

GOOD
FOOD
Change
of life to make
healthy food
GOOD
LIFE

글로벌 웰니스 기업으로
도약하는 푸드나무

DIGITAL
MARKETING

TRADITIONAL
MARKETING

VS

40%

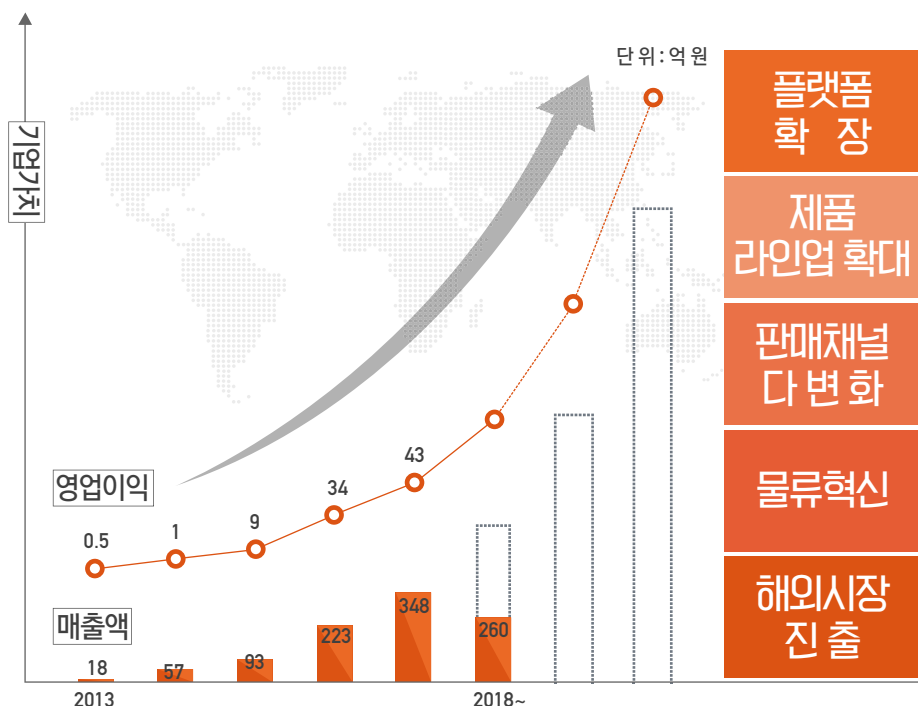
35%

INTRO__

푸드나무는 지속적인 영역 혁신과
노력으로 큰 폭의 매출 성장세를
지속 달성할 전망입니다.

또한 국내는 물론, 중국, 일본 등
해외시장 진출을 위한 푸드테크 경쟁력을
지속적으로 강화하여 글로벌 No.1 웰니스
기업으로 성장하겠습니다.

푸드나무 확장전략



양적 · 질적 성장을 위한
플랫폼 확장부터 해외시장 진출까지
단계별 성장전략 확보

1

신규플랫폼을 활용한 비즈니스 영역 확대



간편건강식품을 넘어
‘웰니스’ 분야로 사업 영역 확대

PICKY
DIET

프리미엄 다이어트 큐레이션 마켓
‘피키다이어트’ [18년 9월 런칭]

개근질마트
KJ

보충제 및 헬스기구 등 전문가 및 매니아층 타겟
‘개근질마트’ [18년 하반기 런칭 예정]

2

자사 제품 라인업 확대



56만 명의 회원정보 및 소비패턴,
170만 건의 누적된 상세 구매데이터,
8만 건의 구매후기 등 빅데이터를 활용한
간편건강식품 라인업 확대



브랜드 경쟁력 강화 및 매출 확대로
지속적인 시장 선도

3

판매채널 다변화



LOTTE Mart

MEGA MART

e mart

롯데슈퍼(전국 262개 점포), 메가마트 등
대형유통채널 입점

TV 홈쇼핑 시장 진출

피트니스 & 스포츠센터 내 제휴 입점



판매채널 확대에 따른 온/오프라인 시너지 창출

4

물류 혁신을 통한 고객만족 극대화



부가가치가 높은 특수 물류시장 패러다임
콜드체인(저온유통체계) 구축을 통한
신선도 높은 제품관리 및 유통체계 확립
당일배송, 새벽배송, 신선배송 시스템 가동

4-1

콜드체인 구축 계획 및 기대효과



파주물류센터 준공(2018년 하반기 예정)
향후 전국 대도시 물류센터 구축을 통한
물류경쟁력 지속확보
(고객이 많은 지역부터 물류체계 구축예정)



고객 만족도 향상, 물류비 절감,
매출액 상승 기대

5

국내를 넘어 해외로 도약



홍콩 수출 계약을 시작으로 해외 수출 기반 마련 ('18년 8월)

도계 및 가공능력 확보를 통한 운영 노하우 습득

랭킹닷컴, 피키다이어트 해외현지 버전 런칭 계획