

2024

INFLUENCER MARKETING TRENDS - F&B

Mar 2024

***featuring**

I Index

01 배달 전문 F&B 브랜드

먹방에 집중하는 유튜브 콘텐츠

02 오프라인 F&B 브랜드

공간에 집중하는 숏폼 콘텐츠

03 리테일 (편의점) 브랜드

트렌드를 빠르게 공유하는 X(트위터) 콘텐츠

배달 전문 F&B 브랜드

긍정 인게이지먼트가 배달 주문에 미치는 영향

배달 프랜차이즈는 최근 인플루언서 마케팅을 적극적으로 진행하고 있는 F&B 분야입니다. 유튜브 먹방과 콘텐츠 댓글 감성이 온라인 배달 주문에 미치는 영향과 관련된 연구에서 유튜브 댓글 긍정 댓글이 온라인 배달 주문에 유의미한 영향이 있는 것으로 나타났습니다. 이러한 댓글의 긍정적인 반응은 영상이 올라온 당일의 주문에 더 증가시키는 효과가 있으며, 부정 댓글은 배달 주문을 감소시키는 효과가 며칠 동안 지속되기 때문에 부정적인 인게이지먼트를 관리하거나 피드백 주는 모습을 시청자들에게 보여주는 것이 중요합니다. 이러한 유튜브 먹방 콘텐츠 협업은 가장 당일 배달 주문량을 끌어낼 수 있는 토요일/일요일로 해당 요일에 맞춰 업로드 하는 것이 좋습니다.

😊
긍정 인게이지먼트

맛있다, 바삭, 땡기다 등

→ 긍정 키워드 댓글

당일 배달 주문에
긍정적인 역할

😡
부정 인게이지먼트

짜다, 느끼하다, 별로 등

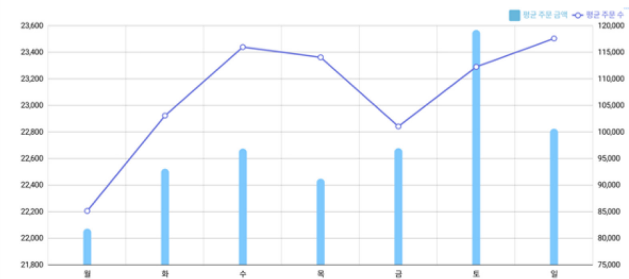
→ 부정 키워드 댓글

3-4일 간
부정적인 역할 지속

최사라, 이상용. (2022). 유튜브 먹방과 온라인 배달 주문: 영향력 분석과 예측 모형. 지능정보연구, 28(4), 119-133.

전국 요일 별, 배달 금액 평균 및 배달 건수 현황

1주일, 총 7일 중에서 가장 배달이 많은 요일은 언제일까? 10월 한 달 간의 배달 추이를 분석하여 가장 배달이 활발한 요일 및 요일 별 배달 금액의 차이를 시작해야겠다.



전국 요일 별 배달 금액 및 배달 건수 현황 (bigdata-map.kr)

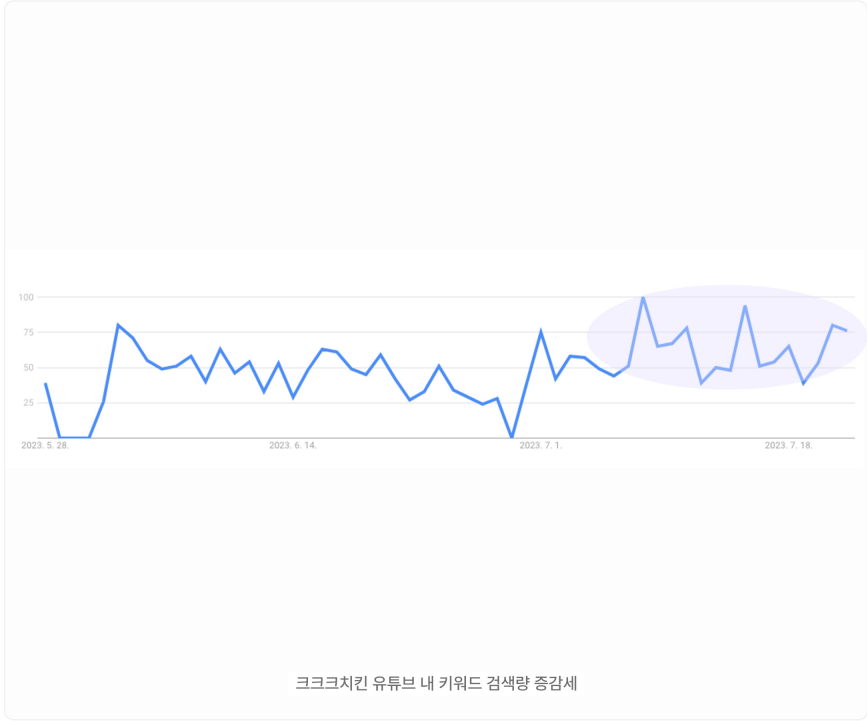
배달 전문 F&B 브랜드 성공 사례

배달 전문 F&B 브랜드의 인플루언서 마케팅을 적극적으로 진행하고 있는 사례로 60계 치킨을 들 수 있습니다. 60계 치킨에서는 크크크 치킨이 출시 된 이후부터 특히 숏폼 인플루언서들을 적극적으로 활용하는 모습을 보여주었습니다. 특히 ASMR 채널들을 섭외하여 얼마나 크리스피한 식감을 지니고 있는지, 스케치 코미디 채널과의 협업으로 해당 제품으로 스토리텔링을 하는 등의 다양한 콘텐츠로 좋은 반응을 끌어냈습니다. 2023년 7월 첫째 주 동안 업로드한 숏폼 캠페인으로 약 1,500만회의 조회수와 40만개의 인게이지먼트를 획득할 수 있었고, 그로 인한 전반적인 크크크 치킨에 대한 키워드 증감량 등이 상승했다는 것을 알 수 있습니다.

60계 치킨 크크크치킨 인플루언서 마케팅 데이터

콘텐츠 개수	18개
총 인게이지먼트	405,887개
총 조회수	15,670,636회

크크크치킨 인플루언서 마케팅 성과 (7월 4일~7월 18일)

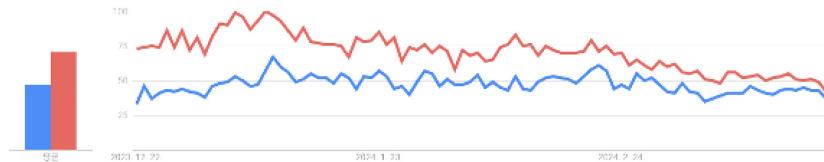


크크크치킨 유튜브 내 키워드 검색량 증감세

인기 먹방 콘텐츠 요소 - 메뉴 선정

성장성과 반응률이 좋은 먹방 카테고리 인플루언서의 특징은 음식의 메뉴 선정이나 조합을 잘한다는 점입니다. 2024년 성장성 순 유튜브 채널 10개의 댓글 키워드 분석 결과 공통점으로 메뉴 선정, 세팅 등에 대한 언급량이 높은 것을 알 수 있었습니다. 특히 '먹스나' 와 '돼끼' 같은 경우는 한판에 음식을 조합을 잘 구성하여 배치하여 좋은 반응을 끌어냈습니다. 날씨나 날짜 등을 고려하여 관심도가 높은 메뉴로 선정을 하는 것이 좋으며, 불닭볶음면이나, 마라탕 같은 경우는 언제나 높은 반응을 끌어내는 키워드이며 이러한 메뉴와 함께 조합을 하는 콘텐츠라면 높은 반응을 끌어낼 수 있을 것으로 보입니다.

시간 흐름에 따른 관심도 변화 ②



꾸준히 높은 관심도를 보유하는 불닭볶음면과 마라 유튜브 검색량

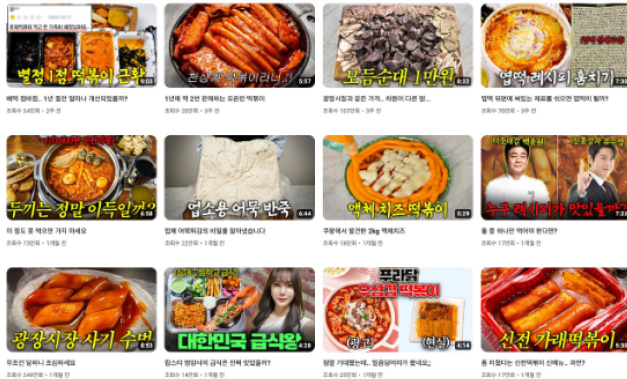


한판에 음식 조합으로 먹방을 진행하는 돼끼, 먹스나



인기 먹방 콘텐츠 요소 - 특정 음식의 전문가

떡볶권, 웅덕(마라덕), 프롬서히 유튜브 채널의 공통점이 무엇일까요? 바로 한 음식 카테고리에 전문적인 콘텐츠를 제작한다는 점입니다. 떡볶권은 떡볶이라는 한정된 카테고리 를 통해 대왕 떡볶이 만들기, 시가 추천하는 떡볶이 레시피로 떡볶이 만들기 등 무궁무진한 콘텐츠를 제작하고 있고, 웅덕(마라덕)은 직접 두집에 마라 로제 찜닭 협찬을 제안했 을 만큼 마라에 진심인 채널입니다. 이렇게 한 카테고리 전문 채널은 해당 카테고리의 음식만큼은 신뢰도가 있다고 느껴지기 때문에 좋은 반응을 끌어낼 수 있습니다



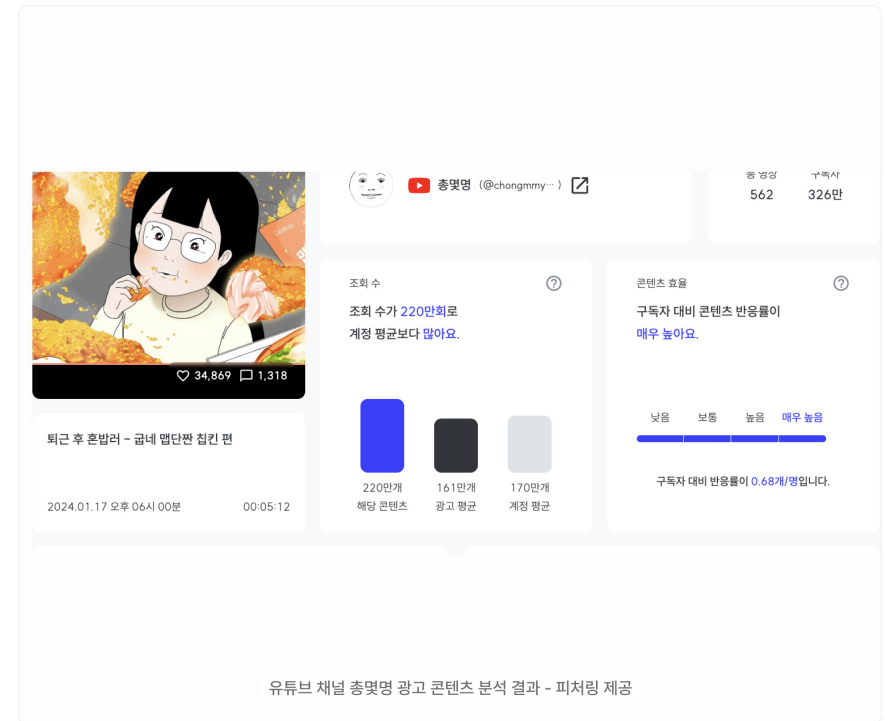
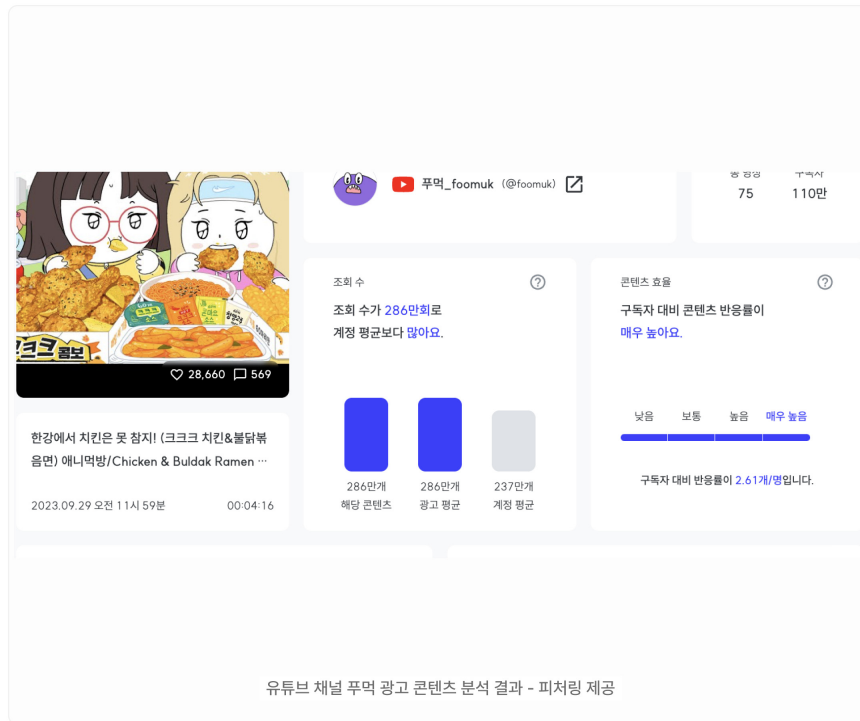
떡볶이 전문 유튜브 채널 '떡볶권'



탕후루와 관련된 콘텐츠를 주로 업로드 하는 유튜브 채널 '프롬서히'

인기 먹방 콘텐츠 요소 - 애니메이션 먹방

애니메이션 먹방 콘텐츠는 2023년부터 좋은 반응을 끌고 있는 콘텐츠입니다. 애니메이션 먹방이 얼마나 효과가 있을까 싶지만 1인 가구를 타깃으로 한 먹고 싶은 욕구를 자극하는 비주얼, 직접 성우가 해당 음식을 먹으면서 녹음하는 소리까지 웬만한 먹방보다 더 먹고 싶은 욕구를 자극하는 콘텐츠로 각광받고 있는데요. 이러한 애니메이션 먹방 콘텐츠는 피처링의 광고 콘텐츠 분석을 진행했을 때 구독자 대비 콘텐츠 반응률이 매우 높아 주목할만한 콘텐츠입니다.



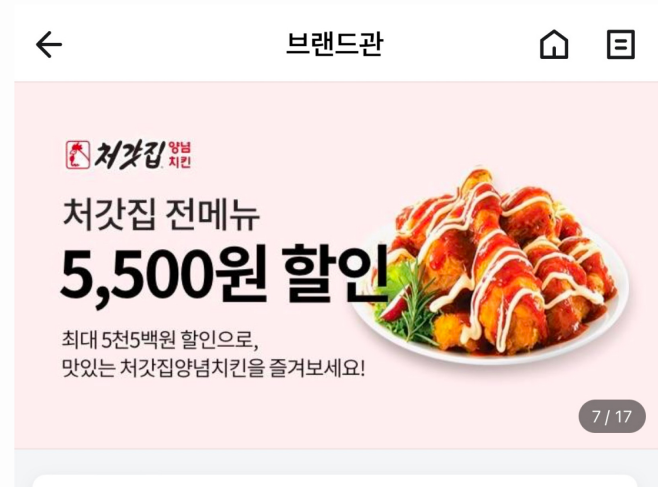
배달 전문 F&B 브랜드 ROI 측정

이러한 유튜브 콘텐츠를 통해 ROI를 측정하는 방법으로는 배달 플랫폼의 콘텐츠의 고정 댓글이나 설명란에 특정 쿠폰 발행을 할 수 있는 코드를 삽입한 뒤에 이러한 쿠폰이 얼마나 사용되어 주문이 진행되었는지를 알 수 있습니다. 혹은 콘텐츠 업로드 이후 배달 플랫폼의 브랜드관의 클릭률, 유입률 등을 비교함으로써 측정할 수 있습니다.

▶ 1/17 (수) 단 하루, 무려 맵단짠 칩킨 6,000원 할인쿠폰을 받을 수 있다급 ◀
T멤버십 앱에서 쿠폰 다운로드 후, 요기요에서 쿠폰 등록하여 사용 가능 😊
<https://bit.ly/4aN6QRW>

1/17 (수) ~ 1/19 (금) 단 3일간 사용 가능한 역.대.급 할인쿠폰 놓치지 마세요!

총몇명 급네 맵단짠 칩킨 관련 구매 유도 문구



배달의 민족 브랜드관 예시

오프라인 F&B 브랜드

오프라인 F&B 브랜드 특징

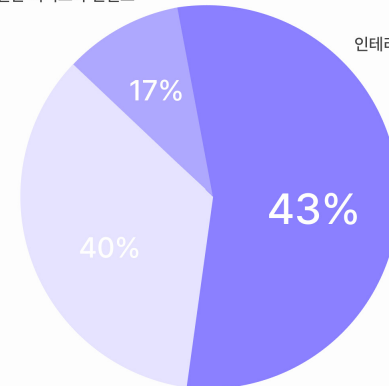
F&B 식음료의 자체의 퀄리티 하나만 보고 방문하기보다는, 인테리어, 음악 등 모든 경험을 복합적으로 고려하여 해당 공간의 방문 선택을 하게 됩니다. 소비자들은 이러한 F&B 브랜드를 일종의 문화 공간으로 여기고 있습니다. 먹방 콘텐츠나 맛집 자체로 소구하는 것 보다는 음식뿐만 아니라 공간의 매력 또한 함께 잘 보여줄 수 있는 인플루언서와 함께 하는지가 중요한 포인트입니다. 팝업스토어나 공간을 리뷰하는 리뷰형 콘텐츠 인플루언서와 협업을 했을 때 좋은 반응을 끌어낼 수 있을 것으로 보입니다.



대표적인 F&B 팬덤을 보유하고 있는 GFFG

친절한 서비스나 친절도

인테리어 분위기 60% 저렴한 가격 40%

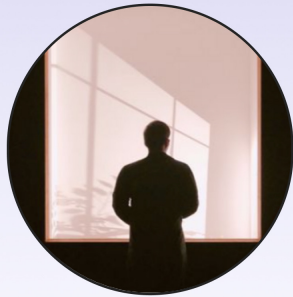


인테리어 분위기 40% 저렴한 가격 60%

맛 제외 식당을 선택하는 기준의 비중
30대 여성 소비자 100명 대상 설문조사 (비짓)

오프라인 F&B 소개 계정 - Instagram

따라서 이러한 공간의 매력을 영상이나, 스토리텔링을 통해 담아줄 수 있는 인플루언서와의 협업이 필요합니다.
2024년 성장성과 평균 도달수가 높은 공간 관련 숏폼 인플루언서들을 소개 합니다.



@_yh.yhh

평균 콘텐츠 도달수 2.3만

평균 좋아요 수 1,710 개

평균 댓글 수 87개



@my_season__

평균 콘텐츠 도달수 6.1만

평균 좋아요 수 9,888 개

평균 댓글 수 105개



@mini_chloe_pick

평균 콘텐츠 도달수 1.3만

평균 좋아요 수 6,384 개

평균 댓글 수 107 개

오프라인 F&B 소개 채널 - Youtube

따라서 이러한 공간의 매력을 영상이나, 스토리텔링을 통해 담아줄 수 있는 인플루언서와의 협업이 필요합니다.
2024년 성장성과 평균 도달수가 높은 공간 관련 숏폼 인플루언서들을 소개 합니다.



잡식공룡

평균 콘텐츠 도달수 35만

평균 좋아요 수 513 개

평균 댓글 수 101개



독고독채널

평균 콘텐츠 조회수 142만

평균 좋아요 수 3.2만 개

평균 댓글 수 564개



햇뽕랭

평균 콘텐츠 조회수 176만

평균 좋아요 수 4.7만 개

평균 댓글 수 277 개

F&B 인플루언서 - 핫한 외식 브랜드 디렉터

핫한 외식 브랜드인 GFFG의 기획자, 골든피스,테디뵈르하우스 등 핫한 외식 브랜드를 브랜딩한 디렉터 등 이러한 성공적인 외식 브랜딩을 끌어낸 기획자들이 인플루언서가 되고 있습니다. 트렌디한 브랜드를 기획한 기획자들이 가는 식당은 믿고 갈 만큼 맛이나 공간이 보장되었다고 볼 수 있죠. 또한 이들의 패션이나 아이템 등의 정보 또한 궁금해합니다. 이들이 기획하는 신규 브랜드에 대한 정보를 빠르게 받고 누구보다 빠르게 방문하고 싶어 하는 심리로 팔로우하기도 하는데요. 해당 인플루언서들은 보장된 신뢰도 있는 인플루언서들로 지켜볼 필요가 있습니다.



테디뵈르 하우스, 골든피스 디렉터 두기 (@dduki)



GFFG, 글로리오 서울 디렉터 허준 (@gjwns244)



보리 시리즈 디렉터 어반자카파 박용인 (@urbanzapayongjin)

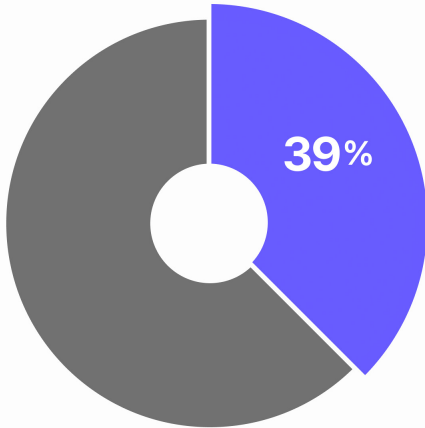
리테일 (편의점) 브랜드

편의점 브랜드

신상품이 계속해서 출시되는 편의점 제품들의 특성상 쉽고 빠르게 콘텐츠를 제작할 수 있고, 리트윗 등으로 바이럴 영향력이 큰 X(트위터)에서 콘텐츠를 제작하는 것이 좋습니다. X(트위터)는 편의점의 메인 타겟층인 MZ세대들에게 적합하게 도달될 수 있는 플랫폼이며 오픈 서베이 소셜미디어 검색포털 트렌드 리포트 2023에 따르면 10~20대의 이용률이 각 37.5%, 25.3%로 높았을 만큼 최신 유행과 트렌드를 빠르게 주도하고 있는 플랫폼이라고 할 수 있습니다. 이러한 편의점 브랜드는 X(트위터)를 기반으로 인플루언서, 소셜 마케팅을 확장하는 것이 좋습니다.

X(트위터) 10~20대 비율

59%



오픈서베이 2023 소셜 미디어 검색포털 트렌드



다인의 편의점이것저것_채다인 @totheno1 · Mar 22

정호영과 콜라보해 만든 세븐일레븐 카텐 유부우동(4,500원)당연하지만 카텐에서 먹던 바로 그맛!!은 아니고 냉장우동치고는 나쁘지 않은 맛 국수장국에 달달짭조름하게 조려진 폭신폭신티유부와 딱큰한 가쓰오부시 국물이 맛있다.

blog.naver.com/totheno1/22339...



편의점 관련 콘텐츠 예시

X(트위터) 진행시 주의점

최근 리테일쪽의 X(트위터) 광고 협찬 비율이 높아지고 있습니다. 그만큼 오히려 트위터(X)의 영향력이 강화되고 있는 것인데요. 다만 주의할 점으로는 트위터에서는 바이럴을 진행하는 것이 밝혀졌을 때 해당 기업에 대한 강한 거부감을 드러내기 때문에 바이럴을 진행하기보다는 광고임을 명확하게 제시하는 영향력 있는 X(트위터) 계정을 보유하고 있는 인플루언서에게 시딩하는 형식으로 진행하는 것이 좋습니다.



김잘먹

@jalmukkk

#협찬 #CU덕후

☞ 대파베이컨크림치즈카나페 = 3800원 ☜

🍷 어떻게 맛있게 먹어볼까 고민하다가...
 🥒 저의 선택은 상큼하고 아삭한 오이 하나 올리고
 후추 톡톡 뿌려 깔끔하게 즐겨보자! 였습니다 :)
 🏠 편의점에 특이한 게 많네요 ㅎㅎ

트위터 홍보 콘텐츠 예시



바이럴을 보면 짓는 개

@idontwantviral

계정주가 뺏쳐서 판 계정

📅 Joined November 2022

0 Following 8,868 Followers

Not followed by anyone you're following

Posts

Replies

Media

Likes



Pinned



바이럴을 보면 짓는 개 @idontwantviral · Nov 22, 2022

바이럴 계정 크레딧

바이럴에 대한 강한 거부감을 드러내는 트위터 예시

X(트위터) 인플루언서 추천

푸드 카테고리에서 팔로워 수가 높고, 리트윗이나 포스팅의 평균 조회수가 높은 X(트위터) 인플루언서를 추천합니다.
평균 조회수와 평균 리트윗 수는 3월 다섯째주 기준 최근 10개의 포스팅을 기준으로 계산하였습니다.



@berryme0v0

팔로워 수 3.7만

평균 조회 수 2.4만 개

평균 리트윗 수 220 개



@totheno1

팔로워 수 4만

평균 조회 수 11만 개

평균 리트윗 수 500 개



@meokwawa

팔로워 수 1.3만

평균 조회 수 3.1만 개


평균 리트윗 수 259 개

매일유업 @freshmaeil · Mar 21
D-4... 조금만 기다려주세요 가족들


LÜCKY STÄR Hyun @yourside_star · Mar 21

아니 세상에 매일유업 장난하냐고
홍보 그만하고 물건부터 내놓으라고 ㅠㅠㅠㅠㅠㅠ 이런 훌륭한 제품 누가 만든거냐고 ㅠㅠ
ㅠㅠㅠㅠㅠㅠ



 올리브영 🌻 @oliveyoung · Mar 22

어제 퇴근하고 갔다왔구
오늘 점심시간에도 갔음... 😊
오늘은 쉬게.. 그래두 될까..?

 **바나나채채** @bananaccm · Mar 22
Replying to @oliveyoung
오늘도 퇴근하고 올영 같거야?

1 3 24 27K

Copyright © 2024 by Featuring all rights reserved 19

피처링이 선보이는 차세대 소셜 미디어 인텔리전스 데이터이펙트 4월 내 론칭

도입 문의 : jji@featuring.in

피처링X엘리베어 인플루언서 캠페인

캠페인 정보

인사이트

콘텐츠

트래킹 기간 2024. 02. 12 ~ 02. 28 / 1

필터

Instagram x Youtube x

2024. 02. 16 목

bloomingday_

오늘 급상승 콘텐츠!

feat.oold

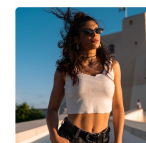
오늘 급상승 콘텐츠!

캐주얼한 룩에 딱 어울리는 만능 #선글라스 ♡
무심하게 툭 써주기만 해도 오늘의 룩 완성 ♡
#OOTD #봄데일리룩 #데일리룩챌린지 ...

2시간

♡ 272

💬 105



@feat.oold

팔로워 수

52,435

플랫폼

Instagram

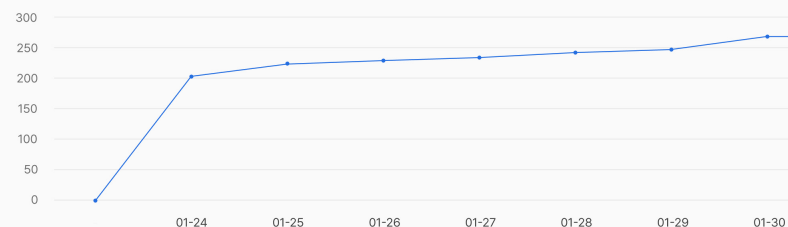
콘텐츠 업로드 일시

2024. 01. 24

✓ 헬스 체크 데이터 수집 상태 정상

성과 요약

콘텐츠 인게이지먼트



CPV

277.8원

광고 단가 : 1,200,000원 기준

CPE

4743.1원

광고 단가 : - 원 기준

콘텐츠 오디언스 분석

연령 및 성별 그룹별 반응

(단위 : %)

오디언스 반응 시간대 별 인게이지먼트

*featuring

피처링은 아시아 최대 규모의 1300만명 이상의 인플루언서, 채널 데이터와 소셜 미디어 데이터 3억개 이상을 피처링 AI 엔진을 통해 실시간으로 수집 및 분석하여 인플루언서 및 SNS 활용 광고/마케팅 시장을 혁신하고 있습니다.

피처링 서비스는 기존의 인플루언서 찾기, 인플루언서 관리, 인플루언서 메시지 발송 등 비효율적으로 진행되던 인플루언서 마케팅 과정을 개선하는 인플루언서 마케팅 플랫폼이며

이러한 인플루언서 마케팅에 대한 업계의 인사이트와, 보유하고 분석하고 있는 소셜 미디어를 기반으로 4월 중 출시 예정인 데이터 이팩트는 소셜 미디어 데이터를 통해 비즈니스의 소셜 콘텐츠를 정량적으로 분석하고 인사이트를 획득할 수 있는 소셜 인텔리전스 서비스를 제공합니다.

피처링과 함께 소셜 미디어 마케팅 전반에 인사이트를 얻어보세요

피처링 사이트 바로가기

도입 문의하기

인플루언서 마케팅

인플루언서 검색/찾기
인플루언서 영향력 분석
캠페인 진행 지표 자동화

인플루언서 관리

인플루언서 영향력 성장 트래킹
콘텐츠 관리

소셜 계정 오디언스 분석

계정 현황 분석
오디언스(타겟층) 분석
브랜드 팬 관리

키워드 콘텐츠 모니터링

소셜 계정 콘텐츠 생성/관리를 위한 트렌드 키워드 분석
경쟁사 키워드 트렌드 분석