

Nasmedia Case Study

200804 No.11 나스미디어 광고 본부

nasmedia more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.

Contact Us 11F Shinsung Bldg 820-8 Yeoksam-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

822-2188-7300 Fax 822-2188-7399 www.nasmedia.co.kr Copyright©2000-2008 nasmedia Inc. All Rights Reserved.

Case 1 : **웅진 케어스** 200803 집행

대행사: TBWA
나스 미디어: 광고 8팀



웅진 케이스 - 네이버 지식iN 이벤트

공기청정기의 수요가 높아지는 시즌에 이벤트를 진행하여 긍정적인 제품 정보 DB 누적

Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 3월 17일 ~ 3월 30일
- 집행 매체 : 네이버, 이지데이, 마이클럽, 해오름, 베베 하우스
- 캠페인 타겟 : 20세 - 49세 여성
- 특이 사항 : 네이버 지식iN 프로모션 집행

Feature

[프로세스] 2049 주부 타겟의 이벤트 참여를 높이기 위하여 여성 사이트에 홍보 광고 노출

1. 네이버 지식iN 이벤트를 통해 유저에게 제품에 관련된 질문을 하여 유저의 자발적인 참여 유도
2. 실 구매층인 2049 여성 타겟의 참여도를 높이기 위해 여성 사이트와 육아 사이트에 광고를 집행
3. 황사/건조 등 계절에 맞는 질문과 공기가 어린이/육아에 미치는 영향 등 타겟의 관심도가 높은 질문을 선정

[결과] '지식iN 이벤트' 관련 키워드 검색 시, 이벤트 결과 DB가 우선적으로 노출

1. 키워드 검색 결과에 이벤트 결과가 상위에 랭크되어 관련 키워드 검색 유저에게 제품의 긍정적인 정보를 제공
2. 6,467명 조회 / 3,041명 질문으로 동일 업종의 지식iN 이벤트 대비 높은 참여 수치를 기록함



[배너 크리에이티브]



[이벤트 페이지]

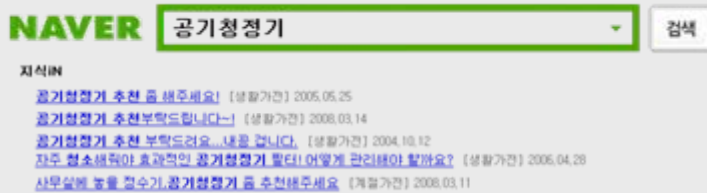
웅진 케이스 - 네이버 지식iN 이벤트

[지식iN 이벤트 진행 질문]

1. 행사와 꽃가루로 걱정인 봄철, 집안의 공기를 촉촉하고 깨끗하게 만드는 여러분만의 비법을 알려주세요.
2. 건조하고 먼지 많은 공기나 집안의 습도가 아거나 어린이에게 어떤 영향을 미칠까요?
3. 감기와 아토피 예방에 효과적인 공기청정기를 고르는 기준은 무엇인가요?
2. 케어스 자연가습 공기청정기(AP-0807DH)의 '자연가습' 기능이 '일반가습'과 어떻게 다른지 설명해주세요.
5. 케어스 자연가습 공기청정기(AP-0807DH) 제품의 필터에는 어떤 종류가 있으며, 각 필터별 장점을 알려주세요.

- 1번 질문 페이지 바로가기 [질문 1] '공기청정기' 에 대한 일반적인 질문
 향사/꽃가루 등의 시즌 이슈에 대한 질문과 자녀와 실내 공기에 대한 질문으로 주부 타겟의 쉬운 참여를 유도
- 2번 질문 페이지 바로가기
- 3번 질문 페이지 바로가기 [질문 2] 케어스 해당 제품 관련 질문
 자연가습 공기청정기 제품의 차별화된 기능을 강조할 수 있는 질문으로, 이벤트 참여 및 조회자가 제품 관련 긍정적 정보를 습득할 수 있도록 유도
- 4번 질문 페이지 바로가기
- 5번 질문 페이지 바로가기

[지식iN 이벤트 진행 전후 키워드 검색 결과]



Before : 공기청정기 추천 / 일반 문의에 대한 글이 대부분



After : 케어스 공기 청정기 이벤트 질문/답변 내용이 상위 3개 노출



Before : 일반 가습기에 대한 질문이 대부분



After : 케어스 "자연가습" 공기 청정기 DB가 상위 2개 노출

Case 2 : 아이리버 200803 집행

대행사: 디트라이브
나스 미디어: 광고 11팀



아이리버 - 디플 D30 출시기념 이벤트

제휴이벤트를 통해 TV CF 이슈화 및 브랜딩 유도

Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 2월 18일 ~ 3월 16일
- 집행 매체 : 다음, 싸이월드, 엠엔캐스트
- 캠페인 타겟 : 16세 - 25세 남녀
- 특이 사항 : 다음/싸이월드 내 제휴이벤트 페이지를 통해 각각 다른 이벤트 진행 및 다음 내 신상품 개발

Feature

[프로세스] 다음/싸이월드와 제휴이벤트를 통한 TV CF 3개의 노출 최대화 유도

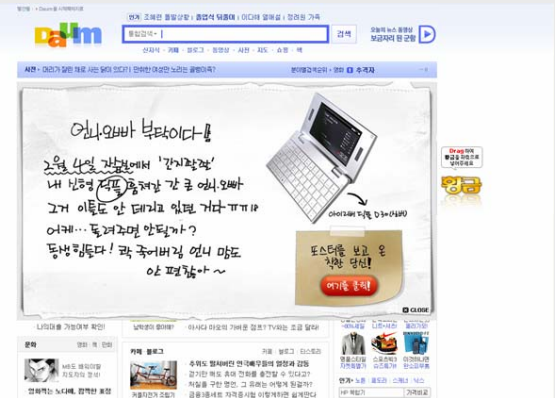
1. 매체별로 TV CF를 노출할 수 있는 다양한 이벤트 및 동영상 상품 진행
2. 오프라인과 연계되는 이벤트 진행으로 다음 '로그인 후 TO' 신상품 개발
3. 오프라인에서 디플을 잃어버렸다는 전단지지를 접한 유저들이 다음에서 [ID: myd30, PW : playd30]으로 로그인하면 마이크로 사이트가 노출되고 이벤트페이지로 유입 유도

[결과] 주목도 높은 리치미디어 상품 집행으로 홈페이지 방문자 및 이벤트 참여 극대화

1. 다음 브랜딩스테이션 드래그형/싸이월드 더블샷 진행을 통해 유저의 이벤트페이지 유입 극대화



[다음 제휴 이벤트 페이지]



[다음 로그인후 TO]

아이리버 - 디플 D30 출시기념 이벤트



[이벤트 페이지 1 - 다음 제휴이벤트]

[이벤트 1] TV CF 속 이미지를 찾아라~!

디플 TV CF를 보고 CF 중간에 나오는 이미지와 같은 그림을 4개의 보기 중에서 찾으면 자동으로 응모

[이벤트 2] 광고 스크랩하고 디플 받자~!!

디플 TV CF를 블로그, 카페, 미니홈피 등에 스크랩하고 디플이 좋은 이유를 한마디 적은 후, 스크랩 페이지 URL을 이벤트페이지에 올리면 자동으로 응모

[이벤트 3 - 아고라 KIN보드] TV CF 속 이미지를 찾아라~!

일상 속에서 'PLAY DICPLE'의 알파벳 10자를 사진을 찍어 올리면 추첨을 통하여 경품 증정



[이벤트 페이지 2 - 싸이월드 동영상 섹션 이벤트]

[싸이월드 동영상 섹션 이벤트] TV CF 스크랩 이벤트

총 3개의 아이리버 디플 TV CF 를 스크랩한 후, 친구들에게 추천하면 추첨을 통해 경품 증정

- 총 스크랩 수 : 23,789 회
- 총 추천 수 : 9,213 회

More Than Expected!

“나스미디어와 함께 하시면, 한가지 더 가져가실 수 있습니다”

We differentiate your business
with **n**etwork **a**dvertising **S**ervice