

설 특수를 겨냥한 제품디자인 변경

하노이지사

베트남에서 가장 긴 공휴일인 설

- 올해 베트남의 설 명절은 양력 2월 4일 월요일부터 8일 금요일이었으며, 주말까지 포함한 연휴기간은 2월 2일 토요일부터 10일 일요일에 해당한다.
- 설은 베트남에서 가장 긴 공휴일이다. 회사에 따라서는 설 전후로 추가 휴일을 지정하는 경우도 있다. 설 분위기는 베트남과 한국이 비슷하다. 긴 연휴기간 동안 고향을 방문해 가족 친지와 함께 시간을 보내기 때문이다.
- 도시에 거주하는 사람들은 고향에서 구하기 어려운 생필품들을 귀성선물로 준비하는데, 보통 한 달 전부터 구매를 시작한다. 따라서 도시의 유통매장은 선물을 구매하고자 하는 사람들로 밤낮 없이 붐빌 뿐 아니라, 인기가 많은 상품의 경우에는 매진이 되기도 한다.

설 특수를 노린 포장디자인 변경

- 설맞이로 분주한 것은 업체들 역시 마찬가지다. 명절을 즐겁게 보내고자 하는 소비자들의 구매의욕을 불러일으키기 위해 제품포장에 설 분위기를 풍기는 디자인과 문구 등을 적용하는 것이다.
- 설 명절동안 소비가 대폭 늘어나는 품목을 중심으로 포장디자인이 변경되는 추세다. 대표적인 품목으로는 맥주, 청량음료, 요거트, 커피, 과자 등이 있다.
- 설을 겨냥해 포장디자인을 변경한 제조회사의 경우 생산제품 전반에 변경된 포장디자인을 변경하여 판촉을 확대하고자 하고 있다. 또한 일부 제조회사들의 경우에는 대도시의 유통매장에 홍보게이트, 홍보부스 등을 추가로

운영하며 공격적인 마케팅을 펼치기도 했다.

포장디자인을 변경한 대표적인 제품들

- 주류업체 중에서는 현지브랜드 제조사인 Habeco와 Hue Brewery LTD가 설맞이 포장디자인을 적용했다. 해외브랜드인 Tiger는 포장디자인 대신 맥주 1박스 구매 시 가방을 증정하는 특별행사를 진행하기도 했다.

뚜껑을 열면 황금알이 쏟아지는 Beer Hanoi사의 Habeco 설맞이 패키지



Hue Brewery LTD의 설 에디션



코카콜라 설 에디션 '여러 좋은 말을 함께 나누자'



- 대표적인 청량음료 브랜드인 코카콜라와 펩시는 포장디자인뿐만 아니라 소포장 종이상자에도 설 분위기의 포장 디자인을 적용했다. 또한 요거트 제조사인 Vinamilk는 떠먹는 요거트 제품 3세트 구매시 마시는 요거트 1세트 (23,000VND; 약 1,100원 상당)를 사은품으로 증정하는 행사를 펼쳤다.

명절을 겨냥한 집중적인 마케팅 필요

- 베트남의 상점들은 명절 기간이면 대다수 휴무에 들어간다. 그래서 소비자들은 이를 대비하기 위해 필요한 생필품이나 식품들을 미리 구입한다. 또한 대부분의 소비자들이 상품 매진을 우려하기 때문에 귀성선물을 미리 구매하고자하는 경향이 강하다. 따라서 앞으로 다가올 명절을 겨냥한 상품을 수출할 경우 그 시기를 고려할 필요가 있다.
- 아울러 대부분의 도시 근로자들이 대도시의 유통매장에서 귀성선물을 구매하고 있다는 점을 고려하여 주요 유통매장과의 연계를 통한 집중적인 마케팅을 펼쳐야 할 것이다.

펩시 설 에디션 '펩시를 타고 설을 맞자'



- 베트남시장에 새롭게 진출하고자 하는 주류, 음료 제조업체의 경우 명절 기간 동안 음료의 소비가 증가한다는 점을 유념하고, 명절을 겨냥한 마케팅에 집중하는 것도 고려해 볼만 하다.
- 현지에 공장을 두고 있는 해외브랜드들은 소비자들의 높은 선호도에도 불구하고 명절이 다가오면 다양한 마케팅을 펼치고 있다. 따라서 현지 선호도가 높은 한국산 식품의 경우에도 해마다 돌아오는 명절을 겨냥한 다양한 홍보마케팅을 펼친다면 수요 확대에 효과적일 것이라 판단된다.

