

## 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 3	<b>업 종</b>	제 조 업			
<b>타 깃 시 장</b>	미주, 유럽, 동남아	<b>주 생산품목</b>	뷰티디바이스			
<b>과 제 명</b>	레이수 전자비누의 상품성 개선(세정력 개선)을 위한 제품 디자인 개발					
<b>총 개발비</b>	<b>지원금</b>	<b>23,000천원</b>	<b>자부담금</b>	<b>2,600천원</b>	<b>총개발비</b>	<b>25,600천원</b>

#### 1. 필요성

- **제품(서비스)의 시장 변화에 따른 필요성**
  - 본 제품이외의 구성 요소에 따른 거치방식, 충전방식 제안이 필요
  - 사용 형태에 따른 거치대, 청소키트 등의 완성제품에 대한 구성요소 제안이 필요
  - 사용 후 위생적 관리에 주안점을 강조 필요
- **제품(서비스)의 파급 효과**
  - 중소기업 애로 기술에 대한 기관의 협력을 통해 공동의 성과 달성
  - 제품 라인업 추가로 단기매출 증대
  - 기업성장과 함께 고용증대 및 사회가치 실현

#### 2. 내용 및 목표

- **제품(서비스) 특징**

관련 이미지	
주요 Spec.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 실리콘 클렌저                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· 실리콘 클렌저 본품 + 충전크래들(무선/마크네틱) + 클렌징킷(클렌저를 세정kit)</li> <li>· 0.25~1.0mm 사이의 다양한 실리콘 돌기배치 (세정부위에 따라 배치)</li> <li>· 내부진동 ( 6,000~12,000 rpm ) 진동이 외부 돌기로 전달되는구조</li> <li>· 100g 이하중량 (본품)</li> <li>· IPX7 방수등급 (양산성고려)</li> <li>· 안면 각부의 세정을 위해 피부접촉시 다양한 면적구성 (입체적형상)</li> <li>· 다습환경 사용을 고려한 곰팡이 대책 필요</li> <li>· 소재 (의료용실리콘, PC/ABS)</li> </ul> </li> </ul>
특징	- 실리콘 클렌저의 돌기 구성 및 배열을 통한 세정력 확대

- **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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메인 타겟 20~30대 여성</li> <li>- 서브 타겟 40대 여성</li> <li>- 화장 (메이크업)후 클렌징을 자주해야하는 사람</li> </ul>
가격전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국수입제품가와 동등수준</li> <li>- 온라인 B2C소비자가격 8~9만원</li> <li>- 보험, 방판, 화장품 기업과 협업 사은제품 유통 B2B (4~5만원)</li> </ul>
유통전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 자사 브랜드 '레이수' 브랜드 유지</li> <li>- 온라인 B2C</li> <li>- 오프라인판매 '롯데마트'</li> <li>- 보험, 방판, 화장품 기업과 협업 사은제품</li> </ul>
홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유튜브 영상광고</li> <li>- 구글애드</li> <li>- 네이버 파워링크</li> <li>- 블로그 마케팅 (체험단)</li> <li>- 인플루언서(방송, 유튜버, 아프리카 TV등)</li> </ul>



### 4. 디자인 전략

디자인 콘셉트	- 심플하고 사용하기 편리한 부담없는 제품으로 형태적으로는 단순하지만, 사용자를 고려한 아이디어 디테일이 있는 디자인						
키워드	- CLEAN, SIMPLE, hygienic						
디자인 개발방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용자를 고려한 디바이스로 사용중에도 편리하지만, 사용전과 후에 충전과 거치도 편리한 제품 디자인 도출</li> <li>- 사용 전, 중, 후를 고려한 폼팩터 도출 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 사용 전 - 주 사용환경(화장실)을 고려한 무선충전 및 거치 방법</li> <li>· 사용 중 - 기본적인 그립감, 넓은 부위 및 좁은 부위에 대한 접촉부</li> <li>· 사용 후 - 클리닝 키트를 활용한 세척</li> </ul> </li> <li>- 기존 자사품의 제품 아이덴티디과 연계한 스타일링 도출</li> <li>- 제품 헤드의 실리콘 내부로부터 420nm UV광을 조사하여 실리콘 투과 방식으로 습한 환경에 세균증식을 예방</li> </ul>						
CMF 적용전략	<table border="1"> <tr> <td><b>Color (컬러)</b></td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화</li> <li>- 위생적이고 깨끗한 색감</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td><b>Material (소재)</b></td> <td>- 피부접촉부에 실리콘 필수적용</td> </tr> <tr> <td><b>Finishing (마감)</b></td> <td>- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감</td> </tr> </table>	<b>Color (컬러)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화</li> <li>- 위생적이고 깨끗한 색감</li> </ul>	<b>Material (소재)</b>	- 피부접촉부에 실리콘 필수적용	<b>Finishing (마감)</b>	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감
	<b>Color (컬러)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 자사품과 PI 컬러를 유지하여 아이덴티티 강화</li> <li>- 위생적이고 깨끗한 색감</li> </ul>					
	<b>Material (소재)</b>	- 피부접촉부에 실리콘 필수적용					
<b>Finishing (마감)</b>	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감						

## 5. 마케팅 계획

### ○ 판매 전략

- 제품 포지셔닝
  - : 고품질 증가형 제품 ( 약 70,000원 )
  - : 포장/악세서리의 원가비중을 낮추고 제품의 품질을 상승
- ON/OFF 라인 마케팅
  - : 30~60초 제품 홍보용 브랜드 영상 촬영
  - : 개발 초기 와디즈등 크라우드 펀딩 게시
  - : 인스타그램/페이스북 SNS 채널광고
  - : 기존 온라인플랫폼을 이용한 판매개시 ( 네이버, 위메프, 쿠팡 )
  - : 유튜버 활용 리뷰영상 촬영
  - : 네이버 체험단 진행
  - : 공중파 라디오 협찬

### ○ 내수 방향

- 초기 타겟 ( 20~30대 여성 )
  - : 제품 편의성/효과성을 중심으로 소셜 마케팅
- 중기 타겟 ( 30후반 가정 )
  - : 가정내 보편적 활용도로 다양한 개층의 활용
- 후기 타겟 ( 전연령 )
  - : 가정내 필수 미용기기로 포지션세팅함.

### ○ 수출 방향

- 클루엔코 연계홍보
- FCC/CE 등 해외 진출 목적의 조기인증획득
- 해외온라인 진출 이베이, 아마존
- 해외 오프라인 진출 ( 코트라 지사화, 해외바이어 수배 )