

# 제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데GRS	BRAND	엔제리너스
담당자 (문의처)	형성수 대리 (sungsoo.hyung@daehong.co.kr)		
출품부문	☒기획서		
과제명	2030 여성 대상 엔제리너스 브랜드 활성화를 위한 커뮤니케이션 전략		

## 1. 클라이언트/브랜드 소개

- # 엔제리너스는 2000년 런칭하여 한국 에스프레소 커피 시장의 성장을 선도한 브랜드
- # 끊임없이 고객의 기분 좋은 경험을 만든다는 미션 하에 대한민국 브랜드스타 커피전문점 부문 2년 연속 1위 달성(2017)
- # 전국에 810개 매장(2017)을 두고 있는 명실상부한 대한민국 대표 커피전문점 브랜드

## 2. 시장 상황

- # 성인 1인당 연간 소비하는 커피량은 428잔으로 지속해서 증가하고 추세
- # 메가트렌드로 자리 잡은 YOLO, 소확행 등 가치를 중요시하는 트렌드로 인해 커피 음용 문화도 가치 및 취향 중심 소비로 변화하고 있음
- # 이에 변화하는 시대적, 식음료 트렌드를 고려한 브랜드의 가치 및 방향성의 재정립을 통해 시장 내 브랜드 이미지 제고가 필요한 상황

## 3. 브랜드 상황

- # 국내 커피전문점 시장점유율 상위 7개 브랜드: 스타벅스, 엔제리너스, 탐앤탐스, 투썸플레이스, 할리스커피, 커피빈, 이디야커피
- # 매장 수: 이디야커피 2,071개 > 스타벅스 1,080개 > 투썸플레이스 894개 > 엔제리너스 810개 > 카페베네 726개 > 할리스커피 486개 > 탐앤탐스 446개 > 커피빈 229개
- # 이 중 스타벅스가 연 매출 1조 원을 달성하며 전체 커피 시장 매출의(4조 원대) 25%를 차지, 확고한 커피전문점 브랜드 1위를 유지하고 있음

## 4. 커뮤니케이션 과제

- # 브랜드 활성화를 위한 커뮤니케이션 전략 및 컨셉, 슬로건 도출
- # 이를 중심으로 한 IMC Campaign Plan

## 5. 커뮤니케이션 타겟

# Main: 2534 여성

- ➔ 커피전문점의 성별 이용률은 여성이 남성보다 압도적으로 높음
- ➔ 2030세대는 트렌드에 가장 빠르게 반응하는 세대로 새로운 브랜드의 이야기에 대한 관심 제고와 추천, 공유가 가장 활발하게 이루어지는 세대

## 6. 기타 사항

- # 변화하는 시장과 경쟁, 브랜드의 상황을 고려한 새로운 커뮤니케이션 방향성을 중심으로 ATL, BTL, Digital Media를 활용한 통합 캠페인 전략 제안 (매체 영역 제한 없음)
- # 최신 크리에이티브 트렌드를 반영하는 것은 좋으나, 브랜드 이미지를 해치는 아이디어는 지양