

# BEST AI PIONEER



 FINALIST

**이마트 궁극의 맛 팔보채 : Eight Treasures**

이마트, 애드쿠아인터랙티브, 이솜비주얼텔러

# BEST AI PIONEER

## 이마트 궁극의 맛 팔보채 : Eight Treasures

### BUSINESS CONTEXT

디지털화된 유통 환경으로 인해 이커머스에 경쟁력을 잃고 적자를 기록하던 대형마트 3사는 고물가 시대에 즉석 조리식품 델리 코너를 한 끼 식사 대안으로 찾는 고객들이 늘어나는 상황에 주목하게 되었습니다. 델리 상품성을 강화하기 위한 식품 특화 점포를 열고 대형마트 간 델리 경쟁이 치열해지고 있습니다. 이에 이마트는 합리적인 가격에 맛과 품격을 갖춘 다양한 상품을 선보이며 먹거리 경쟁력을 강화하고자 하였습니다. 특히 가족 식사 메뉴로 고객 선호도가 높은 중화요리 카테고리의 델리 인기 상품인 <팔보채>를 업그레이드하고 조선히otel 중식당 '홍연' 셰프와 협업하여 신제품 개발을 추진하였습니다.

### CAMPAIGN GOALS

- 신제품 '팔보채'에 대한 정보 전달
- 퀄리티 높은 다양한 신제품을 만날 수 있다는 메시지를 통한 매장 방문 유도 및 신제품 판매 증대

### CAMPAIGN KPI

- 브랜드/제품 인지도
- 고려도
- 호감도
- 구매 의향

### CREATIVE STRATEGY

이마트 팔보채 캠페인은 이마트의 연간 캠페인 중 하나인 <신상품의 품격 편>의 일환으로 제작되었습니다. '생활의 격' 캠페인은 '가격 파격', '상품의 품격', '본격 행사' 세 가지 요소를 결합해 국민 생활의 격을 높이자는 취지로 소비자들을 오프라인 매장으로 방문하게 하고자 했습니다. '이마트 팔보채'는 조선히otel 중식당과의 협업을 통해 '상품의 품격'을 강조하고자 하였습니다. 캠페인 영상을 통해 더욱 품격을 높인 신제품의 특징을 전달하면서도 차별화된 맛을 찾기 위한 이마트의 노력을 진정성 있게 보여줌으로써 신제품에 대한 기대감을 높이고자 했습니다.

이에 전문 셰프의 목소리와 메뉴 개발 과정을 웹툰 형식으로 결합한 크리에이티브를 고안하여 흥미로운 콘텐츠 경험을 제공하였습니다. 이 과정에서 AI '미드저니'를 활용하여 모든 이미지를 제작하였고, 수백 장의 일러스트를 하나의 이야기로 묶는 정교한 작업이 필요했습니다. 최종적으로 <궁극의 맛, 팔보채 recipe by 조선히otel> 캠페인 영상이 완성되었으며, AI로 제작된 영상이라는 것을 인식하기 어려울 정도로 정교한 결과물을 도출하였습니다. AI를 활용한 광고 제작은 비용과 시간을 획기적으로 단축시키며 새로운 가능성을 열었습니다.

 궁극의 맛 팔보채 recipe by 조선히otel  
[https://youtu.be/TVXjWB3dHxU?si=5SaBL\\_e9p1HcyAms](https://youtu.be/TVXjWB3dHxU?si=5SaBL_e9p1HcyAms)

# BEST AI PIONEER

## 이마트 궁극의 맛 팔보채 : Eight Treasures

### YOUTUBE STRATEGY

#### 1. 캠페인 메인 매체로 YouTube 활용

AI로 제작한 일러스트 이미지로 만든 영상의 톤앤매너로 YouTube가 최적화된 매체라고 판단되어 이번 디지털 캠페인의 메인 플랫폼으로 활용하였습니다. 한정적 예산 내에서 집중적이고 효율적인 노출을 위해 YouTube와 meta에서만 광고를 집행하였고 캠페인 '조회' 목적 달성을 진행하기 위해 비디오 뷰 캠페인을 활용했습니다. 신상품 팔보채 제작 스토리 전달과 신상품 고객 인지도 확보를 위해 동영상 조회 목적 광고를 기본적으로 활용했고 배달, 요리, 맛집 등 관심사 타겟팅을 통해 팔보채 신상품 출시에 대한 도달을 극대화했습니다.

### YOUTUBE MIX

- 비디오 뷰 캠페인  
(Video View Campaign)

### CAMPAIGN RESULTS

#### 1. 소비자 인지도 향상 및 브랜드 호감도 증대

- 리뉴얼 신제품과 개발 히스토리에 대한 소비자 인지 도모
- 실제 상품 퀄리티를 높인 제작 개발 과정 진정성 있게 전달, 브랜드에 대한 호감도 증가 기여.

#### 2. 점포 내의 판매 촉진과 연계

- 이마트 점포 내 사이니지에서 캠페인 영상 송출 통해 즉각적인 델리 제품 구매 유도

### BUSINESS RESULTS

#### 1. AI 툴을 통한 예산과 제작 시간 절감의 성과

- 이번 캠페인에서 가장 큰 성과로 예산과 제작 시간 절감을 위한 솔루션 발견. 크리에이티브의 제약을 풀어주는 중요한 요소로 작용.
- 마케팅 예산을 절감하면서도 신상품 팔보채를 판매하는 시기에 맞춰 크리에이티브 결과물을 만들어 판매촉진 시너지를 극대화

#### 2. 다양한 AI 툴을 활용함으로써 아이디어에서 그치지 않고 빛을 보는 크리에이티브의 가능성 기대