

제 41회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

브랜드	롯데GRS 롯데리아
과제	롯데리아 대표버거 (불고기버거) 선호도 제고
문의	전길원 C@M Jeongw@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- '1979년 소공동 1호점을 시작으로 현재는 전국 1,300여 개의 매장을 보유하고 있는 한국 최초의 버거 전문점
- 새우버거, 불고기버거, 라이스버거, 왕돈까스버거 등 한국 대표 메뉴를 최초로 선보인 토종 브랜드

2. 시장 상황

- 올해 국내 버거 프랜차이즈 시장 규모 약 5조 원대를 기록할 전망
 - 브랜드별 매출 현황(기준연도): 롯데리아 7,815억(2022), 맥도날드 8,679억(2021), 버거킹 7,574억(2022), 맘스터치 3,325억(2022)
- 피자배가이즈 등 해외파 버거 프랜차이즈들의 국내 진입 과열로 버거 시장 경쟁 심화

3. 브랜드 상황

- 브랜드 인지도(최초 상기), 이용도, 선호도, 만족도 측면에서 경쟁 브랜드 대비 열위
 - 특히, Z세대에 해당하는 10대 후반~20대 초반의 선호도가 다른 연령 대비 낮게 확인
- 제품의 차별성으로 젊은 세대의 관심을 끌고 있으나, 익숙함과 올드한 인식으로 인해 지속적인 관심과 지지가 부족

4. 해결 과제

- 타겟 대상 롯데리아의 오리지널리티를 갖고 있는 불고기버거 선호도 제고
 - 1020 세대에게 불고기버거가 대한민국 대표 버거라는 인식을 심어줄 수 있는 아이디어
 - 전통 매체 위주가 아닌, 1020 타겟 접점에서 이슈/바이럴을 일으킬 수 있는 아이디어

5. 커뮤니케이션 타겟

- 1020 남녀

6. 유의 및 참고사항

- 1020 타겟이 자발적으로 이슈를 만들어 낼 수 있는, 직관적이고 쉬운 아이디어 선호
- 추억의 맛 등 과거의 영광을 활용한 커뮤니케이션 지양(1020 타겟에 맞지 않음)