

## 03. Case study : 디지털 미디어 광고 사례 연구

nasmedia  
more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.  
Contact Us 2F,3F,4F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399

Index

Internet\_서울우유 저지방우유

지하철\_키움증권

## 서울우유 - 저지방우유

[ Creative ]



주요 포털 특수광고와 모바일 광고 동시 집행을 통해 효과적인 브랜드 메시지 전달 및 이벤트 이슈화

서울우유는 새로워진 저지방우유에 대해 알리기 위한 캠페인을 진행했습니다. 저지방우유의 제품 특성에 맞춘 이벤트를 진행하기 때문에 브랜드 메시지를 타겟에게 전달하고, 이벤트를 이슈화하는 매체 전략을 구상했습니다.

캠페인 초반에는 포털 일고정 특수 상품에 집중하여 이벤트 이슈화를 꾀했습니다. 동시에 모바일 커버리지가 높은 네이버 모바일, 다음 AD@m, 구글 애드몹 상품을 집행해 타겟 도달 및 참여를 극대화했습니다. 또한 약 한 달 간 진행된 캠페인 기간 중 소재를 교체하면서 지속적인 이용자 참여를 유도했습니다.

결과적으로 서울우유 저지방우유의 차별적인 메시지 전달에 성공하였고, 다수의 이벤트 응모 횟수를 기록하였습니다.

[ Landing Page ]



### Campaign Profile

브랜드 : 저지방우유  
 광고주 : 서울우유  
 캠페인 타겟 : 20-40세 여성  
 집행기간 : 2011년 4월 4일 ~ 4월 30일  
 집행매체 : 네이버, 다음, 네이버, 엠군,  
 다음\_AD@m, 구글\_애드몹, 네이버\_모바일

Campaign

[포털 초기면 및 특수 광고 집행]

>> 캠페인 초반 다음 브랜딩스테이션, 브랜딩프리플 및 네이버 타임보드와 같은 초기면 특수 광고 상품을 집행하여 이벤트 페이지 유입 및 참여 극대화

- 나만의 건강&다이어트 비법 공개! -



각 주차마다 건강&다이어트와 관련된 주제 미션을 제시하고, 30자 미만의 짧은 개인의 의견 응모, 총 79,580건 응모

- 대한민국 1%를 찾아라! -



서울우유 저지방우유와 같은 일상 속 특별한 1% 소개하기 가족 사랑에 관한 사진 응모가 가장 많았으며, 총 3,536건을 기록함

[모바일 배너 동시 집행]

>> 모바일 유저의 커버리지 높은 네이버(모바일), 다음\_AD@m, 구글\_애드몹 3개의 상품을 동시 집행하여 모바일 유저에게도 적극적인 메시지 전달

모바일 웹메인 띠 배너



모바일 웹뉴스 띠 배너



다음 AD@m



구글(애드몹) 스탠다드배너

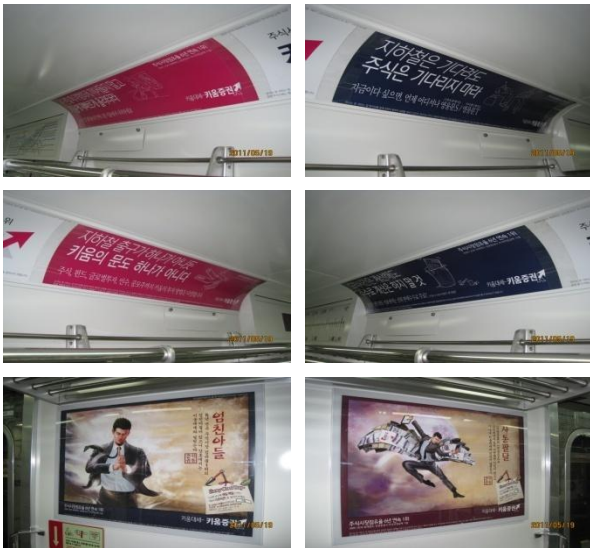


## 키움증권

[1차 캠페인]



[2차 캠페인]



### 지하철 5호선과 7호선 내 차량 내 독점 광고를 통해 지속적인 브랜딩과 이슈화 성공 우수한 효과를 토대로 장기 집행 중!

지하철 5호선을 자주 이용하는 사람이라면, 지난해 하반기 지하철 차량 내 부착되어진 '키움증권'의 광고를 한번쯤 본 기억이 있을지도 모른다.

키움증권은 브랜딩을 목적으로 5호선의 차량 10편성에 차량 내 광고를 집행하였다. 편성 차량에는 키움증권의 광고가 독점적으로 노출되었고, 전체 편성의 약 20%를 점유하는 높은 수준이었다.

지하철 5호선의 경우, 기업/상업 밀집 노선이기 때문에 출퇴근이나 개인적인 목적으로 정기적으로 혹은 빈번하게 지하철을 이용하는 경우가 높다. 따라서 키움증권의 독점/고정 형태의 지하철 편성 광고는 브랜드 메시지를 반복적으로 전달하고, 노출에 대한 효율성이 높일 수 있었다.

지난 광고에 대한 광고주의 만족도가 높아, 2011년에는 7호선으로 확장하여 장기 집행 중에 있다. 동일한 톤앤매너의 크리에이티브와 독점/고정 형태의 광고 집행이 브랜딩 효과를 높이고 있다.

#### Campaign Profile

광고주 : 키움증권  
 캠페인 : 키움증권 브랜딩  
 캠페인타겟 : 성인 전체  
 집행기간 : 2010년 7월~12월 / 2011년 5월~11월  
 집행매체 : 지하철 편성광고

\* 편성광고 : 차량 내 모든 액자와 모서리 광고를 독점 노출하는 내부광고



Campaign

[1차 캠페인]

>> 차량 내 편성 광고\_액자형, 모서리형 광고를 독점 형태로 집행하여 브랜드 메시지를 반복적으로 전달

- 액자형 광고 -



- 모서리형 광고 -



[2차 캠페인]

>> 차량 내 편성 광고\_1차 캠페인과 동일한 톤앤매너의 크리에이티브를 집행, 지하철 차량 내 독점 편성하여 브랜딩 효과 극대화

- 액자형 광고 -



- 모서리형 광고 -



# More than Expected!

We differentiate your business  
with network advertising service

| nasmedia  
more than expected!