

에이블리의 CSR
업사이클링 캠페인

슬기로운 블리수거

BACKGROUND

패션 커머스 자체 경쟁이 심화된 상황에서 에이블리는 경쟁사와의 차별성이 뚜렷하지 않다. 김태리와의 브랜딩 캠페인으로 2534세대가 유입되고는 있으나, 이들은 언제든지 다른 커머스로 이동할 수 있다. 따라서 브랜드의 로열티를 높여 에이블리만의 충성고객을 확보해야 할 시점이다.

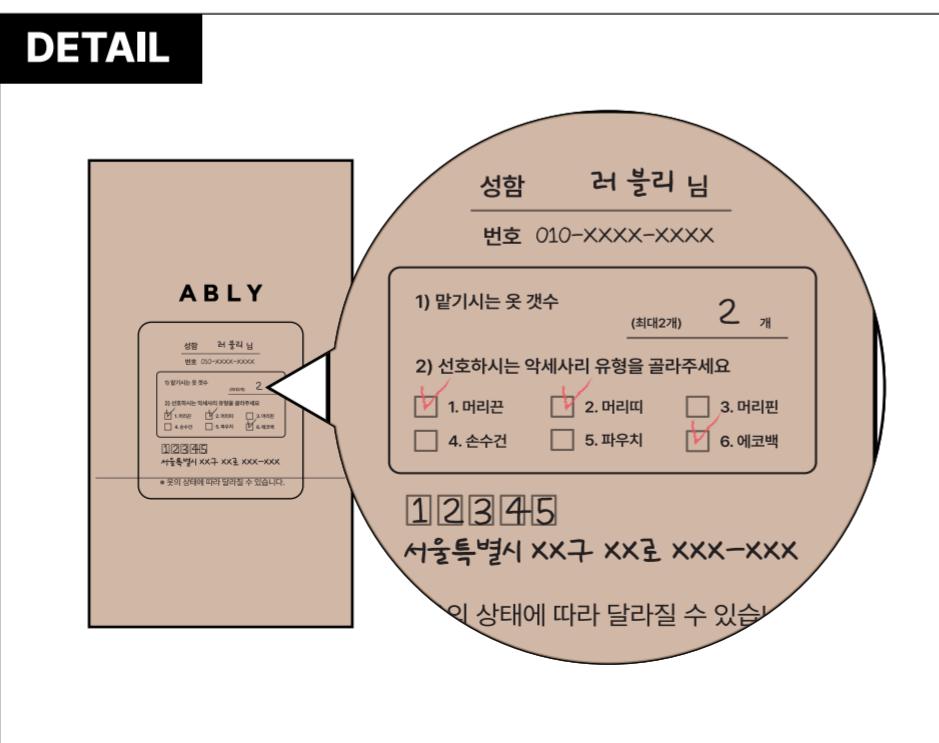
IDEA

2534세대 여성들은 자신에 대한 투자를 아끼지 않는 럭셔리 라이프스타일을 추구하면서도 합리적이고 가치 있는 친환경 소비를 중시한다. 소비자가 블리수거함에 안 입는 옷을 넣은 후, 에이블리에서 손수건, 에코백, 머리끈, 머리띠 등 다양한 액세서리로 업사이클링한 후 소비자에게 전달하는 에코 캠페인이다. 세상에 단 한 개밖에 없다는 희소가치와 친환경적이라는 메리트로 인해 독특하고 개성 있는 것을 좋아하는 2534세대의 취향을 저격하여 브랜드 선호도를 높이고, 동시에 사회적 책임을 준수하고 있다는 이미지를 인식시킬 수 있다.

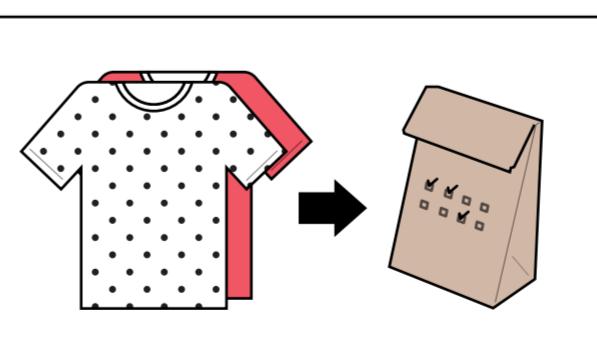
2534세대 여성들이 자주 이용하는 지하철역에 설치하여, 접근성을 높인다.



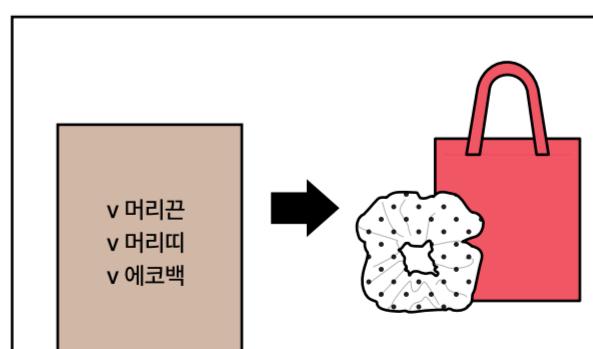
DETAIL



ACTION



1. 이용자는 가져온 헌 옷을 재생용기에 담고, 개인정보(이름, 주소, 전화번호)를 적은 후 선호하는 액세서리 종류를 선택한다. 그 후 블리수거함에 돈을 넣고 옷봉투를 넣는다.



2. 에이블리에서 사용자의 헌 옷 검수 후, 사용자의 설문지를 토대로 제작 가능한 액세서리로 제작한다.



3. 사용자에게 전달한다. 사용자는 완성된 상품을 #블리수거 #에이블리 해쉬태그와 함께 인스타에 게시한다. 이벤트 참여자를 추첨해 에이블리 할인 쿠폰을 증정한다.