

# 제 41회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

**브랜드** 넥센타이어

**과제** EV타이어 시장에서 브랜드 리더십 확보를 위한 이슈메이킹 캠페인 아이디어

**문의** 나보희 C@M | [boheena@daehong.co.kr](mailto:boheena@daehong.co.kr)

## 1. 브랜드 소개

- '1942년 흥아고무공업(주)을 전신으로 올해 82주년을 맞이한 국내 대표 타이어 브랜드
- '2000년 넥센타이어로 사명을 변경, 글로벌 Top 10 타이어 회사를 목표로 도약 중
- [젊은, 스타일리시한, 트렌디한, 혁신적인] 브랜드 이미지를 보유하고 있으며, 항상 [고객 중심] 시각에서 도전적인 변화를 추구

## 2. 시장 상황

- 국내 타이어 시장은 Big 3사(넥센/한국/금호)가 90% 이상의 점유율 차지
- 엔진차에서 전기차로, 자동차의 패러다임이 변화함에 따라, 최근 몇 년 사이 전기차 타이어(이하 EV타이어)가 타이어 시장 내 가장 큰 화두
- EV타이어는 엔진차 타이어 대비 상대적으로 저소음/고하중/높은 토크 대응력이 필요
- 국내 및 수입 타이어들은 EV타이어 브랜드의 초기 점유율을 높이기 위해 마케팅 경합 중

## 3. 브랜드 상황

- 넥센타이어는 EV타이어 시장 내 경쟁력 제고를 위해 '24년 [Next Evolution] 캠페인 런칭
- 전기차를 통해 모두가 누릴 수 있는 즐거운 모빌리티 라이프를 지향, '전기차의 퍼포먼스'가 아닌 '전기차의 운전자'를 중심에 둔 차별화 된 넥센 EV타이어만의 가치 전달

## 4. 해결 과제

- 급성장 중인 국내 EV타이어 시장에서 넥센타이어의 브랜드 아이덴티티를 반영한 콘텐츠, 미디어 등을 통해 브랜드 친숙도와 호감도를 증대시킬 수 있는 화제성 높은 IMC 아이디어 필요

## 5. 커뮤니케이션 타겟

- 향후 EV타이어 시장을 주도하게 될 2030 잠재고객

## 6. 기타 유의 및 참고사항

- 넥센타이어 BI나 CI 활용 시 'We got you' 슬로건 병행 표기 필수
- 넥센타이어가 운영하는 서비스 브랜드 [넥스트레벨]도 활용 가능  
(\* 넥스트레벨 렌탈: 타이어 렌탈 서비스 / 넥스트레벨 Go: 방문장착 서비스)