

nasreport no.258

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

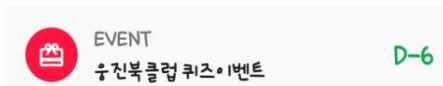
Internet: A. 웅진북클럽 - 라디오 CM변경 기념 퀴즈 이벤트
B. 엘리트 - 신학기 프로모션

OOH: C. 교보라이프플래닛생명 - 5호선 차내 편성

웅진북클럽 - 라디오 CM변경 기념 퀴즈 이벤트

- Target : 3040 학부모
- Period : 2016년 3월 10일 ~ 3월 20일
- Media : 아이엠스쿨, m네이버, 포인트플러스

Campaign Creative



Campaign Result

학부모 타깃 매체를 전략적으로 활용하여 타깃 노출 극대화 및 이벤트 참여 유도, 비용 효율적인 캠페인 운영

- 3040 학부모 대상 핵심 타깃 매체 선정
- 다양한 형태의 상품 운용으로 우수한 광고 노출/클릭 기록

- 1) 웅진북클럽은 라디오 CM변경을 기념하여, 3명의 선생님이 진행하는 맞춤학습관리 시스템을 퀴즈 이벤트 형식으로 전달
- 2) 3040 학부모 타깃 접점 매체 전략화하여 관심도 및 관여도가 높은 핵심 타깃에게 효과적으로 메시지 전달
- 3) 이미지 배너 이외에도 푸시 메시지, 전면광고 등의 상품을 활용하여 이용자의 인게이지먼트 및 인터랙티브 강화, 우수한 반응을 기록

*Source : 나스미디어 내부 자료

웅진북클럽



자녀 교육에 관심이 높은
30-40대 학부모 대상

이벤트 고지 및 참여 유도 극대화



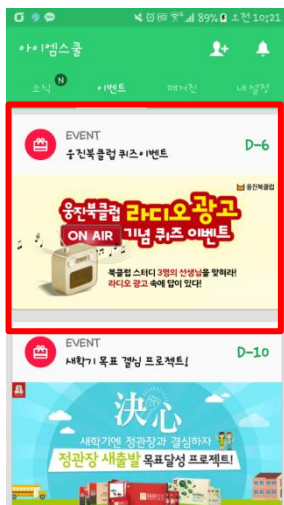
아이엠스쿨
: 모바일 알림장 앱
초등 학부모인 핵심 타겟에게
효율적으로 메시지 전달



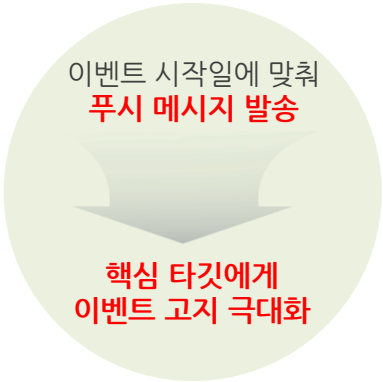
m.네이버
: 기간 내 안정적인 광고 노출,
이벤트 참여 유도



포인트플러스
: 구매력 갖춘 20-40 타겟 매체
전면 배너 CPC 상품 운영으로
우수한 비용 효율 달성



[이벤트탭 내 배너 노출]



[서브 통합 DA]



[전면 배너]

*Source : 나스미디어 내부 자료

엘리트 - 신학기 프로모션

- Target : 10대 남녀
- Period : 2015년 11월 23일 ~ 2월 22일
- Media : 비트, 아프리카, 네이버, 시럽애드, MBC, 애드패커, 아이엠스쿨, 카카오토리, 유튜브, 다윈

Campaign Creative



Campaign Result

10대의 미디어 이용 행태를 반영하여 동영상&모바일 집중적으로 진행, 캠페인 기간 동안 지속적인 노출 관리로 브랜딩 효과 극대화

- 신학기 교복 맞춤 시즌에 맞춰 10대 친화적인 매체를 선정하여 광고 노출
- 3개월 동안 진행된 캠페인으로, 브랜드 인지 효과를 유지하기 위해 시기적 매체 운영 차별화

- 1) 비트, 아프리카TV, m네이버 웹툰 타깃팅 등 10대의 이용이 높은 매체 선정하여, 핵심 타깃에게 광고 노출, 높은 반응 유도
- 2) 엘리트는 캠페인 전반부엔 아이들이 모델인 광고 영상 노출을 통해 임팩트 있는 브랜드 메시지 전달, 후반부엔 네트워크 매체 위주의 지속적인 광고 노출로 브랜드 상기 유지
- 3) PC와 모바일 브랜드 검색 동시 진행, 모바일 노출이 높았던 만큼 모바일 브랜드 검색이 증가하여 높은 비용 효율 달성

*Source : 나스미디어 내부 자료

엘리트

“교복은 elite”

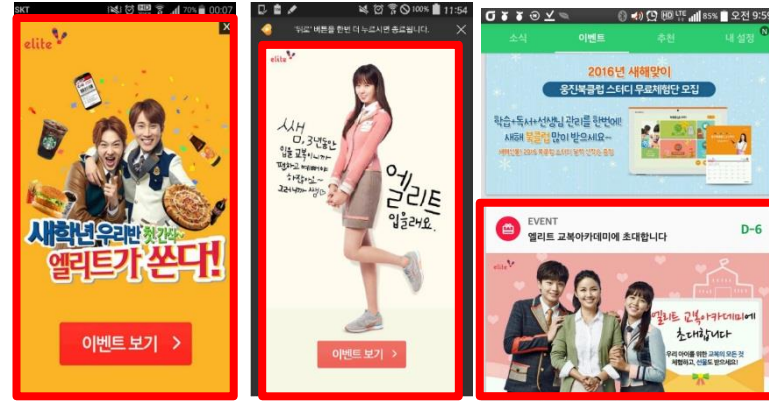


10대 남녀

브랜드 메시지 전달 및 인지도 상승

[타깃 친화 매체]

: 타깃 집중 노출, 타깃 커버리지 확보



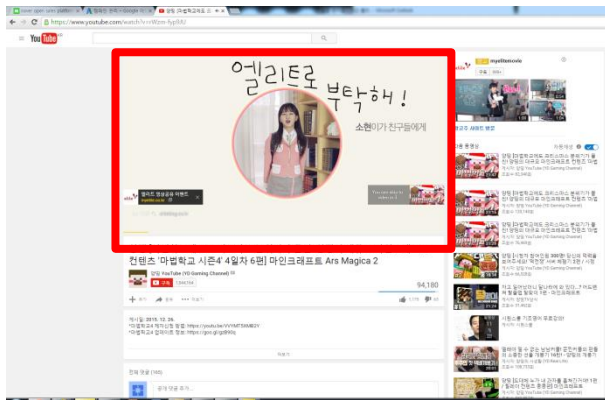
[아프리카TV]

[비트]

[아이엠스쿨]

[동영상 매체]

: 아이돌 모델의 영상 노출, 핵심 브랜드 메시지 전달



[유튜브]



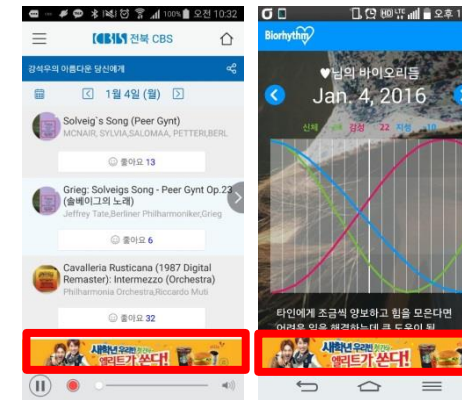
[다원]



[iMBC]

[모바일 네트워크 매체]

: 캠페인 후반 기간 동안 일차별 고른 노출 유지



[시럽애드]

[애드패커]

[네이버 브랜드 검색]

: 검색자 대상 정보 노출



[네이버]

*Source : 나스미디어 내부 자료

교보라이프플래닛생명 - 5호선 차내 편성

- Target : 전체
- Period : 2016년 05월 01일 ~ 05월 31일 / ~ 6월 30일 연장 집행
- Media : 5호선 차내 편성 (10편성)

Campaign Creative



Campaign Result

교보라이프플래닛생명은 5호선 차내 편성 광고를 집행하여, 독특한 광고 소재로 브랜드 메시지를 재미있게 전달

- 5호선 차량 내 액자 및 모서리 광고 영역 독점, 10대 차량 편성
- 식품 재료를 이용한 광고 소재를 시리즈로 게시, 지하철 이용자에게 재미있는 광고 경험 제공

- 1) 광고 기간 동안 편성 차량 이용객에게 주목도 높은 광고를 반복적으로 노출
- 2) 식품 재료를 이용하여 재치있게 브랜드를 설명하는 광고 카피를 시리즈로 노출
지하철 이용자에게 재미있는 광고 경험 제공 및 브랜드 인지도 강화
- 3) 광고 노출 및 운영에 대한 높은 만족도로 1개월 연장 집행

*Source : 나스미디어 내부 자료

교보라이프플레닛생명



지하철5호선



지하철5호선 이용객

하루 평균 85만 명

전체 지하철 이용객의 12% 비중



지하철5호선 차내 편성 광고(10편성)

교보라이프플레닛생명

차량 이용자의 시선이 닿는 모든 광고영역에 단독 광고 집행!
8량 지하철 10대 편성



X 10대

재기 발랄한 광고 소재, 콘셉트에 맞는 다양한 브랜드 메시지 구성
이용자의 시선강탈! 광고 주목도 및 브랜드 인지도 상승!



*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