

# 제 40회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

브랜드	씨엠에스랩 셀퓨전씨
문의	전략 3팀 박수민 C@M   <a href="mailto:sm.park90@daehong.co.kr">sm.park90@daehong.co.kr</a>

## 1. 브랜드 소개

- 셀퓨전씨는 클리닉 기반의 '효능 더마 브랜드'로 2001년부터 피부 시술 후 처치 관리 목적으로 외부 유해 물질을 차단/케어하는 제품을 출시하는 브랜드
  - 대표 품목은 레이저 썬스크린으로 피부과 시술 후 선크림으로 입소문을 타며 인기

## 2. 시장 상황

- 피부 관리를 함에 있어 선케어의 중요성이 대두되면서 선케어 제품에 대한 필요성 증대
- 다양한 스킨케어 브랜드에서 선케어 제품을 출시하면서 경쟁 심화(닥터지, 에뛰드, 에스트라, 라운드랩 등)
- 시장 내에서 다양한 제형(크림, 액상, 젤, 스틱 등), 기능(수분, 미백 등)별 제품 라인이 형성되면서 소비자의 선크림 선택 기준 다양화
- 비건 시장의 확대에 의해 착한 성분, 순한 화장품에 대한 선호 증가

## 3. 브랜드 상황

- 대표 품목 레이저 썬스크린 제품을 중심으로 '메이크업이 밀리지 않는 밀착 선크림'을 소구
- 경쟁 브랜드와 소비자 트렌드에 대응하기 위하여 톤업(토닝썬), 수분(아쿠아티카썬) 등 제품 라인업 확장
- 선크림 시장 내에서 경쟁이 심화함에 따라 제품 특성만으로 차별화가 어려워 짐
- 기존 피부과 시술 제품으로서 셀퓨전씨를 인지하고 있는 고객층의 연령이 높아짐에 따라 20대 타겟이 선호하는 브랜드로서의 리바이탈리제이션이 필요

## 4. 커뮤니케이션 목표

- 20대 영타겟에게 선크림 첫 경험 브랜드로서 자리매김하고, 카테고리 리더십을 강화하는 IMC 커뮤니케이션 전략

## 5. 기타 유의사항

- 선케어 메인 판매 및 커뮤니케이션 시점은 4~6월임
- 셀퓨전씨의 이미지를 대표할 수 있는 모델 포함하여 제안 요청