

20
16

DEC

no. 264

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet :

A. KB국민은행 - Liv 송 바이럴 캠페인

IPTV +OOH :

B. 한화그룹 - 2016 서울세계불꽃축제 캠페인

A. KB국민은행 - Liiv 송 바이럴 캠페인

- Target : 20세 이상 전체, 금융 업종 관심 이용자
- Period : 2016년 9월 1일 ~ 10월 10일
- Media : 유튜브, 애드픽, 판도라_프리즘_소셜, 애드소셜

Campaign Creative



Campaign Result

KB국민은행의 모바일 플랫폼 Liiv의 브랜딩 목적으로 아이오아이(I.O.I)의 Liiv송 바이럴 영상을 유튜브, 페이스북 집중 노출

- 영상 노출 및 바이럴이 가능한 유튜브 및 페이스북에 광고 집중
- 페이스북은 인플루언서 및 인기 페이지 중심으로 광고를 노출하여 짧은 시간 빠르게 바이럴 유도

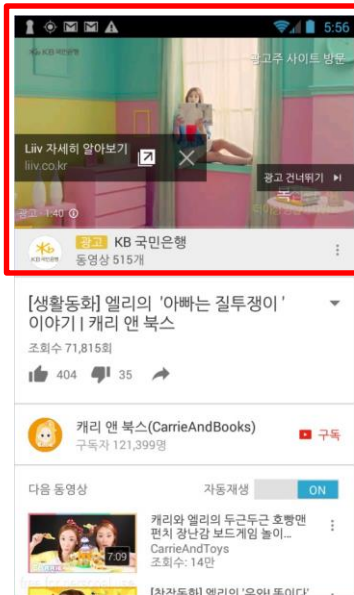
- 1) 유튜브는 다양한 타겟팅을 적용한 트루뷰 진행, 캠페인 진행별 노출 조절 및 디바이스 비중 구분하여 운영함으로써 목표 대비 높은 조회수 및 효율 확보
- 2) 캠페인 초반, 페이스북 내 인플루언서 페이지와 인기페이지의 게시물 형태로 동영상을 노출하여 페이지 팬 중심으로 빠르게 확산시켜 높은 영상 조회수 확보하며 바이럴 유도
- 3) I.O.I의 높은 인지도, 뮤직비디오 형식으로 Liiv의 기능 소개, 영상 노출이 2차 확산되며 Liiv의 인지도 제고 및 브랜드 메시지 전달에 성공

*Source : 나스미디어 내부 자료

KB국민은행 - Liiv 송 바이럴 캠페인

[타깃 노출 최적화]

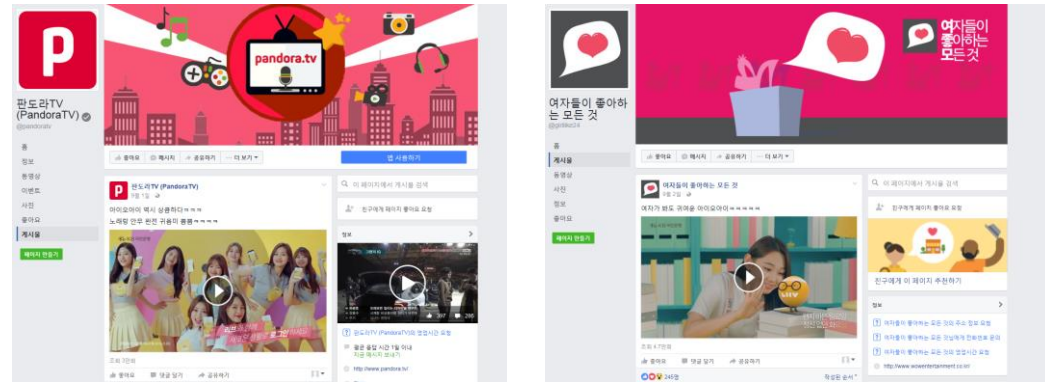
: 다양한 타깃팅 구사
기간별 CPV 효율 관리로
적합한 타깃 노출 및 비용 효율 확보



<유튜브>

[영상 조회 및 2차 확산 유도]

: 페이스북의 인기 페이지 및 인플루언스 게시물 형태로 영상 노출
페이스북 내 네트워크를 통해 영상 노출 및 좋아요, 댓글, 공유 확산

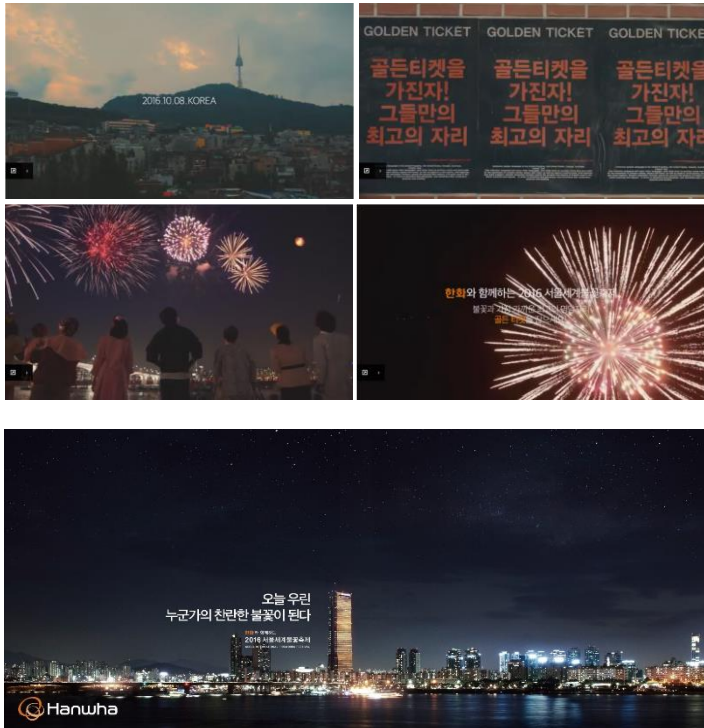


<페이스북 인기 페이지 및 인플루언스 페이지>

B. 한화그룹 - 2016 서울세계불꽃축제 캠페인

- Target : 20-40대
- Period : 2016년 9월 07일 ~ 10월 08일
- Media : Internet - 유튜브, SMR, Vpool, 네이버, 다음, 캐시슬라이드, 카울리, 버즈스크린, 페이스북
지하철5678 - 여의나루역 랩핑

Campaign Creative



Campaign Result

2016 서울세계불꽃축제 정보 고지 및 골든티켓 이벤트 참여 유도 목적으로 디지털 캠페인 및 여의나루역 랩핑 광고 집행

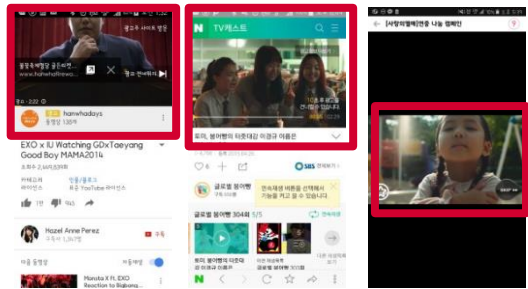
- 2016 서울세계불꽃축제 고지 및 이슈화 목적으로 타깃 주 이용 매체 선정, 타깃팅 운영으로 비용 효율적인 광고 집행
- 미디어별 광고 전략과 운영으로 브랜딩, 이벤트 참여 유도, 바이럴, 행사 참여 유도 등 다각적인 캠페인 목표 달성

- 1) 20-40대의 디지털 이용 행태에 맞춘 매체 선정, 포털, 모바일, 동영상, SNS 등 타깃 접점에서 광고를 노출하여, 2016 서울세계불꽃축제 브랜딩 및 이벤트 참여 유도
이용자와의 인게이지먼트를 높이며, 이슈화에 성공
- 2) 2016 서울세계불꽃축제 개최 장소와 접근성이 높은 여의나루역에 랩핑 광고를 진행하여 효과적인 브랜드 메시지 및 행사에 대한 기대감 전달, 실제적인 참여 유도

*Source : 나스미디어 내부 자료

한화그룹 - 2016 서울세계불꽃축제 캠페인

동영상 노출 및 View 확보를 통해
2016 서울세계불꽃축제 고지



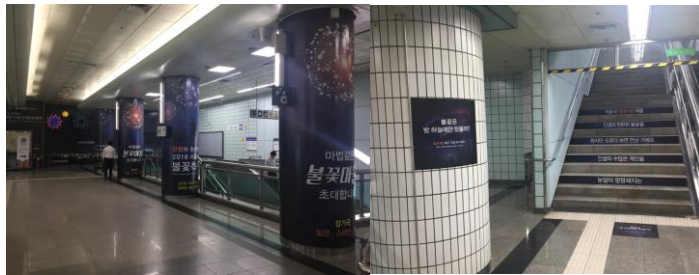
포털 메인/모바일 네트워크/잠금화면 전면 광고 노출로
20-40 타겟 커버리지 확보, 이벤트 참여 유도



페이스북 이용자 대상으로
캠페인 메시지 전달 및
이벤트 참여 유도, 2차 확산 유도



5호선 여의나루역에 랩핑 광고 집행하여
2016 서울세계불꽃축제 브랜딩 및 방문 유도



Media
Strategy

2016 서울세계불꽃축제
검색자 대상
정보 제공 및 이벤트 고지



more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청