



NOMINATED AWARD CATEGORY

# BEST BRAND EXPERIENCE



**FINALIST**

**리바이포유 행복을빔(Beam)**  
에이치유지, 이노레드, 파올러스

## CAMPAIGN GOALS

### 캠페인 목표

- 임산부(예비 엄마) 대상 리바이포유 인지도 및 선호도 상승
- First trial 유도를 통한 신규 고객 전환 목표
- 자사몰 방문 및 검색량 증가

## CAMPAIGN KPI

### 캠페인 KPI

- 인지도(Awareness)
- 호감도(Favorability)
- 세일즈 증대(Sales Growth)
- 유저 행동 변화(User Behavior Change)

## BUSINESS CONTEXT

### 캠페인 배경 및 비즈니스 목표

리바이포유는 두터운 팬층을 확보하고 있지만 여전히 초기 인지 단계의 브랜드로 새로운 소비자층의 유입을 극대화할 필요가 있었습니다. 기존 '엄마'에 집중된 브랜드 컨셉을 확장하기 위해 보다 큰 주제인 생명의 소중함을 이야기하는 'You are life'라는 브랜드 코어 슬로건을 전달하였습니다.

신생 브랜드로 큰 예산 투입이 어려운 상황에서 브랜드 포지셔닝을 고려한 타겟 확장이 필요했습니다. 이에 잠재 고객인 임산부(예비 엄마)를 메인 타겟으로 한 브랜딩 캠페인을 집행하는 전략을 설정하였습니다.



당신의 행복을 Beam, Rbfy

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

## CREATIVE STRATEGY 크리에이티브 전략

임산부는 소중한 순간을 기록하기 위해 셀프 만삭 사진을 남기지만, 임신한 몸으로 스튜디오까지 이동하여 촬영을 진행하는 것이 쉽지 않고, 예민해진 피부로 화장품을 거의 바를 수 없는 불편함이 존재한다는 것을 발견하였습니다. 이런 불편함을 해소하고 좀 더 즐거운 임신 생활을 기록할 수 있도록 만삭 사진을 집에서도 특별하고 쉽게 촬영할 수 있게 해주는 '미니 빔 프로젝터'와 순한 성분으로 임산부의 피부에 좋은 '리바이포유 리본 크림'을 세트로 선물할 수 있는 <행복을빔(beam)> 패키지를 제작하였습니다.

'행복을빔(Beam)' 패키지를 메인 소재로 영상을 제작하였고, 이를 통해 리바이포유의 예비 고객인 2534 임산부 타겟에게 브랜드 메시지를 전달하였습니다. 또한 영상 말미에 리바이포유 자사물을 통한 패키지 구매 및 선물 유도 문구를 넣어 브랜드 경험과 제품 First trial을 유도하였습니다.

## YOUTUBE STRATEGY YouTube 활용 전략

### 1. 메인 타겟 대상 효과적 도달 확보

영상 및 미디어 메인 타겟이 명확하였기에 효율적으로 예비맘 타겟에 적중하여 도달하는 것에 중점을 두었습니다. 타겟팅 밀도가 높고 인게이지먼트를 높일 수 있는 트루뷰 인스트림을 주요 상품으로 선정하였고, 검색 빈도가 높아지고 목적 검색이 많아지는 타겟의 니즈를 반영하여 인피드 동영상 사움을 캠페인 전반에 걸쳐 운영하였습니다.

### 2. F2534 잠재 타겟 설정을 통한 타겟 도달 범위 추가 확보

메인 타겟 외에도 추후 임신 계획이 있는 타겟, 지인의 임신을 축하하고자 하는 타겟 등 잠재적인 가능성이 있는 타겟에게도 리바이포유 제품을 알리고자 트루뷰 포 리치 상품을 활용하였습니다. 캠페인 후반부에는 브랜딩 캠페인 효과를 확인하고자 VAC로 테스트를 진행하였으며, 타 상품 대비 매우 효율적인 CPC 효율로 자사물 유입을 확보하였습니다.

### 3. 구글 애즈 시스템을 통한 리스크 매니징 키워드 및 채널 선별

임신과 관련하여 사회적 논란이 될 수 있는 콘텐츠에는 노출되지 않도록 하여 캠페인 기간 내 부정 이슈가 없도록 관리하였습니다.

## YOUTUBE MIX YouTube 광고 믹스

트루뷰 인스트림, 비디오 액션 캠페인, 인피드 동영상 광고, 동영상 실험

## CAMPAIGN RESULT

### 캠페인 성과

1. 목표 대비 204%의 618만 조회수 달성
  - 트루뷰 인스트림 및 인피드를 통한 높은 조회수 달성
2. 2534 타겟 37% Reach 확보

## BUSINESS RESULT

### 비즈니스 성과

1. 브랜드 인지도 10% 및 선호도 8% 상승
2. YouTube 브랜드 검색량 132% 상승
3. 자사물 신규 방문자 전년 비 511% 증가
  - 전년 동기간 대비 신규 회원가입 749% 증가, 전체 비즈니스 277% 성장 기록