

[매일유업] 합격 자기소개서

직무 : 영업마케팅

1. 매일유업에 지원하게 된 동기를 설명해 주십시오(500자 이내)

[작은 사치, '1400원짜리 컵 커피']

바쁜 일상에서 늘 제게 짧은 휴식과 여유를 주는 것은 프리미엄 커피를 마시는 것이었습니다. 하지만 커피전문점의 커피는 4천원선으로 학생인 제게는 부담이 되었는데, 저렴한 가격에 고급원두의 풍부한 향을 누릴 수 있는 '1400원 컵 커피'는 행복 그 자체였습니다. 이로 인해, 저는 자연스레 컵 커피에 관심을 갖기 시작했습니다.

[‘웰빙우유’가 담긴 카페라떼, 저희에게 꼭 필요]

평소 컵 커피에 관심이 많았던 저는 브랜드리미에서 매일유업 컵커피의 케이스 스터디를 했습니다. 이 덕분에 매일유업의 바리스타와 카페라떼의 우유가 매일 모유 연구소의 철저한 연구와 최고의 공급체인 안전시스템을 통해 생산된다는 것을 알게 되었습니다. 그 이후, 저는 커피 과다섭취로 건강을 걱정하는 커피애호가들을 대표하여 다른 액상커피보다는 매일유업의 컵커피를 어디서든지 즐길 수 있도록 해야겠다고 다짐했고, 공채소식과 함께 설레는 마음으로 지원하였습니다.

2. 해당 직무에 지원자님을 선발해야 하는 이유와 입사 후 회사에 기여할 수 있는 점을 기술해 주십시오(500자 이내)

[매일유업 컵 커피의 ‘유비쿼터스’를 이뤄내겠습니다.]

신규거래처를 확대하는 시판 영업을 통해 매일우유의 컵 커피가 없는 슈퍼와 매장이 없도록 하겠습니다. 매일우유 커피만이 가지고 있는 경쟁우위와 브랜드 자산을 PPT를 통해서 설명하여 신규 고객 창출을 유도할 것이며, 이를 통해 ‘고객과 함께하는 초일류 건강기업’이라는 비전에 이바지할 것입니다.

[시판영업 신규거래처 개척에 필요한 ‘컨설팅’ 역량을 길러왔습니다.]

슈퍼 혹은 특수거래처 고객과의 신규 거래 계약 체결을 이루어내기 위해서는, ‘마케팅 소양’과 설득력 있는 ‘제안 및 PT능력’을 갖춘 컨설턴트로서의 역량이 필요하다고 보았습니다. 그래서 저는 마케팅 독서포럼과 브랜드리미에서 마케팅 기본소양을 길러왔습니다. 또한 대학생 B2B 마케팅 컨설턴트 브랜드트로 활동하여 용산 itv, 주커피, 탐앤탐스, 오가다, 피자헛 키친에 전략을 제안하고 본

사에서 직접 발표하는 경험을 통해 컨설턴트로서의 역량을 길러왔습니다.

3. 2014년도 이후 출시된 당사의 제품 중 한 가지를 선택하여 경쟁사 대비 강점 및 보완점을 기술해주십시오(800자 이내)

[제품선택과 경쟁사 설정]

카페라떼 더블샷의 카푸치노와 모카라떼를 선택했습니다. 더블샷 라인은 진한 커피를 원하는 고객을 타겟으로 설정하였기에 분석대상은 더블샷 액상커피시장으로 설정했으며, 경쟁사는 스타벅스 더블샷과 프렌치카페 더블샷으로 정했습니다.

[경쟁우위: 건강한 우유, 사랑]

첫째, 건강하고 신선한 우유입니다. 카페라떼의 우유는 최고 수준의 공급체인 안전시스템과 오직 NON-GMO 원료만으로 생산됩니다. 둘째, 사랑입니다. “사랑한다면, 카페라떼처럼”이라는 광고를 일관되게 수행하여 고객들에게 ‘카페라떼=사랑’이라는 인식 작업을 수행해왔습니다. 따라서 이 키워드는 어떤 브랜드도 가져갈 수 없는 단어라고 할 수 있습니다.

[경쟁열위: 가격 경쟁력]

편의점을 기준으로 할 경우, 카페라떼 더블샷의 가격은 1600 원으로, 스타벅스 더블샷보다는 100 원더 비싸며, 프렌치카페 더블샷보다는 무려 200 원더 비쌉니다. 따라서 소비자 입장에서 최대 200 원 차이로 인해 프렌치카페 더블샷 혹은 스타벅스 더블샷으로 브랜드 스위치 할 가능성이 있습니다.

[해결방안: 카페라떼 더블샷만의 구매이유 제시로 가격 프리미엄 창출]

경쟁우위를 통해 카페라떼만의 구매이유 제시로 200 원이라는 가격차이를 상쇄할 수 있는 가격 프리미엄을 창출해야 합니다. 따라서 더블샷의 진한 에스프레소를 감싼 신선한 웰빙우유와 사랑이라는 컨셉을 강조하여, “그 이의 진한 에스프레소를, 신선한 라떼로 감싸주세요”라는 메시지가 담긴 프로모션을 수행합니다. 이를 통해 더블샷의 진한 에스프레소도 즐기고 자신과 상대방의 건강도 챙길 수 있는 카페라떼 더블샷이라는 구매이유를 제시합니다.