

품목이 점점 늘어나는데,  
모두 수익을 내기가 쉽지 않네요.

그렇지. 모든 품목에서 수익을 극대화하려다 보면 지칠 수밖에 없어. 마케팅 노력의 강약증강약을 잘 배분해야 해. 그게 바로 포트폴리오 구성 아니겠니. 이 밸런스 맞추는 게 사업에서 무척 중요하단다. 오늘은 포트폴리오 전략에 대해 알아볼까?

포트폴리오 구성의 첫 단계는 자네 회사의 다양한 제품들을 ‘전시성’과 ‘수익성’이라는 두 가지 기준으로 나누는 거야. 전시성은 그 제품이 브랜드를 얼마나 상징하는지, 수익성은 제품의 판매가 얼마나 실속 있는지 따지는 거지. 이 두 기준에 따라 네 가지 구역으로 나눌 수 있어. ‘엘지생활건강’을 예로 들어 설명해보마.

〈표3〉 엘지생활건강의 포트폴리오

전시성 \ 수익성	수익성	
	높음	낮음
높음	판매용 화장품	홍보용 생활용품
낮음	수익용 음료	구색/시험용 OTC

엘지생건의 제품이라 하면, 엘라스틴 샴푸, 페리오 치약, 슈퍼타이 세제 등의 생활용품이 먼저 떠오르지. 이런 생활용품은 수요에 한계가 있고 경쟁이 많아 수익성이 높지는 않지만, 사람들에게 엘지생건의 존재를 알리는 ‘홍보용’ 품목인 셈이지.