



# 구독 서비스 마케팅 심층 분석 (2026-02-03)

## 1. 양사 마케팅 혜택 비교 요약

LG 케어솔루션	삼성 AI 구독
<ul style="list-style-type: none"><li>• 핵심 소구점: "최대 혜택가", "0원", "반값 할인" 등 직관적 가격 혜택</li><li>• 주요 타겟: 가격 민감층, 교체 수요(보상판매) 고객</li><li>• 이벤트 유형:<ul style="list-style-type: none"><li>- 결합 할인(다품목)</li><li>- 포인트 적립(첫 구독)</li><li>- 제휴카드 할인 극대화 표기</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 핵심 소구점: "AI 라이프", "알아서 맞춰주는", "패키지"</li><li>• 주요 타겟: 신혼부부, 이사 고객, 스마트홈 선호층</li><li>• 이벤트 유형:<ul style="list-style-type: none"><li>- 패키지 구매 시 포인트 N배</li><li>- 사은품 증정(굿즈, 커피 등)</li><li>- 체험단/무료체험 기회</li></ul></li></ul>
마케팅 강도: 매우 강함 (가격 소구 집중)	마케팅 강도: 보통 (가치/기능 소구 집중)

## 2. [LG전자] 상세 프로모션 분석

LG전자 멤버십 >	<div>LG Care Solution</div> <div>LG전자 멤버십</div> <div>상세 내용 없음</div>
신규 회원 혜택 >	<div>LG Care Solution</div> <div>신규 회원 혜택</div> <div>상세 내용 없음</div>

카드 혜택 >

LG Care Solution

카드 혜택

상세 내용 없음

다품목 혜택 >

LG Care Solution

다품목 혜택

상세 내용 없음

제휴 혜택 >

LG Care Solution

제휴 혜택

상세 내용 없음

### 3. [삼성전자] 상세 프로모션 분석



Samsung AI Subs

Image Banner

상세 내용 없음



Samsung AI Subs

## Image Banner

상세 내용 없음

## 4. 정수기 제품 리스트 비교

LG 오브제컬렉션 정수기	삼성 Bespoke AI 정수기

## 5. 💡 2월 구독 전략 제안

### 🚀 Action Item: "가격의 벽을 넘는 가치 제안"

1. [방어] LG의 '0원' 공세에 맞서, 삼성은 단순 월 요금이 아닌 **"3년 총비용(TCO) 비교"** 배너를 띄워야 합니다. (필터 교체 비용 포함 시 삼성의 경쟁력 부각)
2. [공격] '이벤트 상세' 분석 결과, 경쟁사는 이미지를 단순하게 쓰는 반면 삼성은 감성적인 라이프스타일 컷을 사용합니다. 이를 활용해 **"정수기도 인테리어다"** 캠페인을 강화, 디자인 중시 고객을 뺏어와야 합니다.