

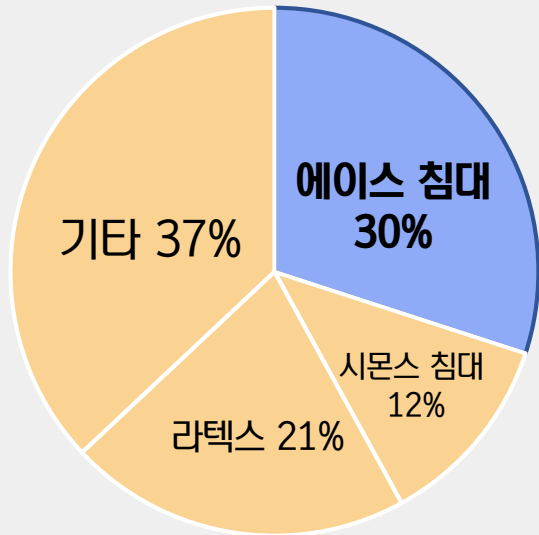
에이스가 ACE를 찾는다

2535세대에서의 진짜 프리미엄 침대를 위한 기획서

6조 슈팅스타조(심준혁, 김상민, 임정주, 박재인, 조원기)

[점유율 1위를 달리고 있는 '에이스 침대']

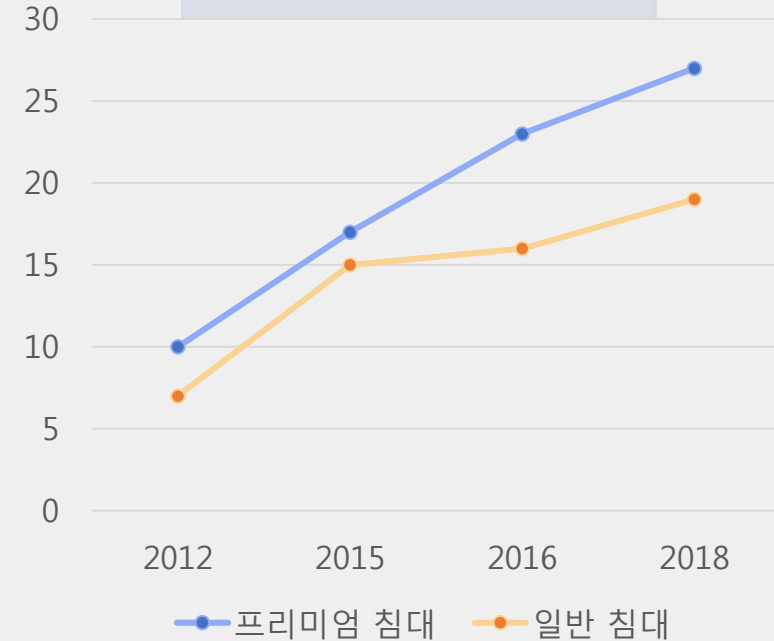
<침대시장 점유율>



출처 : 2018년 한국 콘텐츠 미디어

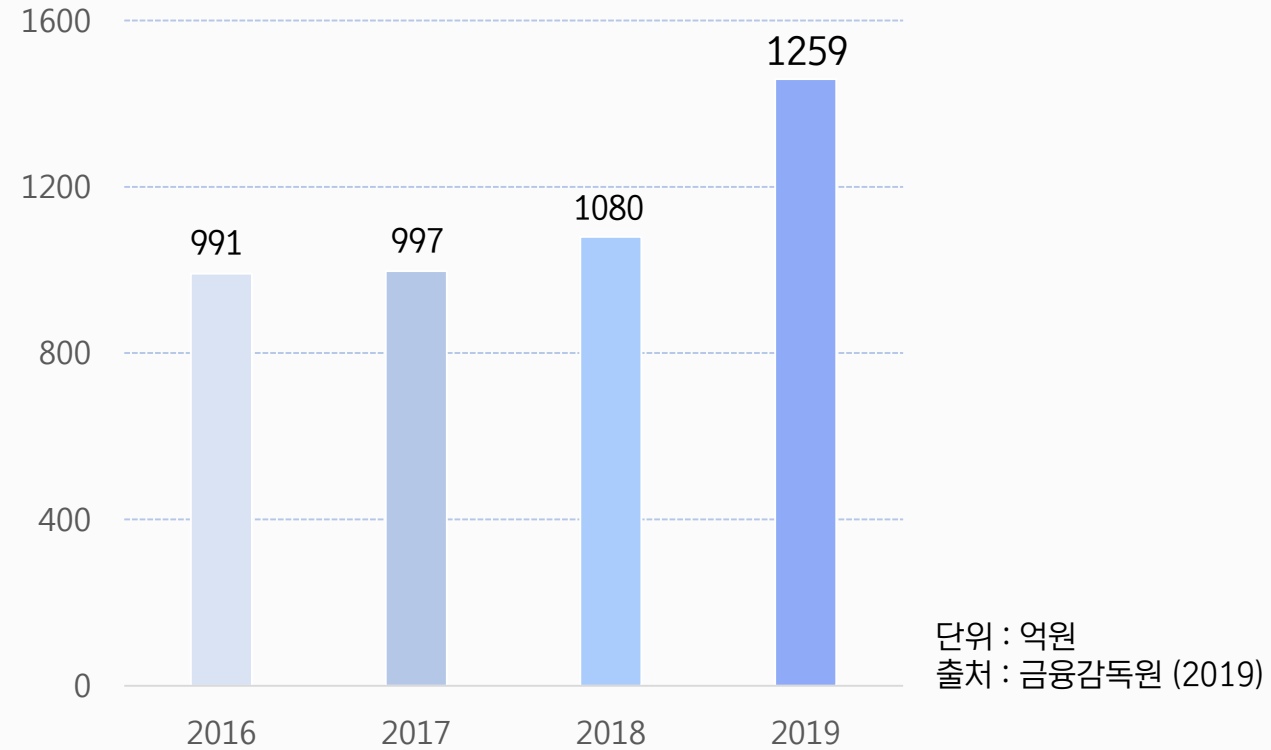
[2015년부터 변화하는 침대시장]

<침대 매출 증가량>



오랜 기간 이어온 에이스 침대의 **시장 점유율 1위**
그 중심에는 **'침대 과학'** 이 있었습니다.

<에이스 침대 매출량>

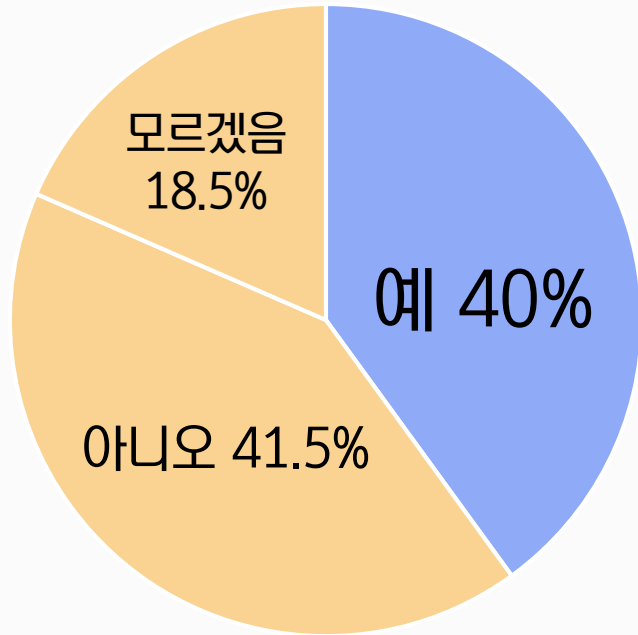


2018년에 일어난 '라돈사태' 에도 침대과학은 다시 한 번 증명되었고
급격한 매출 상승을 기록합니다.

기회로 보여지는 지금,
침대시장의 이면을 살펴보자

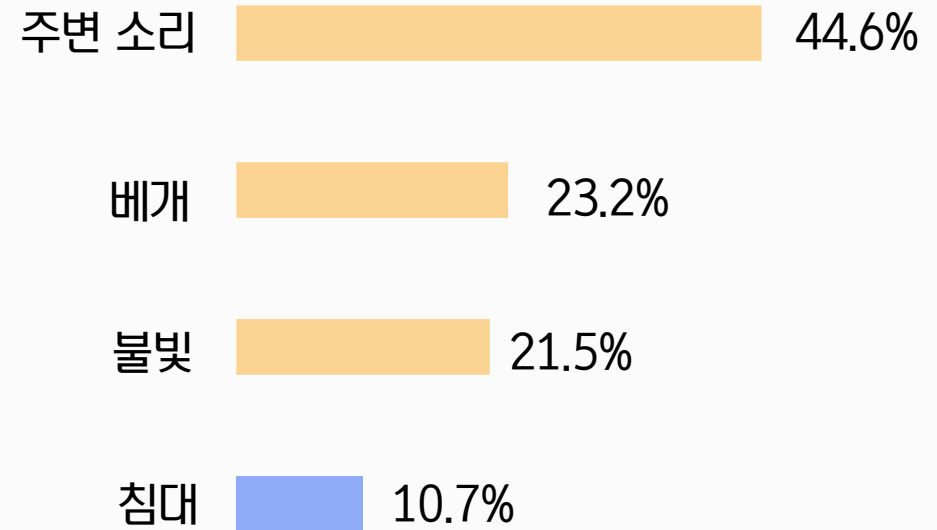


고가의 침대가 수면의 질을 높이는가



n=65, 자체조사

잠에 영향을 주는 요소



출처 : WMDK(2018)

프리미엄 침대의 **효익**이 드러나지 않아
에이스 침대는 커녕 침대구매의 이유가 사라지고 있는 상황

소비자에게 에이스 침대의 광고는?



<에이스 침대의 광고를 본 후의 반응>

"박보검 진짜 잘생겼다... 이거 말고는 뭐 느껴지는게 없어요 "

- ID : AD4*** -

"좋은 잠이 쌓인다, 좋은 나를 만든다는 말은 좋은데
그게 어디 있는건지 모르겠어요"

- ID : BL3*** -

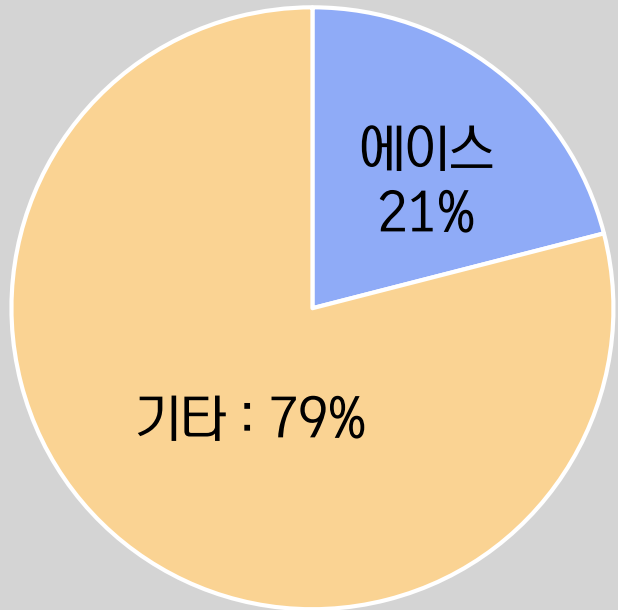
"모델 빼면 별거 없는거 같아서 조금 아쉬워요"

- ID : CINDY9*** -

출처 : TVCF 컨슈머 리포트

- 주 메시지 : 좋은 잠이 쌓인다, 좋은 나를 만든다는 카피로 프리미엄 침대의 장점을 표현하기
- 광고 컨셉 : 깔끔하고 편안한 프리미엄 침대를 제품 특성이 아닌 효익으로 설명하자
- 크리에이티브 컨셉 : 깔끔한 이미지의 박보검을 모델로 기용, "좋은 잠이 쌓인다, 좋은 나를 만든다"

광고 보조 회상



n=65, 자체조사

<에이스 침대의 광고를 본 후의 반응>

"박보검 진짜 잘생겼다... 이거 말고는 뭐 **느껴지는게 없어요**"

- ID : AD4*** -

"좋은 잠이 쌓인다, 좋은 나를 만든다는 말은 좋은데
그게 **어디 있는건지** 모르겠어요"

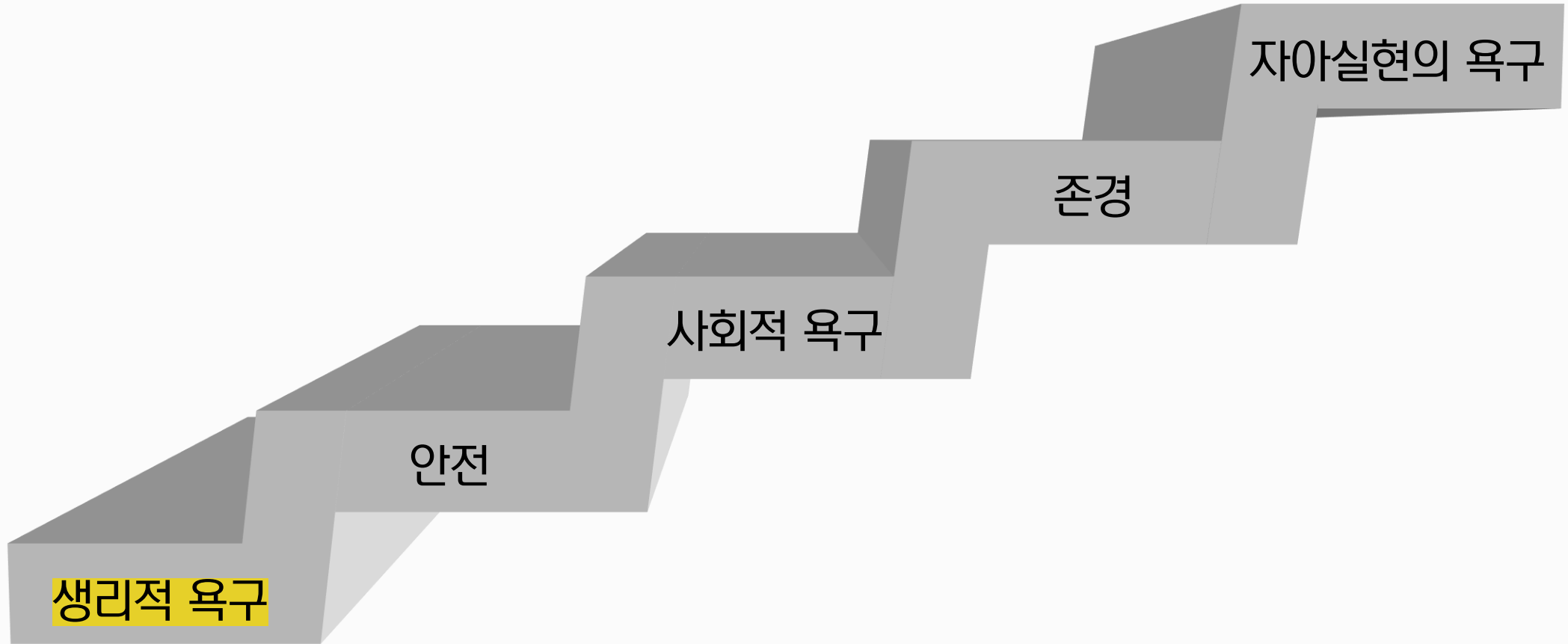
- ID : BL3*** -

"**모델 빼면 별거 없는거** 같아서 조금 아쉬워요"

- ID : CINDY9*** -

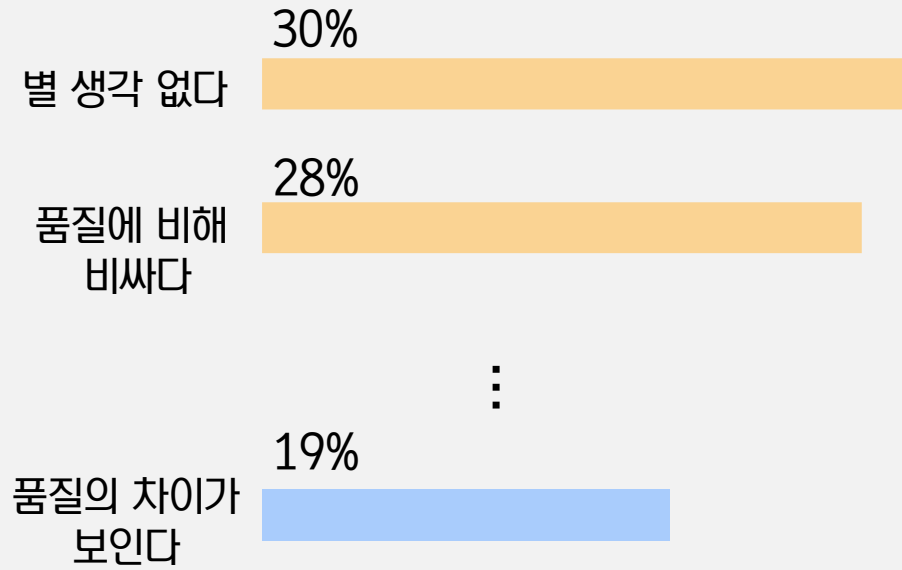
출처 : TVCF 컨슈머 리포트

하지만 모델에 시선이 치우쳐 제품이나 브랜드를 기억하지 못하는
'음영효과'가 발생하게 되었다.



침대의 본질은 ‘수면욕에 대한 가구’
1단계인 생리적 욕구에 포함된다.

프리미엄 침대에 대한 생각

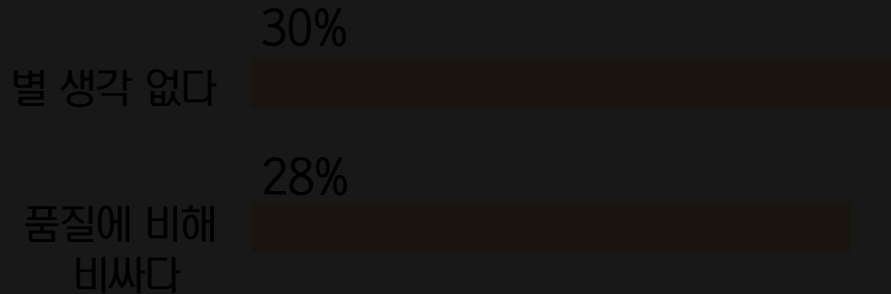


n=65, 자체조사



이미 생리적 욕구 (수면욕) 를 해소한 소비자들,
프리미엄 침대는 이 **이상의 욕구**에 다가가야 한다.

프리미엄 침대에 대한 생각



그저 '잠'을 자는 가구에서 벗어나

에이스 침대가 진행해온 침대과학의 노력을 전달,

프리미엄 침대시장의 확장과 그 속에서의 1위를 지키자

이미 생리적 욕구 (수면욕) 를 해소한 소비자들,
프리미엄 침대는 이 이상의 욕구에 다가가야 한다.

2019년 신입사원 평균연령
남성 29.2세, 여성 27.9세



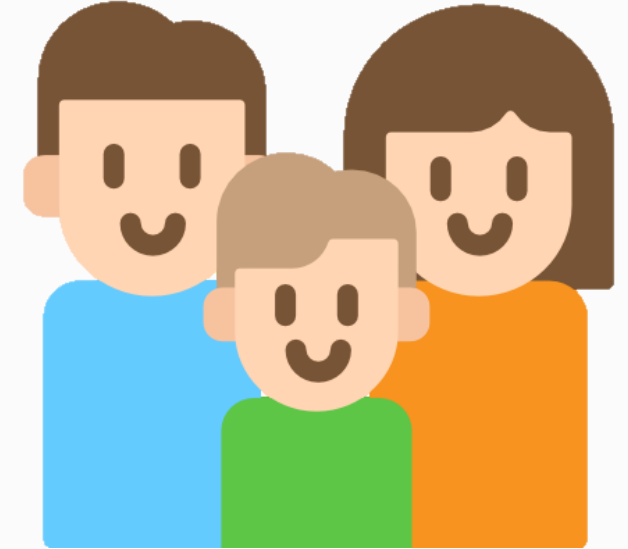
출처 : 잡코리아 (2019)

2019년 초혼 평균연령
남성 33.2세, 여성 30.4세



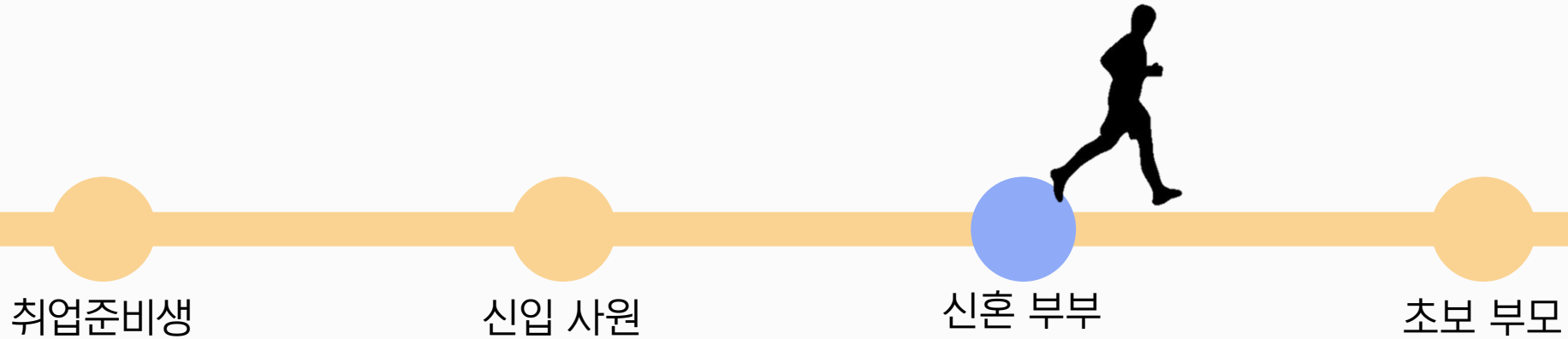
출처 : 통계청 (2019)

2018년 평균 출산연령
남성 34.8세, 여성 31.6세



출처 : 통계청 (2018)

신입사원이 되고, 결혼을 하고, 첫 아이를 낳고,
2535세대들은 짧은 시간 속 많은 변화를 겪습니다.



이들은 10년 동안 사회에서 요구하는 모습에 자신을 맞춰옵니다.
심지어는 가면을 바꿔 쓰듯 자신의 상황에 따라 정체성까지 바뀌는
‘멀티 페르소나’의 모습을 보입니다.

"이제는 특화될 때입니다.

보다 세분화된 고객을 정말하게 공략하기 위해
선택된 소수의 확실한 만족을 유도해야 합니다."

출처 : 트렌드코리아 2020



우리가 주목한 타겟은

초보가 되었지만 이를 빨리 벗어나고자 노력 하는 2535세대

그들에게 우리가 진행해온 노력을 보여준다면

프리미엄 침대 그 중에서도 에이스 침대의 선호 이유가 되지 않을까?



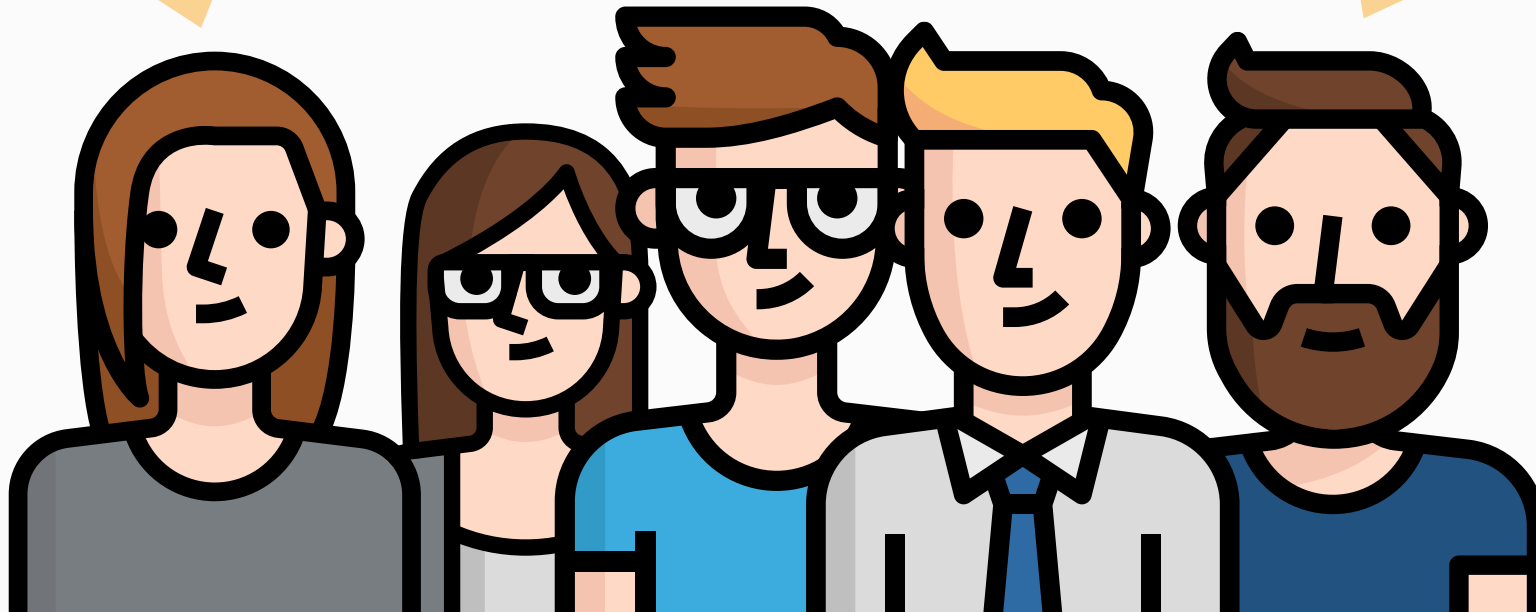
Q. 이들에게 초보란?

"피할수 없는 위치죠,
카페 알바를 하다가 직접 카페를
창업했는데,어떻게 해야할 지
막막하더라구요"

-이00 / 여 / 26세

"작년에 신입사원으로 입사를 했어요.
제 장점을 살릴 수 있을 줄 알았는데
회사에서 요구하는 새로운 작업을 배우니까
이 나이에 배워야 하는구나 해서
제 자신이 답답했어요"

-권00 / 남 / 32세



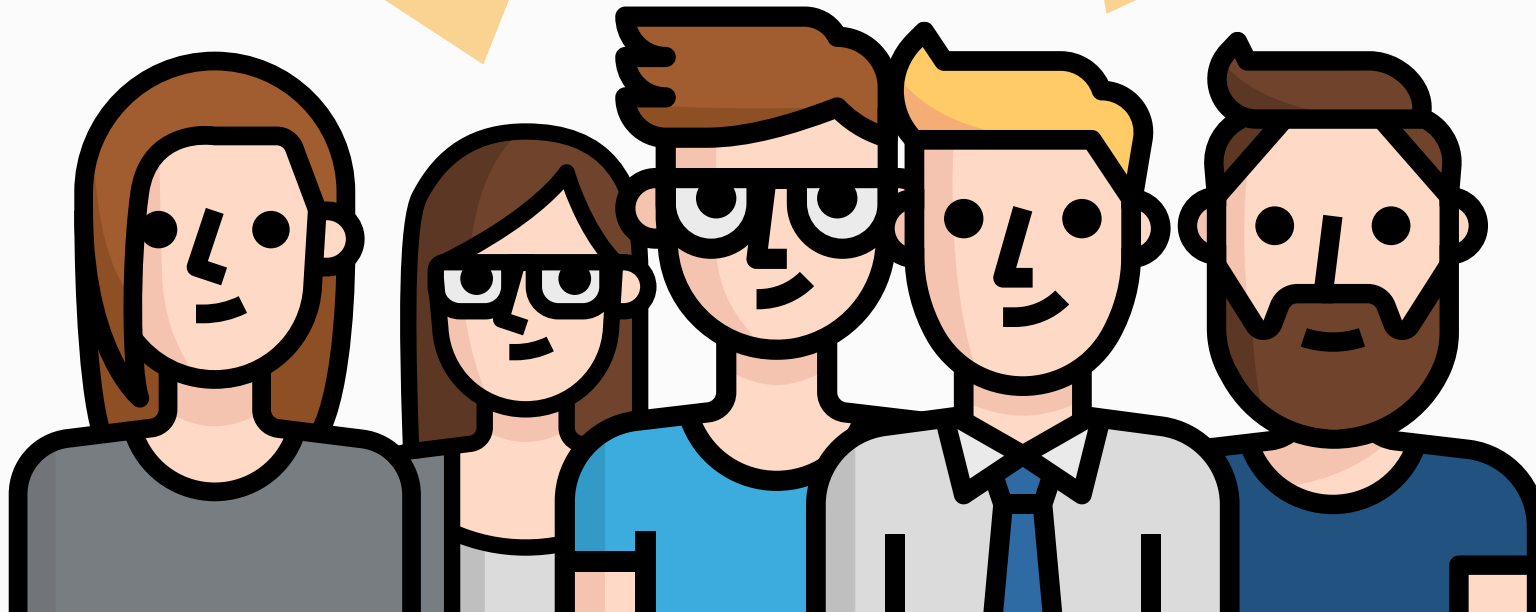
Q. 초보에서 벗어나려 할 때가 있었나요?

"당연하죠, 주변에서 무시하고 아무 일도 안시키니까요. 초보인걸 감안하고 며칠동안의 시간을 주며 업무를 해야 했는데, 인정받고 싶어 밤 새워서 이틀만에 끝낸 적도 있었어요"


-송00 / 여 / 29세

"가장 답답했던 점은 아무도 조언을 안해준다는 점이었어요. 가끔씩 저 혼자서 노력할 때마다 이렇게 해서 뭐해, 뭐가 나아지나? 하는 생각에 의욕이 없어지곤 했어요 "

-배00 / 남 / 28세



그들은 하루빨리 초보에서 벗어나고 싶어 한다.
만일 누군가가 그들의 **노력을 무시한다면**
의욕을 잃어버려 포기해버릴 지 모른다.



동시에 50년의 노력으로 탄생시킨 '침대과학'
현재 **위협받고** 있는 침대과학의 **현재는**
노력을 무시받는 **그들의 미래**가 될 지도 모른다

그들은 하루빨리 초보에서 벗어나고 싶어 한다.
만일 누군가가 그들의 **노력을 무시한다면**
의욕을 잃어버려 포기해버릴 지 모른다.




동시에 50년의 노력으로 탄생시킨 '침대과학'
현재 **위협받고** 있는 침대과학의 **현재는**
노력을 무시받는 **그들의 미래**가 될 지도 모른다

우리는 이미 **에이스이기에**
타겟과 ACE의 길을 함께 할 수 있도록

에이스가 ACE를 찾는다



1. 영상광고

브랜드 <u>에이스 침대</u>	작품명 <u>초보 부모 편</u>
Video	Audio
<p>행복한 결혼식을 하고 있는 두 남녀</p>	 <p>BGM : the well tempered (편안한 느낌의 클래식)</p>
<p>침대에서의 다정한 모습을 하고 있다.</p>	
<p>의사 선생님이 아이를 안고 있다.</p>	

1. 영상광고

새벽에 아기가 깨서
울고있다.



(아기 우는소리)

엄마가 어쩔 줄 모르며
힘들어 하고 있다.



엄마와 아기가
편안하게 자고 있다.



1. 영상광고

바쁜 출근시간
아이가 울고 있는 장면



엄마,아빠가
처음이라
잘 모르고 힘드시죠?

가족끼리
다정하게 산책하는 모습.



아이 : 난 엄마 아빠가
젤로 좋아
엄마, 아빠 : 나도 ~

1. 영상광고



에이스침대 연구원들이
연구를 하고있다.



세상의 모든 ACE를
응원합니다.



저희 에이스도
당신과 함께 성장하고
있습니다.

세상의 모든 ACE를
응원합니다.

첫 번째, 인지단계

1. 옥외광고 (버스 배너)



<노스텔지아 카페 Youth>



실행 방안

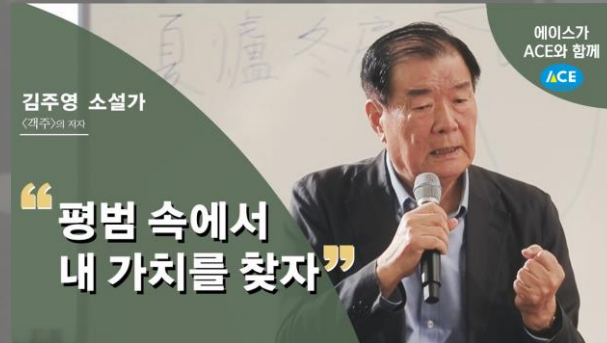
에이스침대의 50년 침대과학에 맞춰
2019년부터 1979년까지 10년단위로 컨셉스토어 제작
서울, 대전, 대구, 부산, 광주로 나눠 제작함.
매일 내부관리를 진행하며, 한 도시에 3개의 스토어만 제작.

기대효과

에이스 침대의 '침대과학' 을 몸소 보여주며
참여자들의 직접적 경험을 유도, 에이스 침대의 USP를 표현

세번째, 확산 단계

에이스 초청 이벤트 SNS이벤트



실행방안

2535세대들에게 인기를 끌고 있는 인문학 강의를 진행
사회적 ACE가 들려주는 명사의 강의를 통해 앞선 인지단계의
성장을 이끌어 주는 인식을 직접 보여줌.

기대효과

에이스 침대 SNS의 활성화, 이를 통한 바이럴 기대
에이스 침대가 다른 사람들과 같이 성장했음을 신뢰도 있는 명사의 말로 표현

캠페인 타임라인

3월

4월

5월

6월

7월

8월

인지단계

1. 영상광고

2. 배너광고

체험단계

컨셉 스토어

확산단계

1. 에이스 초청 특강

2. SNS 이벤트



에이스가
ACE를 찾는다

감사합니다.