



소비의 새 물결이 마케팅을 바꾼다

2012. 04.21

목차

1. 최근 소비환경 변화
2. 소비자의 3가지 변신 모습
3. 마케팅 혁신의 7大 전략
4. 시사점

1. 최근 소비 현상 - 경제

1 소비심리 위축, 가치소비 확산

“ 푸어 (poor)세대” 등장



필수품목은 초저가,
욕망품목은 무한 지출 !



1. 최근 소비 현상 - 사회

2 환경 등 사회 이슈에 대한 관심 증대

사회발전의 새로운 패러다임 논의

- 뉴노멀
- 자본주의 4.0

사회에 대한 소비자의 적극적 참여

- CSR (Corporate Social Responsibility)
- CSV (Creating Shared Value)
- 소셜테이너 (Social + Entertainer)
- 셀란트로피스트(Celebrity + philanthropist)

1. 최근 소비 현상 - 기술

3 소비자 목소리가 증폭되는 빅 데이터 시대

스마트 폰 , SNS 의 적극적 활용



선진기업의 디지털 솔루션



소비환경에 따른 소비자 특성 변화

최근 소비 환경

경제

저성장시대

- 소비심리 위축
- 가치소비 정착

사회

상생 시대

- 친환경, 사회친화
- 의견개진, 이슈참여

경제

빅데이터시대

- 능동적 구매자
- 기업의 활용도 제고

소비 현상

아껴
쓴다

바르게
쓴다

똑똑
하게
쓴다

소비자 특성

마케팅 과정에 참여



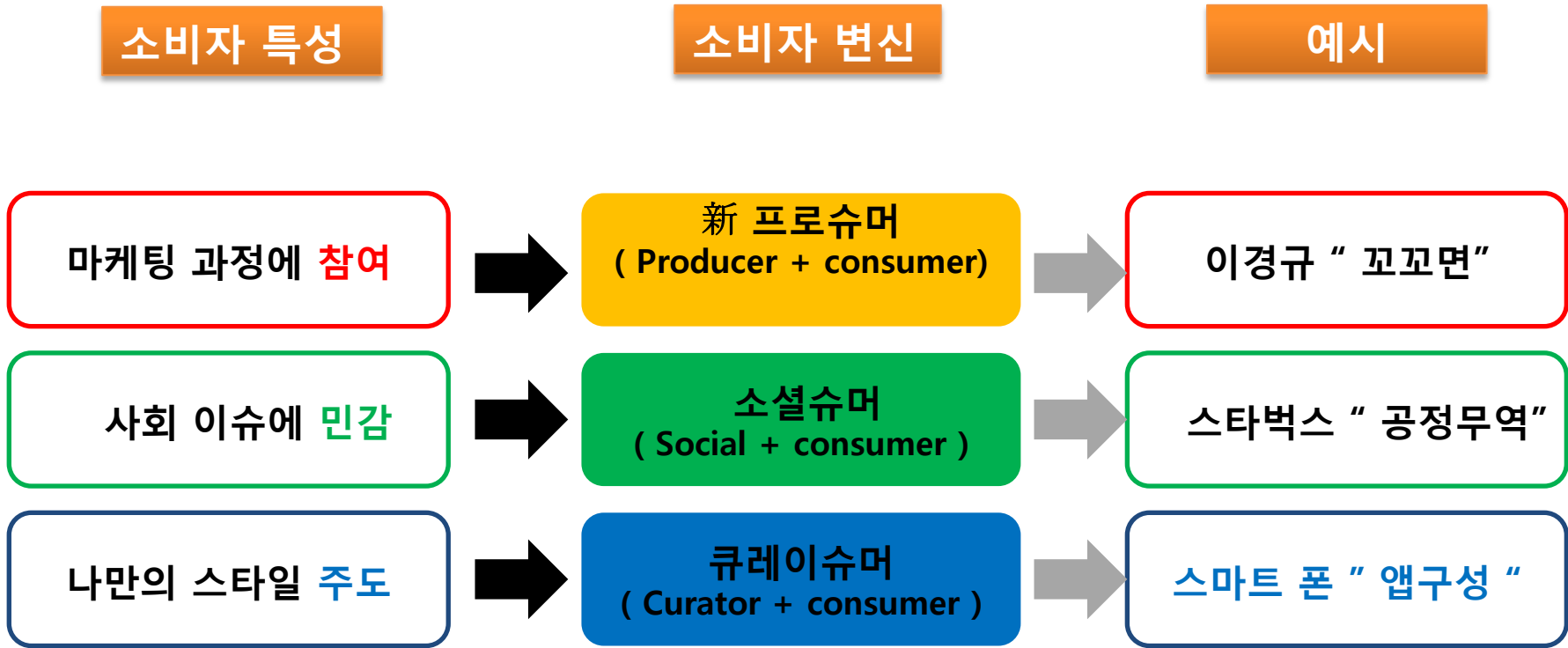
사회 이슈에 민감



나만의 스타일 주도



2. 소비자의 3가지 변신 모습



2-1. 新 프로슈머

➤ DIY 참여자 -> 성과 창출의 적극적 개입자

1 경영 참여자로서 적극 개입

- ✓ '앨빈 토플러'의 프로슈머 개념 확대
- ✓ 기술발달에 따른 소비자 개입 경로 확대

2 전문가 버금가는 마케팅 역량 발휘

- ✓ 하겐다즈 코리아 '입소문 마케팅 공모전'



2-2. 소셜슈머

➤ 개인만족, 일회성 -> 사회전체만족, 지속성

1 사회 이슈에 참여 & 기업에 사회적 역할 요구

✓ 뉴욕판 친환경 생활백서 ' 에코척닷컴 '

✓ 친환경 생활용품 기업 ' Seven Generation '

2 상품 기획부터 판매까지 소비자 참여 유도



2-3. 큐레이슈머

➤ 수동적 상품 소비자 -> 능동적 생활 창출자

1

T.P.O에 따른 주관적 소비

✓ 자신만의 소비 라이프 스타일을 능동적으로 구성

2

자신만의 노하우를 통한 색다른 만족 추구

✓ Mix & Match / 자동차 튜닝

✓ 스마트폰 앱 구성



3. 마케팅 7대 전략

1

고객을 전문 개발자로 !

- ✓ 기획 및 개발에 고객 아이디어 적극 수용
- ✓ 델의 ' 아이디어 스톰 (Idea storm) ' / 레고의 ' LEGO Design by me '
- ✓ Fun + 참여 용이성 극대화 시스템
- ✓ 스위스, 세상에 하나뿐인 가방 ' 프라이탁 (Freitag) '



3. 마케팅 7대 전략

2

고객을 홍보요원으로 !

- ✓ 영업사원보다 다른 소비자의 목소리를 더 신뢰 !
- ✓ 다른 소비자에게 입소문을 내는 소셜 광고 특성 활용
- ✓ 일본 KDDI의 스마트폰 광고 ' 푸치푸치 어스'

Designing The Future
KDDI



3. 마케팅 7대 전략

3

일반인을 新 프로슈머화 !

- ✓ 성인, 남성 주체의 마케팅 프로세스 -> 어린이, 주부 등 다양화
- ✓ 기업의 신제품 아이디어 공모로 소비자 의견 수렴
- ✓ 일본 패밀리 마트의 아이디어 모집
- ✓ 캐나다 차일드 온 스튜디오의 '내가 디자인한 장난감'



3. 마케팅 7대 전략

4

공익을 생각하는 신상품 !

- ✓ 소비자, 기업, 사회 전체의 이익이 되는 상품
- ✓ 상품 개발을 통한 사회적 약자 도움
- ✓ 삼성전자 창의개발 연구소 ' Eye Can ' 개발 및 멘토링 지원
- ✓ 자연 가슴기 ' 러브팟 (Love Pot) '



3. 마케팅 7대 전략

5

사회문제 해결을 소비자와 함께 !

- ✓ 소비자의 사회전체의 이익과 행복을 위한 능동적 참여
- ✓ Having -> Being 의 시대로 이행
- ✓ 소비자의 공유가치 창출을 위한 기업의 노력
- ✓ Google ' 세상을 바꿀 아이디어 공모전 ' 프로젝트



3. 마케팅 7대 전략

6

상품을 넘어 라이프 스타일 제안 !

- ✓ 새로운 라이프 스타일 영감 부여 -> 소비심리 촉진
- ✓ 고객의 자기연출 돕는 교육, 체험 기회 마련
- ✓ 색다른 매장체험으로 구매의욕 고취 ' 이케아 (IKEA) '



3. 마케팅 7대 전략

7

모두를 위한 디지털 집사 서비스 제공 !

- ✓ IT 활용 컨시어지 서비스 제공
- ✓ 특정고객의 상황에 개인별 최적화 대안 제시
- ✓ 맞춤형 광고 앱 '우드 애플 (Woodapples)'



4. 시사점

1

고객과 함께하는 마케팅 민주주의 추구

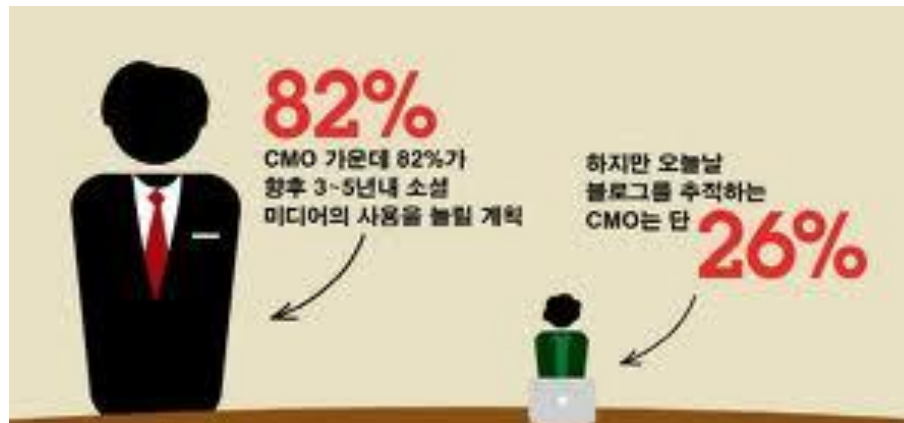
- ✓ 소비자는 왕 ! -> 고객에 대한 이해 노력
- ✓ 소비자와 대등한 입장에서 건설적 협력 관계 모색
- ✓ Comsumer -> people



4. 시사점

2 최고 마케팅 책임자 주도아래 마케팅 역할 모색

- ✓ CMO 역량 보강이 필수 과제
- ✓ 상품 자체 + 브랜드 및 스토리 + 소비 맥락 및 환경
- ✓ 기업 주도 고객 관계 형성 -> 고객 주도하는 관계 형성



4. 시사점

3 빅 데이터가 제공하는 새로운 마케팅 기회 선점

- ✓ 소비자 행동 예측의 강력한 도구
- ✓ 맞춤형 상품 창출 가능, 마케팅 프로세스 효율화



The end