

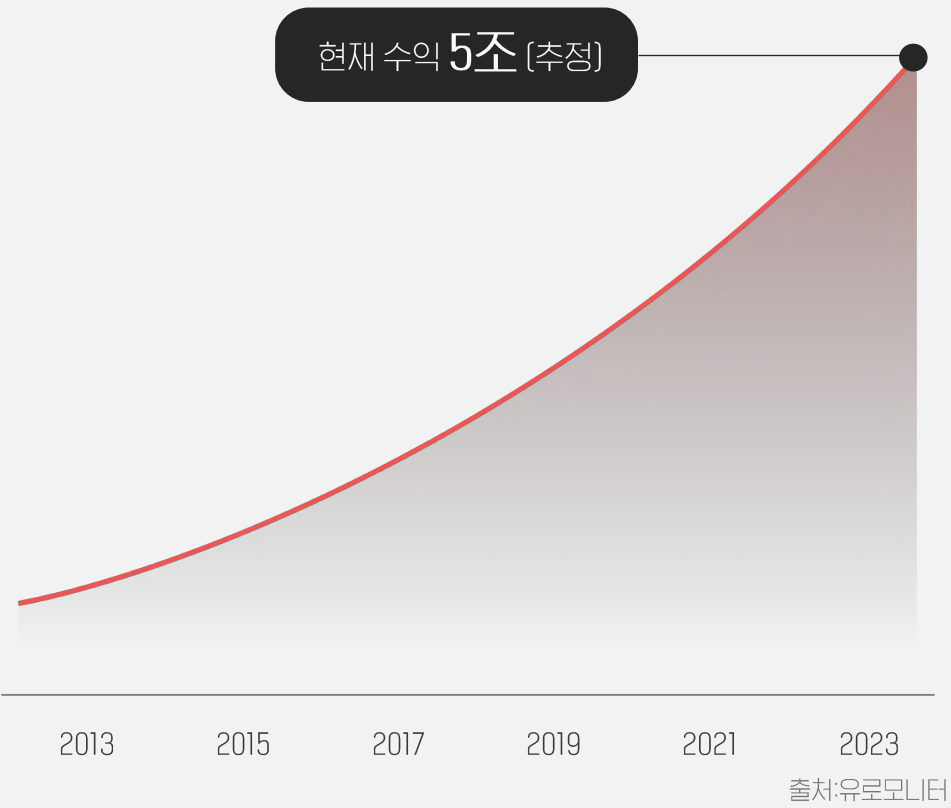
데리 아리데 록 데리



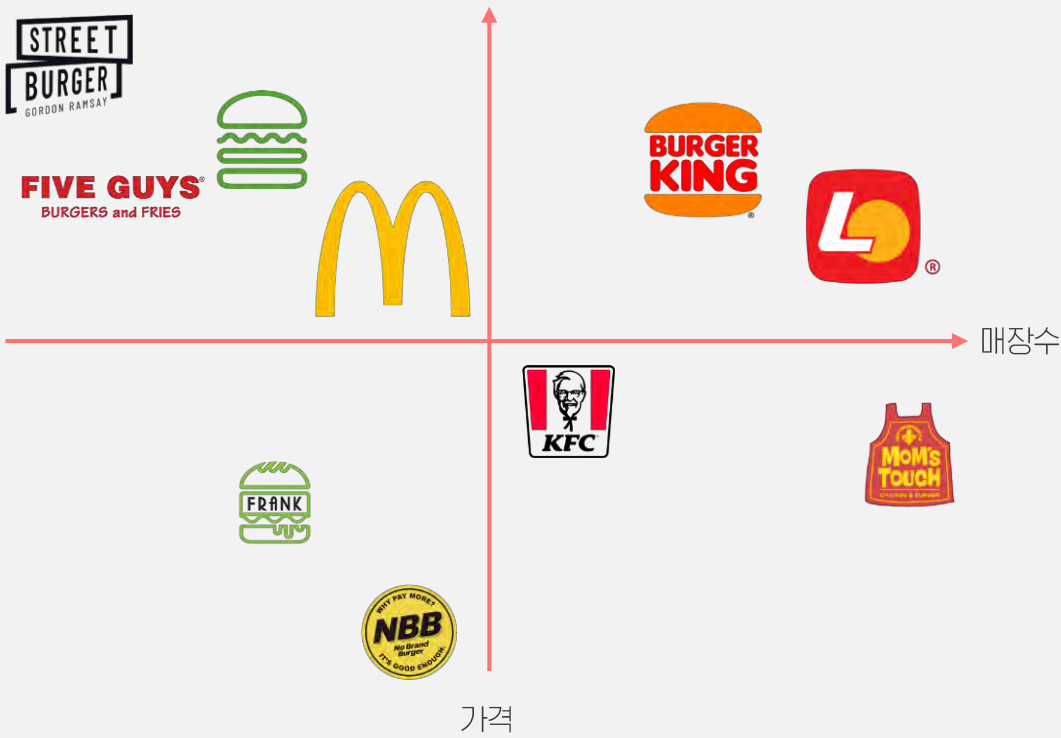
직접적 경험 제시로 편견을 ‘뒤집는’ 캠페인

햄버거 시장의 지속적 성장에 따라
국내외 다양한 브랜드의 **경쟁이 심화되는 상황**이다

국내 햄버거 시장의 지속적 성장

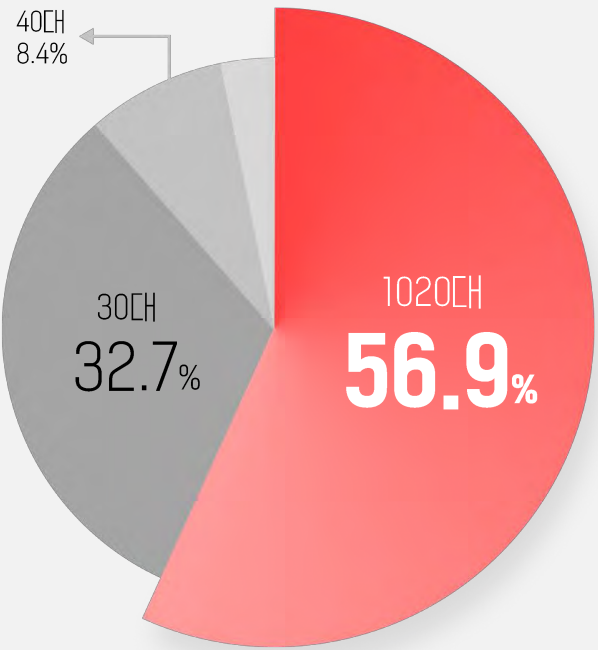


햄버거 브랜드 간 치열한 경쟁 구도



이에 다수의 브랜드가 잠재 소비층인 '1020' 세대를 대상으로 유스마케팅을 펼치고 있다

햄버거 마케팅 시장 내 1020세대의 중요성



햄버거 소비 연령층

출처: 「외식업체경영실태조사」, 농림축산식품부

이색 콜라보



쉐이크쉑 X 지평막걸리

굿즈



맥도날드 X 뉴진스

R&D



슈퍼두퍼 X 아우어 베이커리

게임 협업



버거킹 X 디아블로4

롯데리아도 적극적인 유스마케팅을 실시하였고 1020세대 사이 **강한 이슈성을 이끌어내었다**

1020세대를 잡기 위한 롯데리아의 지속적인 노력



1020세대 사이 강한 이슈를 이끈 마케팅

 머니투데이 2020.10.04. 네이버뉴스

연일 '품질'·SNS엔 인증샷...롯데리아 '밀리터리 버거', 통했다

롯데리아 밀리터리버거 관련 공식 유튜브 영상 6편의 조회 수는 4일 기준 총 1740만뷰에 달한다. '밀리터리버거'는 SNS(사회연결망서비스)상에서 '꼭 먹어봐야할 핫 아이템'으로 거듭났...

 3년 전

야 너무 반가워서 막 눈물이 날라 한다 일부로 광고를 클릭해 들어오긴 처음이다

 2.5천  답글

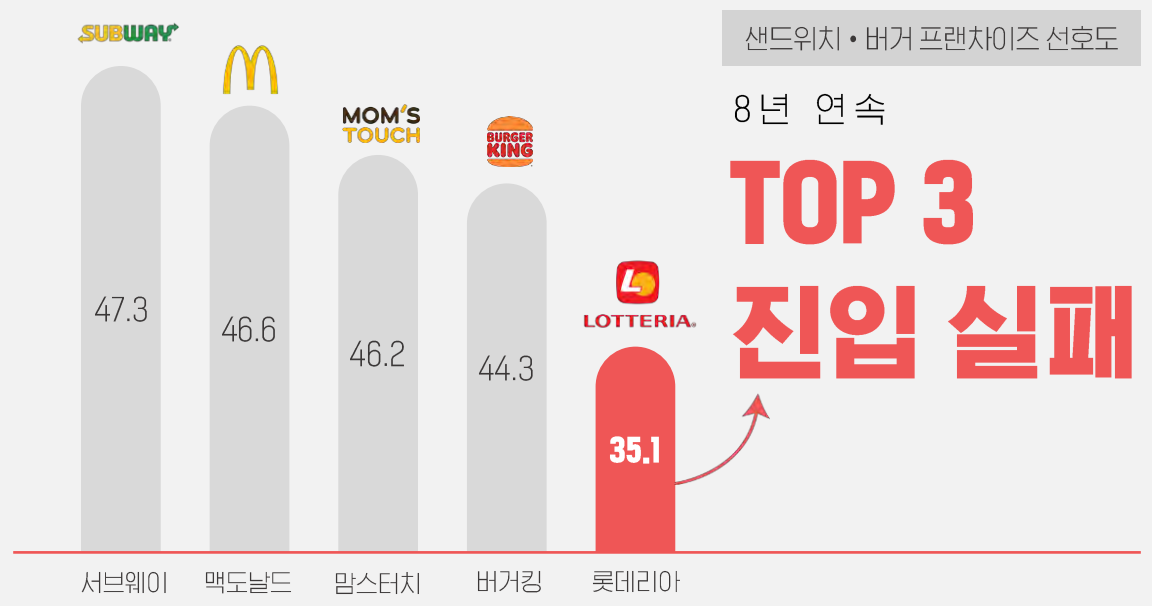
 뉴스투데이 2022.09.29.

[르포] 롯데리아 팝업스토어 '불고기 랩 9222', MZ세대 놀이터로 인기

기자는 지난 28일 서울 종로구 익선동에 있는 롯데리아 제1호 팝업스토어(임시매장) '불고기 랩 9222(BULGOGI LAB 9222)'를 방문했다. 불고기 랩 9222는 고객에게 특별한 경험과 다...

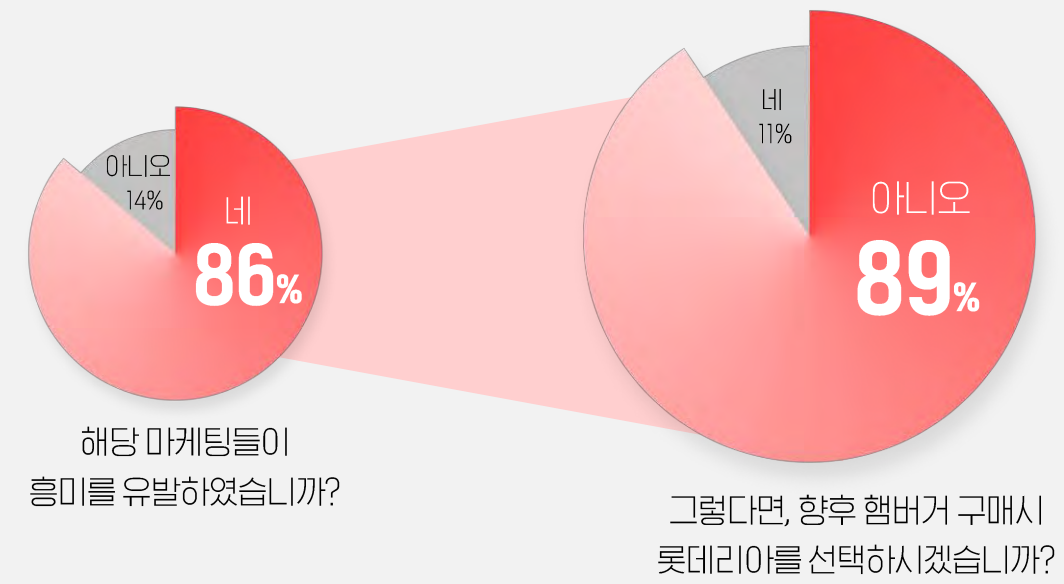
그러나 강한 이슈성과는 달리
롯데리아에 대한 구매를 이끌어내지는 못했다

강한 이슈성에도 상승하지 않는 1020세대 선호도



출처 : 대학내일 20대 연구소 '부문별 탑 브랜드 어워드 분석 레포트' (2015-2022)

강한 이슈성이 실제 구매로 이어지지 않음



출처 : 마케팅 이후 1020 롯데리아 제품 구매의향 자체조사, N:273
[10대 46%, 20대 54% | 남성 61%, 여성 39%]

왜 1020세대들은 롯데리아를 구매하지 않을까?

이유는 의외로 단순했다

1020세대가 롯데리아를 가지 않는 진짜 이유

1 오래된 방문시기

Q. 마지막 매장 방문

3년 이전 42%

1년 이전 25%

한달 이내 22%

없음 11%

2 부정적 인식

Q. 방문하지 않은 이유

부정적 인식 63%

가성비

메뉴

맛

3 비경험적 편견

Q. 부정적 인식 이유

인터넷 댓글 등 79%

지인

경험

출처 : 마케팅 이후 1020 롯데리아 제품 구매의향 자체조사, N:273
[10대 46%, 20대 54% | 남성 61%, 여성 39%]

‘롯데리아를 먹지 않는 이유는 무엇인가요?’

경험 없이, 브랜드에 대한 **막연한 편견**이 강함



먹어보진 않았는데 롯데리아는 아니라는 말을 인터넷에서 ...

김X후, 20대 대학생, 남성



굳이 찾지 않는 것 같아요 그냥 별로일 것 같은 느낌?

이X연, 10대 중학생, 여성



맛은 기억이 잘 안나는데 워낙 이미지가 부정적이라...

최X성, 10대 고등학생, 남성

출처 : 롯데리아를 먹지 않는 이유 FGI

롯데리아에 대한 **적은 경험,**
많은 편견을 지니고 있었기 때문이다



적은 경험과 많은 편견은 1020세대의 구매를 막는
지속적인 장애 요소가 되고 있다

편견을 학습하는 인지단계

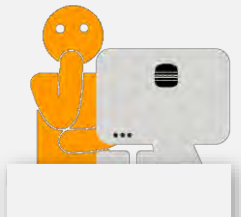
타인의 영향을 많이 받는 1020세대는
인터넷에서 **막연한 편견을 학습한다**

아이스크림 전문점에서
버거 접는다는데 왜들 놀라시나

166 **아직도 롯데리아 먹는 사람 있음?**

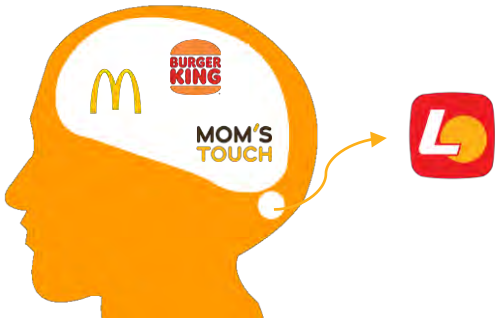
ㅋㅋㅋ 누가 저걸 먹음

출처 : 롯데리아 관련 유튜브 및 네이버 댓글



연상하지 않는 고려단계

이에 햄버거를 구매하려는 시점에서
1020세대는 **롯데리아를 연상하지 않는다**



편견만 남은 구매단계

결국 롯데리아에 대한 경험은 멀어지고
편견만 계속 남으며 고착화된다



출처 : 3년 이내 롯데리아 미경험자 대상 자체 설문, N:114





1

먹지 않는 이유가
편견 때문이라고?

2

애초에 **경험**을
안 해봤잖아?

3

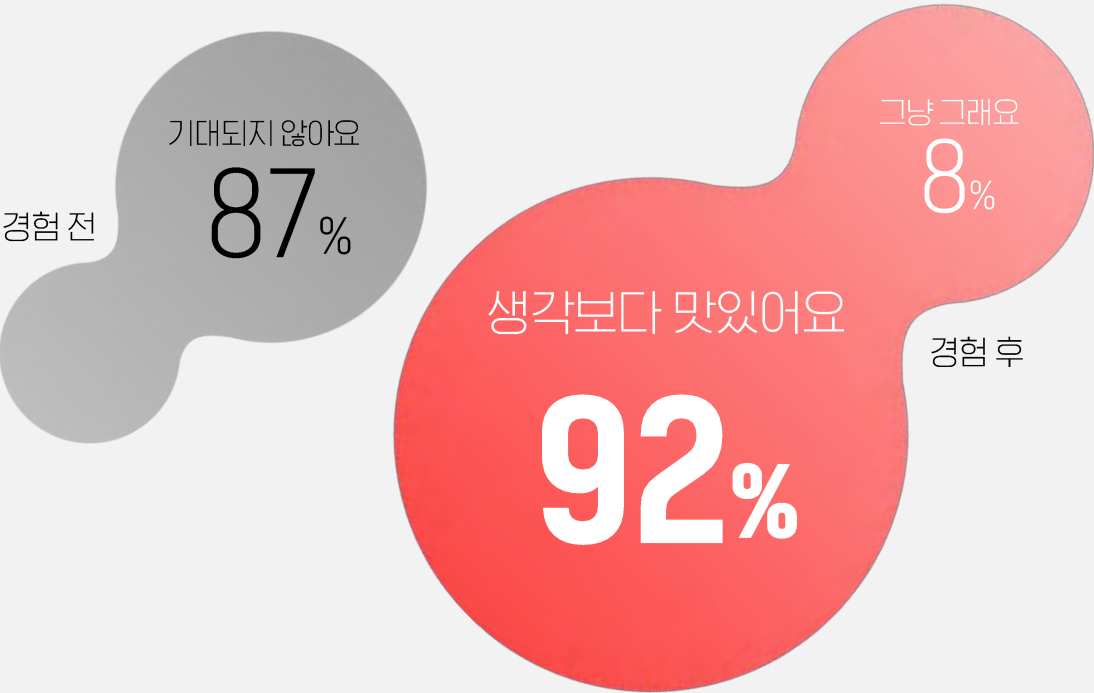
경험하면
편견이 뒤집어질까?

일단 한번
먹여보자!



롯데리아 제품을 **경험한 1020세대**들은 **편견이 해소**되었다는 점을 알 수 있었다

롯데리아 경험 후 선호도 변화



출처 : 롯데리아 경험 후 선호도 변화, N:273
[10대 46%, 20대 54% | 남성 61%, 여성 39%]

롯데리아를 경험해보니 어떠셨나요?

경험 후 **긍정적인 반응** 이 다수

김X후, 20대 대학생, 남성

생각보다 **야채가 싱싱**해서
맛있게 먹었어요 :)

와 ... 지금까지 왜 안 먹었는지
더 빨리 먹어볼 걸 그랬어요



이X연, 10대 중학생, 여성

최X성, 10대 고등학생, 남성

앞으로 햄버거 먹고싶을 때
롯데리아만 먹을 것 같아요!

출처 : 롯데리아 경험 후 선호도 조사 FGI

따라서 **직접적 경험**으로
편견을 뒤집을 수 있는 캠페인이 필요하다





직접적 경험 제시로 편견을 '뒤집는' 캠페인

아리데로

충격!
롯데리아 뒤집어짐

Invitation



IMC 커뮤니케이션 맵



인지

당신의 5초를 뒤집다

숏폼 영상광고

시선을 뒤집다

렌티큘러 00H



경험

가격을 뒤집다

뒤집데이

신선하게 뒤집다

오마카세 팝업

맛있게 뒤집다

스쿨어택

재밋게 뒤집다

매장 운영 타이쿤게임



확산

일상을 뒤집다

인스타그램 스토리 필터

실사로 뒤집다

홀로그램 SNS 포토존

숏폼 영상광고

VER.1



- #1 [게임 IMC]
롯데리아 재미가 뒤집히다



- #2 [오마카세 팝업]
롯데리아 신선함이 뒤집히다

VER.2



- #1 롯데리아를 먹고 있는 사람들



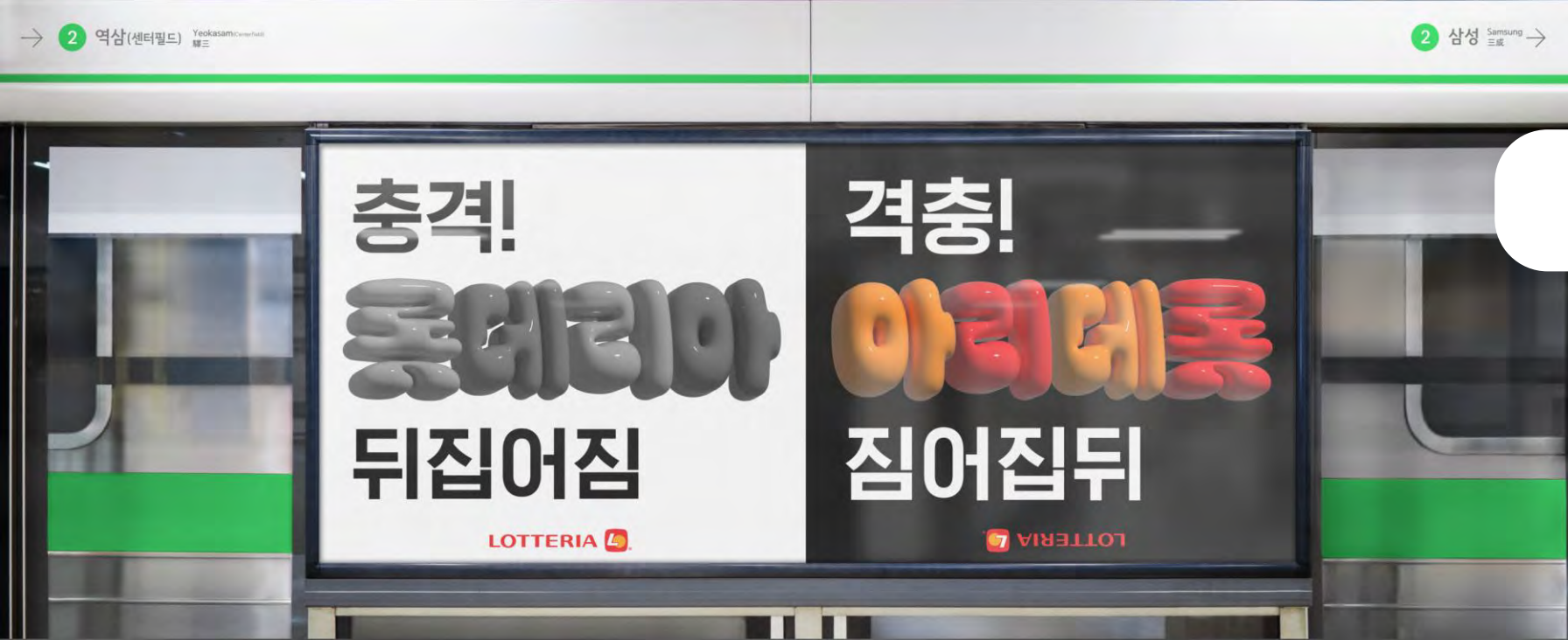
- #2 어디 햄버거 드세요? 아리데롯이요!

충격!
롯데리아
아리데롯
뒤집어점

- #3 캠페인 키 슬로건

충격!
롯데리아
아리데롯
뒤집어점

- #3 캠페인 키 슬로건



Left Side

Right Side



시선을 뒤집다. 

렌티큘러 00H

실행방안

‘롯데리아가 뒤집어짐’이라는 메시지를 렌티큘러 효과로 표현해, 1020 세대의 유동 인구가 많은 학원가 지하철역에 게시한다. 입시 학원이 많은 대치역, 평촌역 등에 게시해 10대 소비자의 이목을 끌고, 강남역, 종로3가역 등 어학원, 자격증 학원이 많은 역에 게시해 20대 소비자의 이목을 끈다.

기대효과

롯데리아에 대한 편견을 뒤집는 ‘아리데로’ 캠페인에 대해 인지시키고 흥미를 유발한다. 이를 통해 롯데리아의 경험형 캠페인에 대한 높은 참여율을 유도한다.

가격을 뒤집다. 

아리데롯 뒤집데이

실행방안

2월 5일과 해당 숫자를 뒤집은 5월 2일 진행되는 뒤집데이는 롯데리아의 최대 할인 이벤트이다. 뒤집데이에 옷을 뒤집어 입고 방문하는 고객에게는 추가 할인 혜택이 주어진다. 또한 특정 버거 세트를 구매한 고객에게만 뒤집으면 꺼지는 무드등 알람 시계와 햄버거 재료가 그려진 카드를 뒤집으며 즐기는 보드게임 굿즈를 선착순으로 증정한다.

기대효과

CGV의 만우절 행사처럼 고객들의 흥미를 유발하고 적극적인 참여를 유도한다. 참여한 고객들의 후기를 통해 바이럴 효과를 기대할 수 있다. 또한 가성비가 떨어진다는 인식을 최대 할인 이벤트로 뒤집을 수 있으며 전국 롯데리아 매장에서 쉽게 경험할 수 있다.

LOTTERIA 
충격! 롯데리아 뒤집어짐

뒤집데이



02.05 and 05.02

단 이 를 간 열 리 는
최 대 할 인 이 벤 트

이들 간 열리는 최대 할인 이벤트

뒤집데이

100% 즐기는 방법!

옷을 뒤집자!



옷 뒤집어 입고
전 메뉴 할인받자!

경품을 뒤집자!



버거 세트 구매하고
귀여운 경품 받자!

LOTTERIA 

LOTTERIA 
충격! 롯데리아 뒤집어짐

뒤집데이



02.05 and 05.02

단 이 를 간 열 리 는
최 대 할 인 이 벤 트

신선하게 뒤집다. 

아리데롯 오마카세 팝업

위치

오마카세 '아리데롯'은 강남-신논현에 위치한 버거 로드에서 팝업으로 진행한다.

강남-신논현은 지역 특성상 출·퇴근, 등·하교의 목적의 유동 인구가 많아 1020세대의 접근에 유리해 선정했다.

컨셉

오늘날 1020세대는 미코노미 트렌드를 따라 특별한 추억을 쌓기 위해 오마카세와 같은 프리미엄 레스토랑을 방문한다.

오마카세 '아리데롯'은 고급화된 이미지를 전달하기 위해 100% 예약제로 운영되는 오마카세 팝업이며, 예약자들에게는 이름이 적힌 맞춤형 초대장이 전송된다.



맛있게 뒤집다. 

아리데롯 스쿨어택

실행방안

학교에서 공부하는 학생들을 응원하기 위해 롯데리아 '뒤집트럭'이 직접 찾아간다. 판매용 햄버거보다 작은 크기로 제작된 응원 버거는 학생들이 햄버거 구매 시 떠올리지 않았던 롯데리아를 경험하게 하여 맛에 대한 인식을 뒤집는다.

기대효과

롯데리아를 경험해보지 않고 편견이 있던 학생들은 직접 찾아가는 '뒤집트럭'의 응원 버거를 경험한다. 이로 인해 학생들은 롯데리아에 대한 선호도가 높아지게 되고, 근처 매장을 방문해 실제 구매로 이어진다.

 재밋게 뒤집다.

아리데롯 타이쿤 게임

실행방안

아이러브커피, 두근두근레스토랑과 같은 햄버거 매장 타이쿤 게임을 제작한다. 현실에서 햄버거를 구매하던 소비자들은 게임 속에서 매장을 운영하는 판매자로 역할이 뒤집힌다. 매장을 확장하거나 일정 매출을 달성하면 실제 롯데리아 할인 쿠폰 및 기프티콘을 제공한다.

기대효과

모바일 게임의 특성상, 롯데리아는 소비자의 일상생활 속에 자연스럽게 녹아들어 재미를 준다. 또한 게임을 진행하며 브랜드 애착이 형성되고 기존의 인식이 개선된다.



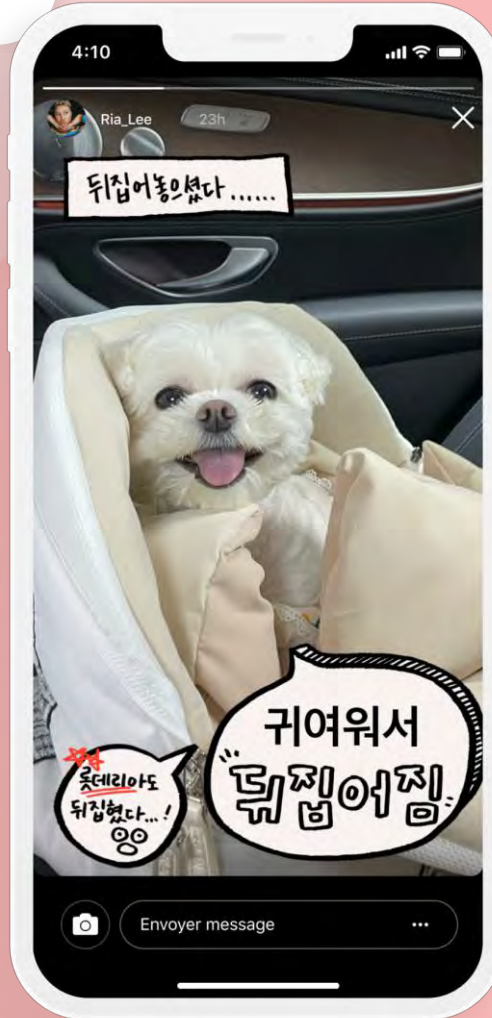
인스타그램 스토리 필터

실행방안

1020세대의 이용률이 가장 높은 인스타그램 스토리의 필터를 제작한다.
말풍선 내부 '뒤집어짐' 앞에 나만의 문구를 삽입할 수 있는 빈칸을 만들어 일상에서 재미있게 응용할 수 있다.

기대효과

인스타그램 스토리의 특성상 1020세대 내에서 광범위하게 확산된다. 필터 사용자 또는 필터를 접한 잠재적 소비자를 통해 아리데롯 캠페인에 대한 인지도와 노출도가 상승한다.





실사로 뒤집다.

홀로그램 SNS 포토존

실행방안

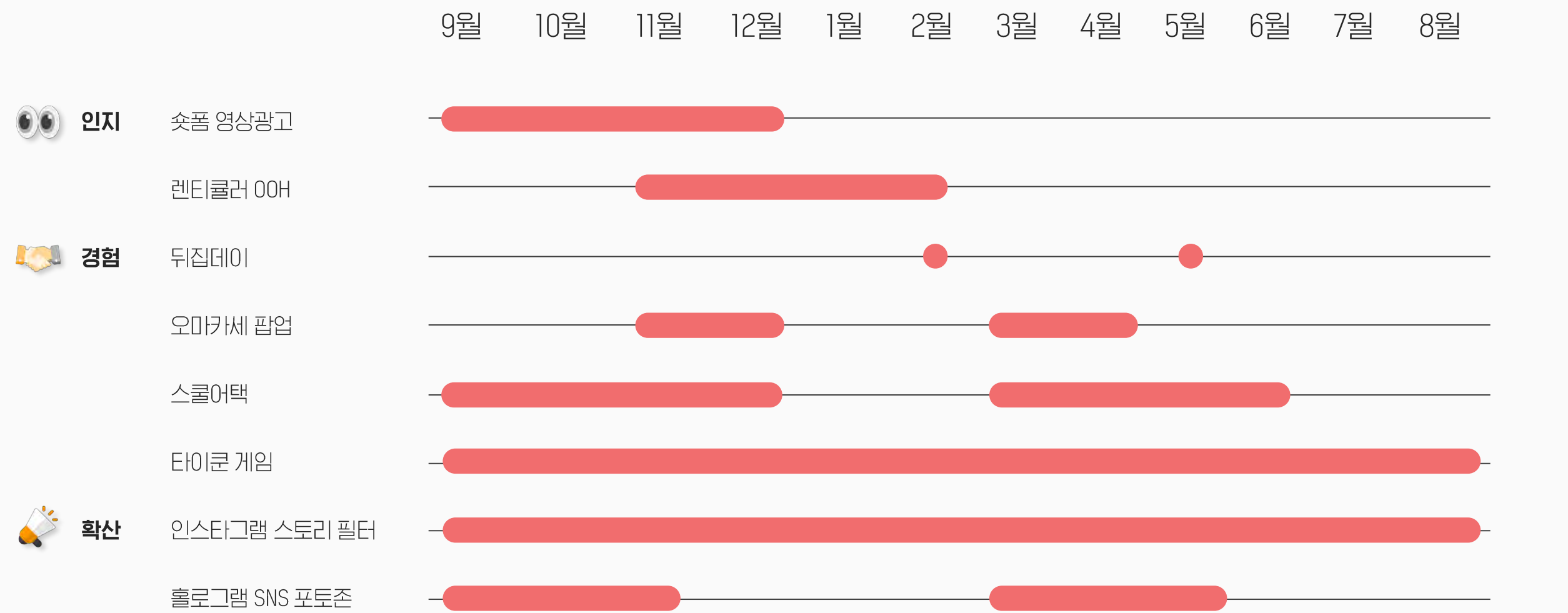
밤하늘에 홀로그램으로 뒤집힌 햄버거를 띄워둔다.
잠실 석촌호수, 한강 공원, 청계천 등
야간 유동 인구가 많은 곳에 설치하여 이목을 끈다.
SNS를 활발히 사용하는 1020세대들이 홀로그램
배경을 포토존으로 이용한다.

기대효과

SNS에 공유되며 1020세대 사이 캠페인이 확산된다.
또한 홀로그램 포토존이 핫플레이스로 인식되며
롯데리아의 올드한 이미지가 완전히 탈피된다.

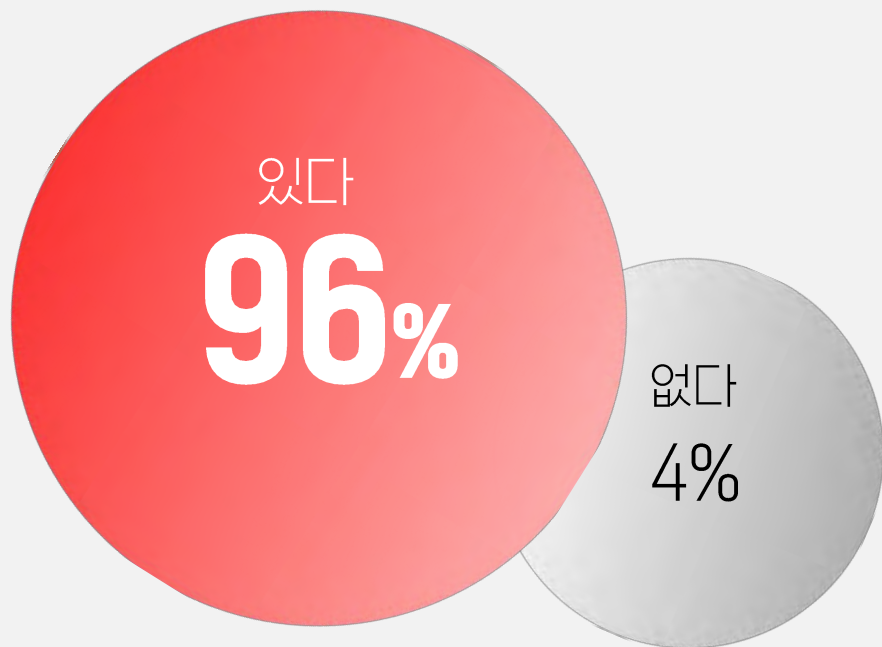


타임테이블



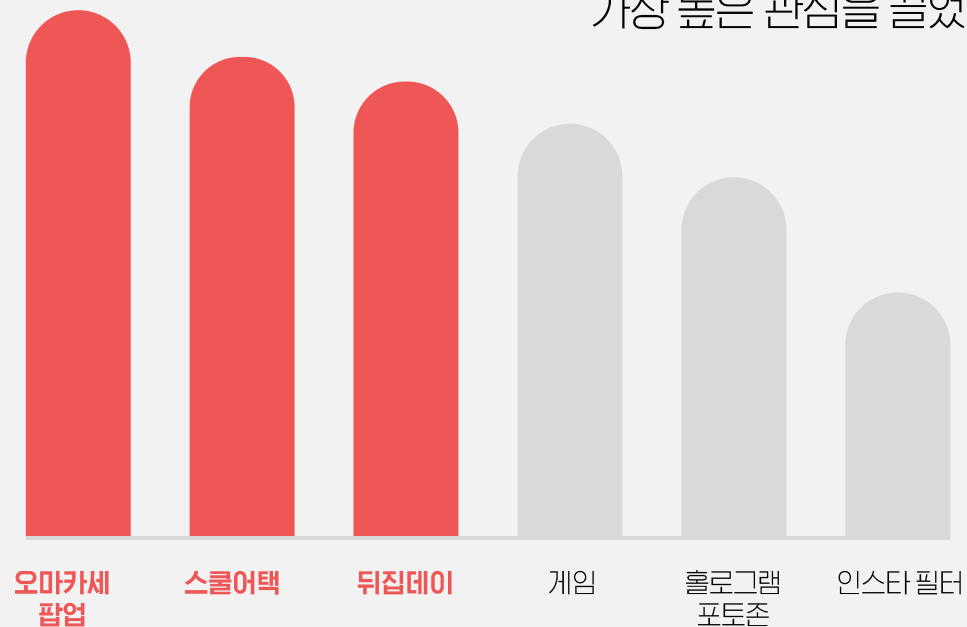
해당 캠페인에 대한 사전 조사 결과 1020세대의 **긍정적인 반응을 예상**할 수 있었다

Q1. 해당 캠페인이 실현된다면 **참여할 의향**이 있으십니까?



Q2. 이 중 가장 흥미로운 캠페인은 무엇입니까?

» 캠페인의 주 목적인 **롯데리아 경험 전달**이
가장 높은 관심을 끌었음



경험하니 맛있다
편견이 **뒤집혔다**

아리데로 이리바늘