



Insight **M** | Campaign Creative

# BMW 외 3개 캠페인

2014.10

# Index

---

1. BMW : Driving Center
2. 토니모리 : 비씨데이션 올마스터 런칭 캠페인
3. 에스쁘아 : 에스쁘아 프로테일러 런칭 캠페인
4. 남양유업 : 프렌치 카페 & 아이엠 마더 캠페인



# 1. BMW : Driving Center



# Case Study 01\_ BMW Driving Center Open

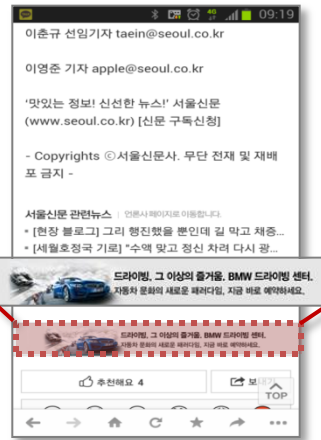
## BMW Driving Center Open

- ‘경험(Experience), 즐거움(Joy), 친환경(Green)’을 주제로 2014년 8월 22일에 오픈 한 BMW Driving Center 캠페인
- 개관 초기 ‘BMW Center Open’ 이슈화를 위해 네이버 롤링보드 상품을 활용하였으며, BMW Driving Center 에서 즐길 수 있는 다양한 Activity를 보여 주는 동영상을 활용하여 유저들의 주목도 확보
- 온라인 뿐 아니라 모바일을 통해서도 캠페인을 노출, 다양한 디지털 매체를 통해 Driving Center 오픈 고지 및 방문 유도

### 주요 집행 지면

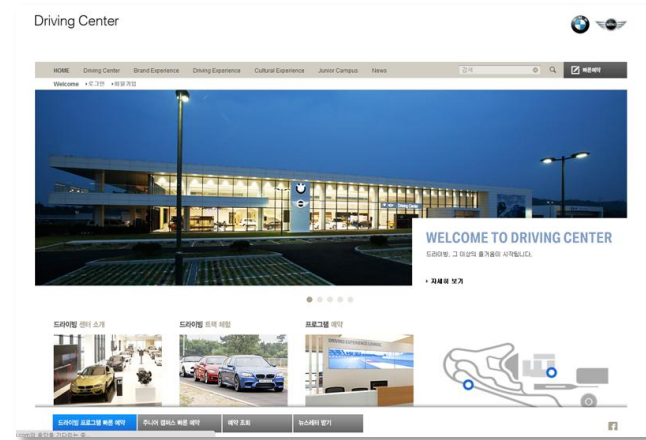


네이버 메인지면



네이버 모바일지면

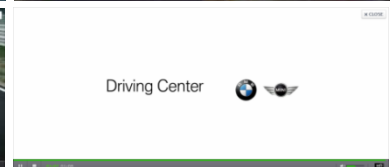
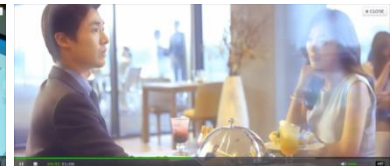
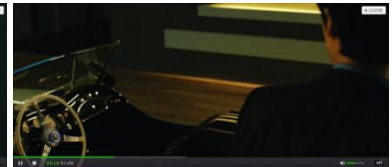
### 랜딩 페이지



# Case Study 01\_ BMW Driving Center Open

- 광고주 : BMW
- 대행사 : Vizeum
- 캠페인 : BMW Driving Center Open
- 기 간 : 2014년 8월 25일 ~ 9월 23일
- 매 체 : 네이버, m.네이버, Facebook

## Banner creative



## 2. 토니모리 : 비씨데이션 올마스터 런칭 캠페인



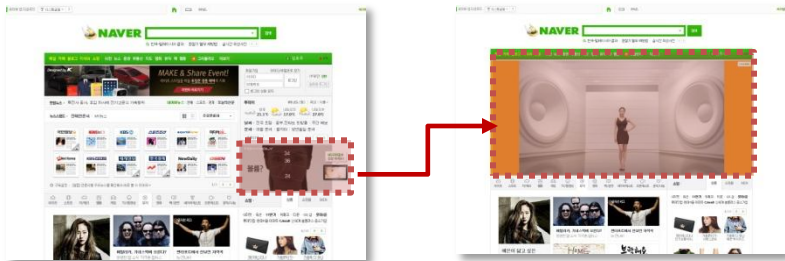
# Case Study 02\_ 비씨데이션 올마스터 런칭 캠페인 (토니모리)

## 토니모리의 신제품 비씨데이션 올마스터 런칭 + 새로운 광고모델 '현아'

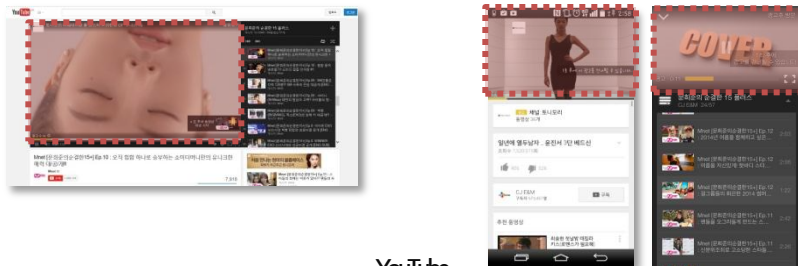
- 신규모델 '현아'를 모델로 한 티저 & 런칭 영상을 바탕으로 타겟의 주목도 제고 및 이슈화
- 대표 동영상 매체 'YouTube'와 포털 No.1 매체 '네이버' 초기지면에 집중적으로 광고 노출
- 19~39세 여성을 타겟팅 한 네이버 롤링보드 (HD동영상) 집행, 현아를 모델로 한 런칭 영상 활용 및 확산 유도
- YouTube 트루뷰 상품을 통해 지속적인 바이럴 & 타겟에게 지속적인 관심도 제고

### 주요 집행 지면

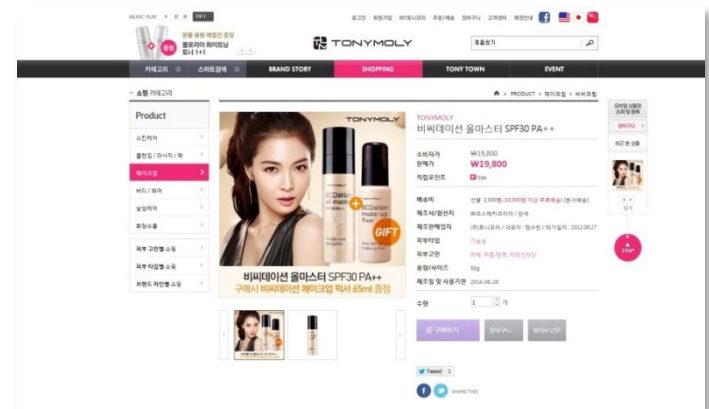
### 랜딩 페이지



네이버 메인지면



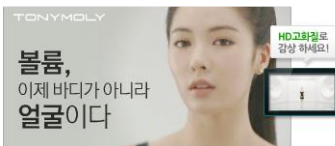
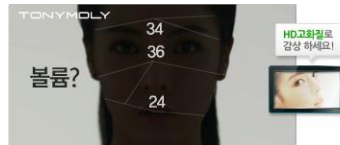
YouTube



# Case Study 02\_ 비씨데이션 올마스터 런칭 캠페인 (토니모리)

- 광고주 : 토니모리
- 대행사 : 원더랩 / 캐러트코리아
- 캠페인 : 비씨데이션 올마스터 런칭 캠페인
- 기 간 : 2014년 9월 4일 ~ 10월 5일
- 매 체 : 네이버, YouTube

## Banner creative





### 3. espoir : 프로테일러 런칭 캠페인



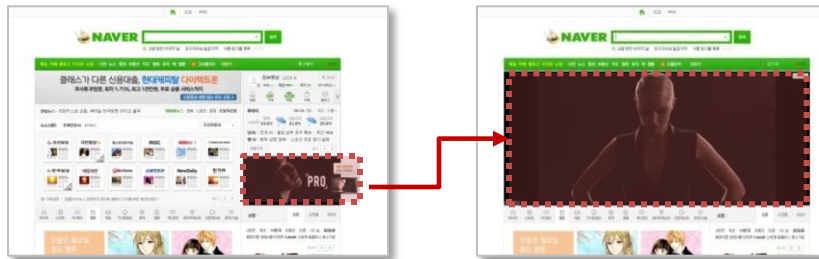
# Case Study 03\_ 프로테일러 런칭 캠페인 (espoir)

## espoir 프로테일러 런칭 및 영상 홍보를 위한 캠페인

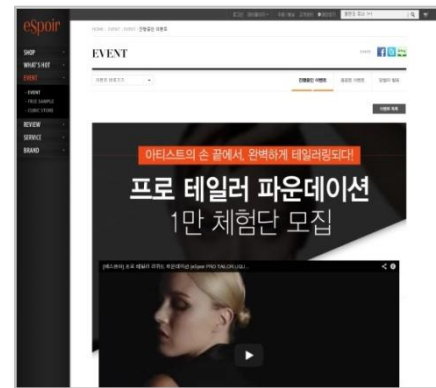
- 프로테일러 런칭 홍보 및 관련 영상 붐 업을 위한 온라인 캠페인 집행
- 런칭 메시지 고지 및 캠페인 도달을 극대화하기 위해, 캠페인 초반 예산의 약 90%를 네이버 초기면에 집중  
→ 롤링보드(HD 동영상형)을 활용하여 임팩트 있는 영상노출 및 광고 메시지 전달
- 캠페인 목적에 적합한 Facebook Fan page AD, Page Post AD photo (Link), Page Post AD Video 상품 활용  
→ Fan 확보/ 에스쁘아 사이트 내 이벤트 페이지로의 유입 / 영상 붐업을 위한 상품,기간 별 예산 분배

### 주요 집행 지면

### 랜딩 페이지



네이버메인지면



에스쁘아이벤트페이지



Facebook 팬페이지



Facebook



# Case Study 03\_ 프로테일러 런칭 캠페인 (espoir)

- 광고주 : espoir
- 대행사 : 소셜코리아
- 캠페인 : 프로테일러 런칭 캠페인
- 기 간 : 2014년 8월 18일 ~ 9월 12일
- 매 체 : 네이버, Facebook

## Banner creative



네이버 롤링보드 소재



페이스북 페이지포스트 포토 소재



페이스북 페이지포스트 비디오 소재



## 4. 남양유업 : 프렌치 카페 및 아이엠 마더 캠페인



# Case Study 04\_ 프렌치 카페 및 아이엠 마더 캠페인

## 프렌치 카페 포인트 적립 및 아이엠 마더 체험단 홍보 캠페인

- 제품 구매 시 해피 포인트 적립 혜택 고지 및 아이엠 마더 제품 체험단 홍보를 목적으로 한 캠페인 집행
- 다음 KMA (Key word Matching Ad) 상품을 활용, 남양유업 제품에 대한 관심이 높은 소비자를 대상으로 집중적 광고노출  
→ 남양유업 제품에 대한 충성도 높은 고객층 형성에 목적을 둠
- 일반 소비자와 남양유업 제품에 대한 관심이 높은 코어 타겟에게 집중 노출되어, 넓은 커버리지 확보 및 브랜드 인지도 상승

### 주요 집행 지면



다음 메인지면 & 서브(뉴스)지면

### 랜딩 페이지



포인트적립랜딩



체험단모집랜딩

# Case Study 04\_ 프렌치카페 포인트 적립 및 아이엠마더 체험단 홍보 캠페인

- 광고주 : 남양유업 프렌치카페
- 대행사 : 중앙더넥스트웨이브
- 캠페인 : 프렌치 카페 포인트 적립 및 아이엠마더 체험단 모집 홍보 캠페인
- 기 간 : 2014년 9월 8일 ~ 10월 5일
- 매 체 : 다음

## Banner creative





**감사합니다**