

말랑카우,
세상의 중심에서 귀여움을 외치다

전국민이 귀여워지는 기획서



목차

—

- #1 상황분석
- #2 타겟분석
- #3 컨셉도출
- #4 실행전략
- #5 기대효과



#1 상황분석

이전에는 없던 말랑말랑하고 달라붙지 않는 츄잉캔디, 말랑카우의 등장

기존의
캔디

사탕?
딱딱한 식감

젤리나 카라멜
치아에 달라붙음

캔디 있는 그대로의 모습만
즐길 수 있음

에어레이션 공법으로
차별화 된 말랑카우



보드라운 탄성과 폭신한 질감으로
츄잉의 재미가 있고, 캔디가 빠르고 부드럽게
녹아 더욱 더 진한 맛을 느낄 수 있음

폭신폭신
말랑
카우

기존의 캔디류와는 차별된
폭신폭신한 식감

젤리나 카라멜과 다르게
이에 붙지 않음

캔디뿐만 아니라 레시피를 통해
다양하게 즐길 수 있음

제품의 차별적 속성을 바탕으로 브랜드 인지도를 높이며 시장에 성공적으로 진입



말랑카우 TV CF



구름처럼 폭신폭신했던 맛과 이에 붙지 않아 온가족이 즐길 수 있는 말랑카우의 특징을 소비자들에게 전달



SNS 바이럴 -MCN



다양한 레시피에 활용가능한 말랑카우의 식감과 특징을 활용해 인플루언서 활동 진행



말랑카우 레시피 공모전



소비자들의 적극적인 참여를 유도하기 위해 수퍼레시피공모전을 개최 제품 패키지에도 활용



SNS 바이럴-소비자



현재, 21,772개의 해시태그의 수를 보유 소비자들이 자발적으로 제품을 홍보하며 빠르게 인지도를 끌어올릴 수 있었다

진입을 넘어 정착을 위해 제품 라인업을 확장하며 코믹한 광고와 함께 TOM을 제고

제품확장



기존의 우유맛 뿐만 아니라 딸기맛까지 확장한 이후
올해 트렌드에 맞추어 **바나나맛**까지 성공적으로
출시하고 최근 **초코우유맛**까지 출시함

말랑카우 보이즈



구체적인 TPO와 중독성있는 노래로
소비자들의 마음을 사로잡으며 딱딱한 세상을
말랑말랑하게 만들자는 메시지를 전달
유튜브 **조회수** 캠페인 **도합 약 160만**을 달성하며
TOM 제고에 이바지했다

더불어 말랑카(Car)를 통해 샘킴과 함께 **CSR활동**까지 진행
딱딱한 세상을 말랑말랑하게 만들자는 메시지를 실체화하고 있다

NEWS ARTICLE

[롯데제과, 말랑카우 사회공헌활동 샘킴과 함께] 2015-08-25

[롯데제과, '말랑카우' 코믹 광고로 인기몰이] 2015-08-25

#1 상황분석

그 결과, 성공적으로 국내 시장에 정착하며 연일 성공가도를 달리는 중

누적 4200만 봉지 판매!

2015년 소프트캔디 시장 총 규모 1075억원

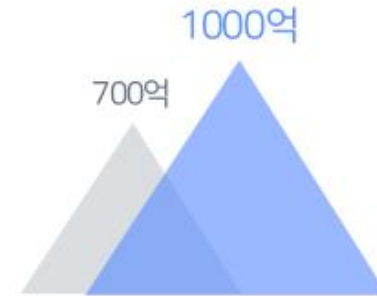


롯데제과의 성장 발판이 되어준 말랑카우

롯데제과



시장점유율 40% 달성



매출 300억 상승

말랑카우 출시 이후

크라운, 농심, 롯데 캔디 3강 체제

#2 문제상황

하지만,

‘어린이 방송’을 연상하게 하는 커뮤니케이션 톤앤매너 때문에

말랑카우 보이즈



말랑말랑 폭신폭신탄콤달콤
우리는 말랑카우보이즈



말랑성주 / 폭신폭신탄콤 / 스위트킴
잡쉬바요 말랑카우~폭신폭신탄콤 말랑카우~

노래와
유행

구호
외치기

어린이 방송



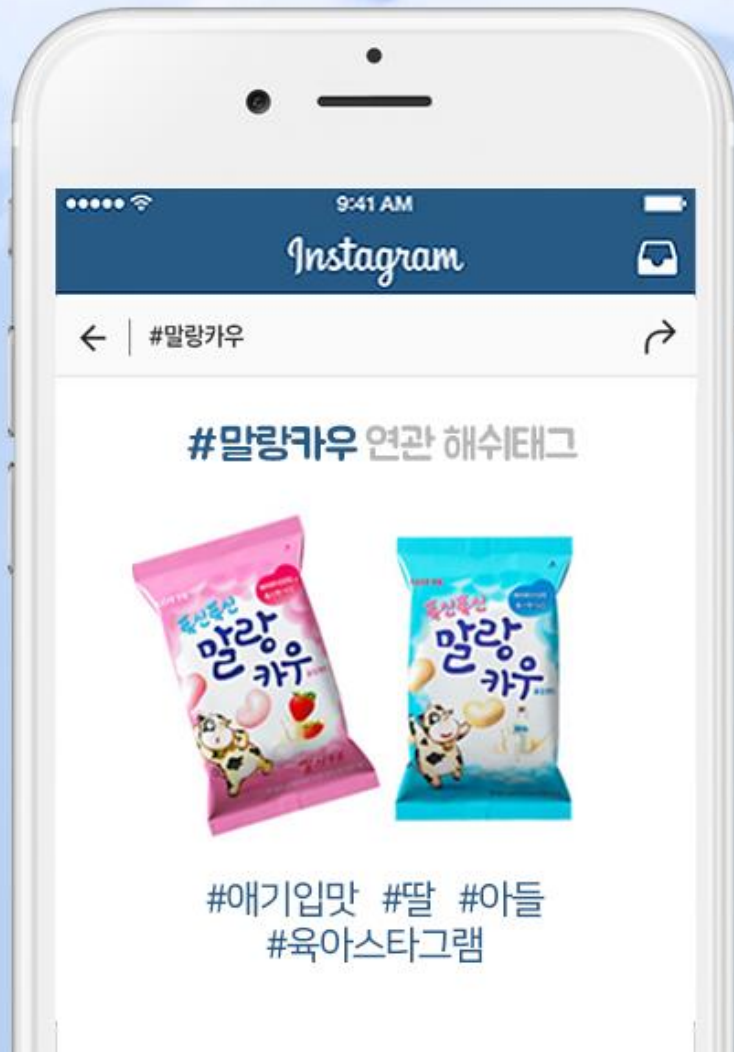
신나게 멋지게 뚜앙 너도나도 도전해볼까
뚜뚜 뚜앙 뚜뚜뚜 뚜앙
〈출처: EBS-딩동댕 유치원, 뚜앙체조〉



엄마 짹짹! 나도 짹짹! 문제도 짹짹!
〈출처: MBC-뽀뽀뽀〉

#2 문제상황

말랑카우의 핵심 이미지인 귀여움이 '아이들의 전유물'이라는 오해를 받기 시작했다



이OO (여, 37, 회사원)

아무래도 제 나이가 있다 보니까
말랑카우 같은 걸 사먹으면 처음에는 회사 사람들이
“이게 뭐야~ **완전 애기들 먹는 걸**
너가 먹으면 어떡해~”라며 놀렸었어요



박OO (남, 32, 작곡가)

안 그래도 제 나이에 캔디류를 즐겨 먹으면
애기입맛이라고 놀림 받는데...
말랑카우를 먹는 경우엔 주변에서
특히 더 뭐라고 하더라고요.



송OO (여, 35, 교사)

보면 우리 반 **아이들이 좋아할 것 같다.. 그 정도?**
사실 제 나이가 그런 거 좋아하면 이상하게 볼 나이라...
말랑카우는 아이들이 워낙 좋아해서 교무실에 오는
아이들에게 하나씩 주려고 사놓는 편이에요

지금과 같은 오해가 지속되면
어른들의 마음이 돌아설 가능성이 있다

온가족이 즐기는 말랑카우가 되기 위해서도
소프트 캔디시장 NO.1이 되기 위해서도

말랑카우의 귀여움이 어른들과도 通하게 해야한다!



어린이다운
귀여움



1



2



3



4



5



모두에게
통하는
귀여움

특모닝!!



말랑카우 어른들과의 귀여움 CODE를 맞춰라!!!

#3 타겟분석

어른들에게 말랑카우의 핵심이미지 '귀여움'이란? 기분 좋은 칭찬이지만 즐기기에는 어색한 감정

Q1. 귀엽다는 소리를 들으면 어떤가요?

Q2. 그렇다면 귀엽다는 소리를 즐기시나요?



기분 나쁘다
29%



기분 좋다
71%



즐기지 못한다
67%



즐기고 있다
33%

요즘 너무 아저씨 스러워졌나? 라는 생각이 있는데
들으면 아직 그래도 **아저씨같지는 않구나** 하면서 기분 좋아요

38세 남자

하지만 귀엽다는 소리를 누구한테 자랑하겠어요
마음껏 즐길 수 있는 이야기는 아닌 것 같아요

물론, 어떤 느낌으로 말하느냐에 따라 다르긴 하지만
대체로 귀엽다는 소리를 **싫어하는 여자가 있을까요?**

35세 여자

기분 좋은 건 사실인데 나이가 나이이다보니
마냥 좋아하기에는 조금 **철 없게 보일 것 같고 어색해요**

나이가 들수록 남자는 애가 되간다고 하잖아요
남들한테 말을 못해서 그렇지 들으면 확실히 기분 좋기는 해요

52세 남자

그걸 어떻게 즐기겠어요? 회사에서는 임원으로써
가정에서는 가장으로써 모습이 있는데

말하는 사람도 귀엽게 말해주기만 한다면
친근해보이고 괜시리 기분 좋아지는 것 같아요

47세 여자

기분 좋은 걸 표시하면 나이 먹고 애같다고 할까봐
있는 그대로 즐기기가 어려운 것 같아요

출처:
자체 설문조사, n=53

#3 타겟분석

그들이 즐기지 못하고 있는 이유 귀여운 그들을 바라보는 남들의 시선이 신경쓰였기 때문

Q2. 그렇다면 귀엽다는 소리를 즐기시나요?



“ 대한민국에는 눈치보는 문화가 있다
사회생활 속에서 필요한 눈치를 보는 것을 넘어서서
개인의 삶 속에서도 남의 시선을 신경쓰며
남들의 반응을 생각하며 감정을 표출한다



즐기지 못한다
67%



즐기고 있다
33%

38세 남자

하지만 귀엽다는 소리를 누구한테 자랑하겠어요
마음껏 즐길 수 있는 이야기는 아닌 것 같아요

35세 여자

기분 좋은 건 사실인데 나이가 나이이다보니
마냥 좋아하기에는 조금 철 없어 보일 것 같고 어색해요

52세 남자

그걸 어떻게 즐기겠어요? 회사에서는 임원으로써
가정에서는 가장으로써 모습이 있는데

47세 여자

기분 좋은 걸 표시하면 나이 먹고 애갈다고 할까봐
있는 그대로 즐기기가 어려운 것 같아요

출처:
자체 설문조사, n=53

하지만 최근들어 더이상 눈치보지 않고 귀여움을 드러내는 어른들이 등장하면서 큰 사랑을 받고 있음

볼·애 : 볼수록 애같다



김상중은 이전과는 달리
“기상공고도” 같은 애교를 시도하는 등
의외의 모습을 보여주며 귀여움을 드러내고 있다

마블리, 마요미, 마뿐이



강한 인상! 상남자의 대명사
트레이너 출신의 근육질 몸매이지만
SNS를 통해 거친 외모에 숨겨진 귀여움을
발산하면서 팬들에게 친근하게 다가오고 있다

황혼의 로맨스 귀여움 폭발



드라마 디어마이 프렌즈 속에서는 똑같이
‘꼬마’라는 달달한 호칭을 사용하고
‘굿밤’이라는 다정한 문자를 보내며
황혼의 로맨스도 귀엽고 설레고
사랑스러울 수 있다는 것을 보여주고 있다

**귀여움은
더이상 어린이를
대표하는 속성이
아니다**



**이제는
어른들도
귀여울 수 있다**



**따라서 말랑카우가
남의 시선 때문에 귀여움을 즐기지 못하는 그들을 대변해주자!**

나이가 나이다보니
직위가 있으니까...
애기입맛...?
먹기 좀 그렇겠지?



남의 눈치보기 바쁜 귀여운 나



나이가 무슨!
직위는 무슨!
입맛은 무슨!
그냥 취향일 뿐! 먹어!



눈치보지 말고 귀엽도록 해!

어른들도 귀여울 수 있다

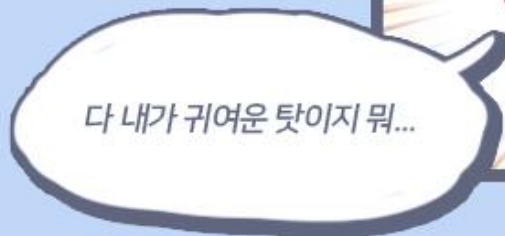
“

사람은 누구나 다 귀여울 수 있소
숨기지마소
말랑카우가 도와드리겠소

”



마치 나처럼
귀엽소!



다 내가 귀여운 탓이지 뭐...



부장님!!!
제가 귀여우면 됐지
뭘 더 바라세웁!!!!



오늘은
그만
귀엽도록
하겠소

그럼
이만

Campaign Theme

귀여웁복지부

누구나 귀여울 권리가 있다

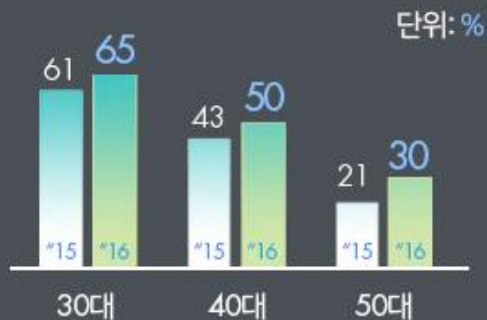
전국민이 귀여워지는 디지털 캠페인!

귀여움 복지부 – 대신 귀여워드립니다

어른들의 귀여움 권리를 찾아주기 위한 캠페인의 중추 SNS 플랫폼
대전(대신 전해드립니다), 대숲(대나무숲) 형태의 페이스북 페이지 이용

3050의 높아진
SNS 친숙도

3050 2명 중 1명은
SNS 사용



출처: SNS 이용추이 및 이용행태 분석_정보통신정책연구원(2016.04)

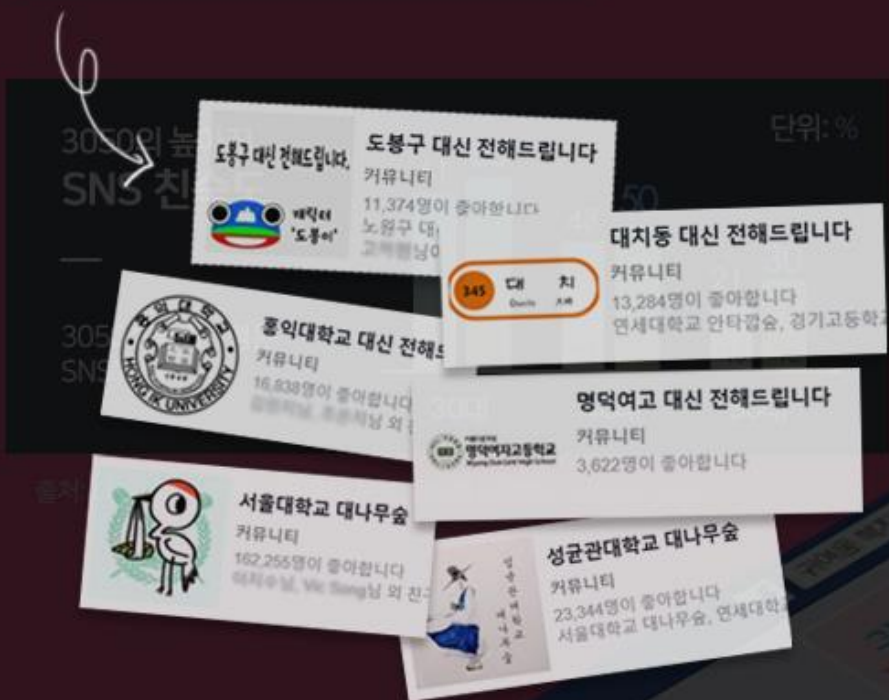


Core Platform

? 귀여움 복지부 - 대신 귀여워드립니다

CASE STUDY

어른들의 귀여움 권리를 찾아주기 위한 캠페인의 중추 SNS 플랫폼
대전(대신 전해드립니다), 대숲(대나무숲) 형태의 페이스북 페이지 이용



2014년 처음 등장하여 고등학교, 대학교 및 지역구 페이지까지 확산

페이스북 메시지와 익명 제보함을 통해 사연을 전달 받고 그것을 익명 콘텐츠화하여 페이스북 페이지에 대신 업로드 해주는 SNS 플랫폼

귀여움 복지부 - 대신 귀여워드립니다

SNS 플랫폼 이용 PROCESS

익명 SNS 플랫폼을 통해
남들에게 말하지 못했던, 그리고
무시받았던 자신의 귀여운 생각을
익명으로 자유롭게 제보

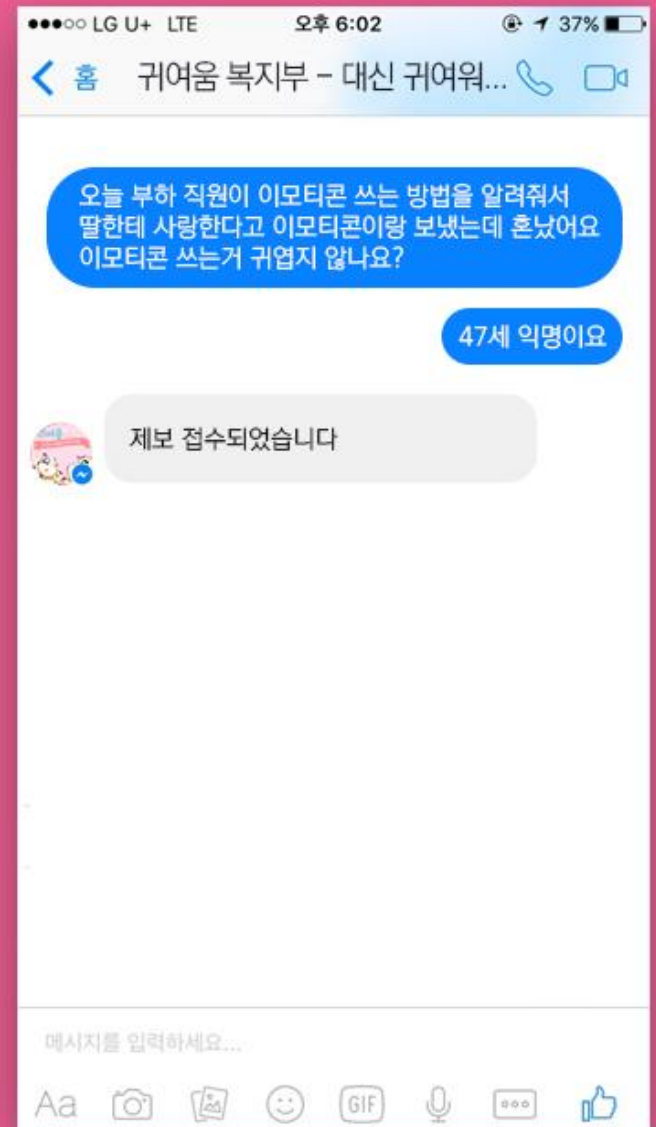
이는 콘텐츠화 되어 게재되고
댓글을 통해 사람들과 소통할 수 있게 된다



① 페이스북 페이지 개설



② 제보함 또는 메시지를 통해 제보



귀여움 복지부 - 대신 귀여워드립니다

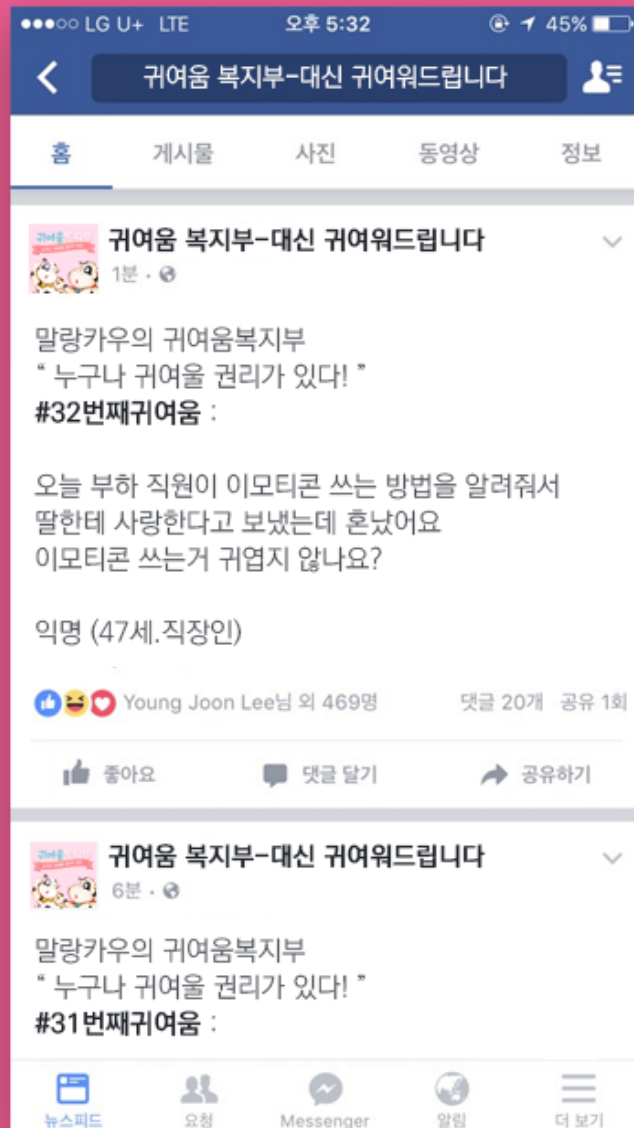
SNS 플랫폼 이용 PROCESS

익명 SNS 플랫폼을 통해
남들에게 말하지 못했던, 그리고
무시받았던 자신의 귀여운 생각을
익명으로 자유롭게 제보

이는 콘텐츠화 되어 게재되고
댓글을 통해 사람들과 소통할 수 있게 된다



③ 익명화를 거쳐 콘텐츠 게시



④ 댓글 통해 소통 및 공감





>> 플랫폼 유입 단계

어른들의 귀여움을 대변하기 위한 플랫폼을 준비한 후,
우리는 어른들의 귀여운 생각을 제보받기 위해 그들의 일상생활로 침투!
다양한 매체를 통해 ENGAGEMENT를 이끌어낼 수 있소



캠페인 런칭 티징 광고

누구에게나 귀여울 권리는 있다

유튜브 및 SMR을 중심으로
캠페인의 호기심을 유발하는 티징광고 집행

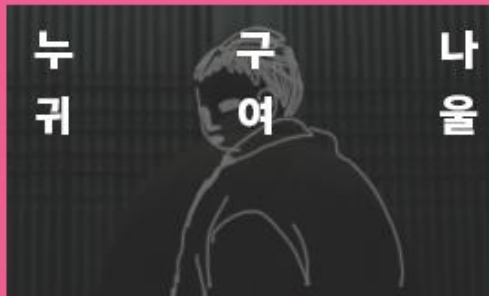


#1



Audio : Lazenca, Save Us (intro) [웅장함]
Video : 뒤 돌아서 있는 덩치 좋은 남자

#2



Audio : 두둥! 효과음 (자막과 함께 등장)
Video : 서서히 옆으로 도는 남자

#3



Audio : 두둥! 효과음 (자막과 함께 등장)
Video : 말랑카우를 꺼내들며 앞으로 도는 남자

#4



Audio : 두둥! 효과음 (자막과 함께)
Video : 말랑카우 껌질을 천천히 까는 남자

#5



Audio : 배경음악 fade out, 뽀로롱! 효과음
Video : 말랑카우를 먹으며 흐뭇해하는 남자

#6



Audio : 누구나 귀여울 권리는 있다, 말랑카우 (narr)
Video : BI 이미지 + 페이스북 페이지 링크

말랑다르크 동상

플랫폼 활성화를 위한 옥외광고

유동인구가 많은 강남 한복판에
구국의 소녀 잔다르크를 패러디하여
말랑카우가 귀여움의 권리를
찾아 준다는 메시지를 전달

말랑카우의 귀여움과 새로운 동상이 주는
호기심으로 인해 SNS 인증샷
바이럴을 이끌 수 있음

귀여움복제부
누구나 귀여움 권리가 있다

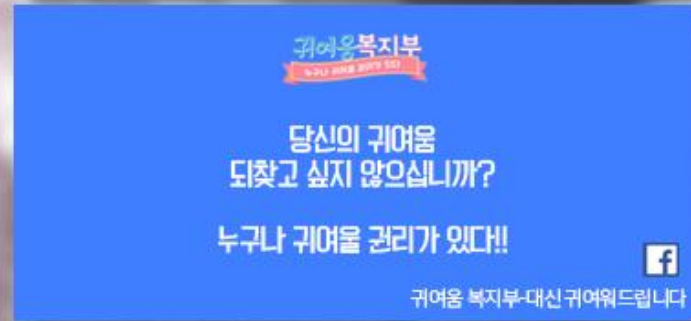


귀여움 해결사

플랫폼 활성화를 위한 PRINT광고

떼인 돈 받아드립니다를 패러디한
떼인 귀여움 찾아드립니다.

지하철 등에서 말랑카우가
직접 나누어 주며 호기심을 유발



* 발생한 쓰레기는 모두 수거해야 합니다

귀여움 알린이

플랫폼 활성화를 위한 마트 광고

구매가 직접적으로 이루어지는 마트에서
말랑카우가 어른들의 귀여움을 장려하고
플랫폼으로 유입한다



귀여움 권리 선언

플랫폼 활성화를 위한 ONLINE 포스터

롯데제과 인스타그램 계정과,
페이스북에 게시함으로써
흥미를 유발하고 메인 플랫폼으로의
유입을 이끈다.





>> 플랫폼 활용 세부내용

이처럼 어른들의 활발한 참여를 통해 양산된 콘텐츠들은
'귀여운 생각'이라는 이름으로 재탄생!
카드뉴스, 영상광고, 전시회, 제품 패키지 활용 등
다양한 형태로 각색하여 브랜드 콘텐츠로 다시 한 번 활용할 수 있소



귀여움 복지부 - 이 주의 귀여운 생각

플랫폼 운영 세부내용

게재되었던 콘텐츠들 중 좋아요, 댓글수의
활발함을 토대로 콘텐츠별 도달율 환산

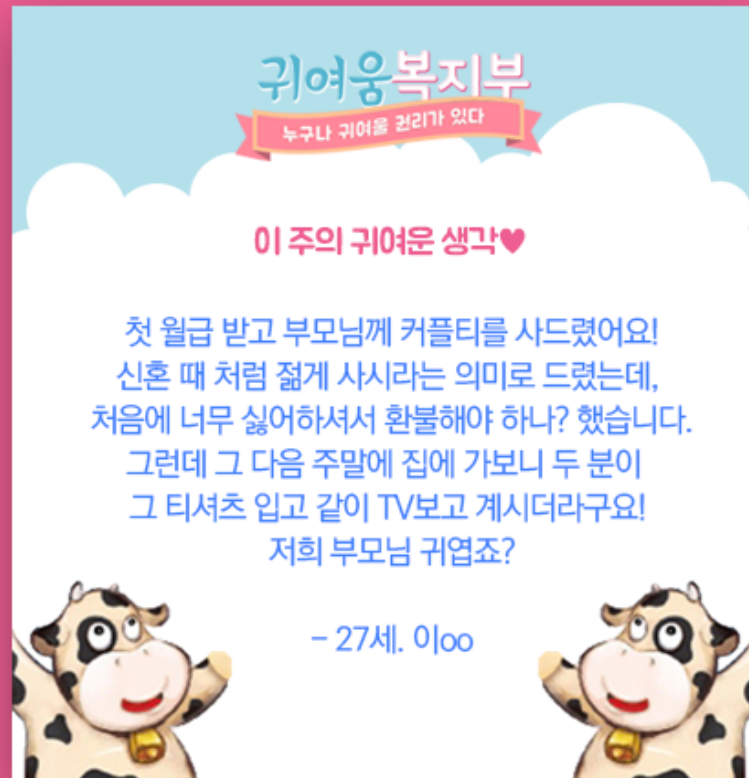
높은 순서대로 3위까지 선정하여
이달의 말랑한 생각으로 콘텐츠 재게재



도달율을 기준으로

>> 이 주의 귀여운 생각은...

< 카드형 콘텐츠로 재생산 >



이 주의 '귀여운 생각' 선정



귀여운 생각 - 영상 시리즈

캠페인의 메인 영상 콘텐츠 시리즈물

인기 있었던 귀여운 생각을 토대로
소비자들의 사연을 각색하여 실제 캠페인
영상광고 제작, 어른들과 소통하는
인터랙티브한 이미지 제고

제작한 영상은 시리즈물로
대신 귀여워드립니다 페이지에 게시.



Example 부장 편

#1



늦은 저녁, 일이 많아서 퇴근하지 못하고 야근하는 팀원들

#2



(팀원들에게 말랑카우를 주며)
이거 먹고 다들 화이팅해요!

#3



부장님: 나는 이런 건 필요없네!
애도 아니고...

#4



(일을 마치고) 수고했어!
이제 다들 퇴근해야지??

#5



부장님.. 저희 퇴근해보겠...

#6



(말랑카우를 먹다 들킨 부장님)

#7



부장님: 크흠! 퇴근이나하게!

#8



누구나 귀여울 권리는 있다! 말랑카우

귀여운 생각 - 영상 시리즈

캠페인의 메인 영상 콘텐츠 시리즈물

인기 있었던 귀여운 생각을 토대로
소비자들의 사연을 각색하여 실제 캠페인
영상광고 제작, 어른들과 소통하는
인터랙티브한 이미지 제고

제작한 영상은 시리즈물로
대신 귀여워드립니다 페이지에 게시.



Example 엄마 편

#1



(주말저녁 TV를 보는 가족)
아빠: 흠... 출출한데..?

#2



(말랑카우를 가져온 딸)
딸: 그럼 우리 이거 먹자!

#3



엄마: 너는 애도 아니고 아직도
이런거 먹니? 이리 줘! 공부나 해

#4



딸: 갑자기 왜! 나만!
(방으로 들어가서 공부한다)

#5



(방에서 나오며)
딸: 엄마나 공부 다 했..

#6



(말랑카우를 먹다 들킨 엄마)

#7



엄마: (멋쩍은듯 웃으며) 같이 TV
볼까?

#8



누구나 귀여울 권리는 있다! 말랑카우

귀여운 생각 전시회

귀여움 복지부 플래그십스토어

인기 있었던 귀여운 생각들을 작품화하여
말랑카우를 먹으며 즐길 수 있는
귀여운 생각 전시회 개최

말랑카우가 어른들의 귀여움을 대변한다는
인식을 공고히 함과 동시에
유쾌한 브랜드 경험을 제공

귀여움 복지부
누구나 귀여움 권리가 있다



말랑카우가 전하는 귀여운 메세지

어른들이 귀여워지기 위한 패키지 리뉴얼

현재 진행하고 있는 패키지 메시지에
귀여운 생각, 신조어를 반영한
메시지를 추가공감을 통한 단순 바이럴을 넘어
실천까지 하는 하나의 놀이가 될 수 있도록
패키지 리뉴얼 진행

말랑블리*
말랑꾸우
뿌우우
기싱꿍꼬또
세젤귀*
귀엽소
오늘도 귀여워 ♥
귀여움 흘리셨어요
뽕야뽕야

* 말랑블리: 말랑카우 + Lovely

* 세젤귀: 세상에서 제일 귀여운



귀여움 복지부 장관 선거

캠페인 확산을 위한 참여형 프로모션

캠페인 말미, 참여 리프레쉬를 위해
페이스북 투표 기능을 활용한
귀여움 복지부 장관 선거 프로모션 진행
밀크, 딸기, 바나나 각 맛 별 말랑카우가
후보자가 되어 투표를 이끌어 냄

선호도 조사 등 실제 선거과정을
그대로 재현함과 동시에
이를 SNS 콘텐츠로 활용하여
선거과정을 실시간으로 중계 할 수 있도록 함



STEP 1

말랑카우 선거 유세영상 촬영
페이스북 콘텐츠 배포



STEP 2

맛별 공약 콘텐츠 게재
선거진행 과정 콘텐츠화



STEP 3

오프라인 선거 유세
프로모션 진행



STEP 4

라이브 스트리밍 기능 활용
중간선호도 집계 및 개표 생중계

귀여움복지부의 활동들을 정리하면

그들의 일상 속에서

—
캠페인 런칭 티징 광고
말랑다르크 동상
귀여움 해결사
귀여움 알림이
귀여움 권리 선언을

—
확인함으로써

1

플랫폼 참여가 극대화되고

플랫폼에서

—
귀여움 복지부 - 대신 귀여워드립니다
이 주의 귀여운 생각
귀여운 생각 - 영상 시리즈와
함께

—
참여함으로써

2

귀여움 권리를 찾게되고

다시 한번 일상 속에서

—
귀여운 생각 전시회
말랑카우가 전하는 귀여운 메시지
귀여움 복지부 장관 선거를

—
즐기면서

3

귀여운 생각이 확산된다

그렇게 된다면 다음과 같은 효과가 생겨



**말랑카우는 온가족이 즐기는 캔디로
소프트 캔디 시장 NO.1으로 거듭날 수 있다**

전 국민이 귀여워지는 그날까지

귀여움복지부

누구나 귀여울 권리가 있다

는

멈추지 않습니다

- 감사합니다 -