대학내일20대연구소 비즈니스 소개서 2021. 05

Introduction.

Business portfolio.

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

Table of Contents

Ⅰ. Intro_연구소 소개 03

Ⅱ. Business_사업 소개 06

[트렌드 연구]

1. MZ세대 데이터 · 연구 보고서 발간 07
2. MZ세대 트렌드 도서 출간 08
3. 트렌드 강연 · 컨퍼런스(T-CON) 09
4. Z세대 네트워크 운영 11

[타깃 리서치 · 컨설팅]

1. 트렌드 리서치 12
2. 마케팅 리서치 13
3. 마케팅 컨설팅 15
4. 정부 · 공공기관 청년정책 개발 · 평가 18

Ⅲ. Approach & Methodology_연구역량 소개 19

1. 조사 인프라 20
2. 정량 조사 21
3. 정성 조사 22

Ⅳ. Media PR_미디어 소개 24

Appendix 28

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

Ⅰ. Intro_연구소 소개

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

밀레니얼-Z세대(MZ세대)는 전세계 소비 트렌드의 중심입니다.
대학내일20대연구소는 **MZ세대 소비자를 집중 분석**하는 국내 유일한 연구 기관입니다.

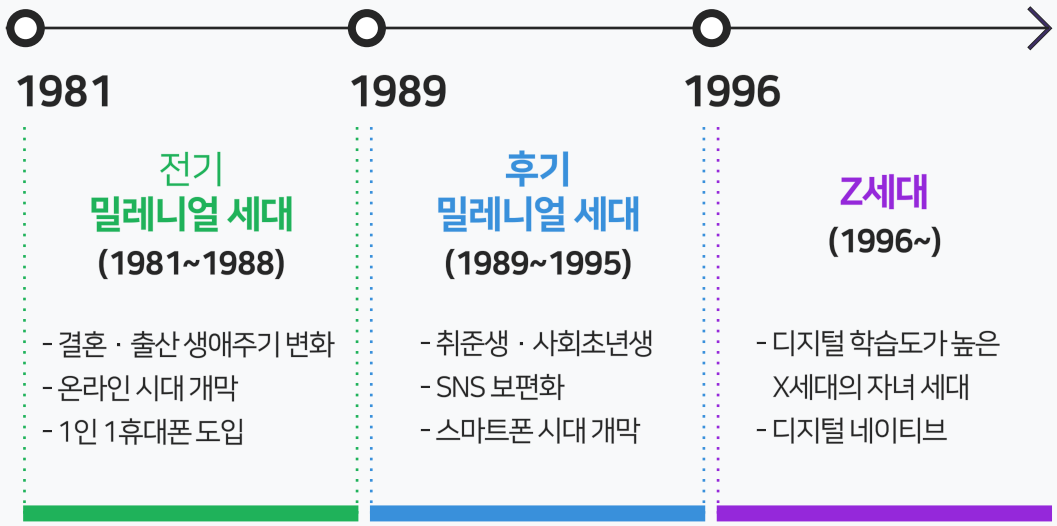
33.2% 2021년 한국
밀레니얼-Z세대 인구 비율

출처 : 통계청, 장래인구추계, 2020. 12 공표 자료 기준

15년 밀레니얼-Z세대가
가장 큰 구매력을 지속할 시간

출처 : World Data Lab, 2018.04

[밀레니얼-Z세대 구분]



Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

또한, 통합 마케팅 에이전시 **<대학내일>의 기업 부설 연구 기관**으로
MZ세대 타깃에 특화된 트렌드 인사이트 및 마케팅 솔루션을 제공하고 있습니다.



Target Media

대학생
대학내일 · 아웃캠퍼스

취준생
취트키 · 캠퍼스리쿠르팅TV

직장인
직장내일 · 캐릿

Marketing Solution

이슈를 만드는
디지털 캠페인

관계를 만드는
소셜채널

더 강하게 연결하는
온택트마케팅

청년사업 특화
공공마케팅

미래고객을 선점하는
유스마케팅

대학내일 미디어 소개서 ▶ 바로가기

대학내일 비즈니스 소개서 ▶ 바로가기

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

Ⅱ. Business_사업 소개

Trend Insight

MZ세대 최신 트렌드 발굴 및 진단

트렌드 연구

1. MZ세대 데이터·연구 보고서 발간
2. MZ세대 트렌드 도서 출간
3. 트렌드 강연·컨퍼런스(T-CON)
4. Z세대 네트워크 운영

Research & Consulting

MZ세대 맞춤형 인사이트 도출

타깃 리서치·컨설팅

1. 트렌드 리서치
2. 마케팅 리서치
3. 마케팅 컨설팅
4. 정부·공공기관 청년정책 개발·평가

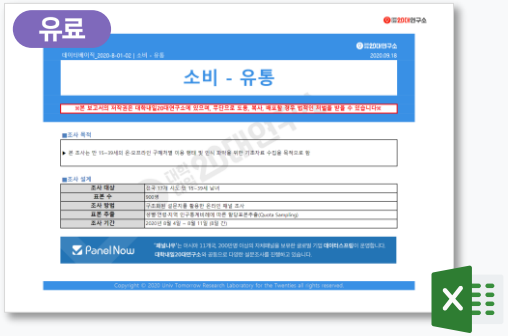
Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

트렌드 연구

MZ세대 라이프스타일 전반에 대한 심층적인 보고서를 정기 발행합니다.

MZ세대 데이터·연구 보고서 발간

조사 주제 미디어 | 유통 | 식생활 | 음주 | 뷰티 | O2O | 리빙 | 소비습관 · 행태 | 취업 | 일 · 직업 · 직장 | 여가 | 가치관



데이터 베이직·플러스 ▶ 바로가기

- 100문항 내외의 조사 결과 **데이터 분석표**
- 성별, 연령, 세대 등 분석 단위별 비교 결과
- **연 15회 이상** 발행



인사이트 보고서 ▶ 바로가기

- 특정 주제에 대한 **분석 및 인사이트**를 담은 보고서
- **연 10회 이상** 발행



3분 보고서 ▶ 바로가기

- 흥미로운 **조사 결과를 3분 안에** 읽을 수 있는 분량의 보고서
- **비정기적** 발행

무제한 연간 멤버십 ▶ 바로가기

멤버십 가입일로부터 1년간 대학내일20대연구소에서 발행하는 **모든 연구자료를 무제한으로** 다운받을 수 있는 유료 멤버십

- 데이터&보고서 무제한 다운로드
- MZ세대 트렌드 세미나 초청
- MZ세대 트렌드 도서 증정
- 월간 이슈모니터링
- 재등록 시 할인 혜택

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

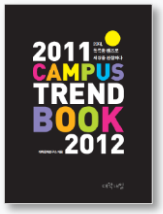
트렌드 연구

향후 MZ세대 트렌드를 진단 및 예측하는 트렌드 도서를 연 1회 출간합니다.

MZ세대 트렌드 도서 출간

* 2011년부터 2021년 현재까지 총 12권의 <20대 트렌드 리포트>, <MZ세대 트렌드 리포트> 출간

2011-12



2013



2014



2015



2016



2017



2018



2019



2020



2021



▶ 바로가기

2022

2021년
출간 예정

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

트렌드 연구

MZ세대 마케팅 전반에 대한 트렌드 인사이트를 공유하는 컨퍼런스를 개최합니다.

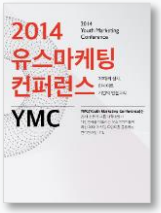
트렌드 컨퍼런스(T-CON)

* 2013년부터 2020년 현재까지 총 8회의 <유스 마케팅 컨퍼런스>, <MZ세대 트렌드 컨퍼런스> 개최

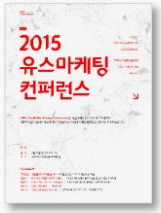
2013



2014



2015



2016







2017



2018



2019



2020



2021

진행 예정

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

트렌드 연구

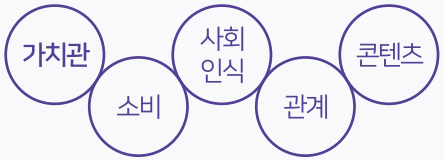
MZ세대를 더 깊게 이해하고 싶은 기업에게 세대 연구의 핵심을 직접 전달합니다.

트렌드 강연

세부 유형

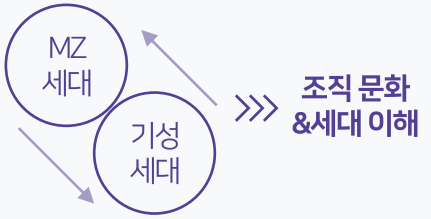
MZ세대 트렌드 강연

올해의 MZ세대 키워드



- MZ세대를 표현하는 **키워드**와 풍부한 **사례** 중심
- MZ세대에 대한 **최신 트렌드** 소개

조직 내 세대 이해 강연



- 세대별 **시대적 배경**과 그에 따라 형성된 **가치관 중심의 특성** 소개
- **조직문화 및 세대 이해**



*일정 및 비용: 별도의 커스터마이징이 없을 경우, 1시간 강연 기준 100만 원

THE MOST RECENT REFERENCES

<MZ세대를 이해하기 위한 다섯가지 키워드> 온라인 강연	페이스북코리아
<MZ세대 특성 이해하기> 온라인 강연	넥슨코리아
<MZ세대 트렌드 2021> 온라인 강연	월드비전
<MZ세대 소비 트렌드 2021> 온라인 강연	삼성금융연수원
<MZ세대의 재테크 & 미닝아웃 트렌드> 온라인 세미나	폴인
<MZ세대 트렌드 이해> 온라인 교육과정 영상 자문 및 출연	LG인화원
<MZ세대 트렌드 2021> 북러닝 콘텐츠 제작	휴넷
<MZ세대 트렌드 키워드 2020> 온라인 강연(오디오)	윌라
<MZ세대 트렌드 및 외식문화> 오프라인 강연	SPC
<MZ세대 트렌드 및 조직문화> 오프라인 강연	LG유플러스
<360 SEOUL 컨퍼런스 - MZ세대 트렌드> 오프라인 강연	코엑스
<밀레니얼 트렌드> 오프라인 강연	SK텔레콤
<밀레니얼 트렌드 및 조직문화> 오프라인 강연	현대자동차

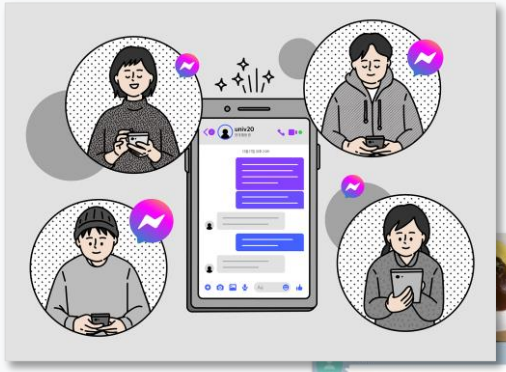
Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

트렌드 연구

Z세대의 생생한 목소리와 의견을 신속하게 들을 수 있는 15-25세 네트워크를 상시 운영합니다.

Z세대 네트워크 운영

제트워크(Gen Z+Network) Z세대 트렌드 수집을 위한 온라인 네트워크





운영시즌	시즌2*2021년 5월 기준
운영시기	연 4회
활동기간	시즌당 약 8주
활동인원	300명 내외

→ Z세대에게 직접 트렌드 현상을 확인하고 검증할 수 있는 상시 네트워크

뷰티파일러 뷰티 분야 MZ세대 트렌드 연구를 위한 소규모 네트워크





운영기수	5기*2021년 5월 기준
운영시기	연 3회, 2~10월 중
활동기간	기수당 약 1.5개월
활동인원	6명 내외

→ 특정 주제의 트렌드를 집중적으로 발굴하고 인사이트를 도출하는 그룹

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

타깃 리서치·컨설팅

데스크리서치 기반으로 산업 분야별 MZ세대 트렌드 인사이트를 제공합니다.

트렌드 리서치

세부 유형

트렌드 리서치 I 베이직

최근 이슈 및 트렌드를 신속하게 파악하는 목적

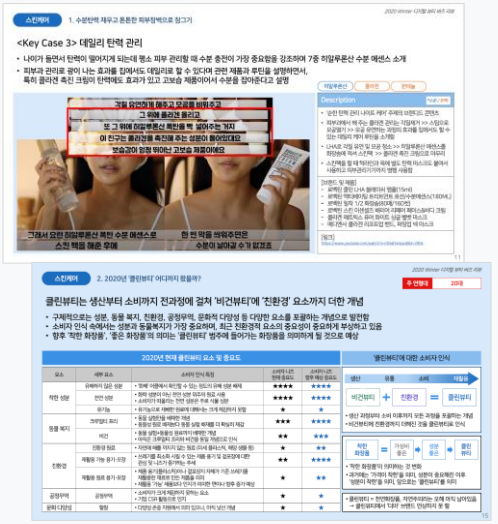
최근 떠오르는 **트렌드 현상**에 대한 **동향**을 요약 정리한 보고서



트렌드 리서치 I 플러스

심층적 분석을 통해 세대 및 트렌드 이해의 폭을 넓히는 목적

유의미하게 수집된 **트렌드 현상**에서 공통 요소를 찾아 **원인과 해석**을 더한 보고서



THE MOST RECENT REFERENCES

[베이직] MZ세대 트렌드 케이스 스터디	CJ ENM
[베이직] 10대 트렌드 동향 보고	CJ ENM
[베이직] 20대 시청자 트렌드 동향 보고	CJ ENM
[베이직] 콘텐츠 소비자 트렌드 동향 보고	JTBC
[베이직] 20대 여성 트렌드 동향 보고	삼성물산(에버랜드)
[베이직] MZ세대 식생활 트렌드 동향 보고	농심
[베이직] MZ세대 라이프스타일 트렌드 동향 보고	SK텔레콤
[플러스] MZ세대 뷰티 트렌드 조사	아모레퍼시픽
[플러스] 밀레니얼 세대 푸드 트렌드 조사	삼성웰스토리
[플러스] MZ세대 푸드 트렌드 조사	SPC
[플러스] 조직 내 세대 공존을 위한 세대 이해 리포트	SK이노베이션
[플러스] 20대 트렌드 동향 조사	에뛰드하우스

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

타깃 리서치·컨설팅

다양한 마케팅 전략 수립을 위한 기초 자료부터 마케팅 활동 이후 성과 분석까지,
MZ세대 소비자 인식, 자사 및 경쟁 상황을 분석하고 인사이트를 제공합니다.

마케팅 리서치

소비자 이용 행태 조사 (U&A)

특정 제품 · 서비스 시장에서 MZ세대 소비자의 해당 **제품·서비스 이용 실태, 인식, 태도** 등을 함께 파악함으로써 **시장과 타깃에 대한 정확한 이해**를 돕고, 이를 기반으로 마케팅 활동에 필요한 인사이트를 얻을 수 있습니다.

컨셉 수용도 조사

신제품 출시 이전이나 새로운 서비스 개발 단계에서 제품 · 서비스 콘셉트에 대한 **MZ세대 소비자의 반응**을 파악하여 **보완·개선 포인트**를 도출함으로써 향후 신제품 개발 방향성을 확인하고 최적의 콘셉트를 결정할 수 있습니다.

제품 및 서비스 평가 조사

MZ세대 타깃 제품 및 서비스에 대한 소비자의 평가와 인식을 파악하여 **제품·서비스의 개선 및 강화 영역 파악**을 위한 기초 자료를 도출하고 조사결과를 광고, 프로모션 등 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있습니다.

마케팅 활동 효과 조사

MZ세대 타깃 캠페인 프로모션 참여자 및 소비자를 대상으로 해당 브랜드에 대한 **인지도, 호감도 변화** 등을 조사하여, **마케팅 커뮤니케이션 활동의 성과**를 정량 · 정성적으로 측정하고 분석합니다.

기업·브랜드 이미지 조사

특정 기업이나 브랜드에 대한 **MZ세대의 인식과 이미지**를 파악함으로써 **브랜드 경쟁력**과 **광고홍보활동**을 점검하고 향후 이미지 제고 활동을 위한 기초 자료로 활용할 수 있습니다.

브랜드 진단 조사

브랜드의 마케팅 활동과 자산을 기반으로 **브랜드 가치**를 측정하여 현재 브랜드 위상을 점검하며, 지표로 개발할 경우 **MZ세대 소비자의 인식을 지속적으로 추적하고 관리**하여 향후 목표 설정에 활용할 수 있습니다.

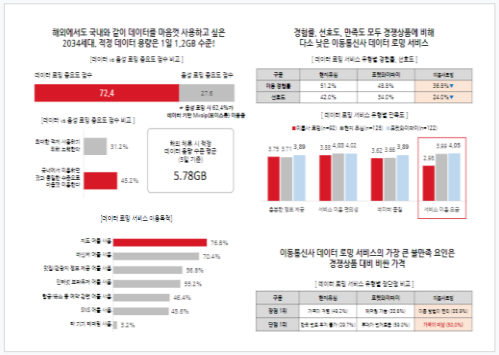
Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

타깃 리서치·컨설팅

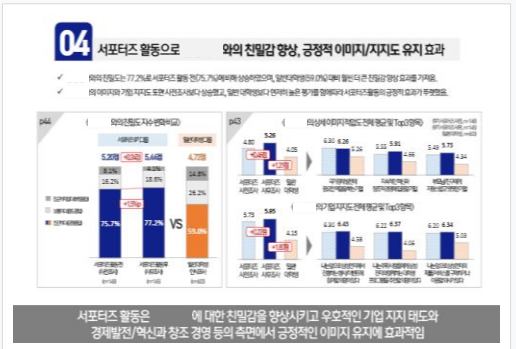
다양한 마케팅 전략 수립을 위한 기초 자료부터 마케팅 활동 이후 성과 분석까지,
MZ세대 소비자 인식, 자사 및 경쟁 상황을 분석하고 인사이트를 제공합니다.

마케팅 리서치

**소비자 이용 행태 조사 예시*



**마케팅 활동 효과 조사 예시*



**컨셉 수용도 조사 예시*



**기업·브랜드 이미지 조사 예시*



THE MOST RECENT REFERENCES

Z세대 주요 SNS 이용 행태 조사	트위터코리아
채널 브랜드 인식 조사	CJENM
TV 프로그램 및 콘텐츠 시청 행태 조사	MBC
여성 뷰티 관련 인식조사	JTBC
통신 서비스 이용 행태 조사	KT
밀레니얼 타깃 라이프스타일 조사	SKT
자동차 구매 인식 및 콘텐츠 이용 조사	현대자동차그룹
어학교육 소비자 이용 조사	능률교육
대외활동 프로그램 만족도 조사	LG, SK, 삼성, 신세계, 현대차 등
뷰티 이커머스 콘셉트 도출 기초 조사	시코르
남성청결제 신제품 런칭 캠페인 조사	아모레퍼시픽
그룹사 브랜드 이미지 진단 조사	롯데, LG 등
채용 브랜드 조사	SK, SK하이닉스
캐릭터 선호도 조사	파리크라상

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

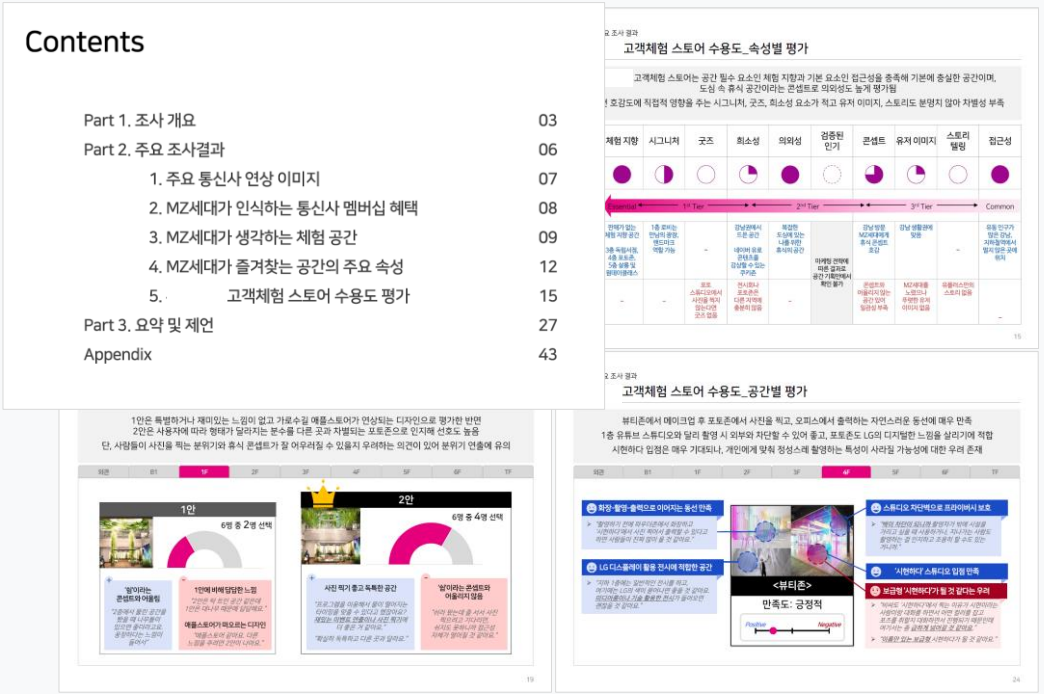
타깃 리서치·컨설팅

MZ세대를 타깃으로 한 제품 기획, 브랜딩, 마케팅 활동을 위한 전략을 수립하고
실현가능한 액션플랜 및 아이디어를 통해 구체적인 솔루션을 제시합니다.

마케팅 컨설팅 : 제품·서비스 기획

MZ세대 타깃 제품 및 서비스 출시를 기획할 때 이들의 라이프스타일 트렌드와 니즈에 부합하는 **아이디어 안**을 제시합니다.

**오프라인 고객 경험 매장* 컨설팅 사례



"미처 몰랐던 니즈를 찾아 새로운 서비스를 개발하고 싶어요"
"신제품이 MZ세대의 니즈에 맞으려면 무엇을 개선 · 보완해야 하나요?"

신제품 및 신규 서비스 기획 아이디어

개발 중인 제품·서비스 방향 설정

기존 제품·서비스 리뉴얼 전략 및 아이디어

THE MOST RECENT REFERENCES

[IT] Youth 타깃 신규 서비스 기획	KT
[IT] 고객경험매장 수용도 조사 및 컨설팅	LG유플러스
[IT] 웨어러블 디바이스 및 모바일 액세서리 아이디어 제안	삼성전자
[IT] 오디오 콘텐츠 서비스 브랜드 방향성 수립	멜론
[푸드] 밀레니얼 직원을 위한 사내 프로그램 아이디어 제안	CJ푸드빌
[기타] 소비자 성향 진단 테스트 설계	현대자동차
[기타] 소비자 성향 진단 테스트 설계	국민랩스
[기타] 임직원 대상 기업 문화 진단 테스트 설계	현대자동차
[기타] 대외활동 프로그램 리뉴얼 방향 수립	현대자동차

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

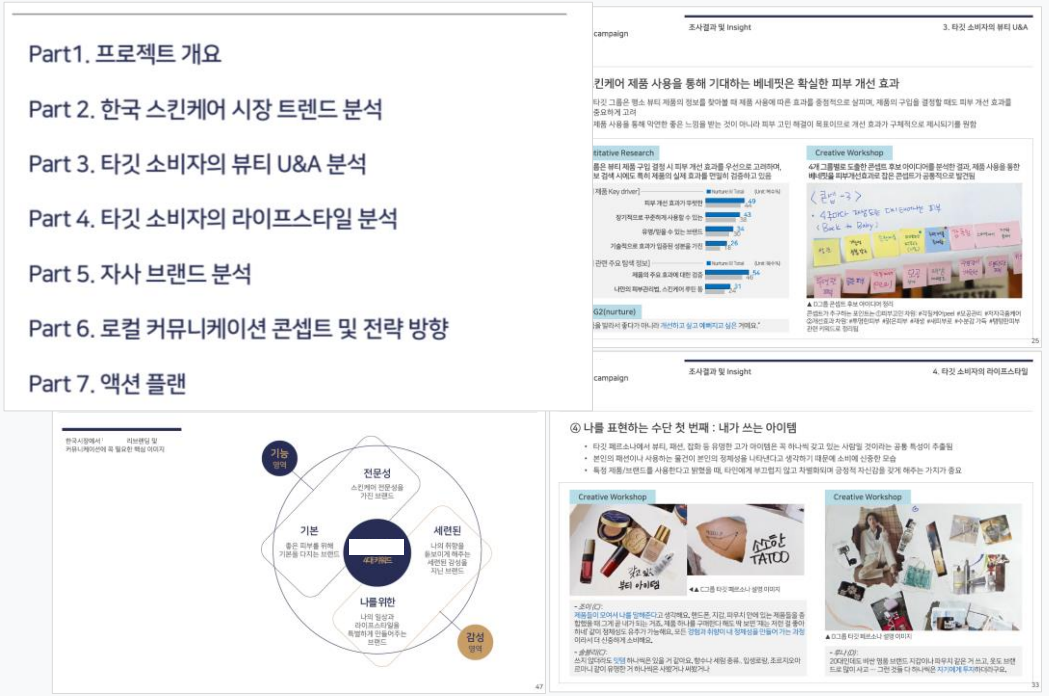
타깃 리서치·컨설팅

MZ세대를 타깃으로 한 제품 기획, 브랜딩, 마케팅 활동을 위한 전략을 수립하고
실현가능한 액션플랜 및 아이디어를 통해 구체적인 솔루션을 제시합니다.

마케팅 컨설팅 : 브랜딩·마케팅 전략

MZ세대 라이프스타일과 소비 트렌드를 기반으로 기업 및 브랜드의 **커뮤니케이션 전략 방향**을 제시합니다.

**해외 뷰티 브랜드의 국내 시장 런칭 전략* 컨설팅 사례



"MZ세대 트렌드에 맞춰 브랜드 콘셉트와 메시지를 개발하고 싶어요"
"오래된 기업 이미지를 MZ세대가 좋아하는 이미지로 바꾸고 싶어요"

기존 브랜드 리포지셔닝	**타깃 소비자 유입 및 확장**
신규 브랜드 캠페인 커뮤니케이션	**기업 이미지 제고를 위한 커뮤니케이션**

THE MOST RECENT REFERENCES

[IT] 모바일 부문 마케팅 커뮤니케이션 전략 컨설팅	LG전자
[IT] 모바일 브랜드 팬덤 형성 전략 컨설팅	삼성전자
[콘텐츠] 1020 웹툰 소비자 타깃 브랜드 진단 및 컨설팅	카카오페이지
[뷰티] 뷰티 브랜드 팬덤 형성 전략 컨설팅	아모레퍼시픽
[뷰티] 여대생 소비자 타깃 전략 컨설팅	에뛰드하우스
[뷰티] 해외 뷰티 브랜드의 국내 시장 런칭 전략 컨설팅	코티코리아
[푸드] 20대 트렌드 기반 마케팅 전략 컨설팅	오비맥주
[채용] 채용 브랜드 진단 컨설팅	한국타이어
[채용] 채용 브랜드 컨설팅	한솔그룹

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

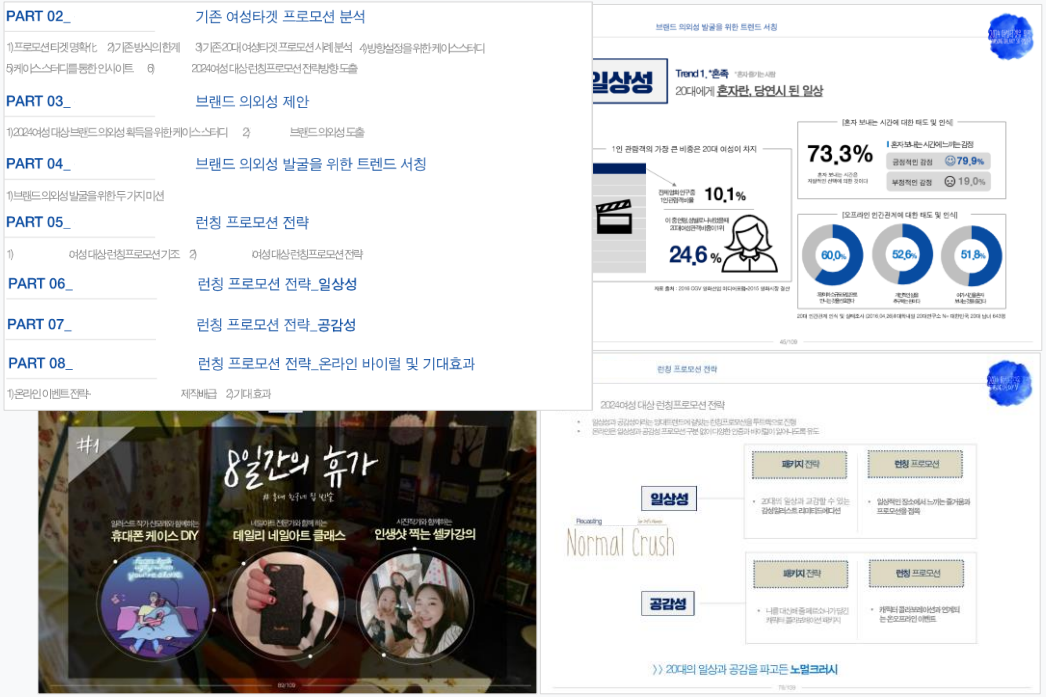
타깃 리서치·컨설팅

MZ세대를 타깃으로 한 제품 기획, 브랜딩, 마케팅 활동을 위한 전략을 수립하고
실현가능한 액션플랜 및 아이디어를 통해 구체적인 솔루션을 제시합니다.

마케팅 컨설팅 : 마케팅 액션플랜

커뮤니케이션 전략 방향을 수립하고 오프라인부터 디지털까지, 필요한 모든 영역에 **액션플랜**과 **상세 아이디어**를 제시합니다.

***스마트폰 신제품 런칭** 컨설팅 사례*



"전략 방향과 딱 맞는 액션플랜까지 일관된 솔루션이 필요해요"
"MZ세대에게 사랑받는 디지털 콘텐츠는 어떻게 만들어야 하나요?"

- **신제품 및 신규 서비스 런칭 전략 및 액션플랜**
- **오프라인 매장 유입 전략 및 액션플랜**
- **디지털 콘텐츠 운영 전략 및 제작 가이드**

THE MOST RECENT REFERENCES

[IT] 브랜드 인식 개선을 위한 마케팅 커뮤니케이션 방안 제안	LG전자
[IT] 갤럭시 신제품 런칭 전략 및 마케팅 아이디어 제안	삼성전자
[IT] 20대 타깃 프로모션 효과 제고 방안	삼성전자
[뷰티] 디지털 뷰티 콘텐츠 제작 실행 가이드 제안	아모레퍼시픽
[뷰티] 커뮤니케이션 전략 및 액션플랜 수립	이니스프리
[푸드] 영타깃 트렌드 대응을 위한 마케팅 방안 제안	SPC

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

타깃 리서치·컨설팅

정부 · 지자체 · 공공기관이 청년정책 개선 및 수립에 필요한 리서치와 컨설팅을 수행합니다.

정부·공공기관 청년정책 개발·평가

공공 서비스·정책 만족도 평가

정책 수혜자를 대상으로 **만족도 조사**를 실시하여
성과를 평가하고 **개선 포인트**를 발굴합니다.

청년층 현황 진단 및 문제 도출

취업, 주거, 대학등록금, 아르바이트 등 청년층이 당면한 다양한 문제에
대한 현재 상황을 수요자 입장에서 깊이 **진단**하고 **문제점을 도출**합니다.

신규 정책 및 실행 계획 수립

정책 현황 분석과 문제점 진단 결과를 기반으로
정부 · 지자체 · 공공기관별로 최적화 된 **청년 정책을 수립**합니다.

THE MOST RECENT REFERENCES

WEST 프로그램 스폰서 평가	국립국제교육원
바이소셜 캠페인 성과평가	한국사회적기업진흥원
워킹홀리데이 참여자 대상 사후평가	외교부 워홀인포센터
코로나 바이러스 애로 접수	한국관광공사
청년인생설계학교 사업 효과측정 지표 개발 연구	서울시평생교육진흥원
청년정책추진단 온라인 청년패널 설문조사 운영	국무조정실
고등학교 학생부 기록실태 점검 조사	EBS
공시생 실태조사	서울시청년활동지원센터
청년층 대상 전략적 보훈 홍보 방안 연구	국가보훈처
외국인 유학생 한류 문화 교류 프로그램 개발	한국국제문화교류진흥원
은평구 청년지원 기본정책 수립을 위한 연구	서울시 은평구청
도봉구 쌍문역 맛집거리 조성 세부실행계획 연구	서울시 도봉구청

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

Ⅲ. Approach & Methodology_연구역량 소개

Infrastructure

조사 인프라

Quantitative Research

정량 조사

1. **온라인 조사**
2. **HUT** (Home Usage Test)
3. **개별 면접 조사** (Face-to-Face Interview)
4. **CLT** (Central Location Test)
5. **Gang survey**

Qualitative Research

정성 조사

1. **FGD** (Focus Group Discussion)
2. **IDI** (In-Depth Interview)
3. **Diary Research**
4. **MAPI** (Mobile Assisted Personal Interview)
5. **MTP** (Mission Team Play)
6. **CW** (Creative Workshop)

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

다양한 협력 관계를 바탕으로 MZ세대 소비자와 언제든지 빠르게 만날 수 있는 **연구 인프라**를 갖추고 있습니다.

온라인 조사 (Online-Survey)

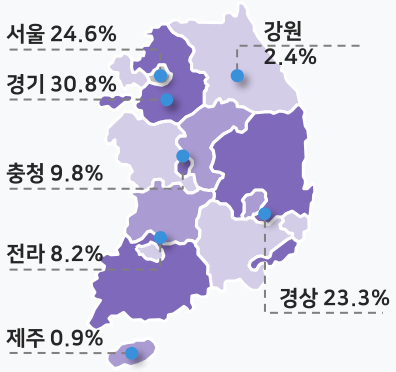
MZ세대 연구를 위해 **10~20대**에 특화된 패널사와 연계 중입니다.

온라인·모바일 패널 현황

(단위: %)

구분		패널 구성	인구 현황*
성별	남성	40.0	49.9
	여성	60.0	50.1
연령	13~19세	23.1	10.2
	20~29세	33.2	20.0
	30~39세	24.1	20.4
	40~49세	12.4	24.3
	50세 이상	7.2	25.2

*주민등록인구현황(통계청), 2021.01 공표 자료 기준 (13~59세)



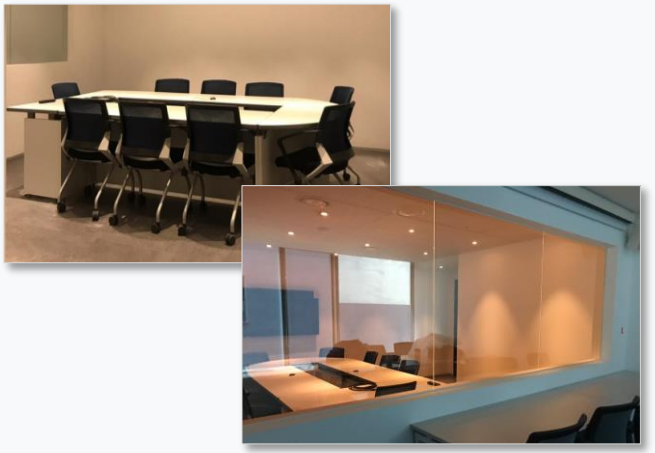
Panel Now

아시아 11개국, 200만 명 이상의 자체 패널을 보유하고 있는 **데이터스프링**이 운영하는 패널나우와 공동으로 설문 조사 진행 중

Cint

130개국 4,500만 명의 패널을 보유하고 있는 Cint와 연계해서 **Global Millennials & Gen Z** 타겟 조사 진행 가능

FGD(Focus Group Discussion) 전용룸 보유



자체 보유하고 있는 **미러룸**(mirror-room)으로 조사대상자의 반응을 살펴보고 진행 과정을 **직접 관찰**할 수 있습니다.

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

타깃 대표성을 확보한 표본으로 규격화된 조사를 실시하고 통계 분석 결과를 수치화한 객관적 자료를 도출합니다.

정량 조사 (Quantitative Research)

온라인 조사

스마트폰이나 컴퓨터를 활용하여 **설문조사**를 실시하는 방식으로 이미지, 영상 등의 보조 자료를 활용할 수 있으며 투입 시간과 비용 측면에서 가장 효율적인 조사 방법입니다.

① 온라인 리스트 조사

조사하려는 대상의 휴대폰 번호나 이메일 주소를 확보하여 리스트가 있는 경우 실시하는 조사 방식

② 온라인 패널 조사

사전에 확보하여 검증 및 관리하고 있는 응답자 풀(pool)에서 조사 대상 조건에 맞는 표본을 무작위로 선정하여 실시하는 조사 방식

HUT (Home Usage Test)

조사 대상 조건에 맞는 응답자가 해당 제품을 실제 상황에서 일정한 기간 동안 **직접 사용해 보며 평가**하는 조사 방법입니다.

모바일을 통한 온라인 조사를 활용하여 정량적 평가가 가능하며, 사후에 전반적 느낌이나 문제점 등 정성 조사로도 연결 할 수 있습니다.

개별 면접 조사 (Face-to-Face Interview)

면접원이 **직접 사람들과 접촉**하여 사전에 협의된 조사 대상 조건에 부합하는 응답자를 선정한 다음, 면접원이 질문하고 조사 대상자의 응답 내용을 면접원이 설문지에 기입함으로써 정확도가 높은 조사 방법입니다.

CLT (Central Location Test)

타깃 출현율이 높은 장소로 나가 특정 장소에서 응답자를 자유롭게 모이게 한 다음, 한 사람 씩 개별 면접 조사를 하거나 동시에 여러 사람을 대상으로 자기기입식 설문 형태로도 실시가능한 조사 방법입니다.

Gang survey

조건에 맞는 응답자를 사전에 리크루팅한 다음, 적정한 인원을 그룹으로 분배하고 특정 장소에 그룹별로 모여서 **모더레이터**가 통제하는 절차와 순서 등 가이드에 맞춰 **자기기입식 설문**으로 진행하는 조사 방법입니다.

조사 종료 후 관심이 있는 특정 조건에 해당하는 응답자를 따로 불러모아 좌담회(FGD)를 실시함으로써 설문 내용과 관련 인식을 심층적으로 확인하기 위해 정성조사와 결합한 **Hybrid Gang**으로도 진행 할 수 있습니다.

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

수량화 하기 어려운 감정이나 동기, 태도 등 조사 대상에 대한 깊이 있는 이해와 심층적인 결과를 확인합니다.

정성 조사 (Qualitative Research)

FGD (Focus Group Discussion)

동질적 특성의 조사 대상자를 **한 그룹당 6~8명**의 소수 집단으로 구성하고 자연스러운 분위기에서 모더레이터의 가이드에 따라 **집단 토론**을 실시하여 정량적으로 파악되지 않는 심층 정보 수집을 위한 정성 조사 방법입니다.

- 특정 집단의 의견 형성 이유와 맥락, 구조, 심층적 동기 등 이해
- 제품·서비스 출시 및 리뉴얼을 위한 소비자 니즈 탐색
- 콘셉트 개발 전·후 소비자 의견 반영을 위해 출시 전 검증 테스트
- 비교적 효율적인 시간 및 비용으로 진행 가능



IDI (In-Depth Interview)

조사 대상자와 연구원이 **1:1 대면 인터뷰** 형식으로 진행하며 미리 준비한 가이드라인에 따라 자신의 생각과 느낌을 답변하는 조사 방법으로, 필요에 따라 서면으로도 진행 할 수 있습니다.

- 다른 참여자들의 답변 내용에 좌우되지 않고 개인의 솔직한 의견 청취 가능
- 민감한 주제, 이슈를 다루는 경우 유리
- 섭외가 어려운 대상으로 조사할 경우 유리



Diary Research

일정 기간 동안 조사 대상자가 일상 생활 및 조사 주제에 관련된 자신만의 생각과 느낌을 **일기 형식**으로 주기적으로 직접 작성하는 자기보고식 정성 조사 방법이며, 작성한 내용을 분석하여 필요한 정보를 수집합니다.

- 조사하고자 하는 행동이나 사건의 발생 빈도, 주기를 고려했을 때 실시간 관찰이 불필요한 경우 적합
- 관찰 대상자가 주제에 대해 깊이 생각하고 정리할 시간이 필요한 경우 유리



MAPI (Mobile Assisted Personal Interview)

모바일 메신저를 통해 조사 대상자의 일상생활을 실시간으로 관찰하고 진행자와 참여자가 수면 시간을 제외한 **24시간의 대화**를 함으로써 인터뷰, 자기보고, 관찰을 동시 진행하여 필요한 정보를 얻는 정성 조사 방법입니다.

- 실시간 모바일 메신저 대화가 편하고 익숙한 조사 대상일 경우에 적합
- 일상 생활 속 자연스러운 습관, 동선, 행동 등을 자연스럽게 밀착 관찰 가능



Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

수량화 하기 어려운 감정이나 동기, 태도 등 조사 대상에 대한 깊이 있는 이해와 심층적인 결과를 확인합니다.

정성 조사 (Qualitative Research)

MTP (Mission Team Play)

조사 주제와 관련된 **과제를 1개 그룹당 4~5명으로 구성된 팀에 부여**하고 제한 시간내 해결하도록 하는 방식이며, **팀이 과제를 수행하는 과정과 결과물**을 기반으로 유효한 인사이트를 도출하는 MZ세대 특화 조사 방법입니다.

참여자들이 활발히 토론하는 과정에서 주제에 대한 긍정·부정 의견 청취가능

소비자로서 unmet needs와 가공되지 않은 다양한 아이디어 seed 발굴에 용이

관찰형 MTP



연구원은 과제만 부여하고 팀 미션 과정에서의 개입은 전혀 없이 **순수 관찰형**으로 진행되는 방식

개입형 MTP



팀 미션이 진행되는 동안 연구원이 **적절한 수준의 가이드를 제시**하는 방식

CW (Creative Workshop)

소비자, 업계 전문가, 해당 브랜드 · 제품 관계자, 대학내일20대연구소 연구원 등 프로젝트 이해관계자와 타깃 소비자가 함께 참여하는 **워크숍 형식**으로 진행하며, 단계별로 세분화된 가이드에 따라 **아이디어 제시, 확산, 수렴**의 과정을 반복하며 콘셉트 및 액션플랜 등의 결과물을 도출하는 방법입니다.

제품·서비스 콘셉트, 광고·마케팅 콘셉트 및 전략을 개발해야 하는 과제에 적합

즉시 현업에 적용 가능한 실질적 아이디어를 발굴하고 인사이트를 끌어내기 유리

소비자의 평소 생각과 살아있는 needs 반영

실현 가능성과 유효성을 고려한 아이디어 수렴



타깃에 최적화된 아이디어 도출 및 검증

브랜드 가치 부합 여부와 실행 가능성 고려





Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

Ⅳ. Media PR_미디어 소개

Communication

MZ세대 트렌드 전문 채널

디지털 채널 소개

1. 홈페이지
2. 뉴스레터
3. 페이스북 페이지
4. 네이버 포스트

Content

MZ세대 맞춤형 인사이트 도출

콘텐츠 연계 조사

1. 브랜디드 콘텐츠
2. 기획 조사

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

MZ세대 주요 연구 결과를 효과적으로 공유하는데 최적화된 디지털 채널을 운영합니다.

대학내일20대연구소 공식 디지털 채널

* 2020년 12월 기준

월 평균 페이지 뷰·도달 수 | 구독자 수



홈페이지

▶ 바로가기

MZ세대 트렌드 인사이트 허브

42만



페이스북 페이지

▶ 바로가기

마케터가 먼저 찾는 트렌드 구독 서비스

8.1만



네이버 포스트

▶ 바로가기

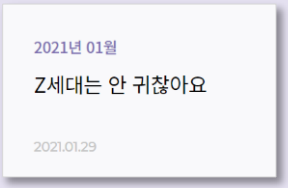
네이버 검색에 최적화된 트렌드 확산 채널

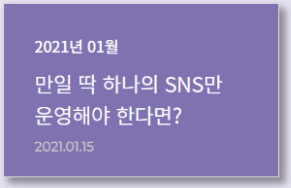
3.3만

대학내일 뉴스레터

▶ 구독하기

MZ세대가 어려운 사람들을 위한 친절한 **트렌드 안내서**





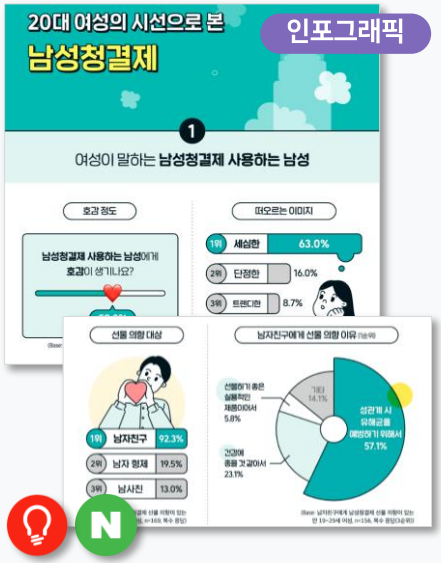


Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

기업 및 브랜드와의 협업을 통해 도출한 조사 결과를 MZ세대 코드에 맞춰 콘텐츠화하여 발행합니다.

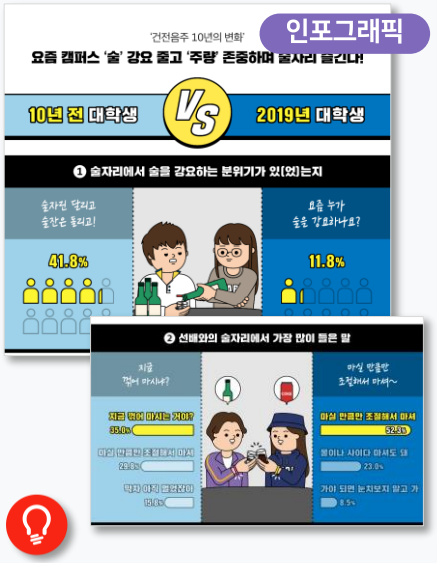
브랜디드 콘텐츠

MZ세대 타깃 남성청결제 신제품 런칭 조사 아모레퍼시픽





건전음주 10주년 캠페인 디아지오코리아





Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

MZ세대의 목소리를 세상에 알릴 수 있는 기획 조사를 수행하고 콘텐츠를 제작 · 발행합니다.

기획조사

보호종료 20대의 삶의 행복과 가치관 연구 오늘은&서울시 아동복지협회



대한민국 20대 아무 불만 대잔치 국민일보



Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

대학내일20대연구소 주요 연혁

2021
- Z세대 네트워크 <제트워크(Gen Z+Network)> 운영 시작

2020
- 대학내일20대연구소 설립 10주년
- 유료 멤버십 서비스 론칭
- <밀레니얼-Z세대 트렌드 2021> 출간
- 뷰티 분야 대학생 트렌드 전문가 그룹 <뷰티파일러> 운영 시작
- 전기-후기 밀레니얼 세대 세분화하여 연구 시작

2019
- <밀레니얼-Z세대 트렌드 2020> 출간

2018
- <트렌드 MZ 2019> 출간 (10th edition)
- 밀레니얼-Z세대 집중 연구 및 세대 비교 연구 시작

2017
- 제 3대 연구소장 '김영기' 命
- <2018 20대 트렌드 리포트> 출간
- 20대 라이프스타일 트렌드 세미나 개최 (뷰티누리 공동)

2016
- <2017 20대 트렌드 리포트> 출간
- <2016 하반기 트렌드 리포트> 출간
- 밀레니얼 세대 스토리북 <덕질로 인생역전> 출간

2015
- 리서치 전문기업「리서치팩토리」설립 (자회사)
- 대학내일20대연구소 서비스표 · 디자인 특허 등록 (제 41-0284718호 / 제41-0324222호)
- <2016 상반기 20대 트렌드 리포트> 출간
- <2015 하반기 20대 트렌드 리포트> 출간

2014
- 제 2대 연구소장 '박진수' 命
- 한국산업기술진흥협회 기업부설연구소 공식인증 (~'19)
- <2015 20대 트렌드 리포트> 출간
- 20대 스토리북 <덕후거나 또라이거나> 출간
- 마케팅 컨설팅 서비스 사업 시작

2013
- <2014 20대 트렌드 리포트> 출간
- 마케팅 리서치 서비스 사업 시작

2012
- 「대학내일20대연구소」로 명칭 변경
- <2013 20대 트렌드 리포트> 첫 공식 출간
- 대학생 트렌드 전문가 그룹 <유니파일러> 운영 (~'20)
- 트렌드 리서치 서비스 사업 시작

2011
- <Campus Trend Book> 발간 및 배포

2010
- 「대학문화연구소」설립
- 초대연구소장 '신익태' 命

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties

대학내일20대연구소 비즈니스 소개서 2021. 05

감사합니다.

대학내일 비즈니스 소개서 ▶ 바로가기

대학내일 미디어 소개서 ▶ 바로가기

주 소 서울특별시 마포구 도화동 553(독막로 331) 마스터즈타워 3층
(지하철 5,6호선, 경의중앙선, 공항철도 공덕역 1번 출구 도보 1분 거리)

대표전화 02-735-6196

대표메일 [20대연구소] 20slab@univ.me [연구소장] kyg@univ.me

홈페이지 [20대연구소] 20slab.org [대학내일] corp.univ.me

SNS채널

Copyright © 2021 Univ Tomorrow Research Laboratory for the Twenties