

제 41회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

브랜드 롯데칠성음료 | 오토몬드 (오리지널, 프로틴, 프로틴초코)

과제 신제품 오토몬드의 호감도 형성 및 구매율 증대를 위한 아이디어

문의 윤지민 C@M | jmyoonique@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- '24년 4월 출시된 식물성음료 '오토몬드'는 오토와 아몬드를 1:2 완벽 블렌딩하여 고소함과 풍미를 강화한 음료로, 라인업으로 오리지널/프로틴/프로틴초코 3가지 보유
 - 하루의 부족한 영양소를 간편하게 채우고자 하는 유저들을 위해 멀티비타민과 특허 받은 포스트바이오틱스까지 첨가하여 탄탄한 영양설계 완성
 - 저칼로리, 저당으로 더욱 가볍고 건강하게 즐길 수 있는 오리지널 라인
 - 100% 식물성 단백질 10g을 첨가한 저당의 프로틴 라인업

2. 시장 상황

- 이미 다양한 식물성음료와 프로틴음료가 출시되어 있는 레드오션 시장
- 식물성음료에 대한 소비자 만족도의 기준이 낮아, 불만족 요인은 감수하고 타협하며 마신다는 관성적인 구매행태 존재
- 제로슈가, 저당 등 헬시플레저 트렌드로 인한 로우스펙 시장이 성장하면서, 건강과 맛을 모두 충족한 식음료의 다양화 및 소비자의 선택지 확장

3. 브랜드 상황

- 오토와 아몬드 1:2 완벽 블렌딩을 통해 '맛'은 물론, 다양한 '영양소'까지 채워 **'건강과 맛 모두를 사로잡은 갈등해소음료'**라는 메시지로 전방위적인 IMC 캠페인 진행 중
- 아침/다이어트 간식/운동 후 프로틴 보충의 TPO 공략으로 다양한 스팟에서 대규모 제품 샘플링 캠페인으로 브랜드 경험 강화

4. 해결 과제

- 타겟의 Market Share 확장을 위한 IMC캠페인 전략
 - 타겟의 일상 속 접점 마케팅을 통한 My브랜드화로 브랜드 호감도 상승과 건강관리 필수템으로 인식을 강화시킬 수 있는 IMC캠페인 전략
 - MZ세대의 트렌드를 바탕으로, 후발주자로서 Market Share 확장을 위한 화제성 있는 구매유도 IMC 아이디어 (필수)

5. 커뮤니케이션 타겟

- 건강/다이어트에 관심이 많은 MZ세대
 - 간편하게 아침식사/식사대용으로 식물성음료를 섭취하는 유저
 - 타 제품과 비교하면서 성분을 꼼꼼하게 체크하고 음료를 선택하는 유저
 - 운동 및 다이어트 후에 간편하게 프로틴 보충을 하는 유저
 - 다이어트 중 저칼로리 간식을 찾는 여성 유저

6. 기타 유의 및 참고사항

- 오트몬드 라인업 중 오리지널과 프로틴라인의 맛과 특성에 뚜렷한 차이가 있으므로 동일한 제품으로 오인지 되지 않도록 유의
 - 오리지널: 저당, 저칼로리 컨셉의 라이트한 맛이 특징
 - 프로틴, 프로틴초코: 저당, 100% 식물성단백질 10g으로 묵직한 바디감이 있는 것이 특징