YouTube Works AWARDS

NOMINATED AWARD CATEGORY

BEST BRANDING: 브랜드 강화
BEST BRAND FANDOM
BEST BRAND EXPERIENCE

FINALIST

코카-콜라 제로 캠페인 with 뉴진스 'Zero'

한국 코카-콜라 유한회사, 오길비코리아, 덴츠홀딩스코리아, 캐러트코리아, 1CD, 어도어, 메조미디어

CAMPAIGN GOALS
캠페인 목표

- 제로 탄산음료 시장 내 1위 공고화

CAMPAIGN KPI
캠페인 KPI

- 인지도(Awareness)
- 고려도(Consideration)
- 호감도(Favorability)
- 세일즈 증대(Sales Growth)

BUSINESS CONTEXT 캠페인 배경 및 비즈니스 목표

코카콜라는 130년 이상 전 세계인들에게 일상 속에 짜릿함을 제공했으며, 매번 새로운 마케팅 캠페인을 통해 여러 세대에 걸쳐 오랜 기간 동안 사랑받았습니다. 하지만 최근 치열해지는 제로 탄산음료 시장에서 소비자들에게 '코카-콜라 제로'만이 줄 수 있는 경험을 만들고자 했습니다.

주요 타겟인 GenZ에게 새로운 경험을 제공하기 위해, GenZ가 열광하는 '음악'에 주목했고, 남녀노소가 다 아는 구전 동여 '코카-콜라 맛있다'를 대세 아이돌 그룹 뉴진스만의 스타일로 재해석하여 신곡 'Zero' 음원과 뮤직비디오를 공개하였습니다.

NewJeans (뉴진스) 'Zero' Official MV
https://www.youtube.com/watch?v=XIOoqJyx8E4

NewJeans (뉴진스) 'Zero' Performance Video
https://www.youtube.com/watch?v=DrNtuAgwWgQ

코카콜라 맛있다😊 맛있으면 또 먹엉
https://www.youtube.com/shorts/KwwexUWed6M

ME too? 🤭 #NewJeans #뉴진스 #HANNI #HYEIN#Year_of_NewJeans #NewJeans_Zero
https://www.youtube.com/shorts/uKoj2Am2XgA

CREATIVE STRATEGY 크리에이티브 전략

뉴진스의 코어 정체성 중 하나인 세기말 Y2K 감성을 표방한 '레트로'와 남녀노소 모두가 아는 '코카-콜라 맛있다' 구전 동요를 결합하는 것이 코카-콜라와 뉴진스 만남의 절묘한 점이라고 판단했습니다. 이에 'Zero' 신곡 제작에 있어 뉴진스다움을 유지하며, 코카-콜라 제로의 브랜드 메시지를 전달하는데 집중했습니다.

뉴진스의 성공 방정식을 벤치마크하여, 뉴진스 공식 채널을 활용한 뮤직비디오 및 음원 공개를 시작으로 'Zero'에 대한 바이럴 모멘텀을 이어나가기 위해 순차적으로 댄스 퍼포먼스 영상과 각종 Shorts를 업로드하는 등 뉴진스의 앨범 론칭 방식을 차용한 캠페인 구조를 기획했습니다.

YOUTUBE STRATEGY YouTube 활용 전략

1. 바이럴 모멘텀 확산을 위한 순차적 YouTube상품 활용

YouTube 내 뉴진스 공식 채널을 통해 음원과 뮤직비디오를 최초 공개하였고, 공개와 동시에 YouTube Music에 음원을 등록하였습니다. 이후 지속적으로 팬덤 사이에서 화제성을 가져가기 위해 시차를 두고 댄스 퍼포먼스 비디오를 업로드하였고, 순차적으로 YouTube Shorts에 숏폼 영상을 업로드하여 바이럴 모멘텀은 이어갔습니다. YouTube 플랫폼 특성상 팬들이 직접 제작한 리액션 및 커버 영상이 업로드 되었고, 이 유행이 국내를 넘어 해외까지 퍼지며 화제성이 글로벌하게 확산되었습니다.

YOUTUBE MIX YouTube 광고 믹스

마스트헤드, 트루뷰 인스트림, 스킵불가한 인스트림, YouTube 셀렉트, 비디오 리치 캠페인, 비디오 뷰 캠페인, 비디오 액션 캠페인, 비디오 애드 시퀀싱, YouTube 채널

CAMPAIGN RESULT

캠페인 성과

1. 'Zero' YouTube 총 조회수 3,740만회 달성

- 뮤직비디오 업로드 1일 만에 '인기 급상승 동영상 1위' 달성
- 뮤직비디오 업로드 6일 만에 1,000만 View 달성

2. 좋아요 72만개 및 댓글 수 3.3만개 달성

3. 팬 메이드/크리에이터 콘텐츠 수 600개 이상 생산

- 팬 메이드/크리에이터 콘텐츠 총 조회수 641만회

BUSINESS RESULT

비즈니스 성과

1. 콜라 키워드 연관검색어 '코카-콜라' 언급량 86% 증가

2. '코카-콜라' 긍정어 언급량 232% 증가

3. 판매량 기준 작년 동기간 比 두 자릿수 이상 성장