



구독 서비스 마케팅 심층 분석 (2026-02-02)

1. 양사 마케팅 혜택 비교 요약

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