

20
17

OCT

no. 274

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 윈체 - 바이럴 영상 캠페인

OOH : B. 레진코믹스 - 레진코믹스 OOH 캠페인

A. 원체 - 바이럴 영상 캠페인

- Target : 25-49 남녀
- Period : 2017년 6월 1일 ~ 2017년 7월 31일
- Media : 유튜브 / 페이스북 / 애드픽 / SMR

Campaign Creative



Campaign Result

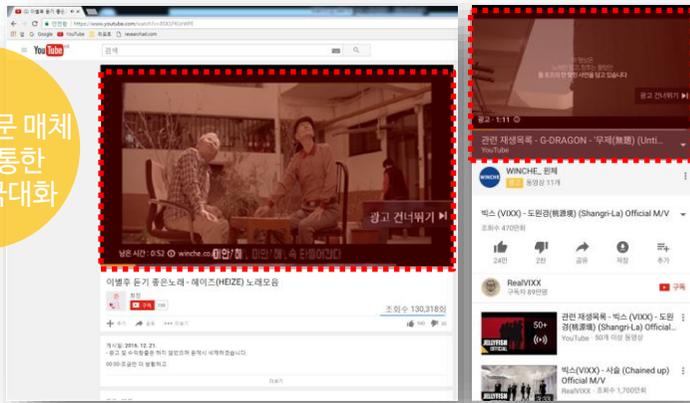
동영상 전문 매체 집행으로 캠페인의 영상 조회수를 확보하고
자발적 영상 확산을 위해 SNS 매체 적극 활용

- PVC 창호기업 원체는 영국 출신 오디션 스타 '폴 포츠'를 모델로 한 유머러스한 영상 소재의 조회수 확보와 확산을 위한 캠페인 진행
 - 대표적인 동영상 매체에 집중 노출하여 지속적인 영상 노출 시도
 - 인플루언서를 활용할 수 있는 매체를 집행하여 영상 확산 극대화 유도
- 1) 캠페인 초반 동영상 매체를 중심 캠페인 운영을 통해 성공적인 조회수 확보
 - 2) 애드픽을 활용한 영상 캠페인 운영으로 단기간 성공적인 영상 확산 달성
 - 3) 모바일을 통한 영상 시청 트렌드를 반영한 효율적인 모바일 중심 캠페인 운영

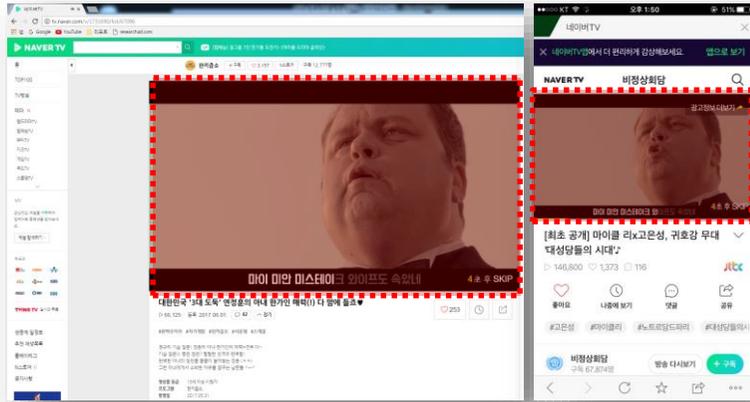
*Source : 나스미디어 내부 자료

*원체 - 바이럴 영상 캠페인 매체 운영 전략

동영상 전문 매체
운영을 통한
노출량 극대화

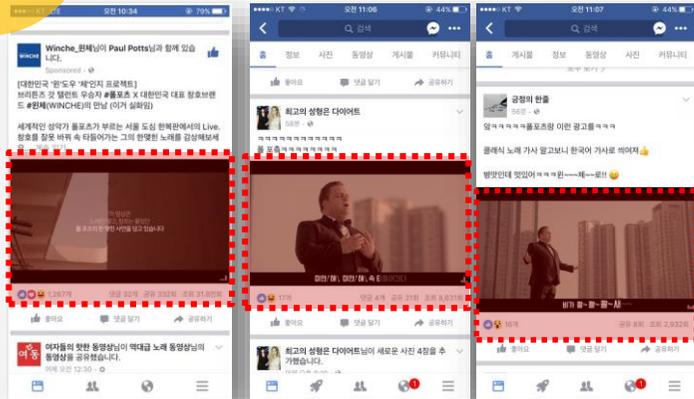


[유튜브_트루뷰인스트림]



[SMR]

바이럴 영상
확산을 위한
SNS 매체 활용



[페이스북_PPA]

[애드픽]

- 캠페인 집행 초기 영상의 지속적인 노출 확대를 위해 대표적인 동영상 매체인 유튜브와 SMR에 집중
- 영상 노출량 확보 후 페이스북과 애드픽을 활용하여 자발적 영상 확산 극대화 유도

*Source : 나스미디어 내부 자료

B. 레진코믹스 - 레진코믹스 OOH 캠페인

- Target : 10-39 남녀
- Period : 2017년 7월 10일 ~ 2017년 9월 17일
- Media : 지하철 편성광고 (3~8호선) / 지하철 포스터광고(5678호선) / 택시 외부 등

Campaign Creative



Campaign Result

특정 웹툰 작품을 소재로 활용하여 목표 타깃의 관심과 흥미 유도
대규모 교통 매체 집행을 통해 강력한 브랜드 인지도 확보

- 여름 시즌에 어울리는 공포 스릴러 웹툰 소재를 통해 주목도 및 관련 이슈 증대
- 지하철, 버스 및 택시 등 생활밀착형 매체에 노출하여 광고 도달률을 높임

- 1) 지하철 3~8호선 편성광고 집행을 통해 열차 이용객들에게 강력한 브랜드 인지도 제고
- 2) 로컬 매체라는 인식이 강했던 지하철 포스터 지면을 브랜딩 광고로 활용하며 비용 효율성 높임
- 3) 주목도 높은 옥외광고를 접한 고객들이 직접 SNS에 공유하면서 2차 확산 효과 및 선호도 확보

*Source : 나스미디어 내부 자료

레진코믹스 - 지하철 매체 집행 전략

지하철
게침 현황

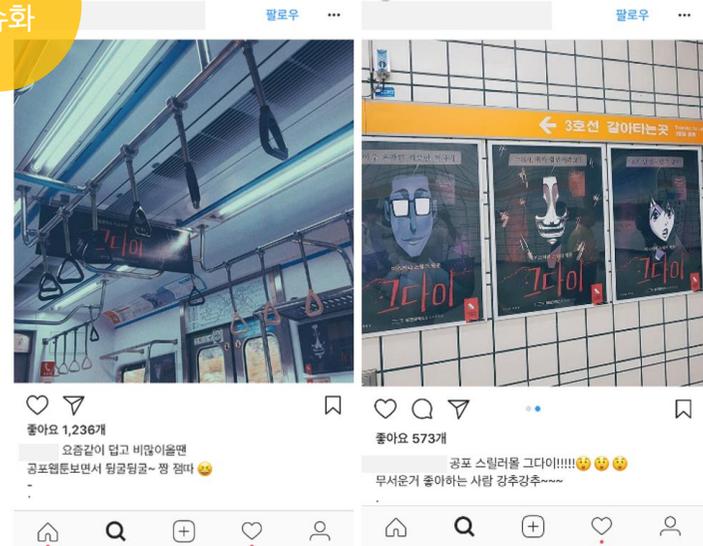


[지하철 열차 내 편성광고]



[지하철 역사 내 포스터 광고]

자발적인
이슈화



[지하철 광고를 통한 2차 바이럴 효과]

- 열차 내 모든 광고 위치를 독점할 수 있는 편성광고 집행을 통해 브랜드관을 연상시키는 효과
- 단일 로컬 매체의 인식이 강했던 포스터 광고를 대량으로 구매하여 나란히 연결되는 위치에 동일 광고주 소재를 게재함으로써 유동인구의 흥미를 유도, 자발적 바이럴 극대화

more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청