

20
18

JAN

no. 277

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 배스킨라빈스 - 추석 신제품 인지도 향상 캠페인

OOH : B. 코엑스 - 주한외국인 전시회 홍보 캠페인

A. 배스킨라빈스 - 추석 신제품 인지도 향상 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2017년 9월 20일 ~ 2017년 10월 8일
- Media : SMR / CGV

Campaign Creative



Campaign Result

SMR 집행으로 신제품 영상 광고 노출 커버리지 확보
추석 시즌 트래픽 상승이 예상되는 영화 매체 활용하여 광고 도달률 증대

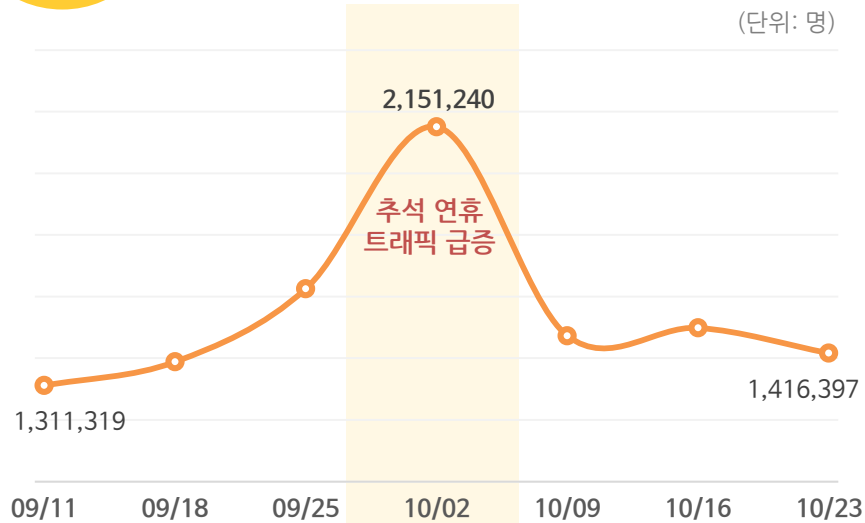
- 신규 출시된 추석 선물세트 인지도 제고를 위해 동영상 및 이미지 소재 광고 동시 집행
 - 명절 분위기에 어울리는 '왕의 추석선물'이라는 유쾌한 컨셉을 통해 소비자의 관심 유도
- 1) 프리미엄 방송 클립을 보유한 SMR를 통해 영상 광고 노출하여 우수한 조회수 확보
 - 2) 연휴기간 이용률이 급증할 것으로 예측되는 영화 매체 'CGV'를 활용하여 배너 노출 극대화
 - 3) CGV의 경우 모바일 위주의 예매 패턴을 반영하여 모바일 지면 중심의 캠페인 운영

*Source : 나스미디어 내부 자료

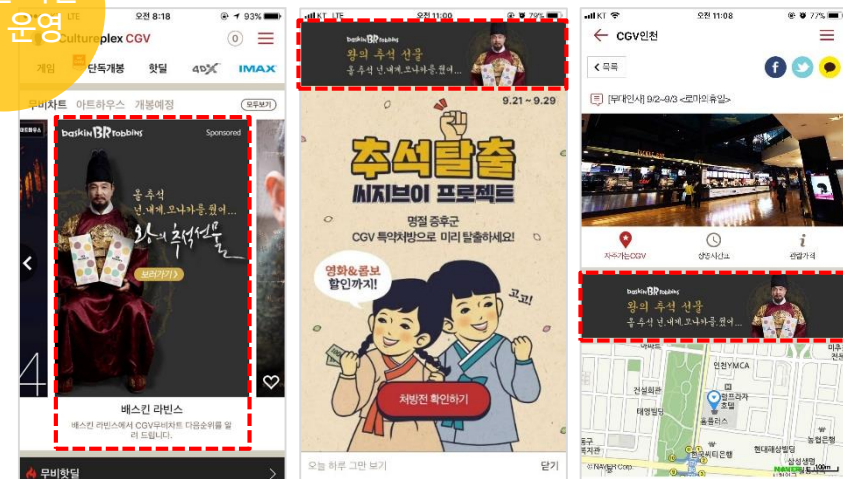
추석 시즌 - 영화 매체 활용 전략

연휴기간 내
트래픽 고려

[2017년 추석 시즌 영화(CGV) 앱 이용자수]



모바일 지면
중심 운영



[CGV_m.무비차트]

[CGV_m.팝업배너]

[CGV_m.Hybrid section DA]

- 광고 집행기간인 추석 연휴 기간 트래픽이 급증하는 매체 선정하여 노출수 확보
- 영화 예매 과정에서 주목도가 높은 지면 위주로 배너광고 집행하여 클릭 유도

*Source : 코리안클릭, 나스미디어 내부 자료

B. 코엑스 - 주한외국인 대상 전시회 홍보 캠페인

- Target : 한국에 거주하는 외국인
- Period : 2017년 11월 27일 ~ 2017년 12월 8일
- Media : 지하철 스크린도어, 조명광고, 가로변버스쉼터

Campaign Creative



Campaign Result

외국인 유동이 활발한 이태원 및 대학가 인근 지역에 옥외광고 집행
전시회 개최 직전 12일 간 집중 노출하여 캠페인 효율성 제고

- 주한외국인 인구 밀도가 높은 이태원과 주요 대학가 인근 지역을 타깃팅
- 지하철, 가로변 버스쉼터 등 대형 지면 매체를 활용하여 박람회 행사 인지도 확보

- 1) 이태원역 지하철 스크린도어 및 조명광고 집행을 통해 승하차객의 광고 주목도 극대화
- 2) 동대문, 명동, 신촌 등 외국인 유동이 활발한 지역에 버스쉼터 집행으로 타깃 도달률 증대
- 3) 박람회 방문 가능성이 높은 타깃 밀집 지역 중심으로 단기간 노출하며 효율적인 캠페인 진행

*Source : 나스미디어 내부 자료

코엑스 - 지역 타깃팅 전략



- ① 외국인 유동이 활발한 이태원 인근 교통 매체 집중 노출하여 타깃 도달률 증대
- ② 이화여대, 연세대 등 주요 대학과 쇼핑몰이 위치한 신촌 지역 유동 외국인 공략
- ③ 동대문, 명동, 종로 등 관광명소에 버스쉼터 집행하여 야간에도 조명을 통한 광고 가시성 확보

*Source : 나스미디어 내부 자료

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