

BEST BRANDING 브랜드 강화 BEST BRAND FANDOM



 FINALIST

The Weather

컬럼비아, 돌고래유괴단, 나스미디어

BEST BRANDING 브랜드 강화, BEST BRAND FANDOM

The Weather

BUSINESS CONTEXT

국내 진출 30년 차를 맞이한 컬럼비아는 글로벌 아웃도어 브랜드 순위에서 2위를 차지하고 있으나, 국내 시장에서 강한 입지를 확보하지 못하고 있습니다. 높은 브랜드 인지도에도 불구하고 호감도가 상대적으로 낮아 인지도와 호감도 간의 격차가 큼니다. 아웃도어 브랜드의 주요 타겟은 3040이지만, 상위 브랜드들은 젊은 층을 겨냥해 시장 점유율을 확장하고 있으며, 국내 아웃도어 소비 트렌드는 '스타일 포워드'와 '고프코어' 같은 패셔너블한 요소에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 이로 인해 많은 아웃도어 브랜드가 영타겟의 관심을 끌기 위한 전략을 펼치고자 하였습니다.

CAMPAIGN GOALS

- 영 타겟의 브랜드 선호도 증가
- 인터체인지 자켓의 매출 증대

CAMPAIGN KPI

- 브랜드/제품 인지도
- 호감도
- 세일즈 증대

CREATIVE STRATEGY

컬럼비아는 인터체인지 자켓의 매출 증대와 영타겟의 브랜드 선호도 증가를 위해 독창적인 '날씨'라는 크리에이티브 테마를 설정했습니다. 변덕스러운 가을과 겨울 날씨에 적합한 실용성을 강조하며, 눈과 비가 내리는 동시에 화창한, 과장된 가상의 날씨 세계관인 'Winter Universe'를 설정하여 소비자의 페인 포인트를 자극하고 인터체인지 자켓의 필요성을 부각시켰습니다. 영상에서는 다양한 날씨 상황 속에서 불편함을 겪는 사람들을 보여주며, 변요한이 인터체인지 재킷을 통해 간편하게 날씨에 맞춰 착용하는 모습을 강조했습니다. 드라마타이즈 형식의 풀버전 영상, 티징 영상, 숏츠 영상 등 각 목적에 맞는 크리에이티브를 제작하여 적은 광고 예산에도 캠페인 효과를 극대화할 수 있었습니다.

 이상한 나라의 변요한 [THE 행거]
<https://youtu.be/byrL4NTXGFI?si=vXY21-hwVCoQgaCT>

 Winter Changer, INTERCHANGE JACKET (Trailer1)
https://www.youtube.com/watch?v=_CwxtJtG9Q

 Winter Changer, Interchange Jacket (Trailer2)
https://youtu.be/hv01mFyXcyE?si=Wpp8QU_bOATeDMPx

 Winter Changer, Interchange Jacket (Trailer1)
<https://youtube.com/shorts/mx-mmtKHmkI?si=COdC6vOnOMqfVadm>

 Winter Changer, Interchange Jacket (Trailer2)
<https://youtube.com/shorts/pNCcVjAB3vk?si=QSmpnkZkkZOXDDTx>

BEST BRANDING 브랜드 강화, BEST BRAND FANDOM

The Weather

YOUTUBE STRATEGY

1. 기간 별 소재 운영

9월 말부터 11월 초까지 진행된 캠페인 특성에 따라, 소재를 티징 소재와 본편 소재로 나눠 본편 캠페인의 조회율이 높아질 수 있도록 운영하였습니다.

2. 지면 별 특화된 가로형, 세로형 소재 활용

YouTube 내 다양한 동영상 (일반 영상, 쇼츠 등) 이용 시 맞춤 노출될 수 있도록 구성하였습니다.

3. 정교한 타겟팅을 통한 노출 효율 확보

정교한 타겟팅을 통해 일상생활과 아웃도어 상황에 적합한 제품 특성을 반영하여 다양한 관심사와 키워드 타겟팅을 활용하고, 티징 시청 유저를 리타겟팅하여 노출 효율을 확보하였습니다.

YOUTUBE MIX

- 스킵가능한 인스트림
- 인피드 동영상 광고 (구 트루뷰 디스커버리)
- YouTube 쇼츠
- 비디오 뷰 캠페인 (Video View Campaign)

CAMPAIGN RESULTS

1. 캠페인 1주일 만에 1.7만 회 이상의 좋아요 확보

- 광고 캠페인 진행 간 총 440만 회 조회수, 좋아요 1.7만 회 이상을 확보하여 높은 조회 효율을 확인.

2. 집행 기간 N포털 내 검색 트렌드 88% 상승

- 캠페인 시작 이후 평균 검색 트렌드가 40에서 75로 상승, 특히 본편 시작 주에는 23년 중 최고 검색 트렌드를 기록하여 성공적인 브랜딩을 확인.

BUSINESS RESULTS

1. 자발적 바이럴 발생

- 인터체인지 자켓과 컬럼비아에 대한 검색률이 각각 1,372%와 94%

2. 25-44세 젊은 타겟의 구매율 전년 대비 108% 증가

- AI 기술 및 디지털 혁신에 대한 브랜드 이미지가 우호적으로 개선