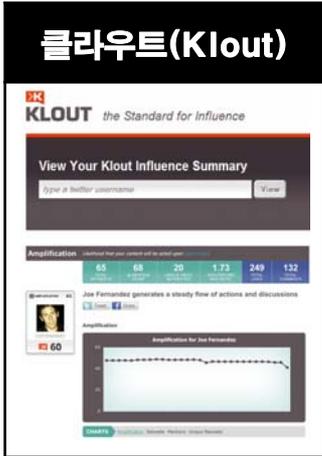


# 소셜 영향력 분석 서비스

- ❖ 소셜네트워킹서비스를 도입한 기업들의 자사 브랜드 인지도 평가 수요 증가
- ❖ 트위터와 페이스북 내 영향력 분석 지표 제공해 비즈니스 활용도 고취
- ❖ 소셜 이용자 영향력 측정으로 타겟 프로모션 고도화 이바지

소셜  
평가 계량화



평가표(5점 만점)	
수익성	2
차별성	3
충성도	3
진입장벽	4
리스크	2

- ### 서비스 특징
- **소셜 수치화** : 트위터와 페이스북에서 활동 중인 이용자의 영향력 평가에 공신력 있는 심사 지표를 제공해 여러 애플리케이션에 활용될 수 있도록 지원  
 ⇒ 확장형 API를 이용해 클라우트 스코어(Klout Score)를 접목해 여러 영향력 분석에 활용
  - **클라우트 스코어** : 클라우트는 실제 도달(True Reach), 파급력(Amplification Probability), 네트워크 영향력(Network Influence) 등을 측정해 영향력 심사  
 ⇒ 3가지 항목 측정에는 25개 변수가 이용되며 100점 만점으로 환산한 점수를 기준으로 영향력 평가

- ### 시장 상황
- 2009년 트위터와 페이스북 대중화 이후 기업들의 소셜네트워킹서비스 도입이 크게 증가하는 추세  
 ⇒ 비즈니스 활용도 측면에서 브랜드 인지도 가치 제고에 대한 평가 수요가 커짐
  - 사업자들은 브랜드와 제품이 시장에서 어떠한 영향력을 행사하는지와 어떻게 하면 영향력을 확대할 수 있을지에 대한 요구를 제기함  
 ⇒ 소셜플랫폼을 활용한 소셜 미디어 관리와 소셜 검색, 소셜CRM 수요가 창출됨

- ### 심사 지표
- **실제 도달** : 팔로어수, 팔로잉수, RT전체횟수, 팔로어/팔로우 비율, 맞팔비율, 멘션수, 목록횟수, 목록구독자수 등 메시지 도달 산출
  - **파급력** : RT 유니크 계정수, RT된 메시지수, 팔로어중 RT한 사람의 비율, 멘션한 계정수, 팔로어중 멘션한 사람 비율 등 콘텐츠 파급력 산출
  - **네트워크 영향력** : 목록에 포함된 횟수, 팔로어/팔로우 비율, 맞팔 비율, 내게 멘션한 계정수, 내글 RT한 계정수, 팔로어 영향력, RT한 사람, 멘션한 사람들 영향력 등 상호작용하는 사람들의 영향력 산출



- ### 시사점
- 소셜플랫폼의 가치 측정 지표화로 비즈니스 활용 촉진에 기여
  - 거대 브랜드 업체의 소셜네트워킹서비스 도입 활성화 계기 마련
  - 고객의 가치와 시장 트렌드 파악이 용이해지면서 유관 산업 활성화 기대