

Vol. 296

CASE STUDY

Z세대 공략 광고 성공 사례

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

- 미래 소비 시장의 주역으로 부상한 'Z세대' 특징
- Z세대 취향을 반영한 접점 매체 - 틱톡, 트위터, 트위치

CASE STUDY

- 정관장 - 10대 타겟의 영상 광고 조회수 확보 및 액션 유도 캠페인
 - GS25 - 신규 서비스 '반값택배' 인지도 증대 캠페인
-

미래 소비 시장의 주역으로 부상한 'Z세대' 특징

Z세대 정의 및 주요 특징



90년대 중반 ~ 2000년대 중반
태어난 세대를 의미

X세대 → 밀레니얼/Y세대 → Z세대

✓ 동영상 친화적



Z세대 68.3%는
모바일 중심으로 영상 시청

평균 75.7분 < Z세대 113.6분

일 평균 모바일 동영상 시청

✓ 높은 게임 이용률

평소 즐겨하는 여가활동

1위 음악감상 67.9%
2위 PC/MO게임 65.6%



45.2%
게임 생중계 시청 경험

전체(26.6%) 대비 약 1.7배

✓ 연예인/인플루언서 관심

팔로우한 SNS 계정
주요 콘텐츠 카테고리

1위 연예인/아이돌 48.6%

1위 인플루언서 61.4%



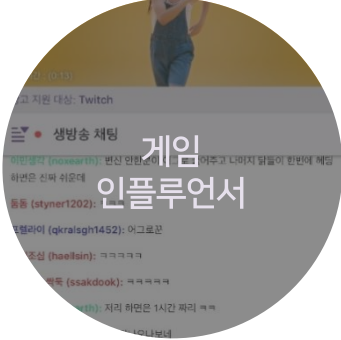
실시간 생중계 시청 주제

* Source : 2019 NPR, 나스미디어

- 태어나는 순간부터 인터넷 환경을 접해 '디지털 네이티브(Digital Native)'로도 불리는 Z세대는 차세대 소비 주역으로서 화두가 되고 있음
- Z세대는 텍스트·이미지 보다 동영상에 친숙해하고, 전체 평균 대비 연예인/인플루언서/게임 등 새로운 콘텐츠를 선호하는 특징을 보임

Z세대 취향을 반영한 접점 매체 – 틱톡, 트위터, 트위치

Z세대 접점 매체 주요 특징

			
			
매체 특징	어른들은 모르는 Z세대 인싸 플랫폼	K-pop/연예인 덕질을 위한 필수 플랫폼	게임 콘텐츠 시청에 최적화된 플랫폼
Z세대 비율	13~18세 (32.3%) 19~24세 (22.6%)	13~18세 (22.0%) 19~24세 (21.1%)	19~24세 (48.4%) 25~29세 (32.4%)

* Source: 닐슨 코리아클릭(6월 기준), 관련 기사

- 글로벌 매체 틱톡(동영상), 트위터(연예인), 트위치(게임 스트리밍)는 각각 Z세대의 취향을 반영한 핵심 서비스를 기반으로 국내 시장에서도 점유율 확대 중
- Z세대를 코어 타겟으로 하는 게임 · 웹툰/웹소설 · 음악 업종 혹은 단기간 내 강력한 파급 효과를 원하는 캠페인에 효과적인 마케팅 채널이 될 것으로 기대

정관장 – 10대 타깃의 영상 광고 조회수 확보 및 액션 유도 캠페인

Campaign Summary

- Period : 19.04.26 ~ 19.05.31
- Target : 1318MF
- Media : 유튜브, SMR, 페이스북, 트위터, 네이버, 김급식 등



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

인기 웹드라마 <에이틴> 배우들을 모델로 기용해 10대 타깃의 흥미 유발
10대 접점 매체(트위터 · 웹툰 · 급식 정보) 집행을 통해 버즈량 및 이벤트 참여 극대화

Media Strategy

- 동영상(유튜브 · 페이스북 · SMR) 매체는 '성인 or 기 시청자' 제외 타깃팅 적용해 비용 효율성 제고
- 트위터, 네이버웹툰, 중 · 고등 급식 정보앱 등 10대 특화 매체 집행을 통해 코어 타깃 도달률 확보

Results

- 정교한 타깃팅을 적용한 동영상(유튜브 · 페이스북 · SMR) 광고 집행을 통해 우수한 조회수 확보
- 트위터 '프로모션트렌드' 상품 집행을 통해 '아이패스' 키워드 버즈량 증대

GS25 – 신규 서비스 ‘반값택배’ 인지도 증대 캠페인

Campaign Summary

- Period : 19.05.06 ~ 19.05.31
- Target : 1318MF
- Media : 틱톡



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

10대 이용 비중이 높은 틱톡(TikTok) '추천 피드'에 전체화면 영상 광고 집행
재미있는 음원 · 안무 및 필터 효과 등을 통해 'GS 반값택배' 인지도 확대

Media Strategy

- 텍스트 · 이미지 대비 동영상에 익숙한 Z세대 타깃 접점 매체인 '틱톡' 활용
- 메인 피드 내에서 자동 재생되는 상품을 활용해 광고 몰입도 극대화

Results

- 음원/영상내 반복적인 브랜드 · 서비스 명 노출과 재미있는 안무 영상으로 타깃의 흥미 유발
- 높은 코어 타깃 도달률 및 영상내 다양한 CTA 버튼 노출을 통한 우수한 클릭수 확보

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

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청