

스스로 묻고 해답을 찾는

사람인

이용증대 IMC전략

사람중심 취업사이트
saramin



제 35회 DCA 대학생 광고대상
기획서부문 / 사람인

Contents

1 Background

2 Problem

3 Mission

4 Target Insight

5 Solution

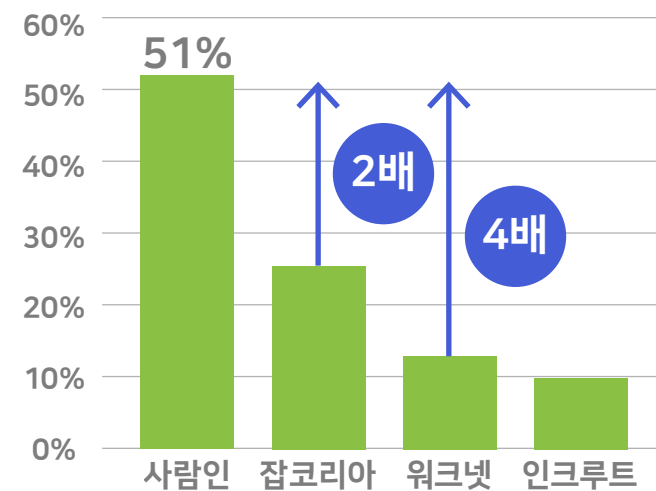
6 Promotion

1 Background

여타 다른 경쟁 업체를 제치고

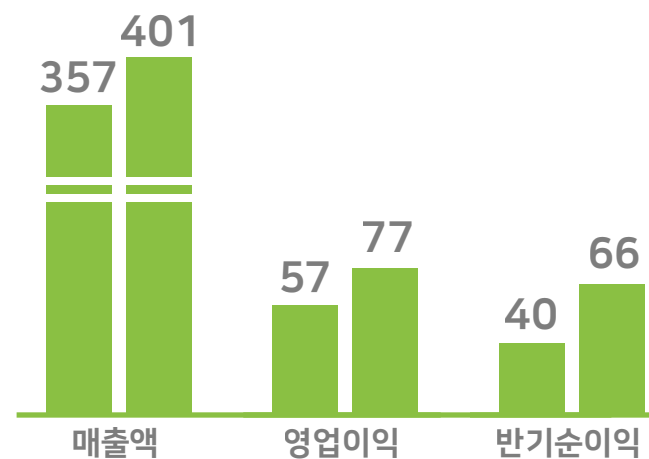
구인구직 매칭플랫폼 시장에서 1위 가도를 달리고 있는 사람인

취업포털 브랜드 선호도



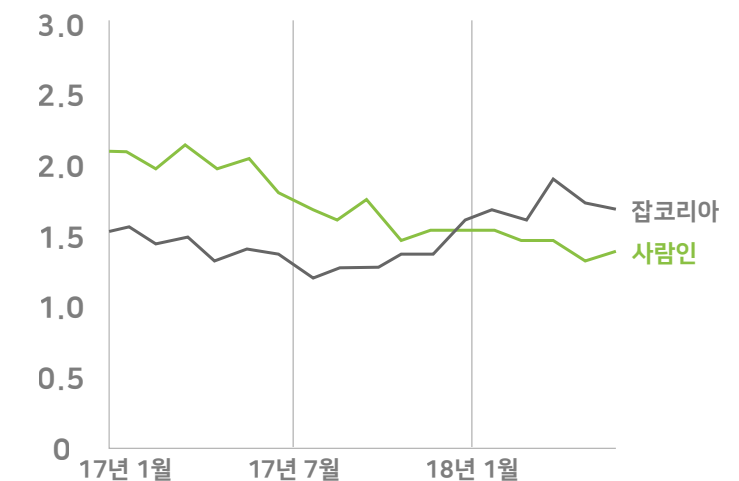
출처:마크로밀엠브레인(2016년 12월 기준)

사람인에이치알 실적추이



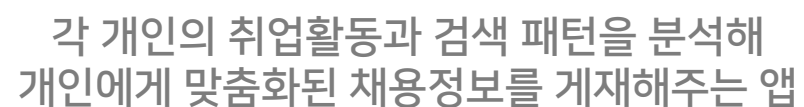
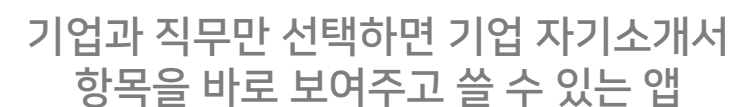
출처:금융감독원, 단위:억원

경쟁사 대비 우위에 있는
사람인의 방문자 트래픽



참고:PC 방문자 수 기준
자료: 닐슨코리아 클릭, 삼성증권

다양해지고 특화된 경쟁사의 등장으로 안주할 수 만은 없는 상황

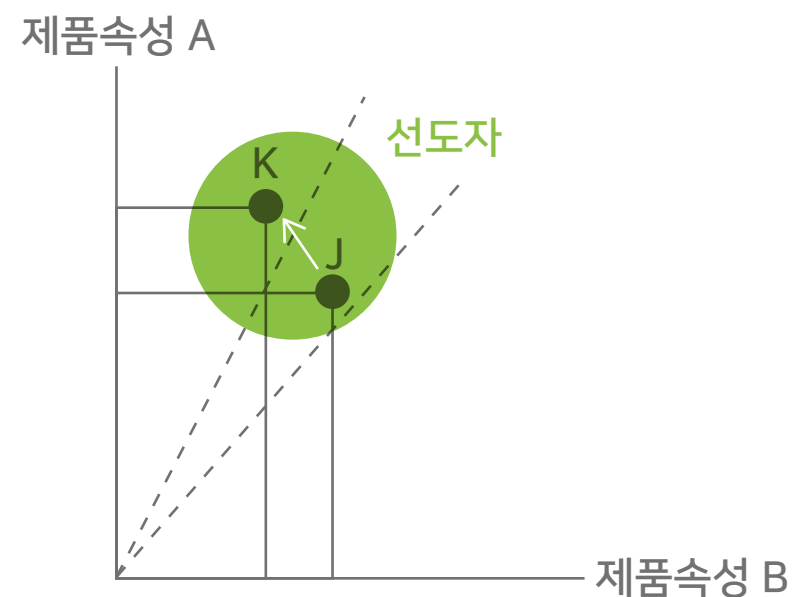


1 Background

카테고리 리더로서 선도자의 이점을 유지하기 위해

시장을 압도해야 한다

선도자 효과 그래프



“브랜드 k와 j의 속성에 따라 만들어진 시장 면적은 큰 차이가 없다. 다만 소비자들은 **브랜드 k가 선도자라는 이유만으로** 이 제품군의 기준인 이상점은 k가 되고 브랜드 j에 있는 선호도와 속성도 모두 가져가 버린다 이런 현상을 선도자 효과라고 한다”

-논백 경쟁 전략 신병철 박사-

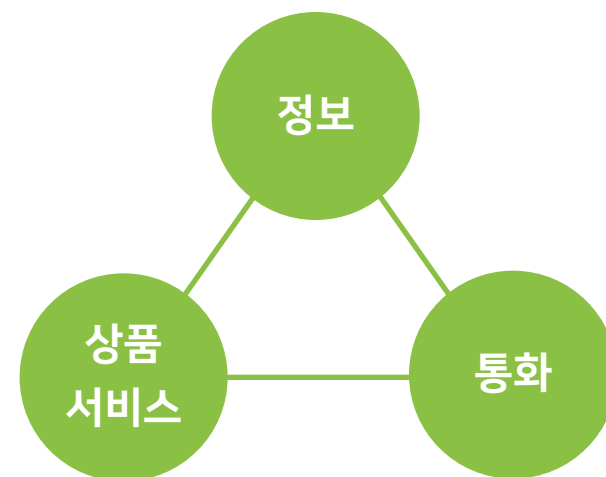
1 Background

그렇다면 구인구직 매칭플랫폼을 선택하는 기준은 무엇일까?

플랫폼의 본질은 정보, 소비자가 얻을 수 있는 정보의 양과 질이 중요하다

플랫폼의 본질

플랫폼: 생산자와 소비자를 상호작용 시켜 이들이 서로 가치를 교환할 수 있게 하는 곳



모든 플랫폼에서 상호작용은
정보의 교환에서 시작된다

출처: 플랫폼 레볼루션

2 Problem

같은 기업, 같은 조건, 같은 공고에 대한 누구나 알 수 있는 정보로 구성된 플랫폼

소비자들은 사람이 제공하는 정보가
양적, 질적 측면에서 차별성이 있다고 인지 하지 않는다

취업카페 실제 소비자 질문과 답변

 **ㅎg(Kihy****)**
사람인 잡코리아 인크루트 등등 취업사이트들 강 다 똑같아 보이는데 무슨 차이점이 있나요?
사이트마다 강점이 있는건지... 사람인 많이 쓰는 것 같던데 특별히 뭐가 좋고 이렇게 있나요ㅠ

 **웃시웃시**

 별 차이는 없어요 그냥 내가 쓰면서 편한곳 쓰시면 되여 ㅋㅋㅋㅋㅋ
기업별로 공고 올라오는 속도차이? 그정도일 뿐이고 속도 역시 크게 차이는 없는듯해여

 **야식쟁이**

 그냥 다 비슷한 것 같더라고요

 **깔끔한st**

 취업사이트는 다 비슷한 것 같아요

취업카페 실제 소비자 리뷰

 **터러러럴(hbj2****)**
취업사이트 보통 몇개씩 확인하세요??
처음에 의욕가지고 진짜 다 알람 맞췄는데
어차피 똑같은 거 구지 그럴 필요가 없는 것 같아서요 ㅠ
근데 또 취업사이트 한 곳만 이용하자니
괜히 정보 뒤떨어지는 것 아닌가 싶고 ...ㅋㅋㅋ

차이가 없어 보이는 플랫폼
어떤 플랫폼을 써야 하는지 플랫폼 딜레마에 직면

2 Problem

그런데 사람의 정보는 정말 경쟁사와 같을까?

물론 볼 만한 공고가 많다. 하지만, 시장을 흔들기에는 부족하다.

사람인, 딥러닝 기법 이용 검색어 탐색

17일 사람인에이치알에 따르면, 업계 최초로 '연관 검색어' 서비스에 딥러닝 분석기법을 적용해 더욱 고도화된 결과를 제공한다. 키워드 수도 기존 2000여 개 키워드에서 70만 개의 키워드로 확대돼 개별 연관 검색어가 제공된다. 가령 이용자가 '영업' 키워드를 검색할 경우 이와 연관된 전문 직업명과 주요 직무, 유망직종 등에 대한 연관 검색어를 탐색할 수 있다.

출처:2017 파이낸셜 뉴스

직무 파악이 용이한 직종 세분화

사람인은 올 초 단순나열식이던 모바일 앱 메인 공고를 테마별 맞춤형 레이아웃으로 바꿨다. 이용자 개개인의 구직 패턴을 분석하고 맞춤 정보를 제공하는 서비스를 제공하는 것이다. 또 직종을 135개로 세분화하고, 다양한 컨설팅 서비스와 자기소개서 오타 및 맞춤법 확인이 가능한 것도 특징이다.

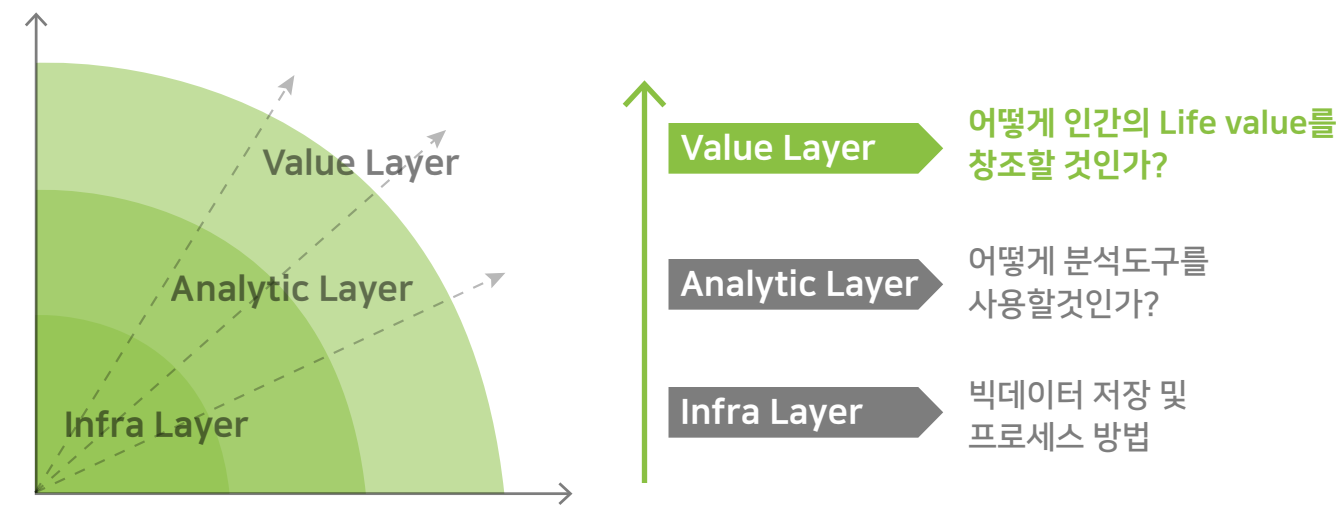
출처:2017 영남일보

3 Mission

최근 동향을 보았을 때 데이터 그 자체로는 아무런 가치가 없다

중요한 것은 데이터 해석력을 통해 어떤 가치를 만들어내느냐

Big Data 관심의 이동(3 Layer of Big Data)



출처:소KT 경제 연구소

“데이터는 연구자의 질문에 답할 뿐이다. 데이터에 숨겨져 있는 보다 심층적이고 정확한 의미를 찾기 위해서는, 다양한 관점에서 분석하고, 그 분석 결과가 정말 맞는 것인지, 분석 과정에서 오류는 없었는지를 비판적으로 검토해 그 결과에 어떠한 전략적 시사점이 있는지 해석하는 것이 더 중요하다.

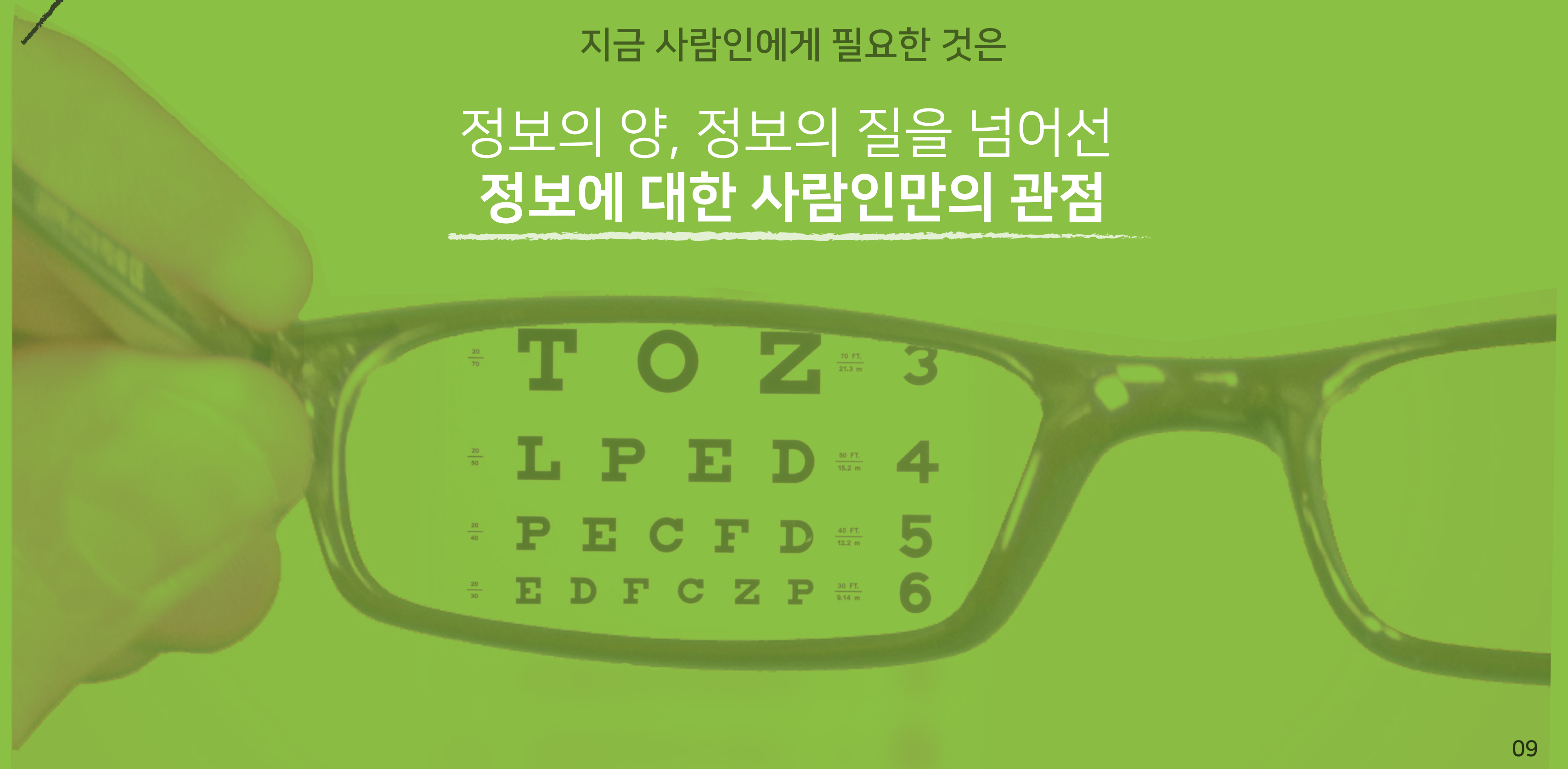
빅 데이터의 시대, 정말 중요한 것은 데이터의 크기가 아니라 데이터 해석력의 크기인 것이다.”

-최창원 이노션 월드와이드 오토랩 1팀 부장-

3 Mission

지금 사람인에게 필요한 것은

정보의 양, 정보의 질을 넘어서
정보에 대한 사람인만의 관점



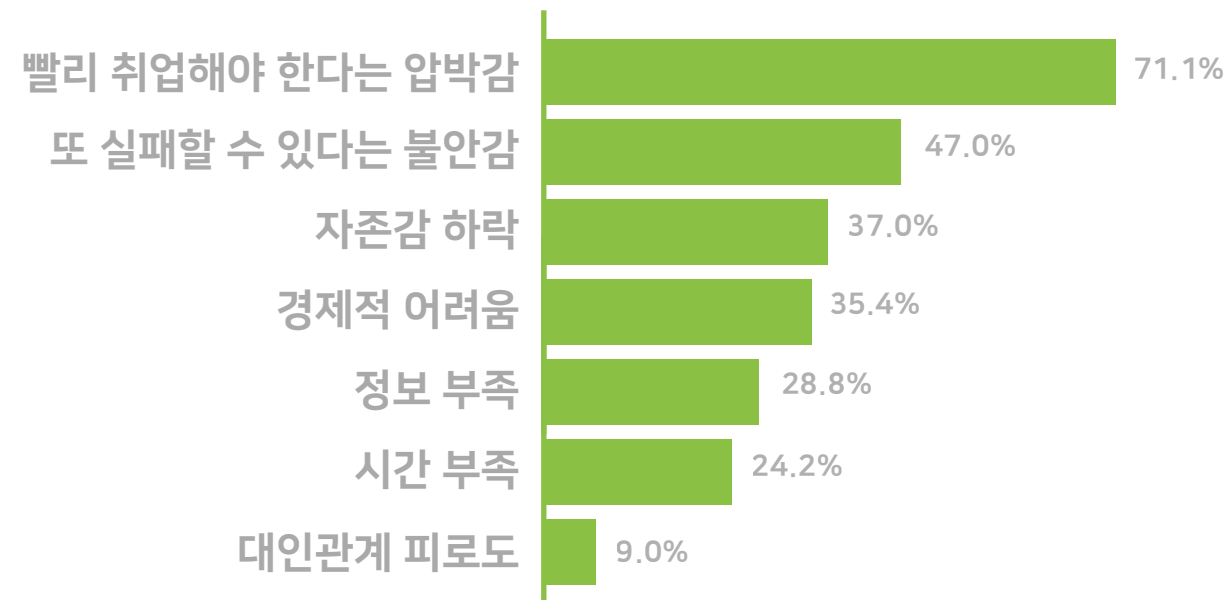
4 Target Insight

소비자로부터 다시 시작해보자

전쟁과 같은 구직자들의 현실

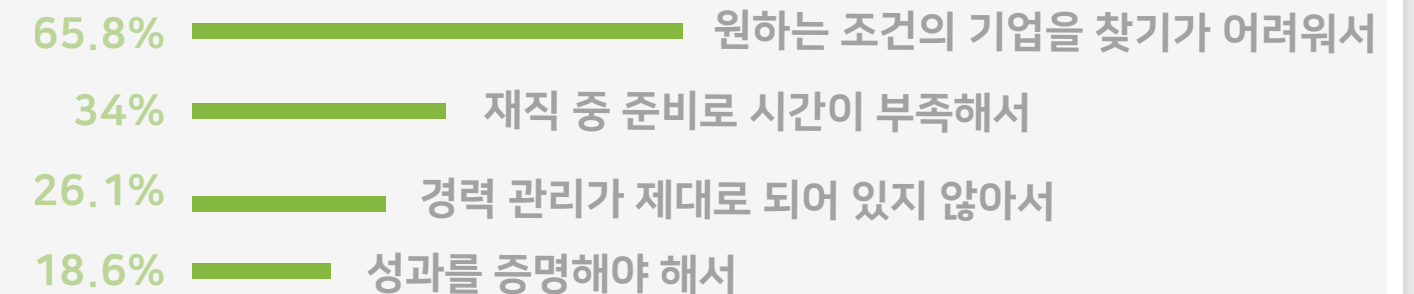
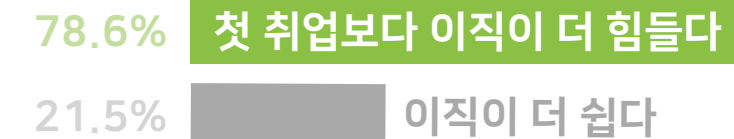
여러 가지 이유로
심리적 부담감을 느끼는 취직 준비자

취준생이 꼽은 공채준비 애로사항 Top7



출처:잡코리아&알바몬

업무를 하면서도 준비할 게 많아
첫 취업보다 더 힘들어하는 이직자



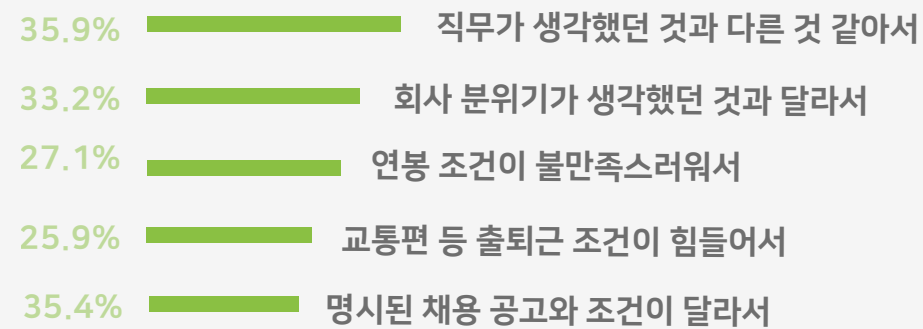
출처:2017년 사람인

4 Target Insight

막상 생각하고 상상했던 일과 다른 현실을 마주 하게 되는 구직자들

정보의 비대칭으로 자신한테 맞는 일인지 파악하기 어렵다

입사를 포기하는 이유



출처:사람인

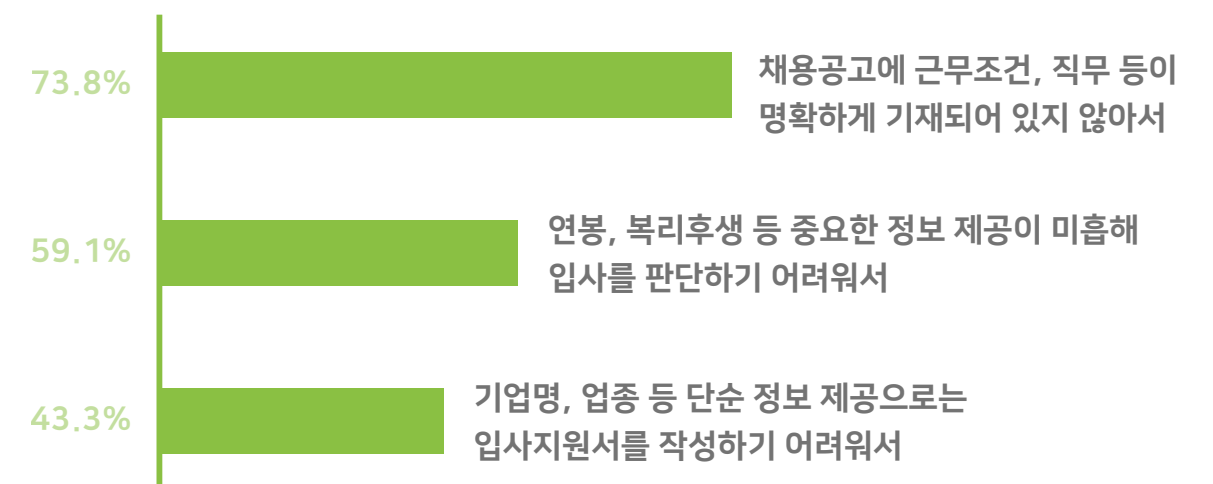
입사결정 고민하는 이유는?



출처:잡코리아&알바몬

정확한 정보 파악의 어려움

정보가 불충분하다고 생각하는 이유



출처:사람인

4 Target Insight

팩트를 파악하기 어려워 기업과 직무 선택의 기로에서 결정을 내리기 난처하다.

그렇기에 실제로 겪어본 경험자들에게 물어보고 도움을 요청

대학내일 대학생 취업준비 실태조사

온라인을 통해 해결되지 않은 의문에 대해
오프라인에서 접근성 높은 캠퍼스 채용설명회와
상담을 통해 답을 얻으려 한다.

취업 커뮤니티에서 획득한 정보의 진위여부와
실제로 회사를 다니고 있는 현직자를 통해서만
알 수 있는 정보를 취합하여 자신의 취업준비를
완벽하게 하려 한다.

출처:대학내일

취업, 이직 경험자들과 잦은 교류를 하는 구직자



박윤택(27세,남)

“제 전공은 불어불문학과이지만 IT업계의 스타트업에 도전해보고 싶다는 생각이 들었어요 해당 업계에 대한 정보를 얻으려고 IT 동아리에 들어가 활동하면서 실제로 취업하신 선배님들과 이야기를 나누면서 많은 도움을 받는 거 같아요.”



임한나(34세,여)

“직급이 대리가 되면서 더 큰 회사로 이직해보고 싶다는 생각에 채용 공고도 보고 이력서도 사이트에 올려놨어요. 제가 원하는 조건에 맞는 공고를 찾게 되면 실제 그 회사에 일하시는 분들 또는 그 회사와 일해본 주변 사람들에게 평판이나 어떤 인재상을 좋아하는지 물어봐 제가 어떻게 준비할지를 파악해보고 있어요.”

자체 FGI

4 Target Insight

해답을 얻은 것 같은 든든함을 느낄 수 있지만

주관적 사건, 영리성 정보, 전문성이 떨어지는 경우도 빈번하다

오류적 진실 효과로 인한 카더라 통신에 열광하는 구직자

“취업정보 카페는 ‘불량식품’까지는 몰라도 ‘우량식품’이라고 할 수는 없습니다.

무수한 정보가 넘쳐나지만 사이트 운영자는 물론 누구도 검증하지 않는 내용이 많고, 근거가 희박한 개인의 주장이나 정보를 일반화할 오류가 적지 않기 때문입니다.”

출처:주간경향

“합격자, 현직자 중 자신이 아는 지인에게서 정보를 얻는 것은 살아 있는 정보를 얻기 위한 매우 편리한 방법일 수 있다.

그러나 한 두 사람이 전체를 대변할 수는 없고 당사자의 자의적 해석이 지배할 경향이 크다. 해당 기업에 대한 잘못된 인식이나 이직 준비가 될 수 있다.”

-취업 컨설턴트 윤호상-

<오류적 진실 효과>

진위가 불확심에도 불구하고 반복 효과로 인해 진실처럼 느끼는 것

$R(\text{rumor}) = I(\text{importance}) \times A(\text{ambiguity})$

루머는 전달 내용이 중요할수록 상황이 불확실할수록 강도가 더 강해진다

불안한 구직자들 입장에서는 타인에게서 반복해서 보는 잘못된 정보에도 민감해지고 믿고 싶은 것을 믿게 된다.

출처:EBS

지금 구직자들에게는
정보의 비대칭성을 보완하고
신뢰도 높은 맞춤 해답을 줄 수 있는

튼튼한 존재가 필요



4 Target Insight

해답을 주는 존재는 꼭 다른 사람이어야 할까?

오히려 다른 사람보다 자신에게 묻고 답하는 것이 더 중요하다

자기 자신에 대한 이해가 선행돼야 한다

“취업 준비의 핵심 요소 중의 하나는 자기진단이다. 자기 자신에 대한 이해와 진단이 선행돼야 한다. 진단의 목적은 경력목표를 명확히 하는데 있다. 그리고 경력목표를 명확히 하는 지름길은 경험이다.

우선 자신이 무엇을 좋아하는가. 어떤 분위기나 조직문화에 적합한가. 자신의 성향, 적성, 직업가치관, 역량 등을 총체적으로 고민하고 파악해야 한다.”

-장옥희 취업 컨설턴트-

이직의 시작은 나에 대한 고민부터

“나랑 정말 잘 맞지 않고 일하는게 행복하지 않아서 이직을 고민하게 되었는데 어떤 일이 나랑 잘 맞고 나를 행복하게 해줄 수 있는지 진지하게 고민하지 않는다.

오히려 괜찮아 보이는 남부끄럽지 않은 직장을 찾는다 그러니 막상 이직을 결심해도 이것 저것 따지다 보면 이직을 하기 어렵다. 게다가 진짜 문제는 이런 상황이 되면 이직을 해도 행복하지 않고 남아 있어도 행복하지 않다는 점이다.”

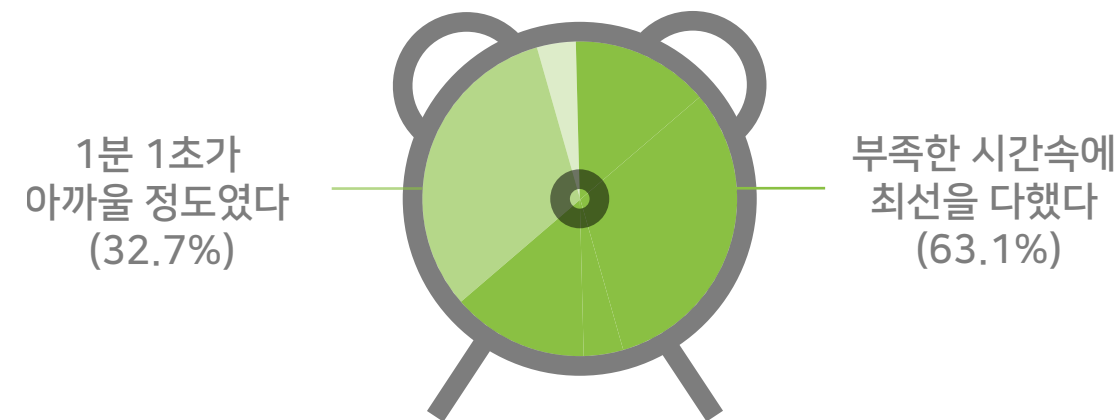
-김봉준 태니지먼트 대표-

4 Target Insight

구직자들 역시 자기 자신이 중요한 것은 알고 있으나

제대로 돌아볼 수 있는 시간적 여유가 부족하다

공채시즌 취준생의 하루 봤더니
'자료검색 3시간, 자소서 작성 4시간'



- 62% 각종 약속이나 모임을 잡지 않고 공채준비에만 집중
- 31.4% 지하철과 버스를 이용해 이동하는 시간에도 관련 자료를 수집하는 등 공채준비를 했다
- 27% 쪽잠을 자는 등 수면시간을 줄였다
- 23.3% 두문불출하고 집에서 공채준비에만 시간을 쏟았다

바쁜 것이 익숙한 직장인

하루 24시간이 부족하다고 생각한 적이 있습니까?

그렇다 75.5% 아니다 24.5%

직장에서 바쁘지 않거나 휴가를 쓸 때 죄책감을 느끼는 이유는 무엇입니까?

- 29.1% 높은 업무 강도와 끝없는 업무량 때문에
- 19% 어떤 일이든 잘해야 한다는 압박감 때문에
- 18.8% 고용불안으로 인한 스트레스 때문에
- 16.9% 여유로운 것에 익숙하지 않아서
- 16.2% 늘 마감시간이 정해져 있는 긴박한 업무를 진행해서

출처:벼룩시장 구인구직

해답에 대한 사람의 관점, '자기 자신'

구직자에게 필요한 데이터를 개인의 관점에 기반해 해답으로 제공하는



구인구직 매칭플랫폼의
ONLY.1 이 되어야 한다

5 Solution

그 동안의 다른 앱들은
해답의 초점을
타인에게
맞추었다면

지금부터의 사람인은
해답의 초점을
자신의 기준에 맞추는

선긋기

개개인의 해답 “아바타서치”

사용하면 할수록 강해지는 채용 정보의 개인화 제공

단순히 개인의 활동 이력과 이력서를 분석하는 것을 넘어 유사한 스펙을 가진 구직자들의 구직활동까지 분석하며
개인이 더 관심 있어 할 채용정보를 분석

사용자의 행동패턴과 이력서 정보에 따른
고도화된 매칭서비스



“대표 AI 서비스인 ‘아바타서치’는 물론,
조회하고 있는 공고 다음 화면 이라던지 지원
이후 화면에서 **지속적으로 개인화된 공고를
제공**한다. 이용자는 이렇게 AI가 실시간으로
분석해 제공하는 채용공고를 접하면서 자신에게
적합한 공고를 찾는데 들이는 시간을 대폭 줄일
수 있고, 수 많은 공고 중에 자칫 놓치기 쉬운
공고도 놓치지 않고 지원할 수 있다.”

-사람인 인터뷰 중-

5 Solution

즉, 사람인은 이직, 취업이 서툴고 두려운 이들에게

해답의 실마리를 자신에게서 찾을 수 있도록 이야기해야 한다

AS-IS

누구나 아는 정보

방대한 취업정보를
단순히 수집하고 나열한
비차별적 정보

TO-BE

나만의 해답

방대한 취업정보를
최적화하고 개인화한
차별적 정보

취직, 이직 시 누구나 얻고 싶은 **든든한 해답**
누구나 아는 이야기가 아닌

스스로의 이력에서 찾다



Communication Concept 본격 **자문자답** 플랫폼

자신에게 물어보라
자신 있게 답하라,

사람인

Communication Map

인지

15초 영상광고
Footage AD
옥외프로모션

공감

SNS-포털-옥외 연계 프로모션
지하철 스크린 광고

확산

SNS 프로모션
버스 쉼터 옥외 광고
사람in 앱 및 웹 사이트

5 Solution

인지 15초 영상광고 자문자답하라, 사람in



인터넷과 sns를
그렇게 돌아다니며 물어봤지만



결국 직접 입어보고
맞는 옷을 찾는다



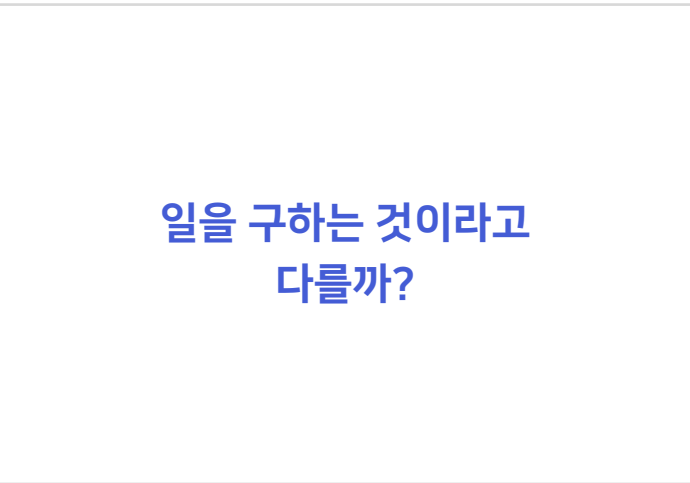
백종원 선생님의 영상을
몇 십번을 봤지만



결국 직접 만들어보고
맞는 레시피를 찾는다



나다운 색깔은 나에게 직접
부딪혀봐야 알 수 있는 법



일을 구하는 것이라고 다를까?



자신에게 물어보라
사람in은 자신 있게 답한다



본격 자문자답 플랫폼,
사람in

5 Solution

인지

Footage AD
자문자답하라, 사람in 2

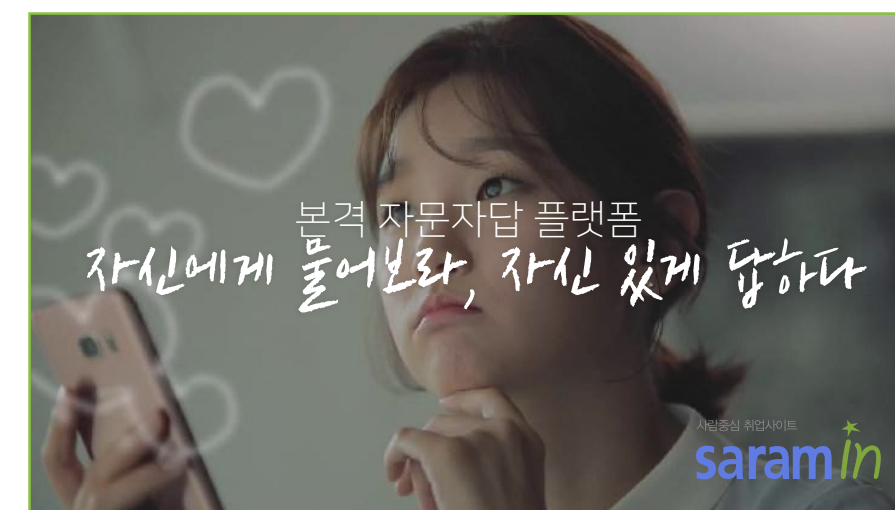
예시: 안녕하세요



#프로그램이 끝난 후



#프로그램 속 고민 장면에 사람인 등장



#사람인 광고로 마무리

실행방안

많은 이들이 알고 있는 예능을 활용해 사람인의 풋티지 광고 제작
예능에서는 각자의 고민을 다른 이들에게 이야기하고 공감한다.
하지만 이야기를 나눠도 마무리는 당사자가 직접 해결하는 것처럼
구직도 결국 자기 자신에게 묻고 답하는 점을 인지 시킨다.

기대효과

익숙하게 보던 예능에서 인지하지 않고 있던 점을 부각시켜
메시지에 대한 집중도를 높일 수 있고
사람인 구직의 해답은 구직자 자신에게 맞춤형 되어 있다는 점을 이해시킬 수 있다.

5 Solution

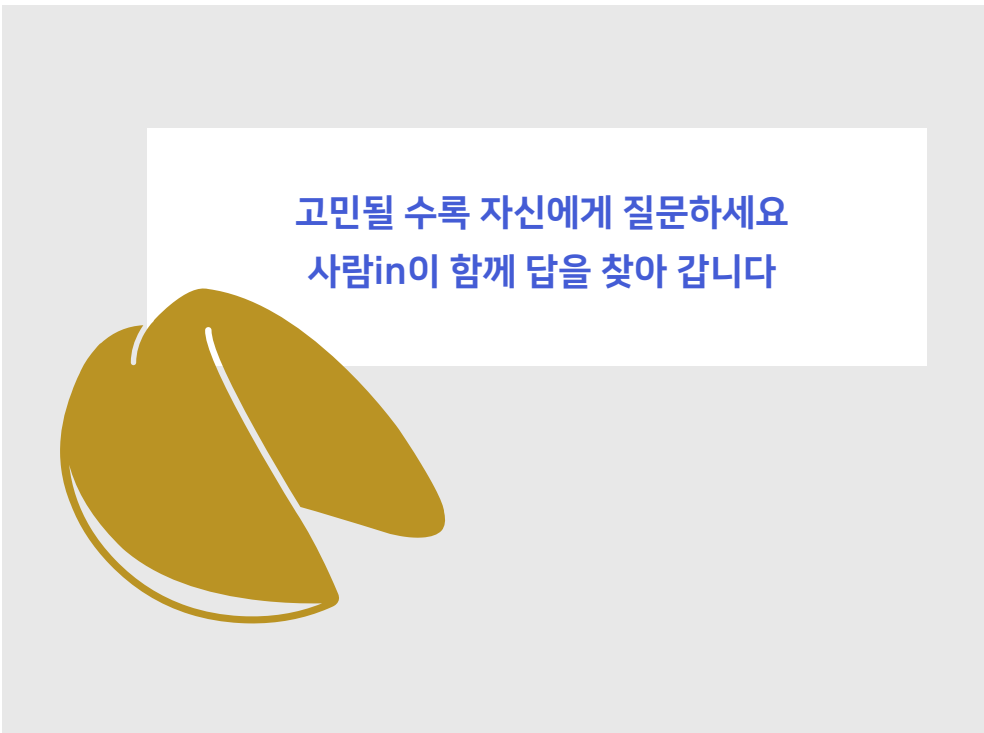
인지 옥외 프로모션 자문자답 Zone



예시이미지: 취업박람회



예시이미지: 자문자답 다이어리



예시이미지: 포춘쿠키

실행방안

취준생들이 많이 가는 채용 박람회에 자문자답 ZONE을 설치한다.
취업 시 궁금해하는 채용 정보도 제공하고 가장 중요한 자문자답에 관해 환기시킬 수 있는 여러 물품을 kit화해 자문자답 ZONE에 들르면 리워드로 제공한다.

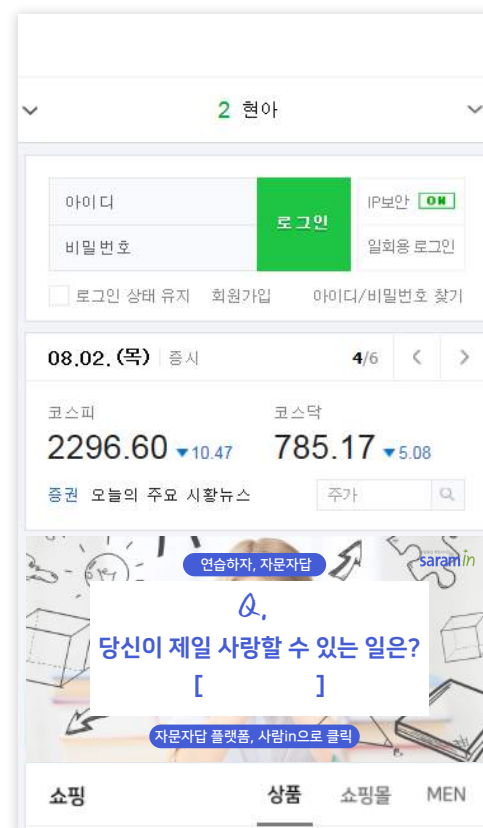
기대효과

각 기업에 대한 설명을 듣고 채용 설명회 이후에도 계속해서
사람인의 자문자답을 상기 가능케 한다.
취준생을 누구보다 잘 아는 든든한 파트너로서 브랜드 이미지를 각인 시킬 수 있다.

5 Solution

공감

SNS-포털-옥외 연계 프로모션
연습하자 자문자답



실행방안

취준, 이직 시 많이 하는 질문이 적어 놓고 답변 부분은 빈 칸으로 되어 있는 이미지를
버스와 포털 사이트 배너에 배포한다.

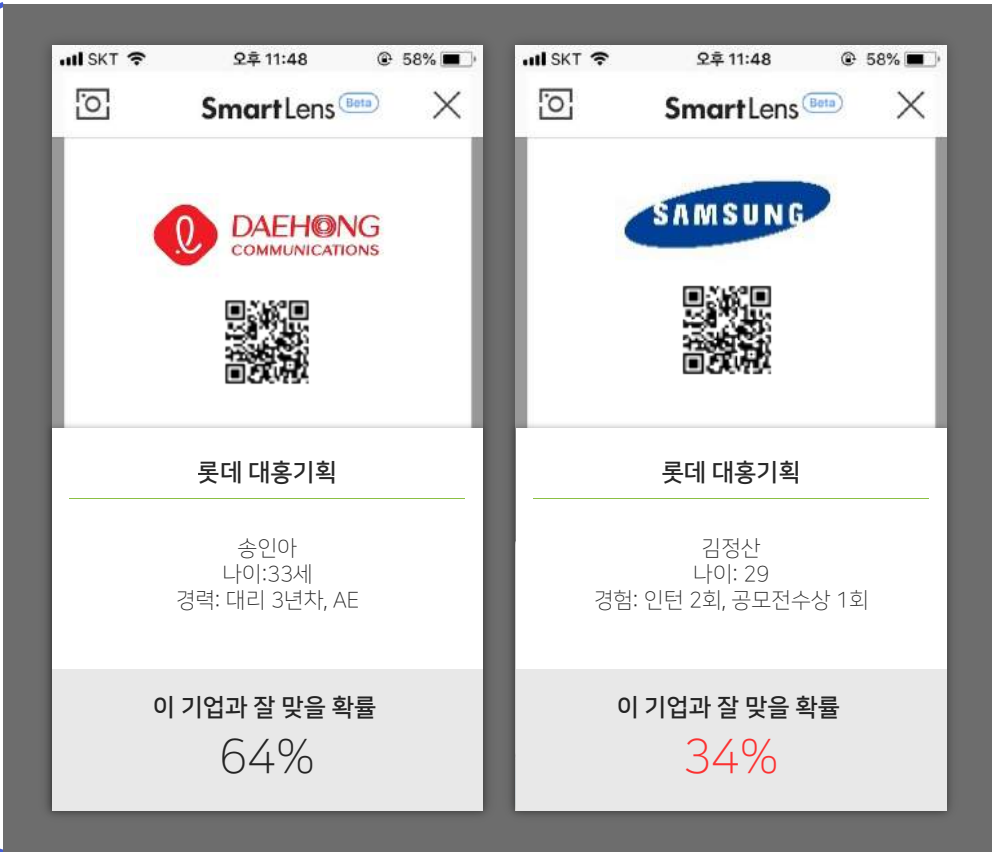
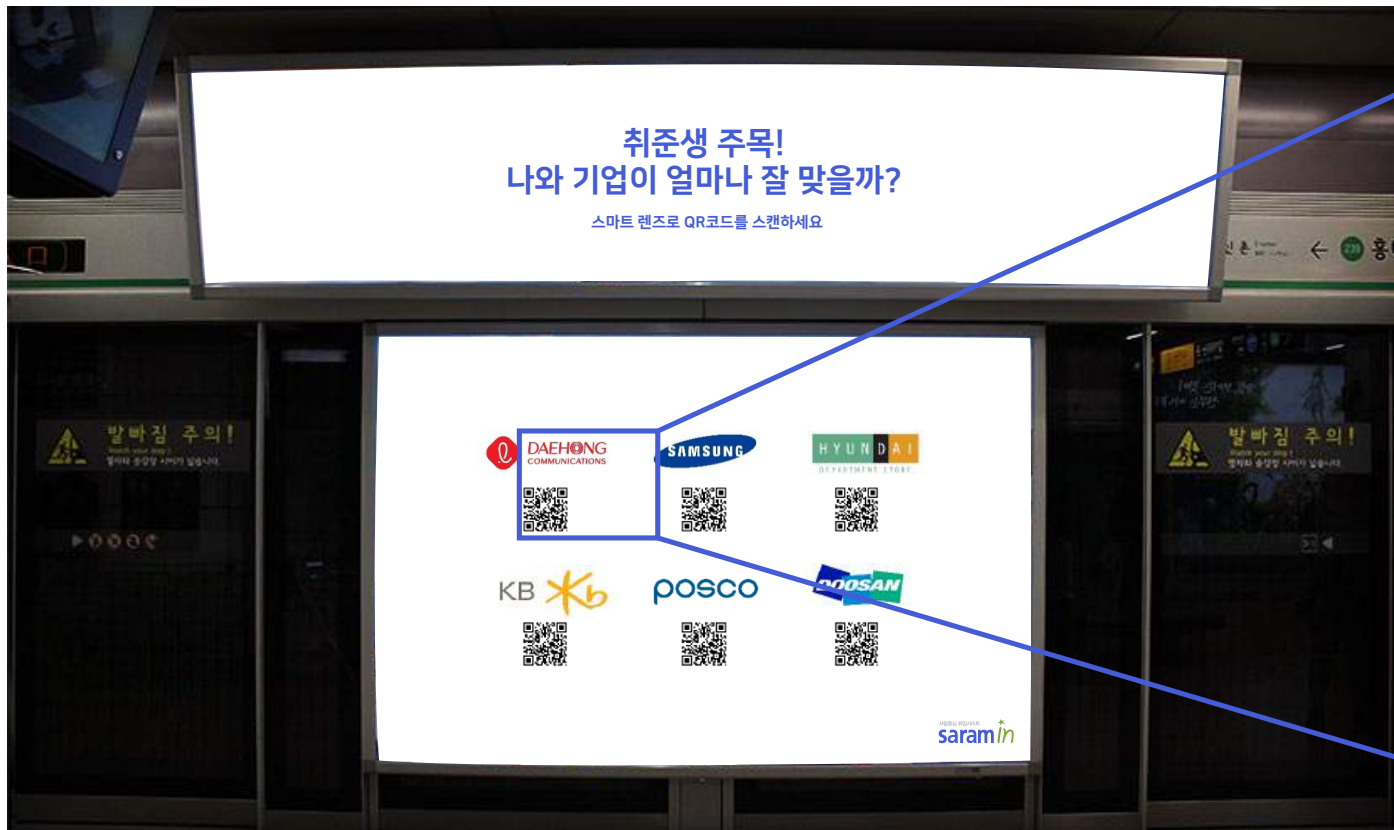
이미지를 보고 사람인 페이스북 페이지에 들어가 자문자답 게시물에 댓글로
게시물과 관련된 자신의 답을 적으면 랜덤으로 경품 추천한다.

기대효과

다른 사람들에게 의존하기 보다 자신에게 직접 물어 볼 수 있도록 하는 메시지를 이야기하고
사람인에서 활동 할 시 자신에게 맞는 구직활동을 잘할 수 있겠구나 하는
기대감을 가지게 한다.

5 Solution

공감 지하철 스크린 광고 자문자답 렌즈



실행방안

지하철 스크린 도어에 신입 또는 경력직이 선호하는 브랜드 로고와 QR코드가 함께 정리되어 있다. 네이버 스마트렌즈를 활용해 궁금한 기업의 QR코드를 찍으면 사람인 활용 이력에 따라 기업에 취준, 이직 시 자신과 얼마나 잘 맞을 수 있는 지를 보여준다.

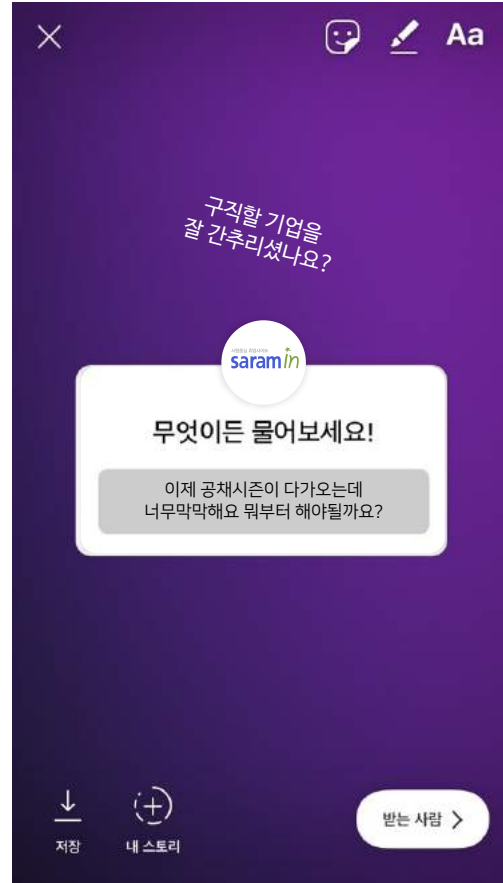
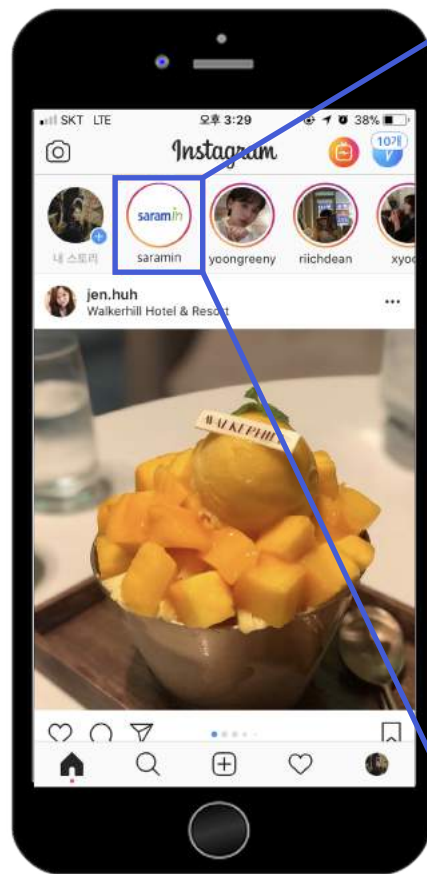
기대효과

유동인구가 많은 지하철에서 질문과 대답을 통해 간편하게 관심 기업 정보를 얻을 수 있게 하여, 구직자 개개인에게 맞춤형 확실한 정보를 사람in에서 얻을 수 있을 것이라는 믿음을 제공한다.

5 Solution

확산

SNS 프로모션
사람in스타그램



사람인 컨설턴트

실행방안

취업 컨설턴트들을 초청해 자문자답 코칭 진행 평상시 구직에 대한 자신의 성향이 궁금했다면 사람인을 팔로우하고 스토리에 올라오는 질문 스티커에 질문한다. 컨설턴트들은 스토리가 올라오면 질문에 대한 대답을 해주며 개개인의 질문자들이 '나'를 알아가게끔 만들어 준다.

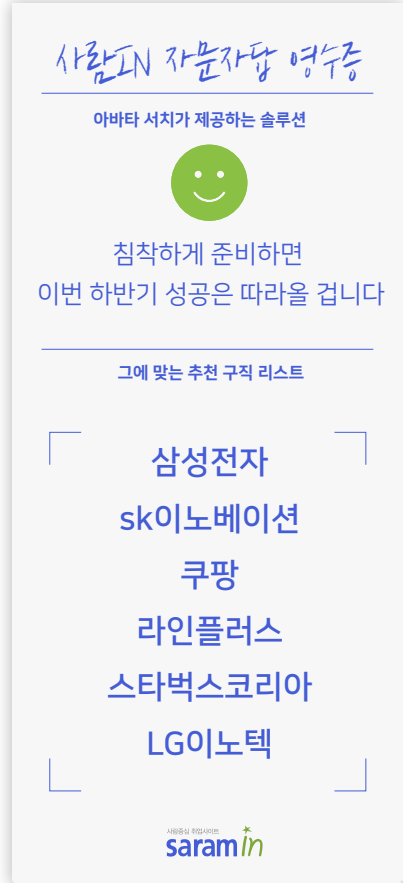
기대효과

단순히 맞춤형 광고를 제시하는 것만이 아닌 실제 컨설턴트와 고민도 상담하게 하고 SNS를 통해 이러한 문답 과정을 공유시킬 수 있어 더 많은 사람들에게 자문자답 플랫폼이라는 브랜드 인식을 퍼트릴 수 있다.

5 Solution

확산

버스 쉼터 옥외 광고
자문자답 레시피



실행방안

버스 쉼터에 설치된 디지털 사이니지에 아바타 서치의 알고리즘을 이용한다.
구직자들이 사이니지에서 자신에 관해 물어보는 질문에 대답을 하면
각자의 성향과 취향을 분석하고 각각에게 맞는 진행 중인 채용 공고를
영수증으로 출력해 가지고 갈 수 있도록 한다.

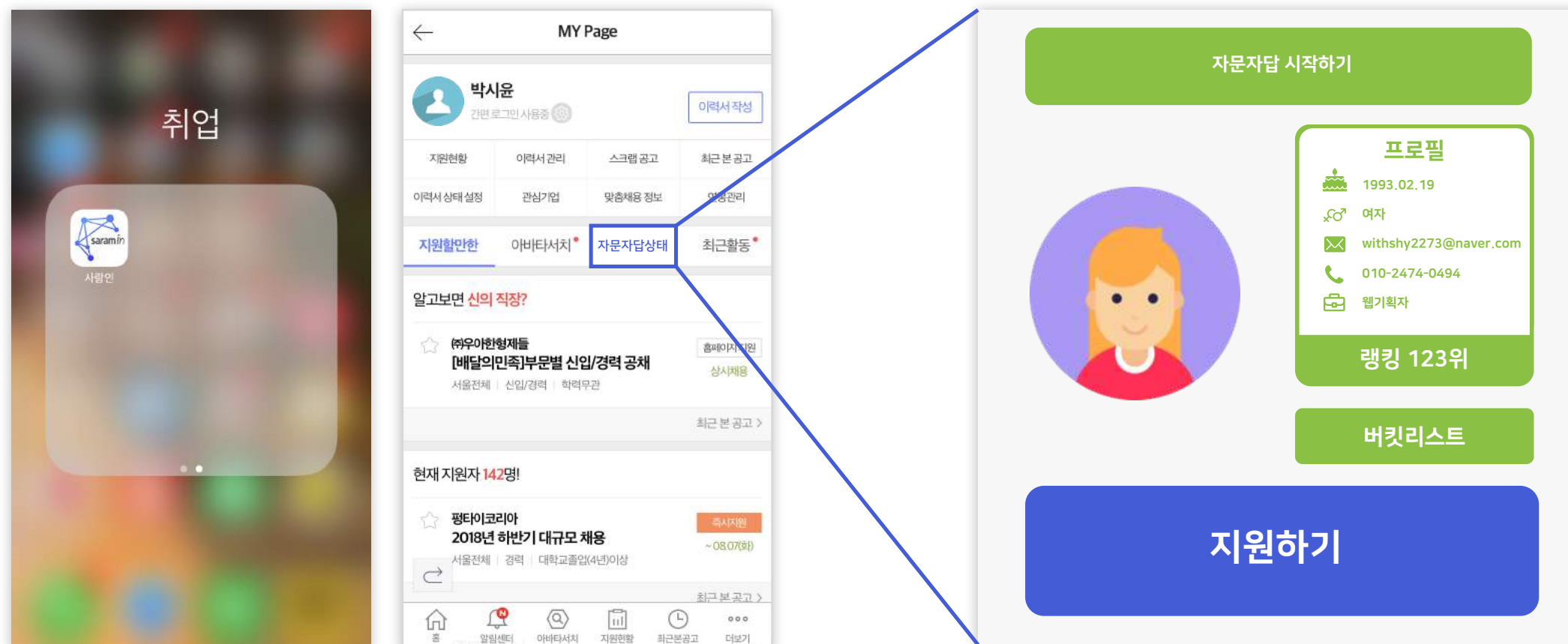
기대효과

자문자답의 RtoB인 아바타서치를 직접적으로 경험할 수 있게 하고
자문자답하면 사람인이 연상되어 사람인에서의 구직활동을 장려시킬 수 있다.

5 Solution

확산

사람in 앱 및 웹사이트
자문자답 아바타



실행방안

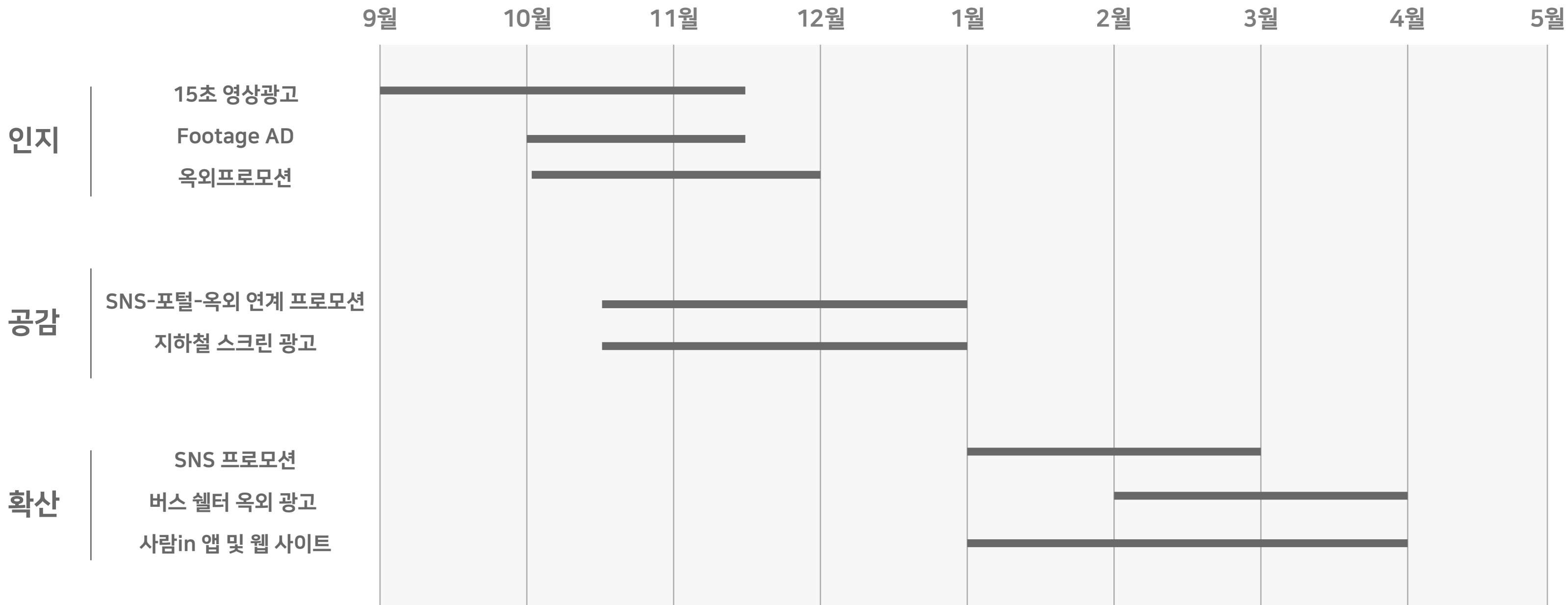
사람in의 앱과 웹사이트에 자문자답 아바타 서비스를 개설한다.
마이페이지에 들어가면 자신에 대해 물어볼 수 있는 질문란이 있다.
매일 바뀌는 나에 대한 질문에 대답할 수록 아바타의 모습이 진화하고 꾸며진다.
얼만큼 꾸며졌는가를 통해 나에 대해 알아봤다는 것을 알릴 수 있다.

기대효과

프로필을 완성해가는 재미를 줄 수 있는 기능을 통해
자문자답 할 수 있는 습관 형성과 더불어 사람in과 함께 자아를 찾고
그에 기반해 구직할 수 있는 문화 형성이 가능하다.

5 Solution

매체 스케줄링



End of Document

감사합니다.