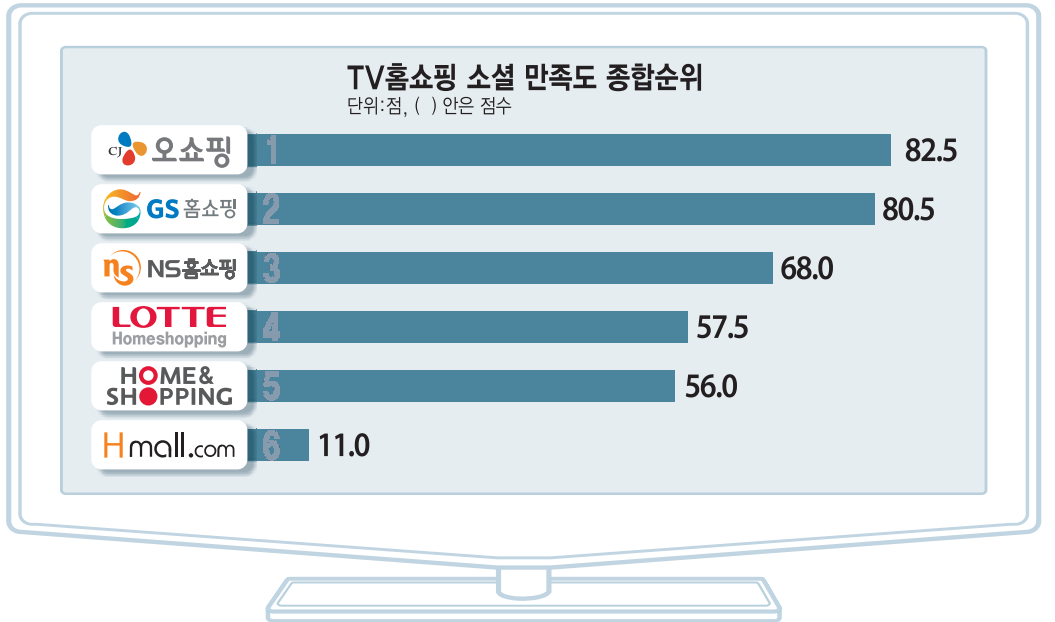




CJ오쇼핑의 매진임박!! 자린고비도 지갑 열었다



“TV홈쇼핑 만족도 1위는 CJ오쇼핑, 끝나는 현대홈쇼핑.”

소셜 데이터 분석을 통해 TV홈쇼핑 만족도를 조사한 결과다. TV홈쇼핑 브랜드에 대한 긍정 부정 비율, 가격과 품질, 서비스까지 네 가지 만족도를 들춰보니 CJ오쇼핑이 가격과 서비스를 비롯해 전반적인 평가에서 1위를 차지했다. 반면에 현대홈쇼핑은 부정 비율과 품질, 서비스가 모두 최하위권을 기록하는 등 소비자 만족도가 가장 떨어지는 것으로 나타났다. 이번 조사 결과는 컨슈머저널 이버즈(www.ebuzz.co.kr)가 소셜검색 전문업체 유엑스코리아(www.uxkorea.com)와 함께 지난해 12월 1일부터 올해 2월 28일까지 3개월에 걸쳐 온라인뉴스 댓글과 포털 블로그, 카페, 지식검색 등 소셜네트워크에 나온 6만여 건에 이르는 소비자 의견을 분석한 결과다. 양사는 이번 조사로 TV홈쇼핑 키워드로 집계한 데이터를 대상으로 정량·정성 분석을 실시, TV홈쇼핑에 대한 브랜드는 물론이고 가격, 품질, 서비스의 네 가지 만족도를 알아봤다.

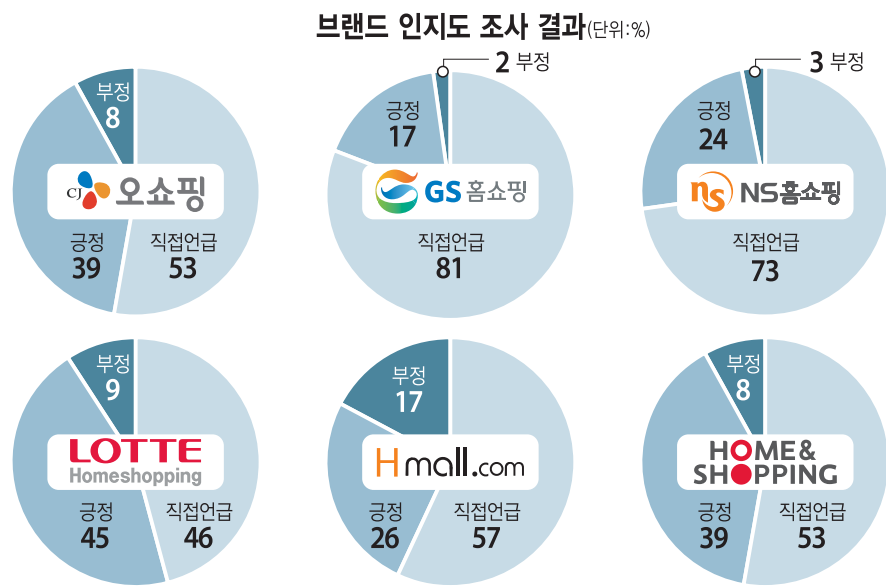
글: 권봉석 이버즈기자 bskwon@ebuzz.co.kr
분석: 박민용 유엑스코리아 소셜 데이터 애널리스트 parkminyong@uxkorea.com

분석정보

△기간: 2012년 12월 1일~2013년 2월 28일
△대상: 690개 언론사 뉴스, 다음 아고라, 포털 블로그 및 카페, 네이버 지식인
△건수: 본문 6만2578건, 댓글 36만8399건

No1. 컨슈머 리포트
ebuzz
www.ebuzz.co.kr

“이름값 하는 이유가 있어”



※ 직접 언급: 브랜드를 그냥 언급한 한 비중. 인지도라는 측면에서 직접 언급 역시 긍정적으로 볼 수 있음.

“롯데홈쇼핑 좋다”…부정적 의견의 5배

먼저 브랜드 만족도를 알아봤다.

해당 브랜드에 대한 유효 언급 수 중 광고를 뺀 순수 댓글만 주려보니 해당 브랜드에 대한 긍정 의견이 가장 높았던 곳은 롯데홈쇼핑으로 나타났다.

롯데홈쇼핑은 댓글 중 45%가 긍정 반응을 보였고 부정 의견은 9%에 머물렀다. CJ오쇼핑과 홈앤쇼핑(39%), NS홈쇼핑(24%), GS홈쇼핑(17%) 등이 뒤를 이었다. 현대홈쇼핑은 긍정 비율은 26%에 머문 반면에 부정적 언급은 17%로 높았다. 이런 차이는 백분율을 이용해 같은 비중으로 비교해보면 확연하게 드러난다. 다른 TV홈쇼핑은 긍정 반응이 80%대, 부정적 의견은 20% 이하인 데 비해 현대홈쇼핑만 부정적 의견이 40%에 이른다.

물론 긍·부정 여부를 떠나 광고를 뺀 순수하

게 브랜드를 언급한 댓글 비중은 GS홈쇼핑(28%)과 CJ오쇼핑(25%)이 가장 높았고 롯데홈쇼핑(14%), NS홈쇼핑과 현대홈쇼핑(13%) 순을 나타냈다.

이 결과를 보면 브랜드 인지도 자체는 GS홈쇼핑과 CJ오쇼핑이 가장 높지만 불만율은 현대홈쇼핑이 가장 높다는 걸 확인할 수 있다.

소비자가 TV홈쇼핑 브랜드를 자주 언급하는 것은 물론 아니다.

이번 조사에서 수집한 전체 데이터 중 TV홈쇼핑 관련 키워드 언급 빈도를 확인해보니 서비스에 대한 언급이 가장 많았다. 반면에 브랜드 언급 빈도는 낮았다.

분석을 맡은 박민용 유엑스코리아 연구원은 “TV홈쇼핑에서 소비자는 가격이나 품질에 관심이 높다는 걸 방증하는 것”으로 풀이했다.

TV홈쇼핑 소셜 만족도 순위

단위: 점, () 안은 점수

브랜드명	인지도	가격	품질	서비스
CJ오쇼핑	3위(84)	1위(100)	2위(64)	1위(82)
GS홈쇼핑	1위(96)	1위(100)	1위(78)	2위(48)
NS홈쇼핑	2위(94)	1위(100)	3위(58)	4위(20)
롯데홈쇼핑	5위(82)	4위(76)	4위(52)	4위(20)
홈앤쇼핑	3위(84)	4위(76)	5위(30)	3위(34)
현대홈쇼핑	6위(66)	4위(76)	6위(-52)	6위(-46)

※ 만족도 산출 방법: 긍정지수=(긍정 댓글량÷총 언급 댓글량)×100, 부정지수=(부정 댓글량÷총 언급 댓글량)×100, 만족도 = 긍정지수-부정지수, 순위=(4개 영역 만족도 합)÷4

찌개가 타는 줄도 모르고 ‘채널고정’

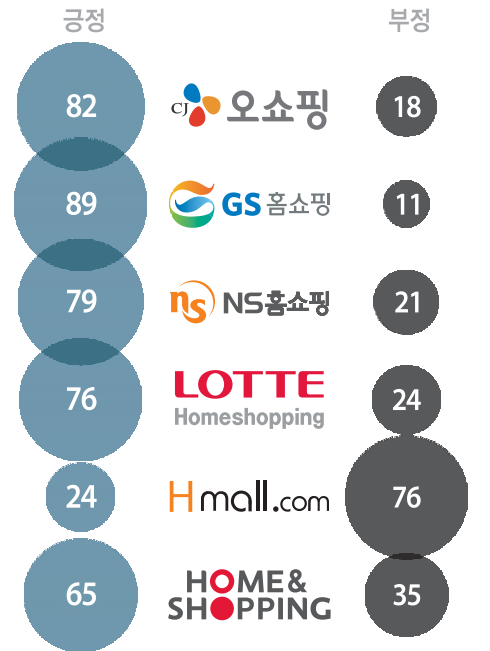
GS홈쇼핑·CJ오쇼핑

품질 만족도 80% ↑

브랜드에 대한 불만은 품질 같은 세부 항목에서 이유를 찾아볼 수 있다. 조사 결과 소비자 대부분은 TV홈쇼핑 품질에 만족감을 나타내는 것으로 나타났다. 브랜드 긍·부정도에서 높은 수치를 보인 GS홈쇼핑(89%)과 CJ오쇼핑(82%) 두 곳은 80% 이상 만족도를 보였다. NS홈쇼핑(79%), 롯데홈쇼핑(76%), 홈앤쇼핑(65%)이 뒤를 이었다.

눈길을 끈 건 현대홈쇼핑이다. 현대홈쇼핑은 예외적으로 부정 비율이 높게 나타났다. 현대홈쇼핑은 긍정 반응이 24%에 머문 데 비해 부정 의견은 76%에 이른다. 하지만 소비자가 현대홈쇼핑에 느끼는 부정적 견해는 상품 품질에 국한된 것이 아니다.

품질 만족도 조사 결과(단위: %)



하나 사면 하나는 덤…가격에 반했어

GS·CJ·NS홈쇼핑 ‘100점 만점’ 수·목요일에 언급도 가장 높아

가격 만족도 조사는 싱거웠다.

TV홈쇼핑 브랜드와 관계없이 가격에 대해서는 만족한다는 의견이 대부분이었다. 36만건에 달하는 댓글 중 가격을 직접 언급한 109건만 주려 세밀하게 분석해보자 103건이나 긍정적 의견이 많았던 것.

다만 이 중에서 GS홈쇼핑과 CJ오쇼핑, NS홈쇼핑은 100% 긍정을 나타냈고 롯데홈쇼핑과 현대홈쇼핑, 홈앤쇼핑은 88%가량 만족도를 보였다.

한편 이번 조사를 통해 3개월 동안 데이터 추이를 보면 TV홈쇼핑에 대한 언급도가 주말에 항

상 떨어지는 것을 확인할 수 있다.

월요일에 오르기 시작해 금요일부터 다시 떨어지는 패턴이 반복되는 것.

TV홈쇼핑 언급도가 가장 높았던 날은 수요일과 목요일이다. 이로써 소비자가 월~목 등 주로 주중에 TV홈쇼핑을 이용한다는 것을 확인할 수 있다.

또 TV홈쇼핑이 판매하는 상품의 품질이나 가격에는 대부분 만족한다는 반응을 보였지만 배송이나 반품, 주문전화, 혜택 등 주로 서비스 불만에 따라 홈쇼핑 만족도가 갈린 것으로 풀이할 수 있다.

가격 만족도 조사 결과(단위: %)



“작아도 너무 작아~바꿔줘”

현대홈쇼핑 서비스 불만 절반 이상은 반품+배송

소비자가 TV홈쇼핑에 느끼는 서비스 만족도에서도 큰 차이를 보이지 않았다. 서비스 만족도란 TV홈쇼핑에 대한 단순한 의견은 물론이고 카드나 사은품 같은 혜택, 배송과 반품 처리, 주문전화 같은 키워드를 이용해 조사했다.

결과를 보면 서비스 만족도가 가장 높은 곳은 CJ홈쇼핑이다. 품질 만족도에서 높은 수치를 보였던 GS홈쇼핑과 롯데홈쇼핑을 비롯해 브랜드 대부분이 높은 서비스 만족도를 보였다.

다만 현대홈쇼핑은 주로 배송과 반품에 집중해서 높은 불만족도를 보였다. 현대홈쇼핑에 대한 서비스 불만을 따져보면 반품 불만 비중이 35%, 배송 19%로 전체 불만 중 절반 이상이다.

서비스 만족도 조사 결과(단위: %)

