

Mezzo S.T.P – Success

라네즈 '화이트플러스리뉴' 캠페인 성공사례

June. 2011
MezzoMedia Inc.



- 1> 캠페인 브리프
- 2> 프로모션 Creative & Event Page 분석
- 3> 주 활용상품
- 4> 성공 요소

■ 캠페인 브리프

1. Client & Brand

아모레퍼시픽 라네즈 '화이트 플러스리뉴' 캠페인

2. Campaign period

2011년 03월 02일 ~ 2011년 04월 17일

3. Target

20대 여성

4. AD Objective

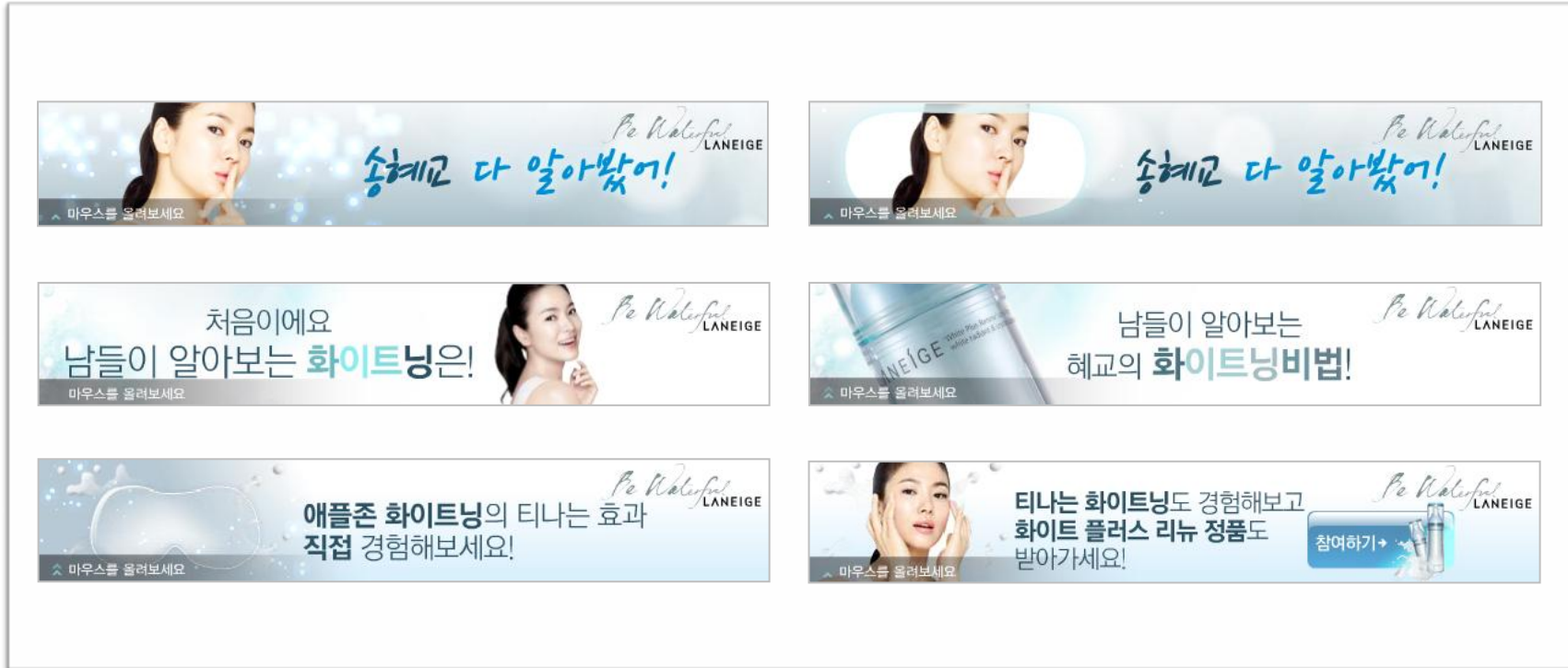
화장품에 관심이 많은 타겟에게 화이트닝 제품 고지 및 이벤트 참여 유도

5. Media List

네이트, 네이버, 코리아트위터&트윗애드온즈,
페이스북, 맥스무비, 엘르, **MMAN(엠맨)**

■ 프로모션 Creative & Event Page 분석

Banner Creative



- '처음이에요 남들이 알아보는 화이트닝은!' 이라는 메인 슬로 건 아래 다양한 지면에 적합한 크리에이티브 선보임
- 라네즈 모델인 송혜교의 동영상 노출 가능한 확장형 프리미엄 상품 적극 활용
- 키워드 검색 지면을 통해 동영상을 노출하고 관련 상세 정보 제공

Event Page



<온라인 메인 이벤트 페이지>

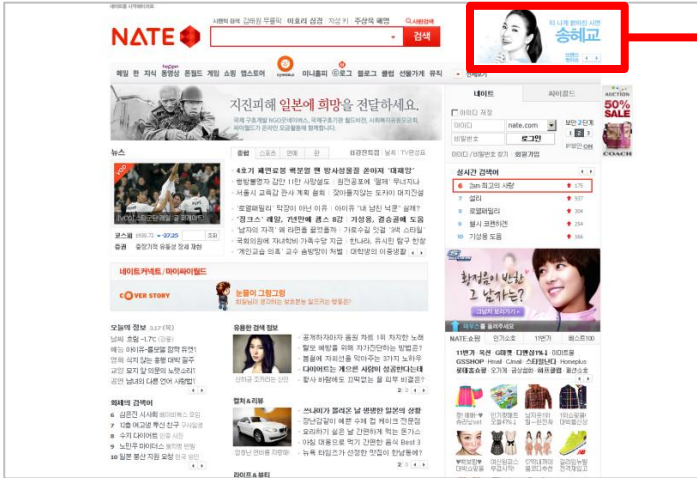


<모바일 이벤트 페이지>

- 집행 매체 Display Banner 클릭 시 라네즈 화이트플러스리뉴 온라인 이벤트 페이지로 이동
- 웹 DA뿐 아니라 모바일 띠배너를 통해 라네즈 화이트플러스리뉴 노출하여 언제 어디서나 이벤트 참여 유도
- 다양한 화이트닝 체험수기 이벤트 및 댓글이벤트, 페이스북으로 연동하는 이벤트를 진행하여 타겟의 호응 극대화

■ 주 활용 상품

포털 주 활용 상품



<네이트닷컴_브랜드핫이슈>



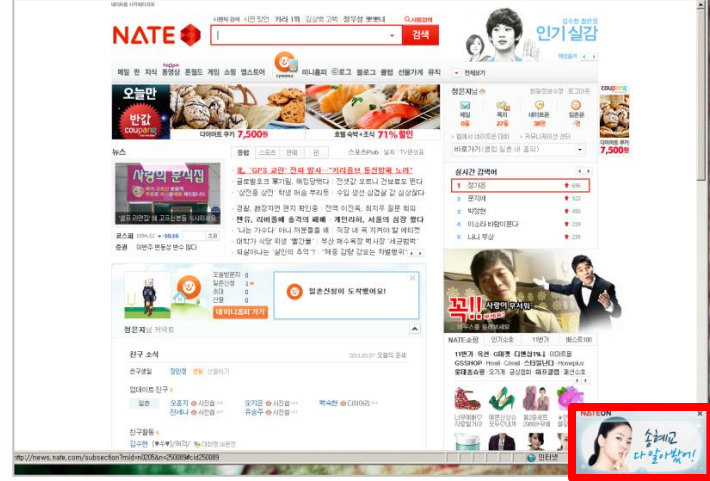
<네이트닷컴_토픽검색>

- 네이트닷컴 브랜드 핫이슈는 간단한 이미지와 문구 노출로 검색으로 연계되는 브랜딩광고 상품
- 기존 DA와 다른 형태로 광고 거부감은 최소화 시키고 호기심 유발을 통해 이벤트 참여 유도
- 클릭 시 토픽검색으로 연동되어 제품 및 이벤트의 상세 정보 제공
- 1일 집행되는 브랜드핫이슈가 종료되어도 토픽검색은 1개월 간 키워드검색을 통해 노출

포털 주 활용 상품



<네이트온_로그인팝업>



<네이트온_토스트바>

- 메신저 로그인 이용자수 1위인 메신저 어플리케이션이자 20대 여성들의 주 커뮤니케이션 수단인 네이트온 광고 상품 활용
- 네이트온 로그인과 동시에 로그인팝업 및 토스트바가 무조건적으로 노출되어(롤링소재) 우수한 클릭 반응을 확보
- 모니터 중심부에 500*450사이즈로 노출되는 로그인팝업은 1일간 집행되었으며 모니터 우측 하단부에 172*120으로 노출되는 토스트바는 4주간 집행 됨

포털 주 활용 상품



<네이버_롤링보드 드래그확장>



<네이트닷컴_브랜딩샷 확장형>

- 네이버 초기 롤링보드 및 네이트 메인 브랜딩샷을 통해 메시지 전달 프로세스 최소화
- 확장형 프리미엄 지면을 활용하여 라네즈 모델인 송혜교의 라네즈 동영상을 효과적으로 노출
- 네이버 롤링보드 드래그 (확장형)과 네이트닷컴 브랜딩샷 (확장형) 각각 5주 집행으로 캠페인 기간내 지속적으로 노출

엔터테인먼트 주 활용 상품



<엘르_서베이 이벤트 & 애드버토리얼>



<맥스무비_초기 브랜딩배너>

- 20대 여성이 여가시간에 많이 활용하는 영화매체 및 뷰티/패션 콘텐츠가 풍부한 매거진 매체 선정
- 엘르는 DA와 함께 이벤트 페이지를 통해 자체 이벤트를 진행, 타겟의 참여도를 높였으며 기사형식으로 제품을 자연스럽게 어필하는 애드버토리얼 등 다양한 형식으로 캠페인 진행
- 맥스무비는 초기 브랜딩배너 등 리치미디어 지면을 활용하였으며 맥스무비 예매권을 이벤트 경품으로 사용하기도 함

SNS 주 활용 상품



<페이스북_Standard AD>



<코리안트위터_Web배너>

- 타겟 라이프스타일에 친숙한 SNS 관련 매체를 통한 프로모션으로 바이럴 효과 형성
- 페이스북 내 광고 집행 및 이벤트 진행을 통해 유저와의 친밀감 형성과 원활한 소통으로 브랜드 이미지 제고
- 국내 트위터 유저에게 유일하게 광고 제품을 어필할 수 있는트위터커뮤니티(코리안트위터, 트윗애드온즈)활용
- 20대 타겟의 라이프스타일을 고려한 새로운 매체 선정으로 광고주 만족도 상승

모바일 활용 상품



<MMAN(엠맨)_모바일 웹 배너>



<트윗팔_App 배너>

- 모바일 네트워크 배너 상품인 (**MMAN:엠맨**, MezzoMedia Mobile Ads Network) 상품 활용
- 여성 전용 커뮤니티, 운세 어플 등 20대 여성들이 자주 이용할 만한 콘텐츠 중심 모바일광고 노출 함으로서 타겟 점점 확보
- 트위터 어플리케이션인 트윗팔을 통해 광고 노출하여 모바일을 통한 실시간 이벤트 참여 가능
- 아이폰 보급과 함께 급성장한 스마트폰 유저에게 웹광고와 더불어 모바일광고 집행으로 시너지 효과 창출

■ 성공요소

Rich Media 운영

커버리지 확보에 용이한
포털의 메인 프리미엄 지면과
동영상 노출이 가능한
엔터테인먼트 초기면 활용으로
캠페인 주목도를 높이고
이슈화 유도

New Media 운영

매거진을 통해 다양한 접근으로
이벤트를 진행하고
SNS, 모바일 등 신규매체에
과감하게 진행하여
기존과 다른 프로세스
니즈를 지닌 광고주 만족시키는
결과 형성

Target 접점

20대 여성이라는 명확한
핵심 타겟의 라이프스타일
분석을 통해
매체 및 지면이 선정되었으며
이를 통해 매거진, SNS 내의
자체 이벤트 진행하여
효과적으로 타겟의
호응을 얻어냄

포털 및 모바일, SNS, 매거진 등 다양한 매체를 통해
이벤트 고지와 참여를 유도하였으며
라네즈 공식 이벤트 랜딩페이지와 더불어 페이스북, 엘르 등을 통해서
세부 이벤트 진행하여 유저 접근성 확대

■ MezzoMedia에서 제공하는 서비스

MezzoMedia에서 제공하는 서비스

- 플랫폼 통합 애플리케이션 포털 <http://appvista.com>
- 한국인의 단축 URL 서비스 '독도' <http://dok.do/about/>
- 모바일 광고 상품(MMAN:엠맨, MezzoMedia Mobile Ads Network) <http://dok.do/eiPiUP>
- 멀티플랫폼 TV AD (Symphony:심포니) <http://dok.do/eiSaUP>
- Facebook 팬 페이지 <http://www.facebook.com/mezzomedia>
- 디자인 QR코드 생성 <http://qr.appvista.com/>



appvista 온라인 웹 appvista Mobile web
(<http://m.appvista.com>)



▪ 대표 번호 / Fax
: 02-561-1247 / 02-561-3890

▪ 광고 문의
> 온라인 광고 (미디어 사업본부)
: mezzo@mezzomedia.co.kr

> 모바일 app/모바일 web 광고 (모바일 사업본부)
: mobile@mezzomedia.co.kr

> Facebook 광고(해외 사업팀)
: mp@mezzomedia.co.kr



▪ 교통편
: 지하철 2호선
삼성역 5번 출구 도보 10분
선릉역 10번 출구 도보 10분

: 버스(포스코 사거리 하차)
파란 360, 730, 146
초록 3415, 3411, 2415, 4412



THANK YOU!

| (주) 메조미디어

| **MezzoMedia, with your GOAL!**