

프랜차이즈

지자체, 공공기관



FLOW MAP

Mobile-Based Population Flow Analysis

리서치, 연구

지자체 행사 성과 분석 및 장소 전략 설계

(주)스넥 | 2026.03

광고 · 홍보

목적 - 입체적 데이터로 증명하는 지역 가치

📊 축제 및 행사 성과 정밀 진단

단순 방문객 수가 아닌 관내/외 · 국내/외 인원 파악과 방문자 성향을 복합 분석하여 성과를 객관적으로 평가하고 개선 방향을 제시합니다.

👥 디지털 확산 및 지역 홍보 효과

행사 전후의 유튜브, 인스타그램 언급량 변화를 분석하여 지역 브랜드가 디지털 공간에서 얼마나 **바이럴(Viral)** 되었는지 측정합니다.

✅ 통합 행정 결과 보고의 완성

현장 유동 인구 변화와 온라인 버즈(Buzz) 데이터를 하나의 보고서로 통합하여, **전방위적인 행사(축제 등) 성과를 행정 감사 및 결과 보고에** 활용합니다.



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 파일](#)로 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.

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 (Excel)	수치 데이터 + 인사이트 리포트
특장점	단순 유동 인구 집계	관심사/앱 행동 기반 AI 전략 포함



활용 안: 지역 행사 성공 로드맵

성공적인 지역 행사 및 공간 전략 수립, 데이터로 혁신하세요.

활용 안 1: 축제 및 행사 운영 최적화

행사 운영 최적화

데이터 기반 현장 통제 및 대응

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

- **동선 안전 관리:** 유동인구 피크 타임을 소셜 상의 실시간 언급량과 대조하여 사고 위험 구역을 선제적으로 관리합니다.
- **행사 만족도 실시간 파악:** 오프라인 방문자가 온라인에 남기는 즉각적인 피드백(불편 사항 등)을 운영에 즉시 반영 가능합니다.



실시간 유동인구 밀집도와 소셜 실시간 반응 분석

활용 안 2: 온·오프라인 통합 결과 보고 및 성과 관리

설득력 있는 보고서

행정 보고의 설득력 극대화

단순한 방문 인원 파악을 넘어, 방문자의 라이프스타일 및 관심사를 함께 파악하여 연령대/성별로 행사 성과를 객관적으로 평가하고 개선 방향을 제시합니다.

- **입체적 성과 입증:** "방문객 10만 명 달성"과 동시에 "유튜브 조회수 50만 회 돌파"라는 데이터를 병기하여 보고서의 가치를 높입니다.
- **관심사 별 성과 지표:** 연령대 및 성별 관심사 중심 방문자 분석으로, 향후 행사 구성 및 공간 구성 시 근거 자료로 활용합니다.
- **지역 브랜드 가치 정량화:** 행사 전후 소셜 키워드의 긍정/부정 변화를 측정하여 지역 인지도 상승 효과를 증명합니다.



활용 안 3: 소셜 디지털 임팩트 분석 (보조 도구)

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



유튜브 조회수 분석

행사 관련 영상의 확산도를 통해 주 타겟 지역 외 **전국적인 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 4: 데이터 기반 기업 후원 및 협력 유치

Sales Support

타겟 부합도를 통한 민간 상생 모델 구축

방문객의 관심사/라이프스타일 데이터를 기업의 타겟 페르소나와 매칭하여 후원 유치 성공률을 획기적으로 높입니다.

- **브랜드 적합도 매칭:** "캠핑/IT 관심사가 높은 30대 남성" 비중을 증명하여 아웃도어·가전 기업의 참여를 독려합니다.
- **후원사 전용 리포트 제공:** 협찬사에게 "잠재 고객 노출 성과"를 수치로 보장하여 마케팅 예산 유치 근거를 제공합니다
- **참여형 체험 콘텐츠 강화:** 기업의 신제품 샘플링 및 시연회를 축제 콘텐츠로 통합하여 시민 만족도를 제고합니다.

기존 방식: 주관 (As-Is)



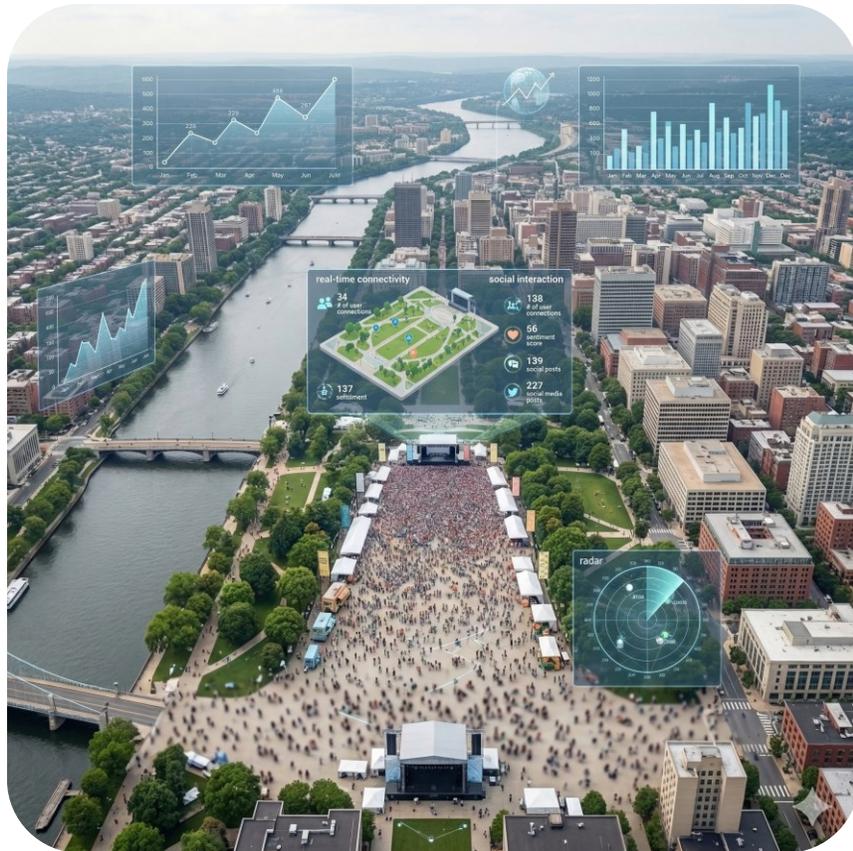
-> 데이터 기반 전환



미래 방식: 데이터 (To-Be)



활용 안 5: 행정 계획 및 공공 인프라 전략 수립



시민 체감형 스마트 행정 데이터

지역 투자 근거 마련

지속 가능한 도시 공간 조성

일시적인 행사를 넘어, 상시적인 유동인구의 흐름과 변화를 분석하여 장기적인 지역 발전 전략의 근거로 활용합니다.

"특정 구역의 유동인구 연령층이 변화하거나 특정 앱 카테고리 (예: 운동, 미디어) 소비가 늘어난다면, 이를 반영한 도시 재생 및 인프라 개선이 가능합니다."

사례 1: [지자체 축제] 안양춤축제 통합 분석

Residential Hybrid

오프라인 성과: 관내 거주자(77.5%) 중심의 강력한 로컬 팬덤 형성.
23시 심야 시간대까지 인구 잔류도가 매우 높은 '상권 결합형' 축제.

소셜 임팩트



32만+

누적 조회수



1.2만+

좋아요 수



102+

블로그 리뷰



기업 협력 전략 (Sponsorship)

관심사 1위인 '식품/외식' 및 '리빙' 분야 기업(배달 앱, 생활가전)의 체험 부스를 야간 시간대 집중 운영하여 시민 편의와 기업 홍보 성과 동시 달성

사례 2: [역사·문화재] 수원 화성행궁 야간개장



Heritage & Night Tourism

오프라인 성과: 2030 여성(42%) 및 외부 유입(관외 55%) 중심의 관광지. 미디어아트 상영 시점인 19~21시에 체류 밀도 가장 높음.

소셜 임팩트



45만+

누적 조회수



1.5만+

좋아요 수



87%

사진 명소 언급도

기업 협력 전략 (Sponsorship)

높은 '디지털 콘텐츠' 관심도 바탕으로 IT·카메라·스마트폰 제조사 협업.
"야간 촬영 특화 체험존" 운영 및 소셜 미디어 사진 공모전 연계.

사례 3: [테마·브랜드] 강릉 커피축제

Thematic Destination

오프라인 성과: 전국 단위 외부 유입(관외 82%)의 광역 상권.
'반려동물 및 문화' 관심 2030 인구 급증, 해안가 카페 거리로의 동선 확장이 뚜렷함.

소셜 임팩트



18만+

누적 조회수



4.5만+

좋아요 수



202+

블로그 리뷰

기업 협력 전략 (Sponsorship)

라이프스타일 중 '여행/레저'와 '자동차' 관심 상위 랭크. 자동차 브랜드의 신차 해안 드라이브 시연회 및 렌터카 서비스 제휴 프로모션 유치



Appendix

샘플 보고서 - 안양 춤 축제

실제 유동인구 데이터 및 관심사 분석 기반으로 작성된 분석 보고서

01 시간대별 유동인구 패턴 및 피크타임

시간대별 유동인구 추이



* 분석 기준: 안양중앙공원 반경 500m

주요 인사이트

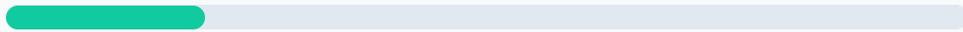
[오전/낮 중심 활동] 09:00(31,097명) 및 14:00(30,107명)에 유동인구가 집중되는 전형적인 주간 축제 패턴을 보입니다.

[점진적 분산] 18:00 이후 유동인구가 완만하게 감소하며, 23:00까지 약 2만 명 수준이 유지되어 인근 상권으로의 야간 유입 가능성이 높게 관측됩니다.

02 성별 및 연령대별 방문객 프로파일링

♀ 핵심 방문객 페르소나

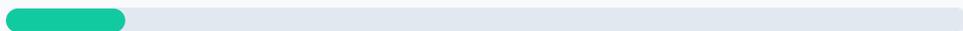
여성 40대 (Family Core) 20.7%



여성 50대 (Active Senior) 16.1%



남성 50대 12.4%



남성 40대 11.9%



👥 타겟 분석 의견

[4050 세대 압도] 여성 40대와 50대가 전체의 약 37%를 차지하며, 남성 4050까지 합산 시 전체 방문객의 60% 이상이 중장년층입니다.

[가족 단위 유입] 10대 비중(약 4%)이 낮고 4050 비중이 높은 것으로 보아, 청소년 동반보다는 학부모 세대의 문화 향유 및 커뮤니티 성격이 강한 축제임을 시사합니다.

03 유입 거주지 분포 및 라이프스타일 지표

거주 지역별 비중 (작년 대비)

77.6% 12% ↓

경기도 거주자 유입

서울특별시	12.3% (8.3% ↑)
인천광역시	1.7% (12.8 ↑)
기타 지역	8.4% (1.5 ↑)

♥ 방문객 주요 관심사 (TOP 5)

1. 식품 및 외식 12.69%



2. 리빙 및 인테리어 7.35%



3. 뷰티 및 패션 7.54%



4. 건강 및 피트니스 8.65%



* 관심사 1순위인 '식품'과 4순위인 '건강/피트니스'의 결합은 건강식 F&B 기업의 부스 참여 시 높은 반응률을 기대할 수 있음을 의미합니다.

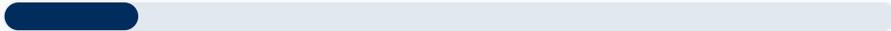
04 글로벌 방문객 행태 분석 및 해외 홍보 전략

주요 외국어 이용 비중 (Top 4)

영어 (English) 98.4%



러시아어 (Russian) 0.8%



중국어 (Chinese) 0.5%



일본어 (Japanese) 0.3%



니치(Niche) 글로벌 타겟 대응

영어 외 러시아어/중국어 사용자의 존재는 인근 산업단지 배후 인력 또는 특정 커뮤니티의 유입을 시사합니다.

이들을 위해 QR 코드를 활용한 다국어 디지털 리플릿 배치를 통해 체류 만족도를 높여야 합니다.

데이터 기반 해외 홍보 전략

[SNS 타겟 마케팅] 영어를 사용하는 외국인 대상, 페이스북/인스타그램 광고를 통해 동남아·북미 거주자 중 'K-Culture' 관심층을 타겟팅하여 '안양춤축제'의 글로벌 인지도를 확장하는 'Inbound' 마케팅을 제안합니다.

05 소셜 미디어 영향력 분석

글로벌 소셜 버즈 현황



105만+

영상 조회수



142건

리뷰 포스트



3.2K

태그 포스트

주요 글로벌 해시태그

#kpopdance #AnyangDance #KcultureFestival
#VisitKorea #GlobalDance #KoreaTravel #anyangtour
#안양춤축제 #한국여행

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%)

- 경제 활동이 활발한 4050 세대의 특성이 디지털 지표에 투영됨

디지털 콘텐츠 및 미디어 (14.3%)

- 유튜브, OTT 등 영상 콘텐츠 소비에 익숙한 '뉴 시니어'층 포함

[안양축축제(안양중앙공원) 전략 제언]

심야 시간대(22시~00시) 인구 잔류가 높으므로 해당 시간대 가로등 조도 확보 및 공원 관리 인력 연장 배치가 필수적입니다.

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

종합 전략 제언

“안양춤축제”는 경기도 거주 4050 여성(Family Core)이 주도하는 '지역 밀착형 생활 축제'인 동시에, 유튜브와 영어권 소셜 매체를 통해 글로벌 확산 잠재력을 입증한 '하이브리드 K-콘텐츠'의 성격을 띠고 있습니다.

1. 타겟 맞춤형 로컬 활성화 전략

- **복합 분석:** 방문객 60% 이상인 4050의 '식품/외식' 및 '리빙'에 대한 높은 관심도 활용.
- **실행 전략**
 - **로컬 상권 '춤식(食) 주(住)' 캠페인:** 안양 관내 식당 및 인테리어 소품점 이용 시 축제 굿즈나 경품을 제공하는 LSM(지역 밀착 마케팅) 강화.
 - **뉴시니어 체험존 확대:** 4050 여성이 선호하는 '건강/스포츠' 키워드를 반영한 웰니스 댄스 클래스 및 건강 기능 식품 팝업 부스 유치.

2. 야간 경제 활성화 및 체류형 인프라 구축

- **복합 분석:** 23시까지 유지되는 인구 밀도와 '스마트 라이프 유틸리티' 앱 사용 특성 연계.
- **실행 전략**
 - **안심 귀가 & 야간 관광 고도화:** 위치 기반 앱 활용한 실시간 셔틀버스 위치 정보 제공 및 야간 조명 설치를 통한 '공원 체류형 야경 축제'로의 브랜드 전환.
 - **야간 배달/포장 특구 운영:** 심야 시간대 잔류 인구가 인근 상권으로 원활히 유입되도록 축제 전용 모바일 쿠폰 발행 및 야간 영업 상점 지도를 앱으로 제공.

3. 글로벌 K-Dance 브랜드 디지털 확장

- **복합 분석:** 언어 장벽이 낮은 '춤' 콘텐츠의 특성상 유튜브 조회수와 영어권 버즈량 높음.
- **실행 전략**
 - **글로벌 숏폼 챌린지 정례화:** 인스타그램 릴스와 유튜브 쇼츠를 타겟으로 한 'Anyang Dance Challenge'를 연중 상시 운영하여 글로벌 방문객의 자발적 유입 유도.
 - **해외 인플루언서 연계 인바운드 마케팅:** 러시아/중국 등 니치 타겟 국가의 크리에이터를 명예 홍보대사로 위촉하여 로컬 축제를 글로벌 관광 상품으로 격상.

Appendix: (선택사항) 실시간 웹/모바일 대시보드

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

- ✔ 권역별 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 지역의 가치를 입증합니다.

유동인구 실측과 소셜 버즈의 결합 분석, Flow Map

(주)스넥 인사이트 본부

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

info@sneck.ai | 010-4136-6480