

Field Work Process

내부 교육용

2022.03.03

KRi

Copyright © 2021 KRi. All rights reserved.

FW Prosss

CONTENTS

Ⅰ. 조사 방법론 03

Ⅱ. 자료수집 Process 07

조사 방법론

1.정량조사(1/2)

개별면접조사

01

- Face to Face Interview
- 면접원이 질문하고 응답자가 대답하면 면접원이 설문지를 작성하는 방식
- 설문지가 종이로 인쇄된 경우 PAPI
- 설문지가 링크로 구현되는 경우 CAPI

CLT

02

- Central Location Test
- 조사 특성에 요구되는 특정 장소를 선정, 지나가는 행인 또는 선정한 장소를 이용하는 고객을 통하여 조사하는 방식

HUT

03

- Home Used Test
- 시간을 두고 제품을 사용해야 될 경우 소비자에게 직접 제품을 유치 후 제품을 평가하는 방식
- 담배, FMCG제품 등

우편조사

04

- 클라이언트로부터 제공받은 리스트를 가지고 응답자에게 설문지를 우편으로 발송하여 응답자가 직접 기입 후 회사로 회송하도록 하는 방식
- 국방부 군 시설 개선사업 만족도조사 , 양봉농가 생산 및 유통 현황 실태조사 등



조사 방법론

1.정량조사(2/2)

05 전화조사

- Computer Assisted Telephone Interview
- 안심번호(0505) 및 RDD (무작위 전화번호 생성추출)를 이용하여 PDS프로그램을 통해 자동으로 전화를 걸고 면접원이 질문하고 작성하는 방식
- NBS조사, 언론사 정치조사 등

06 온라인조사 Web Survey

- 온라인 링크를 응답자에게 발송하여 응답자가 설문을 진행하는 방식
- 클라이언트가 제공한 리스트 응답자에게 조사 독려, e-mail 확인 등이 필요한 경우 DIN 관여
- 온라인 패널을 이용한 Web Survey 조사는 DCO 관여 (DIN 관여하지 않음)

07 모니터링 (Mystery Shopping)

- 손님으로 가장하여 대상자의 친절도 및 매장의 청결도를 시나리오에 의해 조사하는 고객만족도 조사 방식
- 전화 모니터링, 방문 모니터링
- SPC 매장조사, 경기도 직원친절행정서비스 향상 전화모니터링조사 등



조사 방법론

2.정성조사(1/2)

좌담회 (FGD)

01

- Focus Group Discussion
- 소비자가 겉으로 보이는 행동이나 태도 너머에 있는 원인 이유를 탐색하기 위한 방법으로 보통 그룹당 6~8명 참석하여 토의하는 방식
- 3~4명이 참석하는 미니그룹(MGD)도 있음

심층면접 (In Depth)

02

- 좌담회와 진행방식은 동일하나 1:1로 심층적으로 진행 하는 방식

Gang Survey

03

- 대상자 조건, 면접 소요시간, 테스트 제품의 보안, 조사장소의 제한 등으로 회사 내부 또는 별도의 장소에서 진행하는 방식
- 카클리닉, 게임조사 등

Home Visit

04

- 가정 내 소비자 관찰 및 인터뷰하는 방식
- 진행자, 촬영자 등 다수의 인원 방문이 필요하므로 사전에 방문 인원을 꼭 공지 해야함.



조사 방법론

2.정성조사(2/2)

온라인 커뮤니티 조사

05

- 대상자를 사전 모집하여 일정 기간내 온라인 커뮤니티에서 제시하는 주제를 응답하는 방식
- 온라인커뮤니티 조사기간이 정확하게 명시되어야 함

Ethnography

06

- 고정 비디오 카메라 촬영 또는 self 비디오카메라 촬영
- 제품 활용 행태, 구매 행태 관찰



자료수집 Process

1.프로젝트 제안 및 확정 단계

프로젝트 제안 단계에서 조사 방법 및 난이도에 따른 실사 일정과 견적은 DIN 그룹장에게 요청
프로젝트 확정 시 조사 방법 및 일정을 실사의뢰서 작성하여 DIN 그룹장에게 전달
실사의뢰서는 최대한 자세한 내용 기재가 필요함

실사 의뢰서 (하이브리드 갱/Gang+FGD)

작성 일 : 2022-01-11 담당 연구원 : MSBU4 윤승주 선임

코 드 : 2012036_C01 수주 계약액 : 83,900,000 원 V.A.T 별도

프로젝트 명 : LGE_TV_23년 제품 디자인 고객 조사_Hybrid Gang_2월

➟ 세부 내용 (필수 기록사항)

조사 방법 : Hybrid Gang (Gang + FGD)
샘플 SIZE : 100명 (세션당 갱 10명, 후속 FGD 5명)
OT일정 : -

조사 지역 : 서울 및 수도권
소요 시간 : 180분 (Gang 120분 + FGD 60분)
실사 일정 : 2/7(월)~2/11(금) or 2/6(일)~2/10(목)

DP 이관 일정 :
- 설문지 초안: 1/17(월)
- 설문지 최종: 1/24(월)
- 실사: 2/7~2/11 (or 2/6~2/10)
- 데이터 이관: CAPI 자체 수행으로 실사종료 시 자동으로 확인 가능

Table 일정 :
- 오픈 코딩: 2/14 (월)~2/15(화) 오전까지 DP이관 – 100부
(조사 진행되는 동안 데이터 보시며 미리 작업하셔도 좋습니다.)
- 코딩 후 오픈 테이블: 2/15 (화) EOD 희망

첨부자료
1. 설문지(최종본) ☐
2. 표본 할당표 ■ ➔ 아래 첨부

➟ 세부 대상 조건 및 실사 특이사항 (선택 기록사항)

1. 대형 TV_Hybrid Gang 조사
- 조사 방법 : Hybrid Gang (Gang + FGD)
- 실사 일정 :2/7(월)~2/12(금) or 2/6(일)~2/10(목) 하루
(실사 최종 일정 TBD, 조사 이전 현장 세팅 필요, 외부 공간 진행)
- 진행 시간 : 180분 (120분 Gang + 60분 FGD)
- 조사 대상 : 10그룹, 총 100명 (그룹당 10명 Gang → 5명 FGD 선발해 진행)

2. 조사 대상 -> 최종 스크리너 추후 공유 예정

[조사 대상 세부안]

총 100명 *디자인 고관여자 50% 이상*
- **구매자 :** 최근 1년 내 55" 이상 UHD/OLED TV 구입자(owner) - 60명
- **구입 의향자 :** 향후 3개월 내 55" 이상 UHD/OLED TV 구입예정자 (intender) - 40명

구매자 (최근 1년, 최소 55" 이상, UHD/OLED 구입자로 아래 상세 쿼터 확인): 60명												
연령		LG					삼성					
		등급기준		사이즈 기준		해상도 기준	등급기준			사이즈 기준	해상도 기준	
2539세	4054세	LG C	LG G이상	77"	LG 8K	8K	Q80	Q90	Q70	75" 이상	8K	
30	30	10	5	5	5	5	10	5	5	5	5	
60 명		LG : 30명					삼성: 30명					
구입 의향자 (향후 3개월 내, 최소 55" 이상, UHD/OLED 구입 예정자로 아래 상세 쿼터 확인): 40명												
연령		TV 스펙										
2539세	4054세	High End UHD			8K		그외 55" 이상 OLED/QLED					
20	20	15 (80" 이상 3명 포함)			5		20					
40명		LG: 삼성 = 20 : 20										

3. 특이사항
- 참석 전 TV사진 첨부 필수
1) TV 사진
2) TV와 주변 공간의 사진
3) 모델번호/ 모델명 사진

자료수집 Process

2.사전 미팅 진행

정량조사의 경우 RC,FR,QC,DI 사전 미팅 진행
정성조사의 경우 RC,FR 사전 미팅 진행
DB,DS의 경우 내부 온라인 작업이 필요한 경우 사전 미팅 진행

정량조사

구분	내용
담당자 배정	프로젝트 확정 시 DIN 그룹장 RC 메일로 공지함
설문지	초안 설문지 담당 FR에게 사전 미팅 1~2일 전에는 전달해야함
할당표	최종 할당표 사전 미팅 1~2일 전에는 전달해야함
조사방법 확인	KON 작업이 필요한 경우 DB,DS 협업이 필요한 경우 사전미팅 참석을 공지해야함
특이사항 공유	OT 클라이언트 참석여부,검수일정여부 등
	온라인조사의 경우 메일발송 시점,컨택 시점 등
	답례품을 클라이언트가 지정한 경우 사전 공유

정성조사

구분	내용
할당표	프로젝트 확정 시 DIN 그룹장 RC 메일로 공지함
스크리너	최종 스크리너를 담당 FR에게 사전미팅 1일 전에는 전달해야함
할당표	최종 할당표 사전 미팅 1~2일 전에는 전달해야함
조사방법확인	KON 작업이 필요한 경우 DB,DS 협업이 필요한 경우 사전미팅 참석을 공지해야함
특이사항 공유	좌담회 최종 일정/시간/사전과제 공유
	시음,시식 조사의 경우 구입해야 하는 물품 등 공유
	외부 조사 진행의 경우 장소 공유

자료수집 Process

3.비용 확정 및 인트라넷 등록완료

실사직접비의 경우 DIN 내부에서 결정
실사직접비 인트라넷 등록
RC 인트라넷 등록

정량조사

구분	내용
실사직접비	DIN 내부에서 결정하여 인트라넷에 등록
인트라넷 등록	사전미팅 이후 1주일 이내 등록이 완료되어야 함
장소 예약	OT 교육장소 예약

정성조사

구분	내용
실사직접비	DIN 내부에서 결정하여 인트라넷에 등록
인트라넷 등록	조사 일정 전날에는 인트라넷 등록이 완료되어야 사례비 전달이 가능함
장소 예약	좌담회 룸 예약

자료수집 Process

4.실사 진행_정량조사

면접원 OT 진행 후 수정사항 클라이언트와 협의 후 담당 FR에게 전달
OT 이후 일주일 이내 에디팅 가이드 전달
DP 이관 일주일 전 DP가이드 전달

정량조사

구분	내용
최종설문지 공유	최종 설문지,보기카드 공유
답례품	답례품 발주하여 준비
KON 링크확인	면접원 OT 전날까지 CAPI 조사의 경우 KON링크 로직 확인
면접원 OT	면접원 OT
변경사항 전달	면접원 OT 진행 시 클라이언트와 협의 후 변경된 사항 공유 필요
에디팅 가이드 전달	설문지에 나와있는 로직이외에 추가적으로 확인해야 하는 내용 확인하여 가이드로 전달 함
중간데이터점검	CAPI/PAPI 조사 50%이내 조사가 진행 된 경우 DATA 사전 점검 필요

면접원 OT

면접원 교육은 면접원이 설문지 내용을 숙지하고, 면접원의 업무를 정확하게 수행 할 수 있도록 하기 위함

면접원 교육은 담당RC 직접 수행

면접원 교육이 끝나면 조사 난이도에 따라 Role Playing을 실시

- 면접원 리쿠르팅 조건

1. 조사 방법 및 목적에 적합한 면접원을 내부 DB에서 1차 추출 후 리쿠르팅
2. 한국마케팅여론조사협회(KORA) 또는 회사 자체 불성실 면접원 조사에서 배제
3. 프로젝트별, 면접원별 에러율 집계 재교육 및 경고 관리, 경고 누적자 불량처리
4. QC팀 인트라넷 불성실 면접원 등록 검증프로그램인 K-FCS 등록

자료수집 Process

5.자료처리(1/2)

면접원 실사 진행
에디팅/검증/코딩/펀칭 진행

설문지 에디팅

에디팅 가이드를 바탕으로 설문지상의 지시문, 누락된 문항 등 응답된 내용이 맞는지 확인하는 작업임

에디팅 과정을 통하여 면접원이 임의대로 작성했는지, 같은 응답이 반복이 되는지를 파악

에디터는 주관식 OPEN응답이 제대로 되어있는지를 파악

최종 완성된 에디팅가이드는 RC,DI 공유

검증/코딩/펀칭

검증(Quality Control)은 품질관리에 목적임

검증 방법은 콜검증, 모바일검증으로 진행됨

수집된 설문지는 내부 규정에 따라 검증(단, 검증율은 RC 요청에 따라 조정 가능)
검증율은 10%~80%까지 진행됨

검증 항목은 대상자 선정 질문 위주로 진행(단, 특이사항이 있는 경우 QC팀에 요청)

검증 시 발생되는 에러는 검증 규정에 따라 처리함

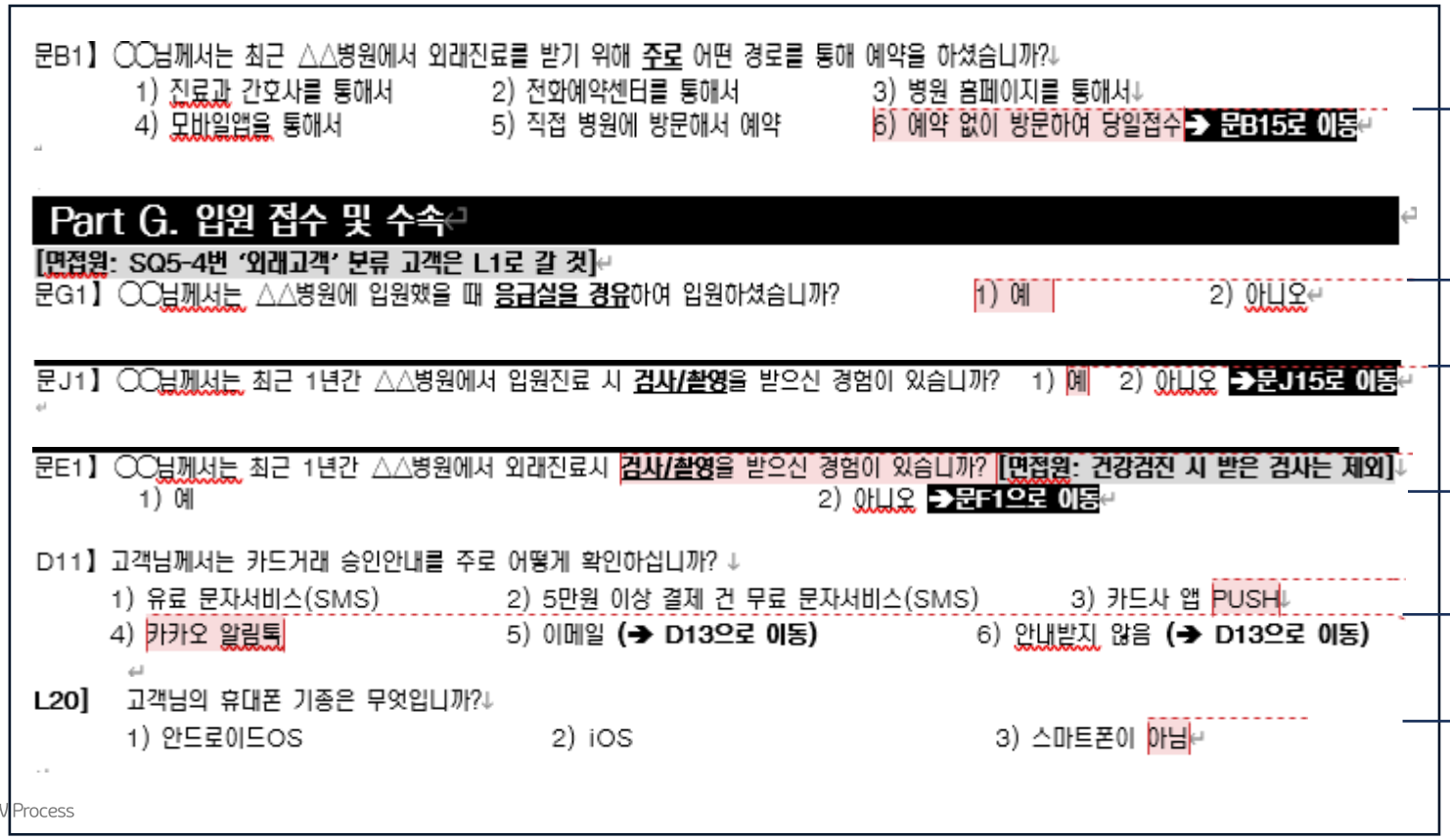
코딩은 OPEN 응답을 code화 하는 작업임

펀칭은 데이터입력하는 작업임(단, 더블 펀칭을 원하는 경우 사전 요구 필요)

자료수집 Process

5.자료처리(2/2)

에디팅 가이드 예시
질문과 보기 항목 연관성 파악/보기 항목 숙지/질문에 맞는 응답율 최소 또는 최대 보기 내용 파악/응답되면 안되는 보기 항목 파악 등


문B1】 ○○님께서는 최근 △△병원에서 외래진료를 받기 위해 **주로** 어떤 경로를 통해 예약을 하셨습니까?
1) 진료과 간호사를 통해서 2) 전화예약센터를 통해서 3) 병원 홈페이지를 통해서
4) 모바일앱을 통해서 5) 직접 병원에 방문해서 예약 6) 예약 없이 방문하여 당일접수 ➔ 문B15로 이동

Part G. 입원 접수 및 수속

[면접원: SQ5-4번 '외래고객' 분류 고객은 L1로 갈 것]
문G1】 ○○님께서는 △△병원에 입원했을 때 **응급실을 경유**하여 입원하셨습니까? 1) 예 2) 아니오

문J1】 ○○님께서는 최근 1년간 △△병원에서 입원진료 시 **검사/촬영**을 받으신 경험이 있습니까? 1) 예 2) 아니오 ➔문J15로 이동

문E1】 ○○님께서는 최근 1년간 △△병원에서 외래진료시 **검사/촬영**을 받으신 경험이 있습니까? **[면접원: 건강검진 시 받은 검사는 제외]**
1) 예 2) 아니오 ➔문F1으로 이동

D11】 고객님께서는 카드거래 승인안내를 주로 어떻게 확인하십니까?
1) 유료 문자서비스(SMS) 2) 5만원 이상 결제 건 무료 문자서비스(SMS) 3) 카드사 앱 PUSH
4) 카카오 알림톡 5) 이메일 **(➔ D13으로 이동)** 6) 안내받지 않음 **(➔ D13으로 이동)**

L20] 고객님의 휴대폰 기종은 무엇입니까?
1) 안드로이드OS 2) iOS 3) 스마트폰이 아님

6)예약 없이 방문하여
당일접수 응답 많이 나오면 안됨

1)응급실 경유 입원은
매우 드문 경우임.

1) (검사촬영) '예'로
응답되어야 함.

2) '아니오' 응답 1% 미만

SQ5=3. 국민카드는
D11=4. 카카오 알림톡 응답이
거의 나오면 안됨.

3)스마트폰이 아님
응답값 많으면 안됨
삼성페이 이용자일 경우,
- iOS기종 안됨

자료수집 Process

6.실사 진행_정성조사(1/2)

소개자, 내부 DB, SNS를 통해 리쿠르팅 진행
프로파일을 통해 참석자 최종 확정

정성조사

구분	내용
KON 링크확인	리쿠르팅 시작1일전 KON링크 로직 확인
컨택원 OT	스크리너를 기반으로 OT 진행
리쿠르팅	리쿠르팅 진행에 어려움이 있는 경우 클라이언트와 조율 후 조건 수정진행
프로파일 전달	프로파일 폼은 RC,FR 공유함
좌담회 진행	클라이언트 식사제공은 1일전까지 공유되어야 담당 FR 준비 당일 공유되는 경우 RC 담당 영상녹화,녹음 시작은 담당FR, 종료는 담당 RC에서 진행함
스크립트 진행	좌담회 인터뷰 가이드 전달 후 담당FR 스크립터에게 스크립트 전달 스크립트는 스크립터에게 전달 후 2박 3일 기준임
사례비 전달	사례비는 익일 경영문화본부 계좌이체 진행함 오전 12시까지 전달 정보의 경우만 당일 18시이내 입금됨

프로파일 예시

KRi **자동차 관련 조사 Respondent's Profile List**

프로젝트 코드	2103040_C02						프로젝트명	RSM_RBIS	연구팀/담당연구원	AC / 민해경,박효영	실사 담당자	최서윤
조사일시	2021년 12월 13일(월) 오후 7시						조사특성	XM3 TCe260 Owner	조사 방법	FGD	조사 장소	코리아리서치_GD.8/MR.8

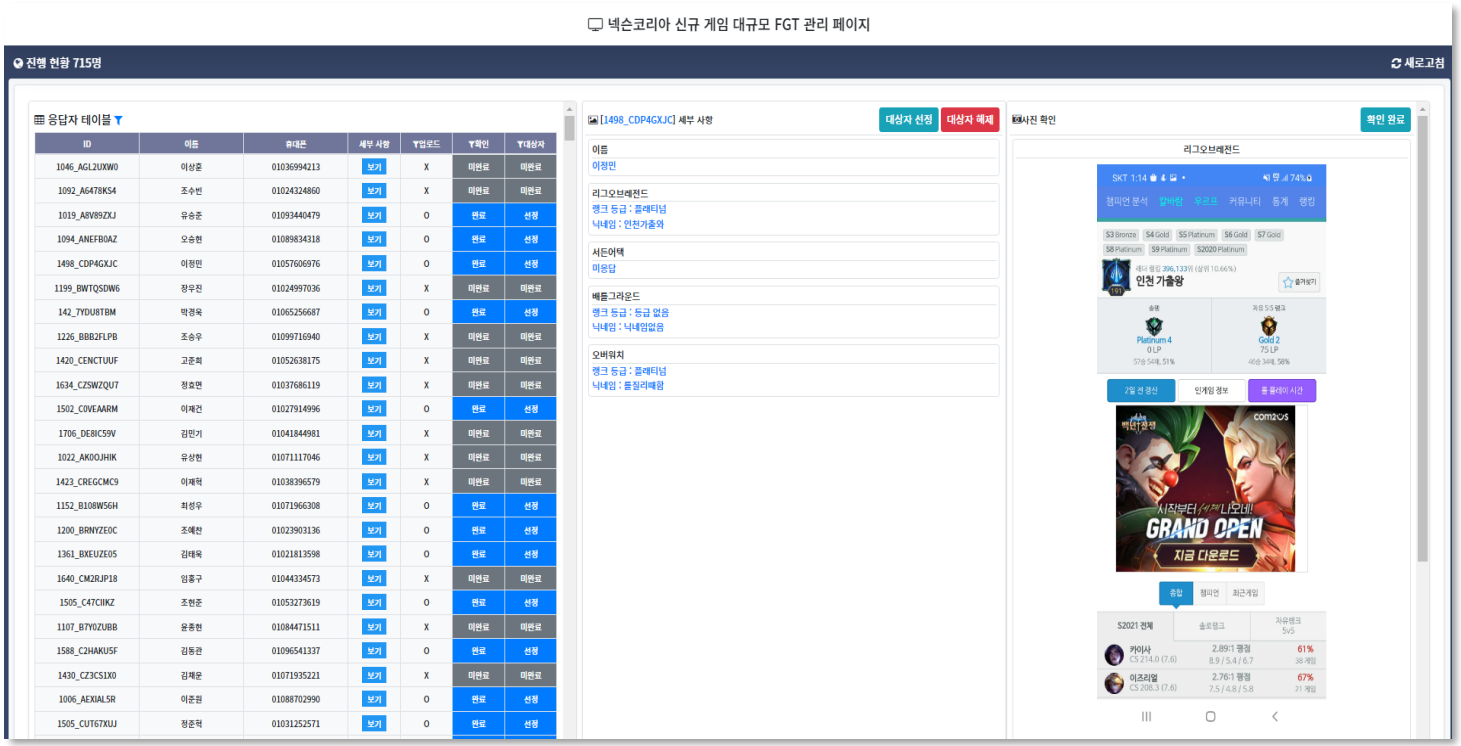
NO	성명	성별 (SQ1)	만나이 (SQ2)	직업 (DQ1)	개인소득 (DQ3)	거주지역 (SQ3)	가구원수 (DQ2)	주운전 차량정보				직전 주 운전 차량정보 (DQ4)
								브랜드 / 모델 / 차량 트림 (SQ6)	구입시기 (SQ7)	구입시 의견반영(SQ8)	주로 운행자(SQ9)	
1	박*웅	남성	46	경영/관리직	500~600만원 미만	경기	3	르노삼성 / XM3 / TCe260	2021.10	내가 혼자 100% 결정하고 구입했다.	내가 주로 운전한다	르노삼성 / SM3 /가솔린
4	이*영	여성	33	프리랜서	300만원 미만	서울	2	르노삼성 / XM3 / TCe260	2021.7	내가 혼자 100% 결정하고 구입했다.	가족과 함께 운전한다	
5	홍*표	남성	27	건축업	300만원 미만	인천	1	르노삼성 / XM3 / TCe260 RE Signature	2021.7	나의 의견이 구입 결정에 50% 이상의 영향을 미쳤다	내가 주로 운전한다	쉐보레 /스파크 /가솔린
6	이*진	남성	45	사무/기술직	300~400만원 미만	서울	2	르노삼성 / XM3 / TCe260 RE Signature	2021.8	나의 의견이 구입 결정에 50% 이상의 영향을 미쳤다	가족과 함께 운전한다	기아 /모닝 /가솔린
7	박*진	남성	27	자영업	300만원 미만	경기	3	르노삼성 / XM3 / TCe260 RE Signature	2021.11	내가 혼자 100% 결정하고 구입했다.	내가 주로 운전한다	

자료수집 Process

6.실사 진행_정성조사(2/2)

리쿠르팅 조건이 까다로워져 요구하는 사진이 많아짐 이에 따라 KON으로 스크리너를 대부분 만들게 됨

KON 현황페이지 예시



고객과 함께 최고의 가치를 창조하며,
미래를 함께 여는
리서치 파트너가 되겠습니다.

Thank you.

