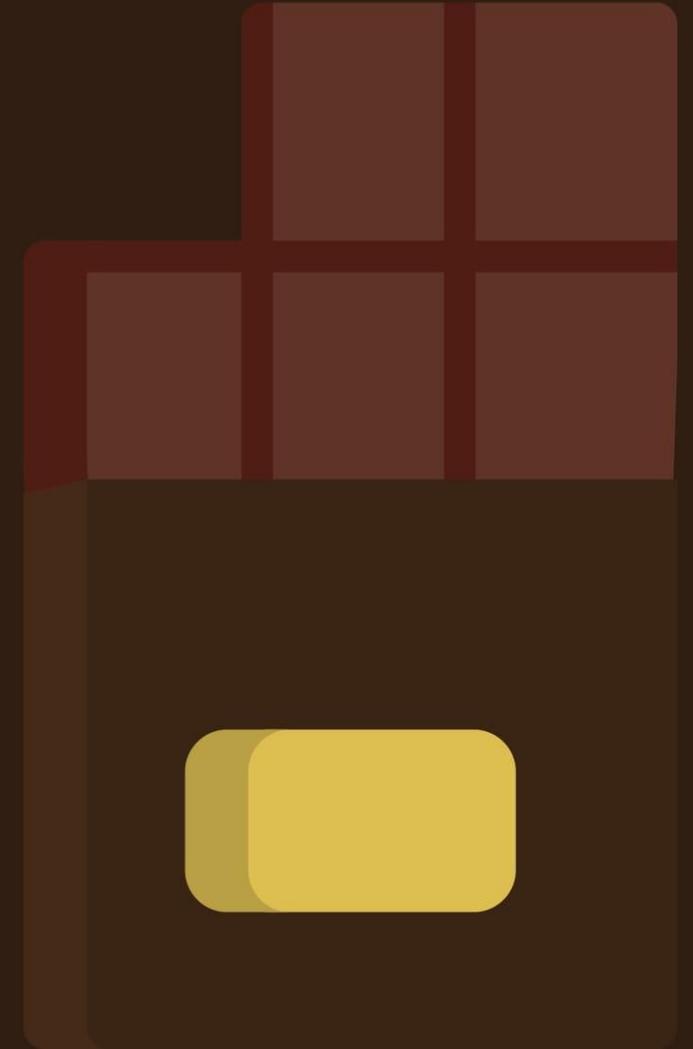


우린 다 잘 될 거니까,
Ghana Be Okay!

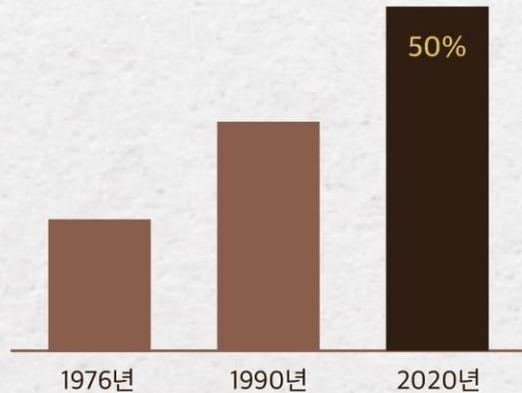
가나초콜릿이 1524 여성의 마음을 새롭게 위로할 전략 제안서



가나는 오랜 기간 **국내 초콜릿 시장의 대표 브랜드로 사랑받아왔지만**

꾸준히 증가하는 가나 초콜릿의 시장점유율

[출처: 중앙일보 (2020)]



판형 초콜릿 시장에서 가나 초콜릿은 매출과 시장점유율 모두 **국내 1위**를 지키고 있고, 가나의 시장점유율은 첫 출시 이듬해인 1976년 47.3%를 기록한 이래 현재 50%까지 성장했다.

수많은 하이틴 스타들을 배출했던 가나 TV광고

[출처: 조선일보 (2015)]



'응답하라 1988'의 주인공 '덕선' 역을 맡은 걸스데이 멤버 헤리가 나오는 가나 초콜릿 TV 광고는 당대 하이틴 스타 이미연의 1980년대 광고를 상기했다.

대체 선택지가 넘치는 영 타겟이 가나를 선택하도록 하려면 “새로운 변화”가 필요해진 상황이다.

디저트 시장의 다양화로 인한 선택지 증가

[출처: 중앙일보 (2020)]



독특하고 새로운 것을 즐기는 Z세대를 위해 기존의 디저트에 재미를 가미한 새롭고 다양한 제품들이 매일 쏟아지는 중이다.

영 타겟을 위한 메가 브랜드의 새로운 시도

[출처: 한국정경신문 (2021)]

...

“장수 브랜드일수록 낡고 오래됐다는 인식이 있기 때문에 신선하고 친근한 이미지를 얻기 위해 새로운 시도를 하는 것”

한국정경신문



매일 쏟아지는 신제품에 발빠르게 대응하기 위해 메가 브랜드들은 협업을 통한 파격적인 변화를 시도하고 있다.

대체 선택지가 넘치는 영 타겟이 가나를 선택하도록 하려면
“새로운 변화”가 필요해진 상황이다.

그렇다면 **새로운 변화**는

늘 환영 받을까?



“대한제분 X CU편의점”
타 맥주 브랜드를 제치고 매출 1위 달성
출시 3일만에 10만개 완판

특색하고 새로운 것을 즐기는 Z세대를 위해 기존의 디저트에
재미를 가미한 새롭고 다양한 제품들이 매일 쏟아지는 중이다.

매일 쏟아지는 신제품이
메가 브랜드들은 협업

사람들은 **신선함과 재미만을 추구한** 지나친 변화에는 오히려 **거부감을** 느꼈다.

모나미와 말표의 이색 콜라보레이션 제품



해당 제품에 대한 부정적인 여론

[출처: 허핑턴포스트]

“보기만 해도 매직 냄새에 취할 것 같다”

“선을 넘었다”

“입도 대기 싫다”

편의점에 이색 콜라보레이션이 유행하면서 재미만을 추구한 나머지
식품의 기본 가치를 해친 변화는 지탄을 받았다.

이는 **제품의 기본적 가치를 해친 변화였기** 때문이다.

중요한 것은, 새로움만을 위해 익숙함을 지워선 안된다는 것

“적절한 비율로 익숙함과 참신함이 배합된
최적 독특성(Optimal Distinctiveness)을 찾는 것이 핵심이다”

익숙하면서도 동시에 새로운 면도 갖고 있는 적절한 수준의 독특성이 소비자들에게 최고의 만족도를 준다. 즉, 대중의 선호도는 익숙함과 참신성의 조화에서 찾을 수 있다는 것이다. 소비자들은 너무 익숙한 것, 완전히 새로운 것보다는 적당히 익숙하면서도 일정 부분 새로운 요소를 가진 것을 선호한다.



한편, 타겟은 위로와 초콜릿을 익숙하게 연상하고 있었다.

초콜릿 검색 시 나오는 연관 키워드 '위로'



초콜릿 키워드 검색 시 자주 등장하는 키워드는 '달콤한', '위로' 등으로 대중들이 초콜릿과 위로를 자연스럽게 연상하고 있었다.

타겟이 연상하는 초콜릿 이미지

[출처: 자체 FGI (N=124)]



자체설문조사 결과 타겟은 초콜릿 하면 사랑,위로와 응원에 관한 이미지를 먼저 떠올리고 있었다.

그리고 그들의 일상엔 언제나 위로가 필요했고, 위로가 필요한 순간엔 항상 가나가 있었다.

스트레스 상황 - 학업, 취업난

2021년 청년 일자리 인식 실태조사
불안 82.6%, 무기력 65.3%, 우울함 55.3%

출처: 경북일보 (2021)

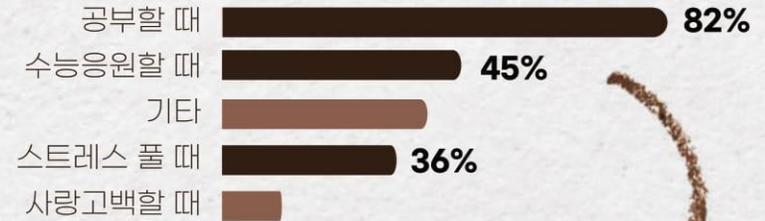
코로나19로 인한 청소년들의 삶
학교생활, 진로 취업 전망 부정적으로 변화

출처: 여성가족부 (2021)

최근 코로나의 영향으로
불확실한 미래에 대한 부담은 가중되었고
타겟은 이에 큰 스트레스를 받고 있었다.

가나를 선호하는 상황은?

[출처: 자체 FGI (N=124), 복수응답]

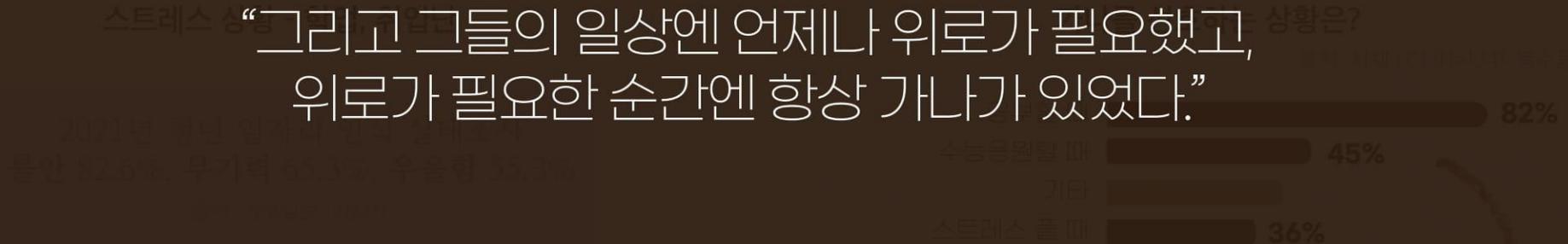


시험기간에 늦게까지 공부할 때 제일 생각나요.
공부하다가 집앞 편의점에서 습관처럼 구매했어요



주로 지칠 때 제가 먹으려고 찾게 돼요. 저번에 면접
끝내고 지쳤을 때 먹으면서 다음 면접장 갔어요.

그리고 그들의 일상엔 언제나 위로가 필요했고,
위로가 필요한 순간엔 항상 가나가 있었다.



즉, 위로는 가나가 변화 속에서도 유지해야 하는 메시지

최근 코로나의 영향으로
불확실한 미래에 대한 부담은 가중되었고
타겟은 이에 큰 스트레스를 받고 있었다.

시험기간에 늦게까지 공부할 때 제일 땀겨요.
공부하다가 집앞 편의점에서 습관처럼 구매했어요.

주로 지칠 때 제가 먹으려고 찾게 돼요. 지면에 면접
끝내고 기뻐했을 때 먹으면서 다음 면접장 갔어요.

타겟은 힘든 상황을 무기력하게 바라보기보다, 해소하려는 일상의 노력을 지속하고 있었다.



#미라클모닝

z세대 사이에서 이른 새벽 시간에 운동,공부를 하는 미라클 모닝이 유행 중이다. 소소한 성취감으로 무기력 우울감을 극복하기 위해 시작된 것이다.



#오하운(오늘 하루 운동)

김난도 교수가 선정한 2021년 10대 트렌드 중 하나. Z세대는 운동을 통해 일상에서의 행복과 자존감을 성취하며 무기력·우울 등에서 벗어나려고 노력한다.



#무기력극복챌린지

사소한 도전이라도 좋으니 하나씩 실천하고 기록을 남겨 무기력을 극복하기 위해 생긴 챌린지. Z세대는 일상 속 우울함과 무기력증을 재미있게 이겨내려는 노력을 한다.

그런 그들은 상황이 무겁게 여겨지는 위로보다, 오히려 짧은 재미를 주는 위로에 공감을 했다.

N포 세대의 상황을 담은 박카스 광고



N포 세대라고도 불리는 젊은 세대를 타겟팅해서
긴 호흡의 무거운 위로를 던진 박카스



Z세대에게 인기를 끈 짧은 위로와 공감

#Z세대 호감 캐릭터 최고심

#대충살자 밈



대충 살자 귀가 있어도 관자놀이로 노래 듣는 아서처럼



최고심 일러스트는 자신의 높은 자존감을 남에게도 나누며 가볍지만
특히나 공감가는 위로를 전하여 인기를 끈다.
그리고 Z세대는 밈을 통해 힘든 상황을 가볍게 희석하며 재미를 느낀다.



따라서 가나초콜릿이 타겟에게 늘 제공하던
위로의 메시지를 **타겟만의 짧고 가벼운 톤**으로 전달해



“익숙한 새로움으로 1524 여성 타겟의 마음을 사로잡자!”

오그라드는 건 딱 질색인 1524 여성에게 가나가 전달하는 짧은 위로
구구절절한 위로는 그만,
오그라드는 건 딱 질색인 1524 여성에게 가나가 전달하는 짧은 위로

Ghana Be Okay!

'다 잘될거야' 라는 의미의 영어 표현 'Gonna Be Okay'와 가나초콜릿을 합쳐
가나초콜릿과 함께라면 무든 잘 될 것이라는 가벼운 위로를 전달하고자 한다.

Ghana Be Okay! 로드맵

인지

수험생도, Ghana Be Okay
취준생도, Ghana Be Okay
당신의 내일도, Ghana Be Okay

경험

오늘의 운세도, Ghana Be Okay
지친 시험 기간도, Ghana Be Okay
걱정은 Delete, Ghana Be Okay

확산

오늘의 운세도, Ghana Be Okay(2)
너와 나의 고민도, Ghana Be Okay
이번 주도, Ghana Be Okay

수험생도, Ghana Be Okay

TVC

기획 의도 및 실행 방안

타겟을 수험생, 취업준비생으로 세분화하여 TVC 광고를 제작한다. 힘든 상황을 강조하는 무거운 장면으로 시작하지만, 장면에 종이를 찢어내는 효과를 주어 분위기를 전환한다. 이런 무겁고 진부한 위로보다는 **가볍고 짧은, 하지만 공감을 주는** 가나만의 위로로 장면을 구성한다. 마지막엔 'Everything's Ghana Be Okay!' 로 다 잘될 것이라는 위로와 응원을 보내며 마친다.



#1 (무거운 노래와 함께 취준생의 모습을 보여주며) "불확실한 미래 속 막막한 당신, 가나초콜릿이 응원합니다."



#2 (화면이 종이처럼 찢어지는 효과) "하암- 지겨워!"



#3 (화면이 흑백으로 바뀌며) "언제까지 이런 진부한 위로만 할거야?"



#4 (가나초콜릿을 먹으며 공부하는 학생 모습이 나오며) "우린 지금까지 잘해왔고"



#5 (서로를 마주보며 웃고있는 학생들이 나오며) "앞으로도 잘할거니깐!"



#6 (Ghana Be Okay 로고가 나오며) "무거운 고민, 걱정 덜고! Everything's Ghana Be Okay!"

취준생도, Ghana Be Okay

TVC

기대 효과

타겟별로 세분화된 상황을 제시하여 힘든 상황에 대한 공감을 불러일으킬 수 있다.
이러한 상황에 **가나만이 줄 수 있는 가벼운 위로**로 재치있게 메시지를 전달할 수 있다.



#1 (무거운 노래와 함께 취준생의 모습을 보여주며) "불확실한 미래 속 막막한 당신, 가나초콜릿이 응원합니다."



#2 (화면이 종이처럼 찢어지는 효과) "하암- 지켜워!"



#3 (화면이 흑백으로 바뀌며) "언제까지 이런 진부한 위로만 할거야?"



#4 (가나초콜릿을 쥐고 면접장을 향하는 취준생) "우린 지금까지 잘해왔고"



#5 (면접을 잘 해내고 있는 취준생) "앞으로도 잘할거니깐!"



#6 (Ghana Be Okay 로고가 나오며) "무거운 고민, 걱정 덜고! Everything's Ghana Be Okay!"

당신의 내일도, Ghana Be Okay

버스 창문 광고



기획 의도 및 실행 방안

중, 고등학교가 분포한 지역, 대학이 분포한 지역의 버스를 나누어 타겟층에게 적합한 위로의 문구를 게시한다.

1. 중, 고등학교가 분포한 지역의 버스
'밤샘 벼락치기를 해도 불안한 너에게'
'이 진로가 맞는건가 불안한 너에게' 등

2. 대학이 분포한 지역의 버스
'지금 이 길이 나의 길인지 의심하지 말고'
'취업 준비에 지쳐버린 너에게' 등

기대 효과

1524 여성 타겟층이 가지고 있는 미래에 대한 고민을 다양하게 언급하며 'Ghana Be Okay' 라는 문구와 함께 위로의 메시지를 전달할 수 있다. 액자식 디자인으로 창 밖으로 보이는 배경과 함께 사진을 찍어, 가나의 위로의 메시지를 사진으로 간직할 수 있도록 한다.

오늘의 운세도, Ghana Be Okay

타로카드 SNS 바이럴

[타로카드 사이트 예시]



롯데제과에서 제공한 타로카드 사이트에 접속한다.



카드를 하나 뽑아 오늘의 운세를 확인한다.



오늘의 운세와 함께 가볍지만 따뜻한 위로의 한마디를 전한다.

[인스타그램 스토리 공유 예시]



인스타그램 등 SNS에 공유하는 바이럴 효과를 기대할 수 있다.

기획 의도 및 실행 방안

롯데제과는 하루의 운세를 볼 수 있는 사이트를 제공한다. 사이트에 들어가 카드를 뽑으면 그 날의 운세와 힘이 되는 위로, 격려의 문구를 받아볼 수 있다.

기대 효과

타로, 운세를 즐기는 1524 여성 타겟층에게 재미와 위로를 함께 제시할 수 있다. 인스타그램 스토리 업로드 및 공유 등 바이럴 효과를 기대할 수 있다.

지친 시험 기간도, Ghana Be Okay

스티커사진 부스

[스티커사진 부스 예시]



[스티커사진 예시]



기획 의도 및 실행 방안

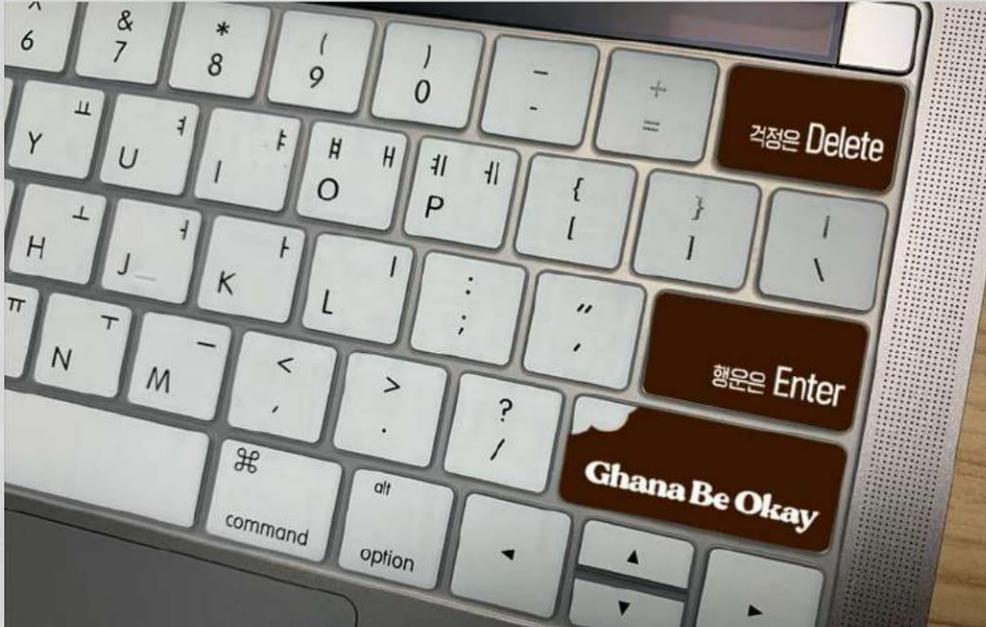
시험기간에 대치동 학원가, 신촌 인근 대학가 등 공간에 스티커사진 부스를 설치한다. 스티커사진 부스는 시험 공부에 지친 1524 여성 타겟층이 스티커사진을 통해 지친 마음을 환기할 수 있도록 유도한다. 부스의 외관은 가나초콜릿 모양을 하여 가나초콜릿과 함께하는 프로모션임을 알린다. 스티커사진의 배경은 초콜릿 조각 모양, 스티커사진을 담아갈 포장지는 가나초콜릿의 포장 상자와 동일한 모양으로, 가나만의 외형적 특징을 직관적으로 보여준다. 사진 하단에는 'Ghana Be Okay' 문구로 가나가 전하는 위로와 응원의 메시지를 확인할 수 있다.

기대 효과

가나초콜릿이 가지고 있는 외형적인 특징들을 직관적으로 녹여내, 타겟층이 지쳐있는 시험기간에 가나초콜릿이 하나의 추억을 선물하며, 가벼운 위로를 전한다는 메시지를 홍보할 수 있다.

걱정은 Delete, Ghana Be Okay

굿즈

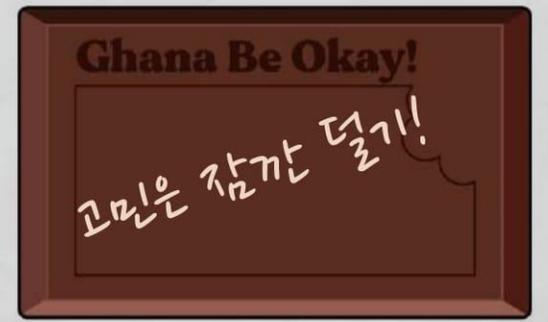


기획 의도 및 실행방안 - 키스킨

Delete키에는 '걱정은 Delete', Enter키에는 '행운은 Enter' 라고 적혀있어 걱정은 지우고, 행운이 올거라는 위로와 응원의 메시지를 담는다. Shift키에는 키메시지인 'Ghana Be Okay'를 삽입한다.

기대 효과

가나가 주는 위로를 재치있는 굿즈로 풀어내, 일상 속에 자연스럽게 가나는 위로를 전하는 존재임을 전할 수 있다.



기획 의도 및 실행 방안 - 스티커

가벼운 위로의 한마디를 적을 수 있는 스티커이다. 본인이 듣고 싶은, 공감 가는 문구를 노트북, 다이어리 등 잘 보이는 공간에 붙여 위로 받을 수 있다.

오늘의 운세도, Ghana Be Okay (2)

인스타그램 해시태그 이벤트

[실물 타로카드 예시]



[인스타그램 해시태그 이벤트 예시]



기획 의도 및 실행 방안

일정기간 모든 가나초콜릿에 타로카드를 담아 유통한다.
카드의 뒷면에는 '지금 네 마음속에 있는 그 고민, Ghana Be Okay', '할 지 말 지 고민이라면 그대로 GO!, Ghana Be Okay' 등 위로의 메시지를 담는다.
해당 타로카드를 해시태그를 활용하여 인스타그램에 인증하면, 추첨을 통해 경품을 증정한다.

해시태그: #가나타로 #가나비오케이 #Ghana_Be_Okay

기대 효과

1524 여성 타겟층은 가나초콜릿 구매를 통해 자연스럽게 가벼운 위로를 받을 수 있으며, 여러 종류의 타로카드를 모으는 재미를 느낄 수 있다.
또한, 인증 이벤트를 통한 바이럴 효과도 기대해볼 수 있다.

너와 나의 고민도, Ghana Be Okay

인스타그램 스토리 스티커

[인스타그램 스토리 예시]



기획 의도 및 실행 방안

'가나초콜릿 포장지'와 'Ghana Be Okay' 문구 인스타그램 스티커를 제작하여 배포한다. 타겟층은 힘든 일상 속에서 함께 위로 받고 싶은 친구들을 인스타그램 스토리에 태그한다. 타겟층은 친구들을 태그하며 가나의 판초콜릿의 모양을 완성해나갈 수 있다.

기대 효과

가나초콜릿 모양대로 태그를 하며 직접 초콜릿을 완성하는 재미를 유도할 수 있다. 또한, 친구에게 위로의 메시지를 건넬 때 가나초콜릿이 위로의 매개체 역할을 할 수 있다.

이번 주도, Ghana Be Okay

카카오톡 플러스친구

[플러스친구 위로 메시지 예시]



[기프티콘 당첨 예시]



기획 의도 및 실행 방안

매주 월요일 아침, 롯데제과 카카오톡 플러스친구를 통해 짧은 위로의 메시지를 전달한다. 메시지 전달과 함께 **가나초콜릿 1개 기프티콘을 랜덤 증정**하여 힘겨운 월요일 아침을 가나의 위로와 함께 이겨낼 수 있도록 유도한다.

기대 효과

타겟층이 많이 사용하는 카카오톡을 활용해 가벼운 위로의 메시지를 전달할 수 있다. 힘든 한 주를 시작하는 월요일에 응원과 위로의 문구를 전할 수 있고, 굳이 **가나초콜릿을 구매하지 않더라도** 자동으로 전송되는 메시지를 통해 **가나가 주는 위로의 이미지를 확산**할 수 있다.

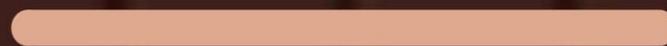
Action Plan

9 10 11 12 1 2

수험생도, Ghana Be Okay



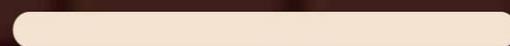
취준생도, Ghana Be Okay



당신의 내일도, Ghana Be Okay



오늘의 운세도, Ghana Be Okay



지친 시험 기간도, Ghana Be Okay



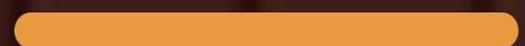
걱정은 Delete, Ghana Be Okay



오늘의 운세도, Ghana Be Okay(2)



너와 나의 고민도, Ghana Be Okay



이번 주도, Ghana Be Okay



가나의 새로운 변화도

Ghana Be Okay!