

제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데지주	BRAND	롯데지주(롯데그룹)
담당자 (문의처)	김나경 C@M nk.kim@daehong.co.kr		
출품부문	☑기획서 □작품		
과제명	롯데그룹 기업 이미지 및 호감도 제고를 위한 IMC 캠페인 전략		

1. 브랜드 소개

- # 롯데그룹은 고객의 전 생애에 걸쳐 최고의 가치를 선사하는 “Lifetime Value Creator”를 비전으로, 사회의 다양한 분야에서 지속 가능한 성장을 추구하는 글로벌 그룹

2. 시장 상황

- # 기업의 사회적 역할과 책임이 중요시 되는 사회 분위기에 따라, 단편적이고 일률적인 CSV 활동보다 기업 및 브랜드의 가치와 연결되고, 대중이 함께 공감하고 참여할 수 있는 IMC 통합 마케팅 커뮤니케이션이 확대되고 있음.
- # 사례 1> 유한킴벌리 ‘우리강산 푸르게 푸르게 - 숲픈날’ 캠페인
- 2030대 영타깃이 숲을 가깝게 즐길 수 있도록 전국 405개 숲을 지정, 숲에서 음원을 다운 받는 APP을 개발하고 캠페인 영상을 제작하여 인지도 제고 및 소비자 참여 유도
- # 사례 2> 현대자동차그룹 ‘기프트카’ 캠페인
- 청년 창업자, 저소득층 이웃의 자립을 돕는 창업 차량 지원 : 실제로 지원 프로그램을 진행함과 동시에 지원받는 이들의 스토리를 주제로 영상 콘텐츠 제작, 캠페인 참여 유도

3. 브랜드 상황

- # 2017년 10월, 롯데그룹 뉴심볼(CI)과 슬로건을 선포하고 인지도 확보를 위한 광고 캠페인을 진행함.
- # 이후 2018년도부터 사회적 공감대 확보와 그룹 호감도 제고를 위해 롯데그룹의 CSV를 기반으로 한 ‘mom편한 힐링타임’, ‘SPEC태클 채용’ 등 다양한 활동을 소재로 디지털 중심의 캠페인을 진행 중.
- # “함께 가는 친구, 롯데”의 이미지 강화를 위해 사회적 이슈 및 관심사와 연계되는 다양한 활동들을 소재로 그룹의 긍정적인 이미지 형성 및 호감도 제고 커뮤니케이션 지속 필요

4. 해결 과제

- # 롯데그룹 기업 이미지와 호감도 제고를 위한 IMC 캠페인 전략 제안

5. 커뮤니케이션 타깃

- # 디지털 및 IMC 캠페인 참여와 확산에 용이한 젊은 층(2039 남녀 메인)를 중심으로 전 연령층의 범국민 캠페인 진행 고려

6. 기타 및 유의사항

- # 프로모션, 이벤트, 디지털, SNS 등 IMC 캠페인 전개방식 및 확산 방안에 대한 아이디어 추가 제안 가능
- # 그룹PR 성격을 고려하여 지나치게 가볍고 코믹한 톤앤매너 지양