

# 2013 대한민국 대학생 광고경진대회 OT 자료

주제 : 동북아 LCC시장에서의 차별적 브랜드 포지셔닝을 위한 마케팅 전략

동북아 LCC 시장의 급격한 성장과 치열해지는 경쟁구도 속에서,  
경쟁력 있는 차별적 브랜드 포지셔닝을 위한 마케팅 커뮤니케이션 전략

## I. 시장 상황

### 1. 제주 관광객 증가 추세 유지

- 올레길 등 국내 레저 관광수요의 지속 증가
- 중국인 입도 관광객 수요 증가 추세 지속

### 2. LCC 시장 점유율 증대 및 수익성 노선 경쟁 심화

- LCC 추가 기재 도입에 따른 공급 증대
- 국내 LCC 단거리 해외노선 진출 강화
- 해외 LCC의 한국시장 본격 공략

### 3. 중/단거리 노선 여행 수요 증가

- 내국인, 중국 및 동남아 LCC 여행 수요 증대
- 한류에 의한 중국/동남아 인바운드 관광 활성화
- 일본노선의 점진적 수요 회복 예상

## II. 자사 분석

### 1. 진에어 비전

“실용 중단거리 항공사”

## 2. 진에어 미션

- 누구나 부담 없이 이용할 수 있는 "편리한 항공사"
- 합리적인 소비자가 선택하는 "실용적 항공사"
- Global Standard 수준의 "안전한 항공사"

## 3. 진에어 슬로건

"Fly, better fly"

핵심적인 서비스는 세련된 감각으로 강화하고, 불필요한 서비스는 과감히 버리고,  
복잡한 수속이나 규정은 심플하게 변경하고, 열정과 혁신으로 철저한 비용절감을  
통하여 매우 합리적이며 경쟁력있는 항공요금을 제공하는 것

## 4. 서비스 차별화 전략

- a. PS VITA 렌탈 서비스
- b. 지니 키즈밀 운영
- c. 가족할인운임 제도
- d. 좌석 미지정(ZONE 배정 / 국내선에 한함)
- e. 캐주얼한 승무원 유니폼
- f. 진MARKET
- g. SAVe tHE AiR 캠페인

## Ⅲ. 커뮤니케이션 목표 및 전략 방향

1. LCC시장의 급격한 성장과 치열한 경쟁구도 속에서 진에어만의 차별성과 경쟁력을 반영한 커뮤니케이션 전략으로 No.1 LCC로 도약할 수 있는 브랜드 이미지 강화
2. 지금까지 진에어 및 타항공사에서 진행한 온라인 및 오프라인 캠페인과 차별화된 독창적인 프로모션 전략

### 3. 저비용 항공사의 사업방향에 적합한 비용 효율성을 감안한 커뮤니케이션 전략

## IV. 커뮤니케이션 타겟

여행에 대한 관심이 높고, 안정성과 실용성을 중시하는 합리적인 20~39 소비자

## V. 커뮤니케이션 전략 범위

### 1. 360도 관점(방송/인쇄/온라인/프로모션 등)에서 접근하되, 아래의 항목을 포함할 것

- 온라인 광고 및 SNS 연계 캠페인 전략
- 오프라인 프로모션 전략
- 온/오프라인을 연계한 IMC 전략

## 참고사이트

- 진에어 홈페이지 : <http://www.jinair.com/>
- 진에어 페이스북 : <http://www.facebook.com/JinAir>
- 진에어 트위터 : [https://twitter.com/JinAir\\_LJ](https://twitter.com/JinAir_LJ)