

| 크리에이티브 | LG전자 | 코드제로 A9S |
|---------------------------------|--|----------|
| 과제명 | - 2021 LG 코드제로 A9S 브랜드 리더십 강화 | |
| 시장상황 | <ul style="list-style-type: none"> - 2017년 상중심 핸디스틱 청소기 시장의 확대로 이후 무선청소기 시장은 지속 성장 - 2019년 무선청소기가 메인 청소기로 부상하며 유/무선 청소기의 판매 비중 역전 - 2020년 LG/다이슨 양강 체제의 시장이었으나, 삼성 제트 출시 후 경쟁이 심화되는 중 | |
| 타깃층/ 구매패턴 등 | <ul style="list-style-type: none"> - Main) P3049 - Sub) 1인가구 및 신혼부부 | |
| 제품 특징 / Line up/ 주요 USP 등 | <p>Main) 올인원타워</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 제품 및 배터리 충전 - 먼지통 자동 비움 - 제품 및 키트 보관까지 한 번에 가능한 거치대 2) 공간 활용 및 인테리어 : 다양한 청소 키트를 올인원 타워 안에 깔끔하게 보관, 집안 인테리어와 어우러지는 디자인 3) 기존 제품(A9 / A9S)과도 호환 가능 (별도 설치 필요) <p>Sub 1) 동시흡입 : 물걸레 파워드라이브로 먼지 흡입 청소와 물걸레 청소를 동시에. 남은 먼지 없이 깔끔하게</p> <p>Sub 2) 자동물공급 시스템 : 물걸레가 마르지 않게 자동으로 걸레를 적셔주는</p> | |
| 마케팅 상황 | <ul style="list-style-type: none"> - 기존 상중심 핸디스틱 무선청소기의 약점이던 흡입력이 상향평준화 되며, 3사 제품 모두 비슷한 수준의 흡입력 보유 - 무선청소기 흡입력 수치 경쟁에서 고객 편의성 중심으로 시장의 경쟁구도가 재편되는 중 - 다이슨 : 옴니글라이드 출시를 통해 '더 가볍고 편리한 청소성능' 강조 - 삼성 : 20년 별도의 먼지비움 기기인 <청정스테이션>출시 -> 21년 비스포크 제트의 일체형 먼지비움시스템으로 편의성 개선 | |
| 기존 광고전략 | <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 USP인 올인원타워의 혁신성 소구 - 올인원타워를 기능성 액세서리가 아닌 청소 시스템으로 포지셔닝 - 동시흡입 & 자동물공급 구매준거화 - A9만 있으면 먼지청소부터 물걸레청소까지 한 번에 완벽한 청소가 가능하도록 | |
| 해결과제 | - LG 코드제로 A9S의 브랜드 리더십 강화 - 코드제로만의 혁신성 소구를 통해 1등 브랜드로서의 리더십 확보 | |
| 담당자 연락처 | <ul style="list-style-type: none"> - 김경원 / 선임 / kyung1kim@hsad.co.kr - 윤혜인 / 사원 / stellaluna@hsad.co.kr | |