

# WIGO CR

미디어빅데이터분석연구소



소비자반응분석보고서 템플릿

진라면'브랜드 2020년 7~8월 소비자반응분석('신라면'과 비교)

- ▶ 분석 개요
- 시계열 분석
- 여론반응도
- 감성분석
- 연관어 분석
- SNA
- 분석 요약



## 이슈 배경

### '신라면'을 제친 '진라면' 브랜드

- 한국방송광고진흥공사 2020년 5월 국내 봉지라면 소비 자행태조사 결과 구매 빈도 및 의향 1위는 '진라면'으로 드러남
- 진라면을 가장 자주 구매했다고 밝힌 소비자가 26.4%로 신라면의 23.5%를 상회했으며 향후 구매 의향 조사에도 진라면은 24%였던 반면 신라면은 20%로 나타남
- 신라면은 그간 한국의 대표적인 라면브랜드로 인식되어 왔고, 같은 조사의 대표 라면 브랜드에서도 46%가 신라면을 한국 대표 라면으로 꼽음



## 분석 목적

### 설문조사 결과 발표 이후 온라인 여론 분석

- 온라인 여론 분석 결과 설문조사에서 드러난 진라면 구매 의향이 버즈량에 반영, 대표 브랜드인 신라면이 가장 높은 버즈량을 보였음
- 그러나 진라면도 많이 언급되었고, 긍정 여론은 비등했음
- 소셜미디어에서 제일 많이 언급되어 상품으로서 소비자 피드백을 적절히 파악하기 위해서는 위고몬 사용이 도움 되는 상품군임

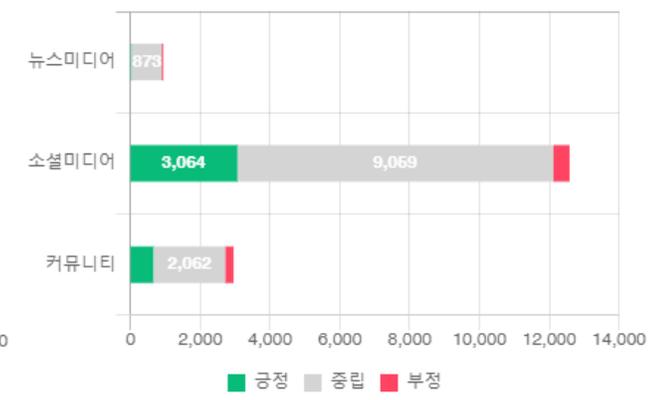
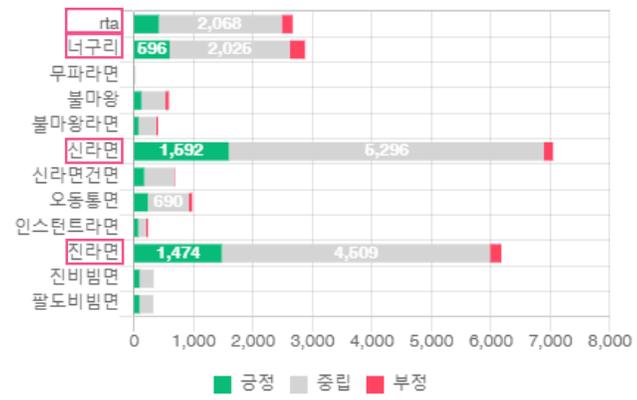
## SUMMARY(2020.08.20 기준)

2020.07.01 - 2020.08.20

총 버즈량

21,918

너구리	인스턴트라면	진비빔면	팔도비빔면	라면	복어국면	진라면
신라면건면	신라면	무파라면	rta	불마왕	불마왕라면	오동통면



## 분석 대상/분석 도구

07.01~08.20, 2500개 언론사, 포털 블로그, SNS, 21개 커뮤니티

- 자사 시 기반 미디어 모니터링&위기관리 서비스 솔루션 위고몬에서 뉴스미디어, 인스타그램, 트위터 등 SNS, 네이버 블로그, 카페 등의 포털 커뮤니티와 네이트판, 루리웹, 클리앙 등의 일반 커뮤니티 총 21개에서 여론데이터 수집 및 분석하였음

- ▶ 분석 개요
- 시계열 분석
- 여론반응도
- 감성분석
- 연관어 분석
- SNA
- 분석 요약



## 감성분석 요약

### 중립이 제일 많고 부정이 적음

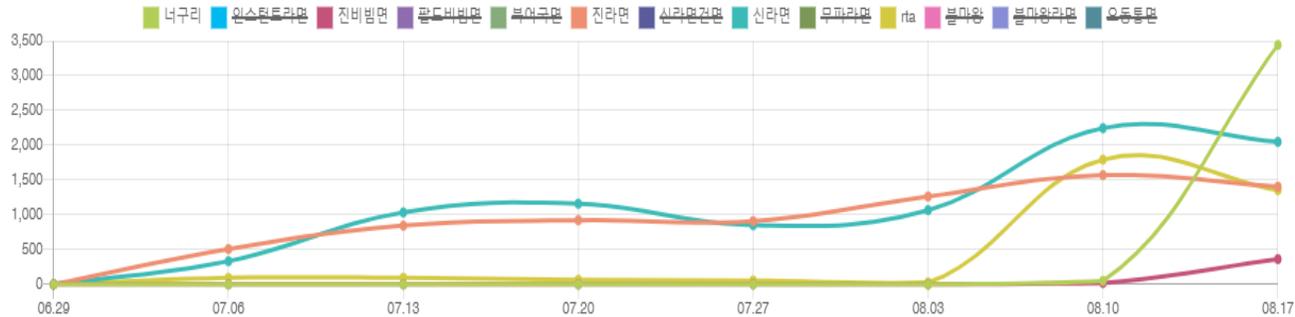
- 기사를 포함해 중립 성향의 글이 약 60% 등장하는데, 데이터 특성상 타 데이터에 비해 평균적으로 중립이 적고 긍정이 높은 편임
- 특히 긍정적인 언급은 부정적인 언급의 약 6배로, 소비자 반응이 좋음



## 주요 키워드 선정

### 키워드 선정 목적과 이유

- 너구리와 rta가 같은 뜻이기 때문에 사실 지금 라면에서는 진라면, 신라면 이슈에 너구리까지 묶여 언급되고 있어 이 트렌드를 분석할 때는 신라면.진라면.너구리가 동시에 언급되게 만든 시작점이 어디인지 파악해야 함
- 설문조사로 인해 진라면과 신라면 버즈량이 늘어나다가 마지막 15일간 너구리+rta가 나머지 두 상품을 추월함



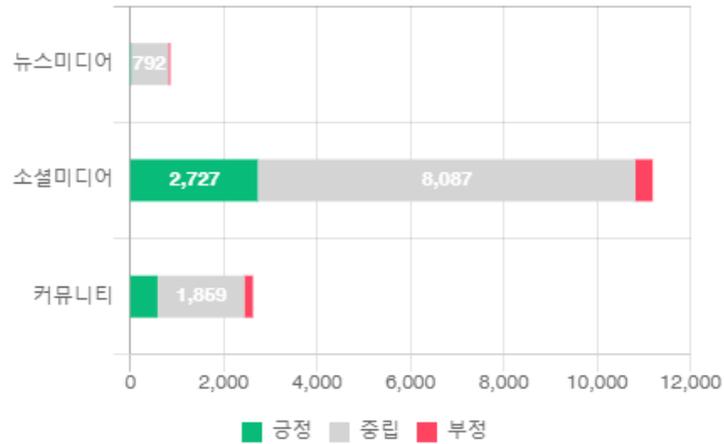
- ▶ 분석 개요
- 시계열 분석
- 여론반응도
- 감성분석
- 연관어 분석
- SNA
- 분석 요약



## 채널 별 주요 키워드 버즈량

### 소셜미디어에서 긍정적인 반응을 크게 일으킴

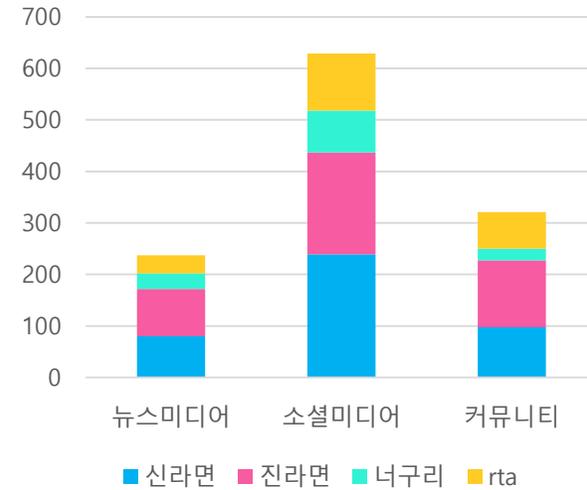
여론의 양도 소셜미디어에서 가장 많고, 중립적으로 소식을 전하는 뉴스미디어와 달리 속도가 빠르고 전파력이 강한 소셜미디어에서 강력한 긍정 여론을 보이고 있어 단기적인 홍보 강화 전략을 실행할 필요 있음



## 채널 별 주요 키워드 비중

### 신라면, 진라면, 너구리의 반응이 비등함

특이점은 너구리 관련 키워드인 rta 비중이 높다는 것인데, 버즈량 추이를 봤을 때 조사기간 중 마지막 보름에 너구리가 화제가 된 이유는 신조어인 rta가 여론의 반응을 얻었기 때문임



분석 개요

▶ 시계열 분석

여론반응도

감성분석

연관어 분석

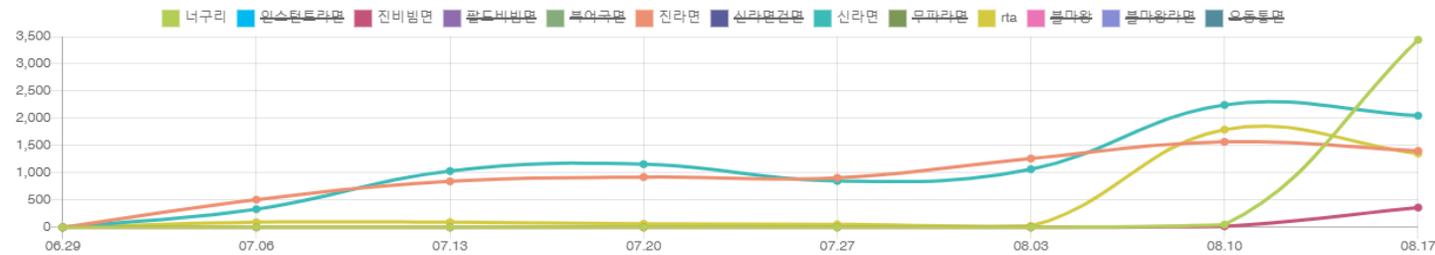
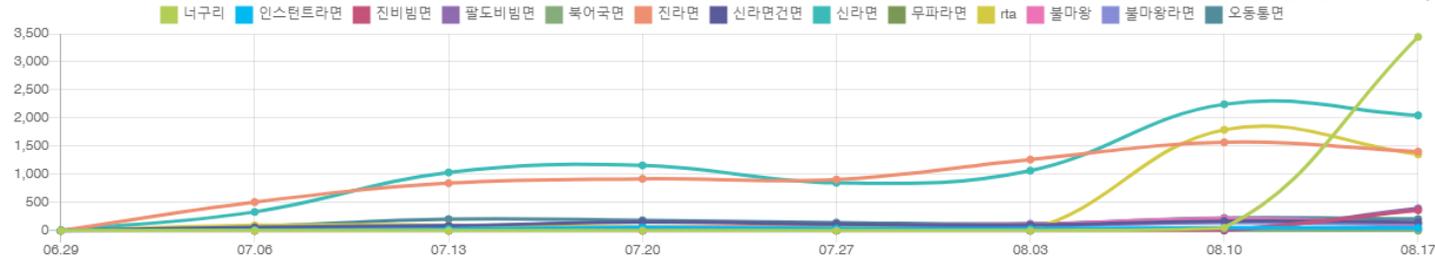
SNA

분석 요약

## 총 버즈량 추이

- 특성을 나타낸 3개 상품명(4개 키워드) 제외 나머지 라면 상품 키워드는 두드러진 부분이 없음
- 진라면에 대한 인기가 진비빔면으로 이전되는 것보다 rta라는 신조어가 너구리로 이전되는 경향이 큼

1차 분기점으로, 신조어 rta가 너구리라는 진짜 상품명에 대한 관심으로 이전됨



너구리(총합)  
29%

신라면 38%

진라면 33%