

# BEST BRANDING 신규 론칭 BEST SHORTS



FINALIST

**백투스쿨 : 가방을 채워라!**

CJ제일제당, 차이커뮤니케이션, 오오티비 주식회사

# BEST BRANDING 신규 론칭, BEST SHORTS

백투스쿨: 가방을 채워라!

## BUSINESS CONTEXT

지난 70여 년간 식품업계 내 압도적인 브랜드 인지도를 확보하고 있는 CJ 제일제당이지만, Zalpha 소비자에게 CJ 제일제당은 브랜드 인지도는 있으나 브랜드 호감도 및 로열티가 낮다는 문제점을 직시하게 되었습니다. 이에 디지털 네이티브인 Zalpha 세대의 디지털 영향력을 고려한 콘텐츠 중심의 캠페인으로 소비자와의 Always-on YouTube 커뮤니케이션을 진행하였습니다.

## CAMPAIGN GOALS

- 브랜드 신제품 인지 확대 및 브랜드 선호 강화

## CAMPAIGN KPI

- 브랜드/제품 인지도
- 호감도
- 브랜드 및 기업 평판

## CREATIVE STRATEGY

디지털 영향력과 참여율이 높은 MZ와 Alpha 세대의 관심을 끌기 위한 브랜드 콘텐츠로 <백투스쿨: 가방을 채워라>를 기획하였습니다. MZ세대에게는 학창 시절 추억을 떠올리게 하고, Alpha세대에게는 일상에서의 깊은 공감을 이끌어낼 수 있는 '학교'라는 장소를 주요 테마로 선정하였습니다. <백투스쿨: 가방을 채워라>의 가장 핵심적인 특징은 '백(가방)'을 활용하는 것입니다. MZ와 Alpha세대 모두에게 익숙한 MC '서은광'(비투비 리더)이 큰 가방을 매고 학교를 돌아다니며 미션을 수행하는 것으로 익숙한 예능 포맷을 활용하되 매회 새로운 주제와 미션으로 CJ 제일제당의 다양한 제품을 접목하여 차별화된 브랜드 경험을 제공하여 효과적으로 브랜드를 알리고자 했습니다.

 비투비 서은광이 학교로 돌아간 이유?! #백투스쿨  
[https://www.youtube.com/shorts/g3Lc\\_2NORWk](https://www.youtube.com/shorts/g3Lc_2NORWk)

 비투비 서은광이 인정한 릴스 101만의 리액션 #백투스쿨  
<https://www.youtube.com/shorts/1tjpykmRVMo>

 [백투스쿨 D-1] 티볼 도전 서은광 | 운동도 잘하는 럭키은광이잔양🌸  
<https://www.youtube.com/shorts/HkmaUaOgFqs>

 비투비 서은광 학생회장 첫 미션 大공개?! #백투스쿨  
<https://www.youtube.com/shorts/5Y1XOLDXKAU>

 비투비 서은광을 당황시킨 교장 선생님의 유머 #백투스쿨  
<https://www.youtube.com/shorts/LuiuyBHPRpQ>

# BEST BRANDING 신규 론칭, BEST SHORTS

백투스쿨: 가방을 채워라!

## YOUTUBE STRATEGY

### 1. 콘텐츠 노출 극대화 및 화제성 증대를 위한 트루뷰 인스트림 광고 및 VVC 믹스 집행

많은 소비자에게 도달하고 브랜드 팬덤을 구축하기 위해 트루뷰 인스트림 광고와 다양한 노출 지면과 높은 노출량을 기록하는 VVC 광고를 병행하여 집행하였습니다.

### 2. 쇼츠 시청률이 높은 Zalpha세대를 타겟으로 한 쇼츠 하이라이트를 통한 콘텐츠 부스팅

쇼츠 시청률이 높은 Zalpha세대의 시청 트렌드를 반영하여, 본편 영상의 하이라이트를 재가공한 쇼츠 영상으로 이슈화를 유도하였습니다. 그리고 본편 영상 발행 전 티징으로 쇼츠 영상을 발행하여 기대감을 조성하거나, 본편의 비하인드 영상을 쇼츠로 제작하였습니다. 동시에, 관련 동영상 CTA 버튼을 활용하여 본편 영상으로의 유입을 유도하였습니다.

## YOUTUBE MIX

- 스킵가능한 인스트림
- YouTube 쇼츠
- 비디오 뷰 캠페인 (Video View Campaign)

## CAMPAIGN RESULTS

### 1. 시리즈 누적 조회수 약 290만 회, 누적 시청 시간 115,383시간

- 타 콘텐츠 대비 Zalpha 시청자 수 약 250% 높은 수치
- 콘텐츠 노출 클릭률 5.1%, 기존 발행 콘텐츠 대비 약 230% 높은 수치
- 오가닉 쇼츠 조회수 1,706,520건 기록

### 2. 시리즈 누적 인게이지먼트 78,621건 기록

- 기존 유튜브 발행 콘텐츠 대비 3배 이상 높은 참여율, 채널 KPI 달성 기여

### 3. Zalpha 세대 중심의 신규 구독자 5.5만 명 유입

## BUSINESS RESULTS

### 1. Zalpha 세대의 시청 증가 및 인터랙션 증가, 오가닉 130만 쇼츠 달성 등 채널 활성화

### 2. '식품 상장기업 브랜드 평판' 전체 30개의 브랜드 중 CJ제일제당이 두 달 연속 1위 달성

### 3. 소통 지수 전년도 대비 5.12% 상승, 긍정적인 브랜드로 평가