

# Munson's Pickles and Preserves Farm

## 마케팅 보고서

작성자: Relecloud(다국적 마케팅 대행사)

### 요약

- Munson's Pickles and Preserves Farm 은 현지 재배된 원료로 고품질 통조림을 만들며 시장 평판도 좋은 가족 기업입니다.
- Munson's 는 지난 5 년 동안 미국 워싱턴 주 동부에서 캐나다 서부와 미국 태평양 연안으로 시장을 확장하면서 급격한 성장을 기록해 왔습니다.
- Munson's 는 수제 식품과 유기농 식품 수요가 많은 신규 시장인 캐나다 중부 주와 미국 중서부 북쪽 지역 진입을 준비 중입니다.
- Relecloud 는 브랜드 인지도 개선, 유통 채널 수립, Munson's 제품에 대한 고객 충성도 상승을 중심으로 하는 마케팅 전략을 추천합니다.
- 이 마케팅 전략에서는 다음 단계를 진행합니다.
  - 시장 리서치를 수행하여 신규 지역의 대상 사업 분야, 경쟁업체 및 소비자 취향 파악
  - Munson's 의 역사, 품질 표준 및 사회적 책임을 중점적으로 제시하는 독자적인 가치 제안과 설득력 있는 브랜드 스토리 작성
  - 잠재 고객을 확보하여 참여를 유도할 수 있는 소셜 미디어, 이메일, 웹 사이트, 블로그, 팟캐스트, 인쇄물 광고, 라디오, TV 등의 온/오프라인 마케팅 채널 개발
  - 신규 시장의 소비자가 제품을 쉽게 찾고 구매할 수 있도록 현지 소매 업체, 도매 업체 및 유통업체와 제휴

- 기존 고객을 계속 보유하면서 보상을 제공하고 신규 고객을 유치하기 위한 로열티 프로그램과 추천 제도 시작
- 마케팅의 성과와 고객 피드백을 모니터링 및 평가하여 필요에 따라 전략 조정 및 개선
- 이 마케팅 전략의 1 년차 예상 비용은 \$250,000, 예상 매출은 \$1,500,000(투자 수익률 500%)입니다.

## 소개

Munson's Pickles and Preserves Farm 은 2015 년에 John Monson 과 Mary Munson 부부가 창업한 가족 기업입니다. Monson 부부는 미국 워싱턴 주 동부의 농장에서 재배한 신선한 과일과 채소를 통조림으로 만들기 위해 회사를 창업했습니다. 창업 초기에는 지역 내 파커스 마켓과 장터에서 수제 피클과 통조림을 판매했는데, 맛있는 천연 식품을 만드는 기업이라는 입소문이 퍼지면서 단골 고객이 급속도로 늘어났습니다.

이에 따라 소규모 지역 업체에서 매출이 수백만 달러 규모인 대형 기업으로 성장한 Munson's 는 현재 최첨단 생산 시설을 운영하고 있으며 직원 수도 50 명이 넘습니다. Munson's 제품은 현재 Whole Foods, Costco, Safeway 를 비롯한 주요 체인점을 비롯하여 캐나다 서부와 미국 태평양 연안의 500 개가 넘는 매장에서 판매되고 있습니다. Munson's 는 사용자들이 쉽게 이용 가능한 웹 사이트, 팔로워가 매우 많은 소셜 미디어 계정, 통조림 제품의 레시피/요리 팁/스토리를 제공하는 인기 블로그와 팟캐스트 등을 활용하여 온라인에서도 제품을 적극 홍보 및 판매하고 있습니다.

Munson's 가 이처럼 성공을 거둘 수 있었던 이유로는 우수한 품질 유지, 획기적인 제품 개발, 고객 만족도 개선을 위한 노력 등이 있습니다. Munson's 는 현지 유기농 농장에서 공급받은 최고급 원료만 사용하며 엄격한 안전 및 위생 표준을 준수합니다. 또한 오이지와 딸기잼 등 흔히 접할 수 있는 일반적인 제품에서부터 망고 처트니, 김치 등의 이국적인 제품에 이르기까지 매우 다양한 제품을 판매하고 있습니다. Munson's 는 글루텐 프리,

비건, Non-GMO 등의 다양한 제품을 제공하며 인공 색소, 감미료, 방부제 등이 첨가되지 않습니다. 또한 Munson's 는 수익의 10%를 지역 자선 단체와 환경 단체에 기부하는 방식으로 사회적 책임을 이행하는 기업이기도 합니다.

## 기업 확장 계획

현재 Munson's 는 사업 규모를 늘리기 위해 캐나다 중부 주와 미국 중서부 북쪽 시장으로의 진출을 계획 중입니다. 이러한 지역에서 수제 식품과 유기농 식품에 관심이 많은 소비자의 수가 급증하고 있기 때문입니다. 이러한 소비자는 가격이 비싸더라도 품질이 좋고 맛있는 제품을 구매할 가능성이 높습니다. Munson's 는 이러한 시장에서 자사 제품의 경쟁력과 성공 가능성, 그리고 사업 확장과 수익 증대 가능성이 높다고 확신하고 있습니다.

하지만 이러한 신규 시장에 진입하려면 다음과 같은 문제점과 위험 요인을 해소해야 합니다.

- 고객의 브랜드 인지도가 낮음
- 통조림 업계의 기존 기업과 신규 기업 간 경쟁이 치열함
- 제품의 특징/이점/가격 측면에서 다양한 소비자의 취향과 기대치를 충족해야 함
- 식품 안전 및 표기와 관련로 지역별로 제각각인 복잡한 규정과 표준을 준수해야 함
- 쉽게 부패되는 제품의 장거리 운송과 보관 과정에서 발생하는 물류/운영상의 문제를 해결해야 함

이러한 문제점을 해결하려면 향후 상황을 전략적으로 예측하고 현지 시장 상황을 파악해야 합니다. 그리고 캐나다 및 미국 중서부 북쪽 시장만의 특성에 맞게 사업 방식을 조정할 수 있어야 합니다. 획기적인 고품질 제품을 만들어 고객 만족도를 높이기 위해 노력하는 Munson's 는 이와 같은 복잡한 문제를 해결함으로써 사업 규모를 원활하게 확장할 수 있을 것으로 전망됩니다.