

2018
08 -

Vol. 284

CASE STUDY

가전 업종 광고 사례 분석

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

- 가전 업종 온라인 구매 행태
- 가전 트렌드 (1) - 환경가전의 고성장
- 가전 트렌드 (2) - 맨즈테리어(mensterior) 열풍

CASE STUDY

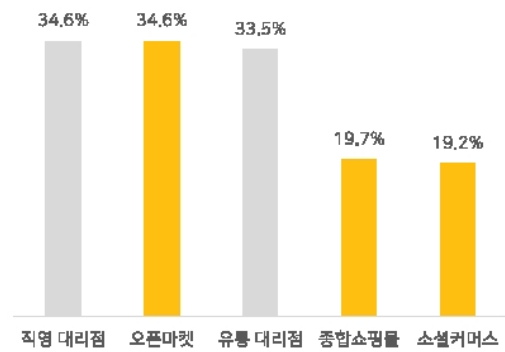
- 삼성전자-노출카테고리별맞춤소재를활용한PTV캠페인
- 현대아몰-특가이벤트페이지유입유도 캠페인
- 쿠팡전자-네이버콘텐츠DA를활용한구매유도 캠페인

가전 업종 온라인 구매 행태

가전·전자·통신 업종 온라인 쇼핑 거래액 추이



최근 1년 이내 가전제품 구매 채널 TOP5

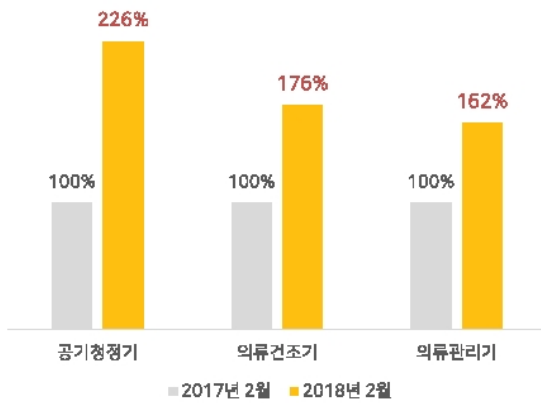


* Source : 통계청, 2018 NPR (조사기간: 2017년 12월 19일 ~ 2018년 1월 3일)

- 온라인 결제 간편화 및 신뢰도 강화에 따라 오프라인 구매가 주류를 이루던 가전업종에서도 온라인 거래액이 매년 증가 추세를 보임
- 최근 1년 이내 가전제품을 구매한 온라인 채널은 오픈마켓(11번가, G마켓 등) > 종합쇼핑몰(롯데닷컴, GS샵 등) > 소셜커머스(쿠팡, 위메프 등) 순으로 나타남

가전 트렌드(1) - 환경가전의 고성장

미세먼지 관련 가전제품 판매량 증가(다나와)



2018년 상반기 가전업계 트렌드



다이슨 퓨어쿨 공기청정기
(선풍기 + 공기청정기)



LG 휘센 씽큐 에어컨
(공간 · 사용량 패턴 스스로 학습)

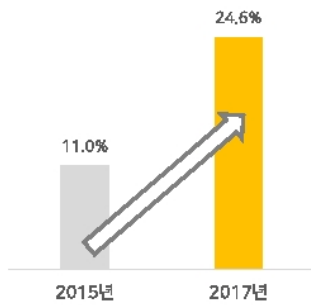
* Source: 다나와, 관련기사

- 지속적인 미세먼지 이슈와 가격보다 심리적 만족감을 우선시하는 소비 트렌드가 확산되며 공기청정기, 의류건조기 등 환경가전의 수요가 급성장함
- 다용도 기능을 제공하는 '융·복합형', 본래 기능을 넘어 개인에게 최적화된 서비스를 제공하는 '인공지능형' 가전이 2018년 업계의 트렌드로 자리 잡음

가전 트렌드(2) - 멘즈테리어(mensterior) 열풍

새로운 소비층으로 부상한 2030 남성

가전제품구매자 중 2030 남성 비중
(현대백화점)



남성 구매 제품 TOP5
분석 기간: 17년 7월 ~ 18년 5월, 다량상

1위	클리어 공기청정기
2위	SK매직 소형 청소기
3위	무소음 패션 침대
4위	포니 좌석 스파베드
5위	씨엘 극세사 러그

남성 소비자층을 공략하는 가전제품 특징



삼성전자 파워봇 스타워즈 에디션
(캐릭터 로봇청소기)



LG전자 트롬 스타일러
(정정까지 갈주름 기능)

*멘즈테리어: '남성(men)'과 '인테리어(interior)'의 합성어로 남성의 인테리어 관심도 증가를 보여주는 신조어

* Source: 현대백화점, 다량상

- '나혼자산다', '미운우리새끼' 등 혼자 사는 남성들의 생활공간을 다루는 예능 프로그램의 영향으로 집을 꾸미고 직접 가전제품을 구입하는 2030 남성 증가
- 게임이나 만화 캐릭터를 디자인에 접목시킨 캐릭터 가전, 편의성을 강조한 의류 관리기, 주류 전용 냉장고, 소형 청소기 등이 큰 호응을 얻고 있음

삼성전자 - 노출 카테고리별 맞춤 소재를 활용한 IPTV 캠페인



Source : 나스미디어 내부자료

Campaign Summary

- Period : 18.06.19 ~ 18.08.10
- Target : 3049 남녀
- Media : o!leh tv (PrePlay, PrePlay+)

프리미엄 콘텐츠 시청 유저를 대상으로 o!leh tv VOD 재생 전 광고 집행
영화, 여행, 게임 등 카테고리에 따라 맞춤형 소재를 운영해 메시지 전달력 극대화

Media Strategy

- 프리미엄 TV 콘텐츠 활용과 개별 프로그램 단위의 타겟팅이 가능한 o!leh tv 집행
- '실감나는 게임', '눈으로 떠나는 여행' 등 광고 노출 콘텐츠에 맞는 맞춤 소재 4종 활용

Results

- 영화, 여행, 게임 3개 카테고리 모두 7월 내 노출수 초과 달성을 기록하며 신제품 인지도 증대
- 윤식당, 비긴어게인 등 인기 예능은 VOD 첫 슬롯에 노출되는 PrePlay + 상품을 통해 광고 주목도 확보

홈데이몰 - 특가 이벤트 페이지 유입 유도 캠페인



Source : 나스미디어 내부자료

Campaign Summary

- Period : 18.05.14 ~ 18.05.31
- Target : 1949 인테리어, 가전 관심유저
- Media : 네이버, 캐시슬라이드, 애드팩터

포털 네이버의 모바일 메인 지면을 활용해 광고 커버리지 확대
클릭수가 보장되는 CPC 매체 진행을 통해 이벤트 페이지 유입 유도

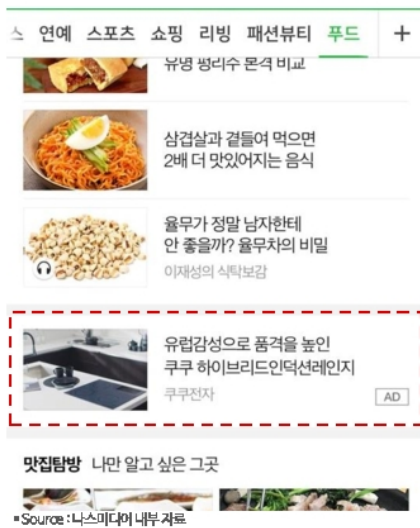
Media Strategy

- 커버리지를 확보할 수 있는 포털 지면과 정교한 타겟팅을 적용한 모바일 DA를 적절히 활용
- 에어콘, 무선청소기, 건조기 등 1일 1회 상품 이미지 소재를 교체해 지속적인 소비자 관심 환기

Results

- 포털, 잠금화면, 네트워크매체를 적절히 활용해 제한 대비 높은 노출 달성률 기록
- 애드팩터의 경우 유사 광고 반응 유저 리타겟팅, 관심사 타겟팅을 적용해 우수한 클릭 확보

쿠쿠전자 - 네이버 콘텐츠 DA를 활용한 구매 유도 캠페인



Campaign Summary

- Period : 18.04.10 ~ 18.05.06
- Target : 가전제품, 주방용품 관심유저
- Media : 네이버(브랜드검색, 푸드판 콘텐츠 DA)

별도의 데모 타킷팅 없이 네이버 주제판을 활용해 코어 타킷 도달률 증대
광고 거부감을 최소화하고 정확한 정보 전달이 가능한 콘텐츠 DA 광고 집행

Media Strategy

- 직접 제품명을 검색한 유저에게만 노출되는 브랜드검색과 거부감이 낮은 네이티브 DA 광고 집행
- 실제 구매 가능성이 높은 음식/주방가전 관심 유저에게만 노출해 광고 비용 효율성 제고

Results

- PC와 모바일 모두 제안대비 우수한 클릭 반응률 기록
- 광고 클릭 시 일반 소비자의 제품 실 사용 후기로 랜딩되어 실질적 구매 행동 유도에 기여

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: [나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청](#)