nasreport
nasmedia Trend Study

no.210

Case Study

# 디지털 미디어 광고 사례

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue ‘More than expected’. Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3F,4F,5F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2012 nasmedia Inc. All Right Reserved.

Case Study

# 디지털 미디어 광고 사례

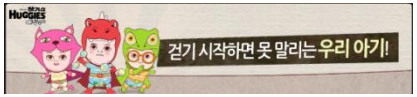
## Index

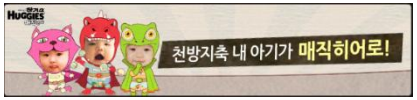
Internet_유한킴벌리 – 하기스 매직 히어로

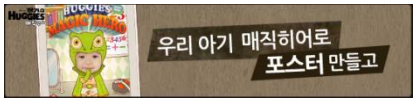
IPTV+OOH_네오위즈 - 청풍명월

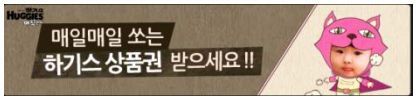
# 유한킴벌리 - 하기스 매직 히어로

[Creative]



[Landing page]

## 연령, 성별, 지면 타깃팅을 통해 이벤트 참여 독려 및 네이버의 하기스 매직 히어로 브랜드 웹툰 방문 유도

하기스는 실제 부모로부터 아이를 키우면서 겪은 재미있는 에피소드를 공모해 웹툰으로 제작하는 이벤트를 진행했습니다. 기저귀 구매의 주요 고객층인 25-39 여성에게 이벤트 고지 및 참여를 독려하기 위해 타깃 이용이 높은 매체 및 지면을 타깃팅하여 광고 노출을 최적화했습니다.

네이버 초기면의 25-39 여성 타깃팅, 가족/육아 카페 타깃팅, 타깃 이용이 높은 이지데이, 남양아이, 일동맘 등의 메인 배너 노출 및 DM 발송을 통해 타깃 도달률 및 노출 효율을 높였습니다. 또한 웹툰 사연 모집 기간 동안(3/5 ~ 3/31) 모바일 애드몹을 집행하여 노출과 클릭이 꾸준히 집중 될 수 있도록 했습니다.

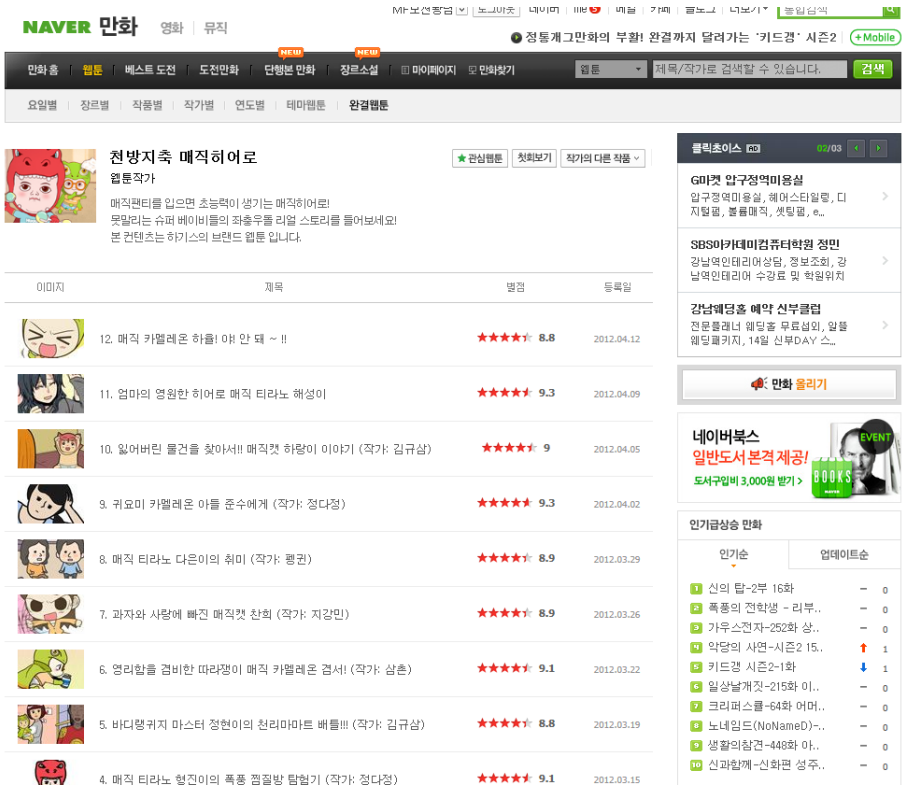
전체적인 클릭 수치 대비 네이버 브랜드 웹툰의 UV, PV가 월등히 높아 웹툰으로의 방문 유도에 성공하였고, 웹툰의 댓글 수 및 긍정적인 댓글이 많아 긍정적인 브랜딩에 기여했습니다.

### Campaign Profile

브랜드 : 하기스 매직히어로
광고주 : 유한킴벌리
캠페인 타깃 : 25-39 여성
집행기간 : 2012년 3월 5일 ~ 4월 15일
집행매체 : 네이버, 유튜브, 이지데이, 남양아이, 일동맘
모바일 - 유튜브, 애드몹

## Campaign

- * 네이버 브랜드 웹툰
- - 이벤트로 공모된 에피소드를 웹툰으로 제작




- * UV/PV 추이
- - 새로운 웹툰이 게재되는 매주 월요일, 목요일에
- UV와 PV가 증가되는 경향을 보였으며 비교적 고른 추이를 유지

# 네오위즈 청풍명월

[Creative]

## olleh TV와 지하철 영상 광고를 활용한 신규 게임 홍보 및 실내외 통합 브랜딩 실시

네오위즈는 신규게임 '청풍명월'을 출시하면서, 20-30대 직장인을 대상으로 한 대대적인 홍보 캠페인을 진행했습니다. IPTV와 지하철 5678 영상 매체를 통해 출퇴근, 등하교, 여가 시간 등 핵심 타깃의 생활 패턴에 맞춘 생활 밀착형 광고를 진행했습니다.

olleh tv의 VOD 노출형 광고로 지상파 예능, 영화, 성인19+, 레저/스포츠 등 타깃 주 이용 카테고리만 선정하여 광고 노출하였고, 특히 낚시 관련 카테고리의 노출 비중을 높여 관심유저를 공략하였습니다.

또한 2030의 대표 운송 수단인 지하철 5678의 스크린도어 상단의 스크린 TV와 열차 내부 트레인 TV 광고 동시 집행하여, 열차 안팎으로 대대적으로 광고를 노출했습니다.

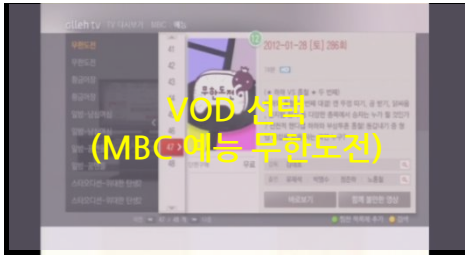
### Campaign Profile

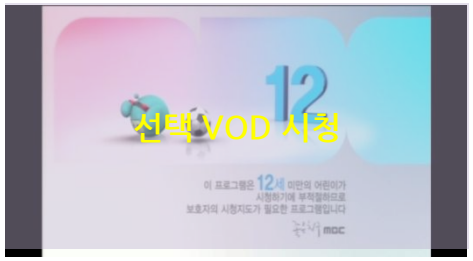
브랜드 : 청풍명월
광고주 : 네오위즈 게임즈
캠페인 타깃 : 20-30세 직장인
집행기간 : 2012년 3월 ~ 2012년 5월
집행매체 : olleh TV, 지하철 5678 – 트레인 TV, 스크린 TV

## Campaign

### [olleh TV 집행을 통해 20-30대 공략]

* VOD 광고






-> 지상파 예능, 영화, 성인19+,
레저/스포츠 카테고리 내 VOD 광고 노출

### [지하철 5678 동영상 매체 - 타깃 커버리지 극대화 및 이슈화 유도]

* 스크린 TV

〈 5678호선 143개 역사 약 4,000대 단말 독점〉

-> 지하철을 기다리거나 이동하는 승객에게
주목도 높은 광고 노출

* 트레인 TV

〈 5,7호선 열차 3대 독점〉

-> 열차 3대를 독점하여 청풍명월 광고 1개만 송출
출입문 상단에 위치하여 자연스러운 광고 노출 유도

More than expected !