

제38회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	롯데월드	브랜드	롯데월드 어드벤처
과제명	언택트 트렌드에 따른 롯데월드 온-오프라인 연계 IMC 제안		
과제 문의	김지현 C@M niche@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

- 1989년, 실내 어드벤처 및 야외 매직 아일랜드 오픈 후 연간 약 600만 명이 찾는 대한민국의 도심 속 대표 테마파크로 자리매김. 날씨와 상관없이 즐길 수 있는 실내 테마파크와 대중교통으로 쉽게 방문 가능한 지리적 이점을 지님.
- 30년간의 테마파크 운영 노하우와 롯데워터파크(김해), 롯데월드 아쿠아리움, 롯데월드타워 전망대 서울스카이까지 다양한 사업장 운영 경험을 토대로, 관광레저 분야 종합 엔터테인먼트 기업으로 발전 중

2. 시장 상황

- 코로나 확산으로 언택트 소비 경향이 주류화되며, 대면보다 비대면(메타버스, AR 콘텐츠, OTT 강세 등) 경험을 중시하는 MZ세대
- 놀이공원, 뮤지엄, 체험존, 동물원 등 다양한 체험형 공간이 융합적으로 나타나면서 테마파크 간 카테고리 경계가 허물어져 경쟁사의 대상이 넓어지고 있음

3. 브랜드 상황

- 백신 접종으로 되살아나는 소비 심리로 인해 대면 산업(백화점, 전시회)에도 고객이 많아지는 요즘, 국내 대표 테마파크로서 '실내 다중시설 이용'에 대한 이미지가 강함
- 상기 상황과 언택트 소비 경향을 고려하여 디지털 콘텐츠(랜선 콘텐츠)로 소비자 소통 강화 및 사업 부문 확장 검토 중(예: IP 리디자인, 캐릭터 콘텐츠 개발 등)
- 최종적으로는 고객이 실제로 오프라인 사업장에 방문하도록 유도하는 것이 목적인 롯데월드 사업장의 대면적인 특성 고려 필요.

4. 해결 과제

- 언택트 시대에 어필할 수 있는 디지털 마케팅 아이디어를 기반으로, 실제 오프라인 입장으로 연계 및 유도 할 수 있는 IMC 전략 제안

5. 커뮤니케이션 타겟

- 1025 중고등 및 대학생

6. 기타 및 유의사항: 롯데월드 공식 유튜브 채널 (<https://www.youtube.com/happylotteworld>)