# LUSH

FRESH HANDMADE COSMETICS

| | |
|---|---|
| 프로젝트명(Project name) | LUSH |
| 담당자(PM) | 김지은(Jeje) |
| 구성원(Member) | 김지은(Jeje)<br>김지수(Jisoo)<br>김지원(Jiwon)<br>김지혜(Jihye) |

## 01 Intro

### 리뉴얼 사유 및 프로젝트 개요

리뉴얼 사유는 최근 LUSH 매출이 지속적으로 하락하고 있는 것을 확인하였고 그 원인을 분석하고 개선하기 위해 리뉴얼을 하게 되었습니다.

LUSH는 자연 원료를 사용하고 인공 첨가물을 최소화하는 핸드메이드 화장품을 판매하는 브랜드로 MZ세대 고객층을 타겟으로 하고 있으며 이들 고객층을 대상으로 한 마케팅 전략을 수립하고 이를 통해 매출 증대를 목표로 하고 있습니다.

## 02 Analysis

### MZ 세대의 가치소비

MZ세대 소비 특징 및 LUSH 고객 분석

### 오감 브랜딩

오감 소비 경험을 통한 브랜딩 전략 및 LUSH 고객 분석

## 03 Strategy

### 2030 타겟팅 브랜딩

2030 타겟 브랜딩 전략 및 LUSH 고객 분석

## 04 Analysis

### 시장의 정체

시장 분석 및 LUSH의 시장 내 위치 분석

### 외부의 SWOT 분석

LUSH의 외부 환경 분석 및 SWOT 분석

## 05 Analysis

### 약점

LUSH의 내부 환경 분석 및 LUSH의 약점 분석 (Weaknesses)

## 06 Analysis

### 경쟁사의 전략

경쟁사 분석 및 LUSH의 경쟁사 대응 전략

LUSH의 경쟁사는 무엇인가?
LUSH의 경쟁사는 무엇인가?
LUSH의 경쟁사는 무엇인가?