



It뷰티 디바이스 마케팅

「여가와 삶」과 「마케팅 커뮤니케이션」강의페어링

경영 홍동기 201421348 이진희 교수님 지도

목적

코로나 시대이후 사람들의 여가 행태가 크게 변하였다. 실외에서 행해지던 여가행위가 실내로 이전 되었고, 자기관리나 실내미용 등의 수요가 크게 늘어났다. 이에 따라 나는 대표적으로 실내에서 행해지는 자기 관리로 피부미용 관리 수요가 늘어날 것이라고 판단하였다. 경영학 과목중 하나인 마케팅 커뮤니케이션과 여가와 삶이란 교양 과목을 통합하여 실내에서 할 수 있는 피부미용관리 제품을 개발, 마케팅하여 해당 산업에 소개하고 자 한다.

‘현재시장 상황

(현재 상용화된 it 결합 뷰티 디바이스들의 문제점들: 실용성, 가격
대표적인 2가지 뷰티 테크 기술: 뉴트로지나의 3d 프린트 기술, 국내 lg 생활 가전의 프라엘 led 피부관리 기기등 but 가격이 높다는 문제+ 실용성에 의문을 가지거나 사용하기 번거롭다는 문제
사용하기 편한 vr기기,ai안면인식 기술을 통한 피부상태 확인 및 피부에 맞는 화장품 판매 가능



[자료: 트랜드포터, 빅, 참고: 2019년 기준-복수응답]

제품소개

1.1제품소개

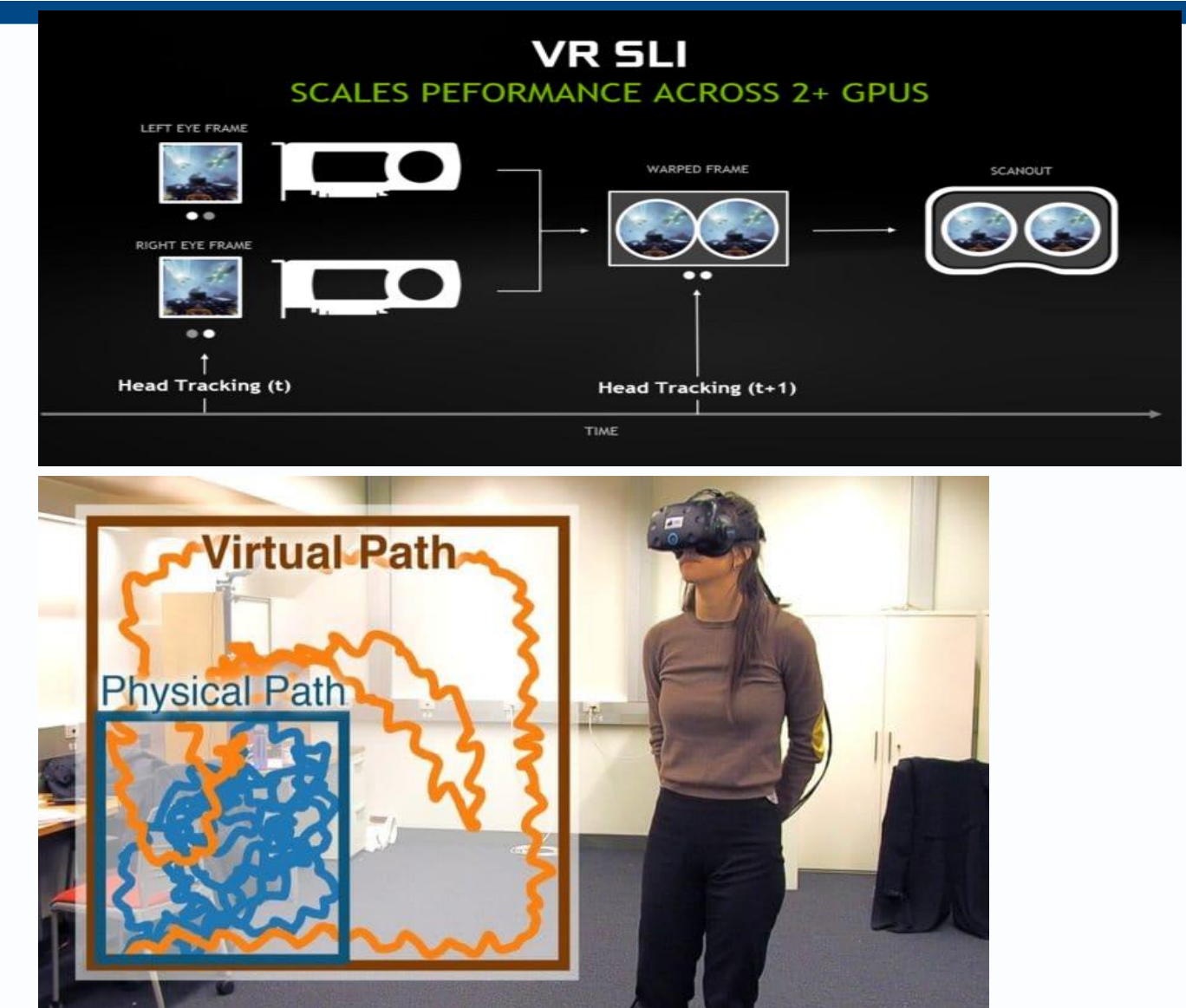
엔비디아 지포스 지피유 기술이 탑재된 vr 기기를 개발하여 소비자의 욕구를 충족 시켜줄 상품 개발.
피부상태 진단 뿐만 아니라 관리법, 자신에게 맞는 화장품 색조 추천 혹은 제품 추천까지 집에서 간편하게 이용 가능.



기술 소개

엔비디아의 2세대 맥스웰(Maxwell) 아키텍처 기반의 지포스(GeForce) GTX GPU는 VR 경험을 충실하게 구현하는데 필요한 높은 해상도와 프레임레이트를 제공할 수 있도록 제작되었습니다.

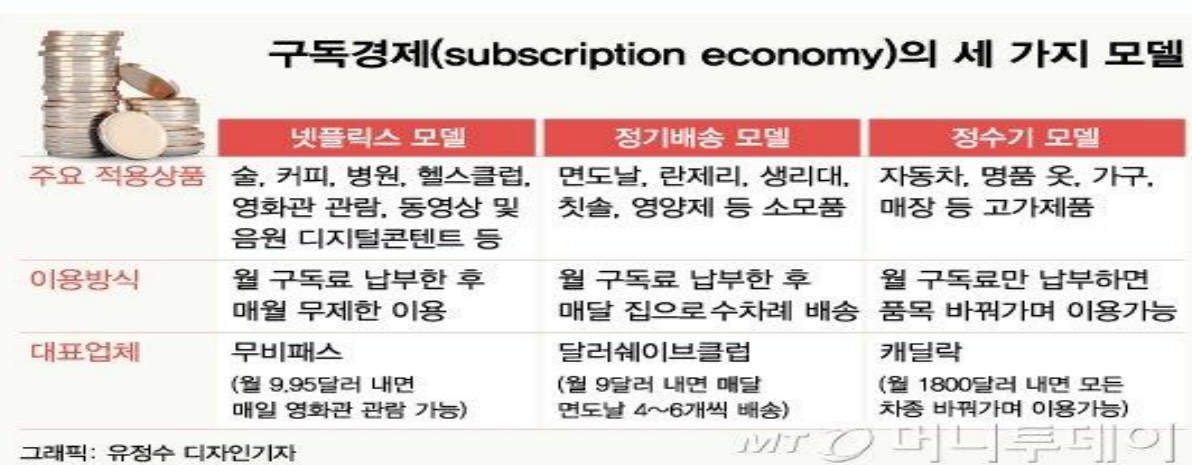
또한 지포스 GTX GPU는 차세대 DirectX 12 그래픽 API에 대한 지원 및 맥스웰 아키텍처 고유의 멀티 프로젝션 기술로 VR을 위한 새로운 렌더링 기법을 제공하는 등 VR 경험의 완성도를 높이기 위한 다양한 기술 지원을 포함하고 있기때문에 사람의 피부상태 등을 기존의 2d로만 관찰하는 것을 넘어서 3d 기술로 보다 자세하고 과학적이게 접근할 수 있습니다. 이로 인해 소비자의 피부상태에 따른 피부관리법이나 화장품의 종류등을 더욱 완벽하게 진단할 수 있습니다.



마케팅

구독 경제 시스템을 이용. 최근 lg전자가 가정용 피부 관리기 프라엘을 출시 하였고 소비자에게 대여 서비스를 실시한뒤 큰 성공을 거둬. 이를 참고하여 인공지능 안면인식 vr기구를 특정 기간 대여하고 회수하는 시스템으로 마케팅 (이유: 높은 초기 가격 예상) 목표: 고가의 서비스 진입 장벽을 낮추어 시장에 진입한다.

피부 vr 기기 뿐만 아니라 다른 여러가지 제품들도 동시에 이용 할 수 있도록 하는 시스템



광고

광고 컨셉 - 키워드 it기술과 뷰티의 만남

- 1.소비자의 성향 및 선호 브랜드에 맞는 광고를 선별적으로 노출시킴 (sns)-인스타그램,페이스북등
- 2..신기술을 소개하며 정보 전달적인 광고 (tv) tv 라디오 신문등의 고전적인 대중매체
3. 기존 백화점등의 화장품 가게에 vr기기를 배치시켜 이용자에게 친숙함을 제공 -

참고자료 및 결론

<https://home.kpmg.kr/ko/home.html>
<http://www.biotimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=3586>
<https://www.bloter.net/newsView/blt201510280008>
<https://www.bloter.net/newsView/blt201510280008>

바뀐 여가의 행태에 맞게 집에서 편하게 할 수 있는 피부관리 분야에서의 소비가 나타날 것이라 예상하고 그에 따라 신제품을 개발 마케팅 해 보았습니다. It vr/ar 기술은 가장 발전 가능성이 높은 분야이고 평소에 관심이 많던 분야라 전문지식이 많이 부족함에도 제품에 결합시켜 보았습니다. 마케팅 광고 파트에선 전공지식에서 배운 지식을 바탕으로 제품에 가장 어울리고 효과적인 방법에 대해 고민해 본 결과 입니다

