종로3가가 20대 커플의 성지가 되기 위한

IMC 전략

종로 3가에서 오다가 주웠다.

 둘이서 기쁨은 2배 올리고, 가격은 20% 내리자.

셋이서 기쁨은 3배 올리고, 가격은 30% 내리자.

01.상황분석

02.문제점도출

03.소비자분석

04.컨셉도출

05.IMC전략

쥬얼리 시장 및 패션 쥬얼리 시장 침체로 구매력 있는 20대 마케팅이 중요해진 시점

서주임의 유스마케팅 실패 사례

어른이 마켓

(어른이들이 원하는 게 핸드메이드 주얼리인가? 럭키드로우인가? 어른이의 범위가 애매할 뿐만 아니라 럭키드로우는 그들이 고려한 매력요소가 아니다)

주얼리랑 놀자

(20대가 단순히 주얼리랑 노는(액세서리 만들기)를 위해 갈 것인가? 매우 소수이다.)

서순라잡기

(보석도둑잡기 컨셉의 인증요소가 없었으며 스탬프 투어라는 체험요소 하나뿐)

반지위크 in 서울, 오다가 주웠다 1,2탄

(홍보 수단이 20대와 거리가 있으며, 특히 포토월과 에코백은 20대에게 외면 받는다.)

공통적인 실패요인

20대 타깃 세분화 및 고려 요인 분석 실패,

컨셉과 체험, 인증요소의 불일치 및 부재,

부적절한 홍보 수단과 방법.

의미, 흥미, 재미도 없는 행사들의 연속

상상해봐라. 종로3가에 행사 참여하기 위해 왔지만 결국 한가지 행동(놀기, 스탬프 투어, 구경)이후 인증할 만한 사진을 찍을 수도 둘러볼 공간이 있는 것도 아니다. 흥미가 없으니 참여도가 적고 할 것이 없으니 체류시간 적고 보여줄 것 없으니 이후 홍보도 적게 된다.

20대 타깃 세분화 및 고려 요인 분석

종로3가에 오게끔 하기에 가장 적합한 20대가 누구 일까?

다양한 놀 거리, 먹거리, 볼거리와 동시에 쥬얼리를 소비하는 20대 커플

20대는 언제 쥬얼리를 살까?

연인에게 선물할 때, 친구에게 선물할 때, 가족/지인에게 선물할 때, 나에게 선물할 때로 나뉜다.

5만원대 이상 구입은 커플이나 중고가 패션 쥬얼리 투자하는 20대들로 정리됨.

쥬얼리 외 다양한 볼거리 먹거리 놀거리를 필요하고 sns에 민감하게 반응하는 20커플을 잡기로 함.

20대는 쥬얼리를 살 때 무엇에 가장 신경을 쓸까?

가격, 디자인, 퀄리티, 신뢰도, 브랜드, 전통, 장인정신

20대 커플은 나이대별로 나뉨

아예 모르는

알지만 예물 사고 다른 곳 모르는

단지, 존재를 몰라서 한번도 본 적이 없어서! 한번이라도 와서 보게끔 만들자!

결국 20대 후반을 가장 주요 타켓으로 잡고 홍보와 미래를 위해 20대 초반까지 끌어들이면

퀄리티 차이 인식 실제로 못함. 매우 합리적인 가심비, 가용비 따짐.

사진 잘나오고 재밌고 한곳에서 해결

종로3가에 놀거리 먹거리 볼거리 이렇게 많은데 쥬얼리만 사고 집으로 돌아가게 만들지 말자.

아니다, 충분히 매력적이고 합리적인 가격에

개인 수작업인 만큼 장인정신에 신뢰도까지 가지고 있다.

하지만 가볍고 재밌게 다뤄야 할 것.

실패사례들

네이밍도 실력이다.

하나의 테마 부재.

sns도 실력이다.

포토존 부재. 인증요소 부재.

인생샷 0

홍보도 실력이다.

홍보 방법 실패

흥미요소 매력요소 0

특히 벽화, 럭키드로우 이벤트, 반지위크 쇼핑백

한발 늦은 유스마케팅으로 오히려 조악한 분위기 연출.

성공사례들

가볍고 재밌게 다뤄야할 땐 즉 유스마케팅은

최신트랜드를 잘 파악해야.

그들이 축제나 행사 참여하는 이유는

여전히 온라인 보다 오프라인 행사 참여

시각적 자극 심리적 자극

새로운 유형의 놀이 찾음

토요일 10월 7시9시

컨셉 사진 찍기 위해 노력함 기승전 인증

다양한 취향 충족 체험형 새로운 놀이

한 번도 전에 보지 못한, 갬성을 자극하는 이쁜 곳, 생각보다 적당히 시끄러운 곳,

힐링을 하기 위함, 나를 직접 찍기 보다는 사물 또는 거울 풍경 찍는 편

재밌지만 적당히 동적이고 적당히 시끄럽고 갬성을 있었으면 편안했으면

그렇다면 이들이 행사를 즐기는 방법에 대해 알아보자.

이들은 sns을 통해 적당한 가격에 이쁘거나 재밌을 것 같은 곳, 시간을 때울 수 있는 곳을 확인 후 친구들 또는 연인과 함께 가고자 한다. 가서 사진을 찍고 체험을 하고 기념품을 줄서서 챙기거나 맛있는 것을 먹으며 분위기를 즐기며 쇼핑하거나 돌아다니며 구경하거나 앉아서 수다를 떤다. 인생샷을 찍기 위해 노력하고 이후 카페나 밥집에 가는 경우가 많다.

갈 때 확인하는거 날씨 대중교통 근처 카페나 맛집 방법을 고려하자.

기존의 체험도 테마도 홍보도 매력요소도 없는 행사 말고 전통을 버린 것도 안 버린 것도 아닌 정말 모두를 아우르는 잠재고객, 현재고객 모두를 20대가 원하는

퀄리티있고 믿을 만한 요소를 원하는 가격도 신경쓰지만 심리적 요소를 자극한다 재밌고 셀프포토스튜딩ㅎ 힙하고 트렌디한 가게가 숨어있다는 의외성

신선하게 공감을

하나의 문화를 만들어 골목 구석구석을 돌아본 후 20대의 핫플을 만든다.

루팡 in 종로

기존의 스탬프 투어의 모든 요소 때려박아서 사람들 하게끔

기존 지원사업도 young하고 더 럭셔리하게.

실행방안 기대효과

종로의 보석상자(쥬얼리 셀러 지원사업)

실행방안 기대효과

fgi 조사 20-22 초반 여 2 남 2

20대 후반 여2 남2

설문 조사

나이/성별

가장 많이 착용하는 주얼리, 가격, 브랜드, 구입 장소

어떤 브랜드의 상품이 사고 싶나요?

미니골드

redeye

로이드

ost

clue

못된 고양이

스와로브스키

스톤헨지

구찌

인스타그램 등 온라인 마켓

오프라인 마켓

그 외 :

어떤 브랜드의 상품이 있나요?

미니골드

redeye

로이드

ost

clue

못된 고양이

스와로브스키

스톤헨지

구찌

인스타그램 등 온라인 마켓

오프라인 마켓

그 외 :

주얼리 고를 때 주요 요인은?

퀄리티

신뢰도

디자인

역사성

장인정신

가격

주얼리 살 때 주요 동기는?

스트레스 받아서

그냥 예뻐서

지인 또는 가족에게 선물

필요해서

그 외 :

브랜드 제품과 일반 온라인/오프라인 개인 마켓 제품의 품질 차이를 느끼시나요?

 행사나 축제에 참여하는 이유?

사은품 등 다양한 프로모션

즐길 거리

먹거리

인생샷 찍기 위해서

쇼핑하기 위해서

분위기를 즐기기 위해서

새로운 놀이를 하기 위해서

정적인 활동을 하는 행사나 축제가 좋다.

동적인 활동을 하는 행사나 축제가 좋다.

행사나 축제 때 사진을 찍을 때 내가 나오게 찍는다.

풍경이나 소품이 나오는 사진을 찍는다.

거울로 반사된 내가 언뜻 보이는 사진을 찍는다.

할인행사를 하면 참여하고 싶다.

 필요한 기념품을 나눠주면 참여하고 싶다.

예쁜 분위기의 사진을 찍을 수 있다면 참여하고 싶다.

스탬프 투어를 한다면 참여하고 싶다.

어떤 스탬프 투어면 참여하고 싶나요?

행사나 축제를 알아본 후 이후 알아보는 것은?

날씨

대중교통

인근 맛집

인근 카페

기타 :

실링왁스 보석 다이아몬드 모양인데 색깔만 자기가 조합해서 만들 수 있게끔

목걸이 엔틱 볼드 르네상스 사진 찍을수 있게끔 포토존에서

데이트 가장 중요

사진 찍기

비용

재미

접근성

페북 인스타 네이버 카톡 플친 유튜브 애브리타임

기존의 껄 최댜한 활용 오다가 주웠어 쇼핑백으로 포스토렁 (기념품만 교체) , 책자( 정리하고 매체에 맞게 다듬고)

데이트 종로3가에서 한방에 해결한다. 거리 정리 책자정리해서 먹거리 거리 꾸며서 네이밍 해서알려주기, 코스정리하거나 기존 책자 귀엽고 사랑스럽게 해야.

기존 이미지도 활용 (오다가 주웠어랑, 예물타운이라는 패션 커플 주얼리임, 커플 무조건 남녀, 여여, 강아지랑도 같이 와도 상관 무)