

제 41회 DCA대학생광고대상 브랜드 브리프

브랜드 LSLTTT Holdings Inc | 퍼지펍권

과제 해외 기반의 NFT로 시작한 퍼지펍권 IP의 국내 인지도를 높이기 위한 아이디어

문의 서연구 C@M | seoplanet77@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- 퍼지펍권은 '2021년 미국에서 출시된 8,888개의 NFT 컬렉션 기반의 IP 브랜드(릴퍼지 제외)
- NFT 개당 최저가 5천만원 이상으로, NFT 신에서 가장 영향력 있는 IP
- NFT 구매자로 구성된 로열티 높은 커뮤니티를 중심으로 브랜드 및 NFT 프로젝트 운영 중
- 각종 SNS 채널(인스타그램, X, 틱톡, 유튜브, 디스코드, Giphy 등) 통해 총 약 257만의 팬덤 확보
- 현재 일반 대중을 타겟으로 한 IP 사업에 집중하고 있음

2. 시장 상황

- 전세계 NFT 시장이 위축된 상황이지만, 퍼지펍권은 지속적인 시장 다각화로 성장세를 기록
- NFT 시장 내의 다른 블루칩 IP 역시 시장 다각화 등 퍼블릭 시장으로의 진출 본격화
- 국내 NFT 시장에 대한 규제와 부정적 인식으로, NFT 기반 IP에 대한 거부감 존재

3. 브랜드 상황

- '2023년, 북미 시장에서 퍼지펍권 IP를 활용한 퍼지 토이즈(인형, 피규어 등) 출시, 장난감 기반의 MD 사업으로 IP 대중화에 주력 중
 - 월마트, 아마존, 타겟, 토이저러스 등 북미 대형마트에서 1,000만 달러 이상의 매출 기록
 - MD 상품에 QR 티켓 동봉해 구매자에게 자체 메타버스 플랫폼 '퍼지월드' 캐릭터 파츠 증정, 구매자가 블록체인을 인지하지 않은 상황에서 자연스럽게 블록체인 기반 디지털 경험 유도
 - 의류 브랜드 IGLOO 운영 및 메타버스 플랫폼 '퍼지월드'를 통한 미니게임 출시
 - 최근 퍼지펍권 인형 2.0 출시 및 모바일 게임(mythical games 협업) 출시 예정
- X 등 SNS를 통해 웹3 고관여자 및 커뮤니티와 적극적으로 소통하며 지속적 호응과 참여 유발
 - 인스타그램 릴스 기반의 바이럴 콘텐츠를 통해 일반 대중 타겟으로 IP 브랜드 노출
- '2024년 아시아 시장 진출을 본격화하며 5월 대홍기획과 라이선스 계약 체결, 하반기 퍼지펍권 한정판 아트토이 출시 등 다양한 마케팅 콜라보레이션 예정
 - 벨리랜드 NFT의 아트웍과 연계한 스토리 기반의 내러티브 마케팅 진행 예정

4. 해결 과제

- NFT 기반의 해외 IP인 퍼지펭귄을 한국 대중에게 매력적으로 소구시킬 수 있는 아이디어 제안 (NFT, 웹3, 블록체인, 가상자산 등을 내세우지 않고 IP 또는 캐릭터 자체로서의 가치 강조)
- 한국에서 처음으로 선보일 퍼지펭귄 한정 아트토이를 웹3 고관여자를 필수적으로 포함하되, 웹3를 모르는 일반 대중에게도 거부감 없이 판매할 수 있는 마케팅 제안
- 국내에서 높은 인지도를 갖고 있는 다른 펭귄 캐릭터(뽀로로, 펭수)와의 차별화 전략 포함

5. 커뮤니케이션 타겟

- 캐릭터 선호도가 높은 20~30대 남녀