비누랩스 인사이트

리서치 서비스 소개서

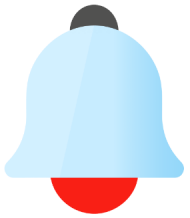
2026.10

비누랩스 인사이트는 **에브리타임**을 기반으로 합니다

WAU

174만

2025년 7월 ~ 2026년 6월 평균



누적 시간표 개수

6,106만

2026년 7월 기준



누적 가입자 수

841만

2026년 6월 기준



에브리타임 자체 통계 데이터 기준

우리가 만나는 **유저들은 이런 사람들입니다.**

학번 / 학교 / 학과 인증을 통해

검증된 대학생



연령대

20대 82.8%

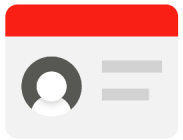
10대 13.7%, 30대~ 3.6%



학년별 현황

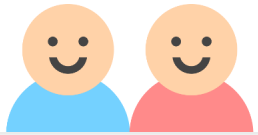
저학번 60%

신입생 19%, 고학번 23%



성비

남성 51%
여성 49%



- 성비, 연령대 (만 나이), 학년별 현황 : 2026년 자체 통계 데이터 기준
- 학년별 현황 : 신입생 (26학번), 저학번 (22~25학번), 고학번 (18~21학번)

잘파[Gen Z + ALPHA] 세대
사용자 비율이 가장 높은 앱, 에브리타임

순위	앱	잘파 세대 비율	월간 사용자 수 평균 [만 명]
1	에브리타임	85.3%	404
2	디스코드	67.4%	405
3	X	63.8%	473
4	핀터레스트	62.7%	394
5	네이버 웹툰	57.3%	711
6	지그재그	57.0%	250
7	브롤스타즈	51.5%	293
8	무신사	51.2%	369
9	에이블리	50.8%	483
10	번개장터	50.3%	242

- 한국인 Android + iOS 앱 사용자 추정 [만 명]
- 2025년 1월부터 5월까지 잘파 세대 [1020대] 사용자 비율 및 월간 사용자 수 평균
- 2025년 1월부터 5월까지의 월간 사용자 수 합이 2천만 명 이상인 앱 10개 제시

출처: WISEAPP . RETAIL

에브리타임 기반 20대 리서치 서비스

비누랩스 인사이트

20대가 궁금할 때,
가장 가까운 곳에서 답을 찾습니다.

20대는 수많은 **‘첫 선택’**이 시작되는 시기입니다

진학·취업·독립을 거치며 새로운 선택과 소비 기준, 브랜드 관계가 만들어집니다.

FIRST CHOICE

새로운 선택

삶의 변화와 함께
새로운 브랜드를 만납니다.

OWN STANDARD

나만의 소비 기준

제품과 서비스를 경험하며
나만의 선택 기준을 만듭니다.

BRAND RELATIONSHIP

브랜드와의 관계

브랜드의 첫 경험이
다음 선택의 기준이 됩니다.

20대를 이해하는 것은, 앞으로의 고객 관계를 준비하는 일입니다.

브랜드부터 아이디어까지, 20대에게 직접 물어봅니다

01 브랜드·캠페인 진단

우리 브랜드,
20대에게 어떻게 보일까요?

인지도와 이미지, 캠페인 반응으로
브랜드의 현재 위치를 확인합니다.

02 구매·이용 행태 조사

20대는 왜
이 제품을 선택할까요?

이용 행태와 선택 기준을 파악하고
구매를 가로막는 이유를 찾습니다.

03 콘텐츠·기능 검증

이 아이디어,
실제로 통할까요?

출시 전 콘셉트와 실제 경험을
타깃의 반응으로 검증합니다.

20대 리서치의 출발점은, 실제 사용자가 있는 곳입니다

에브리타임 실제 사용자 기반의 20대 리서치

		범용 패널 기반 기존 리서치사	VS	비누랩스 인사이트
01	모집 기반	등록된 조사 패널에서 20대 응답자 탐색		에브리타임 실제 사용자 중 조건에 맞춰 모집 고객 이점 실제 플랫폼 사용자까지 접근
02	타깃	프로필 + 스크리닝으로 대학생 조건 확인		자가 응답이 아닌, 인증으로 확인한 20대 고객 이점 학교·학번·전공 정보로 정교하게 모집
03	모집 접점	패널 앱·메일·푸시를 통한 참여 요청		홈·커뮤니티·메시지 등 앱 이용 지면에서 모집 고객 이점 사용자가 있는 곳에서 바로 접근

필요한 답의 깊이에 따라, 두 가지 방식으로 조사합니다

반응을 확인하는 Quick Survey, 실행 방향을 제안하는 Insight Full Report.

FAST DECISION

QUICK SURVEY 300

300만 원 · 20대 300명

최대 10~12문항 · 별도 세부 타깃 조건 없음

Raw Data + 기본 결과표 + 핵심 결과 요약

"이 아이디어, 반응이 있을까?"를 빠르게 확인하는 조사

DEEP INSIGHT

INSIGHT FULL REPORT

맞춤 설계 · 심층 분석 · 전략 제언

맞춤 타깃 설계 · 정량·정성 조사

세그먼트·행동 분석 및 전략 제언

"그래서 우리는 어떻게 해야 할까?"까지 제안하는 조사

빠르게 확인하고 싶은 20대의 반응이 있다면, Quick Survey 300

복잡한 조사 설계 없이, 20대 소비자의 반응을 빠르게 확인합니다.

QUICK SURVEY 300

300만 원

에브리타임 20대 사용자 300명

20대 300명

에브리타임 20대 사용자 대상

최대 10~12문항

핵심 질문 중심의 간결한 설문

Topline Report

Raw Data + 기본 결과표 + 핵심 요약

빠른 진행

표준화된 프로세스로 진행

이런 조사에 추천합니다

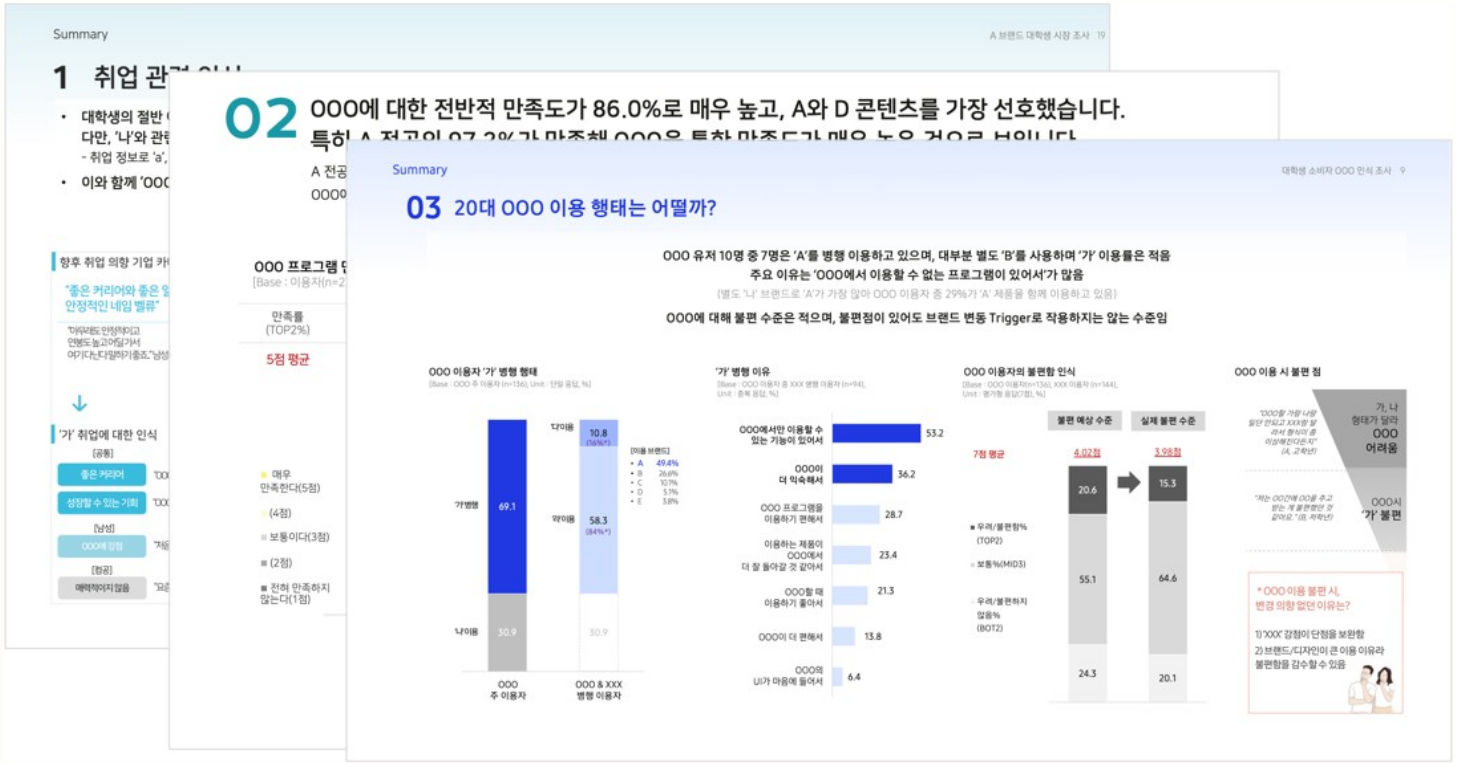
광고·콘셉트 A/B 반응 · 브랜드 인식 · 신제품·서비스 아이디어

특정 브랜드 이용자, 특정 전공·학번·경험자 등 세부 타깃 조건이 필요한 경우 Insight Full Report로 진행됩니다.

선택의 이유를 분석하고, 다음 행동을 제안합니다

정량·정성 조사로 소비자 인사이트를 도출하고, 전략과 개선 방향까지 제안합니다.

INSIGHT FULL REPORT



01 문제를 정의하고

브랜드·시장·사용자 이슈를 구조화합니다.

02 차이를 분석하고

세그먼트와 행동별 차이를 찾아냅니다.

03 다음 행동을 제안합니다

데이터를 실제 전략과 개선 방향으로 연결합니다.

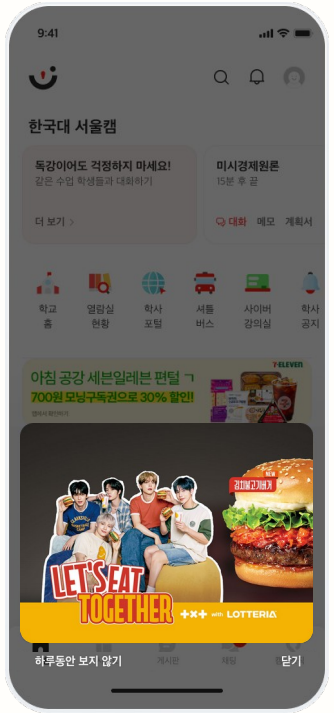
Quick Survey 어떤 반응인가?

Insight Full Report 그래서 어떻게 해야 할까?

20대와 만나는 주요 조사 접점

앱 진입부터 홈과 커뮤니티까지, 이용 흐름 안에서 조사 참여를 안내합니다.

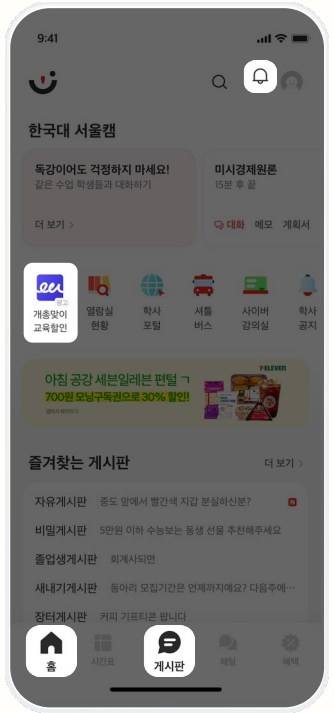
01 앱 진입



하단 팝업

앱을 여는 순간,
조사 참여 기회를 안내합니다.

02 앱 이용



홈 아이콘

홈에서 바로 조사 참여로 연결

홈 배너·홈 카드

자주 보는 홈에서 참여 기회를 안내

데일리 메시지

알림으로 조사 소식 전달

커뮤니티 보드·네이티브

게시판을 이용하는 중에도 참여 안내

지면 예시이며, 실제 활용 지면은 조사 목적과 대상에 따라 협의합니다.

실무에서 마주치는 질문을, 리서치로 풀어냅니다

실무의 질문을 조사로 구체화하고, 다음 실행에 필요한 근거를 찾습니다.

	실무자의 질문	확인할 내용
01	브랜드 메시지 **우리 브랜드의 어떤 점을 강조할까?**	**타깃별 그룹 인터뷰** 브랜드를 바라보는 언어와 인식
02	브랜드 변화 **20대의 브랜드 인식은 달라지고 있을까?**	**정기 브랜드 인식 조사** 인지·이용·구매 의향의 변화
03	광고 콘셉트 **어떤 광고 콘셉트가 브랜드와 어울릴까?**	**타깃 대상 콘셉트 조사** 선호 이유와 브랜드 적합도
04	제품 기획 **20대가 원하는 제품은 무엇일까?**	**제품 이용 행태·인식 조사** 사용 경험과 충족되지 않은 니즈

활용 예시이며, 개별 고객사의 수행 결과나 성과를 의미하지 않습니다.

리서치 진행 프로세스

01
리서치 문의

조사 목적·대상·예산 공유

희망 일정 및 결과물 협의

02
제안 및 협의

조사 방법·표본수 제안

견적과 조사 범위 확정

03
리서치 계약

계약 및 설문·가이드 검토

참여자 모집 조건 확인

04
조사 진행

참여자 모집 및 조사 운영

응답 데이터 확인

05
분석·결과 전달

최종 데이터 또는 보고서 전달

대금 정산

● 고객사

● 비누랩스 인사이트

조사 기간과 정산 일정은 대상 조건·조사 범위에 따라 협의합니다.

리서치, 이렇게 시작하세요

궁금한 점과 조사 대상을 알려주시면, 방법과 범위를 함께 구체화합니다.

Q1

어떤 대상을 조사할 수 있나요?

인증 정보를 바탕으로 조사 대상 조건을 정합니다.
관심사·구매 경험 등은 추가 질문으로 확인합니다.

Q2

설문을 미리 만들어야 하나요?

궁금한 점이나 해결하고 싶은 문제를 알려주세요.
조사 방식과 질문 구성은 함께 구체화합니다.

Q3

비용과 기간은 어떻게 정하나요?

Quick Survey 300은 300만 원 정찰제입니다.
Full Report의 견적·일정은 조사 범위에 따라 협의합니다.

Q4

어떤 결과물을 받을 수 있나요?

계약에서 정한 범위에 따라
최종 결과물인 데이터 또는 보고서를 전달합니다.

비누랩스 인사이트

20대에 대한 궁금증, 지금 들려주세요

insight@vinulabs.com

설문이 준비되어 있지 않아도 괜찮습니다.
궁금한 점부터, 조사 방법까지 함께 정리하겠습니다.

궁금한 점

조사 대상

희망 일정

예산