

제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데칠성음료	BRAND	데일리C 레몬1000C+
담당자 (문의처)	방종현 C@M jonghyun@daehong.co.kr		
출품부문	☒기획서		
과제명	비타민드링크 시장 내 데일리C의 존재감 강화를 위한 커뮤니케이션 전략		

1. 브랜드 소개

- # 2016년 출시된 롯데칠성음료의 비타민드링크 제품
- # 레몬 과즙 5%, 비타민C 1000mg 함유

2. 시장 상황

- # 최초 비타민드링크 출시 이후 현재까지 지속적인 성장 기조를 보이는 시장
- # 시장 내 독보적 No. 1 브랜드 존재
- # 다양한 후발 브랜드가 출시되고 있지만, 시장 공략 한계 존재

3. 브랜드 상황

- # 소비자 접점인 편의점 등에서 데일리C는 비타민드링크로 완전히 세팅 되지 않고 있음
→ 비타민드링크 옆/ 과일주스 옆/ 숙취해소 음료 옆/ 어린이 음료 옆에 세팅
- # 데일리C레몬1000C+는 비타민드링크로서 포지션이 애매한 상태
- # 즉, 비타민드링크 Evoked set에 진입하지 못한 상황

4. 해결 과제

- # 비타민드링크 하면 떠오르는 브랜드로 시장 내 존재감 형성 및 강화

5. 커뮤니케이션 타겟

- # 비타민드링크 주 소비자인 2534 젊은 직장인 남성

6. 기타 및 유의사항 (선택)

- # 시장과 경쟁, 브랜드의 상황을 고려한 새로운 커뮤니케이션 방향성을 중심으로 ATL, BTL, Digital Media를 활용한 통합 캠페인 전략 제안 (매체 별 적합한 타겟 설정 가능)