

제38회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	멕시코나	브랜드	땡초치킨
과제명	MZ 세대 타깃 땡초치킨 선호도 증대를 위한 커뮤니케이션 제안		
과제 문의	김종창 C@M adchang@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

[멕시코나]

- 창립 32주년 역사를 가진 1세대 치킨 브랜드
- 전국 900여 개 가맹점을 운영하는 치킨 프랜차이즈 기업

[땡초치킨]

- 인공이 아닌 천연 땡초가루와 천연 땡초기름으로 만든 땡초치킨
- 제품 RTB
 - 인공 캡사이신 무첨가
 - 천연 고춧가루
 - 직접 추출한 고추기름→ 깔끔하고 개운하게 매운맛

2. 시장 상황

- 치킨 시장은 약 7조 4,740억의 규모이며, 약 409개 브랜드가 경쟁하는 치열한 시장
- 교촌, BBQ, BHC, 굽네 등 TOP4 브랜드 중심의 시장에서 최근 푸라닭, 60계, 자담치킨 등 독특한 USP를 내세운 신형 브랜드들이 공격적으로 마케팅 진행 중
- 매운 음식은 트렌드를 넘어선 스테디한 맛 매운맛 치킨의 인기는 현재 진행형
- 포화 상태에 이른 수많은 브랜드의 매운 치킨 메뉴

3. 브랜드 상황

- MZ세대 소비자 인식 상 여전히 멕시코나는 '전통적인 이미지'가 강한 상황
- 과거 후르츠치킨, 김치킨, 오짬치킨부터 최근 달라치킨까지 실험적인 메뉴 지속 출시
- 다양한 콜라보 치킨으로 화제성을 만들어 '치토스 치킨' '불닭 치킨'은 SNS와 온라인 커뮤니티에서 화제 되며 연일 높은 판매율을 기록
- 하지만 콜라보 제품을 제외하고 타사 대비 메가히트 제품 부재로 인한 고민이 있는 브랜드

4. 해결 과제

- MZ 세대 대상 땡초치킨 선호도 증대를 위한 브랜드 커뮤니케이션 제안
→ 땡초치킨을 멕시코나 시그니처 메뉴로 만들어 실질적인 sales를 견인할 수 있는 캠페인

5. 커뮤니케이션 타겟

- MZ 세대 (밀레니얼+Z세대)

6. 기타 및 유의사항

- 다양한 매운맛 치킨들 가운데, 차별화된 소구 포인트 필요
- 이슈화 및 바이럴 될 수 있는 아이디어