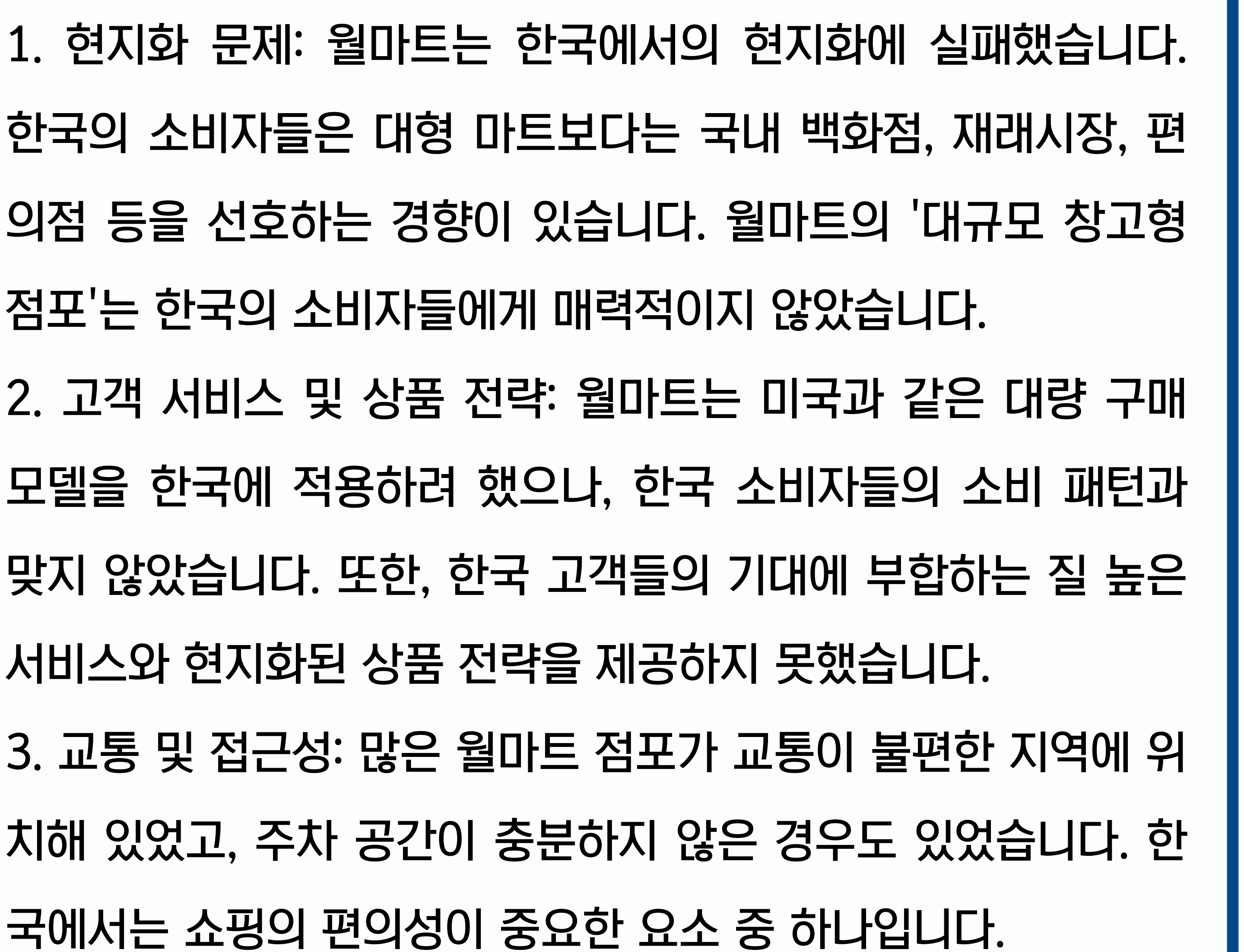
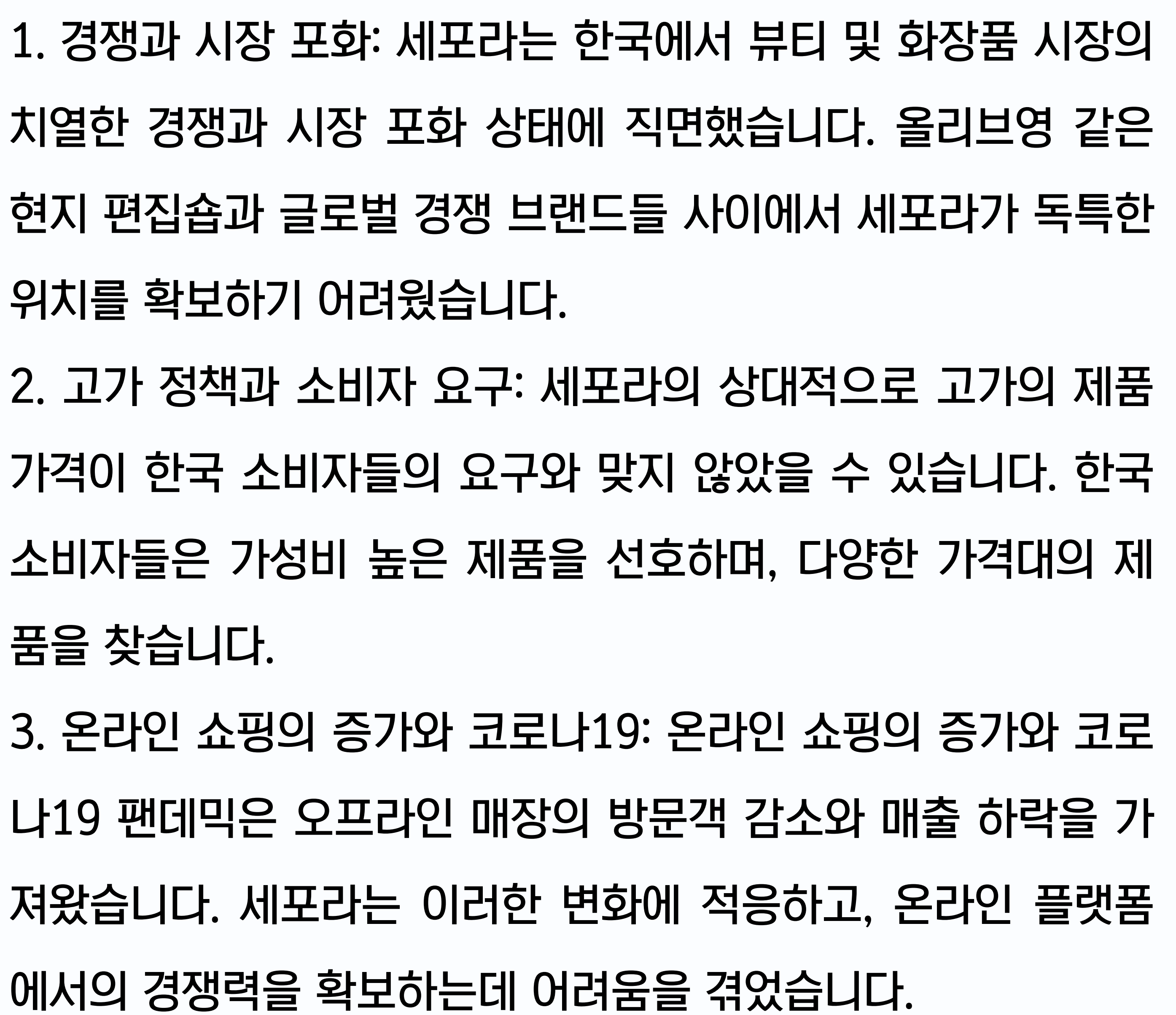


이 연구의 목적은 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 국내 뷰티 시장의 현황을 분석하고, 마케팅 전략을 중심으로 SEPHORA와 월마트의 한국 시장 철수 원인을 비교 분석하는 것이다. 이를 통해 다음과 같은 구체적인 연구 목표를 달성하고자 한다. 첫째, 기사 및 소셜미디어 등의 텍스트 데이터를 수집 및 분석하여 국내 뷰티 시장의 최근 트렌드와 소비자 선호도를 파악한다. 둘째, SEPHORA와 월마트의 한국 시장 철수 배경을 텍스트 데이터 분석을 통해 밝히고, 이들이 한국 시장에서 철수하게 된 주요 요인을 탐색 후 비교한다. 셋째, 두 기업의 철수 원인을 비교 분석함으로써 다른 글로벌 기업들이 한국 시장에 진출하거나 유지할 때 고려해야 할 전략적 요소들을 도출한다. 이 연구는 텍스트 마이닝 기법을 통한 심층적인 데이터 분석을 바탕으로 국내외 기업들이 한국 뷰티 시장에서 성공적으로 운영할 수 있는 전략적 인사이트를 제공하는 것을 목표로 한다.



월마트와 세포라 모두 한국 시장에서 철수하게 된 주요 요인에는 현지 시장의 특성과 소비자의 기대를 제대로 파악하지 못한 점이 있습니다. 하지만, 월마트의 경우는 더 많이 현지화와 서비스 전략의 실패, 그리고 물리적인 접근성의 문제가 도드라졌습니다. 반면, 세포라는 경쟁의 심화, 고가 정책, 그리고 디지털 전환의 어려움이 주된 요인으로 보입니다.

두 기업의 사례를 통해 볼 때, 한국 시장에서 성공하기 위해서는 현지 시장의 깊은 이해와 함께 현지화 전략이 필수적임을 알 수 있습니다.