

# 실적설명서

※ 컴퓨터로 작성한 뒤 PDF로 저장하여 입학관리시스템에 업로드 하십시오.(양식 변경 불가, 서명하지 않음.)

## 인적 사항

지원자 성명	김진성	수험번호	2341061
지원학과	e-비즈니스과	연락처	010 3016 5991

## 실적 내역

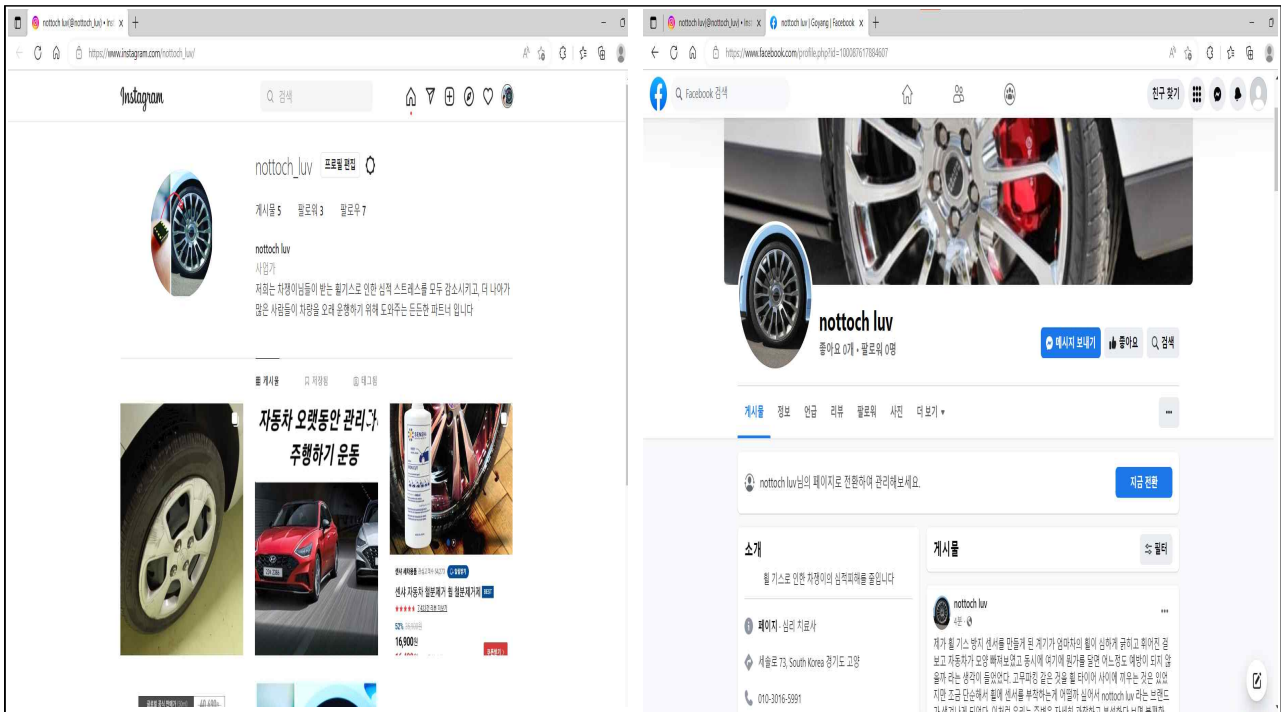
실적물 제목	nottoch luv 브랜딩 및 운영 전략
보조영상 주소	<a href="https://youtu.be/SoaNiLvTxy4">https://youtu.be/SoaNiLvTxy4</a>

The screenshot displays a web browser window with a URL bar showing 'gridbootstrap.com Grid system - Bootstrap v5.2'. The page content is a responsive design for 'What We Do'. It features a dark blue header with the text '휠 데 미 지 방 지' and a search bar. Below the header, there's a section titled '당신의 아까운 애마 휠에 상처가 날땀 때 마을아프 지 않드셨나요?' with a video player. This is followed by a section titled '그래서 속상했을 분들을 위해 재작 하였습니다' with a video player. The bottom section is titled 'What We Do' and contains three columns of text, each with a numbered heading: 1. 휠 데미지 방제, 2. 맞춤형 시공이 가능, 3. 최정문의 스프레이를 활용합니다. The page also includes a sidebar with navigation links like Overview, Docs, Examples, Icons, Themes, and Blog, and a footer with contact information.

휠에 데미지가 많이 들어간 엄마 차를 보고 휠에다가 센서를 붙이면 해결될 것 같아서 실제 휠 데미지 방지 센서를 만들어 실현해보고 싶었다. 그러나 정보가 잘 없고, 시간이 촉박하여 제품을 만들었다고 가정하여 온라인 마케팅 웹사이트를 제작했다. 비교적 난이도가 쉬운 파 이썬과 웹 프레임워크 장고를 공부하였지만 공부 기간이 짧아 그것만으로는 만들기가 어려웠 다. 그래서 부트스트랩이라는 프론트엔드 프레임워크를 사용하여 제작했다. 부트스트랩에 있 는 HTML, CSS, JS의 소스 코드를 복사하여 내 웹사이트에 첨부하였다. 그 후 나는 사진이나 링크를 바꾸고, 쓸모없는 코드는 배제하는 작업과 웹사이트의 여러 텍스트를 변경하고 코딩 오류를 수정했다. 최대한 심플하고 짧게 페이지를 구성하려고 많이 잘라내기도 하였다. 아래 사진과 같이 들어갈 센서의 사진과 설명, SNS로 이동할 수 있는 아이콘도 들어가게 만들어서 마케팅 웹사이트의 기본적인 구색을 갖췄다.

내가 떠올린 이 센서를 상품화하였다고 가정하는 것이다. 또한 나에게 B2B를 할 만큼 보여줄 데이터가 없기 때문에 B2C SNS 마케팅으로 대중을 잡아들이는 예측을 여러 사례를 인용하여 설명한다. SNS 마케팅은 기업의 고객 참여 유도를 통해 마케팅 활동에 있어서 쌍방향 의사소통을 이루어 낼 수 있다. 그래서 고객들이 게시물을 읽은 후 댓글이나 DM으로 고객들의 의견이나 불편한 점, 수정할 점 같은 것을 빠르게 수령할 수 있어서 나의 제품이 더 발전할 수 있다. 또한 이렇게 빠른 커뮤니케이션으로 기업이 한층 더 친근하게 느껴지는 효과가 있어 충성고객이 발생하기도 한다. 더 추가하자면 한 브랜드가 어떤 이벤트나 정책이나 태도 등이 화제가 되어 입소문을 타면 일명 ‘바이럴 마케팅’이 활성화된다. 싸이의 ‘강남 스타일’ 뮤직비디오를 유튜브에 올리며 조회수가 급증하여 세계적인 곡이 된 것 같이 큰 성공을 이끌어 낼 수 있는 위력을 가진 게 SNS 마케팅이다. 무슨 마케팅을 하든 콘텐츠가 좋아야 사람들의 관심을 많이 얻고, 마케팅이 제대로 될 것이다. 비록 내가 실제로 만들진 않았지만 있다고 가정해보면 이때까지 휠과 타이어 사이에 끼우는 고무 패킹 같은 상품도 휠 기스를 거의 막지 못했다. 하지만 내가 생각한 제품은 센서로 장애물을 감지하여 알려주는 제품으로 애초에 연석 같은 곳에 휠이 닿는 걸 방지하기 때문에 기능적인 부분에서 뛰어나고, 초소형 센서를 붙이기 때문에 티도 별로 안 나서 디자인적으로도 우세하다. 또한 이런 상황에 마땅한 해결책이 존재하지 않아 대부분 그냥 기스가 난 채로 다니는 분들이 많아서 이 제품은 독보적인 제품이 될 수 있다. 2015년 카카오가 ‘카카오 택시’를 출시하여 택시 앱 호출 시장 점유율을 거의 다 가져가 버린 것처럼 이 제품도 규모는 카카오 택시 보단 작아도 경쟁상대가 아직 없기 때문에 자리만 잘 잡으면 높은 점유율을 보일 것이다. 타깃은 자신의 자동차에게 애정을 가지고 자동차를 관리하시려는 분들이다. 그래서 나는 이 타깃들이 좋아할 만한 세차용품, 엔진오일 관리 같은 정보를 알려주면서 고객들을 끌어들이려고 밑밥을 깔았다. 이는 ‘로우볼 전략’이라고 불리는데 예를 들어 말하면 캐치볼 할 때 처음에는 살짝 낮게 던지고, 나중에는 조금씩 속력과 높이를 올리는 듯이 처음에는 타깃들이 관심 있을 만한 세차 제품, 케미컬류 교환 같은 가벼운 요소를 던져주고, 나중에는 이 브랜드가 진행하는 여러 활동에 참여하면서 충성고객이 되게 하려는 전략을 가미했다. 만약 이 전략의 성공이 많아지면 충성고객들이 다른 사람에게도 이 브랜드에 대해 알려주면서 바이럴 마케팅 활성화까지 이어질 것이다. 또한 내가 만든 브랜드의 친환경적인 비전을 제시하면서 ‘자동차 오래 타기 운동’이라는 친환경적인 운동을 하는 것을 제안하면서 환경을 생각하는 브랜드라는 인식을 심어주려는 의도를 전달했다. 이것을 본 많은 사람이 공감한다면 바이럴 마케팅으로 우리브랜드가 환경까지 생각하는 착한 기업이라고 알려져 착한 기업, 친환경 기업이라는 인식이 생기고, 더 나아가 이 브랜드가 그 인식으로 고객들에게 이 운동을 하자고 권유하면 충성고객들이 일반 고객들에게 권유하고 군중심리 같은 것이 작용하여 실제 내가 지금 SNS에 게시한 ‘자동차 관리해서 오래타기’ 운동이 성공할 수 있다. 마치 롯데칠성음료의 무라벨 생수 아이스 8.0 eco를 출시하면서 소비자들 돈줄을 내어 판매량이 500% 급증한 사례같이 ‘nottoch luv’라는 브랜드도 ‘자동차 오래 타기 운동’이 성공하여 친환경 기업의 표본이 되어 친환경 브랜드와 착한 기업으로 브랜딩에 성공할 것이다. 이후 막강한 영향력을 가진 기업으로 성장해 있을 것이다. 그러기 위해 첫 단계로 SNS 마케팅에 대한 중요성을 인지하고 있는 만큼 여러 SNS 중 네임밸류가 가장 높고 사람들이 많이 이용하는 인스타그램과 페이스북에 ‘nottoch luv’ 페이지를 제작하였으며 1면에 설명한 웹 사이트와 연동하였다.

<좌 인스타그램 비즈니스 계정, 우 페이스북 페이지 계정>



#### nottoch\_luv 운영 전략

##### STEP. 1 SNS & 유입분석

###### SNS 마케팅

- 페이스북/인스타그램 마케팅
- 신규 사업(신상품) 홍보
- 공익 활동 업로드 (봉사 등)

###### 유입 분석

- 네이버/구글 애널리틱스 활용
- 빅데이터 수집/분석 활용

##### STEP. 2 온라인 마케팅

###### 무료 온라인 마케팅

- 바이럴 마케팅 (블로그/카페 등)

###### 유료 온라인 마케팅

- 네이버/구글 등 키워드 광고
- 유튜브 동영상 광고
- 디스플레이(배너) 광고

##### STEP. 3 R&D 및 인사

###### R&D 및 인사 관리

- 브랜드 이미지를 높인 후 투자금 확보
- R&D 업무 담당자 채용 비중 상향
- 퇴사를 낮추기 위한 복지 제공

사업의 성공률은 **마케팅**과 **자본금**, **인재** 이 세 가지가 어떻게 되냐에 따라서 크게 달라진다고 생각한다. 그렇기에 'nottoch\_luv'의 운영 전략은 사업성이 있는 기술력을 확보한 후 초반엔 해당 기술에 대한 마케팅과 환경을 생각한 행사를 개최하는 등의 마케팅 비중을 최대한 높여서 브랜드 이미지를 착한 기업 이미지로 브랜딩하여 일반 고객들의 인지도를 끌어올린다. 일반 소비자들에게 인지도가 높아지고 착한 기업 이미지 같은 브랜드로 인식 되었고, 기술적으로도 인증을 받았다면 투자 제의가 들어올 것이다. 투자를 받아 투자금을 확보하여 **R&D(연구 개발)**과 **인사 관리**에 대한 비중을 높일 계획이다. 하지만 이것은 어디까지나 계획 단계이고 실질적으로는 확실하게 시작하지는 못했다. 이런 프로젝트를 해보고 싶지만 아직 나에겐 능력과 스승이 필요하다. 디미고가 그것에 대한 방안이 될 것이다. e-비즈니스과에 입학하여 사업에 도움이 되는 지식을 최대한 확보하고, 여러 경험을 통해 실행으로 옮기고 싶다.

본 실적설명서에 작성한 내용은 본인이 만든(또는 팀과 함께 작업한) 실적물에 대한 설명이며, 실적물의 대리 제작, 타인의 저작물 도용 등 결격사유가 발견 될 경우 불이익을 받을 수 있음을 확인합니다. 또한, 필요시 실적물을 제출하여 평가받을 수 있음을 알고 있습니다.

2022년 11월 8일 / 지원자 김진성