

# NCS능력단위평가 결과물제출

능력단위명	UI/UX 콘셉트기획
성 명	최원석
제출일자	2021-09-13

## 1. 프로젝트 과제 분석

### 01-1 웹사이트 세부 분석

- 경영전략 수립 분석 : SWOT ( 강점, 약점, 기회, 위협 )

	긍정요인	부정 요인
내부 요인	<p>강점</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-한방제품을 액상으로 만들어 초기시장 선점 (한방제품의 대표 회사로 거듭)</li> <li>-인지도 높은 브랜드와 다양한 제품군을 가지고 있다.</li> <li>-Mz세대 상대로 적극적인 마케팅(공감&amp;인플루언서 활용)</li> </ul>	<p>약점</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-대표 주력상품을 제외하고 알려진 제품이 별로 없다.</li> <li>-정체된 한방 라인업 (한방제품의 추가 개발이 없다.)</li> </ul>
외부 요인	<p>기회</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-건강에 대한 관심도 증가</li> <li>-환경에 대한 관심도 증가(라벨을 떼고 출시)</li> <li>-생수 수질 부적합 이슈</li> </ul>	<p>위협</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-타 제약회사에 비해 연구개발비(R&amp;D)가 상대적으로 낮다. (매출액 대비 3.5% 미만)</li> <li>-광고선전비 및 판매촉진비의 과대 지출 (연구개발비의 5배)</li> <li>-제약회사가 아닌 음료회사라는 오명</li> </ul>

주요 핵심사항:

## 2. 프로젝트 과제 분석

### 02-1 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 소비자

	평가요소	평가 기준
소비자	시장규모, 시장 성장률	<p>세분시장의 규모는 적절한가?</p> <p>다양한 제품군을 가지고 있기에 적절하다고 생각한다. Ex)비타500: 10~50대, 광동헛개차: 20~50대 남성, 옥수수수염차: 20~50대 여성 우황청심환: 40대이상, 쌍화탕: 40대이상, 제주삼다수:전연령층</p>
		<p>성장 가능성이 높은 시장인가?</p> <p>아니다. 단기적인 시각으로는 주력상품(쌍화탕, 비타500, 옥수수수염차)등으로 인해 매출액은 증가했지만 장기적인 측면으로 볼 경우 연구개발비 투자액이 현저히 낮기 때문에 성장 가능성이 더딜것이라 생각한다.</p>
		<p>세분 시장별 잠재 수요는 어느정도인가?</p> <p>농림부 조사에 따르면 건강기능식품을 복용하는 가구는 79.8%로 앞으로 더욱 늘어날 것으로 전망한다. 또한 코로나 및 건강에 대한 관심도가 점점 증가함에 따라 잠재 수요는 점차 늘어날 것으로 전망한다.</p>

## 2. 프로젝트 과제 분석

### 02-2 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 경쟁사

	평가요소	평가 기준
경쟁사	현재의 경쟁사, 잠재적 경쟁사	<p>현재의 경쟁사들이 공격적이고 강력한가?</p> <p>매우 위협적이고 강력하다. 광동제약의 경우 작년 기준 매출액 순위 6위 이지만 성장율로 따졌을 경우 하위권에 가깝다. 제약업계에 따르면 선진국의 경우 매출액의 10~25%를 연구개발비로 투자하지만 광동은 3.5%도 미치지 못하므로 언제든지 역전될 가능성이 높아 보인다.</p>
		<p>새로운 경쟁사의 진입 가능성이 높은가?</p> <p>높지 않다고 본다. 기존에 있던 제약회사가 경쟁이 될 가능성은 높지만 새로운 경쟁사가 쉽게 진입하는 시장은 아니라고 본다. 축적된 임상시험 결과 및 특허권 전쟁 등 진입장벽이 높다고 생각된다.</p>

## 2. 프로젝트 과제 분석

### 02-3 웹사이트 세부 분석

- 마케팅 3C 분석 : 자사

	평가요소	평가 기준
자사	기업 목표, 자원 시너지 효과	기업의 목표와 일치 하는가?  불일치하다. 궁극적인 목표는 새로운 가치를 창출하여 고객의 건강한 삶에 기여하고 단기목표(2025년)로서 매출 1조4천억, 영업이익 1천억, TOM Brand 15개이다. 기업이 목표를 달성하려면 연구개발비 투자에 있어 적극적인 투자가 필요해 보인다.
		인적, 물적, 기술적 자원을 갖추고 있는가?  아니다. 제약회사 판매량 6위에도 불구하고 현저히 낮은 연구개발비로 타 제약회사에 비해 부족하다고 생각한다.
		기존 서비스와 시너지 효과를 낼 수 있는가?  현재 광동제약의 경우 MZ세대를 겨냥한 각종 유명 브랜드를 소유하고 있다. 기업은 MZ세대에게 대중적인 이미지로 다가왔기에 연구개발비를 적극 투자하여 미래의 주 소비타겟(MZ세대)을 공략한다면 시너지 효과를 톡톡히 볼것이라 생각이 든다.

### 3. 프로젝트 제작 방향 정리

#### 03-1 조사 분석 내용 최종 정리

- 기업분석 (SWOT, 3C)
- 페르소나 분석
- 매트리스분석

#### 정리

-> 한방제품의 강점활용 및 R&D에 적극 투자하여 자사 브랜드 강화 및 새로운 브랜드 창출

#### 제작 핵심

- 쉽고 직관성이 뛰어난 페이지
- 필요한것만 메인페이지에 담는다.

#### 제작 방향

- 다홍색을 사용하여 부드럽고 네츄럴한 이미지 구축
- 다양하지만 복잡하지 않은 메인페이지 구축

#### 제작 컬러

- 주요컬러: 다홍색/ 회색 / 검정색
- 배색: 화이트