

제37회 DCA대학생광고대상 응모과제

| | | | |
|-------|--|-----|-----|
| 광고주 | 롯데렌터카 | 브랜드 | 그린카 |
| 출품부문 | 기획 & 작품 | | |
| 과제명 | 그린카 인지도 확산 및 서비스 참여 유도를 위한 IMC 아이디어 | | |
| 과제 문의 | 최신혜 C@M sh.choi@daehong.co.kr | | |

1. 브랜드 소개

- 2011년 론칭한 국내 최초 카셰어링 서비스 그린카
 - 앱 기반으로 차량을 가까운 장소에서 픽업하고, 원하는 시간만큼 사용하는 공유 모빌리티 서비스

2. 시장 상황

- 론칭 이후 공격적인 마케팅을 해온 쏘카가 카셰어링 업계 인지도 1위에 위치
- 친환경시대, 1인가구 증가, 자차 구매시기가 늦어지는 등의 시대 흐름에 따라 카셰어링을 포함한 퍼스널모빌리티 시장이 확대되고 있음
- 코로나 시대 후 언택트 트렌드에 맞춰 카셰어링 서비스에 대한 니즈와 관심 증대

3. 브랜드 상황

- 국내 최초의 카셰어링 브랜드이나, 경쟁사 대비 아쉬운 최초 상기도 (브랜드 인지도)
- 카셰어링 서비스라는 업계 특성상 차별적인 서비스 제공과 커뮤니케이션이 어려움
- 시장 초기 여행목적의 이용행태에서 다양한 상황에서의 이용행태가 늘어나기 시작함

4. 해결 과제

- 카셰어링 서비스 내 인지도 확산과 브랜드 선호도 상승을 위한 아이디어 필요
 - 2030 Young 타겟에게 '카셰어링 = 그린카'가 인식될 수 있는 아이디어 필요
 - 특별한 날에만 렌트하는 개념이 아닌 '일상'에서 필요할 때마다 카셰어링을 상기시키는 인식 형성이 필요
 - 앱 기반 서비스로써 소비자가 실제로 앱을 다운받고, 서비스 이용을 유도할 수 있는 차별적인 IMC 아이디어 필요

5. 커뮤니케이션 타겟

- 2030 차를 소유하지 않은 남녀 (카셰어링, 카풀, 렌터카 서비스 등 경험자)