



2030소비자들의 스트레스를 해소시켜줄 힐링스낵 제안

201519032 안근호
201719032 신창용
201940041 정연주
201919005 김도현
202019034 이윤주

CONTENTS

| | | | | | |
|------|------|------|---------|------|-----|
| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 |
| 상황분석 | 문제도출 | 타겟설정 | 타겟 인사이트 | 컨셉설정 | IMC |

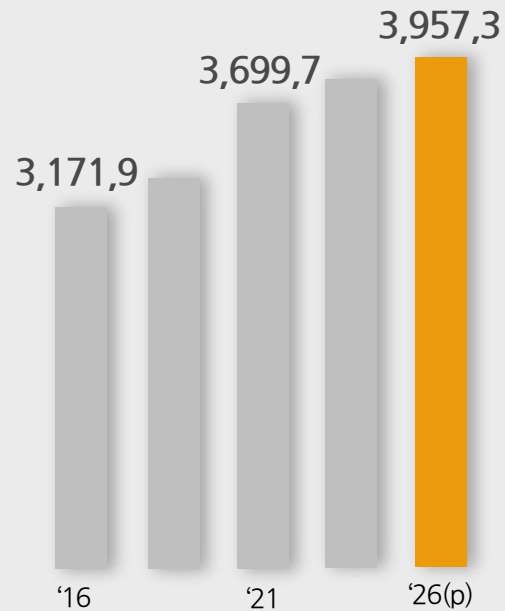
01

상황분석

현재,
나나콘은 어떨까요?

현재 국내 과자시장 규모는 **성장세** 고구마, 쫄득 or 바삭, 옛날과자가 **상승세**

국내 과자 시장규모(단위: 십억원)



출처: ATIFS 식품산업통계정보, 2021

최근 3년간 과자 검색순위 상승

고구마

촉촉고구마스틱, 카사바칩, 별똥밥,
바삭하고고구마칩

쫄득 or 바삭

쫄득기, 네모스낵, 16곡물쫄득기,
크리스피허니눈꽃쌀과자, 와클, 콰삭칩

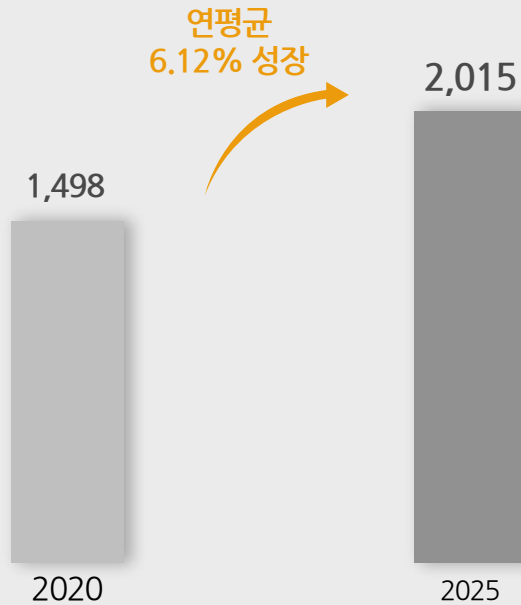
옛날과자

양갱, 호두과자, 바나나과자,
천안호두과자, 과배기과자, 갱소년, 덕인당꿀빵

출처: ATIFS 식품산업통계정보, 2021

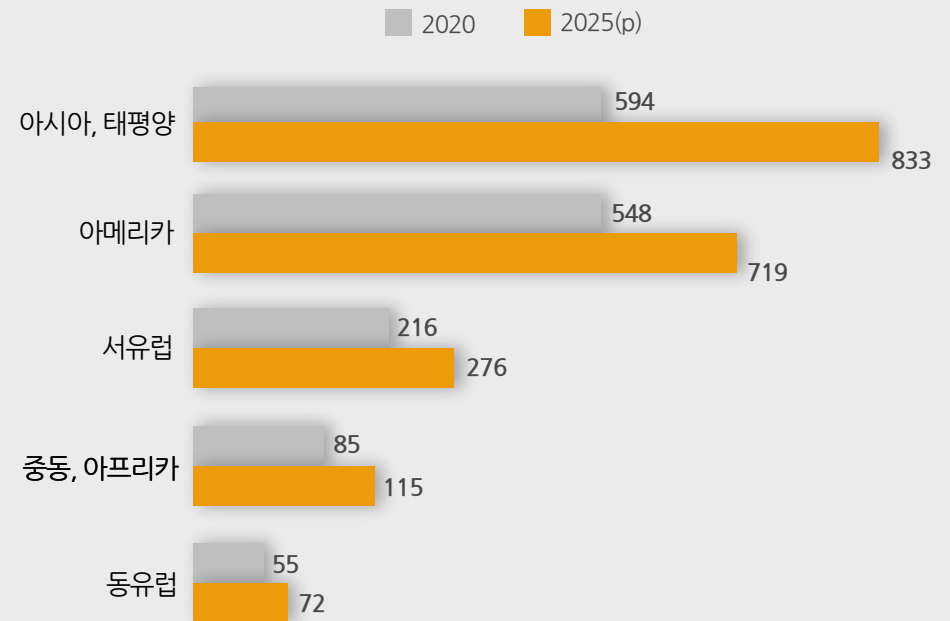
현재 해외 과자시장 규모는 **성장세** **아시아, 태평양**이 가장 큰 비중을 차지

세계 스낵 시장규모 및 전망(단위: 억 달러, %)



출처: ATIFS 식품산업통계정보, 2021

대륙별 스낵 시장 규모 및 전망(단위: 억 달러)



출처: ATIFS 식품산업통계정보, 2021



지금, 나나쿤은?

SWOT

Strenght

- 모두가 다 아는 브랜드
- 가성비 좋은 가격
- 한 봉지에 50g으로 보관하기 용이
- 비건 제품
- 난나나콘 생산과정을 유튜브에 공개 후 깨끗한 제조환경으로 브랜드 이미지 상승

Weakness

- 불량식품 이미지
- 딱딱한 식감으로 인해 모든 연령층의 선호 불가능
- 옛날 과자라는 올드한 이미지
- 브이콘, 콘스낵과 차별점이 없음

Opportunity

- 판매처 증가
- 물가상승으로 저렴한 과자 선호
- 환경과 동물 보호에 대한 인식증가로 비건 각광

Threat

- 내수시장 포화상태

4P

Product

- 가성비, 비건제품

Promotion

- 난나나콘 굿즈 판매 (컵, 티셔츠, 매쉬백)

Price

- 500원 ~ 1000원 사이의 가격대
- 현재 온라인 최저 550원(50g)
오프라인 최고 1000원(50g)

Place

- 접근성이 높은 곳에서 구입할 수 있는 장소

나나콘의 후기를 남긴 작성자



피자타임, 나나콘, 발두렁 등 추억의 과자가 정말 많더라고요.
짹짹한 과자부터 달달한 과자까지 다양해서 선택의 폭이 넓어요~

‘ 피자타임, 나나콘, 발두렁 등
추억의 과자가 정말 많더라고요
짹짹한 과자부터 달달한 과자까지 다양해서
선택의 폭이 좁아요’

출처: 네이버 블로그, 개미의 맛 탐험일기



‘나나콘 800원
물가 무엇
예전에 100원 아니었나~’

출처: 네이버 블로그, 푸드파이터



“커피땅콩과 나나콘!
“헐, 나나콘 뭐야 ㅜㅜ 너무 오랜만이잖아요 ㅜㅜ
어릴 때 2-300원 했던 것 같은데
요즘엔 얼마에 팔려나 ㅜㅜ”

‘커피땅콩과 나나콘!
헐,, 나나콘 뭐야 ㅜㅜ 너무 오랜만이잖아요 ㅜㅜ
어릴 때 2-300원 했던 것 같은데
요즘엔 얼마에 팔려나 ㅜㅜ’

출처: 네이버 블로그, 솜나무의 여행일기

나나콘의 언급 비율이 높은

여성사용자

인천 거주 24 여 (미혼)
서울 거주 26 여 (미혼)
서울 거주 20대 이상 여성 (미혼)
서울 거주 20대 이상 여성 (미혼)
경기도 거주 20대 여성 (미혼)
경기도 거주 20대 여성 (미혼)
경기도 거주 20대 이상 여성 (기혼)
경기도 거주 20대 이상 여성 (기혼)

안전한 재료로부터
고객의 인정을 받고자 노력



HACCP 인증



Smart HACCP 인증



Vegan 인증

나나콘의 라이벌

브이콘



20대, 30대 과자 키워드에서 나나콘 보다콘 높은 브이콘 검색어 순위

과자 검색어 순위 TOP 500

- 1 빼빼로
- 2 과자
- 3 신리오 빼빼로
- 4 고구마말랭이
- 5 프링글스
- 6 초코파이
- 7 일본과자

8 브이콘

⋮

42 나나콘

SWOT

Strenght

- 콘스넥 제품 중 브랜드 인지도 가장 높음

Weakness

- 자사의 직접적인 마케팅이 없음
- 유통채널의 데이터 파악과 관리 어려움

Opportunity

- 자사의 SNS 플랫폼을 통한 홍보가
원활하게 이루어질 경우
많은 소비자들에게 노출 가능

Threat

- 내수시장 포화상태

02

문제도출

그래서,
나나콘의 문제점은 무엇일까요?

소비자에게 불량식품의 이미지

나나콘의 연관키워드(월간 검색량 순위)

1. 설곤약
2. 젤리 스트로우
3. 불량식품
4. 포테이토 크리스프
5. 자일리톨 껌
6. 네모스낵
7. 차카니
8. 금연껌
9. 발두렁
10. 추억의 과자

나나콘에 대해 알고 있지만 직접 소비한 경험

無

FGI 조사

3명을 대상으로 2명 표본, 2023. 04. 29 ~ 2023. 04. 30

[나나콘 스낵을 먹어본 적 있는지]



[26세 여성 / 서울 거주 / 디자인 관련 직종]

먹어본 적은 있지만
직접 사서 먹어본 적은 없어요.



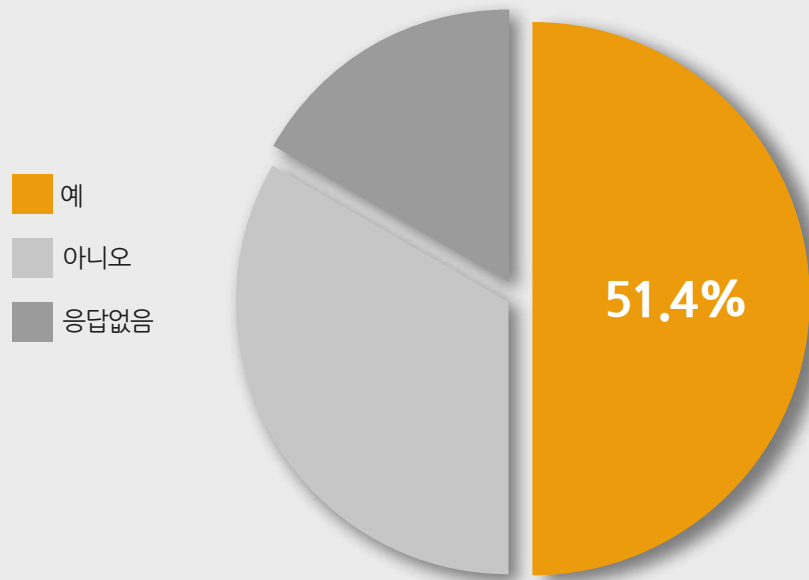
[26세 여성 / 창원 거주 / 일반 사무직]

주변에서 보긴 했지만
먹어본 적은 없어요.

설문조사

35명을 대상으로 2023. 04. 28 ~ 2023. 05. 01

[나나콘에 대해 알고 계신가요?]



[나나콘을 알게된 계기는 무엇인가요?]

- 중고등학생 시절 매점에서 본 적 있다 22.9%
- 편의점이나 마트에서 본 적 있다 14.5%
- 브이콘과 비슷해서 알고있다 17.1%
- 술집 안주로 본 적 있다 5.7%
- 부모님이나 지인이 먹는 것을 보고 알게되었다 2.9%

설문조사

35명을 대상으로 2023. 04. 28 ~ 2023. 05. 01

[나나콘을 다시 드실 의향이 있다면 무엇인가요?]

응답없음 42.9%

맛있어서 17.1%

식감이 마음에 들어서 17.1%

가격이 저렴해서 17.1%

맥주 안주로 잘 어울려서 0%

기타 5.7%

비건 제품이기 때문에 0%

안전한 먹거리 를 제공하려는 노력에도 불구하고
불량식품 이미지로 소비자에게 인식되고 있으며
경쟁사에 비해 **제품 인지도 또한 낮은 상황**

소비자의 인식을 바꾸기 위해 **‘핀셋 마케팅 전략’**

기업에서 마케팅을 할 때 타겟을 세분화하여
특정 고객만을 위한 마케팅 전략



난나콘의 브랜드 아이덴티티를 담아낼 메시지

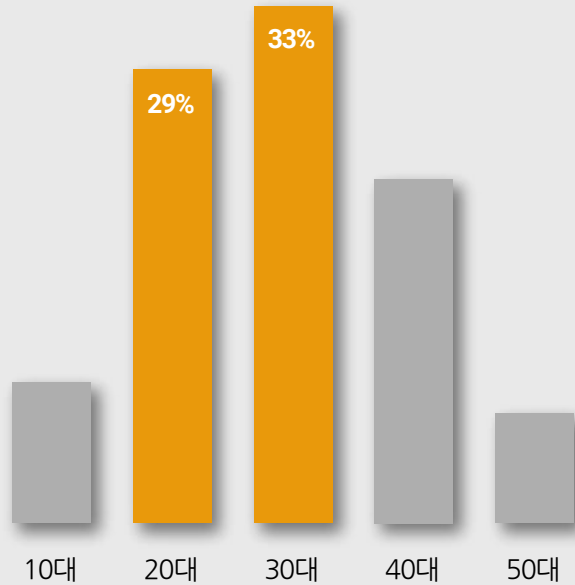
03

타겟 설정

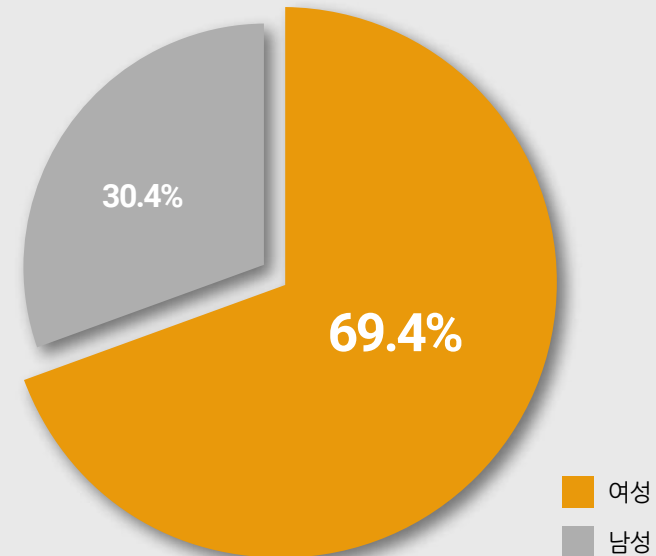
그렇다면,
나나콘의 핵심타겟은 누구일까요?

나나콘 검색량을 조사한 결과 **20대, 30대 검색량이 높고,**
남성보다 여성이 나나콘에 대해 검색을 많이 하는 것을 알 수 있다

연령 별 나나콘 검색량

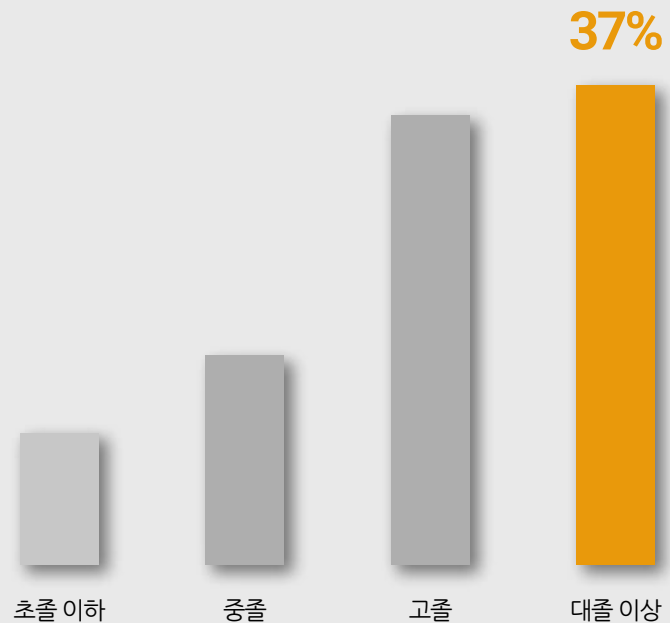


성별에 따른 나나콘 검색량



고학력일수록, 소득수준은 200 ~ 300일 때 식료품 소비지출에 높은 비율 사용

학력 별 식료품 구매 비율



소득 수준 별 식료품 구매 비율



남성보다 여성이
나나콘을 많이 검색

나나콘을 주로 검색하는
2030

직장인들은 식비에
가장 많은 지출을 사용

남성보다 여성이
나나콘을 많이 검색

나나콘을 주로 검색하는
2030 여성

직장인들은 식비에
가장 많은 지출을 사용

남성보다 여성이
나나콘을 많이 검색

나나콘을 주로 검색하는
2030 여성

직장인들은 식비에
가장 많은 지출을 사용

남성보다 여성이
나나콘을 많이 검색

2030 직장인 여성

나나콘을 주로 검색하는
2030 여성

직장인들은 식비에
가장 많은 지출을 사용

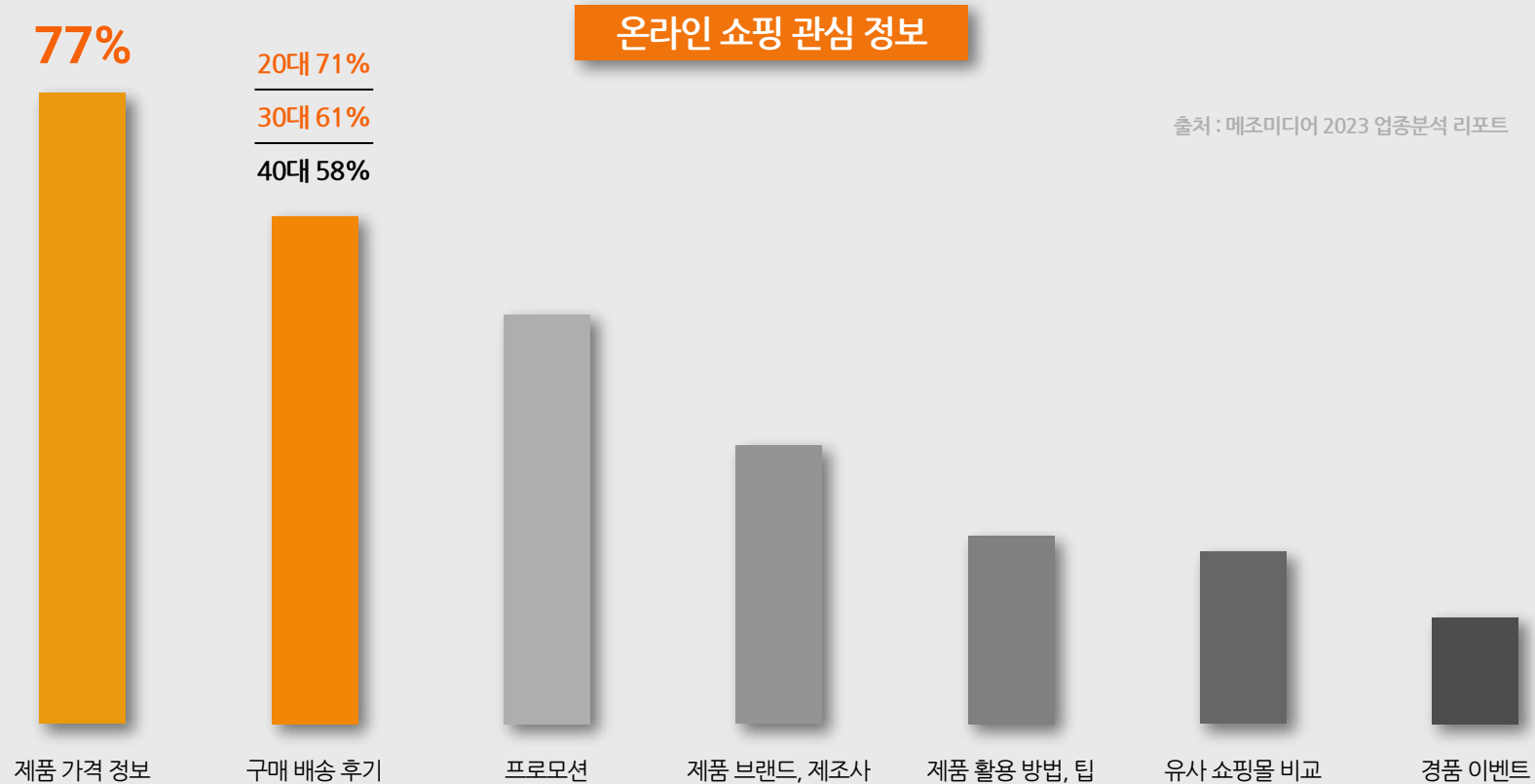
04

타겟 인사이트

나나콘의 타겟,
2030 직장인 여성은 어떨까요?

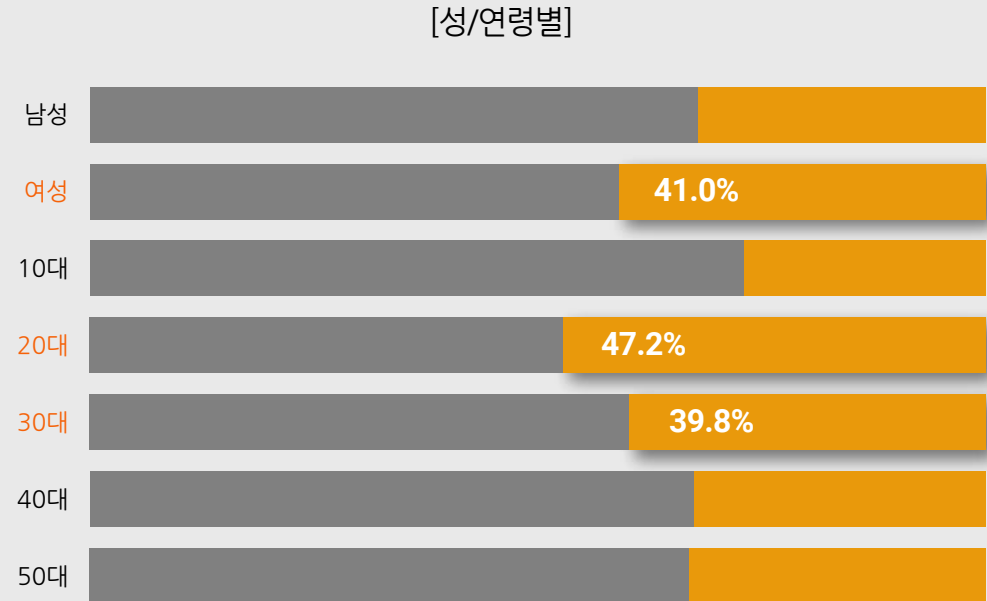
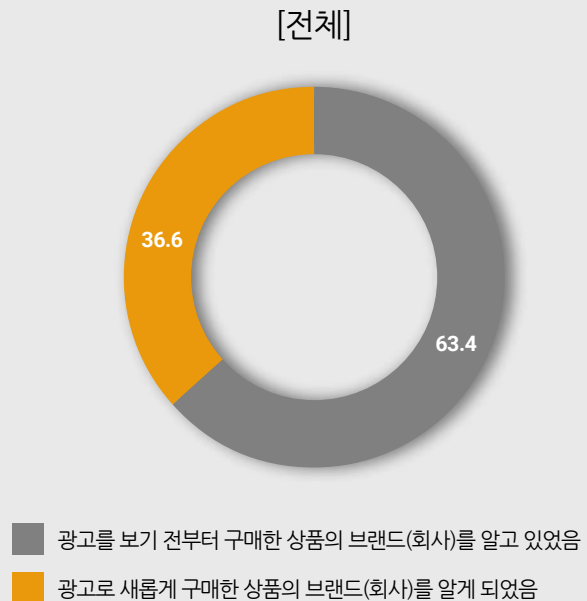
* 이커머스: 인터넷을 통해 이뤄지는 모든 거래

이커머스 소비자들은 **제품 가격 정보를 중요**하게 생각했고
2030 연령대는 **구매배송 후기가 중요**



전체 평균적으로 저관여 제품 구매 시, 기존 아는 브랜드를 구매 하는 경향을 보이는데
여성, 20대, 30대 의 경우 광고를 통해 새롭게 알게 되는 경우의 비율이 높음

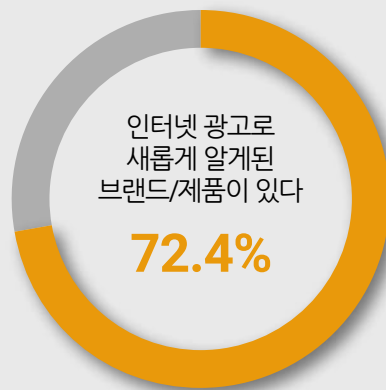
구매한 제품의 브랜드 사전 인지 여부



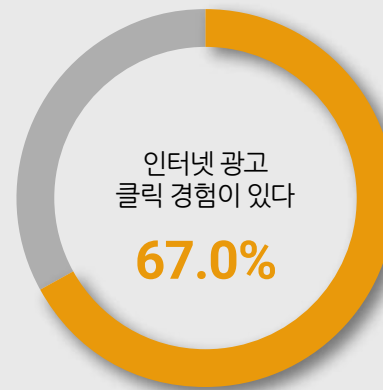
인터넷 쇼핑은 10명 중 7명이 **온라인광고를 통해 제품 새롭게 인지**

인터넷 구매 여정 내 인터넷 광고 효과

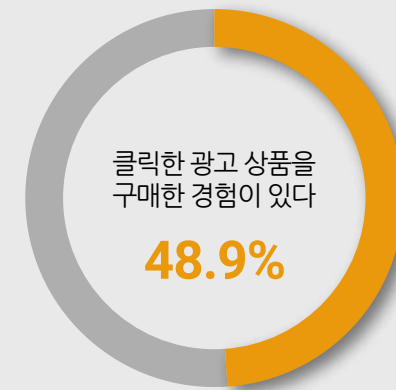
[신규 브랜드/제품 인지]



[인터넷 광고 클릭(쇼핑몰 유입 등)]



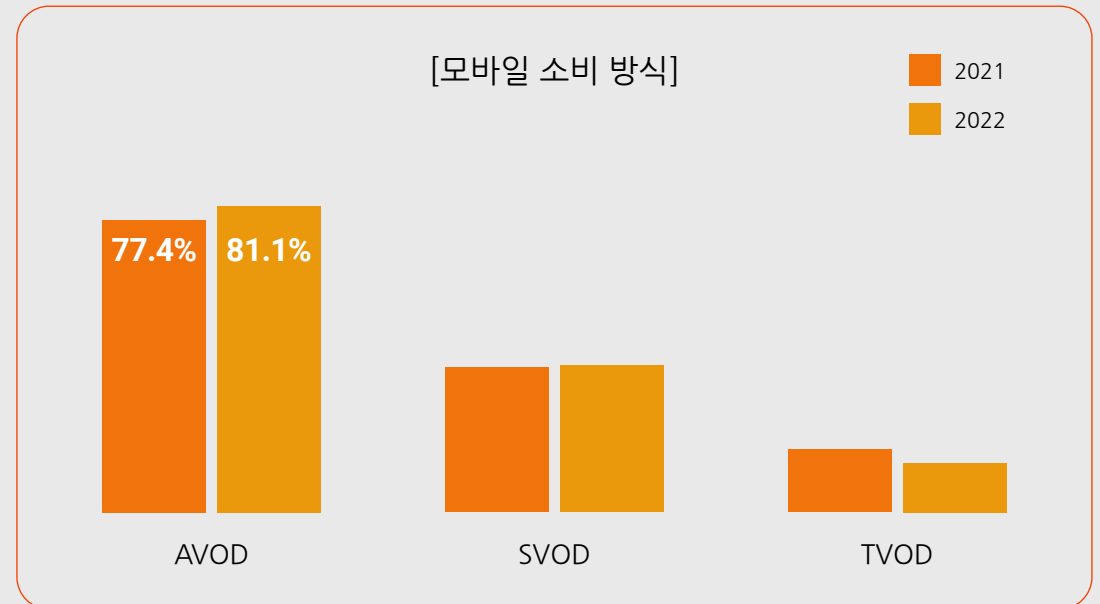
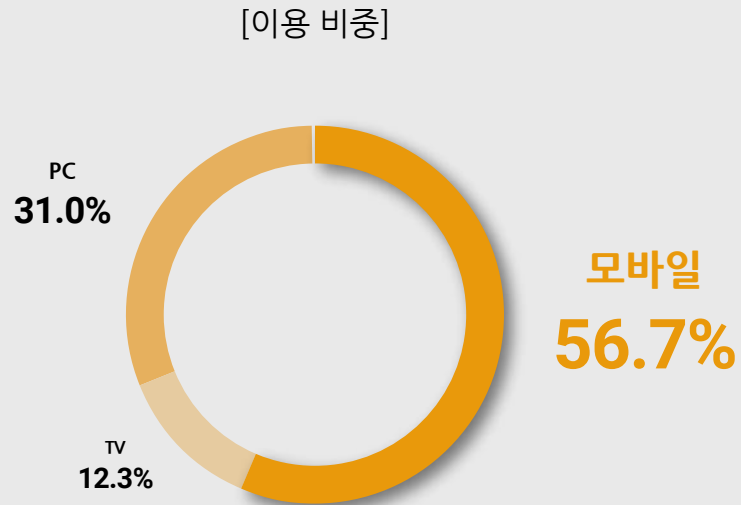
[클릭한 광고 상품 구매 경험]



동영상 콘텐츠 이용 매체 비중은 **모바일이 가장 높고**
소비방식은 **AVOD 서비스를 약 80% 이상 사용**하는 것을 볼 수 있어
동영상 광고가 효율적

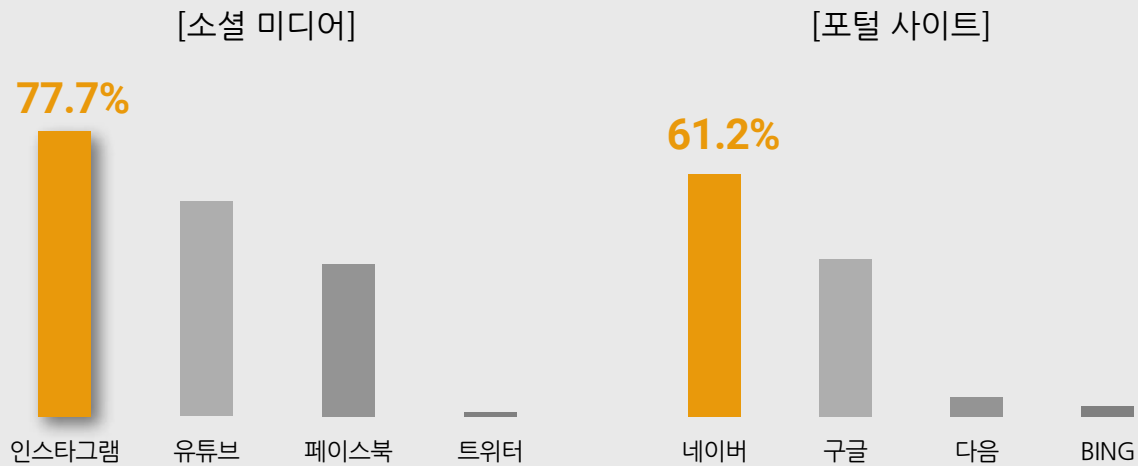
AVOD : 광고 후, 콘텐츠 시청 예시) 유튜브 광고 후 시청

인터넷 동영상 콘텐츠 소비방식별 이용률

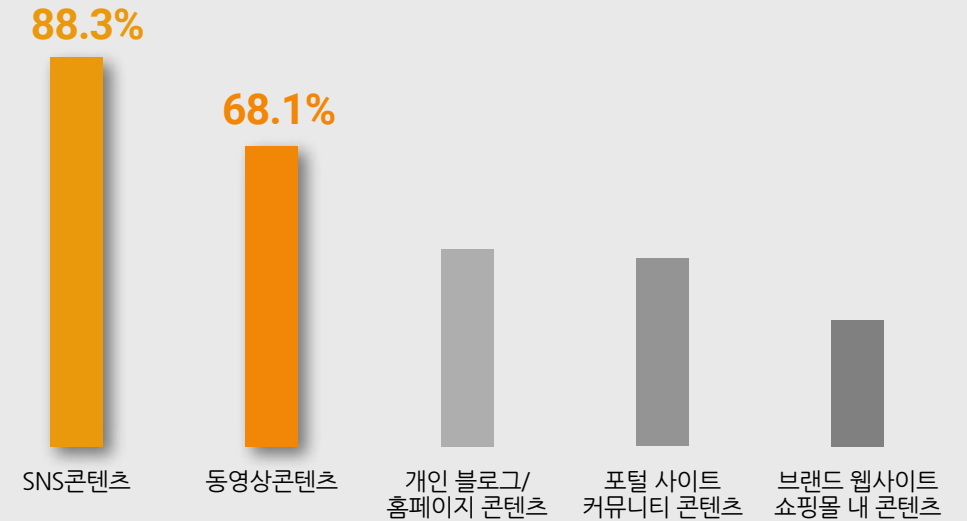


2030 여성의 광고 응답률에서 **소셜 미디어는 인스타그램**이 가장 높게 나타났고,
포털 사이트는 네이버가 가장 높게 나타났다, 또한 2030여성이 광고를 접한 후 구매 의향을 가진 매체는
SNS콘텐츠가 가장 높았고, 동영상콘텐츠가 그 뒤를 이었다

2030 여성 광고 응답률

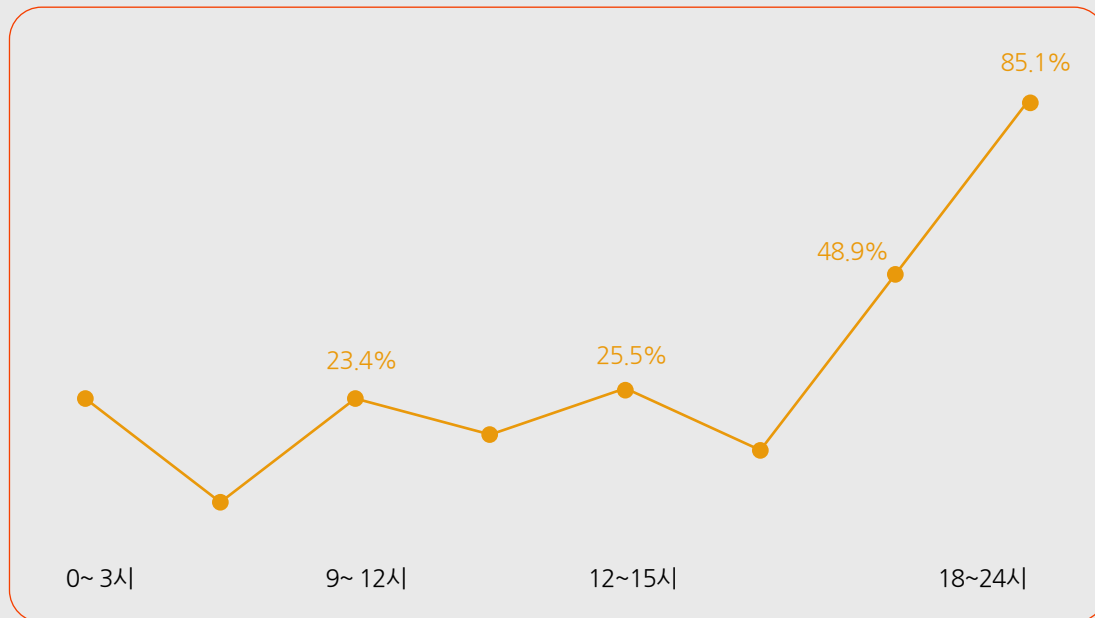


2030 여성 매체 응답률



2030 여성은 **출근 시간대인 6~9시, 점심시간대인 12~15시, 퇴근 이후 시간인 18~24시**에
광고 응답률이 높게 나타나 이 시간대에 광고를 집행하면 효율적으로 집행할 수 있음
또한 2030세대는 **대중교통 이용률이 높음**

2030여성 광고 응답 시간



출처 : DMC 리포트 2020 마케터vs. 소비자 인식비교분석보고서-인터넷쇼핑편

대중교통 이용률



출처 : 매드타임즈 2022

2030 직장인들은 **신체적/정신적 건강과 경제적 어려움에 대한 고민**이 있으며, **미래 불안과 관련한 고민거리**를 가지고 있음

[어떤 고민거리가 있으신가요?]

- 응답없음 20%
- 기타 17.1%
- 신체적/정신적 건강 14.3%
- 경제적 어려움 14.3%
- 회사의 비전이 어두워서 8.6%
- 회사 내 상사 동료와의 갈등 5.7%
- 조직 문화가 맞지 않아서 2.9%
- 적성에 맞지 않는 직무 2.9%
- 지켜지지 않는 워라벨 2.9%
- 결혼에 대한 부담 2.9%
- 친구와의 관계 2.9%

고민이 많은 2030 직장인들

1인가구의 86.2%는 ‘혼자사는 것에 만족’한다고 답했지만, 한편으로는 경제적, 사회적, 건강 문제가 존재했다. 특히 가장 높은 비율을 차지하는 청년들은 자립과 관련된 경제적 부담은 느끼고 있었다.(중략) 청년들은 갓 일을 시작해 경제, 주거가 불안정한 경우가 많다. 이에 따라 미래 불안에서 비롯된 우울증, 자살충동이 높은 편이라고 언급했다.

출처 : 쿠키뉴스 박선헤기자, 2022. 10. 24

2030을 타켓으로 한 핀셋마케팅 전략

!"#\$%#&()



할매니얼 트렌드

답고 싶은 멘토의 이미지를 따라
소비하려는 트렌드의 등장

#세련되고 스타일리시한 할머니
#푸근하고 정감있는 세련된 할머니

[지그재그]

2030 쇼핑 광고 모델로 '시니어 모델'이 등장



‘패션이든 인생이든 왔다 갔다 하며 답을 찾는 것’
메시지에 소비자가 공감하면서
브랜드 이미지의 호감도 상승



광고를 통해 플랫폼의 이미지가 매우
긍정적으로 변했다’는 답변 비율 31%
‘매우 구입 의향이 생김’의 답변 비율 33%
패션 플랫폼 중 가장 높은 긍정 답변율

무엇이든 잘 해내고 싶은 2030 여성 직장인들을 위해

나나콘에게

멘토 이미지를 심어주는 것



‘똑’ 부러지는 나나콘

똑 부러진다
똑 부러지는 식감

06

IMC 전략

2030 소비자들의 일상 스트레스를 해소시켜줄 힐링스낵

‘똥’ 부러지는 나나콘

‘똑’ 부러지는 나나콘 TVCF : 회사 인터뷰편



사내 인터뷰 영상 촬영 중,
젊은 사원의 대답.
“갈끔해요.”



주임급 사원의 대답.
“심플하면서...”



대리급 사원의 대답.
“믿을 수 있어요, 그리고 뭐랄까...”



과장급 사원이 호쾌하게 외친다.
“아주 똑 소리가 나!”
(동시에 어디션가 과자씹는 소리가
들린다.)
“어, 마침 저기에 있네.”



카메라: 빠르게 Pan Left



카메라: Pan Left



카메라를 돌리자, 여성사원이
나나콘을 들고 책상에 앉아있는
모습이 보인다.



“심플하게, 믿을 수 있는,
똑 부러지는 나나콘” 카피 등장.
이어서 여성사원은 과자를
입에 가져간다.



과자를 씹는 소리와 함께 나나콘이
오버랩된다.

회사 동료들의 인터뷰를 통해 똑 부러지는 회사원의 모습을 연상시키고,
이를 반전과 함께 심플하고 똑 부러지는 식감의 나나콘과 연관시켜 소비자들에게 전달

‘뚝’ 부러지는 나나콘 TVCF



평화로운 오후, 열심히 업무를 진행 중인 회사 내 사무실



시계의 ‘뚝’, ‘뚝’ 소리, 사람들이 클릭하는 마우스의 ‘뚝’, ‘뚝’ 소리만 들린다.



시계 소리와 마우스 소리만 들리던 사무실에서 어디선가 과자 뜯는 소리(부스럭)가 들린다.



소리가 궁금해진 부장은 자리에 일어나 소리가 나는 신입사원 자리를 쳐다본다.



놀란 신입사원이 과자를 숨기려다 바닥에 다 흘리고 만다.



흘린 과자를 주우려다 구두로 과자를 모르고 밟으며 ‘뚝’ 소리가 난다.



화들짝 놀라며 바닥에 있는 과자를 계속 밟으며 ‘뚝’ 소리가 반복된다.



퇴근 후 직장인들이 집에서 볼 수 있는 유튜브 영상광고를 통해서 나나콘의 ‘뚝’ 소리를 강조해 소비자들에게 인지

직장에서 스트레스 해소의 순간, 나나콘이 함께



실행 방안

업무 중 불안정한 자세가 척추 측만증과 거북목 등을 유발하여 스트레스를 유발
이를 해소하기위해 도수치료사를 고용하여 도수치료 이벤트를 진행
시원한 뽀소리와 함께 뭉친 직장 스트레스가 날아가는 순간을 독 소리나는 나나콘과 함께한다.
직장인 리뷰 유튜버와 도수치료사를 섭외, 이들이 회사를 방문하여 직장인들의 스트레스를
풀어주고, 똑 부러지는 나나콘의 이미지를 자연스럽게 알린다

기대효과

이를 통해 나나콘의 자연스러운 홍보 및 바이럴 효과를 기대할 수 있다

‘알잘딱깔센’ 똑 부러지는 직장인을 위한 카드뉴스

직장생활에 필요한 팁과 유용한 자료들을 제공하고 고민까지도 털어놓을 수 있는
나나콘 인스타를 개설해서 똑 부러지는 직장생활을 할 수 있게 돕는다



인바운드 마케팅[Inbound Marketing]

제품이나 서비스에 소비자가 흥미를 느낄 수 있는 정보나 콘텐츠, 경험을 제공함으로써 소비자가 제품 또는 서비스를 찾게 만드는데 초점을 둔 마케팅 전략의 하나다. 다양한 미디어를 활용해 잠재 고객들에게 유용한 정보, 콘텐츠, 브랜드 경험을 지속적이고 체계적으로 제공해 잠재 고객과의 관계를 맺고 나아가 실질적인 구매에까지 이르게 하는 전략적 마케팅 접근법

00모양 나나콘을 찾아라!

가장 평평한 모양의 나나콘을 찾는 등 특이한 모양의 나나콘을 찾아 SNS에 올린 소비자에게 상품을 증정



가장 완벽한 하트 모양을 찾는 Walkers 감자칩 캠페인

영국의 유명 과자 회사 워커스(Walkers)가 20종이 넘는 워커스 감자칩 중에서 가장 완벽한 하트모양을 찾는 사람에게 약 1억 5000만 원의 상금을 지급하는 독특한 이벤트를 열었다. 일명 '하트 모양 감자칩 찾기 캠페인'. 해당 캠페인은 일종의 마케팅 행사로, 응모된 하트 모양 감자칩 중 최종 후보 20개를 선정해 뒤 가장 완벽한 형태의 하트 모양 감자칩을 찾아낸 한 사람에게 이 상금을 수여한다는 내용. 심사 기준은 대칭성과 곡선 아치형의 조화 등이다. 단 후보에 오르게 되면 워커스 측과 영상통화 등을 통해 하트 모양 감자칩의 실물과 해당 감자칩이 담겨있던 봉지를 확인하는 과정을 거쳐야 한다

출퇴근시간, 나나콘



실행 방안

지하철 입구를 향하는 계단에 센서를 설치하여 사람들이 계단을 밟을 때 나나콘의 식감인 '뚝' 소리를 나게 하여 사람들의 관심유도

기대효과

'뚝'소리를 이용하여 사람들의 궁금증을 유발시킨 후, 나나콘의 브랜드 인지도 상승 기대

‘똑’ 소리나는 만능 집게



실행 방안

수량과 기간을 정한 이벤트성 굿즈

6월 한 달 동안 나나콘 공식 홈페이지에서 1개 이상 구입한 소비자에게 “남은 과자를 바삭하게 보관하고 편리하게 사용할 수 있는, 똑 부러지는 만능집게 ” 같이 동봉해서 보냄

(집게 뒤에 자석이 함께 있어 요리레시피를 냉장고에 붙이거나, 인생네컷, 서류 정리 등 과자보관 이상으로 사용 가능)

기대 효과

집게를 사용할 때 마다 나나콘 상기시켜, 나나콘을 떠올릴 수 있도록 한다.

“똑똑 소리나는 나나콘