

BEST CREATOR COLLABORATION



FINALIST

KT AI x 종중소

KT, 대흥기획, 슈퍼마켓크리에이티브

BEST CREATOR COLLABORATION

KT AI x 종중소

BUSINESS CONTEXT

통신사 및 AI 기업들이 기업형 B2B AI 서비스를 경쟁적으로 출시하는 상황에서 KT는 AI 고객센터 서비스와 물류업의 디지털 전환에 기여할 수 있는 AI 물류 솔루션을 출시하였습니다. 이에 KT는 'KT가 누구나 쓸 수 있는 AI 만드는 혁신적인 AI 대표 기업'으로 인식시키고자 하였습니다. 이에, B2B 서비스에 대한 핵심 베네핏과 정보를 소비자에게 쉽고 매력적으로 전달하기 위해 웹드라마 캠페인을 '종중소'와의 협업으로 진행하였습니다. 기업PR을 위한 소재이므로 캠페인의 타겟은 1864MF로 설정하였으며, 잠재고객/맞춤/계재위치 타겟팅을 활용해 우리 소재에 더 반응을 할 실제 기업(직장인) 고객들과 본 캠페인의 콘텐츠를 바이럴 할 수 있는 기존 '종중소'와 같은 웹드라마 관심 고객들을 구분하여 운영하였습니다.

CAMPAIGN GOALS

- KT가 앞서가는 AI기업으로 브랜드 이미지 제고
- 에이센 클라우드의 판매 증대

CAMPAIGN KPI

- 브랜드/제품 인지도
- 호감도
- 브랜드 및 기업 평판

CREATIVE STRATEGY

KT 기업형 AI 서비스의 메인 타겟인 중소기업에게 어렵고 딱딱한 주제가 될 수 있는 KT의 AI 고객센터와 AI물류 서비스를 흥미롭게 보이기 위해서 웹드라마 [종중소]와의 협업을 기획하였습니다. 중소기업의 입장에서 마치 자신의 이야기처럼 공감할 수 있는 콘텐츠를 통해 '대기업만 AI 쓰는 것 아니야~ 중소기업이든 스타트업도 AI 쓸 수 있어' 라는 메시지를 전달하고자 하였습니다. [종중소]는 대표 중소기업인 크리에이터 이과장님의 채널을 통해 발행되었던 인기 드라마 시리즈로 '대한민국 직장인 초 하이퍼 리얼리즘 웹드라마' 라는 평가를 받고 중소기업 mim으로 널리 활용되고 있는 콘텐츠이기에 선택하였습니다. 이를 통해 총 6개의 소재를 제작하였으며, 각 편 별로 '인터넷만 되면 바로 구축 가능한, 구독형 AI 고객센터 서비스 에이센 클라우드'의 핵심 특징점을 각 에피소드로 전달하였습니다.

 [우리회사도 오늘부터 4차 혁명산업\(풀버전\) - 【요즘 뭐해 종중소】](https://youtu.be/sMn9WTEBfQM?si=K5AW9UOWsbPFbfSC)
<https://youtu.be/sMn9WTEBfQM?si=K5AW9UOWsbPFbfSC>

 [KT AI는 그것을 기억할 것입니다 - 【요즘 뭐해 종중소】](https://www.youtube.com/watch?v=BPKp_X9GANc)
https://www.youtube.com/watch?v=BPKp_X9GANc

 [설마 돈 아끼려고 저러는 거 아니겠지 - 【요즘 뭐해 종중소】](https://www.youtube.com/watch?v=iJgYmOPtN9Y)
<https://www.youtube.com/watch?v=iJgYmOPtN9Y>

 [사무실에 아무도 없는데 누가 전화를 받아요 - 【요즘 뭐해 종중소】](https://www.youtube.com/watch?v=zArPvP6KJMk)
<https://www.youtube.com/watch?v=zArPvP6KJMk>

 [진짜 쉬운 AI - 【요즘 뭐해 종중소】](https://www.youtube.com/watch?v=ntCq52p6B0o)
<https://www.youtube.com/watch?v=ntCq52p6B0o>

BEST CREATOR COLLABORATION

KT AI x 종중소

YOUTUBE STRATEGY

1. YouTube 콘텐츠의 풋티지 광고로써 오직 YouTube에서만 집행

유튜브 웹드라마 기반의 콘텐츠를 활용한 캠페인과 풋티지 광고로, 웹드라마 및 브랜드 콘텐츠 수용도가 높을 것으로 예상되는 유튜브를 캠페인의 단독 매체로 활용하였습니다.

2. 광고 도달률 확보를 위한 데모 및 관심사 중심의 최적화 타겟팅

AI 기업으로서의 브랜드 이미지 제고를 위한 캠페인으로 범국민 타겟인 1867MF 데모 타겟팅과 더불어 비즈니스 목표에 기여할 수 있는 비즈니스 / AI / 소프트웨어 관심 고객을 타겟팅 하였습니다. 그리고 유튜브 시청자들의 자발적인 바이럴 형성을 위해 '종중소' 기존 채널인 이과장님 채널을 비롯해 회사 관련 페이크 다큐나 드라마를 하는 채널의 게재위치 타겟팅으로, 키워드를 추가하여 타겟팅 하였습니다.

YOUTUBE MIX

- 스킵가능한 인스트림
- 스킵불가능한 인스트림

CAMPAIGN RESULTS

1. 총 1,925만 뷰, 1,132개의 좋아요, 548개의 댓글 달성
2. KT의 기존 AI 소재 대비 76%의 CPV 개선, VTR도 133% 상승

BUSINESS RESULTS

1. 중소기업 대상 KT AI 고객센터 수주 340% 증대

