



실시간 소비자 빅데이터 기반
앱/소매/온라인상품 시장분석 서비스
:소비자/비즈니스인사이트

www.wiseapp.co.kr

Copyright © Ideaware Inc. All Rights Reserved

실시간 소비자 빅 데이터 기반 시장분석

실시간으로 서비스의 트래픽, 브랜드의 결제금액, 상품의 판매량을 확인하는 서비스입니다.
최고의 기업들이 와이즈앱/리테일/굿즈와데이터 기반의 전략적 의사결정을 내리고 있습니다.

kakao NAVER SK telecom LINE alleh kt

CJ ENM SSG.COM 롯데쇼핑e커머스 ebay LOTTE rent-a-car 롯데홈쇼핑

SAMSUNG 삼성증권 신한카드 NH INVESTMENT & SECURITIES citi NH Bank

STARBUCKS NEXON Delivery Hero MERITZ 메리츠증권 INTERPARK Toss

신한금융투자 MIRAE ASSET DB금융투자 IMM 인베스트먼트(주) KCB

ktb 투자증권 kb bank MezzoMedia idus SBS NICE신용평가 NICE

실시간 소비자 빅 데이터 기반 시장분석

앱 사용, 소매 결제, 온라인에서 판매되는 상품 데이터를 실시간으로 수집하여 시장을 분석합니다.
실시간 결제금액, 서비스 트래픽, 상품 판매량으로 시장의 숨겨진 가치를 파악할 수 있습니다.

WISEAPP

앱 실사용분석

- 한국인이 많이 사용하는 8,000개+ 앱의 실시간 사용분석
- 앱 사용자, 설치자, 사용시간, 실행횟수 등 제공
- 한국인 스마트폰 사용인구의 0.2%인 6만명의 표본으로 측정
- 서비스분석, 경쟁분석, 전략기획, 마케팅, 투자결정에 활용
- 앱 서비스를 하는 다양한 기업, 투자회사 이용 중

WISE RETAIL

신용카드, 계좌이체, 휴대폰 결제 분석

- 한국인이 많이 결제하는 2,000개+ 소매 브랜드 실시간 결제분석
- 결제금액, 취소금액, 평균결제금액, 구매연령 등 제공
- 한국인 경제활동인구의 6%인 145만명의 표본으로 측정
- 경쟁분석, 전략기획, 마케팅, 투자결정에 활용
- 온/오프라인 소매/서비스 기업, 투자회사 이용 중

WISE GOODS

제품, 브랜드, 카테고리별 점유율 및 구매금액

- 한국인이 온라인에서 많이 구매하는 15,000개+ 소비재 제품 실시간 판매분석
- 상품, 브랜드, 카테고리별 판매금액, 판매량, 평균판매가격, 인기옵션 제공
- 네이버, 이베이 등 한국의 주요 11개 종합쇼핑몰 소비재/가전 상품 분석
- 상품기획, 경쟁분석, 마케팅, 투자결정에 활용
- 상품제조사, 온/오프라인 소매/서비스 기업, 투자회사 이용 중

한국인 구매행동 데이터를 매일 확인할 수 있습니다.

- 한국인이 많이 사용하는 앱, 많이 결제하는 리테일, 많이 구매하는 온라인상품 분석
- 어제 데이터를 오늘 아침에 확인할 수 있습니다.
- 앱 8,000개+, 소매 2,000개+, 소비재 15,000개+ 분석 제공

국내 최대규모 소비자 데이터입니다.

- 한국인 스마트폰 사용인구 중 0.2%인 6만명+패널의 실제 사용 분석
- 한국인 경제활동인구 중 6%인 145만명+패널의 실제 결제 분석
- 한국의 주요 11개의 종합온라인쇼핑몰(한국 온라인 소비재 거래금액의 약 42%)의 소비재 판매분석

앱 시장분석 주요 제공정보

(실사용분석+마켓분석+게임매출)

WISEAPP

A hand holding a smartphone with the text 'WISEAPP' on the screen, set against a blue background.

한국인이 사용하는 8,000개+ 앱 실사용분석

일, 주, 월 단위로 사용자수, 사용시간, 실행횟수 등으로 실사용자 분석 정보 제공
 앱 이름, 패키지명, 개발사, 회사, 성/연령대, 카테고리별 검색 가능

2020년 10월 ▼

일간 주간 월간

Android iOS KOREA 카테고리 전체 ▼

ALL 전체 남자 여자 ALL 전체 10대 20대 30대 40대 50대+

순위	설치자 ?	사용자 ?	설치자중 사용비율	총 사용시간 (1,000분) ?	1인당평균 사용시간(분)	1인당 평균 사용일수	총 실행횟수 (1,000회) ?	1인당 평균 실행횟수	1회 실행당 평균 사용시간(분)	총 데이터 사용량(TB)	사용자수 성장비율
1	카카오톡 KakaoTalk Kakao Corporat...	36,946,805 95.6%	35,874,697 92.9%	97.1%	21,946,287	611.7 23.8	78,285,530	2,182.2	0.3	41,986.1	-0.2%
2	YouTube Google LLC	38,231,844 99.0%	33,838,374 87.6%	88.5%	53,116,575	1,569.7 17.0	7,452,104	220.2	7.1	528,367.4	+0.2%
3	네이버 - NAVER NAVER Corp.	32,418,847 83.9%	30,104,677 77.9%	92.9%	16,295,448	541.3 17.5	18,015,965	598.4	0.9	80,082.6	-

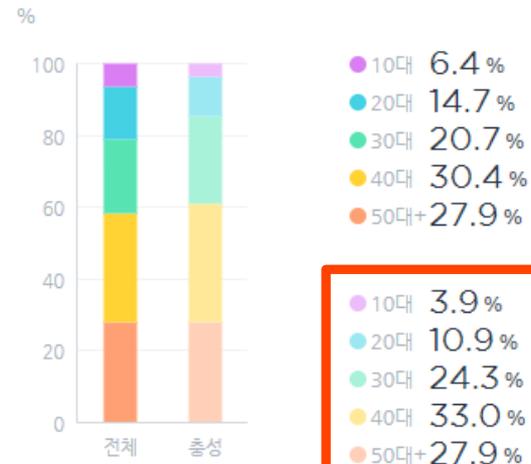
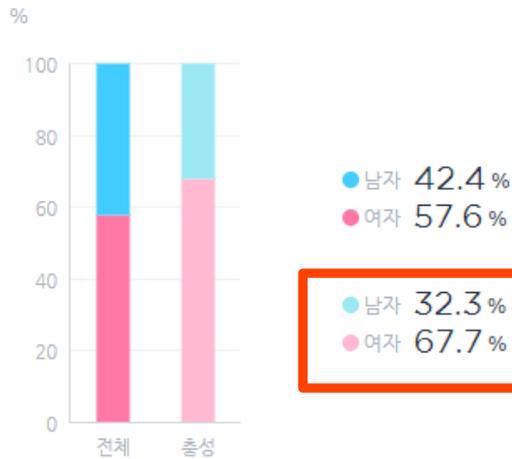
앱의 성별/연령별 분포

앱의 성별 연령별 사용 분석

성별분포

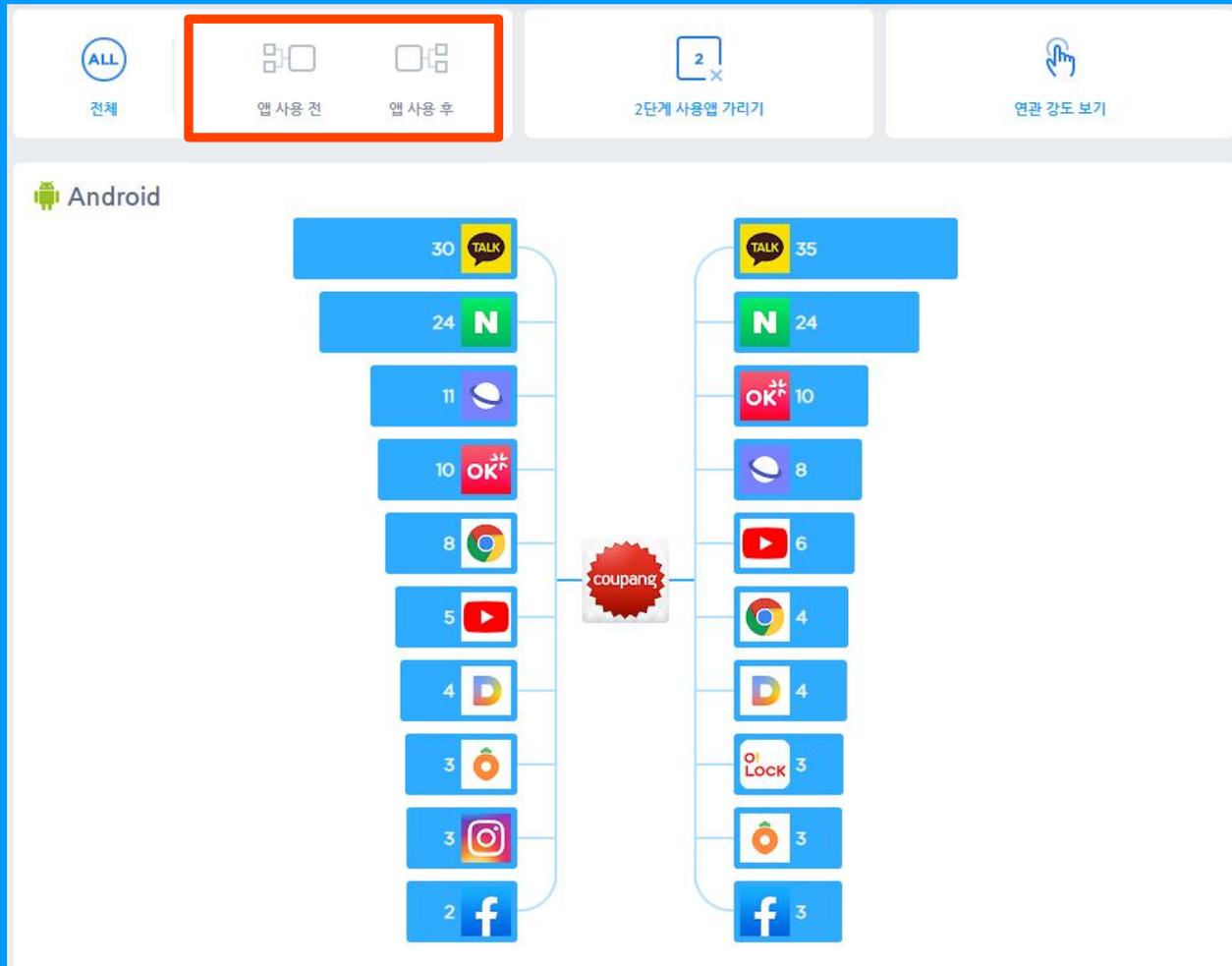
✓ **충성 사용자 주요지표** 연령별분포

✓ **충성 사용자 주요지표**



앱과 자주 같이 쓰는 앱

자주 같이 쓰는 앱들의 정보와 흐름을 분석



앱과 같이 설치하고 있는 앱

앱을 설치하고 있는 사람이 같이 설치하고 있는 앱을 분석 → 사용자 특성 파악



앱의 시간대별 사용자

시간대별, 요일별 앱의 평균사용자수를 여러 차트로 분석

시간대별 사용자수



시간대별 평균 사용자



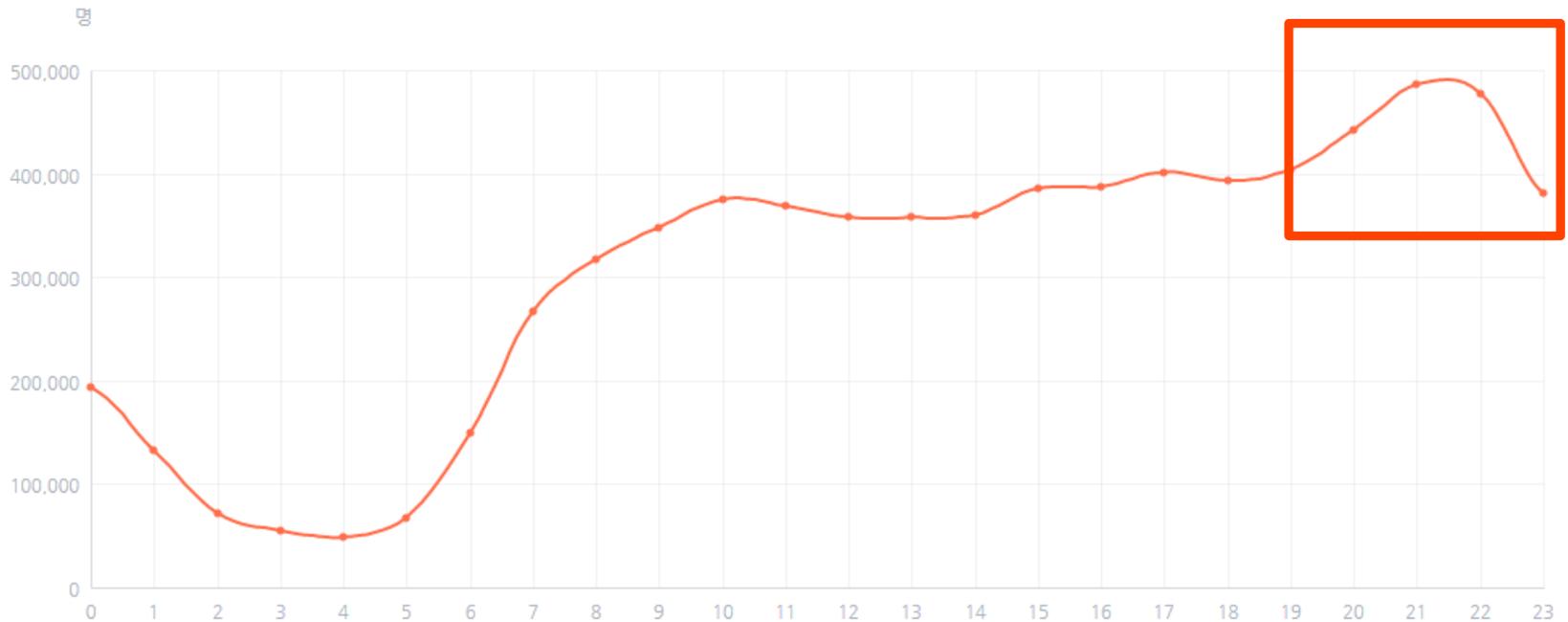
시간대별 요일 평균 사용자



시간대별 성별 평균 사용자



시간대별 연령별 평균 사용자



앱과 카테고리의 재방문을 비교

앱과 카테고리의 사용자 충성도 비교 (ex, 지난 기간 사용자가 이번 기간에도 사용하는 비율)

앱VS카테고리 충성도



74.1%

쿠팡 (Coupang) 충성도 (?)



59.6%

쇼핑 충성도 평균



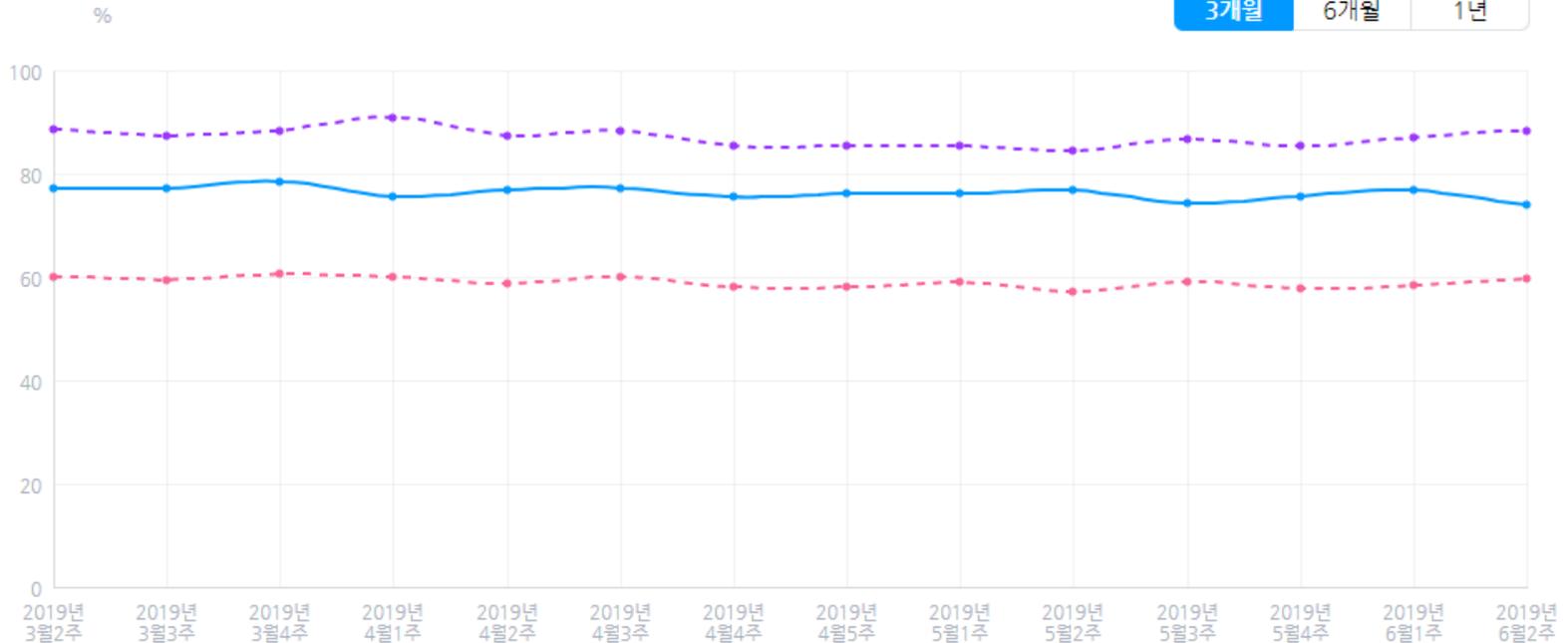
88.4%

쇼핑 상위 10% 충성도 평균

3개월

6개월

1년



앱의 신규설치자 잔존율

새롭게 앱을 설치한 사람이 앱을 지우지 않는 비율

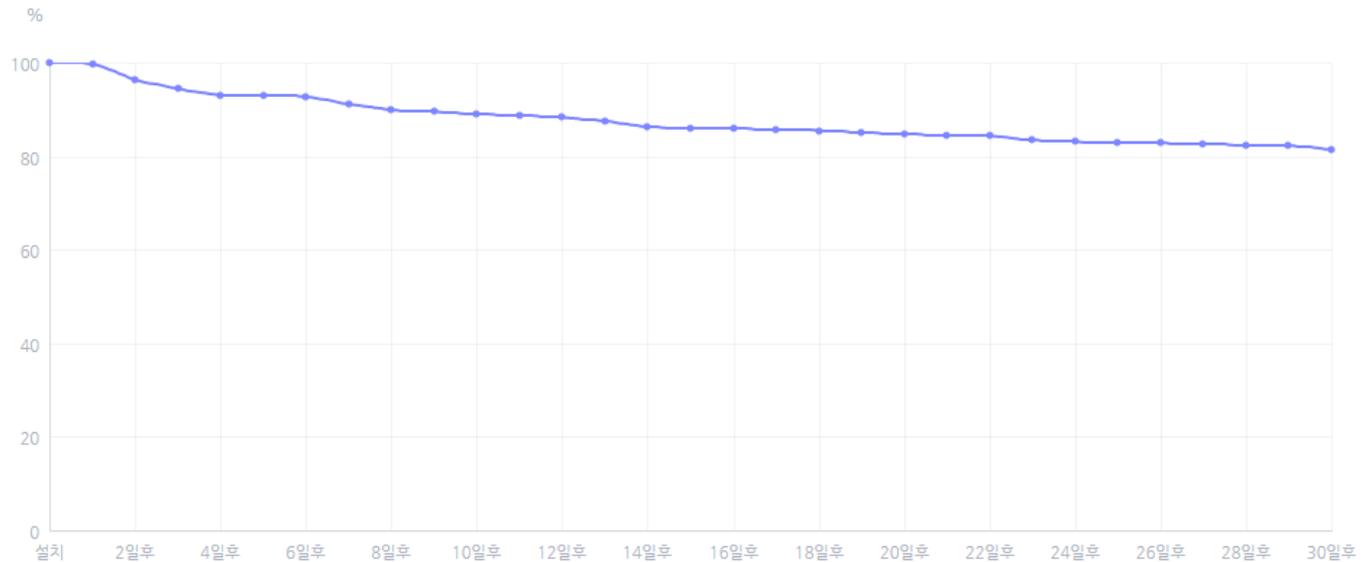
신규 설치자 잔존율

일별 잔존율 ?

잔존율 추이

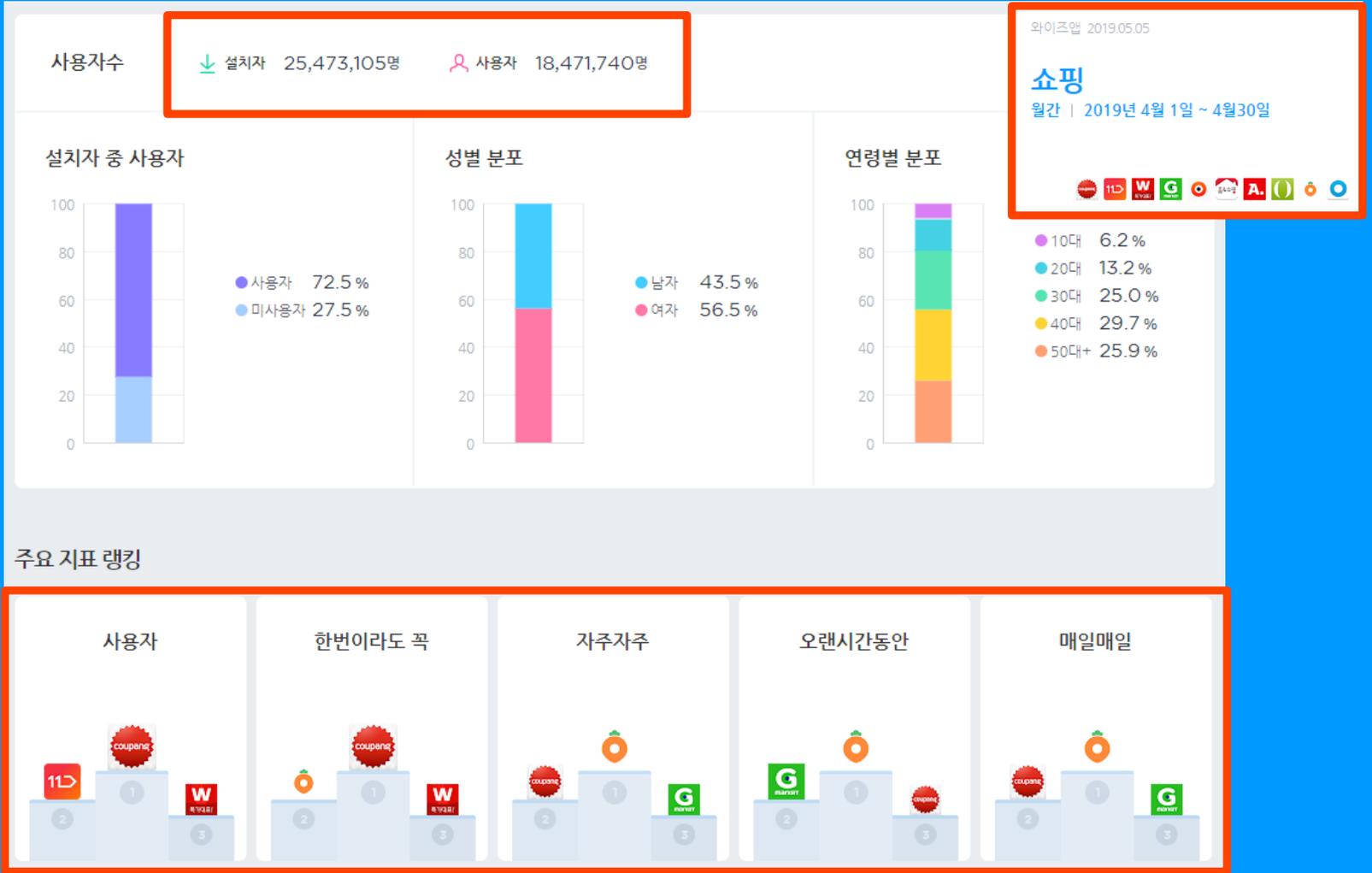
↓ NEW 753,081.0명
쿠팡 (Coupang) - 지난월 신규 설치자

↓ 81.5%
쿠팡 (Coupang) - 지난월 신규 설치자 잔존율 ?



시장크기분석: n개 앱을 넣으면 자동비교분석

카테고리별 상위 10개, 사용자가 지정한 10개 앱에 대한 자동분석 리포트



소매 시장분석의 제공정보

(카드 결제금액 + 계좌이체 결제금액 + 휴대폰 결제금액)

한국인이 결제하는 2,000개+ 리테일 결제분석

일, 월 단위로 결제금액, 결제횟수, 결제자수, 1인당 평균 결제금액/횟수/일수로 분석정보 제공
 리테일 이름, 회사 이름, 성/연령대, 업종별로 검색 가능

순위	순결제금액 ②	총결제금액 ②	총결제취소금액 ②	총결제횟수	총결제자수 ②	1인당평균 결제금액	1회당평균 결제금액	1인당평균 결제횟수	1인당평균 결제일수 ②	순결제금액 성장비율	
1	네이버/네이버페이 <small>네이버(주)</small> ★	2,797,780,226,675	2,926,864,258,517	129,084,031,842	59,245,430	17,714,473	165,224	49,402	3.3	2.9	+13.5%
2	쿠팡/쿠팡이츠 <small>쿠팡(주)</small> ★	2,293,410,312,234	2,359,910,551,842	66,500,239,608	73,820,023	16,187,234	145,788	31,968	4.6	3.8	+16.6%
3	옥션/G마켓/G9 <small>이베이코리아(유)</small> ★	1,380,037,521,800	1,444,481,900,603	64,444,378,803	28,519,842	10,782,227	133,969	50,648	2.6	2.2	-16.5%
4	배달의민족 <small>(주)우아한형제들</small> ★	▲ 3 1,213,234,288,100	1,215,962,918,534	2,728,630,434	49,758,160	12,371,341	98,289	24,437	4.0	3.6	+37.4%
5	이마트 <small>(주)이마트</small>	▲ 1 1,207,696,130,992	1,224,069,139,200	16,373,008,208	22,097,814	9,656,364	126,763	55,393	2.3	1.9	+17.0%
6	삼성화재 <small>삼성화재해상보험(주)</small>	▼ 1 1,108,265,465,077	1,112,723,621,888	4,458,156,811	6,696,413	4,322,961	257,398	166,167	1.5	1.2	+5.0%
7	11번가 <small>11번가(주)</small> ★	▼ 3 974,786,138,699	1,024,883,215,772	50,097,077,073	20,846,307	7,123,834	143,867	49,164	2.9	2.6	-12.8%
8	홈플러스 <small>홈플러스(주)</small>	▲ 2 791,066,780,508	804,810,086,144	13,743,305,636	18,138,816	7,391,829	108,878	44,369	2.5	2.0	+14.2%

매일, 매월 리테일 결제분석 주요지표

리테일의 실제 결제 지표를 통해 소비자의 구매패턴 파악과 실적예측

주요지표



1,515,782,645,264원
순결제금액 ②



1,564,328,433,600원
총결제금액 ②



48,545,788,336원
총취소금액 ②



42,863,503회
총결제횟수



13,956,039명
총결제자수 ②



112,090원
1인당 평균 결제금액



36,496원
1회당 평균 결제금액



3.1회
1인당 평균 결제횟수



2.8일
1인당 평균 결제일수 ②



2.7%
순결제금액 성장비율



3.0%
총결제금액 성장비율



0.0%
총취소금액 성장비율



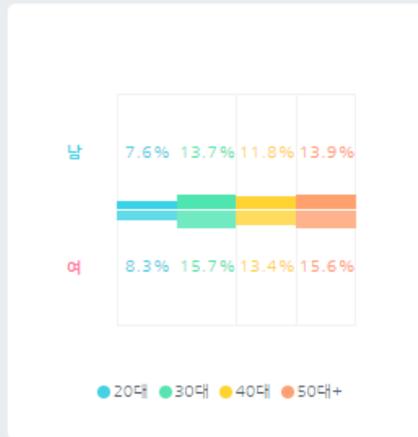
3.9%
총결제횟수 성장비율



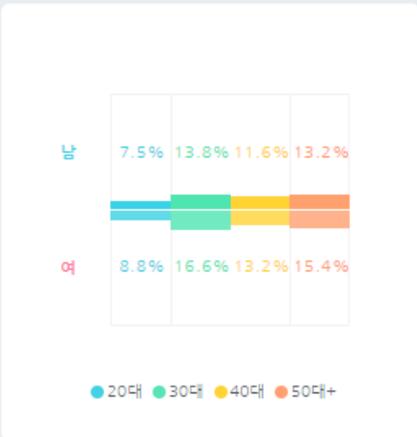
6.0%
총결제자수 성장비율

리테일의 성별/연령별 결제분포

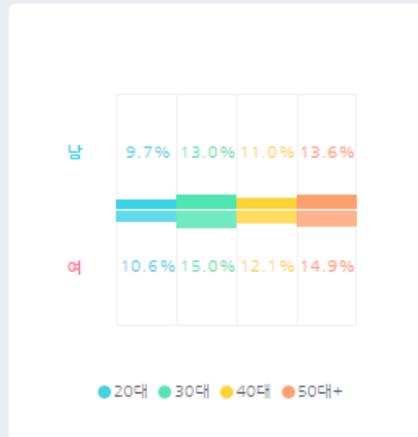
연령대별 결제금액 분포



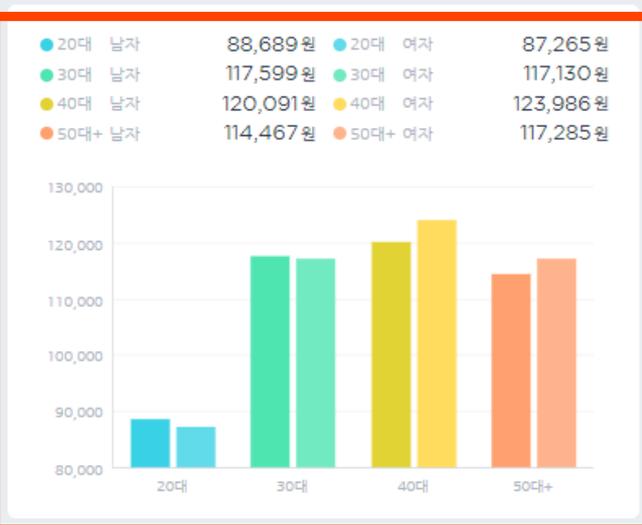
연령대별 결제횟수 분포



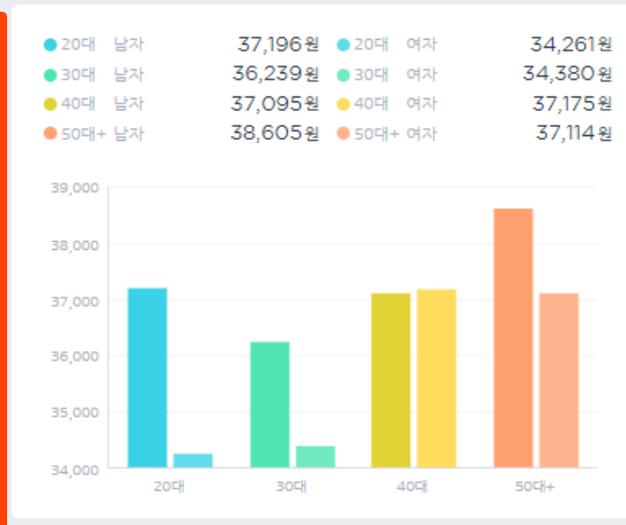
연령대별 결제자수 분포



연령대별 1인당 평균 결제금액



연령대별 1회당 평균 결제금액



요일별 결제분석

요일별 평균 결제금액과 횟수 분석 데이터를 제공

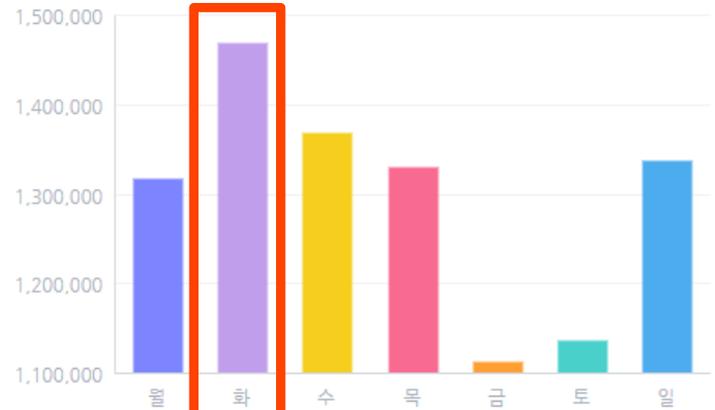
요일별 평균 결제금액

월	49,159,455,103 원	화	54,583,608,571 원
수	50,571,143,052 원	목	48,822,330,357 원
금	40,213,671,421 원	토	41,069,198,292 원
일	50,103,480,419 원		



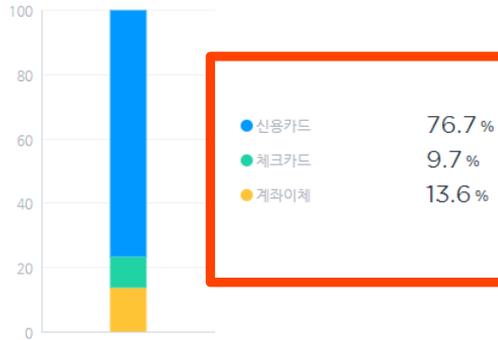
요일별 평균 결제횟수

월	1,317,924 회	화	1,468,488 회
수	1,368,428 회	목	1,330,275 회
금	1,112,641 회	토	1,137,255 회
일	1,338,281 회		

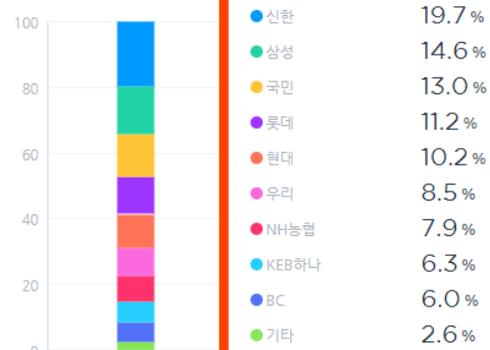


결제수단별 결제내역 분석

결제수단별 결제금액 분포



카드사별 결제금액 분포



신용/체크카드 일시불/할부별 결제금액 분포



신용/체크카드 국내/해외 결제금액 분포



시간대별 결제흐름 분석

시간대와 요일별로 평균결제금액과 빈도가 어떻게 변화하는지 분석
업종별로 경쟁사별로 주요 판매시간대를 분석하여 차별화 가능

배달의민족 11위 ▲1

2020년 1월

일간

월간

시간대별 결제금액



시간대별 평균결제금액



시간대별 요일 평균결제금액



시간대별 성별 평균결제금액



시간대별 연령별 평균결제금액

원



재구매율 비교

어제/지난달 해당 리테일을 결제한 사람이 다시 결제하는 비율을 업종평균과 업종 상위 10%와 비교

쿠팡/쿠팡이츠 2위

2020년 12월

일간

월간

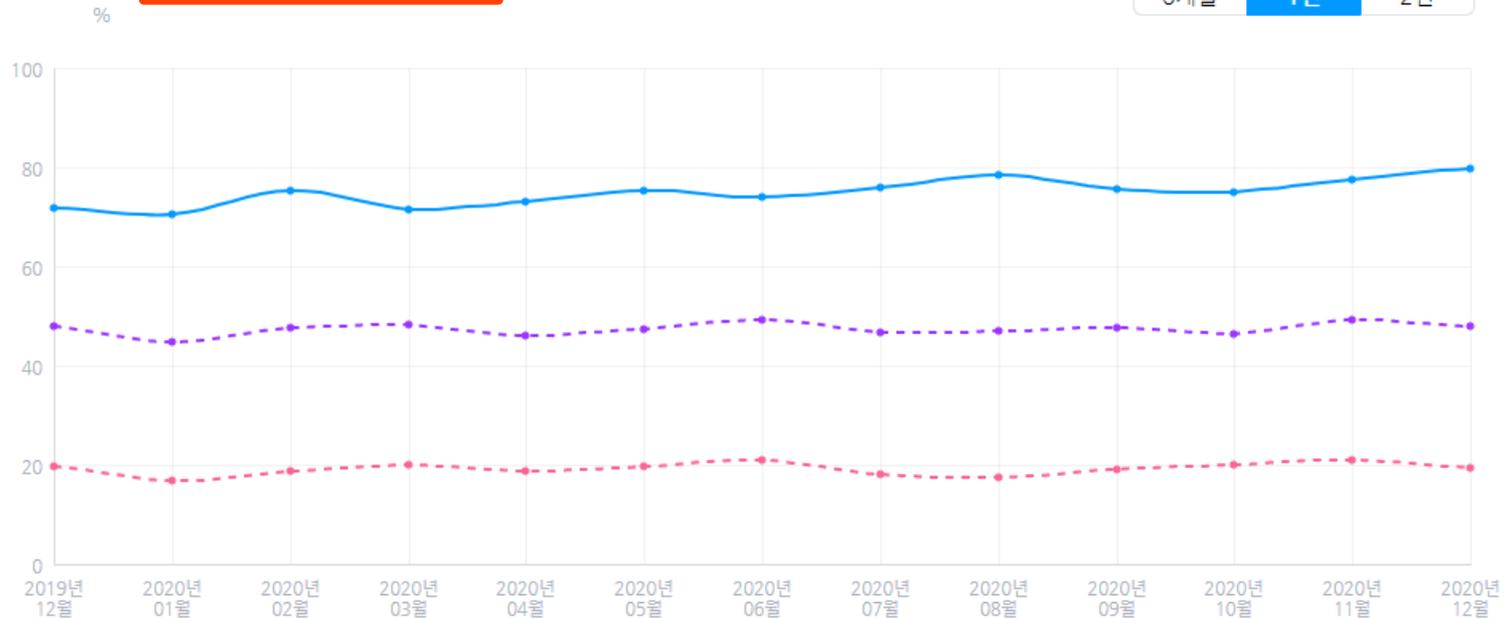
리테일 VS 업종 재구매율



6개월

1년

2년



자주 같이 소비하는 리테일

특정 리테일과 같은 일자 혹은 같은 달에 소비한 리테일 정보를 제공

쿠팡/쿠팡이츠 2위 07월 08월 09월 10월 2020년 12월 일간 월간

자주 같이 소비하는 리테일 ② 같은 달 소비 업종 전체

네이버/네이버페이 인터넷서비스	4.5%	GS25 편의점	3.6%	씨유(CU) 편의점	3.5%	배달의민족 배달	3.4%
파리바게뜨/파리크... 제빵/제과/떡	2.8%	다이소 백화점/쇼핑몰	2.3%	세븐일레븐 편의점	2.2%	이마트 백화점/쇼핑몰	2%
홈플러스 백화점/쇼핑몰	1.6%	11번가 홈쇼핑/인터넷쇼핑	1.6%	스타벅스 음료	1.4%	옥션/G마켓/G9 홈쇼핑/인터넷쇼핑	1.4%
emart24(위드미) 편의점	1.3%	위메프 홈쇼핑/인터넷쇼핑	1.1%	농협하나로마트 백화점/쇼핑몰	1%	맥도날드 햄버거/피자	1%
GS홈쇼핑/GS Shop 홈쇼핑/인터넷쇼핑	1%	요기요 배달	1%	메리츠화재 보험	1%	배스킨라빈스/던킨... 제빵/제과/떡	1%

온라인상품 분석 주요 제공정보

(상품, 브랜드, 카테고리별 구매금액, 구매개수, 점유율)

BUY



한국인이 온라인에서 구매하는 15,000개+ 소비재 상품분석

한국 주요 11개 종합 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 200여개 소비재 카테고리의 인기상품의 구매금액/개수 분석
 한국인이 온라인에서 많이 구매하는 물품을 제품별, 브랜드별, 카테고리별로 확인할 수 있습니다.

순위		표본구매금액 [?]	표본구매개수 [?]	표본구매횟수 [?]	평균 구매금액 [?]
1	 광동제약 제주 삼다수 생수 2L 광동제약	2,299,314,938	2,430,268	223,713	946
2	 스파클 스파클 2L 스파클 ★	1,462,097,080	2,979,569	115,927	490
3	 아워홈 지리산수 2L 아워홈	1,417,898,160	2,882,658	185,709	491
4	 광동제약 제주 삼다수 500ml 광동제약	1,039,894,278	3,049,984	124,696	340
5	 스파클 스파클 500ml 스파클	923,810,250	5,101,760	97,760	181
6	 농심 백두산 백산수 2L 농심	749,772,058	944,001	278,762	794
7	 동원F&B 동원샘물 2L 동원F&B	739,893,180	1,314,687	101,078	562
8	 동원F&B 동원샘물 500ml 동원F&B	355,695,220	1,776,320	110,504	200

분석 대상 카테고리

한국인이 온라인에서 많이 구매하는 5개 대분류(가공식품, 가전, 생활용품, 화장품, 출산/유아)의 200여개 상세 카테고리의 제품을 수집하여 시장점유율을 추정

대분류	중분류
가공 식품	편의 가공 식품
	제과류
	유가공
	무알콜 음용식품
	견과류
	냉동/냉장식품
	조미군
	장류
	소재군
	건강기능식품

대분류	중분류
가전	엔터테인먼트
	주방가전
	생활가전
	계절가전
	IT
	미용/욕실
	건강

대분류	중분류
생활용품	제지류/위생용품
	세제류
	가정용품
	헤어케어
	퍼스널케어
	오랄케어

대분류	중분류
화장품/미용	향수
	클렌징
	스킨케어
	선케어/태닝
	색조/메이크업
	남성화장품

대분류	중분류
출산/유아	이유식/유아간식
	분유
	스킨케어/위생용품
	기저귀

매주, 매월 온라인 상품분석 주요지표

온라인에서 인기있는 제품의 실제 구매 지표 및 점유율 파악으로 소비자의 구매패턴 파악

제품이 속한 카테고리내의 구매금액 점유율



스파클 스파클 2L	14.9 %	광동제약 제주 삼다수 생수 2L	14.7 %
광동제약 제주 삼다수 500ml	8.8 %	아워홀 지리산수 2L	8.4 %
농심 백두산 백산수 2L	6.7 %	스파클 스파클 500ml	6.6 %
동원F&B 동원샘물 2L	5.3 %	이마트 노브랜드 미네랄워터 2L	4.8 %
아워홀 지리산수 핑크에디션 500ml	3.2 %	풀무원샘물 풀무원 샘물 2L	2.6 %
롯데칠성음료 아이시스 8.0 2L	1.9 %	롯데칠성음료 아이시스 8.0 300ml	1.8 %
동원F&B 동원샘물 500ml	1.7 %	농심 백두산 백산수 500ml	1.5 %
롯데칠성음료 아이시스 8.0 500ml	1.3 %	해태음료 강원 평창수 2L	1.3 %
하이트진로 석수 500ml	0.9 %	강불리아이프 수블리 미네랄워터 2L	0.9 %
풀무원샘물 네슬레 퓨어라이프 2L	0.9 %	기타	11.8 %

같은 브랜드에서 개별 제품별 구매금액 점유율



스파클 스파클 2L	66.7 %	스파클 스파클 500ml	29.4 %
스파클 스파클 330ml	3 %	스파클 스파클 18.9L	0.6 %
스파클 스파클 2L x 24개 + 500ml x 20개	0.3 %		

제품의 판매 플랫폼별 구매금액 점유율



위메프	49.0 %	G마켓/G9	16.0 %
옥션	13.2 %	네이버	9.5 %
인터파크	7.6 %	티몬	4.7 %

제품/브랜드/카테고리별 구매금액/개수 분석

제품별 표본의 구매금액, 구매개수, 평균구매금액 등 확인

주요지표



472,209,360원

표본구매금액 ②



9,743개

표본구매개수 ②



48,466원

평균구매금액 ②



-21.2%

표본구매금액 성장비율



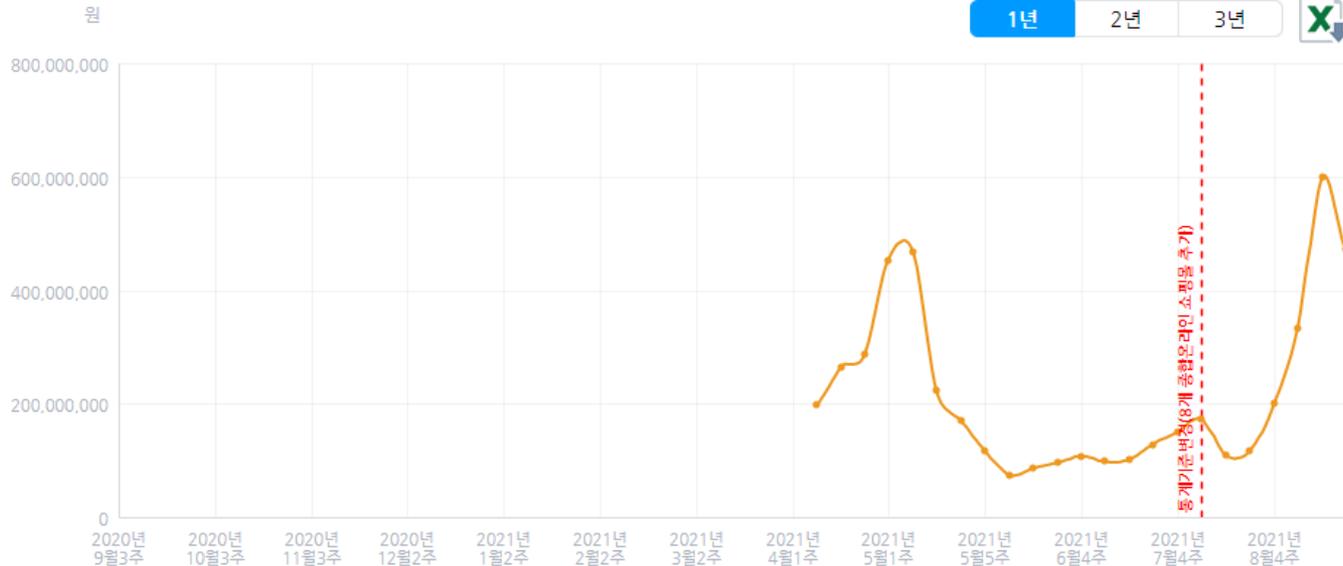
-24.6%

표본구매개수 성장비율



4.6%

평균구매금액 성장비율



주요 경쟁제품/브랜드의 점유율 추이

제품이 속한 카테고리내의 구매금액 점유율

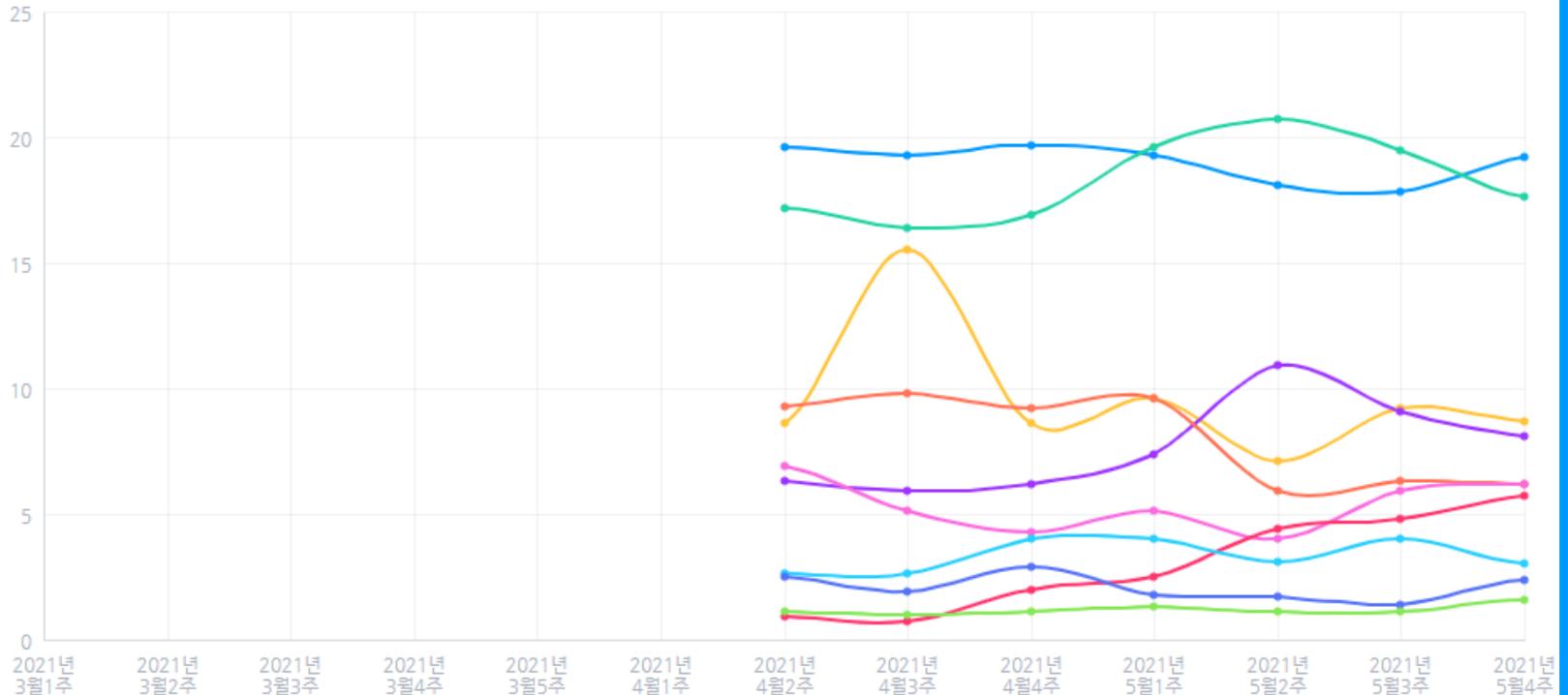
3개월

6개월

1년



- 스파클 스파클 2L
- 광동제약 제주 삼다수 생수 2L
- 스파클 스파클 500ml
- 광동제약 제주 삼다수 500ml
- 동원F&B 동원샘물 2L
- 농심 백두산 백산수 2L
- 아워홀 지리산수 핑크에디션 500ml
- 풀무원샘물 풀무원 샘물 2L
- 아워홀 지리산수 2L
- 강불리라이프 수블리 미네랄워터 2L



브랜드별 제품 판매현황 및 경쟁현황

광동제약 - 생수

광동제약(주)

브랜드가 속한 카테고리

RTD 차

RTD 커피

생수

숙취해소 음료

염색약

영양제

젤리

주스

홍삼/인삼

같은 브랜드에서 개별 제품별 구매금액 점유율



광동제약 제주 삼다수 생수 2L	56.5 %	광동제약 제주 삼다수 500ml	33.7 %
광동제약 V라인 옥수수수염차 1.5L	1.7 %	광동제약 V라인 옥수수수염차 500ml	1.6 %
광동제약 V라인 옥수수수염차 340ml	1.5 %	광동제약 힐찬하루 헛개차 男 1.5L	1.1 %
광동제약 힐찬하루 헛개차 男 500ml	0.7 %	광동제약 힐찬하루 헛개차 男 340ml	0.5 %
광동제약 쌍화골드 100ml	0.5 %	광동제약 제주 삼다수 330ml	0.4 %
광동제약 대추쌍화 150ml	0.3 %	광동제약 돼지감자차 1.5L	0.3 %
광동제약 힐찬하루 헛개차 男 180ml	0.2 %	광동제약 우롱차 500ml	0.2 %
광동제약 내가 그린 빠른 허브 헤어칼라	0.2 %	광동제약 타우린 2000 120ml	0.1 %
광동제약 돼지감자차 500ml	0.1 %	광동제약 생강쌍화 120ml	0.1 %
광동제약 V라인 옥수수수염차 180ml	0.1 %	기타	0.2 %

제품의 판매 플랫폼별 구매금액 점유율



위메프	49.0 %	G마켓/G9	16.0 %
옥션	13.2 %	네이버	9.5 %
인터파크	7.6 %	티몬	4.7 %

카테고리별 분석

생수 2위

한국인이 온라인에서 많이 구매하는 물품을 제품별로, 브랜드별, 카테고리별로 구분하여 확인할 수 있습니다.

2021년 8월 16일 ~ 8월 22일

주간

월간

표본구매금액

표본구매금액

₩3,393,628,157

2021년 8월 표본구매금액

₩11,519,059,154

점유율

브랜드 구매금액 점유율

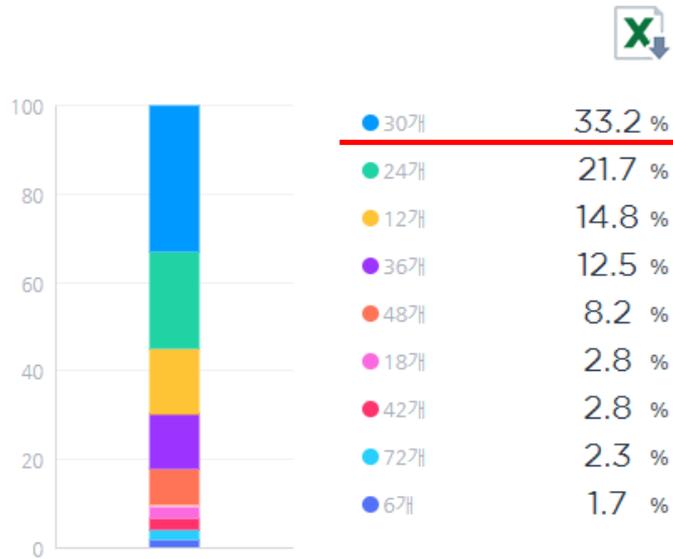


스파클	20.6 %	아워홈	17.9 %
광동제약	17.9 %	농심	9.9 %
아이시스	7.5 %	등원F&B	6.6 %
노브랜드	3.9 %	몽베스트	2.6 %
플무원생물	2.6 %	하이트진로음료	1.7 %
화인바이오	1.6 %	백학음료	1.5 %
해태음료	0.9 %	정식품	0.6 %
한국청정음료	0.6 %	에비앙	0.5 %
오리온	0.5 %	강블리라이프	0.4 %
닥터엠	0.4 %	기타	1.8 %

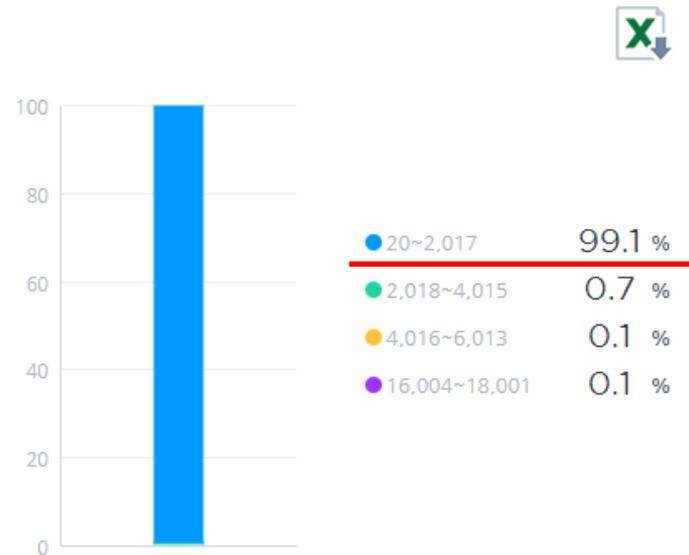
구매옵션 / 구매가격별 분석

A 2L 생수의 경우 30개 묶음을 가장 많이 구매, 생수의 대부분 가격은 2,000원 이하

구매옵션별 구매금액 점유율 ②



가격대별 구매금액 점유율 ②



주요용어

• 앱 시장분석

설치자: 선택한 기간 동안 해당 앱이 스마트폰에 설치되어 있는 중복되지 않은 사람의 수
사용자: 선택한 기간 동안 해당 앱을 사용한 중복되지 않은 사람의 수
사용시간: 선택한 기간 동안 해당 앱의 사용자들이 앱에 머무른 총 체류시간
실행횟수: 선택한 기간 동안 해당 앱의 사용자들이 앱을 실행한 총 횟수

• 소매 시장분석

리테일: 개별 소매 브랜드 또는 법인명
결제금액: 결제금액은 신용카드, 체크카드, 계좌이체, 휴대폰 소액결제로 리테일에서 결제한 부가세 포함 결제금액
결제금액의 인식: 소비자의 결제내역/명세서 (카드결제명세서, 계좌이체 기록)에 표시된 브랜드로 구분
결제자수: 통계기간에 해당 리테일에서 결제한 중복되지 않은 사람의 수
금액배정: 결제금액은 1개의 리테일에만 배정됨
직영/가맹: 프랜차이즈의 경우 직영과 가맹을 구분하지 않음
할부결제: 할부 결제한 1번째 달에만 할부로 구분되며 1번째 달에만 전액 결제금액으로 포함

• 온라인상품분석

제품: 온라인에서 구매하는 상품. 같은 상품이라도 용량과 단위에 따라서 별도로 구분된다.
브랜드: 온라인에서 구매하는 제품이 소속된 브랜드
표본구매금액: 상품, 브랜드, 카테고리별로 해당 통계기간동안 표본이 구매한 금액
표본구매개수: 상품, 브랜드, 카테고리별로 해당 통계기간동안 표본이 구매한 개수 (10개 묶음 상품을 1번에 구매하면 10개)
평균구매금액: 상품, 브랜드, 카테고리별로 해당 통계기간동안 표본이 구매한 구매금액/구매개수

추가 용어는 [WISEAPP 사이트 FAQ](#)에서 확인

과거 통계 제공 기간 및 업데이트 주기

앱 시장 분석

- 통계 제공 기간
실사용(Android 앱): 16년 3월~
실사용(Android 카테고리/개발사): 17년 4월~
실사용분석(iOS 앱/ 카테고리/개발사): 20년 9월~
마켓랭킹(Android & iOS 앱): 최근 2달
매출/가치분석(Android 앱/카테고리/개발사): 18년 1월~
- 업데이트 주기
일 실사용분석, 마켓랭킹, 키워드, 내재가치: D+1일
주 실사용분석: 매주 2 영업일
월 실사용분석: 매월 4 영업일
일 매출: D+2일

소매 시장 분석

- 통계 제공 기간
월 결제분석: 2018년 1월~
일 결제분석: 2020년 1월~
- 업데이트 주기
일 데이터: D+1일
월 데이터: 매월 4 영업일

온라인 상품 분석

- 통계 제공 기간
주 상품분석: 2021년 4월 2주~
월 상품분석: 2021년 5월~
- 업데이트 주기
주 데이터: 매주 2 영업일
월 데이터: 매월 4 영업일

상품 가격

	앱시장분석	소매시장분석	온라인상품분석
기본계정	5계정	5계정	5계정
연간비용	2,000만원	4,000만원	4,000만원

부가세 별도 계정수 5명 / 20명 / 50명 / 100명에 따라 가격변동
2가지 상품 구매시 1,000만원, 3가지 상품 구매시 2,000만원 할인

	앱시장분석	소매시장분석	온라인상품분석
1년	2,000만원	4,000만원	4,000만원
2년	3,600만원	7,200만원	7,200만원
3년	4,800만원	9,600만원	9,600만원



끝

www.wiseapp.co.kr

Copyright © Ideaware Inc. All Rights Reserved