

제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데네슬레코리아	BRAND	네스카페 콜드브루
담당자 (문의처)	김종창 C@M adchang@daehong.co.kr		
출품부문	☐기획서		
과제명	네스카페 콜드브루 브랜드 TOM/선호도 증가를 위한 IMC 전략 도출		

1. 브랜드 소개

- # 네스카페는 글로벌 No. 1 커피 브랜드로, 국내에서는 네스카페 신선한모카, 네스카페 수프리모, 네스카페 크레마가 대표적인 브랜드
- # 네스카페 콜드브루는 인스턴트커피 시장 내 슈퍼 프리미엄 급 카테고리 포지셔닝 하고자 하는 신제품이며, 네스카페 제품 라인 중 가장 최상급에 위치
- # 국내 최초 콜드브루 스틱커피이며 프리미엄 콜롬비아산 원두를 사용
- # 네스카페 콜드브루 RTB
 - 1) 갓 볶은 원두의 깊은 풍미, 쓴맛이 적음
 - 2) 저온 마이크로커팅 분쇄 기술로 진하고 부드러운 맛이 특징
 - 3) 찬물에도 잘 녹는 파우더 제형 보관 용이
 - 4) 사탕수수 재질 친환경 용지 사용

2. 시장 상황

- # 전체 믹스 커피시장은 하락세이나, 프리미엄 솔루블 커피(Premium Soluble Coffee) 시장은 성장 중
- # 이미 대중화된 PSC 시장에서 경쟁사 KANU 제품이 꾸준히 NO. 1자리를 차지
- # PSC 시장에서도 커피의 품질, 원두, 향, 맛 등에서 더 프리미엄 한 커피를 원하고 있는 소비자들의 니즈와 공급이 진행 중
- # 집에서 카페에서 즐기는 듯한 분위기, 품질 커피의 맛을 추구하는 홈카페족의 증가
- # 프리미엄 커피 중에서도 콜드브루 시장이 빠른 속도로 성장하고 있음
- # 커피전문점 / RTD(Ready to Drink)등 커피 시장 전반에 걸쳐 다양한 콜드브루 제품 출시 中
- # 네스카페 콜드브루 경쟁사
 - 1) 스틱 커피: 카누, 루카스 나인, 스타벅스 비아, 이디야 비니스트 등
 - 2) RTD 커피: 콜드브루 by 바빈스키, 조지아 고티카, 맥심 TOP, 칸타타 등 (RTD 콜드브루)
 - 3) 커피 전문점: 스타벅스, 투썸플레이스, 할리스커피, 엔제리너스 등 (커피전문점 콜드브루)

3. 브랜드 상황

- # 네스카페 콜드브루는 2018년 5월 런칭한 네스카페 최상위 프리미엄 제품 군
- # 최상위 프리미엄 이미지를 전달하기 위해 '콜드브루주아' 런칭 캠페인 전개
- # Product life cycle 도입기 단계의 제품으로 낮은 인지도를 끌어올리기 위한 캠페인이 필요한 시점
- # 기존 타사 제품으로부터 네스카페 콜드브루로 브랜드 스위칭 할 수 있는 커뮤니케이션 방법 모색 필요
- # 제품 특성상 여름 시즌에만 주력할 것이라는 인식이 있으나, 네스카페 콜드브루는 사계절 음용 제품으로 판매확장에 대한 NEEDS 존재

4. 해결 과제

- # 네스카페 콜드브루 브랜드 TOM/선호도 증가를 위한 IMC 전략 도출

5. 커뮤니케이션 타겟

- # Main target: 2539 여성 / Sub target: 트렌드에 민감한 Kids/Baby 맘

6. 기타 및 유의사항

- # 일회성이 아닌 장기적으로 브랜드 가치를 형성시킬 수 있는 캠페인 기획
- # 타겟의 라이프스타일과 니즈를 고려한 캠페인 전략 필요
- # 제품이 시장에 성공적으로 안착하는 과정에서 방해되는 핵심 문제를 파악하여 솔루션 제시
- # 네스카페 콜드브루의 프리미엄 이미지를 해치는 전략 및 크리에이티브 지양