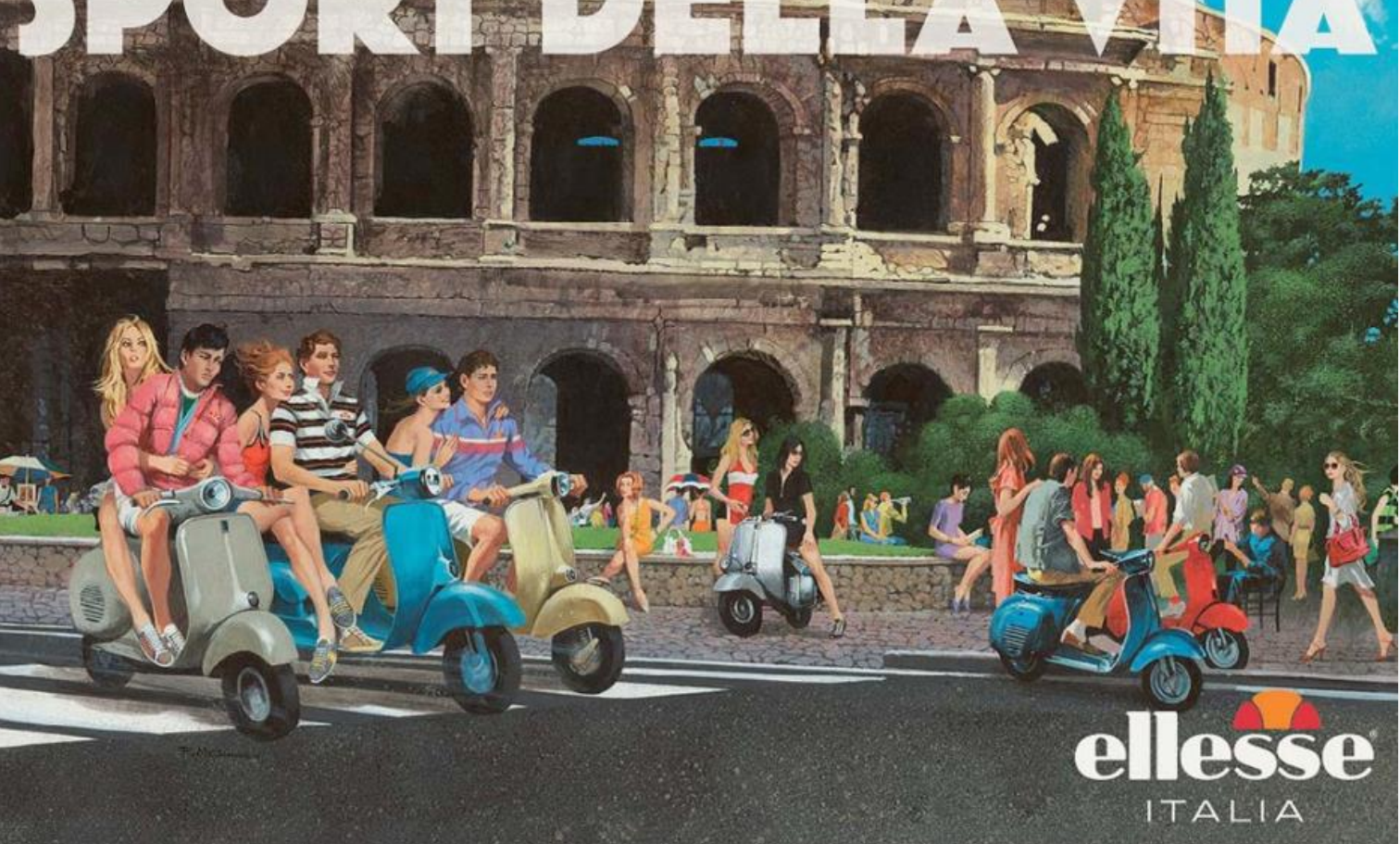




엘레세? 그거 옛날 브랜드 아니에요?



Ellesse는 80-90년대에 선풍적인 인기를 끌던 기업이었습니다.

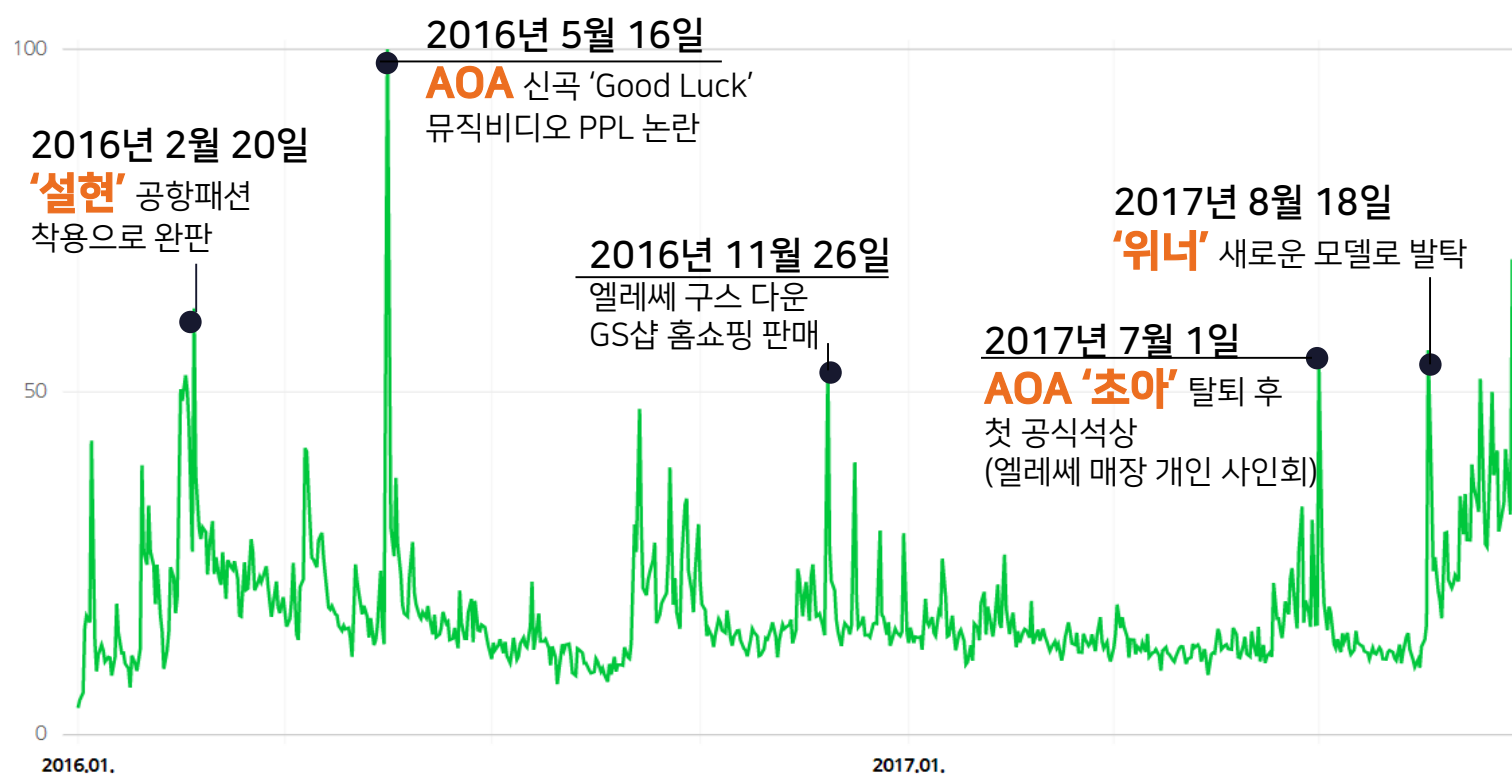
하지만 시간이 지남에 따라 쇠약 해졌고,

결국 2014년 **한국사업을 철수**하게 됩니다.



2016년 재론칭하면서 걸그룹 'AOA'를 모델로 채용하고,
이후 인기 보이그룹 '위너'를 모델로 채용하면서

2535세대를 타겟으로 하기 위한 노력을 했습니다.



하지만, 2016년 네이버 트렌드 분석 결과,
엘레세의 검색 빈도수가 높아진 건 광고모델과 관련된 이슈 일 뿐

브랜드 인지도 자체는 상승하지 못했습니다.

그렇다면 엘레세는 브랜드 인지도를 높이기 위해
어떤 전략을 펼쳐야 할까요?

Collaboration



Collaboration

콜라보레이션은 '둘 이상의 당사자가 역량과 자원의 공유를 통해 서로 협력하는 것'

소비자에게 **신선한 느낌**을 전달하고,
이와 함께 제품이나 서비스에 대한 **관심**과 **주목**을 이끌어내며,
더 나아가 사업상의 **시너지**를 내는 것이 목표입니다.



소유 X 정기고



볼빨간 사춘기 X 스무살

콜라보레이션의 대표적인 예는 '음반시장' 입니다.

인지도가 낮은 가수들이 높은 가수들과 콜라보레이션을 함으로써 인지도를 향상시키고, 나아가 개인 활동에서도 긍정적인 영향을 끼쳤습니다.



8" x 새우깡

귀염 폭발 위트 폭발! 바삭바삭 콜라보

현재 패션 업계 트렌드는 식품업계와의 **'콜라보레이션'**입니다.

패션업계는 대중들에게 친숙한 브랜드를 활용해 인지도 확장,
식품업계는 오래된 이미지를 벗고 젊고 신선한 이미지 획득하여
서로 시너지 효과를 얻게 됩니다.



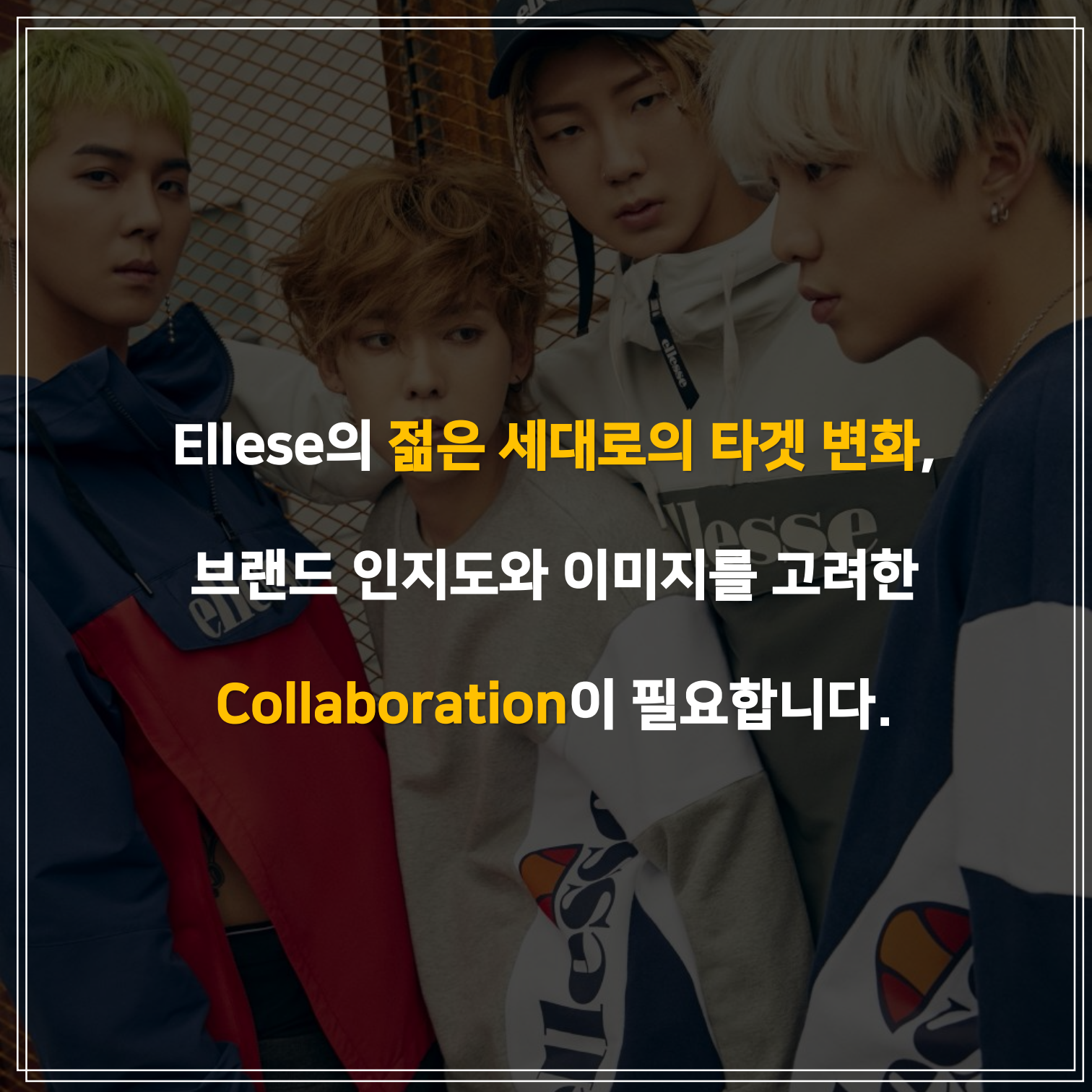
따라서 인지도가 낮은 엘레세는
비교적 인지도가 높고, 젊고 신선한 이미지를 지닌 스프라이트 같은
기업과 콜라보레이션을 통해

브랜드 인지도를 상승시켜야 합니다.



힐라 X 마운틴듀

힐라와 마운틴 듀의 콜라보처럼, 스프라이트의 색상은 가져오되,
엘레쎬의 기존 느낌은 유지할 수 있는
콜라보레이션을 진행해야합니다.

A group of four young men are shown from the chest up, looking towards the camera. They are wearing Ellese clothing: a blue and red jacket, a grey hoodie, a white hoodie with a blue cap, and a blue and white jacket. The background is a chain-link fence. The text is overlaid on the image.

Ellese의 젊은 세대로의 타겟 변화,
브랜드 인지도와 이미지를 고려한
Collaboration이 필요합니다.