

안녕하세요, @@@ 님

@@@칩 론칭 전략 진단 리포트

— 검증된 원료 위에서, 발견을 설계한다

원료·신뢰는 이미 최상급입니다. 문제는 그걸 발견시킬 유입 라인입니다. 네이버 실검색(@칩·@@칩)·자사 채널(스토어·인스타·블로그)·경쟁사 상세페이지·@@돼지 성분 데이터를 직접 확인해 분석했습니다.

35

① 먼저 풀 것 · 지금의 병목

발견·유입 (FC) / 100

신규 인지 0 · 검색 라인 공백 · 머리 키워드는 @@ 장악

85

② 그 위에서 실행할 것 · 준비된 자산

원료·신뢰 (TR) / 100

@@돼지 검증 원료(누린내↓·감칠맛↑) · @@브랜드 인지도

한 줄 요약

@@@칩은 원료·신뢰 자산이 이미 최상급입니다(85점). 문제는 그걸 **발견시킬 유입 라인**이 **비어 있다**는 것입니다(35점). '@칩' 대표 키워드는 @@(미국산)이 장악했으니 정면싸움을 피하고, 「@@@칩」으로 **검증된 국내산 @@@@돼지** 자산 위에서 발견 라인(체험단·릴스·롱테일)을 먼저 세웁니다. **발견 설계는 마케팅을 미루는 일이 아니라, 검증된 자산이 마침내 팔리게 하는 전제조건**입니다.

업종

국내산 @@@@돼지 프리미엄 스낵

핵심 자산

검증 원료(누린내↓·감칠맛↑)
· @@ 브랜드 인지도

핵심 병목

발견·검색 라인 공백 → 대표 키워드 @@ 장악

@칩이 뛰는 진짜 시장

부르는 이름은 "@@@@ 과자"지만, 실제 시장은 「고단백·클린 스낵킹(건강 간식)」이다. 순풍이 불고 있

다. 시장 재정의 — 감자칩과 싸우지 않는다

@칩을 '과자'로 정의하면 새우깡·포카칩과 경쟁해 승산이 없다. 실제 시장 죄책감 없이 먹는 단백질 간식 시장이며, 원료의 질과 스토리가 무기다. 3대 순풍: ① 스네키피케이션(스낵=제2의 식사) ② 고단백·저당·무첨가 guilt-free(2026 트렌드 핵심) ③ 기능 중심 소비(성분 스토리가 통합) — @@@@성분 서사와 정확히 맞물린다.

시장 온도 — 실검색이 말해주는 것

'@칩' 검색 화면은 @@ 천하다. 가격비교 상단 대부분이 @@@칩(100g 31,500원 ~ 7일 루틴팩 55,800원), 연관검색어·클립·블로그·스토어 태그라인까지 @@이 흡수했다. '@@칩'은 @@@ "원조 @@칩" + '@@칩 스' 아동복 브랜드에 오염돼 제품명·태그에서 완전히 배제해야 한다.

시장 결론

대표 키워드는 이미 주인이 있다. 우리는 @@@칩(자체) + @@@@돼지(기존 자산) + 롱테일로 검색 경로를 새로 판다. 수익 모델은 소포장 D2C·정기구독·선물/B2B 3축, 가격대는 300원/g 안팎을 국내산·검증 프리 미엄으로 방어한다.

누구에게 파는가 — 가장 쉬운 첫 매출

- 1차: 단백질 챙기는 3040 자기관리족 — 헬스·키토·러닝, 모바일·발견형. 자사 인스타에 이미 '다이어트/운동' 콘텐츠가 있어 접점이 열려 있다.
- 2차: 아이 간식 고민 3040 부모 — 무첨가·누린내 없음이 강하게 통하는 층.
- 3차: 선물·B2B — @@@@= 지역 명품 격. (연관검색어 '육포 선물세트'도 선물 수요 신호)

정렬 — 가장 쉬운 첫 구매층은 '기존 고객'이다

현재 스토어 주력 고객은 @@@@ 정육·곰탕을 반복 구매하는 층이다(리뷰 4.8~4.96, 관심고객 376). 이들은 이미 @@@@ 품질을 신뢰하므로, @@@칩의 가장 쉬운 첫 구매층 = '추가구매' 대상이다. 새 채널로 새 타겟만 쫓을 것이 아니라, 기존 고객이 장바구니에 @@@칩을 하나 더 담게 만드는 것이 1순위다 — 신제품 알림, 정육 주문 시 샘플 동봉, 리뷰이벤트, 구독 결합. 그 위에서 3040 자기관리·부모로 확장한다.

어디서 이기고, 어디를 피하는가

네이버 기준(2026.08). 조회수·포화도로 진입 매력도를 판단한다.

키워드	월 검색(PC/모바일)	모바일	등급	콘텐츠	포화도	마르코 판단
@칩	670 (70/600)	90%	C	5	0.75%	우회 @@ 상거래 장악
@@@칩	320	—	—	—	—	금지 경쟁 브랜드
@@@칩	300 (→390)	—	D	13,900	500%+	금지 @@@@도배
@@@	180 (20/160)	89%	C	8	4.44%	금지 @@@@ 브랜드
@@@@칩	20	—	D	26	130%	병기 카테고리 태그
@@칩	60	—	D	480	500%+	배제 @@@@+아동복 오염
@@(브랜드)	40 (10/30)	75%	D	14	—	참고

- 모바일 비중 ~90%(@칩 600/670, @@@160/180) → 발견·전환 모두 모바일 우선(인스타·릴스·모바일 검색). '
- @칩'(670)이 브랜드 키워드보다 큼 = 카테고리 수요는 분명하나, 그 상거래를 @@이 흡수 중. → 검색 경로를 3층으로 나눠 판다.

LAYER 1 · 자체 브랜드 (신규 생성·자산화)

@@@칩

@@@@칩

— 검색량 0에서 체험단·콘텐츠로 브랜드 검색을 만든다.

LAYER 2 · 기존 자산 연계 (이미 검색력 有)

@@@@@돼지

@@돼지

@@@@@리

— 검색되는 자산에 신제품 노출을 태운다(내부링크·연관상품·상세 교차).

LAYER 3 · 롱테일 공략 (@@이 약한 곳)

국내산 @칩

무첨가 @@@@칩

단백질 간식 추천

아이 단백질 간식

키토 간식

@@ 특산물 간식

금지 키워드

@@@@칩

@@@@칩

@@@

@@칩

— 경쟁 브랜드 도배·아동복 오염 구역. 제품명·태그·콘텐츠에서 완전 배제.

왜 @@@@가 최고의 @칩 원료인가

@@@@ 상세페이지의 검증 성분을 '칩으로서의 이점'으로 번역하면, 차별점이 숫자로 증명된다. (일반돼지 대비)

🏆 리놀레산 (누린내↓·기름 적음) 스낵 최대 약점인 '돼지 잡내'가 거의 없음. 칩에 가장 치명적인 문제를 원료가 이미 해결했다.
1.45 → 1.63

🏆 글루탐산 (감칠맛) 소금만 뿌려도 고소하고 감칠맛. '고기+소금'만의 무침가 클린 라벨이 성립한다(MSG 불필요).
3.007 → 3.165

불포화지방산 (건강) 몸에 좋은 불포화지방산 함량이 높아 건강 간식 서사를 강화한다.
61.06 → 61.49

거정석(약돌) 미네랄 생리필수 미네랄이 풍부한 @@@@을 사료 첨가제로 급여 → 경쟁사에 없는 '기능성 사육' 원료 스토리.
Ge·Mg·Ca 등

HACCP + 체계적 사육 사육농가·도축장·가공장 HACCP 인증. @@HACCP과 동급 + '체계적 사육' 서사로 신뢰가 앞선다.
3단계 급여 매뉴얼

한 문장

"@@@@칩이 무침가로도 맛있는 이유는 단순하다 — @@@@가 누린내가 적고(리놀레산) 감칠맛이 높아서(글루탐산) 소금만으로 충분하기 때문이다." @@@@가 '고기+소금'을 광고하지만 이유는 못 대는 점, 우리는 데이터로 설명한다.

⚠️ 성분·효능 문구는 가공(칩) 후 기준과 식품 표시·광고 규정에 맞게 재확인·순화 표기(과장·의학적 효능 표현 금지).

최대 승부축은 '국내산 vs 미국산'

항목	@@@칩	@@@@(@@@칩·@@@)	→ @@@칩(신규)
원료	미국산 USDA	무항생제 돼지(무명)	국내산 @@@@(검증)
포지션	키토·단백질 '@칩'	원조 @@칩	국내산 검증 원료 프리미엄
대표가	100g 31,500~7일팩 55,800	40g 11,500	소포장+선물박스+구독
소구	USDA·15g단백질	무항생제·큐어링	누린내 없음·감칠맛· HACCP
검색	'@칩' 키워드 장악	'@@칩' 장악	자체+기존자산+통테일
최대 약점	미국산	무명·감성 없음	인지도 0 → @@자산으로 상쇄

- @@과 '@칩·단백질 수치' 정면충돌 금지 → '국내산 @@@@'로 우회한다.
- 경쟁사 검증 자산(감자칩→삼겹살 반전 후기, 소포장+박스 포맷, 클린 라벨)은 **학습해 쓰되** 우리 축(@@@@·@@리)을 엮는다.

이 4개만 가져오면 된다 (식품 사례)

① Wilde Protein Chips

미국 · 닭가슴살 프로틴 칩 · \$100M / 3만 매장

감자를 단백질로 바꿔 창업. 클린 라벨, 맛을 익숙한 요리에서 차용(내슈빌 핫치킨·치킨앤와플)해 감자칩 비교를 탈피, 창업자 스토리, 매장 시식·대면 피드백으로 리테일 안착. "이 단백질 어디서 왔냐"를 소비자가 묻는 트렌드 → 산지 공개가 무기.

교훈: "과자 아니라 고기다" 프레임 · 맛을 @@ 요리(고추장 석쇠구이·오미자)에서 차용 · '어디서 온 돼지냐'에 국내산 @@@@로 답 · 오프라인 시식 · 사이즈 다양화.

② 삼진어묵

한국 · 향토 전통식품의 프리미엄 재발명 · 1953~

부산 길거리 어묵 → '어묵 베이커리'로 형태·경험 혁신, 선물·프리미엄 재포지셔닝, B2B→B2C, 역사 스토리텔링, 미쉐린·해외.

교훈: 향토·역사 자산(@@@@)을 프리미엄 스토리로 · 형태·경험 혁신(정육→바삭 칩) · B2B 축 산유통→B2C 스낵 · '선물이 되는 격'.

③ 바프 HBAF

한국 · 이름이 전략 + 골라먹는 재미 · 16개국 수출

탐스팜→바프 리브랜딩으로 단일제품 이미지를 깨고 각인. 34가지 맛 '골라먹는 재미', 독창적 패키지로 카피 상표소송 승소('원조' 방어).

교훈: @@이 '@칩'을 가졌으니 '@@@칩'으로 각인(이름=차별) · 맛 라인업(오리지널·매콤·오미자) · 머너리 캐릭터·패키지를 카피 방어 자산으로 등록.

④ 보성 녹돈 (선례)

한국 · '기능성 사육 돼지'는 이미 시장에서 통했다

녹차 먹인 녹돈의 성공이 @@@@개발의 직접 계기였다.

교훈: '기능성 사육 서사(녹차→@@)'는 검증된 서사. @@은 거정석 미네랄·@@이라는 한 수 위 카드를 더한다. 스낵에서 처음 전면화한다.

FC · TG · TR · MS · RT

각 항목 20점 만점 · 총점 7+12+17+14+12 = **62점**. 최저 축(FC)이 병목이다.

유입 FC

병목

7/20

신규 인지 0 · 블로그 SEO 휴면 · 키워드 @@ 장악. 발견 라인 미가동 — 최우선 개입.

타겟 TG

보통

12/20

타겟 명확(기존 고객 추가구매 + 3040 자기관리/부모)하나 실행 정렬·콘텐츠 언어 미정.

신뢰 TR

강점

17/20

@@@@ 검증 성분·HACCP·기존 리뷰(4.8~4.96)·@@ 브랜드 = 최상위 신뢰.

메시지 MS

보통

14/20

"국내산 vs 미국산 + 누린내 없는 감칠맛" 차별 메시지 설계 완료, 실행·검증 전.

전환 RT

보통

12/20

정기구독 시스템 보유(+), 상세페이지·번들·구독 오퍼 설계 필요(-).

병목 처방

병목은 **FC(유입·발견)** — 강점(TR 신뢰)은 이미 최상이므로, **발견 라인(6블록 콘텐츠·7블록 미디어)**을 가동하는 데 자원을 몰아넣는다: @@@칩 체험단 · 릴스 · 블로그 롱테일 · 오프라인 시식.

근본 원인 (5 Whys)

신규 인지 0 ← 발견 콘텐츠·검색 없음 ← 블로그가 2023년 이후 제품 리뷰 발행이 끊겨 SEO 휴면 ← 최근 콘텐츠가 @@@@ 아카데미로 쏠림. **근본 원인:** 원료·제조역량·채널(인스타 1,791)은 있는데 '제품→발견→검색→구매'를 잇는 **6·7·8블록**이 비어 있다 = 병목 FC와 정확히 일치.

이름이 곧 차별이다

DECISION

제품명 「@@@칩」 · 하우스 브랜드 「@@@@@@」

- 기존 자산 승계. @@@@·@@@@·@@@@로 쌓인 인지도·검색·신뢰를 신제품이 그대로 올라탄다. 새 브랜드를 0에서 키우지 않는다.
- 검증된 품질 후광. "국내산 @@@@로 만든 @칩" → 소비자가 이미 아는 @@@@ 품질이 칩으로 전이된다. @
- @과 분리. '@@'이 @@의 맛있는 '@칩'과 확실히 갈리며, 미국산 vs 국내산 대비를 이름이 암시한다. 검색 처리.
- 리. '@칩' 키워드로 정면 경쟁하지 않는다. 상품 제목엔 '@칩·@@@@칩'을 태그로 병기해 유입만 흡수.

국내산 @@@@ @@@칩 무첨가 돼지고기칩 단백질 간식 (오리지널)

맛(라인) — @@헤리티지

@@@@칩 오리지널(천연소금·@@@@ 감칠맛) · @@@칩 매콤(고추장·석쇠구이) · @@@칩 오미자(오미자 청 보유로 공급 가능).

⚠ 출원 전 KIPRIS로 '@@@칩' 확인. '@@칩' 배제.

컨셉 · 스토리 · 톤

"@@@칩은 국내산 @@@@로 만든, 무첨가로도 고소한 유일한 @칩이다

@@=키토 돈칩(미국산) / @@@@=원조 @@칩 / @@@칩=국내산 검증 원료 + 사람. 소유할 한 단 어 = @@@@ (국내산·검증·누린내 없는 감칠맛).

브랜드 스토리 (검증 성분 기반 · 페르소나)

"@@@칩은 국내산 @@@@로만 만듭니다. @@@@는 미네랄이 풍부한 @@@을 먹고 자라, 돼지 특유의 누린내가 거의 없고(리놀레산), 감칠맛(글루탐산)이 높아 소금만 뿌려도 고소합니다. 그래서 첨가물 없이 고기와 소금만으로도 맛있는 칩이 되죠. HACCP 인증 농가에서 체계적으로 키운, 한번도 안 드신 분은 있어도 한번만 드신 분은 없는 @@@@— 그걸 통째로 바삭하게 구웠습니다."

→ 국내산·검증 원료 · 누린내 없음·감칠맛(칩 직결) · 무첨가 성립 이유 · 인간적 브랜드 · 미국산 대조를 한 번에 담는다.

비주얼·톤·패키지

기존 캐릭터·오렌지 톤 유지 + @@@칩은 미니멀·프리미엄 패키지. 앞면 बै지 【국내산 @@@@】 【무첨가】 【누린내 없음】. 바프 교훈대로 패키지 디자인을 카피 방어 자산으로 등록.

신규 구축이 아니라 '전환'

있는 엔진(인스타·블로그·구독)에 @@@칩을 태운다.

메시지 (6블록 · MS)

- 후킹(릴스 0.5초): "이거 과자 아니고 **국내산** 돼지 100%예요."
- 반전: "감자칩인 줄? → 씹으면 삼겹살 → 근데 **누린내도 없고** 무침가·국내산 @@@@."
- 차별 한 줄: "**남들은 미국산. @@@칩은 국내산 @@@@.**"

★ 핵심 콘텐츠 · @@@칩 체험단

'효과 없던 체험단'은 방향이 아니라 **선정**이 문제였다. 물량 살포(X) → 정밀 타겟 소수 정예(✓).

• **누구:** 헬스·키토·다이어트 / 육아·아이간식 / @@@지역 로컬 크리에이터를 **버티컬별 3~5명**.

• **목표:** ① @@@이 약한 **롱테일 키워드 상위 리뷰 점유**(국내산 @칩·무침가 @@@@칩·아이 단백질 간식) ②

'**누린내 없는 국내산**' 반전 후기 추적 ③ 릴스·숏폼 **UGC** 확보.

• **실행:** 제품 제공 + 가이드 지급(국내산 @@@@·누린내 없음·감칠맛·무침가) + **지정 롱테일 키워드 발행** + 우수 후기 자사 채널 재게시.

• **KPI:** 지정 키워드 상위노출 수 · 후기당 저장·유입 · 체험단→실구매 전환.

채널 — 발견 · 선정 · 전환

- **발견(인스타·릴스):** 캐릭터·공감 만화로 @@@칩 시리즈 + Wilde식 오프라인 시식(장터·팝업). **선정(블로그**
- **SEO 재가동):** 휴면 블로그를 롱테일 5~10편으로 깨운다. 경쟁 브랜드 키워드 금지. **전환(상세·세트·구독·교**
- **차판매):** 상단 '@@@@ 원료우위' → 맛 3종 세트 → 정기구독으로 락인. 기존 정육 고객에게 신제품 알림·샘플 동봉으로 추가구매 유도.

순서 · 실행 · 지표

6개월 내 롱테일 다수 점유 + 「@@@칩」 인지 형성 + 재구매·구독 구조. **클라이언트** 담당자

● Phase 0 — 준비

D-30 ~ D-Day · "이름·조준·시식 준비"

- '@@@칩' 상표 확인(KIPRIS)·출원 **클라이언트**
- 오리지널/매콤 2종 확정, 소포장+선물박스+구독 규격 **클라이언트**
- 상세페이지('@@@@ 원료우위 성분비교' 최상단 + 무첨가·HACCP) **담당자**
- 블로그 롱테일 5편 선발행(SEO 재가동) **담당자**
- 페르소나 @@@칩 릴스·만화 3편 준비 **담당자**
- @@@칩 체험단 섭외(헬스/육아/로컬 각 3~5명)+가이드 **담당자**
- 장터·행사 시식 부스 계획 **클라이언트**

● Phase 1 — 론칭 (1개월)

"발견 불씨 + 기존 고객 추가구매"

- 스토어 오픈 + 론칭 이벤트(리뷰 적립) / 오프라인 시식 **클라이언트**
- 기존 정육 고객에게 신제품 알림 + 주문 시 샘플 동봉 **클라이언트**
- 체험단 1차 발행(롱테일 키워드 지정)/릴스·만화 주 2~3회/블로그 5편 추가 **담당자**

확인지표 · 롱테일 상위노출 · 릴스 저장률 · 첫구매 전환 · 체험단→구매 · 기존고객 교차구매율

● Phase 2 — 확산 (2~3개월)

"골라먹는 재미 + 재구매·구독 루프"

- 맛 3종(오리지널·매콤·오미자) 세트 + 정기구독 전면화 **클라이언트**
- 반응 좋은 릴스·체험단 후기 소액 광고 증폭 / UGC 재게시 / 체험단 2차 **담당자**

확인지표 · 재구매율 · 세트·구독 비중 · 저장→구매 전환

● Phase 3 — 확장 (4~6개월)

"선물·B2B로 매출 축 늘리기"

- 명절·건강 선물세트('국내산 @@@@' 프리미엄) / 헬스장·카페·기업복지 B2B **클라이언트** '@@@칩' 브랜드
- 검색이 자생하는지 점검 **담당자**

목표 · 롱테일 다수 점유 + 재구매·구독 안정 + B2B 첫 계약

하지 말 것

- '@칩'·'단백질 수치'로 @@과 정면 경쟁 → 국내산 @@@@로 우회 '@@칩' 사용 / @@@칩·@@@@·@@
- @칩 키워드 공략
- 좋은 원료만 믿고 상세페이지 하나 올리고 방치(지역 브랜드 실패 공식)

출시 이후, 다음 병목을 먼저 짚어드립니다

발견 라인이 서면 다음은 전환이, 전환이 오르면 재구매·B2B가 다음 과제입니다. @@@는 @@@@의 히스토리를 기억하며 매달 다음 한 걸음을 짚어드립니다.

문의: @@@· @@@@_official

@@@ · 마케터의 세 번째 뇌 · @@@@ · © 2026

✓ AI와 @@@팀이 직접 분석한 리포트 — 추측이 아니라, 실측·검색 데이터 기반입니다.

@@@i.kr · @@@@ai_official · @@@@ 론칭 전략 진단 리포트