

제로행 티켓

NOT ADMIT SUGAR!

Insight

mz세대 중심으로 즐겁게 건강 관리를 하는 헬시플레이어 트렌드가 확산됨에 따라 로우스펙 푸드의 인기 또한 증가했다. 롯데제과 제로의 타겟 소비자인 mz세대는 색다른 경험과 재미를 추구하는 특성을 갖고 있으며, 물건 구매 시 이색적이고 fun한 매력이 있는 패키지 디자인에 열광한다. 따라서 롯데제과는 새로운 패키지 에디션 출시를 통해 슈가프리 제과라는 ‘오리지널리티’에 ‘재미와 유니크함’을 한 스펀 추가하여 타겟 소비자들의 마음을 확실하게 겨냥해야 한다.

Idea

입장할 때 확인 후 절취선을 따라 끝부분을 뜯어내는 티켓의 이미지를 활용하여 롯데 제로의 5가지 제품의 포장지를 새롭게 디자인한 ‘제로행 티켓 에디션 패키지’를 출시한다. ‘맛있고 건강한 제로의 세계’로 입장하는 티켓이라는 연출을 통해 소비자들의 흥미를 끌고자 했다. 제품의 포장지에는 절취선을 넣어 티켓처럼 가로로 뜯을 수 있게 한다. 절취선의 오른쪽 부분에는 ‘Not Admit Sugar’ 문구를 삽입하여 제로의 세계에 설탕은 입장이 불가능하다는 메시지를 전달한다. 이와 더불어 티켓이 확인되면 절취선을 뜯고 입장이 가능한 것처럼, 롯데 제로에는 설탕이 없음이 확인되었으니 안심하고 먹으라는 메시지를 전달하고자 한다. 또한, 구매 활성화를 위해 포장지에 QR코드를 추가하여 QR코드를 스캔하면 롯데 스위트몰에서 사용할 수 있는 할인 쿠폰을 지급하도록 한다.

Effect

‘제로의 세계로 초대하는 티켓’이라는 이색적인 패키지 디자인을 통해 mz세대의 흥미를 불러일으킬 수 있고, 이와 동시에 설탕은 입장할 수 없다는 연출을 통해 롯데 제로가 슈가프리 브랜드라는 것을 효과적으로 알릴 수 있다.

제로 아이스 초코바 VER.



ACTION 1

TICKET 글씨 옆의 QR코드를 촬영한다.



ACTION 2

롯데 스위트몰에서 제로 구매 시 사용 가능한 할인 쿠폰을 받는다.



NOT ADMIT SUGAR
설탕은 배고 즐겨요!