

마케팅 기획안 초안

1안: 신상품 비타민C 앰플 인플루언서 중심 런칭 캠페인

목표: 신상품 인지도 확보 및 브랜드 신뢰도 강화

(단기 매출보다는 초기 인식 형성에 초점)

방향:

- (1) 기존 브랜드 이미지보다 한 단계 높은 프리미엄 포지션 시도
- (2) 전문성 있는 뷰티 인플루언서 위주로 콘텐츠 구성
- (3) 후기 중심 콘텐츠를 통해 제품력 강조

실행 계획:

- 중급 이상 뷰티 유튜버 협업 (구독자 10만 이상 기준 검토)
- 인스타그램 리뷰 콘텐츠 병행 진행
- 사용 전/후 비교 중심 콘텐츠 기획
- 콘텐츠 업로드 일정은 런칭 주간 집중 배치
- 인플루언서 계약 조건 및 단가 재검토 필요
- 예상 비용 증가 가능성 있음

2안: 런칭 초기 매출 확보를 위한 할인 중심 프로모션

목표: 런칭 초반 빠른 매출 발생, 재고 회전 속도 확인 및 시장 반응 테스트

방향:

- (1) 가격 허들을 낮춰 첫 구매 유도
- (2) 단기간 집중 프로모션으로 트래픽 확보
- (3) 사은품 구성으로 체감 할인 효과 강화

실행 계획:

- 런칭 후 2주간 20% 할인 적용 검토
- 사은품 후보: 미니 토너, 샘플 키트, 파우치
- 자사몰 메인 배너 및 기획전 페이지 구성
- 광고 예산 일부 집중 투입
- 브랜드 이미지 훼손 가능성에 대한 내부 우려 있음
- 할인 종료 후 매출 유지 여부 불확실

3안: 체험단 기반 콘텐츠 축적 및 장기 고객 확보 전략

목표: 초기 리뷰 및 사용자 경험 데이터 확보, 재구매 및 장기 고객 전환 유도

방향:

- (1) 체험단을 통해 실사용 후기 확보
- (2) 후기 콘텐츠를 자사몰 및 마케팅 자료로 활용
- (3) 단기 성과보다는 중장기 관점 접근

실행 계획:

- 체험단 300~500명 규모 검토

- SNS 후기 및 리뷰 업로드 조건 설정
- 후기 콘텐츠 선별 후 2차 마케팅 활용
- 콘텐츠 확보까지 일정 소요 예상
- 단기 매출 기여도는 낮을 가능성 있음
- 운영 리소스 부담 존재