

nasreport no.231

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

Index.

디지털 미디어 광고 사례

- A. Internet: 이니스프리 - 그린크리스마스 캠페인
- B. SNS: 호텔스닷컴 - 할인쿠폰 발행 캠페인
- C. IPTV: EBS토목달 - 토목달 겨울 캠페인
- D. OOH: 2013 업종별 주요 캠페인 결산
 - 의료/건강
 - 게임
 - 기타

A. 이니스프리 - 그린크리스마스 캠페인

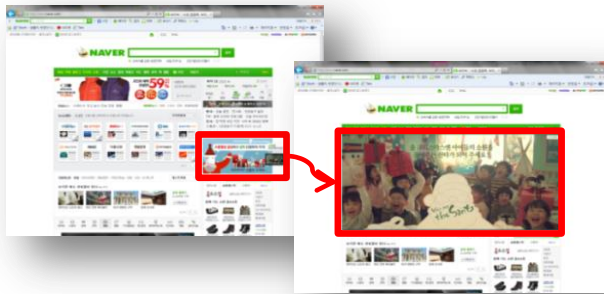
- Target : 전체
- Period : 2013년 11월 25일 ~ 2013년 12월 25일
- Media : 포털(네이버, 네이트), 동영상(유튜브, 페이스북), 모바일(AD@M, 캐시슬라이드)

Campaign Creative	Campaign Result
	<p>동영상 상품 적극 활용으로 인지도 확보 및 추가적인 바이럴 유도 타깃 접점을 극대화한 매체 활용으로 성공적인 이벤트 페이지 유입 달성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이니스프리는 사회적 공헌 활동의 일환으로 국내 빈곤 아동에게 기부금 및 물품을 전달하는 그린크리스마스 캠페인을 4회째 진행 - 물품 구매를 통한 오프라인 이벤트와 아이들의 소원이 담긴 영상을 SNS에 공유하면 기부에 참여할 수 있는 'You are the santa' 온라인 이벤트를 함께 집행하며 성공적인 메시지 전달 - 동영상 노출 극대화를 위한 상품과 이벤트 페이지 참여를 유도하는 상품을 효율적으로 활용하여 성공적인 캠페인 집행 <ol style="list-style-type: none"> 1) 유튜브 및 동영상 활용 가능 매체 운영으로 제안 대비 우수한 노출량 달성 2) 모바일 네트워크 및 네이트온 로그인 팝업 활용을 통해 높은 이벤트 페이지 유입수 달성 3) 효율적인 매체 활용 및 성공적인 이벤트 진행으로 캠페인 관련 연관 검색어 생성 유도

동영상 노출형 상품

* 네이버_롤링보드(동영상 확장형)

영상 노출이 가능한 롤링보드 확장형 상품을 활용하여
 캠페인 영상 커버리지 확보 및 영상 인지 유도



* 유튜브 인스트림

직접적인 영상 노출이 가능한 유튜브 상품과 페이스북 PPA를 활용하여
 캠페인 홍보 및 영상 확산 극대화 유도



* 페이스북_PPA동영상형

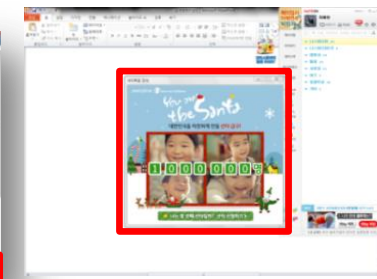


이벤트 유입 유도 상품

* AD@M

* 캐시슬라이드

* 네이트온_토스트바 / 로그인팝업



모바일 네트워크 및 타킷 No.1 메신저인 네이트온 상품 운영으로
 타킷 점점 강화 및 이벤트 참여 극대화 유도

B. 호텔스닷컴 - 할인쿠폰 발행 캠페인

- Target : 여행 관심 follower
- Period : 2013년 12월 16일 ~ 2013년 12월 29일
- Media : 트위터

Campaign Creative

[Promoted Tweets]



Campaign Result

여행 관심 follower 확보 및 Earned Media* 효과 극대화 새로운 트윗을 자주 발행하여 노출 우선순위 상향 달성

- 60여 개국 24만여 개 호텔 정보 및 예약 서비스를 제공하는 호텔스닷컴에서 트위터를 활용한 캠페인 진행
 - 연말을 맞아 여행을 떠나고자 하는 타깃을 대상으로 10%할인 쿠폰 발급 프로모션 진행
 - 경쟁사 follower에게 집중 노출함으로써 여행관심 타깃에게 효과적인 메시지 전달
- 1) 할인 쿠폰 프로모션 진행 매체를 트위터로 선정함으로써 리트윗을 비롯한 파급효과를 통해 추가적인 기대효과 유인
 - 2) 2~3일 단위로 새로운 트윗을 발행함으로써 메시지 상위노출 성과 달성
 - 3) 여행 관심 타깃군에게 집중 노출하여 실질적인 구매가능성이 높은 follower 확보

* 소비자의 신뢰와 평판을 얻을 수 있는 미디어(입소문, 후기, 댓글)

C. EBS 토목달 - 토목달 겨울 캠페인

- Target : 20대 남녀
- Period : 2013년 12월 ~ 2014년 02월
- Media : IPTV (olleh TV)

Campaign Creative



[군대 편]



[연인 편]



[소개팅 편]



[포기 편]

Campaign Result

IPTV를 메인 매체로 활용하여 높은 광고 만족도 달성 교육 광고주의 IPTV 집행 비중 상승 견인

- EBS 토목달은 2013년 여름방학 시즌 교육 광고주 최초로 IPTV를 동영상 메인 매체로 활용, 우수한 집행 성과를 보이며 2013~2014년 겨울방학 시즌 추가 집행 진행
- Core 타깃의 일상을 반영한 다양한 소재 활용을 통해 브랜드 인지도 제고 및 바이럴 유도
- '성적에 따른 현금 환급'이라는 브랜드 메시지를 효과적으로 전달

- IPTV 카테고리 및 프로그램과 연계된 다양한 크리에티브 소재 운영
 - 1) olleh TV 내 20대 남녀 인기 프로그램 선점 및 지상파 예능 카테고리 타깃팅을 통해 성공적인 광고 시청률 달성
 - 2) 프로그램 및 카테고리와의 연계를 통한 4가지 소재 활용으로 광고 집중도 상승
- IPTV 교육 광고주 집행 비중 상승의 기틀 마련
 - 1) IPTV를 메인 매체로 한 최초의 교육 광고, 여름 시즌 집행 이후 겨울에도 확장 집행
 - 2) 성공적인 캠페인 운영을 기반으로 교육 카테고리 내 IPTV 집행 비중 증가

D. 2013년 업종별 집행사례 결산

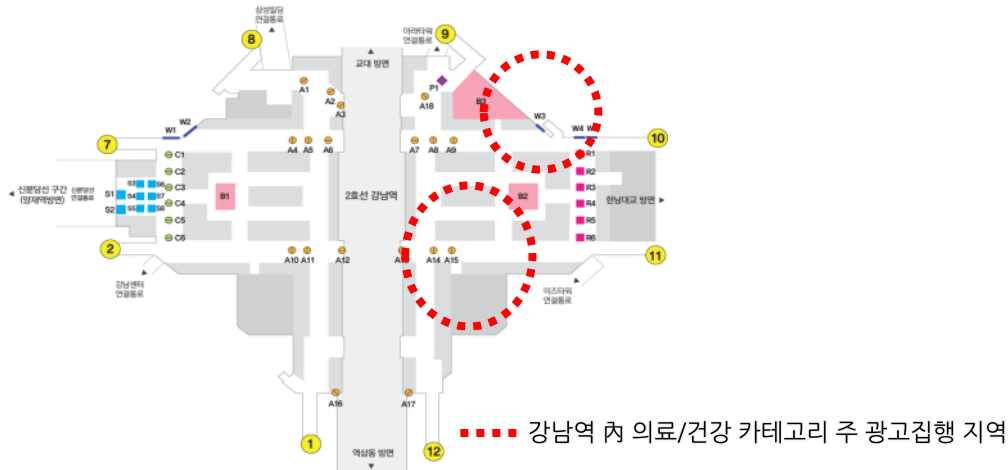
① 의료/건강

구매 접점을 활용한 강남역 역사 내 광고 집행

- 강남역 소재의 다수 병원들은 위치적 특성상 경쟁이 치열하며 브랜드 인지도 강화를 위해 다양한 수단이 활용되고 있음
- 역사 내 다양한 옥외매체 활용을 통해 차별화된 브랜드 메시지를 전달하여 구매 및 방문을 유도

Strength Point

- 타깃 커버 : Core타깃은 물론 잠재적 타깃을 대상으로 한 광범위한 광고 노출이 가능
- 구매 접점 : 병원이 다수 존재하는 10번 출구에 광고물 게시를 통해 실질적 구매 유인
- 장기 집행 : 구매 접점에서 장기적인 노출을 통해 카테고리 내 대표 브랜드로 자리매김 할 수 있으며 광고 효과 대비 탁월한 비용 효율성 기록



Case1. 글로리 서울안과

- Period : 2013년 08월 10일 ~ 2014년 02월 09일(6개월)
- Media : 원형 기둥 조명 광고 A15 / 11번 출구
- Feature : 강남역 11,12번 사이에 위치한 글로리 서울안과는 A15번에 6개월간 장기 집행



*Source : 나스미디어 내부 자료, 문화체육관광부

D. 2013년 업종별 집행사례 결산_① 의료/건강

Case2. 아이디 성형외과

- Period : 2013년 06월 01일 ~ 07월 31일
- Media : 기둥 랩핑 광고 S존(원형 2기, 사각 6기) / 신분당선 연결통로
- Feature : 아이디 성형외과는 6월부터 '행복한 성형' 캠페인을 강남역 지하쇼핑센터 S존에서 실시



Case3. 뷰성형외과

- Period : 2013년 01월 14일 ~ 2014년 01월 13일
- Media : 벽면 조명 광고 W3 / 10번 출구
사각 기둥 조명 광고 P1 / 9번 출구
- Feature : 뷰성형외과는 강남역 11번 출구에 위치, 인근 출구인 9, 10번 출구에 벽면 조명/사각 기둥 광고를 집행함으로써 광고 노출율 및 인지도를 높임



D. 2013년 업종별 집행사례 결산

② 게임

게임업계 옥외광고 집행 비중 증가

- 대중교통 이용객들의 게임 이용 시간 증가로 인해 지하철 및 역사 광고 집행 빈도 증가
- 다양한 장르의 게임 초기시장 선점을 위한 인지도 및 주목도 확보에 용이함
- 모바일 게임의 경우, 광고 노출 후 다운 및 검색을 즉각적으로 유도할 수 있음



라이프 스타일
• 이동시간에 게임을 이용하는 승객 증가로 대중교통 중심의 광고 집행이 활발해짐
초기시장 진입
• 비교적 수명이 짧은 게임 시장 내에서 인지도 확보 및 초기 시장 M/S 확보에 용이
소비자 행동 유발
• 사용 상황에서 광고에 노출됨으로써 소비자들이 즉각적으로 게임을 이용할 수 있도록 유도

스마트폰 주 이용장소 '교통수단(34.9%)' 1위

'게임, 오락' 모바일앱 다운로드 및 이용이 가장 활발

<참조: 한국인터넷진흥원/동양증권리서치센터 >

Case1. 넥슨 도타2

- Period : 2013년 10월 18일 ~ 2013년 11월 17일
- Media : 기동 랩핑 광고 S존 (원형 2기, 사각 6기) / 신분당선 연결통로
- Feature : 넥슨 도타2는 S존, C존 뿐만 아니라 신분당선 브랜드게이트를 동시에 집행함으로써 지하쇼핑센터와 신분당선 연결구간을 독점하여 높은 광고 주목도 및 노출율을 보임



D. 2013년 업종별 집행사례 결산_② 게임

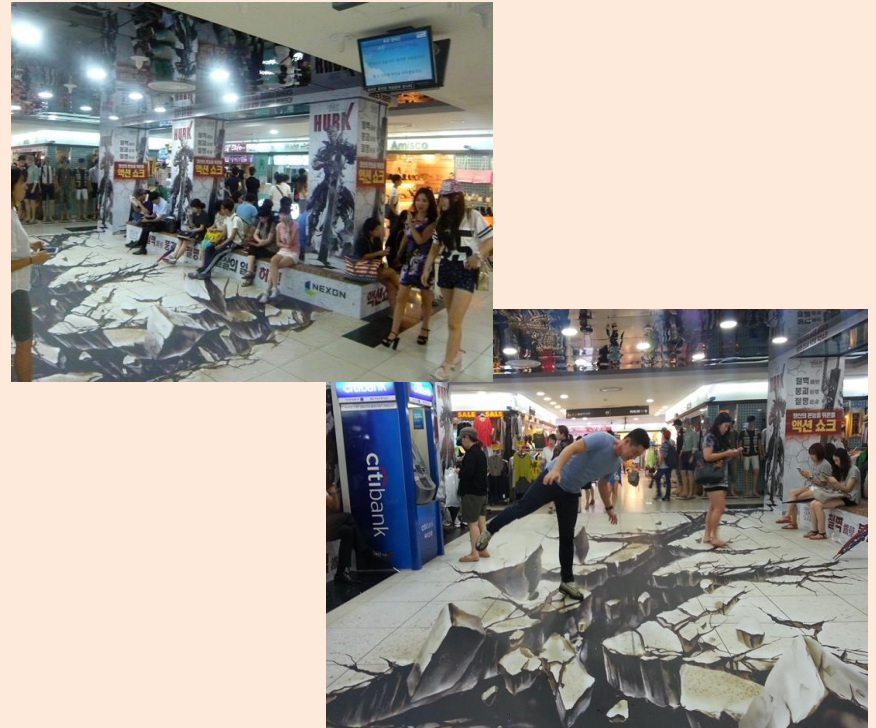
Case2. 위메이드

- Period : 2013년 02월 20일 ~ 03월 19일
- Media : 브랜드존 B1, B2 / 휴식 공간 미디어포레, 페스타 스퀘어
(랩핑영역 : 브랜드존 B1- 기둥 4기 + 의자 4기 /
브랜드존 B2- 기둥 6기 + 벤치 옆면)
- Feature : 브랜드존B1, B2를 집행함으로써 광고 노출수 및 주목도를 높이고, 소재 교체를 통해 자사의 다양한 모바일 게임을 알림



Case3. 넥슨 마비노기영웅전_허크

- Period : 2013년 07월 19일 ~ 08월 18일
- Media : 브랜드존 B2 / 휴식 공간 페스타스퀘어
(랩핑영역 : 브랜드존 B2 - 기둥 6기 + 벤치 옆면 +
상단 몰딩 + 바닥(44.4 m²))
- Feature : 임팩트 강한 광고로 주목도가 높임, 특히 강남역 지하쇼핑 내 트리아트를 활용한 바닥랩핑 최초 집행으로 이슈화됨



D. 2013년 업종별 집행사례 결산

③ 기타

다양한 상품 및 브랜드 성공적인 옥외광고 집행

- 다양한 타깃군이 이용하는 강남역 內 옥외광고 집행을 통해 특정 브랜드 광고 뿐만 아니라, 다양한 카테고리 상품의 성공적인 광고 집행이 가능
- 접근성 활용을 통해 새로운 상품 및 브랜드 런칭은 물론 기존 브랜드 인지도 향상에 효과적
- 2012년 수도권 지하철 수송 실적

호선	연간 수송인원	일 평균 수송인원	비율	전년대비
2호선	1,137,241,593	3,159,004	30.7%	▲1.47%
신분당선	34,940,981	97,058	0.9%	-

<출처: KTDB 월별 지하철 여객 수송 실적 >

Strength Point

- 지하철 이용 승객 증가 추세 : 신분당선을 포함한 수도권 지하철 연간 수송인원이 역대 최다인 3억 7천만 명을 돌파하는 등 지하철 이용 승객은 꾸준한 증가 추세
- 광범위한 타깃 : 강남역은 가장 많은 고객이 이용하는 2호선 및 신분당선이 연결되어 있어 광범위한 타깃군을 대상으로 한 다양한 광고 상품 집행이 가능
- 다양한 소재 활용 : 역사 내 기둥 및 바닥, 브랜드 존을 활용하여 다양한 소재를 다양한 형태로 집행이 가능하여 브랜드 인지도 및 빠른 구매 유도에 탁월

Case1. 바나나 프라이

- Period : 2012년 11월 07일 ~ 2014년 01월 06일
- Media : 강남역 벽면 조명 광고 W3 / 10번 출구
원형 기둥 조명 광고 A16 / 1번 출구
- Feature : 강남대로에 오픈한 뷔페 레스토랑 '바나나프라이'는 인근 출구인 10번에 주목도 높은 W3상품 집행



D. 2013년 업종별 집행사례 결산_③ 기타

Case2. KVC 게이트팝

- Period : 2014년 01월 09일 ~ 03월 08일
- Media : 브랜드존 B2 / 휴식 공간 페스타스퀘어
(랩핑영역: 브랜드존 B2 / 휴식 공간 페스타스퀘어)
- Feature : 스마트폰 음성서비스 APP 'bloo' 런칭 홍보를 위해
브랜드존B2 바닥 전면에 랩핑 진행, 젊은 타깃 대상 이슈화



Case3. 삼성전자

- Period : 2012년 08월 ~ 12월 / 2013년 01월 ~ 2014년 12월
- Media : 원형 기둥 조명 광고 A1-A14 (총14기) /
지하쇼핑센터 내 중앙통로 및 8번 출구
- Feature : 삼성빌딩 연결 통로 부근에 위치한 A1-A3과 중앙 통로에
위치한 A4-A14를 턴키로 집행함으로써 위치별로 여러 가지
시안을 적용, 유동인구에게 다양한 광고 메시지/내용을 전달함





more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.
* 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지 회원가입 시 뉴스레터 수신 체크



nasmedia
나스미디어 영업기획실