

영타깃이 가나에 부드럽게 스며들기 위한 캠페인 제안서

가나를 더 재밌게 즐겨볼 Ghana



상황분석



타깃분석



전략제안



컨셉도출

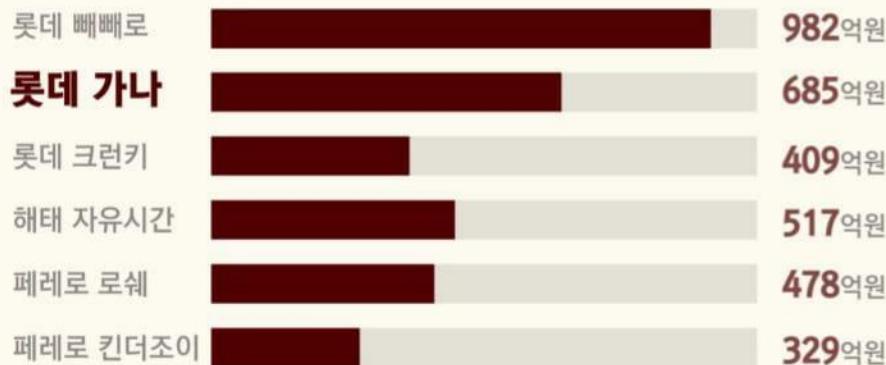


실행방안

상황분석 01

초콜릿 시장의 1위인 가나 초콜릿, 디저트 시장에 발을 내딛었습니다.

Q. 시장 점유율 높은 주요 초콜릿 브랜드는?



식품산업통계정보, 2019

초콜릿 시장을 살펴 봤을 때,
가나는 초콜릿 시장 내에서 굳건히 1위를 지키고 있다.

최근 디저트 라인 확장을 시도한 가나



랑드샤 쿠키, 밀크티, 티라미수 등 신제품을 출시하며,
'가나 디저트가 되다' 영상광고 런칭을 통해 **프리미엄 디저트 컨셉을 강화해오고 있다.**

상황분석 02

MZ세대가 이끌고 있는 디저트 시장

“

”

디저트 시장이 지속적으로 증가하고 있는데,

MZ세대의 디저트 매출은 같은 기간 32.6%나 증가했다.

매일경제 21.05.25

“

”

외식 시장 변화를 주도하는 MZ세대가 독특하고 새로운 메뉴를 찾아나서면서

디저트 브랜드들도 발 빠르게 변화하기 시작한 겁니다.

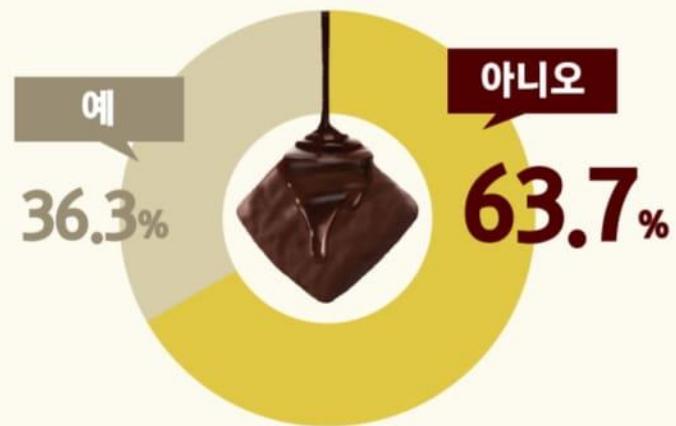
머니투데이방송 21.02.19

상황분석 03

그렇다면 MZ세대는 가나 초콜릿을 어떻게 이용하고 있을까요?

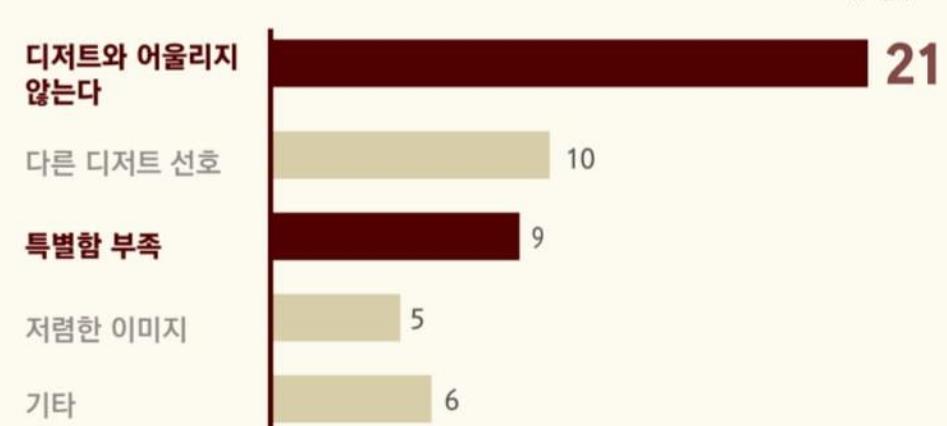
MZ세대에게 가나는 친숙한 브랜드지만, 이를 디저트로 이용하고 있지 않았습니다.

Q. 가나 초콜릿을 디저트로 이용하고 계신가요?



가나를 디저트로 이용하고 있지 않는 비율 과반수 (63.7%)
가나 초콜릿을 디저트로 이용하고 있지 않는 MZ세대

Q. 가나를 디저트로 이용하고 있지 않은 이유는?



이들을 대상으로 설문한 결과,
가나 초콜릿은 디저트와 어울리지 않는다는 의견이 다수였다.

issue

그렇다면 이들이 생각하는 디저트란 무엇일까요?

MZ세대가 생각하는 디저트와 가나는 거리가 존재하여, 이들의 선택을 받고 있지 못했던 가나 초콜릿

Q. 평소, 디저트 이용 시 어떤 점을 고려하시나요?



윤00 (17세)

“저는 새로운 경험을 하는 동시에 디저트를 즐길 수 있는 곳을 방문하는 것 같아요. 목욕탕 컨셉으로 되어있는 카페라던가 아니면 SNS에 업로드 했을 때 예쁜 배경이 나올 수 있는 곳을 주로 선택해요.”



김00 (23세)

“요즘엔 다양한 모양의 디저트들이 많이 출시 되잖아요. 그래서 같은 초코 맛이라도 귀엽거나 특이한 디저트를 고르려고 하는 것 같아요.”



“
”

과거 맛이 상품의 선택 기준이었던 것과 달리 MZ세대는 **맛 · 재미 · 귀여움 · 색다름 등 다양한 기준**으로 상품을 고른다

아이뉴스24 21.01.12

가나에 대한 비보조 인지 조사

N=80



가나의 비보조 인지 조사 결과, ‘달다, 초콜릿, 부드러운, 맛있는’과 같이 **맛에 관련된 속성이 주로 차지**하고 있었다.

상황분석 05

MZ세대의 마음을 이끌기 위해, 다양한 시도를 하고 있는 타사들

기업들은 변화하는 니즈에 맞춰, 즐겁고 이색적이며 차별화된 경험을 제공하고 있습니다.

도전적인 메뉴 개발



감동란 쌍란바 신메뉴

오프라인 디저트 굿즈



젠틀몬스터
디저트 브랜드 누데이크

이색적인 경험 공간



햇반컵반
명탐정 사무소 컨셉 팝업스토어

이색 콜라보



초코송이X무신사 콜라보

특히 Z세대에서는 이러한 소비 트렌드가 크게 작용하고 있습니다.

낮은 브랜드 충성도를 가진 Z세대

“

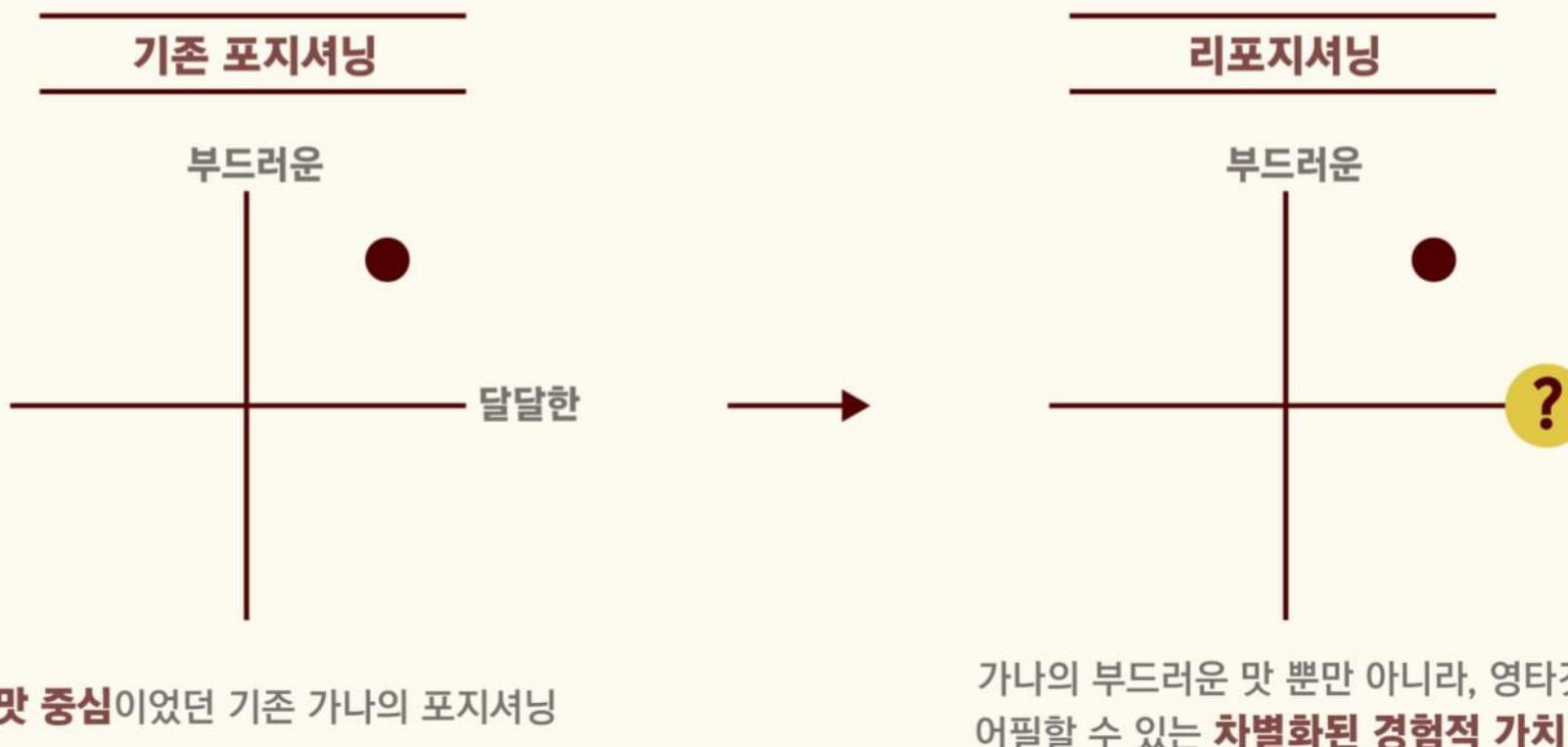
글로벌 컨설팅 기업 엑센츄어의 조사에 따르면, 밀레니얼 세대의 브랜드 충성도는 31~55%지만 Z세대는 16~38%로 절반 수준이라고 해요. 엄청난 정보력과 호기심으로 하나의 브랜드에 충성하기보단 그때그때 마음에 드는 선택지를 고른다는 것이죠. 많은 브랜드가 Z세대에게 새로운 경험과 가치를 제공하려고 노력하는 이유입니다.

”

대학내일 20.07.14

국민 초콜릿 브랜드라 불리는 가나 초콜릿, 그러나 이것만으로는 Z세대의 선택을 받기 어려워진 상황에서 가나는 이들(Z세대)을 타깃으로 새로운 경험을 제공해주어야 합니다.

가나초콜릿의 새로운 경험적 가치를 전달하는 리포지셔닝 전략이 필요한 상황



그렇다면, 타깃에게 가나만이 제공할 수 있는 차별화된 경험은 무엇일까요?

/

이를 알아보기 위해, Z세대의 특징에 대해 분석해보았습니다.

타깃분석 01

가상과 현실을 오가며 세계관과 콘텐츠에 ‘진심’으로 빠져드는 Z세대

자유롭게 자신이 원하는 것을 이룰 수 있는 부캐 문화



▲ 제페토 메타버스 세계관

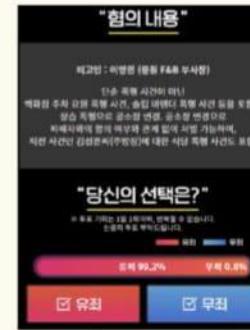


▲ 매드몬스터 부캐 아이돌

“전문가들은 Z세대가 메타버스에 몰입하는 요인으로 멀티 페르소나를 꼽는다. 어렸을 때부터 사회관계망서비스(SNS)를 이용하며 디지털 세상 속 새로운 자아를 만드는 데 익숙한 Z세대에게 메타버스는 부캐를 더 많이 만들 기회라는 설명이다.”

머니투데이 21.05.30

콘텐츠 시청을 넘어, 직접 참여하고 소통하는 Z세대



▲ 〈악마판사〉 드라마 속 사건의 유무죄를 시청자가 직접 투표



“자기표현과 소통을 중시하는 Z세대는 콘텐츠 시청을 넘어 직접 참여하는 것을 주저하지 않는다. 특히 디지털에 익숙하고 새로운 만남과 유대감을 중시하는 Z세대가 콘텐츠 소비 주체로 떠오르며 전 세계적으로 Z세대들을 겨냥한 소셜 서비스가 더욱 화제가 되고 있다.”

서울경제 21.01.06

타깃분석 02

이러한 Z세대에게 어필할 수 있는 가나의 경험적 가치는 무엇일까?

누구나 즐길 수 있는 부드러운 맛을 기반으로, 새로운 가나도 쉽게 시도하고 즐길 수 있습니다.

누구나 즐길 수 있는 ‘가나의 맛’



‘부드럽고, 달달한 맛’으로
남녀노소 누구나 즐길 수 있었던 가나초콜릿



이를 기반으로 출시되는 새로운 콜라보 제품



가나의 ‘경험적 가치’

가나의 새로운 디저트와 콜라보 제품도
‘누구나 쉽고 재밌게 즐길 수 있는’ 가나

● 인사이트 도출 ●

타깃(Z세대)의 특징

새롭고 이색적인 경험을 선호

가상과 현실을 오가며 세계관과 콘텐츠에 반응

가나의 강점

부드러운 맛을 기반으로

새로운 맛과 콘텐츠를 쉽게 시도하고 즐기는 경험



“이색적인 경험도 쉽고 재미있게!”

부드러운 맛이라는 강점을 통해 누구나 쉽게 참여하고 즐길 수 있는 브랜드가 된다.

전략제안

가나의 리포지셔닝 맵



“이색적인 경험도 늘고 재미있게!”

부드러운 맛이다. 기존 가나의 ‘부드러운’ 맛이라는 가치를 기반으로,는 경험도 가능하다.

‘재미있는’이라는 새로운 경험적 가치를 부여해야 합니다.

“당신을 캐스팅하고 싶습니다”

GN엔터의 달콤한 제안

GN엔터라는 아이돌 기획사 세계관을 통해 일반 소비자에게 캐스팅을
제안하여 누구나 새로운 부캐인 ‘아이돌 멤버’로서 활동할 수 있다.

이를 통해, 누구나 쉽게 참여하고 즐길 수 있는 재미있는 브랜드로 거듭나고자 한다.



GN엔터의 달콤한 제안

01 캐스팅

GN엔터라는 가상 세계관을 소개함으로써
‘재미있는’이라는 **가나의 새로운 브랜드**
메시지를 인지시킨다.

- 1) GN엔터가 당신을 캐스팅하고 싶습니다.
- 2) 캐스팅 명함 옥외광고
- 3) 아이돌 포지션 심리테스트
- 4) 당신이 바로 저희가 찾던 사람입니다 !

02 데뷔

타깃이 GN엔터의 소속원이 되기 위한
다양한 컨텐츠들을 제공해 **콘텐츠의 자발적인**
참여를 유도한다.

- 1) GNA를 세상에 공개합니다
- 2) 데뷔곡 커버 챌린지
- 3) 제페토x가나초콜릿 콜라보

03 활동

타깃의 놀이 특성을 고려한 **소통 공간**을
마련하여, 가나 브랜드를 재미있게 즐길 수
있도록 한다.

- 1) 아이돌 지하철 광고
- 2) 팬덤 이름 공모전
- 3) GN엔터 이벤트 카페

실행방안 | 01 캐스팅

01. GN엔터가 당신을 캐스팅하고 싶습니다.

영상 광고 -TVC, 유튜브



#1. GN엔터 대표: “데뷔, 진행시켜”



#2. 난감해하는 직원: “저.. 근데 데뷔할 연습생이 없는데요?”



#3. “내가 나설 차례인가” 가나초코를 한 입 먹고 비장한 표정을 짓는 대표



#4. 서울시 모습, 옥외 광고판에서 GN엔터의 영상이 여기저기 보인다.



#5. 대표: “K-pop을 너무 사랑한 나머지 고이다못해 썩은 여러분 언제까지 그들의 팬으로만 활동하시겠습니까!!”



#6. 거실 베란다창을 거울삼아 춤을 연습하고



#7. 샤워하면서 웬지 잘생겨보이는 내 모습에 엔딩요정도 해보고



#8. 숨쉬듯 덕질하며 누구보다 아이돌판을 잘 아는 당신

실행방안 | 01 캐스팅

01. GN엔터가 당신을 캐스팅하고 싶습니다.

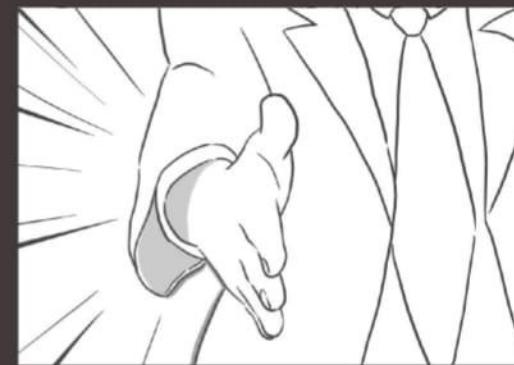
영상 광고 -TVC, 유튜브



#9. 그런 당신을 위해서 우리 GN엔터가 세계최초 N만명 그룹 프로젝트를 발표합니다.



#10. "과몰입 DNA를 가진 사람이라면 누구나 데뷔를 할 수 있는 아득히 상상만 했던 아이들의 꿈을 실현시켜드리겠습니다."



#11. "누구보다 아이돌에 진심인 당신을 캐스팅하고 싶습니다."



#12. 서울 시내, 하늘에서 명함이 뿌려진다



#13. 누군가 한명이 명함을 주운 모습
GN엔터의 명함을 전 손 C.U.



#14. GN엔터 CHOCOmming soon



실행방안 | 01 캐스팅

02. 캐스팅 명함 옥외광고

버스 창문 스티커형 광고

실행방안

1. 버스 내부 창문에 GN엔터의 기획서 명함을 스티커 형식으로 제작하여 옥외광고를 집행한다.
2. GN엔터의 SNS 공식 계정을 개설하여, 해당 계정으로 연결되는 QR코드를 통해 추가적인 정보를 제공한다.

기대효과

1. 대중교통을 주로 이용하는 Z세대의 일상 속에 가나초콜릿이 녹아들 수 있다.
2. ‘노래를 들으며 내적댄스를 추는 행동’과 같이, 일상생활에서 공감할 수 있는 행동들을 접목시켜 타깃들의 관심을 이끌어 낼 수 있다.
3. 초콜릿이 묻은 손자국을 통해 “부드러운 초콜릿”이라는 강점을 재미있게 전달할 수 있다.

실행방안 | 01 캐스팅

03. 아이돌 포지션 심리테스트



◀ 진행 프로세스

실행방안

1. 나에게 어울리는 아이돌 포지션을 알아볼 수 있는 심리테스트를 진행한다.
2. 나온 결과를 SNS를 통해 친구들과 공유한다.

기대효과

1. 브랜드 광고임에도 하나의 놀이로써 쉽게 참여하고 즐기며, 광고 참여도를 높일 수 있다.
2. 심리테스트 결과를 통해 타깃이 GN엔터의 아이돌 세계관을 자연스럽게 인지하고, GNA 멤버로서의 소속감을 느낄 수 있다.
3. SNS 공유를 통해 바이럴 효과를 거둘 수 있다

실행방안 | 01 캐스팅

04. 당신이 바로 저희가 찾던 사람입니다!

인스타그램 스토리 광고



실행방안

1. GN엔터의 특정 포지션을 찾는 광고를 집행한다.
2. 센터, 메인보컬, 메인댄서, 서브보컬, 올라운더 등 다양한 버전의 포지션으로 광고를 구성한다.
3. 스토리의 더 알아보기 기능에 이전 아이돌 포지션 테스트 링크를 연결한다.

기대효과

1. 가나초콜릿이 아이돌 지망생을 찾는다는 이색적인 메시지를 통해 타깃에게 호기심과 기대감을 유발할 수 있다.
2. 광고를 집행함으로써 심리테스트의 파급력을 높이고, 가나의 새로운 캠페인 메시지를 전달할 수 있다.

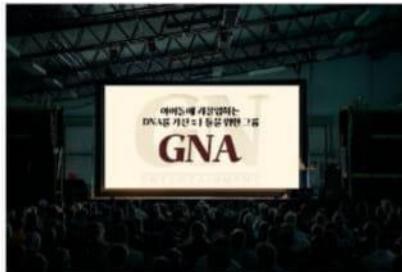
실행방안 | 02 데뷔

01. GNA를 세상에 공개합니다.

영상광고 - 유튜브, SNS



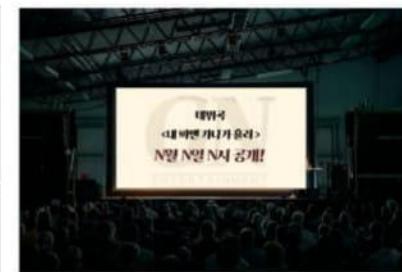
#1. 무대 위 스포트라이트를 받으며
프레젠테이션 하는 GN엔터 대표
“GN 엔터의 새로운 프로젝트,
그룹명을 공개합니다!!”



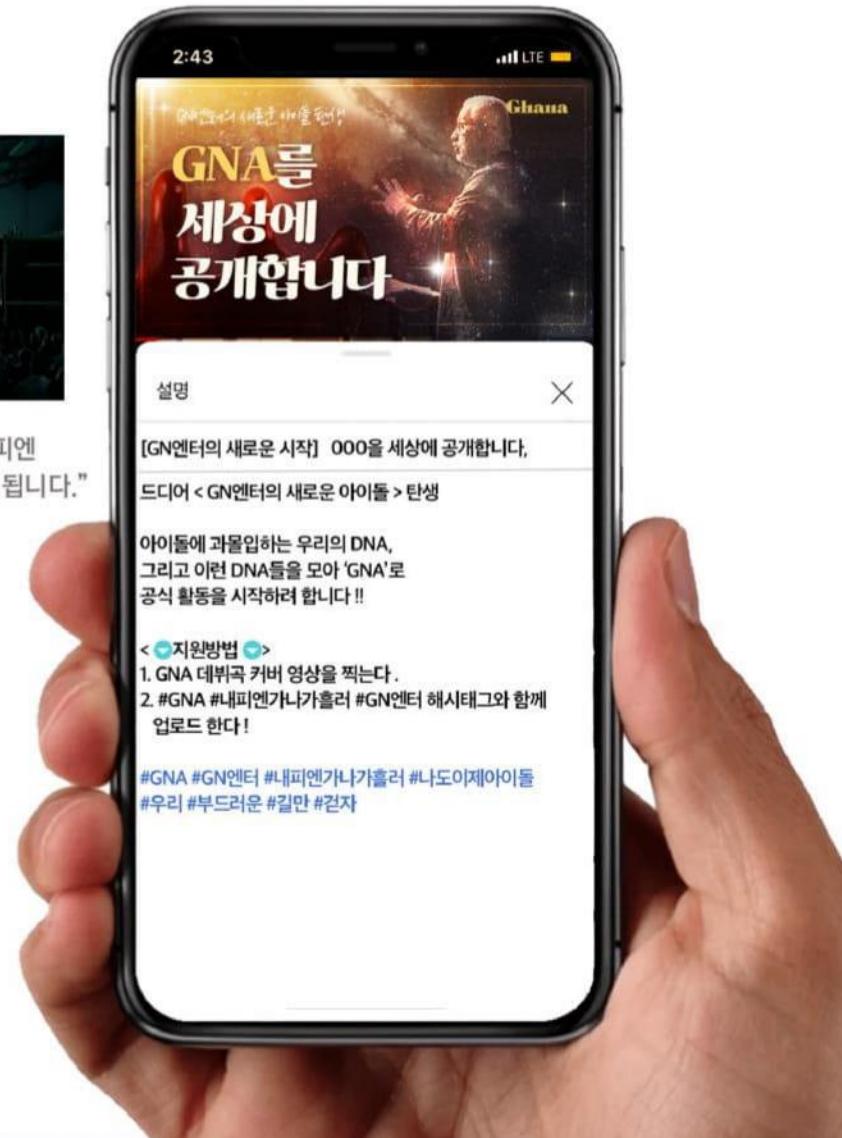
#2. 그룹명 GNA가 화면에 등장한다.



#3. “아이돌에 과몰입하는 우리의
DNA, 이러한 DNA들이 모여 ‘GNA’
로 공식 활동을 시작하려 합니다.”



#4. “GNA의 첫 데뷔 앨범 〈내 피엔
가나가 흘러〉 N월 N일 N시 공개됩니다.”



실행방안

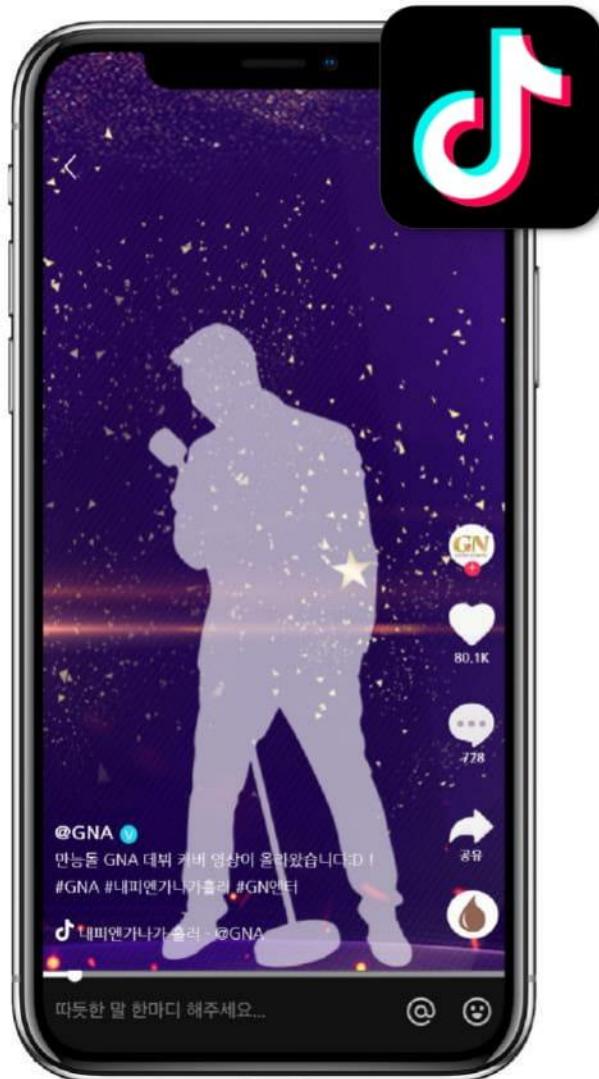
- 데뷔곡과 그룹명 발표 영상을 제작하여, GN엔터의 공식 SNS 및 유튜브에 업로드한다.
- 영상과 함께 게시글을 통해, 그룹 GNA의 지원 및 데뷔 방법을 공유한다.

기대효과

- GN엔터 대표의 공식적인 프레젠테이션을 통해 세계관을 심화시켜, 타깃에게 기대감을 심어줄 수 있다.
- 누구나 참여할 수 있는 쉬운 데뷔 절차를 통해, 이색적인 경험을 선호하는 타깃들의 높은 참여율을 기대할 수 있다.

실행방안 | 02 데뷔

02. 데뷔곡 커버 챌린지



실행방안

1. 무대 배경 영상을 제작하여 공유한다.
2. 그린 스크린 기능을 통해 데뷔 무대를 영상 배경으로 하여, GNA 데뷔곡 의 춤이나 노래를 커버하는 영상을 촬영한다.
3. #GNA #내피엔가나가흘러 #GN엔터 해시태그와 함께 틱톡에 업로드하는 챌린지를 진행한다.
4. 챌린지에 참여하는 모두가 업로드 영상을 통해 데뷔를 할 수 있다.

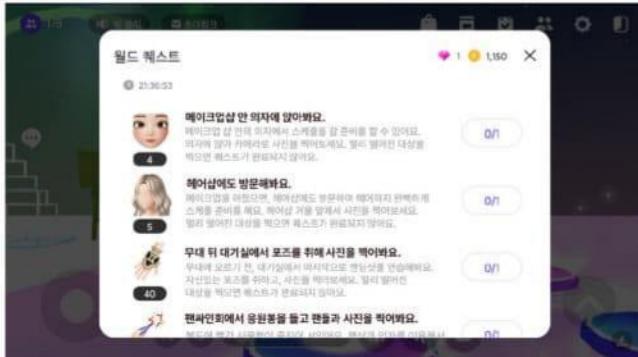
기대효과

1. 아이돌 커버영상이 하나의 놀이로 자리잡은 현재, GNA의 데뷔곡 커버를 통해, 가나초콜릿이 놀이의 판을 깔아주며, 타깃과 가나가 적극적으로 함께하기 시작하는 계기가 된다.
2. 타깃이 많이 이용하는 어플인 틱톡을 통해 자발적으로 참여하고 즐길 수 있다.
3. 챌린지 참여를 통해 타깃이 직접 GNA의 멤버가 됨으로써 소속감과 몰입을 느낄 수 있다.

실행방안 | 02 데뷔

03. 제페토 X 가나초콜릿 콜라보

GN엔터 월드맵 개설



▲ 월드 퀘스트 세부사항

실행방안

- 제페토 어플리케이션에서 가나초콜릿과의 브랜드 콜라보레이션을 진행하여, 월드맵을 개설한다.
- 아이돌의 활동 스케줄을 재현하는 컨셉으로 공간을 구성한다. 숙소, 헤어 메이크업샵, 음악방송, 연습실, 팬싸인회를 각 공간별로 디테일하게 디자인한다.
- 월드맵 내에서 장소별 특색에 맞는 월드 퀘스트를 진행한다. 퀘스트 수행을 완료하면 헤어, 메이크업, 응원봉 등의 캐릭터 패션아이템을 얻을 수 있다.



▲ 월드맵 내 연습실 건물



▲ 월드맵 내 음악방송 무대

실행방안 | 02 데뷔

03. 제페토 X 가나초콜릿 콜라보

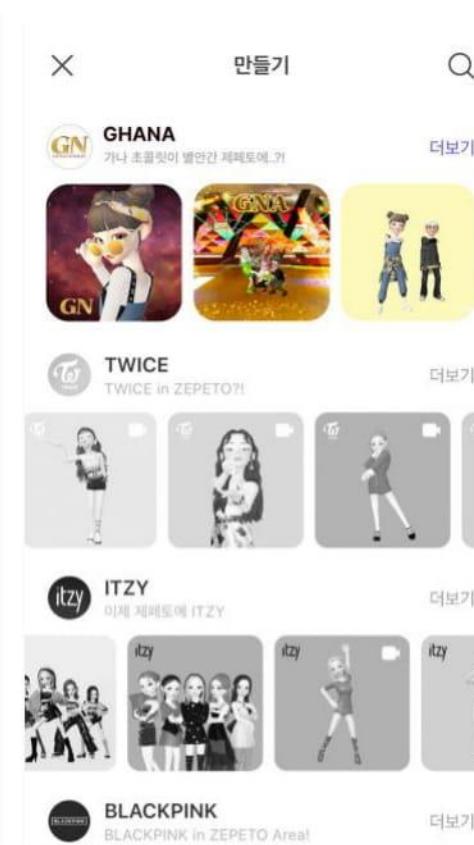
기타 활용 기능



콜라보레이션 샵



아이돌 크루



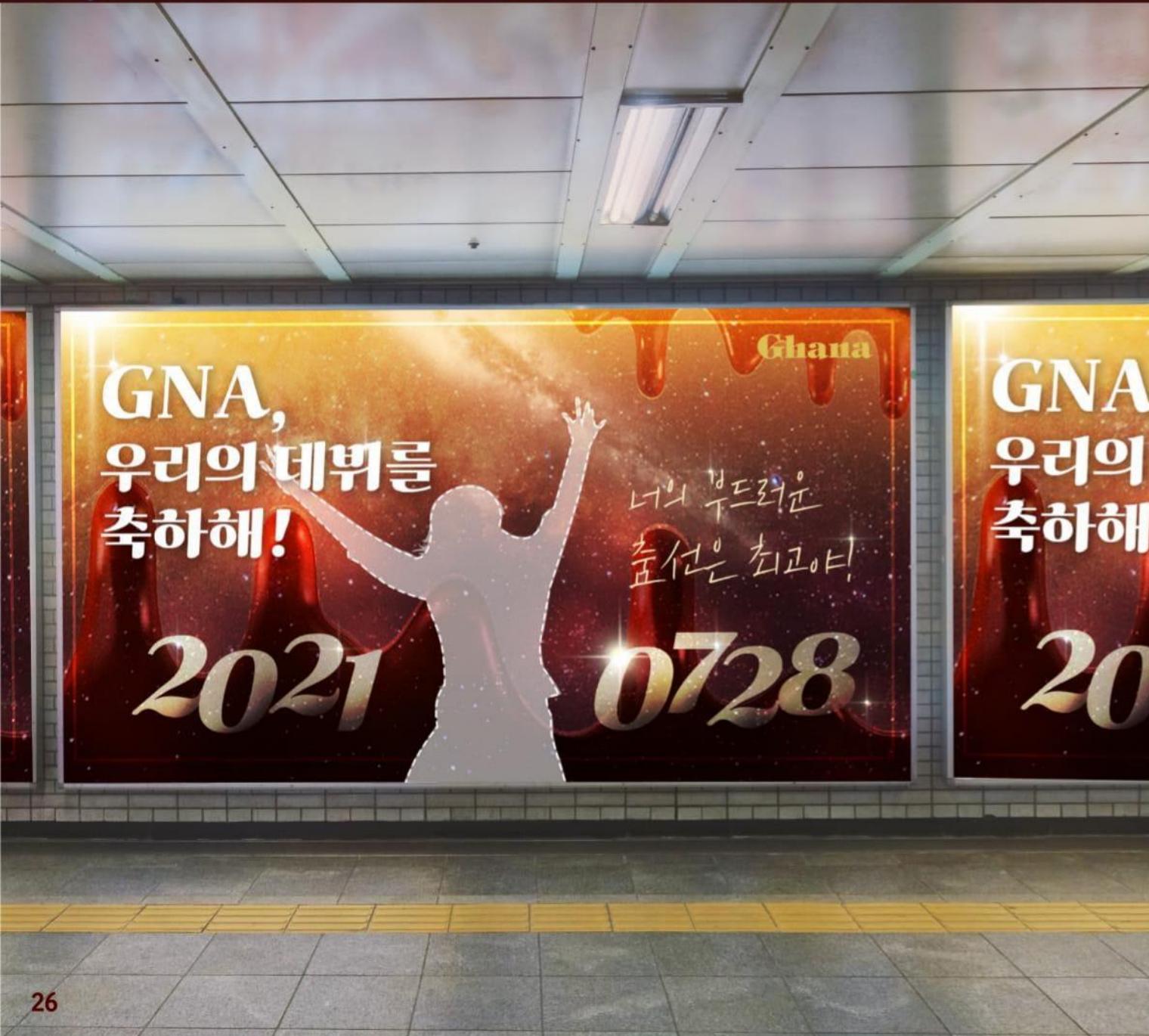
포토부스

실행방안

1. 브랜드 콜라보레이션 샵 내에서 GNA 멤버들을 위한 의상을 판매한다.
2. 제페토 내의 GNA 아이돌 크루를 형성하여, 멤버들이 서로 소통하고 친목할 수 있는 공간을 제공한다.
3. GNA 포토부스를 제작하여 GNA의 데뷔곡을 각자의 제페토 캐릭터가 커버하고 이를 공유할 수 있도록 한다.

실행방안

1. 타깃에게 익숙한 메타버스를 활용하여, 캠페인 활동을 효과적으로 확산시킬 수 있다.
2. 월드 퀘스트를 통해 아이돌 스케줄을 직접 소화하며 세계관에 대한 몰입과 재미를 불러일으킬 수 있다.
3. 독특하고 예쁜 의상과, 아이돌 화장을 캐릭터를 통해 대리만족하는 타깃의 특성을 통해, GN엔터의 세계관을 모르는 소비자도 쉽게 참여하고 즐길 수 있다.



실행방안 | 03 소통

01. 아이돌 지하철 광고

지하철 스크린 광고

실행방안

1. 버스 지하철 스크린에 GNA의 아이돌 데뷔를 축하하는 광고를 집행 한다.
2. 비어있는 사람 실루엣에 맞춰 포즈를 취한 후, 인증샷을 촬영한다.
3. 인증샷을 자신의 SNS에 #나오늘데뷔함 #가나엔터 해시태그와 함께 업로드한다.

기대효과

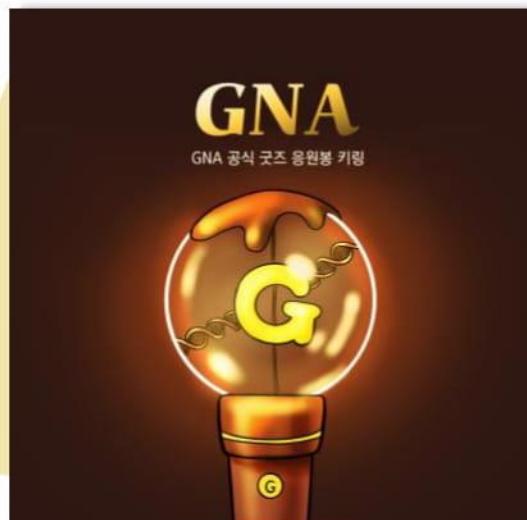
1. 아이돌 생일 광고판의 성지로 불리던 지하철 광고판을 활용하여, 타깃의 호기심을 끌 수 있다.
2. 직접 아이돌이 되어 인증샷을 찍으며, 누구나 쉽고 재미있게 아이돌이 되는 경험을 하고, 이를 공유하며 바이럴 효과를 얻을 수 있다.

실행방안 | 03 소통

02. 팬덤 이름 공모전



응원봉 키링 굿즈 제공



실행방안

- 그룹 GNA의 SNS에서 팬덤 이름 공모전을 개최한다.
- 참가자 중 추첨을 통해 GNA의 한정판 응원봉 키링을 제공 한다.

기대효과

- 타깃들이 직접 참여할 수 있는 공모전을 통해 바이럴 효과를 거둘 수 있으며, 그룹에 대한 유대감을 높일 수 있다.
- 추첨을 통해 한정판 응원봉 키링을 제공하며 타깃들의 참여를 높일 수 있다.

실행방안 | 03 소통

03. GN엔터 아이돌 카페

오프라인 팝업스토어

가나 디저트카페 zone
포토카드 체험 zone
GNA 무대 포토 zone

GN
ENTERTAINMENT

실행방안 | 03 소통

03. GN엔터 아이돌 카페

가나 디저트카페 zone



실행방안

1. 가나 초콜릿을 이용하여 만들어진 다양한 디저트 메뉴를 판매한다.
2. 음료 주문 시, GNA 아이돌 데뷔 축하 문구가 새겨진 컵홀더를 함께 제공한다.

실행방안

1. 아이돌 팬의 생일 이벤트 카페를 방문하는 문화를 반영하여, 이들이 자발적으로 방문하고 소통할 수 있다.
2. 가나를 이용한 디저트를 판매하여, 가나의 부드러운 맛을 자연스럽게 인식 시킬 수 있다.
3. 일상에서 흔히 방문할 수 있는 카페라는 공간을 통해, 누구나 쉽게 참여하고 즐길 수 있는 가나의 캠페인 메시지를 전달한다.
4. 카페 이용시에만 제공되는 굿즈인 컵홀더를 통해, 팝업스토어 만의 특별한 경험을 느낄 수 있다.



실행방안 | 03 소통

03. GN엔터 아이돌 카페

포토카드 체험 zone

실행방안

1. 카페 내 포토카드 촬영 부스를 설치한다.
2. 촬영 부스에서 자신을 직접 찍은 뒤, 자신의 이름을 기계에 입력한다.
3. 해당 과정이 모두 완료되면, 자신의 얼굴과 이름이 들어간 GNA 멤버의 포토 카드가 출력된다.

기대효과

1. 아이돌이 된 자신의 포토카드를 제공하여, 이들에게 소속감을 강화시킬 수 있다.
2. 일상에서 쉽게 할 수 없는 이색적이고, 재미있는 경험을 통해 오프라인 공간 방문을 유도하고, 바이럴 효과를 거둘 수 있다.

실행방안 | 03 소통

03. GN엔터 아이돌 카페

GNA 포토 zone



실행방안

1. 그룹명 GNA를 네온사인으로 제작한 포토존을 설치한다.
2. 응원봉 및 소품을 배치하여, 직접 들고 인증샷을 촬영할 수 있도록 한다.

실행방안

1. 포토존에서 각자만의 엔딩요정 컨셉으로 사진을 찍음으로써, 진정한 아이돌 DNA를 뽐내며 GN엔터 세계관에 몰입할 수 있다.
2. 자신이 다녀온 곳을 SNS에 인증하고 자랑하는 문화를 가진 타깃의 특성을 통해, 찍은 사진을 SNS를 통해 공유함으로써 바이럴 효과를 얻을 수 있다.

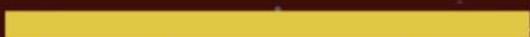
스케줄링

1월 2월 3월 4월 5월 6월 7월 8월 9월 10월 11월 12월

GN엔터가 당신을 캐스팅하고 싶습니다.



캐스팅 명함 옥외광고



아이돌 포지션 심리테스트



당신이 바로 저희가 찾던 사람입니다 !



GNA를 세상에 공개합니다



데뷔곡 커버 챌린지



제페토x가나초콜릿 콜라보



아이돌 지하철 광고



팬덤 이름 공모전



GN엔터 이벤트 카페



누구나 쉽게 다가가 즐길 수 있는 가나가
1525에게도 재미있는 친구가 될 수 있도록 제안합니다.

GN엔터의 달콤한 제안

Ghana