

- 1 캠페인 브리프
- 2 프로모션 Creative & Event 분석
- 3 바이럴 분석
- 4 성공 요소

1. 캠페인 브리프

1. Client & Brand

이니스프리 '올리브 리얼 파워크림' 런칭 캠페인

2. Campaign period

2010년 11월 1일 ~ 2010년 11월 31일

3. Target

2030 여성

4. AD Objective

'이벤트 참여'를 통한 신제품 런칭 붐업 조성 및 제품 구매 유도

5. Media List

네이버, 다음, 네이트, 온스타일

2. 프로모션 Creative & Event 분석

< Banner Creative >



- 제품의 주요 성분인 올리브를 메인으로 내세워 골든올리브, 윤기보습, 올리브 리얼파워 크림 등의 카피를 주요 메시지로 구성하여 전반적으로 신제품 이미지 부각 시킴
- 이니스프리 모델인 소녀시대 '윤아'를 메인으로 내세워 내세워 광고 주목도 높임
- 인기모델 '윤아'와 제품 특성을 강조한 카피가 잘 어울려서 광고 메시지 전달 효과 극대화

2. 프로모션 Creative & Event 분석

< Event Page >



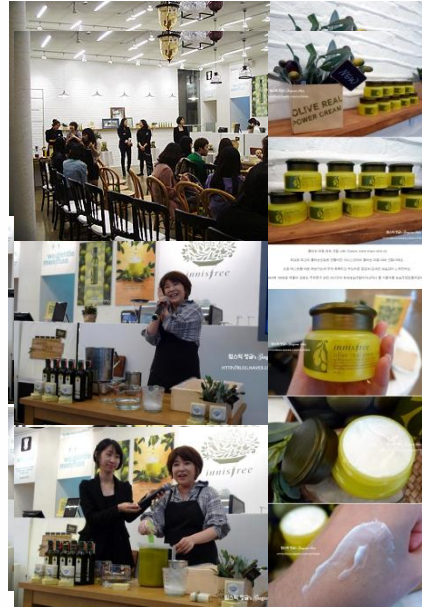
- 집행 매체 Display Banner 클릭 시 이니스프리 '마이크로 사이트' 이벤트 페이지로 유입 됨
- 제품 구매 후 스크래치 카드 속 행운번호 입력하기, TV CF 동영상 감상 후 퀴즈풀기, 트위터/유튜브 QR코드 만나기, 친구 추천하기 이벤트 등 다양한 이벤트와 경품을 내세워 캠페인 이슈화 및 제품 구매 유도
- 이벤트 참여 프로세스를 최소화 함과 동시에 중복 응모 가능케 하여 유저 재방문 및 이벤트 참여 극대화

2. 바이럴 분석

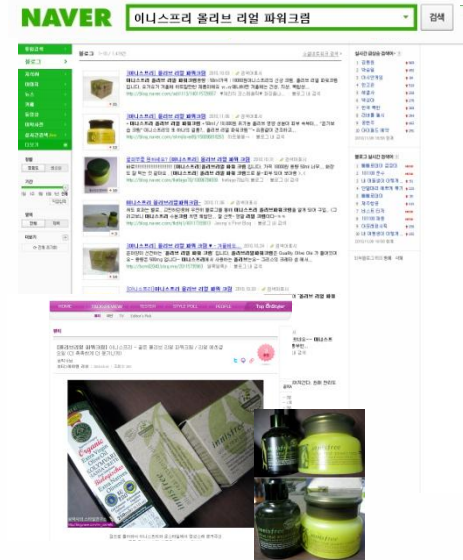
< 체험단 모집 및 블로거 활용 >



<뷰티클래스 체험단 공지>



< '이니스프리 올리브 리얼파워크림' 뷰티클래스 >



< 온스타일러 컨텐츠 생성게시물 >

- 온스타일 매체 내 자체 파워블로거인 온스타일러 대상으로 '이니스프리 뷰티클래스' 체험단 모집
- 뷰티클래스 체험 후 '올리브 리얼 파워 크림' 제품 사용 후기 및 뷰티클래스 체험 후기에 대한 게시글 생성 하여 온스타일 및 네이버 검색 창 '이니스프리' 검색 시 최상단에 컨텐츠 노출
- 온스타일러 뷰티클래스 참여 후기 컨텐츠 생성으로 이니스프리 '올리브 리얼 파워크림' 제품에 바이럴 확산 유도

4. 성공 요소

< 이니스프리 '올리브 리얼파워크림' Launching Campaign 성공 요소 >

Promotion 운영

'골든올리브 팬던트를 찾아라'
'윤기보습의 비밀을 찾아라'
'트위터, 유튜브, QR코드만나기'

온라인 유저 참여 중심
프로모션 전개
제품 정보와 재미요소를 적절히
구성하여 유저 참여 극대화

Creative 운영

메인 모델 '윤아'를 활용한 Creative
광고를 통해 제품 핵심 타겟인
2030 여성에게 브랜드 인지도 제고

단순 이벤트 참여에 극한 되지 않고
신제품 런칭인 점을 감안,
제품정보에 집중하여 광고메시지
전달에 주력

바이럴 운영

파워블로거를 촬영하여
오프라인 뷰티클래스 체험 진행
체험단, 블로거 운영으로
신제품 및 프로모션에
대한 긍정적 반응 유도

상호 작용 광고 진행으로 소비자들에게 흥미를 유발 할 수 있는 프로모션 진행

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
mezzomedia, with your goal