

no.227

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

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

디지털 미디어 광고 사례

Index

Internet : HERA

IPTV : 삼성카메라

[HERA]

선 메이트 쿨링 무스 & 레포츠

Campaign Profile

Target 20-30세 여성

Period 2013년 6월 4일 ~ 2013년 6월 23일

Media 포털(다음), 모바일(카울리, AD@M)

Campaign Result

Campaign Creative

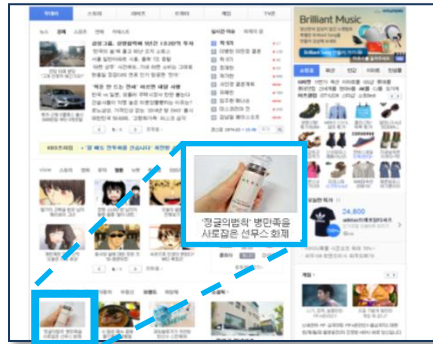
1) Web
<포털 미디어 콘텐츠 광고>2) Mobile
<모바일 띠배너>SBS '정글의 법칙'에 PPL로 등장한 제품의 스토리 활용,
포털 초기면 콘텐츠 광고 진행

- 화장품 브랜드 HERA는 여름 시즌을 겨냥해 2030 여성층을 타겟으로 자외선 차단제품을 집중 홍보
- 웹 콘텐츠와 모바일 이벤트 페이지를 거점으로 진행
- 1) 포털 다음 내 콘텐츠 광고인 '브랜드 콘텐츠' 운영을 통해, SBS 프로그램 '정글의 법칙'에 등장한 해당 제품을 소개하고 다음 view 콘텐츠 내에도 실어 성공적인 제품 홍보에 기여
- 2) 기존의 단순 배너광고에서 한발 자국 발전한 형태의 콘텐츠 광고로 보다 풍부한 내용으로 자연스럽게 소비자들에게 접근
- 3) 모바일광고 네트워크, 카울리와 AD@M을 통한 타겟 대상 광고 집행으로 효과적인 배너 노출과 제품 정보 전달에 성공함
- 4) 추가적으로 진행된 카울리의 잠금 화면 해제 상품 '캐시업' 진행은 즉각적인 이벤트 참여 유도도 사용자 대상 높은 유입 기록

< 포털 초기면 콘텐츠 활용 >

* 다음_브랜드콘텐츠

- 포털사이트 다음 초기면 브랜드 콘텐츠 노출로 자연스러운 제품 홍보 진행
- 브랜드 콘텐츠 클릭시 '정글의 법칙' PPL 관련 다음 View 포스팅으로 이동
- 광고에 대한 거부감 최소화해 노출, 클릭수 및 반응을 측면 모두 예상 대비 높은 효과 달성



< 모바일 매체 활용 >

* 카울리

- Android OS 잠금 화면에 노출되는 '캐쉬업' 진행 및 락스커린 진행으로 이벤트 페이지로의 유입 극대화

1. 캐쉬업 : 스마트폰 잠금화면 전면에 노출되는 광고

2. 락스커린



캐쉬업 배너 노출

슬라이드 업

랜딩 페이지 이동

* AD@M

- 모바일 네트워크 "APP 카테고리 타깃팅" 운영으로 타깃 접점 확보



[삼성카메라 NX300] 드라마 속 PPL을 부각 시켜라

Campaign Creative



Target 20-39세

Period 2013년 8월 중순 ~ 9월 중순

Media IPTV PrePlay+ (프로그램 타깃팅) / PPL Q (PPL 시점 타깃팅)

Campaign Profile

드라마 속 PPL 제품을 부각시키는 “PPL Q” 집행으로 제품 브랜딩 효과 배가

Campaign Result

- 2013년 8월, 삼성 카메라는 IPTV를 통해 처음으로 PPL Q 광고를 집행

- 1) 삼성카메라 NX300 제품은 기존의 프로그램 속 PPL 위치에 삽입되는 PPL 시점 타깃팅 진행으로, 시청자들에게 한번 더 제품을 부각시키는 전략 구사
- 2) 드라마 시청 전 프로그램 타깃팅 광고가 노출되고, 드라마 속 제품이 등장하는 PPL 시점에 3D 제품 트리거가 노출되어 자칫 드라마 콘텐츠 내에서 무의식적으로 지나갈 수 있는 PPL 광고를 소비자의 뇌리에 인지시키는 데에 집중
- 3) 해당 캠페인은 드라마 '투윅스'와 '원더풀마마'에서 집행됨
특히, 드라마 '투윅스'에서는 극중 대사에서 해당 제품에 대한 설명도 함께 나오는 장면을 활용, 주인공이 NX300 카메라만의 독특한 기능을 설명하는 장면에 PPL Q 광고가 함께 노출 되 제품 정보 전달까지 함께 진행
- 4) 드라마의 종료 시점에는 리모콘으로 페이지 유입이 가능한 인터랙티브 광고 노출로 “스마트 카메라 썸머 쿨&핫 페스티벌” 이벤트 참여 독려

PPL Q 집행 프로세스



[PrePlay+]

VOD 시청 전
프로그램 타깃팅 광고



[PPL Q]

VOD 시청 중 설정된 PPL 시점에
제품 트리거 노출



[Ending Q]

VOD 종료 시점에 제품 이벤트 공지

1. PPL Q 트리거는 제품이 나오는 시점으로 설정되어 제품 등장과 함께 PPL 상품을 부각시킴
2. 프로그램의 시작부터 끝나는 시점까지 동일한 제품의 다양한 형태 광고가 소비자들의 이목을 집중 시켜 인지도를 높일 수 있음

PPL Q 상품 소개

- VOD 시청 중 제품이 등장하는 화면 혹은 연관 장면에서 해당 브랜드를 애니메이션 형태로 노출하는 광고상품 (노출 시간 15-20초 내외)

짜파게티 - MBC 예능 “일밤 - 아빠! 어디가?”



예시화면 1 - 이미지 형

예능 프로그램의 출연자들이 라면을 먹는 장면에서 화면의 우측 상단에 해당 제품의 이미지(20컷 내외)를 10초간 노출

삼성카메라 - MBC 드라마 “투윅스”



예시화면 2 - 애니메이션 형

해당 카메라 제품이 PPL로 등장하는 드라마 장면에서 화면의 우측에 제품의 이미지를 애니메이션 형태로 10초~15초간 노출

* 집행 문의 및 광고가 노출되는 영상이 필요하신 경우에는 나스미디어 담당자에게 연락주시기 바랍니다.

More than Expected!

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를
정기적으로 받아보실 수 있습니다

※ 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지 회원가입 시 뉴스레터 수신 체크

We differentiate your business
with network advertising service

| nasmedia
more than expected!