

# 제36회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	쿠쿠홈시스	브랜드	인스피어 공기청정기
출품부문	기획서, 작품		
과제명	쿠쿠 인스피어 공기청정기 인지도 확보 및 차별화를 위한 IMC 전략 or Creative 도출		
과제 문의	김종창 C@M   adchang@daehong.co.kr		

## 1. 브랜드 및 제품소개

- ‘쿠쿠 인스피어 (inspired+ pure)’는 쿠쿠의 생활가전 전문 브랜드로 정수기, 공기청정기 등 청정 생활가전을 보다 전문적이고 체계적으로 선보이기 위해 새롭게 런칭
- 인스피어 공기청정기 제품 특징점
  - 1) 타사 대비 효율적 사이즈 대용량 공기청정기: 84.7㎡ (25.6 평형)
  - 2) 8,200개의 촘촘한 에어홀과 360도 서라운드 청정시스템  
: 8200개 에어홀로 360도 서라운드 공기흡입이 가능하여 전면, 후면, 전방위로 많은 공기 청정 가능
  - 3) 극초 미세먼지까지 청정하는 강력한 성능: PM 0.3
  - 4) 항공기(BLDC) 모터 터보팬의 조합  
: 마모되는 부분 없이 초고속 회전 가능, 저소음, 열 발생 적음 / 높은 수명
  - 5) 감지 > 분석 > 제거 자동 공간감지 청정 시스템  
: 공간범위와 공기 상황에 맞게 자동감지 최적의 공기를 스스로 빠르고 간편하게 케어
  - 6) 3단계 완전 분리세척 세척알림&이동형 바퀴  
: 3단계 완전 분리로 청결한 관리 가능하며, 집 안 어느 공간이든 자유롭게 이동 가능

## 2. 시장 상황

- 미세먼지가 국민의 건강을 위협하는 심각한 사회 문제로 인식되면서 공기청정기는 보조 가전이 아닌 필수 가전으로 인식되는 상황
- 공기청정기 시장 성장률은 연평균 20%로 2018년 1조 5000억원 규모로 추산되며, 2019년 2조원이상으로 더 늘어날 것으로 전망
- 공기청정기 시장은 국내 가전, 렌탈 업계뿐 만 아니라 다이슨, 발뮤다, 샤오미등 해외 브랜드까지 경쟁 중인 대한민국에서 가장 치열한 시장

## 3. 자사 상황

- 25.6평형의 넓은 커버리지와 극초 미세먼지까지 청정 하는 강력한 성능을 갖췄음에도 타사 대비 높은 가격 경쟁력을 갖춰 판매량이 급증하고 있는 상황

- 치열한 시장에서 소비자 인식상 쿠쿠 인스퓨어 공기청정기만의 차별화된 가치 형성 필요

#### 4. 해결 과제

- 쿠쿠 인스퓨어 공기청정기 인지도 확보 및 차별화를 위한 IMC 전략 or Creative 도출

#### 5. 커뮤니케이션 타겟

- Main Target: 2549 남녀

#### 6. 기타 참고사항

- 제품이 시장에 성공적으로 안착하는 과정의 방해 되는 핵심 문제를 파악하여 솔루션 제시
- 타겟들의 라이프스타일과 니즈를 고려한 캠페인 전략 필요

###