



creative k brief

스마트폰 중독 방지를
위한 공익광고 IMC 전략수립

kobaco / 2014. 10. 4



스마트폰 중독-목념

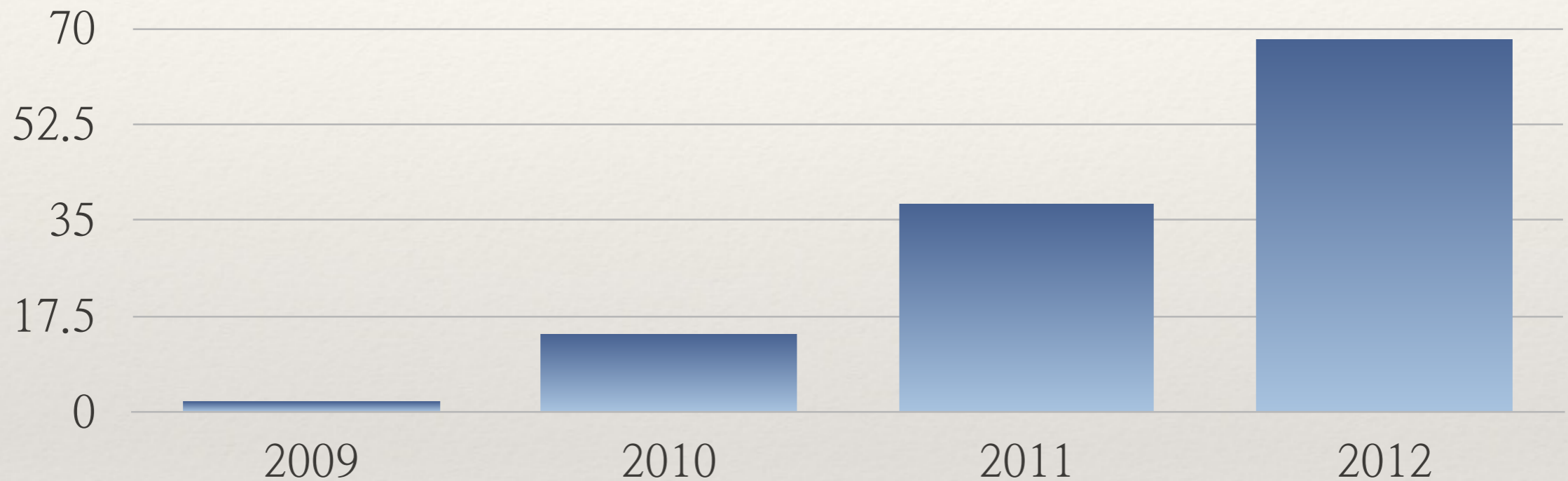
kobaco, 2014

background;

경쟁사내회기

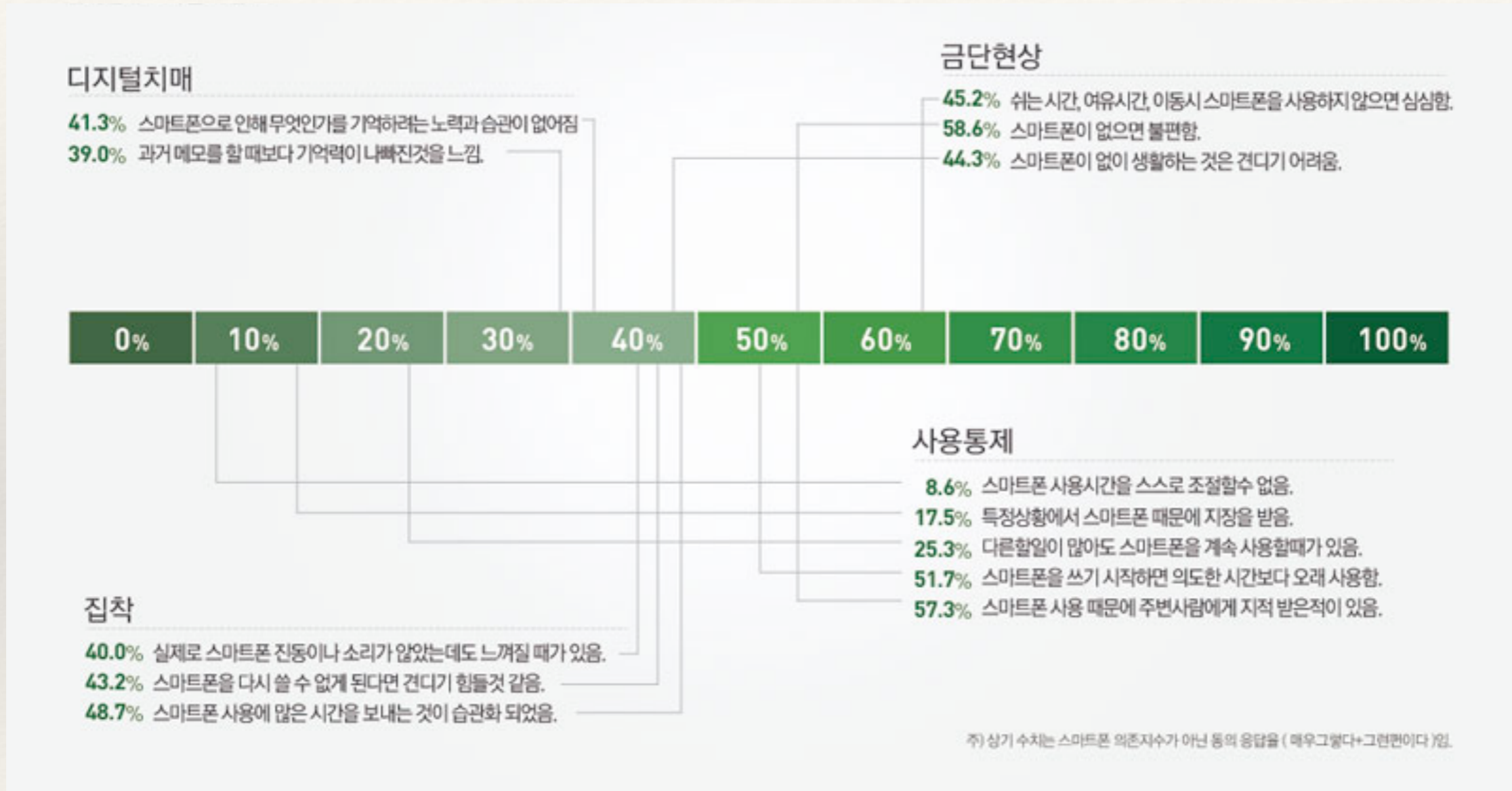
background; 스마트폰 이용자의 급속 증가

스마트폰 보급률(연합뉴스, '13. 6. 25)



- ❖ 20대(98.8%) 및 30대(97.3%) 인구는 거의 대부분 스마트폰 보유('13 인터넷진흥원 조사)

background; 스마트폰 중독 문제 발생



*DMC미디어 '모바일 소비자의 스마트폰 의존 정도와 스마트폰 운영체제 만족도' 보고서, 2013. 4

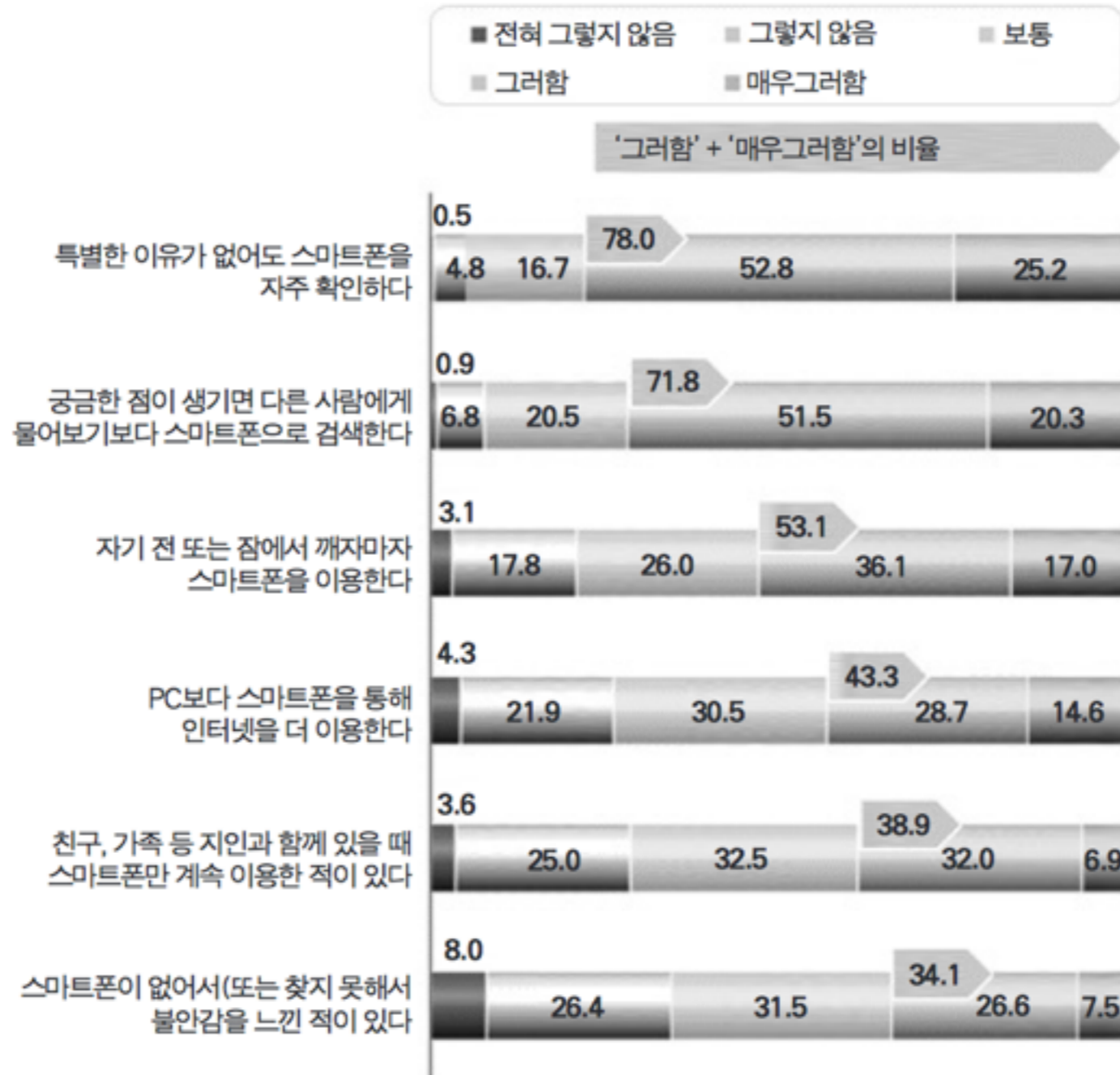
background; 스마트폰 중독 문제에 발상생



*DMC미디어 '모바일 소비자의 스마트폰 의존 정도와 스마트폰 운영체제 만족도' 보고서, 2013. 4

background; 스마트폰 중독 문제 발생

(단위:%)



*스마트폰 이용자의 성별·연령별 이용현황에 대한 연구, 조화, 2013. 11

background; 스마트폰 중독인구 증가

스마트폰 중독인구 ('13 인터넷중독 실태조사)



*2013년 인터넷중독 실태조사' 보고서, 미래창조과학부, 한국정보화진흥원 2013. 12



유아 스마트폰 사용의 문제점

YTN, 이홍렬의 소나기, 2014

background; 스마트폰 중독의 문제

- ❖ 건강상의 문제
 - 안구건조증, 거북목 증후군, 손목터널 증후군 등
- ❖ 안전상의 문제
 - 운전/보행 중 스마트폰 사용으로 인한 주의력 저하로 안전사고 위험성 증가
- ❖ 정서상의 문제
 - 스마트폰 및 스마트폰으로 연결되는 인간관계에 대한 의존상태 심화
 - 스마트폰으로 인한 실제적 인간관계 단절 등

goal;

다음에서 제시될 목표 중 하나 이상 달성

goal 1; 스마트폰 중독의 위험성 각인

- ❖ 스마트폰 중독 상태에 대한 인식
 - 스마트폰 중독의 증상, 자가 진단 등
- ❖ 스마트폰 중독으로 발생하는 개인적, 사회적 위험 및 문제에 대한 인지
 - 건강상의 문제, 안전상의 문제, 정서상의 문제 등

goal 2; 스마트폰 중독 치료

- ❖ 스마트폰 중독자의 자가 치료
- ❖ 스마트폰 중독자의 치료를 위해 가족, 친구, 동료들이 일상생활에서 실천할 수 있는 방안 제시

goal 3; 스마트폰 중독 예방

- ❖ 스마트폰 중독 고위험군의 스마트폰 중독 예방
- ❖ 스마트폰 중독 고위험군의 가족, 친구, 동료 등을 대상으로 한 중독 고위험군의 진입 예방

goal 4; 기타

- ❖ 스마트폰 중독과 관련된 새로운 문제점 진단
- ❖ 발견된 새로운 문제점의 해법 제안

target;

설정된 캠페인 목표와 조응시켜 다음 중 하나 이상의 타깃을 선정

target 1; 스마트폰 중독자

- ❖ 이미 스마트폰에 중독되어 분리 불안, 금단 현상 등이 나타난 사람

target 2; 스마트폰 중독 고위험군

- ❖ 아직 스마트폰 중독은 아니지만 중독자가 될 위험성이 높은 사람

target 3; 스마트폰 사용자

- ❖ 스마트폰 중독자이거나 중독 고위험군은 아닌 이용자
- ❖ 올바른 스마트폰 사용습관을 유지하거나 갖도록 유도

target 4; 전국민

- ❖ 스마트폰 중독자, 스마트폰 사용자의 주변인으로서 올바른 스마트폰 이용 습관 정착, 스마트폰 중독의 치료 및 예방에 도움

comm. strategy

커뮤니케이션 전략

strategy; 미디어 운영

- ❖ 올드미디어와 뉴미디어, 온라인과 오프라인이 적절히 결합된 360도 관점의 전략 수립
- ❖ TV광고의 경우 전국민 대상 범용 메시지, 기타 매체는 연령별 타겟에 맞춰 다른 메시지를 전달하는 식의 전략적 매체 운영도 가능하나
- ❖ 가용 예산이 크지 않은 만큼 다양하게 활용가능한 소스 창출을 선호함(one source, multi use)



Dumb ways to die

Mccann Melbourne, 2013

strategy; 유관기관 협업

- ❖ 스마트폰 중독해결과 관련된 유관기관 협업(안)을 캠페인 목표 및 타깃에 맞춰 함께 제안
 - 방송통신위원회, 미래창조과학부, 인터넷진흥원 등 정부 기관
 - 스마트폰 중독과 관련된 치료/상담기관
 - 유치원, 초중고등학교 등 각급학교

strategy; 기타

- ❖ 기존 매체(TV, 신문, 인터넷, 온라인 등)에 얽매이지 않고 이벤트, 설치미술, 전시, 플래시몹 등 창의적 솔루션을 제공하는 제안도 환영
eg. 마포대교 '생명의 다리', 'HELP' 등



Help-I want to save a life

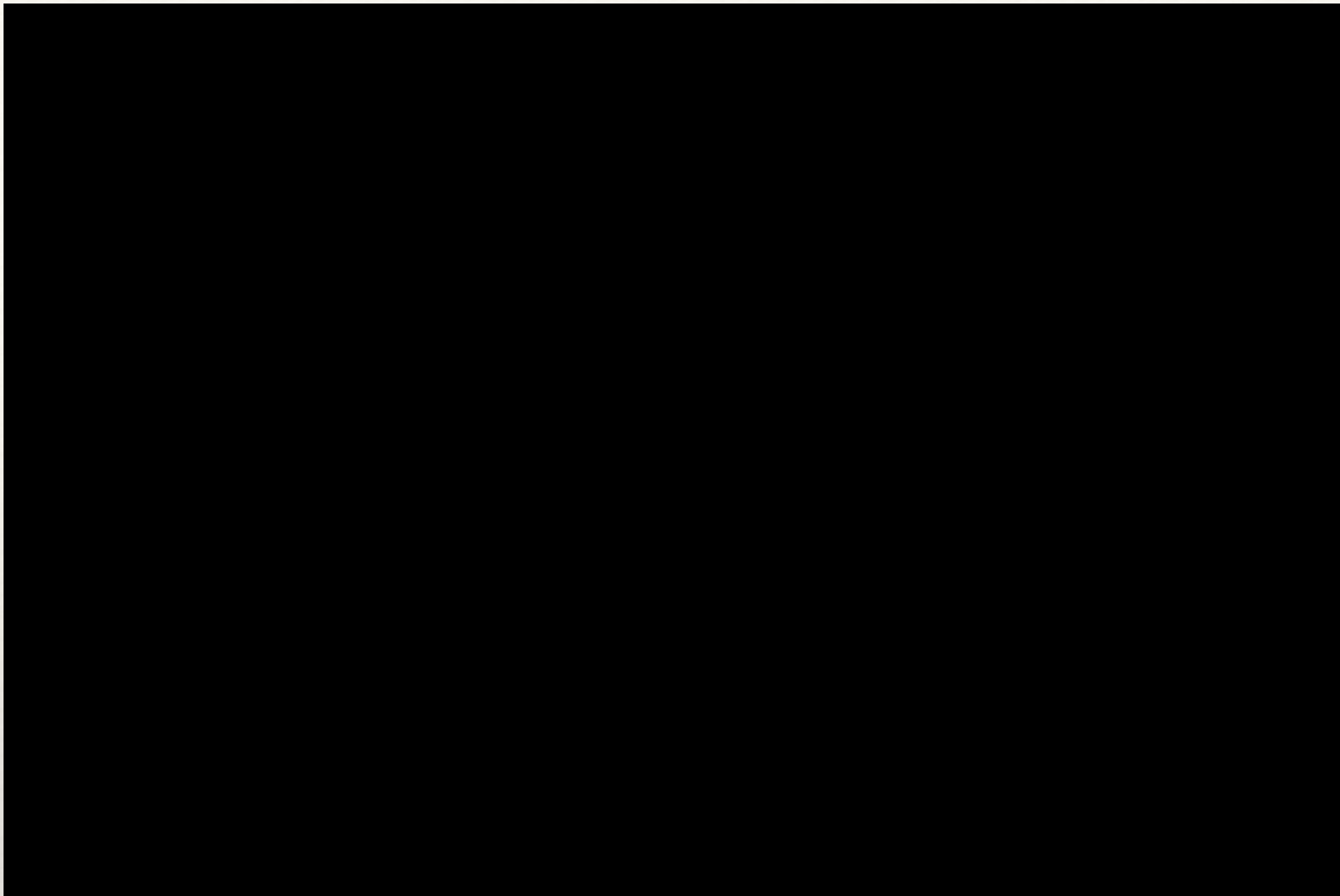
droga5, 2012

note

전략수립 시 유의사항

note; how to say

- ❖ TV 플래닝이 어려운 만큼, 광고시안이 전 연령대가 부담없이 받아들일 수 있는 표현이어야 함
- ❖ 스마트폰 중독자나 사용자를 가르치거나 훈계하려는 표현 및 전략 지양
- ❖ 공감을 통한 인식 및 태도, 행동의 변화 유도
- ❖ 관련 자료 인용 시 정확한 정의와 사실 관계를 활용하고 출처 명기



부모와 학부모

kobaco, 2010

thank you.