

04. Case study : 디지털 미디어 광고 사례 연구

nasmedia
more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.
Contact Us 3F,4F,5F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399

Index

Internet_소니에릭슨 엑스페리아 레이
공항철도 디지털부 _제주항공

소니에릭슨 엑스페리아 레이

[1st Creative]



[2nd Creative]



시즌별 전략 매체를 분리하여 엑스페리아 레이 런칭 고지 및 수능 프로모션 진행

소니에릭슨은 '여성을 위한 스마트폰'이라는 제품 콘셉트로 엑스페리아 레이를 출시했습니다.

15-24세 여성을 메인 타겟으로 전략 지면을 활용한 런칭 캠페인을 진행했습니다. 포털 및 동영상 매체의 주요 상품과 타겟의 인터넷 이용 시간대를 고려한 노출 전략으로 유효 노출을 극대화하였고, 빅모델의 TVC를 활용하여 브랜드 인지를 높였습니다. 11월 이후에는 수험생을 대상으로 한 프로모션을 전개하며, 페이스북으로 랜딩을 유도해 이용자와의 직접적인 커뮤니케이션을 시도했습니다.

결과적으로 엑스페리아 레이에 대한 이슈화 성공 및 프로모션 이벤트 참여 활성화, 소니에릭슨 공식 브랜드 페이스북 팬 수가 증가했습니다.

Campaign Profile

브랜드 : 엑스페리아 레이
 광고주 : 소니에릭슨
 캠페인 타겟 : 15-24세 여성 / 30-40세 남성
 집행기간 : 2011년 9월 29일 ~ 12월 2일
 집행매체 : 네이버, 다음, 네이버, 곰티비, 맥스무비, 아프리카, 인터웍스미디어, 디시인사이드, 모바일- 애드몹, Ad@m, m네이트

Campaign

[주요 전략 지면 집행]

- 네이버 타임보드 -



- 곰티비 메인 커버 -



- 네이버 롤링보드 -



>> 영타깃 이용이 높은 지면을 활용하여 초반 캠페인 이슈화 유도

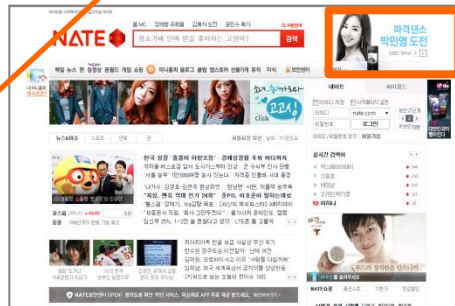
>> 학생 대상 시간 타깃팅 적용
(10:00~13:59 & 18:00~23:59) 방과 후 노출 집중

[바이럴 광고 상품 집행]

-다음 VATOP-



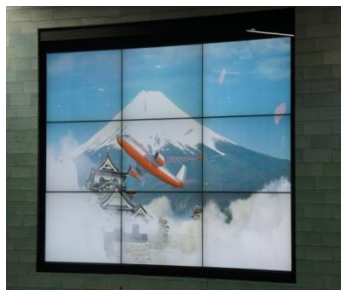
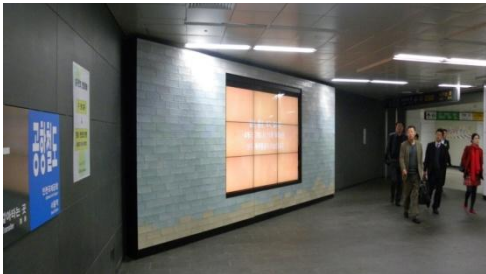
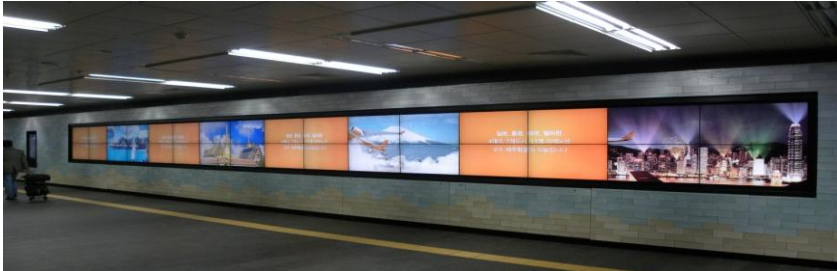
-네이트 브랜드 핫이슈-



>> 다음과 네이트의 콘텐츠형 상품을 활용하여
제품 관련 콘텐츠를 포털 초기면에 노출, 이슈화

제주항공

[Creative]



2011년 공항철도 개통, 공항 직통 열차가 통과하는 지하철 주요 역사 내 대형 영상 광고 집행

제주항공은 2011년 11월 공항철도 개통 이후 2개월 간 독점으로 '제주항공의 4개국, 7개 도시, 11개 국제노선 모두 제주항공의 하늘입니다' 캠페인을 집행했습니다.

인천공항, 서울역, 홍대입구, 공덕, DMC 등 공항으로 향하는 직통 열차가 지나가는 지하철 주요 역사를 선정하여 이동통로, 승강장, 개찰구 주변 등 승객의 동선이 닿는 주요 위치0에 광고를 노출하였습니다. 최대 32개의 46인치 스크린을 연결하여 대형 영상 광고를 통해 제주항공 노선에 대한 지속적인 메시지를 전달하였습니다.

공항철도라는 매체와의 인게이지먼트, 대형화된 영상 광고 집행을 통해 제주항공의 운행 노선에 대한 인지도 상승에 기여했습니다.

Campaign Profile

광고주 : 제주항공
 캠페인 타겟 : 성인 전체
 집행기간 : 2011년 11월 1일 ~ 12월 31일
 집행매체 : 공항철도 디지털뷰 영상광고

More than Expected!

We differentiate your business
with network advertising service

| nasmedia
more than expected!