

MezzoMedia

2015' Target Insight

10대 소비자 분석자료

- 라이프스타일
- 소비성향
- 미디어 이용현황
- 타겟 마케팅 사례

I . 라이프스타일

온라인으로 소통하며 즐기는 세대

즐기며 사는 것을 인생의 가장 최우선으로 여기며
'자유로움, 나를 사랑/존중하는 마음, 친구/우정'에 대해서
중요하게 생각함

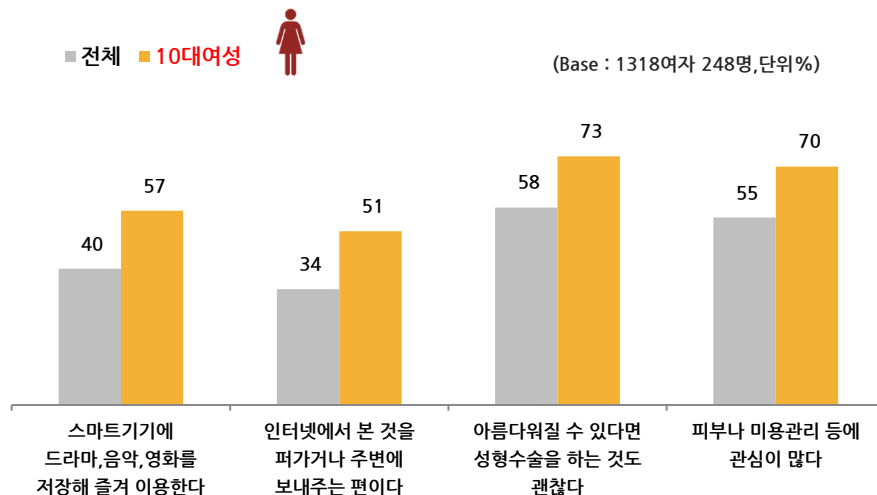
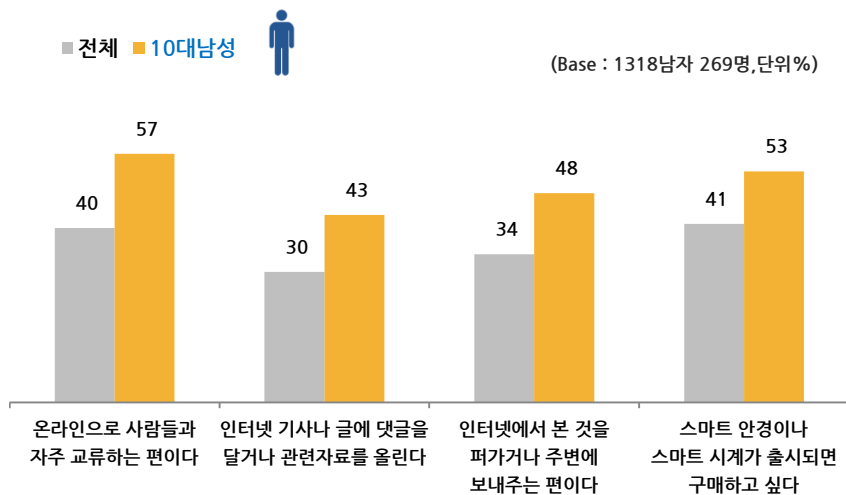
중고등 학생으로, 학업 성적과 진학에 고민이 많으며
여가시간에는 게임을 가장 즐김

1. 성별
2. 관심사
3. 여가활동
4. 가치관

온라인으로 소통하며 즐기는 세대

- 남성 : 온라인으로 사람들과 자주 교류하며, 인터넷 기사나 글에 댓글을 달거나 관련 자료를 올리는 편임
- 여성 : 온라인에 친숙하다는 점에서는 남성과 같지만, 외모를 중시하는 경향이 또래 남성에 비해 높음

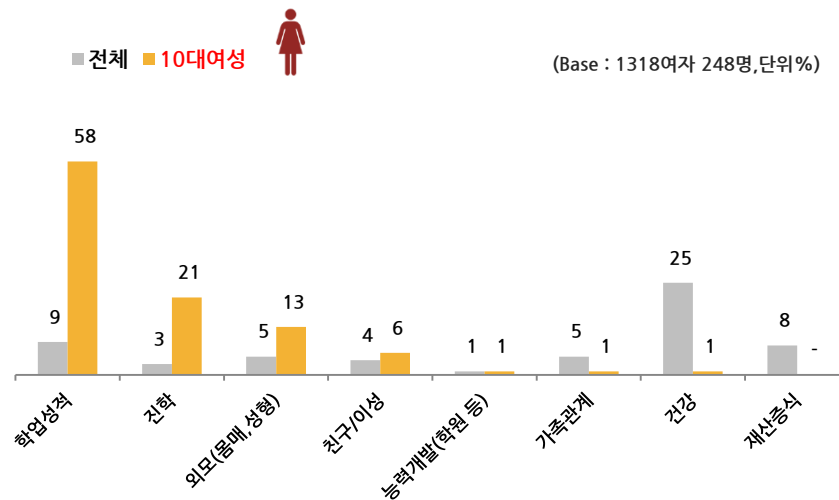
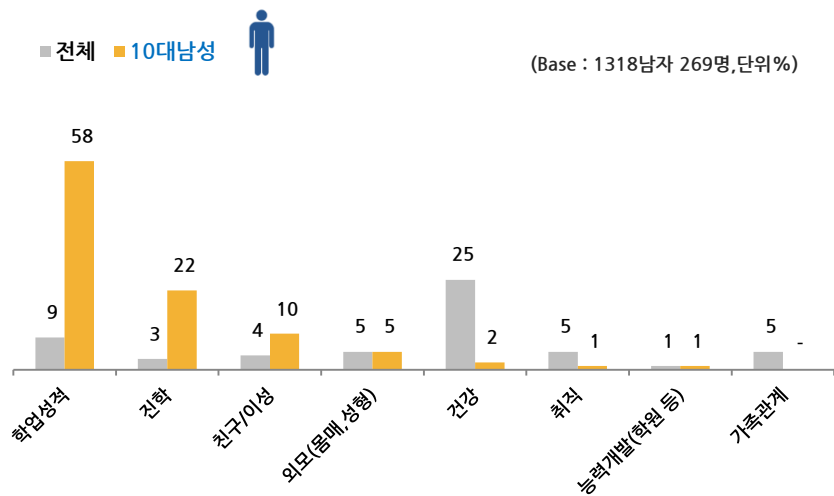
1318세대 라이프 스타일



주 관심사는 학업 성적과 진학

- 대부분 학생 신분이기 때문에 당면 과제인 학업 성적과 진학에 관심이 높음
- 남성은 친구/이성 문제, 여성은 외모(몸매, 성형)에 대한 관심이 높게 나타남

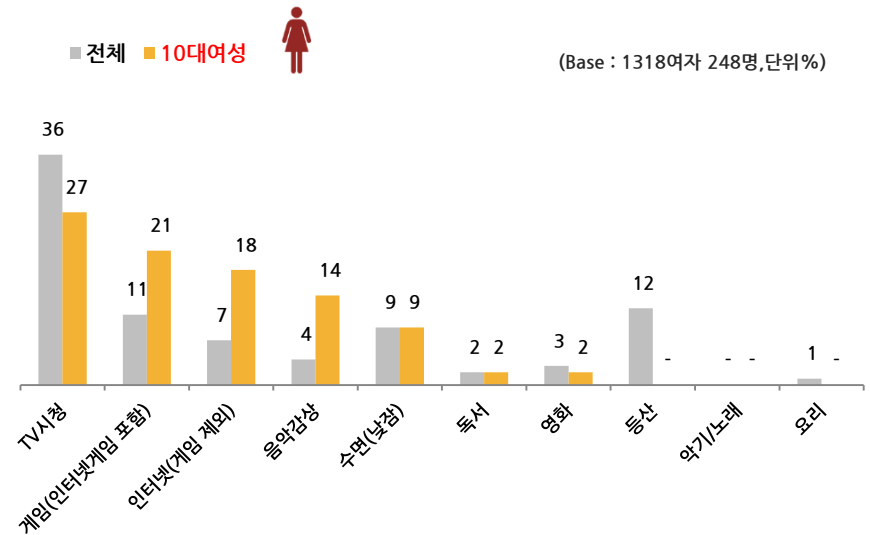
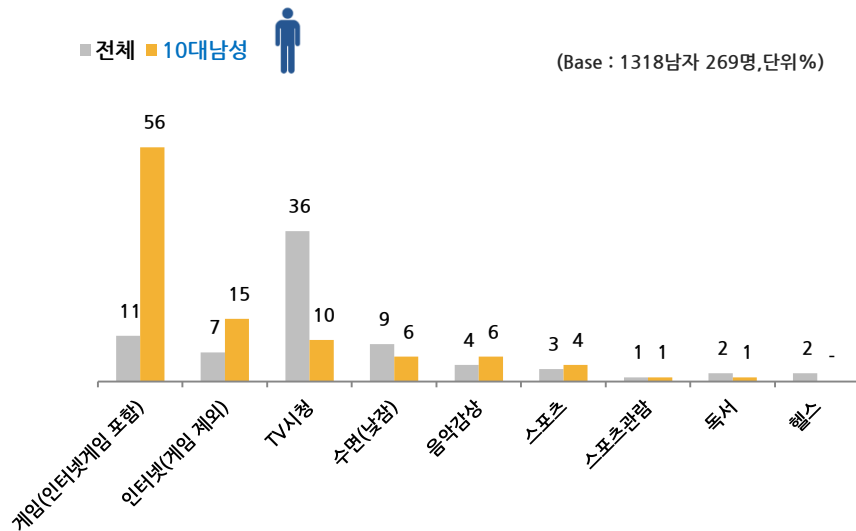
최근 관심사



여가시간에는 게임을 가장 즐겨

- 남녀 구분 없이 여가시간에는 게임을 하면서 시간을 보냄
- 특히, 10대 남성의 경우 게임에 대한 선호도가 전체 대비 독보적으로 높음

성별 여가활동 순위

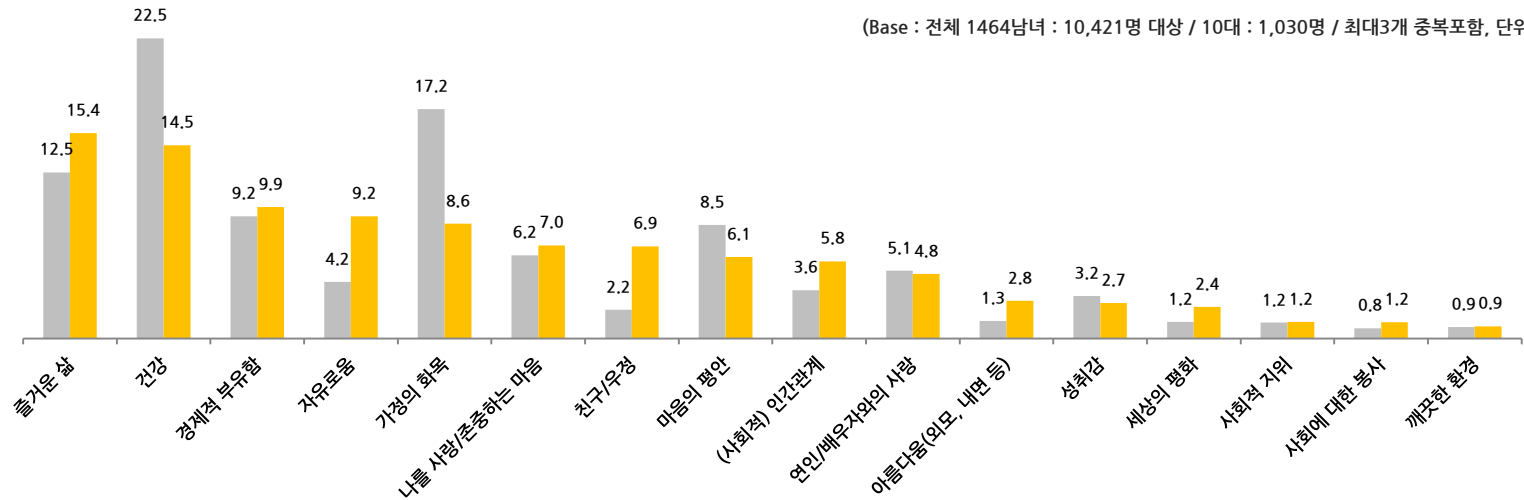


인생에서 즐기는 것을 가장 최우선으로 생각

- 남녀 구분 없이 인생에서 가장 중요한 것을 즐거운 삶에 두고 있음
- 타 연령 대비 삶에서 자유로움을 추구하고, 친구를 비롯한 타인과의 관계를 중요시 여김

인생에서의 중요 요소

■ 전체 ■ 10대남녀



(Base : 전체 1464남녀 : 10,421명 대상 / 10대 : 1,030명 / 최대3개 중복포함, 단위%)

II. 소비성향

실용성 보다는 기분에 따른 소비가 많은 세대

고정 수입이 없기 때문에 주로 요리/맛집(군것질)과 같은
소소한 소비가 많은 편임

충동적인 소비성향에 맞게
제품의 내용보다는 재미있는 광고를 선호하는 경향이 있음

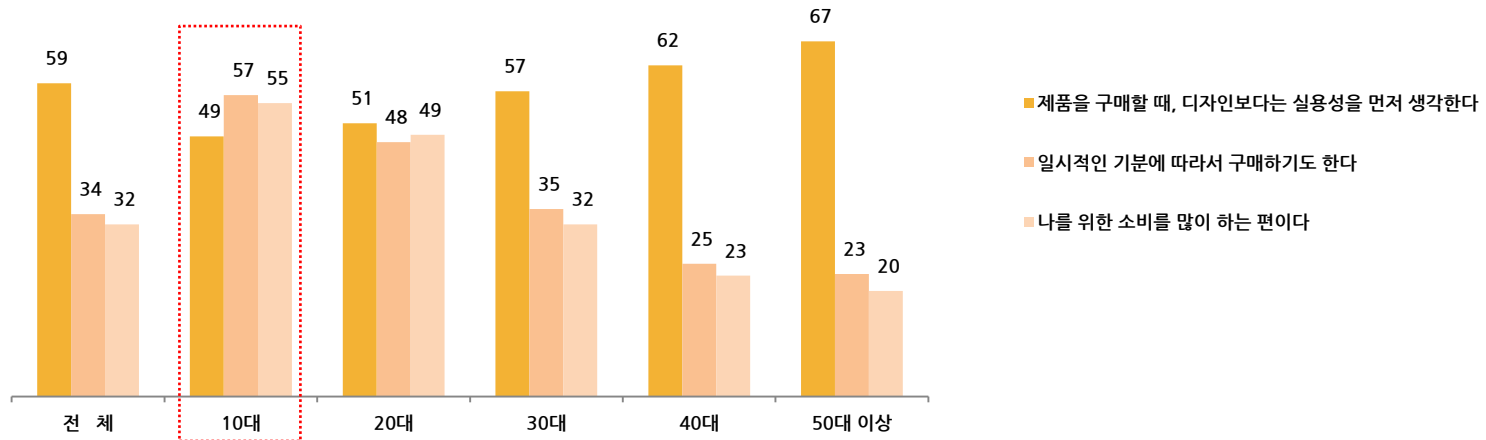
1. 소비성향
2. 광고에 대한 태도

실용성보다는 기분에 따른 소비가 많은 세대

- 제품의 실용성 보다는 디자인을 중시하며, 나를 위한 소비를 중시 함
- 특히, 일시적인 기분에 따라 소비하는 경향이 많음

소비/구매성향

(Base : 전체 1464남녀 : 10,421명 대상 / 10대 : 1,030명 / 최대3개 중복포함, 단위%)

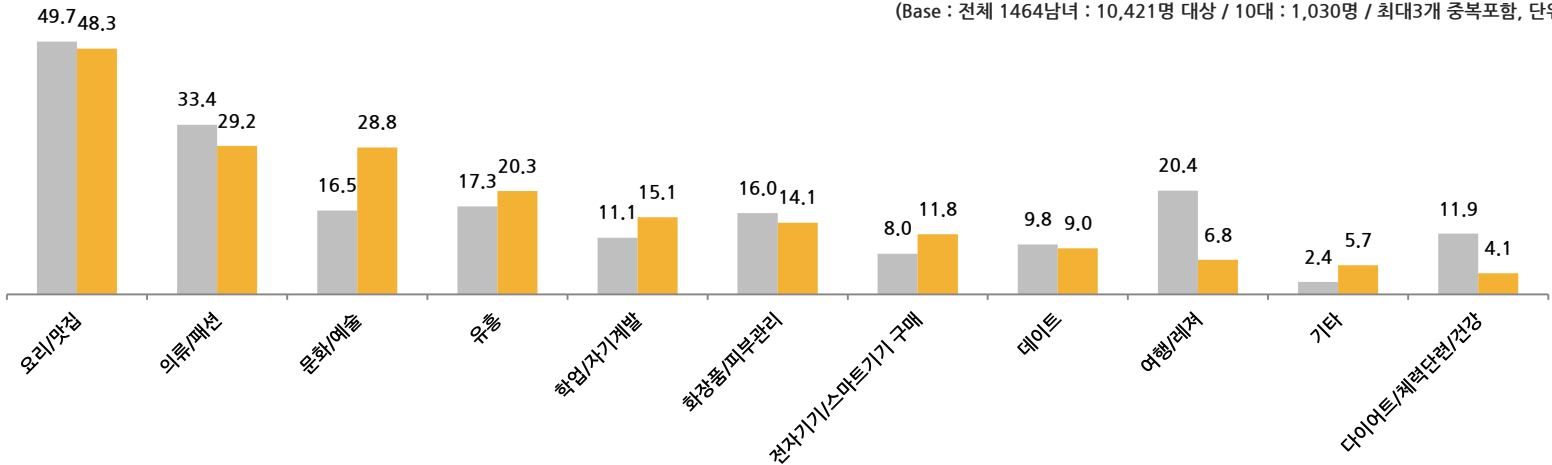


요리/맛집, 의류/패션에 소비가 가장 많음

- 여행, 데이트 및 건강유지를 위한 지출보다 요리/맛집, 의류/패션과 같은 유희에 관련된 소비가 많음

용돈 지출 내역

■ 전 체 ■ 10대



소비성향 2. 광고에 대한 태도

휴대폰, 음료, 통신서비스 광고에 관심

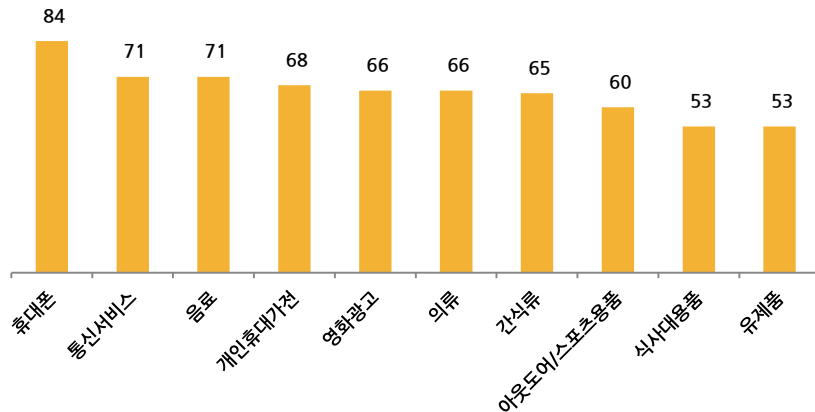
- 가장 관심 있게 지켜보는 TV광고는 휴대폰 광고인 것으로 나타남
- 남성은 통신서비스>음료, 여성은 음료>의류 순으로 관심도가 높음

제품군 별 TV광고 관심도

10대 남성



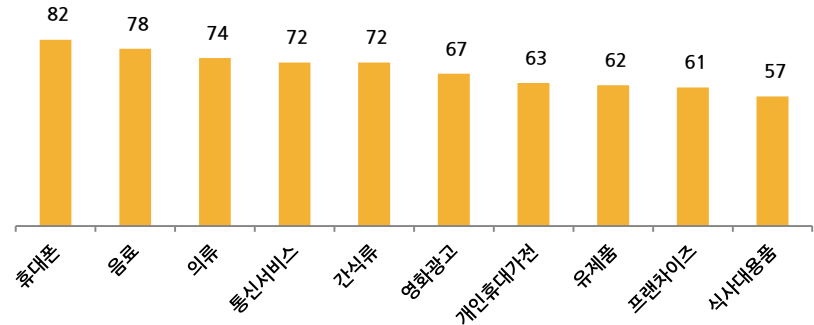
(Base : 1318남자 269명, 단위%)



10대 여성



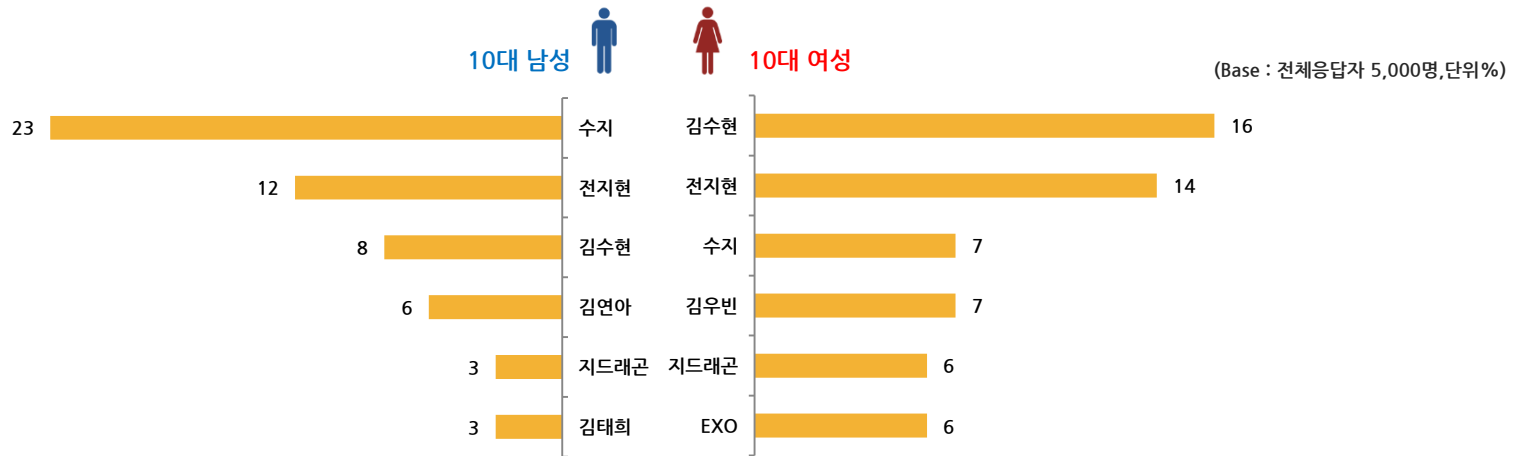
(Base : 1318여자 248명, 단위%)



광고 모델 선호도 1위, 김수현&수지

- '수지'는 10대 남성에서, '김수현'은 10대 여성에서 1위를 차지함
- 그 외 모든 연령층에서는 '전지현'이 1위 기록

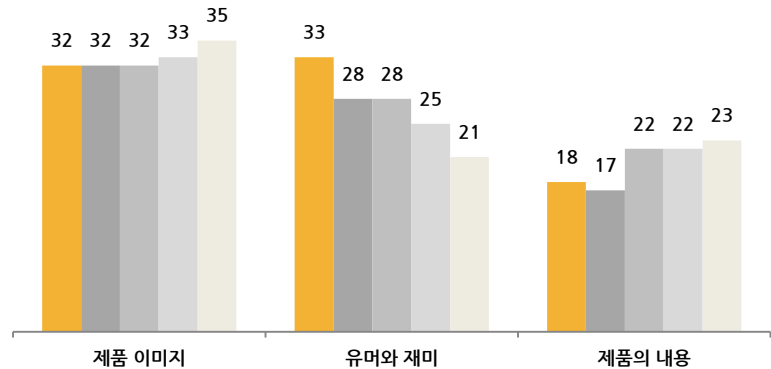
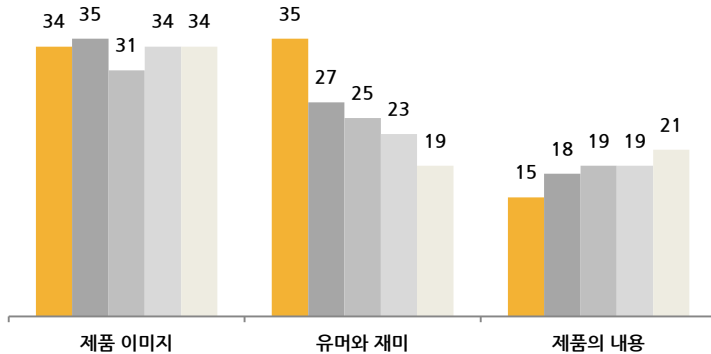
광고 모델 선호도 TOP5



제품의 내용보다 유머와 재미있는 광고를 선호

- 소비 형태와 동일하게, 광고를 접할 때도 제품의 내용보다는 유머와 재미를 중요하게 여김

광고에 대한 호감도



III. 미디어 이용현황

스마트기기에 대한 관심이 많으며
신제품 출시에 관심이 있음

소비력이 크지 않은 세대임에도 불구하고
94%이상이 스마트폰 보유 중

스마트폰을 통해 음악 콘텐츠를 가장 많이 소비하며
전 연령 중 가장 활발하게 SNS를 이용함

1. 인터넷
2. 스마트 기기
3. SNS

미디어 이용현황 1. 인터넷

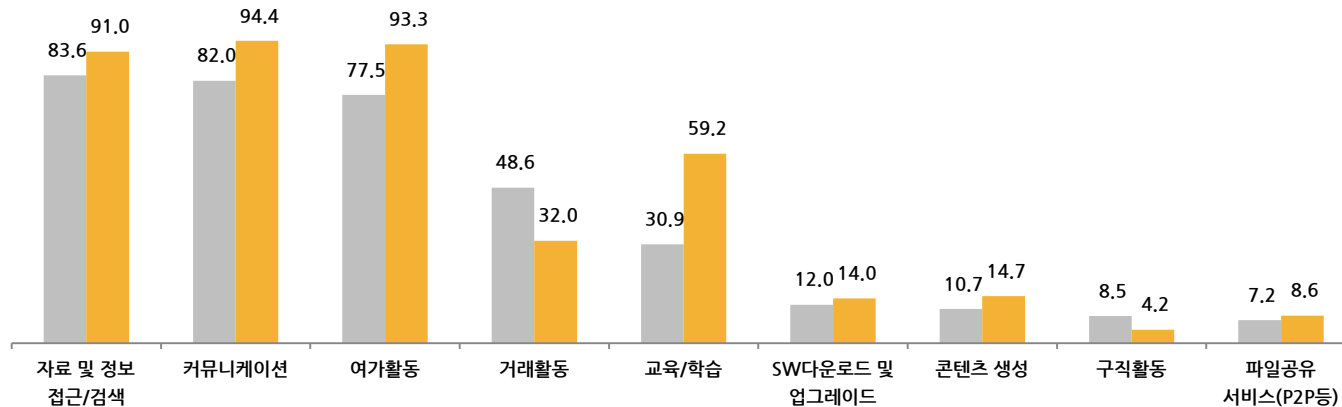
인터넷을 교육/학습 용도로 이용

- 일반적으로 '자료 및 정보 검색, 커뮤니케이션' 용도로 인터넷을 이용함
- 특히, 10대의 경우 '교육/학습' 용도로 인터넷을 활용하는 경우가 많음

10대 인터넷 이용 용도

■ 전체 ■ 10대

(복수응답, 단위: %)



스마트기기와 신제품 출시에 대한 관심이 많음

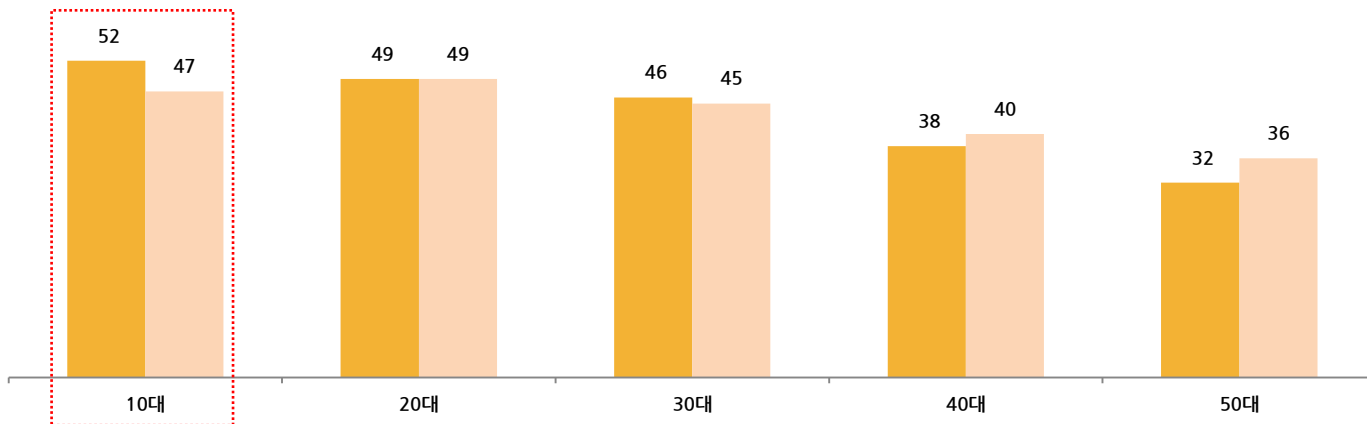
- 스마트 기기(Wearable Device)에 대한 관심도와 구매 의향은 연령대가 낮을수록 커지는 경향이 있음
- 특히, 10대에서 가장 높은 관심을 보이고 있으며, 가상현실 체험이 구매의사에 영향을 미침

스마트 기기 구매의향

■ 스마트 기기 구매의향 있다

■ 가상현실 체험이 구매에 도움된다

(Base, 전체 응답자 5,000명, 단위: %)

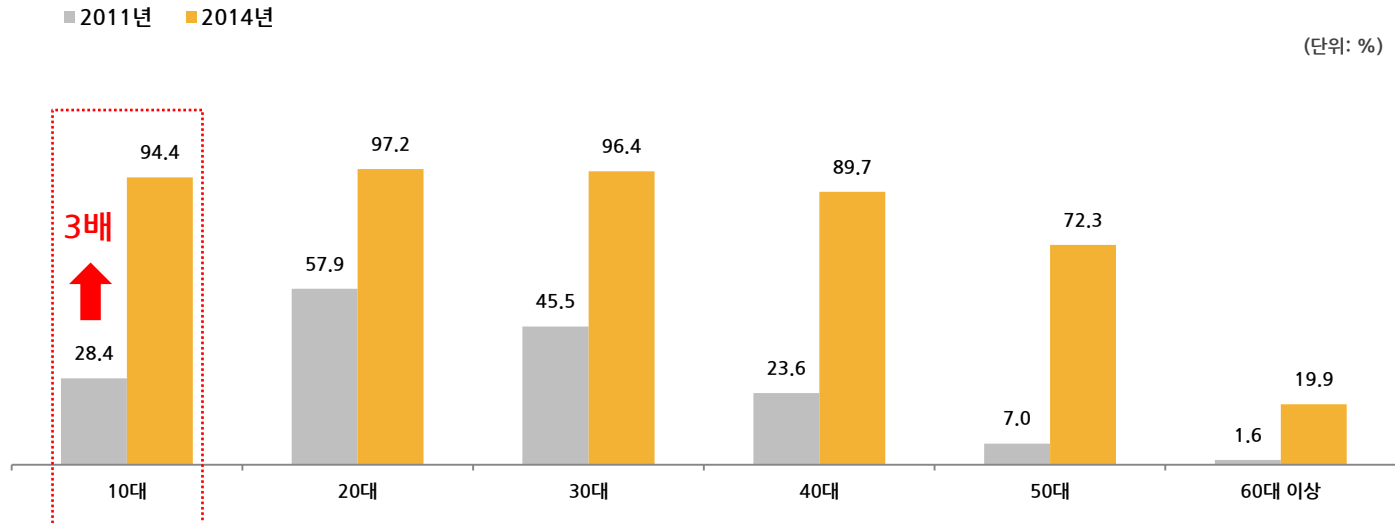


미디어 이용현황 2. 스마트기기

스마트폰 보유율 급증

- 10대, 2011년에 비해 스마트폰 보유율 3배 이상 증가
- 소비력이 크지 않은 타겟임에도 불구하고 10명 중 9명 이상이 스마트폰을 보유하고 있음

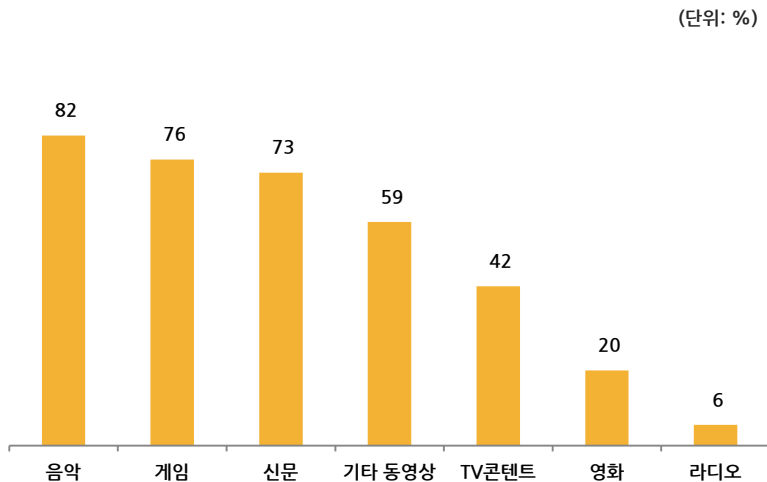
개인 미디어 보유현황



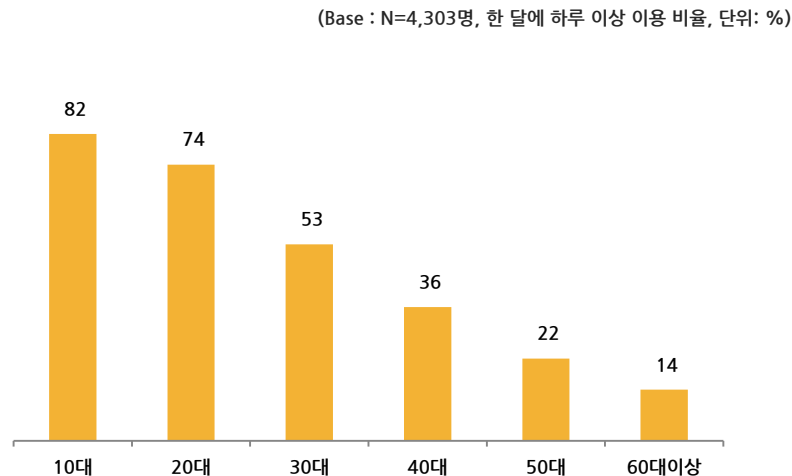
스마트폰을 통해 음악 콘텐츠를 가장 많이 소비

- 스마트폰을 사용하여 음악 및 게임 콘텐츠를 즐기는 경우가 많음
- 특히, 10대에서 음악 콘텐츠 소비가 가장 많은 것으로 나타남

스마트폰을 통한 콘텐츠 이용(10대)



연령별 음악 콘텐츠 이용 비율

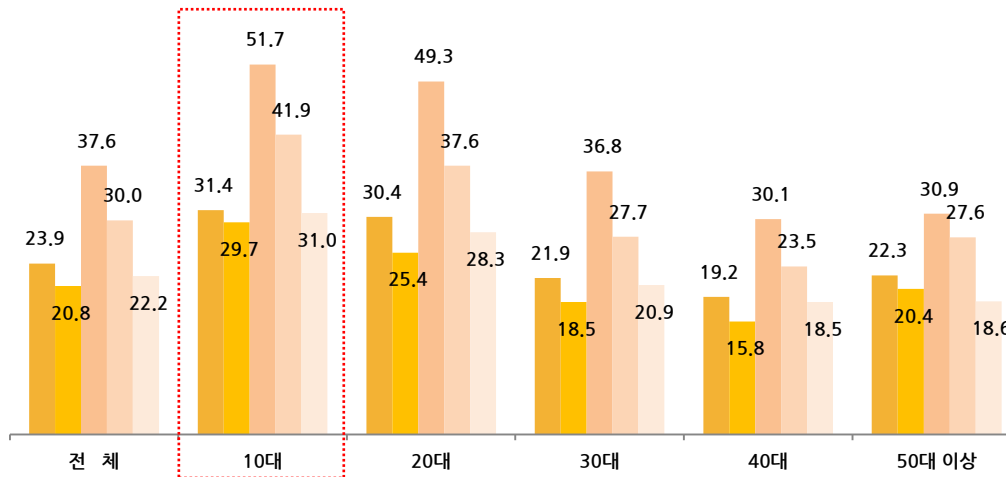


가장 활발하게 SNS를 이용함

- SNS를 통해 관심 있는 정보를 생산하고 전파하며, 정보를 공유하는 것을 즐김

SNS 이용률

(Base : 전체 1464남녀 : 10,421명 대상, 단위%)



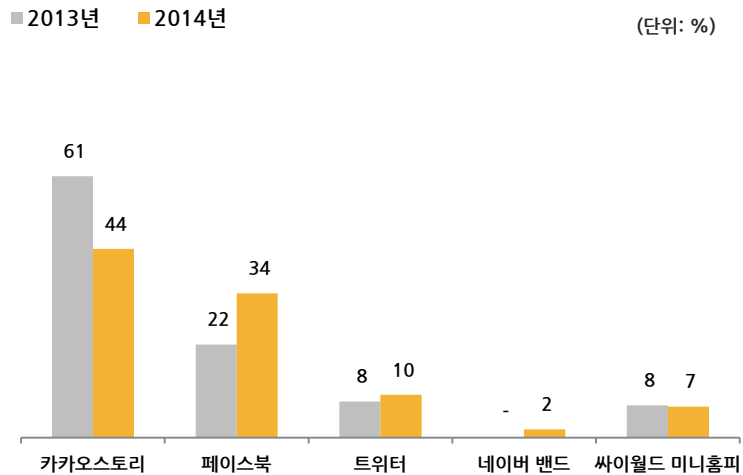
- SNS나 블로그를 통해 트렌드 정보를 공유하는 것을 즐긴다
- SNS에서 사진/영상/글 등을 공유하고 전파하는 것이 즐겁다
- SNS/블로그/앱에서 주변인들의 정보를 얻는 편이다
- 관심있는 프로그램은 검색해보거나 SNS로 공유한다
- 영화/공연/TV 등의 평점이나 리뷰를 온라인/SNS를 통해 공유한다

미디어 이용현황 3. SNS

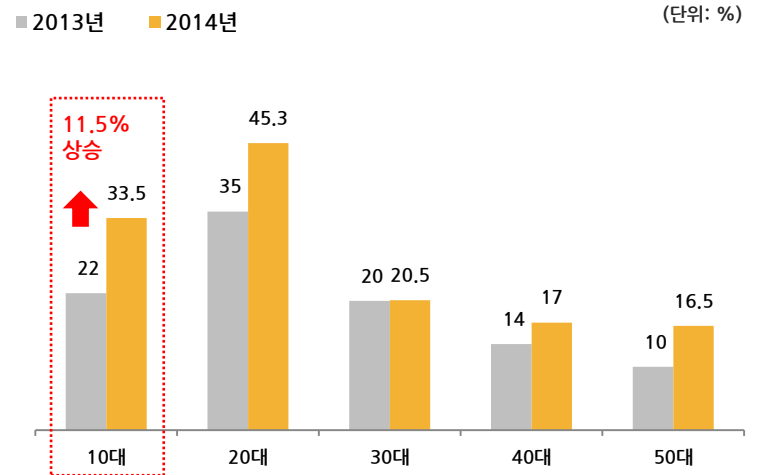
'페이스북' 사용량 가장 많이 증가

- '카카오톡' 이용이 가장 많은 편이나, 2013년 대비 이용 점유율이 하락함
- 반면, '페이스북'의 경우 10대에서 점유율 증가 폭이 가장 큼

SNS서비스 이용 점유율(10대)



연령별 페이스북 이용 점유율



IV. 타겟 마케팅 사례

미래의 고객 '10대' 에게 친숙한 기업 이미지를 전달하고 SNS를 활용한 소비자 참여형 마케팅을 통해 소통을 강화 (수송)

학부모들에게 부정적인 인식을 개선하고 이용자 확보를 위해 청소년 진로 캠프, 사회공헌활동 등 이색 마케팅을 진행 (게임)

1. 미래 고객 모시기 'YOUNG 마케팅'
2. 게임업계 이미지 개선을 위해 다양한 행사 개최

타겟 마케팅 사례

미래 고객 모시기 'YOUNG 마케팅'

- 미래 잠재 고객인 어린이와 청소년들에게 친숙한 기업 이미지 제고
- SNS를 통한 소통 강화뿐만 아니라 각종 활동(기업견학, 그림 그리기 대회 등)을 통해 스킨십 강화

대한항공 사례



대한항공이 어린이와 청소년을 대상으로 '영 마케팅(Young Marketing)'에 적극 나서고 있다. 그림 그리기 대회, 소셜네트워크서비스(SNS)채널을 통한 소통 강화 등을 통해 미래 잠재 고객인 이들에게 친숙한 항공사 이미지를 심어주겠다는 의도다.

사진/글 출처: 그림 그리기, 항공사 견학, 일일 카페 ... 미래 고객 모시기 'Young 마케팅', 문화일보 (15.5.15)

넥센타이어 사례



임금옥 넥센타이어 한국총괄 전무는 “이번 공모전을 통해 기업과 학교가 협력 할 수 있는 좋은 사례로 거듭나길 바란다”며 “앞으로도 청소년들의 꿈과 희망에 도움 이 될 수 있는 많은 활동들을 해 나갈 것”이라고 전했다.

사진/글 출처: 넥센타이어 '청소년 캐릭터 공모전' 시상식 개최, 아시아경제 (15.4.17)

게임업계 이미지 개선을 위해 다양한 행사 개최

- 게임에 대한 부정적인 인식을 개선하고 이용자 확보를 위해 '학부모 게임교실' & '청소년 진로 캠프' 개최
- 지역사회와 연계한 사회공헌 활동 및 기념일을 활용한 이색 마케팅 진행



'넷마블게임즈'(대표 권영식)는 이달 한 달 간 10여 회, '학부모 게임교실'과 '청소년 진로캠프'를 개최한다. '학부모 게임교실'은 게임을 활용해 자녀와 소통하는 법, 자녀가 게임에 과도하게 몰입하지 않도록 지도하는 법을 학부모와 공유하기 위해 마련한 프로그램이다.

'컴투스'(대표 송병준)는 지역사회와 연계한 사회공헌 활동을 펼쳤다. 회사는 최근 각종 먹을거리와 활동복을 담은 '행복선물 상자'를 서울 가산동 저소득 가정과 홀몸 어르신에 전달한다.

'넥슨'(대표 박지원)은 건강식품 기업인 천호식품과 제휴, 온라인 액션게임 '던전앤파이터'에 접속하면 천호식품 제품을 경품으로 받을 수 있는 응모권을 제공한다. 경품 응모는 어린이날, 어버이날, 스승의 날, 성년의 날, 부부의 날 등 각 기념일에 할 수 있다.

Contact us

광고문의

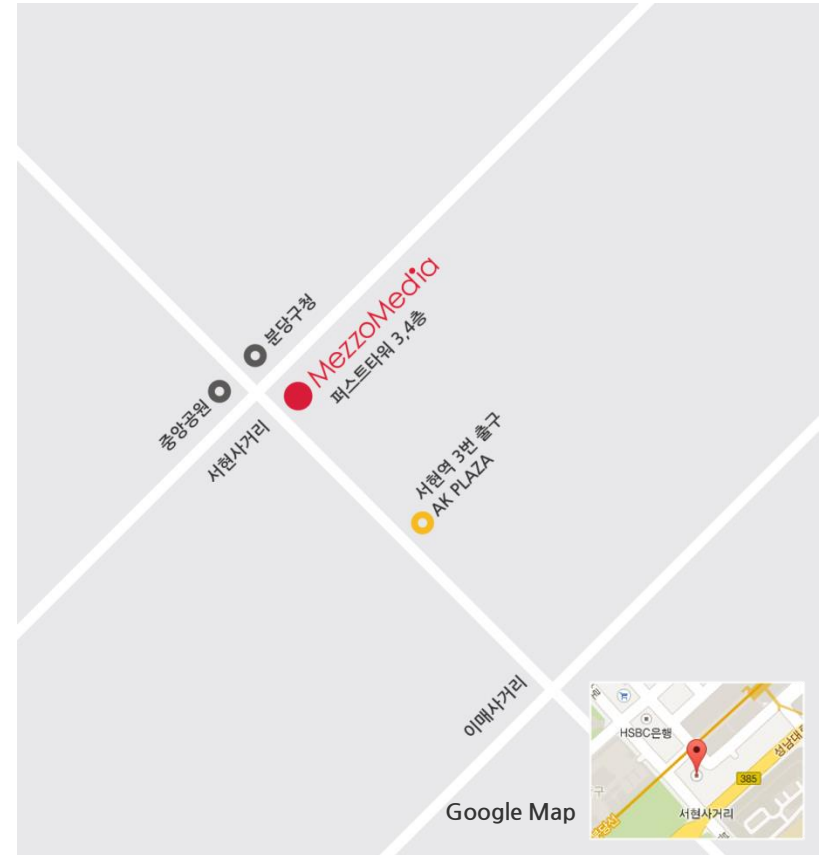
- 온라인 광고
mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 APP/ 모바일 Web 광고
mobile@mezzomedia.co.kr
- 디지털영상광고(VOD)
nscreen@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고
mp@mezzomedia.co.kr
- 소셜 분석 및 모니터링
tibuzz@mezzomedia.co.kr

주소

경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 3,4층 (지하1층 교보문고)
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824

Tel. 031) 620-7500

Fax. 3층 (031)620-7555 / 4층 (031)620-7554



Google Map