


세탁세제에서 만나는 향기

LG 생활건강 액체세제 '테크'의 판매 활성화 방안



2019 빅데이터 소셜마케팅 전문인력 양성 과정

4과정 1조 애.주.가 | 송병준 김보현 김수지 박준성 송은경 오현성 이서희 하버리



INDEX

01

상황 분석

1 시장분석

2 문제제기

02

마케팅 분석

1 소비자 분석

2 소비자 선호·향 분석

03

마케팅 방향 제안

1 컨셉 도출

2 포지셔닝

04

마케팅 커뮤니케이션



분석 개요

분석 목표

LG생활건강 액체세제 '테크'의
(신제품 출시를 통한) 판매 활성화 방안 제안

데이터 분석 방법

- 파이썬
- R
- Adobe illustrator
- Adobe photoshop

데이터 수집 기간 및 채널

기간 : 2015.01.01 ~ 2019.08.20

- 채널 : 썸트렌드, 네이버 데이터 랩, 구글 트렌드, 네이버 카페(맘스홀릭), 블로그, 인스타그램, 82쿡, 쿠팡

수집 키워드 및 수집 물건

- 키워드 : 냄새제거, 땀냄새, 빨래, 샤프란, 섬유유연제, 액체세제, 좋은 향기, 좋은 냄새, 향기, 퍼실, 리큐, 테크
- 총 수집문건 : 25,408건 + (설문조사)
- 유효문건 : 12,460건
- 필터문건 : 13,176건



요약 및 결론

1. 상황

국내 액체세제 시장은 성장하고 있지만, 국내 브랜드인 테크(LG생활건강)는 독일 브랜드인 퍼실(헨켈홈케어)에게 시장점유율이 밀리고 있다.

2. 문제

테크는 퍼실보다 우위에 있는 강점을 전달하지 못하고 있으며 브랜드 이미지가 약하다.

3. 소비자 분석

트렌드 분석 결과, 소비자는 액체세제에서 기능 뿐만 아닌 성분과 향도 중시한다.
특히 향 부분에 있어서는 '은은한 향'을 크게 선호하는 것으로 나타났다.

4. 솔루션

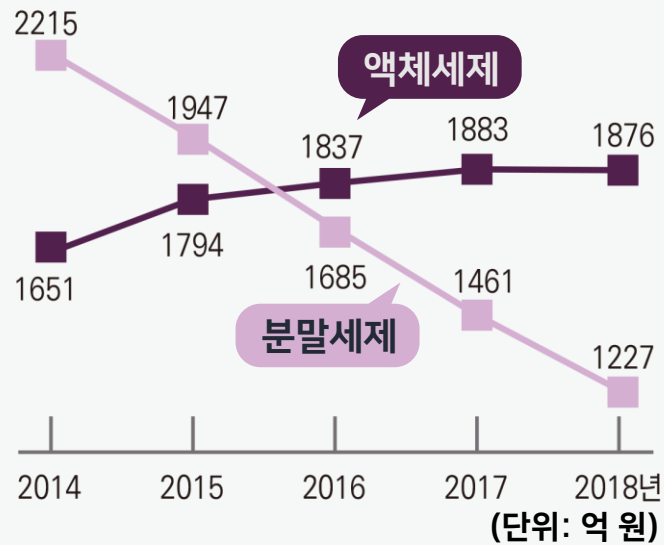
테크의 브랜드 이미지 제고와 소비자 니즈 충족을 동시에 이루고자, 분석을 통해 도출한 트렌드를 기반으로 한 '퓨어테크'라는 새로운 네이밍을 부여한다.
3pure 컨셉을 바탕으로 '퓨어테크'의 정체성을 알린다.

I. 상황 분석

- 1 시장 분석
- 2 문제 제기

액체세제 시장은 **성장세**를 보이는 매력적인 시장이다

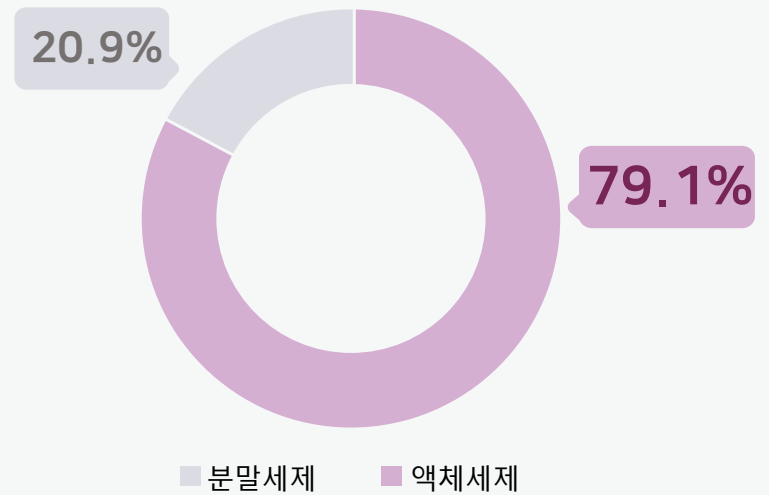
국내 세탁세제 시장 현황



출처: 닐슨코리아

분말세제에서 **액체세제**로 바뀐 세제시장 흐름

세탁세제별 구매 현황

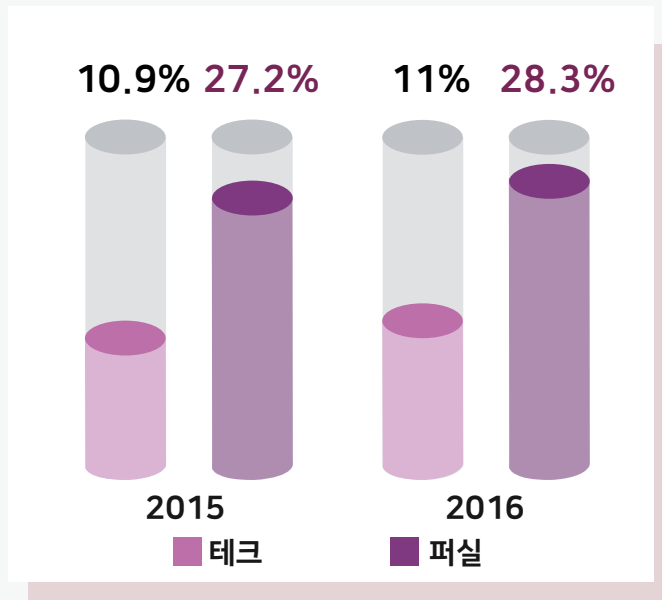


출처: [칸타월드패널] 주관 설문조사) 세탁세제별 구매 현황, 2019

국내 **10가구 중 8가구는 액체세제**를 사용

국내 액체세제 시장은 성장하지만, 5년 연속 시장점유율 1위를 차지한 건 독일 브랜드 퍼실이다

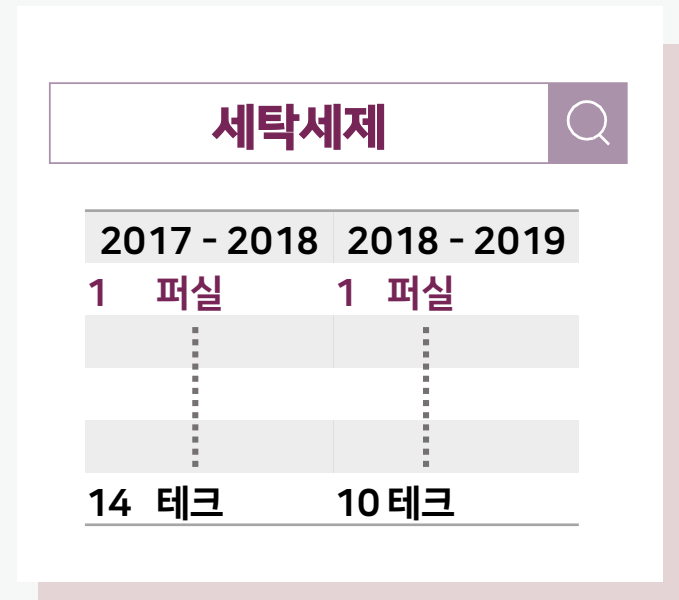
국내 액체세제 시장 점유율



출처: 매일경제박은진기자2016.04, 매일경제박영덕기자2017.05, 이투데이이꽃들기자2017.03

퍼실의 시장점유율은 테크의 약 두 배

세탁세제 인기 검색어



출처: 네이버 데이터랩_쇼핑인사이드 [검색어: 세탁세제]

소비자에게 가장 인기 있는 브랜드 퍼실

국내 액체세제 시장은 성장하지만, 5년 연속 시장점유율 1위를 차지한 건 독일 브랜드 퍼실이다

국내 액체세제 시장 점유율

세탁세제 인기 검색어

국내 액체세제 시장에서 독일 브랜드 퍼실이 우위인 현 상황,
국내 제품인 테크가 퍼실을 뛰어넘을 수 있는 방법은?



출처: 매일경제박은진기자2016.04, 매일경제박영덕기자2017.05, 이투데이이꽃들기자2017.03

퍼실의 시장점유율은 테크의 약 두 배

세탁세제 베스트 브랜드 1위
구매하고 싶은 세탁세제 브랜드 순위

출처: 입소스 코리아(Ipsos Korea)의 선호도조사, 2019



출처: 네이버 데이터랩_쇼핑인사이드 [검색어: 세탁세제]

소비자에게 가장 인기 있는 브랜드 퍼실

테크는 퍼실보다 열위에 있는 '세탁력'을 강조한다

세탁력을 강조하는 테크 광고



출처: LG생활건강 테크 액체세제 광고

테크는 세탁력을 핵심 기능으로 내세움

테크 vs 퍼실 기능 비교

BUT



출처: 롯데마트.이마트.홈플러스, J-컨슈머리포트 세탁세제 평가단

테크의 강점을 전달하지 못함
빨래손상여부, 잔향에 대한 언급 부재

소비자들은 테크 하면 세탁 세제를 떠올리지 않는다

테크 연관 검색어

테크 구글 검색 결과

관련 주제 ▼ 인기순

- 1 핀테크 - 주제
- 2 기술 - 주제
- 3 주가 - 주제
- 4 주연테크 - 기업
- 5 잉크테크 - 기업

테크 연관 키워드



테크 블로그 검색 결과 TOP 3

[광주 타이어 썸 곳, '타이어테크 용봉점'에서 엔진오일 갈고...](#) 7일 전
저희 남편 회사가 운암동이라서 가까운 북구쪽으로 알아보다가 #광주북구타이어 #용봉동타이어 #타이어테크 #광주타이어썸 곳 타이어테크 용봉점으로 왔어요!!! 광주...
hana's [blog.naver.com/eehana5963/221617518766](#) | 블로그 내 검색

[아트테크 쉽고 안정적인 그림재테크](#) 2019.08.12.
아트테크 쉽고 안정적인 그림재테크 요즘 경기가 너무 어렵죠. 그래서 참 이력저런 재테크에 대해서 알아보는 분들이 많으실텐데요. 썸연령층임에도 불구하고 많이들...
생활을 담는 블로그 [blog.naver.com/cruzer90/221613647907](#) | 블로그 내 검색

[레그테크\(RegTech\), 기술을 규제? 기술로 규제!](#) 2019.08.09.
오늘은 레그테크(RegTech)라는 주제로 기사를 준비했습니다. 핀테크와 관련된 기존의 논의들은 금융 소비자들의 편의와 관련한 것들이 대부분이었습니다....
예금보험공사 블로그 [blog.naver.com/happy...](#) | 블로그 내 검색

출처: 구글 트렌드 '테크' 검색결과 2008.1.1-2019.8.22

출처: 썸트렌드 '테크' 연관어 검색 결과 2019.7.22-2019.8.21

출처: 네이버 블로그 검색 결과 2019.08.22

테크는 차별화된 정체성이 부재한 상태



테크는 지금 새로운 정체성이 필요하다!

II . 마케팅 분석

1 소비자 분석

2 소비자 선호 '향' 분석

그렇다면 테크의 정체성은 어떤 방향으로 설정해야 하는가?

1

액체세제에 대한
소비자 니즈는 무엇인가?

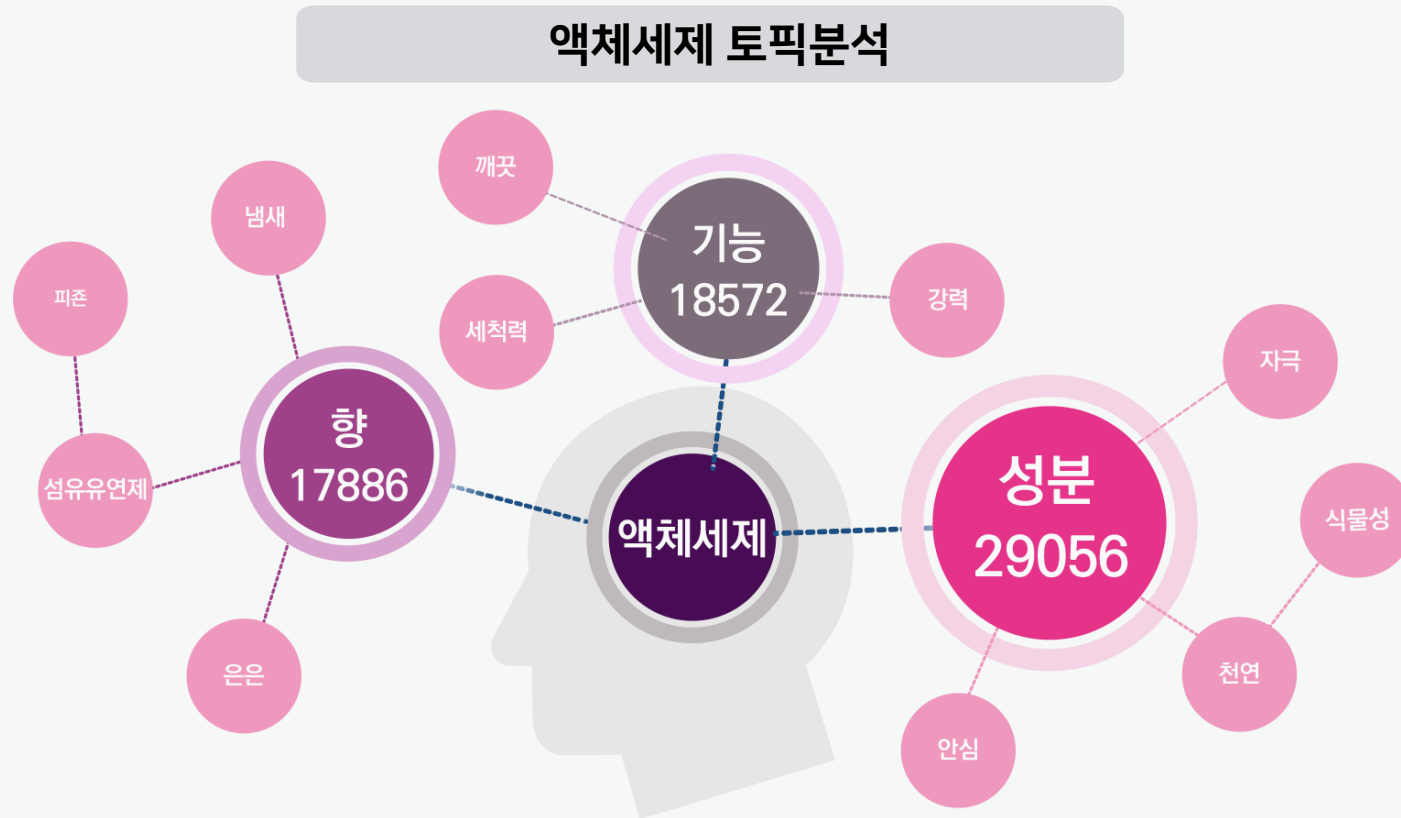
2

소비자 니즈를 극대화
할 방법은 무엇인가?



테크 맞춤형 컨셉 도출

소비자는 “액체세제”에서 세탁력 외에도 **향**과 **성분**에 관심을 갖는다



소비자는 액체세제를 선택할 때 세탁력 외에도 향과 성분에 민감하게 반응함
즉, 향과 성분은 액체세제를 구매할 때 고려 대상에 해당됨

소비자는 “빨래”할 때 냄새와 향에 예민하다

빨래 워드클라우드



빨래 연관분석

**빨래 워드클라우드에서
'냄새' 키워드에 대한 강한 상관관계 추출**

냄새

방법, 세탁, 제거	2.796093
세제, 향기	2.573034
향기	2.516484
제거	2.351154
방법, 세제, 제거	2.341042

소비자는 빨래의 본 기능인 세탁력 뿐만 아니라 **냄새**와 **향**에도 **신경**을 쓰고 있음

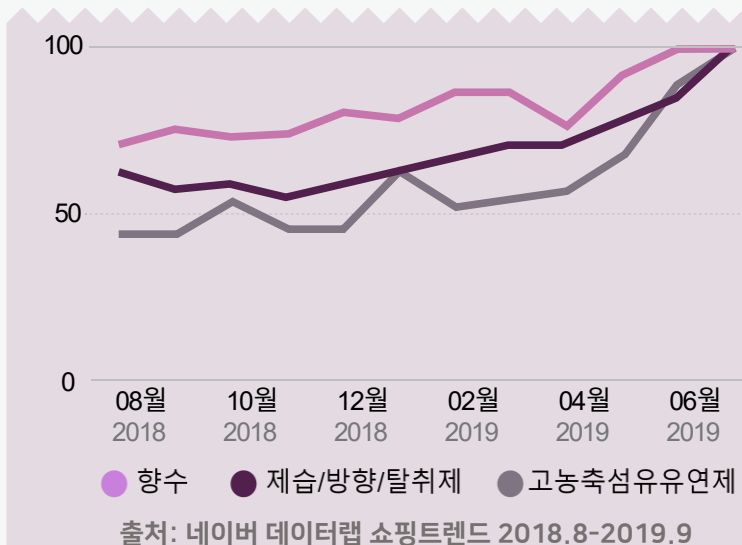
소비자는 “냄새 제거”의 수단 중 하나로 향을 선택한다

냄새 제거 워드클라우드

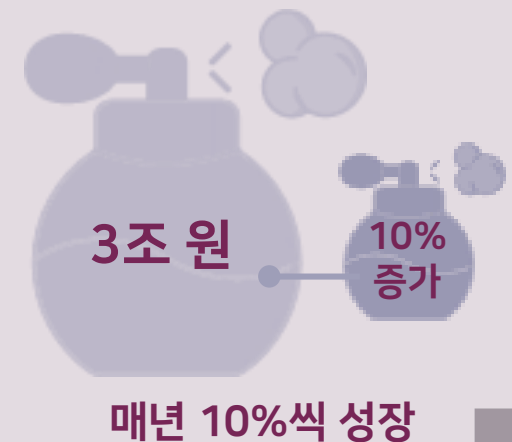


출처: 냄새제거 wc100 (맘스홀릭 975건 / 블로그 1000건 / 인스타 1000건 / 82cook 1074건) / 데이터 분석 방법: 파이썬, R / 시각화: Tagxedo

향기제품에 대한 관심 증가



향기제품 시장 규모의 증가



출처: 중앙일보 유지연 기자 2019.06 기사

향에 대한 소비자의 관심과 시장 규모는 꾸준한 상승세를 보임

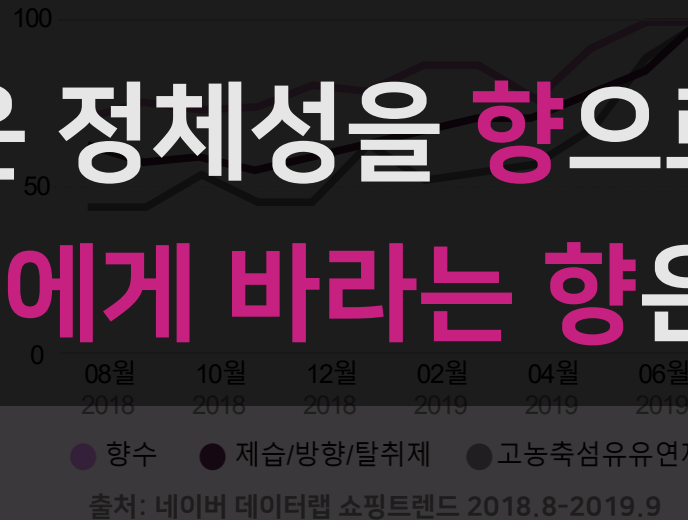
소비자는 “냄새 제거”의 수단 중 하나로 향을 선택한다

냄새 제거 워드클라우드

향기제품에 대한 관심 증가

향기제품 시장 규모의 증가

그래서 **테크**의 새로운 정체성을 **향**으로 설정해보았다.
사람들이 **액체 세제**에게 바라는 **향**은 어떤 **향**일까?



매년 10%씩 성장

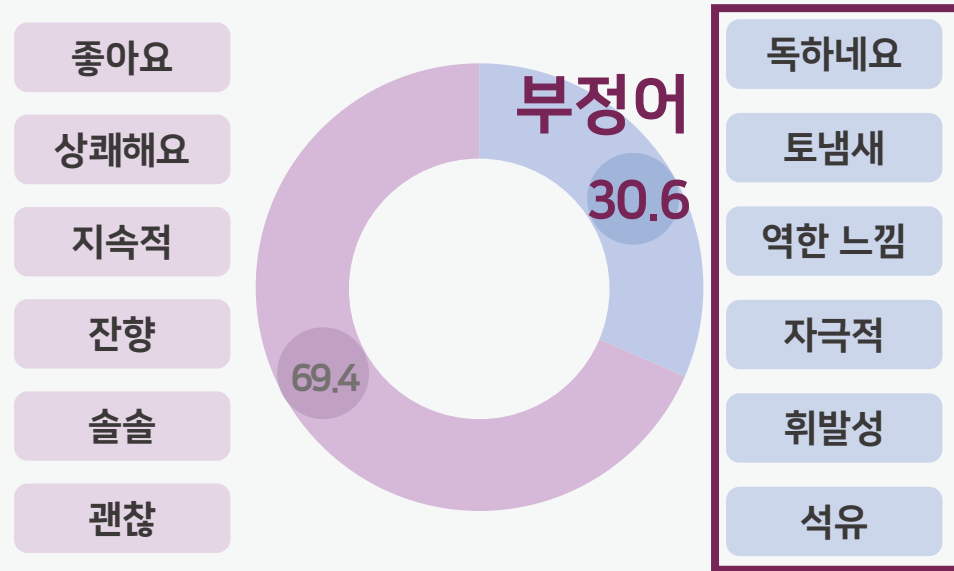
출처: 중앙일보 유지연 기자 2019.06 기사

출처: 냄새제거 wc100 (맘스홀릭 975건 / 블로그 1000건 / 인스타 1000건 / 82cook 1074건) / 데이터 분석 방법: 파이썬, R / 시각화: Tagxedo

향에 대한 소비자의 관심과 시장 규모는 꾸준한 상승세를 보임

액체세제 시장점유율 1위인 퍼실은 향에 대한 부정적 의견이 있다

퍼실 '향'에 대한 긍부정어 분석



퍼실 '향'에 대한 부정적인 사용 후기들

여기 글에서 은은하게 좋다 그러더니 사서 써보니까
진심 독하고 토할 것 같아요...

→ --*** 마자요 임신중일 때 저도 울렁여서 다른
걸로 바꿨었어요ㅠ

출처: 맘스홀릭 댓글

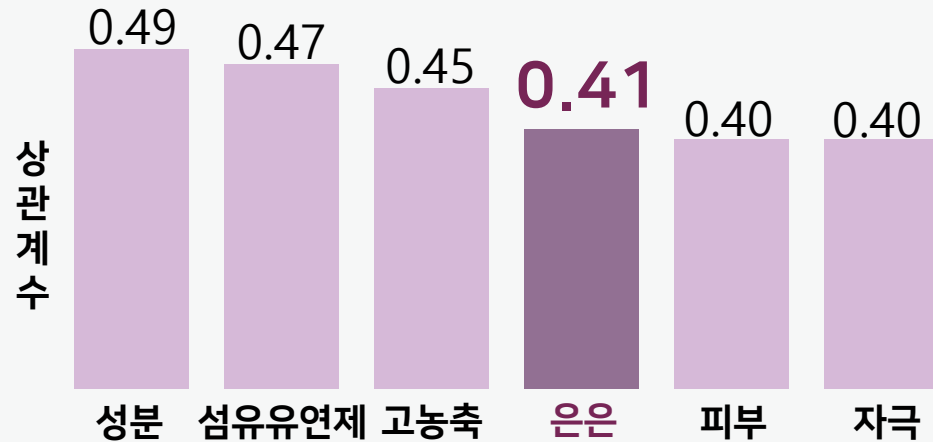
라벤더 향이긴 한데 석유 냄새가 많이 난다. 쉼내 같은
거를 석유냄새가 커버 하는 듯 기대가 너무 컸나
항상 퍼실쓰는데 예전 라벤더보다 휘발성 향기 좀 강
하네요

생각보다 향이 강하네요 섬유린스 냄새가 묻혀버린 듯
빨래가 잘 되는지는 모르겠고... 강한 향을 싫어하는
저에게는... 정말 싫어요 ㅠㅠ

출처: 쿠팡_퍼실라벤더_사용후기

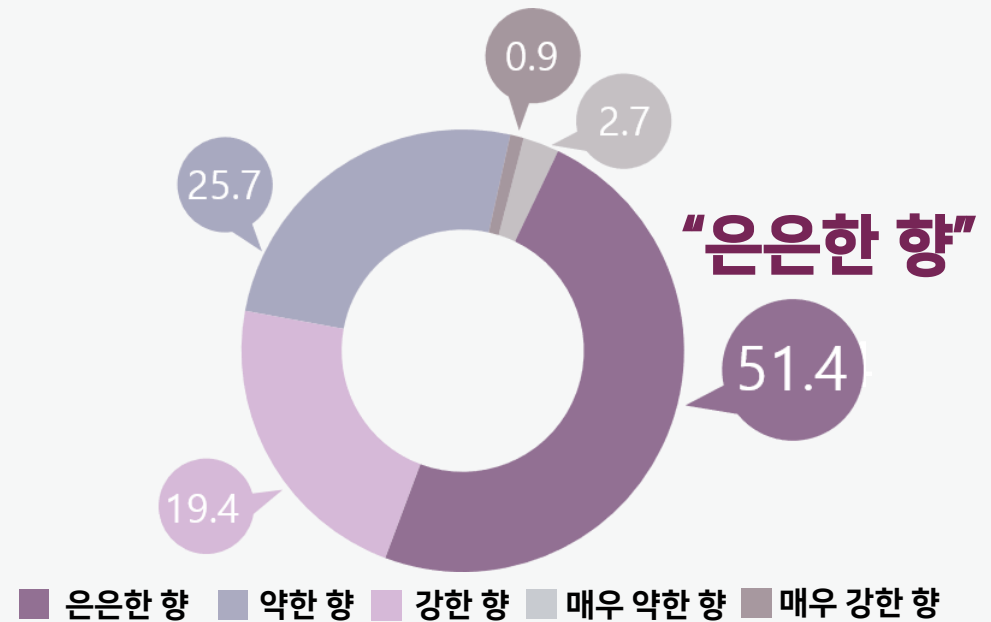
소비자는 빨래의 좋은 향기로 은은함을 꼽았다

빨래 상관분석



출처: 빨래(인스타 1000건 / 블로그 984건 / 맘스홀릭 1370건 / 82cook 796건)/
데이터 분석 방법: 파이썬, R / 시각화: 일러스트레이터

향기 강도 선호도 조사



출처: 애.주.가. 팀 자체 Google Docs Self Survey / 대상: 2050남녀 222명/
기간: 2019.08.23-2019.08.24

빨래 게시물에서 "향" 과 상관관계가 있는 단어 도출 응답자 중 절반 이상인 51.4%가 은은한 향을 선호함

빨래 냄새하면?





#당신 결엔 퓨어테크

[퓨어테크의 3PURE]

알룩PURE 모든 알룩과 오염을 정화하세요.

성분PURE 착한 성분의 순수함을 높이세요.

향기PURE 은은하고 깨끗한 향기만 남기세요.

III. 마케팅 방향 제안

| 1 컨셉 도출

향과 성분 중시

향에 민감

은은한 향 선호



CHECK ☒

테크에는 이미 식물계 세정성분이 함유되어 있다

CHECK ☐

테크에 은은한 향 이미지를 입히자

당신 곁엔 퓨어테크, [3 PURE] 를 남기다



제품명 퓨어테크
캐치프레이즈 “당신 곁엔 퓨어테크”

소비자 니즈에 부합하는 은은한 향 강조
순수함과 깨끗함의 의미를 담은 PURE 사용
은은한 향기가 늘 머문다는 이미지 포지셔닝

컨셉 #3 PURE #얼룩 #성분 #향기

[얼룩 PURE]

모든 얼룩과 오염을 정화한다

[성분 PURE]

착한 성분의 순수함을 높이다

[향기 PURE]

은은하고 깨끗한 향기만 남기다

얼룩 PURE, 성분 PURE, 향기 PURE 소비자의 마음 속에 자리매김 하다

세제의 본질적인 기능은 챙기고

마케팅이 부실했던 부분은 살리고 소셜데이터로 찾아낸 니즈는 더하고

얼룩 PURE



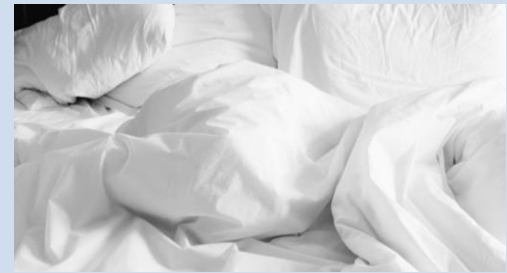
4대 얼룩을 지우는데 효과적인 세제

성분 PURE



식물계 세정성분을 사용한
순하고 자극적이지 않은 세제

향기 PURE



기분 좋은 포근하고 은은한 향

IV. 마케팅 커뮤니케이션

퓨어테크의 새로운 정체성인 은은한 향을 소비자에게 알린다



학부모 모임에 간 진진희
NA: 어머! 안녕하세요~



진진희의 좋은 향이 궁금한 옆자리 학부모
NA: 향기가 정말 좋네요~ 향수 뿌리셨어요?

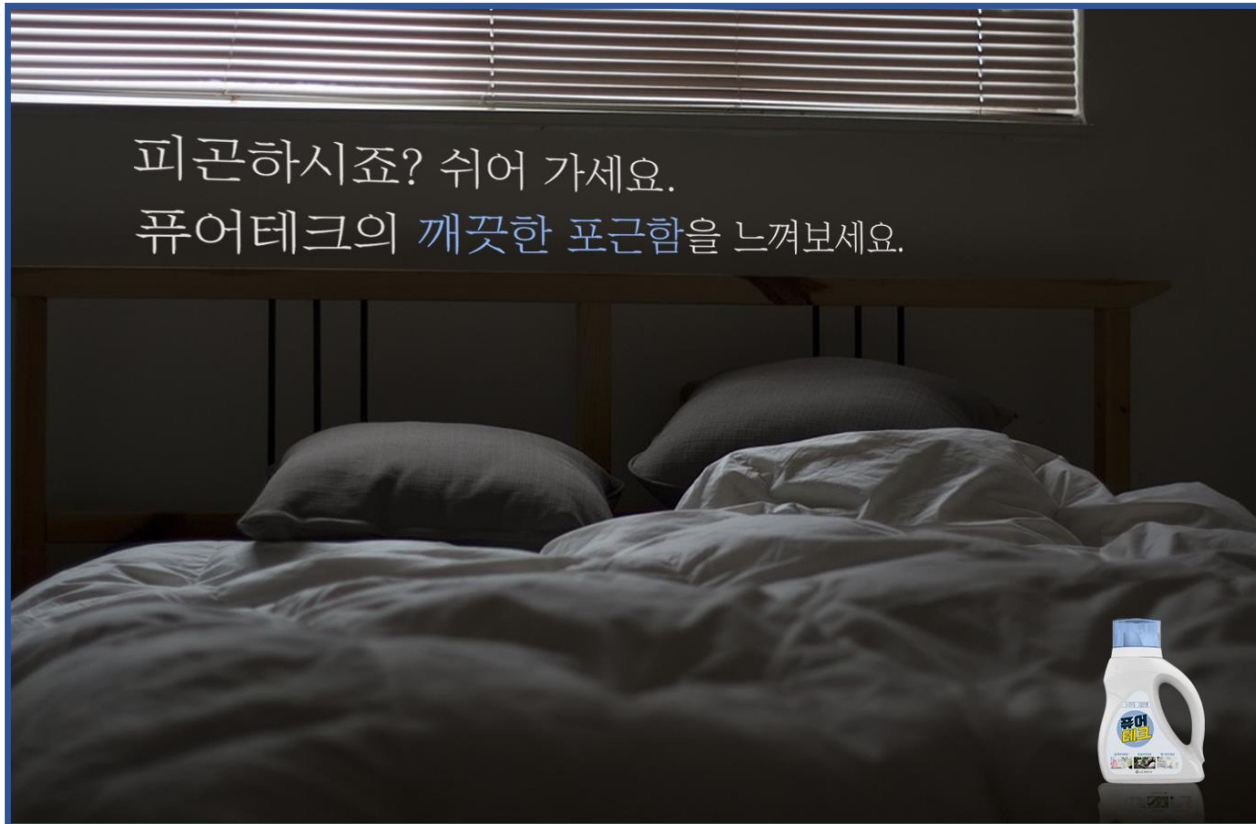


NA: 어마마 모르세요?
저 퓨어 테크 했어요~



퓨어테크의 새로운 정체성인 포근한 향을 소비자에게 알린다

온라인 배너 광고



Concept

퓨어테크의 포근함, 휴식으로 느끼다

Platform

온라인&모바일 구매가 많이 이루어지는
소셜커머스 배너광고

Purpose

퓨어테크의 향에 대한 호기심을 유발하여
소비자의 구매를 유도

퓨어테크는 은은한 향기가 늘 머문다는 이미지를 소비자가 기억하게 한다

버스 정류장 광고



Concept

당신이 머문 자리, 깨끗한 향기만 남기세요
당신 곁엔 퓨어테크

Location

사람들이 잠시 머물다 떠나는 장소
버스 노선이 많은 버스 정류장

Purpose

소비자에게 퓨어테크를 사용하면 언제 어디서나
은은하고 깨끗한 향이 함께한다는 것을 각인

소비자가 새로워진 퓨어테크를 힐링을 통해 직접 경험하게 한다

힐링 라운지



Concept

일상에 지친 사람들을 위한
도심 속 힐링 라운지

Location

유동인구가 많은 장소
회사 밀집 지역, 복합 쇼핑몰, 대학가

Purpose

퓨어테크의 향을 소비자에게 직접 경험시켜
순수한 향에 대한 신뢰와 만족 제고



역할 분담



조장

송병준 1차 자료조사, R, 시각화

송은경 1차 자료조사, 전략 수립, 시각화

김보현 1차 자료조사, R, 시각화

오현성 2차 자료조사, 전략 수립, 시각화 총괄

김수지 1차 자료조사, R, 시각화

이서희 전략 수립, 시각화, PPT 총괄

박준성 1차 자료조사, Python 코드 총괄

하벼리 1차 자료조사, R, 시각화

감사합니다