

2019
07 -

Vol. 295

CASE STUDY

금융 업종 광고 성공 사례

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

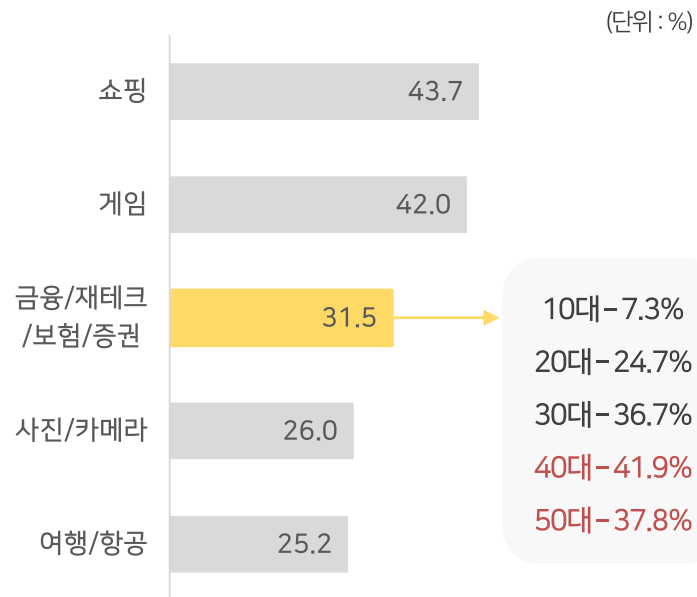
- 국내 모바일 금융 서비스 이용 행태
 - 트렌드(1) - 서비스 경계를 허물며 확대되는 온라인 금융 시장
 - 트렌드(2) - 간편 결제 및 송금 시장 성장세
-

CASE STUDY

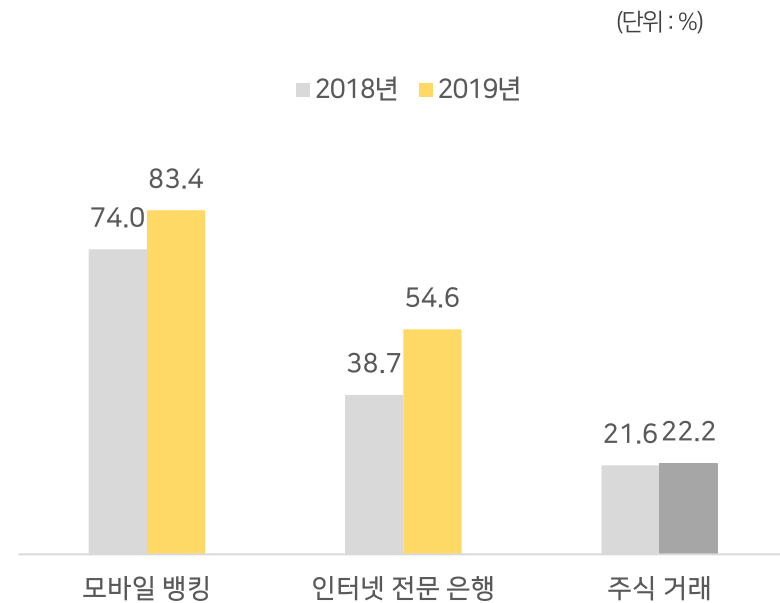
- 케이뱅크 - 앱/관심사 타겟팅 활용한 제공 혜택 인지도 증대 캠페인
- 미래에셋대우 - 실전투자대회 이벤트 참여 유도 캠페인

국내 모바일 금융 서비스 이용 행태

최근 6개월 이내 다운로드한 앱 카테고리



최근 이용한 모바일 금융 서비스 유형 TOP3



* Source : 나스미디어 2019 NPR

- 인터넷 이용자가 최근 설치한 앱 카테고리 중 금융 관련 앱은 세 번째로 높은 비중 차지, 경제력이 있는 40대 이상 연령층에서 가장 활발하게 이용
- 모바일 뱅킹은 보편적인 서비스로 자리매김 하였으며(83.4%), 2017년 첫 도입된 인터넷전문은행 이용률은 상승세

트렌드(1) – 서비스 경계를 허물며 확대되는 온라인 금융 시장

2019년 2분기 내 핀테크 이슈

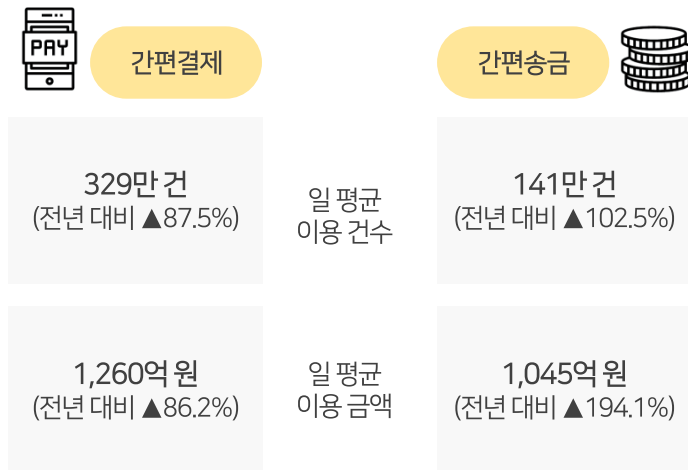


* Source: 관련 기사

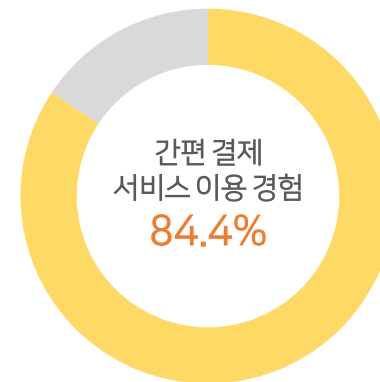
- 모바일 금융 서비스 '토스'는 BC카드 가맹점 망을 활용해 오프라인 실물 카드를 출시했으며, 카카오/네이버페이는 각각 배송 · 해외 결제 등 신사업 영역 확장
- 페이스북은 내년 출시 예정인 가상화폐 '리브라'를 정식 공개, 페이스북 메신저나 왓츠앱 등에서 물건 구매 및 개인 간 송금 시 활용될 것으로 예상

트렌드(2) - 간편 결제 및 송금 시장 성장세

간편 결제 및 송금 서비스 이용 현황



간편 결제 이용률 및 이용 서비스 TOP 5

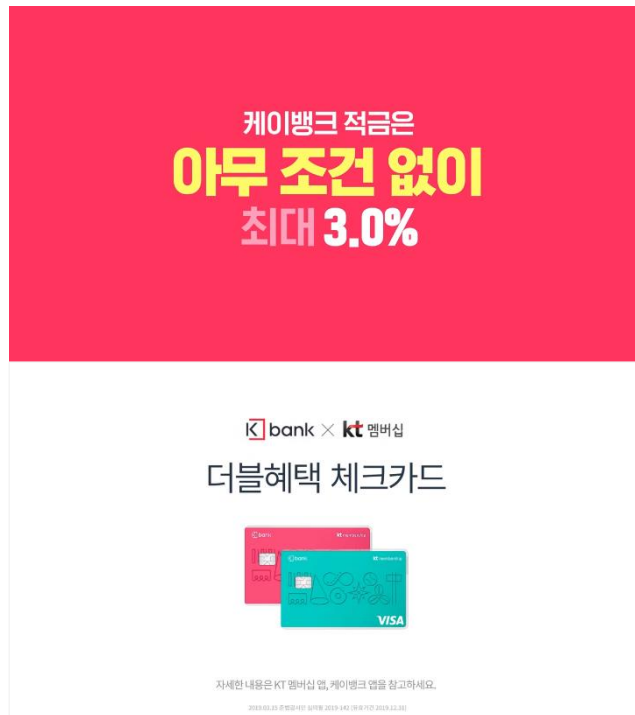


	네이버페이	56.6%
	카카오페이	53.3%
	삼성페이	36.8%
	토스	30.7%
	페이코	27.3%

* Source : 한국은행 '2018년 전자지급서비스 이용 현황', 나스미디어 2019 NPR

- 간편결제 및 송금 시장은 전년 대비 이용 건수 및 거래액이 약 2배 수준으로 성장, 주요 IT 기업 및 유통사의 진출로 시장은 더욱 확대됨
- 국내 인터넷 이용자 10명 중 약 8명은 간편 결제를 이용한 경험이 있으며, 네이버페이(56.6%) > 카카오페이(53.3%) > 삼성페이(36.8%) 순으로 높은 점유율 확보

케이뱅크 - 앱/관심사 타겟팅 활용한 제공 혜택 인지도 증대 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Campaign Summary

- Period : 19.03.22 ~ 19.04.30
- Target : 금융 관련 관심사 및 앱 설치자
- Media : 유튜브, GDN, 카카오톡, 인터웍스, 블라인드, 토스 등

케이뱅크가 제공하는 다양한 혜택 정보를 담은 5종 이상의 소재 활용
소재별로 적합한 데모 · 앱 · 관심사 타겟팅을 적용해 코어 타겟 도달률 극대화

Media Strategy

- 유튜브, GDN 등 집행 매체 대부분을 모바일 화면에 집중 노출하여 비용 효율성 제고
- 블라인드(재테크 관심 직장인), 토스(금융 앱) 등 버티컬 매체 집행을 통해 코어 타겟 공략

Results

- 유튜브 범퍼애드(단초수) 상품을 집행하여 우수한 광고 재생 완료율 기록
- 소재(KT 멤버십 할인) 특성에 따라 맞춤 타겟팅(KT 앱 설치자)을 적용해 높은 반응률 기록

미래에셋대우 - 실전투자대회 이벤트 참여 유도 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Campaign Summary

- Period : 19.03.11 ~ 19.04.26
- Target : 금융/증권 고관여 유저
- Media : 네이버, GDN, 캐시슬라이드, 미스리메신저, SK엔카, 팟빵 등

캠페인 초반 네이버 DA 상품을 집중 노출하여 기간 내 이벤트 인지도 확대
증권 정보 전문 메신저, 중고차 · 카드사 등 타깃 친화 매체 다수 집행

Media Strategy

- 포털, 네트워크, 잠금화면 각 카테고리 대표 매체를 운영해 캠페인 초반 광고 커버리지 극대화
- 목표 타깃의 관심사로 예상되는 중고차 · 카드사 버티컬 매체 및 커스텀 타깃팅 활용

Results

- 모바일 잠금화면 · 팝업배너 · 푸시 상품 등 주목도가 높은 상품 집행으로 우수한 클릭수 확보
- 전체 캠페인에서 제안 대비 낮은 클릭 단가를 기록하며 이벤트 페이지 유입 수 증대에 기여

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

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청