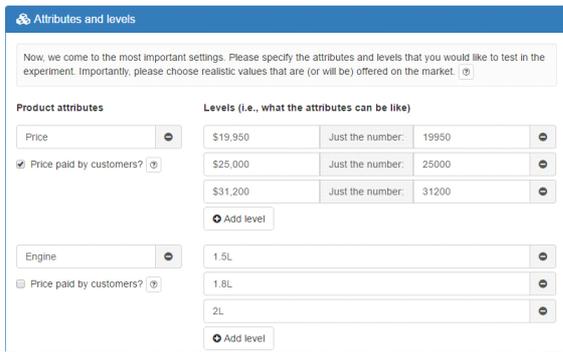


Conjoint.ly

선택기반 컨조인트 분석 소프트웨어 (online)



Conjoint.ly의 특징



신속한 컨조인트 설계

통계 지식이 없더라도 누구나 쉽고 빠르게 컨조인트 분석을 설계할 수 있습니다.



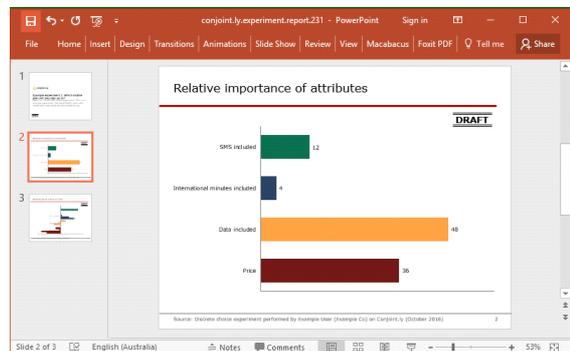
실용적인 서베이 진행

누구나 핸드폰, 태블릿, 컴퓨터 등을 활용하여 편리하게 서베이를 진행할 수 있습니다.



완전 자동 분석 실시

고객은 어떤 기능을 원하는지, 얼마나 지불할 용의가 있는지, 고객 세분화 등을 확인할 수 있습니다.



Excel, PowerPoint로 내보내기

클릭 한번에 조사 결과를 프레젠테이션 자료나 Excel 수익성 분석 모델에 추가할 수 있습니다.

실험설계 선택기반 컨조인트 실험을 설계할 수 있는 빠른 지침

Set up a new experiment

실험 정의

(실험의 목적 등을 정의)

우선, 실험의 목적을 결정해야 합니다: 최적의 가격 설정, 제품의 어떤 기능이 고객의 구매를 촉발시키는지에 대한 이해, 취향의 선택 등. Conjoint.ly를 활용하여 실험의 주요 속성을 제공할 수 있습니다: 어떤 종류의 제품을 조사하는지, 어떤 부류의 응답자들을 초대하는지 등.

주요 속성 지정

(색상, 취향, 크기, 길이, 가격 등 알고자 하는 것을 지정)

속성은 가격, 색상, 모양, 크기, 브랜드, 위치 등과 같은 제품의 차원입니다. 고객들이 구매 결정을 함에 있어서 가장 중요하게 고려하는 속성이나 얼마나 중요한지에 대해 알고자 하는 속성들을 포함합니다. 예를 들어, 고객들은 가격과 크기에 영향 받는다는 것을 알고 있으며, 색상이 중요한지 여부를 알고 싶다면, 3개의 속성 (가격, 크기, 색상) 모두를 포함합니다. 5개 이상의 속성을 포함시키지 말아야 합니다. 속성이 5개를 넘으면 응답자들이 혼란스러워 합니다.

2~5개의 수준 설정

(각 속성에 대해 2~5개이 수준을 설정)

수준 (levels)은 각 속성이 취할 수 있는 값 (values) 들입니다. 예를 들어, '색상'이라는 속성은 '파란색', '빨간색', '투명 색' 등의 수준을 가질 수 있습니다.

'기능'이라는 속성은 '업데이트가 포함되지 않음', '1년 동안 매달 자동 업데이트', '영구 자동 업데이트' 등의 수준을 가질 수 있습니다. 다음 사항에 유의하는 것이 중요합니다:

- 속성 당 최소 2개의 수준을 가지고 있어야 합니다. 한가지 유형의 제품만을 염두에 두고 있더라도, 제품의 상세를 보다 구체적으로 할 수 있습니다.
- 속성 당 5개 이상의 수준을 두지 않아야 합니다. 응답자들을 혼란스럽게 합니다.
- 속성과 수준 모두에 대해 설명할 때, 고객이 이해할 수 있는 언어를 사용해야 합니다.

응답자 추가

(Conjoint.ly에서 구매, email 주소 올리기, 웹 링크 공유 등)

일반적으로, 이산적 선택 실험 (discrete choice experimentation, 개체 선택 실험)에는 약 60~300명의 응답자가 필요합니다. Conjoint.ly는 응답자를 획득하는 여러 가지 옵션을 제공합니다:

1. 완료된 응답 당 \$3의 비용으로 Conjoint.ly로부터 양질의 패널 응답자를 구매할 수 있습니다.
2. 자체적으로 가지고 있는 응답자에게 we link를 공유하거나 원하는 서베이 도구와 통합합니다.
3. Email 목록을 올리고 웹 상에서 추적할 수 있게 함으로써 초대장을 보내고 재차 촉구하는 통신을 보낼 수 있습니다.
4. Call For Participants에 광고합니다.

맞춤 실험설계 또는 응답자 구문을 위한 질문 추가

필요한 경우, 질문 내용을 바꾸고, 링크를 추가하는 등 맞춤 설계를 할 수 있습니다. 또한 conjoint 질문 외의 질문을 통해 고객들을 세분화할 수 도 있습니다. 복수 선택, 긴 텍스트, 짧은 텍스트, 수자, 상수 합 (constant-sum), 다른 유형의 질문들도 활용할 수 있습니다.

Confirm experiment set-up

검토, 승인, 시작

이제, 설정을 검토하고, 사용 조건 등을 승인하고, 실험에 대해 지불하고, 실행합니다. 그러면 Conjoint.ly는 응답을 수집하고 보고서를 작성하여 제공합니다.

Conjoint.ly 보고서의 내용

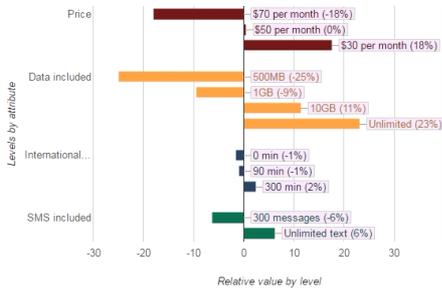
컨조인트 분석으로 수행할 수 있는 모든 분석



속성들의 상대적 중요도

(고객이 가격, 자료, 국제전화, 텍스트 메시지 등에 주목하는가?)

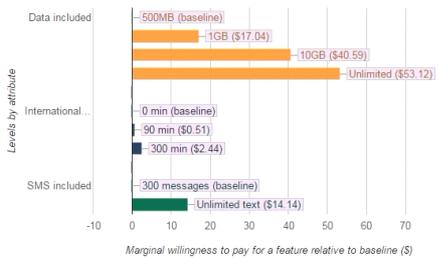
고객의 의사결정 과정에서 다른 속성과의 관계에서 각 속성이 얼마나 중요한지를 계산해서 제공합니다. 예를 들어, 휴대폰 요금제와 관련하여 가격 (매달 \$30, \$50, \$70)과 문자 (300건, 무제한)에 대해 조사할 때, 가격 수준이 문자 수준의 3배만큼 고객에게 영향을 준다면, 가격의 상대적 중요도가 문자의 중요도의 3배가 됩니다.



수준 별 가치

(국제전화 300분은 90분보다 훨씬 더 좋은가?)

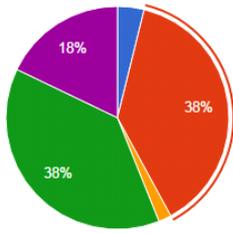
각 속성의 각 수준 역시 고객의 의사결정에서의 성과에 대해 점수로 계산됩니다. 예를 들어, 낮은 가격 (월 \$30)이 상대적으로 선호된다면, 긍정적인 것으로 표시됩니다. 높은 가격 (월 \$70)은 가장 선호되지 않으며 부정적인 것으로 표시됩니다. 반면 적당한 가격 (월 \$50)은 그 중간인 낮은 긍정적 또는 낮은 부정적으로 표시됩니다. 각 속성의 성과 점수의 부호는 다른 옵션에 대해 상대적입니다: 월 \$70은 월 \$30과 \$50에 비교하여 부정적일 수 있습니다. 그러나 월 \$90에 비해서는 긍정적으로 나타날 수 있습니다.



한계지불의사

(어떤 기능에 대해 얼마나 지불할 용의가 있는가?)

속성 중 하나가 가격인 실험에서, 각 수준이 고객에게 얼마의 가치가 있는지를 계산합니다. 예를 들어, (월 300건이라는 최소 기준과 달리) 문자 무제한이라는 수준을 추가하면 가격을 \$14 낮추는 것과 동일한 고객의 관심을 증대 시키는 효과가 있는 것으로 나타날 수 있습니다. 따라서 한계지불의사는 어떤 기능의 가격 조정 대체 효과와 유사합니다.



- Telco A (4%)
- Telco B (38%)
- Telco C (2%)
- Telco D (38%)
- None of the above (18%)

시장점유율 시뮬레이션

(고객의 현시 선호에 기반한 시장점유율 추정)

사람들은 주어진 현재의 가용 옵션의 범위 내에서 선택을 합니다. 실험이 가장 중요한 제품 속성들과 통상적인 수준들을 포함하고 있다면, Conjoint.ly의 시장 시뮬레이션 도구를 활용하여 각기 다른 속성 조합의 시장점유율을 예측할 수 있습니다. 이를 위한 한가지 방법은 두 개의 시나리오를 비교하는 것입니다:

- 이전 (Before): 시장에 나와 있는 제품들의 수준들을 명확히 합니다. 현재 시장에 나와 있는 두 개의 제품이 동일한 수준들을 가지고 있다면 각각 구분하여 입력합니다.
- 이후 (After): 원하는 수준을 가진 새로운 제품을 추가합니다. 시뮬레이터가 응답자들이 제시한 선호도를 활용하여 현재의 경쟁상황 하에서 새로운 제품이 획득할 수 있는 시장점유율의 예측치를 제시합니다.

이런 유형의 분석을 Excel market share simulator를 활용하여 쉽게 수행할 수 있습니다.

Ranked list of product concepts as preferred by customers

Display: top 5 concepts

Price	Data included	International minutes included	SMS included	Total value to customers	Rank
\$30 per month	Unlimited	300 min	Unlimited text	49	1
\$30 per month	Unlimited	90 min	Unlimited text	46	2
\$30 per month	Unlimited	0 min	Unlimited text	45	3
\$30 per month	10GB	300 min	Unlimited text	38	4
\$30 per month	Unlimited	300 min	300 messages	37	5

제품 구성 목록의 순위화

(가능한 모든 수준의 조합을 만들고 고객 선호에 따라 순위를 정함)

Conjoint.ly가 모든 수준의 가능한 조합을 활용하여 제품 구성 목록을 자동으로 완성하고, 상대적 성과에 따라 순위를 정합니다. 이를 통해 고객이 가장 선호할 제품 구성을 찾아낼 수 있습니다.

Segmentation overview

Currently, the report is configured to divide the market into 2 segments.

Comparison of performance of different levels across the segments:

Attribute	Level	Segment 1	Segment 2	Market overall
Price	\$70 per month	-16	-38	-38
	\$50 per month	4	0	0
	\$30 per month	19	18	18
Data included	500MB	-19	-35	-35
	1GB	5	30	30
	10GB	7	12	11
	Unlimited	19	23	23
International minutes included	0 min	4	2	-1
	90 min	2	-1	-1
	300 min	5	4	2
SMS included	300 messages	-3	5	5
	Unlimited text	13	4	4
Size of segment		27%	73%	100%

선호에 따른 시장 세분화

(시장에 존재하는 고객 세분화를 찾아 냄)

Conjoint.ly는 응답자들의 선택을 활용하여 어떤 세분 시장이 존재하는지를 알아냅니다. 분석자의 판단을 활용하여 얼마나 많은 세분 시장이 존재할 수 있는지를 알 수 있습니다 (인구통계학적 기준 등 세분화 기준들을 검토하여 타당성을 확인할 수 있음). 각 세분시장에 대해서도 앞에서 살펴본 것과 같은 자세한 분석 내용이 제공됩니다.

회사로 연락주시면 직접 구매하시는 비용에서 10% 할인해 드립니다(2017년 12월까지).

컨조인트 온라인 가격 살펴보기: <http://conjoint.online/pricing/>

[디시전사이언스]

전화: 02-707-1070, 메일: serve@expertchoice.co.kr, 홈페이지: expertchoice.co.kr