한국농식품 판매플랫폼 구축사업

(산업진흥본부 산업지원팀)

구분		2019(1차년도)	2020(2차년도)	2021(3차년도)
인도네시아	사업기간	ㅇ8월~11월(4개월)	ㅇ3월~11월(9개월)	ㅇ3월~11월(9개월)
	사업예산	ㅇ3억원	ㅇ3억5천6백만원	ㅇ3억4천만원
	참가기업	ㅇ22개사125개 품목	ㅇ21개사 148개 품목	ㅇ2차년도 참가기업 지속지원 및 5개사 내외신규참가 발굴예정
	마트형식	ㅇB2C	ㅇB2C, B2B2C	ㅇB2C, B2B2C
	입점마트	ㅇ(오프라인) 5개 지점 - 롯데마트 5개 지점	ㅇ(오프라인) 2개채널 6개점 - 롯데마트(소매)4개점, 롯데그로시어(도매)2개점 ㅇ(온라인) 3개몰 - 롯데마트몰, 해피프레쉬, 토코페디아	ㅇ(오프라인) 3개 채널 10개점 - 소매점 : 롯데마트 4개점, **하이퍼마트 4개점** - 도매점 : 롯데그로시어 2개점 ㅇ(온라인) 2개몰 - 하이퍼마트,그랩마트
	한국식품관 (특별존)			
	신규지원	ㅇ 임점지원	ㅇ 임점지원	ㅇ입점지원 **ㅇ온라인 바이어매칭 상담회 지원**
	시식행사	ㅇ일정: 매주 주말 ㅇ시식품목: 기입점 제품위주(292회)	ㅇ일정: 매주 주말 ㅇ샘플링품목: 참가업체 제품 ※ 코로나-19로 시식행사가 제한되어 샘플링으로 대체	ㅇ일정: 매주 1회 ㅇ시식품목: 참가업체 제품 ※ 코로나-19로 시식행사가 어려울시 샘플링으로 대체 진행
	현지화 마케팅	ㅇ특별존 판촉행사(한복이벤트,회전돌림판) ㅇ쿠킹클래스(총8회) ㅇSNS 홍보 (페이스북,인스타그램) - 미니게임,인플루언스 활용 제품홍보	ㅇ특별존 판촉 - 전통놀이 판촉이벤트 (투호,제기차기 등) ㅇ온·오프라인 연계판촉 - 특별존 포토이벤트, 가격 할인 프로모션 ㅇSNS홍보(페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 미니퀴즈(매월), 제품이미지홍보 (매주) - 인플루언스 활용 제품홍보 - 쿠킹클래스 유튜브 연계 ㅇ라이브커머스 - 인플루언스 활용 토코페디아 라이브커머스 ㅇ미디어홍보 - 인니 GTV 채널 CF송출 및 메이저 신문 사업홍보	ㅇ 특별존 판촉 - K-Pop 굿즈활용 이벤트, 쿠킹클래스(매월1회), 럭키드로우 행사 등 ㅇ온·오프라인 연계판촉 - 가격 할인 프로모션 ㅇSNS홍보(페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 미니퀴즈(매월), 제품이미지홍보 (매주) - 인플루언스 활용 제품 홍보 동영상 - 진행 이벤트 홍보 ㅇ 미디어홍보 - 인니 메이저 채널 신문 사업관련 홍보
	대형행사 연계판촉	ㅇK콘텐츠엑스포 (9개사 11개부스)	※ 코로나-19로 K-콘텐츠 엑스포연계 판촉 취소	ㅇ **B2C 마트연계 행사** - 현지 르바란 기간 마트연계 판촉행사, 소비자 판촉행사 등