



소비자 분석

구매결정 요인

구매여정별
영향매체

광고 영향력

#레슨 #필라테스 #피아노배우기

예체능레슨 소비자 분석





소비자 분석

구매결정 요인

구매여정별
영향매체

광고 영향력

※ 조사 설계



조사 대상

만 20~59세 남녀 2,000명

표본 구성

성·연령 지역별 비례에 따른 할당 추출

조사 지역

전국

조사 방법

구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사

신뢰 수준

95% 오차 범위 $\pm 2.2\%$

조사 기간

2022년 8월 19일 ~ 8월 26일



소비자 분석

구매결정 요인

구매여정별
영향매체

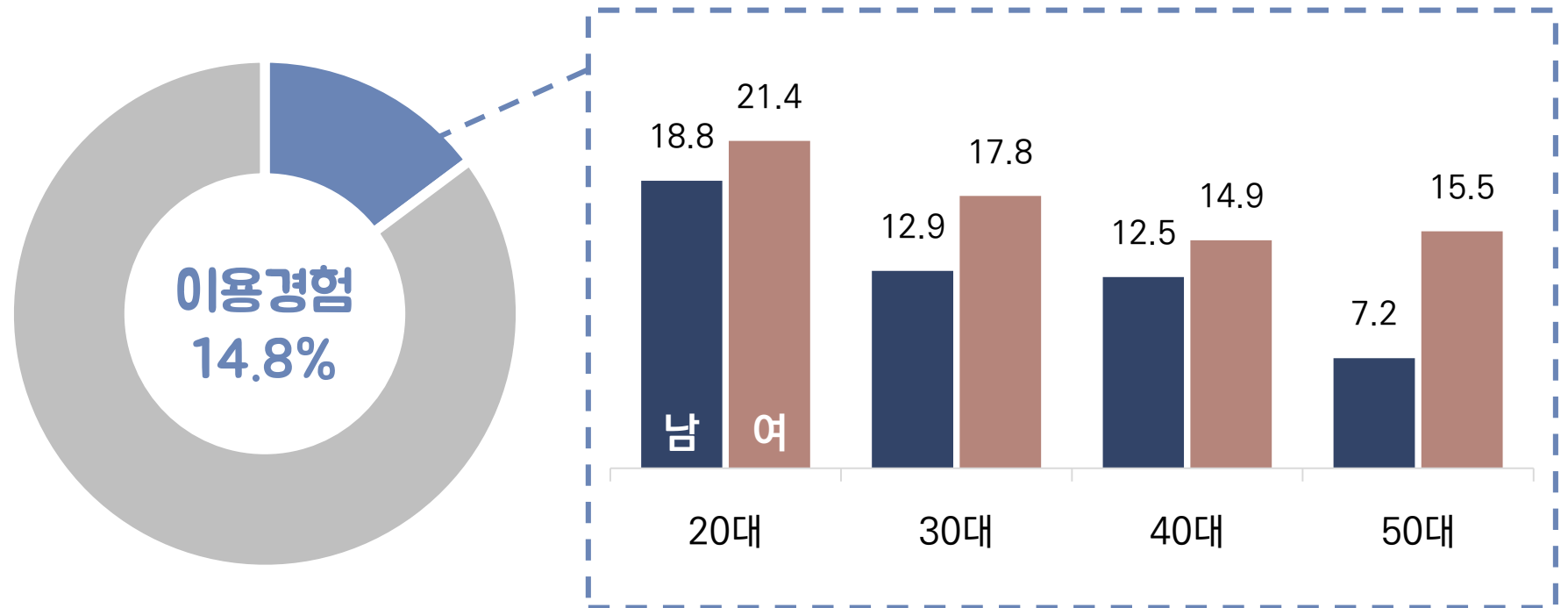
광고 영향력

최근 1년 내 예체능레슨 이용 경험은 14.8%로, 20~30대에서 상대적으로 높게 나타남

남성대비 여성에서 전반적으로 높은 이용 경험률 기록

취미생활 및 자기계발에 관심이 높은 20~30대에서 상대적으로 높은 이용 경험률이 나타남

최근 1년 내 예체능레슨 이용 경험





소비자 분석

구매결정 요인

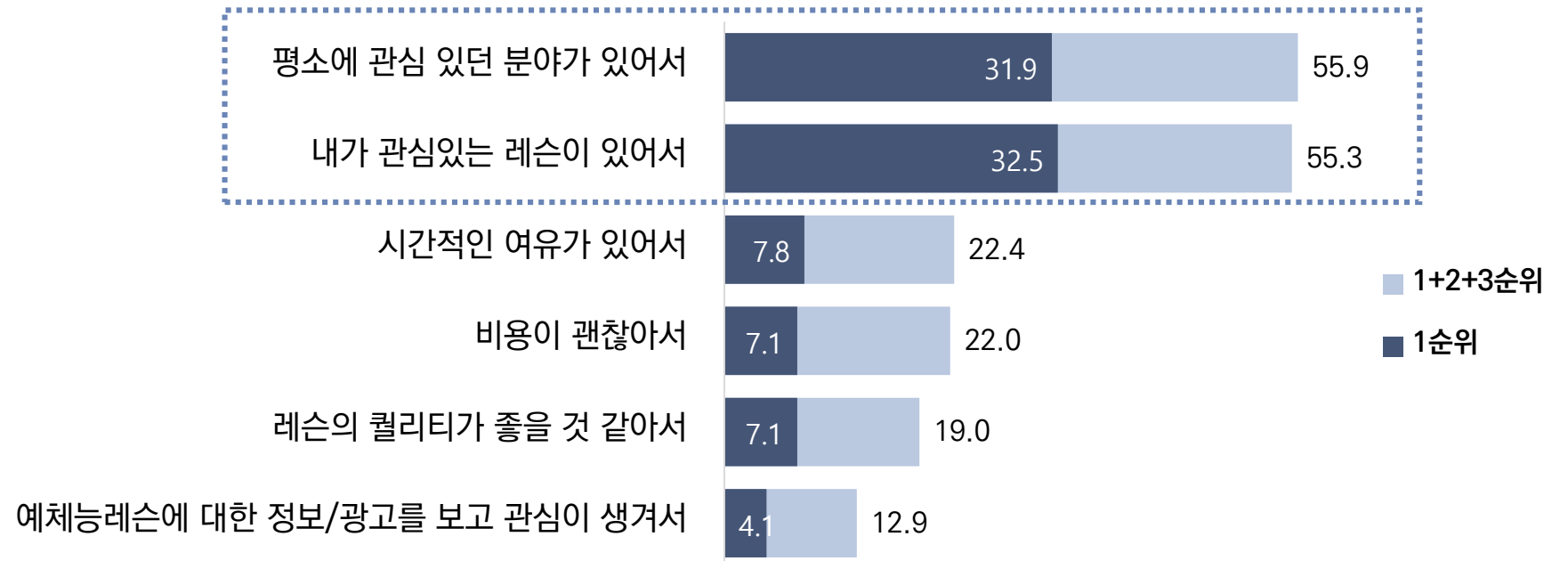
구매여정별
영향매체

광고 영향력

예체능레슨 이용한 이유는 해당 분야 및 예체능레슨에 대한 높은 관심 때문

최근 1년 내에 예체능레슨을 이용한 사람들에게 그 이유를 물은 결과,
'평소에 관심있던 분야가 있어서(55.9%)', '내가 관심있는 레슨이 있어서(55.3%)' 레슨을 받았다는 응답이 많았음

최근 1년 내 예체능레슨 경험 이유





소비자 분석

구매결정 요인

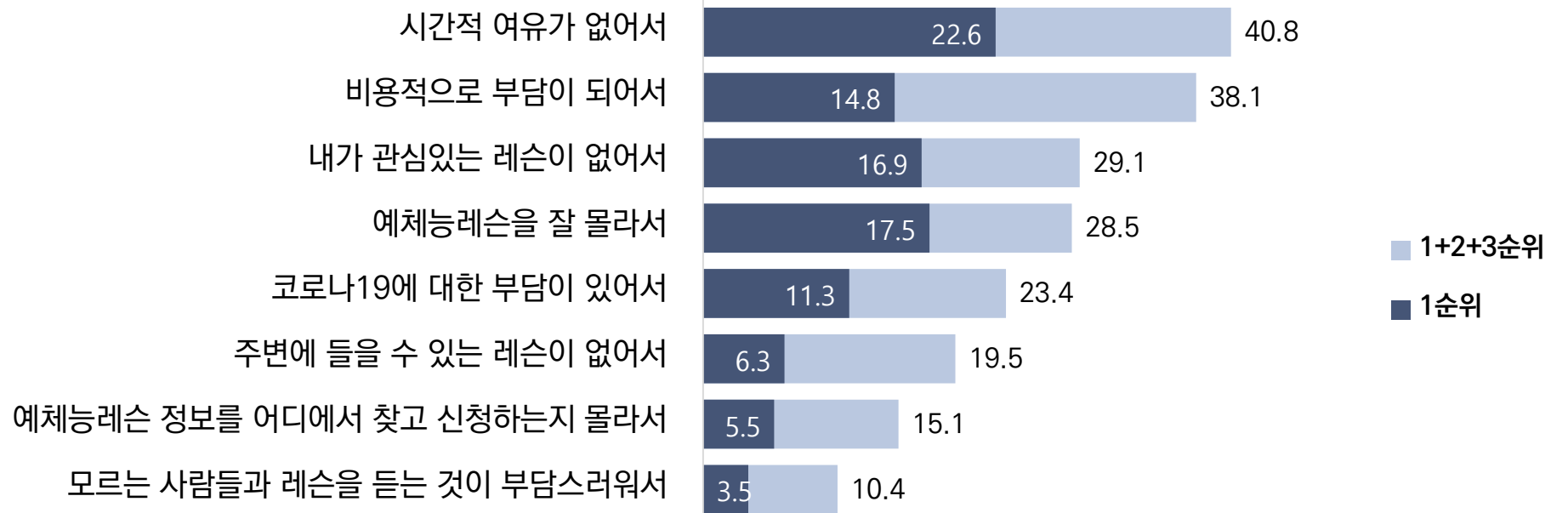
구매여정별 영향매체

광고 영향력

예체능레슨 이용하지 않는 이유는 시간·비용적 여유가 없어서

예체능레슨을 이용하지 않는 이유로는 1순위와 1~3순위기준 모두 '시간적 여유가 없어서'가 가장 많은 응답을 받음.
비용적 부담도 예체능레슨을 받지 못하는 큰 이유 중 하나인 것으로 나타남.

최근 1년 내 예체능레슨 비경험 이유





소비자 분석

구매결정 요인

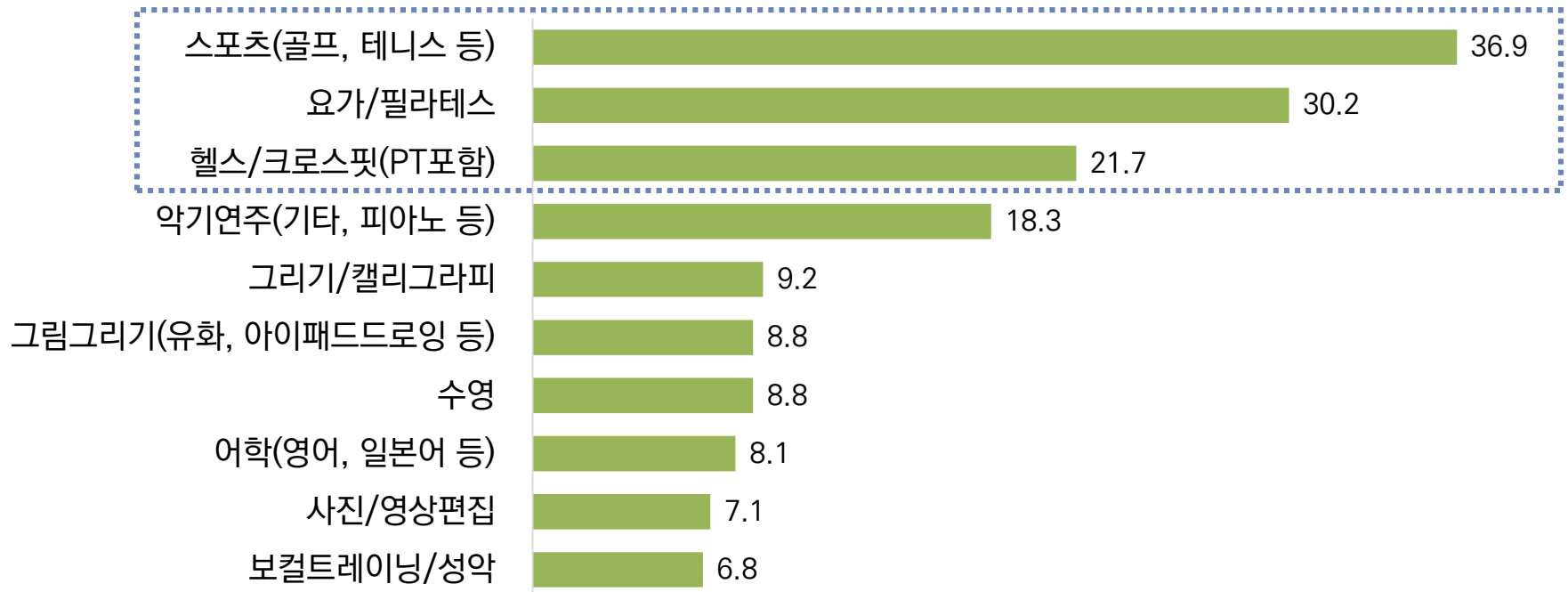
구매여정별
영향매체

광고 영향력

이용해본 예체능레슨 종류는 스포츠(골프, 테니스 등), 요가/필라테스, 헬스/크로스핏 순

골프, 테니스와 같은 ‘스포츠(36.9%)’, ‘요가/필라테스(30.2%)’, ‘헬스/크로스핏(PT포함)’ 등 운동과 관련된 레슨이 상위권 차지. 운동 외에는 악기연주, 그리기/캘리그래피, 그림그리기 등을 이용했다는 응답이 있었음

최근 1년 내 경험해본 예체능레슨 종류 TOP10





소비자 분석

구매결정 요인

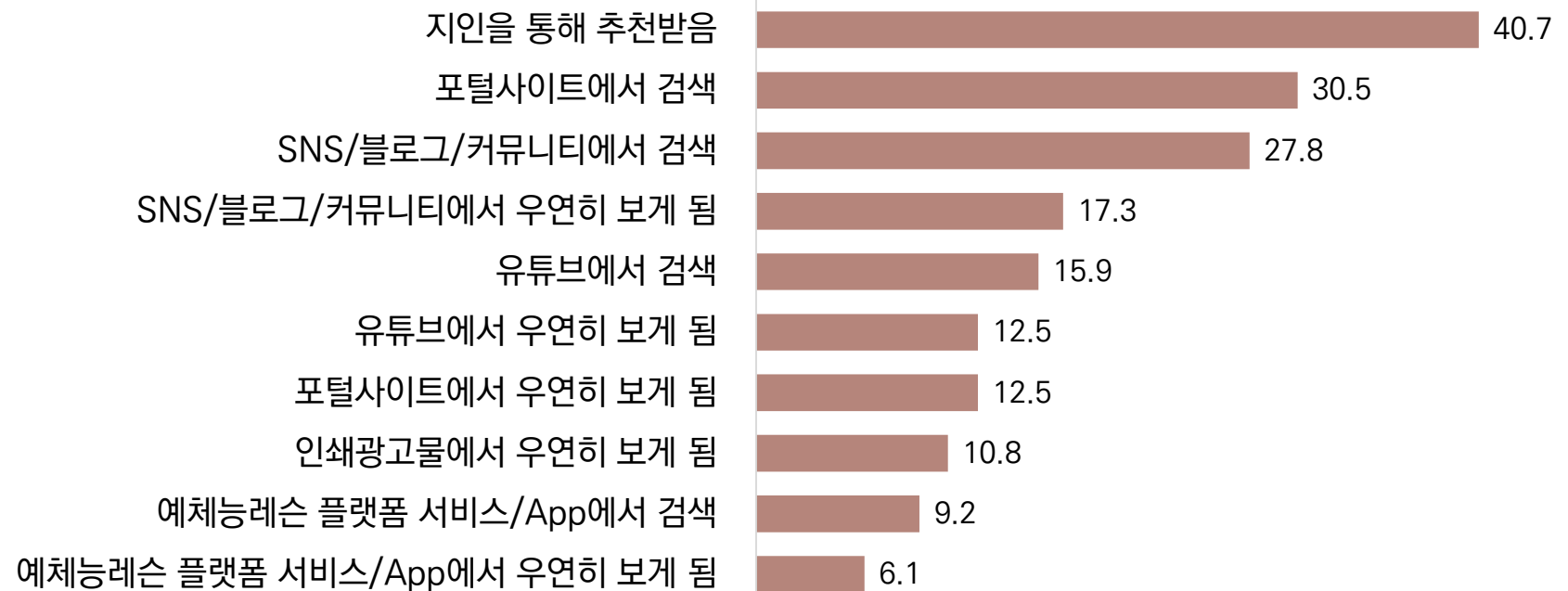
구매여정별 영향매체

광고 영향력

예체능레슨 관련 정보는 지인을 통해 추천받거나 포털사이트, SNS에서 검색해서 주로 획득

예체능레슨 관련 정보는 '지인을 통해 추천받아' 얻는다는 응답이 40.7%로 가장 많았음. 그 외에는 포털사이트나 SNS/블로그/커뮤니티에서 검색해 정보를 얻는 비율이 높아 필요가 생겼을 때 적극적 검색활동을 하는 것을 알 수 있음

최근 1년 내 경험해본 예체능레슨 정보획득채널





소비자 분석

구매결정 요인

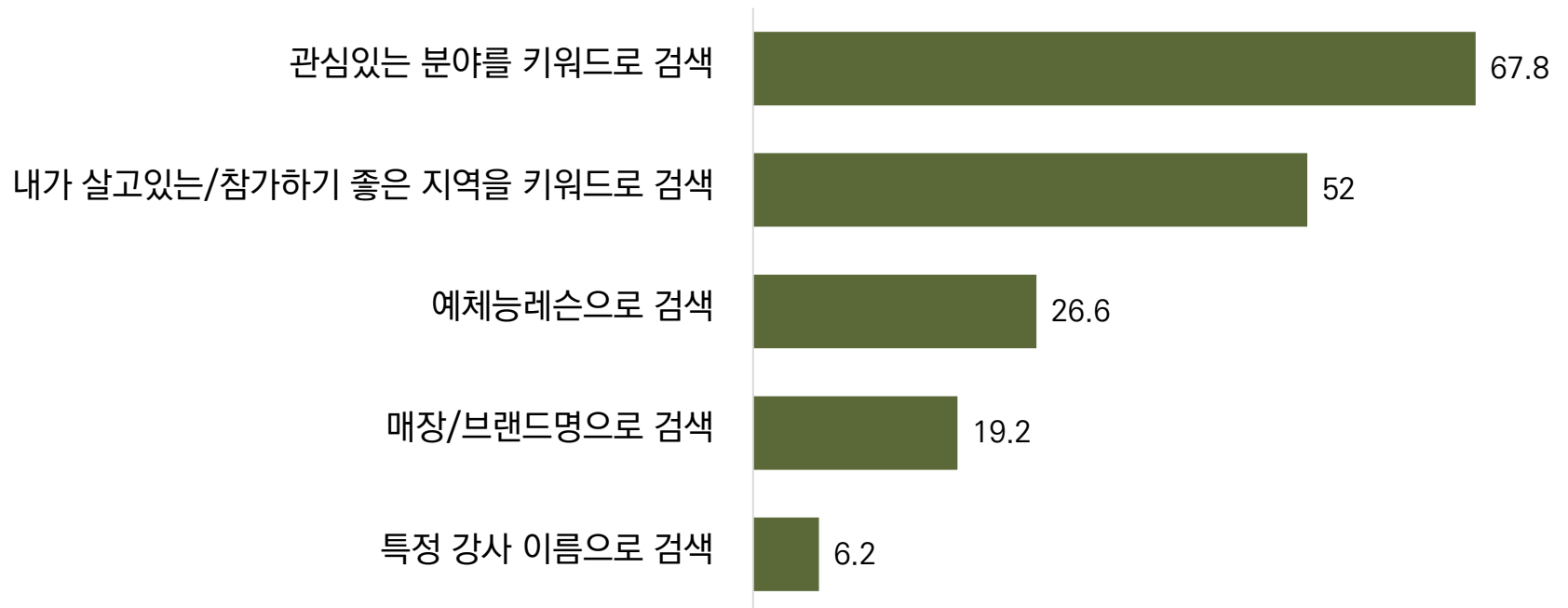
구매여정별
영향매체

광고 영향력

검색은 관심 있는 분야를 키워드로, 내가 사는 지역도 주요 키워드

예체능레슨은 지속적인 참여가 중요한 만큼, 정보를 검색할 때 '관심있는 분야(67.8%)'뿐 아니라 '내가 살고있는/참가하기 좋은 지역(52%)'을 키워드로 하는 비율도 높은 것을 확인할 수 있음

예체능레슨 정보탐색 시 검색 키워드





소비자 분석

구매결정 요인

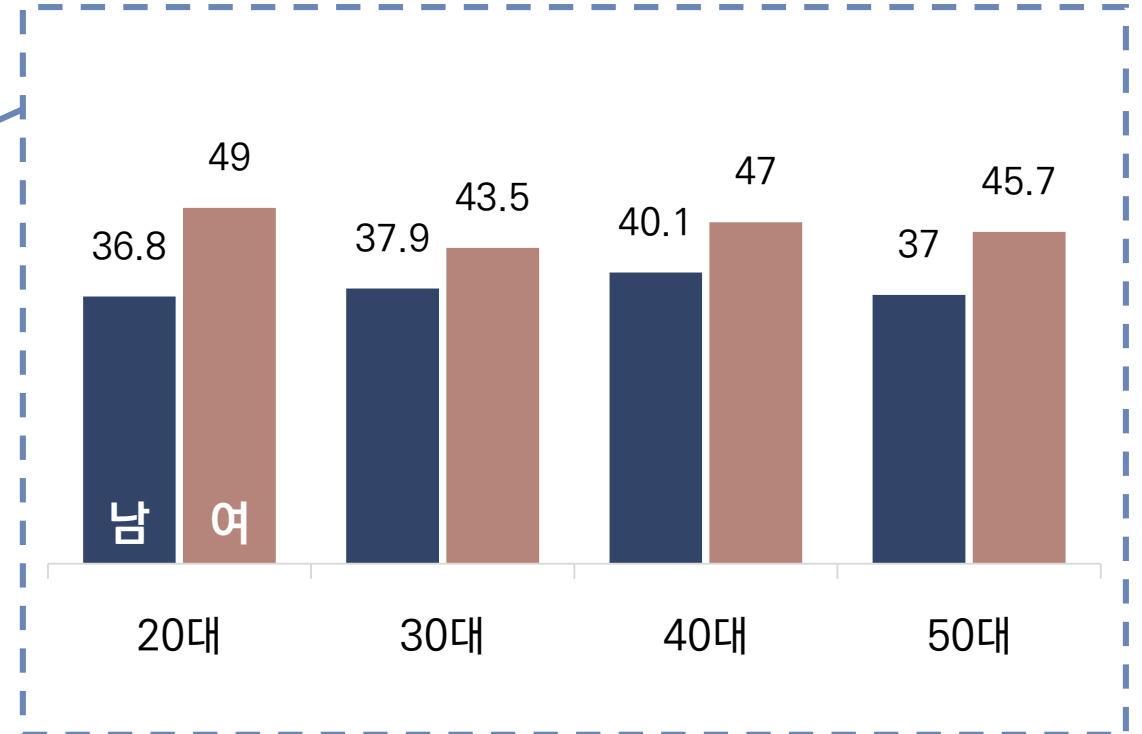
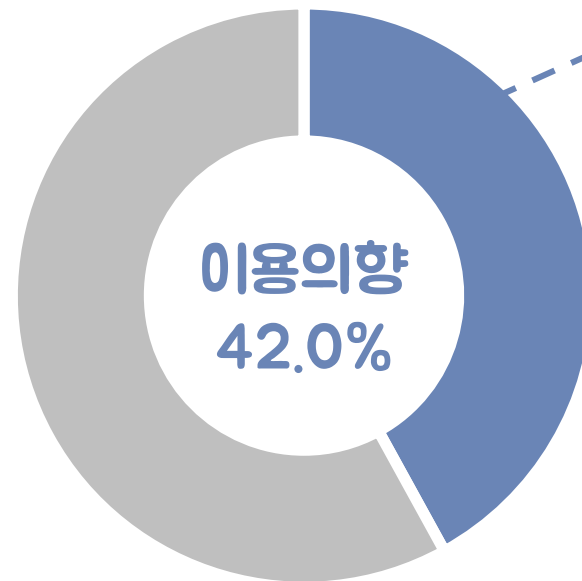
구매여정별
영향매체

광고 영향력

예체능레슨 향후 이용의향 42.0%, 전반적으로 남성 대비 여성에서 높게 나타나

향후 1년 내에 예체능레슨 이용 의향을 묻는 질문에 대해, 경험 비율(14.8%)과 달리 42.0%로 비교적 높은 비율의 응답자가 긍정적으로 응답함. 전 연령대 고르게 긍정 비율이 나타난 가운데 전반적으로 남성 대비 여성의 이용의향이 상대적으로 높았음

향후 1년 내 예체능레슨 이용 의향



[Base : 전체응답자 2,000명, 단위 : %]



소비자 분석

구매결정 요인

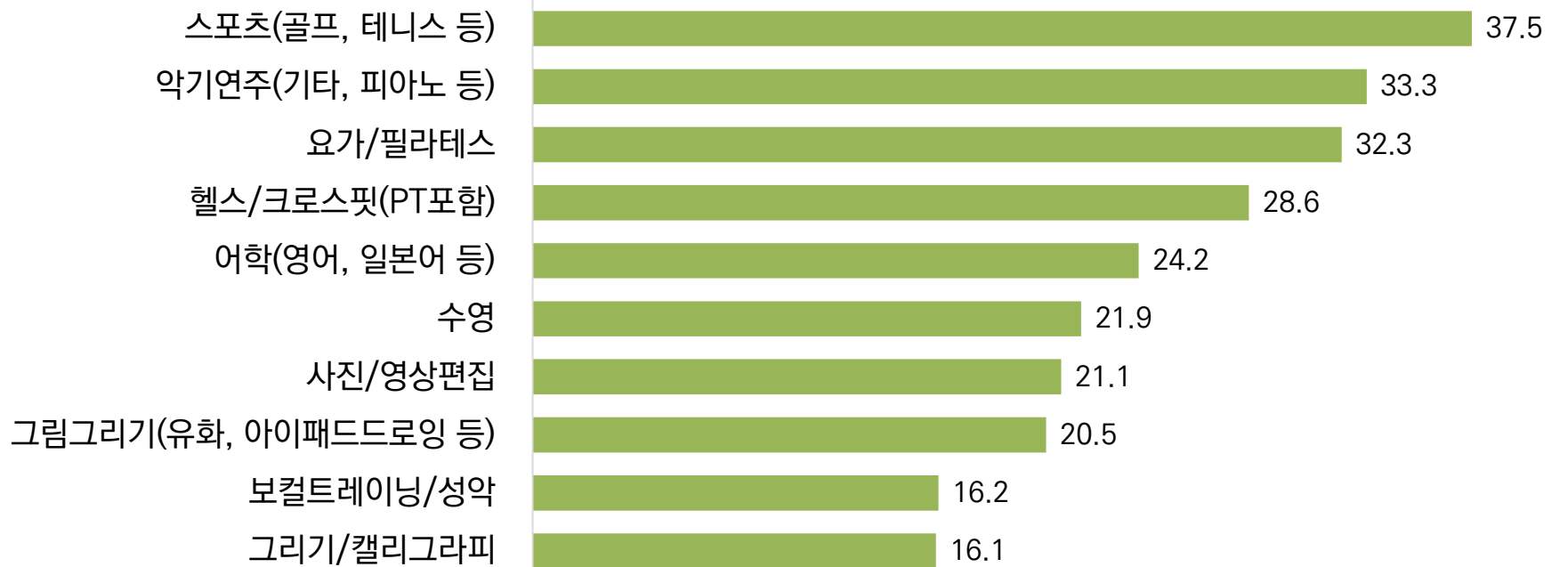
구매여정별
영향매체

광고 영향력

이용 의향 있는 예체능레슨 종류는 스포츠, 악기연주, 요가/필라테스 순

향후 이용하고 싶은 예체능레슨을 묻는 질문에 대해 이용경험 있는 예체능레슨 응답 대비 '악기연주(기타, 피아노 등)'의 순위가 높게 나타나, 평소 잘 하지는 못하지만 레슨 받고 싶은 니즈가 높은 분야임을 확인할 수 있음

향후 1년 내 경험 의향 있는 예체능레슨 종류 TOP10





소비자 분석

구매결정 요인

구매여정별 영향매체

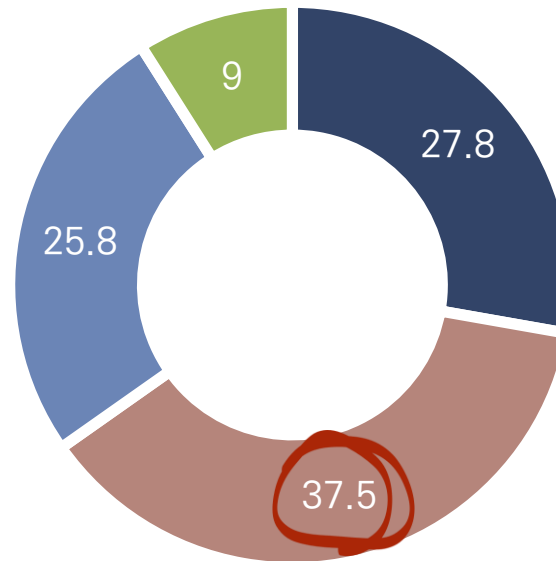
광고 영향력

예체능레슨 선호 수강인원은 2~3인, 혼자 가는 것이 좋다는 응답 비율이 높아

선호하는 예체능레슨 동시 수강인원은 '2~3명(37.5%)'이 가장 많았으나, 같이 가고 싶은 사람을 묻는 질문에는 '혼자'가 44.8%로 압도적으로 높아 친구/연인 등 아는 사람과 같이 가고 싶어하는 비율은 상대적으로 적은 것을 확인할 수 있음

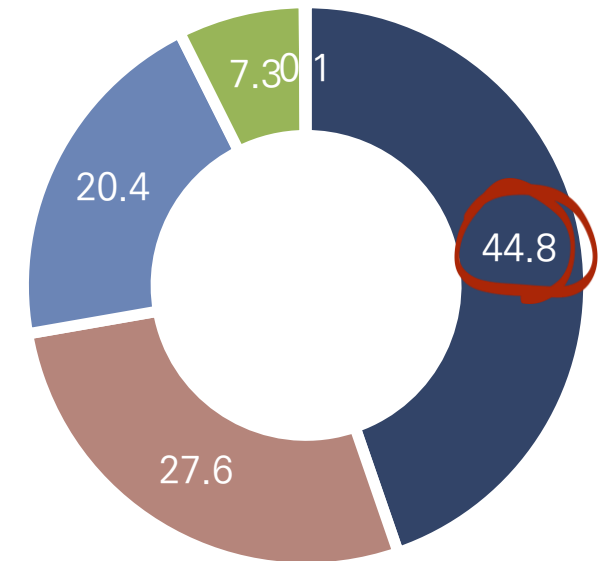
선호하는 예체능레슨 동시 수강인원

■ 혼자(1:1) ■ 2~3명 ■ 4~6명 ■ 7명 이상



예체능레슨 같이 가고 싶은 사람

■ 혼자 ■ 친구 ■ 가족 ■ 연인 ■ 기타





소비자 분석

구매결정 요인

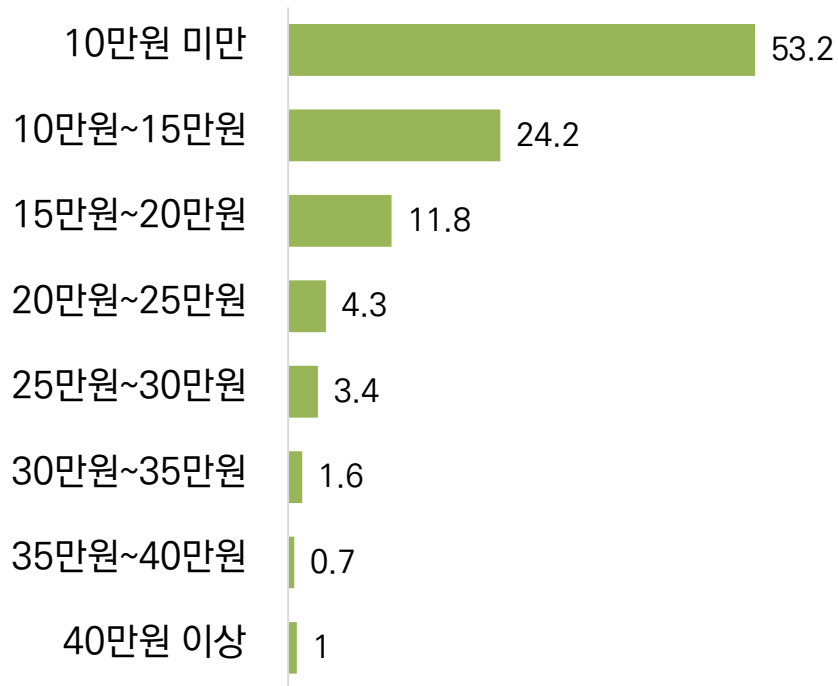
구매여정별 영향매체

광고 영향력

레슨 금액은 저렴할수록 긍정적, 주말 오전/점심 또는 평일 저녁 수강 희망

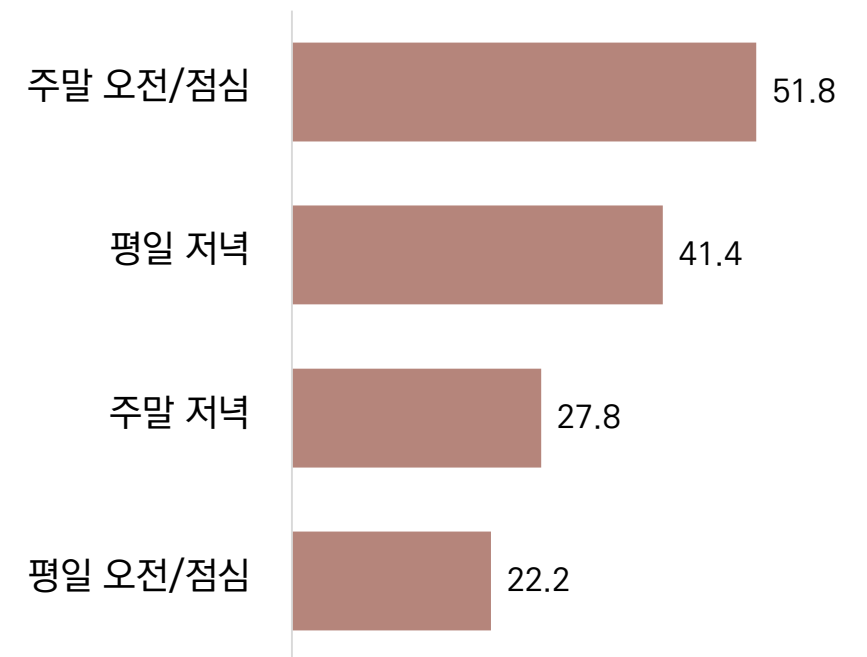
예체능레슨에 지불할 수 있는 금액을 묻는 질문에는 '10만원 미만'이 53.2%로 가장 많은 응답이 나왔으며, 수강희망 시간대는 '주말 오전/점심' 응답률이 가장 높았고 일과시간이 끝난 '평일 저녁'도 41.4%로 높은 응답비율을 기록함.

예체능레슨 지불의향 금액대



[Base : 전체응답자 2,000명, 1달 10회 기준, 단위 : %]

예체능레슨 수강희망 시간대(1+2순위)



[Base : 전체응답자 2,000명, 단위 : %]



소비자 분석

구매결정 요인

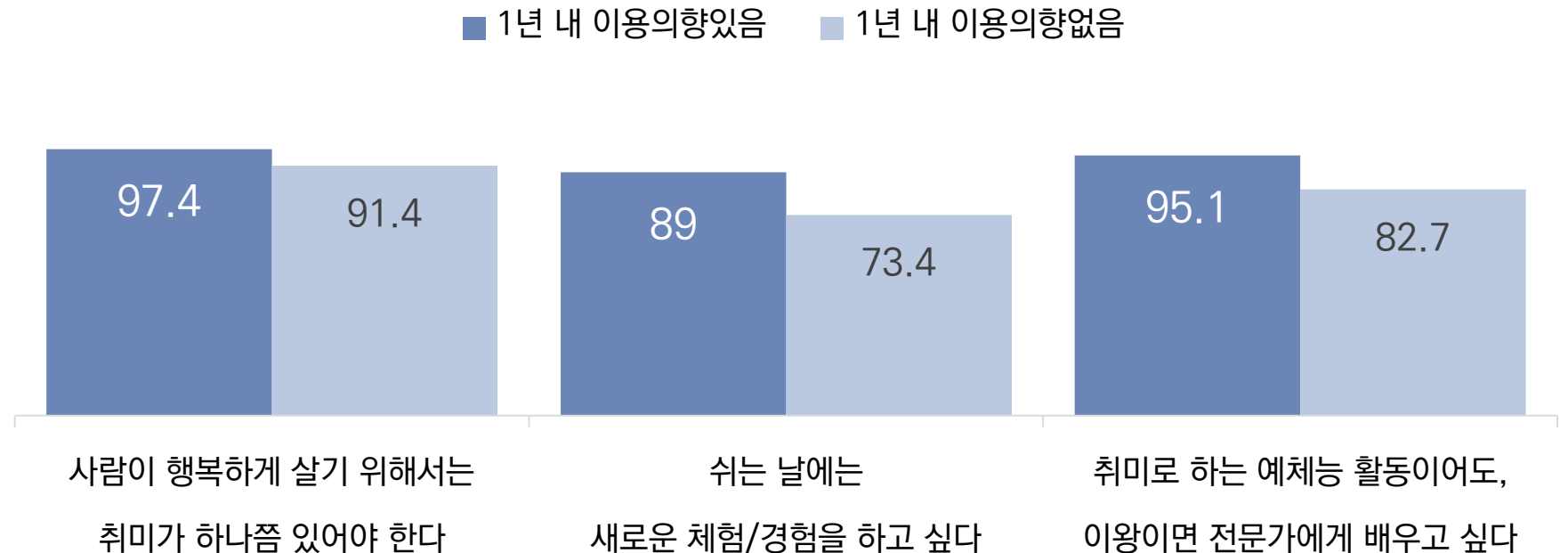
구매여정별 영향매체

광고 영향력

취미로 하는 예체능 활동이어도, 이왕이면 전문가에게 배우고 싶다 이용의향자의 95.1%

예체능레슨 이용의향이 없는 응답자 대비, 의향이 있는 응답자의 경우 취미로 하는 예체능활동이어도 전문가에게 배우고 싶은 의향이 매우 높은(95.1%) 것을 확인할 수 있으므로 레슨 강사의 전문성이 중요한 것으로 나타남

예체능레슨 관련 소비자 라이프스타일



[Base : 1년 내 예체능레슨 이용의향자 840명, 이용비의향자 1,160명, 단위 : %]



소비자 분석

구매결정 요인

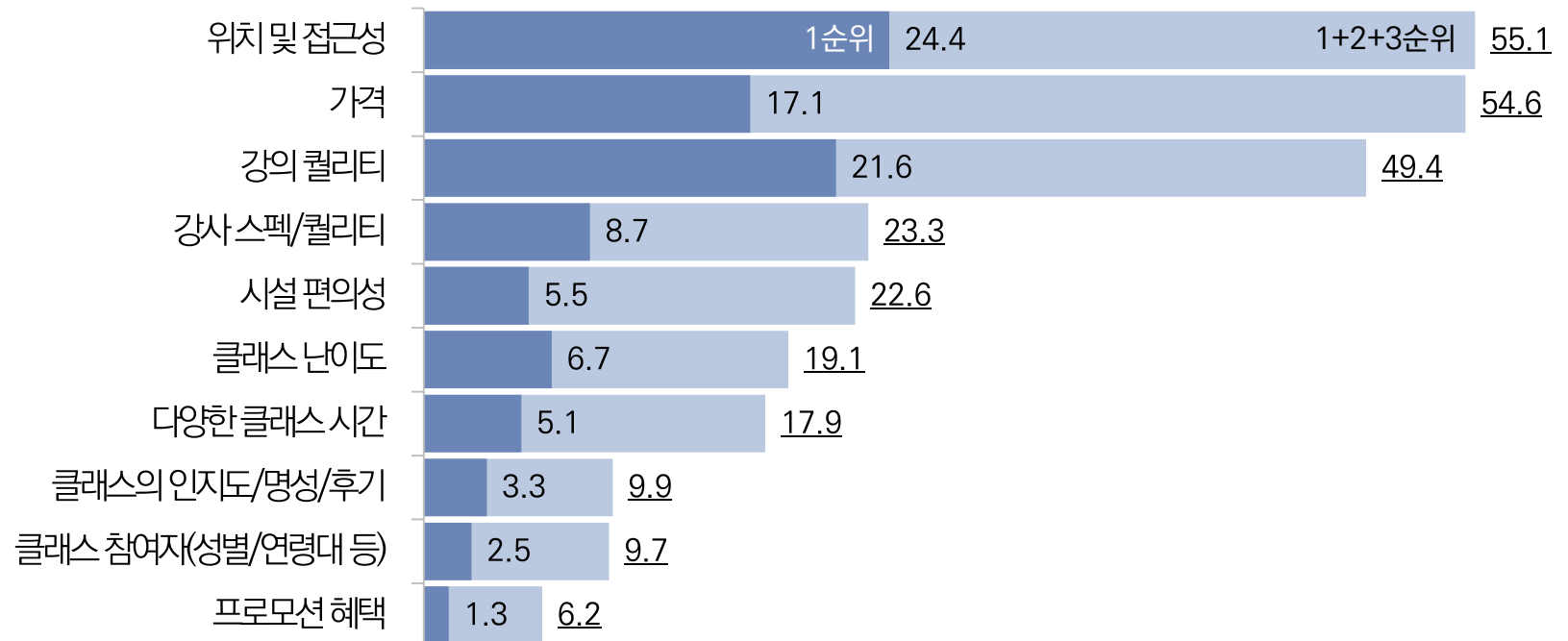
구매여정별
영향매체

광고 영향력

예체능레슨 선택 시 중요한 요소는 위치 및 접근성, 강의퀄리티, 가격 순

Key Buying Factor를 묻는 문항에 대해 1순위, 1+2+3순위 모두 '위치 및 접근성'이 가장 많은 비율을 차지해 자주 받는 레슨인 만큼 접근성이 주요함을 알 수 있었으며, 그 밖에 1~3순위 기준 '가격', '강의 퀄리티', '강사 스펙, 퀄리티'도 레슨 수강 결정에 중요한 영향을 미침을 확인할 수 있었음

Key Buying Factor(구매결정요소) TOP10 (1+2+3순위 기준)





소비자 분석

구매결정 요인

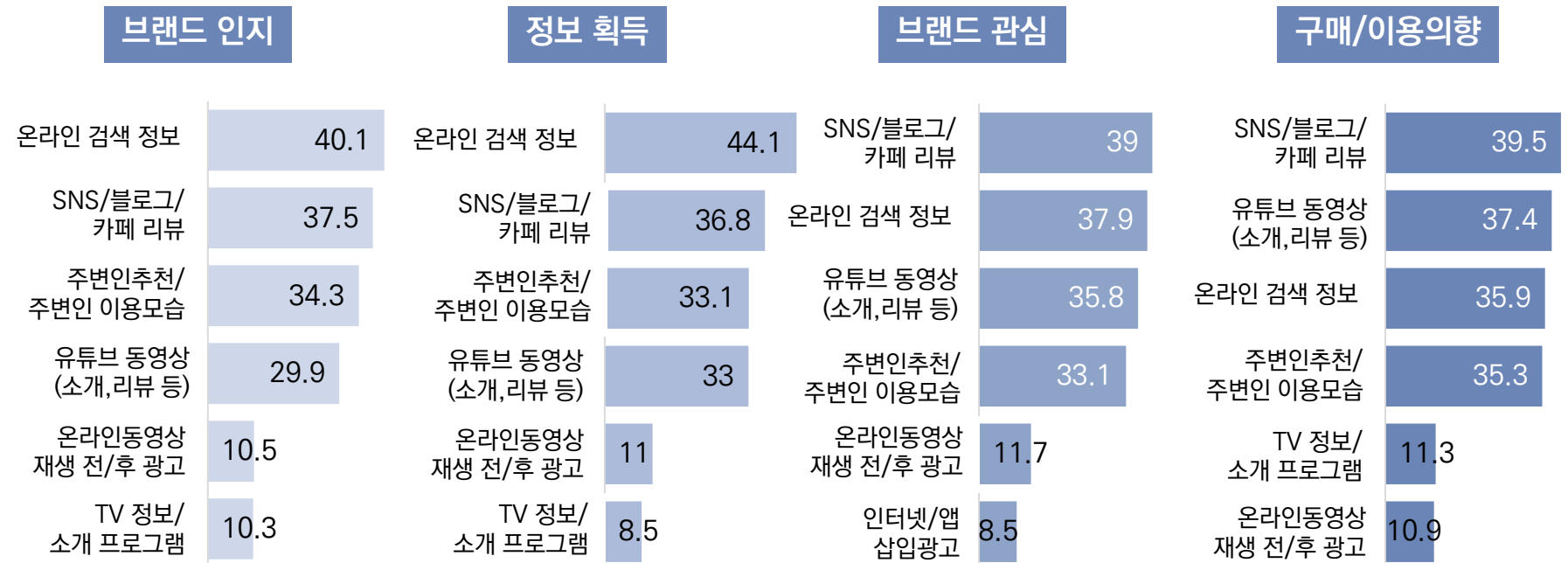
구매여정별 영향채널

광고 영향력

전반적으로 온라인 검색 정보 및 SNS/블로그/카페 리뷰가 레슨 선택에 큰 영향을 미치는 것으로 나타남

브랜드 인지 및 정보 획득에는 '온라인 검색 정보'가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며,
브랜드 관심 및 구매/이용의향에는 SNS/블로그/카페 리뷰가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사됨

예체능레슨 선택(구매) 단계별 영향 매체 TOP6





소비자 분석

구매결정 요인

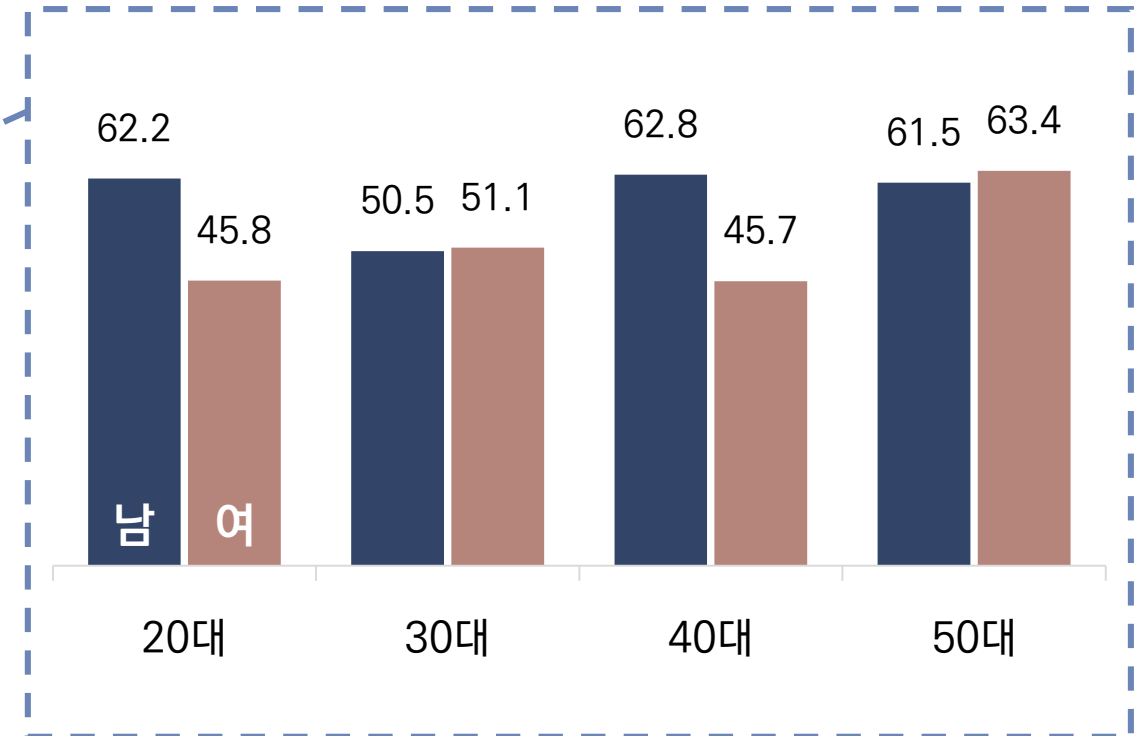
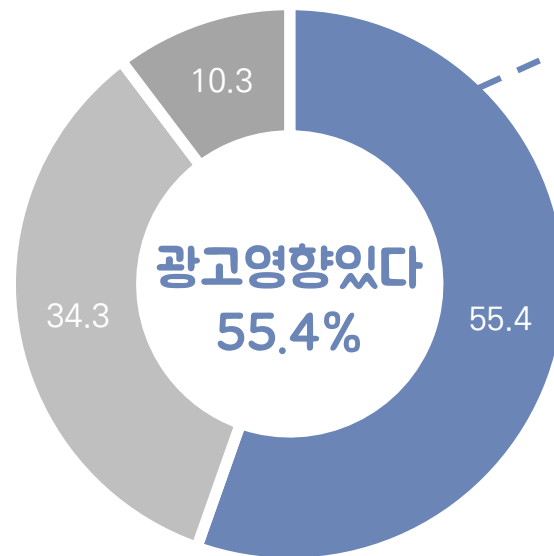
구매여정별
영향매체

광고 영향력

예체능레슨 선택 시 광고영향력 55.4%로 절반 이상 20대와 40대 남성에서 상대적으로 높은 영향력

절반 이상(55.4%)의 응답자가 예체능레슨을 선택할 때 광고의 영향력이 있다고 응답했으며,
특히 20대 남성(62.2%)과 40대 남성(62.8%)에서 상대적으로 높은 응답률이 나타남

예체능레슨 선택 시 광고 영향력



[Base : 1년 내 이용경험자 또는 1년 이내 이용의향자 866명, 단위 : %]