

**인테리어 O2O서비스
마케팅 실행전략 및 SNS 구축방안**

목 차

I. 개요	3
1. 사업개요.....	3
2. 추진일정.....	3
II. 제안 요청 사항	4
1. 과업범위 개요	5
III. 제안 안내.....	6
1. 일반 제안안내	6
2. 입찰서류 및 제안서 제출	6
3. 제안서 평가방법.....	6
4. 기타사항.....	8
IV. 제안서 작성요청.....	9
1. 제안효력.....	9
2. 제안서 작성 방식	9
[별첨#1] 요약서.....	11
[별첨#2] 비밀 보호 준수 각서.....	12

[별첨]

1. 요약서
2. 비밀 보호 준수 각서

인테리어 O2O 서비스 마케팅 실행전략 및 SNS 채널구축

I. 개요

1. 사업개요

가. 사업명 : 인테리어 O2O서비스(홈스페이스)마케팅 실행전략 및 SNS 채널구축

나. 사업목적 : 인테리어 O2O 시공서비스 성공적 시장안착 및 차별화 제고

다. 계약기간 : 계약 체결일로부터 6개월 (연장시 별도 계약)

라. 계약형태 : 경쟁입찰을 통한 계약

마. 사업내용 및 범위 (별첨 - 서비스 주요방향성 소개)

- 1) 서비스명 : HOMESPACE (홈스페이스 / 로고 타입 및 설명 *별첨)
- 2) 서비스정의 : 인테리어 전문가 매칭 서비스
(검증된 전문가로부터 인테리어를 의뢰,시공받는 서비스)
- 3) 주요서비스 : 공정알림서비스, 스마트플래너 (견적)
- 4) 핵심타겟 : 메인 - 35~45세 인테리어 기경험자
(한번 해봤더니 복잡하고 힘듦, 믿고 맡길만한 업체가 별로 없어불만)
서브 - 29~45세 인테리어 미경험자
- 5) 마케팅목표 : 고객의 불안함을 제거, '신뢰있는 인테리어 서비스'로 각인
믿을만한 전문가가 과정까지 보여주는 서비스 Vs 연결만 해주는 서비스
- 6) 주요미션 : 가. 서비스 인지도 향상을 위한 마케팅 방안수립
나. 인테리어 시장 고객 인식변화를 통한 차별적 포지셔닝
다. 대 고객커뮤니케이션을 위한 채널 구축
- 7) 예 산 : 7억(6개월)

2. 추진일정

대행사선정공고	2018.05.10(목) - 네오파트너스 홈페이지 2018.5.11(금) - 이메일 공고
사전 오리엔테이션	2018.05.14 (월) 14:00
제안서 접수	2018. 06.01 (금) 15:00
업체별 프리젠테이션	2018.06.04 (월) 14:00 ~
협상 및 계약 / OT	2018.06.05(화) ~ 06.06(수)
과업 개시	2018.06.07(목)

※ 상기 일정은 일부 조정 될 수 있음

○ **Problem** : 증개서비스의 진짜 문제는 증개다

1. 현상

- pain point 01. 불안함 : 믿을만한 업체인지 알 수 없음 , 시공과정을 확인할 수 없음
 - pain point 02. 불편함 : 인테리어 용어가 어려움, 가격예측 불가능, 대면 상담이 부담
2. 원인 : 기존 증개 플랫폼이 연결만 중시, 소비자가 경험하는 과정은 소홀
3. 결과 : 계약만 잘 하면 될 줄 알았는데, 진짜 고통은 과정에서 시작되고 고객의 몫

○ **Solution** : 연결이 아닌 과정에 주목

1. 목표 : 믿을만한 전문가와의 인테리어 과정을 즐겁게

2. 방안 : '가격/견적/증개'요소대신, 전문가의 만남/시공 과정의 신뢰를 높일 수 있는 서비스가 핵심

3. 세부내용

- 시공단계_안심알림: 시공과정 및 결과를 확인할 수 있도록 모바일로 알림 (*마케팅포인트)
- 계약단계_공식파트너: 직접 만나보고 검증한 전문가
- 계획단계_스마트플랜: 가격대 예측, 대면상담시간을 줄여주는 온라인 견적 (*예정)

4. 핵심가치 : RELIABLE, CAREFUL, SMART

5. 서비스 Key Message (7월 런칭)

믿으니까, 홈스페이스

'안심 알림'으로 간편하게 확인하고 믿을 수 있도록

공사가 제대로 되었는지 일일이 확인하지 않아도 스마트한 알림이 자동으로

'검증된 전문가'로 걱정 덜고 맡길 수 있도록

혹시나 하는 마음, 불안한 마음 안심할 수 있도록 발품 팔아 검증한 전문가만 엄선

6. 소비자 인식 차별화

연결만 해주는 곳(=믿을만한가?) VS 과정까지 보여주는 곳(=믿을만하다)

7. 마케팅 Key Message : 인테리어, 과정이 보인다

○ **Request** : 고객의 인식속에 들어가기

1. 고객의 인식변화를 위한 마케팅 방안 수립

- 인테리어 비용의 조삼모사 : 싼게 싼게 아니다. 결국은 계약과정에 비용이 올라감

2. 서비스 인지도 향상을 위한 마케팅 방안 수립

- **과정이 보이니 믿을만하다** : 공정알림서비스로 시공과정을 투명하게 / 견적과정을 투명하게 (예정- 스마트플래너) / 검증 된 시공 전문가 (O2O)

II. 제안 요청 사항

1. 과업범위 개요

가. 홈스페이스 브랜드 인지도 제고 및 마케팅 방안 수립 및 실행

- 전략 실행을 위한 마케팅 믹스 및 액티비티별 예산안 제안

나. 고객인식변화를 위한 마케팅 방안 수립 및 실행

- 무조건 싼 비용만이 능사가 아님(인테리어 조삼모사)
- 검증된 업체를 통해 시공과정 하나하나를 알려주는 차별화 된 서비스

다. 홈스페이스 브랜딩 영상 및 카드뉴스 콘텐츠 시안 각 1건

(마케팅 키 메시지를 잘 표현할만한 콘텐츠 시안)

라. 대고객 커뮤니케이션을 위한 SNS 채널 구축 및 운영

마. SNS 콘텐츠 기획, 제작 및 바이럴

바. 서비스 확산을 위한 바이럴 및 제휴 전략(방송 PPL 및 Co-마케팅방안)등

III. 제안 안내

1. 일반 제안안내

가. 제안(입찰) 참가자격 : 최근 2년 이내에 유사 서비스의 마케팅 전략구축 및 실행 관련 프로젝트 수행 경험이 있는 사업자에 한한다.

나. 제안 입찰방식 : 일반경쟁입찰

다. 사업자(낙찰자) 결정방식 :

- [1차] 서류 심사 / [2차] 업체별 제안 평가+ 가격평가
- 심사위원 최고득점, 최저득점 제외한 평균 점수 최고득점 참여사 우선협상대상자 선정

2. 입찰서류 및 제안서 제출

가. 제출서류

- 1) 제안서 8부(제본 불필요, 별도 USB 제출)
- 2) 밀봉 서류 - 제안가 견적서 1부/ 협약서 1부 / 비밀 보호 준수 각서 1부

나. 제출안내

- 1) 제출일시 : 2018년 06월 01일 (금) 오후 3시 까지
- 2) 제출 안내
 - 제출서류 : 제안서 8부(별도 USB 포함), 밀봉 서류 - 제안 견적서 1부, 협약서 1부, 비밀 보호 준수 각서 1부
 - * 제안서 내 제안 견적서 금액 노출 금지
 - * 제안 견적서 : 페이스북 운영견적 (주2회콘텐츠/6개월) 세부항목 구분 작성
 - 제출처 : 방문, 우편(퀵) 접수 / 이메일 접수 불가
서울특별시 마포구 상암산로 82 SBS 프리즘타워 15층
SBS네오파트너스 이일 매니저(02-2001-0655 / 010-7935-2121)
 - 문 의 : 이메일 문의 및 이메일 회신(21hub@sbs.co.kr)

3. 제안서 평가방법

가. 소정의 기한 내 유효한 제안서류를 제출한 업체를 대상으로 당사의 세부 평

가 양식과 가격 조건에 근거하여 업체를 선정한다.

나. 당사 심의 위원회 규정에 따른 선정 방식을 통하여 평가항목 및 배점에 따라 평가한다.

다. 제안사의 회사현황, 제안내용, 수행능력, 제안가격 평가 후 평가 순위를 부여한다.

라. 위원별 평가결과를 산술평균 후 최종 점수로 산정한다. (소수점 둘째자리 반올림)

마. 제안 참여 업체를 대상으로 제안서 평가 결과 합격업체로서 **업체평가(20%)+수행역량평가(60%)+가격평가(20%)**를 종합하여, 최고득점과 최저득점을 제외한 심사위원 평균 점수의 최고득점을 얻은 업체를 우선협상대상자로 선정 및 협상을 진행하며, 협상이 이루어지지 않을 경우 차순위 순으로 협상하여 최종 계약업체를 결정한다.

바. 종합점수가 동일할 경우 수행역량평가 점수가 높은 자를 우선하고 수행역량평가 점수가 동일할 경우 최저가 제안사를 결정한다.

사. 제안서 평가항목 및 배점기준

평가항목	평가요소	배점
업체 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 입찰 프로세스 준수, 대외 신용도(10) • 해당 분야 전문 투입 인력 역량 (10) <ul style="list-style-type: none"> - 실무 담당자의 포트폴리오 및 당사 사업수행에 적합도, 유사 프로젝트 실적 	20
수행 역량 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 시장환경분석 및 문제점 진단 타당성 (10) <ul style="list-style-type: none"> - 서비스의 타겟 및 시장 경쟁사분석이 정확한가? • 마케팅 전략, 컨셉, 광고 운영방안의 우수성 (10) <ul style="list-style-type: none"> - 당사 브랜드 아이덴티티가 제대로 표현되었는가? - 브랜드 전략 및 컨셉이 잘 나타나는가? - 마케팅 및 홍보의 전략 로드맵을 잘 구성하였는가? - 서비스의 특성에 부합되는 캠페인인가? • 크리에이티브 및 콘텐츠, 디자인 제작 독창성 (20) <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠의 제작물이 창의적인가? - 콘텐츠가 각 채널별 특성에 맞게 제작되었나? - 바이럴을 통해 회자 될 만한가? • 매체 운영전략의 타당성 및 효율성 (10) <ul style="list-style-type: none"> - 리소스현황에 맞게 마케팅 믹스를 하였는가? 	60

	<ul style="list-style-type: none"> - 차별화 된 마케팅 믹스 전략인가? - 타겟 및 목표에 맞는 접근 방법인가? • 실행방안에 대한 체계성 및 현실성 (10) <ul style="list-style-type: none"> - 실행방안이 현실적으로 적용가능한 것인가? - 서비스 현황에 적합한 실행방안인가? 	
가격 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 업체별 제안 가격 비교 (20) 페이스북 운영견적 (주2회콘텐츠/6개월) 	20
계		100

4. 기타사항

가. 제출된 제안서 및 관련 문서는 외부에 공개하지 않으며 반환하지 않는 것을 원칙으로 한다.

나. 필요시 제안 내용에 대한 확인자료를 요청하거나, 제안서 발표회를 개최할 수 있으며, 제안사는 이에 응하여야 한다.

다. 제안업체 제출자료가 사실과 다를 시 선정 대상에서 제외 할 수 있다.

IV. 제안서 작성요청

1. 제안효력

- 가. 제안 내용은 제안사가 선정된 후 계약서에 명시하지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가진다. 단, 계약서에 명시된 사항을 우선한다.
- 나. SBS네오파트너스의 조치 또는 추진 계획 변경으로 본 제안서의 일부 또는 전부가 변경되거나 취소되는 경우에도 제안사는 이의를 제기할 수 없다.
- 다. 필요 시 SBS네오파트너스는 제안사에 대하여 추가 제안 또는 자료를 요청할 수 있다.
- 라. 제안 내용 및 예산안 등 제반 사항에 대해 향후 개별 협상하고, 그 협상 결과에 따라 계약 여부를 최종 결정한다.

2. 제안서 작성 방식

- 가. 제안서 본문내용은 최대 50페이지 이내로 작성하여 제출하되 각 단위 항목 별로 간지를 삽입하여 구별한다.
- 나. 제안서의 양식, 포맷은 자유로 하며 USB파일은 PDF 파일로 제출하도록 한다.
- 다. 제안서 구성 내용
 - ※ 아래 내용은 최소한의 요구사항을 기술한 것으로, 제안사는 요구사항 이외에 필요한 것으로 판단되는 모든 사항을 창의적으로 제안, 제시 가능

1. 제안업체 일반현황

- 1) 회사 개요
- 2) 조직 및 구성원
- 3) 주요 사업 내용 및 실적
 - 허위기재 사실이 발견된 경우 즉시 선정 대상에서 제외함
 - 선정 후 투입예정 인력의 실적 중심으로 기재할 것을 권장함

2. 과업에 대한 이해

- 1) 사업목표 및 의의
- 2) 주요 타겟 및 시장 분석
- 3) 사업 전략 및 컨셉방향

3. 과제 수행 부문

- 1) 마케팅 / 홍보 실행방안 및 로드맵 수립
 - 브랜드 및 서비스 인지도 제고 및 홍보전략
 - 마케팅 키메시지 활성화를 위한 마케팅 실행전략
- 2) 콘텐츠 활용방안 (컨셉 영상 및 카드뉴스 평가)
 - 인지도 제고 및 판촉을 위한 콘텐츠 활용전략
 - 채널별 콘텐츠 활용방안 및 바이럴 전략
- 3) SNS 채널구축
 - 1단계 : 홍보 채널 구축 및 컨셉 정의
 - 2단계 : 실행방안 및 로드맵 수립
 - 3단계 : 서비스 운영 및 리스크 관리 방안
- 4) 서비스 확산 및 마케팅 효율성 강화
 - 서비스 확산을 위한 미디어 믹스 및 제휴전략
 - 마케팅 효율성 광화를 위한 운영 및 프로세스 강화
 - 주요 이슈 공유 및 대응 프로세스 수립

4. 사업 관리 부문

- 1) 세부추진일정계획(일정 및 예산안 책정)
- 2) 추진조직 및 인력투입계획 (투입인력 주요 실적 포함)
- 3) 채널별 운영 범위 및 산출물 규모

5. 기타 추가 제안 사항

[별첨#1] 확약서

확약서

당사는 “홈스페이스 마케팅 실행전략 및 SNS 채널 구축” 용역 수행을 위한 협력업체 선정 제안에 있어 아래 사항에 대해 철저히 성실하게 보장함을 확인합니다.

- 아 래 -

1. 본 제안 관련 당사에서 제출한 제안서의 제안사항이 모두 사실임을 보장하며, 사실과 다를 경우에는 당사가 선정되어 계약을 체결한 후 일지라도 SBS 네오파트너스가 결정한 불이익 처분 (Penalty 또는 계약해제, 해지 등)을 감수함.
2. 제안과정에서 취득한 SBS 네오파트너스의 기술정보 및 계약정보 등 일체의 기밀 사항에 대해서는 SBS 네오파트너스의 서면동의 없이는 어떠한 경우에도 제 3 자에게 누설하지 않음을 보장함.
3. 본 제안에 관한 SBS 네오파트너스의 평가결과 및 최종업체 선정결과에 대해서는 당사의 낙찰여부와 관계없이 SBS 네오파트너스 결정을 존중하고 깨끗이 승복함.
4. 당사의 상기 1 항, 2 항, 3 항 위반에 따라 SBS 네오파트너스가 입게 된 모든 손해에 대해 당사는 법적, 윤리적 책임을 다하여 배상할 것임을 보장합니다.

2018 년 월 일

회 사 명 :

담 당 자 :

(인)

(주) SBS 네오파트너스 귀하

[별첨#2] 비밀 보호 준수 각서

비밀 보호 준수 각서

2018 년 04 월 SBS 네오파트너스와 '홈스페이스 서비스 마케팅 실행전략 및 SNS 채널 구축'을 위한 협력업체 선정"에 대한 제안/평가를 실시 하면서 상호 신뢰를 바탕으로 관련 정보의 기밀 보호를 위하여 아래의 사항을 성실히 준수할 것을 서약합니다.

"제안평가 종료 전 또는 이후에 제안서 내용, 제안가격, 협의 내용, 귀 회사의 비밀, 대외비 등(그에 준하는 자료 정보 포함)을 허가 받지 않는 자(경쟁업체, 관련업체, 제 3 자 등)에게 직, 간접으로 공개 또는 누설하지 않겠다."

이상과 같이 동의 하며 만일 동의사항을 위반하였을 경우에는 대한민국이 정하는 바에 따라서 민, 형사상의 책임 및 귀사의 기업비밀 보호 준수 지침에 따르겠으며 그 증거로 서명하여 각서로 제출합니다.

2018 년 월 일

회 사 명 :

담 당 자 : (인)

(주) SBS 네오파트너스 귀하