

where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits

1. 건과 온라인 광고 집행 사례 분석

(1) 프로모션 유형 분석

- 제품구매 관련
- 제휴 프로모션
- 자체 이벤트

(2) 프로모션 사례

- 제품구매 관련
- 제휴 프로모션
- 자체 이벤트

타 제품군 보다 유년층을 위한 게임 아이템 지급 프로모션 多
그 외엔 주로 UCC 및 Viral 요소를 가미한 이벤트 진행함

<건과류의 프로모션 유형 분류>

	제품 구매 관련	제휴 프로모션	자체 이벤트
온라인	X	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 다음 TV팟 ▪ 다음 공동프로모션 ▪ 싸이월드 미니홈피 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UCC (동영상, 사진, 패러디 등) ▪ Viral (Hoax, 컨텐츠 홍보) ▪ 게임, 퀴즈
온-오프라인	<p>제품 구매 후 온라인 상에서 행운번호 인증 (주로 게임 아이템 지급)</p>	X	<p>브랜드 주최의 콘서트 개최 (제품 사진과 함께 찍은 사진 업로드, 추첨을 통해 콘서트 티켓 지급)</p>

※ 애드랩 기준으로 2007년에 집행된 건과류 캠페인을 프로모션 유형별로 분류함

- ❖ 제품 구매 후 온라인 상에서 행운번호를 입력하는 구매인증 프로모션이 다수 집행됨
- 주로 게임 아이템을 지급하였으며, 이는 스낵·초콜릿 등 건과류의 주 소비층이 유년층이기 때문으로 보임
- ❖ 공동프로모션(다음)을 비롯, 다음 TV팟·싸이월드 미니홈피와의 제휴가 있었으며, 주로 UCC 관련 이벤트 진행함
- ❖ UCC 및 Viral요소를 가미한 온라인 이벤트를 주로 진행하였으며,
오프라인 콘서트 티켓을 온라인 이벤트 응모자에게 지급하는 온-오프라인 연계 프로모션을 진행하기도 함

행운번호를 통한 구매 인증 후에 게임 아이템 지급

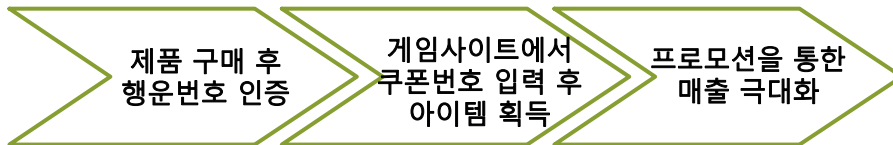
광고주 롯데제과 '멜짱'

(Source : 애드랩)

- Campaign : 메이플스토리 짱아이템 축제
budget : 183,020,000원
Period : 2007년 9월 14일 ~ 2008년 1월 10일
Media : 넥슨

- Event Page

- Event Process



- ✓ 10대의 인터넷 주 이용 콘텐츠가 게임임을 감안, 게임 아이템 지급을 통한 매출 상승 기대

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.



다음tv팟과 미션파이 활용한 공동프로모션 집행

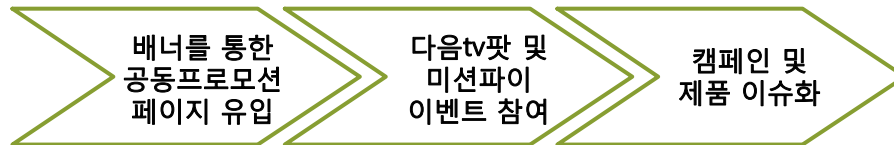
광고주 오리온 '스윙칩'

(Source : 애드랩)

- Campaign : Daum과 함께하는 광고공모전
budget : 191,960,000원
Period : 2007년 3월 9일 ~ 2007년 4월 15일
Media : 다음

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ 다음의 UCC 플랫폼인 tv팟과 미션파이 활용
- ✓ 다음과의 공동프로모션을 통해 캠페인 이슈화를 꾀함



※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.

'나만의 기사 만들기' 혹스(Hoax) 이벤트 진행

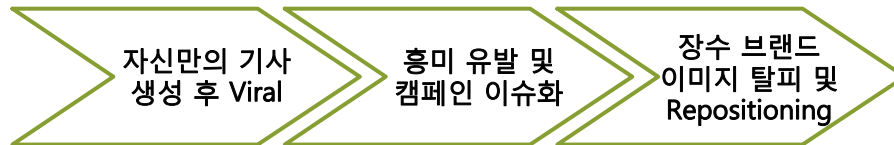
광고주 농심 '새우깡'

(Source : 애드랩)

- Campaign : 간지선물 왕창 받자
budget : 186,690,000 원
Period : 2007년 8월 6일 ~ 2007년 9월 16일
Media : 넥슨, 버디버디

Event Page

Event Process



- ✓ 혹스 이벤트 외에도 친근하고 다양한 이벤트 진행을 통해 장수 브랜드 이미지를 탈피하고 리포지셔닝 하고자 함



※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.

온라인 이벤트 응모자에게 오프라인 콘서트 티켓 지급

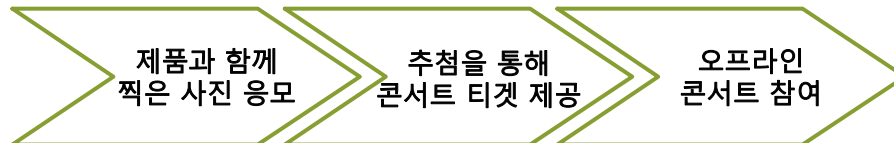
광고주 허쉬인터내셔널 '허쉬 키세스'

(Source : 애드랩)

- Campaign : 키세스 콘서트
budget : 132,070,000 원
Period : 2007년 1월 22일 ~ 2007년 2월 22일
Media : 다음, 네이트(+싸이월드), 버디버디

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ 100주년 기념으로 유명 가수가 출연하는 콘서트 주최
- ✓ 온라인 이벤트를 통한 콘서트 티켓 추첨으로 콘서트 사전 붐업 및 이슈화를 유도함

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.





where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits

2. 빙과 온라인 광고 집행 사례 분석

(1) 프로모션 유형 분석

- 제품구매 관련
- 제휴 프로모션
- 자체 이벤트

(2) 프로모션 사례

- 제품구매 관련
- 제휴 프로모션
- 자체 이벤트

구매 인증이 아닌 제품trial을 위한 제품교환권 지급 이벤트 진행
광고주간 제휴 프로모션을 온-오프라인 연계하여 진행하기도 함

<빙과류의 프로모션 유형 분류>

	제품 구매 관련	제휴 프로모션	자체 이벤트
온라인	X	다음 카페 서포터즈	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UCC (댓글, 동영상, 사진 등) ▪ Viral (게임, 컨텐츠 홍보) ▪ 퀴즈
온-오프라인	<p style="color: red;">온라인 이벤트 경품으로 제품 교환권 지급 (오프라인에서 제품과 교환)</p>	<p style="text-align: center;">듀오와 제휴, 듀오 회원과 데이트 주최</p>	X

※ 애드램 기준으로 2007년에 집행된 빙과류 캠페인을 프로모션 유형별로 분류함

- ❖ 오프라인에서 제품 교환할 수 있는 제품 교환권을 온라인 이벤트 경품으로 제공, 제품trial을 유도함
- 롯데제과 '나뭇루'의 경우, 높은 가격의 프리미엄 아이스크림으로, 제품 시식을 통해 향후 구매를 유도함
- ❖ 다음 카페와의 제휴 및 듀오와 온-오프라인 연계한 제휴 프로모션을 진행하기도 함
- ❖ 빙과류 역시 UCC 및 Viral요소를 활용하여 온라인 이벤트 진행함

제품 교환권 제공하여 시식을 통해 구매 유도하고자 함

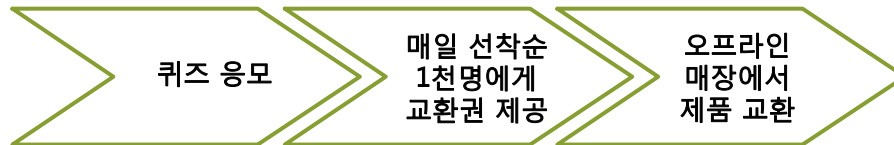
광고주 롯데제과 '나뚜루'

(Source : 애드랩)

- Campaign : 달콤한 아이스크림 소나기
budget : 14,450,000 원
Period : 2007년 6월 4일 ~ 2007년 6월 30일
Media : 네이버

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ 다른 제품에 비해 가격이 높은 점을 고려, 제품 교환권을 통해 제품 시식을 유도함
- ✓ 제품 trial을 통해 향후 구매 기대

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.



다음 카페 서포터즈를 통한 제품 홍보 및 Viral

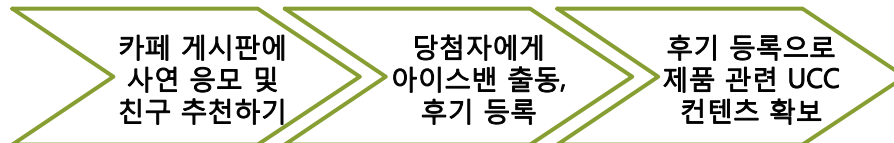
광고주: 빙그레 '플레도르'

(Source : 애드랩)

- Campaign : 플레도르 산뜻한 습격
budget : 3천만 원 이상으로 추정
Period : 다음
Media : 2007년 5월 21일 ~ 2007년 7월 23일

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ 카페 정모 및 학교·직장에 제품 지원
- ✓ 제품 trial후 후기 등록하도록 동기 부여하여, UCC 컨텐츠 확보를 통해 제품 홍보하고자 함

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.



듀오 회원과의 미팅 이벤트 주최

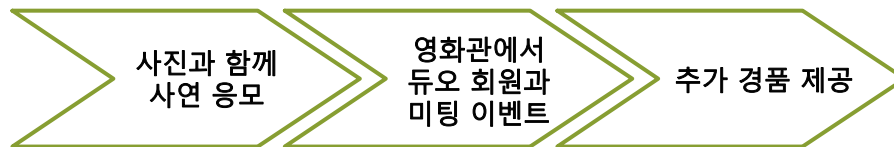
광고주 **빙그레 '플레도르'**

(Source : 애드랩)

- Campaign : 러브 액추얼리 2차 프로젝트
budget : 84,800,000 원
Period : 2007년 6월 18일 ~ 2007년 7월 26일
Media : 다음

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ 제품의 주 타겟인 여성을 공략하기 위해, 듀오와 연계한 미팅 이벤트 주최함
- ✓ 온라인을 통해 미팅 참여자 선정

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.



오프라인과 동일한 컨셉으로 대규모 온라인 이벤트 진행

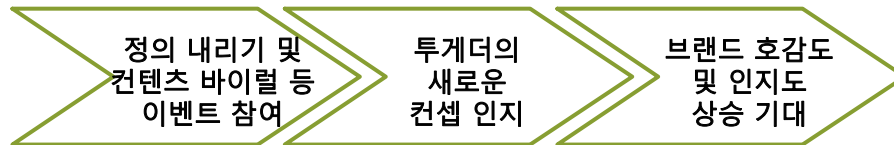
광고주 **빙그레 '투게더'**

(Source : 애드랩)

- Campaign : 그들의 아빠 이야기
budget : 294,266,000 원
Period : 2007년 9월 17일 ~ 2007년 10월 21일
Media : 네이버(+유니버,한게임), 판도라TV

▪ Event Page

▪ Event Process



- ✓ '투게더는 아빠입니다.' 슬로건 관련하여, "아빠는 □□□다, 아빠 사진 콘테스트, 아빠 사랑해요"등 이벤트 진행함
- ✓ 이벤트 참여를 통해 투게더의 새로운 컨셉 인지시킴

※ 제시된 집행 금액 및 매체는 실 집행 데이터와 차이가 있을 수 있습니다.



MezzoMedia, *Where your success awaits!*

where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits
where your success awaits