



보석 Bar

종로 3가 예물타운의 이미지 변신 및 1934 세대의 유입 증대를 위한
커뮤니케이션 전략

INDEX

1

상황분석

2

문제도출

3

인사이트

4

제품컨셉

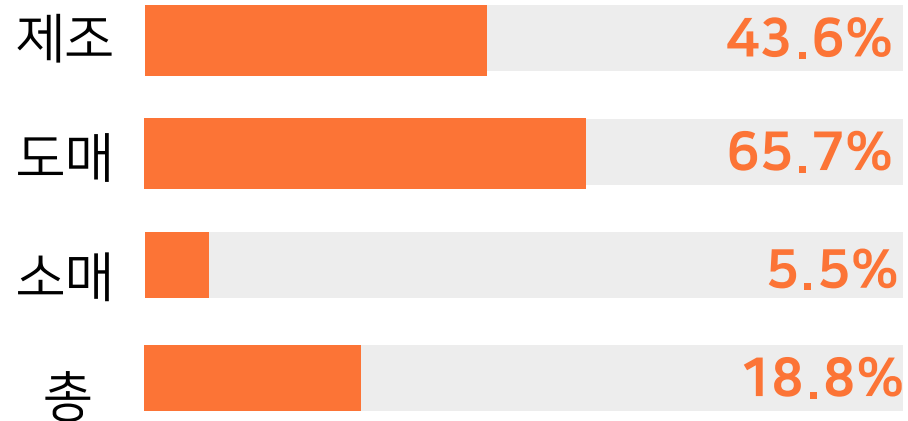
5

IMC 전략

종로는 우리에게 역사와 전통이 있는 예물과 주얼리의 중심지이다. 이는 종로 예물타운의 시장 밀집과 시장 확대를 통해 알 수 있다

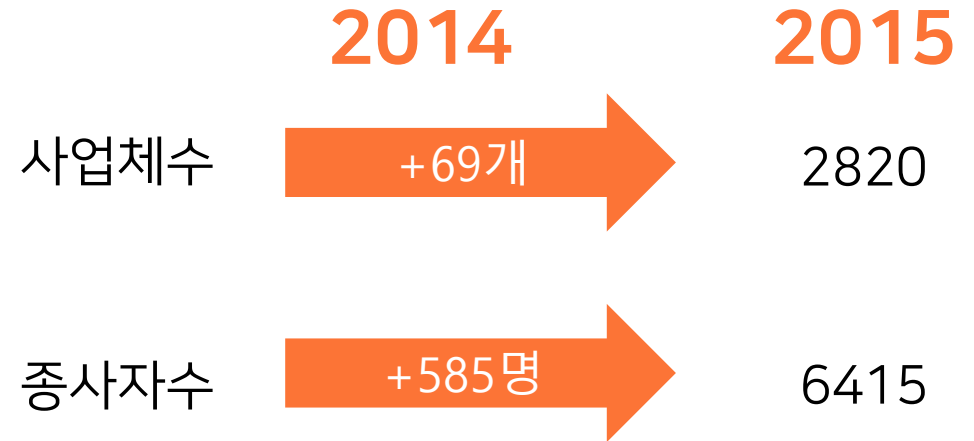
전국 대비 종로의 귀금속 집적률

출처 : 통계청 (2016)
단위 : 전국 대비 (%)



종로 사업체 및 종사자수 변화

출처 : 통계청 (2015)
단위 : 개수 / 명수

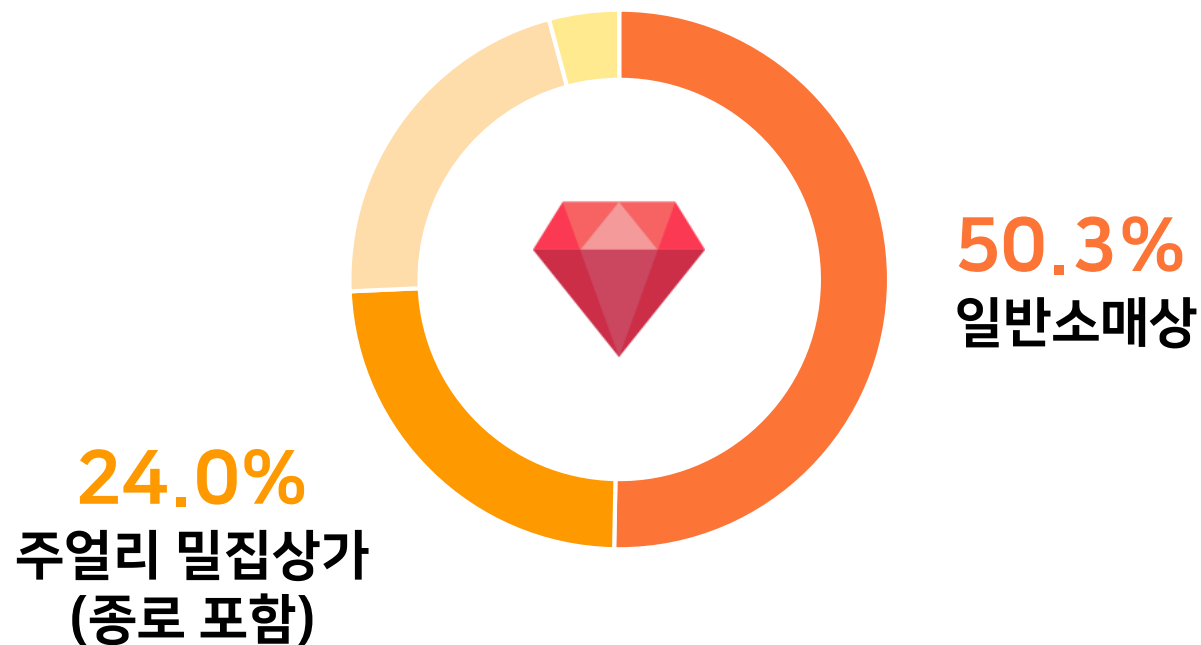


종로의 귀금속 산업은 전국 대비 18.8%를 차지하고 있으며, 사업체와 종사자수도 꾸준히 늘고 있는 추세이다.

하지만 최근의 귀금속 소비 동향이나, 패션 주얼리 시장을 살펴 보면
젊은 소비자층의 구매력은 꾸준히 늘고 있으나, 그들은 주얼리 밀집 상가를 찾지 않는다.

주얼리 구입 장소 통계

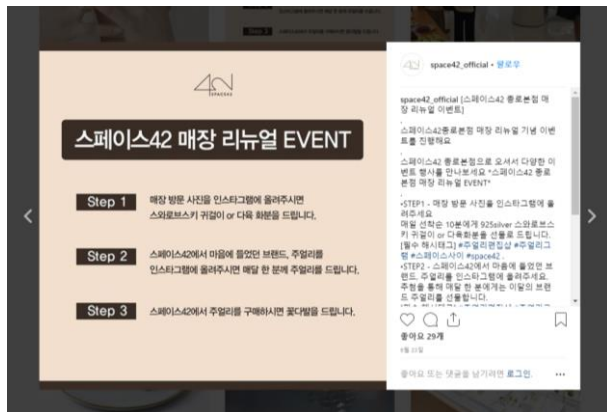
출처 : 월곡주얼리센터 (2017)
단위 : 퍼센트 (%)



젊은 타겟은 주얼리 시장의 가장 잠재력 있는 클라이언트이다.

이러한 상황에서 서울 주얼리 지원센터는 주얼리의 구매력이 점점 높아지고 있는 젊은 층을 종로의 귀금속 시장으로 유입하기 위하여 지속적으로 소통을 하고 있으나,

출처 : 스페이스42 인스타그램
2018년 11월 12일 기준



최근, 귀걸이 혹은 화분을 증정하는 인스타그램 이벤트를 실시하였으나, 해당 게시글의 좋아요는 29개, 이벤트 실참여자는 31명으로 추정



SNS 인증 이벤트를 활발히 진행중이나, 근처의 음식점 한 곳보다 언급이 적은 것을 확인할 수 있음

정작 젊은 타겟의 유입을 증대 시킨다거나, 파급효과를 불러일으키지는 못하였다.

서울 주얼리 지원센터와 종로의 귀금속 시장은 왜 젊은 타겟과 소통하는 것에 어려움을 겪고 있을까?

1

젊은 층이 무엇을 원하는 지에 대한 NEEDS를 제대로 파악하지 못함



48 | 48
전체 좋아요 수 | 총 팔로우 수

서울시와 함께 진행한
한밤의 순라잡기 프로모션은
홍보가 제대로 되지 않았으며

젊은 타겟에게 반응이 없었다.

2

예물타운이 있는 종로3가로 와야만 하는
Attractive한 요소의 부족



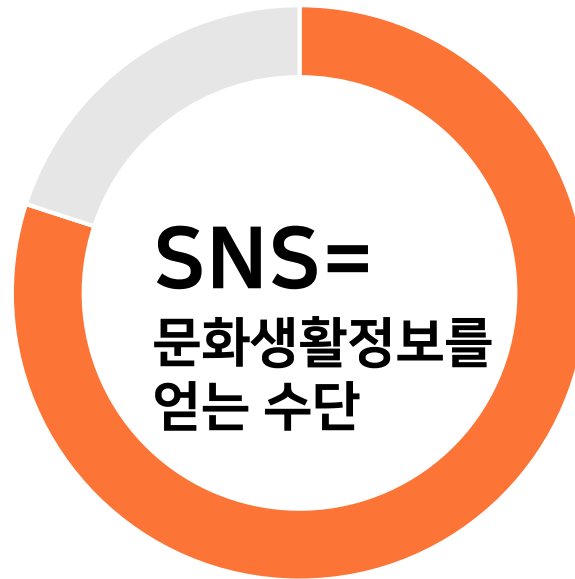
을지로는 주변에 인접한 상가들이 오래된 인쇄소 골목이지만, 곳곳에 숨겨진 카페나 공간들이 매력적이기에 최근 젊은 타겟들이 많이 찾는 핫플레이스로 자리 잡고 있다.

젊은 타겟을 끌어들이기 위해서는 그들이 무엇을 원하는지, 좋아하는지에 대한 이해가 필요하다.

주얼리 시장에서의 구매력이 점점 높아지고 있는 SNS 이용과 페스티벌을 선호하는 1934 세대를 공략하라!

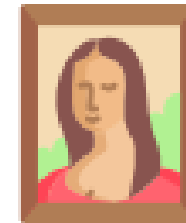
SNS 이용률

출처: 대학내일 20대 연구소 (2018)



가장 친근하게 느끼는 문화생활

출처: 대학내일 20대 연구소 (2018)



1위. 전시회



2위. 페스티벌

1934세대, SNS(유튜브) 이용률은
모두 80%를 넘는다. 특히 이들 중 60.2%는 SNS로 문화생활 정보를 받으며
전시회와 페스티벌을 51.2% 가량이 선호한다.

주얼리 시장에서의 구매력이 점점 높아지고 있는 SNS 이용과 페스티벌을 선호하는 1934 세대를 공략하라!

SNS 이용률

출처: 대학내일 20대 연구소 (2018)



1934 세대를 위한 놀이터를 만들어주는 것, 그들의 NEED를 파악하고
나아가, 종로 3가 주얼리 시장로 Attract할 수 있는 솔루션이 될 것이다.

SNS=
문화생활정보를
얻는 수단

가장 친근하게 느끼는 문화생활

출처: 대학내일 20대 연구소 (2018)



1위. 전시회



2위. 페스티벌

1934세대, SNS(유튜브) 이용률은
모두 80%를 넘는다. 특히 이들 중 60.2%는 SNS로 문화생활 정보를 받으며
전시회와 페스티벌을 51.2% 가량이 선호한다.



보석 Bar

어떻게 운영할 것인가?

종로3가만의 주얼리 페스티벌을 만들고 온라인 마케팅을 활용하자



1. 서순라길 주얼리 축제

- 낮에는 플리마켓과 주얼리 제작 체험 등의 활동으로 구성된 <주얼리 놀이터>
- 밤에는 주얼리를 테마로 한 술집거리 <보석바> 운영



2. SNS마케팅

- 인플루언서의 인스타그램을 활용한 페스티벌 홍보와 유튜브 VLOG 활용



3. 주얼리 체험 스테이션

- SNS 인증샷과 해시태그 이벤트를 유도하는 주얼리 테마존 운영



1부 낭만마켓

낭만 마켓 약도



낭만 마켓 구성

A구역) 자신이 원하는 디자인의 주얼리를 직접 만들 수 있는 **수제 공방 부스**들을 설치해놓는다.

B구역) 주얼리 쪽 진로를 희망하는 대학생들이 **폴리마켓**을 진행. 차별화-마켓별로 매출액을 집계 해 1등 부스에게 시상. 주얼리 관련 인재 발굴 프로젝트.

낭만 마켓 부스 서순라길의 아름다운 이미지 살리기 위해 부스를 세련되게 제작

O



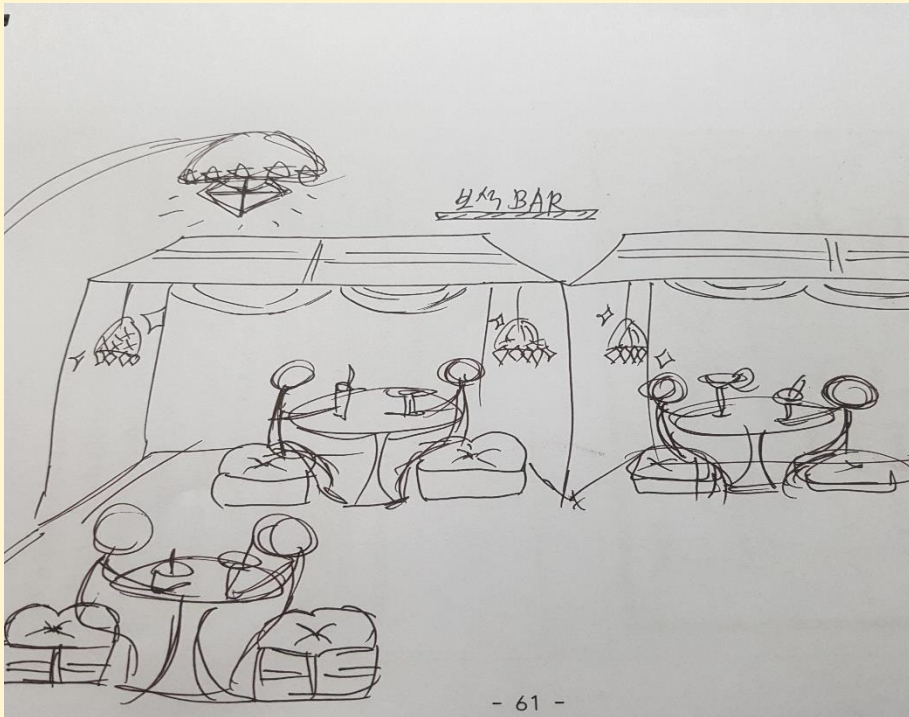
X



2부 보석BAR

저녁이 되면 플리마켓, 수제 공방을 닫고
서술라길로 분위기 변신

보석BAR 예상도



Situation Problem Insight Concept IMC

보석BAR 테마

“당신은 빛나는 보석같은 존재입니다.”

- 보석함을 모티브로 한 야외 주점을 설치.
- 메뉴는 세련된 이미지를 위해 칵테일만 취급.
- 주점의 디자인을 보석함의 모습을 본떠 제작하고 거리에 보석을 본뜬 등을 걸어 놓자(석가탄신일 연등에서 착안)

보석BAR 기대효과

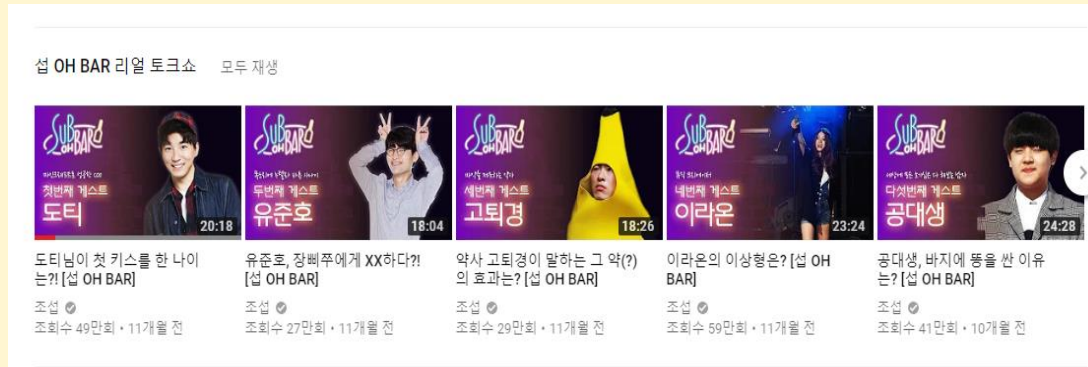
분위기 있게 음주를 할 수 있어 종로 밤거리에 젊은 이미지를 심어주며 2030세대의 관심을 불러일으킨다.

사파이어 칵테일,
에메랄드 칵테일 등 보석에서 이름을 따올 예정



1. Youtuber 조섭

sub oh bar 라는 콘텐츠 제작 지원으로 보석bar 홍보



2. Youtuber 한별

소문난 귀걸이 리뷰 유튜버



3. Youtube 광고 또는 유튜버 전용 선물 박스 보내기

- 직접 ppl 비용이 높아 1번 실패 시 광고 제작 후 1934 인기 유튜버 앞에 광고 재생
- 유튜버들에게 보석상자에 보석과 주류를 함께 포장하여 선물하여 자연스러운 광고 기대 (직접 협찬 X, 제품 선물 O)



인플루언서 마케팅 활용 마이크로 인플루언서를 노려라!

“효율은 마이크로 인플루언서”

한 편, 팔로워가 압도적인 연예인이나 스타 인플루언서를 사용하면 더 높은 효과가 날 거라는 기대와 달리 <애드워크>에 따르면 투자 대비 가장 효과적인 비용을 뽑아낼 수 있는 인플루언서는 1천~수천 명의 팔로워를 가진 마이크로 인플루언서라고 합니다.

이때 팔로워들이 포스팅 반응이 15%까지 올라가고 이후로는 ROI가 점차적으로 떨어져 무조건 높은 팔로워가 인플루언서 마케팅을 성공적으로 이끈다고는 볼 수 없겠습니다.



★★★★★ 5점 (10개의 평가)

55,000원 STANDARD

1만명 이하 마이크로인플루언서
화려한 비주얼 확실한 컨셉 모델활용 까지 가능하지만 팔로워 구간이
비교적 작은 인플루언서 타사 비교거부

✓ 인플루언서 인원: 1명

📅 작업일: 14일 ✍️ 수정 횟수: 1 회

구매하기 (55,000원 / VAT포함)

🔍 구매예매: 크몽캐시 2% 적립

무이자 할부 혜택

88,000원 DELUXE

110,000원 PREMIUM

#익선동식물	2,648	77	3029.54	0	0	0.3
#익선동121	4,146	186	5599.9	0	0	0.13
#익선동에일당	338	129	3179.69	0	0	0.5
#익선동고기집	352	38	1193.43	0	0	0.19
#익선동커피숍	20	41	5788.36	0	0	0.63

“해시태그 중요해? 중요해!”

2018년 인스타그램의 상품책임자인 줄리언 굿맨이 밝힌 바 인스타그램 피드를 구성하는 요소는 흥미, 성향, 관계 이 3가지라고 하였습니다.

이에 사용자가 다량의 해시태그를 포함해 자주 게시물을 올려도 노출 순위를 낮추지는 않지만, 그보다 사용자의 상호작용에 맞춰 피드를 구성한다고 합니다.

이 말인즉슨, 효과적인 상호작용 해시태그를 뽑아내 사용하면 훨씬 폭 넓고 많은 사용자들에게 포스팅을 전달할 수 있다는 말로 볼 수 있겠습니다.

그만큼 인스타그램 내에서 해시태그의 중요성은 포스팅의 퀄리티만큼 중요합니다.

- 대부분 마이크로 인플루언서 1인 1게시물당 약 5~10만원

- 해시태그 이벤트 #종로 ○○○

#종로 000번지마다 위치한 주얼리 가게의 특별한 해시태그를 만들어주어 각각의 가게들을 홍보할 수 있는 페이지와 데이터를 제공한다.

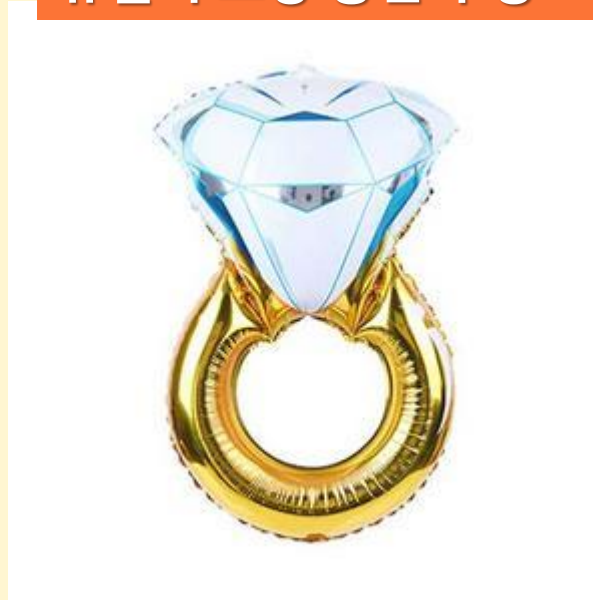
SNS 인증샷 이벤트

- 서울 주얼리 페스티벌에 참여하는 사람들에게 이벤트성 다이아몬드 풍선을 나눠 주고자 함
- 인스타그램, 페이스북, 개인블로그등 지정 해쉬태그와 함께 페스티벌참여 인증샷을 남기면, 즉석에서 사은품을 증정하거나, 추첨을 통해 사은품을 제공하는 이벤트를 진행하고자 함

sns 인증샷 등을 유도할 주얼리 상권 내
'체험 스테이션' 마련.



주얼리 모양 풍선 구성



(앞)



(뒤)

QR코드 설문지 조사

다이아몬드 풍선의 QR코드를 넣어, 서울 주얼리 페스티벌에 대한 만족도, 개선해야할 문제점을 정확히 설문조사를 실시 사람들의 설문조사의 참여를 높이기 위해 설문조사를 참여한 사람에게 소정의 사은품을 추첨을 통해 제공