

BEST SHORTS



 FINALIST

Audi RS e-tron GT | Winter quattro (아우디 윈터 콰트로 캠페인)

아우디코리아(Audi Korea), 디지털다임, PHD, 콘스트코어

BEST SHORTS

Audi RS e-tron GT | Winter quattro (아우디 윈터 콰트로 캠페인)

BUSINESS CONTEXT

아우디는 국내 판매되는 수입차 브랜드인 메르세데스-벤츠, BMW, 렉서스 등 강력한 경쟁자들과 치열한 경쟁 상황에 있습니다.

특히, 아우디는 수입차 시장에서 높은 기술력을 인정받고 있으나, 브랜드 인지도와 선호도 면에서는 경쟁 브랜드인 메르세데스-벤츠와 BMW에 비해 상대적으로 약세를 보이고 있어, 브랜드 인지도 및 이미지 강화를 위한 브랜드 캠페인을 기획하였습니다. 이에, 아우디는 자동차 운전을 주로 하는 2554세 중 경제적 여유가 있어 차량 구매력이 높은 소비자를 대상으로 커뮤니케이션하였습니다. 특히 유튜브 이용자 중 'Luxury Vehicles' 관심사 카테고리를 적용하여 수입차에 대한 관심이 있는 유저를 타겟으로 진행하였습니다. 또한 MZ세대에게 아우디를 창의적이고 혁신적인 자동차 브랜드로 각인시키기 위해 FOOH 콘셉트와 숏폼이라는 형식으로 접근하였습니다.

CAMPAIGN GOALS

- 아우디 'quattro(4륜 구동) 시스템' 강점을 기반으로 한 브랜드 인지도 및 이미지 강화

CAMPAIGN KPI

- 브랜드/제품 인지도

CREATIVE STRATEGY

브랜드 인지도 및 이미지 강화를 위해 혁신적이고 기억에 남는 캠페인을 진행하고자 하였습니다.

특히, 캠페인이 진행되는 겨울 시즌은 차량의 성능, 주행 안전성이 중요한 시기이기 때문에 아우디의 USP인 'quattro(4륜 구동) 시스템'의 강력한 주행 성능을 강조하기에 적합하다고 판단하였습니다.

아우디의 기술력을 메인 타겟인 MZ 세대에게 유머러스 하고 친근하게 전달하기 위해 겨울 아이템인 눈 집게로 차량 모형을 만드는 장면을 통해 시청자들의 시선을 사로잡고자 하였으며, 눈으로 만든 차량 모형이 실제 RS e-tron GT 차량으로 변하며 눈이 쌓인 한강 위를 주행하는 FOOH 영상을 통해 'quattro(4륜 구동) 시스템'의 뛰어나고 안정적인 주행 성능을 혁신적이고 임팩트 있게 전달하였습니다.

 **The Audi RS e-tron GT.**
<https://www.youtube.com/shorts/N43eGcX7dMU>

 **[Audi RS e-tron GT] Winter quattro**
<https://www.youtube.com/shorts/JQwHf41dbdU>

BEST SHORTS

Audi RS e-tron GT | Winter quattro
(아우디 윈터 콰트로 캠페인)

YOUTUBE STRATEGY

1. 고관여 타겟팅과 쇼츠 집중 운영으로 목표 성과 극대화

아우디와 영상에 흥미를 가질 수 있는 고관여 타겟을 유입하고자 하였습니다. 이에 유튜브 주 이용자 중 자동차 운전을 대체로 하는 2554 연령대 중 소득수준이 높고, 차량 구매력이 높은 소비자를 대상으로 'Luxury Vehicles' 관심사 카테고리를 적용하였습니다. 그리고 쇼츠에 최적화된 영상이기 때문에 YouTube 쇼츠를 집중적으로 운영하였습니다.

2. 온드 미디어 채널 활용을 통한 유기적 확산 증대

본 캠페인의 FOOH 쇼츠 영상을 아우디코리아의 유튜브 채널에 업로드하여 유료 광고를 통하지 않고도 해당 쇼츠 영상을 유튜브 사용자에게 전달하였습니다.

YOUTUBE MIX

- YouTube 쇼츠

CAMPAIGN RESULTS

1. YouTube 쇼츠를 통한 극대화된 조회수 달성, KPI 대비 최대 6배 초과 달성

- 노출 수 6,946만 회, KPI 대비 2배 이상 초과 달성
- 조회 수 203만 회, KPI 대비 6배 이상 초과 달성

2. 숏폼 콘텐츠 영상의 유기적 확산

- 아우디 온드 미디어인 YouTube 채널에서 FOOH 쇼츠 영상 3,000조회 기록
- YouTube와 더불어 숏폼 콘텐츠 영상 노출이 가능한 다양한 온라인 접점 활용으로 영상 조회수 총 512만회 달성

BUSINESS RESULTS

1. 전년 동기간 대비 약 25% 이상의 리드 수 확보