

제 41회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

브랜드 JW중외제약 | 프렌즈아이드롭

과제 프렌즈아이드롭 충성도 강화 및 신규 타겟 확장을 위한 아이디어

문의 고창섭 | untillnet@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- JW중외제약의 일반의약품(비처방) 인공눈물 기준 9년 연속 판매 1위 브랜드
- 멘톨 성분이 주는 시원함의 강도에 따라 순/쿨/쿨하이 3단계로 구분되는 다회용 제품군과 일회용 제품군인 프렌즈아이드롭 순 일회용 존재
- 다회용 제품군의 경우 렌즈에도 안전한 방부제 성분으로 렌즈 착용 시에도 사용 가능

2. 시장 상황

- 일반의약품 인공눈물 시장 내 일회용 제품의 점유율은 높지만, '2023년도 시장 역성장
- 반면 다회용 제품 시장은 성장 추세이며, 프렌즈아이드롭이 시장 성장을 이끄는 중
- 국내 시장에서 프렌즈아이드롭 외에도 멘톨 성분 함유 제품 존재하나, 프렌즈아이드롭이 유일하게 시장 내 상위권 위치

3. 브랜드 상황

- '2023년까지 1524 여성 타겟이 공감할 수 있는 TPO 중심으로 '시원한 인공눈물'이라는 제품 USP 위주의 커뮤니케이션 진행
- 올해 6월부터 '눈으로 하는 기분전환' 슬로건 바탕으로 1539까지 타겟 확장해 신규 캠페인 런칭

4. 해결 과제

- '시원한 인공눈물'이라는 제품 USP를 바탕으로 핵심 타겟인 1524 여성의 충성도를 강화하고 그 외 타겟에게도 어필할 수 있는 프렌즈아이드롭만의 브랜드 컨셉 도출
- 도출된 브랜드 컨셉을 효과적으로 커뮤니케이션할 수 있는 아이디어 제안

5. 커뮤니케이션 타겟

- 핵심타겟 1524여성 + 확장타겟 1539남녀

6. 기타 유의 및 참고사항

- 의약품 광고 심의에 저촉되지 않는 범위 내에서 아이디어 제안 필요
- 일반의약품(OTC) 인공눈물 시장 기준 아이디어 제안(처방 필요한 급여 인공눈물 시장은 고려 X)