

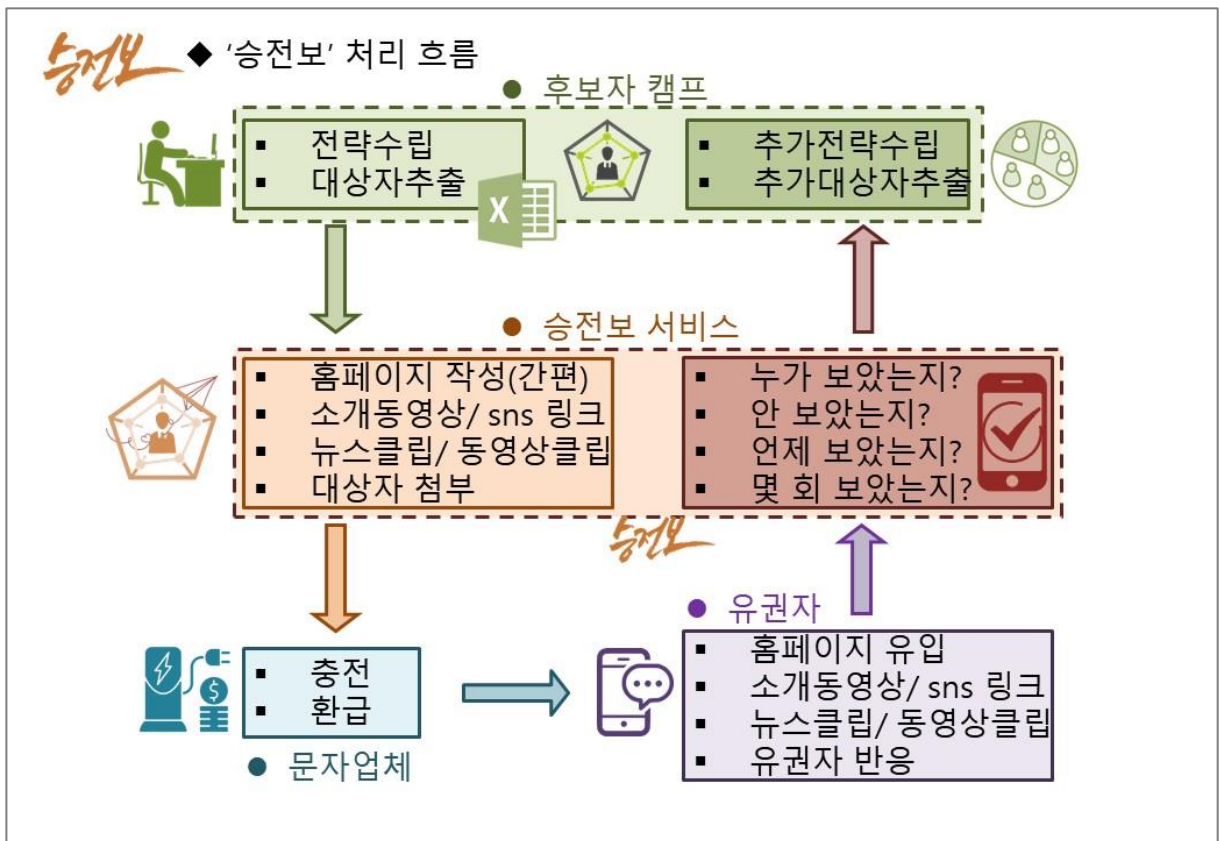
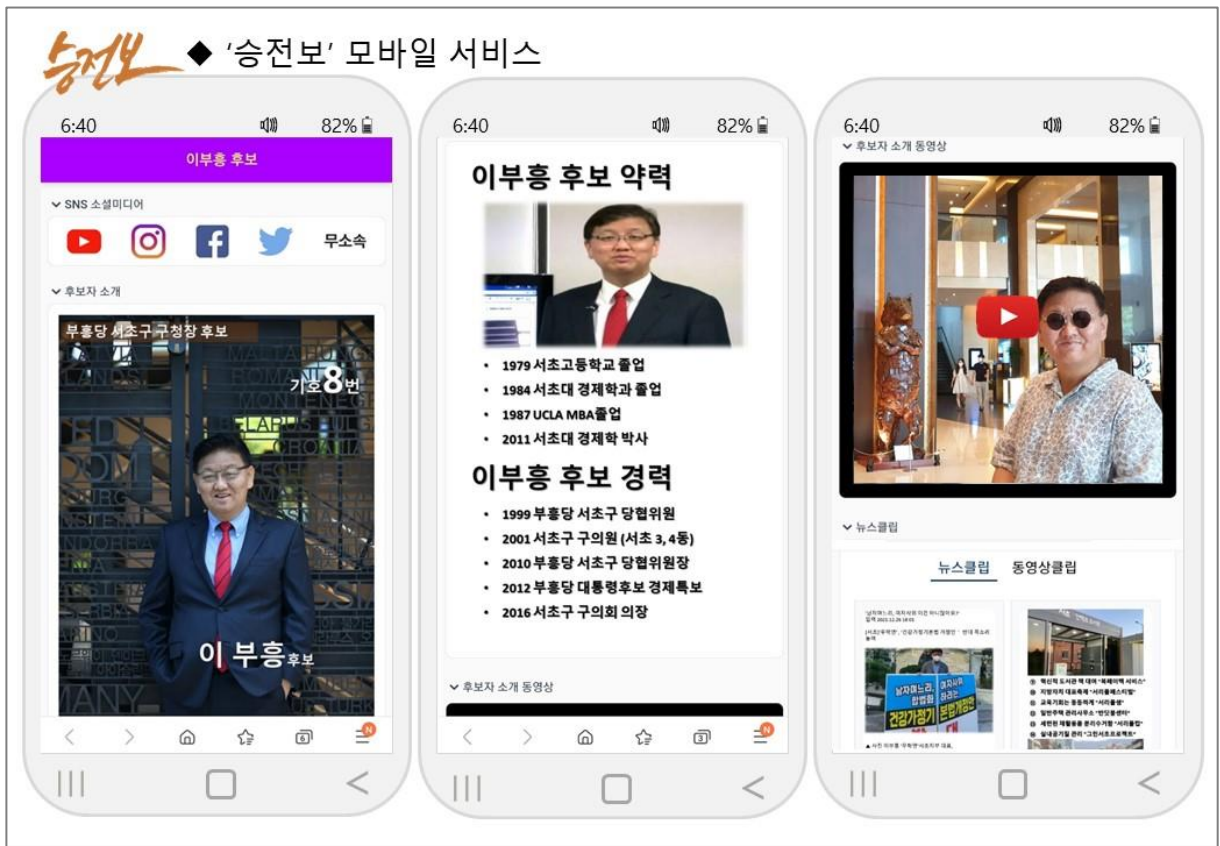
◆ '승전보' 서비스 제안(提案)



2022. Oct.

(주)부흥데이터서비스

◆ '승전보' 서비스 개념(概念)



◆ '승전보' 서비스 전략(戰略)



◆ '승전보' 서비스 실행(實行)

승전보 ◆ 유권자 포커스 그룹 정의

그룹	자격	대응
A그룹	• URL 4회 이상 혹은 • 뉴스클립 or 동영상클립 or • sns 4회 이상	• TM후 우리편으로 확정 • 우리편은 추가전송 금지
B그룹	• URL 2~3회 혹은 • 뉴스클립 or 동영상클립 or • sns 1~3회 이상	• TM으로 관심 뉴스/동영상 /sns등 파악 • 추가확인 유도로 등급향상
C그룹	• URL 누름	• URL 누름 • 추가전송으로 유입전략
D그룹	• 반응 없음 • 결번 or 오류번호	• 번호 재확인 후 재전송 • URL누르기를 일단 기다림
F그룹	• 수신거부 • 항의전화 등	• 남의편으로 정의

승전보 ◆ 포커스 그룹 n차 전송 결과

전송	전송Ⅰ	전송Ⅱ	전송Ⅲ	전송Ⅳ	전송Ⅴ
	후보자 소개	명절 인사	지역 공약	라이브 방송	유세 안내
주제					
작성 /전송	페이지1 엑셀1 메시지1 분석1	페이지2 엑셀2 메시지2 분석2	페이지3 엑셀3 메시지3 분석3	페이지4 엑셀4 메시지4 분석4	페이지5 엑셀5 메시지5 분석5

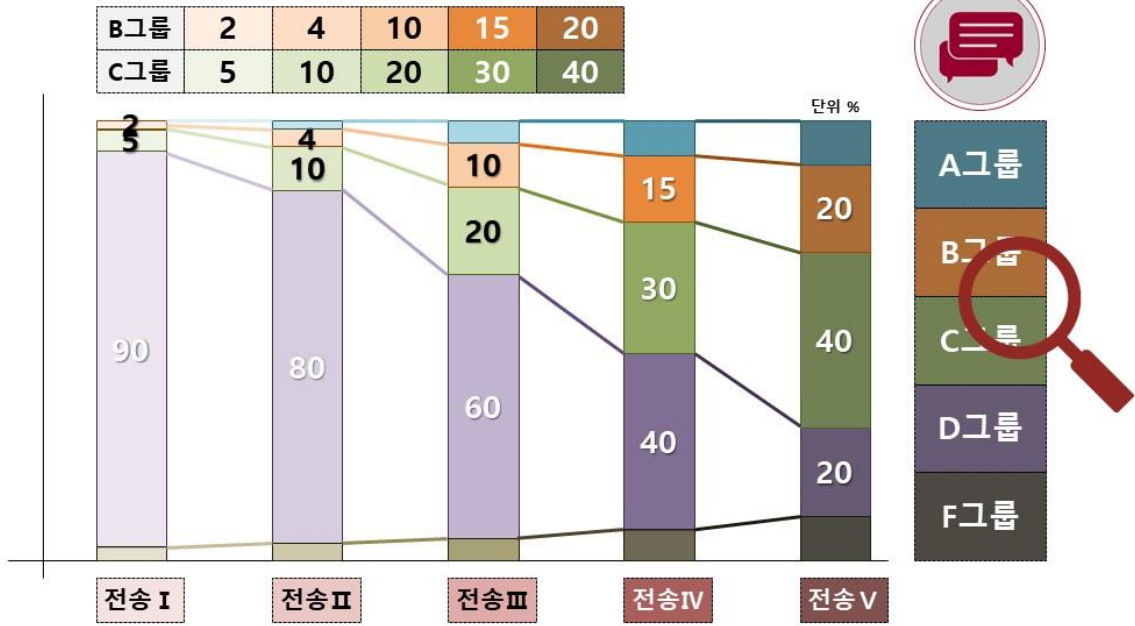
◆ '승전보' 서비스 결과(結果)

승전보 ◆ 포커스 그룹 n차 전승 결과

그룹	전승 I	전승 II	전승 III	전승 IV	전승 V
A그룹	0	2	5	8	10
B그룹	2	4	10	15	20
C그룹	5	10	20	30	40
D그룹	90	80	60	40	20
F그룹	3	4	5	7	10



승전보 > 승전보 전략 : B그룹/ C그룹 포커스



◆ '승전보' 보도 자료 (1/2)

선거홍보의 퍼널 전략(Funnel Strategy)

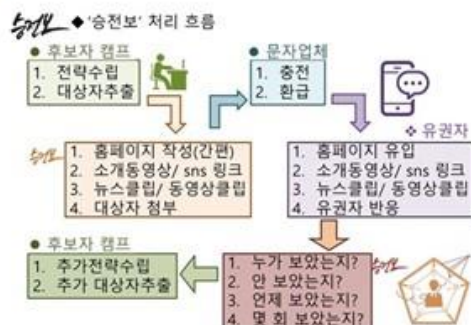
2022.09.19

원투원 마케팅에서 최근 효과적인 마케팅 전략으로 인정받고 있는 퍼널 전략을 선거홍보에도 활용할 수 있다.

퍼널 전략이란 소비자의 행동을 기업관점에서 재구성한 것이 퍼널(Funnel: 깔때기 모양)이다. 퍼널은 고객이 유입되고 전환에 이르는 단계를 수치로 확인하고 분석하는 방법론이다. 광고 등을 통해서 제품과 서비스를 인지하고 관심을 가지게 된 후 구매로 이어지거나 이탈하게 되는 것으로 퍼널 즉, 깔때기 모양으로 표현한 것이다. 이러한 과정에서 홍보의 취약 단계를 파악할 수 있기 때문에 고객경험을 개선하는 방법론으로 사용되기도 한다.

퍼널 전략(Funnel Strategy)은 위에서 아래로 흘러내려오는 모양을 가지고 있어 깔때기 모양으로 표현하기도 한다. 전통적으로는 소비자행동을 AIDA로 해석했다. AIDA는 인지/관심(Attention/Awareness), 이해(Interest), 욕망과 확신(Desire), 구매(Action)의 앞 단어로 만들어진 표현이다. 선거홍보에 있어서도 유권자의 관심과 이해에서 확신과 행동으로 이어지는 맥락과 동일하다. 문제는 마케팅에서는 고객의 행동이 개인별로 데이터로 획득가능한데 반하여 선거에서는 유권자의 행동을 공식적으로 데이터로 획득 불가능하기 때문에 선뜻 적용하는데 어려움을 갖고 있었다.

많은 선거홍보 관계자들이 선거홍보의 어려움에 대하여 반응을 알기 어렵다는 점을 지적한다. 선거홍보 자체도 불특정 다수인을 대상으로 문자를 보내거나 거리유세를 하거나 광고, 방송 등을 활용하지만 유권자 개개인 별로 명확하게 반응을 체크하기가 쉽지 않다는 점을 어려움으로 지적하고 있다. 선거홍보의 새로운 서비스 플랫폼인 '승전보' 서비스의 경우 유권자의 반응을 개인별로 파악할 수 있고, 이를 기반으로 퍼널 전략을 활용할 수 있다는 점이다.



◆ '승전보' 보도 자료 (2/2)

승전보 ◆ 유권자 포커스 그룹 정의

그룹	자격	대응
A그룹	• URL 4회 이상 혹은 • 뉴스클립 or 동영상클립 or • sns 4회 이상	• TM후 우리편으로 확정 • 우리편은 추가전송 금지
B그룹	• URL 2~3회 혹은 • 뉴스클립 or 동영상클립 or • sns 1~3회 이상	• TM으로 관심 뉴스/동영상 /sns등 파악 • 추가확인 유도로 등급향상
C그룹	• URL 누름	• URL 누름 • 추가전송으로 유입전략
D그룹	• 반응 없음 • 결번 or 오류번호	• 번호 재확인 후 재전송 • URL누르기를 일단 기다림
F그룹	• 수신거부 • 합의전화 등	• 남의편으로 정의

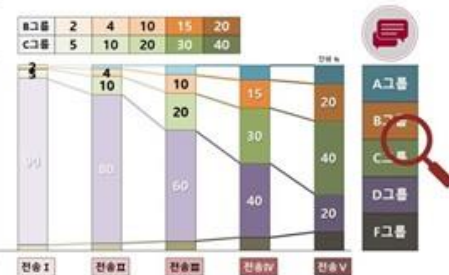
승전보 ◆ 포커스 그룹 n차 전송 결과

전송	전송 I	전송 II	전송 III	전송 IV	전송 V
주제	후보자 소개	명절 인사	지역 공약	라이브 방송	유세 안내
작성 /전송	페이지1 엑셀1 메시지1 분석1	페이지2 엑셀2 메시지2 분석2	페이지3 엑셀3 메시지3 분석3	페이지4 엑셀4 메시지4 분석4	페이지5 엑셀5 메시지5 분석5

승전보 ◆ 포커스 그룹 n차 전송 결과



승전보 > 승전보 전략 : B그룹/ C그룹 포커스



'승전보' 서비스는 선거홍보를 위한 모바일 홈페이지이다. 그리고 '승전보' 서비스는 유권자 유입전략으로 문자를 활용한다. 선거홍보에 있어서 문자는 가장 많이 활용하는 채널 중의 하나이지만, 대량발송 후 유권자의 개인별 반응을 파악하기 힘들었다. '승전보' 서비스를 활용하면 대량문자 발송 후 개인별로 반응을 파악할 수 있다. 단순히 모바일 홈페이지를 열어보았는지? 안 보았는지?에서 더 나아가 몇 회 언제 보았는지? 어떤 뉴스를 보았는지? 어떤 동영상으로 보았는지? sns는 링크하여 보았는지? 등을 자세히 파악하고 이를 퍼널 전략의 데이터로 활용할 수 있다.

흔히 선거는 우리편과 저쪽편 49%:49%의 싸움에서 숨어있는 2%를 찾아내고 이 2%를 잡으면 승리한다고 한다. 이를 위하여 우선적으로 유권자를 우리편과 저쪽편으로 세그멘테이션(Segmentation)하는 작업부터 해야 한다. 우리편과 저쪽편을 최대한 나눈 후 남아있는 숨어있는 중도층을 포커스 그룹으로 지정하고 끊임없이 세그멘테이션 할 수 있는 전략이 반드시 필요하다. 마케팅에서 제시하는 원투원 마케팅을 선거홍보에 그대로 적용하는 것이다. 유권자의 관심과 이해에서 확신과 행동으로 이어지는 퍼널 전략의 AIDA를 선거홍보에 활용하는 것이다.

이제 선거는 코로나 등으로 인하여 비대면 선거홍보가 필요하며, 비대면의 가장 중요한 채널인 모바일이 중심채널로 자리잡을 것이다. 벌써부터 많은 선거홍보 앱과 sns 등을 활용한 선거홍보 솔루션이 발표되고 있지만 가장 중요한 유권자 유입전략에 어려움을 겪고 있다. 앱은 유권자가 다운로드 받아야 하고 sns는 유권자가 가입해야 하기 때문이다. 간편하고 효과적인 유권자 유입전략과 유권자 반응을 기반으로 하는 퍼널 전략이 새로운 선거홍보 전략으로 제시될 것이다.

(주)부흥데이터서비스

대표전화 : 02-546-9098

◆ 대표 컨설턴트 소개

능전

◆ 이 화직 소개

HYOSUNG

TERADATA

IBM

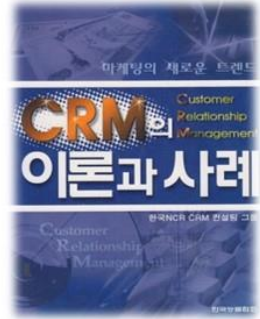
HSBC



- ❖ 성 명 : 이 화직(李 和植. Yi Hwajik)
- ❖ 연락처 : 010-8694-9098, rds16256@gmail.com
- ❖ 학 력 : 1979 인천부평고등학교 졸업. 서강대학교 입학.
- ❖ 경 력

- 1984 효성그룹 전자연구소. banking시스템 기획 및 개발
- 1989 효성컴퓨터 SE팀장 전자금융팀장. 비즈니스컨설턴트
- 1996 한국 NCR 비즈니스컨설턴트. CRM/DW 프리세일즈 팀장
- 2000 한국 IBM 컨설턴트. CRM/DW PM/ 실장, 글로벌CRM솔루션
- 2005 HSBC은행 소매금융사업본부 전무. 다이렉트 बैं킹 본부장
- 2009 ㈜반디CRM서비스 대표. CRM/DW, 빅데이터/인공지능, 컨설팅/PM.
- 2022 ㈜부흥데이터서비스 선거홍보 모바일서비스플랫폼 **능전** 개발.

2000 "CRM 이론과 사례" 출간. 한국능률협회



능전

◆ 부흥데이터서비스 연락처



- 법인명 : ㈜부흥데이터서비스
- 대표자 : 이화직
- 소재지 : 서울 서초구 서초동
- 사업자 : 713-87-02537
- 연락처 : 02-546-9098
- 휴대폰 : 010-8694-9098
- 이메일 : rds16256@gmail.com