

기획서	푸드나무	랭킹닭컴
과제명	랭킹닭컴의 시장점유 확대 및 신규고객 확보를 위한 커뮤니케이션 전략 제안	
시장상황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나 19로 인해 집밥 섭취 비중 증가, 다이어트 목적으로 HMR 시장의 급격한 성장세</li> <li>- 랭킹닭컴 또한 2020년 이후 매출, 신규회원 유입 측면에서 급속한 성장을 거듭</li> <li>- 경쟁사로는 간편건강식 전문 브랜드 쇼핑몰 (아임닭, 아임웰, 허닭, 다노샵 등)과 간편 건강식을 구입할 수 있는 대형마트 매장 및 신선식품 배송 온라인 쇼핑몰(마켓컬리, 쿠팡, SSG닷컴 등)이 있음</li> </ul>	
타깃층/구매패턴 등	<p>타깃층</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Main : 다이어트, 미용, 건강, 몸매관리 등을 위해 저칼로리, 고단백, 저지방의 건강한 간편식에 관심이 높은 2534 남녀</li> <li>- Sub : 1인가구, 식단관리가 필요한 중장년층, 아이 건강 간식에 관심이 높은 주부 등 건강한 간편식을 선호하는 모든 대상</li> </ul> <p>구매패턴</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나 이후 운동과 식단관리를 하는 사람들은 많아졌으나, 아직도 많은 사람들이 대형 마트, 쿠팡, 마켓컬리 등에서 재료를 구매거나 최저가 중심으로 티몬/쿠팡/네이버 쇼핑 등에서 구매</li> </ul>	
제품 특징 / Line up/ 주요 USP 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 랭킹닭컴은 단백질 함량이 높은 닭가슴살 식품군을 중심으로 저칼로리 간식, 체중조절용 식품 등을 판매하는 간편 건강식 전문 플랫폼(닭가슴살에 특화)</li> <li>- 주요 PB 브랜드로 맛있닭, 잇메이트, 러브잇 등이 있으며, 국내에서 판매하는 닭가슴살 브랜드의 약 90%가 입점되어 있음 (2020년 6월 기준 300여개 식품 브랜드 입점)</li> <li>- 100만 명이 넘는 회원이 구매하는 제품 랭킹 정보가 매주 업데이트</li> </ul>	
마케팅 상황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2021년 새로운 모델로 조인성을 발탁하여 커뮤니케이션 진행</li> <li>1) TVC : 핫한 닭가슴살, 스테디셀러 닭가슴살, 새로운 건강식을 소개하는 내용으로, 100만 회원의 실제 구매데이터를 바탕으로 운영되는 '랭킹'시스템을 강조</li> <li>2) PPL : tvN '어쩌다 사장'에 제품 PPL 진행 (제품 : 오구칩)</li> </ul>	
기존 광고전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 랭킹닭컴의 '랭킹'이라는 Name을 Frame으로 만들어, 닭가슴살 제품 선택에 혼란스러워 하는 소비자들에게 매주 랭킹이 업데이트 되는 랭킹닭컴의 객관적 랭킹 시스템이 선택의 기준이 될 수 있음을 전달 (슬로건 : 랭킹에 답이 있다)</li> </ul>	
해결과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TVC 광고와 PPL, 옥외광고 등을 통해 랭킹닭컴을 들어봤지만, 이용해보지 않은 사람들의 랭킹닭컴 구매 경험 만들기</li> <li>- 간편건강식은 마트, 쿠팡, 마켓컬리 등에서 사면 된다는 구매 습관을 깨고 대안으로 랭킹닭컴을 떠올릴 수 있게 만들기</li> </ul>	
담당자 연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문규리 사원 (ace306@hsad.co.kr)</li> </ul>	