

제35회 DCA대학생광고대상 응모과제

CLIENT	롯데주류	BRAND	피츠 슈퍼클리어
담당자 (문의처)	정선영 C@M sun0@daehong.co.kr		
출품부문	☑기획서 ☑작품		
과제명	2025 세대의 심볼 맥주가 되기 위한 커뮤니케이션 전략		

1. 브랜드 소개

- # 피츠 슈퍼클리어는 롯데주류에서 스탠다드 맥주 시장 공략을 위해 17년 5월 출시한 맥주
- # 기존 국산 스탠다드 맥주의 싱겁고 개성 없는 맛과 달리 Super Yeast를 사용해 잡미 없이 깔끔한 맛이 특징

2. 시장 상황

- # 수입맥주 저가 공세 및 다양한 브랜드와 맛을 즐기고 싶은 소비자의 욕구 증가로 편의점/마트 가정 채널 수입맥주 소비량 증가
- # 이와 반대로 유흥(업소 판매) 접점에서는 새로운 브랜드를 시도하지 않고, 관성적으로 다 같이 마시기에 무난한 기존 맥주를 시키는 습관이 고착화
 - ➔ 소비자가 신규 국산 맥주를 쉽게 trial하기 어려운 시장 상황

3. 브랜드 상황

- # 브랜드 인지도, 음용률 등 주요 지표 성장세로 런칭 1년만에 시장에 안정적으로 안착
- # 2025 타깃이 공감할 수 있는 상황을 소재로 한 캠페인 예정 (7월초)
- # 유흥 접점에서의 음용률 증대를 위해 적극적인 제품 trial 유도 필요

4. 해결 과제

- # 2025 타깃의 심볼 맥주가 되기 위한 커뮤니케이션 전략 및 타깃 세대가 술자리에서 적극적으로 피츠를 지정해서 주문하고, 음용 추천할 수 있는 IMC 아이디어 제안

5. 커뮤니케이션 타깃

- # 새로운 브랜드와 문화를 적극적으로 시도하는 2025
- # 부정적인 시대상황에서도 오늘의 감정과 상황에 집중하고 행복과 만족을 느낄 줄 아는 세대

6. 기타 및 유의사항

- # 기성세대가 규정한 젊음(ex. 도전과 열정 강조)이 투영된 메시지 지양
- # 기타 제품에 대한 정보는 피츠 브랜드 사이트 및 기사 자료 참고