



영유아 자녀를 둔 2030 젊은 부부 대상

편의점 마케팅 전략

17.08.31

빅스타

정다희/김수진/박상현
이정진/최유빈/허승제



INDEX

01 시장분석
시장개요 / 브랜드분석

02 문제도출
고객군분석 / 신시장개척

03 전략제시
이마트24가 이기는 제안

데이터 분석 개요

■ 분석 목표

- 이마트24만의 차별화된 마케팅 전략 도출을 위한
- a) 편의점 대표 브랜드 3사 온라인 이슈 분석
 - b) 특정 고객군의 니즈 파악 및 시장성 입증

■ 데이터 수집 기간 및 채널

기간: 2016.07.01 ~ 2017.08.27 (약 12개월)
채널: 디맵, 뉴스미디어, 소셜미디어(twitter),
포털(카페, 블로그 등)

■ 수집 키워드 및 수집 문건

브랜드 키워드: CU, GS25, 세븐일레븐, 위드미/
이마트24
기타 키워드: 편의점, 신혼부부, 영유아, 이유식, etc
총 수집문건: 88,441 건
유효문건 : 73,654 건
필터문건 : 14,787 건

■ 주요 분석대상

편의점 대표 3사 브랜드의 이미지 측정
목표고객군의 불충족 니즈 파악

■ 주요 용어 정의 및 의의

검색 데이터: 포털에서 이뤄진 검색에 대한 데이터
게시 데이터: 포털에 게시된 텍스트 등의 데이터



오늘의 편의점



1989
세븐일레븐
올림픽 선수촌점 개점



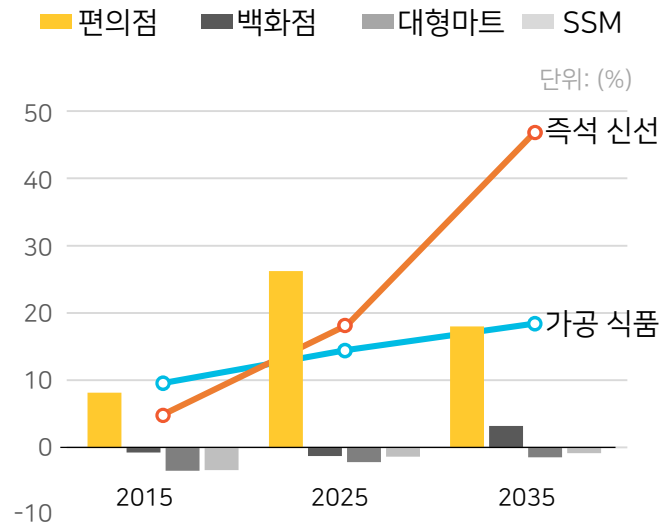
2008
도시락, 간편식 폭발적 증가
글로벌 금융위기 여파



2016
편의점 나홀로 성장
1인가구 550만 시대와 맞물려

먹거리 마실거리 상품으로 고공 성장한 편의점

유통 산업 업태 별 매출 증감률

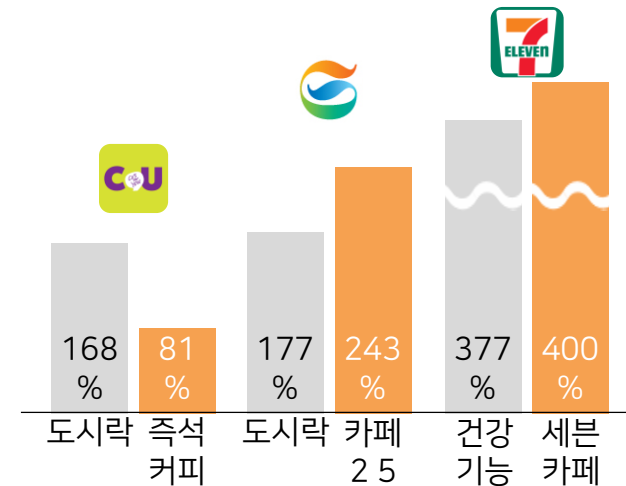


자료 : 산업통상자원부, 주요유통업체매출동향조사

즉석 식품과 함께 압도적 매출 증가

편의점, 대형마트, 백화점, SSM 4대 유통업
전년 대비 매출 증감률 비교

2017 BIG 3 전년대비 식품성장률



자료: 매일경제, 편의점시장 27년 만에 20조 돌파

1인 가구 겨냥한 '먹을거리' 크게 선전

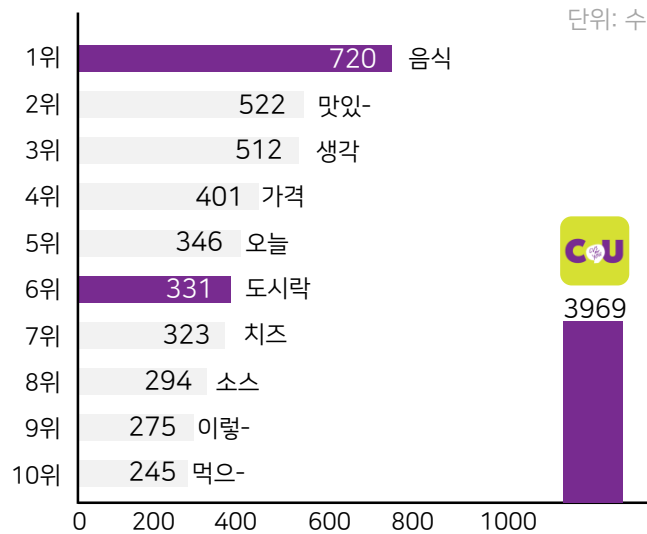
대표 3사 매출 견인한 일등공신 커피, 도시락



혼밥, 혼술

1인 가구를 만난 BIG3 편의점

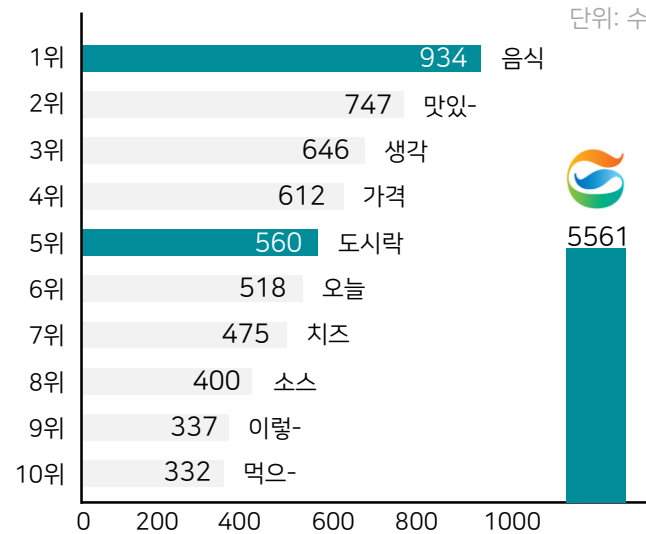
CU 관련 빈도수 순위



CU는 도시락과 PB 제품으로 호황

스타 플레이어 백종원을 도시락 모델로 기용
간단하고 맛있게 요리하는 사람 대중적 이미지 차용

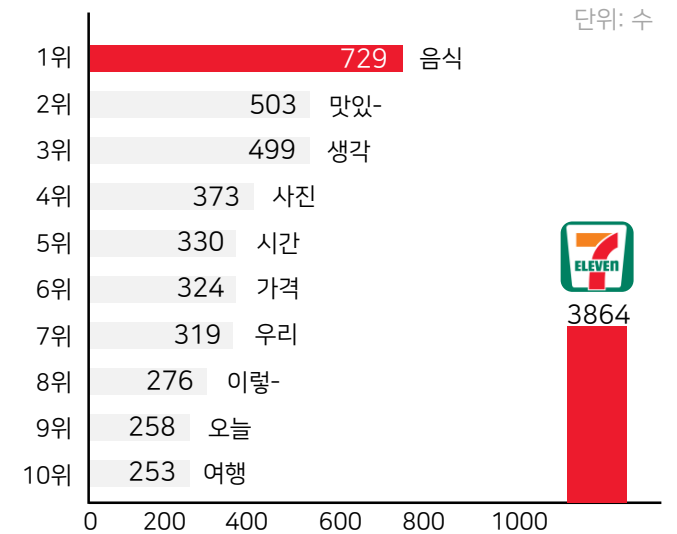
GS25 관련 빈도수 순위



1인 가구 니즈 핀포인트한 GS25

가성비를 따지는 1인 가구의 소비 심리
대표 3사 중 가장 빠르게 파악

세븐일레븐 관련 빈도수 순위



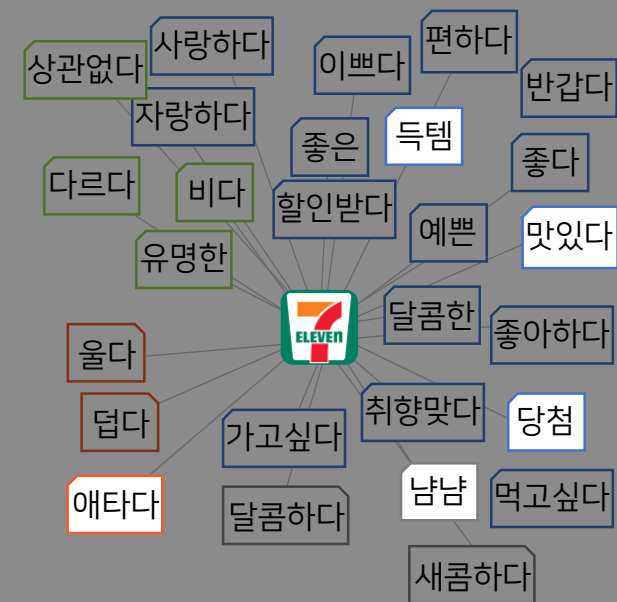
헤리도시락으로 뒤늦게 합류

버즈랑에서 라이벌을 따라잡기 어려운 양상



소비자가 느끼는 편의점은? 도시락과 혼연일체

세븐일레븐 감성분석



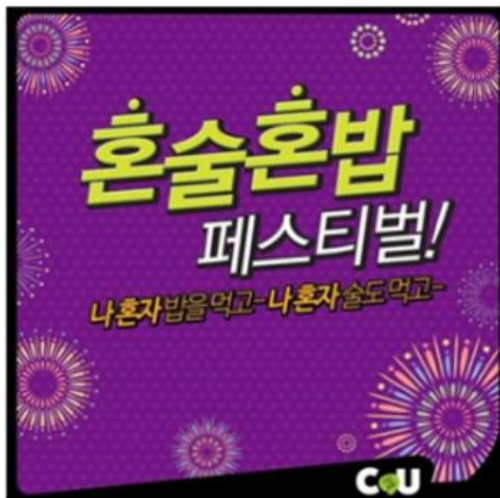
자료 : DMAP, 미디어, 포털, SNS, 커뮤니티, 기타 제목: 원문내용에서 단어 빈도수 추출



유통공룡들의 마케팅 격전

너도나도 PB상품과 1인 가구 공략

CU 마케팅 케이스



GS25 마케팅 케이스



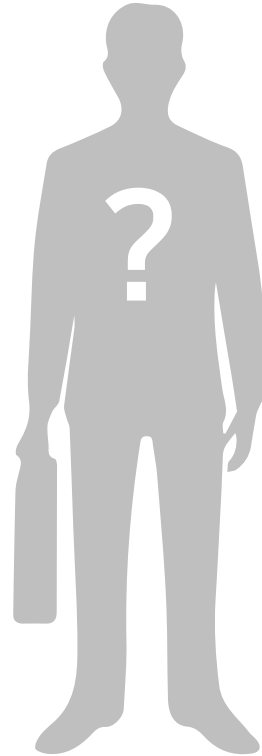
세븐일레븐 마케팅 케이스



#혼술혼밥 #나야_나 #우리_PB 짱 #컴온



내일의 편의점, 그리고 이마트24가 나아갈 방향



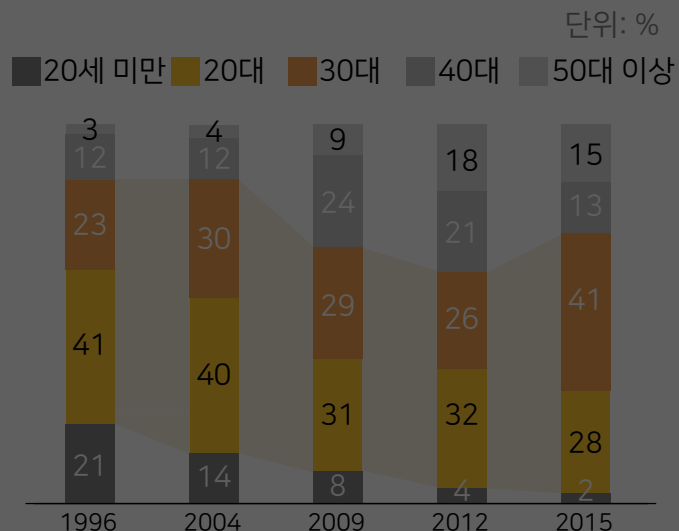
벤치마킹 할 것인가?
게임 체인저가 될 것인가?

emart24

1인 가구 증가 현상의 허와 실

1인 가구는 마스터키가 아니다

편의점 연령별 구성비 추이

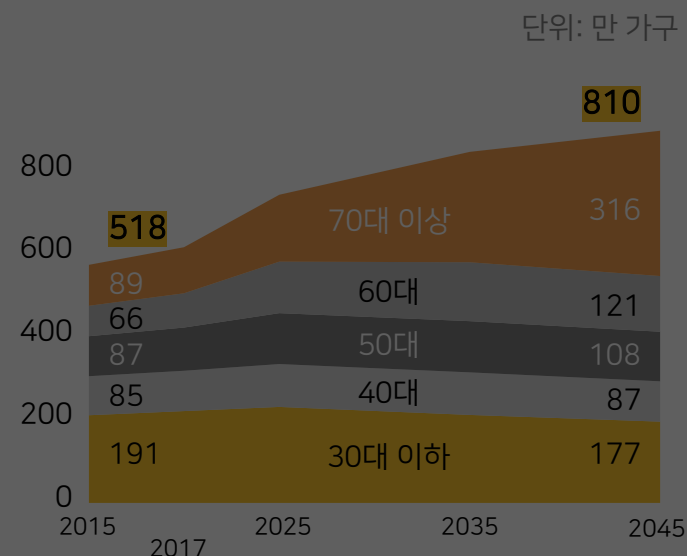


자료: 한국 편의점 협회, KB 증권

편의점 매출 책임지는 일등공신 2030

10년 동안 항상 2030세대가 매출의 70%를 담당

1인 가구 연도별 추계



자료: 통계청, 장래 가구 추계: 2015년 ~ 2045년

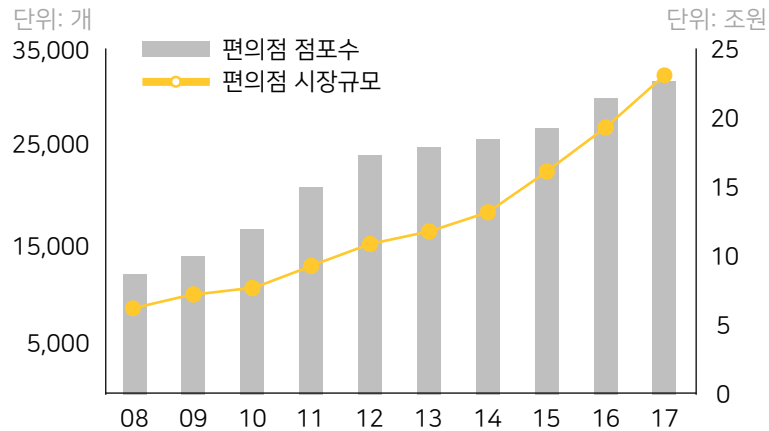
1인 가구 증가 = 2030의 증가? NO!

급증하는 1인 가구는 70대 이상 노년층
편의점 매출의 핵심인 30대 이하 1인 가구
지속적으로 감소할 전망



1인 가구 시장 성숙기, 시작된 자기 잠식 새로운 시장이 필요할 때

국내 편의점 시장 추이



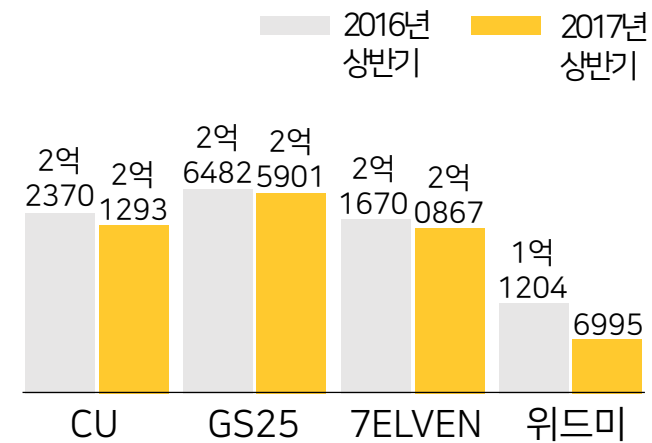
자료 : 메리치증권증권 보고서

2017년, 편의점 양적성장은 진행 중

2017년 6월 기준 총 3만 7,083개
인구당 편의점 수는 1,395명 당 1개꼴을 보임

점포 당 매출액

단위 : 만 원



자료 : 각 사, KB증권 보고서

편의점 질적 성장은 뒷걸음질

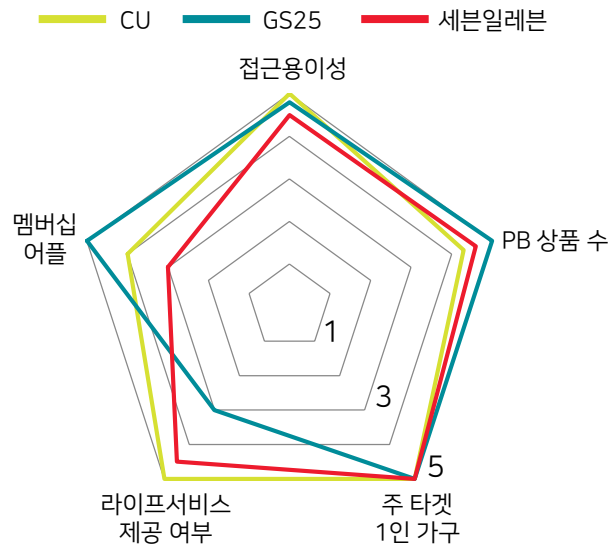
2016년 상반기 증가율 40%~50%에 달했으나,
2017년 상반기 증가율은 겨우 10%~20%에 그침

자료: 국가통계포털, 주요 유통업체 매출 동향 조사



BIG 3 사의 전략은 전형적으로 이마트24의 전략은 차별적으로

BIG 3 속성 평가표



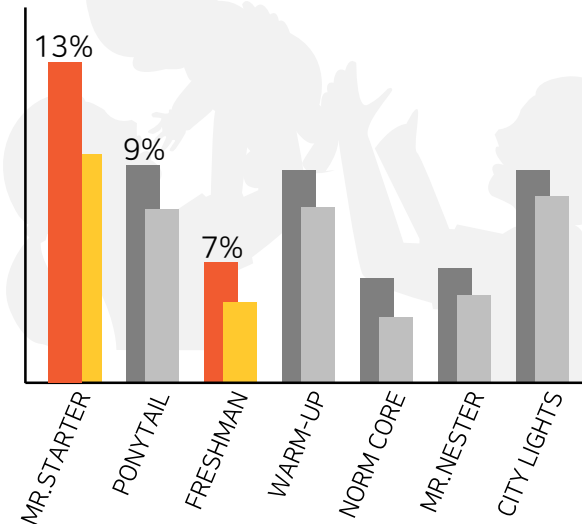
별다른 차별점을 찾기 어려운 BIG 3

멤버십 어플 활용도, 시그니처 매장 출점을 제외하고는 뚜렷한 차이점을 찾기 어려움

자료 : 자체 조사

BC카드 편의점 고객 세분화

편의점 이용고객 비중 BC 전체 이용 고객 비중



적극적 이용고객 신혼 영유아 가구 집단

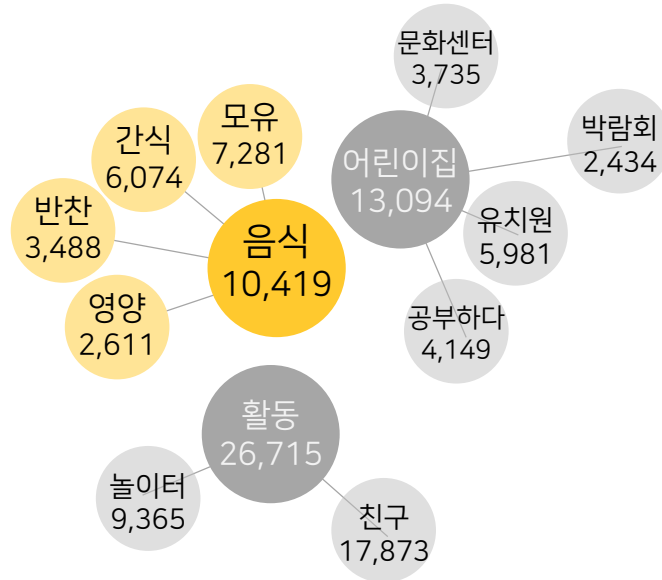
MR.STARTER SEG 가장 적극적인 이용고객
대기업 중소기업 남성이 가장 이용률 높음

자료 : 편의점 시장 및 이용 고객 분석, BC 카드 빅데이터



BIG 3 사의 전략은 전형적으로 이마트24의 전략은 차별적으로

엄마의 관심사

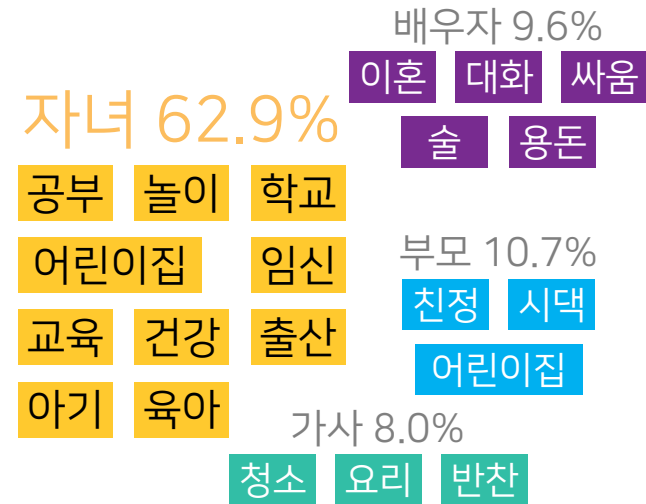


아이 음식, 자녀에 대한 관심 3위

자녀 일상의 전반에 대한 세심한 관심
음식으로 이어져 자녀에 대한 관심 3위

자료 : 육아인식보고서, 이노션월드와이드

엄마 + 고민 연관 키워드



자녀는 영유아 가구 집단의 큰 고민

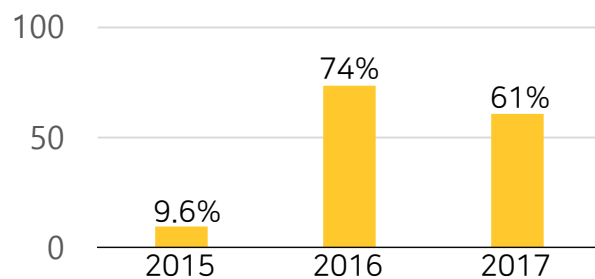
엄마 + 고민 연관 키워드 검색 실시
62.9%로 자녀가 가장 큰 고민

자료 : EBS 토크쇼 부모, 타파크로스



바쁜 일상 속의 2030 부부 간편 이유식에 눈길

롯데마트 간편 이유식 매출 성장



자료 : 분류 안 팔려도 간편 이유식 매출 쑥쑥, 한국경제

선호 이유식 방식 언급량 비교

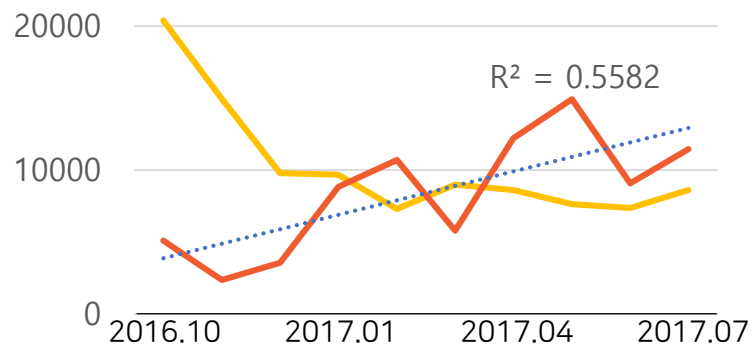


자료 : 네이버 카페, 블로그 36,000 건 자체 분석

시판/배달 이유식에 관한 버즈량 多

자가생산 이유식보다 간편하고 시간이 절약되는
시판/배달 이유식 관심이 높음

시판 이유식의 검색량 증가 추세



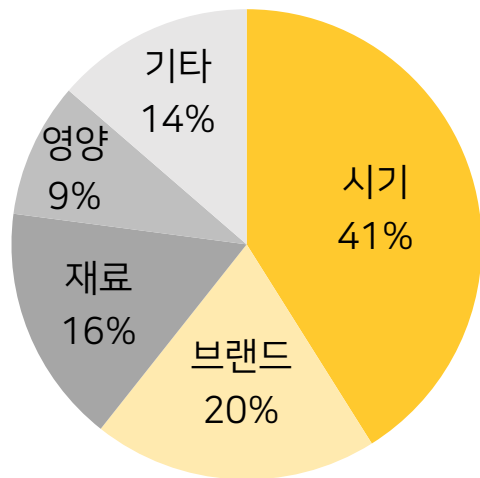
자료 : 네이버 광고 시스템



소중한 내 아이를 위한 선택, 이유식

이유식에 관한 고민은 무엇일까?

이유식 게시 주요 관심



■ 시기 ■ 브랜드 ■ 재료 ■ 영양 ■ 기타

시기와 브랜드에 대한 고민이 가장 많음

아이 성장단계에 맞는 이유식과
좋은 이유식 브랜드에 대한 고민이 60%

카테고리 별 단어 언급 수

시기	빈도수	영양	빈도수
개월	5,594	영양	2,874
초기	5,054	철분	764
중기	4,550	밸런스	525
후기	3,588	영양소	511
단계	1,919	합계	4,674
합계	20,705		

재료	빈도수	브랜드	빈도수
재료	5,221	로하스밀	3,164
식단	1,774	풀무원	3,006
유기농	705	베이비밀	2,712
메뉴	581	엘빈즈	993
합계	8,281	합계	9,875

자료 : 네이버 카페, 블로그 36,000 건 분석



이유식은 집 밖에서도 필요하다 또 하나의 고민, "여행"

기타 카테고리의 단어 언급 순위

언급순위	단어	언급량
1	분유	3,589
2	처음	861
3	아침	790
4	생각	701
5	매일	642
6	여행	639
7	만들기	628
8	책	590
9	추천	586
10	준비물	572

즐거운 여행 속 골칫거리, 이유식

'이유식' + '고민' 키워드 검색 결과,
주요 카테고리를 제외한 기타 카테고리에서
'여행' 키워드가 6위를 차지함

이유식 + 외출/여행 고민 단어 언급 순위

언급순위	단어	언급량
1	보온	1,576
2	보냉	1,280
3	아기	1,081
4	먹이	1,005
5	끼	833
6	죽통	827
7	이제	811
8	그냥	698
9	하루	677
10	가방	649

외출 시 이유식 관리에 관한 고민 多

외출시, 이유식 보관의 어려움. 실온에서 상하
기 쉬운 이유식으로 인해 보냉가방, 보온병 등
이유식 관리 관련 검색어가 다수 등장

'이유식' + '외출' 원문

#외출시 이유식 어떻게 하세요? 처음이라 그냥
보냉가방에 넣음되겠다 했는데 날이 더워서...

#외출할때 이유식 어떻게 가져가세요?ㅠㅠ그
냥 뜨겁게 데워서 보온백에 넣어도 되나요??

#외출 시 친구집이나 실내위주로 가야하나요?
밖에서 먹이는게 불편할거 같아요 짐도 많고 옷
에 많이 흘릴텐데요~ 맘님들은 어떠세요? 이유
식 챙기고 외출 잘할수 있나요?^^;

이유식 밖에서 살 수 없어 발생한 고민

언제, 어디서나 찾을 수 있는 편의점
그러나 어디에서도 찾을 수 없는 이유식



emart24

이마트24의 도전 소비자의 일상을 더 **촘촘히** 점유하라

우리 아이 이유식, 어디서 사야하지?



필요할 땐 꼭 없더라
배달이유식

24시간 대기조
이마트 24

아이를 혼자두고?
대형마트



생활밀착플랫폼 프리미엄 편의점

“유통업의 미래는 시장 점유율보다 **소비자의 일상을 점유하는 라이프 셰어**(life share)에 달려있다. 고객의 일상점유율 확대 전략을 세워야 한다.”

신세계 정용진 사장, 2014년부터 해마다 공식석상에서 발언

“Emart24는 **프리미엄**이란 가치를 내걸었다.”

김성영 이마트24 대표, 2017년 7월, 코엑스 이마트24 리브랜딩 발표



자료

“[Who Is ?] 정용진 신세계그룹 부회장”, 비즈니스리포트, 2017년 8월 22일

“[단독] 김성영 이마트24 대표 “편의생활연구소 외부 전문가는 인문학자만 영입”, 조선일보, 2017년 8월 18일

“이마트24가 이기는 제안, 이유식”

소비자에게 이유식을 제안함으로써
4 개의 이로운 가치를 실현

emart24

Elevation

프리미엄 이유식 브랜드 배치



Easy access

전략적 출점 위치 설정

Economical
이마트24 멤버십 제도

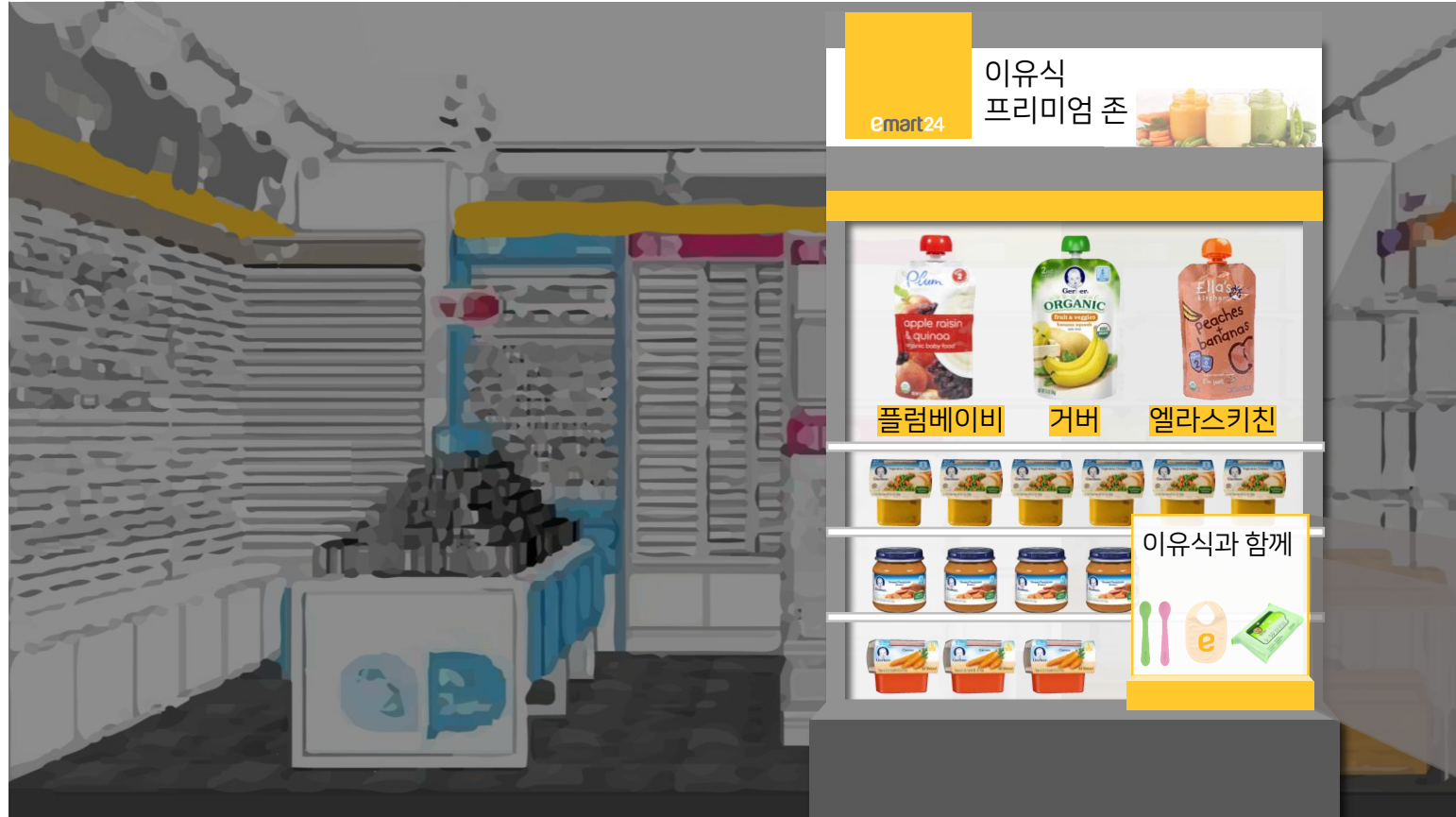
e4

Experience
이마트24 체험형 편의점으로

emart24

이마트24가 이기는 제안, 이유식 01

Elevation : 프리미엄 이유식 브랜드 배치



국내외 프리미엄 이유식 브랜드를
이마트24에서 배치·판매

스푼, 턱받이, 물티슈와 같은
이유식 번들 아이템 제공

이마트가 단독판매 프리미엄 이유식을
이마트24로 유통확대
플럼베이비, 거버, 엘라스키친

아이 식사에 필요한 물품
턱받이 숟가락 손수건 제공



emart24

이마트24가 이기는 제안, 이유식 02

Economical : 이마트24 멤버십 제도



기존의 영유아 가정 대상 이마트
멤버십제도 통합·확대

매달 초 이마트에서 진행하는
육아 제품 할인 이벤트 확대



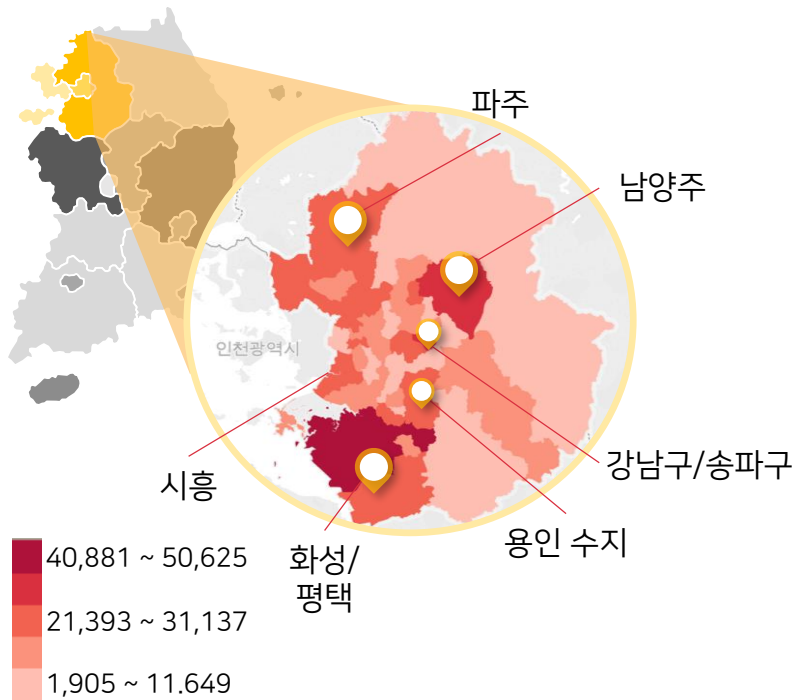
emart24

이마트24가 이기는 제안, 이유식 03

Easy access : 전략적 점포 출점 위치 선정

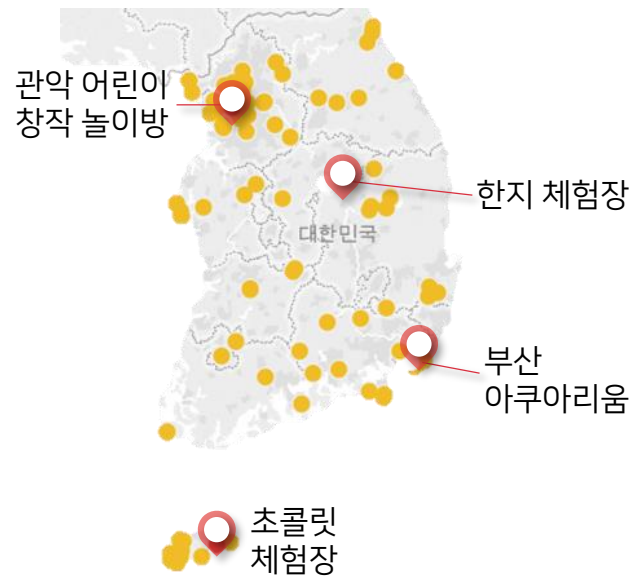
영유아 가구 거주지역

총 147만 명 중 수도권 거주 인구는 77만 명으로 52%에 해당함



아기와 함께 놀러가는 곳

네이버 블로그 게시물 400개 분석



아기랑 갈만한 곳, 아기와 나들이. 아기랑 국내여행, 아기랑 외출 등으로 검색하여 빈도수 분석

소비자의 구매 시간과 노력을 최소화하는
근거리 유통채널 이마트24

빅데이터에 기반한 영유아 가구 거주지와
인기 여행지에 전략적 점포 출점



자료 : 통계지리정보서비스 SGIS, 대화형통계지도, 유아인구(4세이하), 자체 수집 데이터
TABLEAU

emart24

이마트24가 이기는 제안, 이유식 04

Experience : 이마트24, 체험형 편의점으로



전문화된 프리미엄 편의점을 지향하는
이마트24의 새로운 목표와 부합

아이를 위한 서비스를 제공하는
타 업체와 전략적 제휴

유모차·장난감 전문매장과 결합한
샵인샵 이마트24를 운영



빅스타

업무 분장표



01 허승제
(홍익대 경영)

팀장
리더십, 데이터 시각화, 디자인, 의견 수렴과 반영
빠른 방향정리, 웃음 유발자, 분위기 메이커

02 김수진
(서강대 경영)

아이디어 बैं크
데이터 분석, 필터링, 프로그래밍어 응용 능력
체력왕(수업시간에 단 한 번도 존 적이 없다)

03 박상현
(건국대 응용통계)

통계와 경제학적 지식의 융합
데이터 크롤링, 데이터 분석, 데이터 전처리 작업
팀의 평균 신장 상승 주역

04 이정진
(연세대 국제관계)

방대한 자료조사와 스펀지 같은 정보 흡수력
데이터 크롤링, 데이터 분석,
발산을 멈춘 적 없는 유쾌 에너지

05 정다희
(동덕여대 영어)

성공율 100% 급식반장
논리 구성, 논지 전개, 언어와 주술일치의 마법사,
독순이, 목소리 데시벨 제일 큰 웃음왕

06 최유빈
(동덕여대 경영)

태블로 단 하루만에 마스터
데이터 분석, R 프로그래밍어 활용 능력
통계적 이해력과 응용력, 팀원 스트레스 관리자, 긍정의 여왕

