



코카콜라의 뉴코크 마케팅 실패 사례 분석



온페이퍼의 사례 분석 보고서



Contents

1. The Coca-Cola Company의 주요 정보	3
2. Coke, The No. 1 Brand	4
3. 뉴코크의 개발 배경	5
4. 뉴코크의 출시	7
5. 소비자의 저항	8
6. 코카콜라의 부활	9



코카콜라의 뉴코크 마케팅 실패 사례 분석

은페이퍼 Case Study

1. The Coca-Cola Company의 주요 정보

구분	내용
Company Type	Public
2003 Sales	\$21,044.0
1 Year Sales Growth	7.6%
2003 Net Income	\$4,347.0
1 Year Net Income Growth	42.5%
2003 Employees	49,000
1 Year Employee Growth	12.5%
Chairman and CEO	E. Neville Isdell
Competitors	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Cadbury Schweppes</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Nestle</p>  <p>Good Food, Good Life</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>PepsiCo</p>  </div> </div>

※ 비교 : 2004년 집계 자료임



2. Coke, The No. 1 Brand

전 세계에서 매초 8,000여 병, 하루 10만 명에 가까이 팔리는 브랜드, 이름하나만으로도 900억 달러에 이르는 가치를 지닌 코카콜라는 누가 토를 달 이유도 없이 세계 제일의 음료 브랜드이다.

100년이 넘는 역사를 지닌 전통과 그 오묘한 맛은 전 세계인의 입 맛을 사로 잡았으며, 세계인들이 가장 좋아하고 즐겨 마시는 음료가 되기에 충분했다.

하지만 1985년 코카콜라는 단 한번의 실수로 엄청난 비용을 낭비하고 소비자들에게는 지탄을 받게 되었는데 이러한 것은 바로 코카콜라의 유일한 맛수라고 할 수 있는 ‘펩시’ 때문이었다.

매번 코카콜라이 밀려 시장에서 2인자의 자리에 머무르던 펩시는 ‘펩시 챌린지’라는 소비자 프로모션을 통하여 코카콜라를 압박해왔다. 펩시 챌린지는 소비자들에게 눈을 가리고 펩시와 코카콜라를 마시게 한 후 맛이 더 좋은 제품을 선택하게 하는 프로그램이 핵심이었는데 여기에서 펩시가 많이 선택되자 펩시는 흥이 났고 코카콜라는 초조해 지기 시작하였다.



3. 뉴코크의 개발 배경

코카콜라가 100년동안 이어오던 코카콜라의 맛을 조정하여 '뉴코크(New Coke)'를 출시한 데에는 내부적 요인과 외부적 요인으로 나누어 생각해 볼 수 있다.

1) 내부
당시 코크
시장을 점
제품들에

본 사례는 비즈니스 지식마켓 온페이퍼(www.onpaper.co.kr)에서 제공하는 사례분석 샘플 자료입니다.

콜라의
탄산음료

이러한 상
떨어진 것

온페이퍼에서는 다양하고 풍부한 사례분석 자료 및 기획서, 템플릿, 시장통계, 업무서식 자료 등을 제공하고 있습니다.

21%까지

코카콜라

있는 코카콜라의 경영진은 제품 자체에 대한 면화를 모색하게 되었다. 이러한 면화가 확신으로 다가온 데에는 펄시와 맛이 비슷한 다이어트 코크가 성공한 데 있었다.

여 패배하고