

코리아리서치인터내셔널
회사 소개 및 전략 방향 공유

2022.03.02

KRi

Copyright © 2021 KRi. All rights reserved.

회사소개 및 전략 방향

CONTENTS

Ⅰ. 회사 소개 03

Ⅱ. 시장환경변화 16

Ⅲ. 비즈니스 전략 방향 22

코리아리서치인터내셔널은 1988년 9월 13일 시작되었습니다.

New Paradigm, New Leader

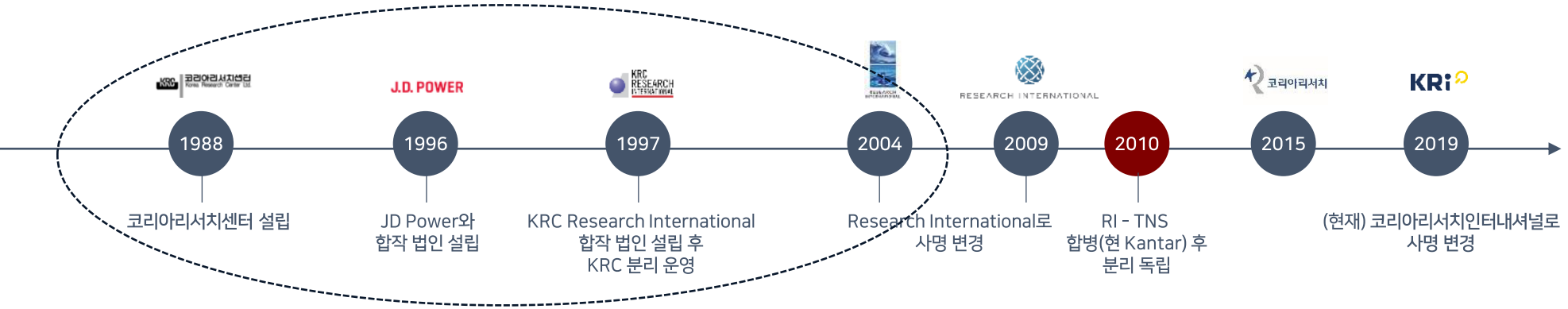
The First Value Creator



"우리는 과학적 조사와 전략적 컨설팅을 지향하며, 기업과 사회의 동반자로서
가치를 공유하고 미래를 준비해 나가는 파트너로 조사업계에서 선도적 역할을 수행할 것입니다."

Founder 故 **박 영 준 회장**

KRi는 1988년 창업 이후 글로벌 조사회사와 제휴를 통해 성장하며, 새로운 고객 가치 창출의 역사를 만들어 왔습니다.



코리아리서치인터내셔널은 선진 글로벌 조사회사와 합작운영 경험이 있습니다.

- 코리아리서치인터내셔널은 한국조사업계에서 국내기업으로서 자존심을 잃지 않으면서 선진 글로벌 조사회사의 조사시스템/솔루션 도입을 통해 한국조사산업을 성장시켰습니다.



코리아리서치인터내셔널은 조사업계 패러다임을 이끌기 위해 노력하고 있습니다.

1 과학적인 조사 시스템 개발

- 전화조사 시스템 ;CATI, 면접조사 시스템:CAPI 자체 개발(1995년도)
- 선거 예측조사 시스템 K poll-Tec 개발(2002년도)

2 방송사 선거 예측 조사에서 독보적 지위

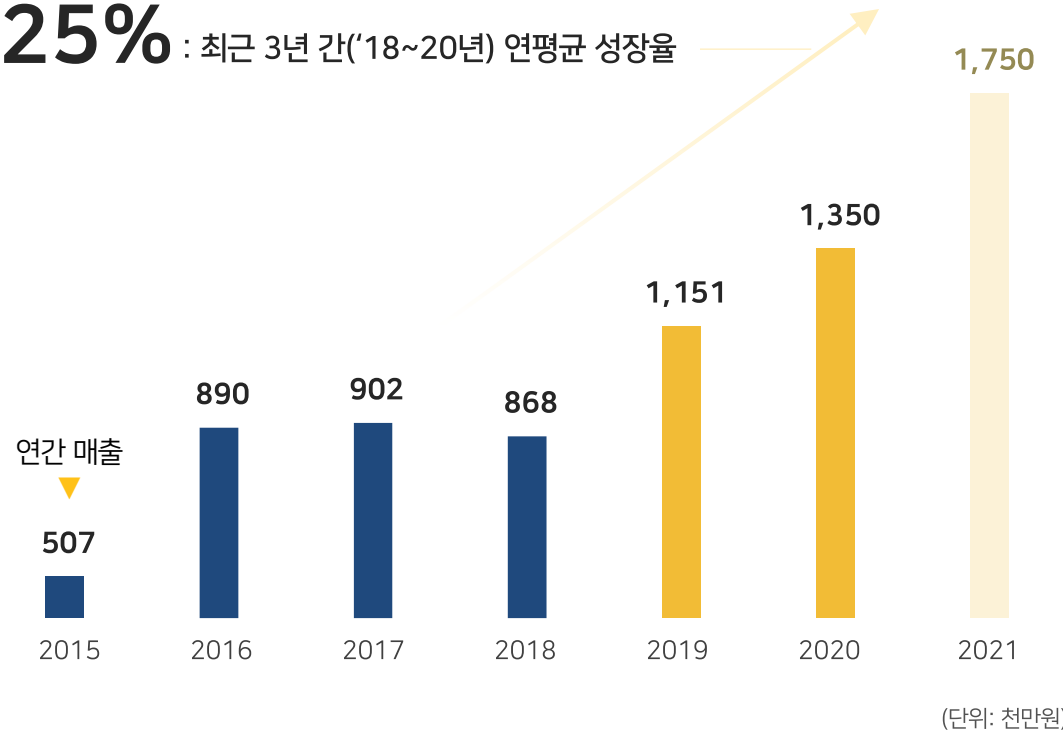
- 제 15대 ~ 20대 대통령 선거 예측 조사 연속 수행
- 제 15대 ~ 20대 국회의원 총선거 예측 조사 연속 수행
- 제 2회~ 7회 지방 선거 광역단체장 선거 예측조사 연속 수행

3 기업 및 공공기관이 신뢰하는 조사기관

- 기획재정부 주관 공공기관 고객 만족도 조사 20년 연속 수행
- 최근 기업 고객으로부터 가장 많이 선택 받는 조사 기관

최근 3년간 빠른 성장으로 업계 내에서 주목을 받고 있습니다.

25% : 최근 3년 간('18~20년) 연평균 성장율



글로벌 조사를 위한 클라이언트의 선택

LG전자
- 14개국 Air Solution 커뮤니케이션 효과조사
- 3개국 미래 TV 상품 기획 조사
- 3개국 MZ세대를 위한 TV 상품 기획 조사

SAMSUNG
- 3개국 NPS 조사
- 6개국 제품 메시지 수용도 조사
- 홈 트레이닝 시장 조사

HYUNDAI
- 13개국 Automotive Global BTS
- 35개국 Global Mystery Shopping
- 글로벌 딜러 종합 평가 체계 구축 조사

KT&G
- 아프리카 20개국 담배시장 조사
- 5개국 소비자 니즈 탐색 조사
- 국내/해외 조사 파트너 사 (3년 연속 수행)

한국관광공사 KOREA TOURISM ORGANIZATION
- 22개국 해외 광고 효과 조사

빠른 성장의 비결은 강력한 팀쉽을 바탕으로 하고 있습니다.

SIX GROWTH Drivers

6가지 성장 동력



01

Know-How



02

Talent

03

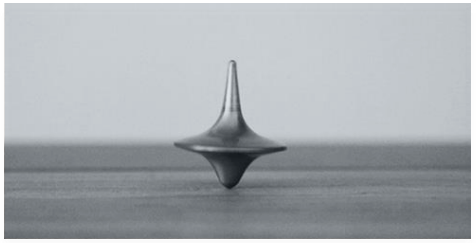
Challenge



04

Digital Transformation





05

Balance



06

Agile

첫번째 빠른 성장 동력은 Know How 입니다.

앞서가는 시스템, 성과로 증명된 신뢰, 새로운 방법론 연구

Know How

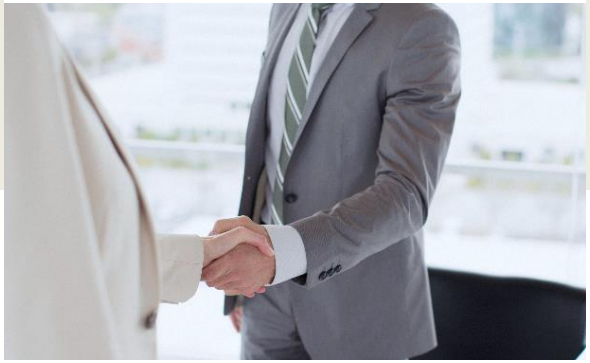
과학적, 전략적 조사 산업의 근간 마련

- 국내 최초 CATI, CAPI 자체 시스템 구축
- 선거 예측 조사 구축 시스템 K Poll-Tec 개발



공공 분야에서 이룩한 유일무이한 성과

- 22년 연속 선거 예측 조사 경험
- 20년 연속 공기업 만족도 조사 및 정부 기관 만족도 조사 수행



고객 니즈를 찾는 새로운 방법론 시도

- GURU전문가와의 미래 비전 수립 조사
- 새롭게 고객을 이해하는 마이크로 세그멘테이션
- 고객과 함께 만들어가는 컨셉 개발 프로세스



경험과 지식을 갖춘 Talent가 성장을 이끌고 있습니다

Global Standard, Specialized Research Service

02

Talent

Global

리서치에서의 글로벌 표준 이해

국내 Top Tier 글로벌조사 회사에서의 다양한 경험 집결

Majors

리서치 주제별 다양한 시각과 인사이트 공유

다양한 분야의 석/박사 전공자 구성으로 다각도에서의 인사이트 제공
(사회학, 통계학, 커뮤니케이션, 심리학, 법학, 정치, 경영, 경제, 생물학, 산업디자인 등)

Industry

주요 리서치 산업에 대한 높은 이해

클라이언트 사 근무 경험자 합류

Service Line

다양한 리서치 서비스 영역에서의 전문성 보유

Political, Strategy Consulting, Health care, Automotive



트렌드와 시대에 앞선 도전을 주저하지 않습니다.

시대에 맞는 사회적 책임, Digital 기술을 활용한 새로운 비즈니스 추진

Challenge

VR기술 활용한 데이터 서비스 제공 예정

2019년

올림플래닛의 부동산 세일즈 플랫폼 '집뷰'와
부동산 분양공급 관련
데이터 솔루션 개발에 대한 MOU 체결



한국을 대표하는 정치 현안 조사 자리 매김

2020년

코리아리서치, 엠브레인퍼블릭,
케이스탯리서치, 한국리서치 공동 수행 중

ESG

2021년

소비자 권익 포럼, 산업정책 연구원과
'소비자 중심 ESG 좋은 기업 만들기 운동' 협약 체결



패널 활용 및 데이터 연계 분석

2021년

BC 카드 유저 기반 서베이 패널 구축을 위한
MOU 체결

국내 조사 회사 중 가장 빠르게 4차 산업혁명의 변화를 준비하고 있습니다.

리서치 전 영역에서의 Digital Platform 실현

04

Digital Transformation

K-Digital
Research Platform







K-ShopOn

현장 모니터링 조사 Digital Platform
- 실시간, 즉시성, 효율성 -

KON

정량 설문지 Scripting Digital Tool

Kiwi

패널 플랫폼, 분석 툴, 리서치 노하우를
통합적으로 제공하는 리서치 플랫폼

국내 리서치 회사 중에서 균형 있는 비즈니스 성장으로 시너지를 창출합니다.

마케팅과 공공 리서치의 균형 있는 성장과 상호 성장의 동력

Balance



* 2020년 매출 기준

Marketing

- Mobility Service
- Durable
- Health Care
- CPG

마케팅의
새로운 방법론 적용

상호 성장

Public

- Public Affair
- Public Marketing
- Political
- Social

공공분야에서의
평판과 정교한 설계 노하우 활용

12

유연하고 자율적인 조직문화는 전문성을 갖추고 진화하고 있습니다.

유연하면서 전문성 있는 조직으로 변화

Agile

KRi Business Line

Research & Consulting	Business Promoter	Digital Convergence	Data Innovation
Consultative Research & Fact-based Consulting	선제적 Sales 및 클라이언트 니즈 발굴	Digital Transformation 구현	데이터 수집 및 Field & Tab
Public Research	In-bound Survey	데이터 분석	Field work
Marketing Research	New 클라이언트 개발	솔루션개발	Field & Tab
Strategy Consulting	Advanced Biz. Planning	Digital Platform 운영	Facility Sharing Business
Insight	Sales & Plan	Big Data & Platform	Data & Information

디지털 AI Pivoting을 통한 New Business 기회 발굴 Leadership위해 노력합니다.

미래시장 리딩을 위해 AI빅데이터 비즈니스 투자

디지털 AI 피보팅을 통한 Digital Transformation (DT), Digital eXchange (DX) 실현으로
데이터를 통한 인사이트 제공 및 클라이언트의 효과적/효율적 의사결정 지원

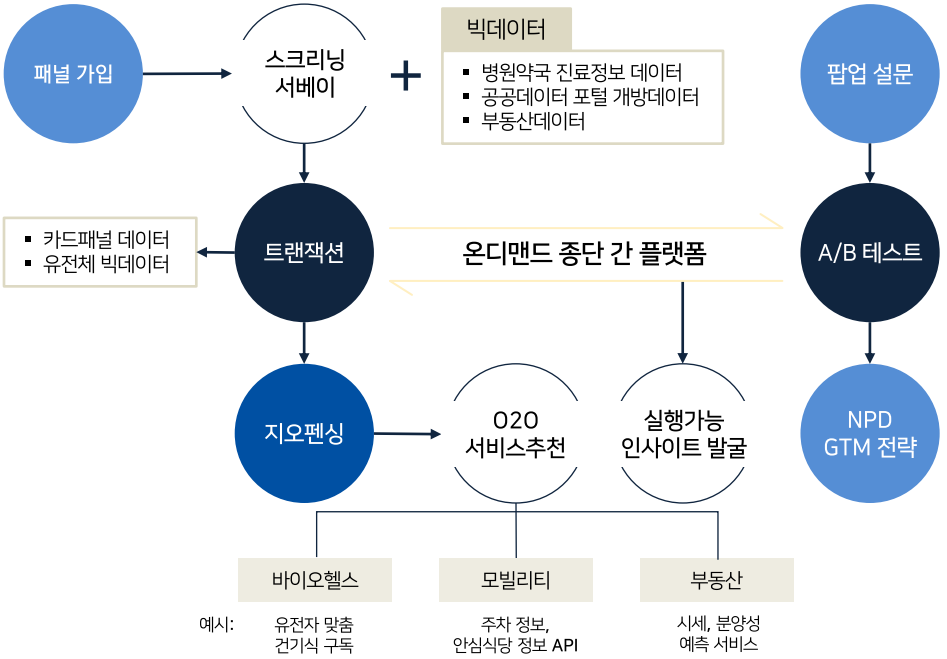


AI Big Data Business Partner

홍 정 한 상무

분석솔루션 R&D 및 온디맨드
데이터 플랫폼 기반 신사업 리딩

AI Big Data Center Leader
現 울산과학기술원 경영과학부 겸임교수
前 울산과학기술원 기술경영전문대학원 교수
前 Kantar Korea 상무,
빅데이터 사업 본부장



Experience

- 지능형 오믹스 기반 근골격계 솔루션 개발
- 해양수산 빅데이터 플랫폼 센터 구축사업 혁신 서비스 개발
- 딥러닝 빅데이터 수면단계 패턴 예측 연구
- 빅데이터 기반 가전 수요 예측, 스토어 세일즈 최적화 프로젝트 수행

Patent inventorship

바이오 헬스케어

- 지능형 오믹스 기반 개인별 맞춤형 복잡질환 발병위험도 정보 제공 방법 및 장치
- 근골격계 증상을 진단하기 위한 영상 검출 기반 전자 장치, 방법 및 시스템
- 건강 증진 정보 제공 장치 및 방법

물류 모빌리티

- 브레이크 벌크화물 검수 자동화 시스템 및 방법

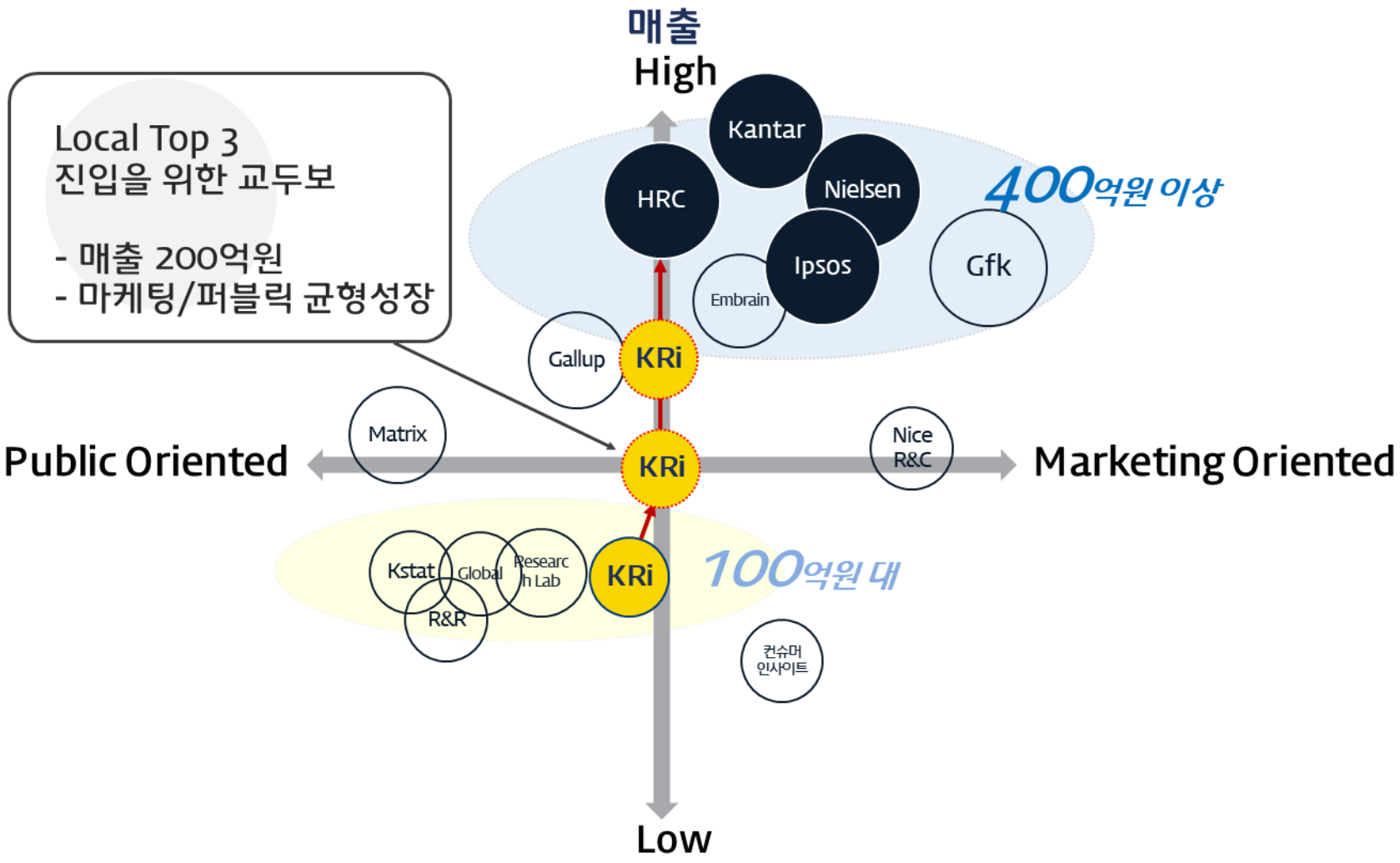
코리아리서치인터내셔널은 현재 로컬 리서치 회사로 2nd Tier입니다.

한국조사협회 기준

- 글로벌 리서치 회사 VS. 로컬 리서치 회사
- 종합 리서치 회사 VS. 실사 중심 회사 VS. 온라인/모바일 패널 조사 회사
- 매출기준 Top Tier (400억 이상) : 칸타, 닐슨, 한국리서치, 입소스, 마크로밀엠브레인
  2nd Tier (130억 이상) : 갤럽, 메트릭스, 나이스디엔알, 코리아리서치인터내셔널, 리서치랩, 케이스탯, 글로벌, R&R



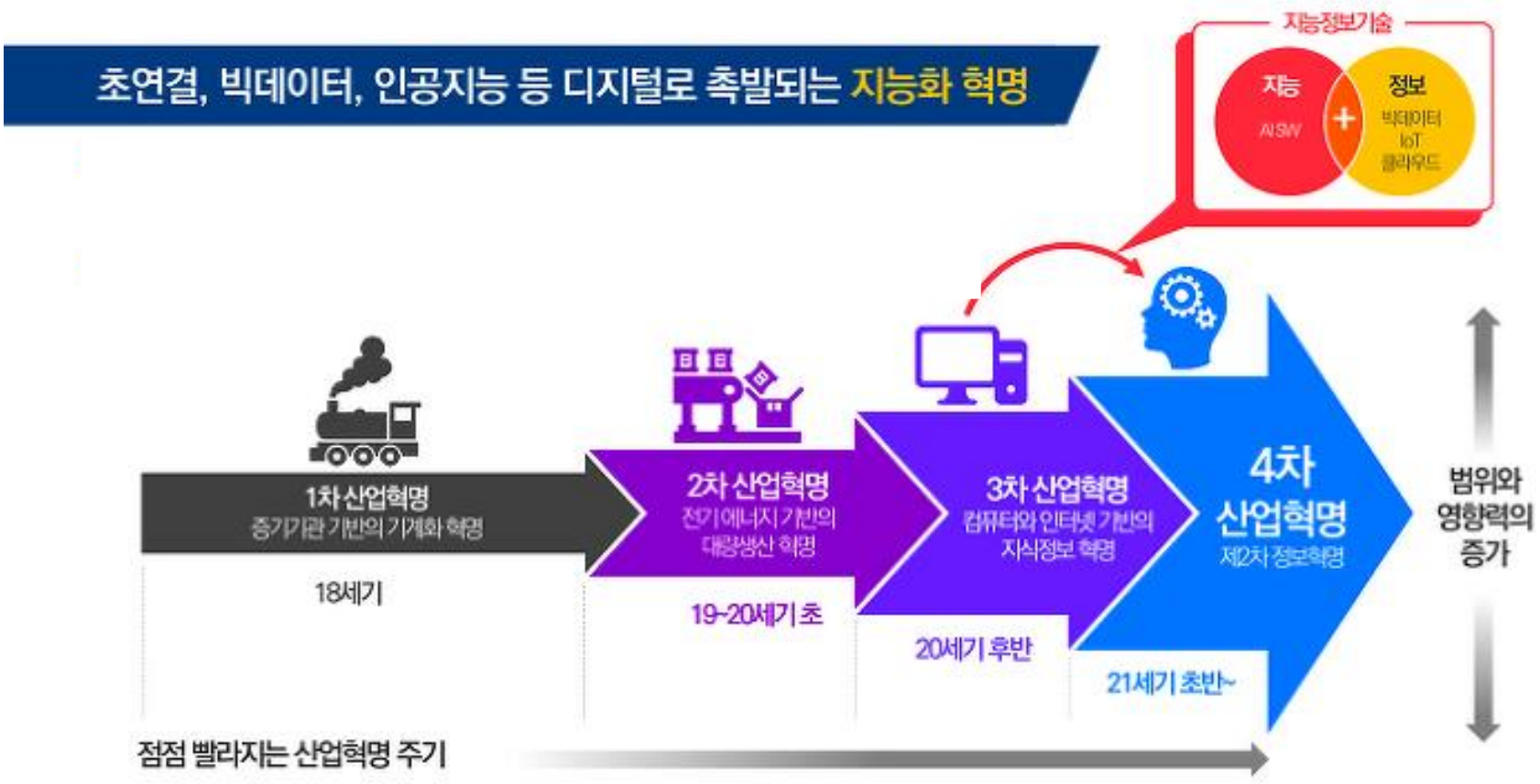
향후 3년 내 Local 기준 Top 3에 진입할 수 있습니다.



리서치 산업 역시 4차 산업 혁명 시대에 빠르게 적응해야 합니다.

리서치 산업의 Digital Transformation

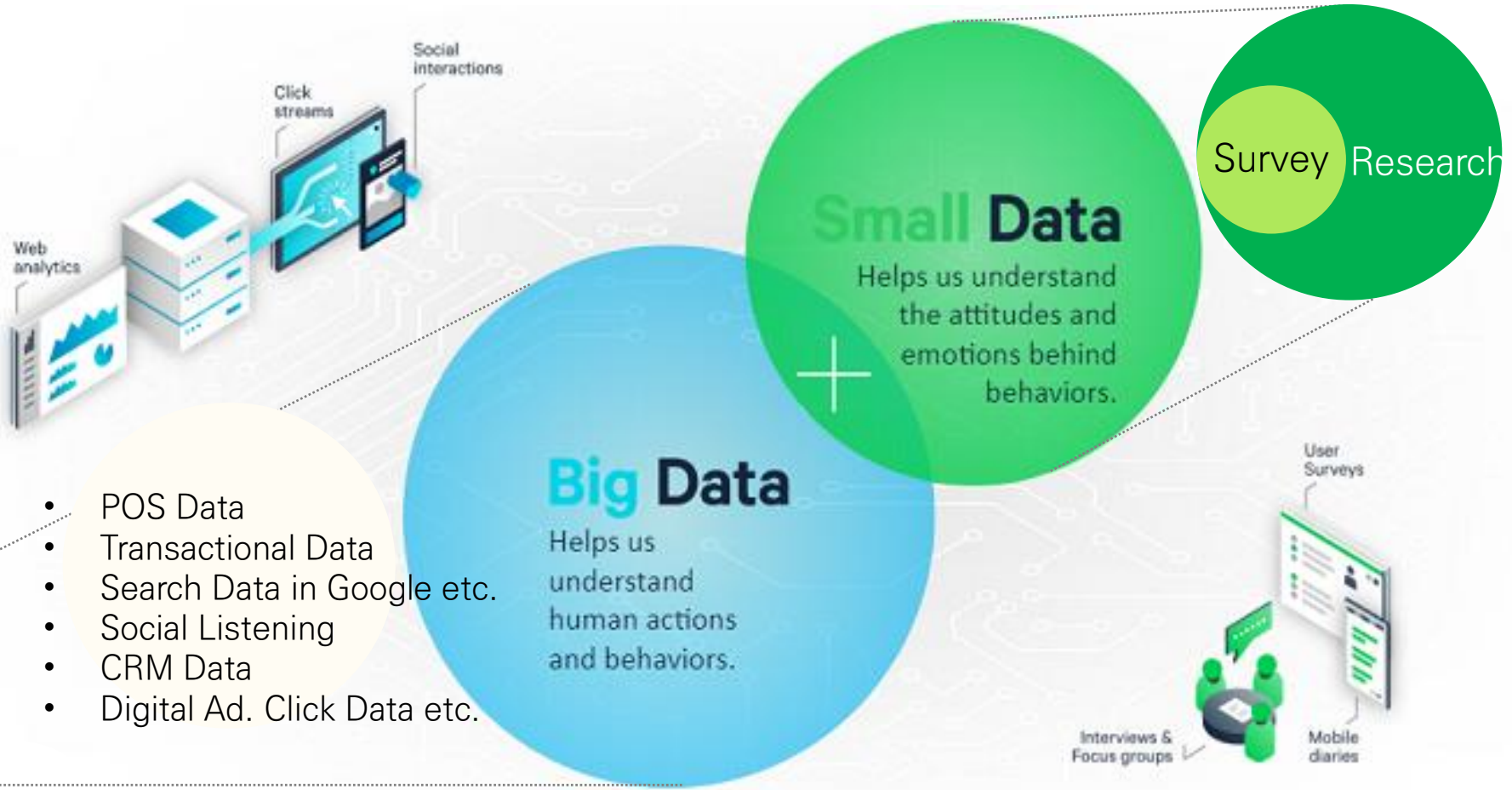
- 4차 산업혁명 시대가 도래하면서, 리서치 산업은 어떻게 변화할 것인가?
  결국, 데이터에 근거한 리서치 산업은 빅데이터/인공지능 발전에 영향을 받을 것으로 예상됨
  → 우리가 일하는 방법/방식/조직 및 문화 등의 Digital Transformation



빠른 시장 변화에 맞춰 비즈니스 범위를 재정의할 필요가 있습니다.

우리 산업의 범위

- 변화하는 트렌드 및 시대에 맞는 비즈니스 범위의 변화 필요
- 다양한 방법으로 데이터 수집하여 데이터분석/해석으로 인사이트 발견의 전영역이 비즈니스

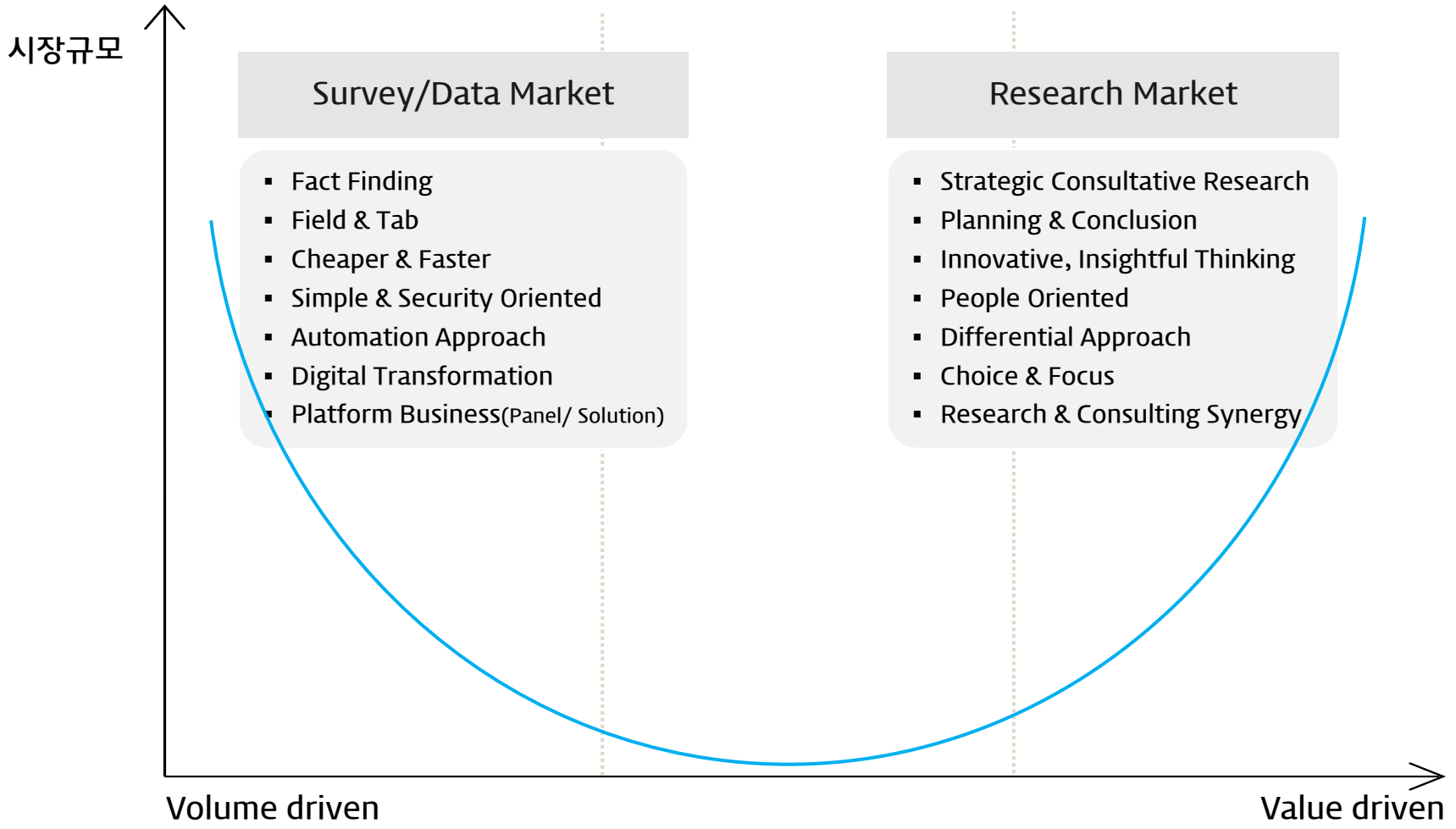


- POS Data
- Transactional Data
- Search Data in Google etc.
- Social Listening
- CRM Data
- Digital Ad. Click Data etc.

Small Data 시장 진화에 대응하기 위해 준비하고 있습니다.

Small Data 시장의 진화

- Small Data 시장 또한 디지털 기술의 발전 및 비즈니스 환경 변화에 따라 양극화가 가속화됨



이미 변화는 시작 되었습니다….

- 비즈니스 환경, 클라이언트, 경쟁사 등은 디지털 기술 기반의 변화를 통해 우리의 비즈니스를 위협하고 있음

비즈니스 환경 변화

- 빅데이터 접근성 완화 : 마이 데이터 사업 승인 임박
  → BC , 하나 카드사 등 비즈니스 제휴 협의
- 경쟁 범위 변화 : 리서치 회사 외 타 업종에서 리서치 데이터 제공
  → 신용카드 사 및 Transactional Data 제공 유통 사
- 디지털 솔루션 기반의 데이터수집-분석-보고서 제공 기술 발전
  → Qualtrics, Medallia 등의 글로벌/로컬 솔루션 개발회사 성장

클라이언트 변화

- 코로나 19를 통한 온택트 조사 확산 : 디지털 조사방법 확대 계기
  → 대면 기반 정성조사 영역으로의 확대 적용 가속화
- 정기 조사 프로젝트 축소 : 브랜드 및 U&A 조사 대체
  → Social Listening 및 Transactional Data의 기존 조사 대체
- 디지털 솔루션 활용 니즈 확대 : 전통적 데이터 수집 방법의 변화
  → 예) 국민은행 고객만족도 조사의 디지털화

경쟁사 변화

- 글로벌 회사의 비즈니스 전략 변화
  → Total Understanding VS. Total Measurement
- 패널 비즈니스 기반 경쟁사의 약진 : 빅데이터 사업 진입장벽 낮음
  → 패널 기반의 빅데이터 사업 진출, MOU 등을 통한 사업 변화
- 시장 경쟁 구조 재편 : 위협 및 기회 요소
  → 칸타,닐슨, Gfk 지배구조 변화 및 로컬 리서치 회사의 성장/변화

왜 변화가 필요한가?

- 조직에 있어서 변화는 더 나은 조직으로 거듭나는 것을 의미한다.
  변화는 여러 힘들이 모아져서 생기는 것이다.
  변화의 성패는 변화에 대한 절실한 필요성과 열망의 강도에 의해 결정된다

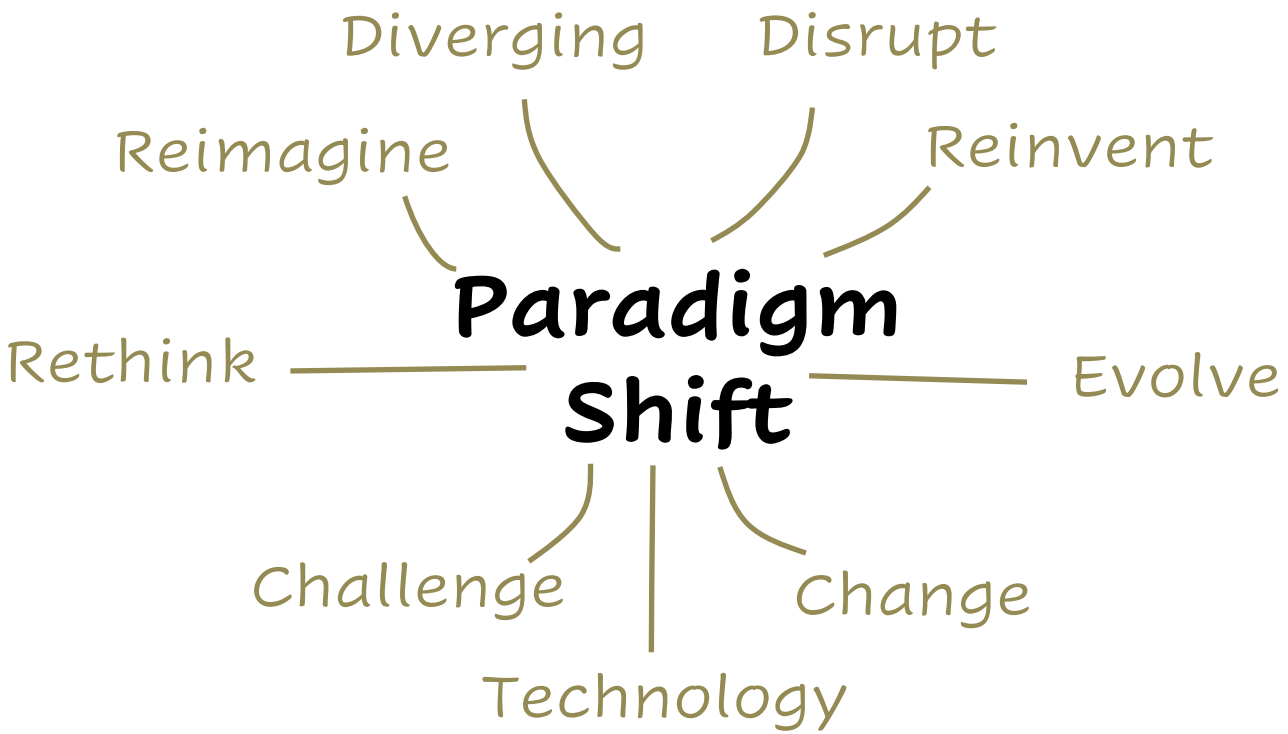
https://www.youtube.com/watch?v=n4RjJKxsamQ



https://www.youtube.com/watch?v=UMW9NmlX1ws

변화에 대한 도전을 준비할 때 …

- 비즈니스 환경 및 클라이언트, 경쟁사 등의 변화에 대한 적극적인 대응을 위해 코리아리서치만의 새로운 도전을 준비해야함



Paradigm Shift of Research Business : AS-IS

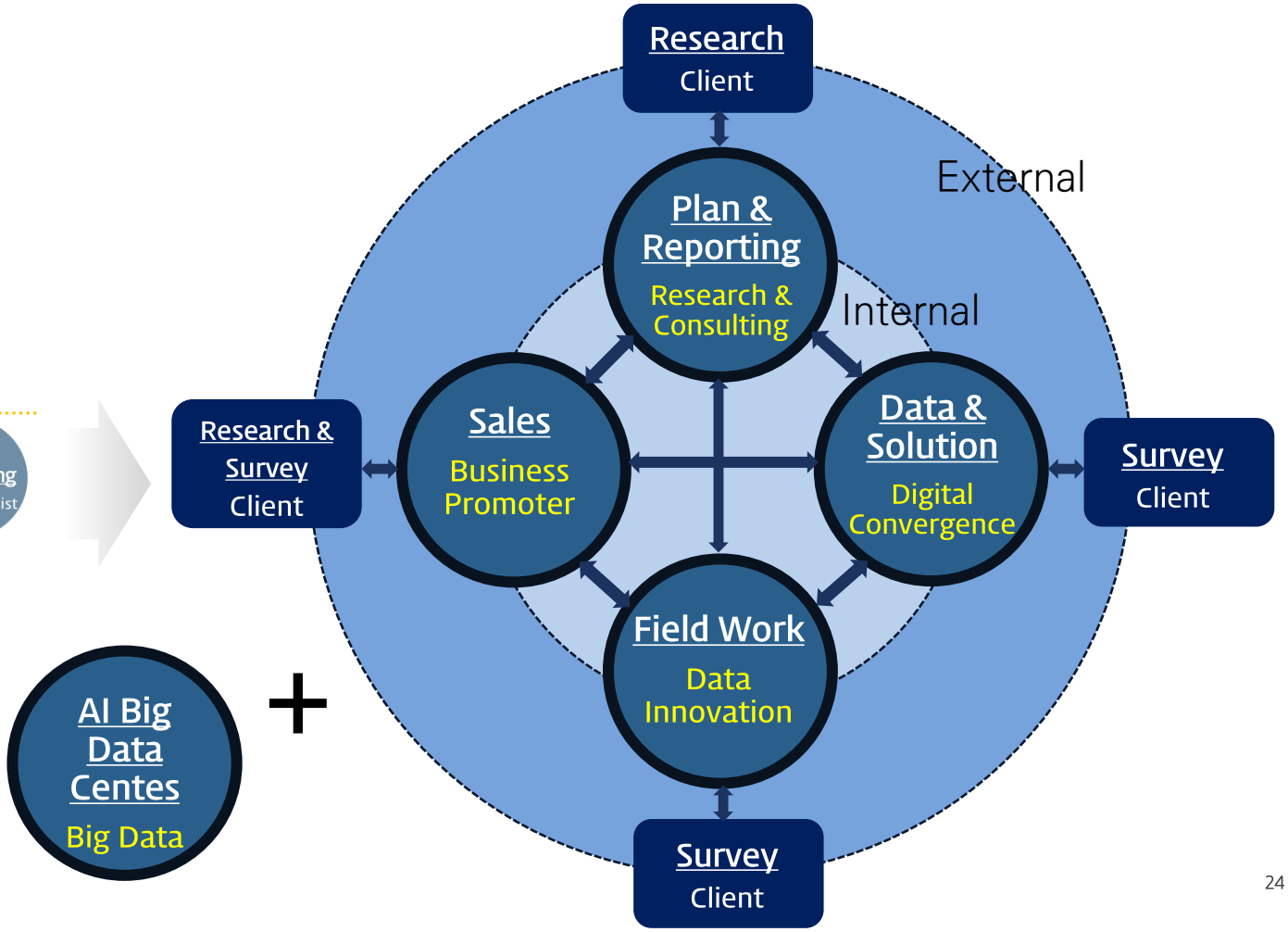
- 전통적인 리서치 비즈니스는 Researcher가 Clients와의 관계를 통해 Sales를 리딩하고 Filed work과 DP 부서에서 지원하는 구조



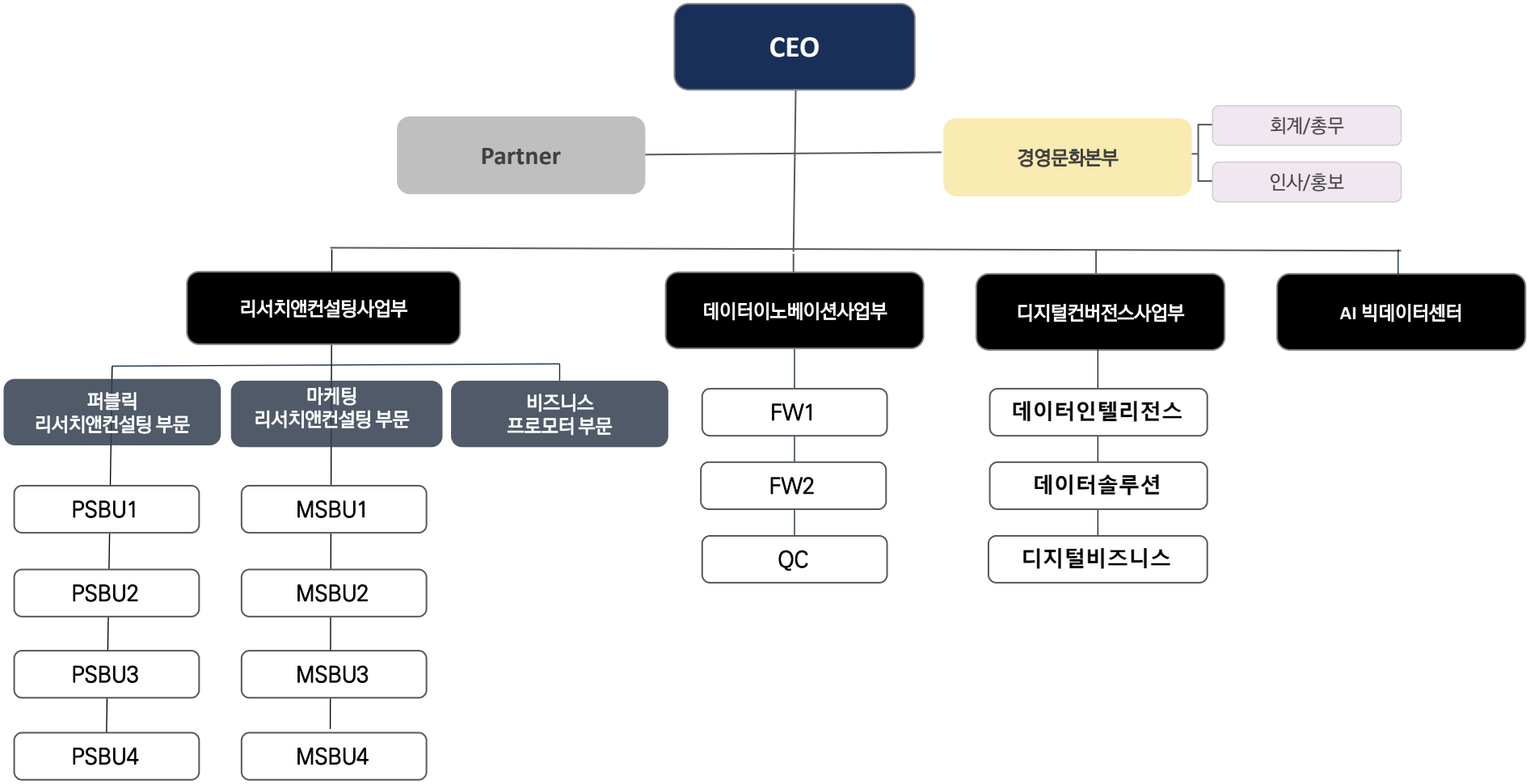
비즈니스 다각화 : Research Business의 Paradigm Shift

- 기존의 Research Consulting 중심의 단일 비즈니스 구조에서
  4개의 비즈니스 라인이 비즈니스를 끌어갈 수 있는 조직으로 진화
  → 4+1개 사업부 체제 : 리서치앤컨설팅, 데이터이노베이션, 디지털컨버전스, 비즈니스프로모터





코리아리서치인터내셔널만의 차별적 조직 구조



2022년 비즈니스 방향 설정을 위한 고려사항

성장지표

	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
계약액	54	55	99	110	102	107	150	173
직원수	41	38	53	57	58	72	96	109
클라이언트수	179	135	165	189	184	209	211	194

2022년 비즈니스 방향

Good Growth VS. Bad Growth



2022년 비즈니스 방향 “ Good Growth”

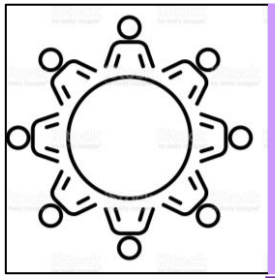
Beyond Quantitative Growth,

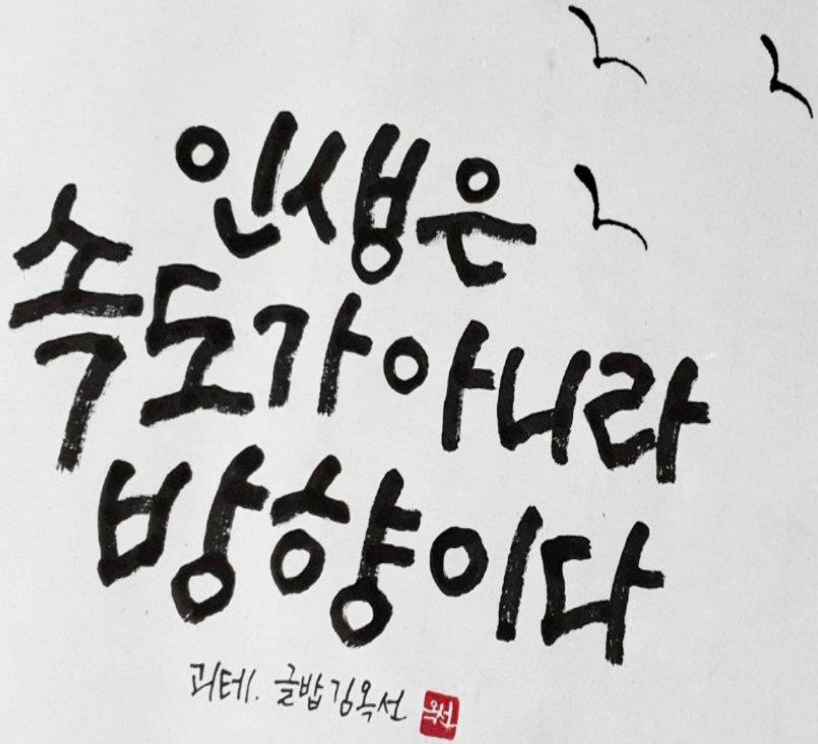


Through Digital Exchange.

“Good Growth”를 위한 전략 계획

This is the Era of Good Growth

	**Business**	*“ Growing Profitably & Responsibly ”* - 매출에서 GM 중심으로 전환 - 사업부 체제 강화(Survey Market 성장) → DIN /Kiwi Survey 육성 - AI 빅데이터 비즈니스 투자/ Digital Exchange 가속화
	**People**	*“ Home of Researcher ”* - 리서치 사관학교 : 대표 리드 하, 교육 집중 투자 → 교육 방식 전환 - 리서치 역량 강화/평가 → 직급 체계 개편 (사원→선임→책임)/ 직급별 체류 연한 폐지
	**Culture**	*“ Free & Responsibility ”* - K- 자율근무제 정립→ 패밀리 데이 확대 시행 검토 中 - 공정의 가치 실현 → 공정성에 기반을 둔 복지 제도 검토 - 기업의 사회적 책임 실천 노력
	**Infra**	*“ Maximize Efficiency ”* - 효율적 업무 지원 시스템 구축 → 인트라넷 재구축 등 - 업무 방식 개선 노력 지속 - Professional Group 운영


인생은
속도가 아니라
방향이다
괴테. 글밥 강옥선

壬寅年 신년 메시지

19

敎學相長

교학상장

20

率先垂範

솔선수범

21

志堅行苦

지견행고

:뜻이 견고하고 행동은 각고의 노력을하다

22

虎視牛步

호시우보

:호랑이 눈같은 날카로운 통찰력과 소걸음 같이 신중하고 끈기있게

기업가치 “5 Values ”



역량 Competency
고객 가치 창출을 위한 구성원의 역량을 극대화하며 패러다임 리딩

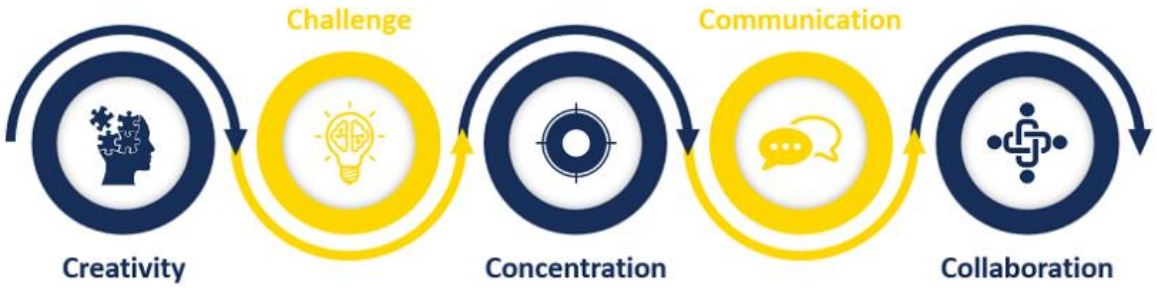
자율 Autonomy
구성원의 독립성과 자기 결정권을 통한 활동 자율성 보장

조화 Harmony
구성원 개개인의 다양한 개성과 관점을 존중, 의견 공유를 통한 함께 하는 문화

가족 Family
우리에게 가장 소중한 것은 가족, 가족과 함께하는 회사

건강 Health
마음, 정신과 신체가 건강한 구성원

우리가 일하는 방식 “5C Ways ”



Creativity	사고는 ‘창의적이고 이성적으로’
Challenge	행동은 ‘진취적이고 도전적으로’
Concentration	업무는 ‘자발적이고 집중적으로’
Communication	소통은 ‘긍정적이고 열린 마음으로’
Collaboration	태도는 ‘열정적이고 협력적으로’

더 나은 코리아리서치인터내셔널은 지향점은… ”

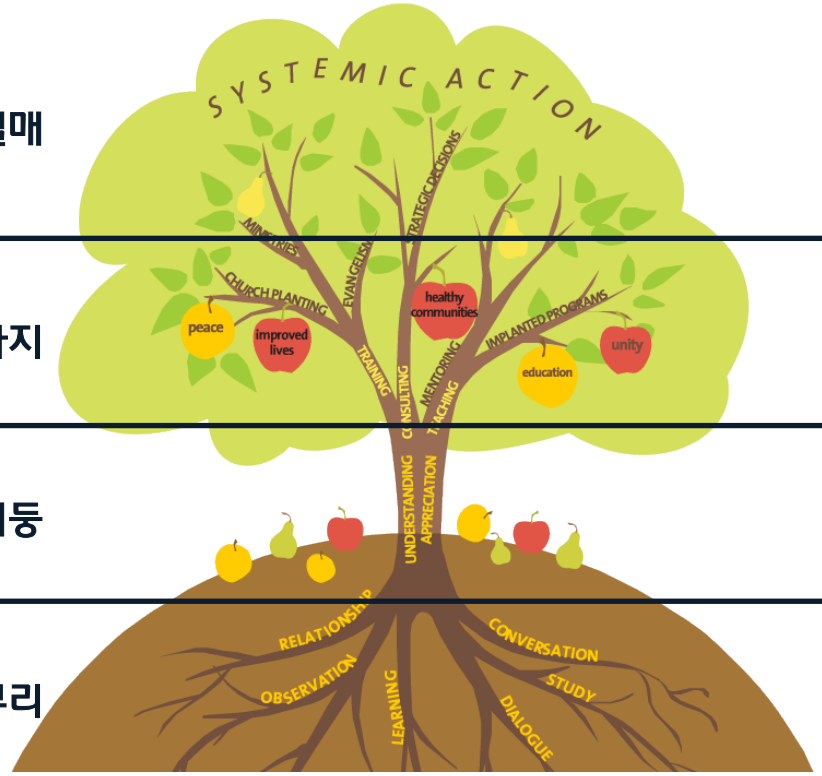
“ 최소한의 룰만 가지고 서로 믿고 의지하며
즐겁고 의미 있게 일 할 수 있는 회사 ”



1	Autonomous Structure 자율구조	스스로 생각하고 행동한다
2	Engaging Talents 몰입형 인재관리	인간중심의 철학으로 몰입을 이끈다
3	Open Communication 열린 소통	틀린 것이 아니라 다르다는 마음으로 대화한다
4	Collective Thinking 집단지성	리더 한명이 아니라 모두가 지혜를 모은다
5	Innovative Culture 혁신문화	실패를 통해 학습한다

코리아리서치인터내셔널이 지향하는 성장 방향은… ”

Good Growth



열매 — 고객

가지 — 직원

기둥 — 리더

뿌리 — 주주

성장 키워드

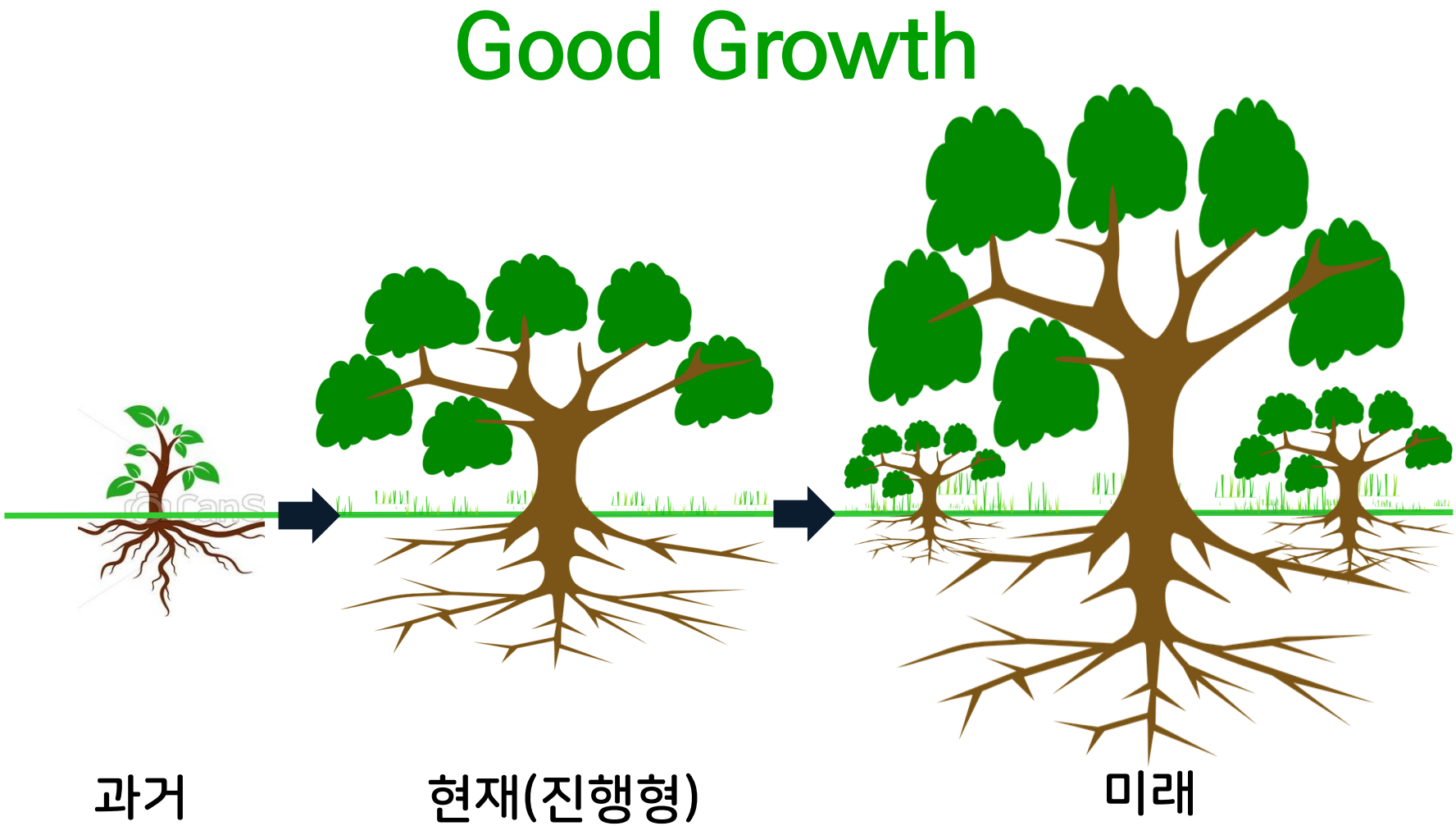
우리를 신뢰하는, 파트너십이 있는,
Win-win할 수 있는,
함께 성장할 수 있는, 자부심을 느끼게 하는,
이익을 주는…..

건강한, 열정 있는, 가르치고 배우며 성장하는,
자신감 있는, 회사를 사랑하는, 성실한, 정직한,
실행하는
자신의 일에 자부심이 있는, 최선을 다하는

책임질 줄 아는, 솔선수범하는, 미래를 볼 줄 아는,
소통하는, 열린 마음으로, 따뜻한, 함께하는, 전략적인,
리서치를 잘 아는, 실천하는

투명한, 철학을 가진, 소신 있는, 미래를 볼 줄 아는,
투자할 줄 아는, 보상이 확실한

코리아리서치인터내셔널이 지향하는 성장 방향은… ”



코리아리서치 비전

Truly Representative
Competing and Winning with foreign company

Digital Transformation
Digital Exchange
New Way(AI), New Business

한국을 대표하는 최고의 기술 기반 데이터/리서치 서비스 회사

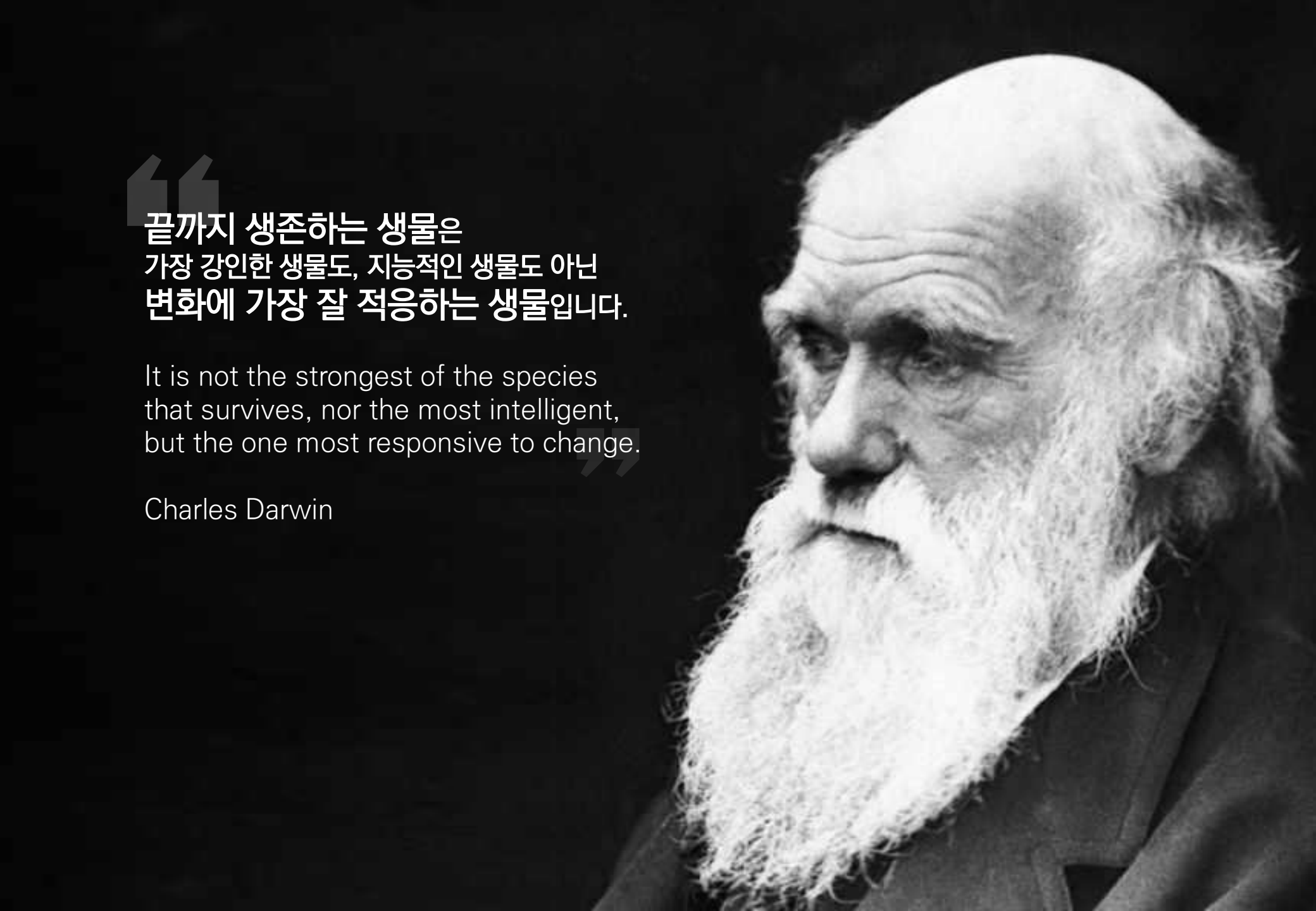
No. 1
The first thing the clients finds

From Fact To Insight
Small Data × Big Data
Studying all human-generated data

끝까지 생존하는 생물은
가장 강인한 생물도, 지능적인 생물도 아닌
변화에 가장 잘 적응하는 생물입니다.

It is not the strongest of the species
that survives, nor the most intelligent,
but the one most responsive to change.

Charles Darwin





마케팅부문 비즈니스 소개

2022.03.02

KRi

Copyright © 2021 KRi. All rights reserved.

마케팅부문 비즈니스 소개

CONTENTS

Ⅰ. 마케팅리서치란? 41

Ⅱ. 마케팅부문 소개 47

Ⅲ. 향후 성장 방향 52

조사 시장 業의 정의

- 우리 業, 일의 정의 ?
- 앙케이트 < Poll < Survey < Research (Market~/Marketing~/Consumer~/Public~/Political~ …

앙케이트
Enquete

사람들의 의견을 조사하기 위하여 같은 질문을 여러 사람에게 물어 회답을 구함. 또는 그런 조사 방법

Poll

여론조사(=Survey)

Survey

(설문)조사

Research

연구, (조사)연구

마케팅 리서치 (Marketing Research)		마켓 리서치 (Market Research)		컨슈머 리서치 (Consumer Research)
마케팅을 과학적으로 수행하기 위한 모든 **사실**을 수집, 분석, 조사를 하는 일	=	좁은 의미로 시장 조사, 넓은 의미로 시장, 소비자, 채널 등을 모두 포함 소비자의 구매 욕구와 특성을 탐색하고 구매력을 측정해서 보다 좋은 상품이나 서비스의 제공을 위한 자료를 만드는 일	=	소비자 조사 소비자의 인구통계학적 속성, 사회심리학적 속성, 라이프스타일 등을 다양하게 조사하여 소비자의 구매동기, 구매유형이나 브랜드 선호도 등을 파악할 목적으로 행해지는 조사

마케팅리서치란 무엇인가?

- 마케팅 리서치란, '마케팅활동의 기획, 수행, 검증의 각 단계에서 발생하는 과제에 대해 다양한 방법을 통해 데이터를 수집/분석하여 그 과제의 실태와 구조를 명확히 밝혀내는 수단' 이다

마케팅과 리서치의 관계



시장 현황의 데이터를 수집, 분석하여
앞으로의 마케팅활동의 지침이 되는 의사결정의 근거 제공

마케팅리서치는 왜 필요한가?

- 마케팅 리서치는 마케팅 활동의 기획, 수행, 검증에 유효한 것으로, 이를 통하여 좀 더 진화된 마케팅 전략 수립이 가능해진다

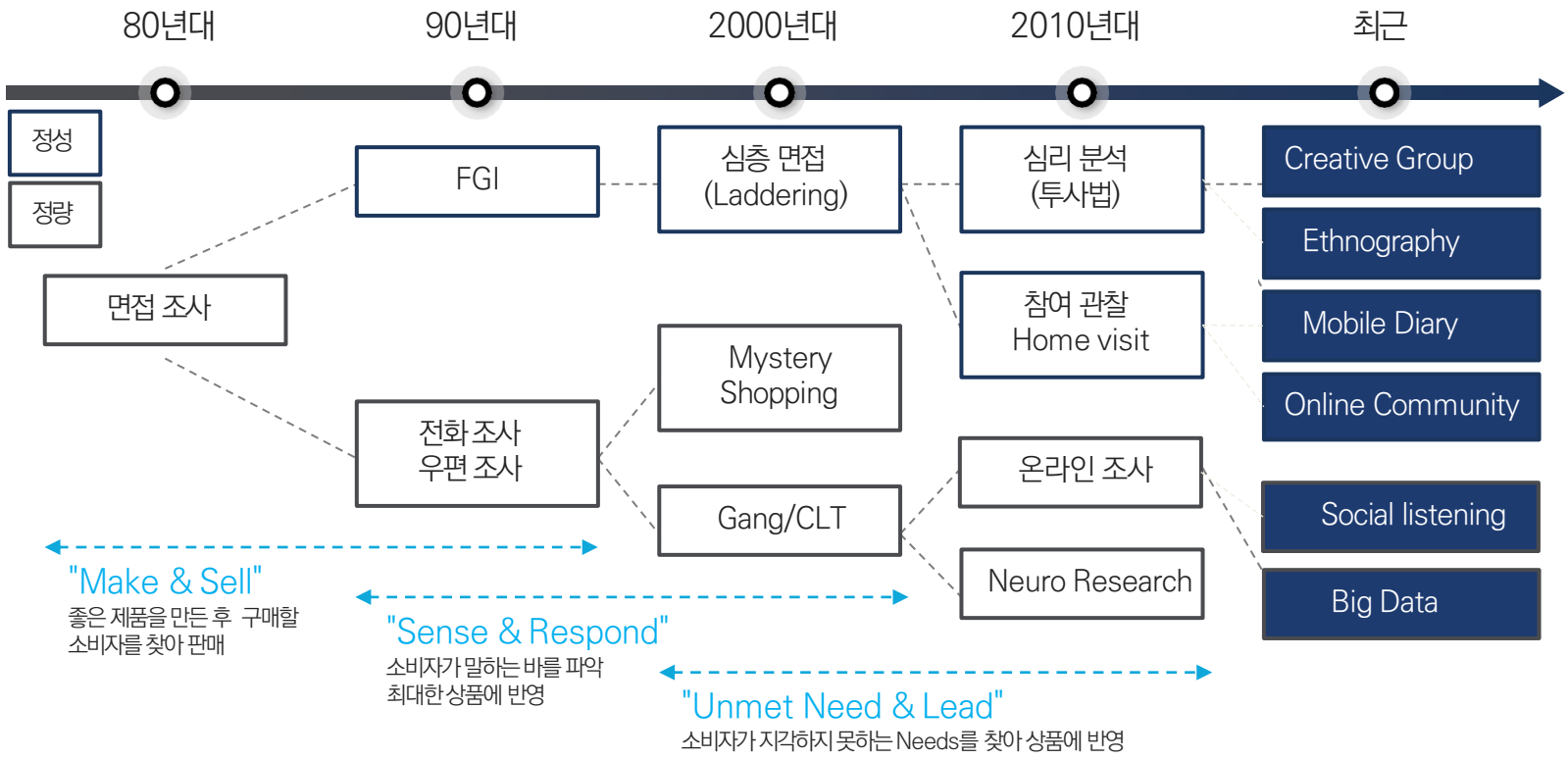
마케팅 리서치의 필요성을 항해에 비유하면



마케팅리서치는 어떤 유형이 있는가?

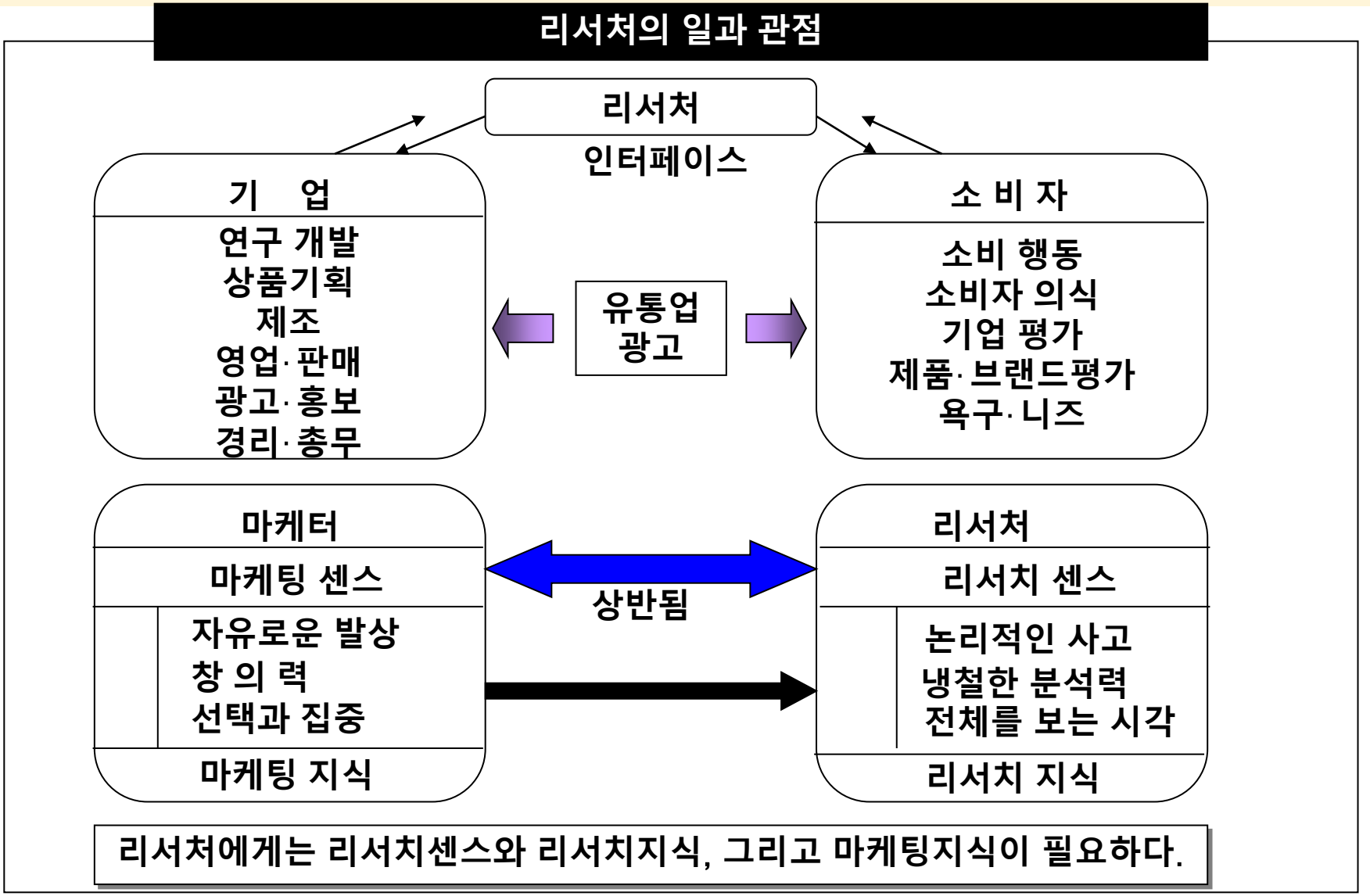


마케팅리서치 방법의 트렌드는?

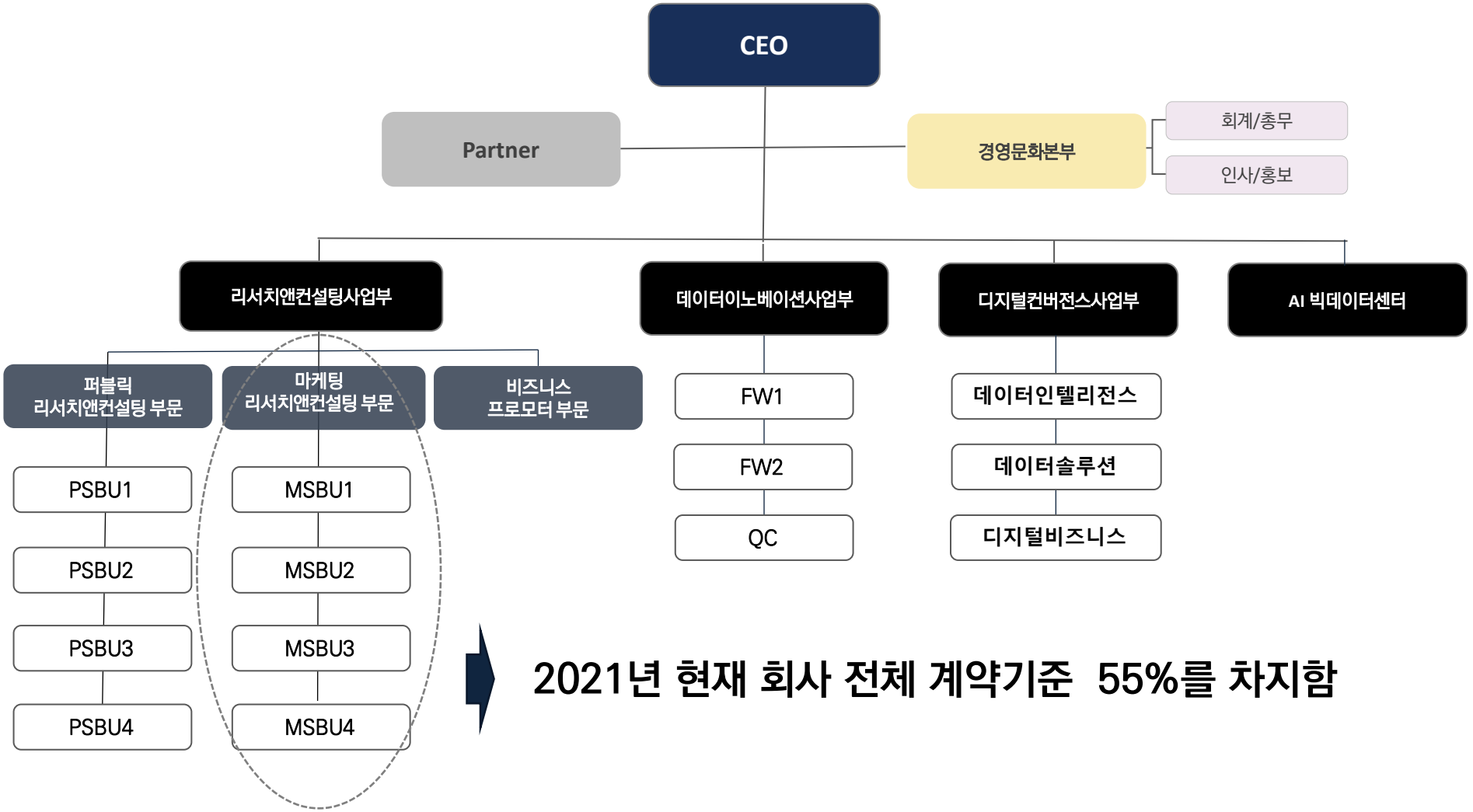


최근에는 정량·정성이 혼합된 “Hybrid” 형태의 운영이 대세임
ex: 「FGD + Gang + On-line」 등

리서처에게 요구되는 자질은?



마케팅리서치앤컨설팅 부문



2021년 현재 회사 전체 계약기준 55%를 차지함

리서치앤컨설팅 부문 유기적 협업

공공/ 마케팅 조직 내 전문 Business Line 조직을 둠으로써 컨설팅 조직과의 협업을 통해 전문적인 인사이트 제공



Public Research

- Public Affair
- Political/Social
- Public Marketing

Consulting

- Go-to Market
- M&A DD
- NPD
- B2B Marketing
- ESG, Reputation
- Policy Diagnosis

Marketing Research

- CPG
- Durable
- Electronics
- Automotive
- Mystery Shopping
- Health Care

* PA: Public Affair / PS: Political & Social /PM : Public Marketing

Business Promoter 부문의 역할

선제적이고 공격적인 선행 영업을 통해 시장 개척, 체계적인 대응 서비스를 제공하여 클라이언트의 니즈 충족



01 In-bound Survey

글로벌 멀티 국가 조사를 위한
In-bound 전문 대응

- 해외 In-bound 프로젝트 적극 대응
- 새로운 클라이언트 개발을 통해 글로벌 영역 확장
- 국내 프로젝트 문의 대응

02 New 클라이언트 개발

미개척 영역 개발 및
클라이언트 저변 확대를 위한 선행 영업

- 프로젝트의 다양성 확보
- 수동적인 영업방식 탈피하여 적극 응대
- Digital Transformation 활용성 극대화

03 Advanced Biz. Planning

리서치 外 다양한 서비스 플랫폼
개발을 위한 기회 창출

- 미개발 산업군의 클라이언트 니즈 파악
- 전통 리서치 시장에서 탈피, 영역 확장을 위한 Global Partnership 탐색

마케팅리서치앤컨설팅 MSBU별 비즈니스 소개

Marketing SBD By Sector (Strategic Business Domain)

Division / Sector	SBU1	SBU2	SBU3	SBU4
CPG	○			○
Durable	○	○		
Mobility		○	○	
Healthcare/ Consulting				○
Service (Finance etc.)	○	○	○	
Service (Finance etc.)	○	○	○	

Marketing SBD By Clients (Strategic Business Domain)

Division / Clients	SBU1	SBU2	SBU3	SBU4
현대자동차 (이노션)		○	○	○
KT&G	○			○
LG전자 (HS애드)	○	○		
르노삼성 자동차			○	
삼성전자 (S-core)		○		○
SPC	○			

코리아리서치그룹 성장 방향

- 국내 조사 산업 발전에 진정성을 가지고 책임을 다하는 진정한 로컬회사의 리더로서 리서치 업의 새로운 패러다임을 주도하는 회사

Business Strategy 1.0
비즈니스 기본 체계 정립

1. **비즈니스 문화/체질 개선**
   → 건강한 조직 문화 구축/전개
2. **비즈니스 구조 변경**
   → 마케팅과 퍼블릭 밸런스화
   건강한 재무 구조 구축
3. **업무 역량 강화**
   → 탤런트 육성을 위한
   인사 평가/승진/보상체계
   마련 및 교육 훈련 강화

2019년 4월 ~

Business Strategy 1.5
차별적 포지셔닝 방향 개발

4. **마케팅/퍼블릭 전문화**
   →산업/분야 전문화를 통한
   경쟁력 강화 및 회사 차원 지원
5. **컨설팅을 통한 차별화**
   → 리서치의 Value 창출 및
   차별적 컨설팅 비즈니스 구축
6. **New Way, New Business**
   → 디지털 리서치 플랫폼
   비즈니스 런칭을 위한 준비
   및 디지털 비즈니스 강화

2021년 4월 ~

Business Strategy 2.0
차별적 포지셔닝 강화/성장

7. **퍼블릭 비즈니스 확대**
   → 전문 분야 구축을 통한
   퍼블릭 전문 분야 리더화 공고화
8. **마케팅 조사분야, 국내 No.1**
   → 로컬 회사 중에서 마케팅
   조사를 제일 잘하는 회사
9. **로컬 리서치 회사 Top3 진입**
   → 데이터 기반 지식/기술
   서비스 회사로서 성장 발판 마련

2022년 4월 ~