

안녕하십니까,

먼저 바쁘신 와중에도 이 글을 읽어주셔서 진심으로 감사드립니다.

저는 한양대학교 일반대학원 비즈니스인포매틱스학과에서 석사과정을 밟고 있는 신아리라고 합니다. 현재 저는 "팝업스토어 체험이 브랜드 이미지 강화에 미치는 영향"을 주제로 연구를 진행하고 있으며, 귀사의 귀중한 협조를 부탁드립니다. 이렇게 연락을 드립니다.

본 연구는 네이버 블로그에 게시된 소비자 체험 데이터를 분석하여 팝업스토어가 브랜드 이미지에 어떻게 영향을 미치는지에 대한 깊이 있는 통찰을 제공하고자 합니다. 이 연구가 귀사에게도 실질적인 도움이 될 수 있기를 진심으로 바랍니다.

연구를 성공적으로 수행하기 위해 아래와 같은 데이터를 제공해주신다면 감사하겠습니다.

1. 팝업스토어 기본 정보: 이름, 운영 기간, 위치, 주최 브랜드 등
2. 소비자 방문 데이터: 일별 방문자 수, 인구통계학적 정보 등
3. 판매 및 매출 데이터: 일별/주별/월별 판매량, 매출액 등
4. 소비자 피드백 및 리뷰: 리뷰 및 평점, 설문조사 결과 등
5. 비용 관련 데이터: 임대료 및 운영 비용, 마케팅 비용 등

귀사의 사정에 따라 모든 데이터를 제공해 주시기 어려우실 수 있다는 점 충분히 이해합니다. 따라서, 위 목록 중에서 귀사에서 보유하고 계신 데이터만 제공해주셔도 대단히 감사하겠습니다. 제공이 어려운 항목은 제외하고 주셔도 좋습니다.

귀사로부터 제공받을 수 있는 이 소중한 데이터는 저의 연구에 매우 중요한 기초 자료가 될 것입니다. 저는 이 데이터가 엄격한 기밀 유지 하에 사용될 것임을 확실히 보장드리며, 연구 결과가 도출되는 대로 귀사와 기꺼이 공유하여, 귀사의 마케팅 전략 수립에 실질적인 기여를 할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

이 연구가 성공적으로 이루어지기 위해서는 귀사의 협조가 절실히 필요합니다. 간곡히 부탁드립니다. 긍정적인 검토를 부탁드립니다. 만약 이 요청에 대해 논의가 필요하시다면 언제든지 연락 주시면 감사하겠습니다.

귀사의 응답을 기다리며, 협조해 주신다면 정말 감사하겠습니다.

항상 건강과 번영이 함께하시길 바랍니다.

감사합니다.

연구 계획서

■ 연구자 정보

연구자	성명	신아리	소속	한양대학교 일반대학원 비즈니스인포매틱스학과 석사과정 BIS Lab 소속 연구원
	연락처	010-7168-7015	e-mail	arishin220@gmail.com

■ 연구 개요

연구 제목	팝업스토어 체험이 브랜드 이미지에 미치는 영향
연구 동기	최근 팝업스토어는 소비자와 브랜드 간의 직접적인 소통 창구로서 중요한 마케팅 도구로 자리매김하고 있습니다. 특히, 한정된 기간 동안 운영되는 팝업스토어는 브랜드가 소비자에게 강렬한 인상을 남길 수 있는 기회를 제공합니다. 그러나 이러한 팝업스토어에 투입되는 막대한 예산에 비해 실제 효과에 대한 의문이 제기되고 있습니다. 따라서, 팝업스토어 체험이 소비자에게 어떻게 브랜드 이미지를 각인시키는지에 대한 연구가 필요합니다.
연구 목적	본 연구의 목적은 네이버 블로그에서 소비자들이 공유한 팝업스토어 체험 관련 게시글을 분석함으로써, 이러한 체험 요소들이 브랜드 이미지에 어떻게 기여하는지를 파악하는 것입니다. 이 연구는 향후 팝업스토어를 기획하는 데 있어 중요한 인사이트를 제공하고자 합니다.
연구 방법	본 연구는 텍스트 마이닝 및 자연어 처리(Natural Language Processing, NLP) 방법론을 활용하여 진행될 예정입니다. 구체적인 연구 방법은 다음과 같습니다: <ol style="list-style-type: none">자료 수집: 네이버 블로그에서 '팝업스토어 체험'과 관련된 대규모의 게시글 데이터를 수집할 계획입니다. 이를 위해 특정 키워드를 사용하여 다양한 연령대와 성별의 소비자들이 작성한 게시글을 수집합니다.텍스트 전처리: 수집된 데이터에서 불필요한 정보를 제거하고, 핵심적인 텍스트 정보를 추출하기 위해 데이터 클리닝 작업을 수행합니다. 이 과정에는 텍스트의 토큰화, 불용어 제거, 어간 추출 등이 포함됩니다.텍스트 마이닝 및 자연어 처리:<ul style="list-style-type: none">주제 모델링(Topic Modeling): 소비자들이 언급한 주요 주제를 식별하기 위해 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 등의 주제 모델링 기법을 사용합니다.감정 분석(Sentiment Analysis): 소비자들이 팝업스토어 체험에서

	<p>경험한 긍정적, 부정적 감정을 분석하여, 각 체험 요소가 브랜드 이미지에 미친 영향을 파악합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 빈도 분석(Frequency Analysis): 특정 키워드나 문구의 빈도 분석을 통해 소비자들이 가장 많이 언급한 팝업스토어의 체험 요소를 도출합니다
--	--

■ 연구 기대효과 및 결과

기대 및 예상 연구 결과	
이 연구를 통해 다음과 같은 기대효과를 기대하고 있습니다:	
1. 브랜드 마케팅 전략 수립에 기여:	팝업스토어를 기획하는 기업들이 효과적인 마케팅 전략을 수립하는 데 필요한 데이터를 제공할 수 있을 것입니다. 특히, 소비자들에게 강렬한 브랜드 이미지를 각인시킬 수 있는 체험 요소들을 파악하는 데 도움이 될 것입니다.
2. 소비자 경험 개선:	팝업스토어에서의 소비자 경험을 분석함으로써, 브랜드와 소비자 간의 소통을 강화하고 소비자 경험을 개선하는 방안을 제시할 수 있을 것입니다.
3. 효율적인 예산 활용 전략 제안:	연구 결과를 바탕으로, 팝업스토어 운영 시 예산을 보다 효과적으로 사용할 수 있는 전략을 제안할 수 있을 것입니다.

■ 연구 추진 일정

연구 기간 : 2024년 8월 1일부터 2024년 12월 31일까지 (05개월)					
연구 내용/ 월	8	9	10	11	12
연구 방향 설정 및 분석 설계					
데이터 수집					
데이터 전처리					
데이터 분석					
결과 정리 및 결론 도출					

■ 요청 데이터 목록

요청 데이터 목록
<p>팝업스토어 기본 정보:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 팝업스토어 이름 • 운영 기간 (시작일, 종료일) • 운영 위치 (도시, 지역, 매장 위치 등) • 주최 브랜드 또는 기업명 • 팝업스토어 규모 (면적, 참가 브랜드 수 등) • 주요 판매 제품 또는 서비스 카테고리 <p>소비자 방문 데이터:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일별 방문자 수 • 방문자 연령대, 성별, 거주지 등 인구통계학적 정보

- 방문자의 체류 시간
- 재방문율 (방문자가 팝업스토어를 다시 방문한 비율)
- 방문 경로 (온라인 광고, 소셜 미디어, 오프라인 홍보 등)

판매 및 매출 데이터:

- 일별/주별/월별 판매량
- 매출액 (총 매출, 카테고리별 매출 등)
- 인기 상품 목록 (가장 많이 팔린 제품)
- 소비자당 평균 구매액
- 구매 채널 (현장 결제, 온라인 주문 등)

마케팅 및 프로모션 데이터:

- 팝업스토어 홍보 및 마케팅 캠페인 정보 (이벤트, 할인, 경품 등)
- 소셜 미디어 언급량 및 인게이지먼트 (좋아요, 댓글, 공유 등)
- 온라인 광고 성과 (클릭 수, 전환율 등)
- 프로모션 참여율 (쿠폰 사용률, 이벤트 참여자 수 등)

소비자 피드백 및 리뷰:

- 팝업스토어에 대한 소비자 리뷰 및 평점
- 소비자 설문조사 결과 (만족도, 개선점 등)
- 소셜 미디어 및 블로그에 게시된 소비자 후기
- Q&A 또는 고객 지원 요청 데이터

비용 관련 데이터:

- 팝업스토어 임대료 및 운영 비용
- 마케팅 및 광고 비용
- 이벤트 및 프로모션 비용