el:magie

헤어 제품 브랜딩 디자인

작업 소요 기간 : 2024. 01. 20. ~ 10. 11.
작업 프로그램 : Photoshop, Illustrator

Design by Jang Jin-sil

Overview

Luxury Hair Brand, el:magie

"엘미지(el:magie)는 건강한 헤어가 아름다운 것 그리고 멋있는 헤어라는 믿음과 자부심을 바탕에 깔고 있습니다.

엘미지는 'L'이 그려진 'el:magie'의 엠블럼과 의미하는 단어에 우아한 이탤릭체를 적용 하였고 모음과 자음 사이에 elegant(우아한)의 뜻 및 고급스러운 Professional, magic(마법) 한 이미지 magic(매직), 마력, 매혹, 매혹시키는 이미지입니다.

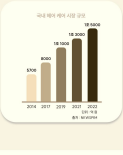
그 개념에 더하여 제품을 사용하여 자연스럽게 빛나는 헤어, 자연스럽게 드물 헤어, 자연스럽게 단정하고 가지런한 헤어, 자연스럽게 윤기 있는 건강한 헤어를 향하고 있기 때문에 el:magie 엘미지가 지향하는 바입니다."

Market Research

해외 헤어케어 시장 규모는 정도 2022년 약 1조 5000억에 달하며, 5년 전에 비해 약 1.5% 성장이 있으며 나타났다.

전문가 다수를 제외하고 **젊은 헤어케어가 보편화** 된 추세에 성장세 분위기에는 해외에서 커져고있는 **홈 케어 문화** 도 한몫하고 있으며 **글로벌 시장** 내로도 개성있는 제품들이 진출하고 있다.

이처럼 국내 해외 헤어케어 시장은 **지속적인 성장할 것이 보여 예측**된다.



Competitor

mise en scène 미장센

전국에 퍼져 있는 실력 보장된 디자이 실력, 단연 디자이 분야 제품은 스테디셀러, 해외 유수 명 스타일리스 헤어살롱 전매권인 미장센 헤어는 국내 시장 점유율 1위 고급스러운 제품 개발에 힘쓰고 있으며 **합리적인 가격** 대로 **고급스러운 제품** 개발에 힘쓰고 있다. 또한 **홈 케어 제품** 쪽에도 다양한 라인 나가고 있으며 최근에는 **소비자의 개인화 니즈** 에 맞춰 개인 맞춤 제품 라인 업 **개발 및 출시** 하는 것에도 집중하고 있어 **경쟁 브랜드 대비 나타나는 장단점** 이 보여지고 있다.

AVEDA

해외에 퍼져 있는 고급 헤어 살롱 브랜드로 해외 현지 내로 대부분 이미지 이미지를 가지고 있으며 **개인 맞춤 상품** 내로 **개발을** 진행하고 있어 **일반인 시장** 보다는 **전문가 시장** 쪽에 **주력하고 있다.** 그러므로 **개인 맞춤 상품** 에서 **가격이 상대적 고가** 라는 **한계점** 이 **있어 대중성** 보다는 **전문가 시장** 에 **주력하고 있다.**

Dr. Groot

해외에 퍼져 있는 **전문가 브랜드** 로 **일반 개인 및 독자 전문가** 라는 **장점** 을 가지고 있다. 해외 **살롱의 고급 상품** 들을 **일반인 시장** 에 **주력하고 있다.** 하지만 **접근성** 이 **어려운 점** 이 있어 **개인 맞춤 제품** 쪽에 **주력하고 있다.** 해외 **전문가 브랜드** 들이 **국내 시장** 에 **진출하기 위해서는 접근성 및 가격 경쟁력** 을 **높여야 한다.** 그러기 위해서는 **국내 시장 상황** 에 **맞는 가격 전략** 이 **필요하다고 보인다.**

Persona

"젊고 건강한 헤어였음 합니다!! 그런데 멋있 헤어케어도 중요한 것 아닌가요?"

김예슬	나이 : 29
소속 : 소비자	직업 : 회사원 (생산직)
주 활동 장소 : 오피스텔	신체 : 키큰
주 장소 : 서울	가족 : 사별

여기 선배가 계속하는 비즈니스 관계로 자칭 전문가 분야 중심을 위하여 일하는 여성이다. 평소 건강한 헤어 중요함을 중시하는 것을 알고 있기 때문에 **이왕이면 멋있는 헤어 건강한 헤어 중요함을 중시하는 것을 알고 있기 때문에