IPTV AD CASE STUDY

2021년 02월 | 교육 업종 편

nasmedia

교육 업계, 에듀테크 열풍

코로나19로 인해 온라인 수업이 일상으로 자리매김하며 **에듀테크를 기반으로 한 비대면 교육**이 가속화 되었습니다.
많은 교육 업체는 모바일 기반 교육 서비스와 인공지능(AI)을 활용한 학습자 맞춤형 교육을 내세우며 **스마트 홈러닝 시대를 개막**했습니다.

유·아동 교육 : **아이스크림에듀**

- 빅데이터 기술 기반 AI 학습 분석 서비스 'AI 생활기록부'는 학습 수행률, 정답률, 정오답 문항의 특성 등을 분석하여 개인별 맞춤 학습 분석 서비스 제공
- 스스로 말하는 학습기 AI 튜터 '아이뚜루' 서비스로 학습 과정을 동행하고 대화하며 비대면 코칭 진행

중등 교육 : **대성마이맥**

- 20년 12월, 수학 교육 서비스 모바일 앱 '구해' 출시, 수학 기출 문제에 대한 다양한 방식의 풀이법 제공하여 학습자 맞춤형 문제 풀이 가능
- 학습한 문제와 연관된 문제 추천 서비스 및 앱을 통한 질의응답 서비스 제공

어학 교육 : **야나두**

- 랜선 해외여행, 패턴 말하기 영어, 원서 읽기 등 다양한 카테고리의 영어학습 자료를 오디오 콘텐츠로 구성한 '야나두 오디어 영어' 서비스 출시
- AI 음성 트레이닝 기능을 결합하여 학습자가 직접 말하고 발음 교정하며 연습 가능

홈스쿨링 플랫폼으로 진화하는 IPTV

교육 업체 뿐만 아니라, IPTV 업계도 TV 플랫폼을 활용한 비대면 교육 서비스에 공격적으로 나서고 있습니다.
기존 유아 중심의 콘텐츠에서 **초등교육까지 범위를 확장하며 홈스쿨링 플랫폼으로 진화**하고 있습니다.

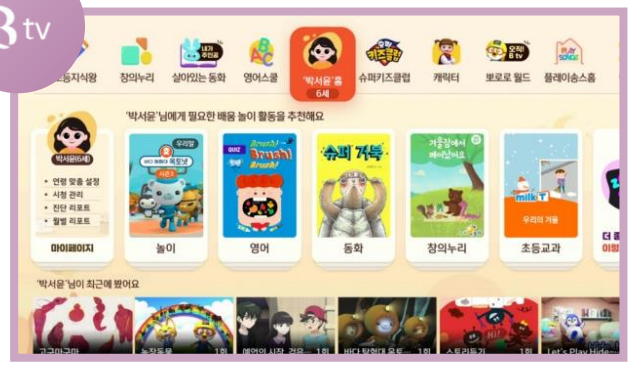
olleh tv

키즈랜드 장르 중 **'홈스쿨' 콘텐츠** 이용량 연간 누적 1,200만 건 기록
코로나19 이전 대비 **월평균 60% 가량 급증**

–

스마트러닝 기업 '시공그룹'과의 제휴를 통해
유치원생부터 초·중등학생 대상 홈스쿨링 서비스 공동 개발 예정,
기가지니의 AI 기술이 적용된 'AI홈런' 서비스 olleh tv 통해 선보일 계획

B tv



ZEM키즈, 영어교육기관 윤선생과 스마트학습 밀크T 등
외부 학습 콘텐츠와 제휴하여 **교과과정 연계 콘텐츠 확대**

–

'우리 아이 맞춤형 추천 서비스' 기능으로
자녀의 연령·수준·성향에 맞게 교육 콘텐츠 추천 및 종학 학습 관리,
최대 3명까지 자녀별 프로필 등록하여 맞춤형 교육 가능

U+tv

U+아이들나라 '누리교실' 서비스 만 3~5세 영유아 중심에서
만 6세 예비 초등학생 시청자 중심으로 콘텐츠 개편 진행,
개편 이후 전년 동기 대비 **이용횟수 186% 증가**

–

20년 9월 초등 맞춤형 서비스 **'U+초등나라'** 런칭,
EBS 스마트 만점왕, 리딩게이트 등 전문 콘텐츠와 제휴 및
증강현실(AR) 등 실감 미디어와 창의교육 콘텐츠 제공

IPTV 광고 적극 활용하는 교육 업종

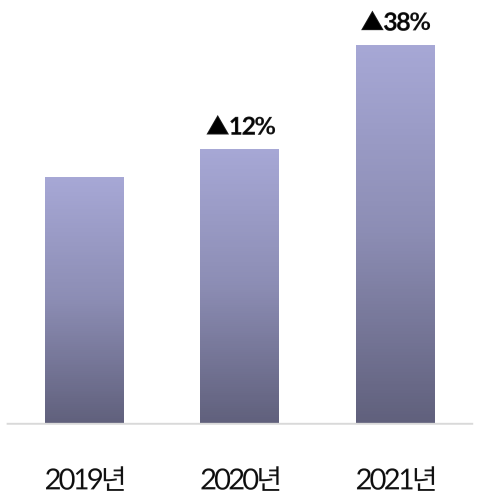
홈스쿨링 플랫폼 IPTV를 활용한 교육 업계의 적극적인 마케팅도 두각을 나타냈습니다.
특히, 올해는 거리두기 영향으로 학원을 통한 대면 수업이 제한되면서 **연초 초·중등교육 업종의 IPTV 광고 집행이 적극적**이었습니다.

교육 업종 IPTV 광고비 추이

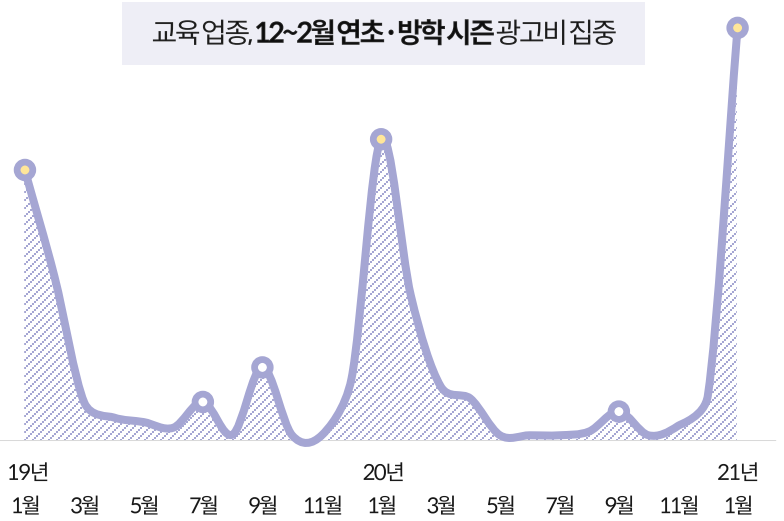
※나스미디어집행캠페인기준

연도별 1월 광고비 증가 추이

(%: 전년 대비 증가율)

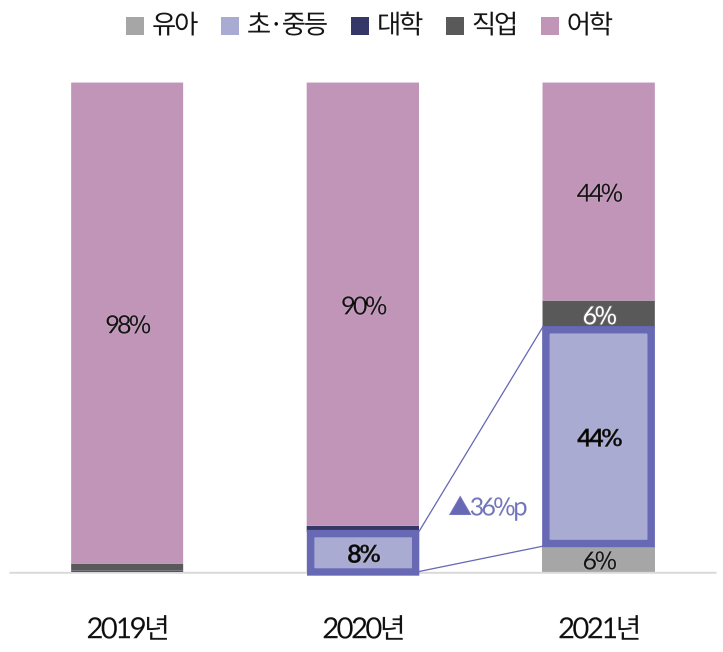


월별 광고비 비중 추이

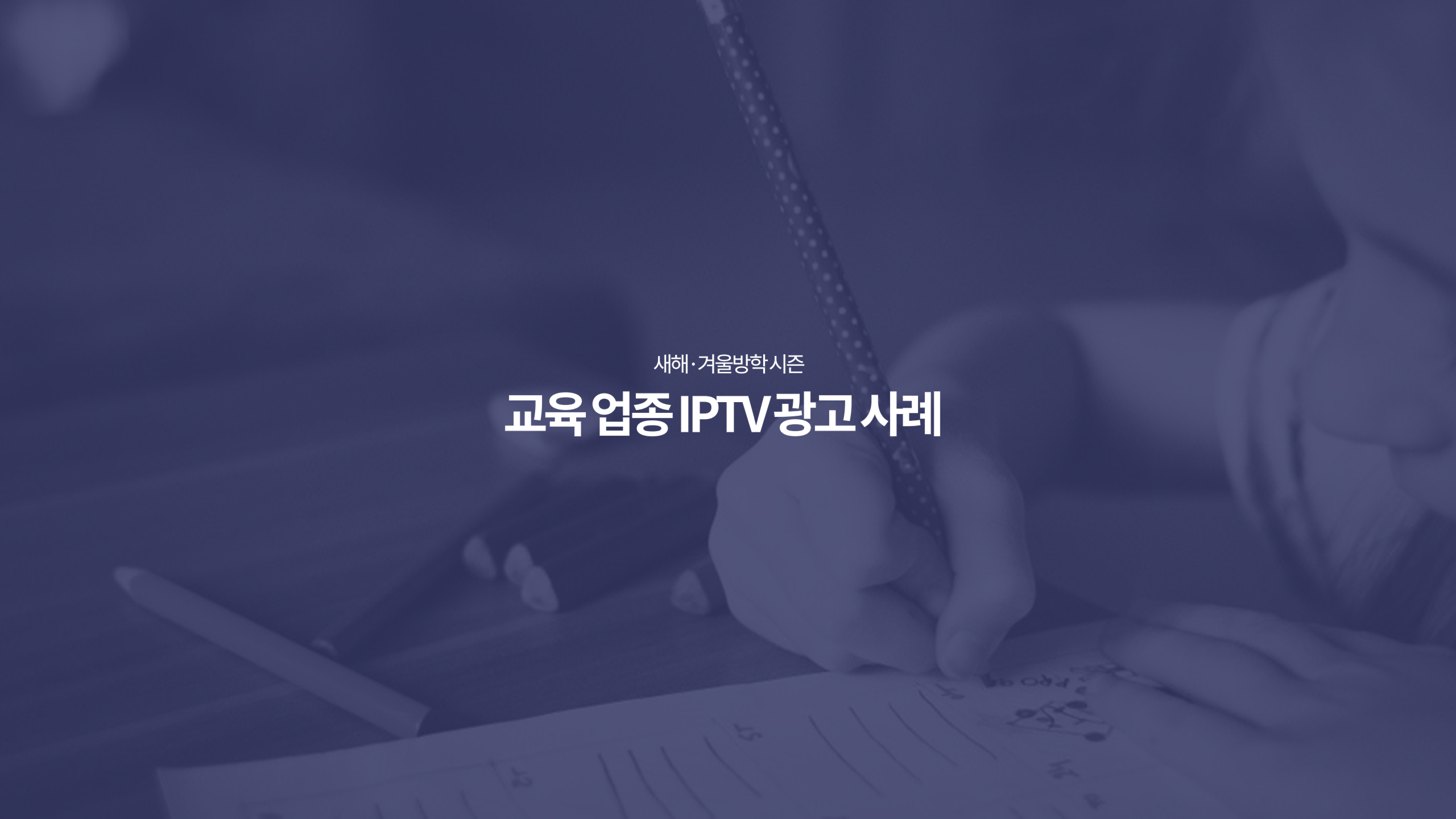


교육 광고주 업종별 IPTV 광고비 비중

※매년1월나스미디어집행캠페인기준



nasmedia



새해·겨울방학 시즌

교육 업종 IPTV광고 사례

CASE1. 단기간 대량 노출로 매체 점유율 증대

※나스미디어 집행사례 기준

Campaign Summary

· 광고주/브랜드 : 직업 교육 브랜드 · 집행기간 : 2021년 1월(1주) · 집행 매체 : B tv SBA

Campaign Strategy

· 교육 성수기 시즌 단기간 광고 집중 노출을 위해 21년 신규 출시한 **B tv SBA '노출&Reach 극대화형' 상품** 활용

· 84개의 실시간 채널에서 발생하는 **모든 B tv SBA 광고의 첫번째 슬롯 독점**하며 전방위적 광고 노출 진행

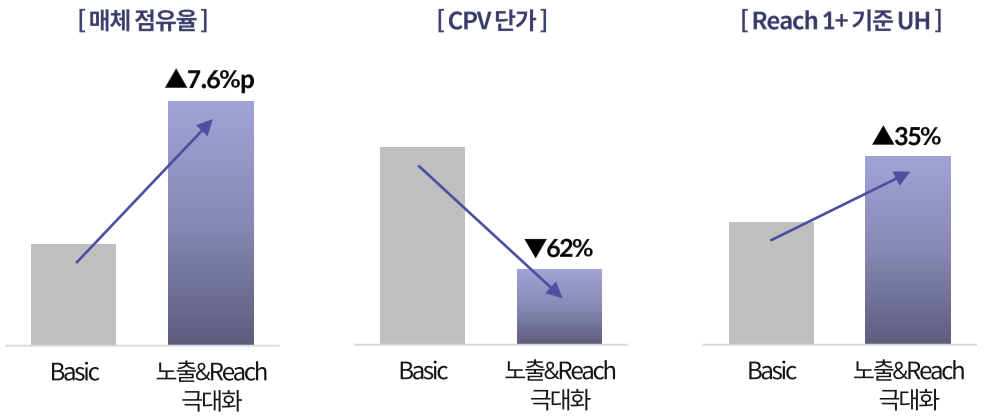
· B tv 실시간 채널 광고 전체 인벤토리의 약 13% 노출 점유율을 확보하며, **대량 노출을 통해 단기간 브랜드 인지도 제고**

SBA 노출&Reach 극대화 상품

B tv SBA 노출&Reach 극대화 상품

- 84개 채널 모든 SBA 광고 영역 1slot 노출로 대량 노출 효과
- 실 CPV 1원 이하 보장으로 캠페인 운영 효율 극대화

SBA 'Basic 상품' vs. '노출&Reach 극대화 상품' 효과·효율 비교



※Basic 상품 SOV, CPV: 동일 금액(정책 최대 보너스율 적용, 15초 소재, 논타겟팅) 보장 노출량 기준 ※Basic 상품 UH : 매체사 제공 예측치

nasmedia

CASE2. 다양한 타겟팅 옵션 교차 적용으로 코어타겟 집중

※ 나스미디어 집행사례 기준

Campaign Summary

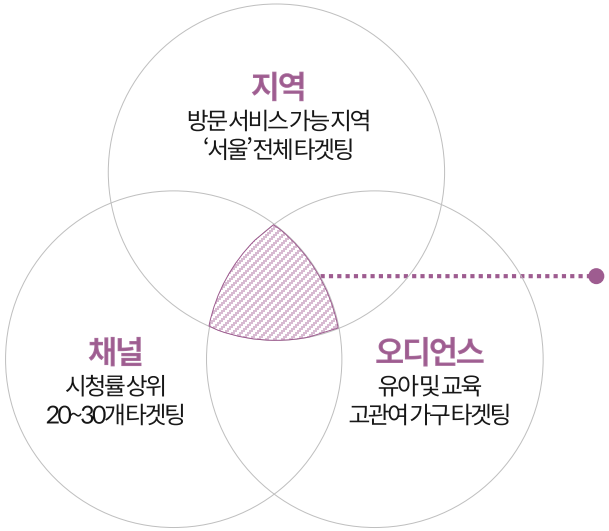
· 광고주/브랜드 : 유아 교육 브랜드 · 집행기간 : 2020년 11월~12월 · 집행 매체 : IPTV 3사 실시간 채널 광고

Campaign Strategy

· 겨울방학 시즌 앞두고 가정 방문 유아 교육 서비스 홍보 위해 IPTV 3사 실시간 채널 광고 진행

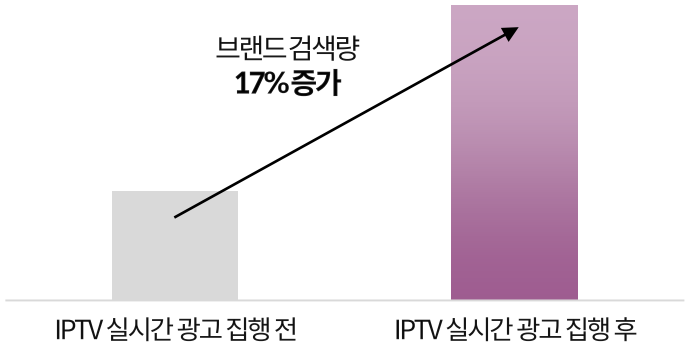
· 서비스 가능 지역 타겟팅과 함께 시청률 상위 채널 타겟팅, 유아 관심사 타겟팅을 **교차적용하여 코어 타겟 접점 강화**

· IPTV 3사 실시간 채널 광고 집행 후, 포털사이트 **브랜드 검색량 증가 효과**



유·아동대상 방문교육 서비스
관여도가 높은 핵심 타겟 설정

IPTV캠페인 집행 전 vs. 집행 후 일평균 검색량 비교



※ 타 매체의 경우, IPTV 실시간 광고 집행 전/후 동일하게 운영 ※ IPTV 캠페인 라이브 시점 전/후 22일 네이버 통합 검색량 데이터 기준

nasmedia

CASE3. 장기 집행을 통한 Reach 확대

※나스미디어 집행사례 기준

Campaign Summary

· 광고주/브랜드 : 어학 교육 브랜드 · 집행기간 : 2020년 1월~4월 · 집행 매체 : IPTV 3사 VOD

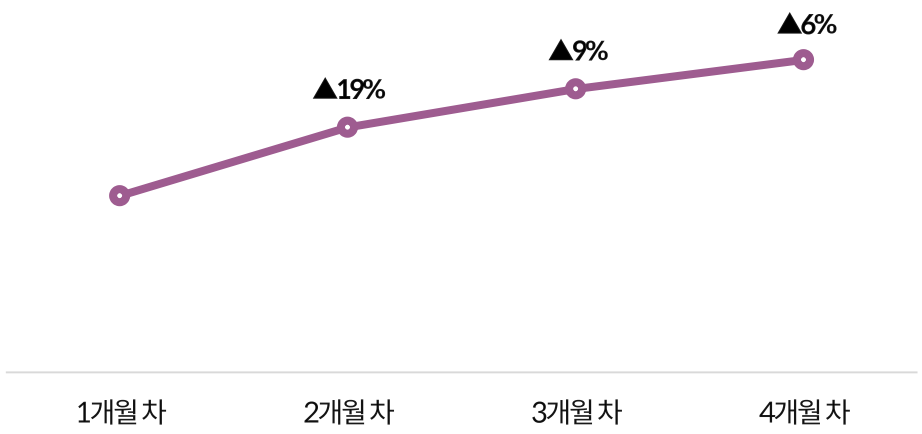
Campaign Strategy

· 시장 점유율 1위 어학 교육 브랜드, 매년 교육 업종 성수기 시즌 브랜드 환기 위해 주기적 IPTV 광고 집행

· 인지도가 높은 브랜드로, 단기간 고액 집중 노출을 통한 대량 노출이 아닌 **3개월 이상 장기 집행을 통해 브랜드 재인율 향상** 목적 캠페인 운영

· 장기간에 걸친 꾸준한 광고 집행으로 **단기 집행 대비 높은 캠페인 기간 누적 UH 확보**

집행 월별 누적 UH(Unique Households) 추이 (%: 전월 대비 UH 증가율) ※olleh tv 집행기준



동일 금액 기준 장기 집행 vs. 단기 집행 UH 비교

※장기 집행 UH : 4개월 집행 기준 실 집행 데이터 ※단기 집행 UH : 동일 금액 1개월 집행 시의 nthology 예측치

nasmedia

Appendix. 나스미디어 교육 업종 클라이언트

나스미디어 디지털방송팀
mbiz@nasmedia.co.kr

nasmedia