



LG 생활건강 더블리치 트리트먼트 · 샴푸 개발사례

DOUBLERICH TREATMENT · SHAMPOO IMPRVEMENTAL CASE OF LG

정운성 / LG생활건강 디자인연구소 선임연구원

1. 배경

1993년 6월 고가대 시장에 트리트먼트란 CONCEPT 을 가지고 국내 최초로 출시하여 현재 (M/S:13.9)까지 꾸준한 성장을 하였다.

최근 경쟁사들은 최고가의 제품을 경쟁적으로 출시하여 프리미엄급의 제품군을 형성하고 있다. 그에 따른 더블리치 샴푸의 OLD화 이미지로 M/S의 정체 및 경쟁사의 성장으로 인한 브랜드 EQUITY 약화가 예상되며 시급히 더블리치 샴푸의 이미지를 새롭게 하여 프리미엄 제품군에서 경쟁력을 확보하며 WORLD BEST DESIGN로 키우는데 그 목적이 있다.

2. 20대 여성의 샴푸 선호요인 및 이상적인 샴푸가 갖추어야 할 속성

샴푸 선호요인	이상적인 샴푸가 갖추어야 할 속성	
<ul style="list-style-type: none"> • 영양 • 향 • 세정효과 • 경제성 • 기타(디자인) 	제 1속성 <ul style="list-style-type: none"> • 모발보호 • 세정효과 • 향 	제 2속성 <ul style="list-style-type: none"> • 머리결 • 브랜드 • 용기디자인 세련된 디자인상, 색상, 사용 편리성 고려

3. 더블리치 디자인 CONCEPT

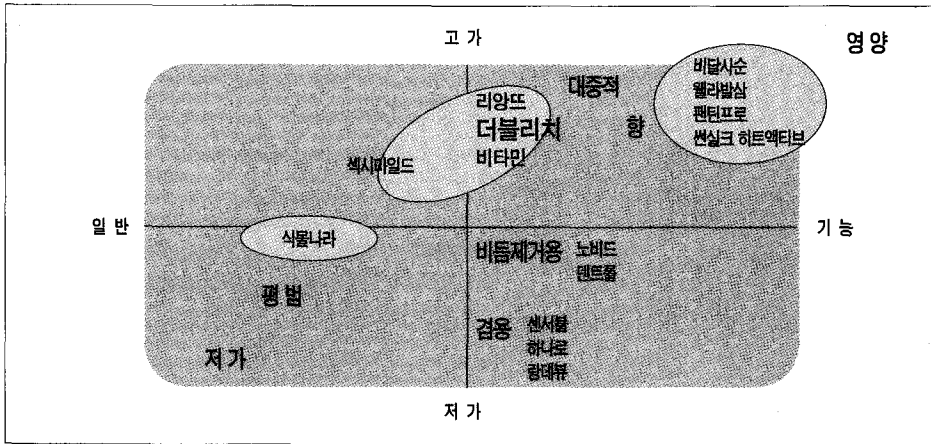
기존의 OLD 이미지를 개선하여 고급감 부여 및 디자인 차별화를 통한 고객 만족도 향상

PRODUCT STYLE	장식적인 요소를 최대한 배제하여 Modern하고 Simple한 형태
GRAPHIC DESIGN	간결한 레이아웃을 통한 브랜드 가독성을 높임
COLOR	Identity를 유지하기 위해 기존의 D/R Color 계통(Red, Green, Violet)을 유지 검토. (유행 추세에 뒤진 원색의 강한 Color 탈피)
MATERIAL	고급스러운 재질 및 소재를 선택하여 경쟁사와의 차별화

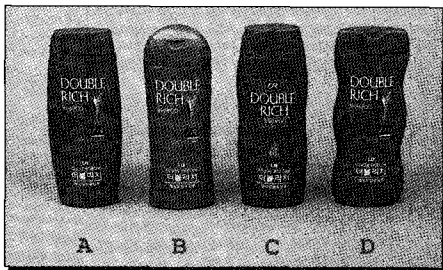
4. 자사 및 경쟁사 디자인분석

- 더블리치 : 화려한 색상으로 매장 Impact 강하나 전문, 고급 이미지 부족(동서Group Dynamic 자료)
Logo Type : Old Style (로만체)
용기 형태 및 색상 : 원색적, 클래식, 여성적 이미지
용기 Size : 작아보임
- 비달사순 : 디자인 단순, 차분한 색상, 고급스러움(금박 투명스티카)
용기 Size : 작아보임(원통형)
- 팬틴프로V : 용기 형태의 단순함과 정돈된 레이아웃 및 고급스러움(은박스탬핑)
- 셉셀크 : 용기형태는 진부하나 Body 칼라는 차분하고 고급스러움(금박스탬핑)
브랜드 Logo Type : Old Image

5. IMAGE POSITION



6. 더블리치 개선디자인



▲ 더블리치 패키지 디자인 제안안



▲ 더블리치 개선디자인