

M&M 개인 자율 탐구 개요 양식

학번	10412	이름	안지수
탐구 주제	감성마케팅과 SWOT를 활용한 적자기업 회생방안 탐구		
주제 선정 이유	<p>현대 기업 경영 환경에서는 제품의 품질이나 가격 경쟁력 뿐만 아니라, 소비자의 감정과 인식을 자극하는 마케팅 전략이 기업 성과에 중요한 요소로 작용하고 있다. 특히 소비자는 합리적 판단만으로 구매를 결정하기보다 브랜드가 전달하는 이미지, 스토리, 분위기와 같은 감성적 요소에 영향을 받아 행동하는 경우가 많다. 나 역시 일상생활에서 물건을 구매할 때 기능적 필요보다 패키지 디자인이나 브랜드가 주는 감성에 이끌려 소비한 경험을 통해 감성마케팅의 영향력을 체감하게 되었다. 이러한 개인적 경험을 바탕으로 감성마케팅이 단순한 홍보 기법을 넘어 실제 기업의 매출과 이미지 형성에 어떤 역할을 하는지에 대해 의문을 갖게 되었고 이를 보다 체계적으로 분석하고자 기업 분석 도구인 SWOT 분석과 결합한 탐구 주제를 설정하게 되었다.</p> <p>SWOT 분석은 기업의 강점(Strength)과 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)을 종합적으로 분석할 수 있는 방법으로 기업의 현재 상황을 객관적으로 진단하는 데 효과적이다.</p> <p>본 탐구에서는 감성마케팅을 SWOT 분석의 전략적 요소로 활용하여 기업이 가진 약점을 보완하고 외부 환경에서의 기회를 극대화할 수 있는 가능성을 분석하고자 한다. 특히 감성마케팅이 기업 이미지 개선, 소비자 공감 형성, 브랜드 충성도 강화 등 어떤 측면에서 강점으로 작용할 수 있는지를 SWOT 구조 속에서 분석함으로써 마케팅 전략이 기업 경쟁력 강화에 기여하는 방식을 구체적으로 탐구하고자 본 주제를 선정하였다.</p>		
탐구 내용에 대한 개조식 작성	<p>1. 제목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제목: 감성마케팅과 기업 SWOT 분석을 활용한 적자기업 회생 방안 탐구 - 부제목: 기업 'CJ 씨푸드'를 바탕으로 <p>2. 서론</p> <ul style="list-style-type: none"> - 탐구 동기(목적) <p>최근 많은 기업들이 제품의 품질이나 가격 경쟁력을 확보했음에도 불구하고 브랜드 이미지 약화와 소비자 공감 부족등으로 인해 적자를 겪고 있다. 이러한 사례를 통해 기업의 위기는 단순한 재무 문제를 넘어 소비자와의 감성적 연결 실패에서 비롯될 수 있다는 점에 주목하게 되었다.</p> <p>현대 소비 시장에서 감성적 요소는 소비자의 선택에 큰 영향을 미치며 감성마케팅은 기업 이미지를 개선하고 구매 행동을 유도하는 핵심 전략으로 작용할 수 있다.</p> <p>이에 본 탐구에서는 적자기업의 상황을 SWOT 분석을 통해 객관적으로 진단하고 분석 결과를 바탕으로 감성마케팅을 전략적으로 결합한 회생 방안을 모색하고자 한다. 이를 통해 감성마케팅이 기업의 약점을 보완하고 지속 가능한 경쟁력을 확보하는데 어떤 역할을 할 수 있는지를 탐구하는 것을 본 탐구의 동기로 삼았다.</p> <p>3. 탐구 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 감성마케팅의 등장에 따른 소비자 행동의 변화 ② SWOT분석 - 기업 CJ 씨푸드 ③ 감성마케팅을 적용한 기업 회생 방안 탐구 ④ 제안서 작성 <p>3. 본론</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이론적 배경 <p>① 감성마케팅</p> <p>감성마케팅이란 소비자의 이성적 판단보다 감정과 감성을 자극하여 구매 행동을 유도하는 마케팅 전략을 의미한다.</p> <p>기존의 마케팅이 제품의 기능, 가격, 성능과 같은 합리적 요소를 중심으로 정보를 전달했다면 감성마케팅은 브랜드가 전달하는 이미지, 스토리, 분위기 등을 통해 소비자의 공감과 정서적 유대감을 형성하는 데 초점을 둔다.</p>		

이는 소비자가 제품 자체뿐만 아니라 브랜드가 주는 감정적 경험을 함께 소비한다는 점에 기반한다.

이러한 특성으로 인해 감성마케팅은 기업의 경쟁력을 강화하는 전략적 수단으로 활용될 수 있다.

특히 SWOT 분석 관점에서 볼 때 감성마케팅은 기업의 약점인 낮은 인지도나 부정적 이미지를 보완하고 변화하는 소비 트렌드라는 기회를 효과적으로 활용할 수 있는 전략적 도구이다.

따라서 감성마케팅은 적자기업이 소비자 인식을 개선하고 시장에서 재도약하기 위한 중요한 이론적 기반이 된다.

② SWOT 기업 분석 이론

SWOT 분석이란 기업의 내부 환경과 외부 환경을 종합적으로 분석하기 위해 사용하는 경영 분석 기법으로 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 네 가지 요소로 구성된다.

기업 내부에서 경쟁력이 되는 요소는 강점으로, 또 개선이 필요한 요소는 약점으로 분류하며 외부 환경 중 기업 성장에 유리한 요인은 기회로 판단한다.

또 경영에 부정적 영향을 미칠 수 있는 요인은 위협으로 분석한다.

SWOT 분석의 가장 큰 특징은 기업의 현재 상황을 객관적으로 진단할 수 있다는 점이다. 이를 통해 기업은 자신의 경쟁 우위와 한계를 명확히 파악할 수 있으며 외부 환경 변화에 효과적으로 대응할 전략을 수립할 수 있다.

따라서 SWOT 분석은 단순한 현황 분석에 그치지 않고 강점을 활용해 기회를 극대화하거나 약점을 보완해 위협을 최소화하는 전략적 방향을 도출하는 데 활용된다.

- 연구 방법

문헌조사 및 이론정리

이론을 바탕으로 실제 기업에 SWOT 적용

- 팀구 내용

우선 CJ계열사인 CJ씨푸드를 분석 대상으로 선정하고 그중에서도 주력 상품인 삼호어묵을 중심으로 SWOT 분석과 감성마케팅 전략을 결합한 기업 개선 방안을 도출하였다.

기업 선정 이유는 CJ씨푸드가 대기업 계열사임에도 불구하고 일부 제품군에서 브랜드 인식과 마케팅 경쟁력이 약화되며 수익성 측면에서 한계를 보이고 있다고 판단했기 때문이다.

먼저 CJ씨푸드에 대한 SWOT 분석을 실시한 결과 CJ가 보유한 강력한 B2B 계열사 네트워크와 글로벌 거점은 뚜렷한 강점으로 나타났다. 반면, 삼호어묵 제품군은 전반적으로 패키지 디자인과 시각적 이미지가 소비자의 구매 욕구를 자극하지 못한다는 약점이 존재하였으며, 이는 감성적 요소가 중요한 식품 시장에서 브랜드 인식 저하로 이어지고 있음을 확인하였다.

이러한 분석을 바탕으로 삼호어묵을 오리지널 어묵과 마라어묵으로 구분하여 타깃 시장별 차별화 전략을 수립하였다.

먼저 오리지널 어묵은 해외 시장을 타깃으로 한 마케팅 전략을 제시하였다.

오리지널 어묵은 중국·일본의 어묵 제품과 비교해도 품질과 신뢰도 측면에서 경쟁력이 충분하다고 판단하였으며, 이를 K-푸드 흐름과 연결해 수출 확대 전략으로 발전시켰다.

이 과정에서 CJ씨푸드의 글로벌 유통망과 계열사를 적극 활용한 수직계열화 전략을 제안하여, SWOT 분석에서 도출된 강점(S)과 위협(T: 과열된 국내 시장)을 동시에 고려한 전략을 구성하였다.

또한 오리지널 어묵에는 감성마케팅 요소를 적극 반영하였다. ‘부산의 맛’이라는 지역 기반 스토리를 부여하여 제품에 정체성을 강화하고 따뜻한 어묵탕의 이미지를 전달하기 위해 따뜻함과 정성이 느껴지는 색채를 활용한 시각 디자인 개선안을 제시하였다. 더 나아가 소비자가 실제로 어묵탕을 끓여 먹는 장면을 자연스럽게 상상할 수 있도록 소비 상황을 연상시키는 문구 또한 적용하였다.

이와 함께 어묵, 육수, 부재료를 하나로 구성한 모듈형 어묵탕 키트 패키지를 기획하여 단순 식품이 아닌 ‘경험형 제품’으로 확장하는 방안을 제안하였다.

한편 마라어묵은 국내 시장을 중심으로 분석하였다.

국내에서 마라 열풍이 지속되고 있음에도 불구하고 마라어묵은 유행 대비 홍보가 부족하고 시각적 매력이 낮아 소비자 인지도가 충분히 형성되지 못하고 있다는 문제점을 발견하였다.

이는 SWOT 분석에서 약점(W)에 해당하는 요소로 판단하였으며 간편 조리가 가능하다는 장점과 마라 트렌드라는 기회를 살릴 수 있도록

	<p>패키지 디자인과 마케팅 방식의 전면적인 변화를 전략으로 설정하였다. 구체적으로는 매운맛과 풍미가 직관적으로 전달되도록 색채마케팅을 활용한 패키지 디자인 개선안을 직접 제작하여 제시하였다.</p> <p>이는 강렬한 색상과 시각적 요소를 통해 제품 특성이 한눈에 드러나도록 구성하였고 감성마케팅이 소비자의 첫 인상과 구매 결정에 미치는 영향을 고려하였다.</p> <p>또한 국내 소비자를 대상으로 체험단 운영과 팝업스토어 개최를 제안하여 실제 경험을 통해 제품 인지도를 높이는 마케팅 전략을 함께 제시하였다.</p> <p>종합적으로 본 탐구는 CJ씨푸드의 SWOT 분석 결과를 기반으로 감성마케팅 전략을 구체화하고 해외 시장을 겨냥한 오리지널 어묵 전략과 국내 시장 중심의 마라어묵 전략을 분리하여 설계하였다는 점에서 의의를 가지며 특히 색채마케팅을 활용한 시각 디자인을 직접 기획·제작하여 제안함으로써, 감성마케팅이 적자기업의 브랜드 인식 개선과 시장 경쟁력 회복에 실질적으로 기여할 수 있음을 확인하였다.</p>
참고자료 (출처)	<p>4. 결론</p> <p>- 결과 요약</p> <p>본 발표를 통해 적자기업의 문제는 단순한 제품 경쟁력이나 가격 문제가 아니라, 소비자와의 감성적 연결 부족과 전략적 마케팅 부재에서 비롯되는 경우가 많다는 점을 확인하였다. SWOT 분석을 통해 기업의 강점과 약점, 기회와 위협을 구조적으로 파악하고, 이를 바탕으로 감성마케팅을 결합할 경우 기업의 약점을 보완하고 기회를 효과적으로 활용할 수 있음을 알 수 있었다.</p> <p>특히 감성마케팅은 브랜드 이미지와 소비자 인식을 개선하여 구매 행동에 직접적인 영향을 미치는 전략으로, 적자기업이 새로운 돌파구를 마련하는 데 중요한 역할을 할 수 있다. 따라서 기업 회생 전략에서는 재무적 개선뿐만 아니라, SWOT 분석을 기반으로 한 감성마케팅 전략 수립이 필수적임을 본 발표의 결론으로 도출하였다.</p> <p>- 어려움과 극복</p> <p>탐구를 진행하는 과정에서 가장 큰 어려움은 감성마케팅이라는 개념을 실제 기업 사례에 구체적으로 적용하는 것이었다.</p> <p>감성마케팅은 개념적으로는 이해하기 쉬웠으나 이를 적자기업의 회생 전략으로 연결하는 과정에서 추상적인 제안에 그칠 위험이 있었다.</p> <p>이를 극복하기 위해 SWOT 분석을 활용하여 기업의 강점, 약점, 기회, 위협을 구조적으로 정리하고, 감성마케팅을 각 요소와 연결해 전략적으로 적용하였다.</p> <p>특히 '감성'이라는 요소를 보다 구체화하기 위해 색채마케팅과 시각 디자인에 초점을 맞추고, 패키지 디자인을 직접 기획·제작하여 제안함으로써 이론을 실제 전략으로 전환하고자 노력하였다.</p> <p>또한 어떤 제품이라도 국내와 해외 시장을 동일한 방식으로 접근할 경우 전략의 효과가 떨어질 수 있다는 한계를 인식하고 오리지널 어묵과 마라어묵을 분리하여 시장별 마케팅 전략을 설계하였다.</p> <p>이를 통해 감성마케팅이 시장 환경에 따라 다르게 적용되어야 함을 이해하고, 기업 분석과 마케팅 전략을 보다 현실적으로 구성할 수 있었다.</p> <p>- 배우고 느낀 점</p> <p>이번 탐구를 통해 기업의 적자는 단순한 매출 감소나 제품 경쟁력 부족의 문제뿐만 아니라 소비자 인식과 브랜드 감성 관리 실패에서도 초래될 수 있음을 깨달았다.</p> <p>특히 SWOT 분석을 통해 기업의 내부·외부 요인을 구조적으로 분석한 뒤 감성마케팅 전략으로 결합하는 과정에서 마케팅은 간각적인 아이디어가 아니라 논리적 분석을 바탕으로 설계되어야 하는 전략적 활동임을 이해하게 되었다.</p> <p>나아가 탐구를 통해 시장과 제품 특성에 따라 마케팅 전략이 달라져야 함을 이해하게 되어 뜻깊은 탐구였다.</p> <p>뉴스 1 박혜연기자 (2025.11.11.), '삼호어묵' CJ씨푸드, 3Q 영업손실 6억...적자 전환 피앤피 뉴스 이수진기자 (2025.10.31.), 감성브랜딩과 AI, 소상공인의 돌파구 되다 글로벌경제 이승원기자 (2025.08.05.), 분양을 넘은 감성 전쟁...건설업계 '아트 마케팅'의 진화</p>

참고문헌

Color and Sentiment: A Study of Emotion-Based Color Palettes in Marketing, Shagyrav & Shamoi, 2024 – 색채가 소비자 감성에 미치는 영향 분석(감성마케팅 시각 디자인 관련).

- Cornell University. 2024 Jul 22

유병우, 「감성마케팅(emotional marketing)의 환경변화와 전망」
한국마케팅연구원 - DB pia

영업 전략의 첫걸음, 자사 SWOT 분석 완벽 정리,
2025 – SWOT 분석의 구성과 활용 방법 정리
- 피엔피에이전시 매거진

신은희, 감성마케팅으로 성공하라.
- 도서