

제37회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	멕시코나	브랜드	멕시코나
출품부문	기획 & 작품		
과제명	MZ 세대 대상 멕시코나 선호도 증대를 위한 브랜드 커뮤니케이션		
과제 문의	김종창 C@M adchang@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

- 창립 31년의 역사를 가진 1세대 치킨 브랜드
- 전국 900여 개 가맹점을 운영하는 치킨 프랜차이즈 기업
- 시그니처 메뉴: 뿌리고 치킨, 불닭 치킨, 까르보 불닭 치킨

2. 시장 상황

- 치킨 시장은 약 5조 3,846억의 규모이며, 약 409개 브랜드가 경쟁하는 치열한 시장
- 국내 TOP4 브랜드 중심의 시장에서 최근 푸라닭, 60계, 자담치킨 등 독특한 USP를 내세운 신형 브랜드들이 공격적으로 마케팅 진행 중

3. 브랜드 상황

- 3년간 매출 지속적으로 성장하여 2019년 매출 712억 달성, 2017년 대비 27% 증가
- 매출액 순위 대비 높은 브랜드 평판 보유: 치킨 브랜드 평판 5위 (2020년 6월 기준)
- 최근 삼양식품과 콜라보하여 출시한 '불닭 치킨'이 SNS와 온라인 커뮤니티에서 화제 되며 연일 높은 판매율을 기록 중
- 하지만 MZ세대 소비자 인식 상 여전히 멕시코나는 '전통적인 이미지'만 강한 상황

4. 커뮤니케이션 타겟

- MZ 세대 (밀레니얼+Z세대)

5. 해결 과제

- MZ 세대 대상 멕시코나 선호도 증대를 위한 브랜드 커뮤니케이션 제안

6. 기타 및 유의사항

- 브랜드 인지도는 물론 세일즈 향상을 고려한 캠페인
- 이슈화 및 바이럴 될 수 있는 아이디어