

## 제29회 HIF 한신영상광고제 브리프

CLIENT	트립소다
과제명	"함께라면 무엇이든 – 트립소다의 어드벤처 여행을 위한 통합 광고 캠페인 기획"
과제 문의	HIF 기획단장 ( <a href="mailto:hanshin_avc_hif@daum.net">hanshin_avc_hif@daum.net</a> )

### 1. 클라이언트 소개

여행, 어떤 기억으로 채워져있나요?

트립소다는 여행을 사람과 모험으로 채울 수 있도록 돋는 스타트업입니다. 최고의 동행들과 어드벤처 여행 상품을 만나볼 수 있어요.

전 세계, 수 많은 여행자들과 대화하고, 공유하고, 만나보세요. 함께 용감하게 세상 곳곳을 모험하세요.

### 2. 브랜드 상황

최근 트립소다는 '함께 하는 모험'에 초점을 맞춘 브랜드 리포지셔닝을 진행하고 있습니다.

현재 커뮤니티 활성화와 더불어, 모험을 즐기는 여행자들이 서로를 발견하고 함께 여행을 준비하는 기능을 강화하고 있으며, 이를 통해 브랜드 인지도를 확장하고자 합니다.

### 3. 커뮤니케이션 목표

"함께라면 못 할 것이 없는 어드벤처"이라는 주제를 통해, 트립소다가 제공하는 커뮤니티 기반의 모험 여행 경험을 강조합니다. 여행자들이 트립소다를 통해 여행 동반자를 찾고, 함께 모험을 떠날 수 있는 플랫폼임을 인지시키는 것이 목표입니다. 목표 달성을 통해 신규 유저 유입과 브랜드 충성도 강화를 기대합니다.

#### 4. 커뮤니케이션 과제

트립소다가 제공하는 커뮤니티의 장점을 명확하게 전달해야 합니다. 여행자들이 서로 정보를 공유하고, 새로운 인연을 만들며, 함께 여행을 떠나는 경험이 얼마나 가치 있는지를 보여주면 좋겠습니다.

'어드벤처'라는 키워드를 중심으로, 트립소다에서의 경험이 단순한 여행 이상의 의미를 지닌다는 점을 부각해주세요.

사용자들에게 트립소다 커뮤니티를 통해 새로운 여행 동행을 쉽게 찾고, 함께 모험을 떠날 수 있다는 메시지를 전달해주세요.

#### 5. 커뮤니케이션 타겟

- 메인 타겟) 20대에서 30대 초반의 여행자들. 특히 모험을 즐기고, 새로운 사람들과의 만남을 통해 특별한 경험을 추구하는 세대.
- 서브 타겟) 여행 경험이 많지 않지만, 혼자 떠나기엔 망설여지는 사람들이나 여행의 새로운 의미를 찾고자 하는 여행자.

#### 6. 유의사항

- 브랜드의 기존 이미지와 일치하도록, 모험적이면서도 신뢰할 수 있는 커뮤니티라는 점을 강조

#### 7. 참고 사항

- 자사 홈페이지: [트립소다 공식 홈페이지](#)  
[어드벤처 소개 페이지](#)
- Instagram: [트립소다 공식 인스타그램](#)

## 광고 기획서 공모전 브리프

### 주제: 함께라면 무엇이든 – 트립소다의 어드벤처 여행을 위한 통합 광고 캠페인 기획

트립소다의 브랜드 메시지인 “함께라면 못 할 것이 없는 어드벤처”를 중심으로, 트립소다의 인지도를 높이고 신규 유저를 유치할 수 있는 캠페인 기획

포함되면 좋을 것들:

- 광고 목표: 플랫폼 신규가입자 30% 증가 등 측정 가능한 목표를 제시
- 메시지 전략: 메인 메시지, 서브 메시지, 그리고 각각의 메시지가 전달될 미디어 매체 (예: TV, SNS, 인플루언서 마케팅 등)를 포함해주세요.
- 매체 전략: 타겟층이 자주 사용하는 플랫폼(예: Instagram, YouTube, TikTok 등)에 맞는 광고 유형(예: 스토리 광고, 배너 광고, 동영상 광고 등)을 선정하고, 이를 효과적으로 분배 할 전략을 포함해주세요. 구체적인 광고 유형 별 예산은 제외해도 괜찮습니다.
- 크리에이티브: 트립소다의 어드벤처 여행 콘셉트를 효과적 키 비주얼, 슬로건, 광고 카피 등 구체적인 디자인 및 표현 방법을 포함해주세요.
- 예산 계획: 예산 계획은 현실적인 범위 내에서 대략적인 예산만 포함해주세요도 좋습니다.
- 성과 측정: 캠페인 이후 트립소다 앱 다운로드 수, 신규 가입자 수, 웹사이트 방문자 수 등을 어떻게 측정하고 분석할 것인지 성과 측정 계획을 포함해주세요.

## 광고 영상 공모전 브리프

### “모험은 혼자가 아니다 – 트립소다와 함께하는 어드벤처 여행 광고 영상 제작”

“함께라면 못 할 것 없는 어드벤처 여행”이라는 메시지를 중심으로 트립소다의 브랜드 가치를 15초에서 최대 60초 길이의 영상 광고로 제작해주세요. 타겟층에게 강력한 인상을 남기고, 커뮤니티 기반 모험 여행 플랫폼으로서의 가치를 전달하는 데 초점을 둬 주세요.

길이: 60초 이내 솟폼

규격: 세로(9:16)

1080p(1080\*1920) FHD 이상