

INNOVATION WITH EVOLUTIONARY AI



- 전문가의 차별화된 컨설팅 -

비플라이소프트(주) · 전략영업팀 조성은 팀장

**M** 010-2684-5085

**T** 070-4490-7855

**F** 02-3487-0216

**E** Sky2805@bflysoft.com

• 공식 SNS   • 뉴스레터 신청 

 **Bflysoft**<sup>®</sup>

# 전문가의 차별화된 컨설팅 **WIGO CR**(Consulting Report)

WIGO CR은 WIGOMON을 기반으로 수집한 데이터 전문가의 관점을 더해  
명확한 인사이트를 끌어낼 수 있는 시야를 확보해주고, 맞춤형 전략을 도출해 제공하는  
WIGOMON만의 차별화된 **전문 분석 컨설팅 리포트 서비스**입니다.



모니터링 보고서



홍보성과 보고서



여론파악 보고서



소비자반응분석 리포트

# 모니터링 보고서

고객이 원하는 기사에 대한 매일 스크랩한 결과나 별도의 모니터링 결과를 중심으로  
기간별 발생 현황을 정리하는 기초적인 보고서입니다. 주로 단기간 (일일, 주간)의 간격으로  
정기적으로 작성, 보고하는 경우가 대부분입니다.

**주요내용** 스크랩 활동 내역 정리 및 관련 기초 통계 분석  
수집 데이터의 기초 빅데이터 분석 분석 결과 정리

**분석대상** 고객사 지정 기사(스크랩) 고객사 배포 보도자료 등

**분석주기** 정기 (일일, 주간)

**분석방법** 빈도분석, 교차분석, 시계열분석, 감성분석,  
기초 빅데이터 분석 등

## 모니터링 보고서

2020.7.

 **Bflysoft®**  
미디어빅데이터분석연구소

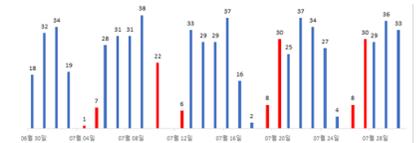
### I 모니터링 개요

#### □ 모니터링 내역 요약

- 7월 중 726건을 보고하였으며 일 평균 23건 기사 수집
- 매체 종류별로 지면 매체는 171건(26%), 온라인 매체는 551건(73%), 방송 매체는 4건(1%) 모니터링
- 항목별로 재단사업은 83건(10%), 관계부처는 233건(32%), 학계동향은 302건(43%), 공공기관은 108건(15%) 모니터링

### II 모니터링 업무 수행 내역

#### □ 일자별 주이



- 총 모니터링건수 : 726건
- 일 평균 모니터링건수 : 23건

# • 모니터링 보고서 예시

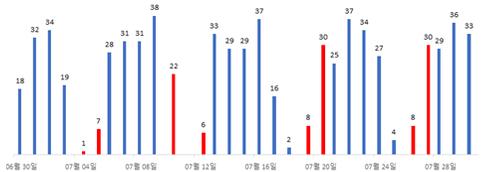
## I 모니터링 개요

### □ 모니터링 내역 요약

- 7월 중 726건을 보고하였으며 일 평균 23건 기사 수집
- 매체 종류별로 지면 매체는 171건(26%), 온라인 매체는 551건(73%), 방송 매체는 4건(1%) 모니터링
- 항목별로 재단사업은 83건(10%), 관계부처는 233건(32%), 학계동향은 302건(43%), 공공기관은 108건(15%) 모니터링

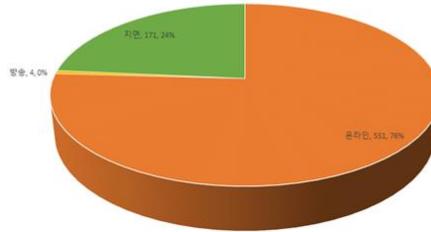
## II 모니터링 업무 수행 내역

### □ 일자별 추이

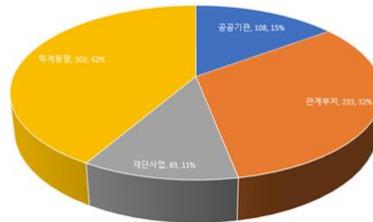


- 총 모니터링건수 : 726건
- 일 평균 모니터링건수 : 23건

### □ 매체 종류별 비교



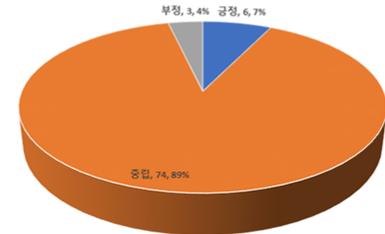
### □ 항목별 비교



## III 감성분석

### □ 재단사업 감성분석

- 재단사업 카테고리 기사 83건에 대한 감성분석 결과



- 주요 긍부정 기사

배포일	제목	매체명	감성결과
20/07/15	**** ** ** *	디지털타임스	긍정
20/07/15	**** ** ** * ** *	이투데이	
20/07/24	** **** ** ** ** ** ** *	매일경제	부정
20/07/24	***** ** ** ** ** ** *	해럴드경제	

# 홍보성과 보고서

고객사의 보도자료 배포, 언론 인터뷰 추진 등 주로 언론홍보 활동이 어떠한 성과를 나타냈는가를 분석하는 보고서입니다. 홍보활동 진행 후 성과를 점검하거나 정기적인 홍보 활동 점검에 주로 쓰입니다. 다양한 통계와 빅데이터 분석이 활용되며 비플라이소프트만의 독창적인 분석기법인 보도자료배포지수 등이 쓰입니다.

## 주요내용

분석 대상 관련 기사 통계 현황 및 특징분석, 보도자료배포지수 등을 활용한 언론홍보 성과 확인. 빅데이터 분석을 활용한 관련 이슈의 핵심 키워드 도출 및 분석 결과 정리 및 향후 홍보 방향 제안

## 분석대상

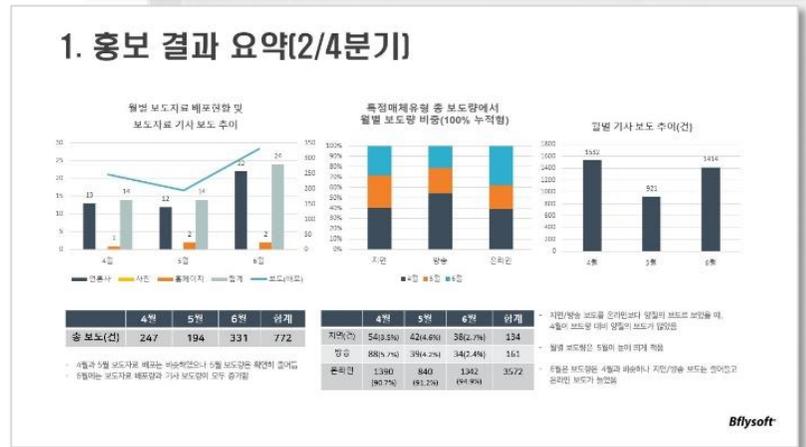
홍보활동 자료(보도자료, 인터뷰 등) 관련 기사 등

## 분석주기

정기 (주간), 수시 (주요 홍보활동 발생 시)

## 분석방법

빈도분석, 교차분석, 시계열분석, 감성분석, 보도자료배포지수(PREDI) 분석, 빅데이터 분석 (TF-IDF, 워드클라우드, 토픽모델링) 등



# • 홍보성과 보고서 예시

## 1. 홍보 결과 요약(2/4분기)



	4월	5월	6월	합계
총 보도(건)	247	194	331	772

	4월	5월	6월	합계
지면(건)	54(5.3%)	42(4.6%)	38(2.7%)	134
방송	88(5.7%)	39(4.2%)	34(2.4%)	161
온라인	1390(90.7%)	840(91.2%)	1342(94.9%)	3572

- 지면/방송 보도를 온라인보다 양질의 보도로 보았을 때, 4월이 보도량 대비 양질의 보도가 많았음

- 월별 보도량은 5월이 눈에 띄게 적음

- 6월은 보도량은 4월과 비슷하나 지면/방송 보도는 줄어듦과 온라인 보도가 늘었음

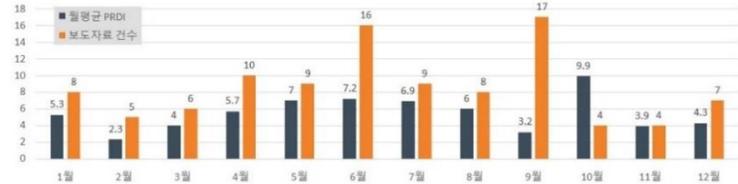
- 4월과 5월 보도자료 배포는 비슷하였으나 5월 보도량은 확인이 어려움

- 6월에는 보도자료 배포량과 기사 보도량이 모두 증가함

Bflysoft

## 3. 보도자료 통계(PRD) Premium II (PRDI)

### 2. 2020년 보도자료 배포지수: 월별 통계



- 연동 홍보에 있어서 가장 성과가 있었던 달은 16건의 보도를 하면서 높은 수준의 PRDI 값이 나타난 6월로, 월간 누적값이 115.2로 나타났음  
이 시기에는 '어려운 상황서비스, 이제 편하게 이용하세요'의 가장 높은 PRDI값을 가진 보도자료가 기사화된 시기임  
이는 ○○○○○이 교통사고 피해자 법률서비스 지원과 관련한 MOU를 맺은 내용  
해당 내용 자체가 사회적으로 큰 이슈가 있을 만한 내용이었어서, 많은 언론인의 관심을 끌었으며, 또한 GS칼텍스 역시 해당 내용에 대해 홍보를 했기 때문에 더 많은 언론의 관심을 받은 측면이 있음
- 개별 보도자료 배포지수가 가장 높았던 달은 10월로, 4건의 보도자료가 배포되었음에도 PRDI의 평균은 높았음  
이는 자동차검사 때 가져 휘발유 사용 점검단단의 보도자료가 주요 매체에 다수 보도되었기 때문임  
이 이슈는 언론의 사회면에서 다뤄질 수 있는 이슈로 정보의 성격도 깊하게 가지고 있어서 충분한 언론의 관심을 끌 수 있었음

Bflysoft

## 1. 홍보 결과 요약(2/4분기)

작성 보도자료 대비 보도비율

**94%**

총 작성 보도자료 52건 중 49건 보도

전체 보도 대비 중복 제거 보도 비율

**19%**

같은 보도 받아쓰기 외  
중 보도 3683건 중 순 보도 711건

전체 보도 대비 ○○○ 중심 보도 비율

**21%**

인터뷰 제외 전체 보도 중  
○○○ 중심 보도 772건(부정보도 제외)

○ ○ ○ 언론보도 동향 **3683건**  
보도자료 외 보도 2911건, 보도자료 관련 보도 772건

○ ○ ○ 이사장 관련 보도 **7건**

○ ○ ○ 관련 관심 기사 **129건**  
중복 제외 45종류 보도

○ ○ ○ 인터뷰 기사 **0건**

**총 보도자료 배포 52건**  
일반보도자료 45건, 홈페이지 게시 4건

첫 보도이면서  
○○○ 중심인 보도 기사 수  
(역시적인 홍보 성과 지표)

2/4분기 총 바즈 워드클라우드

Bflysoft

## 11. 빅데이터 분석(Word Cloud)

Standard(연관어 분석)

### Word Cloud · 해설



- [사업], [식품], [농업], [지역], [농가], [지역], [죽은], [아프리카돼지열병], [농업], [농업], [방역] 등이 주요 키워드로 등장해 현재 언론과 여론이 ○○○ ○○○와 ○○○○○의 사업 관련하여 관심 갖는 주제는 식품과 농업, 지역관련 사업, 농가 지원 등 각종 지원사업임을 알 수 있음

Bflysoft

# 여론분석 보고서

고객사의 이슈 발생 시 뉴스, SNS 등의 온라인 미디어 빅데이터를 활용하여 이슈의 현재 상황을 진단, 분석합니다. 언론에서 어떻게 보도하고 있고 그에 대한 반응은 어떤지 빅데이터 분석을 중심으로 자세히 살펴보고 대응 방안까지도 제시하는 보고서입니다.

## 주요내용

분석 대상 관련 기사 통계 현황 및 특징분석, 상세한 빅데이터 분석을 활용한 관련 이슈의 여론 지형/핵심 키워드 등을 파악 분석 결과 정리 및 향후 대응 방안 제시

## 분석대상

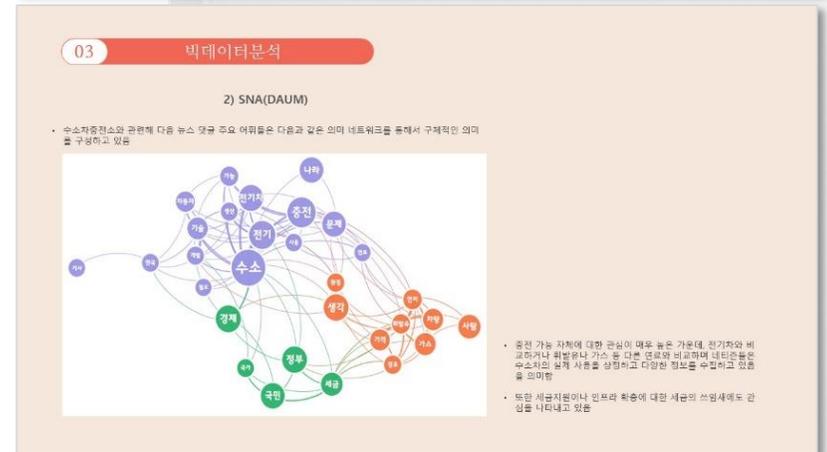
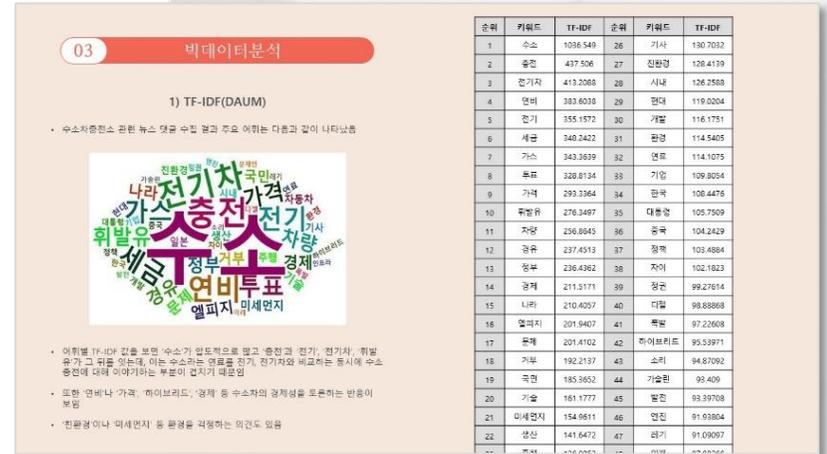
이슈 관련 온라인 미디어, 빅데이터(뉴스, SNS, 커뮤니티 등) 본문 및 댓글 등

## 분석주기

수시 (주요 이슈 발생 시), 정기 (지속적인 이슈 관리 필요 시)

## 분석방법

빈도분석, 교차분석, 시계열분석, 감성분석  
보도자료배포지수(PREDI) 분석 빅데이터 분석 (TF-IDF, 워드클라우드, 토픽모델링) 등



# • 여론분석 보고서 예시

### 03 빅데이터분석

#### 4) TF-IDF(NAVER)

• 수조자중전소 관련 뉴스 댓글 수집 결과 주요 어휘는 다음과 같이 나타났음

어휘별 TF-IDF 값을 보면 앞서 분석한 다음 포털과 같이 수조가 압도적으로 많으나 그 뒤를 잇는 키워드 빈도수는 대통령, 문재인, 북한 등으로 정치성이 높은 반응을 볼 수 있음

그러나 경제, 정치, 중전, 미세먼지 등의 키워드는 앞서 분석과 같이 수조자의 중전 그 자체에 관한 관심을 보여줌

특이사항은 '북한' 키워드로 앞서 다음 포털에는 없었던 키워드이나 올해 있었던 강동 수조공정 폭발사고에 관련한 불안감을 포함함

순위	키워드	TF-IDF	순위	키워드	TF-IDF
1	수조	2709.225	26	세계	369.4855
2	재앙	1215.14	27	장학	361.5128
3	나라	1119.61	28	자동차	348.2206
4	중국	997.8782	29	새끼	334.2085
5	대통령	986.9867	30	사람	332.9515
6	경제	984.6424	31	대한민국	328.6595
7	문재인	827.1805	32	기술	322.9085
8	국민	804.3465	33	수소폭탄	314.3815
9	기업	791.5656	34	위험	304.1447
10	정부	725.3392	35	경유	298.5542
11	전기차	716.8838	36	현대	294.5759
12	중전	707.6462	37	무용	277.7266
13	세금	686.777	38	정신	277.1173
14	미세먼지	675.0017	39	문제	261.5613
15	북한	640.0089	40	연비	260.3649
16	북한	632.2206	41	형외과	253.125
17	간기	589.0461	42	대갈	252.4166
18	원전	558.6629	43	가격	251.1749
19	일본	484.4097	44	조국	250.2857
20	문제	461.2908	45	안전	247.2297
21	장관	443.7076	46	사고	245.554
22	가스	433.0476	47	개발	244.5791

### 03 빅데이터분석

#### 2) 주요 댓글 내용(NAVER)

	댓글 내용	공감수
공감 상위 5개 댓글	미세먼지와 원전은 중국입니다. 현재는 중국에 공장이 내륙에 있는데 중국 공기와 일이 너무 많들어져서 중국 정부에서 많은 수의 공장을 중국 동부 해안 지역으로 옮겨 버렸습니다. 그러자 중국 내륙의 공기는 현상 어질것 같을 중국 동부와 가까운 대한민국 서해안 미세먼지가 급증하게 될것이고, 그때 정부는 차라리 뒷안 뒤에 저방 2부제나 저하고 있고 중국 정부에서 특소라 하니 오 합니다. 문재인 대한민국 대통령 맞습니까?	9,874
	시간있다고 풍나를 개발만	5,351
	오늘 배, 뉴스에서 유럽에서 미세먼지가 유입, 이라고 하는 것 보고 가가 참습니다. 확실히 중국의 눈치를 보고 활동하는 모습이 보입니다. 역시 국민을 웃음게 더가는 대한민국정부와 대통령	5,088
	무슨 발뺌자책에 의한 색유 어떤 어말게 전기를 쬐는다는건지...그말정미라 낚은 미국 중국 캐나다 등에서도 성공 못한 친환경 에너지들, 끝만 웃고 한낱눈을 감았군요	4,405
	1월 1가일이 결국 크고 오해가는 재앙으로 한 것 한테.	3,542
수조자 관련 댓글	..인세계가 전기차에 돌린 하는데 주사과정만큼 실소성 있는 수조자에 막대한 할세를 투입하여 하고있다..태 양광에너지에 이어 수소차게이트다	1,978
	현대자동차 수소차 총해라!	1,101
	수소차조 비효율은 고려하지 않은 보따수기식 친환경 자동차, 세금 지원없으면 하고 싶지 않아 았을	936
	..인세계가 전기차에 돌린 하는데 주사과정만큼 실소성 있는 수조자에 막대한 할세를 투입하여 하고있다..태 양광에너지에 이어 수소차게이트다. 낚은의 획기들을 무력화 시키기위해 할자책을 과과한거다. 또한 태양광에 대한 할자책, 화력발전으로 북한산적인 구인 및 해서이소 피아르 북한 총과, 통용 이미 전기전의 주사 피를 계획이다. 전도의 영화와 분자간의 양화원리들은불안까지, 천부계획된 시나리오될 가능성이 높다.	906
	태양광은 불나고 수소는 타고 할 안한거라 하다	788

• 댓글의 전체적인 내용이 정치적이거나 정부정책에 반감을 드러내고 있으나 수조 연료 제조비용, 전기차와의 비교, 타국 정책과의 비교, 수조 연료 관련 안전에 대한 우려 등은 참고해야 할 여론으로 드러나 있음

### 03 빅데이터분석

#### 5) SNA(NAVER)

• 수조자중전소와 관련해 네이버 뉴스 댓글 주요 어휘들은 다음과 같은 의미 네트워크를 통해서 구체적인 의미를 구성하고 있음

수조자중전소와 관련해 네이버 포털 뉴스 댓글 주요 어휘들은 국민 경제, 기업, 정책, 대통령 등 정치와 정책과 관련된 언급이 많았음

한편 미세먼지와 한중일 3개 국가가 연계되어, 미세먼지의 원인을 찾는 의견이 눈에 띄었음

수소 연료와 관련된 연구 또한 중전 자체에 대한 의견, 전기차와 비교하는 의견, 형 정부의 환경 정책과 관련된 의견, 다른 나라의 수소 관련 기술과 관련한 의견으로 나뉘어 수소자와 수조자 이용 자체보다는 정책과 연관된 논의가 많았던 것으로 파악됨

### 04 결론

#### 기간별 양 포털 보도량(댓글량) 추이 비교

날짜	1	2	3	4	5	6
NAVER	77	65	62	53	64	69
DAUM	45	61	73	58	61	67

#### 양 포털 긍정/부정 댓글량 비교(감성분석)

포털	부정 댓글	긍정 댓글
NAVER	~70	~100
DAUM	~40	~80

• 네이버와 다음을 비교했을 때 네이버 총 보도량(댓글량)이 많았음

• 네이버는 정치 감수적이다가 다시 증가하였으며, 다음은 초반 반응이 저조하다가 급격하게 올라와 다소 줄어든 양상을 보임

• 이는 날짜3에 발생한 00이슈에 대한 반응으로, 다음에서 반응이 폭발적이었던 것은 다음포털 유저 특성상 00이슈에 민감하기 때문으로 분석됨

• 이에 대한 대응이 필요함으로 판단됨

• 다음과 네이버의 총 댓글 및 부정/긍정 댓글 분포는 위와 같음

• 양 포털 다 부정적인 여론 비율은 비슷하였음

• 그러나 질적으로는 다음 포털의 부정적 여론이 참고할 만 하였는데, 그 이유는 네이버 포털의 부정적 여론은 이슈와 직접적인 상관성이 없는 정치적 내용이 많았기 때문으로 키워드는 [00], [00이]과 같이 주제 이슈보다는 이념 관련 키워드임

• 다음의 부정적 여론 키워드는 [00]으로 이에 대한 대응이 필요함

# 소비자반응 분석 리포트

상품이나 브랜드의 소비자분석에 특화된 보고서입니다. 각종 소비자 반응의 진원지가 되고 있는 커뮤니티의 내용 분석을 중심으로 소비자들이 어떻게 해당 상품, 브랜드를 어떻게 생각하고 있고 그것이 마케팅의 목표와 얼마나 일치하는 지를 빅데이터 분석을 통해 설명하고 향후 대응 방안을 제시합니다.

## 주요내용

분석 대상 관련 기사 통계 현황 및 특징분석. 커뮤니티 중심 빅데이터 분석을 활용해 제품 관련 여론 지형, 핵심 키워드 등을 파악. 분석 결과 정리 및 향후 대응 방안 제시

## 분석대상

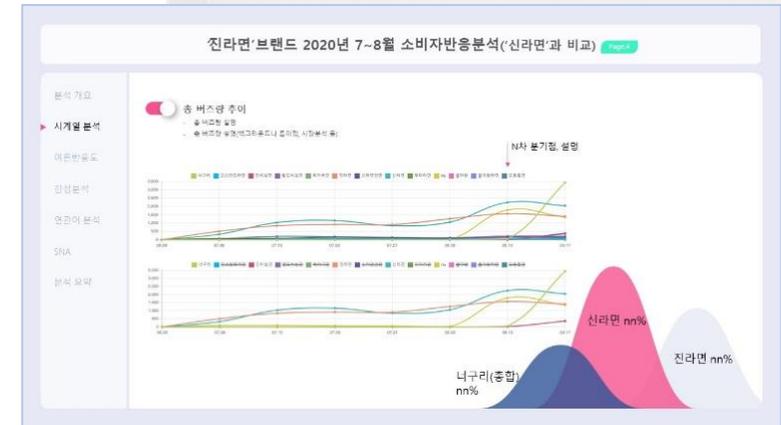
이슈 관련 온라인 미디어, 빅데이터(뉴스, SNS, 커뮤니티 등) 본문 및 댓글 등

## 분석주기

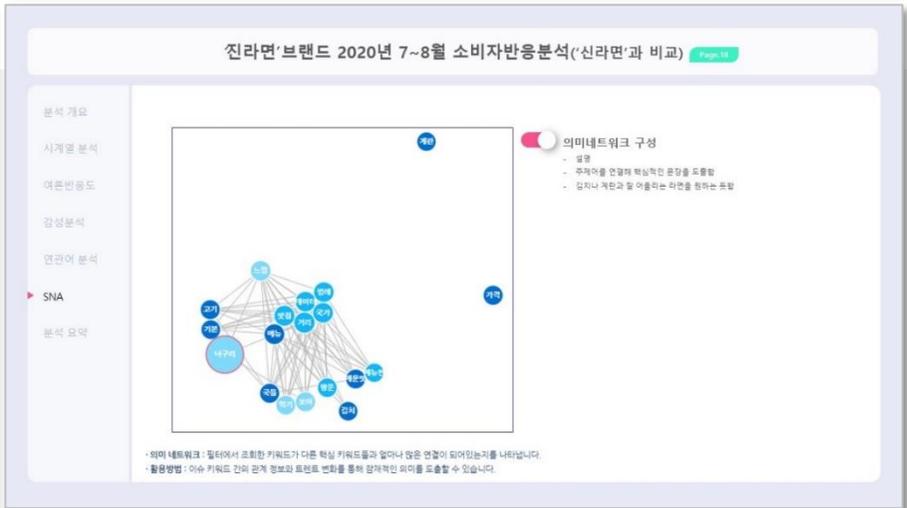
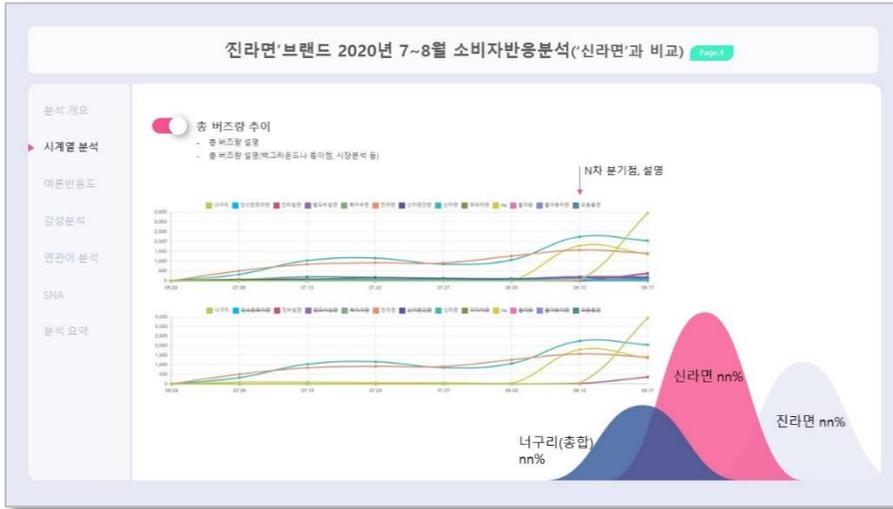
수시 (주요 이슈 발생 시), 정기 (지속적인 이슈 관리 필요 시)

## 분석방법

빈도분석, 교차분석, 시계열분석, 감성분석, 보도자료배포지수(PRDI) 분석, 빅데이터 분석(TF-IDF, 워드클라우드, 토픽모델링) 등



# • 소비자반응분석 리포트 예시



# WIGO CR의 실제

00도청 환경과의 위고몬&위고 CR활용 사례



## 정책 추진

지역 내 환경 보호를 위해  
새로운 정책을 추진 중인  
00도청 환경과



## 홍보 / 여론 수집

해당 내용 홍보 뒤  
위고몬을 활용, 언론을 비롯한  
지역 커뮤니티에서 여론 수집



## 여론 분석

여러 소셜미디어에  
00시민단체가 반대 의견을  
강력하게 표현하는 것을 발견



## 심층 분석

기존 게시물 검색 결과,  
00시민단체가 지속적으로  
반대 입장을 펴고 있는 것 확인



## 구체적 대응

다양한 시민단체가 참석하는  
정책 설명회를 추진해 의견을 듣고  
공감대를 형성하는 활동 진행



## 대응 방안 모색

대응 방안을 모색하기 위해  
00시민단체가 반대하는 정책들을  
구체적으로 파악

# WIGO CR가격

보고서 유형	가격 (건당,원)	비고
모니터링 보고서	2,000,000	<ul style="list-style-type: none"><li>• 데이터 수집 및 가공비용 별도 문의</li><li>• PRDI, 기사가치평가 등은 추가 옵션으로 적용 시 비용 별도 문의</li><li>• 현재 표시 가격은 기준 가격이며 내용 범위, 분석 키워드 수, 분석 주기, 분석 대상 기간 등에 따라 가격 조정 가능</li><li>• 자세한 사항은 연락 주시면 보다 자세히 설명 드립니다</li></ul>
홍보성과 보고서	5,000,000	
여론분석 보고서	7,500,000	
소비자반응분석리포트	8,000,000	