

NHN ACE 인사이트 리포트

Happy  
Valentine!



밸런타인데이 분석 리포트



NHN ACE

## 데이터 분석 기준

---

■ 데이터 기간

2019년 1월 15일 ~ 2019년 3월 16일  
(밸런타인데이 1개월 전 ~ 화이트데이 2일 후)

■ 데이터 출처

DIGHTY

■ 데이터 소스

밸렌타인데이, 화이트데이를 포함한 연관 키워드 유입 데이터  
초콜릿, 사탕, 꽃, 주얼리 등의 구매 데이터

참고

‘밸런타인데이’가 표기법상 맞으나 키워드 및 제품명에는 ‘밸렌타인데이’를 주로 사용하는 것으로 판단하여 ‘밸런타인데이’를 기준으로 데이터 추출하였습니다

?) 간단 퀴즈! 한번 맞춰보세요

PC에서 ‘발렌타인’ 키워드 유입이 가장 많은 날은?

D-DAY vs D-1 vs D-2 vs D-3

(2/14,목) (2/13,수) (2/12,화) (2/11,월)

아래 사이트 카테고리 중, ‘발렌타인’ 키워드를 통한 유입이 많은 순서는?

주얼리 vs 꽃배달 vs 재료 및 용품 vs 이벤트기획

아래의 ‘발렌타인’ 조합 키워드 중 유입이 가장 많은 키워드는?

남자친구 vs 꽃 vs 초콜릿 vs 선물

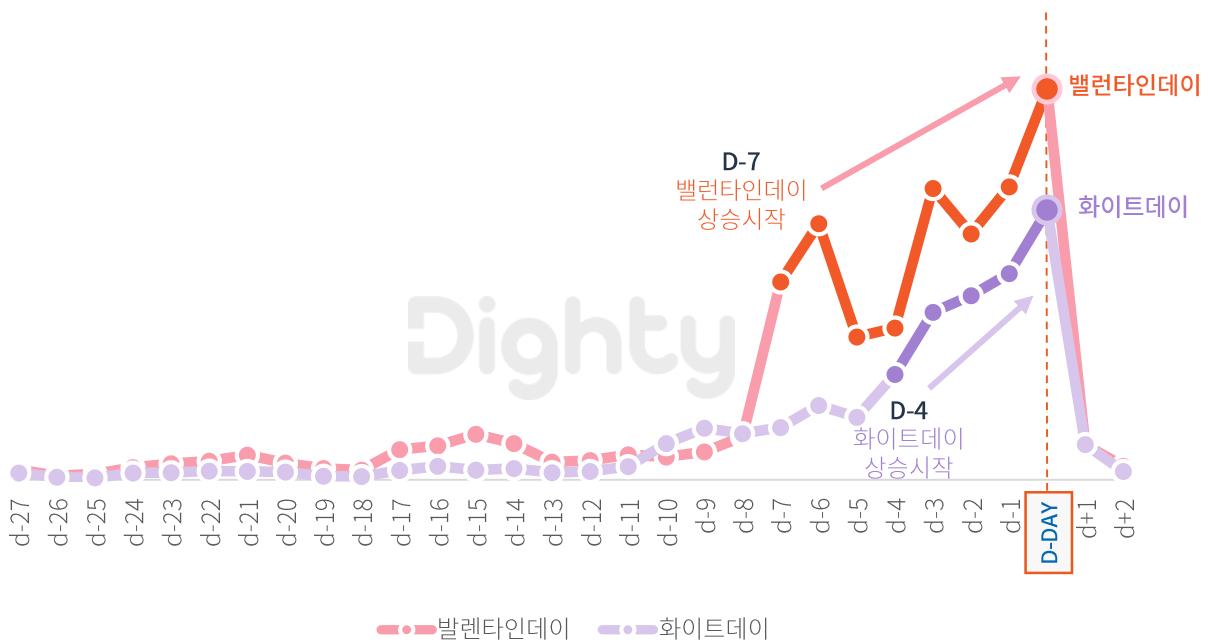
아래의 ‘화이트데이’ 조합 키워드 중 유입이 가장 많은 키워드는?

여자친구 vs 꽃 vs 사탕 vs 선물

정답은 리포트에서 확인하세요!



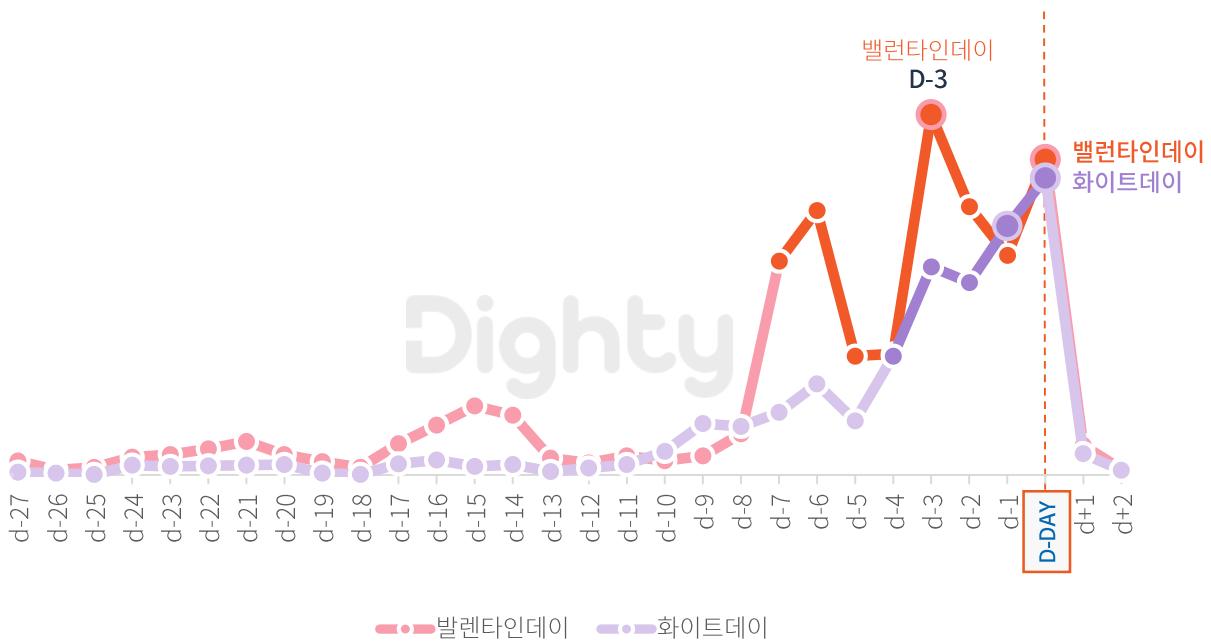
# 키워드 유입 추이



밸런타인데이와 화이트데이의 이전 27일과 이후 2일, 총 30일의 유입량을 확인했을 때  
**두 키워드 모두 당일인 2/14와 3/14에 유입이 가장 많았음**

‘밸런타인데이’가 포함된 키워드는 7일 전부터 급격히 유입이 상승하기 시작하였으며  
 ‘화이트데이’가 포함된 키워드는 4일 전부터 상승하였음

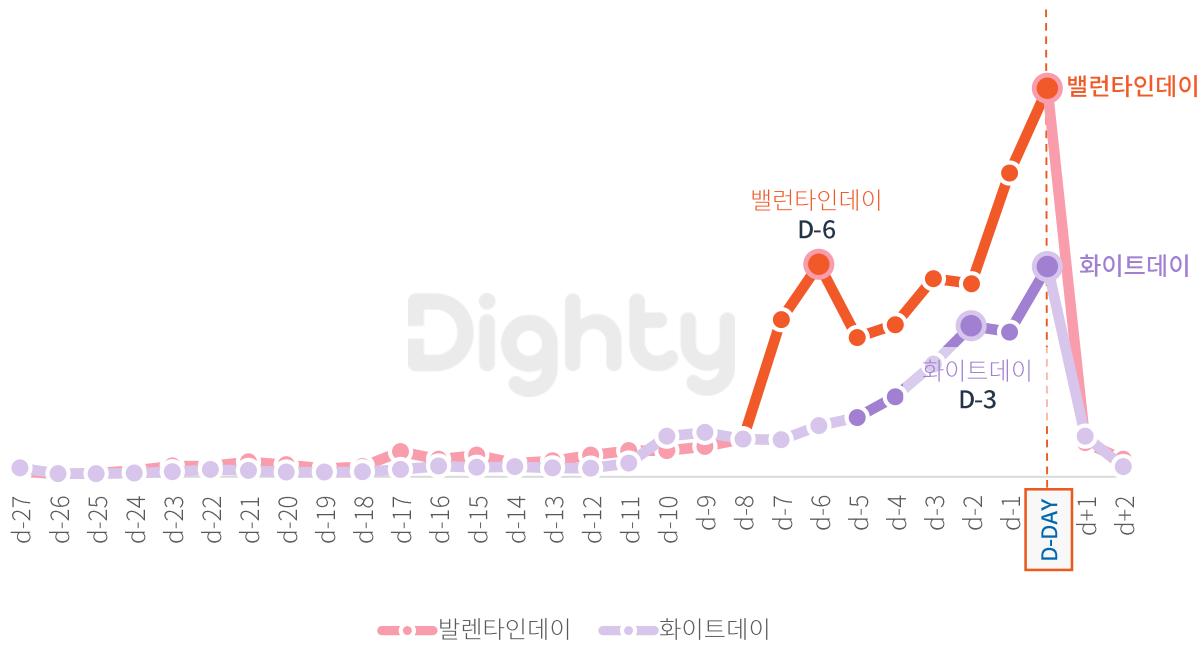
## PC 유입 추이



PC에서의 유입량을 별도로 확인하였을 때  
 ‘밸런타인데이’는 7일 전부터, ‘화이트데이’는 4일 전부터 상승 시작

‘밸런타인데이’ 키워드는 당일보다 3일 전인 2/11(월)에 유입이 더 많았으며  
 ‘화이트데이’는 당일인 3/14(목)과 전날인 3/13(수)에 유입이 가장 많았음

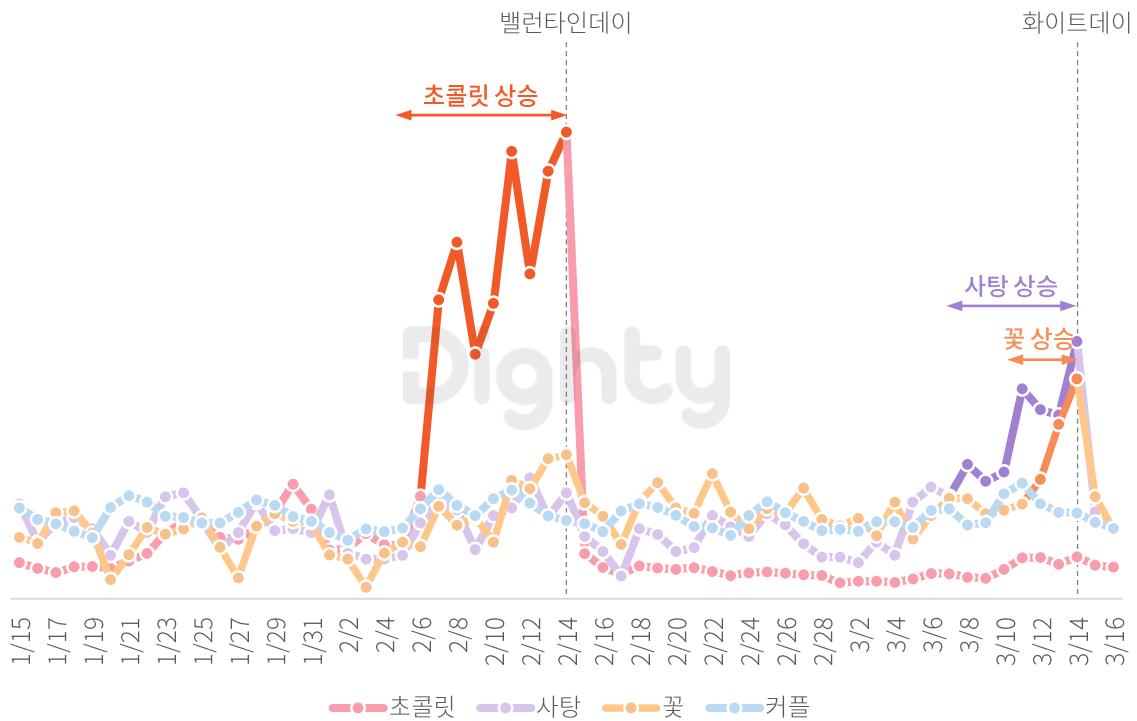
# 모바일 유입 추이



모바일 기기에서의 유입량은 두 키워드 모두  
 ‘밸런타인데이(2/14)’와 ‘화이트데이(3/14)’  
 당일에 가장 유입량이 많았음

‘밸런타인데이’는 6일 전인 2/8(금)에 가장 높았다가 이후 주말에 다시 하락하였으며  
 ‘화이트데이’는 5일 전인 2/9(토)부터 하락세 없이 지속적으로 상승하는 추세를 보임

## 주요 키워드 유입 비중 추이



밸런타인데이와 화이트데이에 많이 선물하는 아이템의 일별 유입 비중 확인 시  
**‘초콜릿’은 밸런타인데이 7일 전부터 당일까지 높은 유입 비중을 보였으며  
 이 기간에 전체 50%의 유입이 발생함**

**‘사탕(캔디)’과 ‘꽃’은 화이트데이 전에 상승하였으며  
 ‘커플’ 키워드는 2개월 동안 큰 상승과 하락이 없는 것으로 나타났음**

# 유입 사이트 비교

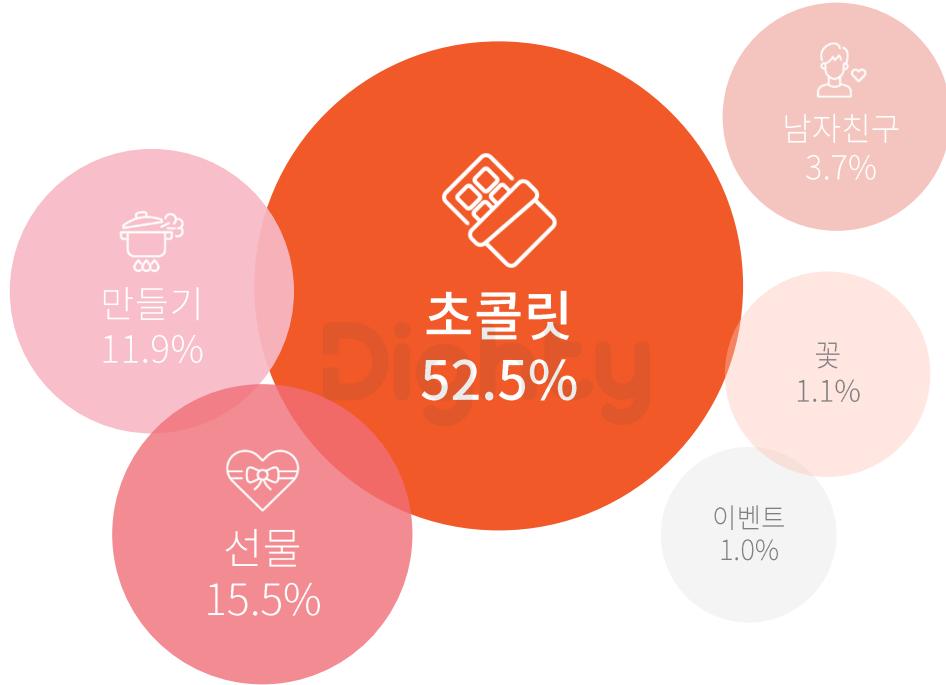
순위	밸런타인데이	화이트데이
1	프랜차이즈	프랜차이즈
2	재료 및 용품	주얼리
3	식품	꽃배달
4	쇼핑몰	브랜드쇼핑몰
5	브랜드쇼핑몰	문화상품판매/예매
6	온라인서비스	재료 및 용품
7	언론	이벤트 기획
8	이벤트 기획	언론
9	꽃배달	비영리기관
10	예술공연	온라인 서비스

■ 화이트데이 유입사이트에 비해 순위가 높음 ■ 밸런타인데이 유입사이트에 비해 순위가 높음

‘밸런타인데이’와 ‘화이트데이’ 공통적으로  
제과와 관련된 프랜차이즈 사이트에 가장 많이 방문한 것으로 나타남

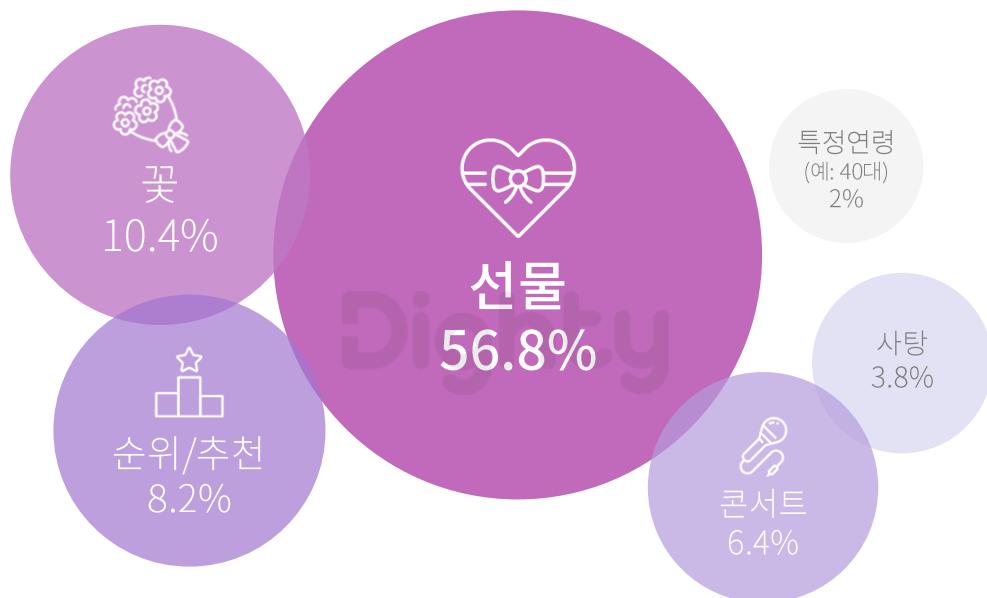
‘밸런타인데이’는 초콜릿을 만들기 위한 용품 사이트 및 식품 사이트가 뒤를 이었으며  
‘화이트데이’는 주얼리와 꽃배달 사이트 순으로 유입이 많았음

## 주요 조합 키워드 유입 비중



‘밸런타인’과 함께 조합된 키워드를 확인했을 때  
 전체 키워드의 약 53%가 ‘초콜릿’과 조합된 것으로 나타나  
 가장 상징적인 아이템으로 자리 잡은 것으로 확인됨  
 그다음으로는 ‘선물 > 만들기 > 남자친구 > 꽃’으로  
**대부분 선물용으로 초콜릿을 구매하거나 만들기 위해  
 ‘밸런타인데이’를 검색한 것으로 보임**

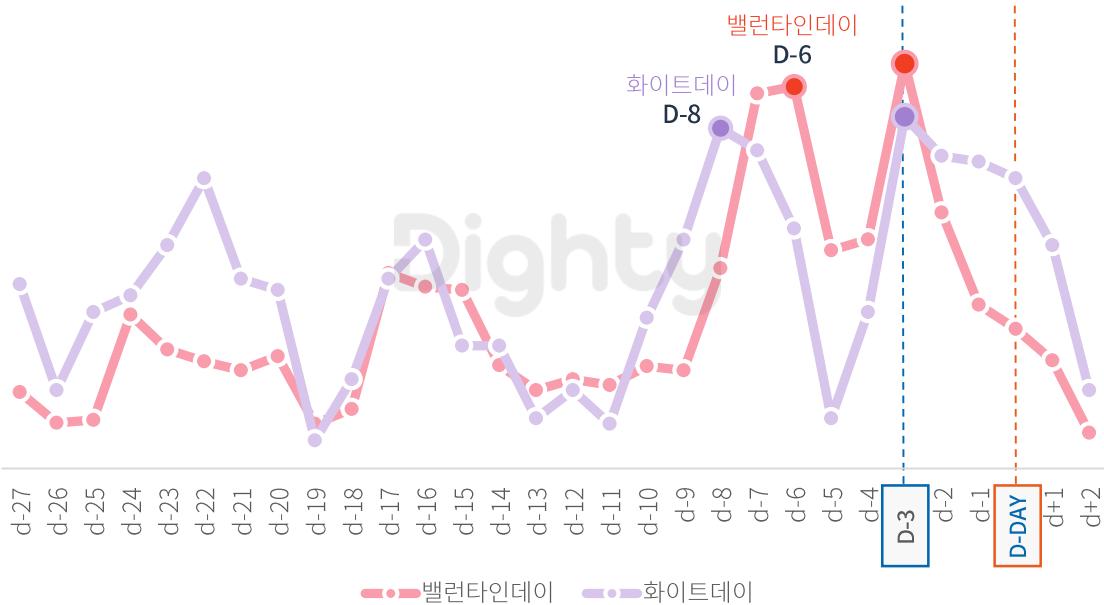
## 주요 조합 키워드 유입 비중



‘화이트데이’와 함께 조합된 키워드를 확인했을 때  
전체 키워드의 약 57%이 ‘선물’이었으며, 약 8%는 ‘순위/추천’을 함께 검색,  
**화이트데이의 선물 탐색이 활발한 것으로 나타남**

아이템으로는 ‘꽃 > 콘서트 > 사탕’ 키워드가 뒤를 이었으며  
선물할 대상의 연령(40대/30대/중년 등)도  
함께 검색한 것으로 보아 선물에 대한 다양한 탐색이 있는 것으로 보임

# 주요 제품의 구매 추이



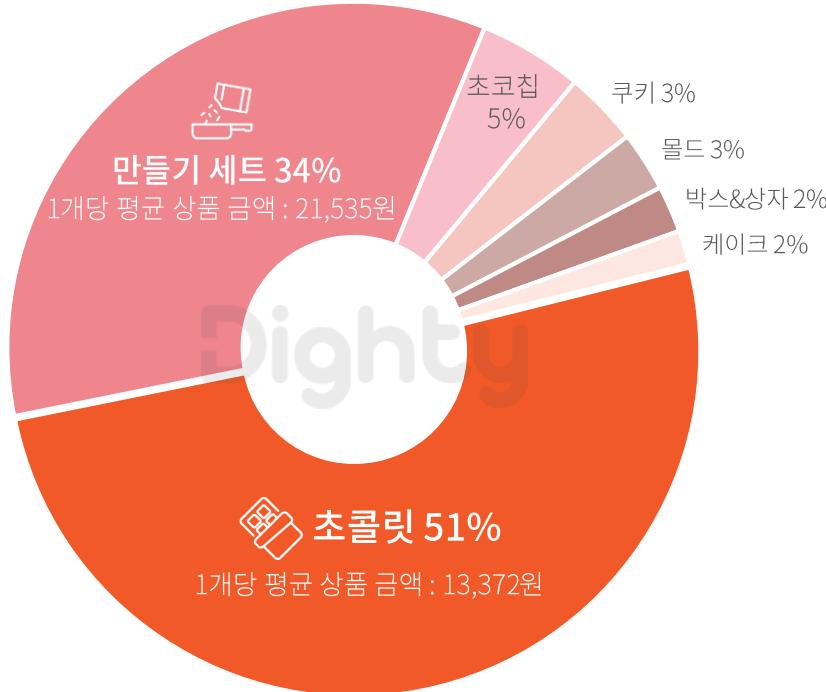
밸런타인데이, 화이트데이와 관련된 제품(초콜릿, 사탕, 꽃)의 구매 추이를 확인하였으며 공통적으로 **3일 전에 가장 많은 구매가 발생한 것으로 나타남**

화이트데이 제품 중 하나인 ‘꽃’은 졸업식 시즌의 영향으로

2월 지속적인 구매가 있는 것과 달리

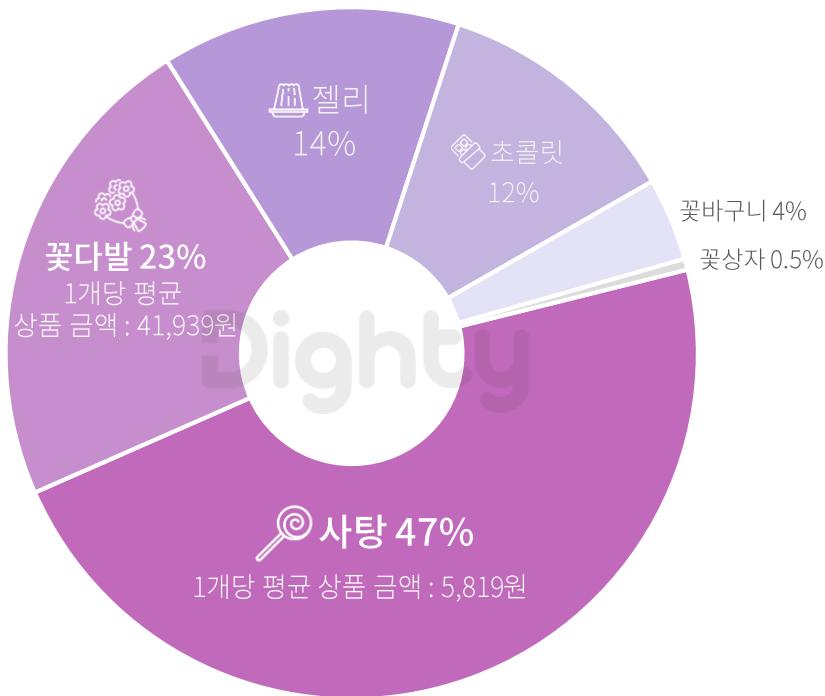
밸런타인데이 아이템은 D-3일 이후 급격히 하락하였음

## ‘초콜릿’ 관련 주요 제품 구매 비중



초콜릿 관련 제품의 전체 구매 중 51%가 ‘초콜릿’이었으나  
 34%가 ‘초콜릿 만들기 세트’ 상품이었으며  
 초콜릿 만드는 용품 중 하나인 ‘몰드’ ‘박스&상자’도 2% 이상 차지한 것으로 보아  
**초콜릿 뜻지않게 만들기 관련 상품을 많이 구매한 것으로 나타남**  
 상품 1개당 가격은 만들기 세트가 초콜릿보다 약 8천 원 비싼 것으로 확인됨

## ‘사탕, 꽃’ 관련 주요 제품 구매 비중

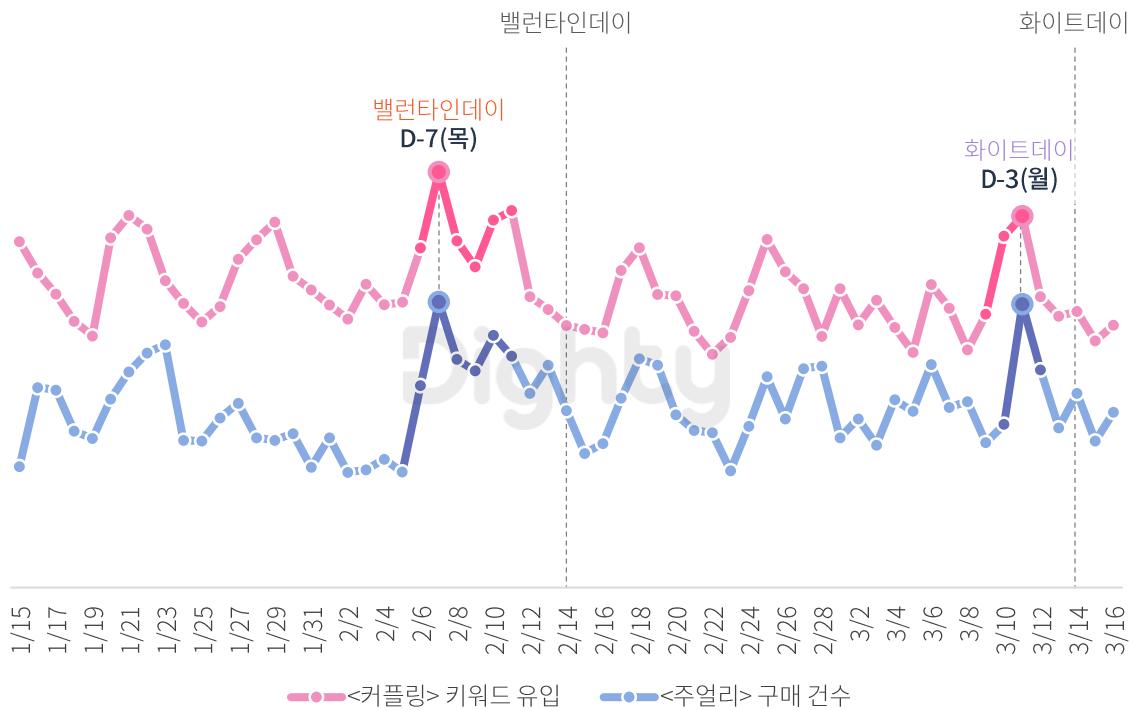


화이트데이 한 달 전 ~ 이후 2일 (2/15~3/16) 기간 동안

‘사탕/젤리/초콜릿’류와 ‘꽃’ 관련 제품의 구매 비중을 살펴보았을 때  
약 47%가 사탕 관련 상품이었으며, 그다음인 23%가 꽃다발인 것으로 나타났음

꽃 관련 상품의 개당 평균 금액은 ‘꽃바구니(78,342원) > 꽃다발(41,939원) > 꽃상자(36,430)’로  
꽃바구니가 꽃다발에 비해 약 2배 비쌌음

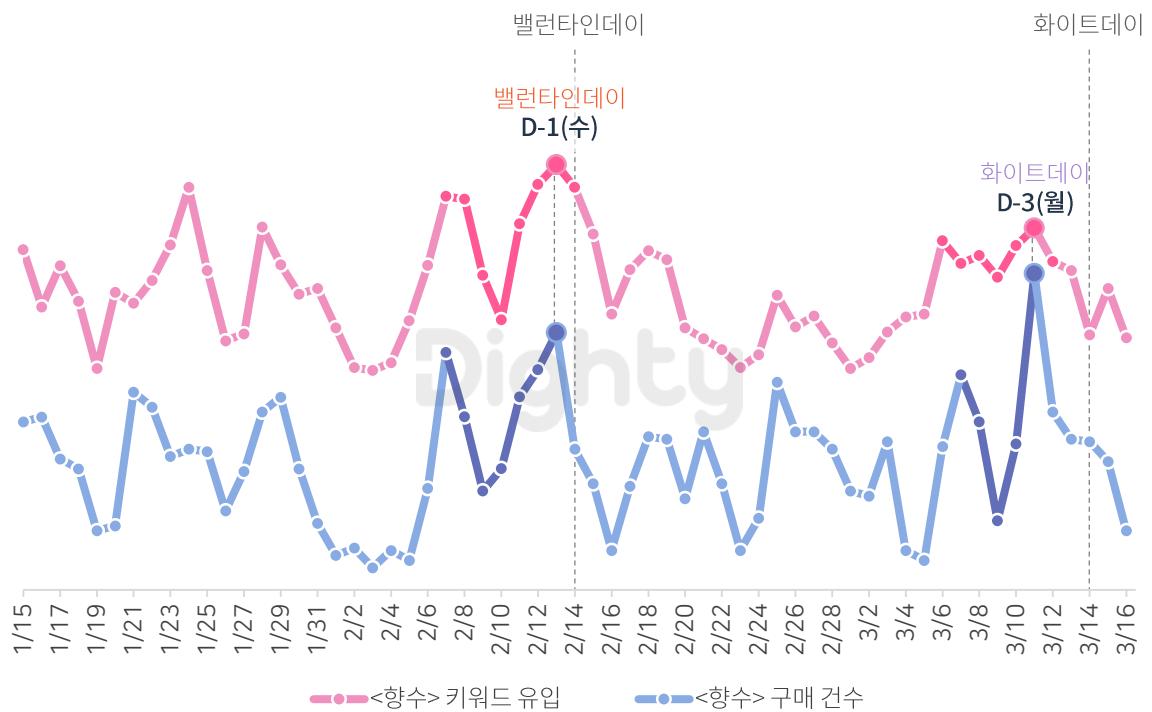
# 커플링 키워드 유입 & 주얼리 구매 추이



추가로, <커플링> 키워드 유입수와 <주얼리>카테고리 사이트에서  
발생한 구매수를 비교

밸런타인데이 7일 전과 화이트데이 3일 전에 가장 높은 유입수와 구매수를 보여  
공통적으로 해당 기간에 커플 관련 주얼리를 탐색, 구매하는 것으로 나타남

## 향수 키워드 유입 &amp; 구매 추이



연인끼리 기념일에 많이 선물하는 ‘향수’ 키워드 유입과 구매 추이 확인 시  
키워드유입은 밸런타인데이 시즌에, 구매건수는 화이트데이 시즌에 많았음

화이트데이 시즌에는 ‘꽃’ ‘커플링’과 동일하게 3일전에  
가장 많은 유입과 구매가 발생하였음

## INSIGHT



### 밸런타인데이 준비를 더 일찍 화이트데이는 주말에도 탐색

- ‘발렌타인데이’와 ‘화이트데이’가 포함된 키워드의 유입수를 확인했을 때 ‘발렌타인데이’는 7일 전부터, ‘화이트데이’는 4일 전부터 상승하기 시작
- ‘발렌타인데이’의 유입은 PC와 모바일 모두 토요일과 일요일에 급격히 하락
- ‘화이트데이’의 유입은 주말에도 유지하는 추이를 보였으며 특히 모바일에서의 유입은 주말부터 지속적으로 상승하였음



### 밸런타인데이에는 정성 가득한 초콜릿

- ‘발렌타인’이 포함된 키워드로 유입한 사이트를 확인하였을 때 제과와 관련된 사이트 뿐 아니라 초콜릿 재료 및 용품을 판매하는 사이트 유입수도 많았음
- 구매한 상품도 초콜릿 만들기 세트 상품이 2위를 차지하는 것으로 보아 손수 초콜릿을 만들어 선물하는 유저가 많은 것으로 나타남

## INSIGHT



### 화이트데이에는 꽃과 함께

- ‘화이트데이’가 포함된 키워드를 통해 많이 방문한 사이트로  
‘프랜차이즈(제과) > 주얼리 > 꽃배달’ 순으로 나타남
- ‘꽃’ 키워드의 유입 추이를 확인했을 때도 화이트데이 3일 전부터 상승한 것으로 보여  
화이트데이에 꽃을 함께 탐색하는 경우가 많았음



### 초콜릿보다 비싼 초콜릿 만들기 비용

- 초콜릿 관련 제품의 평균 금액을 확인하였을 때  
초콜릿은 약 13,000원이었으며, 만들기 세트 제품은 약 21,000원으로 나타남
- 초콜릿 완제품을 구매하는 것보다 직접 만들 경우  
시간 및 비용이 더 소요되는 것으로 확인됨

# 리포트의 데이터가 궁금하신가요?

**NHN DATA에서는 다양한 데이터를  
합리적인 가격으로 제공하고 있습니다.**

## ▪ 원하시는 업종과 기간의 리포트

본 리포트에서 기간 및 주제를 변경하여 리포트 제공이 가능합니다.  
아래 메일주소로 원하시는 기간과 주제를 알려주시면,  
제공 소요 기간과 금액을 안내해드립니다.

## ▪ 인사이트 리포트의 데이터 파일

인사이트 리포트의 데이터를 필요하신 파일 형태로 제공해드립니다.

- 데이터 RAW 파일 (EXCEL 또는 CSV)
- 비중과 수치가 포함된 1차 가공 데이터 (EXCEL 또는 CSV)

---

데이터 제안 요청 및 구매 문의

---

데이터컨설팅팀 | [dightydata@nhndata.com](mailto:dightydata@nhndata.com)

---

# THANK YOU

트렌드와 시즌에 맞춘 분석으로  
꼭 필요한 인사이트를 제공합니다