

Global Trend

Creative Ideas

클리오 광고제 수상작을 통해
들여다 본 **Interactive** 광고

2012. 06

01. 인텔 [The Museum of Me]
02. 하이네켄 [Heineken Star Player]
03. 코카콜라 [Share a Coke]
04. 폭스바겐 [BlueMotion Roulette]
05. 레고 [LEGO Builders of Infinity]
06. [부록] 글로벌 미디어 동향



클리오 광고제

칸 국제 광고제, 뉴욕 페스티벌과 더불어 세계 3대 광고제 중 하나인 '클리오 광고제 (Clio Awards)'가 지난 5월 15일 수상식을 끝으로 막을 내렸다. 이번 호에는 올해 디지털 인터랙티브 분야 수상작들을 중심으로 주목할 만한 캠페인 사례들을 재조명해 보았다.

01

인텔 [The Museum of Me]

인터랙티브 부문 Grand Clio 수상작

“사람은 시각적인 경험을 통해 삶을 채우고 자신의 정체성을 발견한다.”

● 캠페인 목표

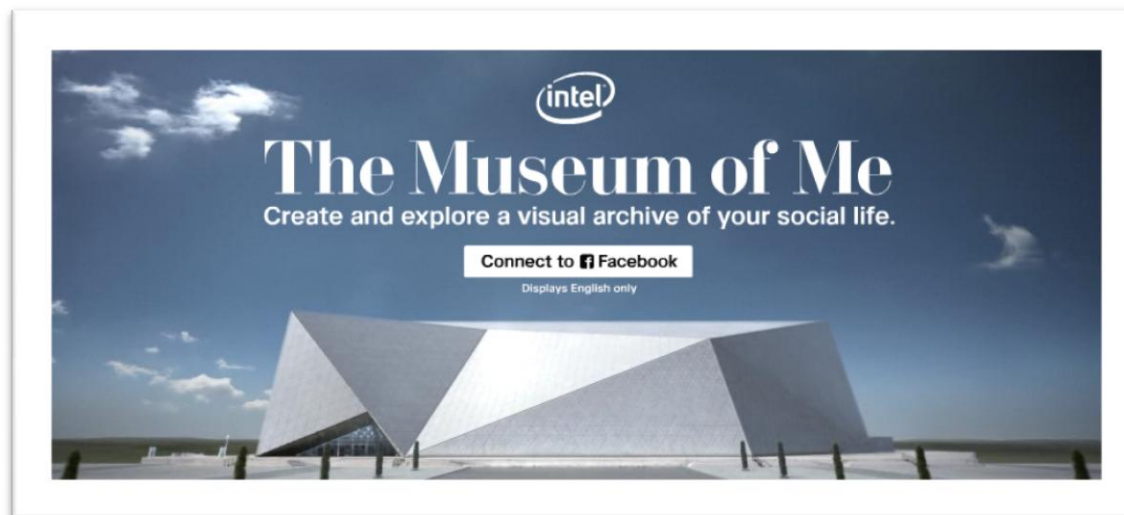
- 인텔의 혁신적인 브랜드 이미지를 바탕으로 '인텔 코어 프로세서'의 퍼포먼스와 시각적 기능의 강점 홍보.

● 크리에이티브 및 매체

- 페이스북 연동 기능을 활용해 개인 페이스북 사진들을 가상 박물관의 멋진 전시물로 승화시켜 주는 'The Museum of Me'라는 웹/페이스북 앱 구축.

- 음악이 더해진 아름다운 영상으로 변모한 자신만의 박물관을 페이스북에 게시 및 사진으로 공유 가능.

- 소셜 무비 형식의 인터랙티브 기법 활용으로 "인텔을 통해 시각적인 경험이 더욱 더 풍부해진다"는 브랜드 메시지의 자연스러운 확산 유도.

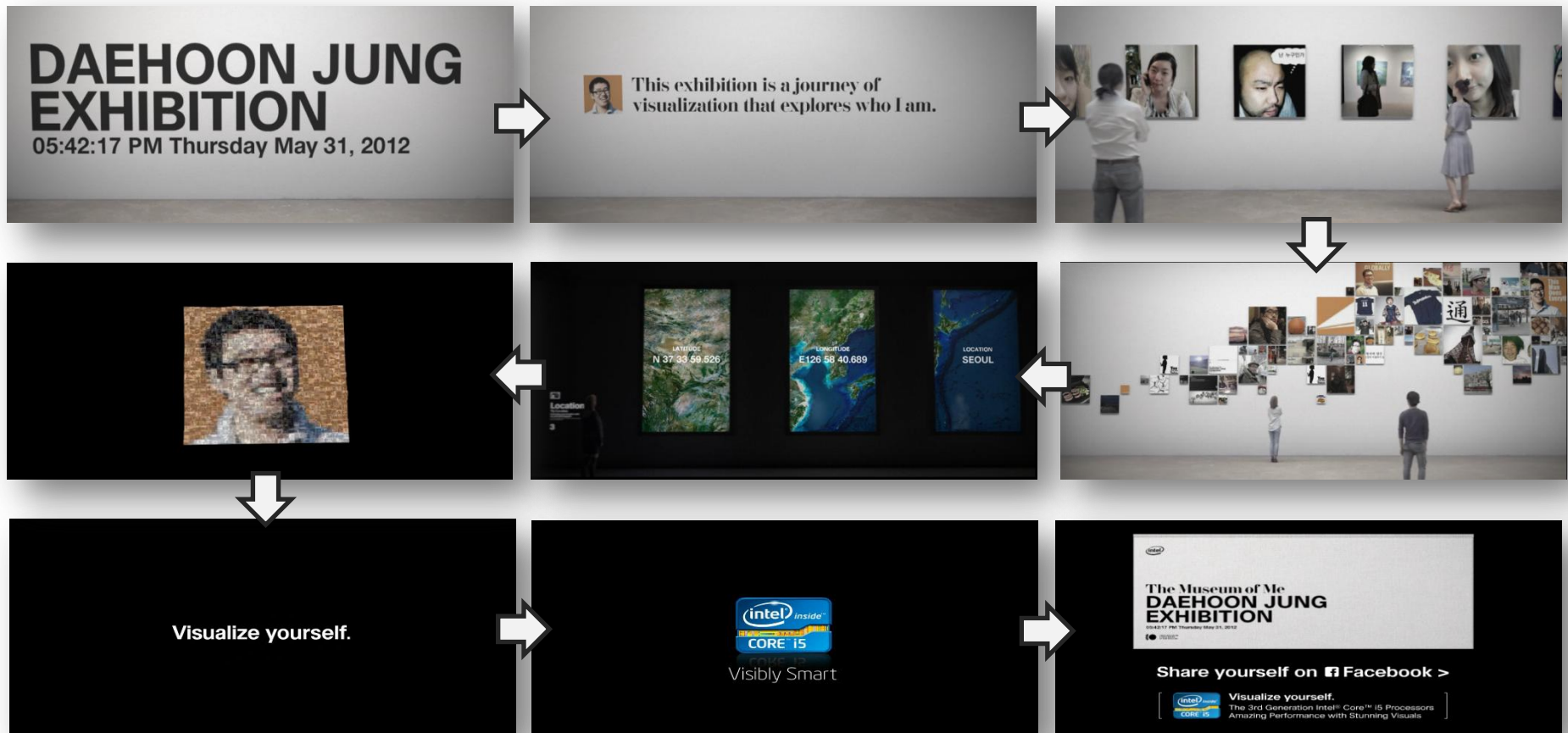


01

인텔 [The Museum of Me]

인터랙티브 부문 Grand Clio 수상작

페이스북 연동 후 자신의 개인 정보 (이름/사진/친구/위치 등)을 활용하여 자동으로 동영상 변환.



02

하이네켄 [Heineken Star Player]

인터랙티브 부문 Gold Clio 수상작

“이제는 보고, 마시고, Star Player들과 함께 게임하라.”

● 캠페인 목표

- UEFA 챔피언스 리그 공식 후원사임을 적극 활용하여 '축구하면 하이네켄'이라는 브랜드 이미지 제고.

● 크리에이티브 및 매체

- 축구 경기를 관람할 때 친구들끼리 종종 예상 점수나 골의 주인공을 맞추는 내기를 하는 것에 착안하여 'Heineken Star Player'라는 모바일/온라인 소셜 게임 앱 제작.

- 경기가 진행되는 동안 실시간으로 참여할 수 있는 베팅 게임을 통해 경기의 박진감을 고조.

- 페이스북과 연동하여 네트워크 친구들을 초대하여 함께 게임을 즐기도록 함으로써 바이럴 효과 제고.

- 경기를 보면서 인터넷으로 동시에 실황 정보를 공유하는 축구 팬들의 매체 사용 트렌드를 간파하여 TV, 온라인, 모바일의 멀티미디어 마케팅의 장점 극대화.



02

하이네켄 [Heineken Star Player]

인터랙티브 부문 Gold Clio 수상작



패널티킥 상황 : 골이 막힐 것인가, 빛나갈 것인가, 어느 위치에 들어갈 것인가 예상. 예상 적중 시 포인트 획득.



코너킥 상황 : 골로 연결될 것인가, 막힐 것인가, 빛나갈 것인가 예상. 예상이 틀릴 경우 포인트 없음.



골 찬스 예감 시 : 'Goal in the next 30 seconds' 버튼 클릭. 예상 적중 시 포인트 획득.

03

코카콜라 [Share a Coke]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작

“당신 혹은 당신이 사랑하는 누군가의 이름을 코카콜라 캔에 새길 수 있다면...”

● 캠페인 목표

- 호주의 십대와 젊은 성인들의 50%가 코카콜라를 마셔본 적이 없다는 조사 결과를 토대로 그들에게 친근한 브랜드 이미지 제고 및 코카콜라를 통해 관계와 나눔의 메시지 전파.

● 크리에이티브 및 매체

- 페이스북 팬페이지를 중심으로 TV 및 옥외 등 통합적인 매체 활용으로 버즈 극대화.
- 호주에서 가장 일반적인 이름 150개를 선정하여 코카콜라 역사 최초로 브랜드명 대신 사람들의 이름을 캔과 병에 새겨 넣어 판매함과 동시에 페이스북 팬페이지에서 이름을 직접 입력하여 가상의 코카콜라 캔을 선물하거나, 실제로 주문 제작해 주는 기회 제공.
- 페이스북 팬페이지에서 150개의 이름에 맞춰 작곡된 150개의 노래를 다운로드 할 수 있게 함.

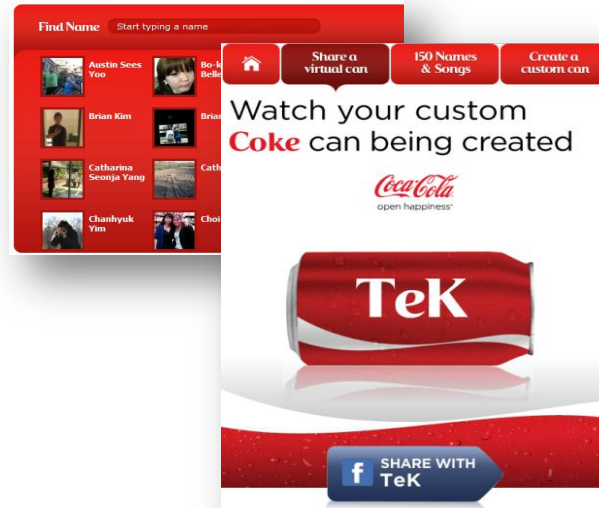


03

코카콜라 [Share a Coke]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작

페이스북 팬페이지



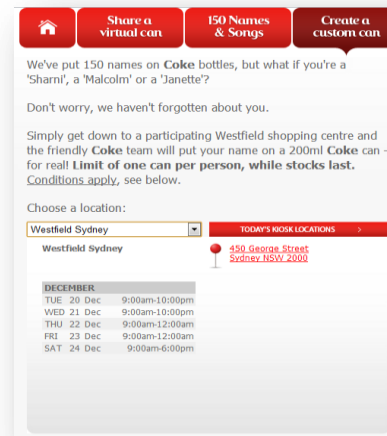
Share a Virtual Can

페이스북 친구를 선택해 친구 이름이 새겨진 가상의 코카콜라 캔 제작, 선물 가능



150 Names & Songs

150 가지 이름에 붙여진 노래들을 재생/다운로드



Create a Custom Can

원하는 이름이 새겨진 코카콜라 캔을 주문 제작 해주는 주변 매장 위치 정보 확인 가능

04

폭스바겐 [BlueMotion Roulette]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작

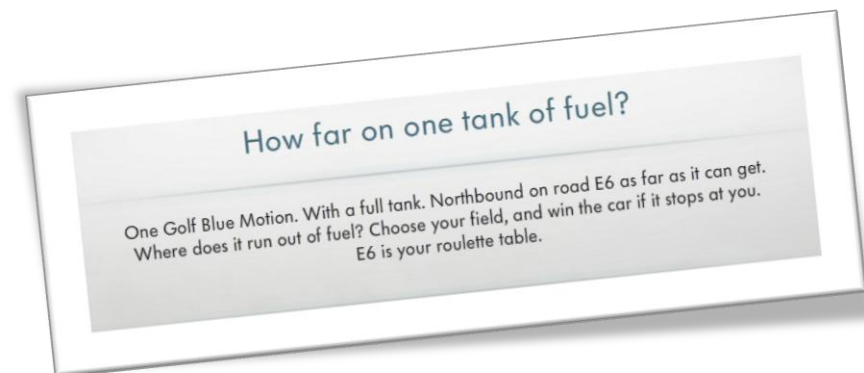
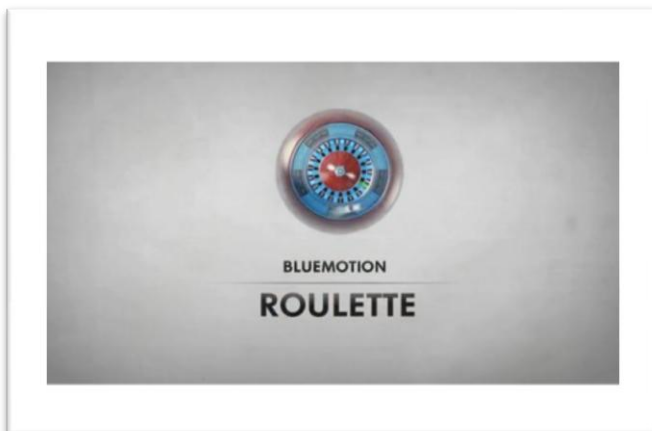
“우리 차가 연료 주입 한번으로 얼마나 달릴 수 있는지 베팅해봐~”

● 캠페인 목표

- 노르웨이 사람들에게 폭스바겐의 새 모델 '골프 블루모션'의 장점인 높은 연료 효율성 홍보.

● 크리에이티브 및 매체

- '연료 효율성이라는 추상적 개념을 어떻게 하면 구체적이고 기억하기 쉽게 알릴 수 있을까'라는 물음에서 출발.
- 오슬로에서 시작되는 'E6' 고속도로 구간을 연료 주입 한번으로 얼마나 달릴 수 있는지 실제 주행 테스트 기획.
- 테스트 2주 전 'BlueMotion Roulette' 캠페인 웹사이트를 통해 테스트 구간을 8만 개의 슬롯으로 이루어진 가상의 룰렛 보드로 제작하고, 어디까지 주행 가능할지를 예상하여 베팅 하도록 하는 게임 진행.
- 주행 테스트 결과에 따라 최종 주행 구간을 맞춘 유저들에게 '골프 블루모션'을 경품으로 제공하였으며, 페이스북 연동을 통해 유저들로 하여금 쉽게 게임에 참여할 수 있도록 유도.
- 테스트 당일 캠페인 웹사이트를 통해 실황 생중계하여 버즈 극대화.



04

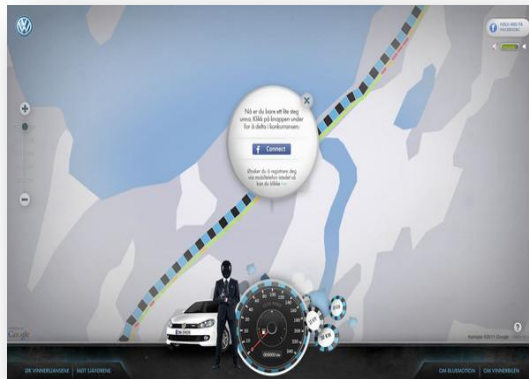
폭스바겐 [BlueMotion Roulette]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작



'BlueMotion Roulette' 캠페인 웹사이트 접속

8만 개의 슬롯으로 구성된 고속도로 룰렛 보드:
지도 확대 하여 베팅 가능 구간 확인



페이스북 연동으로 간편한 베팅



모델에 대한 정보 확인을 통한 베팅 성공 확률 높이기

05

레고 [LEGO Builders of Infinity]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작

“레고 블록으로 만드는 배너 게임. 그 무한 가능성을 즐겨라.”

● **캠페인 목표**

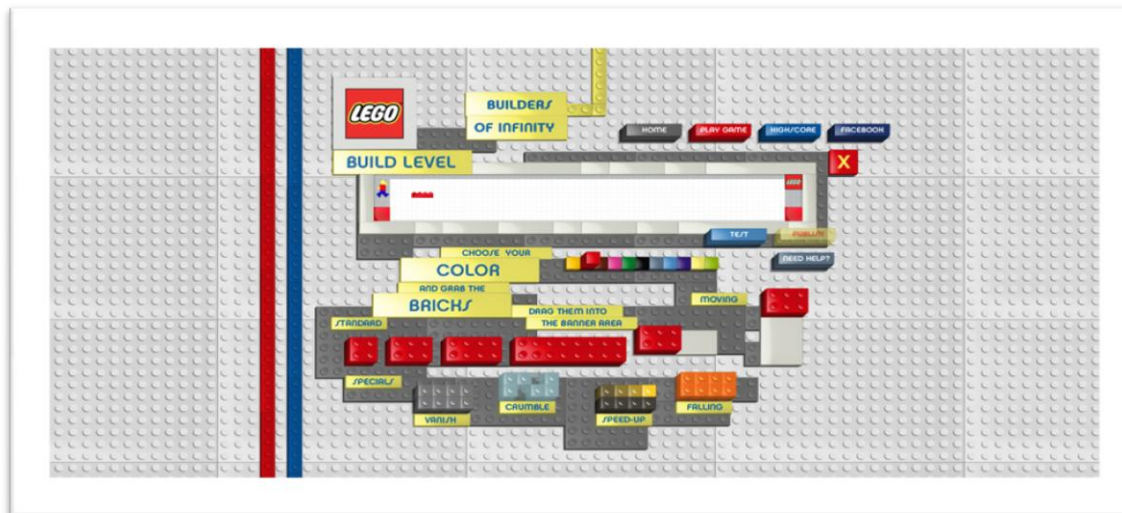
- 레고 브랜드의 핵심인 '창의성'을 배너 광고를 접하는 모든 유저가 체험할 수 있도록 함.

● **크리에이티브 및 매체**

- 728x90 리더보드 배너를 활용하여 유저들이 직접 Jump 'n' Run 게임을 제작 가능.

- 배너 상에서 누구나 게임을 할 수 있으며, 게임 중에도 유저들이 자연스럽게 광고주 페이지를 방문 할 수 있도록 함.

- 자신의 레벨을 페이스북 친구들과 공유할 수 있고, 모든 유저들이 배너를 블로그 또는 웹사이트로 가져올 수 있도록 함으로써 별다른 힘을 들이지 않고도 바이럴 효과만을 통해 많은 유저들에게 노출되는 효과를 가져옴.



05

레고 [LEGO Builders of Infinity]

인터랙티브 부문 Silver Clio 수상작



- ◀ 'Builders of Infinity' 웹사이트에서 레고 블록을 이용하여 자신만의 창의성이 담긴 Jump 'n' Run 게임 배너 제작 및 다른 유저들이 만들어 놓은 게임에 참여 가능.

유저들이 만든 게임은 레고 배너 광고가 노출되고 있는 웹사이트에서도 보여지고, 개인 블로그 또는 홈페이지에 배너 형태로도 가져올 수 있으며, 페이스북 친구들에게 본인의 레벨을 공유할 수도 있음. ▶



글로벌 미디어 동향

06

Global Media Trend

글로벌 온라인 광고 시장과 관련한 최신 뉴스

- 미국 스마트폰 사용자, 전체 소비자의 50.4% 돌파.

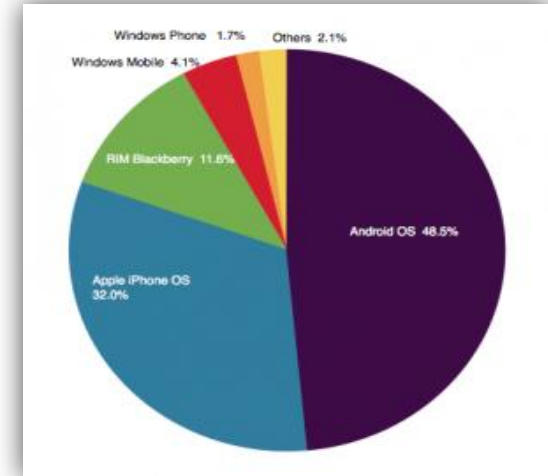
최근 닐슨은 미국의 스마트폰 사용자 수가 일반 피쳐폰 사용자 수를 넘어섰다고 밝혔다. 2012년 3월 기준, 스마트폰 사용자는 전체 소비자의 50.4%를 기록하였고, 특히 안드로이드 기반 스마트폰이 전체의 48% 이상을 차지한다고 강조하였다. 애플은 스마트폰 시장의 약 32%를 차지, 안드로이드폰의 위상에 못미치나 단일 브랜드로서 현재까지 1위를 유지하고 있다. 인종 별로는 아시아계가 67.3%로 가장 높은 사용도를 보이고 있는 것으로 나타났다.

[\[본문 바로가기\]](#)

- 페이스북이 소셜 네트워크 사이트의 제왕인가?

올 상반기 페이스북이 9억 사용자를 돌파했다. 그야말로 SNS 중 최대이다. 하지만 사용자가 많다는 것이 곧 사용자의 높은 참여도를 의미하는 것은 아니다. 올 3월 ComScore는 사용자들의 체류 시간 및 월 평균 방문 수를 조사하여 SNS들의 순위를 정리한 리포트를 발표했다. 사용자의 방문 당 평균 체류 시간을 기준으로 비교했을 때 페이스북이 아닌, 블로그형 소셜 네트워크 서비스인 Tumblr가 14.7분으로 1위. 월 평균 방문 수나 총 체류 시간 면에서는 페이스북이 1위를 기록하고 있으나 타 SNS와의 격차는 그리 크지 않아 모든 면에서 페이스북이 월등히 앞서고 있지는 않는 것으로 조사됐다.

[\[본문 바로가기\]](#)



06

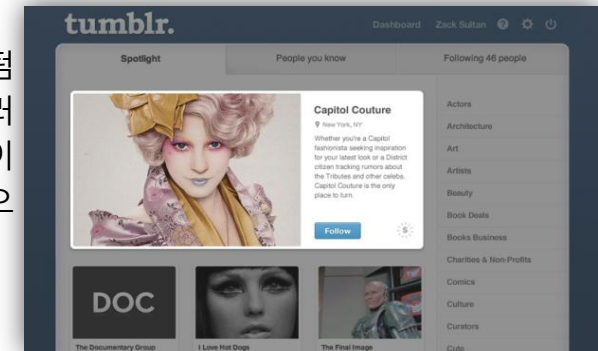
Global Media Trend

글로벌 온라인 광고 시장과 관련한 최신 뉴스

● **Tumblr, 마침내 광고 상품 판매 시작.**

2012년 5월 현재 1억 4천만 명 이상의 사용자들을 보유한 블로그형 SNS인 텀블러(Tumblr)가 5월 2일부터 공식적으로 광고 상품 판매를 시작했다. "텀블러 레이더(Tumblr Radar)" 상에 노출되는 스폰서십 패키지 및 "텀블러 스포트라이트(Tumblr Spotlight)" 상품을 선보이며 광고 플랫폼으로서의 변화를 점차적으로 강화해 나갈 전망으로 여겨진다.

[\[본문 바로가기\]](#)

● **Pinterest, 일본의 소셜 커머스 자이언트 Rakuten과 손을 맞잡다.**

일본의 최대 소셜 커머스 업체인 Rakuten이 지난 5월 17일 Pinterest에 1억 달러의 투자를 결정했다고 밝혔다. 최근 글로벌 전략 투자자를 물색 중이던 Pinterest는 이를 통해 아시아 지역을 중심으로 한 글로벌화 전략에 발판을 마련할 전망으로 평가된다. 이미 소셜 커머스로의 변화 조짐을 보이고 있는 Pinterest가 Rakuten과의 전략 제휴로 어떠한 시너지를 발휘하게 될지 주목된다.


[\[본문 바로가기\]](#)



감사합니다

메조미디어 서비스 웹 사이트

▪ 메조미디어 홈페이지

 <http://www.MezzoMedia.co.kr>

 <http://www.MezzoMedia.co.kr/eng>

 <http://m.MezzoMedia.co.kr>

MezzoMedia



▪ 모바일 어플리케이션 포탈 앱비스타

 <http://www.appvista.com>

 <http://m.appvista.com>

APPVISTA




▪ 앱비스타 개발자 센터

 <http://www.mman.kr>

Developer's Center



▪ 디자인QR 코드

 <http://qr.appvista.com>

QR코드 




▪ 한국인의 단축 URL서비스 '독도'

 <http://www.dok.do>

Dok.do 



▪ 메조미디어 페이스북 팬페이지

 <http://www.facebook.com/MezzoMedia>



▪ 앱비스타 공식 트위터

 <http://www.twitter.com/Appvista>




회사 소개서 및 상품 소개서 다운로드

▪ 메조미디어 영문 회사 소개서

 <http://dok.do/WOgi4>




▪ 모바일 광고 네트워크 MAN(맨) 소개서

 <http://dok.do/5cAbnO>




▪ CATV VOD AD. Home Choice(홈 초이스) 소개서

 <http://dok.do/e9MRRu>




▪ 디자인 QR코드 소개서

 <http://dok.do/pzo99z>



▪ 해외 광고 소개서

 <http://dok.do/OIOIcT>

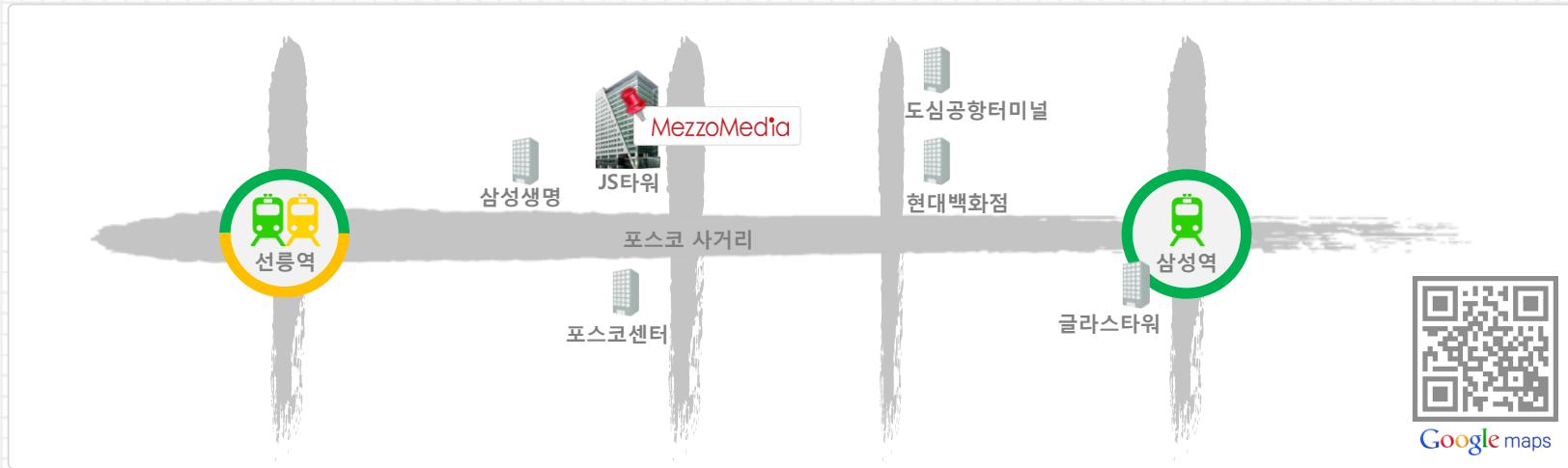


▪ 페이스북 광고 소개서

 <http://dok.do/h9fLsY>



메조미디어 오시는 길



● 대표번호

- Tel. (02)561-1247
- Fax. (02)561-3890

● 광고 문의

- 온라인 광고(디지털광고본부)
✉ mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App / 모바일 Web 광고(모바일 광고본부)
✉ mobile@mezzomedia.co.kr
- 디지털TV 광고(디지털TV 광고본부)
✉ catv@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및 Facebook 광고(해외광고본부)
✉ mp@mezzomedia.co.kr

● 교통편

▪ 지하철

- 🚇 2호선 삼성역 5번 출구 도보 10분
- 🚇 2호선/분당선 선릉역 10번 출구 도보 10분

▪ 버스(포스코 사거리 하차)

- 🟩 3415, 3411, 2415, 4412
- 🟦 360, 730, 146
- 🟨 41

● 주소

- 서울시 강남구 삼성동 144-19 JSE타워 4, 6층 (우)135-090
- [도로명 주소] 서울시 강남구 테헤란로79길 6 JSE타워 4, 6층 (우)135-877