

Vol. 299

CASE STUDY

온라인 신선 식품물 광고 사례

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

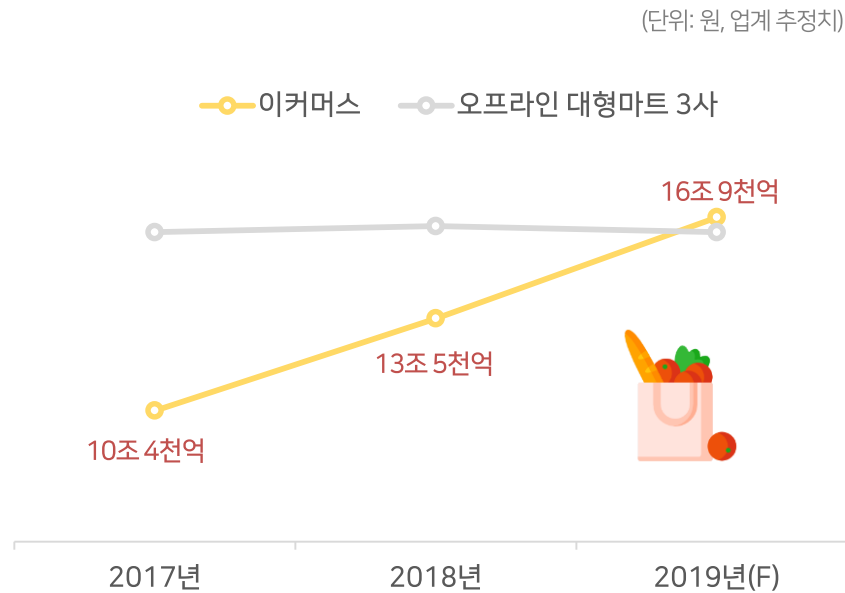
- 온라인 유통 업계 새로운 격전지가 된 '식품' 유통 시장
- 온라인 식품 구매 행태 - 신선도를 고려한 빠른 배송 선호

CASE STUDY

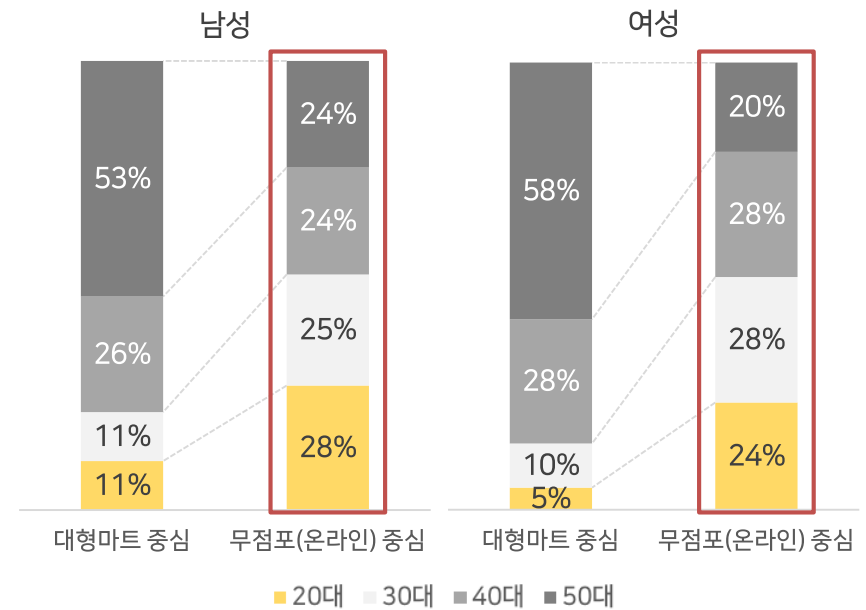
- 마켓컬리 - 이벤트 혜택을 강조한 신규 회원가입 유도 DA 캠페인
 - 헬로네이처 - 방송 PPL 관련 소재를 활용한 DA 운영 캠페인
-

온라인 유통 업계 새로운 격전지가 된 '식품' 유통 시장

이커머스 vs 대형마트 3사(오프라인) 식품 매출



식품품 주요 구매 점포에 따른 연령별 구성비



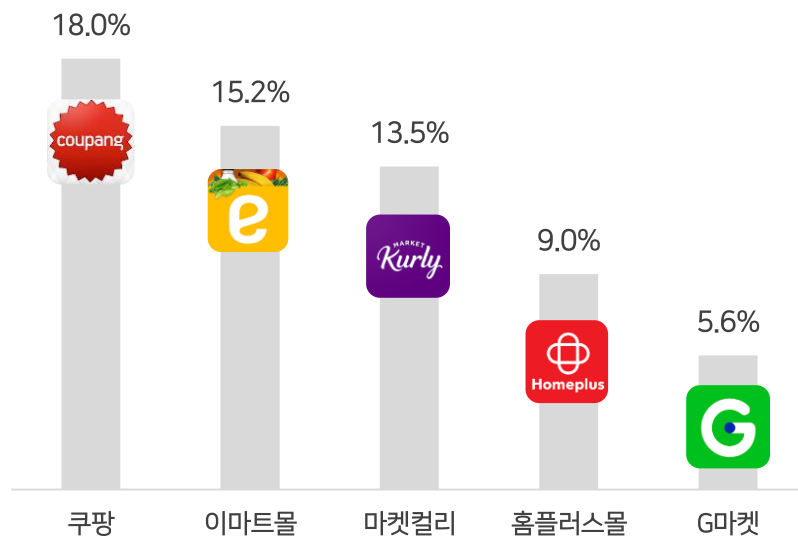
* Source : 통계청, 키움증권, 오픈서베이

- 배송 및 콜드체인 시스템 발달로 온라인 신선식품 판매가 증가하며, 2019년 이커머스 식품 시장 규모는 오프라인 대형마트 3사 식품 매출을 추월할 전망
- 식품품 구매 시 대형마트(오프라인)를 주로 이용하는 소비자는 절반 이상이 50대인 반면, 온라인 중심의 식품 구매는 전 연령층에서 고르게 나타남

온라인 식품 구매 행태 - 신선도를 고려한 빠른 배송 선호

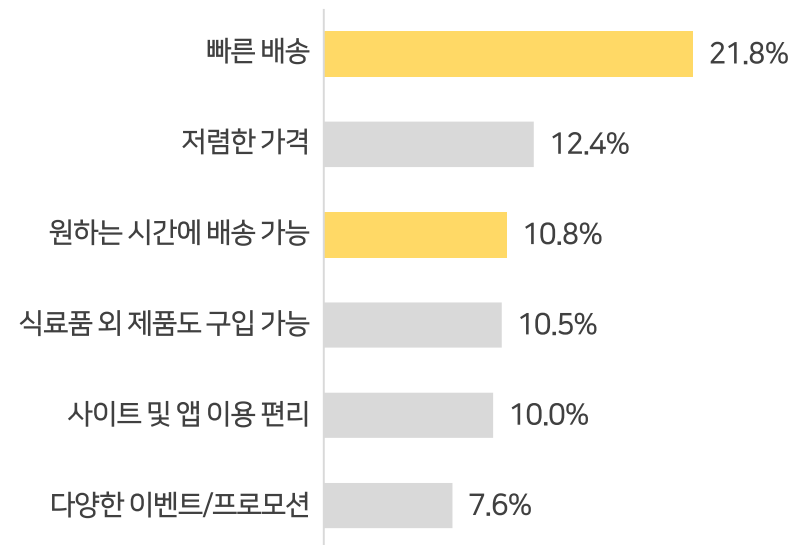
가장 먼저 떠오르는 온라인 식품몰 TOP 5

(n=월 1회 이상 온라인 식품몰 구매자, 단수응답)



식품 구매 시 특정 온라인몰 이용하는 이유

(n=주요 온라인몰 3개월 내 구매자, 단수응답)



* Source : 온라인 식품몰 구매 트렌드 리포트 2019, Share of wallet Seminar 발표 자료(오픈서베이)

- 식품 구매 시 가장 먼저 떠오르는 온라인몰은 빠른 배송(로켓배송) 이미지를 확보한 쿠팡이 1위를 차지했으며, 이마트몰 > 마켓컬리 > 홈플러스몰 순
- 배송 인프라와 수요 예측 시스템을 구축한 온라인 업체가 식품 유통 시장에 본격 진출함에 따라, 온·오프라인 간 점유율 확보 경쟁이 가속화될 전망

마켓컬리 - 이벤트 혜택을 강조한 신규 회원가입 유도 DA 캠페인

Campaign Summary



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Media Strategy

- 네이버 PC/모바일 메인 지면에 특가 혜택 소재를 노출해 광고 주목도 강화
- 밴드를 통해 경제력 높은 신선식품 구매 타깃 도달률 증대

Results

- 네이버 PC 타임보드 및 모바일 스페셜DA 집행을 통해 신규 회원가입 수 증대에 기여
- 새벽시간대 타킷팅을 활용하여 비용 효율성 확보

■ Period : 19.09.01 ~ 19.09.30

■ Target : 25세 이상 남녀

■ Media : 네이버, 밴드

헬로네이처 - 방송 PPL 관련 소재를 활용한 DA 운영 캠페인

Campaign Summary



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Media Strategy

- JTBC '캠핑클럽' 방송 내 노출된 제품을 광고 소재로 활용해 주목도 확대
- 네이버 메인, 카카오톡 PC 하단배너 등 타겟 커버리지 높은 지면에 배너 광고 운영

Results

- PPL 방영 기간, PC · 모바일 주요 지면에 광고 노출하여 광고주 페이지 유입 유도
- '캠핑', '신선식품' 관심 유저 타겟팅 적용해 목표 타겟 도달률 증대

■ Period : 19.07.01 ~ 19.07.31

■ Target : 2545MF

■ Media : 네이버, 카카오톡

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청