

2011년 8월

# 업종별 페이스북 팬페이지 마케팅 사례



Aug. 2011  
MezzoMedia Inc.

01 화장품

02 패션

03 여행

04 식음료

05 자동차

## Facebook Fan Page



페이스북이 등장하면서 디지털 광고·마케팅 트렌드에도 큰 변화가 생겼으며, 최근에는 페이스북 디스플레이 광고의 규모가 야후를 뛰어넘는 기록을 세우기도 했다.

이처럼 현재 다양한 산업군에서 페이스북을 활용한 적극적인 마케팅을 펼치고 있는데, 그 중 가장 활발하게 사용되고 있는 것이 바로 '페이스북 팬페이지를 활용한 마케팅'이다.

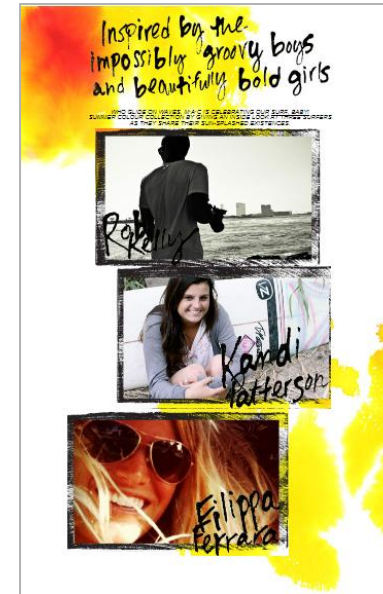
이를 가장 활발하게 활용하고 있는 5개 주요 업종의 성공적인 마케팅 사례들을 살펴보자.

## ■ 고객 서비스와 피드백이 이루어지는 공간



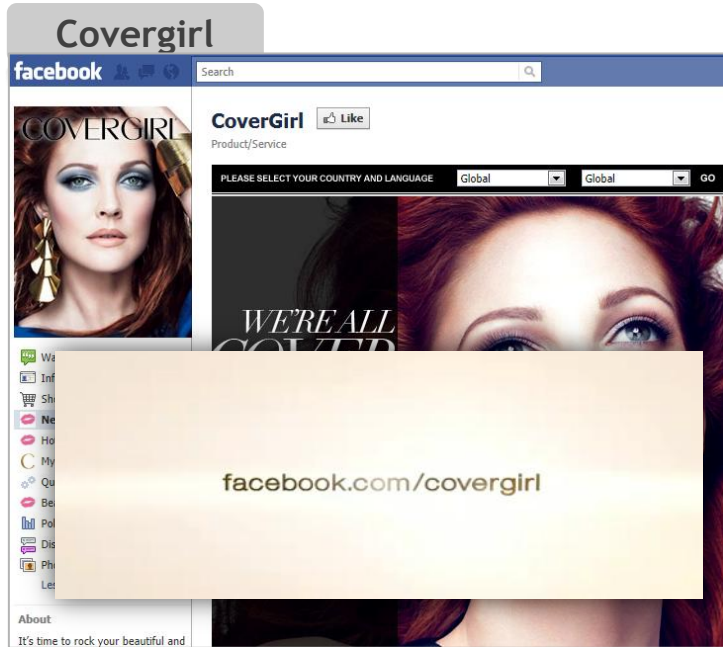
- 브랜드 팬페이지 관리자 뿐 아니라 팬들도 답변란에 글을 남길 수 있도록 함으로써 활발한 쌍방향 소통이 이루어지고 있음. → 대부분 팬들은 제품 사용 후기를 포스팅 하고, 회사는 답변란을 통해 팬들의 피드백을 듣는 창구로 활용.
- 팬들이 답변란이 남긴 질문에 최선의 답변을 함으로써 온라인에서도 오프라인 매장에서 전문가에게 컨설턴트를 받는 느낌이 들 수 있도록 서비스를 제공.
- 대부분의 화장품 브랜드 업계에서는 Youtube와 Twitter도 온라인 마케팅 채널로 이용하지만 페이스북을 주요 채널로 활용.

## I. 개별 제품이 아닌 컬렉션 자체의 홍보



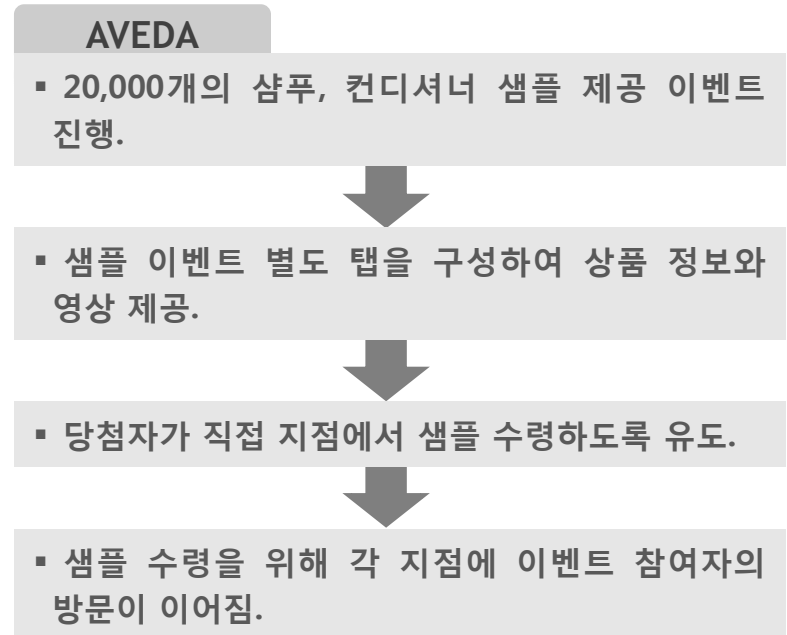
- Mac의 경우, 새롭게 런칭되는 제품 컬렉션 자체를 홍보하는 경향.
- Surf Baby 캠페인: Surf Baby 컬렉션 홍보를 위해 팬페이지 내에 'Surf Baby' 탭을 마련 → 여름 컬렉션 이미지에 걸맞게 3명의 전문 Surfer의 사진, 동영상 등을 저널형식으로 제작하여 포스팅함으로써 팬들의 호기심을 자극 시킴. → 컬렉션 자체의 홍보가 개별 제품의 관심으로 이어진 캠페인.

## Ⅱ. 다른 마케팅 채널과의 믹스



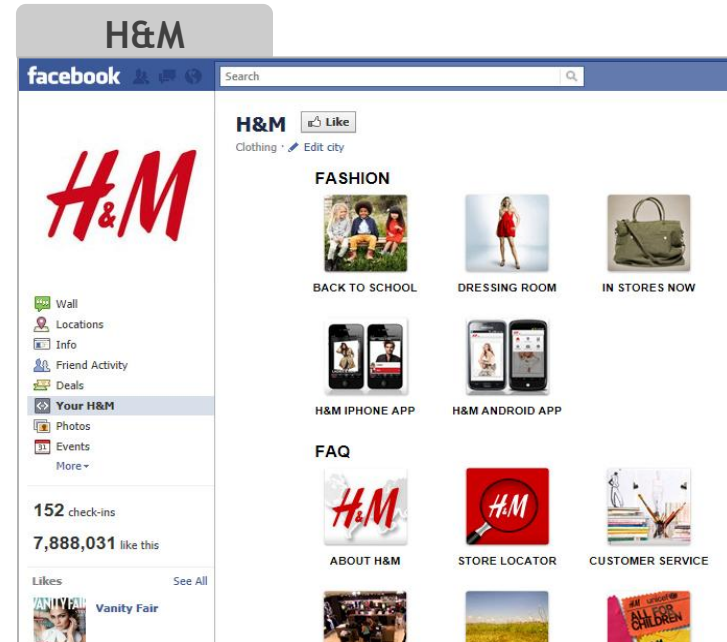
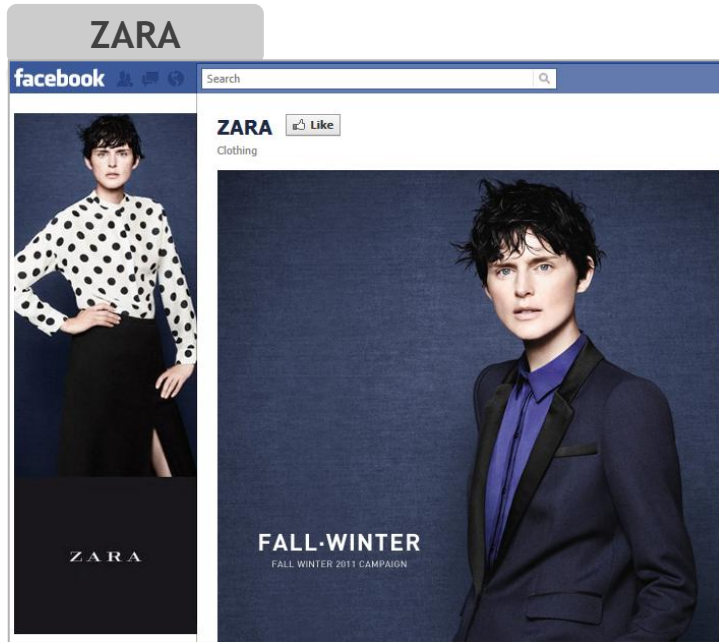
- Covergirl의 “natural luxe” 캠페인:  
Covergirl TV 광고 마지막에 페이스북 팬페이지에 주소를 보여주며 로그인 하도록 유도  
→ 동시에 페이스북 상에서 “좋아요” 클릭한 사람들을 대상으로 샘플을 제공 이벤트를 진행 → 방송 첫날 8,000명의 Fan 증가.

## Ⅲ. 이벤트: 샘플 제공



- 페이스북 브랜드 팬페이지 팬들의 경우 참여의 성격이 강하여 샘플 제공과 같은 이벤트에 적극적인 반응.
- 프로모션 방법 중 가장 효과적인 전략으로 여겨지고 있어 페이스북 광고에 샘플 제공 이벤트를 소재로 활용하는 경우가 많음.

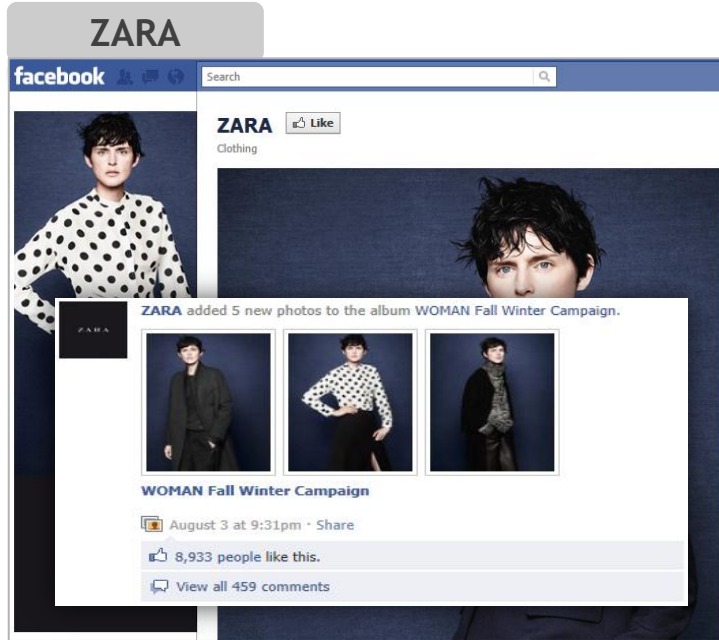
## ■ 페이스북, 떠오르는 마케팅 채널



- 패션브랜드의 페이스북 활용은 다른 업종에 비해 초기 단계이지만 ZARA, H&M 등과 같은 글로벌 패션브랜드가 페이스북 팬페이지를 통해 적극적으로 마케팅 하고 있는 등 점점 페이스북을 통한 마케팅이 증가하고 있는 추세.  
→ 현재 페이스북을 활용하는 패션브랜드의 경우, 팬페이지를 최고의 CRM 툴로 여기고 있음.
- 현재 MSN, Yahoo가 가장 강력한 쇼핑 엔진으로 여겨지고 있는 가운데, 소셜미디어가 차순위로 거론되고 있음.



## I. 상품 중심의 내용 구성



- 담벼락을 주로 자사 상품의 화보 사진으로 꾸며 자연스럽게 최근 어떤 상품이 새로 런칭되었는지 알 수 있도록 구성.
- Bergdorf Goodman의 경우, 나만의 패션 "세트"를 만들 수 있는 웹사이트 Polyvore를 페이스북 팬페이지에서 만나볼 수 있도록 구성하여 Bergdorf Goodman의 상품으로 나만의 위시리스트를 작성해볼 수 있도록 함.



## II. 팬페이지를 통한 상품 주문



- Tony Burch의 경우, 팬들과의 소통에서 출발해 상품 판매까지 가능하게 한 사례.
- 페이스북을 통한 온라인 쇼핑이 가능한 어플리케이션을 마련하여 팬들이 페이스북을 통하여 쇼핑을 즐길 수 있도록 함. (페이스북을 통해 온라인 쇼핑을 할 경우, 배송비 무료.)

“페이스북을 통해 커뮤니케이션 방법을 자주 수정해보면서 브랜드에 적합한 전략을 찾아라.

그렇다고 소셜미디어의 성공을 위해 꼭 유쾌하거나 재미있을 필요는 없다.

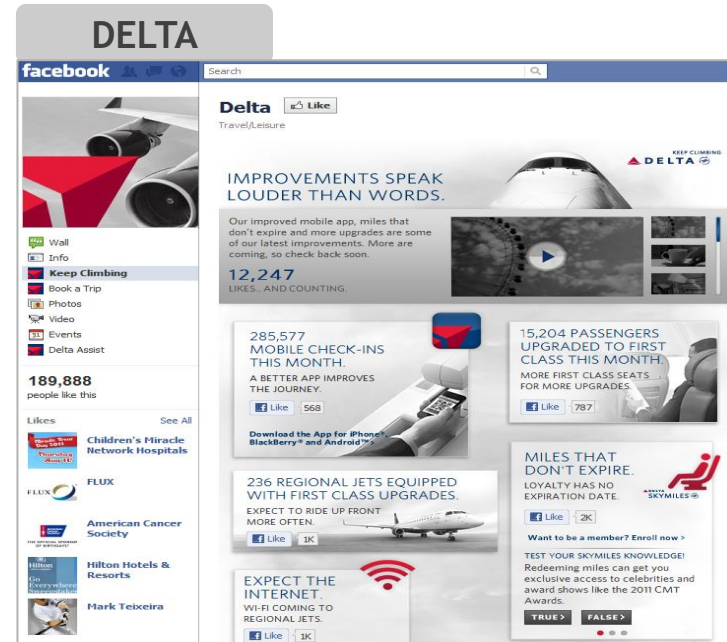
브랜드의 정직한 정보 제공을 바탕으로 팬들과 소통하라.

그러면 그들이 성공의 비법을 알려줄 것이다!”



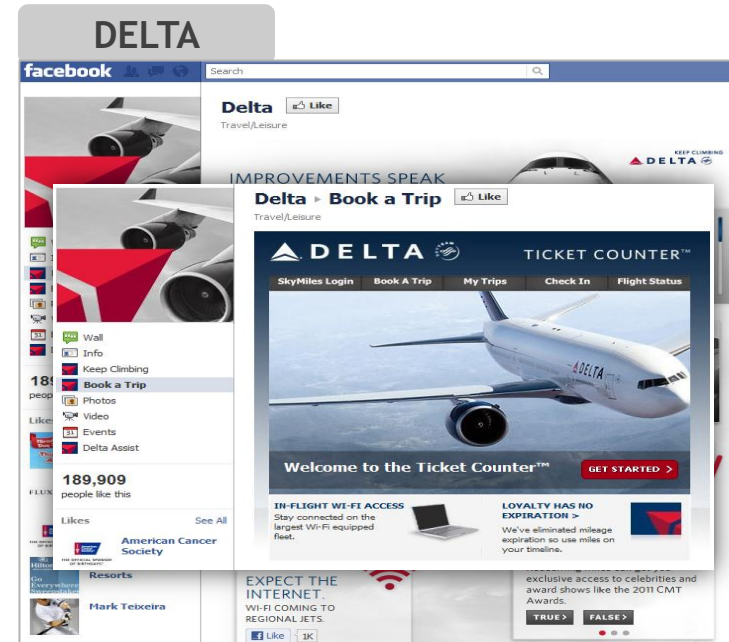
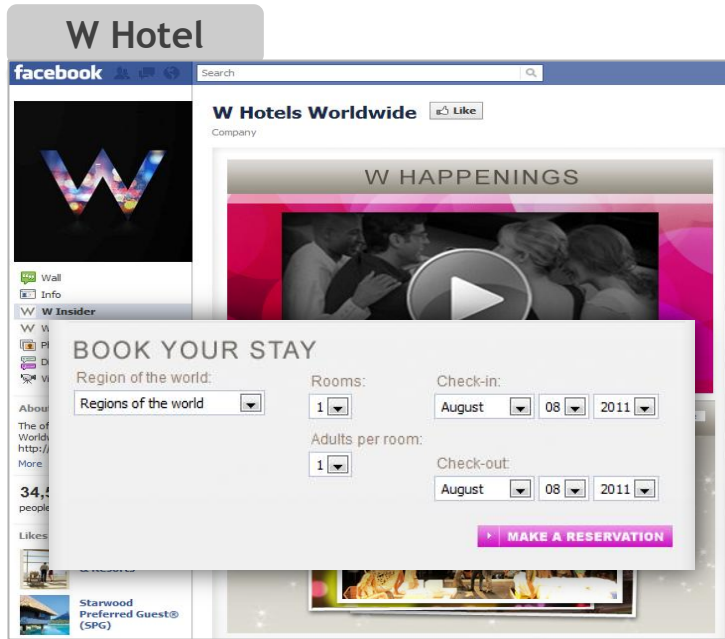
Jason John by Gilt Group

## ■ 정보 제공 & 팬들의 참여 유도



- 브랜드에서 제공하는 새로운 서비스 또는 스페셜 할인 정보를 랜딩페이지로 설정하여 정보 제공하는 경향.
- 여행 업계의 페이스북 활용은 담벼락을 통한 팬들과의 소통 보다는 새로운 정보 제공의 성격이 강함.
- 팬페이지에 이벤트와 관련된 다양한 메뉴를 구성하여 많은 팬들의 참여를 유도.

## I. 페이스북을 통한 예약 서비스



- 항공사 또는 여행사 홈페이지를 방문하지 않아도 페이스북을 통해 편리하게 항공 예약을 할 수 있도록 서비스 하며 이것이 팬페이지 팬을 증가시키는 요인이 되고 있음.
- 예약서비스 위젯을 본인 블로그 또는 홈페이지에 설치할 수 있도록 서비스 하기도 함.

## II. 이벤트: 컨테스트 개최



- 항공, 숙박 등 여행 업계에서는 컨테스트 이벤트를 주로 개최하여 당첨자에게 무료 항공권, 할인 항공권, 무료 숙박권 등을 주는 경우가 많음.
- Kimpton 호텔: 30주년 이벤트로 "Write Here, Right Now" 컨테스트 개최 → Kimpton 호텔과 함께 했던 기억에 남는 생일을 '시 또는 사진'으로 표현하여 페이스북에 업로드 하도록 함 → 상위 우수자 30명에게 Kimpton 호텔 숙박권 제공.
- Virgin America: "Putting the Smackdown on Ordinary"에 관한 동영상 또는 사진을 페이스북에 업로드 → 친구들의 투표를 진행 → 상위 우수자 10명에게 Chicago 출발 왕복 항공권을 제공.



## ■ 기업의 이미지 홍보



- 특정 제품 소개 및 기업의 정보 제공의 목적 보다는 팬페이지를 통해 사회적 캠페인을 진행하며 기업의 이미지를 홍보하는 경향.
  - Kellogg's는 'Help A Child'라는 별도의 탭을 만들어 가난한 아이들에게 아침을 제공하자는 캠페인을 홍보하고 있음.
  - 코카콜라는 많은 사람들에게 행복을 전하고자 하는 'Happiness Truck', 쓰레기 재활용의 중요성을 알리는 'Recycling King' 등의 캠페인을 통해 제품 자체가 아닌 기업의 이미지를 홍보하고 있음.
  - 도미노피자는 팬페이지를 통해 소비자들의 불만을 접수하며 '소비자들의 의견에 귀를 기울이는 기업'의 이미지를 부각시키고자 함.

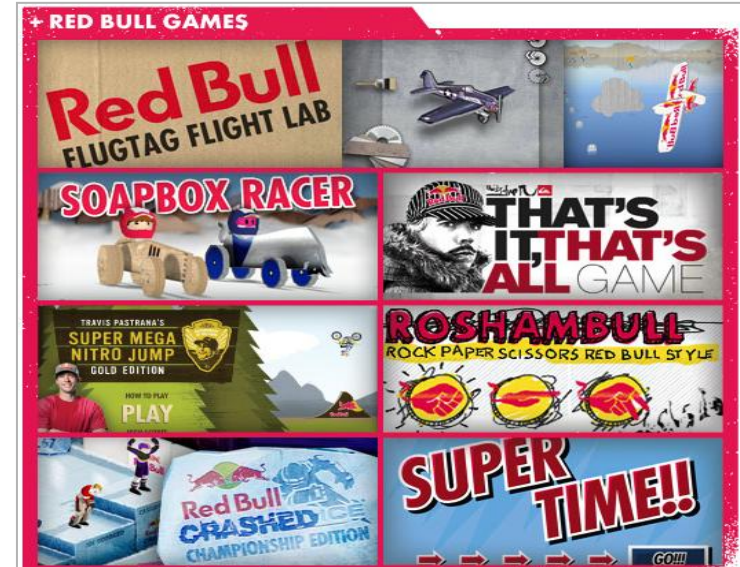
## I. 오프라인 마케팅의 destination 역할



- 코카콜라의 경우, 페이스북을 오프라인 마케팅의 destination으로 활용.
  - Recycling King 캠페인: 이스라엘 전역에 10,000개의 재활용 쓰레기통을 설치 → 플라스틱 병을 버리는 장면을 사진 찍어 페이스북에 업로드하여 친구들과 캠페인의 내용을 공유 → 가장 활발한 활동을 한 유저 “Recycling King”으로 임명.
  - Happiness Truck 캠페인: 브라질 리우데자니로의 한 마을에 주차된 Happiness Truck 뒷편의 버튼을 누르면 코카콜라, 장난감, 스낵 등 선물이 나옴 → 현장에서 진행한 캠페인을 페이스북에 영상을 업로드 해두어 팬들에 의해 공유됨으로써 전 세계로 해피 바이러스를 퍼뜨리는 코카콜라의 이미지를 각인 시킴.

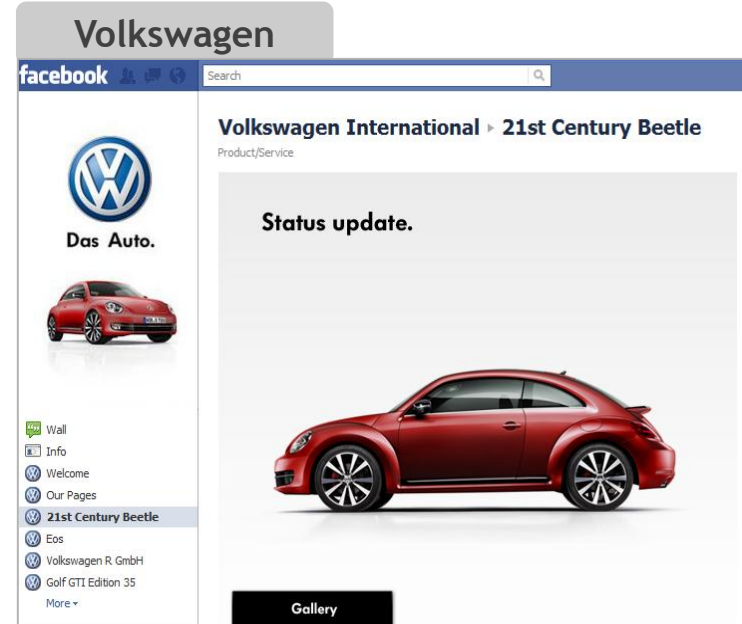
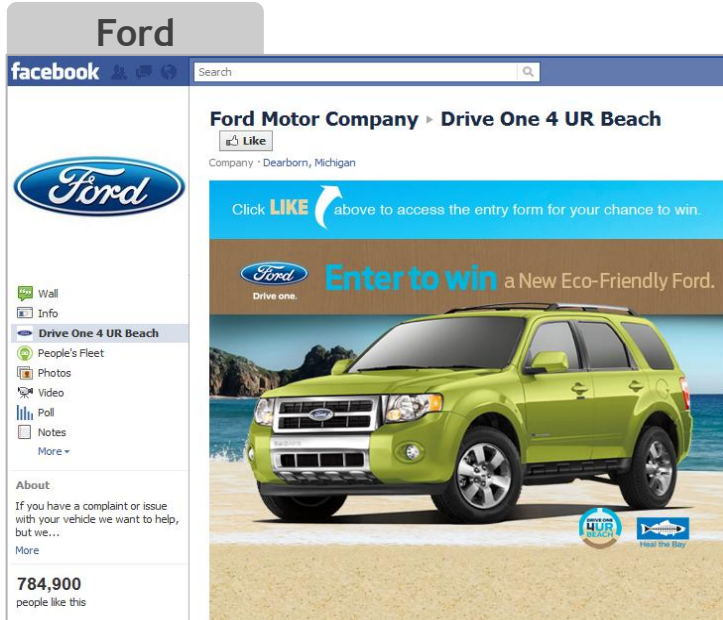


## II. 타겟 프로모션



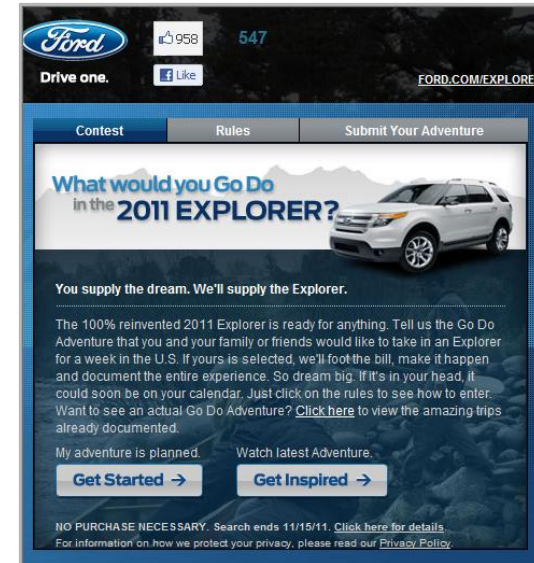
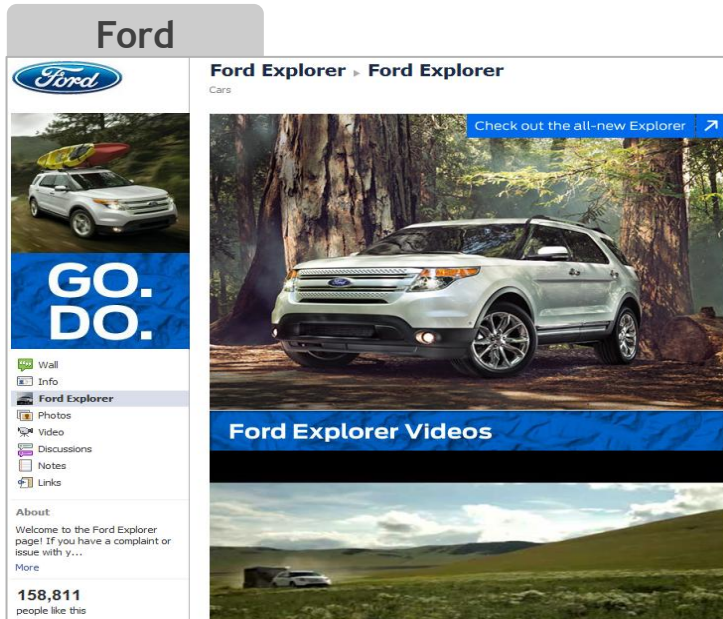
- 스포츠를 좋아하는 사람들을 주요 타겟으로 하여 전반적인 팬페이지 메뉴를 구성.
  - 운동선수들이 Twitter에 업데이트 하는 새로운 소식들을 Red Bull 팬페이지에서 확인 할 수 있도록 함.
  - 팬페이지를 통해 스포츠 관련 어플리케이션 게임을 즐길 수 있도록 함.
  - Red Bull에서 후원하고 있는 운동 선수들의 영상을 시청할 수 있도록 만들어 놓은 Web TV를 통해 팬들은 좋아하는 운동 선수를 영상으로 접할 수도 있고 같은 운동 선수를 좋아하는 팬들과 소통할 수도 있음.

## ■ 신차 홍보에 포커스



- 자동차 업계는 페이스북을 신차 홍보 위주로 활용하는 경향.
  - 신차 홍보를 위한 별도의 탭을 생성하여 모델의 이미지를 확인할 수 있거나 관련된 이벤트에 바로 참여할 수 있도록 구성. (주로 랜딩페이지로 활용됨.)

## I. 페이스북 온라인 모터쇼를 통한 신차 공개



- Ford는 페이스북을 통한 온라인 모터쇼를 통해 2011년 'Ford Explorer' 를 공개: Ford Explorer 시승 기회가 주어지는 이벤트를 진행하였으며, 가상 모터쇼라는 단점을 커버할 수 있도록 CEO가 직접 신차의 특징점을 소개하는 동영상 시리즈를 포스팅.
  - 하루동안 진행된 가상모터쇼에 75,000명의 회원이 로그인.
  - Twitter와 Google에서도 이슈가 됨.
  - YouTube를 통해 100만명 이상의 유저가 시청.



■ MezzoMedia

# 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/hncEMv>
- 멀티플랫폼 TV AD. 심포니 <http://dok.do/eiSaUP>
- Facebook 팬 페이지 <http://www.facebook.com/mezzomedia>
- 디자인 QR코드 생성 <http://qr.appvista.com/>





MezzoMedia

HOME CONTACT US SITEMAP ENGLISH

회사소개 사업영역 채용정보 보도자료 메조소식 APPVISTA

MezzoMedia, with your GOAL!

SERVICE MOBILE SOLUTION NETWORK

솔루션 기반의 미디어 플랫폼 전문 그룹인 메조미디어는 국내 정상급 미디어업종으로서 언제나 최고의 성과를 보장합니다.

Notice

- APPVISTA OR로드 오픈 안내 2011.04.01
- 자율 개발 App, 'QR Shake...' 2011.01.11
- APPVISTA 오픈 안내 2010.11.29
- 자체 개발 App, '도전! 만...' 2010.11.14
- 10월 Mobile Network 현황 2010.11.01

Press

- [뉴스엔] [오토엔] '코리미 모...' 2011.03.15
- [디지털타임즈] [IT활용대] 소... 2011.03.07
- [포리타임즈] '주강원만 뉴 가...' 2011.02.16
- [ZDnet Korea] '보상 의뢰범, 해...' 2011.02.17
- [아시아경제] '비선 여를 확보...' 2011.02.17

최근 뉴스레터

스피커의 SNS 마케팅 성공사례입니다. 뉴스레터 신청하기

NHN 테라 OBT 플랫폼인 모바일 시장 이슈 및 향후 전망

회사정보

솔루션정보

ST정보

찾아오시는 길

포스코 사거리 포스코센터 맞은편 (청담역 방면) 제이에스타워 4, 6층

2호선 선릉역 삼성생명 JS타워 MezzoMedia 도심공향터미널 현대백화점 2호선 삼성역 메조약도 포스코센터 글라스타워

▪ 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!**