

보성군 홍보가 기가 막혀~!

홍보팀 직접 유튜브 · 캐릭터 제작... 홍보비 ZERO 효과는 10배 ↑

코로나19에서도 보성군 홍보는 멈추지 않는다! 전남 공튜브 선두주자, 망가져도 괜찮아 보성군을 위해서라면~ 농가와 상생을 위해 공무원이 직접 만든 특산물 캐릭터 대한민국 최고의 캐릭터가 되기까지!

□ 추진배경

- 코로나19 상황에서의 지자체 홍보, 어떻게 해야할까?
 - 코로나19로 축제, 행사 등이 전면 취소되면서 관광업 종사자, 지역 농가 특산물 판매 등의 어려움을 타파하고자 온라인 홍보 주력

□ 주요내용

- 보성군 자체 유튜브 제작단 BS특공대 결성(2020. 1.)
 - 2020년 1월 시작해 월 2~3편의 영상을 자체 제작해 지금까지 **총20여 편 업로드**

<p>B급 감성 더한 보성군 유튜브, 인기 급상승</p>	<p>친화적인 분위기 조성... B급 감성 유튜브로 인·객들을 사로잡는다</p>	<p>BS특공대 VS 부군수</p>
무등일보(20.5.6)	지방자치(6월호)	특산물 홍보 유튜브(꼬막)

- 직원 유튜브 콘테스트 진행(2020. 2. ~ 12.)
 - **8개팀 참여, 10여개 영상 업로드**(관광, 캠핑, 역사, 특산물 관련)
- 군민·공무원 SNS홍보단 운영
 - 군민 SNS 홍보단 : **보성군민 94명이 활동**, 공무원 SNS 홍보단 : **14팀 62명이 활동 중** / 로컬들만 알 수 있는 특별한 콘텐츠를 알림
- 보성군 특산물 캐릭터 BS삼총사 제작
 - 홍보팀이 캐릭터 성격부터 구체적인 이미지 작업까지 **용역 없이 직접 진행**, 캐릭터 **디자인비 3백만 원으로 캐릭터 완성**



녹차몬



꼬막몬



키위몬

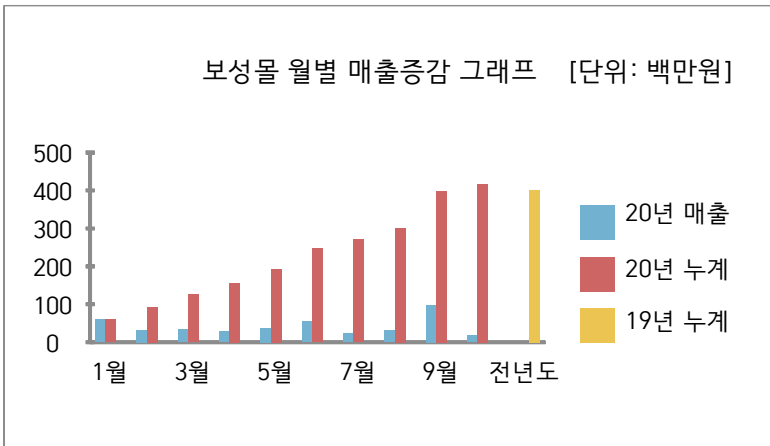
□ 주요성과

○ 한국콘텐츠진흥원 우리동네 캐릭터 대상 ‘대상’ 수상(전남최초, 유일)

- 우리동네 캐릭터 대상 역대 최다 득표(11만표) 기록 (2위 고양시와 10만표 차이)
- 국내 최대 크기 코엑스 k-pop전광판에 보성 특산품 캐릭터 무료 송출(광고비 **월7천만원** → **광고비 절감**)

○ 대한민국 공공PR 대상 최우수상 수상(전국 군단위 유일)

○ 지역 농특산물 온라인 쇼핑몰 ‘보성몰’ 판매 실적 향상

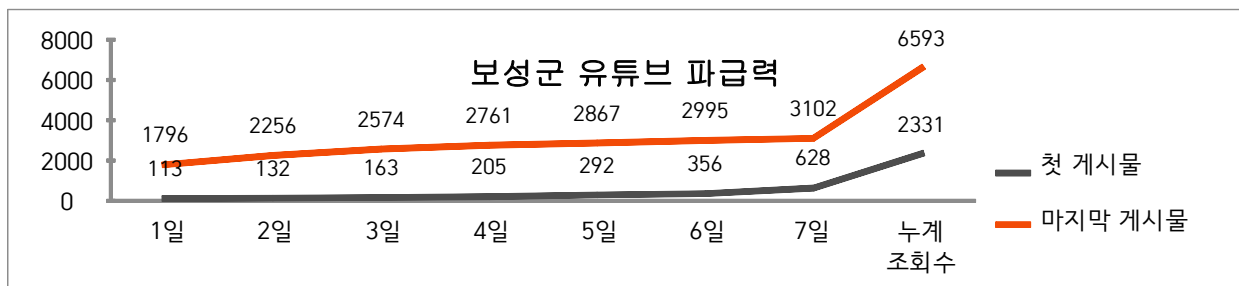


• 특히, 9월에 BS삼총사가 유튜브를 통해 첫 선을 보인 후 9월 **매출이 8월 매출에 비해 6천만원 이상 증가**

- 2019년 동기간 대비 매출 상승
- 보성군 유튜브에서 지역 상품을 활용한 영상 업로드 → ‘보성몰’ 매출에도 영향

○ 보성군 유튜브 파급력 상승, 전남 도내 공튜브 생태계 조성

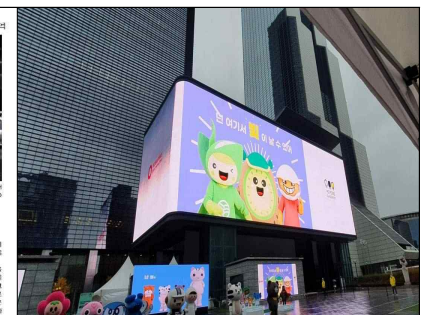
- 유튜브 구독자 전남 도내 1위(10월 기준)
- 전남 지역 공튜브 선두주자, 코로나19 언택트 상황에 맞춘 홍보전략 추진
- 2020년 1월 이후 구독자 253명 → 3,400명으로 대폭 증가
- 게시 파급력 10배 이상 성장(↓아래 차트 참조)



특산물 캐릭터 홈쇼핑(20. 9.)



광주매일신문(20.10.26.)



코엑스 k-pop 전광판