

CasperPunks가 NFT의 마케팅 ROI를 입증하였습니다.

캐스퍼 블록체인의 첫 번째 NFT는 새로운 수준의 소비자 참여 및 유틸리티를 가능하게 합니다. 트레이닝을 제공하고 있습니다.

목표

캐스퍼의 세 번째 생일을 기념하고자 저희 팀은 저희 여정 가운데 함께했던 커뮤니티를 기억하고 이들을 위한 특별한 선물을 만들기로 했습니다. 저희가 생각한 아이디어는 전체 커뮤니티에 최초의 희소한 CasperPunk NFT 중 하나를 획득하고 그리고 NFT에서 이러한 아이디어를 론칭할 수 있는 기회를 제공해 드리는 것이었습니다. 올해의 가장 큰 NFT 이벤트인 NYC를 말이죠. 캐스퍼는 현상 유지에 만족하지 않기 때문에 저희는 CryptoPunks에서 설정한 ERC 721 NFT 기준을 넘는 유틸리티로 NFT를 만들게 되었습니다.

“저희는 캐스퍼 블록체인에서 최초의 CasperPunk NFT의 여러 이점과 유틸리티를 활용하고 그리고 엔터프라이즈 고객을 위한 NFT의 모든 잠재력을 보여줄 수 있게 되어 기쁘게 생각합니다. 저희의 각각의 CasperPunk에는 로열티와 수익을 여러 계정으로 보낼 수 있는 기능이 내장된 스마트 계약이 갖춰져 있습니다. 이러한 잠재력을 상상해보세요!”

- Medha Parlikar (캐스퍼랩스의 공동 설립자이자 최고 기술 책임자)

도전 과제

- 소셜 미디어 플랫폼에서 일반적으로 암호화폐 브랜드가 유료 미디어 캠페인을 실행하는 것을 허용하지 않는 상황 가운데 어떻게 입소문을 낼 수 있을까요?
- 캐스퍼 브랜드 인지도 및 참여도를 어떻게 상당히 높일 수 있을까요?
- 트위터에서 디지털 네이티브(digital native)의 상상력을 어떻게 포착할 수 있을까요?
- 캐스퍼 블록체인에서 NFT의 마케팅 가치를 엔터프라이즈 고객들에게 어떻게 보여줄 수 있을까요?
- 단 72시간 만에 이러한 아이디어를 생각에서 론칭으로 어떻게 바꿀 수 있을까요?

저희가 도움을 드린 방법

캐스퍼랩스(Casper Labs) CasperPunk NFT를 디자인했는데 해당 경연에는 90,000명의 참가자가 모였고 30,000개의 리트윗이 이뤄졌습니다.

캐스퍼 트위터 규모는 미디어 예산 없이 팔로워가 71,000명에서 110,000명으로 늘어났습니다.