

제38회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	롯데케미칼	브랜드	프로젝트 루프
과제명	MZ세대의 롯데케미칼 기업 인지도 및 선호도 제고를 위한 IMC 캠페인		
과제 문의	윤지영 C@M youn@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

- 1976년 설립된 롯데케미칼은 대한민국을 대표하는 화학회사로서 국내 주요 석유화학단지인 여수, 대산, 울산에 국제적 규모의 생산시설을 보유
- 롯데케미칼이 보유한 합성수지, 화성제품, 메가트렌드 제품 등 다양한 제품군은 일상에서 쉽게 접하는 생활용품을 비롯하여 농업, 공업, 의료용 제품, 자동차, 최첨단 신소재까지 광범위하게 적용
- 석유를 기반으로 첨단소재와 기초소재를 생산하는 전 산업의 기반 역할

2. 시장 상황

- 석유화학뿐 아니라, 다수의 기업이 ESG 흐름에 따라 사업구조 및 사업영역 등을 개편 중
 - 소비자/공중의 공감을 얻기 위해 ESG를 주제로 기업 PR 커뮤니케이션 진행
- 이 같은 ESG 트렌드 속에서 롯데케미칼만의 차별점이 필요한 상황

3. 브랜드 상황

- B2B 기업 특성상, 소비자는 롯데케미칼에 대해 피상적 이미지를 갖고 있는 편
 - 특히, MZ세대에서 롯데케미칼의 실체에 비해서 인지도와 이해도가 낮고, 커뮤니케이션이 활발한 타 기업과 비교해 선호도도 높지 않음
- 롯데케미칼은 ESG 기업으로 자리매김하기 위해 올해 초 <Green Promise 2030> 이니셔티브를 선포하고, 'Every Step for Green (지구를 위한 진심 어린 발걸음)'을 모토로 다각적 커뮤니케이션 모색 중

4. 해결 과제

- 롯데케미칼의 ESG 활동 <프로젝트 루프>의 실체를 전달하는 IMC 캠페인 제안
- 2030 MZ 세대 타깃의 특성을 반영, 디지털 매체에 기반한 자유로운 형태의 캠페인 제안 (동영상 콘텐츠 또는 온라인 이벤트 등). 디지털 기반의 오프라인 연계 캠페인도 가능

5. 커뮤니케이션 타깃

- 2030 MZ세대

6. 기타 및 유의사항

- 실체를 기반으로 한, 진정성 있는 ESG 기업으로서 롯데케미칼이 보여지는 접근 선호
- 친근하고 쉬운 방식으로 타겟의 관심과 호감도를 높일 수 있는 트렌드와 인사이트 측면에서의 다양하고 심도 있는 고민을 토대로 한 제안 필요
- [참고] <https://blog.lotte.co.kr/38946>