

nasreport no.256

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,
Gangnam-gu, Seoul, Korea

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

Index.
디지털 미디어 광고 사례

Internet: A. 아모레퍼시픽 - 마몽드 무궁화 보습 장벽 크림 2차 캠페인
B. 슴37 - 시크릿 리페어 리뉴얼 출시

아모레퍼시픽 - 마몽드 무궁화 보습 장벽 크림 2차 캠페인

- Target : 18세 - 44세 여성
- Period : 2016년 1월 4일 ~ 1월 31일
- Media : 유튜브, 다음, m다음

Campaign Creative	Campaign Result
<p data-bbox="152 730 405 762">•1차 캠페인 영상 시청자</p> <div data-bbox="203 836 353 949"> </div> <div data-bbox="427 772 931 1056"> </div>	<p data-bbox="1010 769 1924 871">주요 타깃 대상 광고 노출 극대화 위한 다양한 타깃팅 기법 활용 타깃팅 옵션 적극 활용으로 동영상 노출 효율성 강화</p> <ul data-bbox="1021 948 2011 1027" style="list-style-type: none"> - 18-44세 여성을 주 타깃으로 설정, 효과적인 노출을 위한 타깃팅 옵션 다양하게 활용 - 시청 유저와 비시청 유저를 분리, 세분화된 타깃팅을 통해 더 효율적인 동영상 광고 노출
<p data-bbox="152 1094 432 1126">•1차 캠페인 영상 비 시청자</p> <div data-bbox="203 1203 376 1342"> </div> <div data-bbox="427 1129 922 1409"> </div>	<ol data-bbox="1021 1091 2067 1270" style="list-style-type: none"> 1) 유튜브는 관심사/18-44여성/리마케팅으로 세분화된 타깃팅 활용하여 최적화된 효율 유도 특히 Trueview 리마케팅은 1차 캠페인 시청 유저와 비시청 유저를 분리하여 서로 다른 소재의 영상을 노출하며 광고 효과 극대화 2) 캠페인 초중반에는 다음 초기배너와 모바일 프리롤을 활용해 풍부한 커버리지 확보

상세 집행 크리에이티브

- 효과적인 노출 확보를 위한 리마케팅 활용 : 유튜브 트루뷰 리마케팅 프로세스



1차 캠페인 영상 시청자



<마몽드 가든의 기록 2> 노출

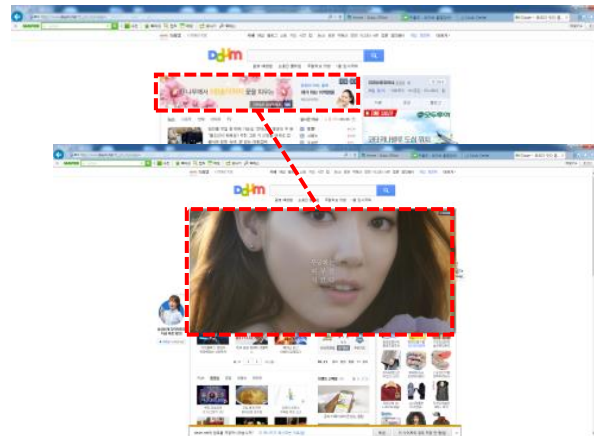


1차 캠페인 영상 비 시청자

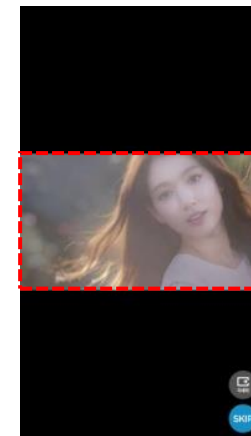


<마몽드 가든의 기록 1> 노출

- 커버리지 확보 : 다음 초기면 및 모바일 프리롤 활용



[다음 초기배너_HD]

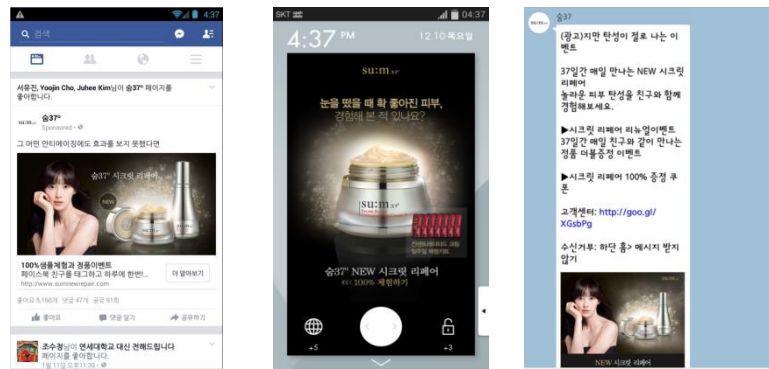


[다음 모바일 프리롤]

숨37 - 시크릿 리페어 리뉴얼 출시

- Target : 25세 - 40세 여성
- Period : 2015년 12월 9일 ~ 2016년 1월 12일
- Media : 페이스북, 캐시슬라이드, 카카오

Campaign Creative



Campaign Result

효율 극대화를 위한 타겟 매체 및 매체별 타겟팅 기법 활용
 관심 유저 집중 활용하여 브랜드 충성도 및 이벤트 참여도 강화

- 관심 유저에게 효율적인 노출을 위해 타겟팅 매체 적극 활용
- 연령/관심사/콘텐츠 타겟팅 등 다양한 타겟팅 기법을 통해 효율적인 커버리지 확보

- 1) 페이스북 연령 및 관심사 타겟팅을 통해 25-40 여성 집중 공략
- 2) 캐시슬라이드 콘텐츠 타겟팅을 통해 뷰티 콘텐츠 관심 유저에 효과적인 광고 노출
- 3) 브랜드의 카카오 플러스 친구에게 총 2회의 메시지를 발송, 충성도 및 이벤트 참여도 강화

상세 집행 크리에이티브 : 각 매체별 타깃팅 기법 집중 활용으로 노출 효과 극대화

[상세 크리에이티브]



[활용 매체 지면]

◆ 연령/관심사 타깃팅



[페이스북]

: 주 타깃 연령 및 뷰티/화장품 관심사 유저 대상 타깃팅

◆ 콘텐츠 리타깃팅



[캐시슬라이드]

: 캐시슬라이드 내 뷰티 관련 콘텐츠에 관심을 보인 유저 대상 타깃팅

◆ 카카오 플러스



[카카오 플러스친구 메시지]

: 브랜드의 카카오 친구 대상 총 2회 메시지 발송



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

미디어전략실 트렌드전략팀