

제37회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	롯데지알에스	브랜드	롯데잇츠
출품부문	기획 & 작품		
과제명	롯데잇츠 앱 활성화를 위한 IMC 아이디어		
과제 문의	형성수 C@M sungsoo.hyung@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

- 2020년 2월 론칭한 롯데지알에스 외식 브랜드 통합 앱 <롯데잇츠>
 - 대상 브랜드: 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림도넛, TGIF, 빌라드샐롯 (5개)
 - 2020년 190만 회원 달성을 목표로 쿠폰 등 프로모션 지속 운영 중

2. 시장 상황

- 기성 대형 배달앱들이 전체 배달시장의 98% 점유
- 할인/이벤트 등의 프로모션에 의해 브랜드 스위칭이 자주 일어나는 저관여 시장
 - 주로 2개 이상 배달앱을 설치하고 푸쉬 알람을 켜놓고 사용

3. 브랜드 상황

- 2월 론칭 후 신규 다운로드 79만 기록하였으나 이용객이 점차 줄어드는 추세
- 롯데리아에서 대부분의 매출이 발생하며 타 브랜드 매출은 상대적으로 저조
- 경쟁사와 비교하여 5개 브랜드가 모인 장점 외에 명확한 차별점 부재

4. 해결 과제

- 기성 배달앱 대비 롯데잇츠 앱만이 고객에게 제공할 수 있는 차별화된 아이디어 필요
 - 이를 통한 신규 회원 확보 및 지속이용 가능한 혜택과 서비스 제공

5. 커뮤니케이션 타겟

- 2039 배달앱 이용자 (배달 주문 경험자, 평균 주 1~2회 주문)

6. 기타 및 유의사항

- 세일즈로 연결될 수 있는 IMC 아이디어
- 5개 브랜드의 시너지 효과를 위한 아이디어 제안
(예: 롯데리아 이용고객이 엔제리너스, 크리스피크림도넛 등 타 브랜드를 추가 이용할 수 있는 아이디어)