



NOMINATED AWARD CATEGORY

BEST COMMERCE BEST SHORTS



FINALIST

하루만에 텡발네! 11번가 슈팅배송

11번가, 오버맨, 러브앤드머니, SMC&C, 인크로스

CAMPAIGN GOALS

캠페인 목표

- 서비스 인지도 제고
- 서비스 이용경험 상승

CAMPAIGN KPI

캠페인 KPI

- 인지도(Awareness)
- 세일즈 증대(Sales Growth)

BUSINESS CONTEXT

캠페인 배경 및 비즈니스 목표

11번가는 4위권을 형성 중인 국내 리딩 온라인 쇼핑몰이지만, 11번가의 슈팅 배송은 '빠른 배송' 경쟁에 갓 참전하는 신규 플레이어로 이미 시장에서 자리를 선점하고 있는 경쟁자들 사이에서 존재감을 보여주어야 했습니다. 이에, e-커머스 내 활발한 소비활동을 하는 F3049를 핵심 타겟으로, 신규 소비자 유입을 위해 MF2549를 서브 타겟으로 설정하였습니다.

[11번가 슈팅배송] 코카-콜라가 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/watch?v=p4kHzi6TTnE>

[11번가 슈팅배송] 코카-콜라가 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/watch?v=9oKfdCj88Xk>

[11번가 슈팅배송] 햇반이 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/shorts/xUohcQe3XDUD>

[11번가 슈팅배송] 햇반이 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/watch?v=bzmOUD1dfE4>

[11번가 슈팅배송] 테크가 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/shorts/ypO10MCZI-A>

[11번가 슈팅배송] 테크가 벌써? 하루만에 텡발네
<https://www.youtube.com/watch?v=EayVXIHLRn8>

CREATIVE STRATEGY 크리에이티브 전략

11번가 슈팅배송은 단순히 '빠르다'는 것을 넘어 '높은 품질의 상품을 빠르게 받을 수 있다'는 의미를 담은 비주얼과 메시지로 영상 크리에이티브를 제작하였습니다. 이를 잘 표현하기 위해 11번가 슈팅배송 내 높은 품질의 상품을 대표하는 브랜드(코카콜라-콜라, CJ 제일제당-햇반, LG생활건강-테크세제) 상품을 메인 소재로 활용하였습니다. 거대한 상품이 빠르게 날아와 땅에 꽂히는 임팩트 있는 비주얼을 기반으로 슈팅배송으로 인식되게끔 하여 소비자 시선을 사로잡도록 기획하였습니다.

강력한 비주얼과 더불어 11번가 슈팅배송을 연상하게 하는 카피로 '(빠르게) 받는다'는 배송의 핵심이라는 특성을 고려하여 '킹받네' 유행에서 비롯된 '팅받네'라는 신선한 카피를 개발하였습니다.

이 외 타겟의 최근 유튜브 영상 소비 행태가 가로형에서 세로형(Shorts)으로 옮겨가고 있다는 점과 영상의 핵심 크리에이티브를 가장 임팩트 있게 보여줄 수 있는 방법이라는 점을 고려하여 세로형 크리에이티브를 메인 소재로 활용했습니다.

YOUTUBE STRATEGY YouTube 활용 전략

1. 캠페인 메인 광고 미디어로 YouTube 활용

유튜브는 TV를 대체할 수 있는 디지털 메인 영상 플랫폼으로 영상 시청 고관여 유저가 다수 모여있고, 재생 목록을 통해 쉽게 연관 영상을 시청할 수 있는 장점이 있는 미디어입니다. 또한 각 연령대 및 성별, 타겟의 관심사를 넓게 커버하고 있는 매체로 유튜브를 고객 미디어 소비 여정 내 가장 효과적인 접점이라고 판단하였습니다.

2. YouTube 상품 믹스를 통한 시청 및 노출 극대화

캠페인 초반, 시청 및 노출 극대화를 위해 트루뷰 인스트림, 트루뷰 포 리치, 인피드 비디오 상품을 활용하였고 특히 짧고 강한 영상을 효율적이고 임팩트 있게 활용하기 위해 인스트림 광고 상품을 메인으로 사용했습니다. 후반부에는 범퍼 광고에 예산을 집중하여 메시지 상기도 확보에 집중하여 운영하였습니다.

YOUTUBE MIX YouTube 광고 믹스

트루뷰 인스트림, 범퍼 광고, 비디오 리치 캠페인, 인피드 동영상 광고

CAMPAIGN RESULT

캠페인 성과

1. 총 캠페인 1,183만 조회수 달성

- 평균 조회율 95% 달성으로 높은 메시지 이해도 및 공감 확보

BUSINESS RESULT

비즈니스 성과

1. '슈팅배송' 유튜브 검색량 전월 대비 2배 상승

2. 11번가 앱 사용자 수 전월 대비 105%, 경쟁앱 유입 소비자 109% 이상 상승

3. 전략 브랜드 결제거래액 및 구매 고객 수 증가

- 코카-콜라: 결제거래액 16배, 구매 고객 수 10배 상승
- CJ 제일제당: 결제거래액 16배, 구매 고객 수 11배 상승
- LG생활건강: 결제거래액 12배, 구매 고객 수 12배 상승