

제주의 미식을 식탁 위로, **포도호텔 HMR** 브랜드 빌딩 전략

네이버 검색 및 쇼핑 영역 선점을 통한 초기 시장 안착 제안서

01

이미 증명된 시장, 포도호텔을 기다리는 프리미엄의 빈자리

포도호텔의 여정은 불확실한 모험이 아닙니다. 이미 선두 주자들이 증명해 낸 메가 트렌드 속에서, 독보적인 럭셔리 미식의 정점은 아직 비어 있습니다.

호텔에 가는 대신, 호텔의 미식을 집으로 부르는 시대

조선호텔 간편식 라인은 연간 **81%**라는 폭발적인 성장을 기록했습니다. 오프라인 다이닝의 공간적 한계를 넘어, 소비자들은 이제 일상 속에서 호텔의 헤리티지를 소비합니다.

조선호텔 간편식(육개장·삼계탕)



+81%

조선호텔 김치



+24%

500억원대

조선호텔 리테일 누적 매출

약 15%

호텔 전체 매출에서 리테일이 차지하는 비중

정체

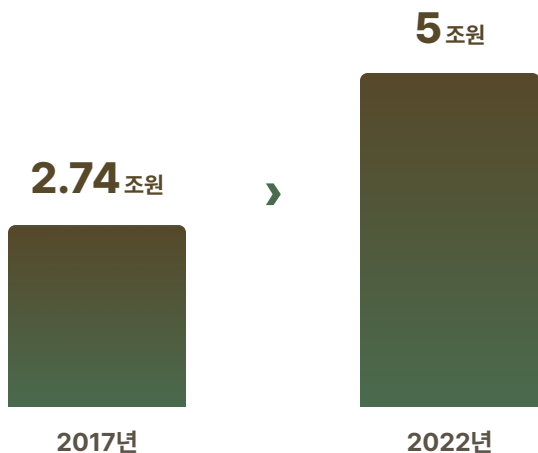
같은 기간 호텔 레스토랑 매출

→ HMR은 단순한 부업이 아닙니다. 브랜드의 외연을 넓히는 **새로운 매출의 축**입니다.

출처: 뉴시스(2024.08), 서울경제, 다음 보도

양적 성장을 이룬 HMR 시장, 다음 격전지는 '프리미엄'입니다

국내 가정간편식 시장은 5년 만에 **두 배**로 압도적 성장을 이뤘으나, 대부분 가성비 중심의 대량 생산에 머물러 있습니다. 제대로 된 '파인다이닝 퀄리티'를 제공하는 곳은 극소수입니다.



202조원

2025년 국내 식품외식산업 규모 · 전년비 +5%

HMR

그 성장을 끌어낸 축

1,662억 달러

2026년 글로벌 HMR 시장 전망

→ 저가 경쟁 피로도에서 벗어나, 압도적인 '상위 포지션' 을 선점합니다.

출처: aT 『2026 식품외식산업 통계연보』, aT 가공식품 세분시장 보고서

양극화된 선물 시장, 명절이라는 프리미엄 치트키

가성비와 하이엔드로 소비가 양극화되면서 애매한 중간 시장은 사라졌습니다. 약 **89만 건**에 육박하는 명절 선물 검색량은 가격 저항선이 무너지는 가장 확실한 기회의 창입니다.

가성비

3만원 이하

고물가에 실속형 수요가 커졌다

vs

프리미엄

10만~30만원대

브랜드 가치와 경험을 사는 층이 따로 있다

포도호텔 세트 가격 49,920 ~ 90,000원 · 세트 단위 판매라 자연히 프리미엄 쪽에 놓입니다

➔ 객단가가 높아도 팔리는 유일한 시기, **명절 기프트 수요** 를 한발 앞서 확보합니다.

출처: 2025 추석 선물세트 트렌드 보도(다음·팩터티브), 네이버 검색 API 실측

네이버 쇼핑 알고리즘이 움직이는 냉정한 기준

상위 노출은 주관적 판단이 아닌 알고리즘의 영역입니다. 인기를 결정하는 핵심 지표 중 '리뷰 수'의 **2배 차이**는 상단 선점 확률을 기하급수적으로 끌어올립니다.

01

클릭·찜

얼마나 눌렀는가

02

판매 실적

실제로 얼마나 팔렸는가

03

리뷰 수

리뷰가 2배 많으면 상위 노출 확률이 크게 오른다

04

최신성

최근에 움직이고 있는가

여기에 스토어 신뢰도(C-Rank)가 더해집니다. 리뷰·판매자 등급·응대 이력·반품 처리율이 반영됩니다.

➔ 어떤 상품에 **초기 트래픽(클릭)** 을 집중시킬 것인가, 이것이 캠페인의 성패를 가릅니다.

출처: 네이버 쇼핑 랭킹 로직 정리 자료(아이보스·아이템스쿨)

02

우리의 현재 주소: 편중된 데이터와 숨겨진 잠재 수요

특정 상품에만 쏠려 있는 리뷰 불균형을 진단하고, 브랜드 인지 유저를 넘어 '메인 미식 키워드'를 찾는 거대한 잠재 고객층과의 접점을 분석합니다.

이미 검증된 '에이스 상품'의 화력을 전면에 내세웁니다

전체 5종의 라인업 중 리뷰 113개가 한 상품에만 집중되어 있고, 신규 상품은 아직 0건입니다. 네이버의 로직을 고려할 때, 지금은 에이스 상품의 치트키를 써야 할 때입니다.

상품	판매가	할인	리뷰	평점	베스트
프리미엄 세트 5종 랜딩	55,000	21%	113	4.95	2위
한우사골곰탕 + 고사리육개장 8개	90,000	10%	12	4.75	1위
고사리육개장 550g 5개	55,000	21%	8	4.88	3위
제주흑돼지찜뽕 1.5kg 2개 리뷰 없음	49,920	4%	0	-	4위
한우사골곰탕 500g 5개 리뷰 없음	52,250	5%	0	-	-

'포도호텔'을 넘어 147만 건의 '일반 수요'를 흡수하는 전략

포도호텔 육개장 검색량은 **3,700여 건**이지만, 일반 '육개장' 키워드는 **147만 건**에 달합니다. 닫힌 성벽 안에서 브랜드 검색만 방어한다면 성장은 정체될 수밖에 없습니다.

브랜드		핵심 상품		일반 수요		시즌·선물	
포도호텔	355,668	고사리육개장	178,734	육개장	1,474,783	명절 선물세트	889,306
핑크스	21,353	한우사골곰탕	123,039	밀키트 추천	839,083	추석 선물세트	611,364
포도호텔 육개장	3,751	제주흑돼지짬뽕	63,649	간편식 추천	753,231	프리미엄 선물세트	683,573
		육개장 밀키트	36,763	사골곰탕	321,902	설 선물세트	438,685
		사골곰탕 밀키트	20,542	해장국 밀키트	39,876		

➔ 브랜드 방어는 기본, 거대한 일반 미식 수요의 길목 을 지켜야 유의미한 매출 볼륨이 터집니다.

출처: 네이버 검색 API 누적 문서수 실측, 2026년 8월 11일.
월간 검색량이 아니라 수요 크기와 경쟁 강도의 대리지표입니다.

03

자산의 최적화, 키워드의 세분화, 예산의 효율화

이미 구축된 스토어 자산을 100% 활용하고, 구매 의도에 맞춰 키워드를 세 갈래로 쪼개며, 예산은 오직 전환 직전의 강력한 접점에만 집중 투자합니다.

광고는 데려올 뿐, 지갑을 열게 하는 건 페이지의 신뢰입니다

초기 모든 트래픽은 평점 **4.95**, 리뷰 **113개**를 보유한 프리미엄 세트 장표로 일원화합니다. 아무런 구매 근거가 없는 신규 페이지로 유저를 보내는 것은 값비싼 광고비를 낭비하는 일입니다.

01

쌓인 리뷰가 광고를 대신 설득합니다

새 상품 페이지로 보내면 방문자가 처음 보는 상품을 리뷰 없이 판단해야 합니다. 리뷰 113개는 광고비로 살 수 없는 자산입니다.

02

같은 클릭에서 전환이 더 나옵니다

광고비는 클릭까지만 책임집니다. 그 다음은 페이지가 합니다. 같은 예산이라도 도착지가 어디냐로 결과가 갈립니다.

03

구성 5종이라 어떤 키워드로 와도 받아냅니다

육개장·곰탕·짬뽕이 한 페이지에 있어, 키워드마다 다른 페이지를 만들 필요가 없습니다.

04

리뷰와 판매량이 쇼핑검색 순위에 쌓입니다

광고로 만든 판매가 자연 순위를 밀어 올리고, 그 순위가 다시 광고 효율을 낮춥니다.

리뷰가 없는 신상품(짬뽕 · 곰탕 단품)은 광고로 밀어도 전환이 약합니다. STEP 2에서 리뷰를 먼저 붙인 뒤 개별 랜딩으로 넓힙니다.

→ 돈으로 살 수 없는 '리뷰 113개의 신뢰 자산' , 이미 가진 무기를 가장 먼저 활용합니다.

고급의 기준은 지키고, 타겟의 저의는 좁혀갑니다

저가 밀키트 키워드는 과감히 배제합니다. 고단가 상품의 가치를 즉각 알아보는 '호텔 다이닝 선호층'과 '프리미엄 선물 수요층'의 명확한 구매 의도만 골라 답습니다.

브랜드

최우선 선점. 찾아온 사람을 뺏기지 않습니다

포도호텔

제주 포도호텔

포도호텔 육개장

핑크스

상품

물량의 중심. 구매 의도가 분명합니다

고사리육개장

한우사골곰탕

제주흑돼지짬뽕

육개장 밀키트

사골곰탕 밀키트

호텔 HMR

선물·상황

시즌 확장. 객단가가 높아 선물 수요와 맞습니다

명절 선물세트

프리미엄 선물세트

부모님 보양식

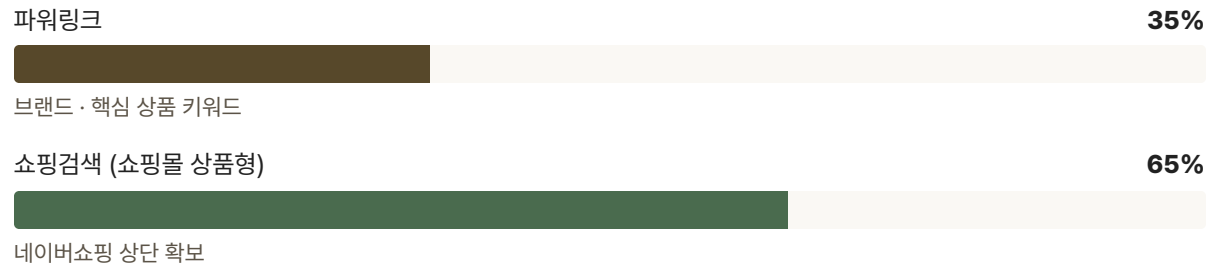
홈파티 밀키트

제주도 맛집 택배

→ 그물을 넓게 던지는 대신, **과녁을 좁혀 명중** 시킵니다. 객단가가 높을수록 이 편이 남습니다.

의도된 검색은 지키고, 비교의 순간엔 상단을 선점합니다

파워링크로 브랜드를 이미 찾는 **목적형 유저**를 철저히 방어하고, 쇼핑검색으로 네이버쇼핑 내 치열한 비교 경쟁 속에서 **가장 먼저 시선을 압도**합니다.



65%

쇼핑검색 비중

구매 직전 화면에 예산을 더
둡니다

1

개 페이지

랜딩 집중

리뷰가 쌓인 상품으로 전부
모읍니다

3

갈래

키워드 구조

브랜드 · 상품 · 선물

→ 네이버라는 단일 플랫폼 안에서, **유입(검색)**과 **전환(쇼핑)** 의 두 마리 토끼를 동시에 잡습니다.

5만 원의 망설임을 확신으로 바꾸는 비주얼의 힘

단품이 아닌 **세트 구성**이기에, 첫눈에 설득될 강력한 미식적 근거가 필요합니다. 호텔 다이닝의 헤리티지를 그대로 담아내되 검색 영역은 **'정보'**로, 소셜 피드는 **'선망성 장면'**으로 다각화합니다.

파워링크

제주 포도호텔 미식을 집에서 | 공식스토어

고사리육개장 · 한우사골곰탕 · 흑돼지짬뽕. 호텔이 직접 만든 그대로.

쇼핑검색

제주 포도호텔 프리미엄 세트 5종

리뷰 113 · 평점 4.95

GFA

제주 포도호텔에서 내던 그 국물, 집에서 그대로

끓이기만 하면 됩니다. 호텔 주방이 만든 육개장과 사골곰탕.

메타 · 인스타그램

이번 명절, 호텔에서 먹던 걸 그대로 보내드리세요

제주까지 가지 않아도 됩니다. 포도호텔 다이닝을 집으로.

→ 소재는 **2주 단위로 정밀 테스트** 하여, 가장 높은 효율을 증명한 **'A컷'**만 남깁니다.

04

확신할 수 있는 기대치, 지속 가능한 도약의 기준

첫 달의 정교한 시뮬레이션을 시작으로, 실측 데이터를 기반으로 한 단계적 매체 확장 로드맵을 제시합니다.

시뮬레이션 ROAS 198%, 2주 뒤엔 '진짜 숫자'로 증명합니다

프리미엄 식품군 평균 지표와 포도호텔의 주문단가를 투영한 **고도화된 예측치**입니다. 집행 후 단 2주 만에 가설을 검증하고 실제 시장의 반응 데이터로 즉시 치환합니다.

매체	비중	노출	클릭	전환	ROAS
파워링크	35%	83,333	1,000	22	126%
쇼핑검색 상품형	65%	192,593	2,889	81	236%
합계	100%			103	198%

➔ 첫 달의 본질은 '데이터 빌딩' 입니다. 2주간 수집된 실측치를 바탕으로 키워드와 입찰가를 재조정합니다.

※ 예상치이며 실제 집행 결과와 차이가 있을 수 있습니다.
※ 매체비 기준이며 대행수수료는 별도 협의입니다.

검색으로 모은 단단한 초석, 거침없는 확장으로 이어집니다

1단계 검색광고로 정제된 방문자 데이터는 다음 단계 리타게팅(GFA, Meta)의 **가장 강력한 무기**가 됩니다. 무모한 동시 집행 대신, 단계별 허들을 넘을 때마다 정교하게 확장합니다.

STEP 1 · 지금

기반 확보

네이버 검색 + 쇼핑검색

브랜드 · 상품 키워드 상시 노출, 리뷰가 쌓인 대표
상품으로 전환 만들기

STEP 2

품목 확장

+ 쇼핑검색 확장 · 파워컨텐츠

리뷰 0건 신상품(짬뽕 · 곰탕)에 리뷰를 붙여 판매
가능한 상태로 만들기

STEP 3

수요 확대

+ GFA(네이버 성과형 디스플레이)

검색하지 않는 사람에게 먼저 보이기. 명절 시즌 집중
편성

STEP 4

매체 확장

+ 메타 · 구글 · 카카오

네이버 밖 수요까지. 리타게팅으로 이탈 회수

→ 다음 단계로 진입하기 위한 **전환 KPI 조건** 을 사전에 명확히 설정하고 움직입니다.

질문하시기 전에 먼저 보고하는 투명한 파트너십

주 단위로 모니터링해야 할 핵심 지표와 액션 아이템을 **매뉴얼화**하여 투명하게 공유합니다. 광고주가 물어보아야만 움직이는 수동적인 대행 체제를 거부합니다.

01

1주차

계정 세팅·키워드 등록·소재 입고

브랜드 키워드부터 방어. 쇼핑 상품형 노출 시작

02

2주차

첫 실측 정리

키워드별 유입·전환 확인. 안 되는 키워드 정리

03

3주차

입찰·소재 조정

되는 쪽으로 예산 이동. 소재 문구 교체

04

4주차

월간 정리

무엇이 되고 안 됐는지 정리해 전달. 다음 달 방향 협의

→ 안 되는 키워드는 **끄고**, 되는 쪽으로 옮깁니다.

감사합니다

SK핀크스 프리미엄 HMR의 성공적인 첫걸음,
전략적 파트너로서 함께 걷겠습니다.