

2020
02 —

Vol. 302

CASE STUDY

웹툰 상품 광고 성공 사례

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

- 지속 성장하는 국내 웹툰 시장, 주요 이용자는 10-20대
- 유료 이용 경험은 네이버웹툰>카카오페이지>다음웹툰 순

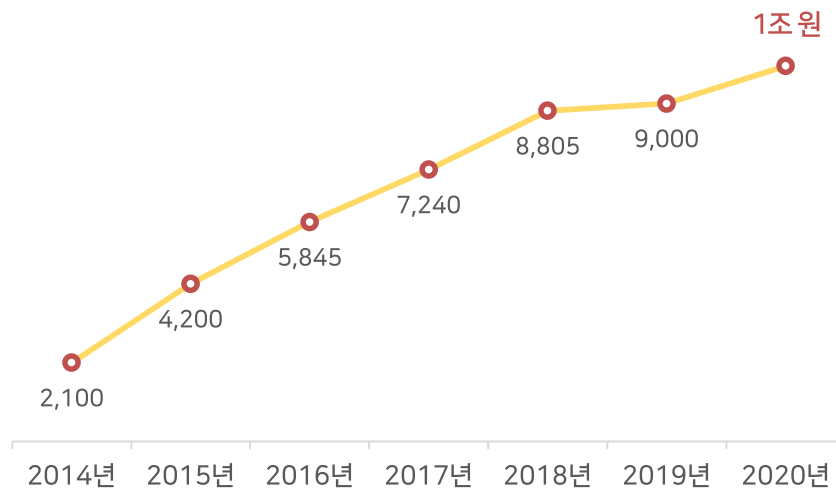
CASE STUDY

- 말레피센트2 - 주요 메인 고정상품 및 웹툰 지면 활용 캠페인
- 아이더 - 신제품 이미지 노출 확산 및 사이트 유입 유도 캠페인

지속 성장하는 국내 웹툰 시장, 주요 이용자는 10-20대

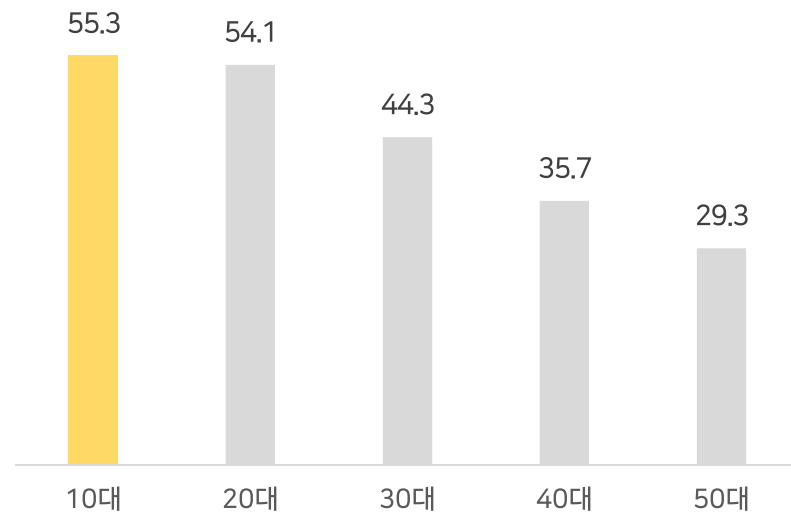
연도별 국내 웹툰 시장 규모 추이

(단위: 억 원)



연령별 웹툰/웹소설 서비스 이용 경험률

(단위: %)

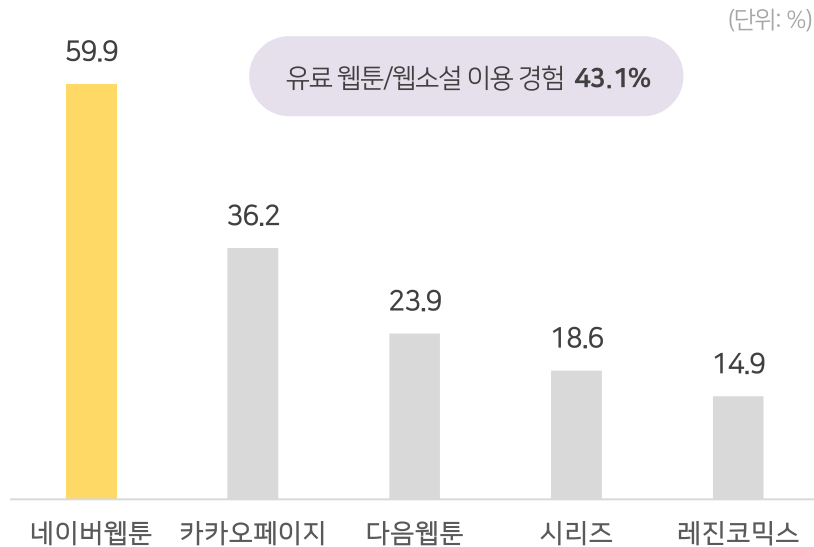


* Source : KT경제경영연구소, 나스미디어 '2020 NPR'

- 국내 웹툰 시장 규모는 매년 성장하여 2020년 1조 원 전망, 최근 일본·북미 등에서 관련 플랫폼 이용자 및 콘텐츠 수출액이 증가하고 있어 성장세 유지가 예상됨
- 특히 10-20대 인터넷 이용자 2명 중 1명은 웹툰/웹소설 이용 경험이 있다고 응답해, 젊은 층을 겨냥한 마케팅 채널로서 경쟁력을 확보함

유료 이용 경험은 네이버웹툰> 카카오페이지> 다음웹툰 순

유료 웹툰/웹소설 서비스 이용 경험률



주요 웹툰 플랫폼 광고 상품 유형

형태	특징	기대효과
웹툰 연재형	브랜드/기업/제품 주제로 웹툰 시리즈를 제작하여 연재 (작가 제휴)	-스토리정보 전달 -기간 내 이슈 확산
PPL형	작품 스토리 내 브랜드 노출하거나 작품 하단에 해당 작가가 직접 그린 광고 소재 노출	-작품or작가의 팬덤 활용 -광고 거부감 완화
일반 노출형	연재 작품 엔딩에 배너 or 동영상 노출	-일반 배너 대비 높은 가시성 및 주목도
보상형	광고/이벤트 참여 시 리워드 제공	-인게이지먼트 증대

* Source : 나스미디어 '2020 NPR', 네이버웹툰/카카오페이지 매체소개서

- 다양한 인기 작품 및 작가를 보유한 네이버·카카오 기반 웹툰 플랫폼의 이용률이 높으며, 그 중에서도 네이버웹툰(59.9%)이 가장 독보적
- 네이버웹툰, 카카오페이지 등 주요 플랫폼은 높은 주목도와 특정 작품 및 작가에 대한 선호도를 브랜드 광고에 활용할 수 있는 다양한 광고 상품 보유

말레피센트2 - 주요 메인 고정상품 및 웹툰 지면 활용 캠페인

Campaign Summary



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Media Strategy

- 네이버 및 유튜브 메인 지면 고정상품(커플보드, 마스트헤드)을 통해 커버리지 극대화
- 여성 팬이 많은 네이버웹툰 내 PPL 집행 및 주요 동영상 상품 여성 타깃팅 적용

Results

- 트래픽이 높은 메인 지면에 자동 재생되는 동영상 상품을 활용해 광고 주목도 증대
- 네이버웹툰 내 PPL 및 빅배너 상품 모두 동영상 소재로 집행해 높은 예고편 조회수 확보

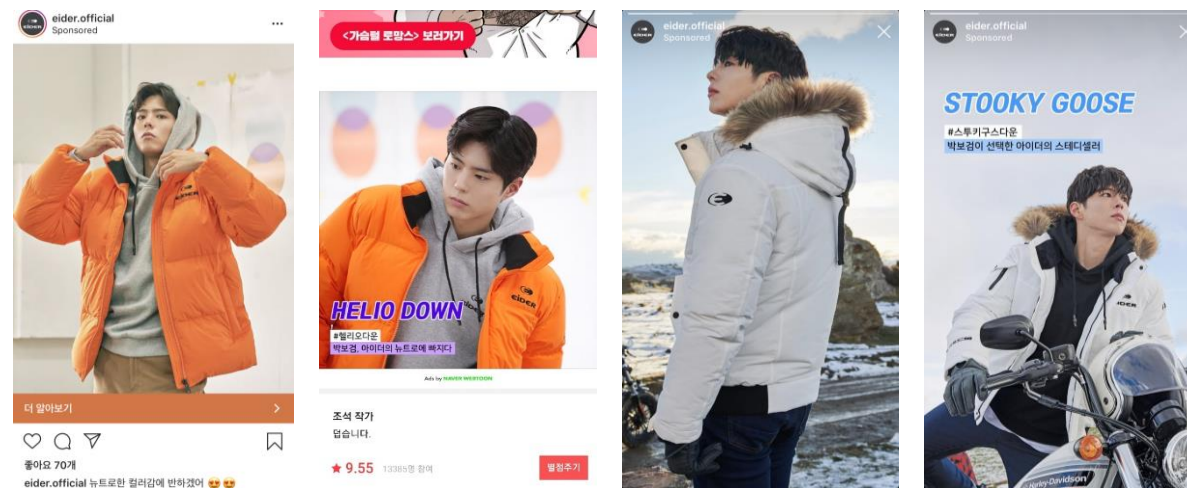
■ Period : 19.09.23 ~ 19.10.27

■ Target : 1834여성

■ Media : 네이버, 유튜브, 페이스북, CGV 등

아이더 - 신제품 이미지 노출 확산 및 사이트 유입 유도 캠페인

Campaign Summary



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Media Strategy

- 2019년 F/W 신제품 이미지 노출 확대를 목표로 페이스북, 인스타그램 게시물 광고 집행
- 10-20대 타겟 접점인 네이버웹툰 지면 배너를 활용해 랜딩페이지 클릭 유도

Results

- 약 30종 이상의 이미지 소재를 활용해 반복 노출로 인한 광고 피로도 최소화
- 인기 웹툰 페이지 내 빅사이즈 배너 운영을 통해 우수한 CPC 효율 확보

■ Period : 19.09.23 ~ 19.12.31

■ Target : 1829MF

■ Media : 네이버, 페이스북, 인스타그램

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

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청