

생애주기 별 100% 타겟팅 가능한

**TARGET**  
PLATFORM

## 마케팅 소개서

130만 명이 경험하는 브랜드 체험 허브  
지역별/성별/연령별 최적화된 타겟 전략

CJ프레시웨이 TARGET PLATFORM은 가능합니다.





1위

식자재 유통  
대표기업

6.2만

네트워크 파워  
(거래처 수)

4.2만

취급상품 수

CJ프레시웨이는 대한민국 대표 식자재 유통 및 푸드 서비스 기업입니다.

고품질 상품의 효율적 공급과, 최고의 음식 및 서비스 제공으로  
건강하고 즐거운 식문화를 만들고 있습니다.

업계 최고 수준의 인프라와 핵심 역량을 바탕으로 식문화 트렌드와  
사업 환경에 최적화된 솔루션을 제공하여, 고객의 사업 성공에 기여하는  
'푸드 비즈니스 파트너'로 거듭나고 있습니다.

기업명

CJ프레시웨이 주식회사

대표이사

이건일

설립일

1988년 10월

본사주소

서울시 마포구 월드컵북로54길 25 S-city

주요사업

식자재 유통, 푸드 서비스(단체 급식), 제조·기타

상장 현황

2001년 7월 한국거래소(KRX) 코스닥(KOSDAQ) 상장

임직원

7,775명

신용등급

NICE A2, 한국기업평가 A, 한국신용평가사 A

## 2. 사업 소개

**CJ프레시웨이는 외식부터 급식까지, 유통 경로에 맞춤형 상품과 서비스를 제공합니다.**  
전문 컨설턴트가 업장 상황에 최적화된 푸드 솔루션을 제안하며  
최종 End-User 에게 브랜드를 가장 정확하게 전달하는 타겟 마케팅 솔루션을 제공합니다.



특히 CJ프레시웨이 급식사업은 국내에서 유일하게,  
전 생애주기를 아우르는 정밀 타겟 마케팅 인프라를 갖추고 있습니다.

|                       | CJFW의 생애주기 별 타겟팅 인프라                                                                  |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                      |                                                                                       |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | 어린이                                                                                   | 청소년                                                                                   | 군인                                                                                   | 직장인/성인                                                                               | 어르신                                                                                   |
|                       |   |   |  |  |   |
| CJFW 브랜드              |  |  | -                                                                                    | GREENTERIA                                                                           |  |
| 연령대                   | 미취학아동                                                                                 | 8~19세                                                                                 | 19~25세                                                                               | 20~60세                                                                               | 60~80세                                                                                |
| 주요 고객사                | 어린이집, 유치원                                                                             | 초, 중, 고등학교                                                                            | 군부대                                                                                  | 오피스, 병원, 푸드코트, 공항                                                                    | 복지관, 복지시설, 요양원, 요양병원                                                                  |
| CJFW 고객사 수<br>(2만개)   | 6,000개                                                                                | 12,000개                                                                               | 10개                                                                                  | 600개                                                                                 | 1,800개                                                                                |
| CJFW 日식수<br>(137만 식수) | 30만 식수                                                                                | 60만 식수                                                                                | 2만 식수                                                                                | 30만 식수                                                                               | 15만 식수                                                                                |

## 1. Why Target Platform

매일 걷는 길에 **꽃**이 피면  
우리는 평소보다 **2배** 오래 기억하고  
기억력은 **123%** 향상됩니다.

<연구결과 요약> 매일 같은 길을 걷는 집단대상, 길가에 꽃을 심자  
(기억률이 2배 상승, 기억력 테스트 점수는 123% 향상)  
출처: Haviland-Jones et al., Rutgers University, 2005 / 공간심리학 실험 재구성

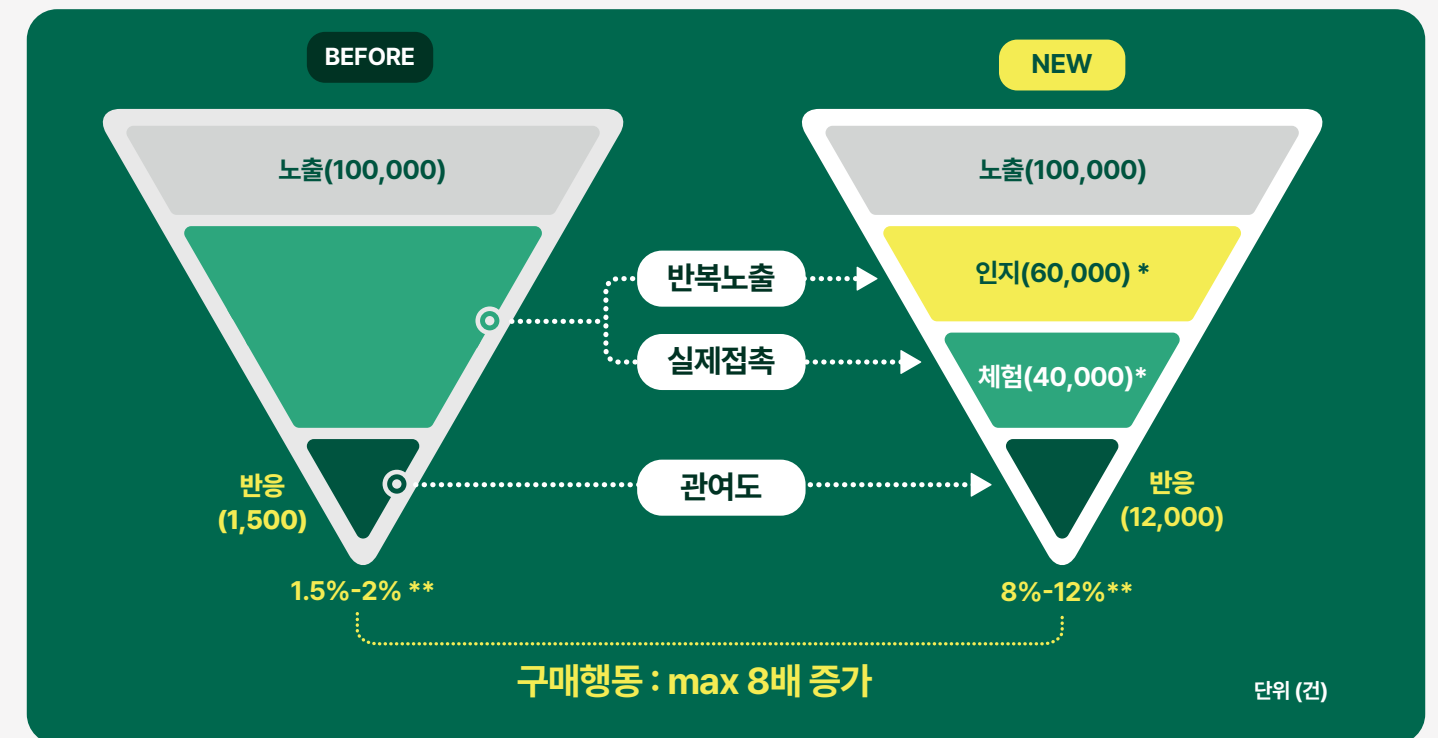
## 1. Why Target Platform

익숙한 공간에서의 **변화**는 강력하게 각인됩니다.  
급식공간은 단순히 식사를 하는 곳이 아닙니다.



사람의 뇌는 **반복적으로 걷는 길이나 장소에서**  
**주의력 필터**를 작동시켜 정보를 자동으로 걸러냅니다.  
하지만, 그 공간에 **작은 변화**가 생기면 (예: 꽃, 포스터, 색 변화, 광고등)  
뇌는 **예외 상황**으로 판단 → **집중도와 기억력이 상승**합니다.

출처: Haviland-Jones et al., Rutgers University, 2005 / 공간심리학 실험 재구성



\*출처 : Nielsen, Rutgers Univ., EventTrack 등 주요 연구/리포트 기반

\*\*출처 : Nielsen 2017, CPG 분야

## 1. Why Target Platform

CJ프레시웨이 'Target Platform'은  
매일 130만 명에게 생애주기별 맞춤 타겟팅을 통해,  
귀사의 브랜드와 서비스를 오프라인 현장에서 100% 정확하게  
경험 시킬 수 있는 **국내 유일의 식음 기반 마케팅 플랫폼**입니다.

### Why Target Platform ①

국내 유일  
전 생애주기 유통 인프라 보유

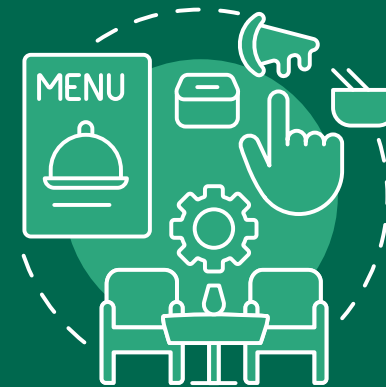
- 영유아 ~ 시니어까지 타겟팅 가능
- 업계 최대규모의 식자재 유통망 보유



### Why Target Platform ②

100% 브랜드 경험 가능한  
오프라인 기반 새로운 플랫폼

- 최대 日 식수 : 약 130만명 (평균 20분 식사시간)
- 생애주기 B2B 고객사 수 : 약 2만개



### Why Target Platform ③

CJ프레시웨이 임직원이 직접 진행하여  
귀사의 브랜드 노출 / 긍정적 경험 제공

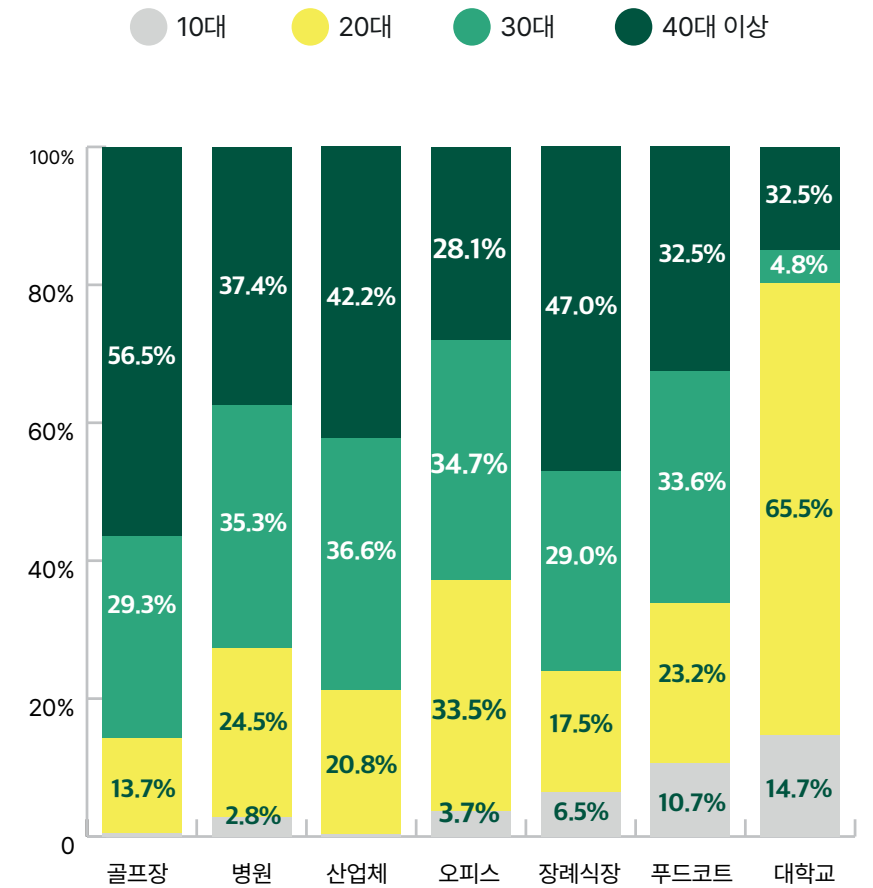
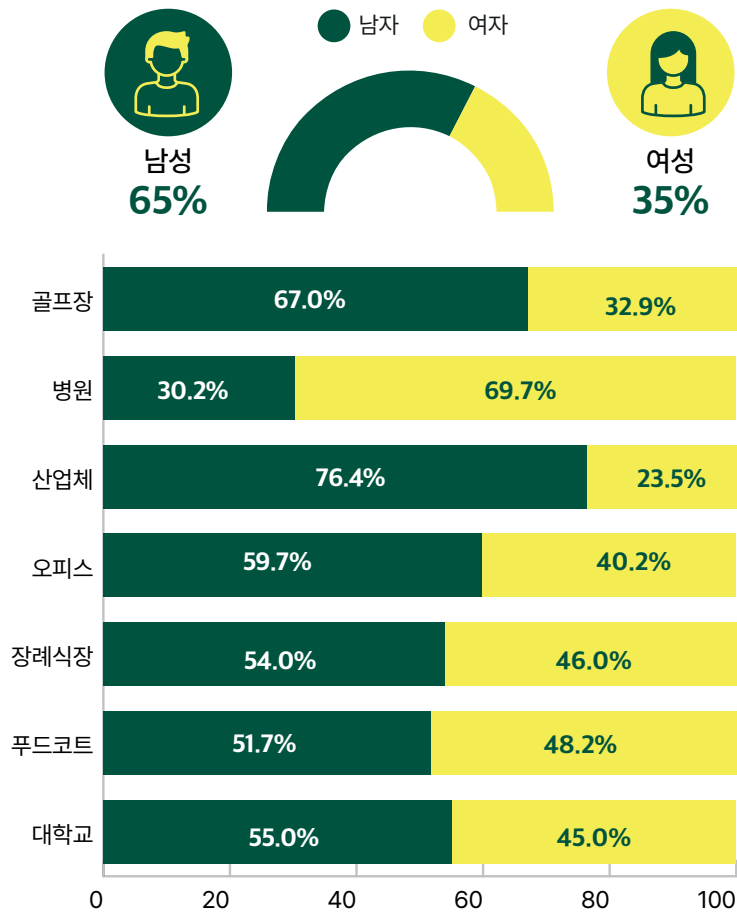
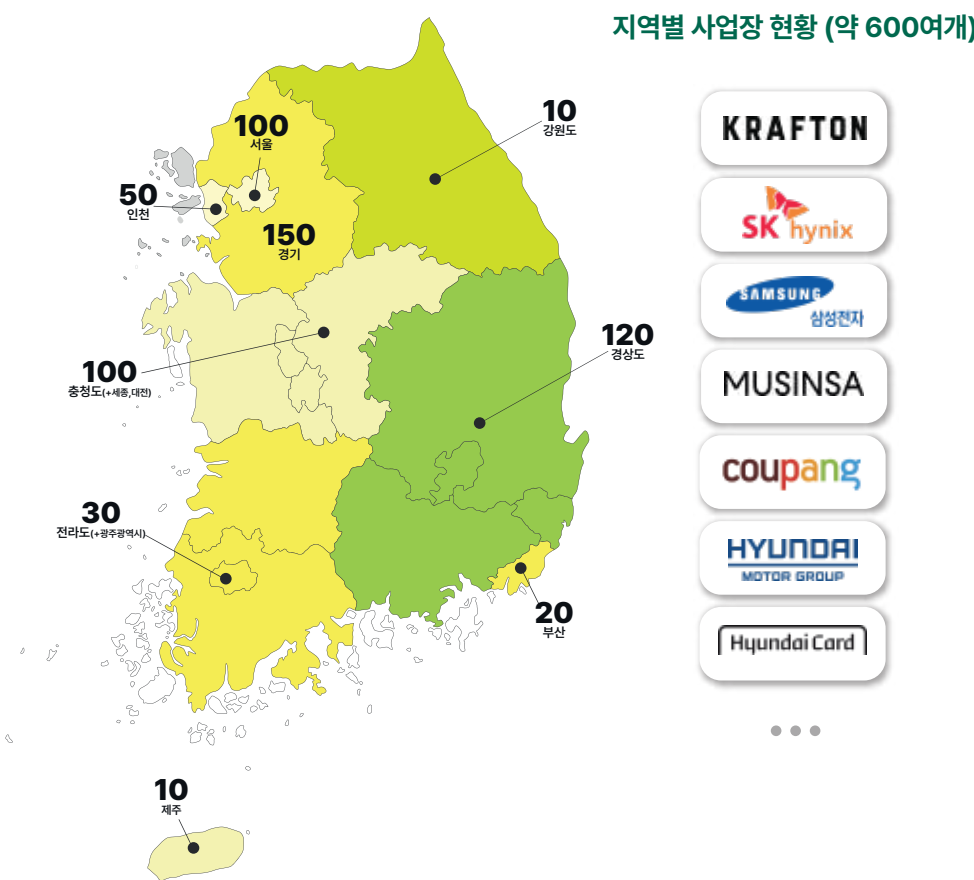
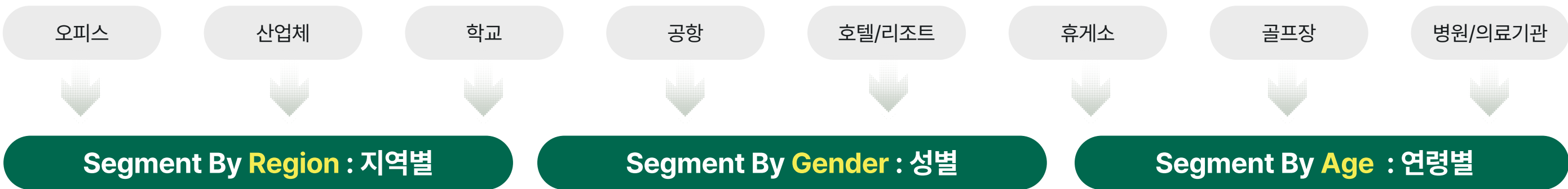
- 브랜드별 맞춤형 마케팅 프로모션 설계 가능
- 식사 중 브랜드 노출 광고 진행 / 결과보고



## 2. Key Strengths of the Target Platform

특히, 다양한 산업별 600여개 급식공간에서(日식수 30만명)는  
**지역별, 성별, 연령별 세밀한 타겟팅을 설계**하여  
 브랜드 경험을 시킬 수 있습니다.

\*진행 시, 산업별 세부 정보 제공 가능





2. Key Strengths of the Target Platform

기업 규모 ~ 특정 기업까지 귀사가 원하는 고객에게  
정확하게 타겟팅하여 긍정적인 브랜드 경험을 시켜드립니다.

Target Platform 설계 예

대기업 금융회사 40대 임직원수가 많은 회사에 저희 브랜드를 경험 시키고 싶어요!



## Campaign Example 1

# 쿠팡 : COUPANG

국내 최대의 이커머스 플랫폼, 기술, 물류, 소비자 데이터 기반의 유통 혁신 기업  
내부 구성원 역시 이커머스에 대한 높은 이해도와 실용 중심의 소비 성향의 파워 컨슈머 집단



**식수**  
2,500 (명/일)  
남성 65%

**평균연령대**  
30~40대  
여성 35%



- 집단특징**
- 기술 중심 문화 기업 : 제품 분석과 공유가 빠름
  - 자사몰 연계 가능성 : 실질적 전환 유도기대
  - 전국 유통 인프라와 연결될 수 있는 테스트베드
  - 트렌드에 민감한 조직특성

### Target Platform 설계

"신상품 제로 요구르트를  
직장인에게 알리고 싶어요!"

|                 |                |
|-----------------|----------------|
| 고객사             | 매일유업           |
| 진행목적            | 신상품 인지도 확보     |
| 상품              | 제로요구르트         |
| 핵심타겟            | 수도권, 30-40, 남녀 |
| TARGET PLATFORM | 쿠팡 본사          |

### 브랜드 체험 방법 선정

최적의 타겟 플랫폼  
홍보 솔루션 제시

|        |           |
|--------|-----------|
| ✓ 샘플링  | 할인        |
| 메뉴화    | 이벤트(설문포함) |
| ✓ 영상노출 | ✓ 홍보물 설치  |

### 진행 결과

85% 긍정 응답  
"요구르트도 제로가 나오네요!"



쿠팡 본사 (24.07.18) 중식 디지털제공

+ 경험을 통한 반응률 상승 프로세스 제공

## Campaign Example ②

### 무신사 : MUSINSA

MZ세대 문화를 주도하는 트렌드 메이커이자 브랜드 인큐베이터  
내부 구성원 역시 스타일 감각보유, 브랜드 민감도가 매우 높은 하이센스 소비자 집단

MUSINSA

식수

500 (명/일)

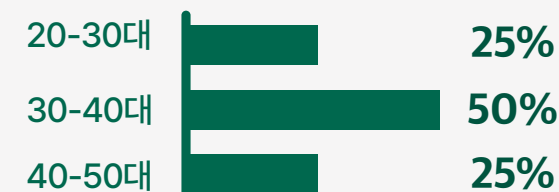
남성  
65%

평균연령대

30~40대

여성  
35%

연령대별



집단특징

- 스타일 민감도 최상위 → 브랜딩 관련 정성 피드백 가능
- 내부 테스트 후 바이럴 전환 유도 가능
- 리추얼기반 소비가 익숙 → 주기적 소비 제품홍보 적합
- 타겟 정밀도 ↑ = 브랜드 포지셔닝 피드백 적합

Target Platform 설계

“신규 예능 프로그램을 핵심 타겟에게  
알리고 싶어요!”

|                 |              |
|-----------------|--------------|
| 고객사             | CJ ENM       |
| 진행목적            | 신규 프로그램 홍보   |
| 상품              | 에드워드리의 컨츄리룩  |
| 핵심타겟            | 하이센스 타겟 2040 |
| TARGET PLATFORM | 무신사 본사       |

브랜드 체험 방법 선정

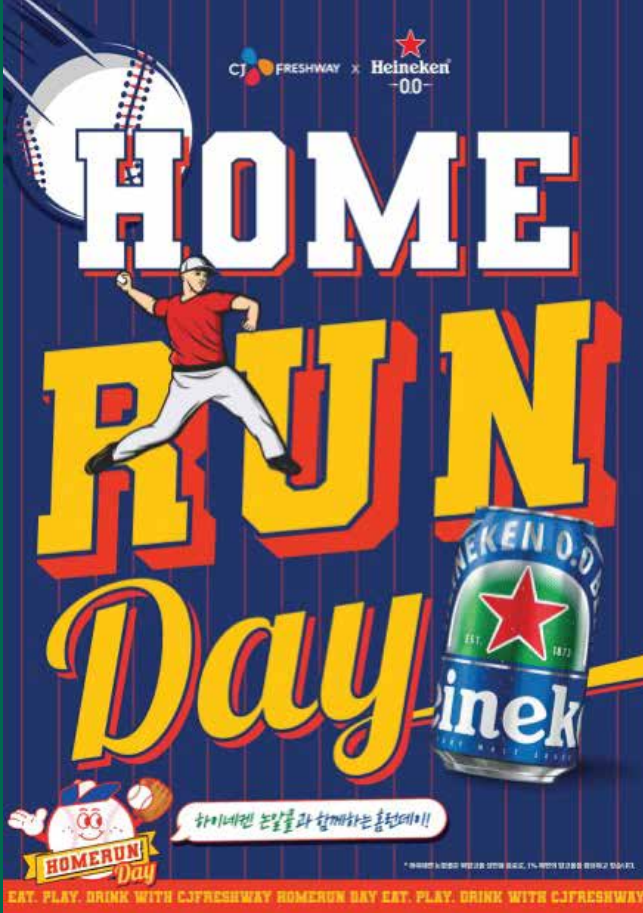
최적의 타겟 플랫폼  
홍보 솔루션 제시

|        |              |
|--------|--------------|
| 샘플링    | 할인           |
| ☑ 메뉴화  | ☑ 이벤트 (설문포함) |
| ☑ 영상노출 | ☑ 홍보물 설치     |

진행 결과

자발적 팬덤 형성 및  
얼리마켓 테스트

|             |                  |                 |
|-------------|------------------|-----------------|
| 메뉴화         | 이벤트<br>티빙 이용권 제공 | DID<br>DID영상 송출 |
| IP연계 독점 메뉴화 |                  |                 |



고객사 NEEDS

CJFW TARGET PLATFORM 설계

브랜드 체험 결과



‘아이셔 젤리’ 신상품을  
초중고등학교 학생에게 알리고 싶어요!



프리미엄 ‘무알콜 맥주’를  
직장인들 대상으로 맛 보이고 싶어요!



학생들도 부담 없이 마실 수 있는  
‘밀키스 제로’를 경험시켜 주고 싶어요



‘코카콜라 제로’ 를 학생들에게  
경험하게 하고 싶어요!

전국 초중고등학교 타깃 선정  
(43개 학교, 3만명)

대기업 위주 기업체 선정  
( 11개 기업, 7천명)

전국 중고등학교 타깃 선정  
(28개 학교, 2만명)

전국 중고등학교 타깃 선정  
(20만명)

중간고사 ‘아이셔 젤리’ 간식 제공  
(홍보물 설치, SNS 이벤트 진행)

야구컨셉으로 점심시간 ‘무알콜 맥주’ 제공  
( 홍보물 설치, SNS 이벤트 진행)

복날 컨셉으로 ‘밀키스 제로’ 제공  
( 홍보물 설치, SNS 이벤트 진행)

‘코카콜라 제로’ 간식제공  
(제품 제공)

## Campaign Example 4

# 브랜드 캠페인 사례 : 아이누리

아이누리는 전국 어린이집 / 유치원 / 돌봄기관 종사자 및  
미취학 아동 학부모를 대상으로 커뮤니케이션이 가능



### 주요타겟

B2B

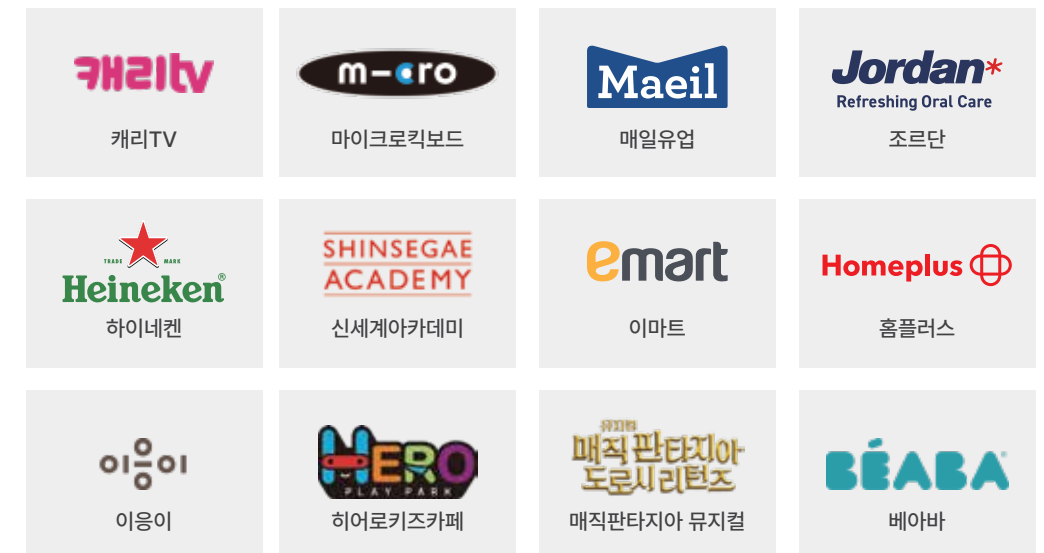
어린이집 / 유치원 / 돌봄기관 / 키즈카페

B2C

미취학아동 학부모



### 협업 브랜드



### SNS채널

아이누리 인스타그램 (키즈 식습관 전문 채널) / 2만 8천 팔로워 보유



### 보유 프로그램

쿠킹 클래스 (키즈 및 성인), 영양교육 등



### 주요 협업 사례

콜라보 쿠킹클래스, 인스타그램 제휴 이벤트 오프라인 샘플링 행사 등



## Campaign Example ⑤

# 브랜드 캠페인 사례 : 튠튼스쿨

튠튼스쿨은 전국 초·중·고 급식(교육) 종사자 및 10대 학생과 학부모를 대상으로 커뮤니케이션이 가능



### 주요타겟

B2B  
학교 교육 및 급식 종사자

B2C  
10대 초 / 중 / 고 학생 및 학부모



### 협업 브랜드



### SNS채널

튠튼스쿨 공식 인스타그램 (10대 타겟 학교 급식 채널) / 1만 8천 팔로워 보유



### 기타 서비스

'셰프가 간다'(급식 전문 셰프의 학교 특식 조리 지원) 등



### 주요 협업 사례

급식실 샘플링 프로모션, 스쿨어택, 인스타그램 제휴 이벤트, 청소년 교육 캠페인 등



## 주요타겟

B2B

노인 복지관, 경로당 / 주·야간 보호센터 /  
요양원 / 요양병원 관계자 및 종사자



B2C

시설이용어르신및보호자

## SNS채널

CJ프레시웨이 공식 인스타그램 내 헬씨누리 콘텐츠 게재(NO1푸드 비즈니스 파트너) / 3만7천 팔로워 보유



## 주요 협업 사례

(사)한국노인복지중앙회 공동 캠페인 '어르신 음식 레시피 공모전'



## 네트워크 협회



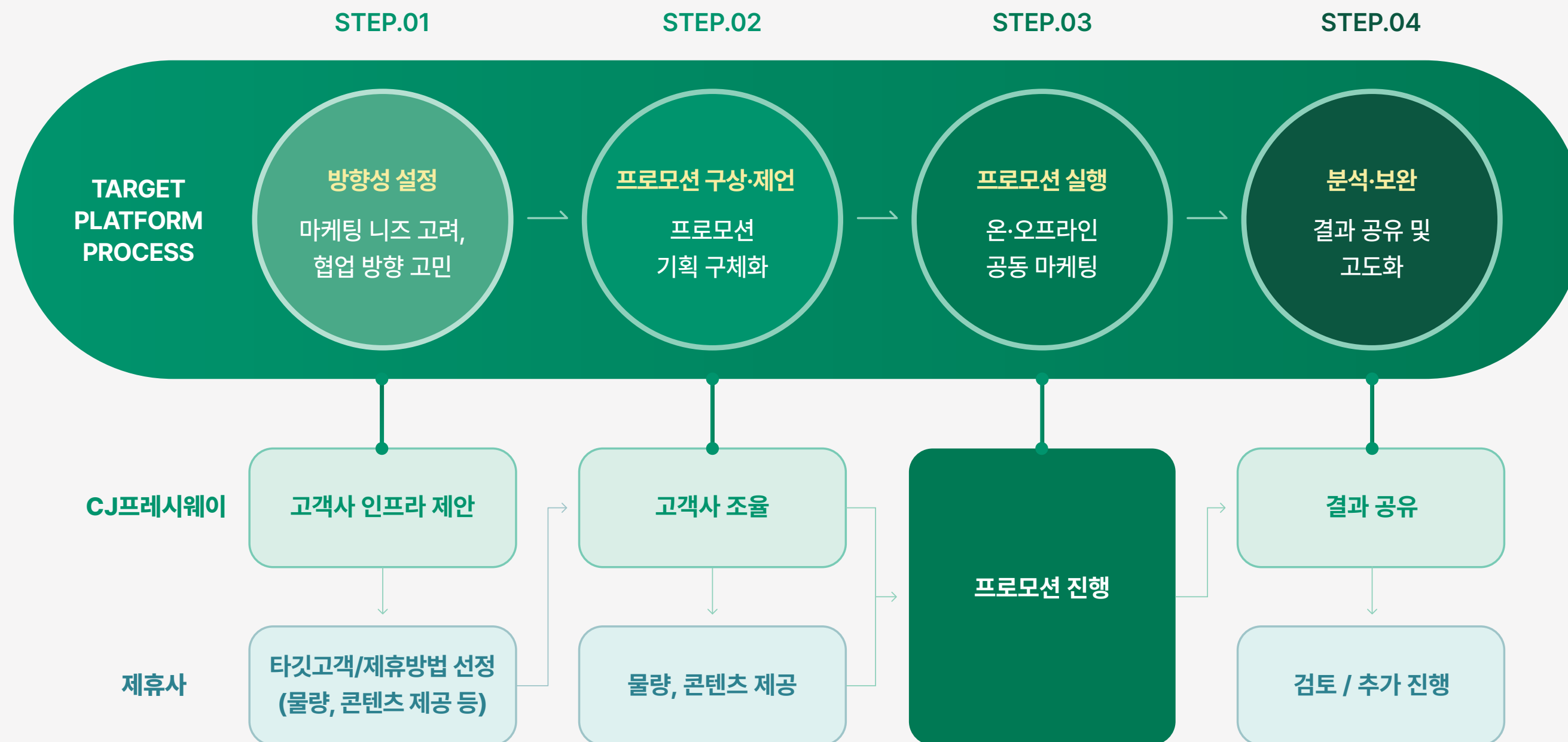
## 기타 서비스

고객사 홍보(SNS 콘텐츠), 고객사 맞춤 비즈니스 솔루션(행사 대행, 특식 제공 등)



## 협업 프로세스

**CJ프레시웨이는 마케팅 목표에 맞춰 최적의 'Target Platform'을 기획하고 실행합니다.**  
기획 → 협의 → 실행 → 성과 까지, 전 과정에서 신뢰할 수 있는 마케팅 솔루션을 제공합니다.



# THANK YOU

함께 걸으면, 길이 되고 기회가 됩니다.  
CJ프레시웨이는 당신의 든든한 파트너입니다.

## CONTACT INFORMATION

주 소

서울시 마포구 월드컵북로 54길 25, CJ프레시웨이 16층

번 호

02-2149-6950

담당자

마케팅전략팀 황주빈 JUBIN.HWANG1@CJ.NET



다양한 생애주기 別 100% 타깃 가능한 고객사를 확보하고 있습니다.



영유아  
日식수 30만

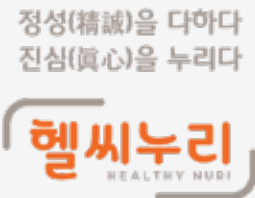


10대 학생  
日식수 60만



균형 잡힌 식사를 제공하는  
단체급식 브랜드  
GREENTERIA

20~50대 직장인  
日식수 30만



60대 이상 어르신  
日식수 15만

