

Cosmetic Brand Research

SK-II

INDEX

1. SK-II 소개

- 1) 브랜드 스토리
- 2) 브랜드 연혁

2. SK-II CI 분석

- 1) SK-II 로고
- 2) SK-II 브랜드 컬러

3. SK-II 주력상품 및 마케팅전략

4. 경쟁사 분석 및 제품 수요조사

- 1) 경쟁사 분석
- 2) 자사와의 제품 수요조사

5. 참고자료 및 소감

CHAPTER 1

SK-II 소개



STORY

나이든 주조사의 아기 같은 손에서 발견된
SK-II 기적의 피테라

HISTORY

1976

일본 화장품업체
'Max Factor'가
효소화장품 개발

1980

일본 SK-II
브랜드 런칭

1991

P&G에서
Max Factor 인수

2000

국내 첫 런칭

현재

글로벌 코스메틱
브랜드로
매출액 1조 돌파

CHAPTER 2

SK-II CI 분석

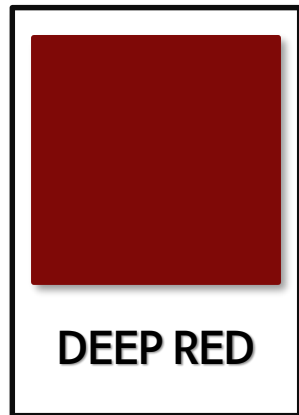
LOGO



Secret Key

"맑고 투명한 피부를 위한 비밀의 열쇠"

BRAND COLOR



흰색과 DP 계열의 짙은 빨강 배색
축복과 동서양의 조화 의미

*DP 계열의 특징
성숙한, 지적인, 격식있는, 고급스러운 이미지

BRAND SLOGAN

"14일의 기적"

제품을 꾸준히 사용함으로 인한 효과를 입증하는 광고 컨셉

CHAPTER 3

SK-II 주력상품 및 마케팅전략



PRODUCT

SK-II의 베스트셀러

PRODUCT



페이셜 트리트먼트 에센스



맨 페이셜 트리트먼트 에센스



살롱 파운데이션



페이셜 트리트먼트 마스크



파워 에센스



파워크림



MARKETING

**SK-II의 마케팅전략
NO.1 광고모델**

"농치지 않을 거예요"

MARKETING

N0.1 광고모델



2004년부터 10년 넘게 SK-II와 함께 한 장수모델 김희애
동안 외모에 맑고 투명한 피부로 컨셉에 잘 어울리고
20대부터 50-60대까지

넓은 고객층 을 만드는데 크게 일조한 모델

MARKETING

N0.1 광고모델



임수정, 이연희를 거쳐 탕웨이까지 **20-30대 젊은 층을 타겟**으로 한 모델 선정

★ 자존감 향상

스킨 카운셀링

매직 링과 함께
당신의 피부 나이를
알아보세요

당신의 피부 나이가 궁금한가요? 매직 링 테스트로 피부 나이를 측정하고, 당신의 피부만을 위한 맞춤 샘플도 만나보세요.

* 피부나이는 진단대상자와 동일한 피부조건을 가지고 있는 SK-II 데이터베이스 내 여성의 평균 연령을 참고합니다.

더 알아보기

매직 링 쿠폰 받기

↓ 더보기 ↓

MARKETING

SK-II의 마케팅전략
NO.2 스킨 카운셀링

MARKETING

SK-II의 마케팅전략 N0.2 스킨 카운셀링

아름다움의 기준,
피부 나이를 확인하세요

매직링 테스트로 피부의 다섯 가지 요소를 측정해보세요.



결과

피부 나이	18살
피테라™에센스 유저	16살

요약

전반적으로 피부관리를 잘 해왔지만, 기미·잡티 관리에 좀 더 신경을 쓸 필요가 있습니다. 화이트닝 파워 스팟 스페셜리스트를 사용하는 것을 추천 드립니다.

매장에 방문하여 매직링 테스트 후
개개인에 맞는 **스킨케어 방법 컨설팅**

LIMITED ADDICTION & WEDDING BOX

MARKETING

**SK-II의 마케팅전략
NO.3 한정판 패키지**

MARKETING

SK-II의 마케팅전략 NO.3 한정판 패키지



피테라 에센스 2014 리미티드 에디션



SK-II 웨딩 박스

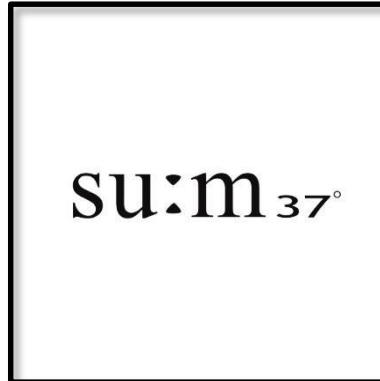
CHAPTER 4

경쟁사 분석 및 제품비교

COMPETITION
BRAND



LANCÔME



숨 37°



THE FACE SHOP

LANCÔME
PARIS

COMPETITION

BRAND NO.1

LANCOME

: 스킨 케어 제품을 비롯하여 메이크업 제품,
향수 등을 제작·판매하는 프랑스 코스메틱

su:m₃₇°

COMPETITION
BRAND NO.1

숨 37°

: 생명과 정성 그리고 기다림, 자연의 생명력을
온전히 담은 국내 자연발효 뷰티 브랜드



COMPETITION
BRAND NO.3

THE FACE SHOP

: 자연주의 컨셉의 10-20대를 겨냥한
국내 저가 코스메틱 브랜드

ANALYSIS

자사와의 제품 수요조사

[PART-1] 스킨케어 부문

		1만원 미만	5만원 미만	10만원 미만	15만원 미만	20만원 미만	20만원 이상
스킨 케 어	SK-II						
	랑콤						
	숨37						
	더페이스샵						

ANALYSIS

자사와의 제품 수요조사

[PART-2] 마스크팩 부문

		1만원 미만	5만원 미만	10만원 미만	15만원 미만	20만원 미만	20만원 이상
마스크팩	SK-II						
	랑콤						
	숨37						
	더페이스샵						

ANALYSIS

자사와의 제품 수요조사

[PART-3] 클렌징 부문

		1만원 미만	5만원 미만	10만원 미만	15만원 미만	20만원 미만	20만원 이상
클렌징	SK-II						
	랑콤						
	숨37						
	더페이스샵						

ANALYSIS

자사와의 제품 수요조사

[PART-4] 메이크업 부문

		1만원 미만	5만원 미만	10만원 미만	15만원 미만	20만원 미만	20만원 이상
메 이 크 업	SK-II						
	랑콤						
	숨37						
	더페이스샵						

ANALYSIS

자사와의 제품 수요조사

[PART-5] MEN 부문

		1만원 미만	5만원 미만	10만원 미만	15만원 미만	20만원 미만	20만원 이상
M E N	SK-II						
	랑콤						
	숨37						
	더페이스샵						

CHAPTER 5

참고자료 및 소감

REFERENCE DATE

참고 자료

◆ 기사

- 헤럴드 경제[日방사능·대지진도 꺾은 'SK2'...韓화장품의 롤모델?]
- 머니투데이['중금속 논란' SK-II, 어떤 화장품이기에...]

◆ 사이트

- SK-II 공식홈페이지
- 네이버 블로그[역대 SK2 (SK-II) 모델 심혜진부터 탕웨이까지]

◆ 논문

- 숙명여대 박정희[발효화장품의 인식 및 구매행동에 관한 연구]

IMPRESSION

소 감

리서치 활동을 통해 신뢰성 있는 마케팅전략을 짜는데
도움이 되었고 자사의 브랜드 이미지 향상에 기여

FINISH

감사합니다 :)