

OOH Planning Guide

게임 업종

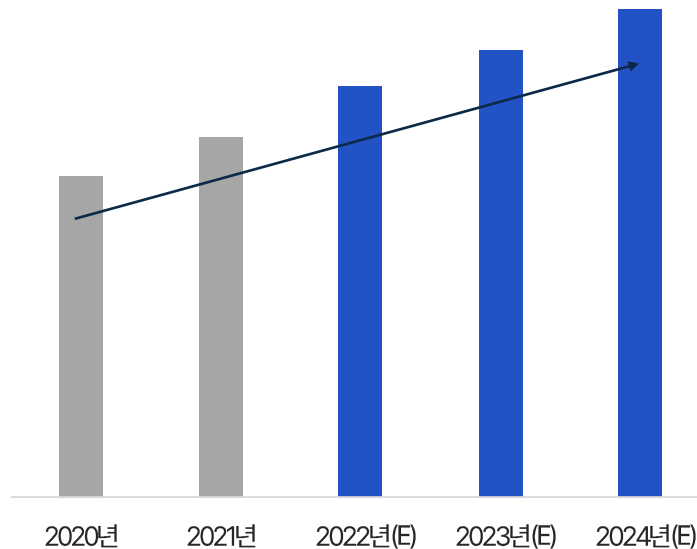
Brand Buff 패키지 활용 전략

엔데믹에도 계속되는 플레이어의 게임 여가 생활

모바일 게임 상승세 지속 · 콘솔 게임 제작 열풍

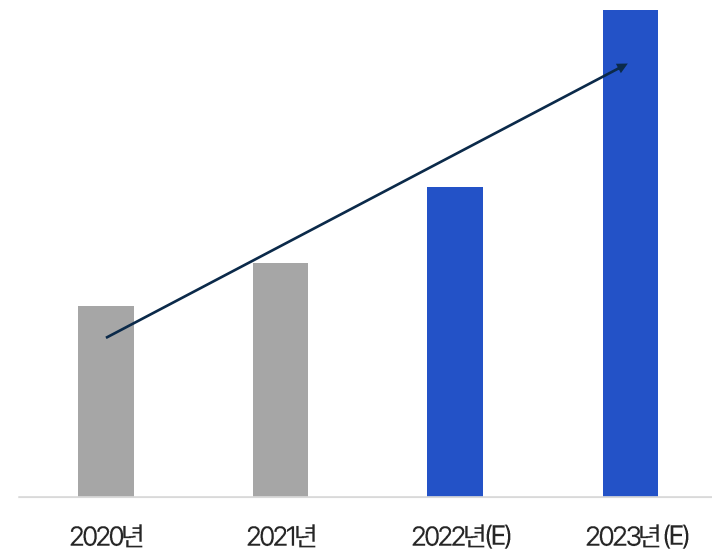
엔데믹에도 게임 이용률이 지속적으로 증가하며 시기와 관계없이 게임 플레이어가 게임으로 보내는 여가 시간은 계속되고 있습니다.
국내 게임 시장 전망은 모바일과 콘솔 게임 중심으로 더욱 더 성장할 예정입니다.

국내 모바일 게임 시장 규모 전망



국내 콘솔 게임 시장 규모 전망

* 출처 : 한국콘텐츠진흥원



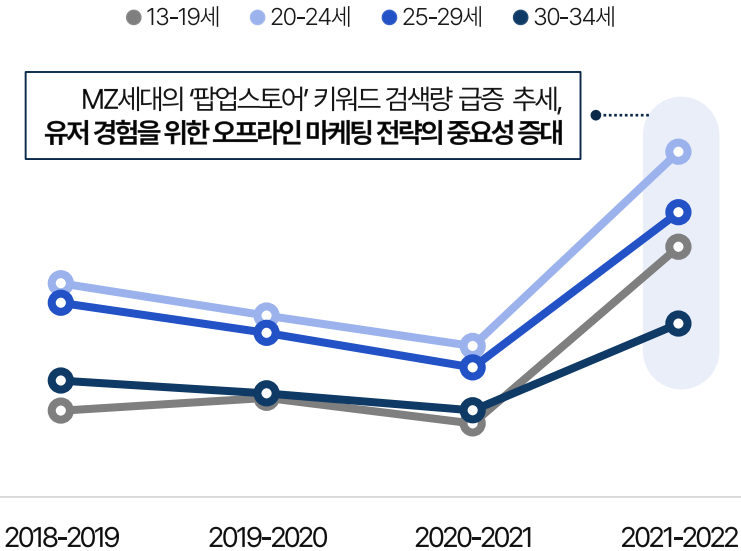
게임 유저들의 눈높이에 맞는 마케팅 전략

오프라인 경험 마케팅 트렌드

신작 인지도 향상을 위한 **활발한 오프라인 마케팅** 성행하며 모니터 너머 현실 세계로 마케팅 활동을 확장하고 있습니다. 팬들과의 직접적인 접점을 넓히며 **게임 몰입감 상승**을 통해 차별화된 게임 이용 경험을 제공합니다.

브랜드 경험을 중시하는 MZ세대

* 출처: 이노션 인사이트그룹



모바일 게임 오프라인 마케팅 사례

* 출처: 보도자료



- '일상비일상의틈byU+'에서 배틀그라운드 모바일 체험 공간 오픈
- 배틀그라운드 모바일 속 설정과 요소를 구현하여 게임 속 장면 환경 재현
- MZ세대 취향을 저격한 차별화된 브랜드 경험 제공

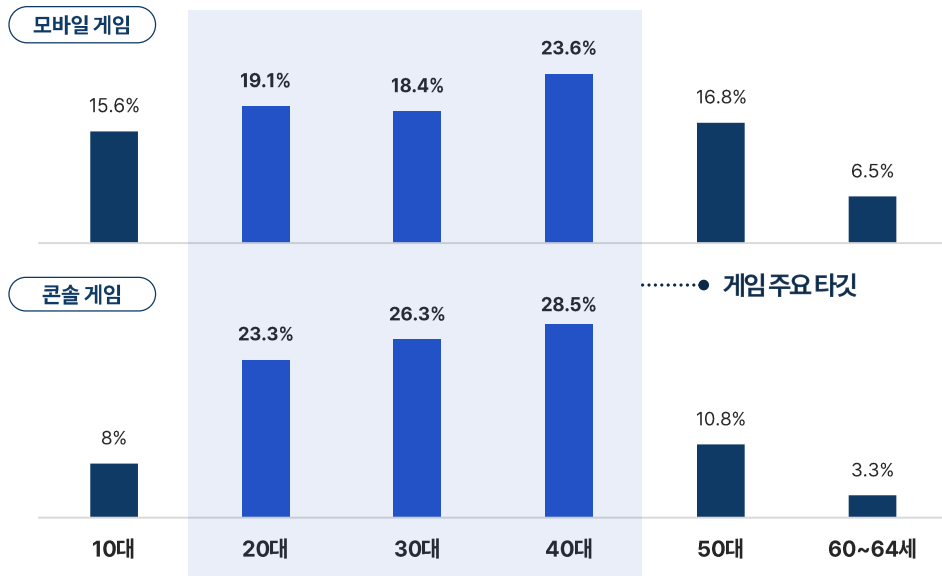


- 카카오킴즈의 '우마무스메 프리티 더비2'와 애니플러스샵 콜라보
- 캐릭터와 관련있는 식음료 메뉴를 판매하여 유저의 게임 몰입도를 높이고 흥미를 끌어올리는 전략으로 게임 유저 타깃 공략

게임 주요 타겟이 이용하는 지하철 지하철 고화질 영상 매체를 통한 역동적인 그래픽 표현 가능

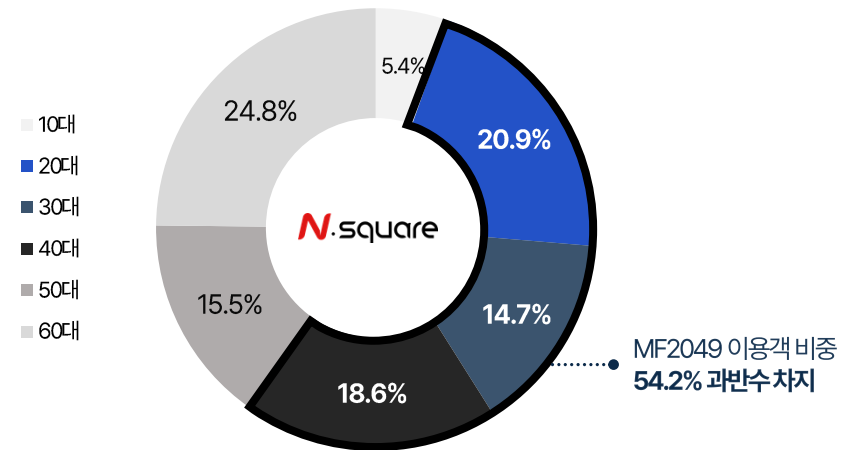
N.square 설치 역사의 주요 이용객 연령대는 20~40대가 과반수를 차지하며, 게임 주요 이용자 연령대와 유사합니다.
게임 주요 타겟이 이용하는 지하철 내 고화질 영상 매체를 통해 게임 유저들의 시선을 압도할 수 있습니다.

모바일 게임·콘솔 게임 이용자 연령 분포



* 출처 : 한국콘텐츠진흥원 2022 게임 이용자 실태조사 (모바일 게임 N=3,755 / 콘솔 게임 N=800)

N.square 주요 역사 이용객 연령대



* 출처 : 나스미디어 N.square 광고효과조사 (주요 역 주 1회 이상 승/하차 이용자 N=129)

게임 업종 OOH 활용 전략

대화면 디스플레이와 싱크 플레이로 시선을 끌어당기는 Brand Buff 패키지

N.square Venti 기준 W 7m * H 2.5m (1.9mm LED)



- 조명광고 2배 너비 압도적인 대형 스크린으로 생동감 있는 광고 노출이 가능한 상품
- 강남역, 삼성역, 신사역 등 게임 이용률이 높은 MZ세대 유동인구가 많은 핵심역사를 중심으로 패키지가 구성되어 있어 코어 타깃과의 오프라인 접점 확대 가능

+

Media Garden 75인치 4면



- 75인치 패널 56면의 동시 노출로 규모감 있는 광고 노출이 가능한 상품
- 게임·IT 관심 유동 인구가 많은 판교역 지하 1층에 위치해 코어 타깃에 반복 노출 가능

역동적인 그래픽의 생동감 넘치는 표현 가능 규모감 있는 최신 디스플레이를 보유한 N.square

압도적 규모와 고화질의 최신 디스플레이를 보유한 N.square는 생동감 있는 광고 송출이 가능하여
역동적인 게임 크리에이티브와의 시너지 효과를 기대할 수 있습니다.

일반 조명광고보다 **2배 넓은 디스플레이**
(Venti 기준, W 7m * H 2.5m)

LED 1.9mm GOB 타입 사용으로
고화질 송출 및 플리커 현상* 최소화



* 플리커 현상: 영상을 카메라로 촬영했을 때 나타나는 검은색 줄이 생기는 현상

다양한 캐릭터의 입체감 있는 표현 가능 56면 세로형 디스플레이 동시 송출 Media Garden

75인치 UHD 디스플레이를 보유한 Media Garden은 56면 동시 송출이 가능하여
게임 캐릭터의 입체감 넘치는 움직임을 효과적으로 표현할 수 있습니다.

75인치 UHD 디스플레이
총 14개 기둥 56면으로 구성되어
턴키 집행 동시 송출 가능



게임 업종 OOH 활용 전략

서울 핵심 역사와 게임 관심 유동인구 밀집 역사를 하나로 Brand Buff 패키지

매체	호선	역사명	상품등급	수량	월평균 승하차 인원
N.Square Venti Pack	2	강남*	SA	1기	4,286,487 명
	2	삼성*	SA	1기	2,723,726 명
	3	교대	SA	1기	600,270 명
	3	신사*	SA	1기	1,635,319 명
	4	서울역	SA	1기	778,945 명
	4	혜화	SA	1기	1,879,166 명
	7	건대입구*	SA	1기	736,175 명
	8	문정	A	1기	1,075,933 명

+

매체	호선	역사명	수량	광고면	2022년 6월 수송 인원
판교역 Media Garden	신분당선	판교*	14기	56면	985,986 명

특별 할인 서비스 제공

벤티 패키지 단가
1,500만원
(vat 별도)

+

미디어가든 단가
1,500만원
(vat 별도)

→

할인가
2,000만원
(vat 별도)

9개역
22기 노출

할인율 **33%** 적용

* 추천 역사 for Game

* 월평균 승하차 인원 출처: 서울교통공사(22년 1~10월 월평균 기준)

Case Study 01

오버워치 Campaign

오버워치2 출시 홍보 목적의 캠페인 운영

초대형 고화질 스크린의 **VentiPack**. 을 통해 MMORPG 게임의 역동적인 움직임을 표현



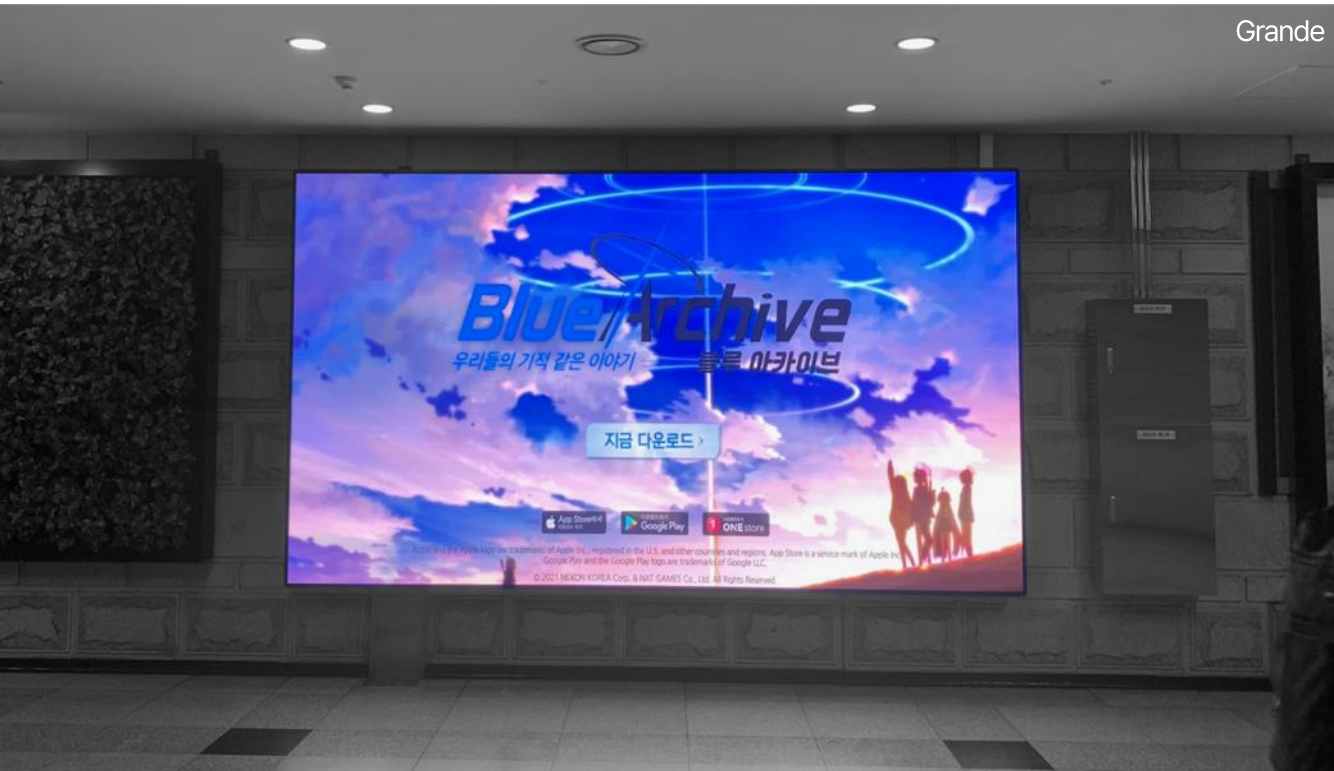
Venti

Case Study 02

넥슨 Campaign

넥슨 블루아카이브 신규 다운로드 유도 목적의 캠페인 운영

폭 넓은 커버리지 확보를 위해 N.square 모든 역사, 모든 미디어 타입에 노출되는 **All in One Pack**. 집행



Case Study 03

닌텐도 Campaign

닌텐도 스플래툰3 발매 홍보 목적의 캠페인 운영

다양한 스크린 집행이 가능한 **All in One Pack**. 을 통해 강렬한 크리에이티브 소재를 반복 노출, 브랜드 각인



Venti



Grande

Red-A

nasmedia

나스미디어 OOH매체사업팀
ooh@nasmedia.co.kr