

03. Case study : 자동차 업종

nasmedia
more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.
Contact Us 11F, 12F Shinsung Bldg 820-8 Yeoksam-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399

Index

Internet_한국 닛산

IPTV_르노삼성자동차

Digital signage_현대자동차

한국 닛산 – INFINITI M

[배너 Creative]



[Event Page]



포탈 및 타겟팅 매체 집중 활용을 통한 인피니티 M 런칭 고지 및 사이트 방문 유도

포탈 및 자동차PR 매체를 통한 커버리지 확보 및 타겟팅 매체를 통한 코어 타겟 접근을 위해 네이버,다음, 야후 등 포탈 매체 내 초기상단 및 자동차 유관 카테고리 지면을 활용한 사례이다. 다음 KMA, MMN Re-targeting, Interworks 키워드매칭, Yahoo 자동차 페이지 입점, SBS골프 DM 발송을 통해 코어 타겟에게 유효 메시지 전달하도록 하였다.

효과적인 런칭 고지 및 코어 타겟의 높은 반응을 유도를 통해 타겟 Pool이 넓은 포탈 집행을 함으로써 타겟 도달율을 극대화하고 타겟팅 매체 (KMA,MMN Re-targeting,Interworks 키워드 매칭) 집행으로 전환율 높은 고관여 유저에게 효과적으로 메시지 노출하여 높은 광고 반응률을 기록하였다.

Campaign Profile

브랜드 : INFINITI M
 광고주 : 한국 닛산
 대행사 : TBWA
 캠페인타겟 : 30세 - 49세 남녀
 집행기간 : 2010년 6월 9일 ~ 8월 20일
 집행매체 : 네이버, 다음, 야후, 인터웍스,
 SBS Golf, MMN, 자동차 PR매체

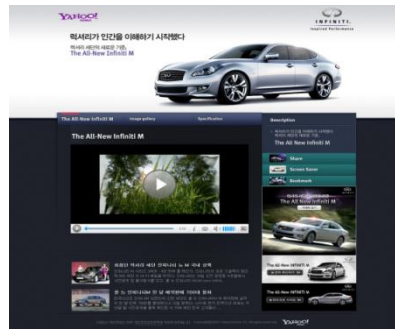
Campaign

[야후 - 자동차 페이지 입점]

[유입경로]



[입점페이지]



[다음 - KMA 상품]

다음 초기면_KMA 430*105



다음 뉴스면(프리미엄)_KMA 250*250



다음 커뮤니티_KMA 430*105



다음 뉴스면(일반)_KMA 250*250



- 야후 자동차 섹션 내 전용 메뉴를 삽입하여 광고가 아닌 야후 콘텐츠의 일부로 유저에게 접근
- 개설된 고정 메뉴를 통해 유입된 유저들로 입점 페이지에서 일반 DA배너보다 많은 노출량 발생하며 효과적으로 신차 출시 고지
- 입점 페이지내 각종 interactive menu(video, image, news 등)에서 높은 광고반응률을 보이며 이벤트 페이지 유도

- 타겟의 검색패턴을 따라 광고를 노출시키는 KMA (Keyword Matching AD) 활용
- 해당 카테고리(자동차) 및 경쟁사(BMW 등) 관련 특정키워드를 검색한 유저를 타겟팅한 광고 노출을 통해 유효 메시지 전달 및 전환율 극대화
- 초기 상단배너와 초기 KMA 배너는 동일 소재로 진행 되었으나, 초기 KMA배너에서 약 0.36% 더 높은 광고 반응율을 기록함

르노삼성자동차 – SM3, SM5, SM7, QM5

[AD Q, PrePlay Q]



[브랜드관 이동안내]



[브랜드관]



PrePlay 광고 및 VOD에 Q를 노출하여 시청자의 브랜드관 진입 및 이벤트 참여유도

AD Q를 통해 르노삼성자동차 브랜드관으로 안내하여 개별 제품정보 및 이벤트를 제공하였다.

- AD Q : VOD(영화) 시작후 5분 시점에 AD Q 노출
- PrePlay Q : 르노삼성자동차 광고 중 PrePlay Q노출
- 브랜드관 : 르노삼성자동차 제품, 가격, 가까운 대리점 위치 등 상세정보 제공 및 이벤트 진행

장기간 진행 중인 캠페인임에도 브랜드관에 높은 클릭율과 이벤트 참여율을 보였으며, PrePlay Q 와 AD Q 모두 높은 트리거 클릭율을 나타냈다. 쿼즈 이벤트에 참여자 중 고득점자와 추천된 사람들에게 경품을 제공함으로써 브랜드페이지 방문자들의 높은 이벤트 참여율을 기록하는데 기여하고 있다.

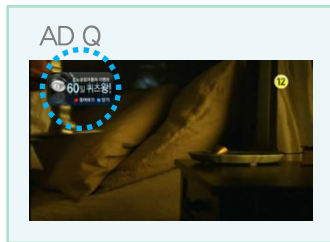
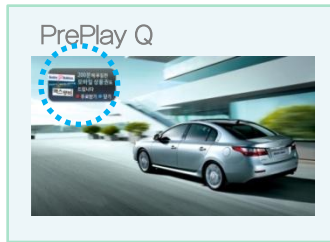
Campaign Profile

브랜드 : SM3, SM5, SM7, QM5
 광고주 : 르노삼성자동차
 제작사 : 티핑
 집행기간 : 2010년 9월 1일 ~ 10월 31일
 집행상품 : AD Q, PrePlay Q, 브랜드관

Campaign

전체 Interactive AD 프로세스

<광고 상품>



<브랜드관이동 안내 팝업>



<브랜드관 메인 화면>

<이벤트>

<강수진>

<SM3>

<SM5>

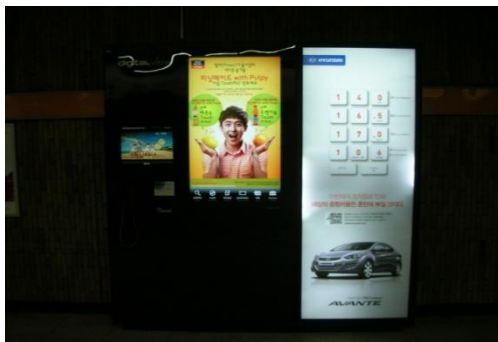
<SM7>

<QM5>

<메인 메뉴 별 서브 화면>

현대자동차 - AVANTE

[라이트 박스]



QR코드 활용 이벤트를 1-4호선 지하철 승강장에 노출, 대기시간에 체험 유도!

젊은층의 유동인구가 많은 쇼핑/대학가 위주의 역사를 선정하고, 역사 내 승강장 위주로 설치, 대기/승하차 인구에게 노출 될 수 있도록 하였다.

QR코드 활용 이벤트로 온라인/IPTV/버스쉘터/잡지 등과 함께 대대적으로 노출하였으며, 특히 디지털뷰는 7*1.9m의 대규모사이즈에 QR코드를 노출하여 편리하게 스캔할 수 있도록 했다.

라이트박스 형태로 고정 노출한 결과, 1억 이상의 1-4호선 유동인구에게 노출하여 즉각적 이벤트 참여를 유도하였다.

Campaign Profile

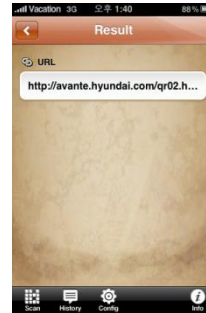
브랜드 : AVANTE
 광고주 : 현대자동차
 대행사 : 이노션
 집행기간 : 2010년 2010년 8월
 집행상품 : 1-4호선 디지털뷰 라이트박스
 집행역사 : 강남, 삼성, 명동, 신촌, 압구정, 잠실 등
 64개 역사, 102개 단말 진행

Campaign

'QR코드' 편



QR코드 스캔



서비스 유입
URL 화면

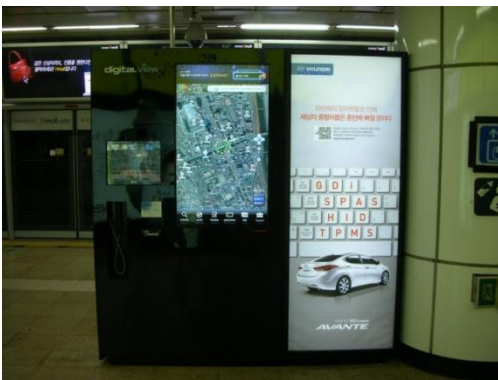


인트로 화면

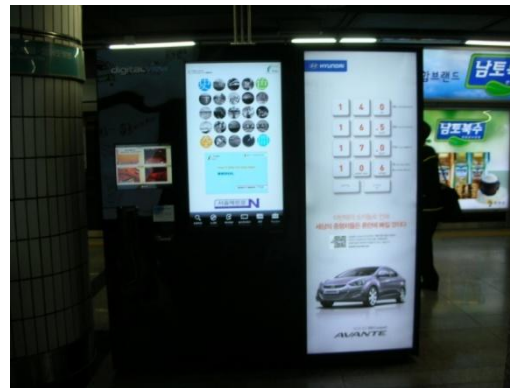


이벤트 초기 화면

'알파벳' 편



'숫자' 편



More than Expected!

We differentiate your business
with network advertising service

nasmmedia
more than expected!