

nasreport no.246

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

Index.
디지털 미디어 광고 사례

Internet: A. LG 생활건강 - 숙취비책 캠페인
B. LG 전자 - 사운드바 캠페인

OOH: C. 넥슨-메이플스토리 캠페인

LG 생활건강 - 숙취비책 캠페인

- Target : 전체 (Core Target : 2040 남성)
- Period : 1차 : 2014년 12월 24일 ~ 2015년 01월 23일 (1개월) / 2차 : 2015년 02월 03일 ~ 02월 17일 (2주) / 3차 : 2015년 03월 09일 ~ 04월 08일 (1개월)
- Media : 유튜브, 판도라, 페이스북

Campaign Creative



Campaign Result

단계적 동영상 소재 노출을 통해 타깃 점점 확보
바이럴 마케팅 적극 활용으로 캠페인 운영 효율 극대화

- 3차에 걸친 광고 집행으로 노출확보→유효뷰확보→타깃점점매체노출의 효율적인 캠페인 진행
- 반응률이 높았던 2040타깃에 영상 집중 노출하여 적극적인 바이럴 유도

- 1) 풍부한 노출량 확보를 위해 '유튜브' 적극 활용하여 동영상 유효 뷰 확보
- 2) 공유, 친구소환, 댓글 등 다양한 액션이 가능한 페이스북 활용으로 2차 영상 확산
- 3) 코어타깃(2040 남성) 집중 노출을 위해 판도라, KMPlayer 활용으로 효과 극대화

YouTube facebook PANDORA.TV

단계별 매체 집행 주요 효과

1차



유튜브 유효 영상 뷰 확보에 주력

타깃의 동영상 시청경로 1위 플랫폼 '유튜브' 활용. 광고주 계정으로 업로드 된 영상 유효 뷰 확보 주력
KMPlayer의 출시예정 상품인 프리롤 테스트 집행으로 동영상 유효 뷰 확보에 기여

2차



유효 뷰 추가확보 및 SNS내 영상 2차 확산 유도

1차 캠페인 내 우수한 효율 보였던 유튜브 추가 집행. 유튜브 유효 뷰 추가 확보 및 인기 콘텐츠로 자리매김
2차 영상확산 가능한 페이스북 인기 팬페이지 활용. 공유, 친구소환, 댓글달기 등 액션 유도로 바이럴 확산

3차



신규영상 유효 뷰 확보 및 타깃접점매체 활용

신규 영상 유효 뷰 확보를 위해 1차 캠페인 테스트 당시 우수한 효율 보인
KMPlayer 및 판도라 프리롤 활용하여 코어타깃에게 영상 집중노출
더불어 랜딩 페이지로 유입된 유튜브 시청자를 통해 유효 뷰 확보에 기여

매체별 상세 집행 페이지



유튜브 트루뷰 인스트림



유튜브 인디스플레이



개인 페이지관리자



인기페이지 비디오포스팅



인기페이지 링크포스팅



인기페이지 게시글광고



PC 프리미엄 ICF



모바일 프리미엄 ICF



KMPlayer



LG 전자 - 사운드바 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2015년 3월 28일 ~ 4월 30일
- Media : 네이버

Campaign Creative



Campaign Result

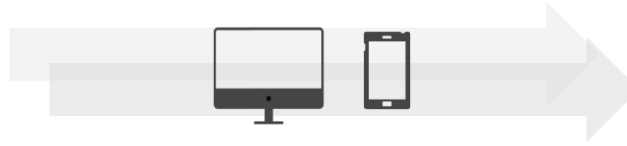
프로야구 광고상품 집중 활용한 브랜딩 및 구매 유도
 브랜드 주 소비층과 접점이 높은 광고 상품 활용으로 인지도 증대

- 전자업종 주 타겟과 접점이 높은 프로야구 광고 상품을 활용하여 집중적인 광고 집행
- 중간 광고 및 투수교체 시 반복적으로 영상을 노출하며 브랜드와 제품 인지도 증대

- 1) PC & 모바일 야구 생중계 시 경기 중간에 노출되는 '동영상 상품' 활용하여 높은 주목도 확보
- 2) 국내 및 MLB(텍사스, LA다저스) 프로야구 Break 타임에 영상 노출하여 제품 브랜딩 강화
- 3) 단기간 내 웹툰 빅배너 집중 라이브하여, LG 사운드바 상세 안내페이지 집중 유입 유도

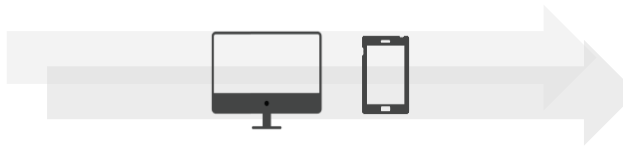
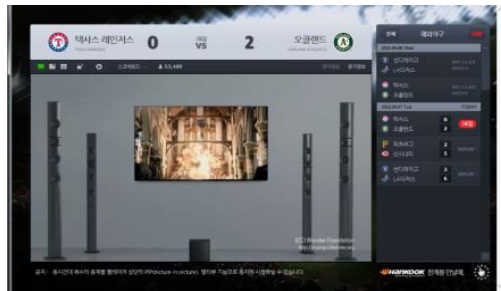
상세 집행 페이지

*네이버 프로야구 생중계 서비스



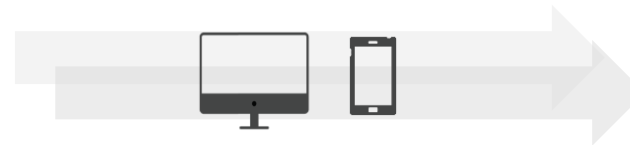
네이버 프로야구 30초 소재
활용하여 제품 주목도 확보

*네이버 MLB 생중계 서비스



MLB(텍사스, LA다저스) 경기
중간광고 활용하여 브랜딩 강화

*네이버 웹툰 빅배너



네이버 웹툰 빅배너 운영으로
젊은층 타겟 인지도 증대 유도

넥슨- 메이플스토리 캠페인

- Target : 1020 남/여
- Period : 2015년 04월 23일 ~ 2015년 05월 22일
- Media : 가로변셸터

Campaign Creative	Campaign Result
	<p>중,고등학교 주변 셸터에 다양한 소재를 사용하여 게임 홍보 게임쿠폰을 포스트잇 형식으로 부착, 소비자 흥미 유발 및 유저 확보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1020 게임 타겟을 대상으로 중고등학교 주변 셸터에 게임 이미지 홍보 - 6가지의 다양한 게임아이템을 소재로 활용하여 긍정적인 브랜드 이미지 확대 - 게임쿠폰을 포스트잇 형식으로 부착하여 소비자 흥미 유발 <ol style="list-style-type: none"> 1) 전체 55기의 셸터 중 32기는 중고등학교 근처 셸터에 집행하였으며, 그 외 대형 아파트 단지 주변에 광고를 집행하여 코어 타겟에 효과적으로 노출 2) 핑크빈, 예티, 슬라임 등 귀여운 게임 내 캐릭터를 활용하여 브랜드의 긍정적인 이미지 확보 3) 셸터 외벽에 게임 쿠폰을 포스트잇으로 부착하여, 소비자의 흥미를 유발하고 실제 게임으로 유도하여 유저 확보

상세 집행 페이지

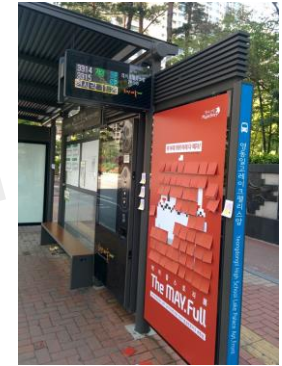
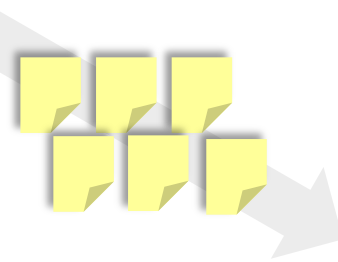


- 게임의 메인 타깃인 1020세대를 대상으로
중고등학교 주변 쉼터에 집중적으로 게임 이미지 홍보
- 6가지의 다양한 게임아이템을 소재로 활용하여
소비자의 관심을 유도하고 긍정적인 이미지 제고

프로모션 사례



강남권 중/고등학교 주변 일부 쉼터에 게임 쿠폰을 포스트잇 형식으로 설치하여 사용자들이 자유롭게 떼어갈 수 있도록 7일간 단기 프로모션 진행



버스를 기다리는 시간 동안 자연스럽게 노출하여 사용자의 흥미를 유발하고, 쿠폰 번호는 실제 게임에 입력이 가능하여 유저 확보에도 도움



more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.
* 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청



nasmedia
사업전략실 트렌드전략팀