



MZ세대와 소통하는 단 하나의 '영하나', 나와 친구가 되어 볼래?

# 안녕, 영하나?

YOUNG HANA

## ● 브랜드상황

주요 은행들 사이에서의 MZ세대를 타깃으로 한 Youth 타깃 대상 전용 브랜드 경쟁이 치열한 상황 속에서, 경쟁력 있는 브랜드로 남기 위해서는 MZ세대들의 특징을 크게 반영해야 한다고 생각했다. 장문의 글보다는 미디어가 결합된 숏폼 문화에 익숙한 MZ세대들을 위해 친근하고 가까운 친구 이미지의 가상 캐릭터를 통해 영하나의 인지도를 제고하고자 한다.

## ● 해결방안

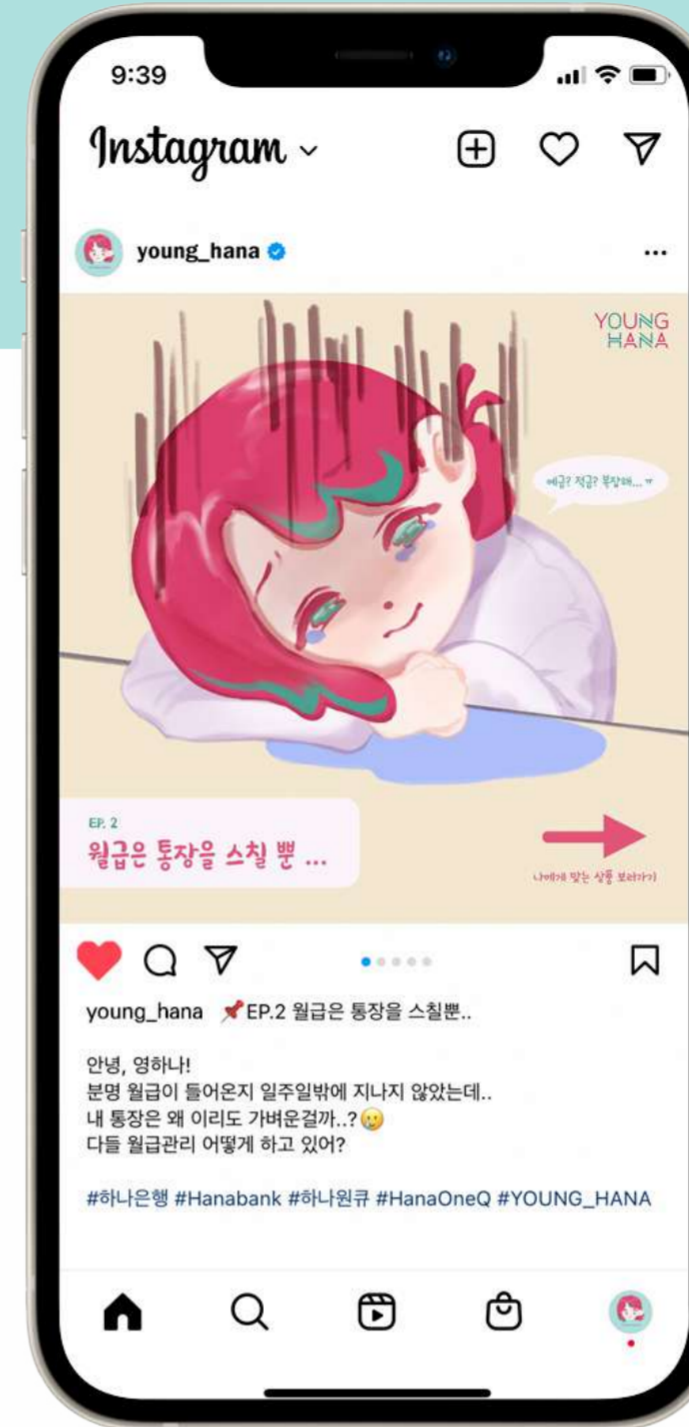
MZ세대들과의 공감대 형성을 위해 가상의 캐릭터 '영 하나' 구축을 제안하고자 한다. 높은 접근성과 낮은 진입장벽이 장점인 '인스타그램'의 기능들을 적극 활용하여 대학생 영하나가 직접 운영하는 것 처럼 보이게 한다.

1. '인스타그램 스토리'를 통한 Q&A '금융 고민, 무엇이든 물어봐!'
2. MZ세대에게 유익한 정보들을 영하나의 일상 속에 가볍게 녹여낸 인스타툰

정보를 전달하는 게시물 속 복잡하고 형식적인 설명을 벗어나 유쾌하고 재밌는 말투와 에피소드를 통해 MZ세대들의 흥미를 형성하고, 일방적 소통방식에서 '영 하나'라는 인물과의 쌍방향 소통을 통해 하나은행의 영하나 브랜드의 활성화를 기대해볼 수 있다

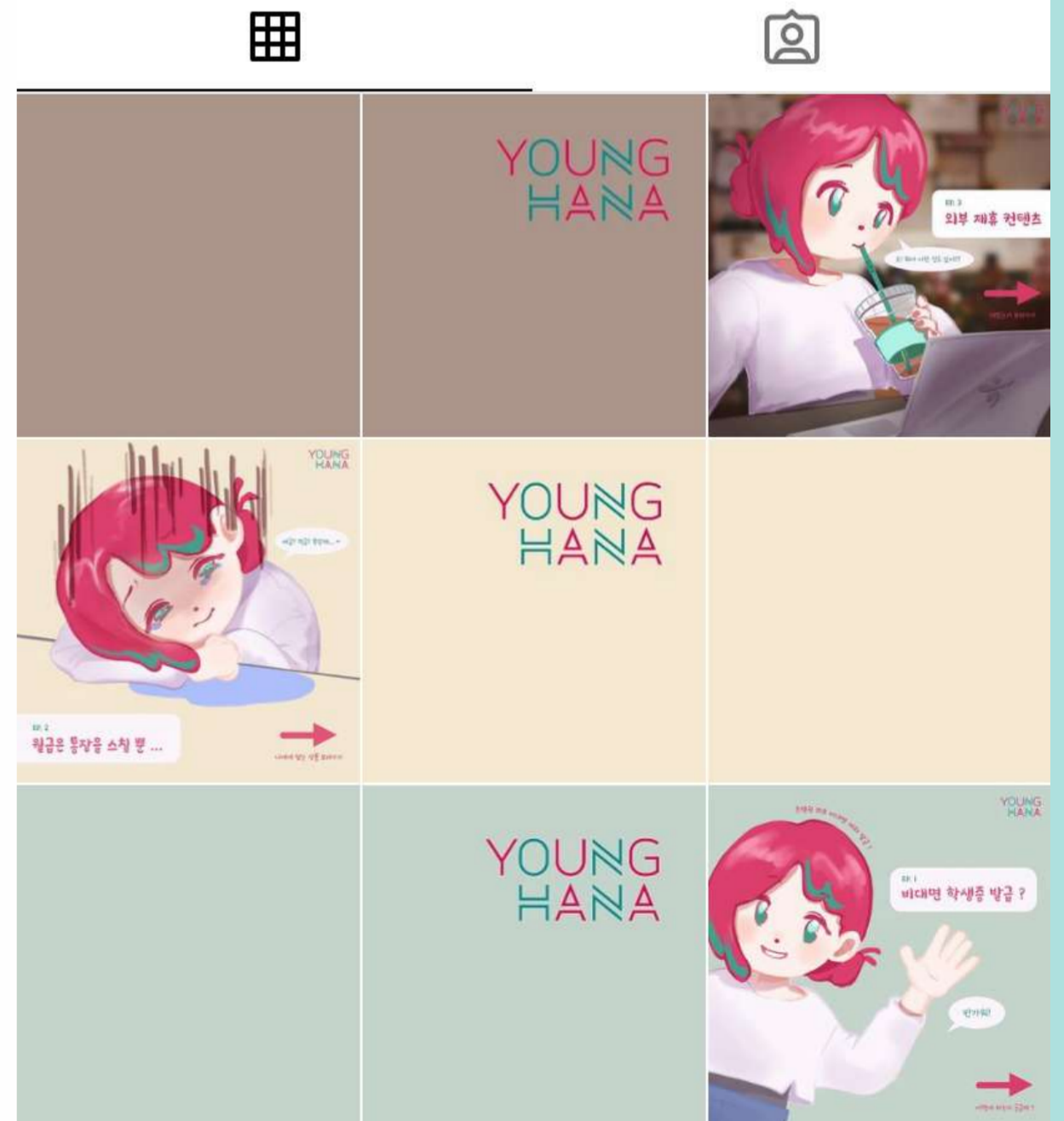
## ● 기대효과

인스타그램 계정을 통해 평소 사소하지만 쉽게 물어볼 수 없었던 금융 관련 정보와 고민들을 쉽고 간편하게 해결함으로써 하나은행의 '영하나' 브랜드의 인지도를 높이고 브랜드를 활성화시키는 효과를 기대해볼 수 있다. 무엇보다도 '영 하나'라는 가상의 인물을 통해 MZ세대와의 친밀감과 동질감을 느낄 수 있고, 다양한 콘텐츠들을 적극 활용할 수 있을 것이다.



# MZ대표 영하나 # 쌍방향 소통 # 금융고민 해결 🔍

첫화면 예시 ▼



게시물 예시 ▼

