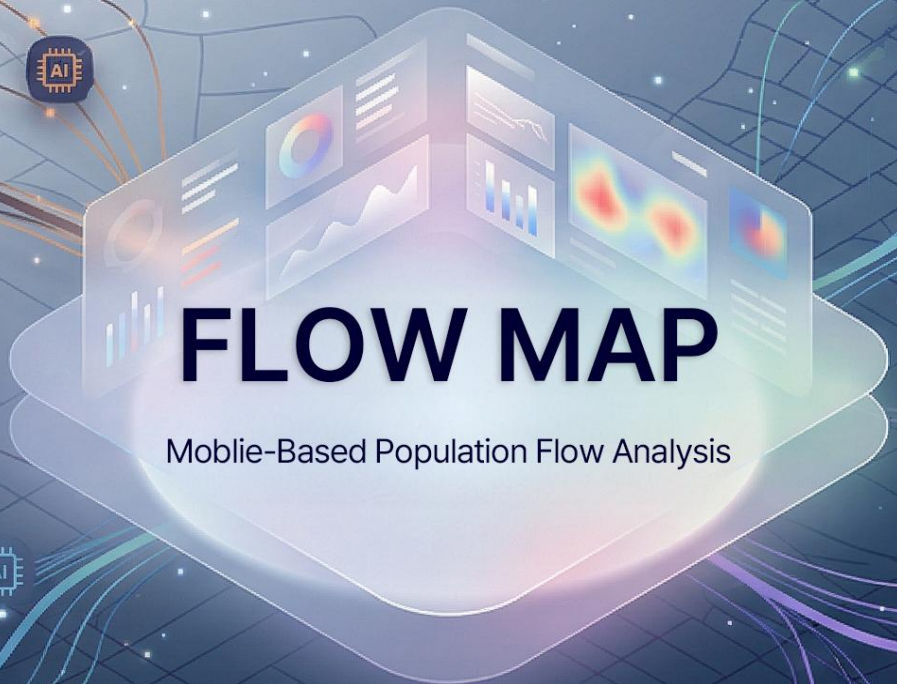


프랜차이즈

지자체, 공공기관



리서치, 연구

광고·홍보

광고주를 설득하는 입체적 전략 솔루션

(주)스넥 | 2026.03

목적 - 실패 없는 오프라인 캠페인 설계

📊 팝업스토어 입지 선정의 당위성 확보

단순히 '사람이 많다'는 직관을 넘어, 브랜드 타겟과 90% 이상 일치하는 최적의 핫스팟을 데이터로 증명하여 광고주를 설득합니다.

👥 정밀 타겟 프로모션 최적화

방문객의 라이프스타일과 앱 이용 특성을 분석하여, 현장 샘플링 및 이벤트 참여율을 극대화할 수 있는 마이크로 타겟팅 전략을 수립합니다.

✅ 소셜 분석을 포함한 캠페인 ROI 성과 보고

행사 전후 유동인구 변화 · 방문자 성향 · 소셜 데이터를 복합 비교하여, 집행한 캠페인의 실질적인 도달 성과를 정량 리포트로 제공합니다.



장소 전략부터 성과 분석까지 아우르는 광고대행사 맞춤형 솔루션

데이터 신뢰도 및 분석 규모

 MOBILEINDEX

2,000만+ 모바일 기기

국내 최대 모바일 사용 로그를 바탕으로
시간/연령/거주지별 **실제 방문자 수**를
정밀 산출합니다.



소셜 미디어 전수 조사

유튜브, 블로그, 인스타그램 게시물을
전수 조사하여 **노출수와 반응도(좋아요,
댓글)**를 정량화 합니다.



상관관계 교차 검증

온라인 언급량과 오프라인 방문자 수의
상관관계를 분석하여 **홍보 활동의
실질적 집객 기여도**를 검증합니다.

"통계청의 인구 수가 아닌, **실제 활동하는 모바일 기기 기반 데이터**를 통해 95% 이상의 높은 분석 정확도를 유지합니다."

제공 데이터 상세 구조

Flow Map 보고서는 가공된 인사이트와 함께 아래와 같은 상세 로우(Raw) 데이터 및 차트 정보를 포함합니다.

분석 영역	상세 데이터 항목	데이터 성격
유동인구	시간별 방문객 수, 연령/성별 비중, 지역 내외 유입 비율	물리적 지표
거주/유입	전국 시군구별 유입 분포, 관내 실거주자 대비 외부 관광객 비중	지리적 지표
언어 별	방문객의 사용 언어 비중 (국가 파악 가능)	물리적 지표
관심사 / 라이프스타일	앱 이용 카테고리, 관심사 카테고리	비중 그래프
소셜 버즈 (옵션)	유튜브(조회수), 블로그(포스팅 수), 인스타그램(좋아요/해시태그)	디지털 지표
인사이트	유동인구 라이프스타일과 소셜 선호 키워드 간의 일치도 분석	AI 통합 지표

* 각 정보를 기반으로 지역 맞춤형 마케팅 전략 보고서 제공 가능합니다.

* 각 정보의 소스 데이터는 엑셀 파일로 제공합니다.

AI Mobility Intelligence: 온·오프라인 하이브리드 해석

단순 자동 생성이 아닌, 딥러닝 기반의 관계 분석 엔진이 원천 데이터 뒤에 숨겨진 비즈니스 기회를 포착합니다.



딥러닝 상관분석

연령, 시간, 관심사를 다각도로 매칭하여 타겟의 **'실제 구매 성향'**과 **'방문 동선'**을 AI가 정밀하게 추론합니다.



페르소나 프로파일링

단순 인구 통계를 넘어 "자기계발에 관심 높은 30대 판교 직장인"과 같은 **구체적인 페르소나**를 제시합니다.



키워드-행태 매칭

소셜 상의 '맛있는', '주차 편한' 등의 키워드와 **실제 유입 인구 간의 인과관계**를 AI가 분석합니다.

서비스 이용 및 경쟁 우위



압도적 퍼포먼스

"통신사 데이터 대비 비용은 50% 이상 절감,
분석 범위는 단순 수치에서 AI 전략 제언까지
확장했습니다."

분석 항목	기존 통신사 (3사)	스넥 Flow Map
제공 비용	약 700만 원	700만 약 300만 원
소요 기간	약 14일 (2주)	7일 내 완료 (영업일 기준)
결과물 형태	수치 데이터	수치 데이터 + 인사이트 리포트
특장점	유동 인구	유동 인구 + 관심사 + 앱 행동 데이터 (AI 전략 포함)



활용 안: 오프라인 캠페인 성공 로드맵

성공적인 오프라인 행사 및 공간 전략 수립, 데이터로 혁신하세요.

활용 안 1: 팝업스토어 및 부스 입지 최적화

입지 선정 최적화

데이터 기반 '스위트 스팟' 발굴

캠페인 기간과 평상 기간을 비교 분석하고, 거주지 및 국내/외 방문자의 관심사를 복합 분석하여 방문자 성향별 정밀한 파악에 도움을 드립니다.

- **후보지 정량 평가:** 브랜드 타겟(예: 20대 여성)의 밀도가 가장 높은 지점을 데이터로 순위화하여 제안서의 신뢰도를 높입니다.
- **동선 연계성 분석:** 팝업 장소 주변의 주요 유입로와 인근 핫플레이스 간의 상관관계를 파악하여 방문객 유도 동선을 설계합니다.



상권별 유효 타겟 밀집도 비교 시뮬레이션

활용 안 2: 타겟 개인화 현장 프로모션

유동인구의 실시간 관심사와 활동 데이터를 정밀 분석하여, 참여율과 노출 성과를 동시에 극대화하는 데이터 기반의 현장 프로모션을 전개합니다.

맞춤형 경품/굿즈

타겟층의 라이프스타일을 분석하여 **리빙, 건강** 등 관심도 1순위 카테고리에 맞춘 경품과 굿즈를 기획함으로써 이벤트 참여 동기를 획기적으로 높입니다.

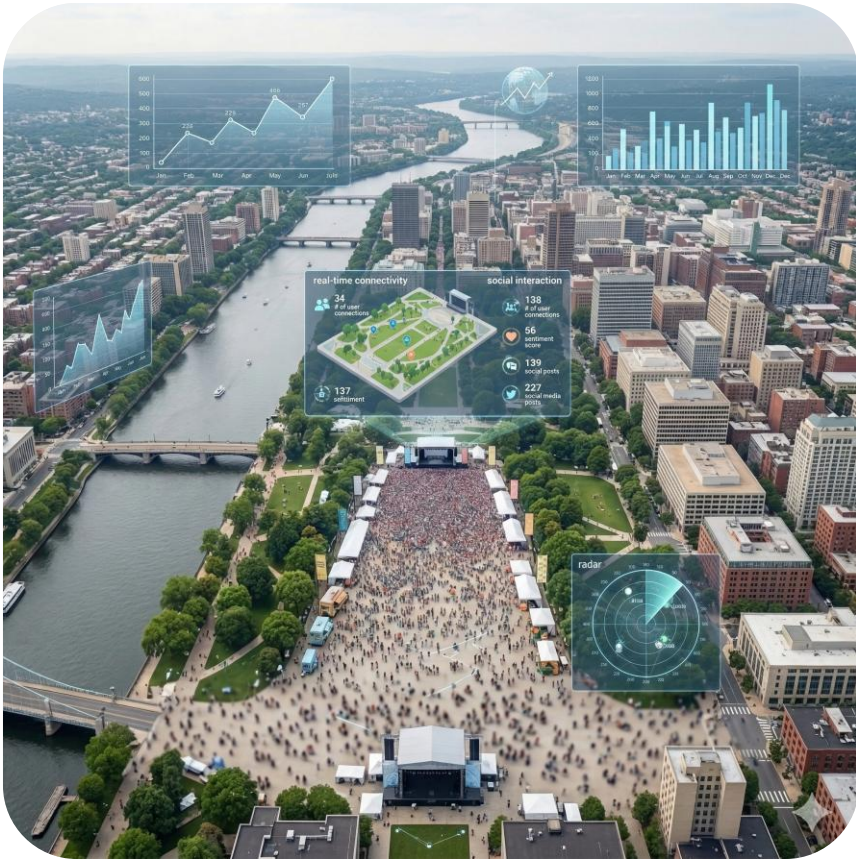
효율적 인력 운영

피크 타임 샘플링 데이터를 기반으로 **유동인구가 집중되는 시간대**에 운영 인력을 전략적으로 배치하여, 운영 비용을 절감하는 동시에 브랜드 노출 효과를 극대화합니다.

앱 연계 디지털 캠페인

타겟층이 가장 활발하게 이용하는 **미디어 앱** 등 주요 카테고리와 연계하여, SNS 챌린지 및 슷폼 이벤트를 통해 현장 경험이 디지털로 자연스럽게 확산되도록 유도합니다.

활용 안 3: 캠페인 종료 후 성과 입증 리포트



차기 캠페인 수주를 위한 가장 강력한 무기

검증 가능한 결과 보고

감성이 아닌 수치로, 결과를 증명하세요.

단순한 현장 분위기 전달을 넘어, 타겟 유입률 및 관심사 일치도 등 정량적 데이터를 기반으로 캠페인의 성공 여부를 객관적으로 입증합니다.

"캠페인 전후를 비교한 증감률과 방문객의 질적 구성(관심사 타겟팅 적중률)을 분석하여, 이번 행사가 브랜드가 원하는 사람들에게 정확히 전달되었음을 보여주는 핵심 지표입니다."

활용 안 4: 소셜 디지털 임팩트 분석 (보조 도구)

유동인구 데이터와 소셜 데이터를 비교 분석하여 성과의 **인과관계**를 증명합니다.



유튜브 조회수 분석

캠페인 관련 영상의 확산도를 통해 주 타겟 지역 외 **글로벌 브랜드 인지도 확산** 경로를 추적합니다.



인스타그램 버즈 분석

포스트 수와 좋아요 수를 통해 '**잘파세대(Z+Alpha)**' 등 젊은 층의 실질적 반응도와 참여를 확인합니다.



블로그 상세 리뷰 분석

포스팅 내용을 분석하여 방문객이 **가장 만족한 포인트**와 **지역 상권 연계성**을 심층 파악합니다.

활용 안 5: 데이터로 광고주를 설득하는 제안

Sales Support

'사람이 많은 곳'을 넘어 '우리 고객이 있는 곳'

광고주에게 막연한 기대감이 아닌, **정량화된 트래픽 데이터**를 기반으로 한 캠페인 최적 장소와 골든 타임을 증명합니다.

- **실시간 트래픽 가시화:** 캠페인 최적 장소와 골든 타임을 과학적으로 도출하여 광고주의 예산 효율을 극대화합니다.
- **오디언스 페르소나 매칭:** 단순 행인이 아닌, 광고주의 브랜드와 제품에 즉각 반응할 '진성 타겟'이 밀집된 지점을 핀셋 공략합니다.
- **온-오프라인 통합 시너지:** 오프라인 현장 경험이 온라인 확산으로 이어지는 정교한 캠페인 루프를 설계, 압도적인 성과를 보장합니다.

기존 방식: 주관 (As-Is)



-> 데이터 기반 전환



미래 방식: 데이터 (To-Be)



사례 1: [복합/주거] 서울대입구역 (샤로수길)

Residential & Students Hybrid

상권 성격: 20대(1인 가구)와 40대(가정)가 공존하는 복합 거주형 상권

- **피크 타임:** 23:00 (퇴근 및 심야 활동 인구 정체 현상 뚜렷)
- **주요 관심사:** 디지털 콘텐츠(1위), 식품/외식(2위), 금융(3위)
- **거주 비중:** 서울 거주자 84% 기반의 고정 단골 상권

대행사 전략 제언

'디지털' 관심사가 높으므로 슷폼 연계형 팝업 효과적. 23시 심야까지 유동이 이어지므로 야간 조명을 활용한 '나이트 브랜딩' 권장.



사례 2: [오피스/광역] 강남역 (교보타워 사거리)



Mega Traffic & Business

상권 성격: 최대 규모의 비즈니스·교통 허브 및 고소득 Mass 상권

- **피크 타임:** 11:30~13:30 (점심), 18:00~20:00 (퇴근, 체류 시간이 가장 길어지는 골든 타임)
- **주요 관심사:** 식품/외식(1위), 디지털 콘텐츠(2위), 피트니스(3위)
- **거주 비중:** 관외 유입 비중 70% 이상의 '초광역형' 구조

대행사 전략 제언

이동이 잦은 직장인 타겟을 고려, 출퇴근 동선상에 '3분 내외'로 완결되는 짧고 강렬한 체험형 팝업 부스를 운영하여 참여 허들을 낮춤.

사례 3: [트렌드/문화] 성수동 (연무장길)

Hot-place & Viral Hub

상권 성격: 글로벌 트렌드가 실시간으로 유통되는 '팝업 스토어의 성지'

- **피크 타임:** 주말 (12:00~20:00), 평일 대비 150% 이상 폭증
- **주요 관심사:** 뷰티 및 패션(1위), 디지털 콘텐츠(2위), 식품/외식(3위)
- **거주 비중:** 서울과 수도권을 넘어 해외 관광객까지 유입되는 목적형 방문 비중이 80% 이상인 광역 관광 상권

대행사 전략 제언

디지털 확산을 고려한 '비주얼 임팩트'와 '데이터 전환' 필수, 현장 촬영 릴스·숏폼을 공유할 때 즉각적인 리워드 제공, 현장 에너지가 디지털 에서 실시간으로 확산(Viral)되도록 유도.



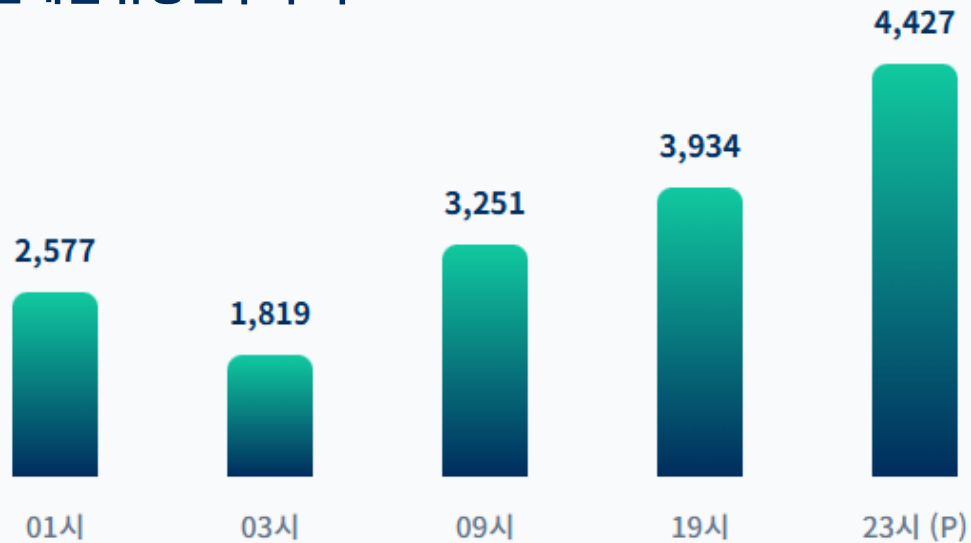
Appendix

샘플 보고서 - 서울대입구역 (샤로수길)

실제 유동인구 데이터 및 관심사 분석 기반으로 작성된 분석 보고서

01 시간대별 유동인구 패턴 및 피크타임

시간대별 유동인구 추이



주요 인사이트

[심야 활성화 상권] 일반 상권과 달리 19시 이후 유동인구가 줄지 않고 23시까지 지속 상승합니다. 이는 거주민의 귀가 동선과 야간 상권 소비가 중첩되기 때문입니다.

팝업스토어 운영 시간을 기존(10~20시)에서 **심야 연장형 (14~23시)** 으로 변경 시 캠페인 도달률 약 25% 상승 분석됩니다.

02 성별 및 연령대별 오디언스 믹스

♀ 핵심 방문객 페르소나



[👤] 타겟 분석 의견

서울대입구역 상권은 '실거주 중장년 여성'과 '자취하는 20대 여성'이 공존하는 독특한 구조입니다.

이들을 위한 '식품/헬스' 테마의 체험과 '디지털 서비스' 가이드를 동시에 제공하는 멀티 타겟팅 팝업 구성을 권장합니다.

03 유입 거주지 분포 및 라이프스타일 지표

84.1%

서울 거주자 (로컬)

외부 관광객 비중이 낮은 초밀착형 고정 상권임을 입증합니다.

♥ 방문객 주요 관심사 (TOP 4)

1. 디지털 콘텐츠 (13.97%)

모바일 기기 활용 및 영상 소비가 매우 활발함

2. 식품 및 외식 (13.94%)

로컬 맛집 및 배달 음식에 대한 높은 관심도

3. 금융 및 재테크 (11.72%)

4050 주부층의 경제 활동 관심 투영

4. 건강 및 피트니스 (8.83%)

자기관리 및 웰니스 라이프스타일 우세

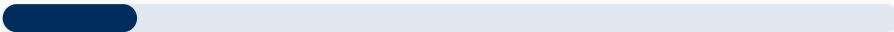
04 글로벌 방문객 행태 분석 및 해외 홍보 전략

주요 외국어 이용 비중 (Top 4)

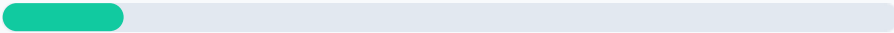
영어 (English) 68.0%



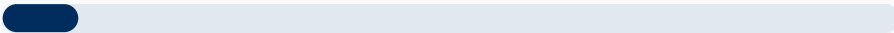
러시아어 (Russian) 6.7%



중국어 (Chinese) 6.2%



베트남어 (Vietnam) 4.5%



글로벌 전략 인사이트

샤로수길은 단순 주거지를 넘어 약 **12%의 글로벌 유동인구**가 활동하는 상권입니다.

영어권 기기 사용자가 압도적인 점을 고려할 때, 행사장 안내 문구의 **영문 병기 및 글로벌 타겟 SNS 광고** 집행 시 도달 범위를 획기적으로 확장할 수 있습니다.

05 소셜 미디어 영향력 분석 (예시)

📊 글로벌 소셜 버즈 현황



105만+

영상 조회수



142건

리뷰 포스트



3.2K

태그 포스트

AI 성과 예측

디지털 콘텐츠 관심이 매우 높은 상권 특성상, 현장 부스에서 '포토존' 및 '릴스 챌린지' 이벤트 진행 시 일반 상권 대비 바이럴 확산 속도가 1.8배 빠를 것으로 예측됩니다.

🔍 디지털 확산 경로 분석

글로벌 방문객의 유튜브 브이로그(Vlog)를 통한 확산이 블로그 대비 3배 이상 높게 나타납니다. 특히 영어권 2030 여행객들의 인스타그램 릴스 참여도가 집객의 핵심 트리거로 작동합니다.

📷 글로벌 '인증샷' 인프라 강화

특정 조형물 앞에서의 게시물 비중이 60%를 상회합니다. 글로벌 감성에 맞춘 '포토 스팟' 확대와 외국어 태그 이벤트를 통해 자발적 확산을 유도해야 합니다.

🗣️ 해외 인플루언서 협업 제언

러시아어/중국어 등 니치 언어권의 경우, 해당 국가 출신의 국내 거주 인플루언서와 협업하여 타겟 커뮤니티에 직접적으로 노출하는 방식이 가장 효과적입니다.

06 앱 이용 카테고리 분포 분석

□ 앱 이용 카테고리 분포

스마트 라이프 유틸리티 (25.6%)

- 지도, 내비게이션, 생활 밀착형 도구 사용 비중 매우 높음

금융 및 재테크 (15.1%)

- 가계 경제 및 자산 관리 민감층

디지털 콘텐츠 및 미디어 (14.3%)

- 유튜브, OTT 등 영상 소비 및 트렌드 민감도 높음

[샤로수길 전략 제언]

심야 시간대(22시~00시) 인구 잔류가 높으므로 해당 시간대 조명 조도 확보 및 안심 귀가 등이 필수적입니다.

방문객 관심사 1순위인 '식품 및 외식'을 적극 활용하여, 지역 소상공인 맛집 지도를 배포하거나 '상점 영수증 인증' 시 경품을 제공하는 LSM 마케팅을 통해 경제 효과를 극대화할 수 있습니다.

종합 전략 제언

샤로수길의 심야 활성화 상권 특성을 반영하여 운영 시간을 밤 늦게까지 연장하고, **4050의 건강·재테크** 니즈와 **20대의 미디어 소비** 성향을 결합한 **하이브리드 샘플링 및 SNS 프로모션**을 통해 캠페인 전환율을 극대화합니다.

1. [장소 및 운영] 심야 유동인구 특화 '나이트 브랜딩' 전개

샤로수길은 밤 11시까지 유동인구가 유지되는 특수한 **심야 활성화 상권**입니다.

이에 따라 운영 시간을 **늦은 오후부터 심야**까지로 시프팅하고, 화려한 **야간 경관 조명**을 활용해 귀가 인구의 시선을 사로잡는 체류형 팝업 전략을 제안합니다.

2. [마케팅 및 콘텐츠] 세대별 관심사를 관통하는 '하이브리드 프로모션'

4050 여성의 건강·재테크 니즈와 20대 여성의 미디어 소비 성향을 동시에 공략합니다.

웰빙 식음료 샘플링으로 전 세대의 참여를 유도하는 동시에, **현장 샷폼 인증 시 금융 혜택**을 제공하는 온-오프라인 결합 이벤트를 통해 실질적인 전환율을 극대화합니다.

Appendix: (선택사항) 실시간 웹/모바일 대시보드

보고서 외에도 물리적 동선과 소셜 반응을 동시에 확인할 수 있는 시스템을 제공합니다.

- ✔ 지역별 실시간 유동인구 히트맵
- ✔ 실시간 소셜 언급량 및 긍부정 분석 위젯
- ✔ 클릭 한 번으로 통합 분석 PDF 리포트 자동 생성
- ✔ 모바일 최적화로 현장 안전 담당자 즉시 대응 지원



데이터로 캠페인을 설계합니다.

광고대행사의 전략적 무기, Flow Map

(주)스넥 인사이트 본부

[Sneck.ai/flow_map](https://sneck.ai/flow_map)

info@sneck.ai | 010-4136-6480