

Press Contacts

임성연 이사
한국어도비시스템즈
(02)530-8094
sulim@adobe.com

유민우 차장/ 김보현 대리
샤우트 웨거너 에드스트롬
(02)6250-9844, 010-8890-0091
adobe_pr@shoutwe.com

어도비 디지털 인덱스: 2014 FIFA 월드컵, 역대 최고의 소셜(Social)한 스포츠 행사로 등극

서울 — 2014년 6월 12일 — 2014 FIFA 월드컵이 소치 올림픽(Sochi Olympic Games)과 2014 슈퍼 볼(Super Bowl)을 능가하는 역대 최고의 소셜(Social)한 스포츠 행사로 등극했다. [어도비가 최근 조사 발표한 어도비 디지털 인덱스\(Adobe Digital Index\)](#)에 따르면, 2013년 6월 이후 월드컵에 대해 언급한 소셜 멘션은 1천9백만 건을 넘어섰다.

어도비 디지털 인덱스는 어도비 마케팅 클라우드(Adobe Marketing Cloud) 솔루션 중 하나인 어도비 소셜(Adobe Social)을 통해 블로그와 페이스북, 구글플러스, 트위터, 인스타그램, 포스퀘어, 유튜브 등 다양한 소셜 채널의 버즈 데이터를 기초로 한다. 이번 조사는 230개 국가 및 지역의 월드컵에 대한 소셜 멘션 6천9백만여 건을 표본으로 했다.

어도비 디지털 인덱스를 총괄한 어도비 수석 애널리스트 타마라 가프니(Tamara Gaffney)는 “이번 월드컵은 행사를 한 달 앞두고 생성된 관련 소셜 멘션이 소치 올림픽과 2014 슈퍼 볼을 능가한다”며, “전세계 90%에 이르는 국가 및 지역에서 월드컵에 대한 대화를 소셜미디어를 통해 주고받았다. 이 역시 소치 올림픽이 기록한 84%와 2014년 슈퍼 볼의 78%를 뛰어넘는 수치다”라고 설명했다.

이번 조사에 따르면 월드컵에 대해 가장 많은 소셜 버즈가 일어난 곳은 아시아 태평양인 것으로 나타났다. 아시아 태평양 지역은 월드컵 관련 소셜 버즈의 48%를 생산하고 있으며, 유럽, 중동, 아프리카(32%)와 아메리카 대륙(20%)이 그 뒤를 잇는다.

소셜 미디어 상에서 월드컵 열기가 가장 뜨거운 국가는 일본이다. 전체 월드컵 멘션 중 37%가 일본에서 나오고 있다. 그 뒤를 영국(11%), 브라질(9%), 독일(8%), 미국(8%)이 따르고 있으며 한국은 4%의 점유율로 6위에 올랐다.

어도비 디지털 인덱스를 통해 월드컵 참가 선수들에 대한 관심 또한 엿볼 수 있다. 지난 5월 한달 동안 소셜 미디어에서 가장 많이 언급된 선수는 포르투갈의 크리스티아누 호날두(Cristiano Ronaldo)로, 150만 건 이상의 멘션을 받았다. 그 다음으로는 브라질의 네이마르 다 실바(Neymar da Silva Santos Júnior)가 120만 건, 스페인의 세르지오 라모스(Sergio Ramos)가 약 100만 건 멘션을 받으며 이들에 대한 높은 인기와 관심을 증명했다.

어도비는 2014 월드컵 기간 중 전 세계 소셜 트렌드를 계속 분석할 예정이다.

어도비 디지털 인덱스: 2014 FIFA 월드컵 역대 최고의 소셜(Social)한 스포츠 행사로 등극

Adobe Digital Index
@adobeindex

WORLD CUP

BRAZIL
2014

역대 최고의 소셜(Social)한 스포츠 행사로 등극하다

행사를 한 달 여 앞두고 생성된 관련 소셜 멘션이
소치 올림픽과 2014 슈퍼볼을 능가

월드컵
올림픽
슈퍼볼

행사
당일

전세계 90%에 이르는 국가 및 지역에서 월드컵에 대한 대화를 소셜미디어를 통해 주고받았다. 이 역시 소치 올림픽이 기록한 84%와 2014년 슈퍼볼의 78%를 뛰어넘는 수치다.

월드컵 관련 소셜 멘션의 국가별 점유율 top 10

37%	11%	9%	8%	8%	4%	3%	3%	2%	2%
일본	영국	브라질	미국	독일	한국	인도네시아	프랑스	나이지리아	스페인

독일: 트위터 상에서 월드컵에 대해 가장 활발히 언급하는 국가

독일은 트위터 상에서 활동이 가장 활발한 국가로 전체 월드컵 멘션 중 17%의 점유율을 보였으며, 일본(11%), 나이지리아(8%), 프랑스(5%), 영국(5%)이 뒤를 이었다.

지역별 전체 소셜 버즈 점유율

32% 유럽 중동 아프리카	48% 아시아 태평양	20% 남북아메리카
----------------	-------------	------------

36% 영국

영국은 1966년 역대 우승의 기록을 잊었지 못할지언 월드컵에 대한 열정이 가장 뜨거운 국가로, '세 하리의 사자' (영국 국가대표팀의 별명)에 대한 멘션이 유럽 중동 아프리카 멘션 중 36%를 차지했다.

78% 일본

일본은 아메리카 월드컵 역대 중 78%의 점유율을 보이며, 지역 내 가장 소셜한 국가로 올라섰다. 일본은 월드컵에 대한 뜨거운 사랑을 보이며, 세계에서 가장 소셜한 국가로 나가고 있는 것으로 나타났다.

호날두: 월드컵 참가 선수 중 소셜 미디어 상에서 가장 많이 언급된 선수

포르투갈의 크리스티아누 호날두는 세계에서 가장 많은 팔로워를 가진 운동선수이자 월드컵 참가 선수 중 가장 많이 언급되는 인물이다. 호날두는 지난 5월에만 2200만 명 이상의 트위터 팔로워로부터 150만 개 이상의 멘션을 받았다. 또한 스페인의 이스크르 알라프론과 미국의 현역 선수인 구스타보 구아다냐의 국가대표팀에 선발되지 못했음에도 불구하고 많이 언급되는 월드컵 참가선수 10위 안에 들었다.

크리스티아누 호날두

어도비 디지털 인덱스 조사 방법: 2013년 6월부터 2014년 5월까지 발생한 6900만 건 이상의 멘션을 기본 데이터로 하여, 전세계 255개 국가 중 230개 국가를 대상으로 월드컵 및 관련 단어를 35개 이상의 언어로 추적하였다. 이번 조사는 아도비 소셜 리스닝 툴을 사용하여 페이스북, 구글 플러스, 레딧, 트위터, 대일리언스, 플리커, 인스타그램, 링크드인, VK, 디스커스, 포스퀘어, 메타카마, 워드프레스, 유튜브 등의 소셜 현상 플랫폼을 기반으로 하였다.

어도비 디지털 인덱스에 대해 자세히 알아보기
adobe.com/digitalindex

어도비 디지털 인덱스: 2014 FIFA 월드컵 역대 최고의 소셜(Social)한 스포츠 행사로 등극

어도비 디지털 인덱스(Adobe Digital Index)에 대하여

어도비 디지털 인덱스는 디지털 마케팅과 더불어 다양한 업계의 마케팅 및 e 커머스 담당 임원들이 관심을 가질 만한 주제들에 대한 조사를 발표한다. 조사는 기업의 웹사이트에서 일어나는 활동을 분석하고 활용 가능한 데이터를 얻기 위해 어도비 마케팅 클라우드를 사용하는 전 세계 5천 여 기업들로부터 집계된 익명의, 선택된 데이터 분석을 기초로 한 것이다. 비디오 벤치마크 리포트와 기타 리포트, 인사이트 등은 [여기](#)에서 확인할 수 있다.

어도비시스템즈에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다. 한국어어도비시스템즈에 대한 뉴스와 업데이트는 한국어어도비시스템즈의 [공식 트위터](#)와 [공식 페이스북](#)을 통해 확인 가능하다.

###