





1

캠페인 브리프

2

Creative & Event 분석

3

Product

4

성공요소

# 캠페인 브리프

## 1. Client & Brand

한국존슨앤드존슨 “원데이 아큐브 트루아이”

## 2. Campaign period

2010년 3월 22일 ~ 2010년 5월31일

## 3. Target

2035 여성 (렌즈 heavy user)

## 4. AD Objective

브랜드사이트에서 무료샘플쿠폰 다운로드를 통해 무료시험착용 유도

## 5. Media List

네이버, 네이트, 곰TV, 알뜰즈

## < Banner Creative >

[ 1차 소재 ]



[ 2차 소재 ]



- ✓ 캠페인 기간 동안 총 2가지 소재 진행됨
- ✓ 1차 소재는 렌즈 사용 시의 다양한 불편한 상황을 제시하며 산소전달량이 우수한 트루아이를 홍보
- ✓ 2차 소재는 렌즈사용유저들이 민감해하는 이슈를 다루며, 렌즈착용에 대한 오해를 없애주는 크리에이티브 사용
- ✓ 1차 소재에서 2차 소재로 교체하며 보다 호기심 자극 가능한 메시지를 전달하여 클릭 반응을 증대

## < Event Page >



랜딩페이지



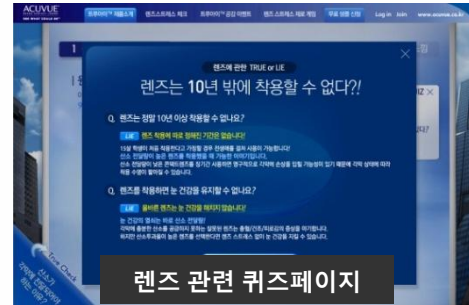
렌즈 기능 설명 페이지



무료샘플 신청페이지



댓글 입력 이벤트페이지



렌즈 관련 퀴즈페이지

- ✓ 홍보영상물 및 렌즈제품설명, 이벤트, 샘플신청페이지까지 많은 양의 정보를 랜딩페이지 중앙에서 네비게이션으로 표현하여 유저에게 편리하게 전달함
- ✓ 진행한 이벤트로는 렌즈관련 한줄 댓글 다는 이벤트와 게임이벤트, 단순퀴즈를 진행하였으며, 각 페이지와 이벤트 참여 완료 시마다 샘플신청버튼을 노출하여 무료샘플 신청 극대화

## < 네이버 \_ 1차 브랜딩보드 >

홈 브랜딩보드 에로우형 진행으로 핵심 메시지 재미있게 전달

[확장 전]



[확장 모션]



[확장 후]



- ✓ 3월 22일 월요일 15시~24시, 네이버 홈 브랜딩보드\_애로우형 고정으로 진행함
- ✓ 약 9천만 이상의 노출량 확보하였으며, 아이콘 액션을 포함해 평균 0.4% 이상의 매우 우수한 클릭반응을 기록함
- ✓ 일반 렌즈 이용 시 겪게되는 스트레스를 풍선으로 표현하여 트루아이로 터트리는 모션을 활용하여 제품장점 전달
- ✓ 평균적으로 0.2%의 반응율을 보이는 상품임을 감안하면 매우 높은 반응율을 보인 것으로 추정됨



## < 네이버 \_ 2차 브랜딩보드 >

홈 브랜딩보드 드래그형 진행으로 렌즈 장점 간접체험 효과 유도

[확장 전]



[확장 모션]



[확장 후]



- ✓ 4월 5일 월요일 15시~24시, 네이버 홈 브랜딩보드\_드래그형 고정으로 진행함
- ✓ 약 9천만 이상의 노출량 확보하였으며, 아이콘 액션을 포함해 평균 0.3% 이상의 높은 클릭반응율 기록함
- ✓ 트루아이 특징인 98% 산소투과율을 산소방울 통과시키는 Creative로 표현하여 간접체험 및 제품 장점 인지 유도
- ✓ 평균적으로 0.2%의 반응율을 보이는 상품임을 감안하면 우수한 반응율을 보인 것으로 추정됨



## < 네이트 \_ 로그인팝업 >

일관된 메시지를 다양한 Creative로 전달하며 꾸준한 반응을 유도

[네이트온 로그인팝업 진행 소재]



- ✓ 4월 7일 수요일, 12일 월요일, 19일 월요일, 5월 10일 월요일, 25일 화요일 총 5일동안 고정 2구좌, 롤링 3구좌 진행함
- ✓ 5회 진행으로 약 3천5백만 이상의 노출량 확보하였으며, 평균 1% 이상의 클릭반응율로 높은 클릭 확보
- ✓ 캠페인 기간내 잦은 동일상품 진행으로 소재 교체 활발히 진행하였으며 주요 메시지는 일관성있게 전달함
- ✓ 2차~4차 진행된 소재가 평균 1.15% 이상의 높은 반응을 보이며 다수 클릭 확보에 기여함

## < 원데이 아큐브 트루아이 Campaign 성공 요소 >

### 미디어 활용

높은 도달율 및 클릭확보 위해  
네이버, 네이트 활용 및  
타겟노출을 위해 곰TV와  
알툴즈 활용

적극적인 노출 써포트를 통해  
성공적인 노출, 클릭 확보로  
높은 Reach 및 유입수 확보

### 상품 활용

빅미디어의 일고정상품  
진행으로 브랜드인지 유도 및  
높은 클릭반응율 확보

다수 클릭확보를 통해  
성공적인 무료샘플체험 유도

### Creative 운영

고정 상품 중 트루아이 제품의  
장점 어필 가능한 유형을 통해  
재미있는 메시지 전달

동일 상품 진행 시에도  
활발한 소재교체를 통해  
높은 클릭반응율 유지

원데이 아큐브 트루아이 인지도 확대 및 성공적인 무료샘플체험 유도

# *MezzoMedia, with your goal*

mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal  
mezzomedia, with your goal