

20
17

JUL

no. 271

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 이베이 - 옥션 과일 캠페인

OOH : B. 배달의민족 - 신춘문예 OOH 캠페인

A. 이베이 - 옥션 과일 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2017년 5월
- Media : 카카오톡 - 톡채널 오토뷰

Campaign Creative



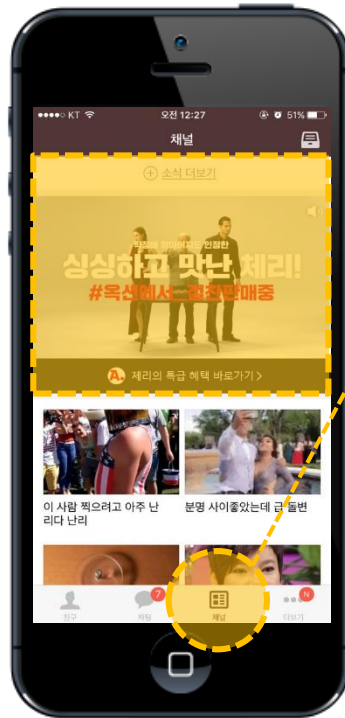
Campaign Result

이용자의 주목도가 높은 신규 광고 상품 집행을 통해 단기간 성공적인 캠페인 목표 달성

- 국내 메신저 점유율 약 95%를 차지하는 카카오톡의 신규 광고 상품 단독 집행
 - 동영상 소재가 확대 및 자동 재생되는 광고 형태로 이용자의 주목도 상승 견인
- 1) 카카오톡 내 채널탭 모바일 오토플레이형 상품 집행을 통해 우수한 타겟 커버리지 확보
 - 2) 채널탭 스크롤 다운 시 배너가 자동 확장되는 형태로 이용자 노출 극대화
 - 3) 랜딩 버튼 삽입을 통해 별도의 페이지 이탈 없이 카카오톡 웹뷰를 통해 랜딩 페이지로 이동 가능

*Source : 나스미디어 내부 자료

*카카오톡 채널 서비스 이용 현황



카카오톡 채널

카카오톡 채널은 다음, 카카오톡스토리, 카카오TV, 플러스친구 파트너 등 카카오가 보유한 콘텐츠 플랫폼 인기 콘텐츠들이 유통되는 플랫폼 서비스

● 주요 콘텐츠



● 이용 현황



3,000만
(MAU)



일평균 6.8회 방문
소비 콘텐츠 12개



2016년 5월 대비
클릭수 약 2배 성장

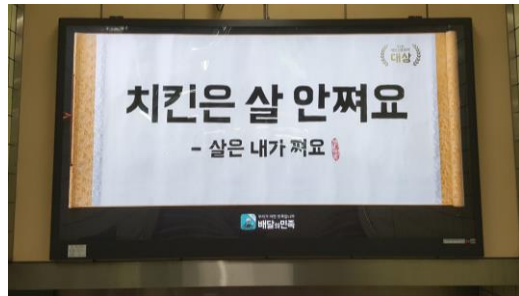
- 메신저 내 콘텐츠 플랫폼 서비스인 카카오톡 채널 이용자를 대상으로한 신규 광고 서비스 집행
- 단기간 스팟 집행을 통해 비용 및 클릭 효율성 극대화 기록

*Source : 나스미디어 내부 자료 및 카카오 광고 상품 소개서

B. 배달의민족 - 신춘문예 OOH 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2017 년 5월 1일 ~ 2017년 7월 18일
- Media : 지하철5678호선, 가로변버스쉼터 및 경기버스외부 광고

Campaign Creative



Campaign Result

제 3회 배달의민족 신춘문예를 주제로 옥외광고 집행
응모된 작품 중 실제 수상작을 소재로 활용하여 공감과 자발적 바이럴 유도

- 배달의민족은 2015년 이후 매년 봄마다 '음식을 주제로 한 창작 시' 공모전 개최
 - 주요 사이트에 SNS를 통해 응모된 작품을 게재하여 확산 효과 극대화
 - 배달의민족 특유의 폰트, 여백이 강조된 디자인 및 유머러스한 내용으로 주목도 확보
- 1) 포스터 및 열차 내 편성 광고 등 프로모션 상품 집행으로 비용 효율성 증대
 - 2) 목표 타깃 층 주 이용 교통매체(지하철/버스)에 노출하여 광고 도달률을 높임
 - 3) 강남/잠실/홍대 등을 거쳐가는 SSA급 버스 노선과 지하철5678 전 호선 집행으로 넓은 커버리지 확보

*Source : 나스미디어 내부 자료

자발적인 SNS 인증을 통한 이슈화

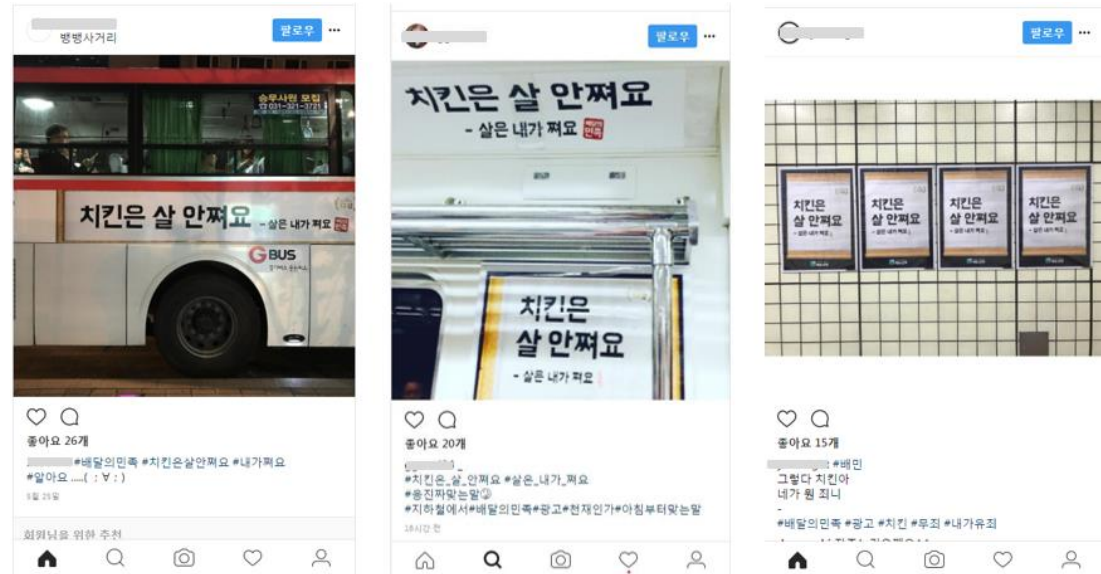


1) 고객이 흥미를 느끼고 직접 참여할 수 있는 이벤트 진행

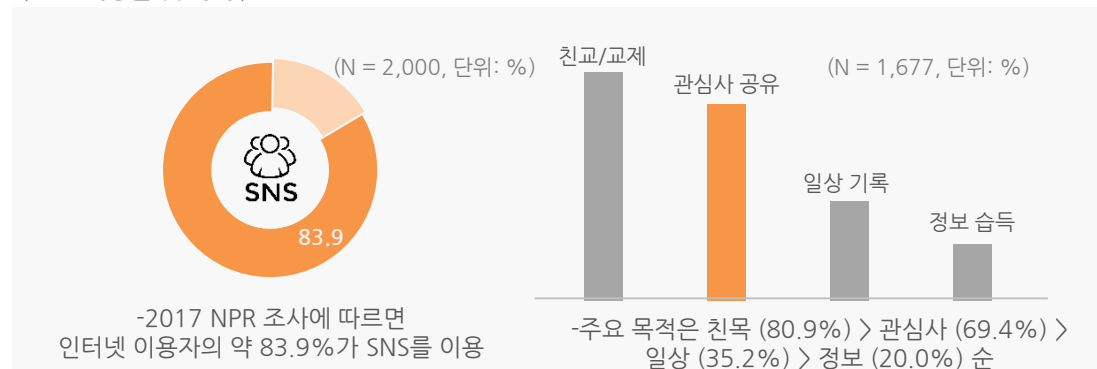
2) 소비자들이 생산한 콘텐츠를 옥외광고 소재로 활용

3) 재미있는 광고를 접한 사람들이 자발적으로 소셜미디어에 공유하면서 바이럴 효과 및 선호도 확보

<2017 배민신춘문에 옥외광고 SNS 인증 사례>



< SNS 이용률 및 목적 >



*Source : 배달의민족 공식 블로그, 인스타그램, 나스미디어 2017 NPR보고서

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