

2019년 충청북도 중소기업 빅데이터 활용지원사업

우수사례 선정평가
한국펄프

한국펄프 (두루마리화장지 매출증감 요인 분석을 홍보 방안 및 제품 개발 방안도출)

가. 회사소개 및 비즈니스 이슈

1) 회사소개

- 청주시에 소재한 한국펄프는 眞如(진여)' 참되고 한결같은 마음으로 성장하는 기업이 되자는 신념으로 2005년 10월에 설립된 화장지 전문제조업체로 ISO9001 인증 및 은나노 쑥화장지 특허출원 등 자체 부설 연구소를 통한 지속적인 연구개발을 진행하고 있는 벤처기업이다. 위생용 종이 제품 제조 업체 업체로 “부자 되는 집”, “사랑이 가득한집”, “땡큐 화장지”, “대박나는집”, “강블리라이프 블링휴” 등의 브랜드로 두루마리 화장지와 온라인 시장인 위메프, 티몬,네이버스토아, 11번가 등의 온라인과 농협 등 오프라인에 판매를 하고 있다. 한국펄프의 이경희 대표는 2017년 대표는 모범 여성기업인상을 받기도 했다.



<그림1> 한국펄프의 두루마리 화장지 브랜드 종류

2) 비즈니스 이슈

- 매출하락 및 수익성 악화 원인 파악 및 재도약 방안도출 필요
- 2018년 58억이던 매출액이 오프라인 주 고객인 농협의 이탈과 경쟁사의 치열한 가격인하, 주 52시간 근무제로 인한 임금 상승 등으로 인해 매출 및 매출 이익 하락이 지속 되고 있는 상황이다.
- 이에 온라인 매출데이터 분석, 인터넷 쇼핑몰 분석과 고객 댓글 데이터 분석을 통하여 한국펄프 제품의 긍정적인 면과 부정적인 면에 대한 분석하여 매출 하락 요인과 개선 방안을 찾아 다시 다시 제 도약할 방법을 모색 할 필요가 있으며

- 또한 2019년 7월 새로 출시한 프리미엄 제품으로 출시한 “뽀로로” 화장지의 홍보 방안 등을 도출하였다.

나. 빅데이터 분석 및 시사점

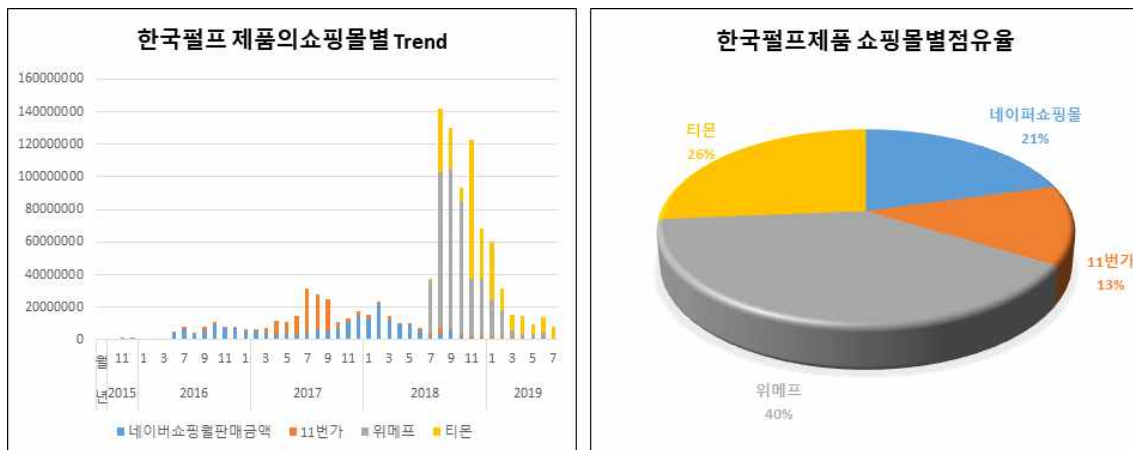
○ 분석 개요

- 분석 대상 기간 : 2015년 10월 20일 ~ 2019년 8월 31일
- 정보 출처 : 소셜데이터(네이버 뉴스, 카페, 블로그),
내부데이터(위메프, 11번가, 네이버스토아, 티몬)
- 분석 솔루션 : SPSS, Smart Cruncher, SAS의 JMP

○ 분석 요건

- 두루마리화장지 버즈량 분석
- 인터넷 쇼핑몰 판매 데이터 증감량과 분석, 긍부정요인분석, 고객 불만 요인 분석, 경쟁사 제품 분석을 통한 구매 요소 분석

1) 쇼핑몰 판매 추이 분석에서 매출금액의 쇼핑몰별/월별 편차가 급하락 급상승등의 편차가 심함



<그림2> 쇼핑몰별 판매 트렌트와 쇼핑몰별 판매 점유율

- 2015년 네이버쇼핑몰에서 온라인 판매가 시작되었으면 서서히 판매량이 증감을 거듭하다 늘다가 2018 7월과 8월부터 위메프와 티몬 입점으로 매출이 급격히 증가 되었으나 오래 지속되지 못하고 다시 매출이 급격 감소를 함이 발견되었다.

- 쇼핑몰별 판매금액 점유율 분석 결과 위메프가 40%로 가장 높고 2위는 티몬 26%, 네이버쇼핑몰 21%,11번가는 13%순으로 나타남을 알 수 있었다.

- 네이버쇼핑몰은 가장 먼저 인터넷 쇼핑몰을 시작을 했으나 점유율이 가장 낮음. 반면 위메프와 티몬은 짧은 기간임에도 불구하고 전체 점유율이 높게 나타났다.

2) 소셜데이터 데이터의 소비자 관심은 오히려 증가 추세임.



<그림3> 소셜데이터 두루마리 화장지 연관 키워드 트렌드

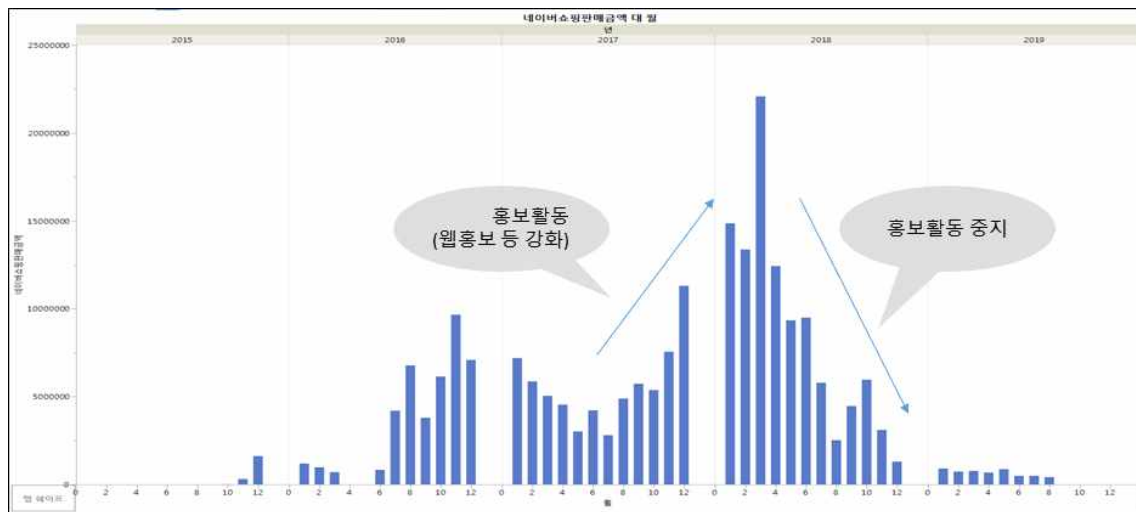
-두루라이 화장이 곤련 키워드 분석결과 물화장지가 29.82%,두루마리 휴지가 28.67%, 천연펄프 화장지가 14.53%, 두루마리화장지가 9.71%, 프리미엄화장지가 8.42%로 나타났다.

-한국펄프 제품은 인터넷 쇼핼몰에서의 매출 폭 등락이 심하지만 두루마리화장지, 물화장지 관련 키워드는 꾸준히 지속적으로 증가 추세에 있으며 이는 고객의 두루마리 화장지에 대한 관심은 지속 된다는 의미이며 한국펄프 제품의 매출 하락 원인을 분석하면 하여 대응 책은 세우면 다시 매출 회복이 가능하다는 긍정적인 신호로 해석 되어 졌다.

시사점

- 한국펄프 두루마리 화장지 제품의 인터넷 쇼핑몰 매출 데이터를 급격히 하락과 상승을 반복하면서 큰 변동을 보이다가 최근에는 지속적 감소 추세에 있음.
- 반면 네이버 블로그, 뉴스, 카페 등의 소셜데이터의 Trend는 지속적으로 증가 추세에 있음. 이는 두루마리 화장지의 고객의 관심은 지속적으로 증가하고 있음.
- 이는 고객의 두루마리 화장지에 대한 관심은 꾸준함으로 한국펄프의 제품의 하락 요인을 분석을 하면 상승요인을 만들 수 있다는 긍정적 신호로 여겨짐.

3) 화장지는 홍보 활동 강화시와 중지시 매출액의 차이가 너무 큼



<그림4> 홍보활동 강화할때와 홍보 하지 않을 때 판매량 분석

- 네이버 쇼핑몰의 판매 추이 분석결과 2017년 6월부터 2018년 3월까지 급등을 했으나 이후 급격히 판매 금액이 하락을 함. 이경희 대표님과 분석결과 홍보활동을 강화 시켰을 경우 매출이 급격히 늘었다가 담당자가 그만 두고 후임을 채용하지 않고 온라인마케팅에 신경을쓰는 사람이 없자 매출이 급격히 감소했다고 하셨다.

-홍보를 하는 것과 하지 않는 것의 차이가 크다는 것은 홍보에 집중하면 단기간에 매출을 다시 올릴 수 있다는 긍정적인 면도 발견되었다.

-한국펄프에서 판매하는 주요 인터넷 쇼핑몰 Site 중 네이버 쇼핑몰, 위메프, 11번가, 티몬에 대하여 물화장지,두루마리화장지에 대한 키워드를 검색하여 나타난 화면에 Display된 홍보물 순위 TOP 10순위로 아래와 같이 검색하여 정리한 결과 순위가 쇼핑몰마다 각각 다름을 알 수 있었는데 이는 각 업체별 집중 광고한 순위이며 1면

광고에 따라 판매매출도 다를 것으로 분석되었다.

순위	두루마리화장지 1면 Display 순위 Top 10	위메프	11번가
1	올프리 3겹 (40mx18롤) 토티슈 친환경 두루마리 휴지 먼지없는 안	크리넥스데코엔소프트 30롤 2팩	본네이저 천연멀프 화장지 33m 3겹 x 60롤 ¹ 순수 휴지 깨끗한나라
2	100%천연멀프 무탈광 대용량 두루마리 3겹 데코 100롤	크린엑스 명류 데코 프리미엄 16M3 겹 30롤	순수 천연멀프 3겹 30롤 x 2팩 화장지 휴지 티슈 깨끗한나라
3	바스틀리 친환경 먼지없는 두루마리 휴지 10롤	강블리라이프 볼링 후 16M 30M 재활용멀프	헬로 ² 순수 3겹 천연멀프 화장지 30m 30롤 1팩
4	헬로 순수 3겹 천연멀프 화장지 30m 30롤	찰틀리는집 화장지 쉐빙30M 24롤X3팩	[*1980M대용량!] 리빙 라벤더향 롤~화장지 33M 3겹 30롤x2팩
5	명류 천연멀프 벌유 3겹 30롤 화장지 휴지 두루마리 티슈 순수 g	100%천연멀프 3겹30롤 (헬로)	뉴팅류3겹60롤
6	[두루마리화장지] 착한화장지 볼력말 4겹 30M 30롤	크리넥스도틀한 3겹 25m 30롤 2팩	프리미엄 점보를 휴지 화장지 두루마리 휴지 현대타운
7	유한킴벌리 크리넥스 순수 3겹 소프트 화장지 27m 30롤	뉴팅류 3겹 30롤 2팩	3겹 30롤 ³ 대용량/업소/화장실/사무실/공장/병원/회사/건물/별당/후?
8	깨끗한나라 순수 프리미엄 화장지 30m 3겹 30롤	헬로 명류 벌고 3겹천연멀프	강블리라이프 볼링 후 30M/16M 30롤 천연/재생/휴지/화장지
9	쌍을씨앤비 CODI 라벤더 화장지 30m 3겹 30롤	구름나비화장지 퓨어화이트 천연멀프 3겹 3팩	[크리넥스] 신상품 유한킴벌리 두루마리 화장지(3겹) 25m 30롤 1팩
10	유한킴벌리 크리넥스 데코엔소프트 클래식 3겹 30롤 27m	100%천연멀프 헬로순수화장지 3겹30롤 2팩 3	구름나비 천연멀프 100% 3겹 화장지 각티슈 모음전

<그림5> 홈쇼핑 별 두루마리휴지/화장지 키워드 검색 1면 홍보 Display 상품 순위

인터넷 쇼핑물과 홈쇼핑에서의 화장지의 판매량이 어느 정도일까에 대하여 IT조선에서 분석한 위메프 쇼핑물의 생활용품 판매량 순위에 1위는 “지리산 생수 2LX18팩”으로 나와요 화장지는 “깨끗한 나라”의 휴지 30롤 3개 짜리가 5위, “모나리자 각티슈”가 6위 각티슈 240매 3입 4개짜리가 10위를 차지하면서 10위안에 화장지/휴지가 3개를 차지 했으면 생수와 휴지가 생활용품 판매량에 강세로 나타났다. 생수나 화장지는 고객가치 입장에서 볼 때 오프라인에서 구매를 하면 부피가 크나나 무거워서 운반이 불편 하나 온라인으로 주문하면 집까지 배달되는 장점이 있는 생활 용품중의 하나임이 분석 되었다.

금주 원더배송 베스트(20180223_20180301)

마트전체	판매수랑기준	취급고기준
순위	상품명	상품명
1	지리산 생수 2L X 18팩	다우니 섬유유연제 1LX6
2	다우니 섬유유연제 1LX6	깨끗한나라 휴지 30롤X3
3	케라시스 퍼퓸 샴푸 X 3	중근당 락토티트 유산균
4	지리산 생수 500ml X 40	마미포코 기저귀 모음전
5	깨끗한나라 휴지 30롤X3	지리산 생수 2L X 18팩
6	모나리자 화장지 각티슈	케라시스 퍼퓸 샴푸 X 3
7	중근당 락토티트 유산균	중근당 락토티트 생유산균
8	시크릿데이 생리대 특가!	모나리자 화장지 각티슈
9	하림 삼계탕반마리600g	지리산 생수 500ml X 40
10	각티슈 240매 3입 X4개	다우니 섬유유연제 大

출처 : 2018.03.03 IT조선-위메프 인기 생활용품 판매량 순위 분석

<그림6> 위메프 인기 생활용품 순위 분석

- 또한 “홈쇼핑 모아“에서는 생활주방히트상품판매순위에1위 “헬로키티 골드라벨4겹 프리미엄 화장지”로 나타남.

- 화장지는 생활용품 중 구매자들에게 관심이 매우 높은 상품임이 확인 되었다.

홈쇼핑모아 생활주방 히트상품 순위		
홈쇼핑모아 <생활주방> 부문 방송 상품 TOP10		
	상품명	홈쇼핑사
1	헬로키티 골드라벨 4겹 프리미엄 화장지	홈쇼핑
2	팡팡 배수구 세척조 클리너 세트	홈쇼핑
3	요술배개 2세트	홈쇼핑
4	자동 요술압축력	홈쇼핑
5	다줄 다리미판	홈쇼핑
6	타일박사 곰팡이박사 18개 세트	K쇼핑
7	필모아텀블러 아이스탱커 세트	NS홈쇼핑
8	[마약인하우스by박종근]풍기인견 침구 풀세트	롯데홈쇼핑
9	기본에 더스트키퍼 먼지떨이	홈쇼핑
10	은나노스텝 다용도세정제	롯데홈쇼핑

홈쇼핑모아 <생활주방> 부문 방송 상품 TOP10 / 버즈니 제공

6월 28일부터 7월 4일까지 홈쇼핑사 14곳(홈쇼핑 7곳+T커머스 7곳)을 조사해 판매량이 높은 상품을 선정했다. 2019.7월일 IT조선

<그림7> 홈쇼핑 모아 순위에 1명의 모나리자화장지 팝업광고 사례

시사점

- 한국펄프 두루마리 화장지 제품의 인터넷 쇼핑몰 매출 데이터 분석결과 홍보를 집중할 때와 홍보를 하지 않을 때 판매량의 차이가 급격히 다르고 시장에서의 반응은 바로바로 나타나는 것을 알 수 있었습니다. 화장지는 고객들의 반응에 민감한 상품인 임.
- 이를 확인하기 위해 생활용품 판매순위에서 위메프에서는 10위중 5,6,10위가 화장지 관련 제품이었고 홈쇼핑모아 에서도 헬로키티 화장품이 1위로 나타남.
- 분석 결과로 생수와 화장지는 고객들이 오프라인 구매시 부피가 크거나 무게가 무거워 온라인 구매시 집앞으로 배달되어 운반의 수고를 덜어주는 제품으로 고객에게 관심이 많은 생활용품으로 인터넷이나 홈쇼핑을 통하여 많이 구매를 하고 있는 제품으로 분석됨. 화장지 제품의 고객의 구매요소와 Pain Point를 찾아 홍보를 하면 바로 매출 회복도 가능할 수 있는 제품으로 분석됨

4)두루마리화장지 시장은 이미 레드오션~~, 차별화가 필요합니다~
이름도 같고 디자인도 같은 "땡큐 두루마리 화장지"가 이렇게 많다니!!

Display순서	상품명	양	가격	제조사/판매사
1	땡큐천연펄프	3겹30롤	3990	깨끗한나라
2	Gold 땡큐	3겹 90롤	18900	그랜드유니버설트레이딩
3	땡큐	3겹30롤	4500	현대페이퍼
4	헬로뉴땡큐	3겹 16m30롤	6500	그랜드유니버설트레이딩
5	뉴땡큐	30롤3겹	6730	유진기업
6	뉴땡큐	30롤3겹1 2팩	9810	㈜동향
7	뉴땡큐	2팩30롤3겹엠보싱	9900	한국펄프
8	뉴땡큐	3겹30롤2팩	12900	현대페이퍼
9	뉴땡큐	3겹데코 30롤	3690	유진기업
10	모나리자땡큐프리미	3겹30롤 20미터	9800	모나리자
11	모나리자땡큐데코	30M 3겹 30롤 3팩	33640	모나리자
12	뉴땡큐100%천연	3겹30롤	4410	행복 S&P페이퍼
13	뉴땡큐	3겹 30롤 2팩	11900	현대페이퍼



<그림8 > 네이퍼 홈쇼핑 의 땡큐 제품과 제조사 분석

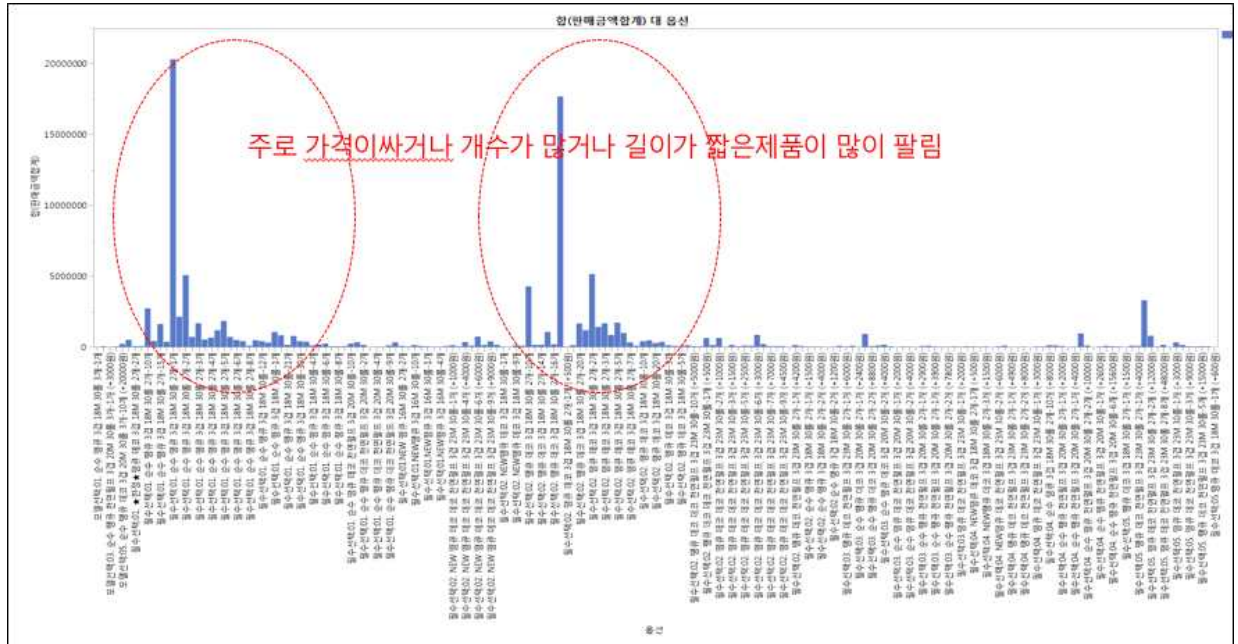
-그동안 한국펄프에서 가장 많이 팔린 “땡큐”라는 제품에 대하여 네이버쇼핑 검색어로 “땡큐화장지”라고 하여 검색하여 나타난 “땡큐”브랜드에 대하여 분석한 결과 같은 제조/판매 브랜드사가 각각 다르나 같은 포장지도 비슷하고 이름이 같은 “땡큐”라는 브랜드로 팔고 있고 심지어 포장지도 거의 유사함이 발견 되었습니다.
“한국펄프의 뉴땡큐”는 7번째 순위에서 한 개 나타났고 “깨끗한 나라”, “그랜드유니버설트레이딩”, “현대페이퍼”, “유진기업”, “모나리자”여러 기업이 “땡큐화장지”를 판매하고 있음을 알수 있었다. 이경희 대표에의하면 “땡큐”라는 제품은 소유권을 가지신 분이 돌아가셔서 현재는 누구나 사용가능한 브랜드라고 합니다.

- 그래서 “땡큐”라는 브랜드는 한국펄프만 사용하는 브랜드가 아니고 다른 경쟁사도 사용하기 때문 홍보방법에 따라 매출이 차이가 매우 큰 것으로 분석되었다. 또한 한국펄프만의 제품 개발 및 강점을 가지고 브랜드 이미지 강화 필요함이 분석 되었다.

시사점

- 두루마리 시장은 경쟁사가 많고 땡큐라는 제품은 여러 경쟁사가 취급가능하기 때문 이미 레드오션으로 홍보 효과와 가격에 따라서 매출액의 차이가 크다. 또한 저가로 판매하여 매출액만 올리다 보면 수익이 악화 되기 때문 다른 제품을 개발하여 차별화로 승부 할 필요가 있음.

5) 구매요소분석(어떤 제품을 누가 언제 왜 살까?-TOP 분석)



<그림09 > 네이버 홈쇼핑 의 땡큐 제품의 Option별 판매량분석

네이버 쇼핑물 판매제품 분석결과 갯수가 많거나 길이가 짧아 가격이 저렴한 제품의 판매량이 많이 나타났습니다.

순위	항목	빈도	
1	빠른배송	6126	Delivery
2	가격대비	2255	Cost
3	가성비	422	Cost
4	품질	230	Quality
5	배송무료	199	
6	천연펄프	174	안전
7	부드럽	156	감성
8	착한가격	108	Cost
9	두껍	85	Quality
10	천연	85	안전
11	길이	70	Quantity
12	두께	59	Quantity
13	재질	53	Quality
14	느낌	52	감상
15	양도	40	Quantity
16	안전	31	안전
17	두개	31	Quantity
18	총알	27	Delivery
19	다음날	27	Delivery
20	무색소	23	안전

물휴지 넣어서 쓰는? 곳 지들이 좋아서 18미터짜리면 사서 쓰는데 지난번엔 같은 땡큐이지만 질이 나쁜걸 잘못 주문하여 이번엔 상세사진 잘 보고 골랐더니 좋은 재질로 왔네요^^ 배송도 빠르고굿입니다.

쭈쭈하게 말리진 않았는데 질은 그렇게 떨어지진 않네요. 사무실에서 쓰는 저렴한 제품과는 비교될 정도의 괜찮은 품질입니다. 아주 좋은건 아니지만 가격 저렴하고 쓸만 하네요.

휴지가 도톰하며 깨끗하여 사용하기가 좋네요
가격대비도 넘 좋고 참 잘샀다는 생각을 듭니다

가격대비정말좋아요~~

역시나 얇네요 ㅋㅋ
한개짜리 두꺼운거 살걸 그랬어요
그냥지랑 쓸만해요

저렴하게 잘 샀어요 매번 땡큐만 사요 휴지를 험하게 써서ㅋ 저예겐 가성비 갑 휴지에요

<그림10 > 네이버 홈쇼핑 의 만족도 5인 구매자의 의견

또한 구매 평점이 높은 구매자의 댓글의견과 구매평점이 낮은 구매자의 의견을 통하여 만족요소와 불만족 요소를 분석한 결과 구매평점이 높은(5점대_에 대한 형태 로 분석결과 빠른 배송과 가격대비 품질(가성비)가 높아서 구매 한 것으로 나타남.

순위	형태수	빈도	
1	가격	178	Cost
2	배송	141	Delivery
3	비지떡	65	Quality
4	양이적고	41	Quantity
5	길이	40	Quality
6	말림	35	Quality
7	거칠	31	Quality
8	혈겁/혈겁	31	Quality
9	먼지	30	Quality
10	품질	29	Quality
11	용량	28	Quality
12	두께	26	Quality
13	느리	24	Delivery
14	재질	16	Quality
15	쓰레기	15	Quality
16	싸구려	13	Quality
17	냄새	11	Quality
18	누릴	10	Quality

싸값하는 화장지 입니다.
화장지 롤이 엄청 흐물거려요
영성하게 롤이 말려있어 받자마자 허걱했습니다.

품질이너무안좋네요ㅠ ㅠ 거칠고 양도 적어서 좀 실망이네요 저렴해서 샀는데 ㅠ ㅠ

딱 그 가격인데 돈이 아깝네요... 아무리 싼게 비지떡이지만 이런 상품은 아무리 싸더라도 판매를 안하는게 낫을거 같습니다...

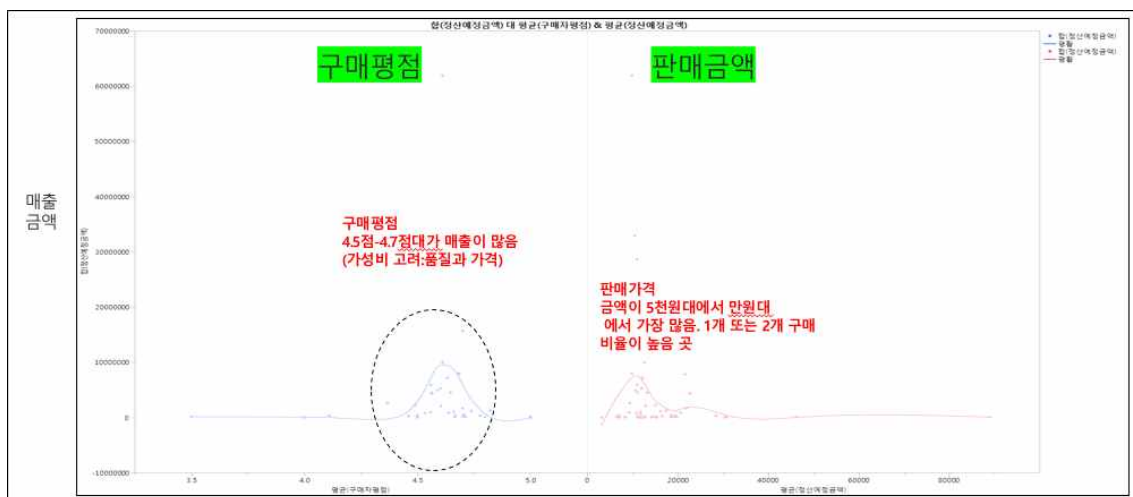
완전 싸구려 저질이네요... 싼 맛에 구입했더니... ㅠ ㅠ
동물들 배변 처리용이라면 몰라도 사람이 쓰기엔 좀 그러네요
재구매 의사 없습니다

배송도 느리고 포장상태 최악입니다ㅠ

그냥 마트에서 눈으로보고 사립니다
2번실패... 휴지는 인터넷 판매용이 따로있나봅니다
ㅠ ㅠ

<그림11 > 네이버 홈쇼핑의 만족도가 1-2점대의인 구매자의 의견

- 구매평점이 낮은 요인에 대한 형태소 분석 결과 싼게 비지떡이라는부분. 즉 저렴하게 구입하고 보니 품질요소 즉말림, 거침, 헐거움, 먼지, 재질, 용량, 길이 두께에 대한 불만이 많이 나타났음. 이는 가격을 저렴한 제품으로 만들다 보니 낮아지면서 두께를 줄이거나 길이가 짧고 저렴한 원료를 쓰다 보니 품질 문제가 발생되어 재구매 요소가 발생하지 않은 것으로 분석 되어졌다.
- 배송에 대하여 만족도 많았지만 불만도 많은 것으로 나타났(만족도 5점대에서 가장 많은 것이 빠른 배송이 었는데 배송에 대한 불만도 많이 나타남)
- 개선 요소는 배송, 품질(사용품질)과양 등임. 인터넷 판매에 대한 신뢰성 및 이미지 개선 필요(고객은 품질 좋고 마트보다 저렴 한 화장지를 원함)



<그림12 > 구매평점과 판매 금액 빈도 분석

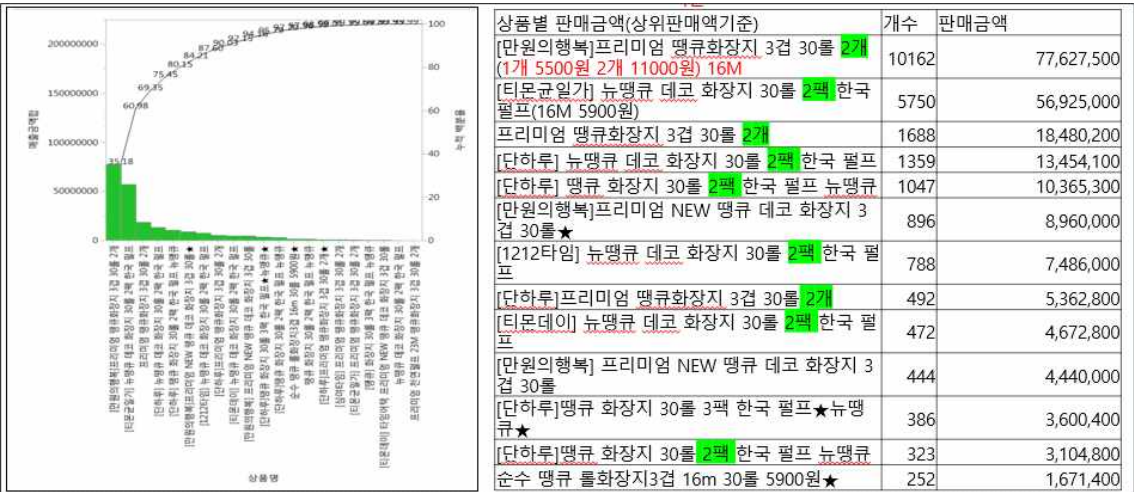
- 구매평점과 판매금액에 대한 빈도수 분석에서 구매평점이 4.5에서 4.7 사이의 제품이 가장 많이 팔림. 또한 가격대는 6,000~13,000원대(1pack 또는 2 pack 제품)에서 가장 많이 팔림.
- 이분석을 통하여고객은 품질이 좋은 것(만족도가 높은 것)은 가격이 비쌌으므로

만족도가 조금 높으면서 품질에서 가격이 저렴한 가성비가 좋은 제품을 고객이 선택함이 확인됨



<그림13.1 > 판매금액별 빈도 분석/네이버쇼핑

네이버쇼핑에서는 분석한 결과 5~6천원대의 저가 제품이 많이 팔린 것으로 나왔다. 2개구매시는 만천원대 또는 1만1천원대 제품이 많이 팔리는 것으로 나타났습니다.



<그림13.2 > 판매금액별 빈도 분석/티몬

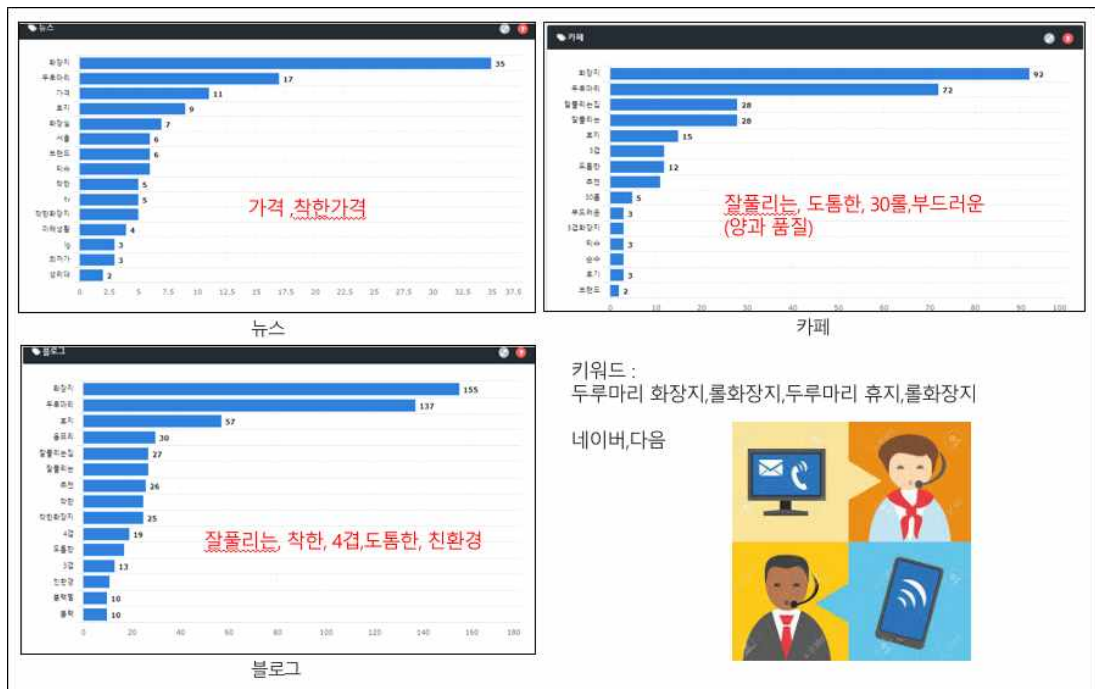
- 티몬에서는 프리미엄 탱큐 3겹 30롤 2개, 뉴탱큐데코 30롤 2팩, 프리미엄 탱큐 3겹 30롤 2개 짜리가 많이 팔린 것으로 분석이 되었습니다. 2팩짜리 구매가 많은 이유는 배송비가 무료가 되기 때문 1개 구매보다 많은 것으로 분석되어 졌다.



<그림 14> 성별.연령별 구매 총 분석

-구매고객 분석을 한 결과 여성이 56%로 남성 보다 구매 비율이 높으며 연령별 분포를 보면 30대 47.1%, 40대가 26.3%, 20대가 18.8%로 나타남. 핵심 구매층은 30-40대가 전체의 73.4%로 나타남.

-30-40대를 타겟으로 고객니즈 파악이 필요함. 또한 여성을 대상으로 Sales 포인트 파악 필요



<그림 15> 두루마리휴지에 대한 소셜데이터 Text 분석 결과

-뉴스에서는 가격관련 키워드(착한가격)- 카페에서는 “잘풀리는”, “도통한”, “부드러운” “30롤” 품질과 양에 대한 언급 블로그에서는 “잘풀리는”, “가격”, “4겹”, “도통한”, “친환경”이 많이 언급되었다.



<그림 16> 화장지 유입경로

- 결제 위치는 모바일이 PC보다 많음. 모바일을 활용한 판매 방법 강구 필요.
티몬의 코디화장지는 모바일버전의 주문 앱이 있었다.

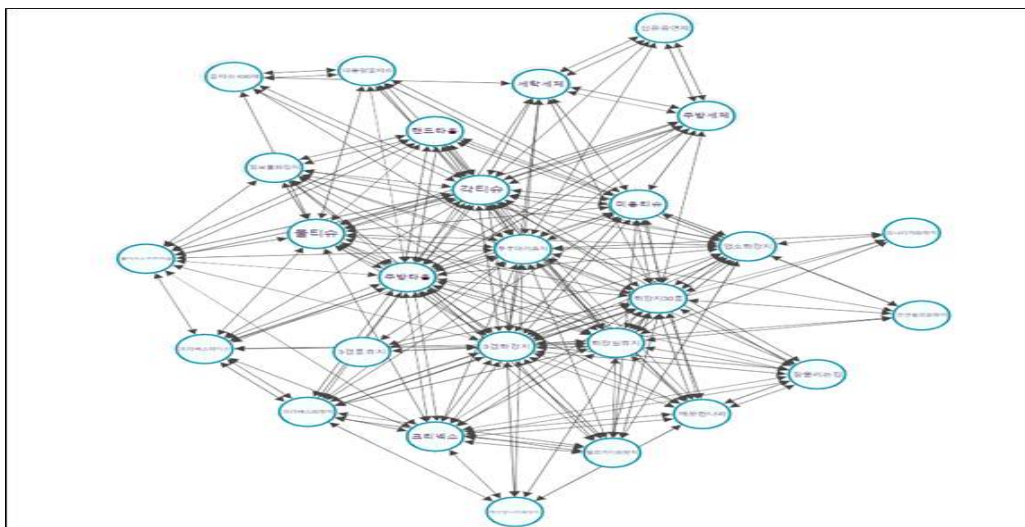
-주문자 정보관련 분석을 하려고 했으나 심각함이 발견되었다. 일반적으로 제품을 판매하게 되면 구매자 정보를 알게되어 재구매를 유도하기 위한 지속적 마케팅이 필요한데 한국펄프가 이용한 인터넷쇼핑몰에서 구매한 구매자 정보는 개인정보 보호 정책으로 인해 판매자에게 공유가 안되어서 개인별 홍보 활동에 한계를 발견하게 되었다. 향후 개인고객 정보를 얻는 정보를 찾고 이를 활용한 마케팅 홍보방안을 마련할 필요가 있음을 알았다.



시사점

- TPO분석결과 고객이 한국펄프의 탱큐에 대한 만족요소는 배송과 가성비(가격 대비 품질)로 나타났다.
- 불만요소는 싼게 비지떡이라는부분. 즉 저렴하게 구입하고 보니 품질요소 즉말림, 거침, 헐거움, 먼지, 재질, 용량, 길이 두께에 대한 불만이 많이 나타났다. 이는 가격을 저렴한 제품으로 만들다 보니 낮아지면서 두께를 줄이거나 길이가 짧고 저렴한 원료를 쓰다 보니 품질 문제가 발생되어 재구매 요소가 발생하지 않은 것으로 분석 되어졌다.
- 많이 팔리는 제품의 가격대는 6,000~13,000원대(1pack 또는 2 pack 제품)에서 가장 많이 팔림.
- 핵심고객은 남성보다 여성(여성이 56%), 연령대는 30-40대(30대 47.1%,40대가 26.3%, 20대가 18.8%.
- 소셜데이터 분석에서는 착한가격,“잘폴리는”, “도톰한”, “부드러운”,잘폴리는, “ 4겹”,“30롤”,친환경 품질과 양에 대한 언급과 환경에 대한 언급이 많음.
- 결제는 모바일 활용한 주문이 많음
- 주문자 개인정보를 알 수 없어 재구매를 위한 홍보 활동이 제한적임

6) 경쟁사 분석



<그림 17> 두루마리 휴지 관련 쇼핑관련 브랜드 및 관계망 분석

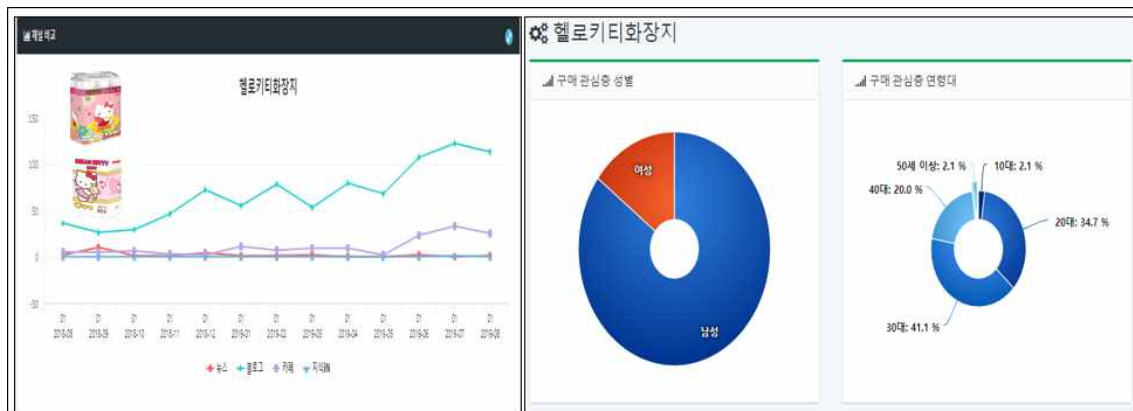
- 두루마리 휴지 쇼핑관련 브랜드 및 관계망 분석(해석방법 화살표가 많을수록 관계성이 많음) 결과 두루마리 휴지와 연관성 있는 제품 또는 용도는각티슈,주방타올,

화장실화장지,미용티슈,업소 화장지,3겹화장지 등으로 나타났다.

- 연관 브랜드/경쟁사는 모나리자,잘풀리는집,깨끗한 나라,크리넥스,헬로키티화장지로 나타났다.

- "두루마리 휴지" 관련 쇼핑관련 브랜드 및 관계망 분석을 통하여 한국펄프 제품의 고객에게의 용도나 제품 포지셔닝을 고려 할 필요가 있으면 경쟁사 분석을 통하여 차별점 도출이 필요한 것으로 나타났다.

이중 한국펄프의 이경희 대표님의 요청에 의하여 신제품으로 개발된 프리미엄 화장지인 뽀로로화장지의 경쟁상대인 헬로키티화장지에 대한 집중 분석을 실시 하였다.

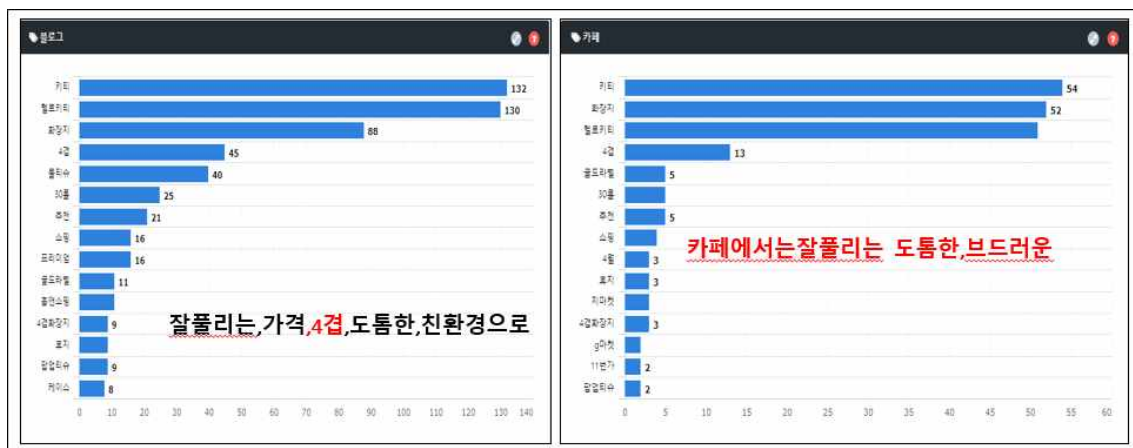


-헬로키티 화장지에 대한 블로그 및 카페의 언급량은 늘어가고 있다.

-헬로키티 화장지의구매관심층은 85.3%가 남성이며 여성은 14.7%로로 일반 화장지와 반대로 나타났다(일반 화장지는 여성이 남성보다 많음).


나이별로는 30대 41.1%,20대, 34.7%,40대, 20.0%순으로 나타났다.

-헬로키티 화장지는 구매 관심층이 연령은 20~30대가 많은 이유는 어린아이가 있는 젊은 층에서 어린이용 화장지로 고객에게 포지셔닝이 된 것으로 분석 되었다.



- 뉴스에서는 가격관련 키워드— 카페에서는 “잘풀리는”, “도톰한”, “부드러운”, “30롤”로 제품품질과 양에 대한 언급이 많다, 블로그에서 풀리는”, “가격”, “4겹”, “도톰한”, 친환경으로 등이 언급 되었다.

헬로키티 화장지 4겹 광고포인트



4겹 플러워 48롤 + 팝업110매

01 | 4겹 화장지
적은 사용량으로도 충분함(4.8)

4겹

4겹 = 96mm(가로) × 25M × 24롤
4겹 화장지를 제로 롤 차 정도인 롤과 비교하면 2배의 용량을 절약하여, 4겹 사용이 2배로 절약 가능함(4.8)

02 | 인체에 무해한 잉크
기타 화장지 잉크에 쓰인 잉크는 인체에 무해함(4.8)

인체무해 잉크

안전하고 쓰셔도 됩니다.
바탕에 카피를 그리는 분홍색 잉크는
무해한 잉크를 위한 전용 잉크를 사용함(4.8)

03 | 100% 순수 천연펄프
복합재, 화학물질(4.8)

100% 순수펄프

100% 순수천연펄프 사용
누구나 사용할 수 있는 친환경 펄프를 사용함(4.8)
순수 천연펄프를 사용하여 안전하고 사용하기 좋음(4.8)

04 | 저가제품과는 다른 무게
시원하게 느껴짐(4.8)

저가제품과 다른 무게

무엇보다도
시원하게 느껴지는 2.5배의 저가제품과는 다른
무게와 사용감을 자랑함(4.8)

-헬로키티 화장지 4겹의 광고포인트는 4겹(적은 사용량,겹분리 방지기술), 인체무해(잉크는인체무해),2~3겹 제품과는 다른 무게,100%순수 펄프무형, 무폴롬알데히드로 광고를 하고 있었다.
-4겹은 도톰하고 부드러움을 의미하고 ,100% 천연펄프와 인체무해 잉크는 안전성, 저가제품과 다른 무게는 평양이 많이 가격이 싸지는 않다는 의미를 내포하고 있다.



- 11번가 구매 만족도 분석결과 헬로키티는 흡수력과 배송속도에서 만족도 4.8 탕큐 4.1로 나타나 고객 만족도도 훨씬 높은 것으로 나타났다 구매평을 보면 “예뻐서~먼지가 하나도 없네요”, “아이들이 떼를 써요~”, “두께도 도톰하고” 등의 좋은 평가가 나타난 것으로 분석 되어졌다.. 즉 헬로키티 화장지는 품질(도톰하고, 먼지날림 없음) 좋고 디자인도 예뻐서 어린이들만 아니라 어른도 좋아해서 재구매가 많이 일어남으로 분석이 되었는데 이는 아이들 이 좋아 하는 캐릭터는 아이들이 사용해도 좋을 정도 안전하다는 의미도 가지고 있어 고객들이 좋아 하는 것으로 분석되었다.

또한 아이들용은 가격이 상대적으로 덜 중요한 요소로 인식되어 부모들이 아이 들을 위해 비싸도 기꺼이 비용을 지불할 수 있음을 의미 한다. 한다(헬로키티 제품의 가격

은 14,500원대).

★★★★★

예뻐서~ 먼지날림이 하나도 없네요

wog***** 2014-01-03

[음선평화장지선택(일수)선택2헬로키티 3겹30롤]

저렴한 휴지를 찾던 와중에 키티휴지 천연필름에 예뻐서 풀라당 사버렸는데 먼지날림이 하나도 없네요^^ 제가 알레르기성비염이 심한데도 휴지 구매에 는 신경을 안썼는데 이번에 좋은 휴지 사고나서보니 먼지날림이 중요한 것 같아요 타판매자는 만사천원대에 팔고있고 여기 판매자는 같은 상품을 만아천

★★★★★

또 구매~

hda***** 2011-12-21

[음선평화장지선택(일수)00순수데크 3겹30롤(특가)]

휴지가 떨어질때쯤 되면 어김없이 지난 구매내역을 찾아서 또 구매하게 되는 ㅎㅎ 벌써 몇번째인지 모르겠네요. ㅎㅎ 휴지라는게 일정 사용이 주기적이 라. 구매도 주기적으로 하게 되네요 ^^? 다른 3겹짜리 휴지들과 비교해서 가격 싸면서 잘 흡수한 역시 이제를 갑어요. ? 지난번엔 좀. 크기가 들쭉 날쭉

Q 화장지 흡수핑 언제쯤? T T

아이와 헬로키티 모양있는 화장지 달라고 계속 때를 써서 흡수핑으로 구매하려고 하거든요. 혹시 화장지 흡수핑 언제 발송하는지 알수있을까요??

三 回答

★★★★★

두께도 도톰하고

yd***** 2011-11-22

[음선평화장지선택(일수)00순수데크 3겹30롤(특가)]

깨끗한 나라 순수 3겹 데코를 사용한다고 오래 된듯 하네요. 이 휴지를 쓰기전엔 여러가지 다양한 휴지를 사용했는데 이만큼의 없는거 같습니다. 두께도 도톰하니 좋고, 연보실도 있고, 심플한 디자인에 깔끔하고, 솔직한 전 색깔이나 향이 있는건 별로 거든요. 왠지 피부에 더 안좋을것 같고. 그리고 뭐니뭐니

'영원한 블루칩' 키즈를 잡아라...백화점·호텔 가세

등록 2016.02.17 21:48

http://news.tvchosun.com/site/data/html_dir/2016/02/17/2016021790203.html



내 아이에게는 비싸도 뭐든지 해주고 싶은게 부모 마음이지, 그래서 불황이어도 키즈산업은 고떡 없습니다. 백화점과 특급호텔들이 아이들을 타깃으로 불황 타계에 나서고 있습니다. TV조선 "판" -> 불황돌파 " 아이를 잡아라 "

시사점

- 헬로키티는 구매 품평이 4.8로(평균 4.1) 만족도다 높다(도톰함,부드러움,먼지 없음).
- 키티는 디자인이 이뻐서 아이들이 좋아하고 아이들이 좋아 할 정도라면 안전성이 좋을 것이라고 생각되어 어른 들도 선호 할 수 있을 것 같음.
- 주고객은 85%가 남성이고 20-30대가 많은데 이는 어린이가 많은 가정이며 남편이 남성이 인터넷으로 구매 하고 있는 것 같음.
- 헬로키티 화장지는 프리미엄제품으로 가격은 14,500원대로 가격이 높은 편임.

7)한국펄프의 ‘뽀로로 화장지’의 개발 타당성과 향후 홍보 방향 분석


저가 화장지를 판매하면서 품질에 대한 부정적 이미지와 저가 판매로 인해 이를 극복하기 2019년 7월 개발한 “뽀로로 화장지”에 대한 개발 타당성 검증과 홍보 방안수립을 위해 추가 분석을 실시를 하였습니다.

먼저 뽀로로 화장지는 캐릭터 상품이미지가 강하여 경쟁사의 캐릭터인 헬로키티 화장지의 키티와 캐릭터 인지도를 비교한 결과 캐릭터 인지도 1위는 “카카오프렌즈” 2위는 “뽀로로” 3위는 “짱구”로 나타났고 “키티”는 6위순으로 분석이 되었습니다.

	2015년	2016년	2017년
1	뽀로로	짱구는 못말려	카카오프렌즈
2	헬로키티	뽀로로	뽀로로
3	도라에몽	카카오프렌즈	짱구는 못말려
4	미키마우스	도라에몽	포켓몬스터
5	짱구는 못말려	미키·미니마우스	도라에몽
6	둘리	겨울왕국	미키·미니마우스
7	카카오프렌즈	원피스	헬로키티
8	라바	헬로키티	마블
9	원피스	포켓몬스터	원피스
10	타요	라인프렌즈	라바


자료:한국콘텐츠진흥원

인지도로 볼 때 “뽀로로”를 선택한 것은 잘 선택한 것으로 보고 추가 홍보 방안을 도출을 했습니다. 우선 11번가의 댓글을 보니 “키티”와 같이 “애들이 좋아해요”는 좋은 점으로 홍보시 부각이 필요하나 “생각보다 얇고 짧아요” 부분은 상품을 두께나 길이를 조정하여 다양한 종류를 만들면 될 것 같습니다.



엄/마/에/게/기/대/렴

아침 잠이 많은 엄마는 아기의 작은 소리에도 몸을 일으킵니다. 아기가 아프거나 놀랄 때, 새로운 세상을 경험하며 당황해 할 때 엄마는 이렇게 이야기 합니다. "엄마에게 기대렴" 세상에서 제일 좋은 엄마의 품처럼, 모란은 품질을 최우선 가치로 엄마와 아기가 안심하고 가릴수 있는 제품을 만들겠습니다.



광고에서 “엄마에게 기대렴”과 뽀로로 인증마크는 편안함과 신뢰성을 주는 것으로 잘 만든 것 같습니다.



다. 분석결과 요약과 개선 방향



인터넷 쇼핑몰, 판매 데이터, 소셜 데이터 분석 결과를 요약하면 다음과 같습니다.

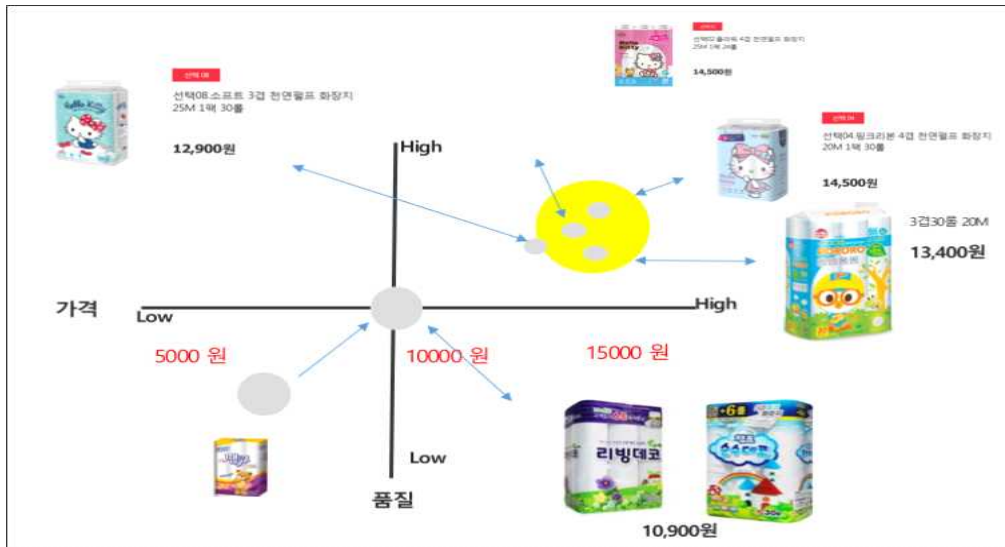
매출 하락요인 요인으로는

- 홍보를 할 때와 하지 않을 때의 차이가 크다. 그이유는 탱큐라는 브랜드로 판매하는 회사가 너무 많고 가격 경쟁이 심화 됨. →①한국 펄프 제품의 브랜드 네임(“부자되는 집”, “사랑이 가득한집”, “대박나는집”)에 대한 홍보가 필요/ 또는 제3위 브랜드 개발 필요 ②홈쇼핑 전문가를 활용하여 집중 홍보 필요.

- 제품의 가격이 싸서 평량이 적은 제품을 만들다 보니 **품질 하락으로 고객 불만**

증가(양, 길이, 두께, 흡물거림) 등으로 인한 으로 인해 재구매가 안됨.

→품질이 좋은 증가형 또는 고가형 제품 개발 필요.



이런 면에서 뽀로로 화장지여기에 맞는 프리미엄 화장지이긴 한 것으로 분석 되어졌다(지속적 연구 개발 필요)

-재구매가 안 되는 요소 중 또 또 하나는 개인주소 파악이 어려워 구매한 고객에 재구매를 위한 홍보가 어렵다. → ①마케팅 방법론을 찾을 필요가 있음(마케팅 자동화 또는 홈페이지 활성화 등)②고객 정보 파악 및 고객 정보를 활용한 Target 마케팅 필요.

-SNS 마케팅 강화(유튜브,페이스,네이버 키워드 검색, 랜딩 페이지를 활용한 마케팅 방법 개선 등). 특히 랜드 페이지를 활용하여 고객의 Pain Point나 고객 가치를 제공



하면 SNS를 통하여 매출도 향상하고 고객 정보도 받을 수 있어지속적 마케팅이 가능할 것 같습니다.

라. 빅데이터 분석결과 및 성과

○ 체계적인 분석을 통한 매출 하락 요인에 대한 원인 파악

- 홍보를 할 때와 하지 않을 때의 차이가 크다. 그 이유는 탕큐라는 브랜드로 판매하는 회사가 너무 많고 가격 경쟁이 심화 됨.
- 가격을 싸게 만들다 보니 품질 하락으로 고객 불만 증가(양, 길이, 두께, 흐물거림) 등으로 인한 으로 인해 재구매가 안됨.
- 탕큐 브랜드가 아닌 새로운 브랜드 개발 필요
- 인터넷 쇼핑몰의 판매 정보 중고객 정보가 제공되지 않아 기 판매된 고객에게 재구매를 위한 홍보가 어려움.

○ 화장지에 인터넷 주요고객과 구매 방법과 구매 요인 파악

- 소셜데이터 분석에서는 분석한 주요 구매 요소는 착한가격, “잘폴리는”, “도톰한”, “부드러운”, 잘폴리는, “ 4겹”, “30롤”, 친환경 품질과 양에 대한 언급과 환경에 대한 언급이 많음.
- 많이 팔리는 제품의 가격대는 6,000~13,000원대(1pack 또는 2 pack 제품)에서 가장 많이 팔림.
- 핵심고객은 남성보다 여성(여성이 56%), 연령대는 30-40대(30대 47.1%, 40대가 26.3%, 20대가 18.8%.
- 내부 판매 데이터를 통하여 분석 한 주요 품질요소는 말림, 거침, 헐거움, 먼지, 재질, 용량, 길이 두께가 중요.
- 많이 팔리는 제품의 가격대는 6,000~13,000원대(1pack 또는 2 pack 제품)에서 가장 많이 팔림.
- 핵심고객은 남성보다 여성(여성이 56%), 연령대는 30-40대(30대 47.1%, 40대가 26.3%, 20대가 18.8%.이 많음.

○ 한국펄프의 마케팅 홍보 방안과 제품 개발 방향제시

- 1단계에서는 현재 제품에 대한 쇼핑몰이나 홈쇼핑에 광고 강화. 광고 전문가
으로 SNS 마케팅 활성화(현재 유튜브 제작 및 마케팅 오토메이션을 위한 랜딩
페이지 제작은 진행 중 12월에 완성 가능).



- 2단계에서는 홈페이지 개편 및 새로운 브랜드 개발 필요
- 새로운 중가 또는 고가 제품 개발 필요.

<끝>