

제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데하이마트	BRAND	하이메이드
담당자 (문의처)	박소영 C@M psy@daehong.co.kr		
출품부문	☑기획서 ☑작품		
과제명	하이마트가 만든 합리적인 PB브랜드 하이메이드의 브랜드 이미지 수립을 위한 커뮤니케이션 제안		

1. 브랜드 소개

- # 2014년 “일렉시온”이라는 브랜드 명으로 런칭
- # 2015년 “하이메이드”로 브랜드 명 변경 하이마트 전체 매출의 4% 비중 차지
- # 심플한 디자인, 군더더기 없는 실용적 기능, 합리적인 가격을 모토로 2018년 브랜드 리뉴얼 중 전체 매출의 10% 비중 차지 목표
- # 계절가전, 전자제품 주변기기, 소모품 등의 상품 위주로 MD로 구성
- # 2016년부터 전자레인지, 에어컨, 냉장고 등 주방/대형가전 까지 확장하여 신제품 출시 중

2. 시장 상황

- # 이마트 롯데마트 등 식품관련 PB는 관여도가 낮고 높은 구매 빈도로 브랜드 이미지가 비교적 수월하게 형성됨
- # 반면, 전자제품은 관여도가 높은 편이고 전자제품 유통사의 PB 브랜드는 하이메이드가 유일한 브랜드라 소비자들의 구매 Trier이 용이 하지 않음

3. 브랜드 상황

- # 블라인드 테스트에서도 기존 브랜드 제품 대비 좋은 결과를 얻고 있는 상황이지만 브랜드가 오픈되는 순간 마이너스 이미지 형성
- # 하이메이드 만의 브랜드 컬러를 찾기 위해 디자인 콜라보, MD 확대 등 다양한 활동들을 하고 있지만 인지도는 낮은 수준
- # 브랜드에서 구매한 메인 가전 외 서브 가전으로 주로 구매가 일어남

4. 해결 과제

- # 하이마트가 만든 합리적인 브랜드라는 이미지 확보를 통한 매출 신장

5. 커뮤니케이션 타겟

- # 독립을 준비하거나 이미 1인 가구인 2030세대
- # 기존 가전 외 서브로 필요한 가전 추가 구매가 필요한 3050세대(가족)

6. 기타 및 유의사항 (선택)

- # B급유머 등을 활용한 최신 트렌드 광고 형태는 지양
- # 다양한 타겟을 아우를 수 있는 방향
- # 다양한 TOOL 활용 가능(ATL, BTL, Digital)
- # 하이마트의 SNS가 매우 활발하게 활동을 하고 있기에 SNS 활용 방안 적극 고려