

식품시장, 인플루언서를 잡아라

홍콩지사

소셜미디어 활동이 활발한 홍콩

- 홍콩은 10세 이상의 인구 중 96.5%가 소셜미디어를 사용할 정도로 SNS 문화가 발달한 국가이다. 2017년 후트 스위트(Hootsuite)사가 발표한 자료에 따르면, 홍콩 사람들이 이용하는 소셜 네트워크 서비스 이용 순위는 Facebook, Youtube, Instagram 순으로 나타났다.
- 특히 Instagram 사용자의 경우 약 70%가 19~34세의 젊은층으로 이들은 구매력과 교육수준이 높은 것으로 조사되었다. 또한, 여성 소비자의 경우 80% 이상이 SNS를 통해 제품 정보, 리뷰 등을 검색한 후 구매한다고 응답했으며, 70% 이상의 소비자가 SNS에 올랐은 후기를 참조하는 것으로 나타났다.

마케팅 분야의 블루칩 ‘인플루언서(Influencer)’

- 홍콩은 세계 각국에서 수입된 식품 간의 판매 경쟁이 매우 치열한 도시로, 그만큼 소비자들의 제품 선택권도 다양하다. 소비자들은 주로 지인들의 경험이나 소셜네트워크를 통해 얻은 간접 경험을 통해 정보를 얻는다. 이러한 이유로 여러 기업들은 홍콩에서 활동중인 인플루언서를 활용한 마케팅을 적극 추진하고 있으며, 여기에는 식품은 물론이고 패션, 뷰티, 웨딩 등 분야도 다양해지고 있다.
- 인플루언서 마케팅은 연예인을 모델로 쓰는 것보다 상대적으로 저렴하며, 태그(#)·공유 등을 통해 확산이 빠르고 파급력이 크다. 무엇보다도 인플루언서가 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 ‘일반인’으로, 소비자에게 친숙하게 다가가며 거부감 없이 마케팅을 할 수 있다는 점에서 최근 효과적인 광고 수단으로 활용되고 있다.

홍콩 음료·식품 분야 인플루언서 마케팅

유튜브



인플루언서를 활용한 aT의 한국농식품 홍보 영상
“Korean taste battle”

인스타그램



Ayam Brand 社の 인플루언서 마케팅

마이크로 인플루언서

- 마이크로 인플루언서(Micro Influencer)란 SNS에서 수만, 수백만의 팔로워를 거느린 매크로 인플루언서(Macro Influencer)나 메가 인플루언서(Mega Influencer)의 상대개념으로, 1,000명에서 1만 명 정도의 팔로워를 거느린 인플루언서를 뜻한다.
- 홍콩은 전체 인구가 약 740만 명으로 100만 명 이상의 팔로워를 보유한 인플루언서를 찾기가 쉽지 않은 대신, 소수지만 충성도가 높은 팔로워를 거느린 마이크로 인플루언서들의 활동이 활발하다.
- 마이크로 인플루언서는 매크로나 메가 인플루언서보다 비용이 저렴하고 분야별로 전문화되어 있으며 타깃층이 확실하다. 또한, 팔로워와 소통하며 공감대 및 친근감 형성이 쉽다는 점에서 주목받고 있으며, 특히 초기 시장 진입을 희망하는 광고주들에게 각광받고 있다.

인플루언서 중개 플랫폼의 등장 및 전망

- 마케팅에서 인플루언서의 역할이 커지면서 브랜드와 인플루언서를 연결해주는 플랫폼 시장도 성장하고 있다. 2015년 서비스를 시작한 홍콩의 신생 스타트업인 Cloud Breakr 를 비롯하여 페이스북에 특화된 'adFocate', 인스타그램 전문 'StarNgage', 마이크로 인플루언서 플랫폼 'Spread it' 등 다양한 중개 플랫폼이 성업중이다.
- 이들은 광고를 원하는 기업이 인플루언서 중개 플랫폼에 등록하면 분야별로 적합한 인플루언서를 추천, 매칭하는 서비스를 제공하는데, Microsoft, H&M, Carlsberg 등 글로벌 브랜드들도 이용 중이다. 인플루언서를 활용한 마케팅의 효과가 검증된 만큼 향후에도 이 분야는 계속 성장할 것으로 보인다.

인플루언서 중개 플랫폼



Cloud Breakr

인플루언서와의 다양한 협업 방향 모색해야

- 홍콩 소비자들은 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 뉴미디어를 통해 제품을 직간접적으로 경험하기를 원하고 있으며, 고객들과 친밀하게 소통이 가능한 인플루언서를 통한 제품 마케팅이 활발히 이루어지고 있다.
- 향후 홍콩 식품 분야에서 인플루언서 마케팅의 지속적인 발전이 예상되는 만큼, 홍콩시장으로 신규진출을 원하거나 브랜드 인지도가 비교적 낮은 한국의 중소 식품 수출업체는 인플루언서 중개 플랫폼을 이용하여 적합한 인플루언서를 활용하거나, 가성비가 높은 마이크로 인플루언서와의 협업을 고려해 볼 수 있다.
- 인플루언서가 국내에서 영향력이 있었던 '파워블로거'와도 상통하는 만큼 국내 마케팅 사례와의 비교를 통해 보다 효율적인 방향으로 시장진출에 나서야 할 것이다.