

■ 제6회 파크랜드 대학생 마케팅 공모전 주제 안내 ■

2021. 8. 19

<유의 사항>

- * 학과, 전공과 관계없이 참여가 가능합니다.
다양한 학교, 학과, 전공간의 연합을 통한 참여도 적극 권장합니다.
 - * 주제에서 제시되는 [파크랜드] 브랜드를 기업 브랜드, 개별 브랜드 또는 다른 샵인 샵 브랜드 전체를 포함한 패밀리 브랜드(또는 유통 브랜드) 중 어느 관점에서 보고 과제를 진행할 지는 귀하(팀)의 자유로운 판단에 맡깁니다.
 - * 환경 분석과 같은 도입 부분에 중심을 두기 보다, 차별적이고 구체적인 전략 제안에 더 비중을 두고 과제를 수행하시기 바랍니다.
-

<다음>

<주제 안내>

주제 1> 파크랜드의 경쟁력 강화를 위한 신상품 제안

대한민국의 대표 비즈니스 웨어로 오랫동안 자리매김되어 온 파크랜드가 패션 시장 환경의 변화를 주도하고 선도적인 위치를 지속적으로 유지하기 위해서는 상품의 경쟁력을 갖추는 것이 무엇보다 중요합니다.

파크랜드는 변화하는 소비 트렌드에 대응하고 고객층을 확대하는 등 다양한 현안 해결을 위하여, 어떠한 변화의 방향성을 가지고 상품력 강화를 이끌어 내야 하는지에 대해 고민하고 있습니다.

이에 파크랜드의 브랜드 가치를 높일 수 있고 보다 많은 고객들의 매장 방문과 구매를 유도할 수 있는 차별적인 신상품 개발 전략을 제안해 보시기 바랍니다. 신상품 개발은 단일상품 기획, 상품라인(또는 카테고리) 개발, 신규 브랜드 런칭, 기존 상품 리뉴얼 등 다양한 관점에서 접근하여 전략을 수립하시기 바랍니다. 다양한 접근 중 어느 쪽을 중점적으로(또는 함께) 다루느냐는 귀하(팀)의 자유로운 판단에 따르며 됩니다.

단, 전략 제안에 있어 도식화나 시각화 등 디자인 중심의 상품 기획이 아닌 컨셉 및 새로운 카테고리(또는 품목/아이템)를 기획하는 것에 더 중점을 두시기 바랍니다. 그리고 개발된 신상품을 마케팅(판매, 유통, 커뮤니케이션 등)하기 위한 구체적인 전략을 함께 기획해 본다면 보다 완성도 있는 신상품 전략이 될 수 있을 것입니다.

신상품 개발에 앞서 파크랜드의 시장 환경과 브랜드 포트폴리오에 따라 신상품의 개발과 전략 수립에 다가가는 과정을 통해 본 과제에 보다 효과적으로 접근할 수 있리라 봅니다.

<다음>

주제 2> 리테일 환경 변화에 따른 파크랜드 매장의 새로운 역할

코로나19로 디지털과 온라인 일상화가 더욱 가속화됨에 따라 소비 트렌드 뿐 아니라 리테일 환경 또한 급격히 변화하고 있습니다.

오프라인에서 온라인으로의 유통채널 이동과 함께 기업들은 온·오프라인 경험을 유기적으로 연결하는 옴니채널을 구현하고 있으며, 오프라인 매장의 역할 역시 변화를 요구하고 있습니다. 이처럼 리테일 환경 변화에 따라 기업들은 기존 오프라인 매장의 역할을 다시 정의하고, 새롭고 다양한 개념과 역할의 오프라인 매장을 선보이는 등 다양한 방식으로 판매의 장을 구축하여 대응하고 있습니다.

이에 여러분은 오프라인 판매채널 중심의 파크랜드가 리테일 환경 변화에 대응하여 성장하고 발전해 나가기 위해서 유통전략을 어떠한 방향으로 새롭게 구축하는 것이 좋을지 다양한 관점에서 제안해 보시기 바랍니다.

온라인과 차별화된 경쟁력을 갖추기 위한 파크랜드 오프라인 매장의 새로운 역할을 정의하고, 이에 따라 파크랜드만의 차별적인 매장(유통)전략을 고객의 관점에서 구체화시켜 수립해 본다면 보다 긍정적으로 평가될 수 있을 것입니다.

참고로 소비자 라이프스타일에 최적화된 매장, 차별화된 고객경험을 제공하는 매장, 지역/장소에 특화된 매장, 브랜드 지향의 콘텐츠를 가진 매장, 브랜드에 특화된 옴니채널 매장 등과 함께 이 외에도 다양한 매장의 역할(들)에 대해 고려할 수 있을 것입니다. 단, 전략 제안에 있어 보편적이거나 온라인 편중의 옴니채널 전략 등의 제안은 지양하기 바랍니다.

<끝>