nasreport no.255

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil, Gangnam-gu, Seoul, Korea

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

Index.

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 유한킴벌리 - 좋은느낌 좋은순면 참숯 토크콘서트

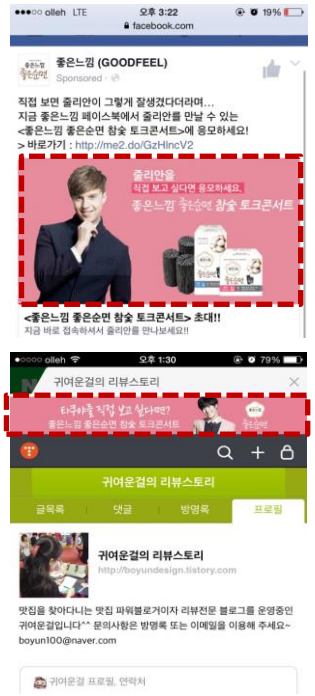
B. 디오스김치톡톡 - LG전자 디오스 김치톡톡 캠페인

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

유한킴벌리 - 좋은느낌 좋은순면 참숯 토크콘서트

- Target : 20세 - 34세 여성
- Period : 2015년 10월 6일 ~ 10월 12일
- Media : 페이스북, GDN, 아담

Campaign Creative



Campaign Result

이벤트 참여자 수 극대화 위한 비딩형 상품 및 타깃팅 적극 활용

짧은 기간 동안 유효 타깃에 집중 노출로 효과적인 결과 도출

- 효율성 극대화를 위해 다양한 타깃팅 기법 활용 및 유연한 소재 운영
- 관심있는 유저 대상으로 광고 집중 노출, 이벤트 참여자 수 극대화

1) 각 매체별 타깃팅 기법 집중 활용 (페이스북 - 관심사, GDN - 문맥, 아담 - 카테고리)
2) 효율 극대화를 위해 유저 반응(클릭)에 따라 모델별 소재 ON/OFF

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

*Source : 나스미디어 내부 자료

상세 집행 크리에이티브 한정된 예산 안에서 이벤트 참여를 극대화하기 위해 실시간 비딩형(RTB) 상품 집중 활용

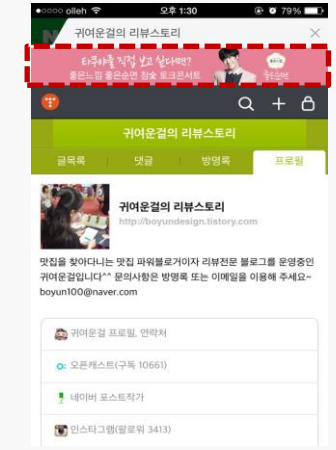
Facebook - 관심사 타깃팅

-쇼핑 및 패션, 음식, 피트니스, 다이어트, 요리, 요가, 생리대, 음식점, natracare 등 관련 관심사 유저 중심 타깃팅 설정

GDN - 문맥 타깃팅

-브랜드, 경쟁사, 타깃 , 시즈널 (버건디, 가을립스틱 등) 관련 키워드 활용

Adam - 카테고리 타깃팅



-식음료, 쇼핑, 스타일/패션 카테고리 집중 타깃

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

*Source : 나스미디어 내부 자료

디오스김치톡톡 - LG전자 디오스 김치톡톡 캠페인

- Target : 25세 - 50세 여성
- Period : 2015년 10월 8일 ~ 2015년 12월 18일
- Media : 유튜브, SMR, CJ E&M, 방송사, 네이버 브랜드검색, 네이버, 밴드, 페이스북

Campaign Creative

Campaign Result

동영상 광고 노출 극대화를 통한 브랜딩 강화

이벤트 참여를 통한 브랜드 USP(독점제공) 인지 유도

- 동영상 매체 및 자발적 영상 확산이 가능한 SNS 집행을 통해 노출 극대화 및 이슈화
- 타깃 커버리지 확보가 가능한 빅포털 및 타깃 주 이용 매체 집행을 통해 이벤트 참여 극대화

1) 타깃 방문이 활발한 빅포털 메인 섹션을 선점하여 타깃 커버리지 확보
2) 동영상 매체 (유튜브, SMR, CJE&M, 방송사) 공략으로 영상 조회수 극대화
3) 고관여 관심자에게 영상 및 이벤트 참여 유도를 위해 브랜드 검색 활용
4) 자발적인 영상 확산을 위한 SNS (페이스북, 페이스북 팬페이지) 공략

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

*Source : 나스미디어 내부 자료

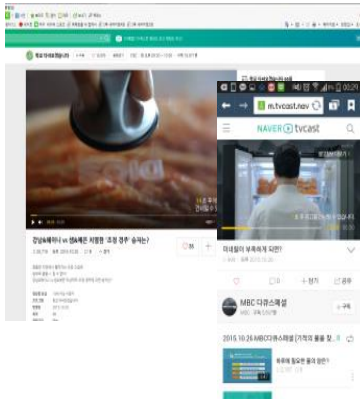
상세 집행 크리에이티브

1. TV CF 동영상 노출 및 이벤트 참여 극대화 유도

동영상 매체 (유튜브, SMR, CJE&M, 방송사) 공략으로 영상 조회수 극대화 달성 유도
SNS 매체 집행 (페이스북, 페이스북 팬페이지) 을 통해 자발적인 영상 확산 공략

〈Youtube〉

〈SMR〉



〈Facebook, 팬페이지〉

〈CJ E&M〉

〈방송사〉

2. 이벤트 페이지 유입 및 참여 유도

타깃 커버리지 확보가 가능한 빅포털 네이버 집행을 통해 이벤트 페이지 유입 및 참여 유도
타깃 주 이용 매체인 카카오스토리, 밴드를 통해 이벤트 페이지 유입 및 참여 유도

〈네이버 롤링보드_HD 동영상형〉

〈카카오스토리〉

〈BAND〉

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

*Source : 나스미디어 내부 자료

more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

- 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청

nasmedia
미디어전략실 트렌드전략팀

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2016 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.