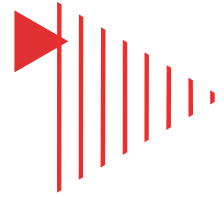


■ 베스트 YouTube 광고 포맷 활용 부문 수상작

LG ThinQ : 오늘의 싱큐 캠페인

LG전자, HS Ad



캠페인 기획 배경

LG전자는 2017년 12월 “인공지능 가전” 통합 브랜드인 LG ThinQ를 출시, 그 이후로 에어컨, TV, 모바일 로봇청소기, 세탁기 등의 라인업에 점진적으로 인공지능을 탑재하며 꾸준한 TV 광고와 디지털 캠페인으로 브랜드를 알려왔습니다. 하지만 2018년 10월 기준 LG ThinQ 브랜드의 인지도는 보조인지 72%, 비보조인지 8%로 소비자들의 마음속에 보다 강렬하게 각인되기 위한 캠페인이 필요했습니다.

캠페인 목표

<오늘의 싱큐> 캠페인은 가전을 사용하는 모든 사람에게 ThinQ를 인공지능 카테고리의 대표 브랜드로 인지시키겠다는 목적으로, 2018년 12월까지 인공지능 가전 LG ThinQ의 검색 쿼리 수를 10배 이상 증대시키고, 캠페인 집행 기간 1달 동안 캠페인 영상 전체에 대한 통합 조회수 500만 이상을 확보하는 것을 목표로 삼았습니다.



또한, YouTube의 관심사, 지역 타겟팅을 통해 디지털 소비자의 특성에 맞는 개인화된 영상을 노출하였습니다.

💡 당신의 캠페인을 위한 팁

다양한 데이터 활용데이터는 크리에이티브의 방향을 바꾸고 있습니다. YouTube에서는 방대한 데이터를 기반으로 소비자 관심사를 정확히 파악하고 정교하게 타겟팅이 가능합니다. 그뿐만 아니라 날씨나 온도와 같은 외부 데이터도 함께 활용하여 고도화된 타겟팅 전략을 세우고, 소비자의 context에 맞는 관련성 높은 메시지를 실시간으로 노출시킬 수 있습니다. 개인화된 메시지 전달이 가능한 디렉터믹스와 같은 YouTube의 기술이 데이터와 함께 활용될 때 더욱 강력하고 성공적인 캠페인을 이룰 수 있습니다

크리에이티브 기획 의도와 전략

<오늘의 싱큐> 캠페인은 “소비자의 상황 및 관심사에 최적화된 정보를 실시간으로 전달하는 인공지능 광고 캠페인”이라는 크리에이티브 아이디어에 기반하여 다양한 소비자를 지역과 관심사에 따라 세분화하고, YouTube 디렉터믹스를 활용한 세부적인 타겟팅을 통해 크리스마스에는 크리스마스 영화 추천을, 비 오는 날에는 파전 레시피를, 전주 지역 사람들에게는 전주 맛집을 알려주는 등 타겟 상황에 최적화된 광고를 매일 다르게 송출했습니다.

이 과정에서 Google, 왓차플레이, 블루리본 서베이, 노랑풍선과 같은 데이터 플랫폼 브랜드와 네트워크 파트너십을 구축하여 타겟 맞춤 영상에서 각 소비자에게 제공할 수 있는 정보를 다양하게 확보했고, 매일 다른 정보를 제공하는 캠페인 취지에 맞게 다양한 테마의 24편 영상 제작으로 대세감을 부여하고자 했습니다.

YouTube의 역할

<오늘의 싱큐> 캠페인은 YouTube 디렉터믹스를 이용하여 실시간으로 타겟별 메시지를 반영해 자동 편집 및 최적화된 메시지를 송출하여, 효율적인 비용으로 24편의 베이스 영상을 총 300편까지 다양화하였습니다.

캠페인 성과

<오늘의 싱큐> 캠페인은 캠페인 기간 중 LG ThinQ 브랜드 쿼리 12배 증가, 총 670만회 가량의 조회수, 국내 전자 업종 대비 10% 이상 우수한 시청 지속 시간을 확보하는 등의 성과를 거두었습니다. 제품 판매 메시지가 부각되는 일반적인 광고 영상과 달리, 각 소비자의 관심사에 맞는 유용한 정보들을 전달하는 크리에이티브의 내용이 사람들의 관심을 지속시키는 요인이 되었습니다.

수상 이유

<오늘의 싱큐> 캠페인은 YouTube 디렉터믹스를 활용한 타겟팅과 더불어, 소비자가 필요로 할 만한 정보를 실시간으로 제공하는 맞춤 형태의 광고 포맷을 제작한 부분에서 좋은 평가를 받았습니다. 특히 서드파티(Third party) 데이터를 결합하여 YouTube 디렉터믹스 결과물의 퀄리티를 끌어올렸다는 점이 우수한 요소로 평가되어 “베스트 YouTube 광고 포맷” 부문의 수상작이 되었습니다.

“YouTube의 미디어 특성을 잘 활용하여, 단순한 광고의 형태가 아니라 소비자에게 유용한 정보를 전달할 수 있는 광고 콘텐츠로 접근한 것이 인상적입니다.”

남은자, AB InBev 전무

“단순한 소재 조합에서 더 나아가 서드파티 (Third party) 데이터와 연동한 디렉터믹스 활용의 성공적 사례입니다.”

이수원, TBWA 코리아 대표

