

BENOW

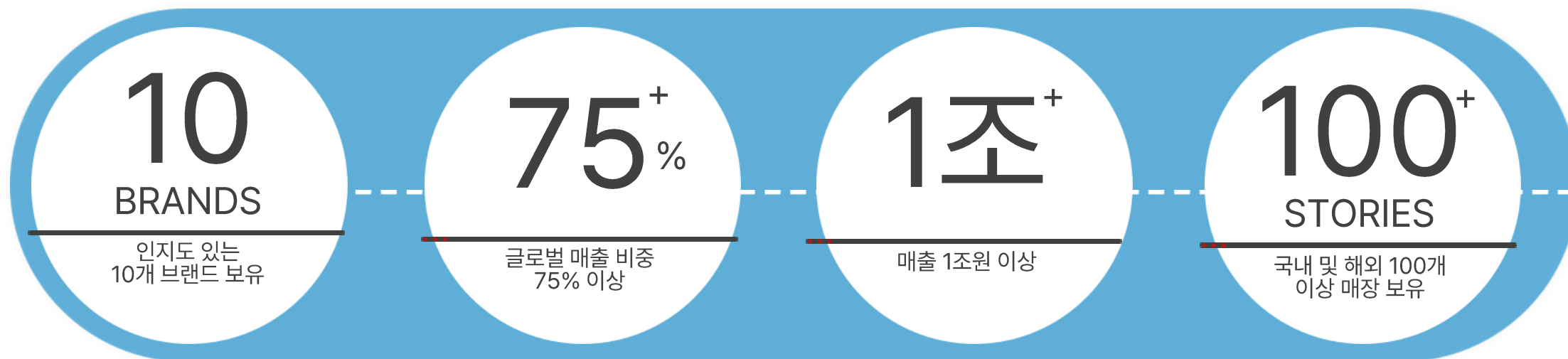
Company Introduction

01 미션 및 비전

브랜드/국가/채널 다각화를 통한 글로벌 종합 뷰티기업으로의 도약

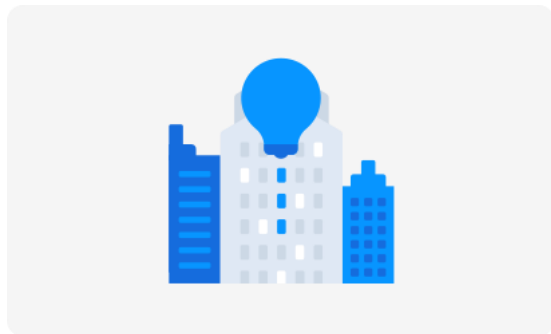
비나우는 2018년 설립된 화장품 스타트업으로
대한민국 화장품 업계의 어떤 회사보다 빠르고 견고하게 성장하는 회사입니다.

향후 10년 내 **글로벌 종합 뷰티 기업**으로 도약하고자 하며,
제품력을 최우선으로한 상품으로 글로벌 시장에서도 영향력을 펼치고 있습니다.



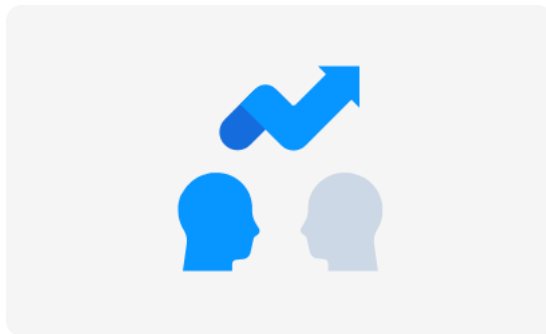
02 경영철학

인재 경영에서 시작되는 BENOW-DNA



01. 인재경영 Bet on People

사람에 대한 과감한 투자
높은 수준의 보상과 기회
더 큰 가능성을 펼칠 환경



02. 동료애 Win Together

서로에 대한 따뜻한 관심과 존중
팀의 경계를 넘나드는 적극적 협업
경쟁보다 함께 만들어가는 성공



03. 도전정신 Own the Challenge

스스로 기회를 만드는 주도성
문제의 본질을 파고드는 높은 몰입
관성을 깨는 과감한 실행

03 브랜드 포트폴리오

일상의 모든 순간을 채우는 비나우 멀티-브랜드

numbuzin

어렵고 복잡한 성분 이름 대신
피부 고민에 맞춘 숫자로 대답하는
직관적인 솔루션 브랜드

#숫자스킨케어

#피부고민해결

fwee

기분 좋은 제형과 컬러로
나만의 고유한 무드를 발견하는
감각적인 메이크업 브랜드

#감성 메이크업

#화잘먹 베이스

Knock,

뷰티의 경계를 넘어
라이프스타일 전반을 관통하는
비나우의 차세대 브랜드

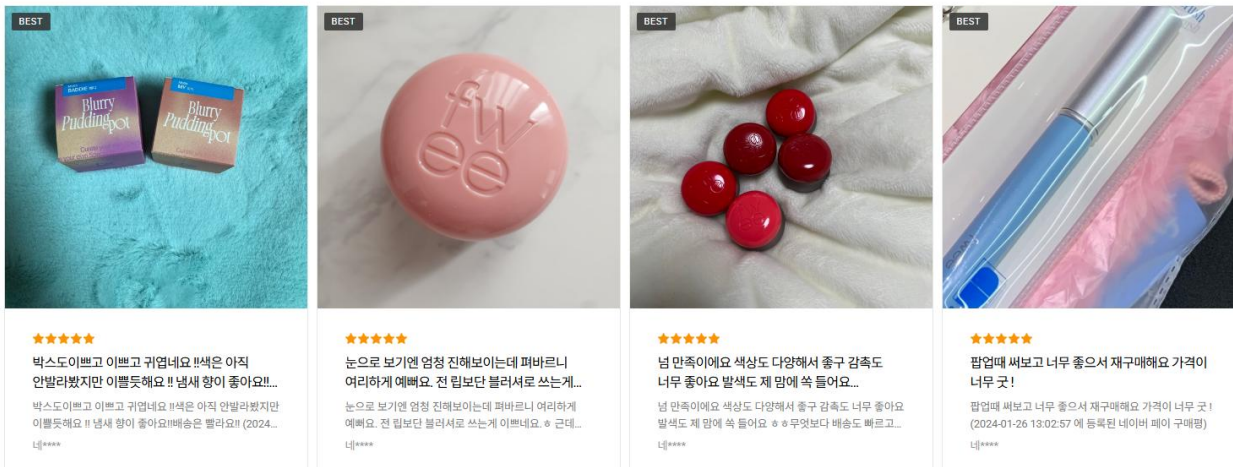
#관념을 깨는 뷰티

#바디 토너



04 브랜드 파워

- 리뷰가 증명하는 고객 만족도, 스킨케어부터 메이크업까지 압도적인 평점과 충성 고객 확보
- 퓨 리브랜딩 1년만에 아마존 재팬 베스트셀러 No.1 등극



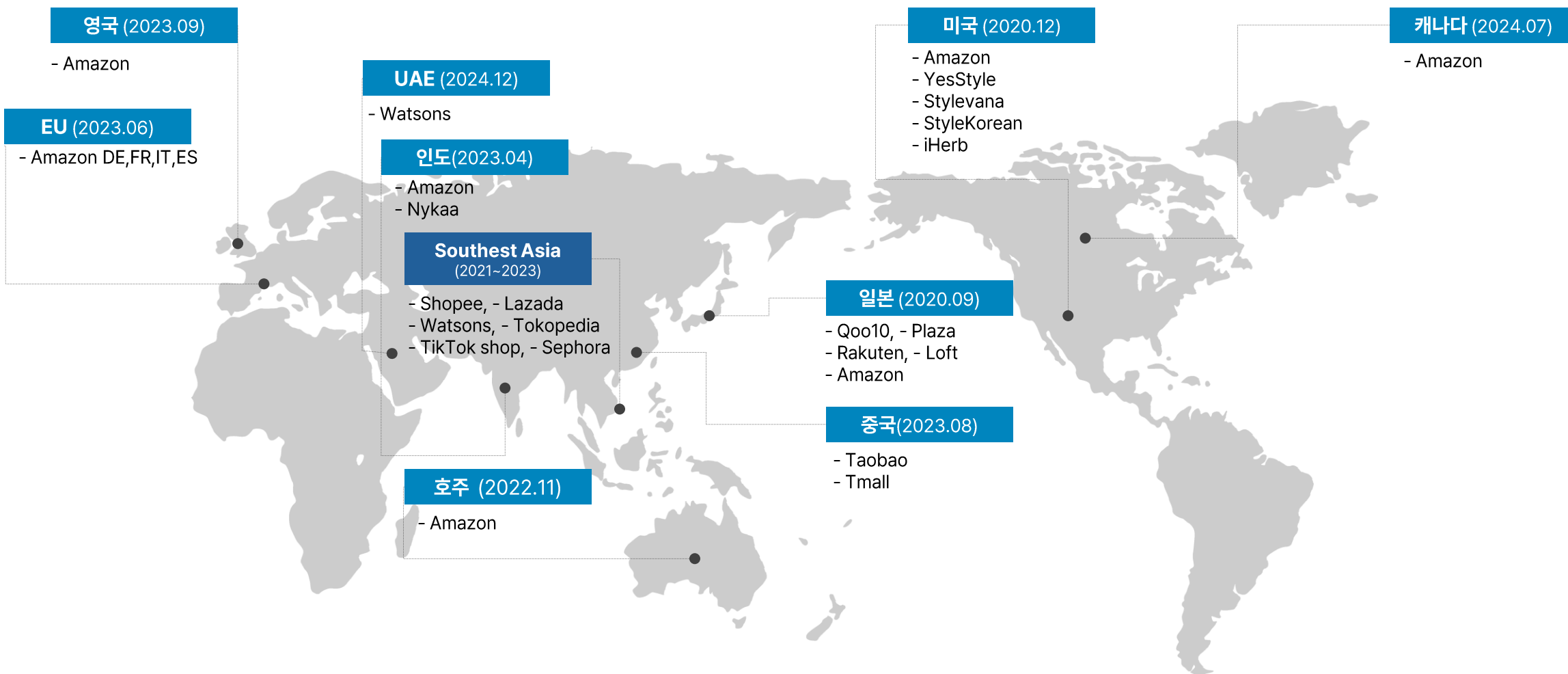
05 비나우의 전략적 모델 기획

- K-POP 아이cón부터 일본 톱스타까지, 최정상급 앰버서더 구축
- 1030 세대의 팬덤을 관통하는 타겟팅으로 글로벌 시장 지배력 강화



06 글로벌 확장력

비나우는 브랜드별 특성에 맞춰 국내외 판매 채널을 다각화함으로써 글로벌 비즈니스를 실현하고 있습니다.



07

온·오프라인 채널의 전략적 활용과 확장

비나우는 각 브랜드 및 카테고리의 본질적 특성에 맞춰 전략적으로 채널을 확장하고 있습니다.

CATEGORY ESSENCE

브랜드가 해결하고자 하는
카테고리의 핵심 가치



CUSTOMER EXPERIENCE

고객이 브랜드를 이해하고
기억하게 만드는 경험



CHANNEL STRATEGY

브랜드의 본질을 가장 잘 전달하는
온·오프라인 접점 설계

numbuzin

Digital → Offline

- 본질** 효능 · 직관적인 솔루션
- 경험** 제품력과 효과를 명확하게 이해
- 전략** 온라인 검증 후 글로벌 오프라인 확장



numbuzin Nagoya, Japan · 글로벌 오프라인 매장

fwee

Experience → Scale

- 본질** 컬러 · 제형 · 감각
- 경험** 직접 보고 만지고 경험하는 순간
- 전략** Agit을 핵심 경험 접점으로 확장



Agit 성수 · 부산 · 연남 · 일본 · 대만 · 홍콩 등

Knock,

Brand → Space

- 본질** 라이프스타일 · 취향 · 세계관
- 경험** 오감을 통한 브랜드 세계관으로의 몰입
- 전략** 독보적인 브랜드 팬덤을 바탕으로 확장



Knock Archive Seongsu · 브랜드 세계관을 경험하는 공간

08 비나우의 성장 스토리

숫자가 증명하는 압도적인 성장력

연평균 180%의 경이로운 성장. 다각화된 브랜드 포트폴리오로 전 세계 소비자를 사로잡은 글로벌 뷰티 기업

■ 브랜드의 탄생과 독창적 아이덴티티 구축

- 2018** - 비나우 설립
- 2019** - 스킨케어 브랜드 넘버즈인(numbuzin) 런칭
- 2021** - 넘버즈인 올리브영 온/오프라인 입점
- 메이크업 브랜드 뽀(fwee) 런칭

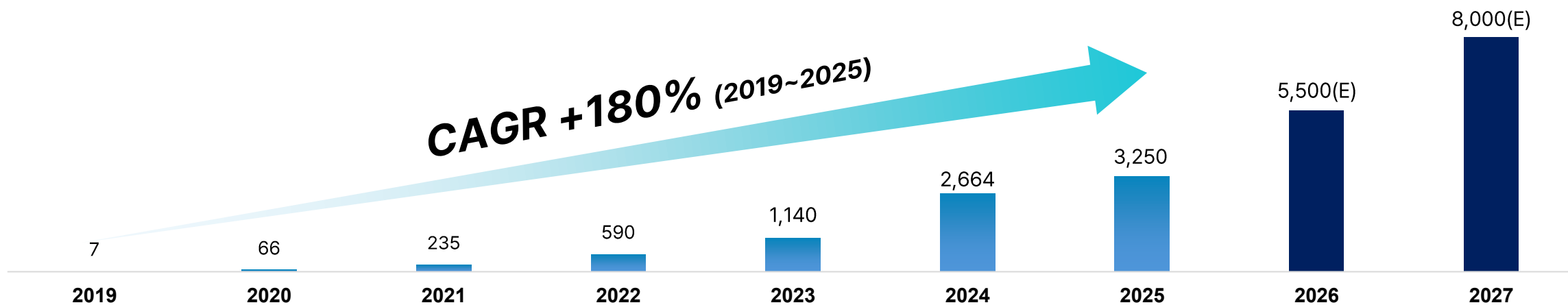
■ 시장 지배력 강화 및 글로벌 스케일업

- 2022** - 헤어 브랜드 라이아(RIAH) 런칭
- 뽀 올리브영 온/오프라인 입점
- 2023** - 넘버즈인, 뽀 롯데면세점 명동 본점 입점
- 비나우 재팬(BENOW JAPAN) 인수 설립
- 스킨케어 브랜드 플라스킨(flaskin) 런칭
- 비나우 매출 1,000억 초과 달성

■ 리브랜딩 성공을 통한 비약적 성장 가속

- 2024** - 뽀 리브랜딩 및 더현대 서울 팝업 진행
- 뽀 이지트 성수, 부산, 재팬 오픈
- 비나우 매출 2,700억 달성
- 2025** - 뽀 이지트 롯데월드몰, 연남 오픈
- 스킨케어 브랜드 노크(Knock,) 런칭
- 비나우 매출 3,250억 달성

매출액 (단위 : 억원)



09 Why BENOW?

비나우의 독보적 성장 DNA: 본질을 꿰뚫는 제품력과 경계를 허무는 기획력

비나우는 화려한 수식어보다 제품의 '본질'이 가진 힘을 믿습니다.
타협하지 않는 제품 철학과 고정관념을 깨는 기획력은 비나우의 가파른 성장을 이끄는 원동력입니다.

본질에 집중한 제품 철학

효능 중심 마케팅 수식어보다 압도적인 성분과 효능에 집중

높은 로열티 제품력으로 증명하는 높은 재구매율과 강력한 팬덤 형성

신뢰를 연결하는 성공 방정식

성공 전이 브랜드 성공 데이터를 후속 브랜드로 연결하는 필승 로직

시너지 극대화 견고한 팬덤을 기반으로 신규 브랜드 안착 기간 단축

빠른 의사결정과 실행력

전략적 통찰 시장의 흐름을 꿰뚫는 경영진의 탁월한 전략과 방향 제시

압도적 실행력 명확한 판단을 즉각적인 성과로 전환하는 신속한 의사결정 체계

카테고리를 초월한 브랜드 기획력

경계를 넘는 브랜딩 스킨케어와 메이크업을 넘나드는 전방위적 브랜드 경쟁력

멀티 브랜드 경쟁력 브랜드 포트폴리오 다각화로 글로벌 시장 지배력 강화

비나우는 브랜드의 가능성을 확장해 나갑니다.

하나의 성공을 넘어 새로운 카테고리과 브랜드로,
한국을 넘어 더 넓은 글로벌 시장으로,
브랜드를 가장 잘 느낄 수 있는 최적의 채널로.

성장의 경계를 넓혀가며,
비나우는 글로벌 NO.1 종합 뷰티 기업을 향해 나아갑니다.

BENOW

Thank you.