

Ipsos Synthesio

GenAI 소개서

By DXentric



Signals GenAI

"GenAI를 더 빨리 사용했더라면,
뷰티 분야에서 정신 건강의 중요성을
이해하는 데 1년을 절약할 수 있었을 겁니다.
그리고 우리는 아직 이 도구의 잠재력 중
20% 정도만 활용했을 뿐입니다."

- 로레알 글로벌 CMI 책임자 -

인사이트 발굴의 스마트한 도우미, Signals GenAI

GenAI와 함께 과거와 다른 인사이트 도출 과정을 경험해보세요.
몇 번의 클릭으로 분석 주제에 유용한 인사이트 결과를 얻을 수 있습니다.

Yesterday

인사이트
직접 발굴



인사이트 요약에 걸리는
시간 1주일



인사이트 도출에 필요한
많은 리소스



광범위한 데이터를
활용



Tomorrow



인사이트를
클릭만으로 확인



인사이트 요약에
걸리는 시간 반나절



로그인으로 열리는
실행 가능한 인사이트



특정 사용 사례에 맞는
인사이트를 제공

Signals GenAI



Features



빠른 인사이트 생성

수백만 개의 소셜 데이터 신호를 60초 이내에 바로 활용 가능한 인사이트로 변환합니다.



확장 가능성 및 안정성

수백만 개의 소비자 대화에서 나온 AI 기반 인사이트를 안전한 환경에서 처리합니다.



검증된 인사이트 프롬프트

Ipsos 전문가들이 설계한 40개 이상의 사전 구축된 검증된 프롬프트로, 정확성과 관련성을 보장합니다.



Benefits



원클릭 실행

시간이 많이 소요되는 데이터 분석은 그만. Signals GenAI는 즉시 효과적인 인사이트를 제공합니다.



Ipsos의 전문성

Ipsos의 수십 년간의 연구 전문 지식이 담긴 가이드 프롬프트를 활용하여 신뢰할 수 있는 인사이트를 제공합니다.



합리적이고 유연한

합리적인 비용으로, 언제든지 소셜 인사이트에 즉시 접근할 수 있습니다.



Use Cases



발견

수백만 개의 소비자 신호에서 새롭게 떠오르는 트렌드, 변화하는 태도, 증가하는 수요를 실시간으로 파악합니다.



탐색

다양한 인사이트 관점을 통해 카테고리, 주제, 또는 트렌드를 탐색하여 브랜드 및 제품 전략에 도움을 줍니다.



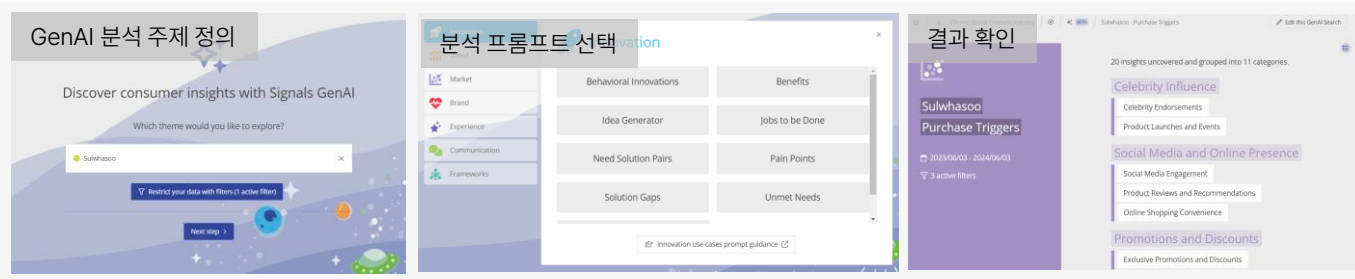
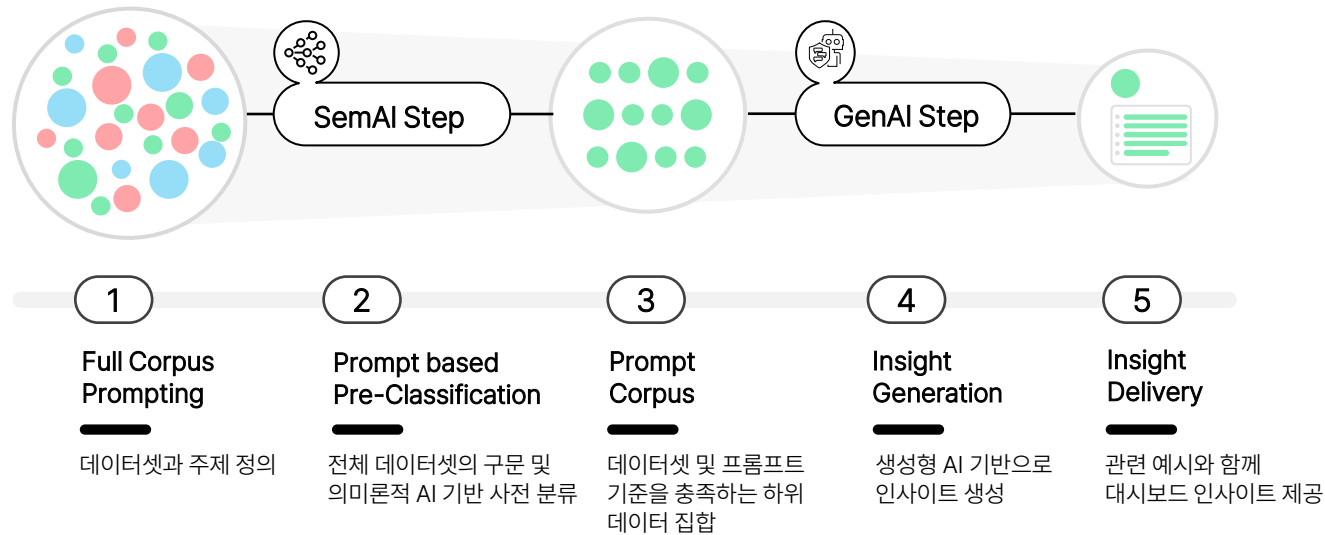
아이디어 도출

소비자의 필요와 트렌드에 기반한 혁신 아이디어와 커뮤니케이션 전략을 생성합니다.

Signals GenAI

다양한 사례별로 구성된 50개 이상의 프롬프트 라이브러리를 통해 손쉽게 소셜 데이터를 분석할 수 있습니다.

GenAI 분석 프로세스



Innovation

- Behavioral Innovations
- Benefits
- Idea Generator
- Jobs to be done
- Need Solution Pairs
- Pain Points
- Product Features
- Product Launch Spotter
- Solution Gaps
- Unmet Needs
- User Innovation

Trend

- Ipsos Global Trend
- Trend Clusters
- Brands
- Dishes & Recipes
- Flavours
- Formats
- Ingredients
- Products

Brand

- Brand Drivers & Barriers
- Brand Imagery
- Brand Landscape
- Brand Strength Comparison
- Brand Weakness Comparison
- Brand Usage Occasions
- Distinctive Brand Assets

Market

- Associations
- Behaviours
- Frequently Asked Questions
- Habits & Routines
- In-Market Manifestations
- Market Barriers
- Market Drivers
- Moments
- Motivations
- Need States
- Personas
- Purchase Triggers
- Topic Summary

Experience

- CX Action Ideas
- Belonging
- Certainty
- Control
- Enjoyment
- Fair Treatment
- Status
- CX SWOT Analysis

Communication & Reputation

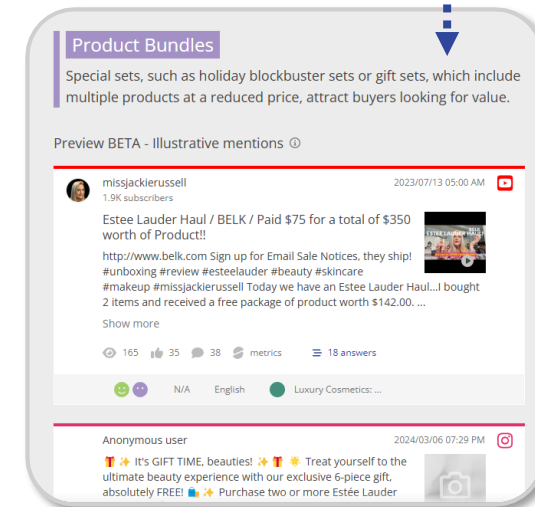
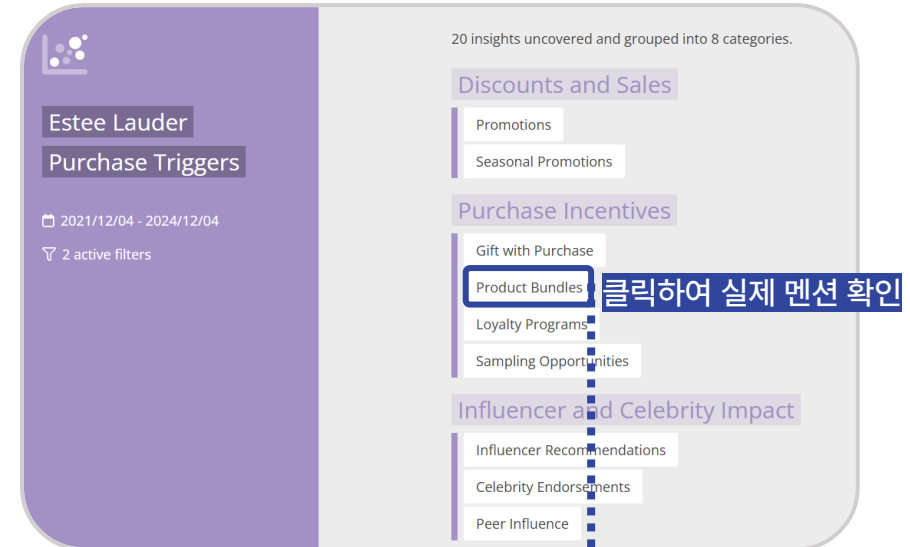
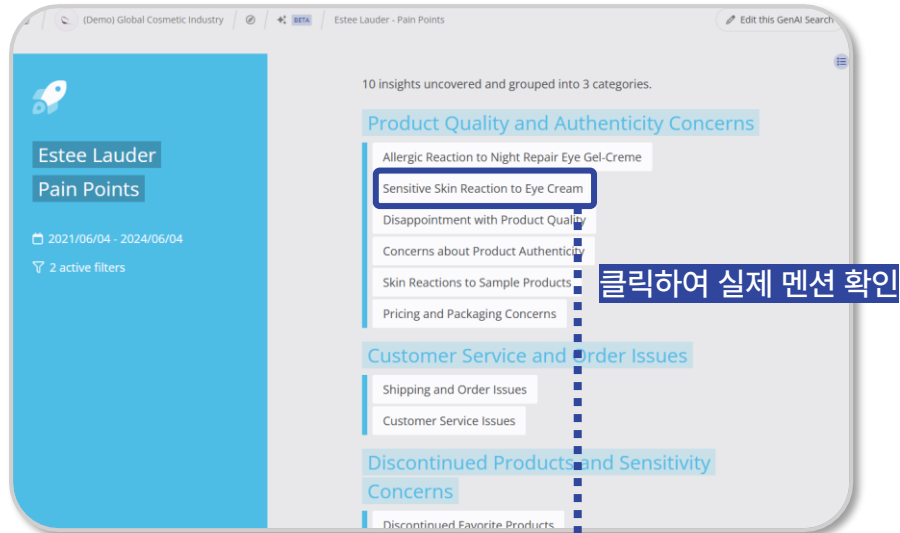
- Content Idea Generator
- News Brief
- Reputation Drivers
- Reputation Risks

Frameworks

- Ipsos Censydiam
- Cultural Intelligence
- Culture Shapes
- Edge Behaviours
- ESG Framework
- Habit Loops

분석 결과 예시

글로벌 화장품 브랜드 Estee Lauder의 Pain Points, Purchase Triggers



분석 결과 예시

삼양 불닭볶음면의 해외 멘션을 통한 Personas 분석 및 Idea Generator

불닭볶음면

Personas

2021/07/18 - 2024/07/18

2 active filters

15 insights uncovered and grouped into 5 categories.

Food Preferences

Spicy Sarah, the Heat Seeker

Adventurous Alex, the Food Explorer

Nostalgic Nancy, the Comfort Food Lover

Lifestyle and Convenience

Busy Ben, the Convenience Seeker

Fitness Fiona, the Cheat Day Planner

Health-Conscious Hannah, the Diet Planner

Late-Night Larry, the Midnight Snacker

Cultural and Social Engagement

K-Drama Karen, the Cultural Explorer

Global Grace, the Expat

Social Sam, the Party Host

클릭하여 실제 멘션 확인

Spicy Sarah, the Heat Seeker

Sarah loves the thrill of spicy food and constantly seeks out the hottest dishes. Her need state is the adrenaline rush from spicy flavors, but her pain point is finding foods that are spicy enough to satisfy her cravings.

Preview BETA - Illustrative mentions

Borneo Bulletin2024/07/01 01:30 PM

Pepper perils, fiery food fiasco

CNA - When we indulge in spicy dishes, we often don't think twice about it. From the fiery Samyang Buldak instant noodles to the tantalising heat of a good curry, spicy food is a staple for many. However, recent events have cast a spotlight on the ...

Brunei DarussalamEnglish불닭볶음면

Comment

u/theramenrater on r/InstantRamen2024/04/13 04:57 PM

Lol and that's probably the lowest SHU of the Buldak range... Try Culley's World's Hottest Ramen - makes 3x Buldak seem like cotton candy with Foo Foo sprinkles. Personality, I like the challenge of enduring the heat. Do I enjoy it? Yes, I enjoy spicy...

불닭볶음면

Idea Generator

2021/07/18 - 2024/07/18

3 active filters

20 insights uncovered and grouped into 5 categories.

Fusion Flavors

Buldak Cheese Explosion

Buldak Carbonara Delight

Buldak Black Bean Jjajang

Buldak Curry Ramen

Buldak Sweet & Spicy

Buldak Fusion Burrito

Buldak Spicy Pizza

Health-Conscious Options

Buldak Veggie Medley

Buldak Protein Boost

Buldak Rice Bowl

클릭하여 실제 멘션 확인

Buldak Cheese Explosion

A fusion of Buldak Ramen with a triple cheese blend (mozzarella, cheddar, and parmesan) that melts into the noodles, providing a creamy counterbalance to the intense spiciness.

Preview BETA - Illustrative mentions

UncleJinCook28 subscribers2024/07/04 10:15 AM

"How to Make Carbonara Buldak Bokkeummyeon | Spicy & Creamy Ramen"

"Learn how to make Carbonara Buldak Bokkeummyeon, a spicy and creamy ramen dish, with this simple recipe. Perfect for a delicious fusion meal! #BuldakBokkeummyeon #SpicyRamen #FusionCuisine"

N/AEnglish불닭볶음면

cindythi10.1K subscribers2024/04/09 02:00 AM

eating ALL the spice in the buldak noodles! #shorts

SPICY SPICY SPICY!!!! I had to use cheese and milk to diffuse the spice of the buldak carbonara ramen noodles. everyone at the korean convenience store saw me struggle 🥲 as

GenAI 분석 카테고리



Behavioral Innovations	소비자의 필요나 불편함을 기반으로 제품이나 서비스를 사용하는 새로운 방법에 대한 분석	Novel ways of using products or services, or new procedures or practices, based on their consumer needs or pain points.
Benefits	소비자가 기능성 제품을 소비함으로써 인식하고 경험하는 가치에 대해 분석	A benefit is the value that consumers perceive and experience from consuming a product with its individual features.
Idea Generator	소비자가 표현한 니즈, 솔루션 갭, 불만사항 및 사용자 혁신을 기반으로 AI가 제품 아이디어 및 컨셉을 생성	AI generated product ideas & concept based on unmet needs, solution gap, pain points and user innovation expressed by consumers.
Jobs to be done	고객이 제품이나 서비스를 구매, 소비 또는 원하는 경우 수행하려는 기본 작업 또는 '해야 할 일'에 초점을 맞춘 프레임워크	Jobs to be done is a framework that focuses on the underlying tasks or "jobs" that customers are trying to accomplish when purchasing, consuming or desiring a product or service.
Need Solution Pairs	소비자의 특정 요구를 적합한 해결책과 연결	Matching of a specific consumer need with an appropriate solution.
Pain Points	고객이 제품이나 서비스를 사용하는 동안 직면하는 문제 또는 불만 사항으로, 고객의 니즈를 충족하는 데 방해가 되는 요소	Problems or frustrations customers encounter while using a product or service, hindering fulfilling their needs in the category.
Product Features	특정 제품 또는 서비스의 핵심 속성이나 특징을 식별	Identify the salient attributes/features of a given product or service.
Solution Gaps	현재의 제품이나 서비스가 고객의 니즈를 충족시키지 못하거나, 충족되지 않은 니즈를 해결하는 데 부족한 혁신 기회 영역	Innovation opportunity domains where current products or service fall short in meeting customer needs or addressing unmet needs.
Product Launch Spotter	카테고리 혹은 도메인에서 가장 최근 출시된 제품을 발견	Uncover the most recent product launches in the category or domain.
Unmet Needs	현재 제품이나 서비스가 완전히 해결하지 못한 고객 요구 사항	Unmet needs are customer requirements or desires not fully addressed by current products or services.
User Innovation	고객들이 자신의 필요를 충족시키기 위해 만든 해킹, DIY 솔루션 또는 행동 혁신 형태의 소비자 혁신	Consumer innovations in the form of Hacks, DIY solutions or Behavioral innovations created to fulfil their needs, revealing insights into demand spaces and innovation opportunities in the category.

GenAI 분석 카테고리



Ipsos Global Trend	Ipsos Global Trends는 12개의 글로벌 트렌드에 뿌리를 둔 당사의 독자적인 메타 트렌드 프레임워크로, 전 세계 사회에 영향을 미치는 트렌드, 태도, 행동의 출현을 해독하고 이해하며 모니터링하기 위해 설계됨	Ipsos Global Trends is our proprietary Meta Trend framework rooted in 12 Global Trends, designed to decipher, comprehend, and monitor the emergence of trends, attitudes, and behaviors that are impacting societies worldwide.
Trend Clusters *Food 분야 전용	새로운 재료, 제품 유형 또는 맛과 같은 나노 트렌드에서 떠오르는 트렌드 클러스터	Trend Clusters within the domain emerging from Nano Trends such as emerging ingredients, product types, or flavours.
Brands *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 떠오르는 브랜드 트렌드 신호	Emerging Brand Trend Signals within a specified domain.
Dishes & Recipes *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 떠오르는 요리 및 레시피 트렌드 신호	Emerging Dish and Recipe Trend Signals within a specified domain.
Flavours *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 떠오르는 맛 트렌드 신호	Emerging Flavour Trend Signals within a specified domain.
Formats *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 떠오르는 제품 형식, 포장 솔루션 및 재료 트렌드 신호	Emerging Product Format, Packaging Solution & Material Trend Signals within a specified domain.
Ingredients *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 떠오르는 재료, 성분 트렌드 신호	Emerging Ingredient Trend Signals within a specified domain.
Products *Food 분야 전용	특정 분야(Food 분야)에서 신규 제품 트렌드 신호	Emerging Product Trend Signals within a specified domain.

GenAI 분석 카테고리



Associations	소비자가 제품, 브랜드 또는 재료와 관련하여 마음속에 형성하는 것들을 의미합니다. 여기에는 품질, 가치, 신뢰성 또는 특정 감정과의 연관성이 포함될 수 있음	Consumer associations are the mental connections a consumer attribute to a product, brand, or ingredient. This could include associations with quality, value, reliability, or specific emotions.
Behaviours	소비자가 제품이나 서비스를 선택하고, 구매하며, 소비할 때 취하는 행동에 대해 분석	Consumer behavior is the actions and decisions that people or households make when they choose, buy, or consume product or service.
Frequently Asked Questions	특정 제품, 브랜드 또는 서비스와 관련하여 가장 자주 묻는 질문(FAQ)을 분석	Catalogue the most commonly "asked questions" related to a product, brand, or service.
Habits & Routines	소비자가 상품이나 서비스를 구매하거나 사용할 때 나타나는 반복적인 패턴과 일관된 행동에 대해 분석	Consumer habits and routines refer to the repetitive patterns and consistent behaviours observed when consumers purchase or use goods and services.
In-Market Manifestations	소비자가 언급하는 주된 제품 및 제품 변형	Dominant products and product variants mentioned by consumers.
Market Barriers	소비자가 제품이나 서비스를 원하거나 구매하는 것을 방해하는 억제 요소	Market barriers are the discouraging factors that impede consumers to desire or purchase a product or service.
Market Drivers	소비자가 제품이나 서비스를 원하거나 구매, 사용하도록 동기를 부여하는 요인	Market drivers are the factors that motivate consumers to desire or purchase or use a product or service.
Moments	제품이나 서비스가 일반적으로 소비되는 특정 상황, 사례 또는 시간	The specific occasions, instances or times when a product or service is typically consumed.
Motivations	고객이 구매 결정을 내리고 제품이나 서비스에 참여하는 근본적인 이유	Motivations refer to the underlying reasons why customers make purchasing decisions and engage with products or services..
Need States	제품이나 서비스를 구매하고 소비하게 되는 소비자 욕구와 행동의 근본적인 동인	Motivations refer to the underlying reasons why customers make purchasing decisions and engage with products or services.
Personas	표현된 행동, 청중의 특성, 그리고 생활 양식을 기반으로 한 페르소나 초상화	Persona Portraits in the category grounded in expressed behaviours, audience characteristics, and lifestyle aspects.
Purchase Triggers	소비자가 구매 결정을 내리도록 유도하는 요인, 영향 및 자극	The factors, influences and stimuli that trigger a consumer to make a purchase decision.
Topic Summary	주로 이야기되고 있는 담론(클러스터)을 간단히 요약한 스냅샷	Snapshot summary of the dominant conversation clusters.

GenAI 분석 카테고리



Brand Drivers & Barriers	브랜드 인식, 제품 기능 또는 긍정적인 소비자 경험 등 브랜드 선택에 긍정적으로 또는 부정적으로 기여하는 요소	Brand Drivers & Barriers are the factors that positively or negatively contribute to brand choice, such as brand perception, product features, or positive consumer experiences.
Brand Imagery	브랜드의 속성, 혜택, 가치, 개성을 포함하여 소비자가 브랜드에 대해 갖는 정신적 연결 또는 인식	Brand imagery associations are mental connections or perceptions that consumers have about a brand, including its attributes, benefits, values, and personality.
Brand Landscape	소비자의 브랜드 연상과 인식을 기반으로 한 총체적인 브랜드 랜드스케이프 분석	A holistic brand lanscape analysis based on consumers brand associations and perceptions.
Brand Strength Comparison	두 브랜드 간 상대적인 강점을 분석	Brand Strength Comparison highlights the perceived strengths of two brands relative to each other.
Brand Weakness Comparison	소비자 관점에서 본 두 브랜드의 상대적 약점을 분석하고, 그 차이를 부각	Brand Weakness Comparison examines the relative shortcomings of two brands as perceived by consumers, highlighting their comparative deficiencies.
Brand Usage Occasions	소비자가 특정 브랜드 또는 제품과 관계를 맺기 위해 선택하는 특정 상황, 이벤트 또는 상황	Brand usage occasions refer to specific circumstances, events, or situations in which consumers choose to engage with a particular brand or product.
Distinctive Brand Assets	브랜드를 기억에 남고, 돋보이게 하고, 긍정적인 연관성을 만드는 특별한 브랜드 자산	Distinctive brand assets are the unique cues that make a brand memorable, help it stand out, and create positive associations.

GenAI 분석 카테고리



CX Action Ideas	실시간 고객 경험 통찰력을 기반으로 한 전략적 CX 조치 및 개선 아이디어	Strategic CX Actions and Improvement Ideas grounded in real-time Customer Experience Insights.
Belonging (Forces of CX)	진정성 있는 경험을 통해 고객이 소속감을 느낄 수 있도록 지원	Helping customers to feel a sense of belonging through authentic experiences.
Certainty (Forces of CX)	고객이 모든 것이 명확하고 투명하며 예상대로 작동한다는 느낌을 갖도록 하는 것	Certainty is all about making customers feel that things are clear, transparent and working as expected.
Control (Forces of CX)	고객이 운전자 좌석에 있고 자기 주도로 행동할 수 있다고 느끼도록 돕는 것	Control is about helping customers feel that they are in the driving seat and empowered.
Enjoyment (Forces of CX)	고객이 목표를 달성할 수 있도록 지원하여 번거로움을 없애고 즐거움을 느끼게 하는 것	Enabling customers to achieve their goals, removing hassle and feel a sense of pleasure.
Fair Treatment (Forces of CX)	고객이 브랜드와의 관계에서 공정한 교환이 이루어지고 있다고 느끼는 것	Customers feeling that there is a fair exchange in their relationship with a brand.
Status (Forces of CX)	고객이 중요하고 소중하며 존중 받고 특별한 대우를 받을 만한 가치가 있다고 느끼게 하는 경험	Status is when an experience makes a customer feel important, valued, respected and worthy of special treatment.
CX SWOT Analysis	실시간 고객 피드백과 감정을 기반으로 강점, 약점, 기회 및 위협을 파악하기 위해 디자인된 분석	Customer Experience SWOT Analysis designed to identify Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats based on real-time customer feedback and sentiment.

GenAI 분석 카테고리



Content Idea Generator	카테고리 트렌드와 약한 신호를 기반으로 AI가 콘텐츠 아이디어를 생성	AI generated content ideas based on category trends and weak signals.
News Brief	관심 주제에 대한 최신 소식 요약	News briefing on the latest developments on your theme of interest.
Reputation Drivers	기업 평판을 강화하는 주요 요인과 원동력을 파악	Analyzes social data to identify the factors and drivers boosting a corporation's reputation.
Reputation Risks	기업 평판에 대한 잠재적 리스크를 분석하고, 소비자 중심의 인사이트를 제공	Examines social data for potential threats to corporate reputation, offering a consumer-centric lens.

GenAI 분석 카테고리



Ipsos Censydiam (Human Motivation Framework)	인간의 기본적인 동기(즐거움, 통제, 권력, 소속감, 활력, 안전, 화합, 인정)에 기반한 소비자 행동을 설명하기 위한 독점적인 프레임워크	Ipsos Censydiam is a propriory framework to explain consumer behaviour based on fundamental human motivations (Pleasure, Control, Power, Belonging, Vitality, Security, Conviviality, Recognition).
Cultural Intelligence (Human Motivation Framework)	셀럼 슈왈츠의 인간 가치 모델로, 전통, 따르기, 안전과 같은 개념을 포함한 열 가지의 보편적인 차원으로 인간 가치를 분류하는 심리학적인 프레임워크	Shalom Schwartz's Human Value Model is a psychological framework that classifies human values into ten universal dimensions, including concepts like Tradition, Conformity, and Security.
Culture Shapes	디지털 플랫폼 전반의 담론에서 형성되는 소비자 문화의 핵심 흐름을 집중 분석	Zoom in on the pivotal shapes of consumer culture that emerge from narratives across digital platforms.
Edge Behaviours	기존 주류를 벗어나 새롭게 부상하는 행동, 아이디어, 혁신을 포착	Surface behaviors, ideas, and innovations emerging at the fringes, beyond the mainstream of the category.
ESG Framework	지속 가능성 및 윤리적 요인이 소비자 선호도에 미치는 영향을 평가하는 모델	The ESG framework, an acronym for Environmental, Social, and Governance, serves as a model for assessing the influence of sustainability and ethical factors on consumer preferences.
Habit Loops (Behavioral Science Framework)	트리거, 행동 및 보상이라는 3요소를 통해 소비자의 습관과 행동을 해부하기 위한 심리학적 모델	The Habit Loop is a psychological model designed to dissect consumer habits and behaviours from the lens of a interconnected loop with 3 elements: Triggers, Behaviours, and Rewards.

Thank You!

제작 및 배포 : (주)디센트릭

문의 : E: marketing@dxentric.co.kr T: 02-3487-6278 H: <https://www.dxentric.co.kr>

SNS : Facebook : <https://www.facebook.com/dxentric> | Blog : https://blog.naver.com/dxentric_mx/ | <https://blog.naver.com/synthesio>