



Insight **M** | Campaign Creative

위닉스 뽐송 외 4개 캠페인

2014.06

Index

1. 위닉스 뽀송 : 제습의 기준을 만들다 캠페인
2. 이노센스 시크리티스 : 김광규 TVC 확산 캠페인
3. NHN엔터테인먼트 가디언스톤 : 런칭 캠페인
4. 광동제약 비타500 : TVC & 이벤트 캠페인
5. 광동제약 힘찬하루 헛개차 : TVC 캠페인



1. 위닉스 뽀송 : 제습의 기준을 만들다 캠페인



Case Study 01_위닉스 뽀송 캠페인 (위닉스)

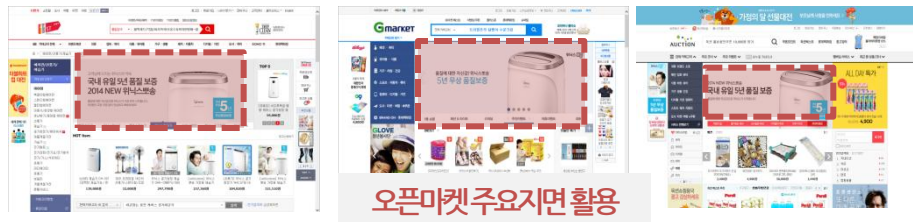
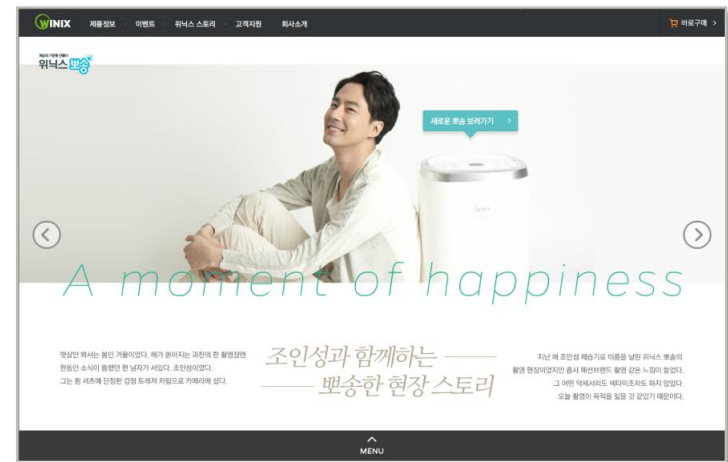
위닉스 뽀송 5년 무상 품질보증 이벤트 (5/1 ~ 6/8)

- 탑 스타 조인성이 메인 모델인 광고를 온라인과 TVC 동시에 진행
- 영상활용이 가능한 포털사이트(네이버,다음)의 메인 페이지와 주요 영상매체를 통하여 TVC 소재를 지속적으로 노출
- 포털 내 여성 섹션에 집중 진행 하여 타겟 접근에 중점을 둬. 또한 상위 오픈마켓을 통하여 실 구매까지 이루어 질 수 있도록 유도

주요 집행 지면



랜딩 페이지



Case Study 01_위닉스 뽐송 캠페인 (위닉스)

- 광고주 : 위닉스
- 대행사 : 브레이브팩토리
- 캠페인 : 위닉스 뽐송 5년 무상 품질보증 이벤트
- 기 간 : 2014년 5월 01일 ~ 6월 08일
- 매 체 : 네이버, 다음, 아담, T-Ad, 11번가, 지마켓, 옥션, 이지데이, 유튜브, 판도라TV 등

Banner creative



2. 시크리티스 : 김광규 TVC 확산 캠페인

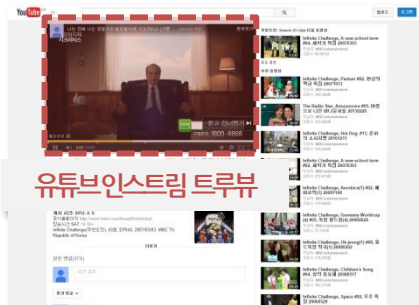


Case Study 02_이노센스 시크리티스 캠페인

시크리티스 영상 확산 이벤트 (5/1 ~ 5/30)

- 탈모방지제 런칭 캠페인으로 이슈모델 중심의 소재를 제작하여 캠페인 집행
- 모델을 통한 제품 브랜딩에 중점을 두고 온/오프 캠페인 진행
- 김광규 모델 소재의 이슈화를 위하여 네이버 롤링보드 HD 영상형 및 유튜브, 네이버 MLB 영상패키지, 판도라TV 영상바이럴 상품을 활용하여 영상 확산에 주력

주요 집행 지면



랜딩 페이지



Case Study 02_이노센스 시크리티스 캠페인

- 광고주 : 이노센스
- 대행사 : 브레이브컴즈
- 캠페인 : 시크리티스 김광규 모델 영상 확산 및 브랜딩 캠페인
- 기 간 : 2014년 5월 1일 ~ 5월 30일
- 매 체 : 네이버, 유튜브, 인터웍스, 판도라 TV

Banner creative

<일반 DA 소재>



<영상 소재>



3. NHN엔터테인먼트 : 가디언스톤 런칭 캠페인



Case Study 03_가디언스톤 런칭 캠페인 (NHN엔터테인먼트)

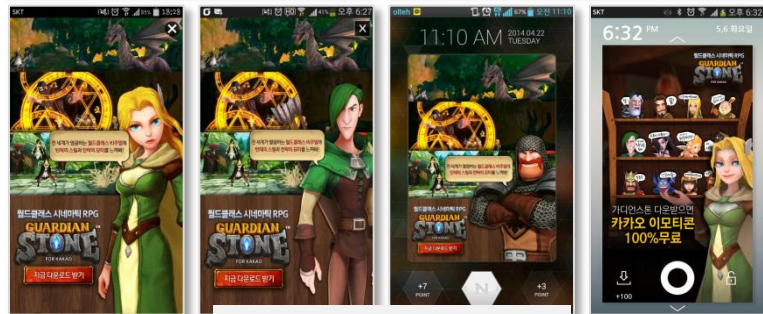
NHN엔터테인먼트 가디언스톤 앱 다운로드 유도 (4/11 ~ 5/31)

- NHN엔터테인먼트의 가디언스톤 런칭으로 다운로드 유도를 위한 캠페인 진행
- 인벤, 아프리카TV 등 PC웹 타겟 매체 활용하여 게임페이지로 유입 유도 후, 게임설명/ 이벤트 고지/ 다운로드 유도
- 주목도 및 유입 높은 모바일 전면배너(카울리), 잠금화면 광고(캐시슬라이드, 넥슨 플레이락) 활용으로 구글 플레이로 유입 유도

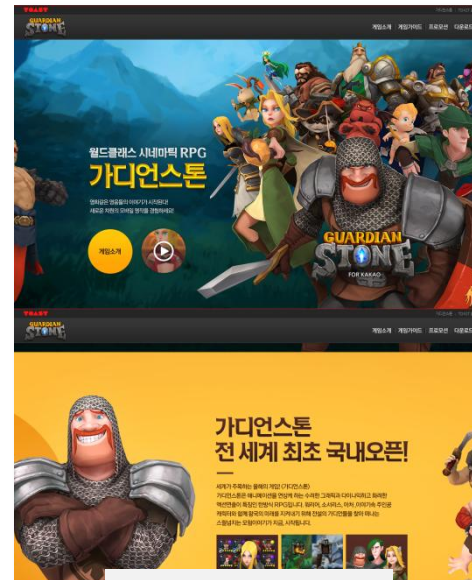
주요 집행 지면



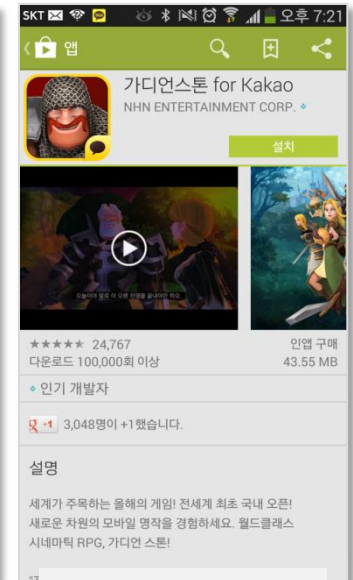
모바일전면/리워드 매체 활용



랜딩 페이지



PC웹 랜딩(게임페이지)



모바일랜딩(구글플레이)

Case Study 03_가디언스톤 런칭 캠페인 (NHN엔터테인먼트)

- 광고주 : NHN엔터테인먼트
- 대행사 : 더원커뮤니케이션즈코리아
- 캠페인 : 가디언스톤 런칭 캠페인
- 기 간 : 2014년 4월 11일 ~ 5월 31일
- 매 체 : 인벤, 아프리카TV, 넥슨 플레이락, 캐시슬라이드, 카울리, 헝그리앱

Banner creative



4. 광동제약 비타500 : TVC & 이벤트 캠페인



Case Study 04_ 광동제약 비타500 캠페인

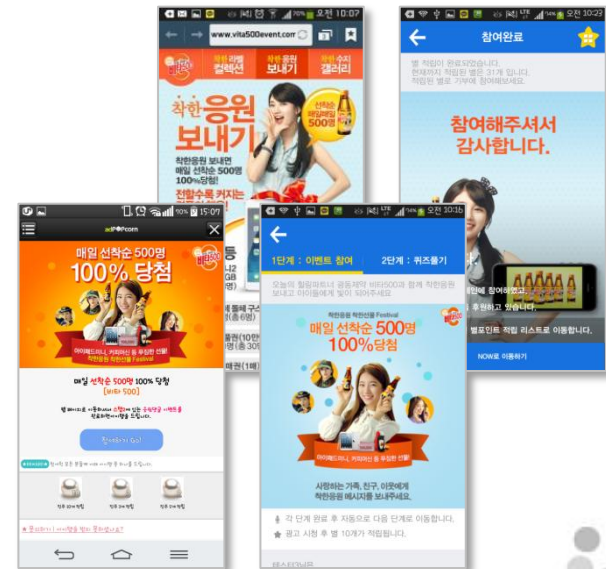
비타500 TVC 캠페인 (5/10 ~ 6/9)

- 티빙 대체광고(프로야구 / E&M / KBSN) 지면을 통해 TVC 영상 노출
- PC, Mobile, Tab 등 다양한 영상노출 기기를 활용하여 타겟 접점 및 커버리지 확보
- 유저들의 라이프스타일을 고려, 모바일 매체에 CPA / CPC 형태로 진행하여 효율 높은 캠페인 운영

주요 집행 지면



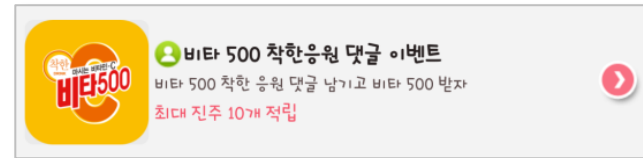
랜딩 페이지



Case Study 04_ 광동제약 비타500 캠페인

- 광고주 : 광동제약
- 캠페인 : 비타500 TVC / 비타500 이벤트
- 기 간 : 2014년 05월 10일 ~ 2014년 06월 09일
- 매 체 : 티빙, 아담, 애드팝콘, GDN, 아담 등

Banner creative



5. 광동제약 힘찬하루 헛개차 : TVC 캠페인

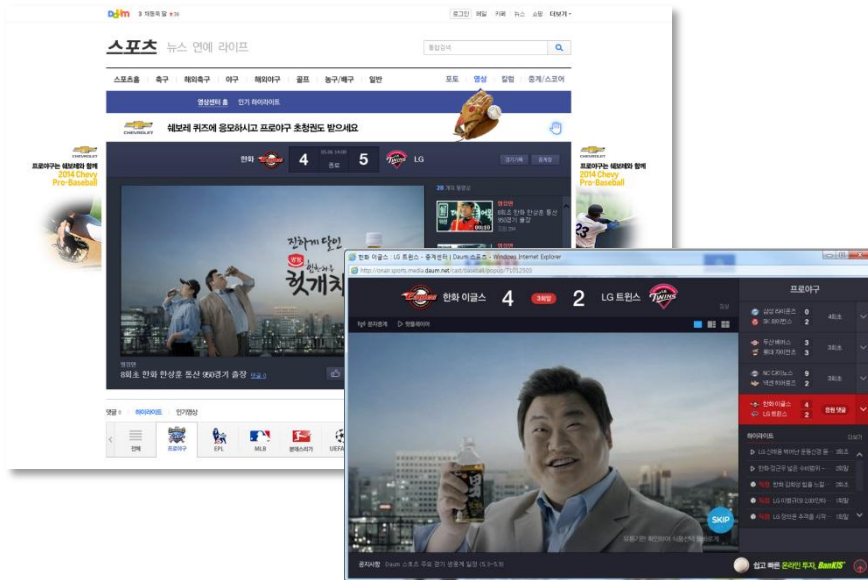


Case Study 05_ 광동제약 힘찬하루 헛개차 TVC 캠페인

힘찬하루 헛개차 TVC 캠페인 (5/1 ~ 5/31)

- 힘찬하루 헛개차의 주타겟인 남성유저의 방문이 높은 포털 프로야구관련 상품 활용
- 온라인에서도 TV CF와 동일한 광고영상 활용을 통해 타겟 유저에게 일관된 힘찬하루 헛개차의 광고 메시지 전달
- 프로야구 시청 전/후로 강제 노출되는 프리롤 상품 및 생방송 이닝 종료 시 노출되는 대체광고를 통해 광고 주목도 극대화

주요 집행 지면



랜딩 페이지



Case Study 05_ 광동제약 힘찬하루 헛개차 TVC 캠페인

- 광고주 : 광동제약
- 캠페인 : 힘찬하루 헛개차 TVC
- 기 간 : 2014년 5월 1일 ~ 5월 31일
- 매 체 : 다음

Banner creative





감사합니다