2025 Ver.

TREND

트렌드를 읽는 최고의 습관!

TREND.M MEMBERSHIP 2025

KMA

TREND.M MEMBERSHIP

급변하는 세상, 앞서 가기 위한 경쟁력은 무엇일까요? 정답은 트렌드를 읽는 습관에 있습니다!
TREND.M 멤버십은 트렌드 리더들의 강연, 미디어 스캐닝 리포트, 현업 중심 캐주얼 네트워크, 함께 학습하는 소셜 러닝을 통해 지속 성장 가능한 인사이트를 제시합니다.

나만의 트렌드 인사이트 전문가 그룹

분아별 전문가 4,000여명이 함께 하는
트렌드M은 각 분야별 인플루언서와 함께
현재 우리가 반드시 알아야 할
지식과 인사이트를 제공합니다.

복잡한 세상을 쉽게 정리하는 미디어 스캐닝 리포트

트렌드M만의 차별화된 미디어 분석 프레임과
생성형 AI로 트렌드 키워드를 도출하고
미디어 스캐닝 데이터를 정리한
마이트로 트렌드 리포트를 제공합니다.

업무에 대한 이야기를 나누는 캐주얼 네트워크

현업에 대한 고민과 생각을 동종업계 회원들과
함께 이야기 하고 인적 교류의 시간을 갖는
온라인/오프라인 네트워킹 기회를
정기적으로 제공합니다.

꼭 필요한 지식을 함께 학습하는 소셜 러닝

포럼M의 인플루언서가 추천하는 도서를 바탕으로
독서와 토론을 하면서 생각의 범위를 확장시키고
주요 컨퍼런스의 디브리핑으로
선진 지식을 습득합니다.

Copyright ©All Rights Reserved

TREND

MEMBERSHIP SERVICE

서비스		주기	LITE (개인)	PLUS (법인)	비회원
포럼M	현업 전문가의 분야별 트렌드 특강 (온라인)	매월	1명	무제한	60,000원/1회
트렌드 리포트	생성형 AI 기반 마이크로 트렌드 리포트	매월	1명	무제한	60,000원/1회
트렌드 커피챗	트렌드 캔버스 기반 온라인 스몰토크	격월	1명	무제한	참여불가
클럽M	현업 전문가 추천 독서 토론 모임 (with 트렌드M)	격월	1명	무제한	참여불가
트레바리	트레바리와 함께 하는 독서 토론 모임 (with 클럽장)	정기	유료 할인	유료 할인	참여불가
네트워킹	현업 전문가와 함께 하는 네트워킹 프로그램	분기별	유료 할인	무료 2명	참여불가
트렌드 자격증	국내 유일 트렌드 분석 전문가 자격증 (온라인)	연1회	유료 할인	무료 1명	600,000원/1회
컨퍼런스	KMA 지식 컨퍼런스 - CTF 초청	연1회	유료 할인	무료 3명	100,000원/1회
무료 강연	마이크로 트렌드 강연 무료 제공 (비대면)	연1회	-	1회	진행 불가
멤버십 구독			300,000원	1,500,000원	

Copyright ©All Rights Reserved

FORUM.M

포럼M은 조직 구성원이 핵심 리더로 성장할 수 있도록
최신 트렌드와 마케팅 이슈에 대한 인사이트를 제공합니다.

콘텐츠를 보다 쉽고 편리하게 접근하실 수 있도록 온라인으로 진행되며,
정기적으로 회원 간 네트워킹 프로그램을 제공합니다.

FORUM

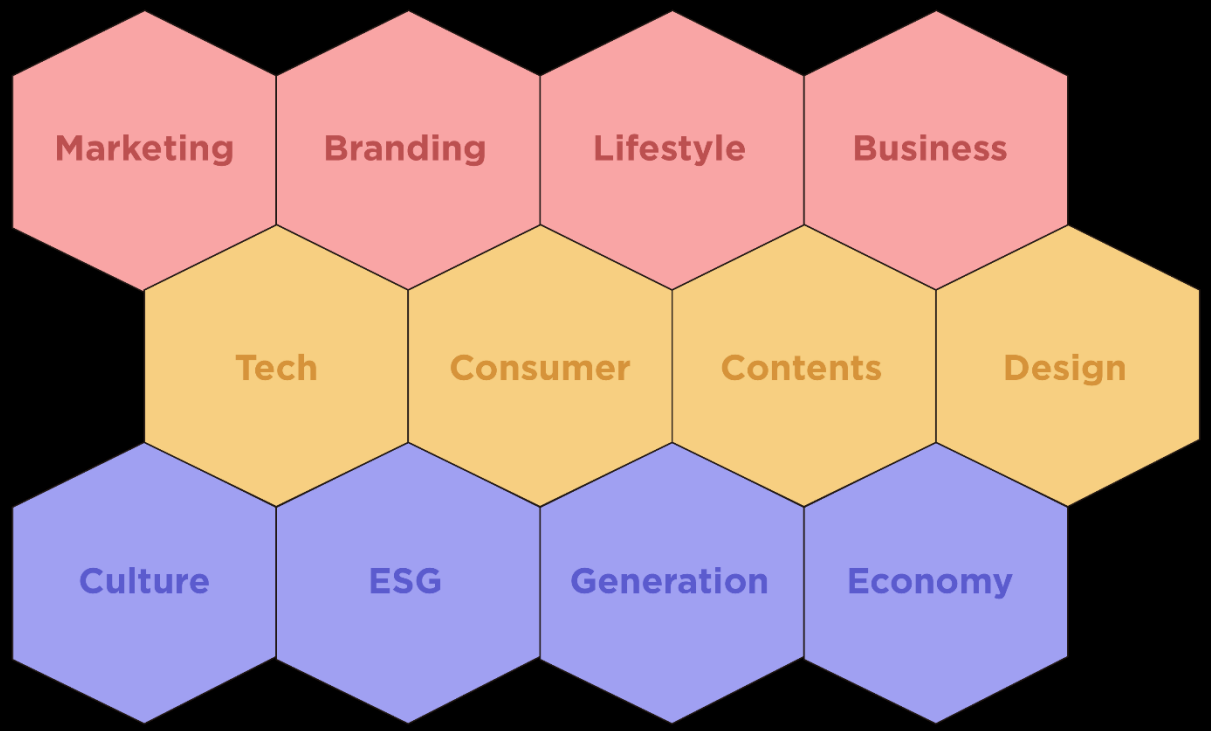
MICRO TREND
MARKET INSIGHT
MARKETING ISSUE

Copyright ©All Rights Reserved

FORUM.M_12-SECTORS

포럼M은 트렌드 생성 패턴, 트렌드 이슈를 지속적으로 트래킹하고
포럼M을 통해 12개 영역 전문가 인사이트와 콘텐츠를 제공합니다.

Marketing	디지털 마케팅, 퍼포먼스 마케팅, AI 마케팅, 인플루언서, 미디어 등 사례 분석
Branding	브랜드 스토리텔링, 전략, 디자인, 커뮤니케이션, PR, 팬덤 구축 등 사례 분석
Lifestyle	의복, F&B, 주거, 휴식, 미학, 즐길 거리 등 사회 전반적인 라이프 패턴 분석
Business	국제 정세, 국내외 기업 환경, 소비자 성향, 소비 트렌드 등 비즈니스 이슈 분석
Tech	디지털 경험, 애널리틱스, 인공지능, 빅데이터, 블록체인 등 최신 기술 이슈 분석
Consumer	주력 소비자, 상품 및 서비스, 구매 방법, 새로운 소비 문화 등 시장 변화 분석
Contents	사회, 가치관, 관계, 콘텐츠, 사회 등 미디어 환경에서 발생되는 콘텐츠 변화 분석
Design	UX/UI, 그래픽, 공간, 패션, 캐릭터, 경험, 서비스 등 디자인 이슈 변화 분석
Culture	정체성의 다양화, 관계와 소통의 변화, 소비자의 가치 추구 등 문화적 요소 분석
ESG	지속 가능한 경영을 위하여 진행하고 있는 산업별 주요 ESG 활동 분석
Generation	인간 소외 현상에 대한 역트렌드, 세대별 추구 가치 변화 등 인간 중심 활동 분석
Economy	국내외 주요 국가 경제 활동, 산업별 성장 예측, 개인의 재테크 활동 등 경제 현황 분석



Copyright ©All Rights Reserved

TREND

FORUM.M_LINE UP

포럼M은 12개 분야 최고의 현업 전문가로 구성된 라인으로 연간 프로그램을 제공합니다.

Marketing
2025.01

이승윤 디지털 문화 심리학자

현) 건국대학교 경영대학 교수
현) 디지털 마케팅 연구소 디렉터
맥길대학교 경영학 마케팅 박사

서현직 무신사/29CM 플랫폼 UA리드

현) 29CM 그로스 플래닝 리드
전) 마이리얼트립 그로스마케팅 리드
전) 샌드박스 마케팅 & 커뮤니케이션 디렉터

Lifestyle
2025.03

남윤주 에딧시티프로젝트 대표

현) UN SDGs ADVISOR
전) BYN 블랙야크 브랜드커뮤니케이션 팀장
전) 나우매거진 포틀랜드, 베를린 등 콘텐츠 디렉터

이동진 트래블코드 대표

현) 시티호퍼스, 트래블코드 대표
현) CJ ENM, Oliver Wyman 근무
<퇴사준비생의 도쿄>, <퇴사준비생의 런던> 저자

Branding
2025.02

민은정 인터브랜드 코리아 CCO

현) 인터브랜드 코리아 CCO
평창동계올림픽 공식 슬로건, 카누, 티오피 등 다수 컨설팅
<브랜드;짓다>, <브랜드가 곧 세계관이다> 저자

윤진호 초인 마케팅랩 대표

현) GFFG Company 마케팅 총괄 디렉터 (노티드)
전) 월트디즈니컴퍼니 마케팅 매니저
전) CJ ENM tvN 마케터

Business
2025.04

김용훈 그로스연구소 대표

전) 월급쟁이부자들 CMO
전) 펫프렌즈 CMO
전) 굿닥 그로스해커 & 마케팅팀장

김선주 코아컨설팅 대표

전) LG전자 LSR연구소 근무
전) KMAC 한국능률협회컨설팅 컨설턴트
<트렌드 읽는 습관>, <트렌드 와칭> 저자

Copyright ©All Rights Reserved

TREND

FORUM.M_LINE UP

포럼M은 12개 분야 최고의 현업 전문가로 구성된 라인으로 연간 프로그램을 제공합니다.

Market
2025.05

양효진 채널코퍼레이션 리드 매니저

전) 채널톡 CX리드
전) 베베템 CEO
전) 잡플래닛,배달의민족 등 마케팅 담당자

유인규 콘센트릭스코리아 데이터 분석가

전) 대웅제약 데이터 분석가
전) 카페24 데이터 분석가

Contents
2025.07

김인애 한국콘텐츠진흥원 선임연구원

이화여자대학교 행동사회경제학 박사
BCWW(국제방송영상마켓) 컨퍼런스 패널
중앙그룹 <Gen Z 콘텐트 이용 트렌드> 연구

최설민 유튜브 크리에이터

유튜브 <놀면서 배우는 심리학> 운영 (구독자 85만명)
한국상담심리학회 홍보 자문위원
베스트셀러 <양수인간> 저자

Tech
2025.06

김덕진 IT커뮤니케이션연구소 소장

현) (주)IT커뮤니케이션연구소 소장
세종사이버대학교 컴퓨터AI공학과 초빙교수/AI교육센터장
경희대학교 미디어커뮤니케이션대학원 겸임교수

강승윤 메타코드M 대표

AI 교육기업 - 메타코드M 대표
큐링크 컨설팅 대표
서울대학교 공과대학 졸업

Design
2025.08

박성미 페이즈원 대표

현) 나이트프랭크코리아 브랜딩&마케팅 컨설턴트
전) LG하우시스 디자인센터 책임
전) LG하우시스 트렌드 리서치 파트

나현진 KT 사내 교수

현) 공무원연수원 인공지능 분야 외래교수
노션 한국 앰배서더, 카카오 브런치스토리 특별상 수상
<성과를 내는 사람의 생각 정리법> 저자

Copyright ©All Rights Reserved

FORUM.M_LINE UP

포럼M은 12개 분야 최고의 현업 전문가로 구성된 라인으로 연간 프로그램을 제공합니다.

Culture
2025.09

백서현 서강대학교 경영전문대학원 책임교수

현) 연세대학교 미래교육원 조직문화 책임강사
현) 조직문화 LnD CEO
전) IBK투자증권 인재개발팀장

김혜영 ABInBev Korea 오비맥주 인사-교육문화팀 부장

한국생산성본부 전문교수 (조직문화분야)
조직문화협회, 교보그룹 컨퍼런스 외 다수
CTF 2025 조직문화 패널 강연

Generation
2025.11

한다혜 서울대학교 연구위원(박사)

현) 서울대학교 소비트렌드분석센터 연구위원
<트렌드 코리아> 시리즈 공저자
서울대학교 소비자학 박사

이보경 대학내일 <캐릿> 매니저

MZ세대 트렌드 전문 미디어 '캐릿' 에디터
대학내일 미디어콘텐츠제작1팀 매니저

ESG
2025.10

도현명 임팩트스퀘어 대표

현) 일자리위원회 사회적경제 전문위원
현) 한양대학교 경영대학 겸임교수
<소셜벤처로 가는길>, <넥스트 챔피언> 저자

김명서 SK디스커버리 PL

현) SK디스커버리 ESG 총괄조직 팀장
전) 한화자산운용 지속가능전략 실장
<THE CSR> 컨퍼런스 기조 강연

Economy
2025.12

주원 현대경제연구원 이사

현) 현대경제연구원 경제연구실장
현) 한국은행 통화정책자문회의 위원
전) 대통령 직속 과기회의 자문위원

민병운 대구가톨릭대학교 교수

현) 트렌드 인사이트 연구소 소장
전) 서강대학교 지식융합미디어대학 겸임교수
<역발상 트렌드>, <리:티핑 포인트> 등 저자

Copyright ©All Rights Reserved

TREND

FORUM.M_REVIEW

국내외 주요기업에서부터 스타트업까지 다양한 기업의 구성원이 함께 하는
포럼M은 트렌드 이슈에 대한 비즈니스 인사이트를 제공하며 현업에 직접 도움이 될 수 있는 아이디어와 네트워킹 기회를 제공합니다.

글로벌 기업 매니저

최신 트렌드와 비즈니스 이슈를 접할 수 있어 좋았습니다. 기획과 마케팅에 대한 인사이트를 얻을 수 있는 시간이었어요!

IT 프리랜서

알찬 세미나와 네트워킹을 한번에 경험한 기분이었어요! 트렌드가 어떻게 변하고 있는지 이해할 수 있었고 인싸가 된 느낌이었습니댓!

국내 대기업 사원

트렌드 관련 도서도 이미 과거의 자료를 기반으로 한 내용이 많은데 FORUM.M은 지금 일어나고 있는 변화의 흐름을 캐치하여 인사이트를 제공해 주네요^^

스타트업 대표

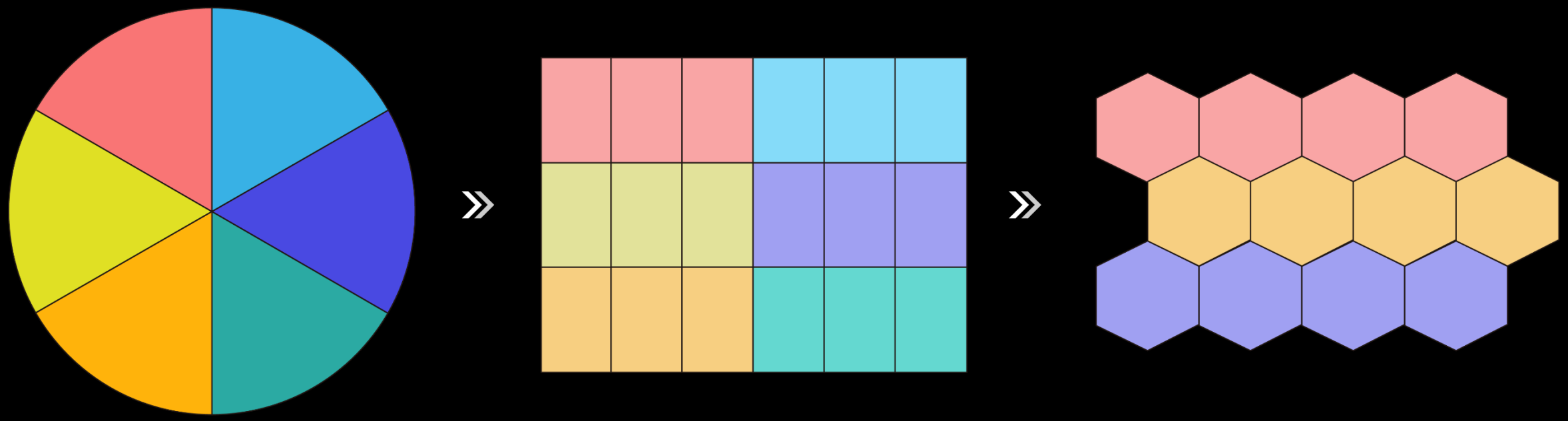
잠시 회사에서 벗어나 다양한 사람들과 이야기 나누며 트렌드를 접하니 지금껏 생각하지 못했던 아이디어가 많이 떠올랐어요!

Copyright ©All Rights Reserved

TREND REPORT

트렌드M 리포트는 생성형 AI와 대량언어모델을 기반으로 비즈니스 이슈를
지속적으로 추적하고 분석하면서 트렌드 생성 패턴을 도출합니다.

순행, 확장, 연결 역행, 축소, 단절의 트렌드 생성 패턴을 통해
18개의 트렌드 이슈별로 트래킹하면서 새로운 아이디어를 제시합니다.



TREND.M IDEAWORK FLOW

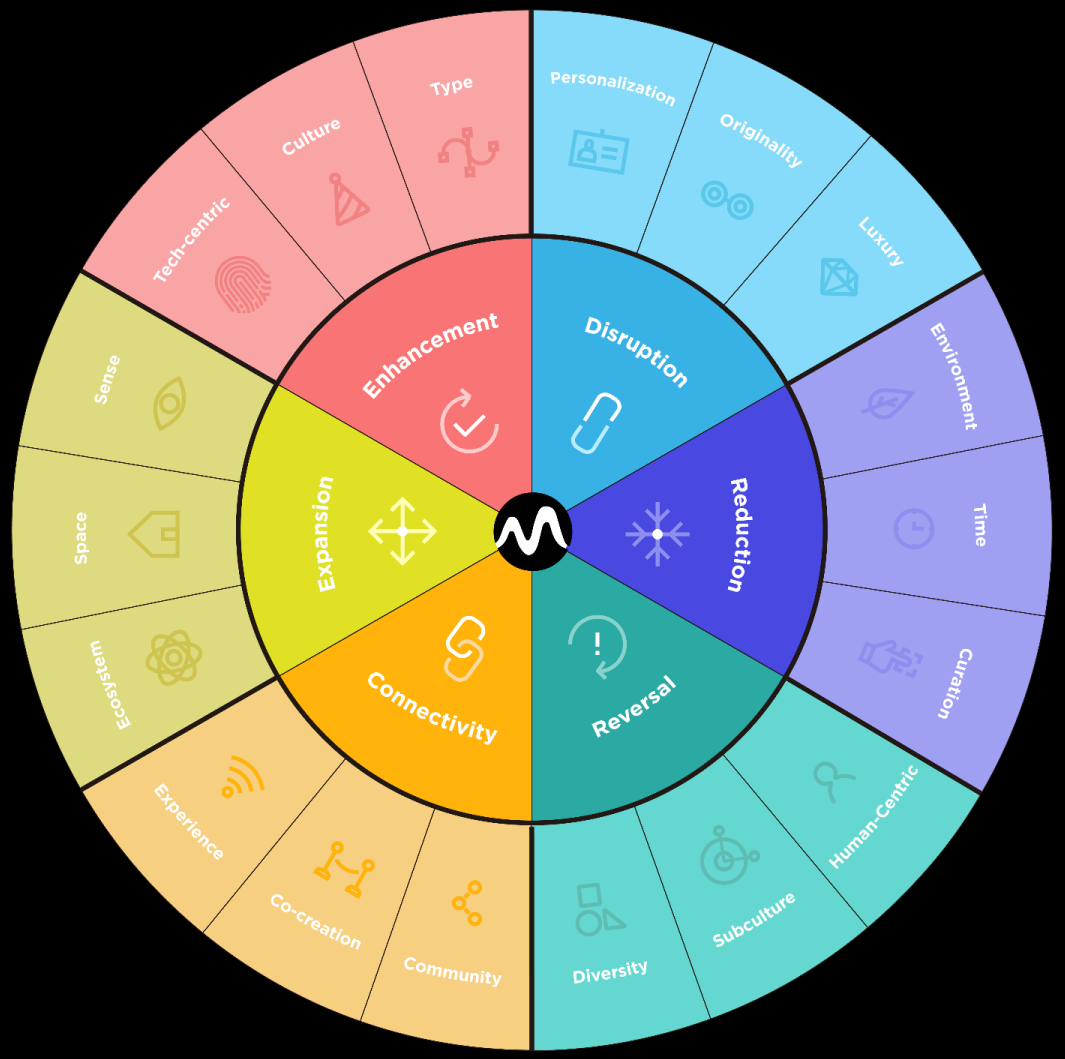
Copyright ©All Rights Reserved

TREND REPORT_6-PATTERNS

트렌드M 리포트는 비즈니스 이슈를 지속적으로 추적하고 분석하면서
순행, 확장, 연결, 단절, 축소, 역행 등 트렌드 생성 패턴을 도출합니다.

Enhancement	+	최신 기술, 사회 문화, 유형(세대) 등을 통해 트렌드가 강화되는 패턴
Expansion	+	감각, 온/오프라인 공간, 생태계 등을 통해 트렌드가 확장되는 패턴
Connectivity	+	고객경험, 콜라보레이션, 커뮤니티 등을 통해 트렌드가 연결되는 패턴
Disruption	-	개인화, 오리지널리티, 하이엔드 등을 통해 트렌드가 특화되는 패턴
Reduction	-	사회적 비소비, 시간 절약, 큐레이션 등을 통해 트렌드를 선별하는 패턴
Reversal	-	인간중심, 서브컬처, 다양화 등을 통해 트렌드의 반대로 향하는 패턴

(+)요인은 트렌드를 통합/가속화시키며, (-)는 트렌드를 세분화/역방향으로 확산시킵니다.



Copyright ©All Rights Reserved

TREND REPORT_18-ISSUES

트렌드M 리포트는 6가지 트렌드 생성 패턴으로 도출된 18개의 트렌드 이슈를 기반으로
각 영역별 기업과 개인이 반드시 알아야할 정보를 분석하여 인사이트를 제공합니다.

Tech-Centric	기술 혁신으로 발생되는 사회적 변화 특성
Culture	사회/조직/개인 관점에서 생성되는 문화 콘텐츠
Type	유사한 특성으로 세분화되는 그룹의 활동과 소비
Sense	기술/콘텐츠의 발전으로 확장되는 감각의 영역
Space	소비자가 활동하는 온/오프라인 영역의 변화
Ecosystem	기술 기반의 플랫폼과 비즈니스 생태계의 발전
Experience	브랜드 가치에 영향을 미치는 고객 경험 여정
Co-Creation	동종/이종 산업 간 발생되는 콜라보레이션 활동
Community	개인 중심으로 구성되는 취미/지역 기반 커뮤니티
Personalization	데이터와 인공지능 발전으로 인한 초개인화 가속화
Originality	차별화된 콘텐츠를 추구하는 세대가 원하는 독창성
Luxury	양극화된 소비 환경에서 지속 성장하는 하이엔드 문화
Environment	지속 가능한 사회를 추구하는 소비문화와 기업활동
Time	소비자의 라이프스타일을 반영한 시간적 가치
Curation	복합적인 소비 환경에서 선택 가치를 높여주는 큐레이션
Diversity	상호 가치를 존중하고 상생할 수 있게 만드는 다양성
Subculture	차별화된 콘텐츠와 브랜드 팬덤을 유도하는 서브컬처
Human-Centric	기술 발전 환경에서 인간 소외 현상을 방지하는 활동

Tech-centric 기술중심	Culture 문화	Type 유형	Personalization 개인화	Originality 독특성	Luxury 럭셔리
Ecosystem 생태계	Space 공간	Sense 감각	Environment 환경	Time 시간	Curation 선택
Experience 경험	Co-creation 협업	Community 커뮤니티	Diversity 다양성	Subculture 서브컬처	Human-Centric 인간중심

Copyright ©All Rights Reserved

TREND

COFFEE CHAT

트렌드에 대한 강연, 리포트 등 다양한 지식을 습득한 후 현업에 적용할 수 있도록
소비 트렌드 캔버스를 바탕으로 이야기를 나누고 지식을 공유 합니다.

트렌드
트렌드 이슈는 무엇인가?

VERTICAL TO TOTAL_깊고 넓은

특정 분야의 경쟁력을 갖춘 기업이 성숙기에 도달한 시장을 극복하기 위하여 토탈 비즈니스로 변화하기 위한 노력을 하고 있음. 특히 고객 데이터와 생애주기 기반으로 서비스를 확장함

영감
어떻게 적용하고 있는가?

레이어의 첫 가구 브랜드 론칭
오늘의 집은 고객 데이터와 플랫폼 역량을 활용해 가구 브랜드로 확장, 소비자에게 일관된 경험 제공

코웨이의 실버 라이프 솔루션
초고령화 사회에 대응하기 위해 실버 세대의 생애 주기를 아우르는 라이프 솔루션을 선보임

소비자의 기대
소비자의 기대를 어떻게 높일 수 있었을까?

일관된 고객 경험 제공
다양한 제품과 서비스를 통합적으로 제공해 브랜드에 대한 신뢰를 구축

맞춤형 솔루션
소비자의 데이터를 기반으로 개개인의 필요에 맞춘 서비스를 제공

브랜드 확장의 합리성
기존 브랜드의 정체성과 일관성을 유지하며 자연스럽게 확장된 서비스 제안

잠재적 혁신
어떻게 비즈니스에 적용할 수 있을까?

데이터 기반의 고객 분석
고객의 행동 패턴과 생애 주기를 기반으로 서비스 포트폴리오를 설계

통합 플랫폼 개발
제품과 서비스 간의 경계를 허물고, 고객이 원스톱으로 이용할 수 있는 플랫폼 제공

글로벌 확장
기존 제품의 성공을 기반으로 해외 시장에서도 유사 전략으로 확장 가능

우리의 혁신
혁신 요소는 무엇이 있을까?

통합형 브랜드 전략

기존 브랜드의 신뢰를 기반으로
모든 라이프스타일을 포괄하는
통합 서비스를 제시함
고객의 생애 주기를 분석해
지속적인 커뮤니케이션을 강화함

기본 욕구
어떤 욕구를 담고 있는가?

서비스의 확장성
소비자들은 특정 제품에 국한되지 않고, 관련된 모든 서비스를 제공받길 원함

라이프스타일 통합
일상과 밀접한 서비스를 제공받으며, 개인의 라이프스타일에 맞춘 솔루션 요구

신뢰와 일관성
브랜드가 축적한 전문성과 데이터를 기반으로 신뢰할 수 있는 서비스를 기대

변화의 원동력
등장 배경은 무엇인가?

시장의 성숙화
특정 분야에서 높은 시장 점유율을 확보한 기업들이 새로운 성장 동력을 찾아야 하는 시점

소비자의 고도화된 요구
단일 제품이 아니라, 라이프스타일 전반을 아우르는 통합적 서비스 요구

장기

소비 패턴 변화
소비자들이 맞춤형 서비스와 함께 토탈 솔루션을 제공받는 것을 선호

포스트 팬데믹
비대면 환경 속에서 브랜드와 소비자 접점 확대를 위한 전략적 변화

단기

대상
어떤 고객에게 적용할 수 있을까?

취향 기반 소비자
라이프스타일 중심의 토탈 솔루션에 높은 관심을 가진 소비자

고령화 세대
생애 주기 맞춤형 솔루션으로 안정적이고 편리한 서비스를 선호하는 실버 세대

글로벌 소비자
특정 브랜드의 일관된 품질과 신뢰성을 중시하며, 해외에서도 동일한 경험을 기대

CUSTOMER TREND CANVAS SAMPLE

Copyright ©All Rights Reserved

TREND

Contact_help-m@kma.or.kr