



BEST COMMERCE



WINNER

근육절 - 랭킹닭컴

푸드나무, 이노션, 매스메세이지, 나스미디어

CAMPAIGN OBJECTIVES

캠페인 목표

- 다이어트 및 헬스 플랫폼으로의 인지도 제고
- 세일즈 증대

CAMPAIGN KPI

캠페인 KPI

- 인지도 (Awareness)
- 구매의향(Purchase intent)
- 세일즈 증대(Sales Growth)

BACKGROUND AND CONTEXT

캠페인 배경 및 비즈니스 목표

일부 e-커머스 브랜드가 상징 날짜를 점유해 대규모 기획전이나 프로모션을 진행하듯, 많은 소비자들이 운동에 돌입하는 여름 시즌에 랭킹닭컴만의 대규모 기획전을 열어보자는 취지로 진행되었습니다. 단기적으로는 '근육절' 캠페인 진행 동안 세일즈 확대를 목표로 하였으며, 장기적으로는 닭가슴살 제품군으로 한정되어 있는 브랜드 이미지를 확장하여 다양한 단백질 제품을 취급한 플랫폼으로서의 인지도를 제고하고자 하였습니다.

6월의 근육 대명절 | 근육절(Feat. 닭발 싸대기) | 런칭 편 (40s)

<https://www.youtube.com/watch?v=Of-v4W1aWB0>

6월의 근육 대명절 | 근육절 | 특근 편 (6s)

<https://www.youtube.com/watch?v=F8P0PQ4xV0c>

6월의 근육 대명절 | 근육절 | 뱃살 편 (6s)

https://www.youtube.com/watch?v=LyBZ_0-Jwic

6월의 근육 대명절 | 근육절 | 특급배송 편 (6s)

<https://www.youtube.com/watch?v=UrDelxoWj5g>

6월의 근육 대명절 | 근육절 | 근손실 편 (6s)

https://www.youtube.com/watch?v=xtsMgp_Hc_c



OVERALL EFFECTIVENESS

CAMPAIGN RESULT

캠페인 성과

1. 런칭편 트루뷰 인스트림 조회수
약 127만회/VTR51% 달성
2. 티징 영상 및 런칭편 영상
각 292%, 378% 높은 클릭 달성률 확보

CREATIVE STRATEGY 크리에이티브 전략

여름은 랭킹닭컴의 주요 소비층인 헤비 다이어터 뿐 아니라 일반 소비자도 몸을 관리하는 시즌으로, 기획전을 통한 플랫폼 유입을 극대화할 수 있는 최적의 시기입니다. 이에 초여름 시즌에 맞추어 헬스 플랫폼에 어울리는 '근육절'이라는 캠페인으로 소비자들이 공감하고 실제 구매까지 이어질 수 있는 크리에이티브를 기획하였습니다.

임팩트 있게 전달하기 위해 메시지만 간결하게 담아 6초 길이의 짧은 영상으로 제작하였으며, 실제 다이어터들이 공감할 수 있는 다양한 에피소드로 구성하였습니다. 이러한 내용을 가볍고 유치한 느낌이 아닌, 일상적이지 않고 영화와 같은 톤앤매너로 접근해 드라마틱하게 표현했습니다. 어울리지 않는 댄스 톤앤매너와 귀여운 닭발의 조화를 통해 위트 있고 영상미 있는 크리에이티브를 제작하였습니다. 또한 짧고 강렬한 영상 마무리에 근육절의 주요 내용을 담은 USP구간을 배치하여 기획전에 대한 주목도를 높였습니다.

“
사람들의 인식 상에
새로운 낱자 ‘근육절’을
상징으로 만들어낸
아이디어와 커머스 매출로
직결되는 캠페인 효과가
시너지를 이루는
캠페인이었음 ”

- 김경태 상무, 삼성전자

WHAT ROLE DID YOUTUBE PLAY?

YouTube 활용 전략

1. 영상 목적에 따른 YouTube 상품 믹스 집행

티저 영상 집행 기간에는 6초 논스킵 광고인 범퍼애드로 조회 주목도를 확보하고, 런칭 기간 동안 짧고 강렬한 에피소드로 구성된 6초 소재를 범퍼애드로, 각 편을 모아 편집한 30초 소재를 트루뷰 인스트림에 활용하여 조회 효율을 극대화하였습니다.

2. 관여도 높은 타겟 선별 및 활용

타겟의 관심사를 고려한 다이어트, 운동, 요리뿐 아니라 엔터테인먼트 및 미디어 분야를 관심사/구매의도 카테고리 선정하여 고관여 타겟의 유입을 안정적으로 확보했으며, 캠페인 시즌을 고려하여 휴가와 여행에 관심있는 타겟까지 유입될 수 있도록 하였습니다.

YOUTUBE MIX

YouTube 광고 믹스

트루뷰 인스트림, 범퍼 광고

