

## 2020년 「지역활력프로젝트」 ‘도시형 소비재산업 글로벌 신시장 개척지원’ 디자인 개발지원 제안요구서(RFP)

<b>분 야</b>	□ 제품디자인 개발지원 / ■ 브랜드 개발지원					
<b>접 수 번 호</b>	2020 - 지역활력 - 2 2	<b>업 종</b>	제조업			
<b>타 기 시 장</b>	국내 및 해외시장	<b>주 생산품목</b>	인퓨저 캡			
<b>과 제 명</b>	기능성 원료 첨가 음료 시장 진출을 위한 지역 맞춤형 팝캡 브랜드 개발					
<b>총 개 발 비</b>	지원금	18,000천원	자부담금	2,000천원	총개발비	20,000천원

### 1. 필요성

- **제품(서비스)의 시장 변화에 따른 필요성**
  - 기존 패키지 대비 설명적 텍스트를 줄이고 직관적으로 제품의 특징(인퓨저 캡)을 살린 디자인 개발이 절실
  - 인퓨저 캡의 기능성 특징(첨가 영양소, 맛별 구분 등)을 강조하며, 브랜드 인지도를 위해 눈에 확 띄는 포인트가 필요
  - 20~30대 온라인 소비자 타겟으로 한 새로운 브랜드 개발 및 패키지 디자인 개발이 필요
  - 음료 시장에서 비교적 고가이므로 고급화 전략이 필요
  - 중국 및 동남아 시장으로 수출 확대 계획 예정
- **제품(서비스)의 파급 효과**
  - 기술력을 통한 타사 대비 30~70% 원가절감을 통해 납품가를 낮춤.
  - 특히 세계 최대 식품박람회인 2018 Sial Jakarta에서 Innovation에 선정되어 동남아 지역 상품성을 확인 하였고 생산 수출 기반이 확보되어 한류열풍, 기술력, 확장성을 강점으로 다수 기업이 도전 중인 인퓨저 캡의 동남아 지역 시장 선점을 이루고자 함.

### 2. 내용 및 목표

○ **제품(서비스) 특징**

관련 이미지	
주요 Spec.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 용량 : 5ml / 100배 희석률(500ml 기준)</li> <li>- 구성 : 성인/키즈 비타민, 기능성 제품류</li> <li>- 포장수량 : 5개입, 10개입, 15개입</li> <li>- 재질 : PP, PE</li> </ul>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 밀폐력 및 영양보존성을 강점으로 한 인퓨저 캡 음료로 생수병과 결합하여 음용직전 터트려 신선하게 마시는 무설탕, 무색소, 무방부제의 신개념 음료 임.</li> </ul>

○ 과제 내용 및 범위

지원요청품목	세부내역	수량
브랜드 개발	네이밍, 디자인	1식
어플리케이션	서식류, 사인물, 패키지(포장) 등 디자인	1식
매뉴얼북	브랜드 활용 가이드 북	1식
패키지 샘플	브랜드 적용 패키지 샘플	10개 이내
지적재산권	브랜드(제품) 상표권 출원	1식

3. 제품분석

타깃고객	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역타깃: 동남아 지역 인퓨저 캡 음료시장</li> <li>- 고객타깃: 트렌드에 민감하고 온라인 쇼핑 구매력을 갖춘 20~40대</li> </ul>
가격전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 음료</li> </ul>
유통전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동남아 지역 온라인 입점 (ex.LAZADA, Shopee 등)</li> </ul>
홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동남아 한국상품관 입점 마케팅</li> <li>- SNS를 통해 신선함, 특이성, 기능성 등을 강조</li> </ul>
제품 포지셔닝	

4. 디자인 전략

디자인 콘셉트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 직관적으로 기억하기 쉬운 네이밍 &amp; 간결하고 가시성 높은 패키지</li> </ul>						
키워드	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선함, 기능성</li> </ul>						
디자인 개발방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인퓨저 캡의 특징과 기능성을 강조할 수 있는 네이밍 &amp; VI</li> <li>- 패키지에 인포메이션 디자인 적용 : 인퓨저캡 사용 방법에 대한 시각화</li> <li>- 타겟 고객에게 어필할 수 있는 세련되고 트렌디한 패키지 디자인</li> </ul>						
CMF 적용전략	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Color (컬러)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 VI와 잘 조화되는 컬러 계획</li> <li>- 신선함을 강조할 수 있도록 컬러 계획</li> <li>- 다양한 기능성 제품 라인이 추가 출시 될 때 적용할 수 있도록 컬러 팔레트 계획</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Material (소재)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인퓨저 캡에 충격이 가해지지 않도록 단단한 재질의 종이 박스를 제작할 필요가 있음</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Finishing (마감)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 기능성 제품의 가격대에 적합해 보이도록 고급스러운 마감</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Color (컬러)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 VI와 잘 조화되는 컬러 계획</li> <li>- 신선함을 강조할 수 있도록 컬러 계획</li> <li>- 다양한 기능성 제품 라인이 추가 출시 될 때 적용할 수 있도록 컬러 팔레트 계획</li> </ul>	Material (소재)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인퓨저 캡에 충격이 가해지지 않도록 단단한 재질의 종이 박스를 제작할 필요가 있음</li> </ul>	Finishing (마감)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 기능성 제품의 가격대에 적합해 보이도록 고급스러운 마감</li> </ul>
Color (컬러)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드 VI와 잘 조화되는 컬러 계획</li> <li>- 신선함을 강조할 수 있도록 컬러 계획</li> <li>- 다양한 기능성 제품 라인이 추가 출시 될 때 적용할 수 있도록 컬러 팔레트 계획</li> </ul>						
Material (소재)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인퓨저 캡에 충격이 가해지지 않도록 단단한 재질의 종이 박스를 제작할 필요가 있음</li> </ul>						
Finishing (마감)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 기능성 제품의 가격대에 적합해 보이도록 고급스러운 마감</li> </ul>						

## 5. 마케팅 계획

### ○ 판매 전략

- 당사 제품은 소비자가 생수병과 결합하여 터트리면 농축원료가 아래로 흐르면서 생수와 혼합되면서 색이 변하는 시각적 효과를 가지고 있다는 점에서 강점을 보유함. 또한 다양한 소비자층과 스포츠, 트래블러, 펫마켓, 뷰티 등 다양한 콘셉트의 채널에서 활용가능한 제품라인을 보유해 범용성 및 확장성을 강점으로 가지고 있음.
- 이러한 강점을 활용하여 언제 어디서나 누구나 내가 원하는 나만의 음료를 만들 수 있자는 컨셉을 테마로 하여 온라인 통한 홍보를 진행하여 일반 소비자의 관심을 유도 1차 구매로 이어지도록 할 것임.

### ○ 내수 방향

- 온라인 및 미디어 마케팅을 통해 소비자 관심을 유도하며 동류 제품과 차별성인 기능성, 신선함, 간편성, 특이성을 강조한 정보제공을 통해 구매를 유도하여 브랜드 이미지 상승을 유도함.
- 브랜드 이미지 및 판매율 상승을 통해 시장성 데이터를 확보하여 이를 통해 편의점 및 오프라인, OEM/ODM 바이어MD 대상 마케팅을 통하여 입점 및 생산체결을 진행하여 시장 확대를 계획함.

### ○ 수출 방향

- 제품의 강점과 특이성을 중심으로 하는 홍보동영상 제작을 통해 현재 증가하고 있는 온라인 구매 소비자가 많이 접속하는 온라인 매체(Facebook, Google, YouTube등)를 통해 광고 마케팅을 진행하며 이와 연계한 현지 인플루언서를 통한 홍보를 추가로 진행하여 제품 인지도를 높여 온라인 구매로 이어질 수 있도록 유도함.
- 또한 이를 바탕으로 현재 협의중인 해외 수출바이어를 대상으로 시장성 데이터를 제공함으로써 경쟁력있는 상품으로 인식을 유지하여 OEM/ODM을 통한 시장 확대를 계획함.