

제37회 DCA대학생광고대상 응모과제

광고주	KT	브랜드	기가지니
출품부문	기획 & 작품		
과제명	기가지니 선호도 제고 및 이용 의향증대를 위한 광고 커뮤니케이션 전략		
과제 문의	최영주 C@M juuchoi@daehong.co.kr		

1. 브랜드 소개

- KT의 인공지능 스피커 셋톱박스
 - TV에 연결하여 셋톱박스로 활용되며, 스피커 단독으로도 활용 가능(하만카돈)
 - 기가지니 2, 기가지니 LTE, 기가지니 테이블TV 등 소비자 활용도에 맞춰 다양한 디바이스 선택 가능
 - 올레tv 셋톱박스로서 VOD 다시보기 및 KT만의 특화콘텐츠 제공 (가입자 수 1위인 올레tv 기반으로, 시청 가능한 VOD콘텐츠 우위)
 - 시청자와 인터랙티브 가능

2. 시장 상황

- 해외브랜드 Google Home, 아마존 Echo 등 필두로 인공지능 스피커 카테고리 생성
- 국내 직접 경쟁자인 SKT NUGU, U+ 클로버 등 통신사 간 경쟁 심화
- 최근 코로나19 이슈로 개인당 TV 시청시간 증가 추세

3. 브랜드 상황

- 유선강자 올레tv의 콘텐츠력과 KT 기술이 결합하여 사용자 니즈에 맞춰 지속개편 중
- 최근 KT만의 경쟁력 있는 콘텐츠 개발에 집중하고 있으며, 키즈, 시니어, 반려동물 가족, 1인가족 등 특정 타겟에 어필할 수 있는 자체 및 타 브랜드 콜라보 콘텐츠 개발 중
- 코로나19 이슈로 떠오른 언택트 시대 상황을 성장의 기회로 활용하고자 함
 - 집에서 즐기는 콘텐츠(영화 및 드라마 다시보기, 홈트, 명상 등)

4. 해결 과제

- 'KT - 기가지니'의 선호도 제고와 이용 활성화를 위한 광고전략 및 캠페인 아이디어
 - 기가지니 브랜드 선호도와 호감도 제고에 그치는 것이 아닌 실제 가입으로 전환할 수 있는 캠페인 전략과 아이디어 제안 (상황분석에 근거한 별도의 목표 제안 가능)

5. 커뮤니케이션 타겟

- Main Target: 30대 이상 남녀
- Sub Target: 2029 - TV 접촉률이 급격히 떨어지며, 주로 개인 디바이스 활용 타겟

6. 기타 및 유의사항

- 현재 모델 활용 지양, 신규 모델 제안 가능
- 사용 가능한 매체 제한 없으며, 아이디어를 극대화 할 수 있는 틀 자유롭게 제안 가능
- 기본적으로 '기가지니 브랜드' 선호도와 이용희망 제고가 과제이나, 다양한 기가지니 종류 중 '특정 디바이스만 선택'하여 제안하는 것도 가능 (예: 기가지니 테이블TV에 집중한 전략 및 크리에이티브 등)