



땡기머리 옐로우블라썸의 20대 공략을 위한 IMC전략

20년, 땡기머리 20대를 땡겨라!

세 명의 공통적인 특징이 무엇일까?



로꼬Chu~



야야야 야놀자 하니



불꽃 카리스마 민Ho~

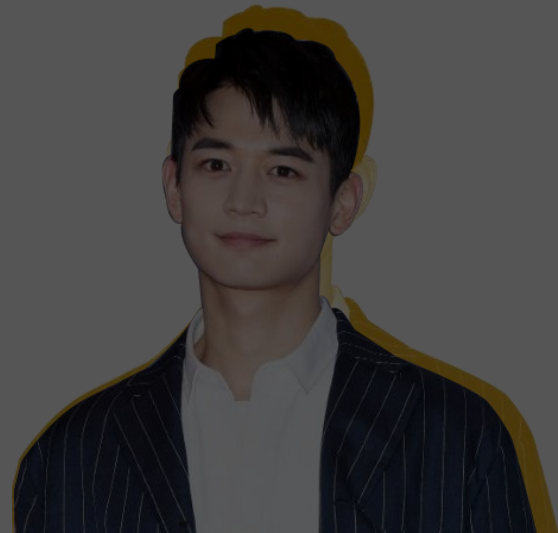
세 명 모두 '탈모질환'을 앓고 있다!



로꼬Chu~



야야야 야놀자 하니



불꽃 카리스마 민Ho~

Contents

00 Intro

- 탈모 인구
- 탈모 시장

01 상황분석

- 시장 분석
- 땡기머리란?

02 문제도출

- 자사 분석
- 경쟁사 분석
- 소비자 분석

03 타겟설정

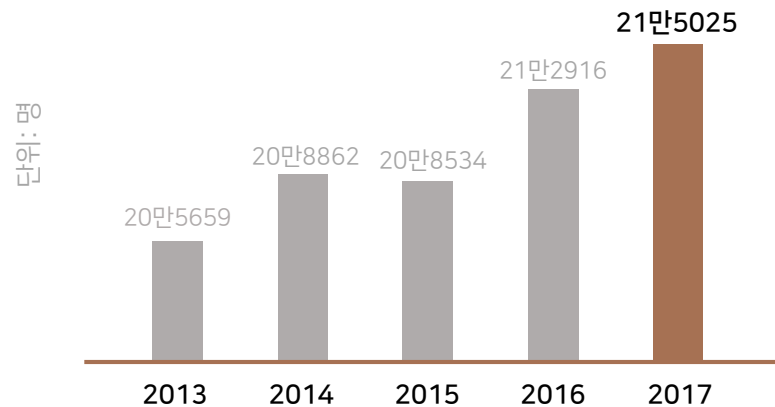
- 타겟 분석
- 솔루션 스트레스 족

04 IMC전략

- Promotion

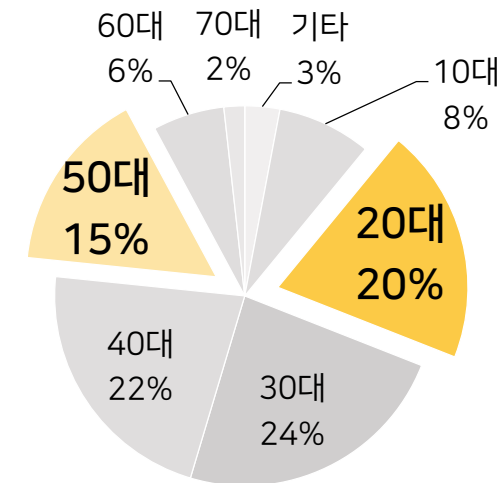
현재 20대 탈모환자 비율이 50대보다 더 많은 상황이다

탈모 환자 수 현황



탈모 환자 수는 2017년 기준 21만 5천명이다

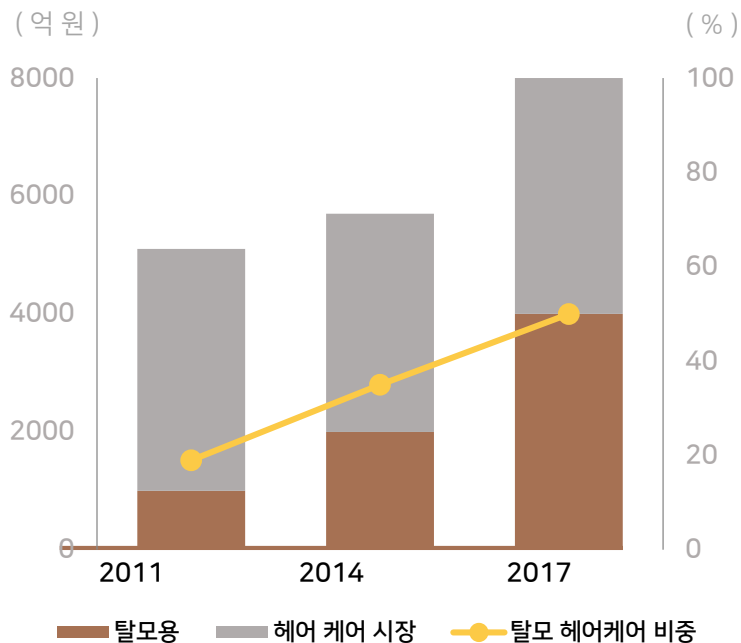
2017년 연령별 탈모 환자 비율



그 중 20대는 무려 4만 3천 명, 20% 차지한다

탈모 시장에서 소비자들이 가장 많이 찾는 제품은 [탈모 샴푸]이다

탈모 제품 시장 규모



자료 출처 : LG생활건강, NH투자증권, WM리서치부

탈모 케어 인기검색어 TOP10

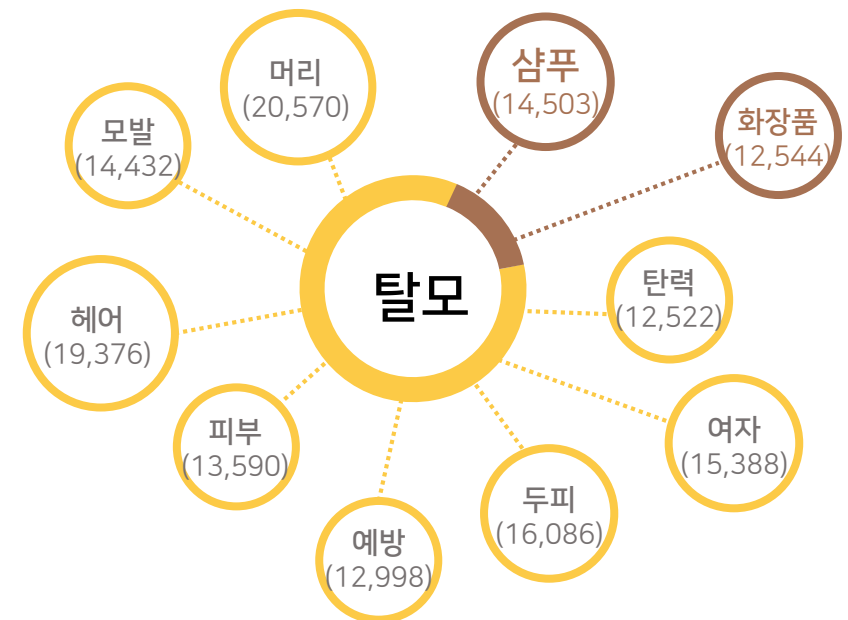
기간 : 2017.08.21~2018.08.21

1	흑채
2	탈모샴푸1위
3	미녹시딜
4	자율시너지부스터
5	퓨레드2
6	닥터방기원탈모샴푸
7	려헤어쿠션
8	헤어쿠션
9	폴리포스ex
10	자율닥터스오더

자료 출처: 네이버 데이터 랩 | 쇼핑인사이트 분야 통계

탈모 연관 키워드

기간 : 2018.07.20~2018.08.20



자료 출처 : 소셜 매트릭스 | 검색어 : 탈모



01 상황분석

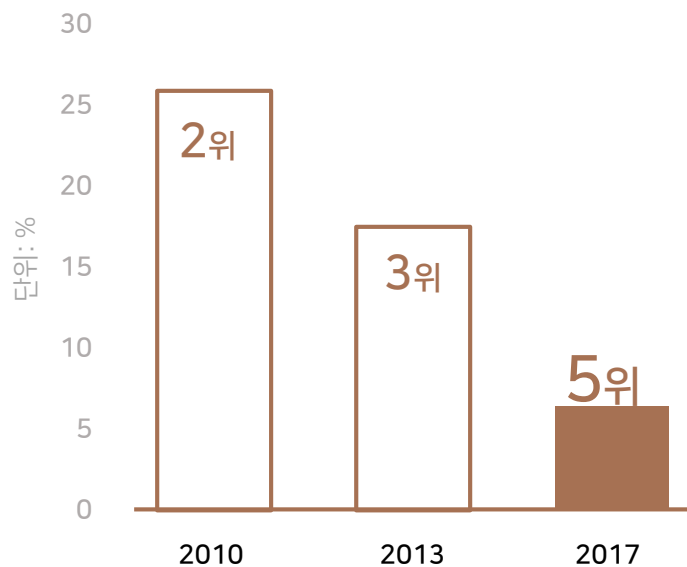
- 시장 분석
- 댕기머리란?

탈모샴푸시장은 성장하지만, 땡기머리는 쇠퇴한다

탈모샴푸시장 내 땡기머리 순위

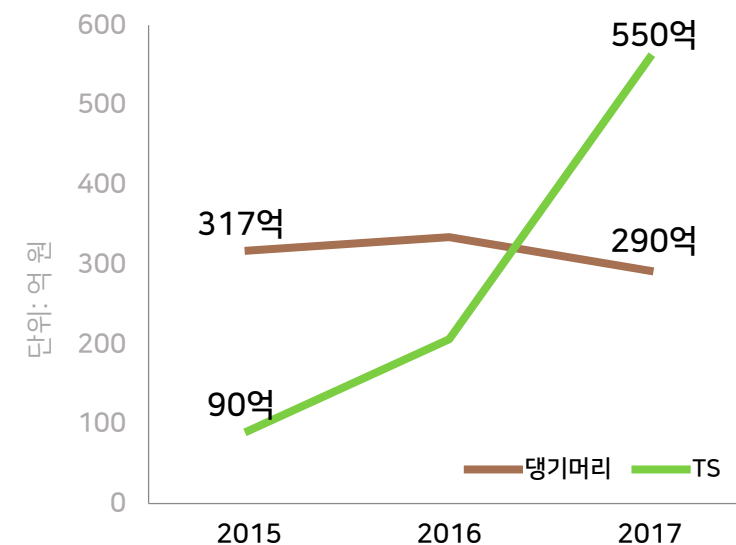


자료 출처 : 다나와 | 2017 상반기 탈모샴푸 인기순위 가이드



자료 출처 : KANTAR 소비자 패널조사

땡기머리 / TS샴푸 매출액 비교



자료 출처 : DART 전자공시시스템

두리화장품

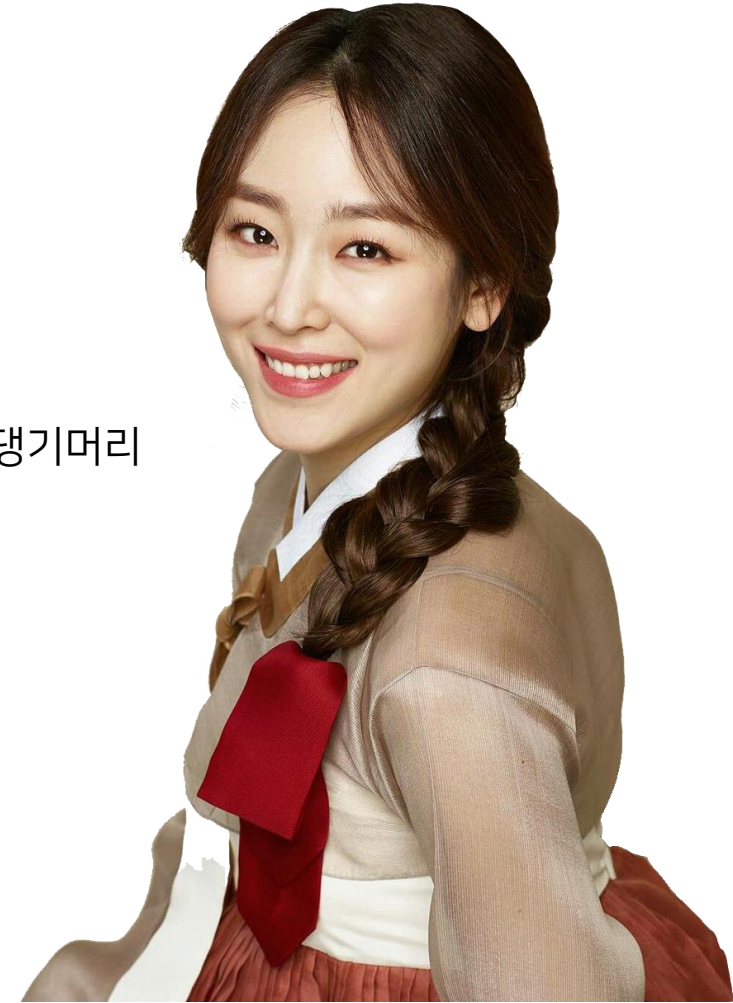
두리화장품 헤어 케어 브랜드 <땡기머리>
들애수, 들애수퓨어, 진기, 진윤 등 다양한 제품을 출시

한방 # 추출물 # 성분

장시간 직접 달인 한방 추출물의 영양을 전달하여
건강한 아름다움 을 완성시키는 20년 전통한방 브랜드 땡기머리

홈쇼핑

땡기머리 제품의 핵심 유통채널은 홈쇼핑
2017년 홈앤쇼핑 샴푸판매 1위 (들애수퓨어)





컨셉

성분

가격

노란빛 영양으로 탐스럽게 찰랑이는 건강하고 향기로운 유채드레싱

고순도 유채씨 정제오일, 10가지 자연유래추출물, 5가지 한방 추출물

18,000원 (400ml 기준)

11개 탈모 샴푸 브랜드가격비교 (100ml 기준)

옐로우블라썸

쿤달샴푸



2600원

려 자양윤모



4000원



4500원

평균

6104원

올뉴TS 샴푸



8500원

들애수퓨어



11250원

조성모 팀이 직접 써본 옐로우블라썸



컨셉

노란빛 영양으로 탐스럽게 찰랑이는 건강하고 향기로운 유채드레싱

비교



고순도 유채씨 정제오일, 10가지 자연유래추출물, 5가지 한방 추출물
퍼퓸 샴푸라고 해도 좋을 만큼 향기가 좋았다.

18,000원 (400ml 기준)

향기 지속력이 좋아서 감고 난 후 기분이 좋다.

-팀원 서현주-



머리감을 때 거품이 부드러웠으며 가격비교 (100ml 기준)

다른 탈모 샴푸에 비해 세정 후 뻑뻑한 느낌이 없어서 좋다.

-팀원 강수민-



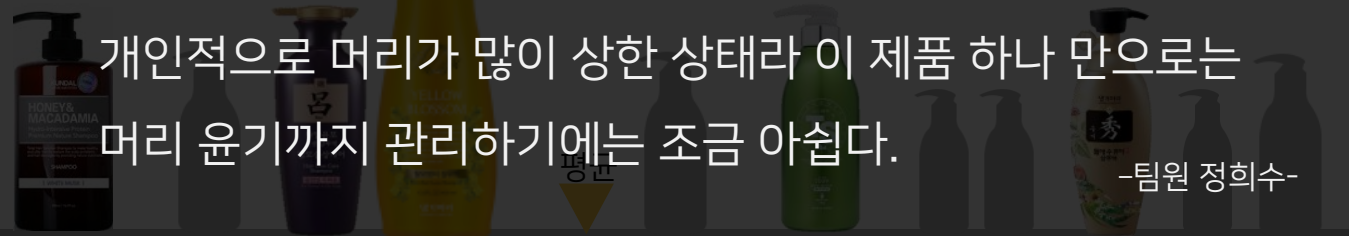
쿤달샴

오일 샴푸지만 전혀 번들거리지 않아서 좋았다.

들애수퓨어

개인적으로 머리가 많이 상한 상태라 이 제품 하나 만으로는
머리 윤기까지 관리하기에는 조금 아쉽다.

-팀원 정희수-



2600원

4000원

4500원

6104원

8500원

11250원



02

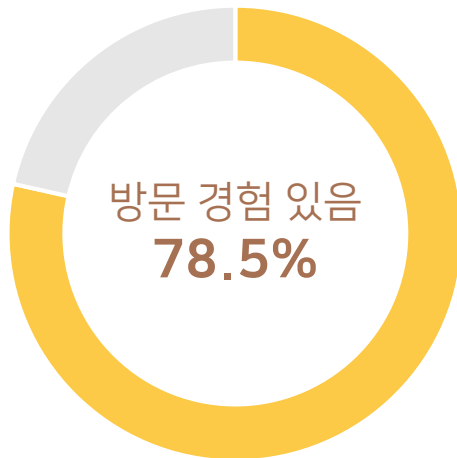
문제도출

- 자사 분석
- 경쟁사 분석
- 소비자 분석

드러그스토어 3사에 '옐로우블라썸'은 없다

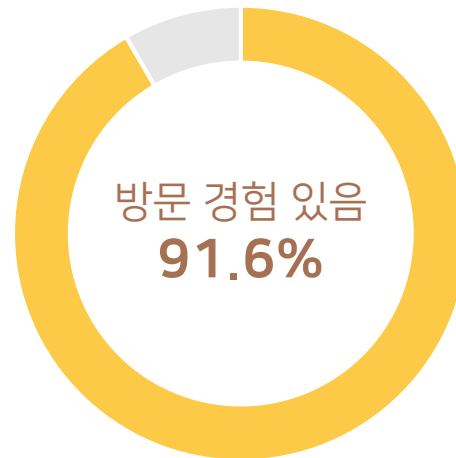
전체 응답자 드러그스토어 방문 경험

대상 : 전국 만 19세~59세 성인남녀 1,000명



20대 응답자 드러그스토어 방문 경험

대상 : 1,000명 중 20대 250명 응답 결과(남녀 각각125명)



드러그스토어

의사의 처방전 없이 구입할 수 있는 일반의약품 및
화장품 · 건강보조식품 · 음료 등 다양한 상품을 판매하는 매장

드러그스토어 3사 **OLIVE YOUNG** **lalavla** **LOHB**



탈모샴푸시장에서 [20대를 잡기 위한 마케팅]의 바람이 불고 있다



TS샴푸

광고모델

차인표 ➡ 차인표, 황치열, 송지효

마케팅 컨셉

"늦기 전에 미리미리 TS"

예방

B급 감성

속성

재미

스타일링



려

김성령 ➡ 박신혜, 박서준

"탈탈 털리기 전에,
있을 때 잘하겠습니다"

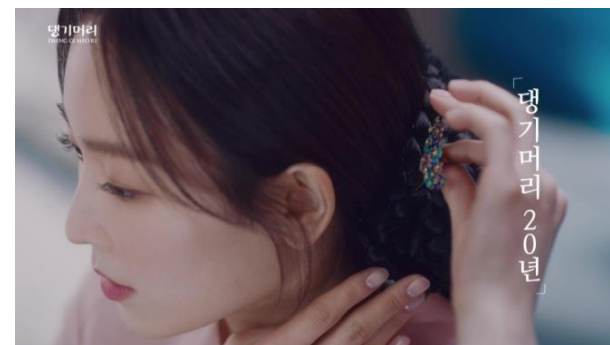
검은콩

조상탕

두피셀카

공감

예방



땡기머리

땡기머리

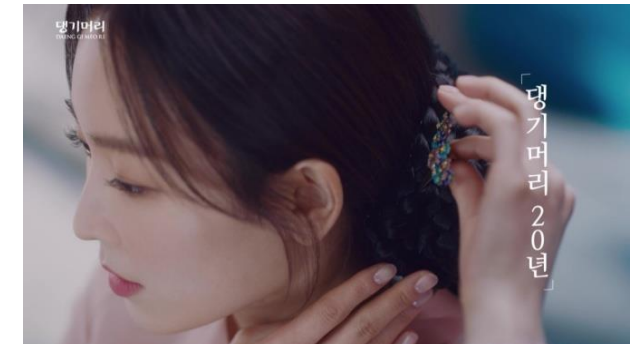
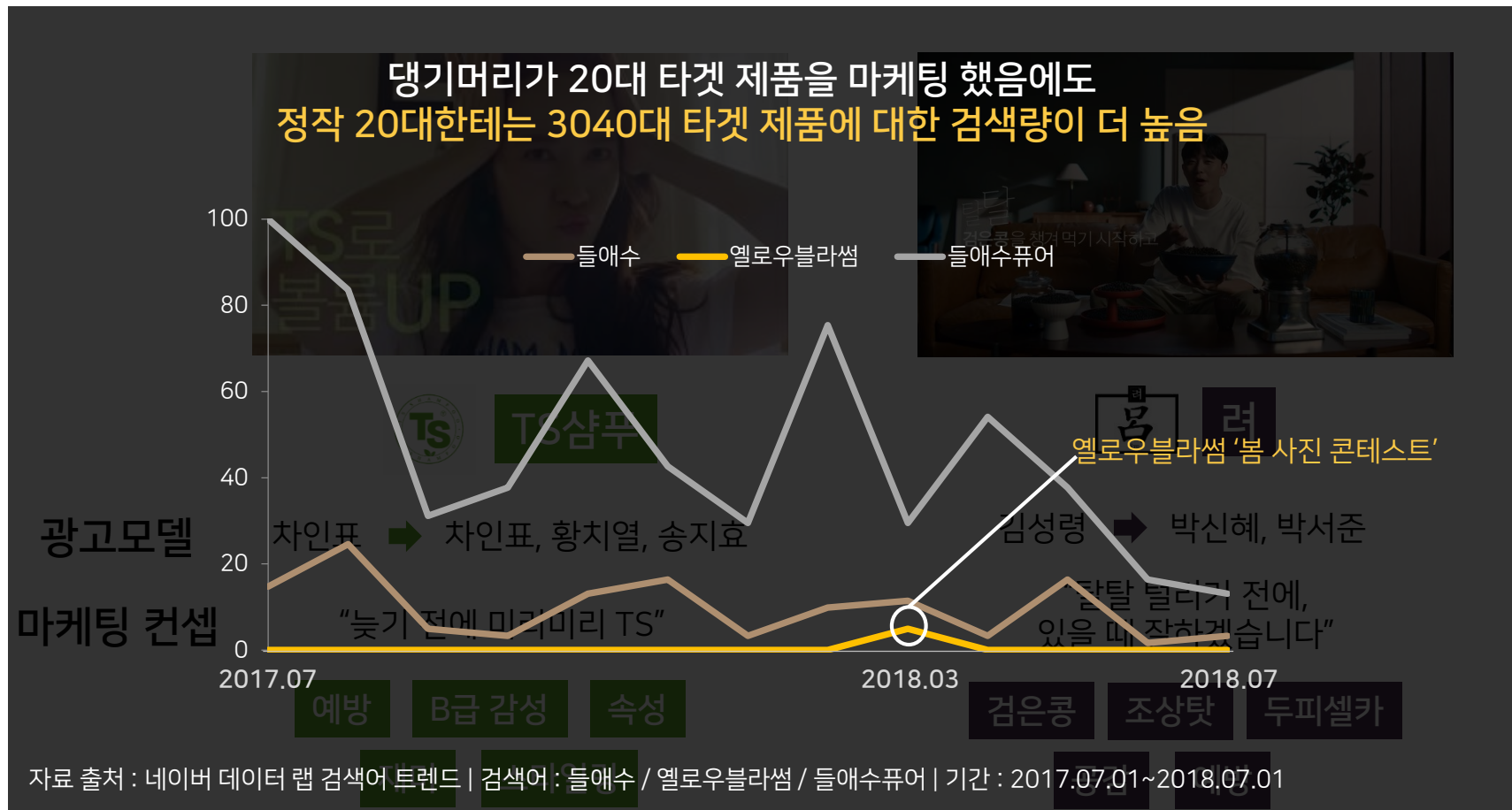
한채아 ➡ 서현진

"두근두근 20년 생기 잃은 모발엔
제주 유채 씨앗 노란빛 오일"

전통

속성

탈모샴푸시장에서 [20대를 잡기 위한 마케팅]의 바람이 불고 있다



땡기머리

땡기머리

한채아 → 서현진

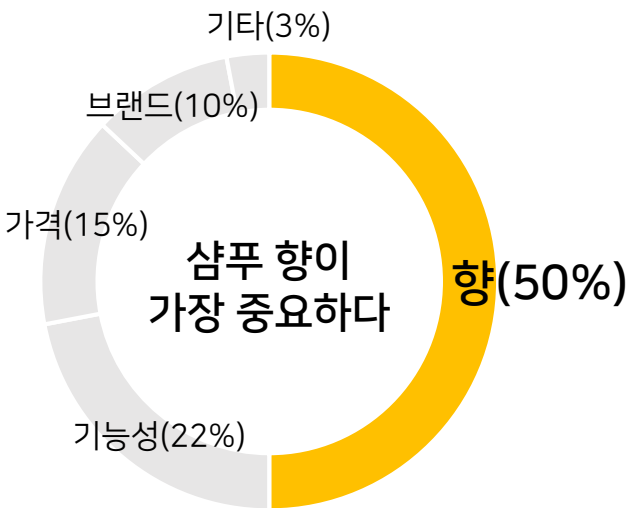
"두근두근 20년 생기 잃은 모발엔
제주 유채 씨앗 노란빛 오일"

전통

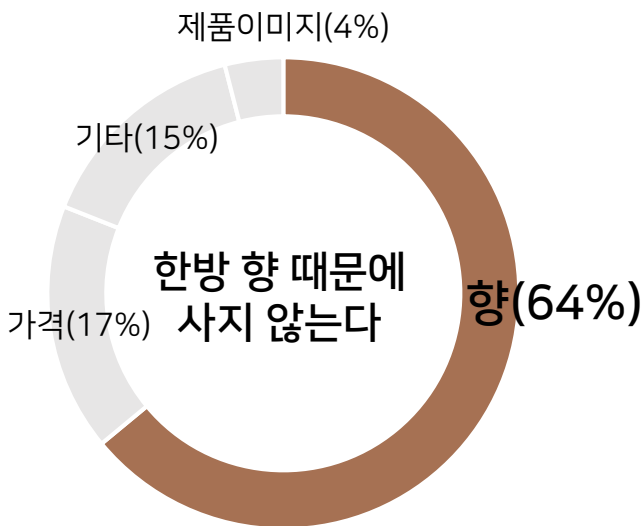
속성

20대는 땡기머리 브랜드에 대해 [편견]을 갖고 있다

Q. 샴푸를 고를 때 가장 우선시 여기는 것은?



Q. 한방샴푸를 사지 않는 이유는?



Q. 땡기머리 제품에 대한 이미지는?

한방 44.8%(77회)

한방(26회)

한방샴푸(24회)

한약

오래된 브랜드

한방 향

한약냄새

비싼 한방샴푸

보라색 한방냄새

땡기머리가 가진 한방 이미지 때문에 한방 향을 꺼려하는 20대가 자사 제품을 구입하지 않음

20대는 두피건강, 탈모에 대해 [편견]을 갖고 있다

20대 탈모 인식도

Q. 두피 여드름, 각질, 열 증상이 있다.

없다(36%)

있다(64%)

20대는 본인이 탈모 환자가 아닐 것이라는
편견때문에 정수리, 숄 등 외적인 요소가
보여야만 탈모를 인지

Q. '있다'라고 대답한 사람 중,
본인이 탈모라고 생각한다.

아니다(85%)

탈모라고 생각한다(15%)

두피 여드름, 두피 각질, 두피열과 같은
두피 증상을 탈모 초기증상이라 인식하지 못하고
결국 예방 시기를 놓치게 됨

20대 + 탈모 고민 단어 빈도 순위

빈도 순위	단어	빈도 수
1	정수리	288
2	병원	252
3	10대	233
4	치료	216
5	모발	211
6	스트레스	195
7	두피	185
8	샴푸	169
9	걱정	164
10	숄	157
	:	
30	피부	68

1. 제품 유통망 부족

[자사 분석]

20대의 주요 유통채널인 드러그스토어를
자사 유통망으로 확보하지 못함

Solution

PLACE

드러그스토어 유통망 확보

2. 소비자 이해 부족

[경쟁사 분석]

땡기머리는 마케팅에서
20대와의 공감 형성에 실패

[소비자 분석]

20대는 탈모에 대한 편견,
땡기머리 브랜드에 대한 편견을 갖고 있음

Solution

PROMOTION

20대와 공감을 형성하고
그들이 가진 편견을 깨는 프로모션 진행

2030 타겟으로 2P 개선 후 성공한 기업, [정관장]

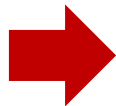


PLACE

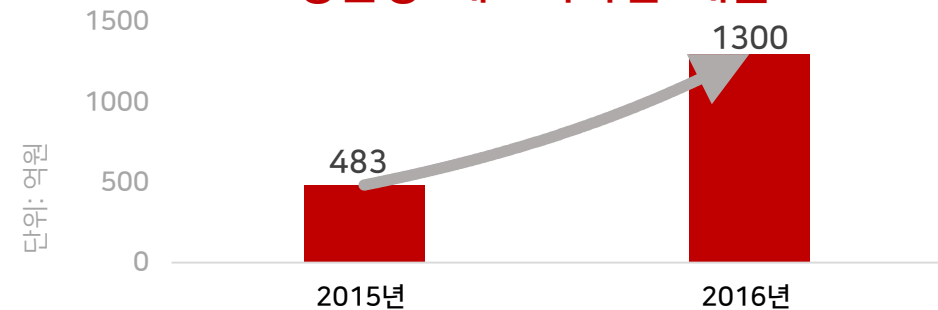
편의점 판매로의 유통채널 확대

PROMOTION

'홍삼정 에브리타임'은 2030 젊은 세대에게
공감을 얻을 수 있는 광고를 제시



정관장 '에브리타임' 매출



자료 출처 : KGC 인삼공사, 도깨비 투자클럽, KT&G 2016년도 4분기 경영실적

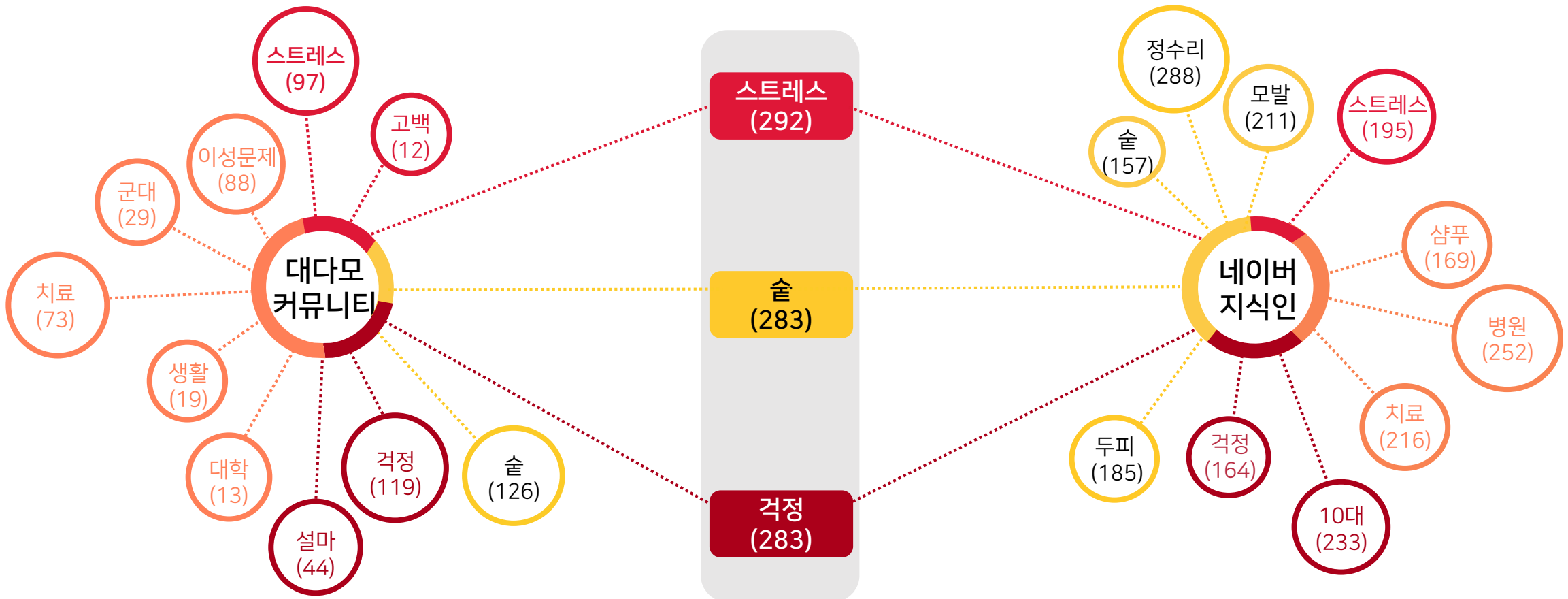
에브리타임 연평균 140% 이상 매출증가
2016년에는 전년보다 180% 늘어난 1300억원의 매출 달성
정관장은 기존의 4050 고객을 기반으로
2030 젊은 세대까지 흡수하여 구매연령대를 확대



03

타겟설정

20대는 술이 적어지면 스트레스 받고 걱정한다



자료 출처 : 대다모 216건 | 카테고리 : 19-23세 이른 탈모 소모임

자료 출처 : 네이버 지식인 1440건 | 검색어 : 20대 탈모 | 기간 : 2017.01.01~2018.08.12

술이 점점 줄어들고 스트레스에 의해 탈모현상이 진행되고 있는 20대들
“술트레스 족”(술 + STRESS 族)

‘술이 줄어도 두피 관리에 돈을 쓸 경제적 여유가 없다’

‘술에 대한 고민은 있지만 두피 관리할 시간까지는 없다.’

‘스트레스 때문에 머리 술이 줄고,
머리 술 때문에 다시 스트레스를 받는다.’



숄이 점점 줄어들고

스트레스에 의해 탈모현상이 진행되고 있는 20대

숄트레스 족에게

두피건강과 예방을 위한 샴푸로 땡기머리

'숄이 줄어도 두피 관리에 돈을 쓸 경제적' **'옐로우블라썸'을 제안** 한다!

'숄에 대한 고민은 있지만 두피 관리할 시간까지는 없다.'

'스트레스 때문에 머리 숄이 줄고,
머리 숄 때문에 다시 스트레스를 받는다.'





04

IMC전략

“탈모 아닐거야” 하 다 보 면
어 느 새 “탈 모 인 일 거 야”

20대의 편견에 다가가다



20대들아 나 불러썬?

Yellow Blossom



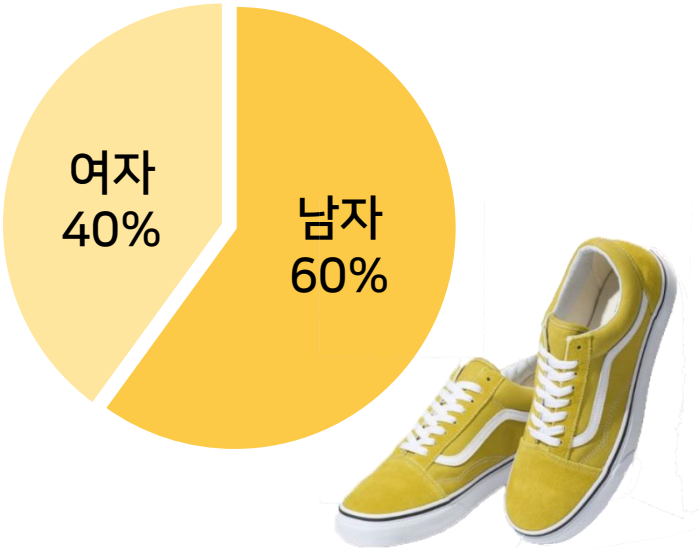
20대 인기 브랜드 **VANS** 와 콜라보레이션 제안

'VANS' 연관 검색어 TOP10

기간 : 2018.07.22~2018.08.22

순위	연관어	탐색 건수
1	커스텀	3899
2	콜라보레이션	3256
3	디자인	2581
4	컬렉션	2105
5	한국	2079

자료 출처 : 소셜 매트릭스 | 검색어 : VANS



자료 출처 : 네이버 광고 | 키워드 : 반스 머스타드
기간 : 2017.08~2018.07 | 월간 검색 수 사용자

STEP1

콜라보레이션 기간동안
머스타드 컬러의 신발을 '옐로우블라썸' 컬러로
색상명을 변경하여 판매

STEP2

해당 제품을 구매 시,
옐로우블라썸 여행용 키트 증정

STEP3

#VANS #옐로우블라썸 #땡기머리
해시태그와 함께 키트에 대한
간단한 리뷰를 작성하면 추첨을 통해 유채꽃 핀
제주여행 보내줌

20대의 문화적 트렌드를 잘 담고 있는 브랜드인 VANS와의 콜라보레이션을 통해

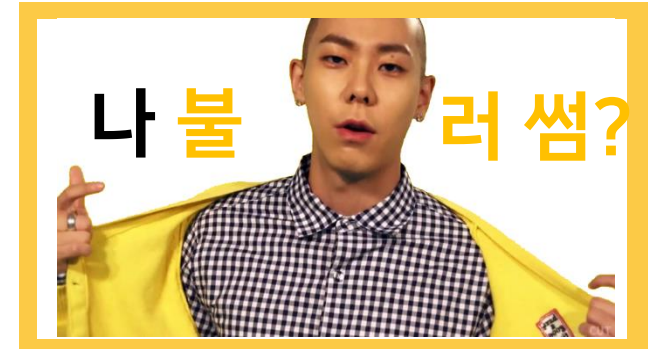
땡기머리 '옐로우블라썸' 또한 20대와 효과적으로 소통할 수 있을 것으로 기대



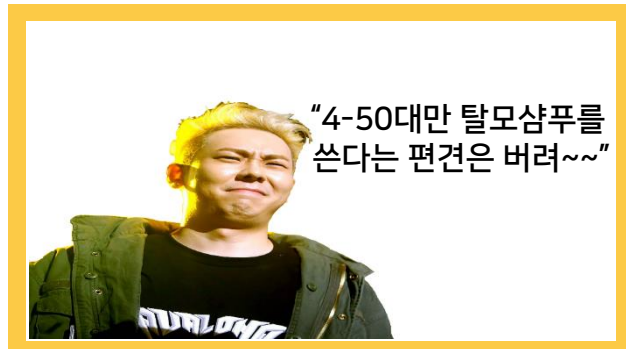
대학교 MT에서 남1이
일행들에게 샴푸를 빌려주려고 하는 상황



남1이 땡기머리 옐로우블라썸을
꺼내 들자 남2가 남1을 놀리는 상황



NA : 헬로우 나 불러썸?



이 순간 로꼬가 등장하면서
남2에게 꾸짖듯이 말하는 상황



NA : 옐로우 블라썸!

후천적 탈모임을 밝힌 랍퍼 '로꼬'를 등장시켜 20대가 갖고 있는 탈모에 대한 편견을 깨고

20대에게 '옐로우블라썸' 제품을 효과적으로 각인시킴

찾아가는 두피진단서비스, 헬로우 나 불러썸?



STEP1

대학가나 20대 유동인구가 많은 곳에
이동형 팝업스토어를 제작

STEP2

탈모 초기 증상에 대한 정확한 진단을 제공
두피건강 상태를 수치화하여 보여줌
ex) 당신의 두피 나이 54세, 탈모지수 67%

STEP3

두피 진단 결과에 따른
탈모 예방 및 관리법을 알려주고
엘로우블러썸 샘플키트 제공

20대가 가지고 있는 탈모에 대한 편견을 깨고

‘두피 건강’ 하면 ‘엘로우블러썸’이 떠오르도록 함

20대 인기 웹툰 여신강림 PPL

女神降臨
아용이

누가 봐도 상큼한
스타일로
꾸며야지!



오늘을 위해
어제 롬스에서 옐로우
블라썸을 샀지!
오늘 한 번 써볼까?



대박사건!!



이건 꿀템이야!



완 - 성 ♥

방금 지나간 여자
머리 향 너무 좋은데?

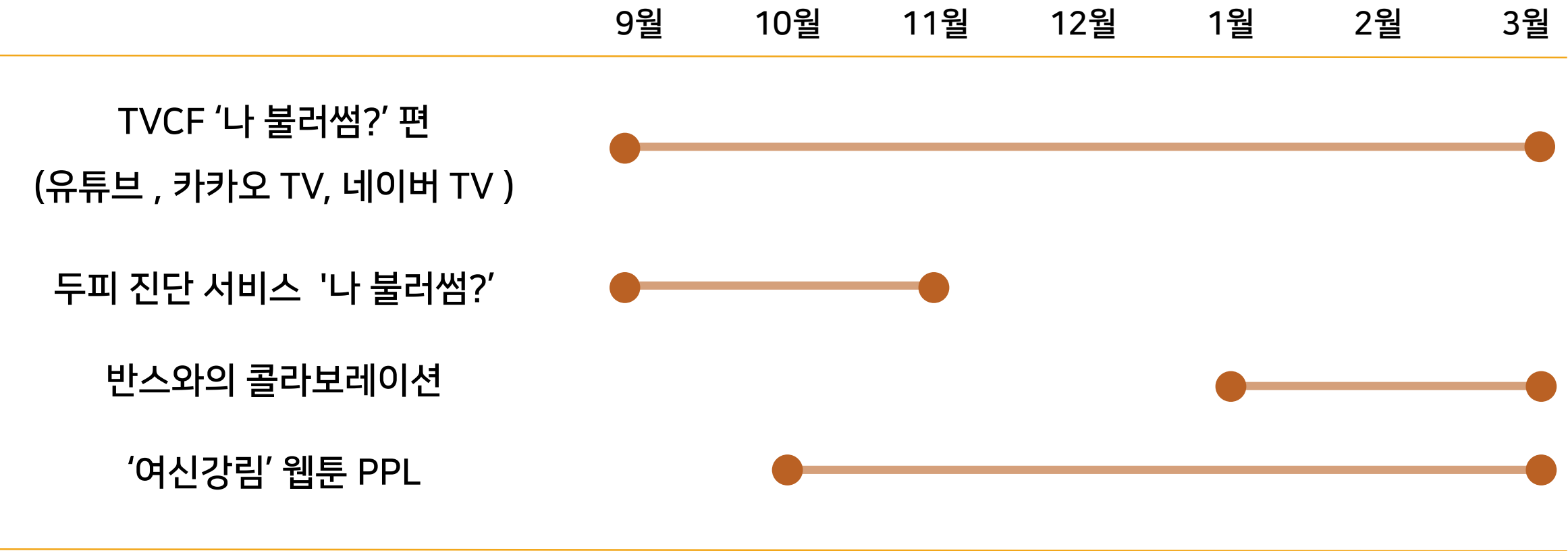


저 여자가 쓴 샴푸
뭐지?

네이버 화요웹툰 1위 '여신강림' PPL을 통해 땡기머리 이미지에 대한 편견을 깨고

'옐로우블라썸'의 유채꽃 향을 자연스럽게 전달

Promotion Period : 2018/09 – 2019/03





역할 분담



박서희

전략수립, 1차자료조사, Python, 시각화, 발표



이지영

2차자료조사, Naver Datalab, Python, R, 시각화



황규림

전략수립, 1차자료조사, Naver Datalab, Python, 시각화



강수민

1차자료조사, Naver Datalab, Python, R, 시각화



서현주

전략수립, 2차자료조사, Naver Datalab, Python, 시각화



정희수

2차자료조사, Naver Datalab, Python, R, 시각화