

# Nasmedia Case Study

---

200806 No.13 나스미디어 광고 본부

**nasmedia** more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.

Contact Us 11F Shinsung Bldg 820-8 Yeoksam-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

822-2188-7300 Fax 822-2188-7399 [www.nasmedia.co.kr](http://www.nasmedia.co.kr) Copyright©2000-2008 nasmedia Inc. All Rights Reserved.

# Case 1 : CYON TTW 200805 집행

대행사: 지니스  
나스 미디어: 광고 6팀



## CYON TTW (Touch The Wonder)

### LG CYON 브랜드 슬로건 변경 캠페인

#### Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 2월 29일 ~ 2008년 4월 13일
- 집행 매체 : Naver, Daum, Yahoo, SK컴즈, MSN, 넥슨, 맥스무비
- 캠페인 타겟 : 15 ~ 34 남녀
- 특이 사항 : 기존 CYON idea에서 Touch The Wonder로 슬로건 변경. 새로운 CYON 홍보 캠페인

#### Feature

[프로세스] 새로운 슬로건의 인지를 위해 일반 광고 및 바이럴을 효율적으로 활용

1. 캠페인 런칭 전 유저의 호기심 유발을 위해 티징 마이크로사이트 오픈. 총 3회의 마이크로사이트 교체가 있었음
2. 새로운 슬로건의 인지도 확보를 위해 네이버, 다음의 1일 고정 상품 활용, 서브 매체들을 통해 클릭 확보

[결과] 빅포털의 신규 상품을 통해 주목도 확보를 통한 성공적인 런칭

1. 각 기간별에 따라 마이크로사이트 교체로 효과적인 메시지 전달 및 이벤트 참여 유도
2. 네이버 브랜딩보드 신규 상품 “브랜딩보드 매거진형”의 성공적인 첫 집행
3. 다음 브랜딩스테이션 신규 상품 “브랜딩스테이션 슬라이딩형”의 성공적인 집행

[네이버 브랜딩보드 매거진형]



[다음 브랜딩스테이션 슬라이딩형]



브랜딩스테이션

마우스 오버시  
좌측에서 우측으로 슬라이드  
형태로 확장

## CYON TTW (Touch The Wonder)

[마이크로사이트 1차 메인 : Event Page]



메인



W\_터치는 이야기다



O\_터치는 즐거움이다



N\_터치는 설렘이다



이벤트 응모



R\_터치는 놀라움이다



E\_터치는 스타일이다



D\_터치는 에너지다

※ 새로운 슬로건의 “WONDER”의 각 글자에 의미를 부여하였으며, 각 글자의 구슬을 모아 이벤트에 응모하는 이벤트 진행 각 알파벳의 모든 의미를 본 후 구슬을 모두 모아야만 이벤트 응모 가능

## CYON TTW (Touch The Wonder)

[마이크로사이트 2차 메인 : Event Page]



메인



- 1 터치 다이얼폰  
: 마우스 휠을 통해 총 6개의 세부 기능 페이지를 볼 수 있음
- 2 터치 웹폰  
: 마우스 드래그를 통해 총 6개의 세부 기능 페이지를 볼 수 있음
- 3 뷰티폰  
: 터치 스크린에 사인하기



이벤트 응모

※ 2차 마이크로사이트는 CYON 터치폰 3개 제품에 대한 이벤트로 구성  
터치 다이얼폰, 터치 웹폰, 뷰티폰 3개의 제품 기능 및 특징을 순서에 관계없이 모두 본 후  
5개의 아이콘 획득시 이벤트 응모 가능.

Case 2 : **아이언맨** 200805 집행

대행사: 아이시네라인  
나스 미디어: 광고 10팀



## 영화 - 아이언맨

일 고정 상품 활용으로 브랜드를 각인시키고 신상품 진행으로 유저 주목도 극대화

### Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 4월 7일 ~ 5월 18일
- 집행 매체 : 네이버, 다음, 맥스무비, CGV, 야후
- 캠페인 타겟 : 12세 이상 남녀
- 특이 사항 : 여러 번의 일 고정 상품 진행으로 전체 유저에게 영화에 대해 인지시킴

### Feature

#### [프로세스] 포털 매체 집중, 특수배너/고정배너 활용

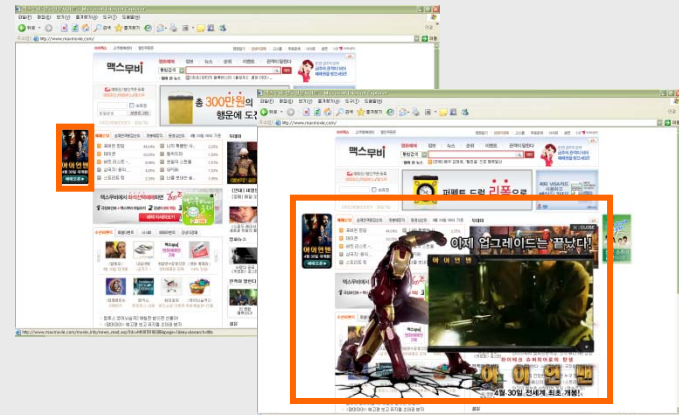
1. 다음을 거점 매체로 이용하여 7번의 메인 일 고정배너와 검색 광고를 적극 활용함
2. 서브매체로 네이버의 일 고정배너와 메인 특판을 적극 활용하여 영화에 대한 인지도 높임
3. 타겟 매체로 맥스무비, CGV, 야후 꾸러기를 활용

#### [결과] 특수배너와 신상품 집행으로 영화 호기심 및 인지도 상승

1. 네이버 브랜딩보드 드래그형(일고정) 효과 : CTR : 0.22%, DTR : 0.31%
2. 다음 브랜딩보드 드래그형(일고정) 효과 : CTR : 0.08%, DTR : 0.16%
3. 다음 인터랙티브형(일고정-신상품) 효과: CTR : 0.11%, PTR : 31.88%



[ 네이버 브랜딩보드 드래그형 ]



[ 맥스무비 필름/스크린 ]

## 영화 - 아이언맨

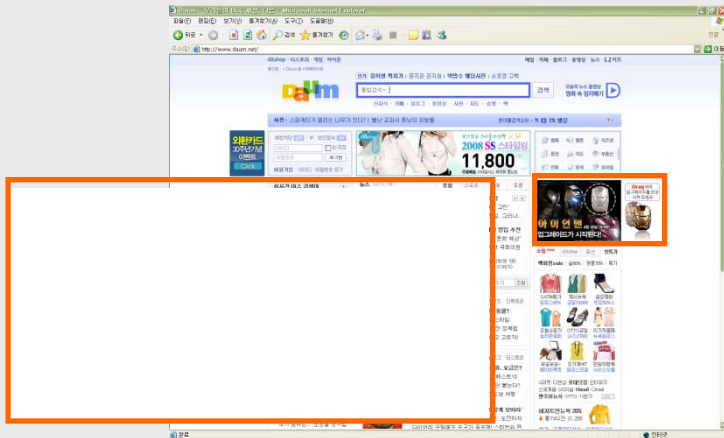


[ 마우스오버 전 ]

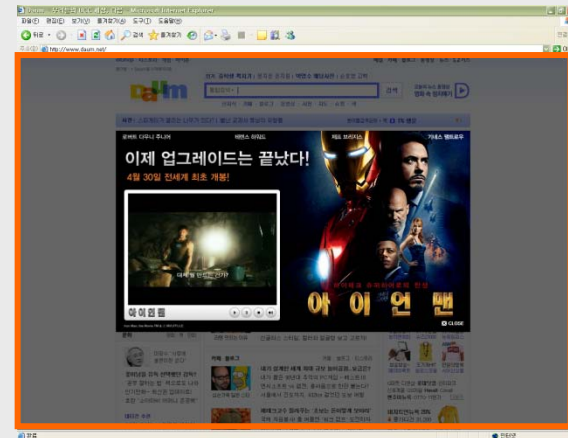


[ 마우스오버 후 ]

[ 다음 브랜딩스테이션 인터랙티브형 ]



[ 드래그 전 ]



[ 드래그 후(암전효과) ]

[ 다음 브랜딩스테이션 암전형 ]



## 영화 - 아이언맨



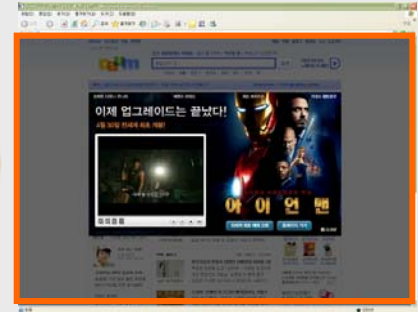
마우스오버 전



마우스오버 후



클릭 전



클릭 후

[ 다음 멀티확장형 ]

[ 다음 좌측+미니사이트 ]



[ 다음 TV팟 ]

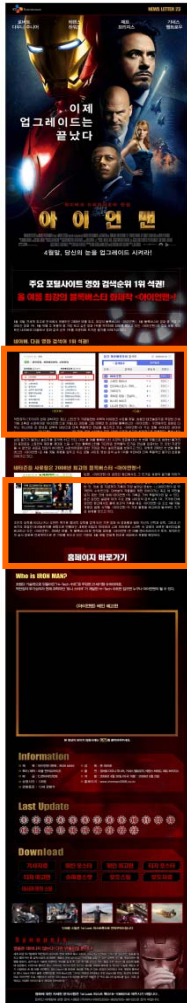


[ 다음 좌측여백 ]



[ 다음 검색창 ]

## 영화 - 아이언맨



[ 뉴스레터 ]

4월20일 일요일 발행

**네이버, 다음 영화 검색어 1위 석권!  
폭발적인 열기를 더해가고 있는 최고의 화제작 <아이언맨>!**

영화 : 영화종합, 개봉예정영화, 상영영화

영화종합 일간순위			개봉예정영화 일간순위		
순위	검색어	변동폭	순위	검색어	변동폭
1	아이언맨	↑ 4	1	아이언맨	↑ 1
2	타미온	↓ 1	2	가루지기	↑ 1
3	스프리트링	↑ 15	3	포비트링덤	↑ 1
4	캡워드미	↓ 5	4	비스티보이즈	↑ 1
5	삼국지-홍의부활	↓ 2	5	스피드레이서	↓ 2
6	알쓸수없는비밀	↓ 4	6	인디애나존스 크...	↑ 2
7	가루지기	↓ 3	7	행랑정로남국장관...	↓ 1
8	왕의이름으로	↑ 85	8	나니아연대기-가...	↓ 1
9	포비트링덤	↑ 5	9	웨닝로피	↑ 1
10	도메이파울라시도	↓ 4	10	호튼	↓ 1

<네이버>

일간 개봉예정영화 검색어

2008.04.18

검색횟수 | 순위상승

순위	검색어	변동폭	트렌드
1	아이언맨	↑ 0	트렌드
2	스피드 레이서	↑ 0	트렌드
3	인디애나 존스: 크리...	↑ 4	트렌드
4	가루지기	↓ 1	트렌드
5	포비트 링덤 : 전설의...	↓ 1	트렌드
6	비스티 보이즈	↑ 0	트렌드
7	나니아 연대기 : 캐스...	↓ 2	트렌드

<다음>

[ 4월18일 네이버/다음 검색 결과 ] -일고정 광고 효과

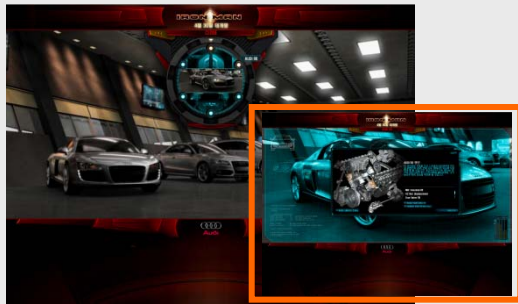
**네티즌을 사로잡은 2008년 최고의 블록버스터 <아이언맨>!**

한편, <아이언맨>이 온라인 광고에서도 그 뜨거운 호응의 열기를 이어가고 있다. 바로 포털 사이트 네이버의 메인 페이지 특수 광고에서 사용자 반응율이 82만으로 역대 외화 중 1위, 그리고 올해 개봉작 중 1위를 차지한 것. 외화 중 지금까지 기록이 가장 높았던 영화는 <스파이더맨3>로 약 78만의 수치였으며, 대부분의 작품들이 50만 이하이거나 혹은 채 70만을 넘지 못한 것에 비해 <아이언맨>의 기록은 가히 폭발적이라 할 수 있다. 최근 온라인 설문에 이어 주요 포털 사이트의 검색 순위 1위, 거기에 더해 온라인 광고에서도 올해 최고의 기록을 세운 <아이언맨>은 오는 4월 30일 개봉과 함께 시작될 <아이언맨>의 거센 돌풍을 예고하며 벌써부터 뜨거운 화제를 모으고 있다.

초인적 능력을 타고나거나 우연한 계기로 절대적 능력을 얻게 되는 기존 영화 속 영웅들과 달리 자신의 선택과 능력, 그리고 21세기의 최첨단 테크놀로지를 바탕으로 만들어진 새로운 타입의 하이테크 슈퍼 히어로로 스크린 속 영웅의 새로운 패러다임을 예고하고 있는 <아이언맨>, 2008년 여름, 첫 블록버스터로 관객을 찾아올 <아이언맨>은 마블 엔터프라이즈가 투자, 제작하는 첫 실사 영화로 전세계적으로 큰 기대를 모으고 있는 가운데, 4월 30일 전세계 최초로 국내에서 개봉할 예정이다.

[ 4월17일 네이버 브랜딩보드 드래그형 결과 기사화 ] -역대 외화 중 1위 기록

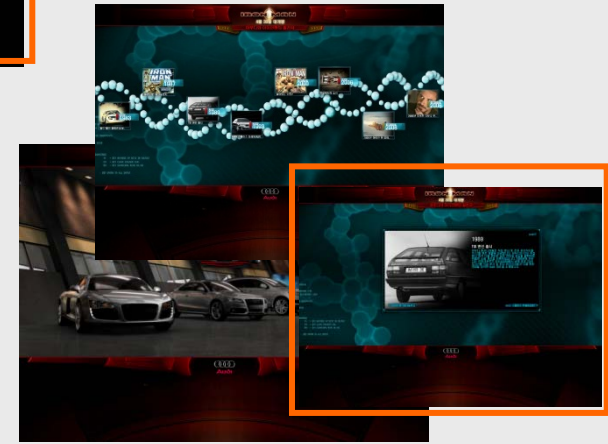
## 영화 - 아이언맨



[ AUDI R8 ]



[ 아이언맨 영화 TV 스폿 ]



[ 아우디와 아이언맨의 발전사 ]  
- 시대별 아우디와 아이언맨 관련 내용

### [ 아이언맨 & 아우디 공동 프로모션 ]

- 영화 아이언맨과 PPL 광고를 하고 있는 아우디의 공동 프로모션으로 유사점을 기본으로 하는 시너지 효과 창출 기대
- 아우디 홈페이지를 아이언맨 영화 홈페이지처럼 꾸며 아우디 및 영화 아이언맨을 홍보
- 아우디를 소개하는 페이지, 아이언맨을 홍보하는 페이지, 아우디와 아이언맨의 변천사를 한번에 보여주는 페이지 구성 등으로 아우디에 대한 신뢰 및 아이언맨에 대한 호기심을 동시에 자극함

# More Than Expected!

“나스미디어와 함께 하시면, 한가지 더 가져가실 수 있습니다”

We differentiate your business  
with **n**etwork **a**dvertising **S**ervice