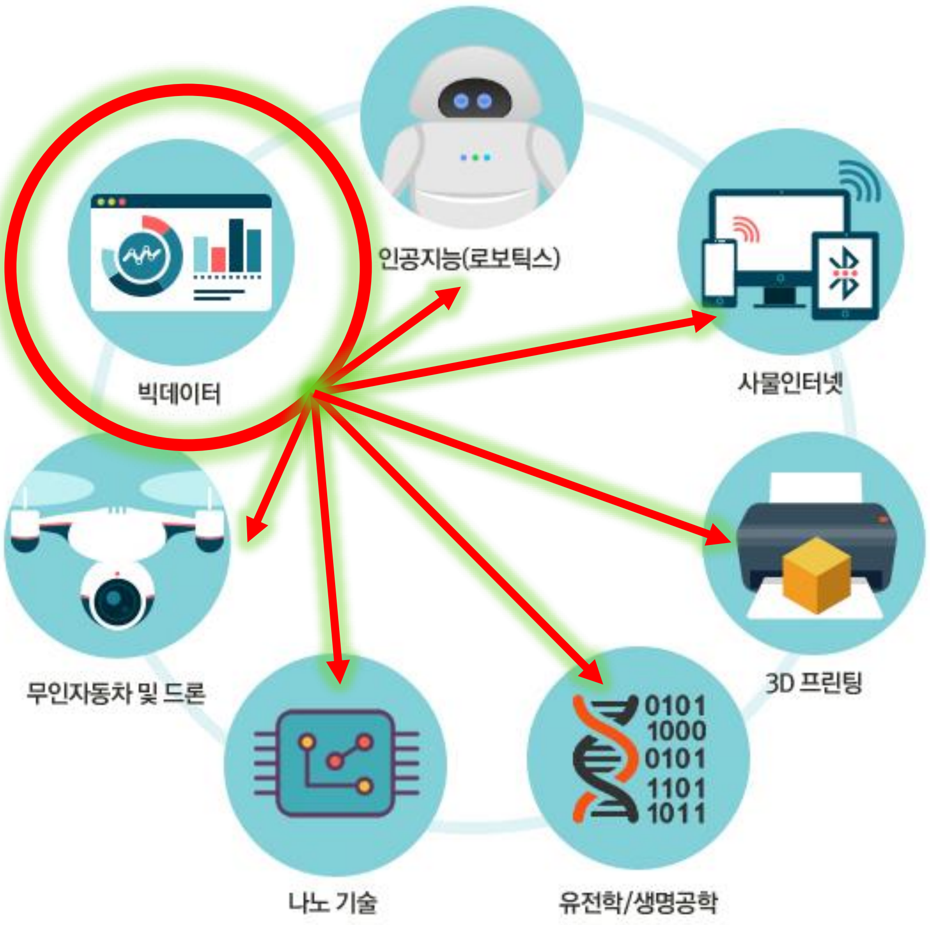


레시피(데이터 분석 AI, ML)

요리(결과)

4차 산업혁명과 데이터의 중요성

데이터는 4차 산업혁명 **핵심기술인 동시에 기반기술**



민간 데이터와 공공데이터 융복합 필요

1. 정형 데이터 및 비정형데이터 융합
2. 민간 데이터(센서, 위치정보) 데이터와 공공데이터 융합을 통한 모델 개발
3. 민간 분야의 공공재적 데이터 공유

데이터 가치 극대화

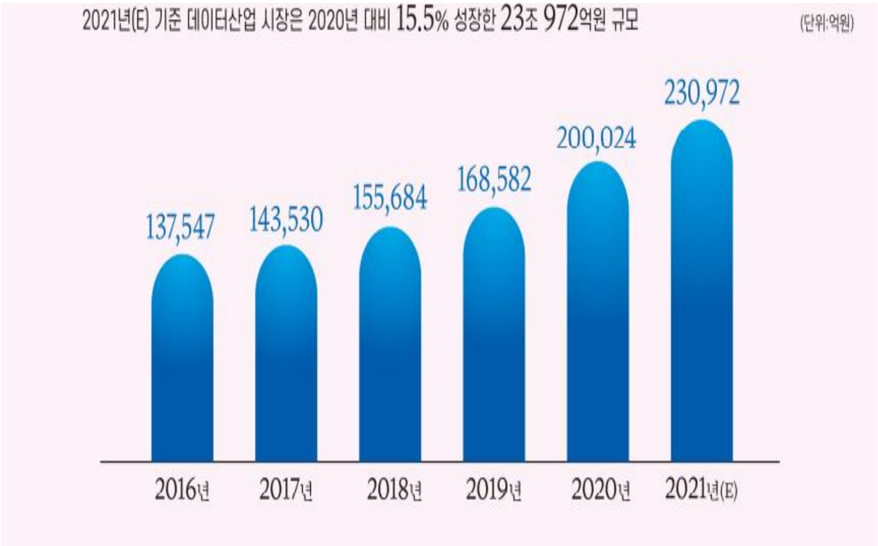
1. 융복합 모델 개발을 통한 데이터 가치 향상
2. 민간-공공데이터 융합을 통한 부가가치 창출
3. 데이터 융합을 통한 민간-공공분야 신규 서비스 개발

※ 자료 : 직업의 미래(The Future of Jobs) 보고서

데이터 산업 동향

국내 데이터산업 시장규모는 지속성장하고 있으며, 정부의 적극적인 데이터 경제 활성화 정책 및 코로나19 팬데믹으로 디지털 전환이 이루어지며 공공, 금융, 통신 분야 등에서 데이터 활용이 활성화되고 있음

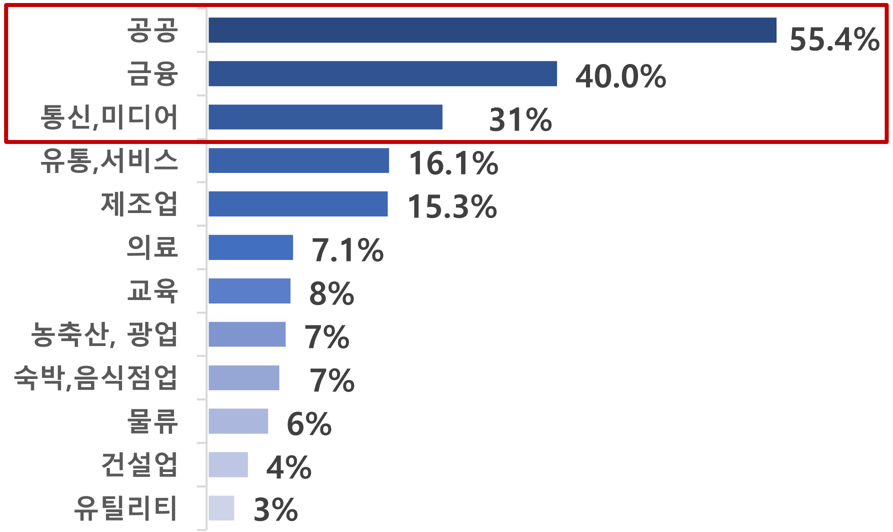
국내 데이터 시장 규모



'21년 국내 데이터산업 시장규모는 23조로 전년대비 15.5%로 성장, 지속적인 상승세 유지('19년부터 '21년 예상치까지 3개년 연평균 증감률(CAGR)은 17.1%)

* 출처 : 2021 데이터산업현황조사 (KDATA)

분야별 데이터 도입률



정부의 적극적인 데이터 경제 활성화 정책 및 코로나19 팬데믹으로 디지털 전환이 이루어지고 있으며, 공공, 금융, 통신 분야 중심으로 데이터 활용이 활성화

* 출처 : 2020 정보화통계집 (과기정통부, NIA)

활용 데이터의 지속적 확장

SNS 데이터 중심의 분석에서 데이터 융합분석으로, 해외 SNS데이터, 영상 및 음성 데이터 등으로 분석 데이터의 종류가 확장되고 있음

3 단계

2 단계

1 단계

SNS 데이터 (63%)

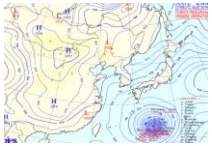
센서 — 센서데이터 (20%)

제조 — 공장생산 데이터 (17%)

- SNS 데이터 중심의 분석
- 개별 데이터 **독립적 분석**

SNS + 공공데이터 융합 분석

- **기상청 미세먼지 데이터 + SNS 버즈량**
  - 휴대용 미세먼지 측정기의 신제품 출시 및 마케팅 시점 세분화



- **공공데이터포탈 소상공인 상가업소 DB + SNS 고객분석**
  - 유아용품 영업점 입점 대상 지역 제안, 유아 용품에 대한 고객 니즈 파악

다양한 내부 데이터 분석

의료데이터(보험청구 사전심사)
의원 청구액, 다빈도 약제, 삭감항목 데이터

구매이력 데이터(수제구두)
고객 발 측정 데이터와 AS데이터

고객 가입 데이터 (화장품)
고객별 피부타입과 구매 화장품/관심 브랜드

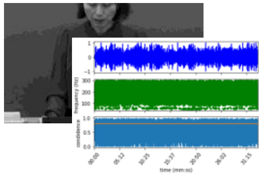
⋮

해외 SNS 데이터, 영상 및 음성 데이터

- **해외 SNS 데이터**

  - 미국 시장 진출 중소기업을 위한 소비자들의 인식 분석

- **영상 및 음성**



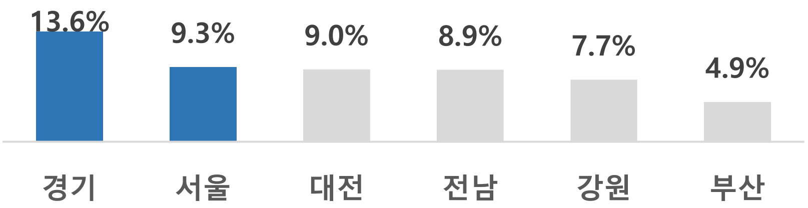
  - 동영상 수강자의 이탈 영향 분석

데이터 활용 및 도입 이슈(1/2)

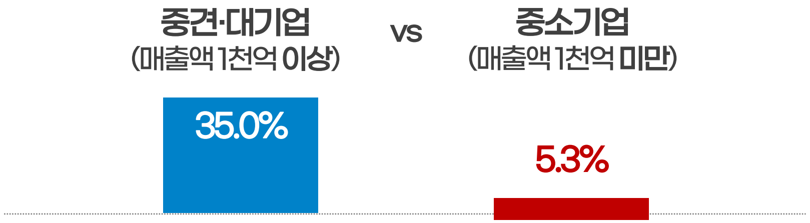
국내 데이터 시장은 성장세를 보이고 있지만 **대기업-중소기업 간, 수도권-비수도권 지역 간 데이터 활용 역량 격차** 심화, **중소기업들은** 전문인력, 비용 부담 등으로 **데이터 도입에 어려움을 토로함**

지역별, 기업규모별 데이터 활용 격차

<지역별 데이터 도입 현황>



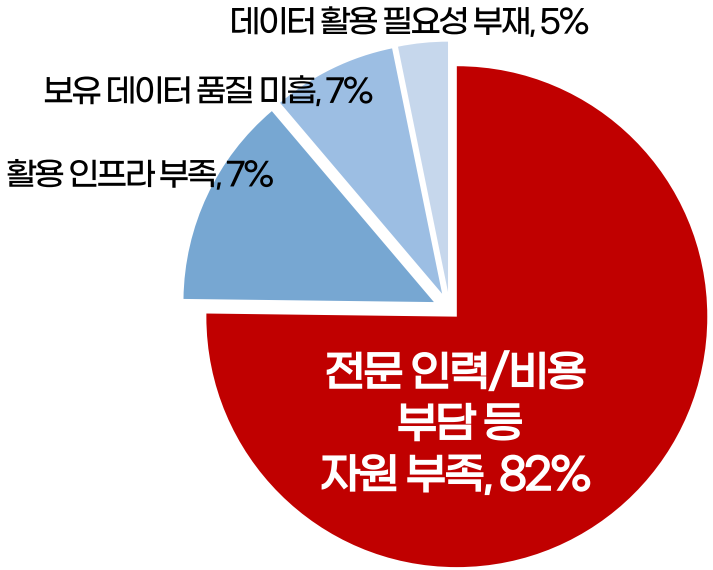
<기업규모별 데이터 도입 현황>



수도권-지방 간 데이터 활용 역량, 대기업-중소기업 간 데이터 활용 역량 격차가 심화

* 출처 : 2020 정보화통계집 (과기정통부, NIA)

데이터 도입 애로사항



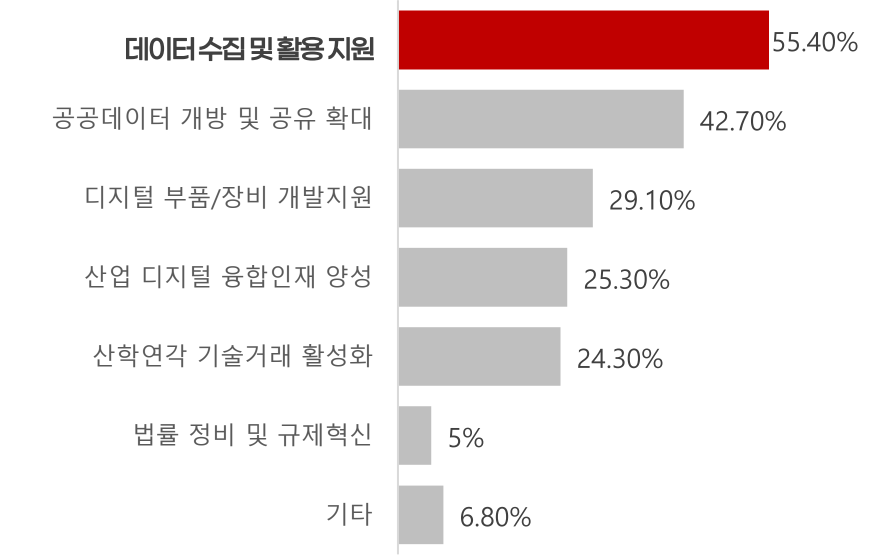
중소기업은 자원부족(전문 인력, 비용부담 등)으로 인하여 데이터 기술의 도입이 더딘 것으로 분석

* 출처 : 2021 중소기업 데이터 활용지원 사업 사전 수요조사 (BIPA)

데이터 활용 및 도입 이슈(2/2)

중소기업의 경우 데이터 수집 및 활용 지원에 대한 니즈가 높으며, 홍보 및 마케팅, 신제품 기획, 생산성 향상, 서비스 운영 효율화 등 다양한 영역에서 데이터 분석 및 활용수요가 존재함

데이터 수집 및 활용 지원에 대한 높은 니즈



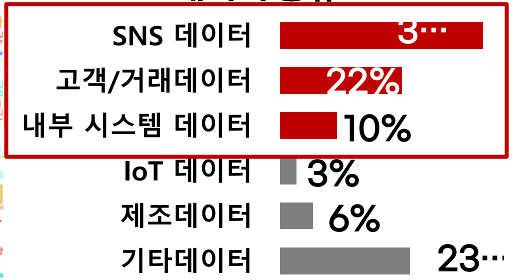
수도권-지방 간 데이터 활용 역량, 대기업-중소기업 간 데이터 활용 역량 격차가 심화

* 출처 : 지역 산업의 디지털 전환 실태와 대응 방향 (BISTEP, 2020)

지역 수요기업 데이터 분석활용 수요

<Word cloud 분석>

<데이터 종류>



<활용 비즈니스 영역>

홍보 및 마케팅 33%	신제품 서비스 기획 31%	생산성 향상 29%	서비스 운영 효율화 6%
• 시장 트렌드 분석 • 고객 요구 분석 • 상품 추천 서비스	• 타깃 고객 분석 • 자사 및 경쟁사 분석 • 구매 결정 요소 분석	• 생산성, 비가동, 불량요인 특성 분석 • 품질관리 분석	• 데이터 품질 고도화 • 업무소요량 예측

홍보 및 마케팅, 신제품 기획, 생산성 향상, 서비스 운영 효율화 등 다양한 영역에서 데이터 분석 및 활용수요가 존재함

* 출처 : 지역 소재 수요기업 분석결과

영역별 데이터 활용

신제품/서비스 발굴
(제조/서비스/유통 등 전업종)

생산성 및 품질향상
(전통적 제조업)

데이터를 활용한
Biz.Value 창출

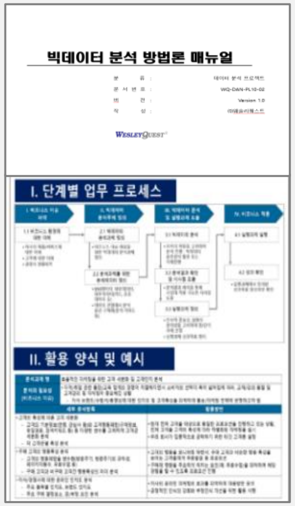
마케팅/영업을 통한
고객/매출 증가
(제조/서비스/유통 등 전업종)

매장관리를 통한
고객/매출증가
(오프라인 매장)

영역별 데이터 분석 주제 및 분석기법

데이터 분석 관련, 영역별 분석 주제 및 분석 기법은 기업의 보유 데이터 및 활용 니즈에 따라 다양함

데이터 분석 방법론
- 업무프로세스
- 활용 템플릿
- 가치사슬별 주요 분석 주제 및 분석기법 정의



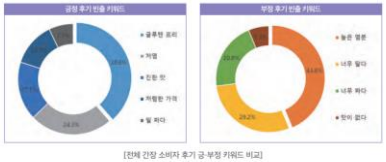
가치사슬별 분석주제 및 분석 기법

가치사슬: 제품·서비스 기획

시장 트렌드 분석

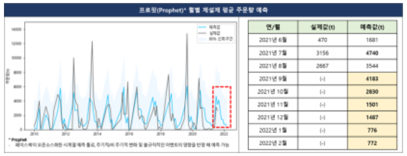
구매 목적·결정요소, 키워드 분석 등

베타 테스트 결과분석



긍부정 분석, 인지도 분석 등

수요예측

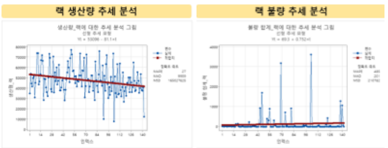


시계열 예측 (RFR, LSTM 등) 분석

…

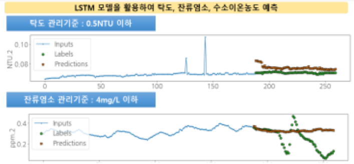
가치사슬: 생산성 및 품질 향상

생산성 분석



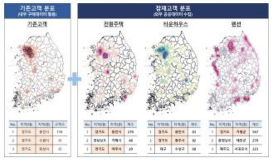
프로세스 마이닝 (리드타임 분석 등)

설비고장 예측 분석



이상항목 예측 분석, 설비생산성

물류센터 최적지 분석



매출 분석, 유동물류 분석 등

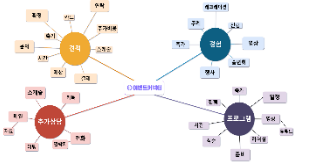
…

가치사슬: 홍보 및 마케팅

고객군 세분화

RFM분석, 군집 분석 등

고객 VOC분석



키워드 분석, 토픽 모델링 등

자사·경쟁사 인식분석

검색패턴 분석, 긍부정 지수 등

…

신제품·서비스 발굴

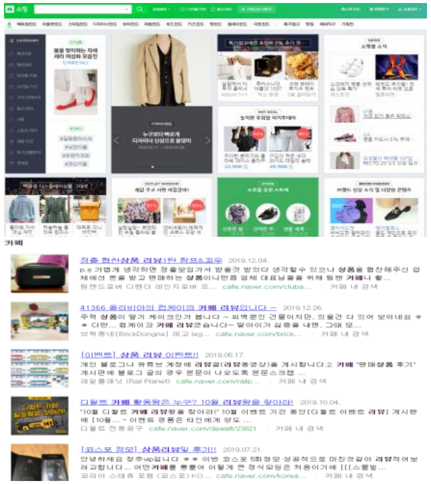
* 활용 데이터: 온라인 쇼핑몰 상품정보(가격, 구매건수, 평점 등), 온라인 커뮤니티, 블로그, 카페 상품리뷰

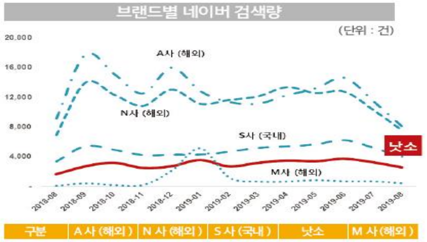
키워드 분석	시계열 트렌드 분석	고객군 분석
브랜드 인지도, 품질, 가격 등의 키워드 검색량 분석 및 **연관 키워드** 분석	마케팅 트렌드 키워드에 대한 **시계열 트렌드에 대한 패턴** 분석	**연령대, 성별 SNS 검색량** 분석을 통한 **마케팅 대상 주요 고객군** 분석

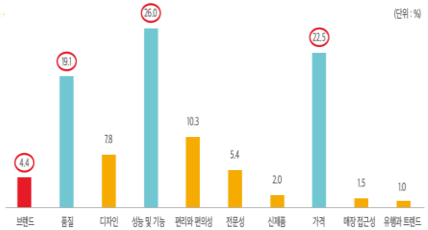
Nassau

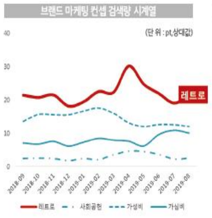
<스포츠 브랜드 낫소의 데이터 활용 사례>

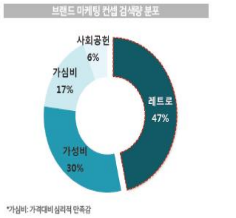
SNS 데이터 수집 및 전처리 → 브랜드·품질·가격 만족도 및 구매결정 요인 분석 → 마케팅 트렌드 및 주요 고객군 분석 → 레트로 제품 기획 및 3040여성 마케팅 확대











네이버 검색량

남성	10대	20대	30대	40대	50대
A사	912	450	870	910	140
나이키	993	570	1010	550	109
스타	481	610	680	380	59
낫소	331	340	350	270	58
몰텐	41	38	130	42	6

여성	10대	20대	30대	40대	50대
A사	114	96	830	970	100
나이키	96	136	710	850	85
스타	25	35	228	230	34
낫소	14	32	167	187	35
몰텐	2	13	40	4	0

*최근 한 달 동안의 "브랜드명+축구공" 네이버 광고 검색량

[캐릭터 축구공 및 온라인 오픈마켓 제품설명]

생산성 및 품질 향상

* 활용 데이터: 발생하는 센서 데이터 및 이벤트 데이터

비즈니스 이슈 및 수집데이터

선박 평형수 처리장치 A/S 시장 선점 필요

- 선박 평형수 처리장치의 결함 혹은 고장으로 인해 방선 비용 증가
- 선사 입장에서는 유지관리 비용이 증가하고 있음
- 선원의 보고사항에 의해 방선이 이루어지기 때문에 고장 원인을 잘못 파악하여 재방선으로 이어져 비용이 증가함

데이터 전처리 및 분석

- LOG DATA 전처리
  - 결측치, 이상값 제거
  - 필요 데이터 테이블 병합하여 데이터셋 구축
- 탐색적 데이터 분석(EDA) 진행
  - 통계 분석, 상관관계 분석
  - 데이터 시각화하여 표현, 패턴 탐색
- ML/DL 모델 학습 데이터셋 구축
  - 학습 모델에 따라 Data Scaling, OneHotEncoding, Sliding Window 등 진행

의사결정지원 모델 개발

- 선박 평형수 처리장치 다음 오퍼레이션 시 고장 예측
  - 지도학습 모델 (LSTM, XGBoost등), 비지도학습 모델(K-means, KNN) 검토
  - Smooth 기법으로 데이터 불균형 극복
- 선박 평형수 처리장치 다음 오퍼레이션 시 Error Score 예측
  - Pycaret 라이브러리 이용하여 총 18개의 회귀 모델 학습
  - 하이퍼 파라미터 조정, Ensemble 기법 사용하여 모델 정확도 향상

➔ 선박 평형수 처리장치 고장을 예측하여 방선 여부결정 지원, 방선 비용 절감 기대

	SHIP_ID	SECTION	OP_TYPE	day	RUNNING_TIME	VOLUME	TRO_AVG	ANU_AMOUNT	TOTAL_POWER	CSU_mean	STS_mean	FTS_mean	FMU_mean	TRO_mean	ANU_mean	RATE_mean	TRO_COUNT_mean	SYSTEM_mean	VOLTAGE_mean	CURRENT_mean	BP1_CLX1_mean	BP1_CLX2_mean
0	T140110-00206	0	1	2020-07-09	385.571429	38.750000	0.207835	0.0	-0.107103	45.096413	0.0	0.0	389.673670	0.171736	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.371915	1622.397579	0.000000	0.0
1	T140110-00206	0	1	2020-07-11	285.666667	27.666667	0.000000	0.0	-0.079352	48.937389	0.0	0.0	351.235722	0.547556	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.940000	1728.516667	0.547556	0.0
2	T140110-00206	0	1	2020-07-25	124.541667	7.916667	0.000000	0.0	0.000000	49.428597	0.0	0.0	249.051639	0.000000	0.0	-1.0	0.0	0.0	0.555833	637.908333	0.000000	0.0
3	T140110-00206	0	1	2020-07-26	185.833333	11.666667	0.615833	0.0	0.000000	49.116667	0.0	0.0	243.756154	0.418077	0.0	-1.0	0.0	0.0	1.505288	1007.333333	0.178462	0.0
4	T140110-00206	0	1	2020-08-06	4579.000000	708.000000	4.311273	0.0	0.000000	46.482817	0.0	0.0	566.863990	3.885645	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.887769	3257.132424	2.002260	0.0
5	T140110-00206	0	1	2020-08-07	4174.937500	707.090278	3.074868	0.0	0.000000	46.633905	0.0	0.0	520.710010	2.917937	0.0	-1.0	0.0	0.0	1.761171	1954.065685	1.771545	0.0
6	T140110-00206	0	1	2020-08-11	594.000000	81.833333	1.771770	0.0	0.000000	47.007083	0.0	0.0	466.284940	1.714821	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.393155	2553.142857	0.896071	0.0
7	T140110-00206	0	1	2020-08-15	561.333333	58.666667	2.815800	0.0	0.000000	51.094722	0.0	0.0	360.113519	2.598426	0.0	-1.0	0.0	0.0	3.110185	2021.055556	2.598426	0.0
8	T140110-00206	0	1	2020-08-18	1211.611111	177.194444	2.253392	0.0	0.000000	45.541514	0.0	0.0	545.813932	2.181854	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.165749	2477.437496	0.879584	0.0
9	T140110-00206	0	1	2020-08-29	722.750000	98.000000	0.950057	0.0	0.000000	51.810667	0.0	0.0	497.872181	0.828958	0.0	-1.0	0.0	0.0	2.458681	2696.450000	0.515000	0.0

	Model	MAE	MSE	RMSE	R2	RMSLE	MAPE
gbr	Gradient Boosting Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
br	Bayesian Ridge	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
ridge	Ridge Regression	3.3365	72.0587	8.3437	0.2172	[illegible]	1.1708
lar	Least Angle Regression	3.3369	72.0625	8.3489	0.2171	[illegible]	1.1797
lr	Linear Regression	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
omp	Orthogonal Matching Pursuit	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
lightgbm	Light Gradient Boosting Machine	3.3024	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
lasso	Lasso Regression	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
en	Elastic Net	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
rf	Random Forest Regressor	3.5825	80.7033	8.7442	0.1284	1.0027	1.1352
huber	Huber Regressor	3.2204	[illegible]	[illegible]	[illegible]	1.0724	[illegible]
knn	K Neighbors Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
llar	Lasso Least Angle Regression	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
dummy	Dummy Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	1.2515
dt	Decision Tree Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
ada	AdaBoost Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
et	Extra Trees Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
par	Passive Aggressive Regressor	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

마케팅·영업전략 수립

* 활용 데이터: 회원가입 데이터, 로그/유입 데이터, 구매/사용내역 데이터, 만족도/평점 데이터, 리뷰 데이터 등

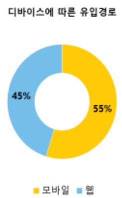
고객군 분석	구매 요인 분석	상품 추천을 위한 구매 연관성 분석
클러스터링(비지도학습) 기법을 통한 **고객 군집 및 해당 군집별 특성** 분석	**부스팅 등 지도학습 기법**을 통한 **구매자/비구매자 속성 비교 및 구매 패턴** 분석	**연관성 분석/필터링 기법**을 통한 **상품 연관규칙** 분석 및 **추천시스템** 개발

TITANIA GERMANY

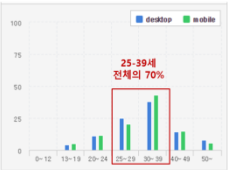
<온라인 쇼핑몰(웹) 티타니아의 데이터 활용 마케팅 사례>

쇼핑몰 축적 데이터 수집 및 전처리 → 핵심고객 유형 파악 → 고객군 세분화를 통한 주요상품 및 추천상품 제시 → 추천시스템 기반 고객 맞춤형 상품 추천 및 프로모션

TITANIA GERMANY 1. 티타니아 온라인 핵심구매자 : 25~39세 직장인



월간 네이버 검색수 사용자 통계/나이대(%)



거래는 주중인
월~목요일에 많이 발생하고,

검색사용자는 25~39세가
70% 이상 그리고 디바이스가
PC, 모바일이 비슷한 형태의 양상을
보이는 바

2030 직장인이 근무시간에 쇼핑몰을 이용하는 것으로 추정됨

	사은품을 좋아하는 발각질 관심고객	오직 발각질 관심고객	장바구니 품목이 다양한 손발톱고객	발냄새 제품만 좋아하는 고객	기타 이것저것 구매고객
유입 검색어	1.발각질	1.발각질 2.굳은살	1.발톱 2.손톱 3.무좀	1.발냄새 2.땀 3.발샴푸 4.발스프레이	1.풋크림 2.갈라짐 3.깔창 4.발패드
주요 구매 제품	• 발각질 제품 • 풋크림 제품 • 기타 제품 • 발냄새 제품	• 발각질 제품	• 손 관련 제품 • 기타 상품	• 발냄새 상품	• 풋크림 상품 • 보호용쿠션
구매 패턴	- **사은품**과 함께 제품 구매하는 경우가 많음 - **구매량이 많고 구매 제품**	- 콘커터류 상품을 많이 구매함	- 손발톱 외에 **다른 제품 구매** 비율도 높음	- 발냄새 제품만 구매하는 경향 존재 - **세트 상품**으로 구매하는 경향이	- 구매 제품 종류가 다양함

고객군	주요 상품	추천상품 1	추천상품 2	추천상품 3	추천상품 4	추천상품 5
1	[p_162] 일렉트릭 캘러스 리무버	[p_165] 전동각질 제거기 교체용 롤러	[p_164] 일체형 콘커터	[p_147] 손발톱 영양제 5 개 세트	[p_180] 크랙트힐 밤	[p_140] 소프트 터치 콘커터 세트
2	[p_174] 콘커터	[p_175] 콘커터 날	[p_147] 손발톱 영양제 5 개 세트	[p_191] 풋 & 네일밤 (풋크림)	[p_148] 손발톱 영양제 B 타입	[p_136] 샌드풋파일
3	[p_145] 손발톱영양제	[p_175] 콘커터 날	[p_164] 일체형 콘커터	[p_122] 발샴푸	[p_96] 네일파일	[p_180] 크랙트힐 밤
4	[p_122] 발샴푸	[p_196] 풋 파우더	[p_153] 신발 냄새 스프레이	[p_188] 파우더 스프레이	[p_145] 손발톱영양제	[p_118] 발냄새 스프레이
5	[p_180] 크랙트힐 밤	[p_203] 필링크림	[p_175] 콘커터 날	[p_191] 풋 & 네일밤 (풋크림)	[p_197] 풋프로텍션 크림	[p_108] 메달 / 샌드 더블 풋파일

AI 간식 추천 시스템 개발

원천 데이터를 확보하여 수집 및 전처리 후, AI 솔루션 커스터마이징을 통해 추천 모델을 개발하고, CEM 시스템을 고도화하여, MD들에게 상품분류와 고객들에게 개인화 서비스를 제공

데이터 원천 → 데이터 수집 및 전처리 → AI 솔루션 커스터마이징 → 서비스 활용

데이터 원천

간식 제공 서비스 회사

제품, 고객거래 데이터

식품의약품안전처

식품의약품안전처

식품영양성분 DB, 원재료정보

온라인 쇼핑몰

NAVER

Gmarket

영양정보, 원재료 정보

데이터 수집 및 전처리

- 데이터 수집 (Crawling, Open-API, 다운로드)
- 이미지 처리 (OCR)
- 텍스트 처리 (NLP)
- 속성 정의
- 속성 태깅 (간식제품별 속성 태깅)

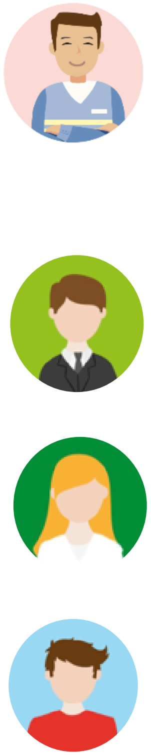
AI 솔루션 커스터마이징

- 학습용 DB 구축
- AI추천 모델 개발

CEM 시스템 고도화

- AI 솔루션 연동
- 프론트엔드 개발

서비스 활용



상품분류: MD/ 관리자

개인화서비스: 비회원 고객, 회원 고객, 정기 구독 고객

오프라인 매장관리

고객의 무선신호정보를 수집하여 고객의 **이동패턴및 매장동선을 분석**하고, 이를 바탕으로 **효율적인 제품 진열 및 프로모션** 추진

데이터 원천 →	데이터 수집 및 분석 →	서비스 활용

분석 매장

관광상권, 대학상권

정보출처

무선센서데이터를 통해 수집된 무선신호 정보

수집정보

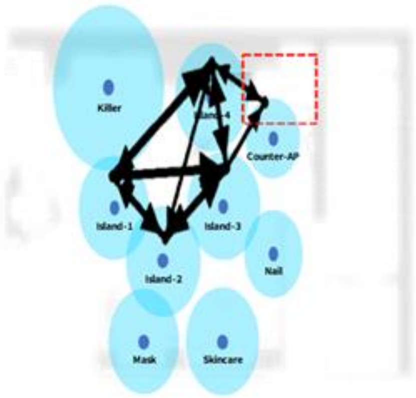
고객통행량, 방문객, 체류객 정보 수집

매장별 퍼널 지표 / 동일상권 매장 평균 퍼널지표 분석

	관광상권 화장품 A사	관광상권 3개 매장 평균	대학상권 화장품 A사	대학상권 3개 매장평균
유동인구	52.4K*	53.0K*	14.2K	17.3K
방문율	1.7%	3.6%	1.1%	3.1%
방문객	875	2.16K	148	500
체류율	70.8%	76.2%	73.2%	71.5%
체류객	620	1.72K	109	363
구매율	36.9%		50.7%	
구매객	229		55	

방문율이 2~3배 낮음

관광상권 주요 고객 동선 및 존방문율/체류시간 분석



센서명	존	방문율	체류시간
Counter	카운터	31.1%	2분 02초
Killer	킬러존	24.6%	2분 13초
Island-1	아이/립스틱/하이라이터/쿠션	60.9%	2분 26초
Island-2	아이섀도우/베이스	47.0%	2분 17초
Island-3	파운데이션/파운데이션	51.7%	2분 18초
Island-4	쿠션/아이/립/서브브랜드/메이크업존	48.6%	2분 14초
Mask	마스크/클렌징&바디	25.4%	2분 14초
nail	네일	22.1%	2분 22초
skincare	스킨케어	7.0%	2분 25초
매장 전체		1.67%	4분 41초

고객 패턴 기반 디스플레이 제안

프로모션 집중기간 설정

데이터 분석/활용 추진절차

데이터 분석/사업 수행절차는 일반적으로 1.데이터 수집 및 전처리, 2.데이터 분석, 3.판매 예측 모델 개발, 4.활용 계획 수립의 4개 Task로 진행되며, 세밀한 설계가 중요함

예시

데이터 수집 및 전처리 → 데이터 분석 → 판매 예측 모델 개발 → 활용 계획 수립

데이터 수집 및 전처리
- **분석과제 요구사항 정의 및 방향성 정립**
- **분석 대상 데이터 수집**
- **데이터 전처리**
  - 필요변수 추출 및 Feature Engineering
  - 결측치 및 이상치 처리
  - 데이터 표준화

데이터 분석
- **일반 현황 분석**
- **프로모션 효과 분석**
- **인센티브 효과 분석**

판매 예측 모델 개발
- **프로모션 적용 판매 예측 모델 개발**
- **인센티브로 인한 판매 예측 모델 개발**
- **외부환경 데이터 반영 방안 마련**

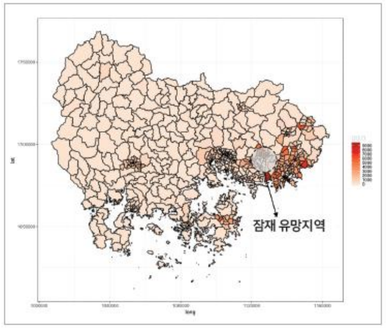
활용 계획 수립
- **이해관계자 요구사항 수렴을 통한 활용계획 수립**
- **데이터 분석결과 리포트 작성**

데이터 분석 이후 실행과제 도출 및 효과성 검증 필요

데이터 분석 이후, 실질적인 성과를 창출하기 위해 실행과제 도출 및 적용이 중요하며, 필요시 홍보 및 마케팅을 병행하여 실행과제의 효과성 검증이 필요

실행과제 도출

No	기업명	자문내용
1	커리어텍	• 커리어텍 내부적으로 데이터를 통합하고 통계화하여 활용할 수 있는 계기로서 의미가 있음 • 구인 시장 전반적 정보로 분석 범위를 넓혀 결과의 유의성 확보 필요 • 구인 요청 이전 선제적으로 시장수요를 예측해서 인재풀을 확보할 수 있는 형태로 분석의 정교성 강화 필요
2	홈페이지코리아	• 주얼리 제품에 대한 남성들의 니즈는 자신이 착용할 목적과 여성에게 선물할 목적으로 구분되어 분석될 필요가 있음 • 트렌드는 계속 변화할 수 있는 내용으로, 현재 준비단계라면 브랜드 컨셉에 대한 시장조사가 더 중요할 것으로 보임 • 익산의 보석단지와 협업하여 제품 개발 논의도 고려해볼 필요 있음
3	디지털존	• NCS 직무별 우수인재 추천을 빅데이터 분석으로 접근한 재미있는 아이디어라고 생각함 • 수강한 과목별과 강의소개서 내용과 NCS 직무기술서 간 단순 유사도에 의한 인재추천에는 한계가 존재 • 향후 대학, 교육부, 고용부 등의 범기구간 논의를 통해 해당 알고리즘을 적용할 경우 의미가 있을 것을 기대함
4	노크	• '디지털 사이니지'라는 제품이 일반 대중들이 소비하는 것이 아닌, 회사차원의 구매가 이루어지는 만큼 소셜 데이터 분석이 큰 의미가 있을지에 대한 의문 • 따라서 '인테리어' 부문으로 목적을 축소하여 제품의 활용영역을 찾는 것은 업체에 도움이 되는 부분일 것 같음
5	디지털마케팅코리아	• 마케팅 술수에 대하여 사전 정의하고, 이를 기준으로 마케팅 효과 제고방안을 마련할 필요가 있음



- 데이터 분석결과 적용에 대한 논의
- 신제품 기획 아이디어 회의 진행
- 신규 매장 유망지역 선정
- 제품 비구매자 대상 소비자 반응 설문조사
- 데이터 추가 분석 내용 및 필요 데이터 Set 컨설팅
- 추천 시스템 구현 아이디어 회의

홍보 및 마케팅 실행

Image	Type	Name	Main Ingredients	Characteristic	TPO to drink TEAZEN
TEAZEN 연잎차	Health Tea	Lotus Tea	Lotus 66.5%	It has strong and mellow fragrance made of Lotus leaves. It's good for skin and relaxing, diet as well.	
TEAZEN 옥수수수염차		Corn Silk Tea	Corn 81% Corn silk 15%	If you are worried for your period pain, having a cup of tea everyday will help you.	
TEAZEN 우엉차		Burdock Tea	Burdock 80%	The pre-selected high-quality burdock was carefully steamed and dried, as if producing ginseng.	
TEAZEN 민들레차		Dandelion Tea	Dandelion 93%	Dandelion is useful wild flower which is available to conjugate all parts of it. Especially its leaves and roots are good to body detox and Non Caffeine.	
How to Drink?		80℃	1-2 min		• Pour 150ml hot water (80℃) • Add a teabag into a cup • Wait for 1~2minutes and enjoy! ※ It's also nice with cold water

- 온라인 마케팅 교육 참가
- 홍보 콘텐츠 (카피 문구 및 영상) 제작 아이디어 회의
- 마케팅 커뮤니케이션 컨셉 보드 작성
- N포탈 키워드 광고 가격 설정 교육 및 최적 예산 책정
- 페이스북 콘텐츠 제작, 광고 실행 및 효과분석
- 해외 진출 브랜드 네이밍 지원, 해외시장 마케팅 컨설팅/바이어 발굴/거래 제의서 작성

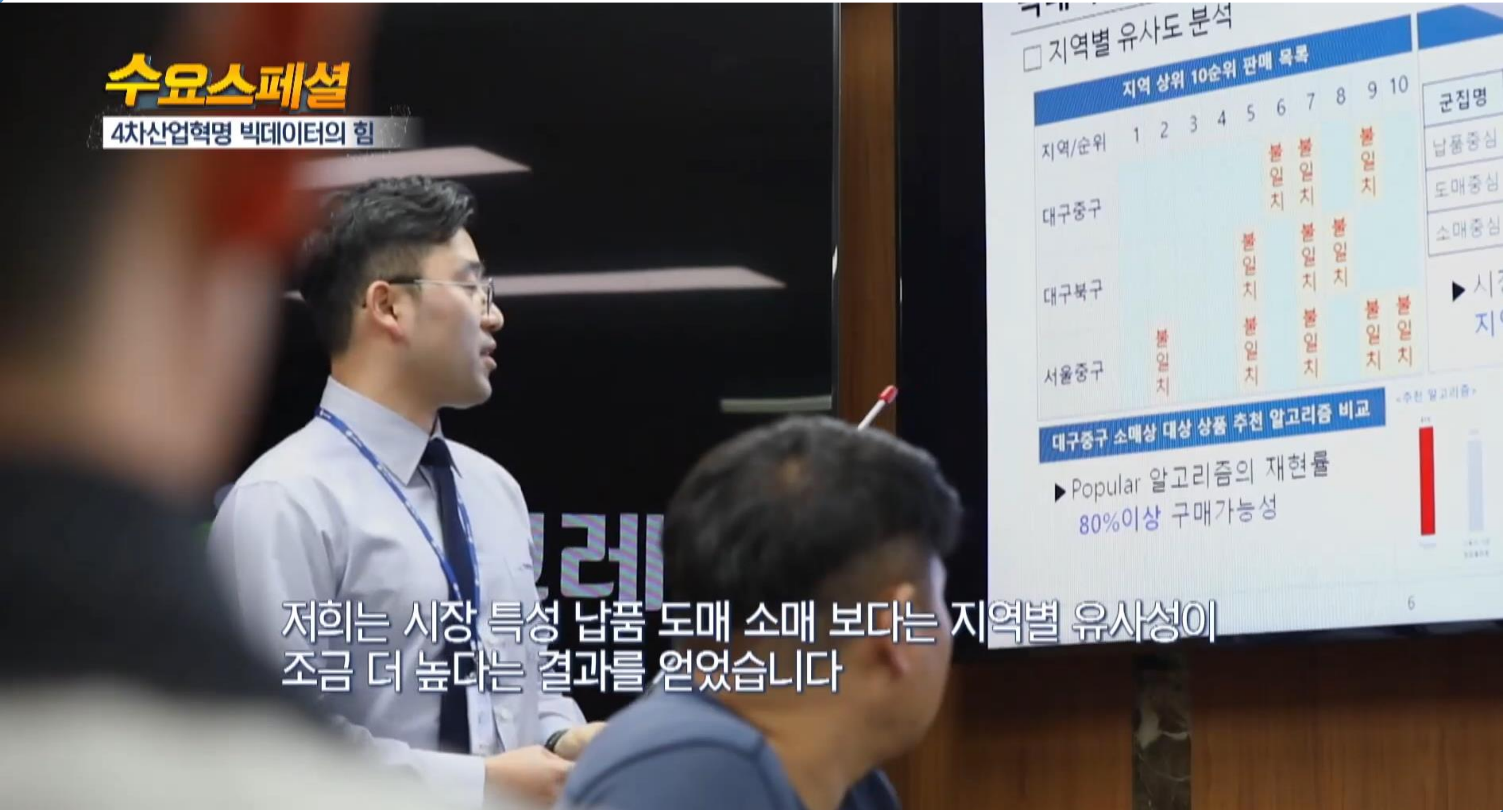
목차

01 들어가며: 데이터 분석/활용 개요

02 **데이터 활용 사례 영상**

03 성공적 데이터 분석/활용을 위한 제언

4차산업혁명 데이터의 힘 (매경 TV)



Memo

Memo

Memo

Memo

Memo