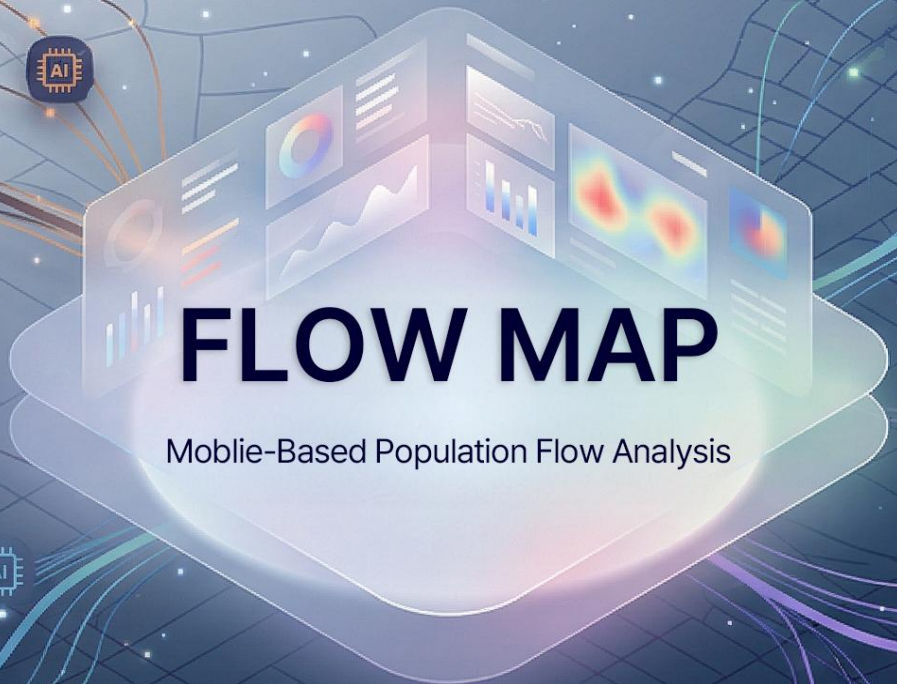


프랜차이즈

지자체, 공공기관



리서치, 연구

광고주를 설득하는 입체적 전략 솔루션

(주)스넥 | 2026.03

광고 · 홍보

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 수를 정밀 산출합니다.



7차원 데이터 큐브

시간, 연령, 성별, 거주지, 국적, 앱 패턴, 관심사 데이터 소스를
제공하여 다차원 분석을 지원합니다.



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 기여도를 검증합니다.

"통계 인구 수가 아닌, 실제 활동하는 모바일 기기 기반 데이터를 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

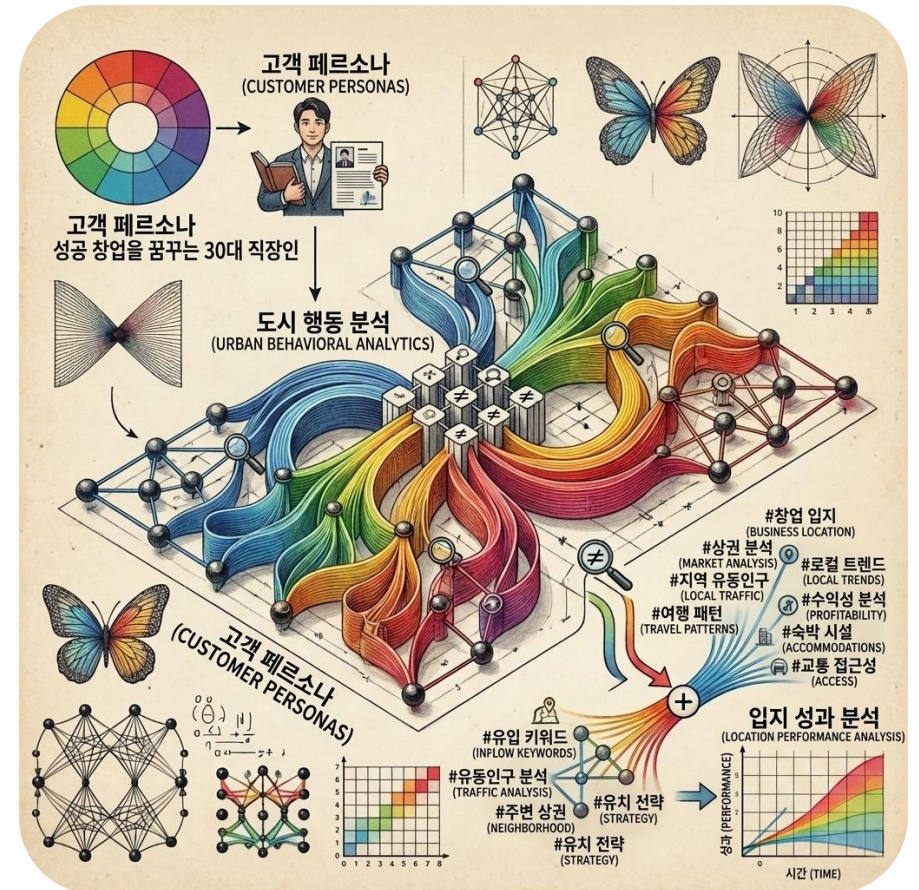
연령, 시간, 관심사를 다각도로 매칭하여 타겟의 '실제 구매 성향'과 '방문 동선'을 AI가 정밀하게 추론합니다.

페르소나 프로파일링

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

키워드-행태 매칭

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



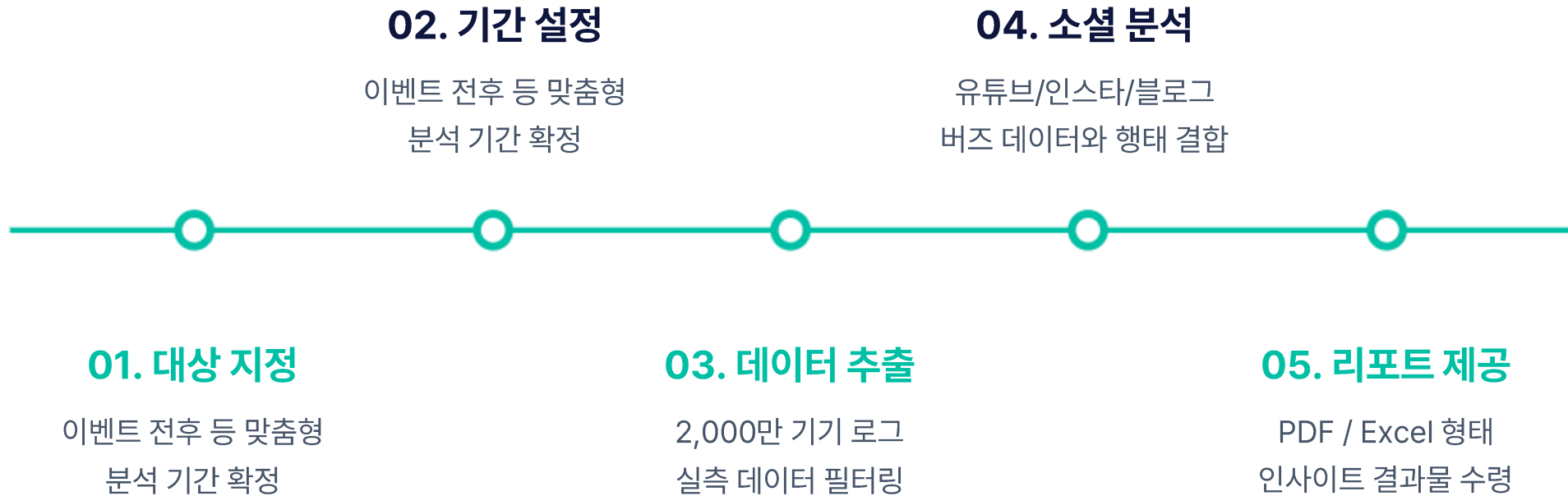
비용 및 소요 기간 비교

비교 항목	기존 통신사 데이터	스넥 Flow Map
분석 비용 (평균)	약 700만 원	약 300만 원 (50% 이상 절감)
데이터 공급 속도	영업일 기준 14일	영업일 기준 7일
제공 데이터	수치 데이터	수치 데이터 + 인사이트 리포트
특장점	유동 인구	유동 인구 + 관심사 + 앱 행동 데이터 (AI 전략 제언 포함)

압도적 퍼포먼스

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

작업 프로세스: 5단계로 완성되는 데이터 전략





활용 안: 오프라인 캠페인 성공 로드맵

성공적인 오프라인 행사 및 공간 전략 수립, 데이터로 혁신하세요.

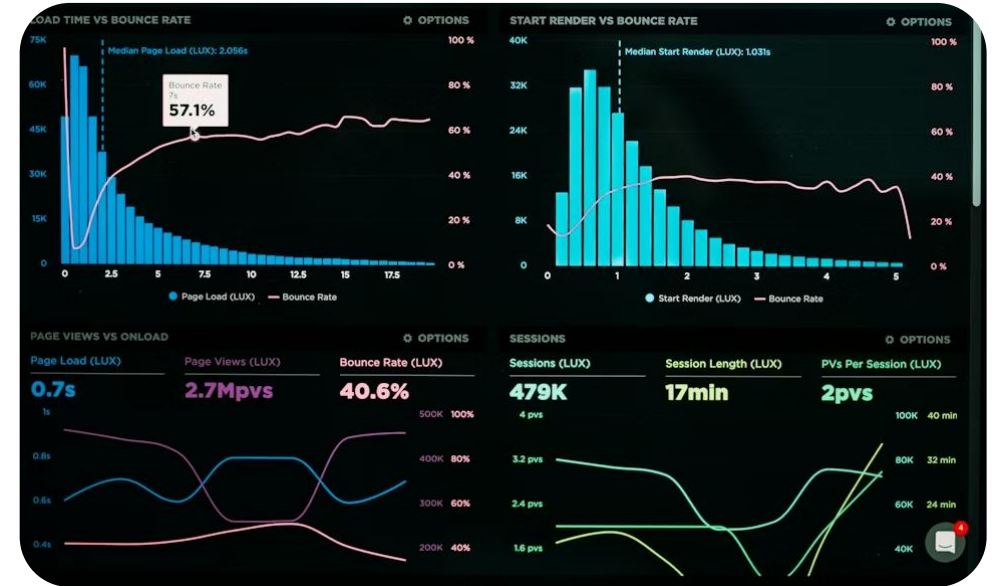
활용 안 1: 팝업스토어 및 부스 입지 최적화

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.



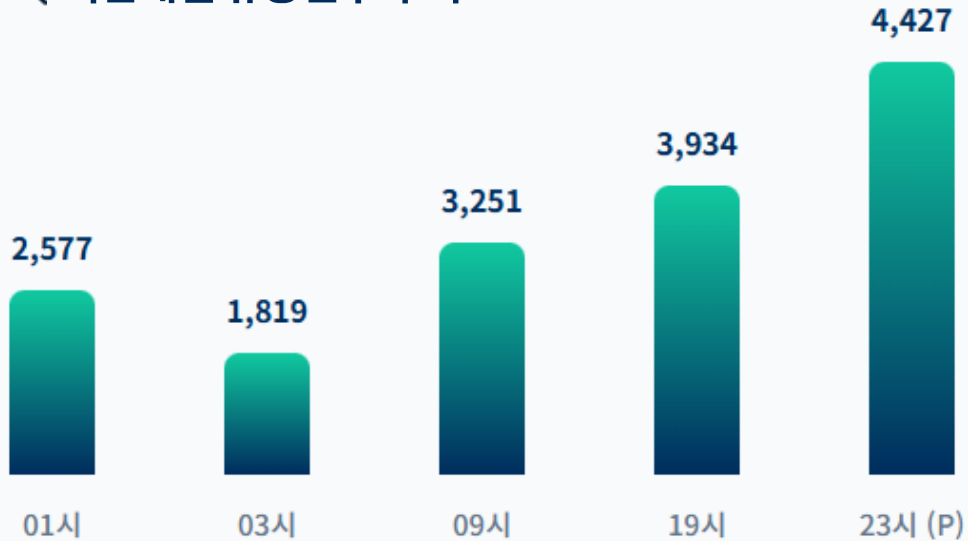
Appendix

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

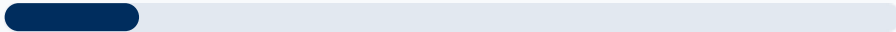
04 글로벌 방문객 행태 분석 및 해외 홍보 전략

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 유동인구가 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 심야까지**로 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