

## 2020년 「지역활력프로젝트」 ‘도시형 소비재산업 글로벌 신시장 개척지원’

### 디자인 개발지원 제안요구서(RFP)


<b>분 야</b>	<b>■ 제품디자인 개발지원 / □ 브랜드 개발지원</b>				
<b>접 수 번 호</b>	2020 - 지역활력 - 2 1	<b>업 종</b>	제 조 업		
<b>타 깃 시 장</b>	국내, 미국, 싱가포르 등	<b>주 생산품목</b>	피부미용기기		
<b>과 제 명</b>	갈바닉 워터필링기 후속 모델 제품디자인 개발				
<b>총 개 발 비</b>	지원금	23,000천원	자부담금	2,600천원	총개발비 25,600천원

**1. 필요성**

- **제품(서비스)의 시장 변화에 따른 필요성**
  - 기존 리클레어 갈바닉 워터필링기의 디자인이 4년동안 변함이 없었기에, 이번 기회에 변화를 주어 고객들로 하여금 신선함을 선사하고자 함
  - 업그레이드 버전 출시의 주기가 지난만큼 이번 지원사업을 통해 빠른 디자인 변화를 주어 고객들로 하여금 리클레어 브랜드의 견제함을 상기시키고자 함
- **제품(서비스)의 파급 효과**
  - 기존 제품에서 디자인의 변화만 줘도 신제품의 효과가 발생되기에 디자인에 민감하게 반응하는 고객들에게는 상당히 신선하게 다가갈 수 있을 것으로 기대됨

**2. 내용 및 목표**

- **제품(서비스) 특징**

관련 이미지	
주요 Spec.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 초음파 블레이드를 적용한 안면 피부 필링 및 마사지 기능</li> <li style="padding-left: 20px;">: 30khz 초음파 진동</li> <li style="padding-left: 20px;">: 갈바닉(미세전류) 기능(이온 영동법)</li> <li style="padding-left: 20px;">: LED 광치료(자외선, 근적외선 광)</li> <li style="padding-left: 20px;">: 내장 배터리 (3.7V, 500mAh)</li> </ul>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 워터필링 기능 : 저자극 및 피지, 노폐물 제거</li> <li>- 갈바닉 이온 : 영양분 흡수와 미백</li> <li>- 광테라피 : 피부진정과 탄력개선</li> <li>- 갈바닉 인디케이터 : 매직 솔루션</li> </ul>

○ **과제 내용 및 범위**

지원요청품목	세부내역	수량
제품디자인	3D 렌더링 포함 제품 외형 디자인	1식
디자인 목업	최종 디자인시안 디자인 목업 제작	1식
제작사양(시방서)	시제품(샘플) 제작이 가능한 CMF 적용 제작사양(시방서)	1식
지식재산권	디자인권 출원등록	1식

3. 제품분석							
타겟고객	- 30~50대 여성고객들을 타겟으로 하며, 이는 기존 제품의 타겟과 비슷함						
가격전략	- 기존 제품의 디자인 업그레이드 버전으로 기존과 동일 가격으로 책정 예정						
유통전략	- 국내는 기존 유통경로를 유지하되 폐쇄물과 같은 온라인 시장과공구시장에 좀더 적극적으로 진출 예정 - 해외도 싱가포르나 북미시장확대에 노력을 기울일 예정임 - 동남아 고가시장 공략예정 - 현재 거래중인 유럽 총판에 신제품 제안						
홍보전략	- 온라인 시장과 비접촉 시장의 성장에 따라 SNS를 이용한 홍보를 적극적으로 활용하여 온라인 시장의 활성화를 꾀할 예정임 - 상하이 미용박람회 참가						
제품 포지셔닝							
4. 디자인 전략							
디자인 콘셉트	- RECLAR(리클레어) 아이덴티티를 유지한, 스타일링변경 디자인으로 디테일요소의 업그레이드를 통한 차기제품						
키워드	- CARE, CLEAN, Reliability						
디자인 개발방향	- 기술적 구현은 기존대로 유지하고, 스타일링적인 디자인의 변화를 위주로 디자인개발 (단순한 형태변화에 그치지 않고, 배면 스크류 마감캡 부분, 블레이드캡 경계면의 오염 최소화 등의 디테일요소의 변화 필요) - 거치대 및 충전방식의 업그레이드 필요 - 현 제품의 고객 불만요소 (a/s 및 클레임 list 등) 검토하여 기술적 한계 내에서 개선 될 수 있는 부분의 보완 필요 - 디바이스의 그림감 개선, 거치대 충전방식의 개선 - 파팅라인, 캡 등에 액체화장품의 세척이 쉬운 디테일						
CMF 적용전략	<table border="1"> <tr> <td><b>Color (컬러)</b></td> <td>- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화 - 위생적이고 깨끗한 색감</td> </tr> <tr> <td><b>Material (소재)</b></td> <td>- 캡과 결합부에 대한 적절한 소재활용</td> </tr> <tr> <td><b>Finishing (마감)</b></td> <td>- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감</td> </tr> </table>	<b>Color (컬러)</b>	- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화 - 위생적이고 깨끗한 색감	<b>Material (소재)</b>	- 캡과 결합부에 대한 적절한 소재활용	<b>Finishing (마감)</b>	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감
<b>Color (컬러)</b>	- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화 - 위생적이고 깨끗한 색감						
<b>Material (소재)</b>	- 캡과 결합부에 대한 적절한 소재활용						
<b>Finishing (마감)</b>	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감						

## 5. 마케팅 계획

### ○ 판매 전략

- 현재 Covid-19로 인해 내수침체는 물론, 해외 수출까지 엄청난 타격을 받고 있으며 피부미용기기의 특성상 고객들과의 직접적인 접촉으로 제품 시연을 해야되는데, 사회적 거리두기로 인해 오프라인에서 고객들과의 접촉은 업무도 못내고 업체들과 오프라인 미팅까지 못 하고 있는 상황임
- 이로 인해, 오프라인이 아닌 온라인에서 매출을 증대시킬 방안을 모색해야 됨
- 이제 온라인 시장은 무엇보다 중요해졌으며 점점 우리의 삶에 깊숙이 파고 들어갈 것이기에 온라인 마케팅의 필요성은 누구도 부정하지 않을 것으로 판단
- 온라인 시장에서 매출을 일으키기 위해서는 온라인 광고를 선행하여 진행 예정

### ○ 내수 방향

- 온라인 시장의 중요도가 높아진 만큼 현재의 국내 유통업체들을 그대로 유지하며, 폐쇄물 입점을 확장할 예정
- 제품홍보영상을 최대한 활용하여 인스타그램 및 페이스북에서 광고를 통해 제품 홍보는 물론, 판매사이트와 연계하여 판매증진을 꾀할 예정임
- 올리브영이나 록슨 같은 대기업 편집샵에 입점을 시도하고, 온라인 편집샵에 먼저 입점 시도 예정
- 카카오테이크를 통해 행사를 진행함으로써 신제품 출시를 알리고 제품 홍보와 더불어 판매까지 이루어질 수 있도록 할 예정

### ○ 수출 방향

- 동남아 시장에서도 미용시장이 급변하고 있으며, 화장품만의 한계를 극복 할 수 있도록 도와주는 홈케어 미용기기 시장의 성장은 무한하기에 동남아의 고가시장을 공략하여 수출증대를 이루고자 함
- 태국 바이어중 한 업체에서는 현재 당사 제품들의 태국내에서의 판매를 위해 태국 FDA에 등록절차를 진행하고 있는 상황이기도 하여, 태국내에서의 판매허가가 이루어지고, 12월에 미용박람회를 통해 브랜드 광고를 진행한다면 태국으로의 수출의 길은 열릴 것으로 기대하고 있음
- 미얀마 만달레이에 팝업스토어 설치 및 워크숍 조직하여 현재 리클레어 제품을 전시 및 고객들에게 제품시연을 하고 있으며, 어느정도 성과가 있으면 다른 컨셉매장도 오픈할 예정임
- 해외바이어 접촉시 “made in Korea” 를 강조하여 한류열풍을 바탕으로 한국산 제품의 품질 안정성을 다시한번 느낄 수 있도록 품질관리도 철저히 할 예정임