



(주)디알씨티에스의 신제품 출시전략과 스마트랜턴 마케팅 전략



2019. 6. 1.

팀명 : 5팀 Soft Edge

**팀원: 강승한, 김종문, 박재한
이인락, 정인수, 최민형(팀장)**

Table of Contents

Part 1

I. 컨설팅 개요

II. 외부환경분석

III. 내부역량 분석

IV. 신제품 출시 과제 도출

Part 2

VI. 마케팅전략

VII. 마케팅 MIX 전략

VIII. 통합마케팅 전략

IX. 컨설팅 종합결과

1. 컨설팅 개요

1. 컨설팅 개요 | 배경 및 목표

디알씨티에서의 문제 및 고민사항을 파악하여 과제를 도출하고 신제품 시장 진출과 효과적인 마케팅 활동을 목표로 함.

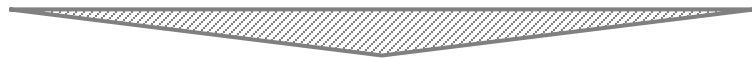
현황 및 문제 파악

- ✓ **현황**
 - 약 6개월의 연구개발 기간을 거쳐 제작한 차세대 스마트 랜턴을 시장에 출시하고자 함
 - ※ 기존에는 주로 타사 제품의 유통/유지보수에 역량집중
- ✓ **문제점**
 - 신제품 출시에 따른 시장 진출을 위한 체계적인 마케팅 전략과 판로 개척에 어려움
 - (기존의 사업 모델과는) 다른 시장의 영역과 고객에게 소구해야 하는 제품으로 현장 경험과 지식도 부족

무엇을 어떻게 만들 것 인가에 대해서는
오랜 기간 확보된 노하우로서 비교적 해결이 용이하나
이를 위한 고객의 니즈는 무엇이며
어떤 가치부여를 통해 만족을 줄 것인가?
이를 어떻게 고객에게 알릴 것인가? 에 대한
마케팅전략의 구체화는 부족한 실정

과제도출 및 목표

컨설팅을 통해 다음과 같은 목표를 수립하고자 함



과제 : 신제품 출시 전략과 신제품 마케팅 전략

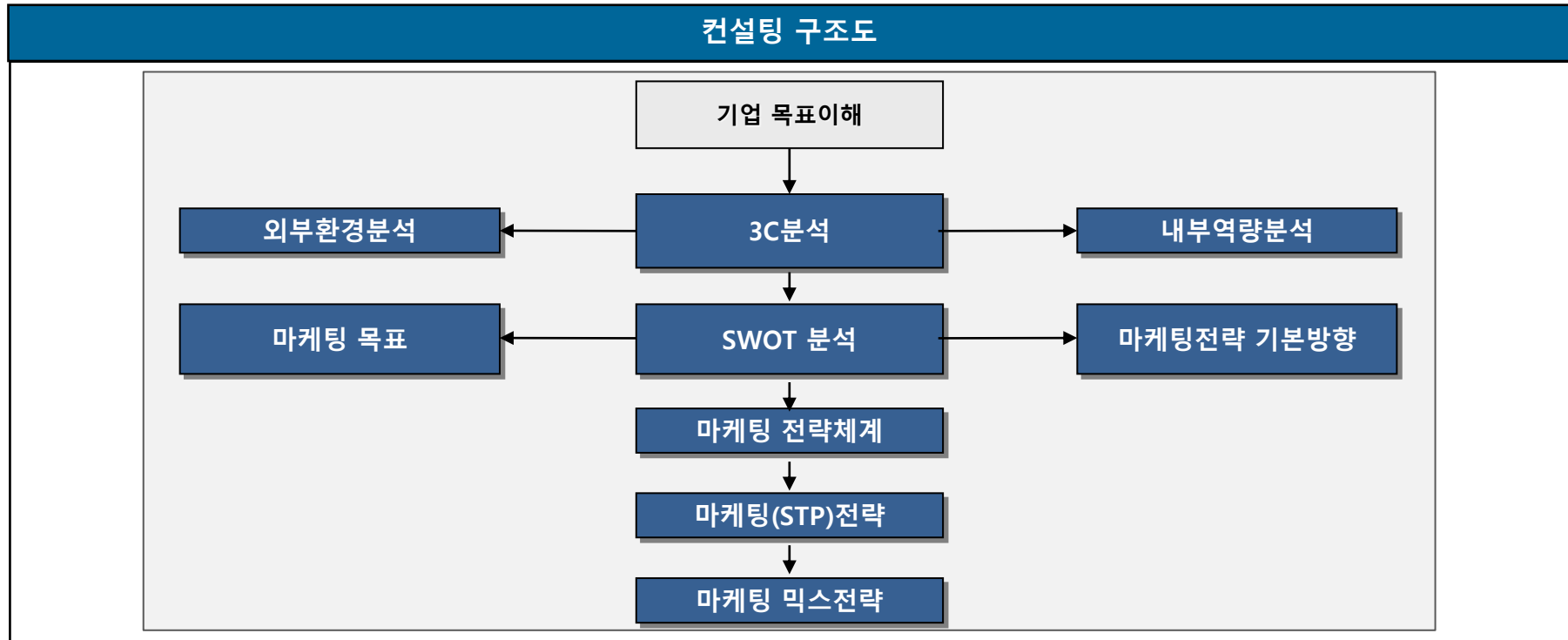
※ 필수 포함사항

스마트랜턴 마케팅 전략 및 실행과제

마케팅 전략의 수립부터 세부 과제의 실행을 지도하여,
신청기업의 신제품 시장 진출을 위한 역량 확보와
신제품의 효과적인 마케팅 활동을 목표로 함.

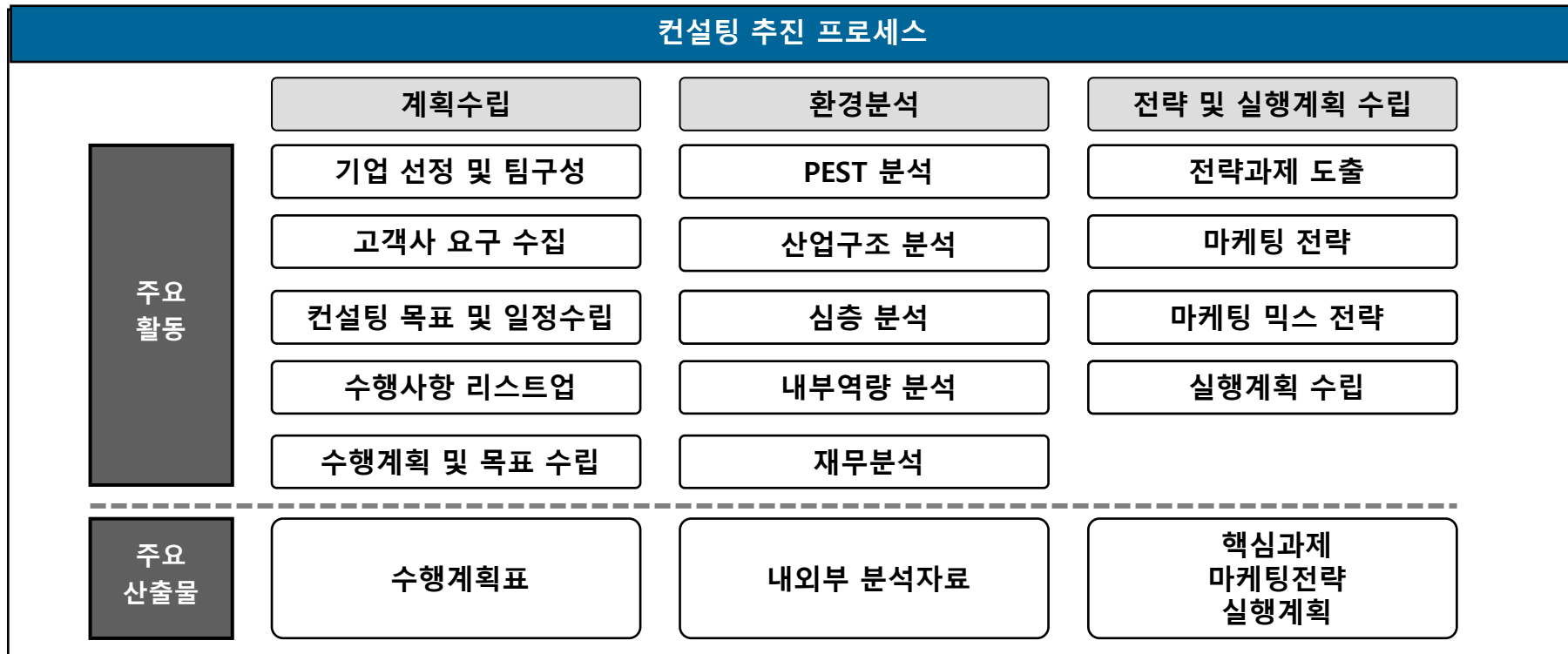
1. 컨설팅 개요 | 컨설팅의 범위

각 부문의 산업 및 시장환경을 전반적으로 짚어보고, 주요 수익 모델 서비스에 대한 마케팅 전략을 검토함
제품의 서비스에 전체적인 초점을 두고 세부 실행 과제 및 마케팅 전략·계획을 수립함



1. 컨설팅 개요 | 추진 프로세스

- 1) 계획수립 2) 내·외부 분석 3) 전략 및 실행계획 수립 프로세스를 통해 신제품 판매를 위한 전략과제, 마케팅 전략, 실행계획안 수립



1. 컨설팅 개요 | 진행 요약

진행 프레임

단계별 상세 컨설팅 내용

- 1) 기업의 사업모델 및 Value-chain에 대한 이해
 - 기본적인 수익 Value-chain
- 2) 전략 수립 기본 방향
 - 기업의 기본적인 목표 시장을 다음과 같이 크게 3부분으로 설정함
 - ◎ 스마트 랜턴, ◎ 유무선 네트워크, ◎ 모바일
- 3) 각 부문의 산업 및 시장환경을 전반적으로 짚어보고 주요 수익 모델 서비스에 대한 각각의 마케팅 전략을 검토함
 - 품의 서비스에 전체적인 초점을 두고 세부 실행 과제 및 마케팅 전략·계획을 수립함
- 4) 전략 수립 PROCESS

외부환경분석

-거시환경분석 (SI산업, SW산업, 모바일 및 스마트 기기 서비스)
-3C분석 (경쟁자, 고객, 제품·서비스)

내부역량분석

-핵심역량 도출 (내부 설문)
-환경분석 결과 핵심성공요인(CSF)와 시사점 도출

SWOT 분석

-기회, 위협 강점, 약점 도출
-SWOT분석과 전략과제
-중점 추진과제 도출

STP분석

-시장 세분화
-Targeting
-Positioning 및 브랜드 작업

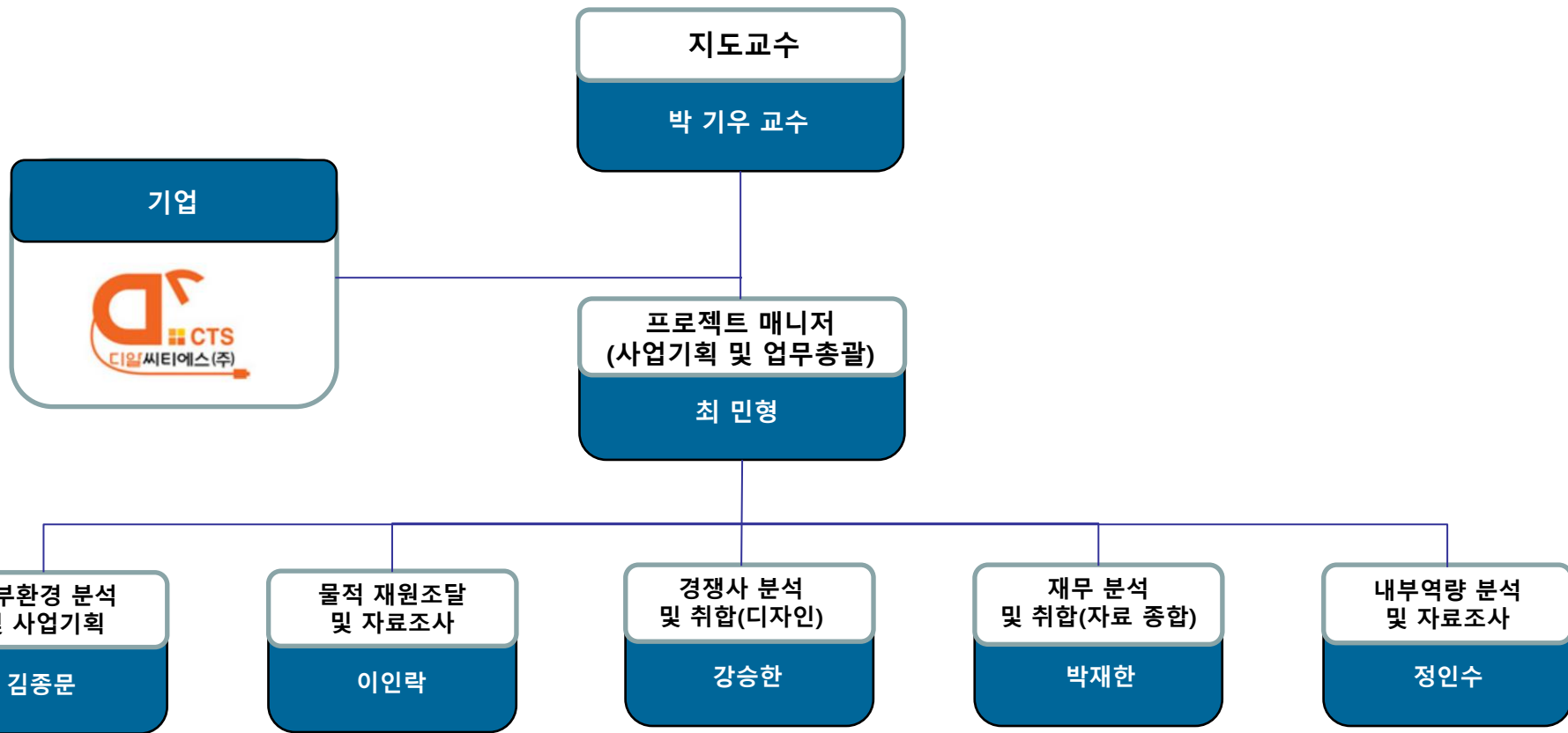
마케팅믹스전략 및 영업추진전략

-4P 전략
-IMC 통합 마케팅 전략

1. 컨설팅 개요 | 수행일정

[illegible]

1. 컨설팅 개요 | 수행조직



2. 외부환경 분석

2. 외부환경분석 | 8대 기술전략트렌드

Gartner가 향후 3년간 기업에 큰 영향을 미칠 수 있는 기술로 8대 전략 기술 트렌드를 선정해 발표하였다.
다음은 그 내용을 요약 정리하였다.

디알시티에스의 산업 및 시제품과 직간접적으로 연계된 '8대 기술전략 트렌드'

모바일 디바이스 전쟁

스마트폰과 태블릿으로 대변되는 모바일 디바이스가 PC를 넘어 전 세계에서 가장 널리 사용되는 웹 접속 기기로 부상할 것으로 예측. 따라서 기존 PC 시장을 지배했던 윈도우와 같은 단일 플랫폼은 이제 다양한 IT환경 중 하나에 불과하며, 소비자들은 운영 체제를 비롯해 자신들이 원하는 플랫폼을 자유롭게 선택하게 됨

퍼스널 클라우드

개인이 자신의 콘텐츠를 보관하고 디지털 자산에 접근하는 장소가 PC에서 퍼스널 클라우드로 점차 대체되고 있음
이는 여러 일상생활에서 사용하는 기기들은 하나로 연결하는 매개체로서도 기능한다는 점에서 중요

모바일 애플리케이션 HTML5

현재 이러한 애플리케이션을 개발하기 위한 툴 시장은 100개 이상의 잠재 벤더들이 참여하고 있는 복잡한 형태로 나타내고 있음
특히 최근 강화된 기능을 바탕으로 HTML5가 채택 영역을 확대할 것으로 보이며, 웹 앱으로 전환하는 변화가 나타나게 될 것임

기업용 앱 스토어

일부 앱스토어의 경우 특정 기기내 앱을 한정시켜 놓아 기업들은 여러 스토어에서 앱을 구매하고 각각 다른 라이선스 계약 조건을 처리해야 하는 불편함을 감수해야 하는 상황에 처해 있음
많은 기업들이 전용 앱 스토어를 통해 애플리케이션을 관리할 것으로 예측됨

2. 외부환경분석 | 8대 기술전략트렌드

Gartner가 향후 3년간 기업에 큰 영향을 미칠 수 있는 기술로 8대 전략 기술 트렌드를 선정해 발표하였다.
다음은 그 내용을 요약 정리하였다.

8대 기술전략 트렌드

사물 인터넷

사물의 인터넷(IoT)이란 사용자 기기 및 물리적 자산 등의 요소들이 인터넷에 연결되어 인터넷이 확장하는 방법을 설명하는 개념
·이미 모바일 기기들은 기존 무선통신망뿐만 아니라 NFC, 블루투스, WiFi 등 다양한 방식으로 주변 장치들과 통신을 주고받고 있음

전략적 빅 데이터

빅 데이터가 개별 프로젝트 초점에서 기업의 전략적 정보 아키텍처 형태로 이동하고 있음
·데이터의 크기, 축적 속도, 형식의 다양화는 기존의 데이터 접근 방법들에 변화를 불러.그 결과 단일 데이터베이스 관리 대신 데이터 서비스와 함께 연결된 콘텐츠 관리, 데이터 저장소 및 특수 파일 시스템 등을 포함한 여러 시스템으로 전환하는데 중점을 두고 있음

하이브리드 IT 및 클라우드 컴퓨팅

클라우드 컴퓨팅은 점차 기업 내 프라이빗 클라우드와 외부 퍼블릭 클라우드를 유연하게 활용하는 하이브리드 방식이 대두되고 있음
IT 사용을 위한 접근 방식이 점차 클라우드로 이동하는 추세가 확산되면서 하이브리드 방식은 IT 조직들이 내부에서의 영향력을 유지하면서도 어려운 요구 상황을 극복할 수 있는 방안으로 자리매김하고 있음

인 메모리 컴퓨팅

인 메모리 컴퓨팅(IMC)은 전환의 기회를 제공할 수 있음 긴 시간이 소요되는 배치 프로세스 유형을 실시간으로 제공해 주며, 클라우드 서비스의 형태로 내부 또는 외부 사용자에게 제공할 수 있음
·동일한 데이터 집합에 대해 분석 애플리케이션을 동시에 실행할 수 있기 때문에 경영 혁신을 위한 새로운 장을 열게 될 것임

2. 외부환경분석 | PEST 분석

PEST 분석은 거시환경 분석에서 가장 유용하고 보편적으로 사용되는 방법론으로 관련 산업에 영향을 미칠 수 있는 요소를 정치적(Political), 경제적(Economic), 사회적(Social), 기술적(Technical) 요인을 나누어 살펴보고 각각의 요인들을 기회요인과 위협요인으로 이끌어내기 위한 작업이다

거시환경 checklist

구 분	평 가 내 용
정치적 환경	규제에 어떤 변화가 일어날 것인가? 현 정부의 정책방향과 기본틀을 어디에 두고 있는가? 기업에 어떤 영향을 미치는가?
경제적 환경	기업이 현재 활동 중인 시장들의 경제적 전망은 어떠한가? 환율, 주가, 금리, 성장률 지표는 어떠한가? 그것들이 사업에 어떤 영향을 미칠 것인가?
사회 문화적 환경	사회적, 문화적 요소와 소비자 라이프스타일 분야의 변화는? 이런 추세들이 기존 제품 및 새로운 제품의 수요 창출에 어떤 영향을 미치는가? 향후 몇 년간 인구성장과 인구 이동에 어떤 경향이 존재하는가?
기술적 환경	현재 제품이나 공정에 영향을 미칠 새로운 기술들이 존재하는가? 현재 기술의 라이프사이클의 추세는 어떠한가? 미래 기술의 트렌드와 전망이 어떤 영향을 미치는가?

거시산업환경 PEST 분석

P(Political)	E(Economic)
일본 ↓, 북한 ↑, 중국 ↑, 미국 ↑ 과의 국제관계 중소기업과 서민경제 육성 지원정책 ICT 정책의 변화와 정부의 역할 법률 및 규제의 영향을 받기 쉬운 특성	중국 ICT 모바일 산업의 급성장 ICT 산업간 활발한 융합 ICT 및 4차산업 육성 FAANG을 비롯 세계 IT기업 경쟁격화
S(Social)	T(Technical)
고령화 사회, 베이비붐 은퇴 및 저출산 스마트폰의 사용 연령층 고령화 소셜 미디어와 소셜 네트워크 시대 가족 중심의 여가와 레저문화 베이비붐 세대의 은퇴와 창업 인구의 증가	모바일 환경, 스마트폰의 지속적 성장 앱 솔루션 SW시장의 성장과 시장 확대 위치기반, 증강현실, 가상현실, 빅데이 터 등의 기술 발전 클라우드 컴퓨팅과 함께 엣지 컴퓨팅 의 개화

2. 외부환경분석 | 산업구조분석

경쟁자와의 경쟁 관계, 공급자와의 거래 관계, 고객과의 관계 등과 같은 산업환경이 직접 사업을 수행하는 데 보다 중요한 영향을 미친다. 이러한 산업내 영향 요인간의 관계를 조직적으로 분석하는 것이 산업구조 분석(5 Forces model)이다.

다음에 제시한 것과 같은 산업구조 분석 checklist를 활용하여 가능한 기업 내부 직원과 외부 많은 데이터를 수집하여 분석한다.

산업분석 checklist

결정요인	주요 변수	아니오(나쁨) ← 예 (좋은)					비고
		1	2	3	4	5	
산업내 경쟁강도	경쟁기업의 수가 적다↓				✓		
	고정비용 비중이 적다↓				✓		
	철수 장벽이 낮다↓			✓			
	시장이 크다↑			✓			
	시장성장률이 높다↑			✓			
	초기자본의 크기가 낮다↓				✓		
	제품차별화가 높다↑				✓		
진입장벽 (잠재적 진입자의 위협)	산업의 경기변동이 낮다↓			✓			
	초기자본이 크다↑		✓				
	규모(범위)의 경제가 높다↑		✓				
	유통채널, 필수설비에의 접근성이 떨어진다↓			✓			
	브랜드 인지도, 충성도가 높다↑		✓				
	학습효과(경험효과)가 높다↑			✓			
	정부의 법적, 제도적 규제가 높다↑		✓				
대체재 출 현가능성	기존 사업자의 포복 가능성이 높다↑		✓				
	대체재의 효율(유용성)이 낮다↓			✓			
	대체재의 가치(가격)가 낮다↓			✓			
	사용자의 교체 비용이 높다↑		✓				
구매자 교 섭력	대체재 공급자의 통제정도가 낮다↓		✓				
	구매자 수(규모)가 많다↑			✓			
	제품차별화가 높다↑				✓		
	대체재의 수가 적다↓				✓		
	구매자의 정보수준이 낮다↓				✓		
공급자 교 섭력	구매자의 전환비용이 높다↑				✓		
	구매자의 후방 통합능력이 낮다↓			✓			
	공급자 수(규모)가 많다↑			✓			
	제품차별화가 높다↑			✓			
	대체재의 수가 적다↓			✓			
	공급자의 정보수준이 낮다↓				✓		
	공급자의 전방 통합능력이 높다↑				✓		
	공급자의 전방 통합능력이 낮다↓				✓		

산업분석

잠재적 진입자의 위협

- 초기자본이 적음
- 정부의 규제

공급자의 위협

- 공급자가 많음
- 정보수준이 낮음

현재 시장의 위협

- 제품차별화가 높음
- 경쟁자가 적음

구매자의 교섭력

- 구매자가 많음
- 대체재의 수가 적음

대체품의 위협

- 대체재가 거의 없음
- 전환비용이 높음

2. 외부환경분석 | 제품 시장환경 분석

✓ 스마트 랜턴 시장은 B2B, B2C로 나누어서 Two-track으로 접근함.

제품 시장 환경

B2B

보안관제
옥외광고

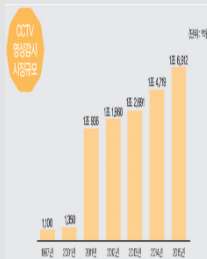
B2C

스포츠/레저 시장

- ✓ 스마트 랜턴 시장은 B2B, B2C로 구분되며
- ✓ B2B의 경우, 기존 고객사 중 해당 제품 수요가 있는 보안관제시장과 옥외 광고시장
- ✓ B2C의 경우, 기존 랜턴을 대체할 스포츠/레저 시장

보안/광고매체(B2B)

보안



✓ 프리미엄 경비서비스

- 경비업체
- 주차관리
- 순찰업무
- 아파트 관리



- ✓ 국내 보안 산업 시장 규모 10조 3천억대
- ✓ 스마트 랜턴으로 인한 프리미엄 경비시장 창출로 기존 CCTV 시장 지출 및 보안 목적의 인건비 감소

옥외광고



- ✓ 국내 옥외광고 산업의 시장 규모는 3조2000억 원에 달하며
- ✓ 특히 정보통신기술(ICT) 발달로 디지털 옥외광고 시장이 급속히 커지면서 전체 시장의 15% 수준에 육박할 것

2. 외부환경분석 | 제품 시장환경 분석(B2C)

우리의 핵심 전략사업 제품인, 스마트렌턴 제품의 주요 시장인 스포츠레저 산업은 매년 20%이상 꾸준한 성장을 보이고 있고 특히, 온라인을 통한 판매가 이를 견인.

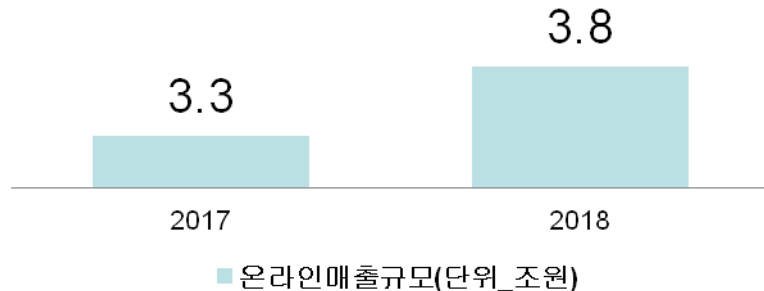
스포츠레저산업분석



(문화체육관광부. 2018년)

- 1) 문화체육관광부의 국내 스포츠 산업 실태조사 결과, **스포츠 산업 사업체는 10만개, 종사자는 42만명, 시장 규모는 74조원**
- 2) 매출 규모 및 업체 종사자 측면에서 연 평균 3~7% 내외 꾸준한 성장산업임을 확인

스포츠레저산업매출분석



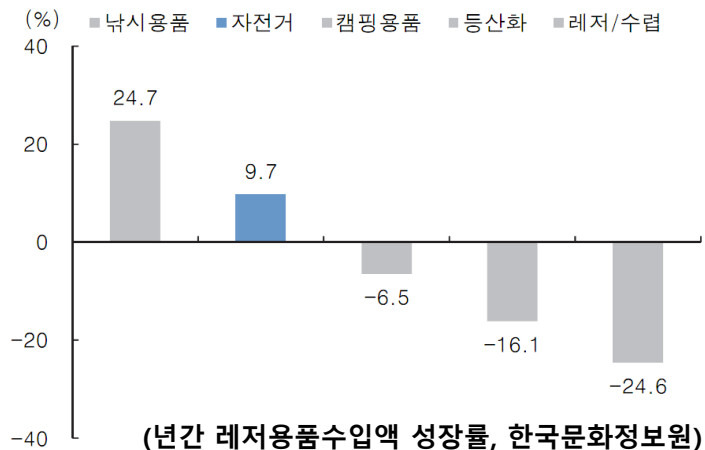
(통계청. 2019년)

- 1) 통계청의 국내 스포츠 레저 부분 온라인 매출 조사 결과, 스포츠레저부분 온라인 매출규모는 **2017년 약 3.3조원 대비 2018년 총 약 3.8조원으로 전년대비 꾸준한 증가세**
- 2) 매출 성장률면에서도 약 20% 내외 꾸준한 성장을 보임을 확인

2. 외부환경분석 | 제품 시장환경 분석(B2C)

우리의 핵심 전략사업 제품인, 스마트렌턴 제품의 성공적 시장안착을 위해 스포츠레저산업이 성장산업군임을 확인 하였으며, 그 가운데에서도 구체적인 진입시장에 대한 점검을 진행하고자 한다.

레저용품 수입성장률



1) 문화체육관광부의 레저용품의 품목성장률은
낚시용품, 자전거, 캠핑용품 순

2) 해당 산업별 선도 제품의 심층분석을 통해 당사의 제품의 경쟁력강화 및 특징점 부각

낚시산업

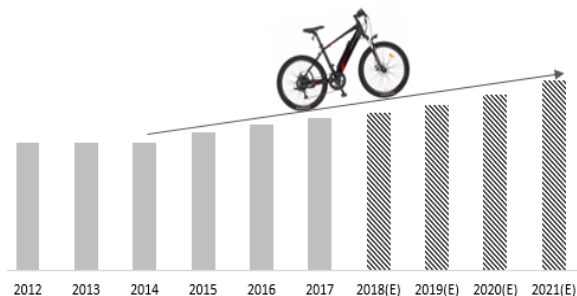


- ✓ 2017년 이후 가장 확산하고 있는 낚시용품 분야로, 야간 낚시를 위해 랜턴은 필수임. 기존 랜턴은 후레시 기능만 보유
- ✓ 기능, 편의상의 다양한 기존 제품이 있으나, 낚시의 특성 상 스마트폰등의 기기와 연결하여 사용자의 조난, 위기 대비 안전성, 그리고 골프와 같은 녹화기능을 담은 카메라와의 연동 등 고객 맞춤화 고려.

2. 외부환경분석 | 제품 시장환경 분석(B2C)

스마트렌턴 제품의 성공적 시장안착을 위해 스포츠레저산업이 성장산업군임을 확인 하였으며, 그 가운데에서도 구체적인 진입시장에 대한 점검을 진행하고자 한다.

자전거산업

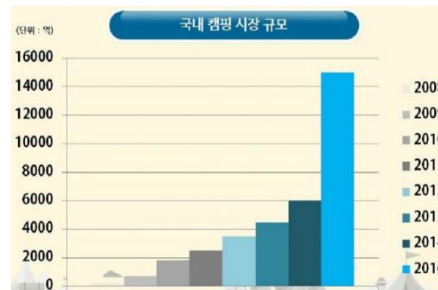


· 아이투자, KRX 기술분석보고서, 삼천리자전거)

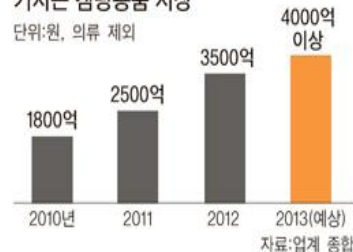
KRX 기술분석보고서, 삼천리자전거)

- ✓ 매년 국내 뿐만 아니라 전세계적으로 확산하고 있는 자전거 분야로, **최근 이동혁신과 함께 가장 높은 기술력 필요한 분야**
- ✓ 기능, 편의성을 겸비한 다양한 기존 제품과 더불어, 스마트폰등의 기기와 연결하여 네비게이션기능 및 조난 도움 등 다양한 혁신이 이루어지고 있는 분야, 자전거의 보급대수 만큼이나 필수적인 분야로 고성능, 고기능성 및 관련 동호인의 맞춤형 마케팅 강화 필수

캠핑산업



커지는 캠핑용품 시장
단위: 원, 의료 제외



자료: 업계 종합

- ✓ **스마트렌턴은 레저활동에 필요한 갖가지 모듈을 추가/교체 함으로서 사용자에게 새로운 경험을 제공할 수 있음.**
- ✓ 대표적으로 캠핑시장의 활성화를 통해 레저산업의 성장세가 가속화되고 있는데, 동 제품은 캠핑시장을 타겟으로 하고 있어 산업의 활성화를 통한 동반 성장을 기대함

3. 내부역량 분석

3. 내부역량분석

내부 역량에 대한 분석을 통하여 기업은 자사의 강점과 약점을 명확히 인지할 수 있을 뿐만 아니라 강점을 키우고 약점을 보완 혹은 극복하기 위한 전략과제를 도출하고 이후의 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있는 방안을 모색할 수 있다.

기업의 강약점 분석을 위한 체크리스트

	평가 영역	평 가					중요도		
		매우 강점	약간 강점	중간	약간 약점	매우 약점	고	중	저
마 케 팅	1. 기업의 인지도				✓		✓		
	2. 시장점유율			✓			✓		
	3. 고객만족도			✓				✓	
	4. 고객유지비율			✓				✓	
	5. 제품·서비스 품질			✓				✓	
	7. 가격 전략			✓			✓		
	8. 유통 채널		✓					✓	
	9. 프로모션 활동				✓				✓
	10. 영업·마케팅 역량				✓		✓		
	11. 혁신 역량				✓		✓		
재 무	12. 원가구조(수익성)			✓				✓	
	13. 현금흐름			✓				✓	
	14. 부채비율(안정성)		✓					✓	
	15. 매출·이익 성장률(성장성)		✓					✓	
제 조	16. 생산 설비			✓					✓
	17. 규모의 경제			✓					✓
	18. 적시생산			✓					✓
	19. 기술력		✓				✓		
조 직	20. 비전과 리더십		✓				✓		
	21. 혁신적 임직원		✓				✓		
	22. 기업가 정신		✓					✓	
	23. 학습과 교육		✓					✓	

분석 결과

고
중
요
성
저

집중강화 요인 마케팅 역량과 인력 강화 영업인력의 보강 신제품 시장조사	유지발전 요인 유지보수 우수한 기술인력
비중시 요인 생산량 적시 납품	과잉 요인

저 성과 고

강점 요인	약점 요인
S1. 항상 변화와 역량개발을 추구하는 경영진 마인드 S2. 탄탄한 고객기반 S3. 임직원의 단합과 결속력 S4. SI, 유지보수 분야의 기술력과 고정수입원 S5. 전국적인 지역지점의 잠재적인 영업유통망	W1. 기존의 시장과는 새로운 시장 개척의 위험부담과 경험 미흡 W2. 초기 투자 자금의 한계 W3. 미래 성장을 이끌수 있는 제품 서비스의 부재 W4. 유지보수 위주의 사업비중 W5. 마케팅과 영업 인력의 부족 W6. 중소기업으로서의 낮은 브랜드 인지도

4. 전략과제 도출

SWOT 분석을 통해 도출할 수 있는 사업화 전략은

S-O전략, S-T전략, W-O전략, W-T전략의 4가지로, 동사의 사업화를 위해 도출된 세부전략은 다음과 같다.

내부역량 (강점·약점) 외부환경 (기회·위협)	S1.항상 변화와 역량개발을 추구하는 경영진 마인드 S2탄탄한 고객기반 S3임직원의 단합과 결속력 S4.SI, 유지보수 분야의 기술력과 고정수입원	W1.낮은 브랜드 인지도 W2.초기 투자 자금의 한계 W3.미래 성장을 이끌수 있는 제품 서비스의 부재 W4.유지보수 위주의 사업비중 W5.마케팅과 영업 인력의 부족 W6.신규 사업추진의 경험 미숙
O1.창조혁신센터 등 대기업과 정부의 정책적 환경적 지원 O2.위치기반, 증강현실, SNS, 빅데이터 등 신기술의 등장과 시장 활성화 O3.중소기업 특히 ICT업체에 대한 규제 완화 O4.융복합 산업 Trend 속에 스마트기기와 콘텐츠	S-O전략 다양한 신규 사업의 즉시 출시 SO1. 신규 사업의 공격적인 시장 진출 사업화 전략 SO2. 마케팅 신규사업 전문인력의 보강	W-O전략 유연하고 창의적인 경영조직 WO1. 사업모델의 일관성과 집중 WO2. 고객과 협력사 그룹과의 JOIN
T1.ICT, SI, SM산업분야의 성장성 하락 T2.중국 산업 기술의 급격한 성장과 추격 T3.스마트기기관련 시장의 생명주기가 빠르고 예측 어려움 T4.지적재산권에 대한 침해와 권리보호의 어려움	S-T전략 집중화와 가치차별화 ST1. 고객에 대한 일관성있는 브랜드 매세지 전달 ST2. 모바일과 SNS 마케팅	W-T전략 비전과 학습조직 WT1. 인적역량의 강화 WT2. 비전과 중장기 목표의 수립과 공유

4. 전략과제 도출

신제품 출시 중점 추진 과제 도출

시제품 제작 후

Step 1: 사업을 정의하고 새로운 영역을 개척한다.

SO1. 신규 사업과 시제품의 제작과 시장 진출

WO1. 사업모델의 일관성과 집중(B2B 목표고객에의 집중)

Step 2: Target이 되는 그룹을 결정한다.

SO2. 마케팅과 영업인력의 보강

WO2. 고객과 협력사 그룹과의 JOIN

Step 3: 플랫폼 내의 그룹이 활발하게 교류할 수 있는 시스템을 만든다.

WT1. 인적역량의 강화

Step 4: 킬러 콘텐츠, 번들링 서비스를 준비한다.

ST2. 모바일과 SNS 마케팅

ST1. 고객에 대한 일관성있는 브랜드 매세지 전달한다

Step 5: 가격전략, 비즈니스 모델을 구축한다.

WT2. 비전과 중장기 목표의 수립과 공유

Step 6: 가격이외 매력을 고객에 제공한다.

OS1. 재미와 체험을 줄 수 있는 제품을 만든다.

5. 마케팅 전략

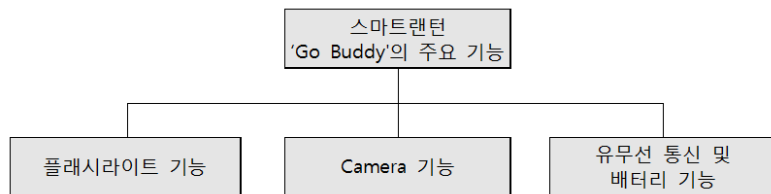
5. 마케팅 전략 | 대상제품 '스마트랜턴'

스마트 랜턴을 통해 각 수요처별로 특화된 모듈을 개발함으로써 다양한 현장에서 업무효율성 제고 및 기존 제품의 대체재로서 새로운 가치를 소비자에게 제공하고자 함

제품 정의

- ✓ 기존 랜턴
 - 단순 조명효과에 국한 → 사용용도 제한적
 - 랜턴이 필요한 산업/레저/일상에서 단순소모품으로 사용

✓ 'Go Buddy'는 다양한 현장에서 업무효율성 제고 및 기존 제품의 대체재로서 새로운 가치를 소비자에게 제공하고자 함



스마트랜턴은 기본적으로 위 3가지 기능을
지원하며 각각의 개발 모듈을 통해
수요처를 다양화할 수 있음

제품 주요 기능

Smart Flashlight (GoBuddy)

본 휴대기기는 산업전반의 업무에 사용될 필수품인 랜턴을 이용하여 순찰/방범/레저/주차단속 등이 가능하도록 각종 통신 모듈(NFC, BEACON, Bluetooth, WiFi, LTE Etc...), 카메라(CCTV, 블랙박스) 등을 활용하여 각업무별 특성
에 맞게 사용할 수 있도록 개발된 다목적 기기입니다.

순찰/방범/호신

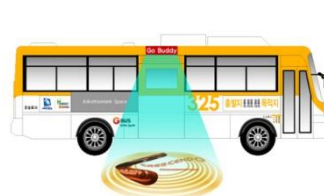
순찰/경비/건물관리/호신용
야간 순찰이나 건물관리 시 밝은
광원으로 물체의 식별이 가능하고
위급한 상황발생시 SOS 음원 발생,
무선통신을 통한 실시간 위치를
중앙 관제실 에서 확인 가능.

주차단속

입주 민 주차관리/공공주차장
본 기기에 탑재된 LPR, OCR
기술을 활용하여 미 허가된
차량을 현장 에서 바로 확인,
조치가 가능하고 공공주차장의
주차관리에도 사용이 가능

레저/기타산업분야

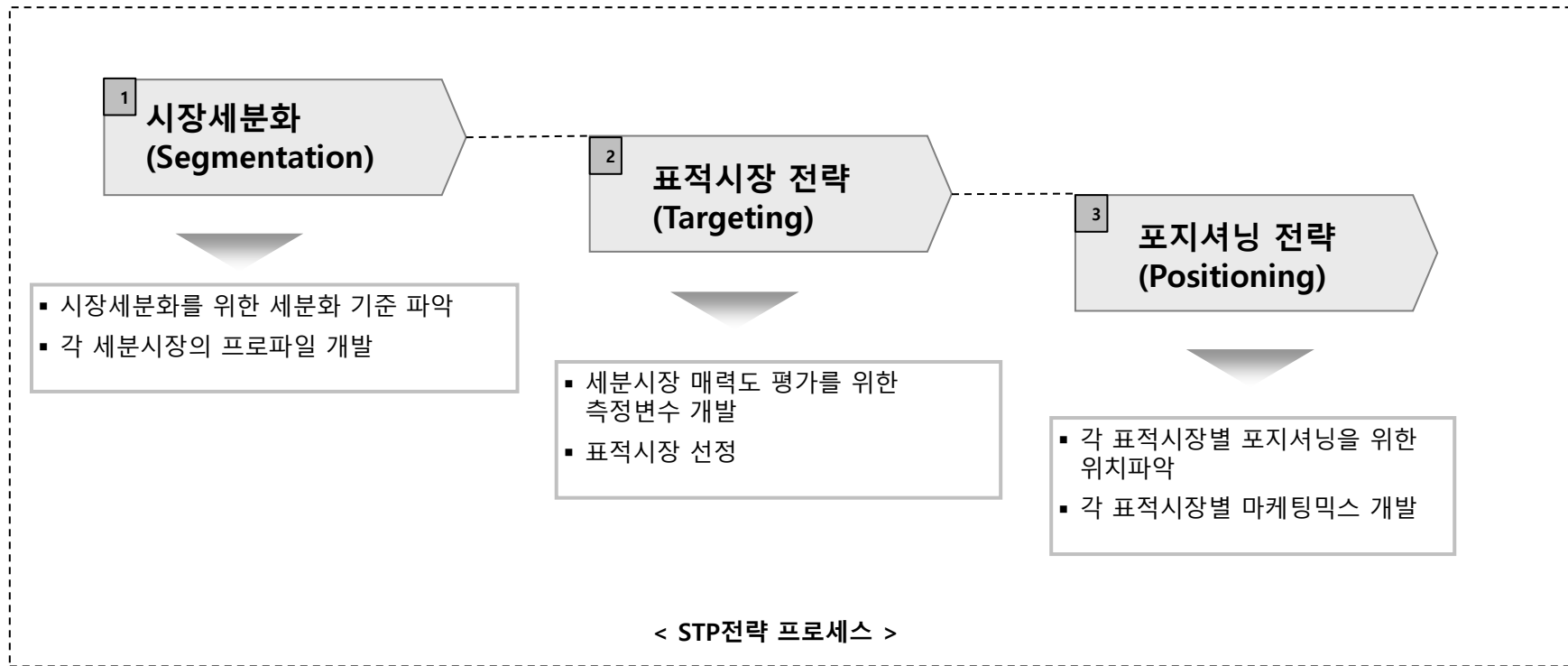
CCTV/Black Box/Beam Projector
본 기기의 Camera와 무선통신
Streaming 기술을 활용한 CCTV 기능
내장 메모리를 활용한 Black Box 기능
야외에서 Beam Projector 모듈을
장착 하여 비디오 감상을 하는 기능.





5. 마케팅 전략 | STP 전략

핵심 전략 사업모델 '고버디'를 중심으로 1) 시장세분화 -> 2)목표시장 선정 -> 3) 포지셔닝의 단계를 거쳐 전반적인 마케팅 전략 수립을 구성한다.



5. 마케팅 전략 | STP 전략 – 고객 및 시장 세분화

‘고버디’ 상품의 특성상 (구매자와 판매자 쌍방향의 접촉 가능) 제품 속성기준, 소비자 유형, 소비자 행위의 기준으로 나눠 세분화 작업을 수행한다.

< 고버디 고객 및 시장 세분화 분석 >

구 분	추구 편익	행동 변수	유통 경로	심리적 변수
개인	레저용	여행, 캠핑, 야외활동	직판 대리점	효용가치
캠핑 동호회	보안 경비용	캠핑, 아웃도어	할인점	가격
아파트 경비실	순찰 방법	보안 경비	전문 상가	수익성, 품질
기존 고객 기업체	비디오 감상	보완제, 신상품 라인업	TV홈쇼핑	자본력, 양산시스템
공공기관, 경찰서	사은품/판촉물	기관 단체 수요	온라인/모바일	고객 반응, 가격
스마트기기 제조사/통신사	주차 관제	주차 단속 점검	핸드폰 매장	적정이윤, 보완제품
민간 경비업체	휴대용 빔	차량 조회	레저 전문업체	휴대성, 편리성

5. 마케팅 전략 | STP 전략 – 표적시장 전략

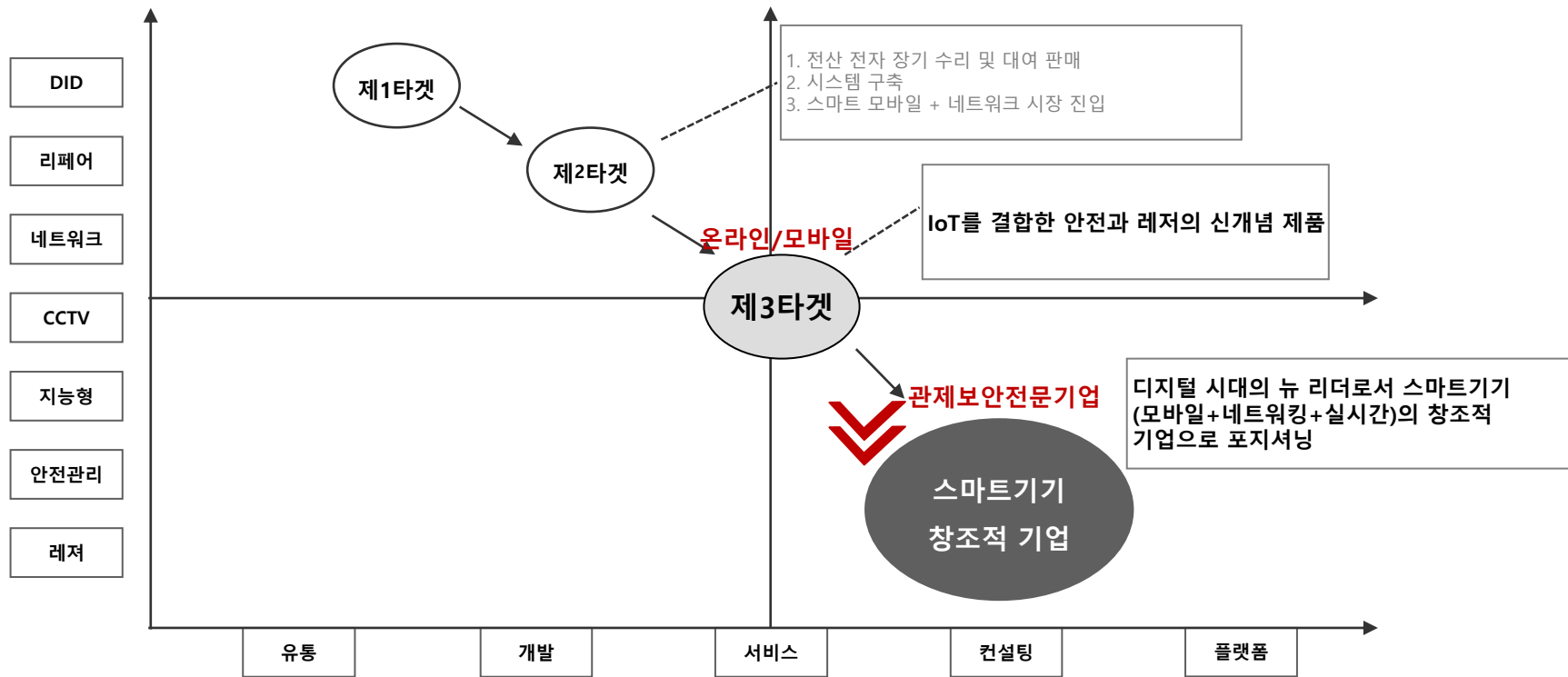
앞서 수행된 세분화 분석 결과를 바탕으로 기업에게 가장 유리한 성과를 제공해 주는 매력적인 시장을 선정한다.

< 고버디 표적시장 전략 >

시장평가 기준	중요도	관제보안전문기업	스마트 기기 통신사	온라인/모바일	공공기관 입찰
1. 시장의 매력도 -시장규모/성장성/수익성	30	●*	○	●	○
2. 자사와의 적합성 -성공요건/인프라 -사업방향 일치성	30	◎	○	●	○
3. 경쟁의 정도 -경쟁사의 마케팅력 -상품의 위협정도	20	○	◎	○	○
4. 고객의 편익 및 가치	20	●	●	○	○
특징과 니즈		인지도	제품 구색	소비자 밀착	품질과 인증
순위		1	3	2	4

5. 마케팅 전략 | STP 전략 – 시장 포지셔닝 전략

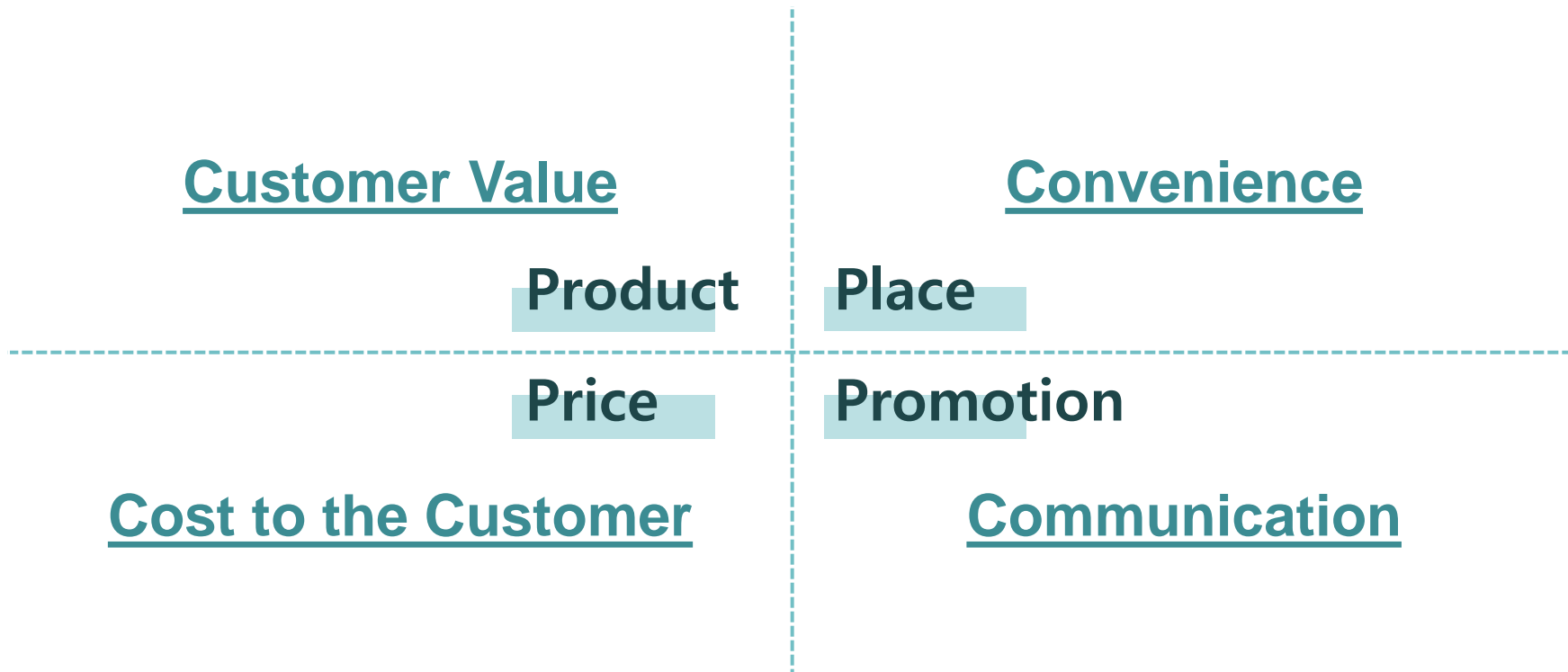
표적시장 전략에서 도출된 결과를 바탕으로 '스마트기기 융복합 전문업체'를 겨냥한 '스마트기기의 창조적 기업'으로 포지셔닝 전략을 취한다.



6. 마케팅 MIX 전략

6. 마케팅 MIX 전략_4P Analysis

GoBuddy의 경우 전통적인 제조 제품의 성격보다는 스마트 기기로서 B2B, B2C에서 B2G에 이르기까지 다양한 시장진출이 가능한 제품이므로 4P 모델에 의한 전략 수립보다는 4C에 의한 마케팅 통합 믹스전략이 더 적절할 것으로 판단된다.



6. 마케팅 MIX 전략_4P Analysis

1) Customer Value : 제품의 판매가 아닌 고객의 편익을 판매하기 위한 고객 니즈 중심의 제품전략

- 본제품은 랜턴 기능, 후레쉬 기능, 빔 프로젝트 기능으로 요약할 수 있는데 각각의 경우 사용 용도와 장소 상이

→ 따라서 제품 컨셉 단순화 및 사용목적에 맞춘 개발 필요

핵심 부문(영역)	(사용상황) 추진전략
핵심 제품	<ul style="list-style-type: none">• 카메라, 랜턴 기능, 후레쉬 기능 유무선 네트워크 기능• 방법순찰, 주차 단속 및 레저용으로 사용할 수 있도록 개발함
기대 제품	<ul style="list-style-type: none">• 실시간 위치전송, 동영상 전송 및 원격 제어 가능• 야외 활동, 무드 조명, 레저, 영상관람 등 수요 확장
확장 제품	<ul style="list-style-type: none">• 실시간 위치전송, 동영상 전송 및 원격 제어 가능• 야외 활동, 무드 조명, 레저, 영상관람 등 수요 확장

6. 마케팅 MIX 전략_4P Analysis

2) Cost to the Customer : 시장 확대 및 수익 확보를 위한 시장의 경쟁적 가격 설정 후 소비자의 반응에 따라
다양한 가격 전략 기획

가격 설정 과정

추진 전략

가격목표 시장확대, 수익률 확보, 기업생존

가격 전략 방향 상대적 고/저가격
경쟁제품 대응가격

가격 산정 방법 원가가산법, 목표수익률,
기준경쟁중심가격, 시장중심가격

최종가격 결정 소비자 지각에 의한 가격,
단일가격/변동가격

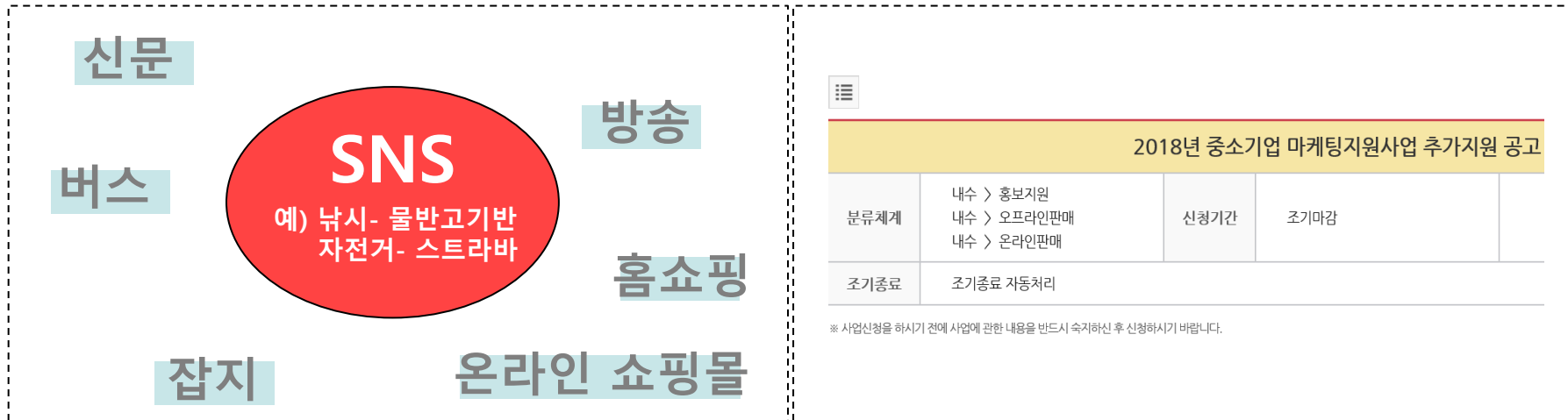
초기 시장에 가능한 많은 영역과
점점의 고객 대량 확보를 위한
전략적 침투 가격 전략

그러나 일방적인 저가 공급정책은
지양하고 기능에 따른 Module화를 통한
다양한 가격전략

6. 마케팅 MIX 전략_4P Analysis

3) Convenience : 제품/서비스의 종류, 고객에 따라 어떻게 소비자에게 전달할 것인가를 결정한다.

- GoBuddy는 B2B와 B2C 모두를 고려하여 유통경로를 설계하여야 하나, 우선적으로 실제 사용자들의 원하는 부분을 정확히 파악하고 접근해야 한다는 측면에서 B2C 유통망을 먼저 고려한다.

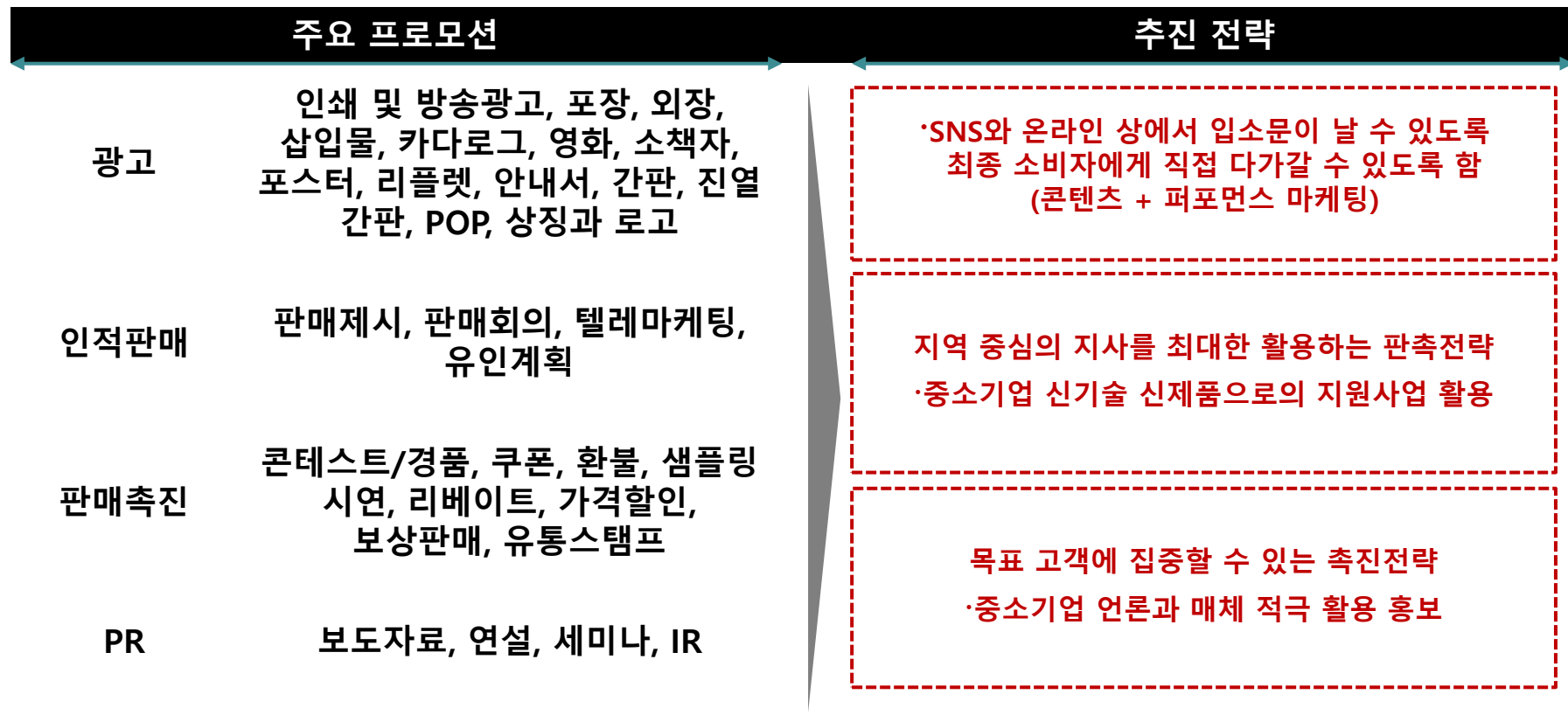


→ 중소기업의 한정된 자원과 자본을 고려하여, 현실적이고 고객의 흐름에 맞는 SNS를 활용한 바이럴 마케팅과 중소기업 마케팅 지원사업을 적극 활용하여 시장인지도를 넓혀 나간다.

→ 또한 기존의 고객 그룹과 지방 지사 중심의 지역 커뮤니티 중심으로 시범 사용을 확대한다.

6. 마케팅 MIX 전략_4P Analysis

4) Communication : 광고, 인적판매, 판매촉진, 홍보(PR) 등 제품을 어떻게 판매할 것인가 하는 방법에 대해 의사결정을 한다.



7. 통합마케팅전략

전략과제	실행과제	성과목표
1. 목표 시장을 개척하고 제품을 정의한다	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트 모바일과 네트워킹의 융복합 기기 • STP 전략에 의한 목표고객에 대한 영업집중 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장/소비자 조사 결과 및 제품 컨셉
2. 차별적 가치를 제공한다	<ul style="list-style-type: none"> • 지역, 가치, 전략중심 • 온오프라인 이원화된 유통전략 	<ul style="list-style-type: none"> • 목표고객 인지도 • 대리점 수
3. 제휴/지점 마케팅을 전개한다(+SNS)	<ul style="list-style-type: none"> • 협력업체와의 제휴 및 MOU • <u>핵심역량과 성공 모델의 확보</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • 수익모델별 매출비중 • 협력업체 수
4. 조직 인적 역량을 강화한다.	<ul style="list-style-type: none"> • 비전과 중장기 목표의 수립과 공유 • 해외시장 진출 	<ul style="list-style-type: none"> • 비전 • <u>해외 수출</u>

컨설팅 총평

본 컨설팅에서는 신제품의 시장 사업화를 위한 마케팅 전략의 수립과 판로개척을 주요 과제로 이루어졌다.
관련 시장의 산업 환경과 기술 동향을 분석하고 시장에서의 판로개척을 위한
다양한 방안과 신제품 출시를 위한 기본적인 선행 요건 등에 대해 컨설팅하였다.

신청 기업이 목표로 하는 성공적인 시장 진출을 위하여
현재 자원과 기업 역량으로 수행 가능한 활동 과제들을 제시하였고 수행 방법에 대해서 또한 컨설팅하였다.

<총평>

- 동사가 속한 산업 시장 뿐만 아니라 거시적인 산업 환경과 기술 TREND 그리고 고객과 경쟁사의 변화 등에 대한 외부환경 분석이 필요함
- 자사의 역량과 수준을 진단하고 가지고 있는 자원을 파악해야 함. 이를 바탕으로 신제품에 대한 체계적인 분석과 우선순위의 선정 및 주사업과 2차 사업 그리고 단기, 중장기의 사업 모델의 구축 전략을 수립해야 함.
- 항상 전략과 계획은 이를 실행할 수 있는 조직과 인적역량을 바탕으로 이루어지므로 실행과 성과를 이루기 위해서는 내부 인적자원의 실행성과 밀접한 연관성을 가지고 있어야 함.(특히, 전략기획, 마케팅 조직 및 해당 교육지원 필요)
- 지금까지의 성과를 바탕으로 새로운 도약을 위해 좀더 긴장되고 절실한 사업환경을 인식하고 단기, 중기, 장기로 나눈 체계화된 사업계획과 인력의 활용이 필요함

<연계사업 제시의견>

- 우수 발명품 우선구매 추천, 한국발명진흥회: 특허기술이 적용된 우수 특허제품을 국가기관, 지자체, 정부투자기관 등에 우선구매 추진



Q U E S T I O N S
A N S W E R S

주요 표적 시장

스마트 랜턴
'Go buddy'

프리미엄 경비서비스

레저(leisure)

↑ 수요처의 요구에 따른
선택적 모듈 적용

통신모듈

→ NFC, BEACON, Bluetooth, wifi, LTE 등

카메라 모듈

→ CCTV, 블랙박스

조명

→ LED플래시, 경광등, 빔프로젝트

기타 편의성 증대 모듈

→ USB 전원, 마이크/스피커, LCD 패널

○ 프리미엄 경비서비스

- (1) 지능형 CCTV(영상감지) 솔루션은 기존의 CCTV 카메라 영상신호를 받아 실시간으로 분석함으로써 움직이는 물체의 감지/추적/분류/행동을 분석하고 이를 바탕으로 정보발생 등 미리 설정된 이벤트를 실행함
- (2) 사설 경비업체의 프리미엄 서비스로서 고급승용차, 금은방, 전원/단독주택 등 **고급 경비서비스가 필요한 표적시장을 대상으로** 다음과 같은 서비스의 제공이 가능

구 분	경비업체 (프리미엄 경비서비스)	고객 (경비서비스 이용자)
수요처별 제공가능한 핵심 가치	<ul style="list-style-type: none"> 순찰일지 등 단순반복 업무를 대체하여 효율성 제고 비상상황 시, 경비원의 실시간 위치조회/배치로 효과적 경비업무 경비업무에 필요한 다양한 용품을 하나의 제품에 통합함으로써 휴대성 및 편의성 제고 (사이렌,경광등,통신,촬영,녹음 등) 경비서비스의 신뢰도 제고 	<ul style="list-style-type: none"> 타지에 있는 고객은 자신의 전원 주택 및 금은방 등의 순찰현황을 GPS데이터를 조회함으로써 경비원의 위치를 확인 경비가 필요한 시설물 등의 실시간 영상 및 사진을 전송받을 수 있어 심리적 안정감 제공(핵심제품) 경비서비스에 대해 순찰일지 등 전산화된 보고서 조회

- (3) 이 외, **아파트 경비시스템 구축에 활용**하여 입주민 생활보호와 아파트 가치 제고에 활용 가능

구분	아파트 경비시스템 적용
주차관리	<ul style="list-style-type: none"> 순찰 중, 미등록 차량의 실시간 조회 및 위반경고장 발급 차량 주차위치 정보를 입주민에게 조회서비스 제공
순찰업무	<ul style="list-style-type: none"> 순찰일지를 대체하여 실시간 정보전송 관제실에서 순찰자의 위치 모니터링 입주민이 순찰정보를 조회할 수 있도록 APP 제공
아파트 관리	<ul style="list-style-type: none"> 유지보수 현장의 사진을 촬영/전송하여, 입주민에게 열람 제공