

제6회 신세계 대학생 유통프론티어 - 아이디어

[신세계 이마트 개선 아이디어 부문]

식품판촉과 연계한 뷔페식 레스토랑 다.미.소



한양대 유희호, 한은경

DTOS Smile with your family in 다.미.소

요약본 식품판촉과 연계한 뷔페식 레스토랑 다.미.소

Project overview

Strategic Goal

다.미.소는 가족중심의 쇼핑문화 트렌드를 반영한 새로운 컨셉의 레스토랑으로 이마트와 공급업체간 새로운 수익모델 창출을 통해 소비자, 이마트, 공급업체 모두가 만족할 수 있는 기회를 제공하는 한편 국내 1등 할인점 고수를 목표로 하는 이마트입장에서는 식품판촉의 새로운 성장동인이 될 수 있다.

General Approach (5W1H)

Who	Everyday Low Price를 바탕으로 한 이마트 할인점어
When	할인점간 경쟁이 심화되는 시점에서 새로운 성장동인이 필요한 이마트가 2006년 오픈예정
Where	전국 이마트 점포내 매장 연결 통로와 같이 제대로 활용되고 있지 못한 공간을 활용
What	식품판촉과 연계한 가족형 뷔페식 레스토랑 다.미.소
How	할인점내 입점해 있는 공급업체들과 연계한 새로운 수익모델을 발판으로
Why	고객에게 합리적인 가격에 질 좋은 서비스를 제공함으로써 새로운 수익을 창출하기 위하여

다.미.소가 좋은 비즈니스 모델인 이유

동장인들은 구체적으로 묘사되어야 하고, 그들의 동기가 그럴 듯해야 하며, 구성은 반드시 '가치란 무엇인가?'에 대한 통찰을 담고 있어야 한다. - 조만 마그레타의 경영이란 무엇인가? p-1

인물(character)	할인점내 음식점을 애용하지 않는 비고객을 연구하고 그들의 니즈를 반영해 고객화하기 위해 이마트가 제공할 수 있는 차별적인 서비스가 무엇인지 찾아냅니다.
동기(motive)	고객이 느끼는 합리적인 가격은 바로 [비용 < 가격 < 가치]입니다. 따라서 고객이 제공하는 비용에 비해 더 높은 가치를 제공한다면 고객은 틀림없이 만족할 것입니다.
구성(plot)	최소의 투자를 통해 최대의 효과를 얻기 위해 블루오션적인 접근을 통한 새로운 비즈니스 모델 즉 식품판촉과 연계한 새로운 컨셉의 레스토랑 다.미.소를 제안합니다.

DTOS Smile with your family in 다.미.소

요약본 식품관측과 연계한 뷔페식 레스토랑 다.미.소AE


할인점내 식품관측과 연계한 새로운 개념의 뷔페식 음식점 '다미소'는 가족모두가 만족스런 웃음을 지을 수 있는 레스토랑이란 뜻입니다.

Segmentation
식품관 입점제품 관측과 연계한 뷔페식 음식점

Targeting
다양한 취향과 음식 선호도를 가진 가족단위의 쇼핑객


Positioning
푸드코트보다 합리적인 가격과 레스토랑만큼 편안한 분위기

이른한 분위기/서비스

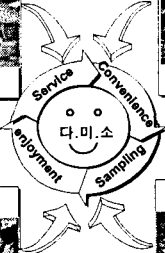


패밀리 레스토랑

다양한 메뉴




푸드코트




다.미.소

분식코너



간편한 먹거리

시식코너



시식 관측 활동

할인점이용객Needs

제한과
계미 추구

합리적인
소비문화

원스톱
쇼핑문화

다양한
문화생활
추구

할인점 EOLP 이미지 지속적 구축
가족쇼핑문화에 적합한 시설확충
합리적인 가격 양질의서비스 제공
할인점과 제조업체간 공생마케팅

입점식품 관측과 연계한 가족형 뷔페식 레스토랑 다.미.소

Eliminate

- 규격화된 고정메뉴
- 100% 셀프 서비스

Reduce

- 고객 대기시간
- 매장내 혼잡도

Raise

- 친절한 서비스
- 할인혜택

ERC

Create

- 요일 / 계절별 메뉴
- 새로운 수익모델

권위장, 르네마보안의 '블루오션전략' - ERRC grid 적용 -

합리적인 가격, 새로운 컨셉의 서비스 제공을 통해 고객의 니즈를 만족시킴으로써 새로운 수요창출

DTOS

2

Smile with your family in 다.미.소

Contents. 식품관측과 연계한 뷔페식 레스토랑 다.미.소

1. 이마트의 경영환경변화

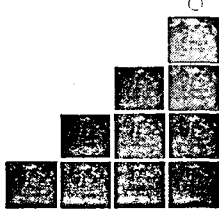
- 이마트의 성장
- 소비자 트렌드의 변화
- 이마트의 블루오션 전략 제안

3. 아이디어 결론

- “다.미.소”에 대한 기대 효과

2. “다.미.소” 비즈니스 모델

- “다.미.소” 컨셉 도출 - STP 전략
- “다.미.소” 가상 전경 도면
- “다.미.소” 가치 Flow
- “다.미.소” 4P 전략
- “다.미.소” 예상 수익 구조



DTOS

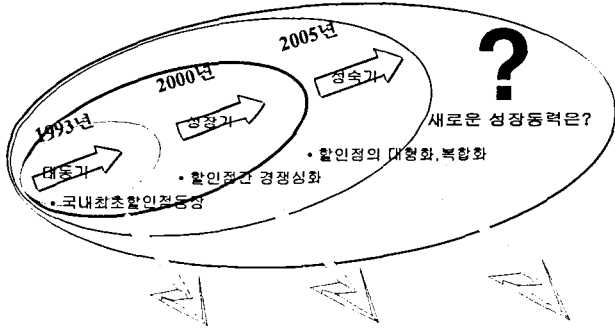
Smile with your family in 다.미.소

이마트의 발전, 새로운 성장동력을 찾아서

SHINSEGAE

내최초할인점 이마트는 Everyday Low Price를 바탕으로 출점 이후 고객의 니즈를 반영하기 위해 끊임없는 변화를 거듭하고 있다. 이마트는 현재 지속적인 1등 할인점 고수를 위한 새로운 성장동력을 찾기위해 블루혁신적인 아이디어가 필요한 시점이다.

이마트의 1등 할인점 고수를 위한 새로운 성장동력은?

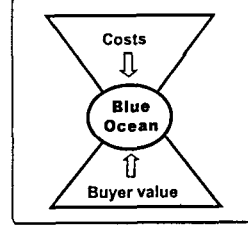


Everyday Low Price
이미지 지속적 구축

변화하는 트렌드에 따른
소비자 니즈 반영

이마트만의 차별화된
전략

지금은 블루오션적인
아이디어가 필요한 때



소비자 Needs	브랜드보다는 가격, 합리적인 소비문화	주 5일제등 소비자 라이프 스타일의 변화	가족중심 여가문화 확산 삶의 가치와 즐거움 추구
이마트의 전략	Everyday Low Price 이미지 구축노력	문화센터, 편의시설 확충 차별적 가치 제공	윈스톱 복합 쇼핑 공간으로 변화시도

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

소비자 트렌드 변화에 따른 이마트의 대응전략

SHINSEGAE

이마트가 EDLP이미지를 지속적으로 구축하는 동시에 이마트만의 차별적인 가치를 제공하기 위해서는 이마트를 이용하는 다양한 고객의 니즈를 끊임없이 고민하고 반영해야 한다. 실제로 이마트는 고객의 니즈에 맞춰 다음과 같이 변화하고 있다.

합리적 소비 PB상품강화 등 소비자 취향에 맞춘 MD차별화

소비자 Needs

- ① 합리적인 소비문화
- ② 윈스톱 쇼핑
- ③ 체험, 재미 추구
- ④ 다양한 문화생활 추구

- 합리적 소비** 식품 및 생활필품의 PB상품강화를 통해 합리적 가격으로 제공하는 한편 주력상품 MD차별화를 통해 간단한 소비자의 다양한 취향에 맞는 제품 MD 차별화 모색.

문화생활 문화센터를 통한 다양한 프로그램 운영
- 윈스톱 쇼핑** 아이들과 함께하는 체험현장학습, 명사초청 강연, 주부요리교실, 유아 교육아카데미, 취미생활, 어학등 프로그램을 통해 다양한 문화생활 기회를 제공

다양한 부대시설 마린, 복합 쇼핑물지향
- 미용실, 약국, 은행, 동물병원, 대형이벤트홀** 패밀리 레스토랑등 할인점과 연계한 다양한 부대시설을 마련 하고 한곳에서 모든것을 해결하는 복합기능제공

체험, 재미 먹거리 시식, 시제품 이용등 체험마케팅 강화
- 주5일제 확산과 가족중심 쇼핑문화성향으로** 쇼핑을 통한 재미를 추구하는 소비자를 위해 먹거리 시식, 시제품 이용등 체험마케팅을 통한 만족활동 강화

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

고객의 목소리에 귀기울여 보면 그곳에 정답이.. * SHINSEGAE

이마트의 성장동력이 될 블루오션적인 아이디어는 결국 고객의 마음을 정확히 읽는것에서 비롯된다. 이마트를 이용하는 고객의 합인점 방문 전후 소비자 고민을 통해 우리는 블루오션적인 아이디어를 찾기위한 중요한 단서를 찾고자 한다.

합인점 방문전



주부의 고민

- 오늘 저녁상엔 어떤 음식을 해줄지 고민이다
- 쇼핑을 하기 전에 쇼핑목록 리스트를 적어본다
- 외식비를 줄여야겠다고 생각중이다.
- 제휴카드, 마일리지콜 꼭 챙긴다.

	1997년	2003년
대개의 경우 쇼핑하기 전에 목록을 작성한다.	19%	상승 26%
가족끼리 외식을 자주한다.	16%	상승 24%
인스턴트음식은 몸에 해롭다고 생각한다.	57%	하락 49%

- 2003 브랜드마케팅 연구소 전국소비자 조사 자료 -

합인점식품관 쇼핑중



주부의 시정보기

- 가격이 조금 비싸더라도 식품품질을 우선시한다.
- 아이들 도시락 반찬은 아이들과 시식후 결정한다
- 행사제품등 판촉시 충동구매 경향이 있다.
- 구매시 전단지 정보, 쿠폰등을 자주 활용한다.

- 판촉활동이 구매에 미치는 영향 중 "대우 영향" 과 "다소 영향"이 약 60% 이상 인
 - 소비를 촉진시킬 수 있는 판촉활동은
 - 1) 할인, 경품, 마일리지(58.4%)
 - 2) 고객관리 강화 (23.2%)
 - 판촉활동 필요없음
 - 1) 대형합인점 (31.8%)
 - 2) 백화점 (30.8%)
- 2004.08.11 대한상공회의소

쇼핑전후/후 외식시



외식시 남편의 마음

- 양식보다 한식이 입에 맞는다.
- 집에서 먹는 된장찌개에 김치 밥이 제일이다.
- 가족들과 함께 저녁먹는 시간이 절대 부족하다
- 쇼핑후 이용하는 매장내 음식점은 너무 복잡하다

- 주말 가족과 합인점을 이용하는 40대 가장 FGI 평균
 - 시간충격을 위해서는 돈이 더 들어도 좋다.
 - 집밥이 없는 레스토랑보다 맞았다.
 - 아내가 합인점의 외식을 할 의향이 있다.
 - 가족끼리 저녁을 먹기가 힘들지만, 가족끼리 밥을 먹는 시간이 행복하다.
 - 피곤나 국이 없으면 밥을 먹지 못한다.
- D그룹 영업영역 회사원 5명 의견 종합

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

"다.미.소"가 제공하는 블루오션 가치는? * SHINSEGAE

합인점의 주요구입 품목인 식품을 소재로 고객의 니즈를 반영한 블루오션적인 접근을 통해 식품판촉 연계방안을 고안했다. 요컨대 우리가 제안하는 블루오션적 아이디어는 이마트 입점식품 판촉과 연계한 가족형 뷔페식 레스토랑 다.미.소 이다.

합인점 이용 주고객 소비패턴

- 주고객연령 : 30초반~40대후반 <객단가 약 48,000원>
- 월방문회수 : 한달 약 4회 <가족단위의 쇼핑객비중이 높음>
- 주요구매품목 : <식품>의류>생활용품 <식품이 절대적 비중>
- 가격에 민감 : 비교적 싼 생필품 다량구매 <PB상품비중높음>
- 구매목적별 고려요인 : 생활용품(가격), 식품(품질)
- 식품구매시 고려요인 : 건강> 맛 > 제조원(국산여부) > 가격

식품	의류	생활용품	식품	의류	생활용품
1차 식품	가방	메이크업	주방용품	전자제품	신발/화장품/일용품
식품	의류	생활용품	주방용품	전자제품	신발/화장품/일용품

(1) 다.미.소 가 제공하는 블루오션적인 가치

입점식품 판촉과 연계한 가족형 뷔페식 레스토랑 다.미.소

Eliminate	Reduce
• 규제화된 고정메뉴	• 고객 대기시간
• 100% 셀프 서비스	• 매장내 혼잡도
Raise	Create
• 친절환 서비스	• 요일 / 계절별 메뉴
• 할인혜택	• 새로운 수익모델

합리적인 가격, 새로운 컨셉의 서비스 제공을 통해 고객의 니즈를 만족시킴으로써 새로운 수요창출

합리적, 르네마보인의 '블루오션 전략' - ERRC grid 적용 -

소비자 트렌드를 활용한 식품판촉 연계 방안

합인점어용객Needs

- 합인점 고객 Needs
- 합인점 EOLP 이미지 지속적 구축
- 합리적 가격, 새로운 컨셉의 서비스 제공
- 합인점과 제조업체간 공생마케팅

DTOS

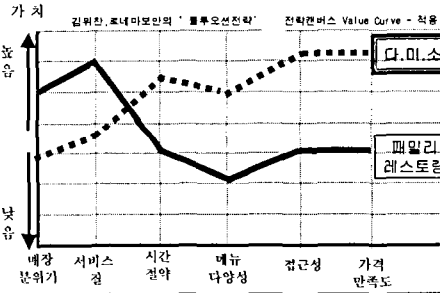
Smile with your family in 다.미.소

다.미.소가 제공하는 블루오션 아이디어는?

SHINSEGAE

다.미.소는 다양한 취향을 가진 가족 쇼핑객을 타겟으로 푸드코트보다 합리적인 가격으로 패밀리 레스토랑만큼 편안하고 질 좋은 서비스를 제공받을 수 있다는 강점을 가지고 있으며 이는 블루오션 전략 적용 틀을 통해서도 확인해 볼 수 있다.

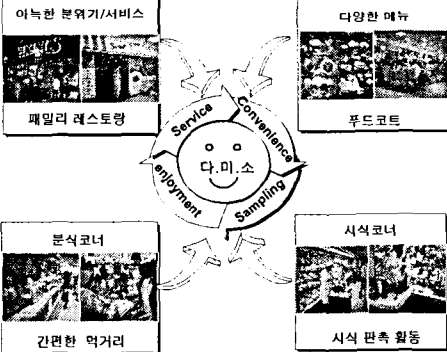
(II) 다.미.소가 제공하는 블루오션적인 가치



전략커버스 Value Curve 를 통해본 다.미.소

전략커버스로 분석해본 다.미.소의 강점은 푸드코트를 찾는 소비자 주요 소구점중 하나인 접근의 편의를 갖고 있으면서도 패밀리레스토랑 못지않은 매장분위기 및 서비스 질을 보유하고 있는 점이다. 뿐만 아니라 소비자가 제공한 가격보다 높은 가치를 소비자에게 되돌려 준다는 원칙에 바탕을 둔 서비스는 고객에게 만족을 제공할 수 있다.

- Segmentation**
식품과 인접제품 만족과 연계한 뷔페식 음식점
- Targeting**
다양한 취향과 선호도를 가진 가족단위의 쇼핑객
- Positioning**
푸드코트보다 합리적인 가격과 레스토랑만큼 편안한 분위기



DTOS

Smile with your family in 다.미.소

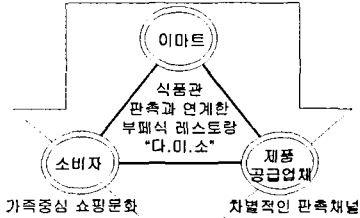
뷔페식 레스토랑 "다.미.소"의 컨셉은?

SHINSEGAE

다.미.소는 가족중심의 쇼핑문화 트렌드를 반영한 새로운 컨셉의 레스토랑으로 이마트와 공급업체간 새로운 수익모델 창출을 통해 소비자,이마트,공급업체 모두가 만족할 수 있는 공간이라는 브랜드 컨셉을 가지고 고객에게 어필하고자 한다.

뷔페식 레스토랑 다.미.소 브랜드 런칭컨셉

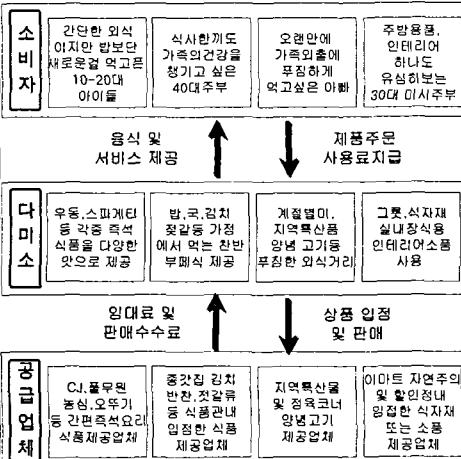
새로운 수익모델 창출



가족과 E-Mart 뷔페식 레스토랑 다.미.소가 가면 좋은 이유?

- 합리적인가격, 다양한메뉴, 질 좋은 서비스
- 온가족이 함께 웃으며 쉴 수 있는 문화공간
- 다양한 연령대와 기호를 가진 소비자 만족
- 식사하며 먹어보고 구입하는 편의성 쇼핑

식품만족과 연계한 다.미.소 비즈니스 모델



DTOS

Smile with your family in 다.미.소

한 눈에 보이는 "다.미.소"


SHINSEGAE

다.미.소는 입장대기 알리미 제공, 동선을 고려한 이용 Flow, 아늑한 인테리어 등 고객에게 편안한 분위기에서 한끼식사를 제공하는 한편 음식을 기다리는 중에도 주문음식관련 조리법보기, 인테리어소품 비치등 기다림도 즐겁게 만들었다.

3 다양한 음식 뷔페



2 메뉴 display



1 입장대기 알리미



4 계산 코너



5 원히 들여다 보이는 주방은 가정집 보다 더욱 깔끔/ 청결

6 가족단위 편안한 식사를 원하는 고객은 온돌형 좌식탁에서

7 간단하게 한끼 식사를 원하는 고객은 테라스형 테이블에서

8 매장 곳곳에 마트에서 구매 가능한 인테리어 소품전시



1 입장객이 많을 경우 대기시간 알리미 갖고 소량 가능

2 7가지 메뉴에 그 날, 그 날 다르게 제공되는 알인 쿠폰

3 집에서 먹는 밥처럼 취향에 따라 반찬을 직접 선택

4 푸드코트와 분리되어 있는 계산은 신속 / 정확


5 주방



6 온돌형 좌식탁



7 테라스형 테이블



8 소품 display




DTOS Smile with your family In 다.미.소

"다.미.소"는 주로 누가 어떻게 이용하지?

SHINSEGAE

다.미.소에 대한 이해를 돕기 위해 전형적인 활인점 이용고객을 가족 롤모델을 통해 다.미.소 이용 동기 및 실제 방문시 이용 Flow를 순차적인 흐름으로 살펴봐도 록 하자.



맛집이 가장 평균 월소득	300~400만원
생활비 지출	120만원
품목별 구매 패턴	품질 서비스강화
월평균 활인점 방문횟수	3.3회

04* 대한상공회의소 소비자 구매행태 조사

- 보편적인 가족상을 설정하여 "다미소" 이용 Value 채점
- 한정인 : 43세 직장인, 해가 갈수록 집밥을 좋아하는
- 임은희 : 직장생활에 따른 피곤함으로 즉일 외식을 선호
- 한아름 : 13세 중학생 도시락반찬이 지존상
- 한그루 : 10세 초등생 스마게티나 피자같은 음식을 좋아함

*화창한 일요일 아침 - 집밥이 좋은 아빠와, 따뜻한 우동국물이 먹고 싶은 아들이요, 매일매일 스마게티만 먹어도 살 수 있다는 그루, 식구들 모두 먹고 싶은 것을 해주고 싶지만 지쳐있는 엄마 - 큰 가족이 함께 나른하고 화창한 일요일을 즐기며 먹고싶은 것을 먹을 수 있는 공간이 필요

E-Mart "다미소"에 가서 밥 먹자!

다.미.소 이용 Flow

<p>대기 예약</p> <p>"다미소"에 가면 어떻게 이용 하세요.</p>	<p>뷔페식 음식</p> <p>영양가와 맛을 고려한 뷔페식 기본메뉴선택 및 추가메뉴결정</p>	<p>빠른 주문</p> <p>뷔페식 음식, 요일 메뉴등을 선택한 후 비용계산시 다양한 활인 및 적립혜택을 받음</p>	<p>편안한 서비스</p> <p>조리채품주문시 대기하는 동안 주문음식 요리법 정보 보기 또는 매장내 display 소품감상</p>	<p>식사후 구매</p> <p>음식에 만족할 경우 포장판매 제품 현장구입 (활인혜택) 또는 식품권 채방문시 구매계획</p>
--	---	--	---	---

DTOS Smile with your family In 다.미.소

“다.미.소”에는 무엇이 있을까?

SHINSEGAE

4P

Product	Price	Promotion	Place
집밥 같은 맛갈스러움을 제공하는 반찬뷔페와 저렴한 가격으로 특별한 요리를 제공하는 무지개 메뉴			

1 반찬 뷔페 컨셉 도출

<p>< 식품관 반찬대장 ></p> <ul style="list-style-type: none"> 20~30대 맛있게 주부 반찬구매 성향 신선도와 위생도 시식을 통해 맛을 보고 결정 다양한 종류의 반찬선택 폭 말할 수 있는 재료 	<p>< 다이소 반찬 뷔페 ></p> <p>다이소 반찬 뷔페 Concept</p> <ul style="list-style-type: none"> 고급호텔 뷔페 인태라에 매일 매일 다양한 반찬 재료공급회사 혹은 지역·정보 제공 저렴한 가격
---	--

2 요일별 주력상품 판촉 컨셉 도출

<p>< 판촉상품 시식 코너 ></p> <p>기획상품 시식 판촉활동</p> <p>[단점]</p> <ul style="list-style-type: none"> 소량의 시식에 대한 아쉬움 <p>[장점]</p> <ul style="list-style-type: none"> 간편한 조리활동 다양한 시식 기회 제공 	<p>< 다이소 무지개 메뉴 ></p> <p>다이소 무지개메뉴 Concept</p> <ul style="list-style-type: none"> 눈에 띄는 Display 다양한 기획상품 소개 할인쿠폰을 통한 저렴한 가격 다양한 구매 경로
--	---

3 다이소 반찬 뷔페 구성 및 운영

<p>메뉴</p> <ul style="list-style-type: none"> 김치, 찜갈, 조림, 볶음류 등 영양식단을 고려한 반찬 제공 계절별 특선메뉴 주력상품 같은 종류군의 다양한 상품 	<p>< 다이소 반찬 뷔페 ></p> <p>두부, 김치, 간장, 계란, 볶음, 조림, 볶음, 계란, 김치</p> <p>** 두부조림 **</p> <ul style="list-style-type: none"> 물무연 순두부로 만든 두부조림은 필수아이템이 많아 활용된 상품은 단박으로 소화할 수에도 좋습니다. 1인식: 400원 3종류 세트 가능상품 포장시: 100g 당 1200원
<p>운영</p> <ul style="list-style-type: none"> 식품관 연계 다양한 반찬 제공 ex> 팔-배추김치, 화-물김치 등 E-mart PB 식기류 사용 포장 판매 서비스 	
<p>전략</p> <ul style="list-style-type: none"> 소방주재의 주부마음을 상대 충만한 식탁을 제공한다 최고의 양미를 만들어 드립니다 	

4 다이소 무지개 메뉴 구성 및 운영

<p>메뉴</p> <ul style="list-style-type: none"> 판매중인 메뉴 중 재료 상품 공급업체와의 연계를 통해 보다 저렴한 가격 제공 가능한 상품 세대별 대표 선호 식품 	<p>< 다이소 무지개 메뉴 ></p> <p>할인쿠폰을 활용한 특가</p> <p>할인율의 상품, 가쓰오우동, 화요일의 상품, 떡볶이, 수요일의 상품, 왕복워터, 토요일의 상품, 안동, 고추장, 등</p> <p>7월간 디너 기획상품 주문제공</p> <p>> 여러 기호를 충족한 조리 서비스</p> <p>> > 수요일 양분 할당비 주문시 대안 및 달 해운맛 등 선택</p>
<p>운영</p> <ul style="list-style-type: none"> 판촉 요일에 해당하는 상품에 한해서 요일별 CMS 쿠폰 제공 다양한 조리법으로 기호 충족 상품 구매시 OK cashbag 적립 	
<p>전략</p> <ul style="list-style-type: none"> 간단하면서 특별한 음식 일고 저렴한 상품 구입 말할만 요리사 의미가 되십시오 	

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

“다.미.소” 얼마면 되겠어?

SHINSEGAE

4P

Product	Price	Promotion	Place
최소한의 식사비에 최대한의 서비스에 따르는 비용을 합하여 합리적 가격 제시			

다.미.소가 추구하는 합리적인 가격은?

가격 < 가치	소비자들이 재치나 서비스를 제공받고 최고의 만족을 얻을 수 있는 조건
가격 = 가치	소비자들은 지불한 대가만큼의 가격을 지불했다고 느끼고 그 이상의 만족은 못 느낌
가격 > 가치	소비자들의 반감을 사서 고객 이탈

비용 < 가격 < 가치

소비자가 돈을 내고 알고자하는 것은 지불한 비용 이상의 가치이다. 고객의 니즈를 파악하고 지불한 돈 이상의 가치를 제공하는것, 이것이 사업아이템의 밑바탕이 되어야 한다.

More
↑
고객 Benefit
↓
고객 가치
↓
지불 비용
Less

- 음식물 "영양학의진리체계" 참고 -

<p>수요 주문 예시</p>	<p>단일 인스턴트 식품 예</p> <p>피클 : 500원 김치 : 600원 스피게티 : 2100원 서비스Charge : 500원</p> <p>스피게티 조리행위에 따라 가격 조정 가능</p> <p>가격 : 3700원</p>	<p>2인 반찬 세트 주문 예</p> <p>3종류 반찬세트:2300원 고추장 : 1900원 고추장액만 : 3000원 서비스Charge : 500*2</p> <p>제공되는 음식은 최저항기비용 내어지는 서비스 charge</p> <p>가격 : 8200원</p>	<p>4인 가족 고기외식 예</p> <p>3종류반찬세트:2300 *2 불고기(250g):2500원*4 서비스 Charge :1000*4</p> <p>고기류 주문시 서비스 Charge 인상 1000원</p> <p>가격 : 18600원</p>	<p>다이소 식품 쇼핑 예</p> <p>두부조림 + 감자볶음 + 김치 = 1500원 왕요일상품 가쓰오우동 CMS쿠폰150원→2개구입</p> <p>도시락 반찬을 위한 소량 반찬 포장 가능</p> <p>가격 : 8700원</p>
------------------------	--	---	---	---

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

❖ "다.미.소"의 매력을 느껴보자~

* SHINSEGAE

Product	Price	Promotion	Place
홍보전략 : 저렴한 구매를 위한 CMS 쿠폰 발행과 통합마일리지 서비스, 특별한 조리방법 노트 형식의 메뉴판			

1. CMS 쿠폰 발행

요일별 메뉴 구성 효과	CMS 쿠폰 제공
<ul style="list-style-type: none"> 회전이 늦은 상품의 재고 처리 재료구입비용이 낮은 날, 요일별 메뉴로 할인 혜택 제공 고객의 공급중요 유발 창상 고객의 위해 연구하는 음식심이라는 평가 가능 <p style="text-align: right;">- 9월 특별프랜차이즈 이경태</p>	<ul style="list-style-type: none"> 고객에 추가적인 할인혜택 제공 고정고객 확보 및 신규 고객 확보 구매유도를 통한 매출 신장 기대 경쟁업체로의 고객유출 방지

다미소 무지개 메뉴 CMS 쿠폰

Slogan	오늘은 (가쓰오 우동)의 날
Period	일 주일 중 하루 ex> 화요일의 메뉴
Target	가격에 민감한 비교고객층의 흥미 유발
How to	<ul style="list-style-type: none"> 다미소 이용 고객에 요일 상품 CMS쿠폰을 제공 귀가길 손에는 쿠폰없이 특색있는 구매 가능
Purpose	<ul style="list-style-type: none"> 구매의도가 없던 고객도 쿠폰을 통해 구매 고려 다미소에서 특별한 조리법으로 새로운 조리법을 경험한 고객에 구매 유도

2. 메뉴판은 정보판

메뉴판 역할	적용 사례 - 원할머니 보쌈
<ul style="list-style-type: none"> 음식은 사물(소리로 된 식육을 자르)이 필요 - 메뉴판에 시골효과 추가 음식 사진은 메뉴판에 넣어 맛깔스런 이미지 연출 	<ul style="list-style-type: none"> 정갈한 사진 요리에 대한 설명 호감 가는 이름 요리 영합스 정보 맛있게 먹는 법

3. 통합 마일리지 관리

통합 마일리지	적용 사례 - KT&KTF
<ul style="list-style-type: none"> 소비자가 어떤 곳에서 어떤 물건을 구입하든 통합적으로 마일리지를 적립하는 방법 Network effect 가능 win-win 전략 	<ul style="list-style-type: none"> 450만 명의 KTF의 멤버십카드에 KT의 유선전화 골보너스, 초고속인터넷서비스 마일리지를 연계 - 가입자들을 유지하는 최적의 수단이라 판단

다미소 메뉴판은 비법 노트	
How to	<ul style="list-style-type: none"> 메뉴판에 음식 사진과, 특별한 조리 비법 by 메뉴판 넣기 조리법 아래 재료가 되는 대표 상품 그림과 설명 및 가격 제시
Purpose	<ul style="list-style-type: none"> 음식을 기다리는 사생활의 시간동안 즐거움과 정보 제공 제휴 관계에 있는 공급처 상품 홍보 가능

알뜰한 다미소	
How to	<ul style="list-style-type: none"> 다.미.소 내에서 내는 식사비 및 상품구매비는 계산 시 모두 okcashbag 0.5% 마일리지 통합 적립 이마트 직불카드로 계산 시 1-2% 마일리지 적립
Purpose	추가적인 판매구조와 직불카드 사용도 증가

DTOS
Smile with your family in 다.미.소

❖ "다미소"의 매력에 빠져볼까요?

* SHINSEGAE

Product	Price	Promotion	Place
이벤트 전략 : 고객이 참여할 수 있는 정기적인 이벤트 진행을 통한 충성고객 확보 및 구전 효과			

1. 요리 경연 대회

요리 경연대회 효과	적용 사례 - 비스타 대회
<ul style="list-style-type: none"> 고객 참여 유도 다양한 정보의 경연장 집객효과 및 구전효과 대회를 홍보하는 판촉이벤트 sustainable strategy 	<ul style="list-style-type: none"> 지하철 역에서 바리스타대회 개최 제조과정에서 냄새와 향 발생 집객효과 및 구전효과가 탁월 카피 이미지 제고 및 바리스타를 알리는 기회

2. 기념 사진 흔적 남기기

사진 찍는 문화	적용 사례 - 크레이지 후크
<ul style="list-style-type: none"> 2004 히트상품-싸이월드 자기표현욕구와 개인화 자기 표현과 함께 발자취를 남기고 싶은 욕구 기념 사진 촬영 	<ul style="list-style-type: none"> 방문 고객들의 사진으로 벽면을 인테리어 생일 기념 사진으로 생일 축하자 추억 만들기 자신의 사진 찾는 재미 요소 제공

다.미.소. 요리 경연대회	
Slogan	우리집 요리가 세상에서 제일 맛있어요
Period	매달 2회, 4매주 일요일 2-4시 다.미.소. 영업 중식
Target	-7-10명 가족 단위 - 충성고객 확보 전략
How to	지난 2주 메뉴 중 특정 상품을 주제로 하여 (특정 상품 홍보효과) 특별한 조리법으로 요리 경연대회
Purpose	<ul style="list-style-type: none"> 조리법 공유를 통한 정보 공유 경연대회 동안 집객효과를 통한 집객효과 - 마케팅
Benefit	<ul style="list-style-type: none"> 대회 시간동안 대회상품 추가 할인판매 수상자에 이마트 상품권 지급하여 Lock-in 전략

베스트 다.미.소.	
Slogan	세상에서 제일 행복한 우리 가족
Period	한 달 동안 가족사진 투표
Target	4인 이상의 가족 단위 고객 - 다미소의 가족 컨셉 살리기
How to	한 달 동안 가족 단위 고객을 대상으로 기념촬영 할때 베스트 다.미.소 가족을 뽑아 영예의 전당기록
Purpose	<ul style="list-style-type: none"> 다.미.소의 컨셉을 상려 가족단위 고객에게 가족단위 사진의 경쟁우대로 구전효과 기대
Benefit	<ul style="list-style-type: none"> 식구들과 함께하는 식사시간 흔적 남기기 수상자에 이마트 상품권 지급하여 Lock-in 전략

DTOS
Smile with your family in 다.미.소

❖ "다.미.소"는 어디에 있지?

SHINSEGAE

4P

Product	Price	Promotion	Place
이마트 관점에서는 유휴공간을 활용하고, 고객 관점에서는 접근성 최적화된 입지 전략			



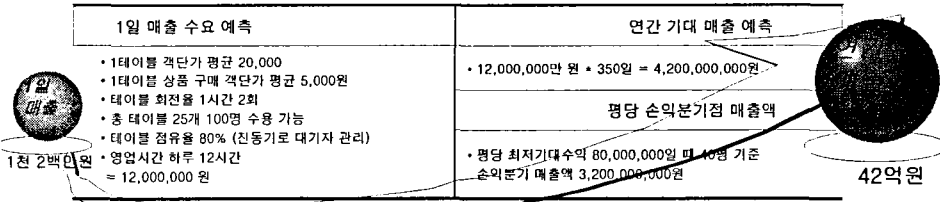
DTOS

Smile with your family in 다.미.소

❖ "다.미.소"로 얼마나 벌 수 있을까?

SHINSEGAE

다.미.소는 다양한 구조의 수익 창출원을 가지고 있어 안정적인 수익을 얻을 수 있으며, 재료비 등의 변동비보다는 인건비와 판매비 등의 고정비 비율이 높으므로 많은 고객을 모는 것이 공석률을 낮추는 것이 주요 성공 키워드가 될 것이다.



1년 기준 <다.미.소 수익 구조>		다.미.소 손익계산서	1년 기준 <다.미.소 비용 구조>	
매출원가비용 미반영 (단위: 천 원)			추가-감가상각비 들인 장재 비용 구조 요소 존재 가능	매장 인건비(주방, 개서, 서빙)
공급업체 판촉지원비	36,000	하지만, 안정적인 수익 구조를 통해 손익계산서 이익발생 구조 형태를 가짐	운영비	2,400
조리식품 판매비	1,000,000		재료비	300,000
취업 운영 수수료 수익	38,640		판촉비 및 이벤트 비용	7,200
상품 판매 수수료 수익	29,400			
<ul style="list-style-type: none"> 판촉 지원비 매출 300만 원 기준 조리식품 객단가 3000원 기준(공실률 적용) 취업반찬 판매 객단가 평균 2300원 기준 상품판매 객단가 4만 가측 평균 7,000원 기준 			<ul style="list-style-type: none"> 인건비 평균 100만원 기준 운영비 월평균 20만 원 기준 재료비 매출액의 30% 적용 판촉 월평균 30만원과 이벤트 월평균 30만원 	

DTOS

Smile with your family in 다.미.소

❖ "다.미.소"의 출점은 어떤 효과를 가져올까? ❖ SHINSEGAE

다.미.소는 고객이 지불하는 비용보다 높은 가치를 제공 한다는 것을 토대로 기획된 새로운 컨셉의 레스토랑으로 소비자, 이마트, 공급업체 모두가 만족할 수 있는 새로운 수익모델로서 현실화될 경우 할인점업계 큰 반향을 일으킬 것으로 기대된다.

「다.미.소」는 소비자,공급업체 모두에게 만족스런 웃음을 제공할 것입니다.

이용고객 기대효과

- 온가족이 함께 즐길 수 있는 외식장소
- 한끼식사와 식품구매를 한번에 해결하는 윈윈윈 쇼핑
- 합리적인 가격에 양질의 서비스 이용가능

이마트 기대효과

- 온가족이 만족할 수 있는 새로운 개념의 외식문화공간 제공
- 기존의 매장음식점을 이용하지 않던 비교객의 고객화
- 마일리지 혜택등 다.미.소와 연계한 직불카드 활성화 도구활용
- 다양한 MD구성을 통한 공급업체와의 새로운 수익모델 창출

공급업체 기대효과

- 식품 특성상 신선유지를 위한 고회전이 가능한 판로마련
- 건강식 제품의 경우 고가인 점을 감안 시식을 통해 구매 연결가능성 높아짐
- 지역특산물등 판촉기회의 안정적 확보 가능

DTOS **Smile with your family in 다.미.소**

❖ 참고자료 ❖ SHINSEGAE

❶ 참고 사이트

- <http://dl.korcham.net> 유통물류위원회
- <http://www.korcham.net> 대한상공회의소
- <http://www.kosca.or.kr> 한국체인스토어협회
- <http://value.hankyung.com> 한경가치혁신연구소
- <http://www.seri.org> 삼성경제연구소
- <http://www.lgeri.com/> 엘지경제연구원
- <http://www.hanari.re.kr> 하나경제연구소
- <http://www.menuplan.com> 음식정보 메뉴판닷컴
- <http://emart.co.kr> 이마트 홈페이지
- <http://homeplus.co.kr> 홈플러스 홈페이지
- <http://lottomart.com> 롯데마트 홈페이지
- www.naver.com 포털사이트 네이버
- www.daum.net 포털사이트 다음
- www.google.co.kr 포털사이트 구글

❷ 참고 문헌자료

- 블루오션 전략 - 김위찬, 르네마보안 지음 강해구 옮김 (교보문고)
- 마케팅이란 무엇인가? - 폴스미스 지음 최경남 옮김 (거름출판)
- 할인점 경영과 실무 - 고창룡, 윤영길 공저 (두남출판)
- 프로들의 기획노트 - 노동형 (청년점선)
- 경영이란 무엇인가? - 조안 마그레타 지음 권영설 김홍철 옮김 (김영사)
- 경영학의 진리 체계 - 윤석철 (경문사)
- 외식업판촉 이렇게 해야 성공한다 - 김현희 김시중 (백산출판사)
- 외식창업실무론 - 김현희 이대홍 (백산출판사)
- 외식업 마케팅 - 신봉규 황재선 (학문사)

❸ 참고 학위 논문

- 유통업체 PB제품 선호도에 영향을 미치는 요인 : 소비자 사전지식 수준의 조절효과 연구 - 이현승 (2005)
- 유통업체의 브랜드 자산 형성과정 - 장성진 (2005)
- 서비스전환활동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 외식산업을 중심으로 - 김동욱 (2002)

DTOS **Smile with your family in 다.미.소**