

# 종근당 락토픽 혈당조절 영양제

01

사업개요 및 목  
표  
성과 목표  
캠페인 개요

표

02

시장 분석 & 고객 니  
즈  
시장 및 경쟁사 분석  
시장 트렌드 및 전망  
고객 세분화  
타겟 고객층 정의

03

콘텐츠 마케팅 전략  
목표 및 방향  
유형 및 계획  
제작 및 배포  
SNS별 마케팅 전략  
오프라인 마케팅 전략

04

운영 & 예산 계획  
조직 구조  
운영 일정  
예산 건적 및 집행 계획  
리스크 관리  
KPI 측정 및 평가



# 시장 분석 및 타겟 고객

## 주요 소비자

당뇨병 환자, 혈당 관리가 필요한 성인 건강을 중시하는 중장년층

## 목표 시장

40대 이상의 성인들로 구성되며, 건강 보조 식품에 대한 높은 관심과 소비력을 갖춘 집단

## 추가 타겟

예방 차원에서 혈당 관리 제품에 관심을 보이는 젊은 성인층



# 시장 분석 & 고객 니즈

현대 사회에서 당뇨병과 같은 만성 질환의 증가와 건강한 라이프스타일을 추구하는 인구가 늘어나면서 혈당 관리 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

혈당 유산균 제품의 시장 분석, 경쟁 상황, 고객 세분화 및 니즈를 살펴보겠습니다.

# 목표 시장 분석

## 1 주요 소비자

당뇨병 환자, 혈당 관리가 필요한 성인, 건강을 중시하는 중장년층이 주요 소비자



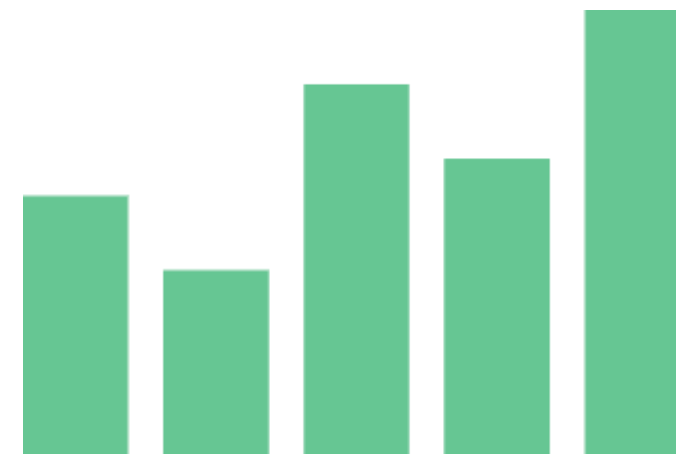
## 2 시장 동향

당뇨병과 같은 만성 질환의 증가와 건강한 라이프스타일을 추구하는 인구가 늘어나면서 혈당 관리 제품에 대한 수요가 증가하는 추세



## 3 확장된 목표 시장

예방 차원에서 혈당 관리 제품에 관심을 보이는 젊은 성인층도 새로운 목표 시장으로 부상함



# 경쟁 분석: 종근당건강 락토픽 당케어

## 시장 위치

혈당 유산균 제품 시장에서 대표적인 제품 중 하나로 자리잡고 있음

## 브랜드 파워

건강기능식품 시장에서 강력한 포트폴리오를 갖추  
'락토픽' 시리즈는 이미 소비자에게 널리 알려짐

## 차별화 전략

유산균 제품에 혈당 조절 기능을 추가해 차별화된 제품을 제공



# 시장 트렌드 및 전망

1

## 건강기능식품 수요 증가

현대인들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강기능식품의 수요가 지속적으로 증가  
특히 코로나19 팬데믹 이후 면역력 강화와 건강 관리에 대한 관심 ↑



2

## 과학적 근거 강화

소비자들은 제품 선택 시 과학적 근거와 효능을 중요시함  
혈당 유산균 제품의 효과를 입증하는 임상 연구와 데이터는 중요한 마케팅 포인트



3

## 온라인 판매 채널 확대

디지털 트랜스포메이션이 가속화되면서 온라인 쇼핑몰과 건강기능식품 전문 사이트에서의 판매가 증가  
온라인 채널은 다양한 정보와 리뷰를 제공해 소비자들의 구매 결정을 도움



4

## 맞춤형 건강 관리

소비자들은 자신의 건강 상태에 맞춘 제품을 선호함  
DNA 분석이나 건강 데이터 기반 맞춤형 유산균 제품의 수요가 증가할 것으로 예상



# 고객 세분화: 연령대 및 건강 상태

## 연령대



20대: 건강 예방 차원에서 혈당 관리에 관심을 가지기 시작하는 젊은층

30대: 직장 생활과 육아 등으로 인해 건강 관리가 중요해지는 시기

40대 이상: 본격적으로 만성 질환의 예방과 관리가 필요한 연령대

## 건강 상태



당뇨병 환자: 이미 당뇨병을 진단받고 혈당 관리를 위해 보조적인 제품을 찾는 고객

당뇨병 전 단계: 혈당 수치가 높아 당뇨병 예방이 필요한 고객

건강 관리: 가족력이 있거나 건강한 라이프스타일을 유지하려는 고객

## 라이프스타일



직장인: 바쁜 업무로 인해 규칙적인 식사와 운동이 어려워 건강 보조제를 찾는 고객

가정주부: 가족의 건강을 책임지고 있으며, 자신과 가족의 건강을 위해 제품을 구매하는 고객

활동적인 성인: 운동과 활동적인 생활을 하며 체중 관리와 건강 유지를 중시하는 고객

# 고객 니즈 분석



## 혈당 조절

혈당을 안정적으로 유지하고자 하는 니즈. 특히 당뇨병 환자나 당뇨병 전 단계 고객의 주요 관심사



## 건강 예방

당뇨병과 같은 만성 질환을 예방하기 위한 니즈. 예방 차원에서 건강 보조제를 찾는 고객들이 많음



## 편리성

간편하게 섭취할 수 있는 형태의 제품을 선호.

특히 바쁜 생활을 하는 직장인이나 활동적인 성인들



## 신뢰성

제품의 안전성과 효능에 대한 신뢰.

과학적 근거와 임상 데이터가 있는 제품을 선호



# 콘텐츠(포스터) 전략



# 콘텐츠 목표 및 방향

## 1 목표

종근당 락토핏 혈당조절 영양제의 인지도와 판매를 증가시키기 위해 혈당 다이어트에 대한 관심을 높인다.

## 3 디자인

'혈당이'라는 캐릭터를 넣어 눈에 띄고 쉽게 이해될 수 있도록 디자인한다.

## 2 방향

혈당을 관리하는 데 도움이 되는 실용적이고 간단한 행동수칙 6가지를 제공한다.



# 콘텐츠 유형 및 포맷

## 유형 및 포맷

A3 사이즈의 인쇄물과 디지털 배포용 이미지 파일 (JPEG, PNG 등)

## 디자인 요소

깔끔하고 현대적인 디자인, 신뢰감을 일으키는 색상과 시각적 요소 활용

## 배포 채널

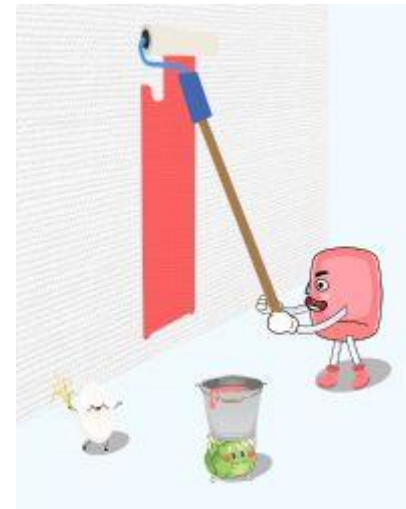
오프라인 (약국, 올리브영, 지하철 광고 등) 및 온라인 (소셜 미디어, 이메일 마케팅, 종근당 공식 웹사이트 등)

# 콘텐츠 주제 및 계획

1

## 주제

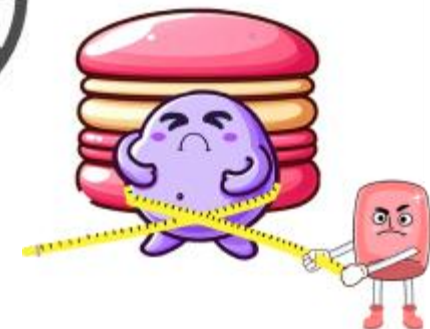
오늘부터 시작하는 혈당 다이어트 - 혈당 다이어트 행동수칙 6가지



2

## 행동수칙

1. 섬유질, 통곡물 섭취로 혈당 낮추기
2. 스트레스 관리로 혈당 10% 낮추기
3. 식사 후 30분 걷기로 혈당 20% 낮추기
4. 섬유질 > 단백질 > 탄수화물 순으로 섭취하기
5. 규칙적인 식사습관으로 혈당 15% 낮추기
6. 적정 체중과 허리둘레 유지하기



# 포스터 구성

## 중단

소제목

행동수칙 6가지의 설명과 일러스트

혈당 스파이크로 인한 증상 3가지



## 상단

주제 제  
목  
그래프

## 하단

질병관리청 마크



# 콘텐츠 제작 계획

1

## 기획 및 아이디어 회의

콘텐츠 유형, 주제, 의도와 포스터의 구체적인 내용을 기획합니다.

2

## 디자인

포스터의 레이아웃과 시각적 요소인 일러스트, 캐릭터를 디자인합니다.

3

## 검토 및 수정

완성된 디자인을 팀 내에서 검토하고 필요한 수정사항을 반영합니다.

4

## 최종 제작

최종 디자인 확정 후 인쇄 및 디지털 파일을 준비합니다.



# 콘텐츠 배포 계획



## 오프라인 배포

약국, 올리브영, 지하철 광고 등에 포스터를 배포합니다.



## 온라인 배포

소셜 미디어, 이메일 뉴스레터, 종근당 공식 웹사이트에 포스터 이미지를 게시합니다.



## 모니터링 및 피드백

포스터에 대한 반응을 모니터링하고 피드백을 수집해 향후 전략에 반영합니다.

# 락토픽 마케팅 및 홍보 전략

락토픽의 마케팅 및 홍보 전략은 식후 혈당 관리를 필요로 하는 소비자들에게 상품의 가치를 전달하고 구매를 유도하는 것을 목표로 합니다. 이를 위해 고객 중심의 브랜드 메시지와 다양한 온라인 및 오프라인 마케팅 전략을 활용할 것입니다. 또한 건강 관련 커뮤니티 및 단체와의 제휴를 통해 제품의 신뢰성을 높이고, 다양한 채널을 통해 소비자와 소통할 것입니다.





# 브랜딩 전략

## 고객 중심 메시지

"건강한 식사 후 혈당 관리를 위한 동반자"와 같은 메시지로 소비자들에게 제품의 가치를 전달합니다.

## 혈당 스파이크 방지

"혈당 스파이크 방지를 통한 안정적인 에너지 공급"을 강조하여 제품의 효과를 알립니다.

## 자연적인 관리

"자연적인 혈당 관리를 위한 선택"이라는 메시지로 제품의 안전성을 강조합니다.

## 포장 디자인

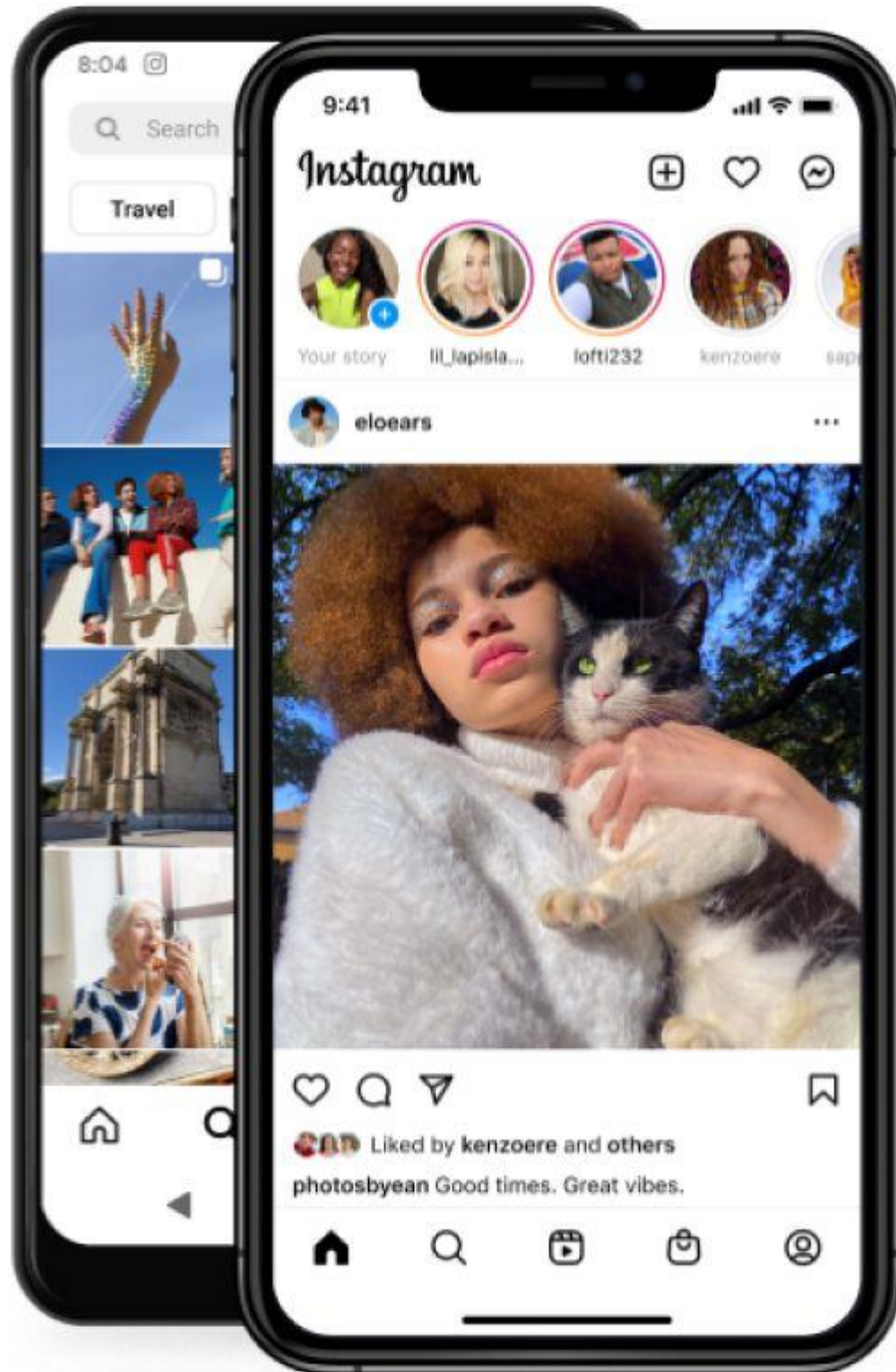
혈당 관리와 관련된 이미지와 색상을 사용하여 시각적으로 제품의 목적을 명확히 합니다.

1일 1포개 간편하

바나바잎에 함유된 코로솔산은  
식후 혈당상승 억제

100% 식물성물바나바잎 추출





# 인스타그램 마케팅 전략

1

## 타겟 설정

18-34세 연령대를 주요 타겟으로 하며, 건강과 웰빙에 관심이 있는 사용자, 당뇨병 관련 그룹에 소속된 사용자, 건강 식품을 자주 검색하는 사용자를 대상으로 광고를 진행합니다.

2

## 인플루언서 협업

건강 및 피트니스 인플루언서와 협력하여 제품 리뷰와 사용 후기를 포스팅합니다. 예를 들어, @sarahs\_day와 같은 인플루언서와 협업하여 제품 사용 후기, 건강한 식단과 함께하는 제품 사용법, 팔로워 대상 제품 증정 이벤트 등을 진행합니다.

3

## 해시태그 캠페인

#혈당관리, #건강한삶, #자연혈당관리 등의 해시태그를 사용하여 캠페인을 전개합니다. 이를 통해 제품의 인지도를 높이고 관심 있는 사용자들의 참여를 유도합니다.

# 페이스북 마케팅 전략



## 타겟 설정

25-44세 연령대를 주요 타겟으로 하며, 건강 관리에 관심 있는 중장년층, 당뇨병 관련 페이지를 좋아하는 사용자, 건강 관련 커뮤니티 회원을 대상으로 광고합니다.

## 페이스북 그룹

당뇨병 관리, 건강한 식생활 등 관련 그룹에 유익한 콘텐츠를 게시하고, 그룹 관리자와 협력하여 제품을 홍보합니다.

## 비디오 콘텐츠

페이스북 라이브를 통해 제품 데모, Q&A 세션을 진행하여 실시간으로 고객과 소통합니다. 예를 들어, @MarkHymanMD와 같은 인플루언서와 협력하여 제품 소개 및 건강한 생활 습관에 대한 인터뷰를 진행합니다.

# 유튜브 및 틱톡 마케팅 전략

1

## 유튜브 전략

18-49세를 타겟으로 하며, 건강 및 웰빙 콘텐츠를 자주 시청하는 사용자를 대상으로 광고합니다. 장기 콘텐츠로 건강 관리 방법, 제품 사용법, 영양 정보 등을 포함한 심층적인 비디오를 제작합니다.



2

## 유튜브 인플루언서

@PickUpLimes와 같은 유명 유튜버와 협력하여 제품 리뷰 및 사용법에 대한 콘텐츠를 제작합니다. 건강한 레시피와 함께 제품 사용법을 소개하고, 팔로워 대상 제품 증정 이벤트를 진행합니다.

3

## 틱톡 전략

16-30세를 타겟으로 하며, 건강 관련 해시태그를 사용하는 사용자, 피트니스 챌린지에 참여하는 사용자를 대상으로 합니다. 15-60초 사이의 짧은 비디오로 제품의 주요 기능과 장점을 재미있게 소개합니다. 틱톡 챌린지를 통해 사용자들이 제품과 함께 건강한 생활 습관을 공유하도록 유도합니다.



4

## 틱톡 인플루언서

@DoctorMike와 같은 틱톡 스타와 협력하여 제품 소개 및 사용법을 재미있게 설명하는 짧은 콘텐츠를 제작하고, 건강 챌린지 캠페인을 진행합니다.

# 기타 온라인 마케팅 전

## 략



1

### 블로그 및 콘텐츠 마케팅

건강 블로거와 협력하여 글을 게시하고, 혈당 관리의 중요성과 제품의 장점을 다룹니다. SEO 최적화를 통해 검색 결과 상위에 노출될 수 있도록 합니다.



2

### 이메일 마케팅

구매자 데이터를 활용하여 개인화된 이메일 캠페인을 실행합니다. 신규 제품 소식, 할인 행사, 사용 팁 등을 제공하여 구매를 유도합니다.



# 오프라인 및 제휴 마케팅 전략

## 건강 관련 행사 및 세미나

건강 관리 박람회나 세미나에 참가하여 제품을 전시하고, 전문가와 함께 혈당 관리의 중요성을 강조합니다.



## 지역 사회 활동

지역 사회와 협력하여 건강 관리에 대한 강연이나 워크숍을 진행하고, 제품 샘플을 배포합니다.



## 스폰서십 및 제휴

당뇨 관리 협회, 건강 관리 전문 웹사이트, 영양 및 건강 관리 전문가 그룹과 협력하여 제품의 효과와 사용 방법을 전문적으로 설명합니다.





# 운영 예산계획

약 8주 동안 진행될 이 프로젝트는 효과적인 조직 구조, 단계별 운영 계획, 예산 관리, 그리고 성과 측정 방법을 포함하고 있습니다. 각 팀원의 역할과 책임, 주요 활동 내용, 그리고 예상되는 리스크와 그 관리 방안에 대해 상세히 설명합니다.



# 프로젝트 조직구조

조직구조 및 역할분담

프로젝트 매니저

카피라이터

디자이너

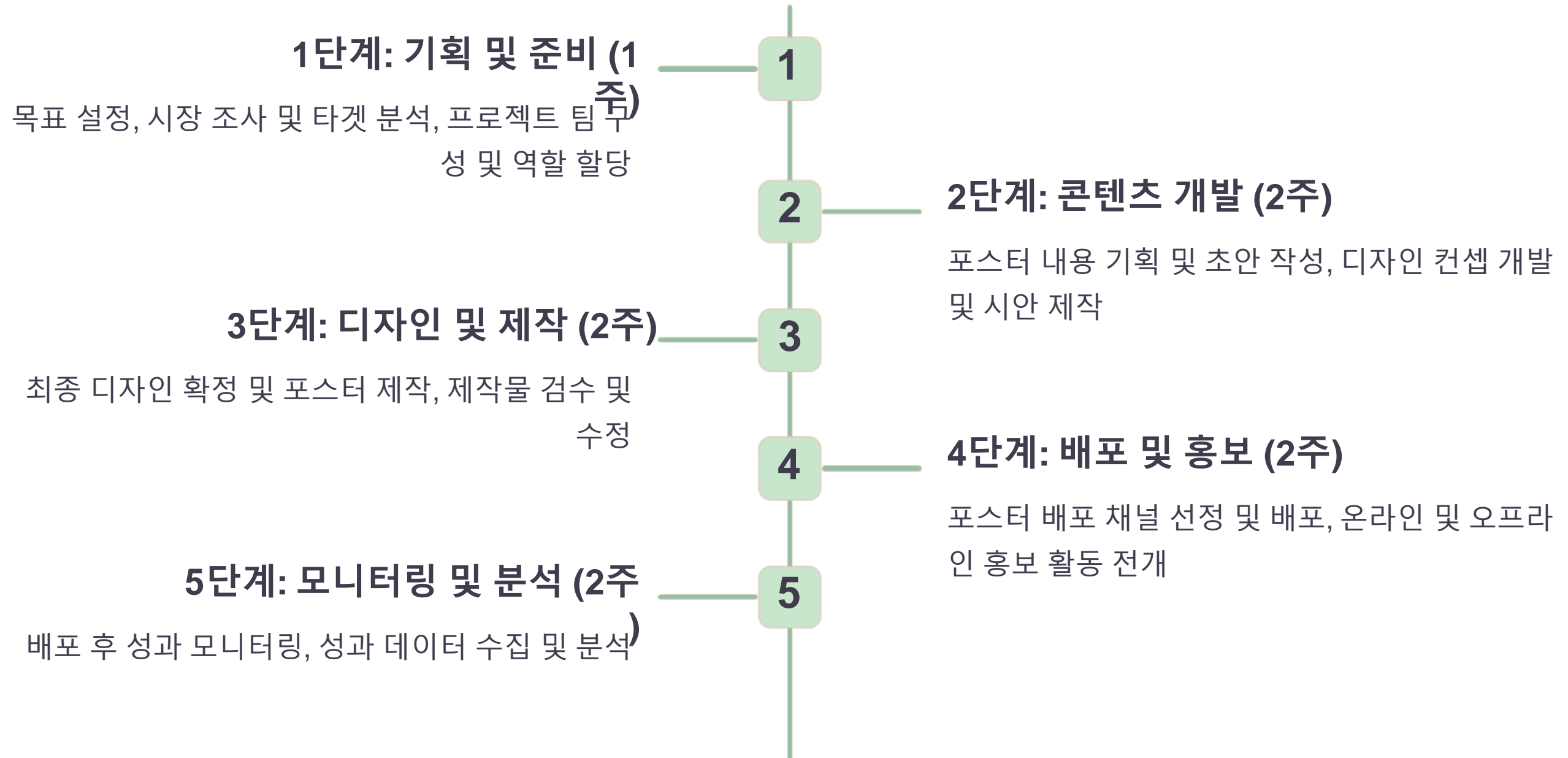
마케팅 전문가

예산 관리자

콘텐츠 기획자



# 운영 일정 및 단계별 계획



## 예상 건적 및 예산 집행 계획

| 예상 건적 및 예산 집행 계획 |            |                               |
|------------------|------------|-------------------------------|
| 항목               | 금액 (원)     | 비율                            |
| 디자인 비용           | 2,000,000  | <div><div></div></div> 18.18% |
| 콘텐츠 개발 비용        | 1,500,000  | <div><div></div></div> 13.64% |
| 제작 및 인쇄 비용       | 3,000,000  | <div><div></div></div> 27.27% |
| 홍보 비용            | 2,500,000  | <div><div></div></div> 22.73% |
| 예비비              | 1,000,000  | <div><div></div></div> 9.09%  |
| 기타 비용            | 1,000,000  | <div><div></div></div> 9.09%  |
| 총 예산             | 11,000,000 | 100.00%                       |

# 리스크 관리 계획

1

## 디자인 변경 리스크

디자인 초안을 팀 전체가 검토하여 중복 작업 방지

2

## 예산 초과 리스크

예산 초과 시, 예비비 활용 및 비용 절감 방안 모색

3

## 일정 지연 리스크

주요 단계별 마일스톤 설정 및 주간 체크포인트 운영

4

## 성과 미달 리스크

성과 분석 후 개선 사항 즉시 반영 및 후속 대책 마련





# 성과 측정 및 분석

성과 측정 및 분석은 프로젝트의 효과성을 평가하고 향후 개선 방향을 설정하는 데 중요한 역할을 합니다. 이 섹션에서는 주요 성과 지표(KPI)와 성과 측정 방법에 대해 자세히 설명합니다. 이를 통해 프로젝트의 목표 달성 여부를 객관적으로 평가하고, 향후 마케팅 전략 수립에 필요한 인사이트를 얻을 수 있습니다.



# 주요 성과 지표 (KPI)



## 포스터 노출 수

온라인 및 오프라인에서 포스터가 노출된 총 횟수



## 클릭률 (CTR)

포스터의 QR 코드나 링크 클릭 수 / 노출 수



## 소셜 미디어 반응

좋아요, 공유, 댓글 등의 상호작용 수



## 잠재 고객 전환율

포스터를 통해 유입된 신규 고객 수 / 총 유입 고객 수





# 성과 측정 방법

1

## 데이터 분석 도구

구글 애널리틱스, 소셜 미디어 분석 도구를 활용하여 클릭 수, 방문자 수 등 데이터 수집

2

## 피드백 수집

포스터를 본 고객들로부터 설문 조사 또는 리뷰를 통해 직접 피드백 수집

3

## 판매 데이터 비교

포스터 배포 전후의 락토픽 판매 데이터를 비교하여 성과 측정

4

## 포스터 인지도 조사

타겟 고객을 대상으로 한 설문조사를 통해 포스터 인지도 평가