

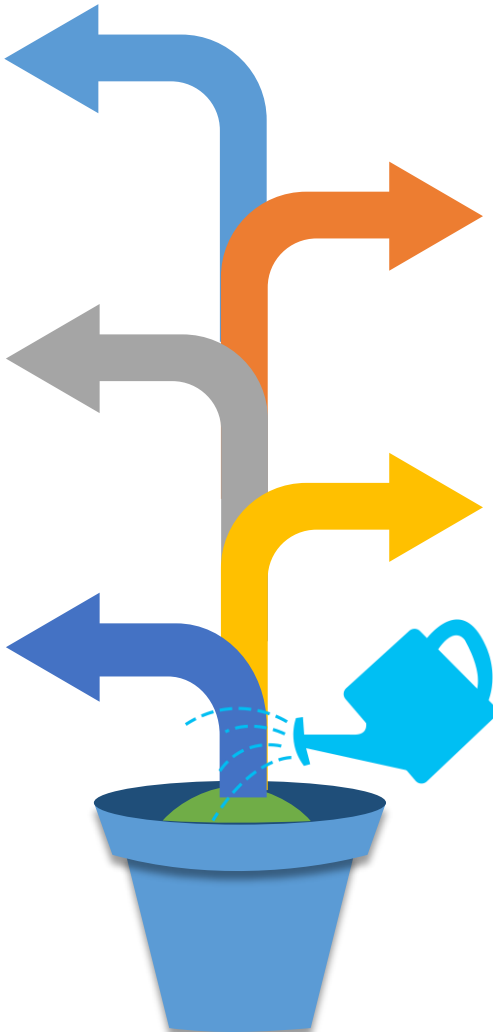
1. 우리는 단지 스마트 키트 IOT 제품 하나만을 판매하는 회사가 아니다. 만약 이렇게 생각한다면 지금부터 버리자.
2. 경쟁사와 기존의 산업에 우리들의 생각을 국한 시키지 말자. 경쟁하지말자. 그냥 새로운 카테고리를 만드는 것이다. 경쟁사를 공격해서 싸움하는 것이 아니라, 그라민 은행, 에어프라이기, 비아그라와 같은 제품처럼 새로운 시장을 창출한다는 생각으로 브랜딩 하자.
3. 기술 혁신이 아니라 가치 혁신에 집중하자. 비디오 녹화 기술을 발명한 건 임팩스였지만 소니와 JVC가 시장을 지배한 것 처럼, 구글 글래스가 기술은 뛰어났으나 결국 망한 것 처럼. 기술적인 문제에 집착하지말자. 가치에 집중하자.
4. 항상 일하거나 아이디어를 고민할때 미친 생각을 하자. 냉장고를 짚어지고 지나가는 차를 얻어 타는 모습을 생각하거나, 남에 집에 가서 식물을 대신 키워주는 사람을 만들거나, 식물 카페를 만들거나 이런 미친 소리를 하자. 남들이 "또라인가?"라는 생각이 들 정도로.

Brand Concept(브랜드 컨셉) : Indoor gardening Company(IGC) or Home gardening Company(HGC)_예시

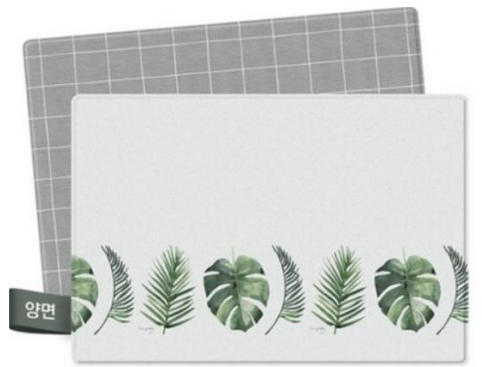
Product Concept(제품 컨셉) : 1인용 스마트 가드닝 키트 or 미니멀 가드닝 or 미니멀 가드닝 키트 (허브)

브랜딩 문구 : "식물과 함께 더
불어 숨 쉬고 살아가는 것" "자
연과 공존하는 세상을 만들겠
습니다."

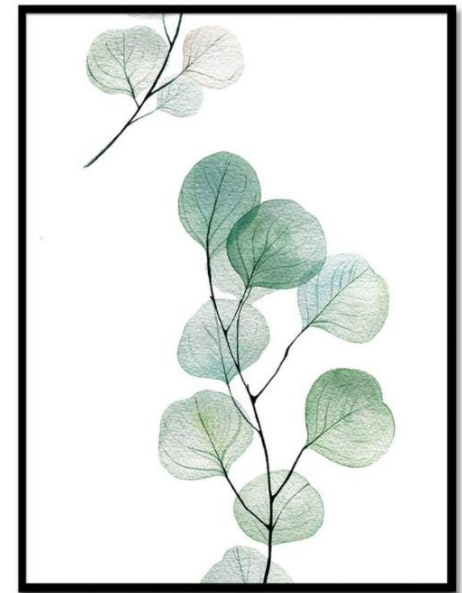
**보내티컬 디자인(Botanical
Art):** 보태니컬 아트는 식물(학)
과 미술, 예술을 결합한 방식.



식물덕후, 도시농부



* 작은 식물 화분에서부터 크게는 벽을 수놓는 미니 정원까지 실내 가드닝의 형태로
* 간단히 창틀에 놓거나 벽에 수직으로 설치할 수 있는 화분키트 등 하드웨어 제품 수익 다변화.
B2C, B2B







- * 가드닝 프로그램(수업, 플랜팅) 중개 역할.
- * 가드닝 라이프 프로그램 구성 B2B
- * 가드닝 프로그램 오프라인 매장 운영 B2B, B2C

