

# 제37회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	명륜당	브랜드	명륜진사갈비
출품부문	기획 & 작품		
과제명	명륜진사갈비 브랜드 선호도 제고를 위한 IMC 제안		
과제 문의	황보현 C@M   <a href="mailto:hbh26@daehong.co.kr">hbh26@daehong.co.kr</a>		

## 1. 브랜드 소개

- 성균관 명륜당의 부속건물로 유생들의 식당인 진사식당을 모티브로 한 숯불 돼지고기 무한리필 전문 프랜차이즈
  - 1인 13,500원의 저렴한 비용에도 식용본드나 화학 보존제를 사용하지 않은 돼지고기 원육 사용, 갈비만 원하는 소비자에게는 리필 고기도 갈비로만 제공
  - 22가지 건강한 재료들이 어우러져 자연스러운 단맛과 짠맛의 조화 형성

## 2. 시장 상황

- 코로나 19로 인한 언택트(비대면) 문화 확산으로 배달, 가정간편식, 밀키트 판매 급증, 반면 오프라인 매장 취식 이용률 감소 (출처: 닐슨코리아, 코로나19 임팩트 보고서, 2020.03)
- 미국, 일본보다 3.6배 더 많은 전국 117,202개의 외식 프랜차이즈 가맹점의 과열 경쟁 (출처: 공정거래위원회, 가맹산업 현황 발표, 2019.02)

## 3. 브랜드 상황

- 초기 중독성 있는 CM 송과 B급 감성을 자극한 광고물의 소비자 자발적 콘텐츠 확산을 통해 브랜드 인지도 74% 이상 달성 (출처: 2019년 대흥기획 온라인 조사, N=200)
- 론칭 후 약 2년에 걸쳐 전국 530여 개 가맹점을 넘어서며 대표 외식 브랜드로 자리매김
- 코로나19로 어려움을 겪고 있는 가맹점주 대상 월세 지원을 포함하여 장학사업, 성금 기부 등 다양한 사회공헌활동과 진정성을 담은 광고 활동으로 착한 기업 이미지 구축 노력
- 최근 돼지갈비와 찰떡궁합인 신메뉴 숯불 주꾸미 출시하며 새로운 성장동력 가동

## 4. 해결 과제

- 코로나 19로 매장 매출이 급감하는 브랜드 위기 상황을 극복하기 위해 ‘외식하면 명륜진사갈비’로 브랜드 리콜 강화 및 선호도 제고를 위한 커뮤니케이션 필요

## 5. 커뮤니케이션 타겟

- 가족/친구 단위 외식을 즐기는 전 국민