

시온리서치 회사 소개서

Seeon RESEARCH

마케팅 의사결정 파트너

소비자 인사이트를 넘어, 전략을 함께 설계하는 리서치 파트너

시온리서치 미션과 비전

시온리서치의 핵심 가치

23년간의 마케팅 리서치 경험을 바탕으로 고객의 비즈니스 성장에 실질적으로 기여하는 것을 최우선으로 합니다.

빠른 조사 기획 및 실행력

빠르고 정확한 조사 실행을 통해
고객이 원하는 시간 내에
조사 결과를 제공합니다

정확한 데이터 기반 인사이트

객관적이고 신뢰할 수 있는
데이터를 통해 의미 있는
인사이트를 도출합니다

비즈니스 성장 중심

모든 리서치는 고객의
비즈니스 성장과 혁신을
이끌어내는 것에 집중합니다

시온리서치는 리서치로만 멈추지 않습니다.

데이터 너머의 소비자, 시장, 브랜드의 목소리를 읽고,

고객사의 의사결정을 설계하는 전략 파트너로 함께합니다.

왜 시온리서치를 선택해야 하는가?

일반 대형 리서치 회사

- 1 의사결정 지연**
복잡한 내부 승인 과정으로 프로젝트 진행 속도가 느림
- 2 주니어 실무 담당**
대리급이나 경력이 적은 실무자가 실제 작업 수행
- 3 높은 비용 구조**
대규모 조직 유지를 위한 높은 비용 구조로 프로젝트 단가 상승
- 4 표준화된 보고서**
고객 맞춤형 보다는 표준화된 형식의 결과물 제공

시온리서치

- 1 신속한 서비스**
복잡한 승인 과정 없이 즉각적인 의사결정과 빠른 실행
- 2 전문가 직접 수행**
23년차 리서치 전문가가 모든 과정을 직접 진행
풍부한 경험을 바탕으로 한 인사이트 제공
- 3 경쟁력 있는 비용**
효율적인 운영으로 고품질 서비스를 합리적인 가격에 제공
- 4 유연한 맞춤형 조사 서비스**
고객사의 니즈에 맞춰, 전문가의 역량이 필요한 부분에 대한 자문 제공
- 5 고객과 밀착 소통**
리서치에 대한 전문 지식이 없어도, 고객과 밀착 소통을 통해 고객의 기대 이상의 아웃풋 도출

차별화
포인트

시온리서치의 가치

최고의 전문성

리서치회사, 광고대행사 AP,
대기업 마케팅팀에서의 폭 넓은 경력

- 1 다양한 산업군 경험을 통한 통찰력 보유
- 2 광고주와 대행사 양쪽의 니즈 이해
- 3 데이터를 비즈니스 인사이트로 변환하는 능력
- 4 실행 가능한 전략 제안과 비즈니스 성장 지원

시온리서치 대표 소개



정은영

리서치 경력 총 23년

- 학력 : 성균관대학교 산업심리 석사
- 근무 경력 : 現(주)시온리서치 실장
前, 마크로밀엠브레인 차장
前, CJ제일제당 대리
前, 그레이프커뮤니케이션즈 대리

리서치 회사, 광고 대행사 AP, 대기업 마케팅 팀에서 쌓은 23년간의 풍부한 경험을 바탕으로 깊이 있는 인사이트와 고객사의 성공적인 비즈니스 의사결정을 지원합니다.

뷰티 업종

- 뷰티 디바이스 신사업 전략 조사
- 신제품 뷰티 디바이스 수용도 조사
- 리프팅 시술 관련 소비자 조사
- 스킨 부스터 관련 소비자 조사
- 수분크림 화장품 Usage & Attitude

식품 업종

- 비건 식품 소비자 인식 조사
- RTD 커피 브랜드 이미지 조사
- 치킨 맛 테스트 조사
- 신제품 컨셉 수용도 조사(다수 진행)
- 음료 시장 Usage & Attitude
- 아이스크림 브랜드 경쟁력 진단

교육 업종

- 초/중/고 온라인 학습 서비스 조사
- 온라인 영어회화 관련 조사
- 영어교육 앱 UT 조사
- 방문 학습지 마케팅 전략 수립 조사
- 유아 온라인 학습 수용도 조사
- 대학교 재학생 만족도 조사

IT/UT 조사

- 태블릿PC 브랜드 이용행태 조사
- 금융앱 UT 조사
- 데이팅 앱 수용도 및 UT 조사
- 중고 명품 앱 개발을 위한 조사
- 치과 프로그램 UT 조사
- 취미/소모임 플랫폼 UT 조사

금융 업종

- 은행 브랜드 경쟁력 진단 조사
- P2P 대출 서비스 이용행태 조사
- 대출 관련 소비자 인식 조사
- 보험 상품 마케팅 전략 수립 조사
- 투자 현황 및 니즈 파악을 위한 조사

건강기능식품

- 오메가3 시장 STP 조사
- 비타민 마케팅 전략 수립 조사
- 키성장 건강기능식품 이용행태 조사
- 프로바이오틱스 이용행태 조사
- 다이어트 건강기능식품 수용도 조사
- 단백질 음료 신제품 런칭 전략 조사

의약품

- 두통약 브랜드 인덱스 트래킹 조사
- 대상포진 인식 및 예방 실태 조사
- 치질약에 대한 소비자 인식 조사
- 치매예방 관련 의약품 수용도 조사
- 라식 수술 행태 및 고객 니즈 파악 조사

기타

- 자동차 회사 체험관 리뉴얼 조사
- 여행 어플 이용행태 조사
- 부동산 어플 이용행태 조사
- 기부/후원 실태 조사
- 가정용 커피머신 관련 소비자 조사
- 광고 효과 조사 다수 진행

리서치 서비스 범위

고객 맞춤 리서치 서비스 제공

시온리서치는 조사 기획부터 전략 보고서 작성까지 Full 서비스 제공은 기본이며, 고객의 니즈에 따른 맞춤 서비스를 제공합니다.



정량 조사

수치화된 데이터를 통해
객관적인 시장 동향과
소비자 행동을 분석합니다

- 고객 만족도 조사
- 브랜드 인지도/선호도 조사
- U&A 조사
- 신제품 수용도 조사
- STP 조사
- 광고효과 조사



정성 조사

소비자의 심층적인 의견과
감정, 니즈를 파악하는
질적 연구를 진행합니다

- 일대일 심층 인터뷰 (IDI)
- 표적 집단 면접 (FGD)
- UX/UX 리서치
- Idea Workshop



오프라인 정량 조사 (CLT, Gan Survey, HUT)

식품/음료/뷰티 제품의
맛과 품질에 대한
소비자 평가를 실시합니다

- 블라인드 맛 테스트
- 뷰티 제품 사용성 평가 조사
- 제품 컨셉 및 패키지 테스트



특화 리서치

산업별 특성에 맞춘
맞춤형 조사 설계와
실행 서비스를 제공합니다

- 경쟁사 분석 및 시장 조사
- 신제품 개발 리서치
- 고객 여정 맵핑

프로젝트 진행 과정

체계적이고 효율적인 프로젝트 프로세스

시온리서치는 25년간의 경험을 기반으로 최적화된 리서치 프로세스를 구축하였습니다.
모든 단계에서 대표 전문가가 직접 프로젝트를 진행하여 높은 품질과 효율성을 보장합니다.

01

니즈 파악



초기 상담

02

계획 수립



연구 설계

03

실행 단계



데이터 수집

04

분석 단계



데이터 분석

05

결과 도출



인사이트 제공



빠른 프로젝트 진행

신속한 의사결정으로 프로젝트 기간 단축



전문가 직접 관리

모든 단계에서 25년차 전문가의 직접 참여로 품질 보장



유연한 프로세스

고객 피드백에 따른 유연한 프로젝트 조정 가능

정성 조사 진행 프로세스

01

니즈 파악



초기 상담

02

조사 설계



조사 설계
인터뷰 질문지 개발

03

인터뷰어 리쿠르팅

스크린점주,
약사, 의사
그룹내 골고루
전문 리쿠르터를 통해
조사 목적에 적합한
인터뷰어 선별

소수의 인원을 대상으로 인터뷰하므로
자사의 서비스에 대한 유의미한 인사이트를 제공할
타겟 페르소나에 적합한 대상을 찾아서 인터뷰 진행
(타겟에 대한 사전 정의와 합의가 중요)

04

인터뷰 진행

1:1 인터뷰
좌담회
(Zoom 활용 or
대면 인터뷰)

고객사 참관 가능
현장에서 추가 질문 가능

05

결과 도출



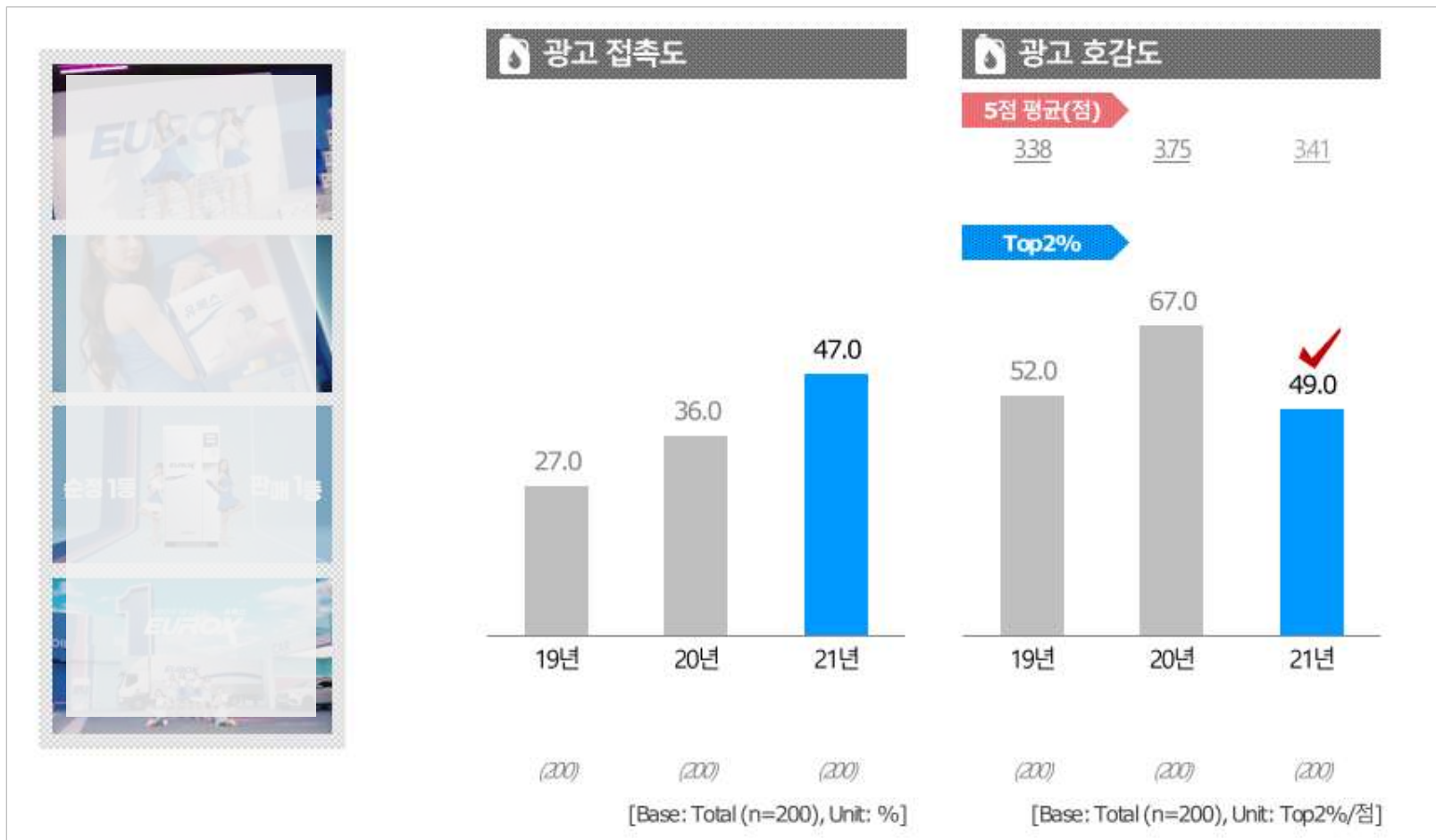
인사이트 제공



*좌담회 이미지

정량 조사 Case Study

- U 브랜드에서 Song을 활용한 동일한 광고 포맷 3년째 집행
 - 동일한 tone & manner 광고 집행으로 광고 접촉도는 증가하나, 광고 호감도는 전년 이후 하락함
- 시사점: 광고 소재에 대한 피로도 누적으로 광고 포맷 변경 고려해야 할 시점으로 보임



정량 조사 Case Study

- A 브랜드 매출 감소 원인을 파악하기 위한 조사에서 A 브랜드를 주로 취식하는 타겟들 특성을 이전 년도와 비교하여, 어느 층에서 이탈이 심한지 파악함

A브랜드 주 취식자의 타겟 특성은 어떠한가?



- A브랜드 주구매자의 타겟 특성 변화를 살펴보면, Heavy user인 40~50대에서 구입율이 소폭 감소했으며, Light user인 10~20대는 주취식 비율이 소폭 증가함
- A브랜드 주구매자들은 껌 계획/목적 구매 비중은 감소하고 있으며, 껌에 기대하는 효과도 전반적으로 감소함

A브랜드 주구매자 Tracking



정량 조사 Case Study

- 트래킹 조사를 통해서 소비자 니즈 변화를 파악할 수 있음

1. 유료 온라인 영어회화 시장 전망은 어떠한가?

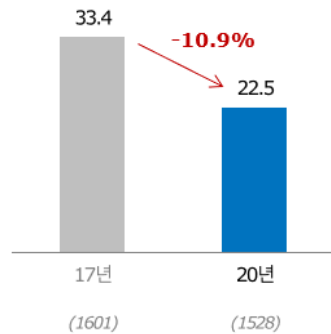


유료 온라인 영어회화 이용률은 17년 이후 감소세이며, 향후 전망도 밝지 않은 상황임

- 코로나 19로 해외여행 중단 여파로, 특히 50대에서 이용률 감소가 두드러짐
- 최근 유튜브 및 팟캐스트 등 양질의 무료 영어회화 콘텐츠가 증가 됨에 따라 유료 사이트 이용 필요성이 감소됨

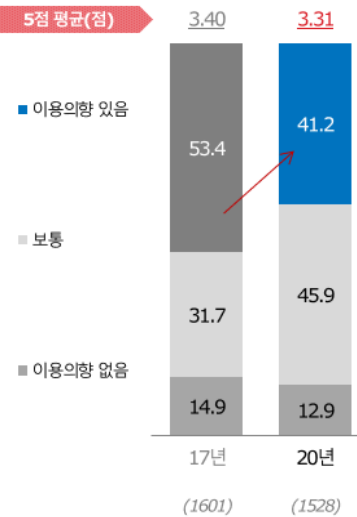
유료 온라인 영어회화 이용률

	17년	20년	Gap
20-29세	37.7	28.5	-9.2
30-39세	37.9	33.1	-4.8
40-49세	30.2	23.5	-6.7
50-59세	30.5	13.8	-16.7



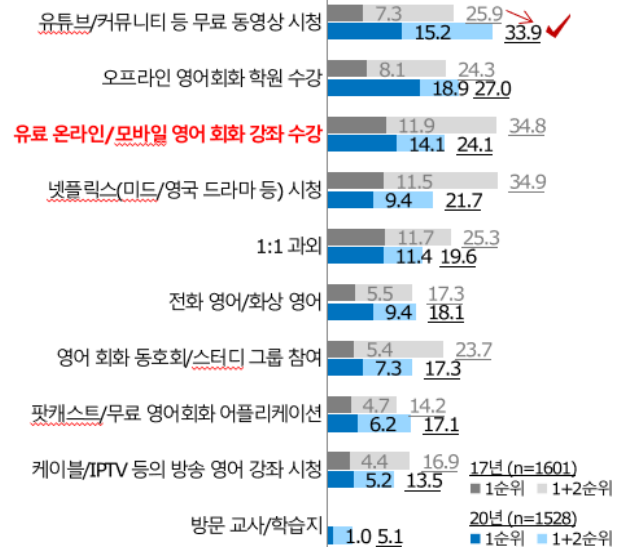
[Base: Outdata 포함, Unit: 중복 %]

향후 온라인 영어회화 이용의향



[Base: Outdata 포함, Unit: 중복 %]

향후 영어회화 학습 희망 방법



[Base: Outdata 포함, Unit: 중복 %]

정량 조사 데이터 어떻게 해석해야 하나요?

1 조사 결과가 시장의 상황과 유사한가? (상식적인 수준의 결과인가?)

- 브랜드 비보조 상기 지표와 시장 MS는 대체로 일치하는 경향인데, 조사 결과에서 브랜드 순위가 바뀌어서 나왔다면 무엇이 문제였는지 확인 필요 (조사된 자료는 연구자의 경험적인 자료와 비교하여 오류에 대한 검증 필요)

2 업계 표준과 비교(Norm 지표 활용)

- 광고효과 조사에서 예를 들어, 맥주 광고 호감도가 5점 척도 기준으로 평점 3.7점이 나왔다면 이것은 잘한 것인가 못한 것인가? 무엇을 근거로 판단을 내려야 하는가? (일반적으로 평점 3.2 이하는 부정, 3.3~3.5는 보통, 3.6점 이상은 긍정으로 해석)

3 예전 조사 결과와 비교(Tracking 지표 활용)

- 광고 활동 및 마케팅 활동 이후 효과를 측정하기 위해서 주로 사전/사후 방법으로 조사가 진행됨
- 예를 들어, 광고 집행 이전에 브랜드 보조인지도가 50%였으나, 광고 집행 후 70%로 20% 상승 효과가 있었음
- 그럼 20% 상승은 잘한 것인가? 판단하려면, 광고 집행하지 않았던 브랜드의 gap과 우리 브랜드 gap 차이를 통해서도 확인 할 수 있음

4 데이터를 해석 할 때는 맥락을 고려해서 할 필요가 있음

- A 브랜드 광고 접촉도는 50%, B 브랜드는 70%이면, 단순히 A 브랜드의 접촉도가 낮다고 해석해야 하는가? (광고 집행 매체비 대비하여 지표 해석 필요)

5 정말 유의미한 차이가 있는지 T-test, Turf 분석을 통해 차이를 읽어주자

- 맛 테스트, HUT, 광고 테스트 등 테스트를 통해 향후 출시 제품을 선정하거나, 제품 경쟁력을 파악해야 하는 이슈가 있는 조사는 T-test를 통해 유의미한 차이가 있는지 여부를 읽어줘야 함

정성 조사 Case Study

- 이직에 대한 인식이 최근 MZ세대를 중심으로 Jump-up의 기회로 긍정적으로 변화된 것을 알 수 있음
- 따라서 구인/구직 사이트 경력자들의 보다 편리하게 이직할 수 있는 서비스 개발 필요성

1. 이직 연상 이미지 |FGI 결과

공통적으로 이직하면 '더 높은 연봉', '경력개발', '능력 있는', 'Jump-up'의 이미지를 떠올림

- 평생직장의 개념이 없어지면서, 이직을 통해 자신의 경쟁력/몸값을 빨리 Upgrade 시키고 싶은 니즈가 존재함
- 또한 과거와 달리 조직과 맞지 않을 경우, 빠른 시간내에 자신에게 맞는 조직을 찾아 떠나는 것이 트렌드로, 이직주기가 짧아짐



정성 조사 Case Study

- Z세대의 특징을 이해하기 위해 FGI에서 10대의 라이프스타일, 관심사, 주로 이용하는 디지털 매체 등 다각적인 질문을 통해 Z세대의 특징 파악을 통해, 10대에게 공감대 가는 커뮤니케이션 메시지 개발

10대 Z세대에 대한 이해 포인트는?

- 10대들의 디지털 라이프 특성은 '재미'와 '소통'으로 축약됨.
- 예능과 먹방 중심의 유튜브 채널을 즐기며 페이스북, 유튜브, 틱톡, 팸, 카톡 등을 통해 콘텐츠를 생산하고 소비하고 있음.

여학생

Fun / communication /
Friendship / Idol / Beauty

인기 콘텐츠

[연예인 / 웹드라마 / 예능 프로그램]

- 연예인(아이돌)과 10대 감성을 터치하는 웹드라마에 열광

유튜브 채널

[예능 / 먹방 / 뷰티]

- 저학년은 외모 관리에 대한 고관여로 뷰티 채널, 고학년은 학업 스트레스 해소용으로 먹방 채널 고관심



어플

[SNS / 동영상 / 채팅]은 핵심 어플, 여학생은 [쇼핑 / 사진 / 웹툰]도 주요 어플



- 본인 일상 올리기
- 연예인 관련 글/사진 올리기
- 친구/연예인 근황 확인 및 팔로잉
- 킬링타임용으로 Fun/Hot한 썰 보기



YouTube

- 대중적인 다양한 콘텐츠
- 숏영상이 보기 편한 / 지루하지 않은
- 여학생 중심 활발하게 사용



- 접근성, 사용 편리성 등
→ 10대들 주요 채팅 채널



- 팸 현황 확인 부담 시 카톡 사용

남학생

Fun / communication / Cool /Exciting

[게임 / 스포츠 / 연예인]

- 유명 유튜버의 게임/스포츠 방송을 통한 콘텐츠 소비

[예능 / 게임 / 먹방]

- 재미와 자극적인 내용, 게임/스포츠 실력 향상



정성 조사 Case Study

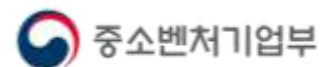
- 폴라쥬 기법 : 해당 브랜드를 사용하는 User image를 대표하는 사진이나 이미지 통해, 브랜드별 User image 및 브랜드 이미지 파악 (언어적인 표현 외에, 브랜드에 대한 무드나 정서를 함께 점검할 수 있음)

성/연령/성향 • 30대 중반~50대, 남성 중장년 남성/가정 • 동네에서 볼 수 있는 아저씨(가장 흔하게 많이 보이는) • 가무장적인, 큰대 • 중/고생 자녀를 둔 	소비/패션 스타일 • 아저씨 스타일(패션 감각은 없는) • 근육질/외발드한 느낌(자체가 커서) • 평범한/무난한거 좋아하는(선택패가 대중적이라 이만하면 됐지) 	성/연령/성향 • 30대 중반~40대 • 가정적인, 따뜻한, 자상한 아버지(승차감이 부드러운) • 미취학이나 초등자녀를 둔 	소비/패션 스타일 • 세미 정장을 입을 것 같은 (최근 텍사스 리프트 디자인이 세련되고 예쁜) 
라이프 스타일 (취미/여가 등) • 주로 혼자 하는 아웃도어 활동(혼자서 여유를 찾고 싶어 떠나는) • 캠핑 	직업 • 외부 활동을 많이 하는 직업/인테리어 업자 등(공사현장에 어울리는) • 집을 많이 살고 다니는 자영업자 	라이프 스타일 (취미/여가 등) • 캠핑을 즐기는 • 여럿이 활동하는 아웃도어를 즐기는 	직업 • 사무직 직장인 
성/연령/성향 • 30대 미혼이나 미취학 자녀를 둔 남성(3인 가족) • 합리적인 의사 결정자/실속을 행하는 • 평범한 것을 싫어하는/색다른 것을 선택하고 싶어하는 "물건을 살 때 가격도 보고 디자인도 보고 성능도 보고 다 따져보고 합리적으로 구매하는 사람 같아요" (티구안 보유 여성그룹) "사모하면서 견고한 이미지가 있어요" (티구안 남성그룹) 	직업 • 프리랜서 • 광고, 디자이너 등 전문직종 종사자 	소비/패션 스타일 • 편안함을 추구하면서 맛을 내는(무안꾸름) "내가 세련되고 싶은데 실용성도 고려하는 느낌이에요" (티구안 보유자) "장장도 아니고, 캐주얼도 아니고, 다 소화 가능한" 	기타 • 따뜻한/여성적인 느낌(티구안 보유자 여성그룹) • 커리어우먼, 아내가 주로 타는 세련카(마트갈 때 주로 이용) "TV에서 젊은 여자들이 타는 모습을 많이 봤어요 아내에게 사주기 좋은 세련카 느낌이에요" (김정민) 

주요 고객사

신뢰와 성과로 이어온 파트너십

시온리서치는 다양한 산업 분야의 선도적인 기업들과 함께 의미 있는 리서치 프로젝트를 진행해 왔습니다.
정확한 인사이트와 맞춤형 솔루션으로 고객사의 비즈니스 성장에 기여하고 있습니다.



시온리서치는 **B2C와 B2B 영역을 아우르는 다양한 산업군**에서의 리서치 경험을 보유하고 있습니다.

교육, 뷰티, 패션, 식품, 자동차, 건강기능식품 등 여러 카테고리에서 풍부한 노하우를 활용해 고객사의 비즈니스 성장을 위한 최적의 리서치 솔루션을 제공합니다.

시온리서치를 선택해야 하는 이유

마케팅 리서치에 대한 일반적인 오해

“뭐야 점수 높아서 출시했는데 왜 안 팔려?”

“소비자 조사했는데 항상 결과가 뻔해, 새로운 게 없어!”

“스티브잡스도 고객은 자신이 필요한 걸 모른다고 했어. 고객은 자신이 뭘 원하는지도 모르는데~~”

“몇 샘플 조사 했어? 고작 그거 해서 그걸 믿을 수 있어?”



그래서, 시온리서치는 다릅니다

고객의 맥락을 이해하고 질문을 작성하며, **의사결정을 돕는 '실행 가능한 인사이트'**를 제공합니다.

시온리서치를 선택해야 하는 이유



★★★★★ 5.0 22.01.27 16:55

최*****

업무정의가 명확하지 않았던 상황에서 최대한 저희기업에 맞게 설문조사를 설계해주시고, 처음 정의된 분량보다 훨씬 많이 작업해주셨습니다. 매 상담이 친절하셨으며, 대응도 빨라 아주 만족했어요. 앞으로 또 설문을 진행한다면 반드시 여기서 다시 실행하고 싶습니다. 많은 분들께 추천드립니다.



★★★★★ 5.0 20.05.07 21:42

이*****

신규 사업을 진행하면서 시온리서치를 통해 FGI 를 의뢰하였습니다. 소비자들의 반응을 정확히 확인하여, 추진하고 있는 사업 방향성에 확신을 더 하고자 한다면 시온 리서치를 통한 FGI 를 추천드리고 싶습니다. 단순한 리서치가 아닌 여러 벤치 마킹할 사례까지 진정성있게 상담해주셔서 컨설팅을 받는 느낌이 들 정도였습니다. 다음에도 꼭 파트너로서 리서치를 의뢰하고 싶습니다. 감사합니다.~



리서치는 만병통치약과 같은 것이 아닙니다.

좋은 인사이트는 적절한 조사 방법과 질문에서 나옵니다.

신뢰할 수 있는 마케팅 리서치 파트너를 찾고 계신가요?

시온리서치의 23년 전문성과 함께 비즈니스 의사결정에 필요한 인사이트를 발견하세요.

빠른 상담 신청

귀사의 비즈니스 성장을 위한 첫 단계를 시온리서치와 함께 시작하세요. 프로젝트에 관한 상담을 신청하시면 24시간 이내에 답변 드립니다.

- ✓ 무료 초기 상담
- ✓ 맞춤형 리서치 설계
- ✓ 경쟁력 있는 건적 제공

Phone

02-3141-5109

E-mail

goodforyou@seeonresearch.co.kr

Address

서울특별시 강남구 자곡로 172, 강남엑슬루 프라임 714호