CASE STUDY Vol.336

자동차 광고주 캠페인 성공 사례

Case study
2022.12

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

자동차 광고주 캠페인 성공 사례

ISSUE CHECK

- 2022년 자동차 수출액 역대 최고 경신 전망, 2023년에도 상승세 유지 예상
- 신규 에너지원 활용 · 최신 기술 결합 등 자동차 산업 패러다임 변화

CASE STUDY

- 광고주 A – 타깃 노출 극대화 및 시승 신청 페이지 유입 증대 캠페인
- 광고주 B - 타깃 특화 매체 활용한 도달율 증대 캠페인

01

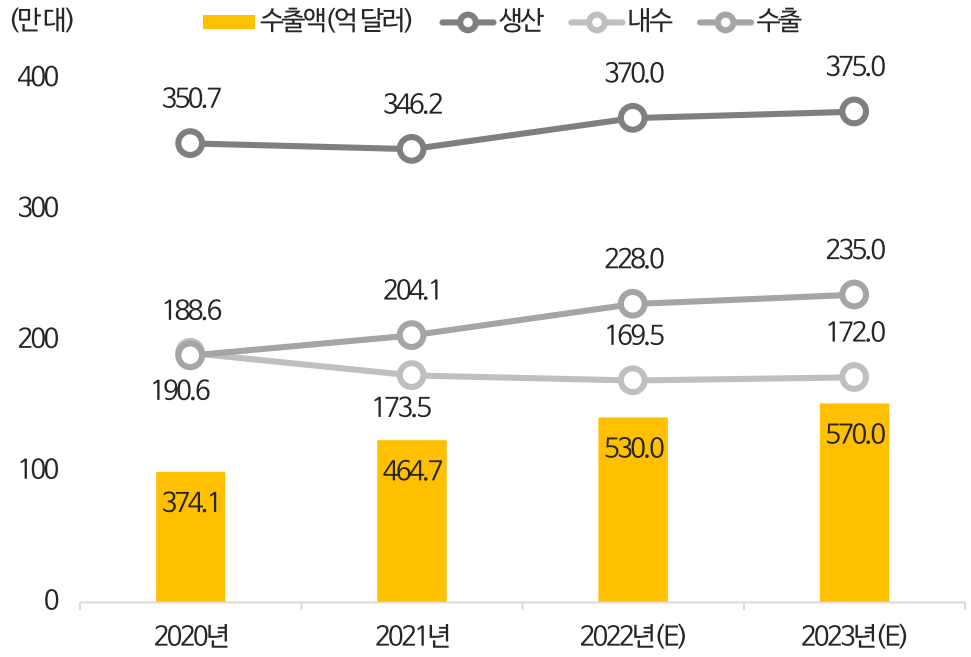
ISSUE CHECK

nasmedia

2022년 자동차 수출액 역대 최고 경신 전망, 2023년에도 상승세 유지 예상

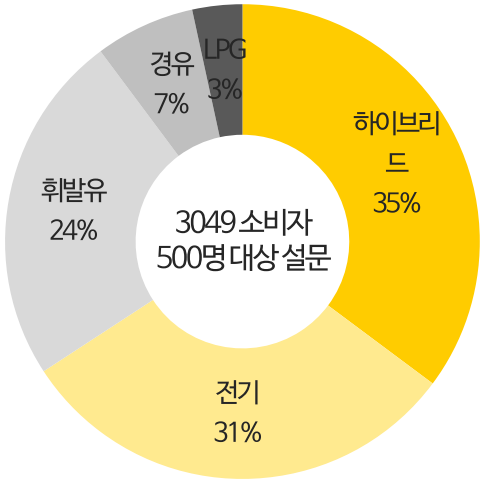
- 한국자동차산업협회 '2022년 자동차산업 평가 및 2023년 전망' 보고서 발표, 2023년은 차량용 반도체 수급 회복과 더불어 누적 수요가 이어지며 전년 대비 소폭 성장 기대
- 소비자는 자동차 구매 시 하이브리드, 전기차 순으로 선호도를 나타내 친환경 차에 관심을 보였으며, 가장 선호하는 차량 형태로는 SUV가 압도적으로 높게 나타남

| 2023년 자동차 산업 전망 |

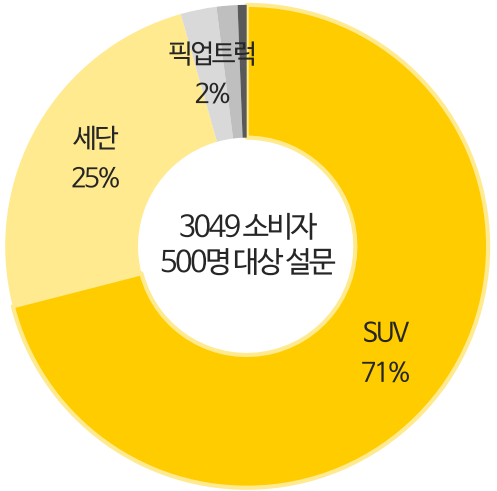


| 2022년 하반기 신차 선호도 조사 결과 |

Q. 신차 구매 시 가장 선호하는 유종은 무엇인가요?



Q. 신차를 구매한다면 가장 선호하는 차종은 무엇인가요?



* Source : 한국자동차산업협회, K Car

nasmedia

신규 에너지원 활용 · 최신 기술 결합 등 자동차 산업 패러다임 변화

- 팬데믹으로 인한 공급난을 경험한 세계 자동차 시장은 급변하는 글로벌 시장 환경에 대응하기 위해 미래 전략 모색 필요성 대두
- 새로운 자동차 산업 성장동력 선점을 두고 주요 자동차 생산국 간 경쟁 심화, 미래차 생태계 전환 및 모빌리티 신사업으로 자동차 산업 확장 진행 중

| 글로벌 자동차 시장의 5대 트렌드 |

1. 글로벌 탄소중립

· 유럽연합, 미국, 중국 등 공격적 친환경차 보급
· 2030년 전 세계 친환경차 판매 비중 약 50% 전망

2. 공급망 불안 일상화

· 코로나19, 러·우 사태 및 요소수 등 수급난 수시 발생
▶생산물량, 제조원가에 영향

3. 가치사슬의 변화

· 보호무역주의 및 자국우선주의 확산
· 자국산에 유리한 전기차 보조금 체계 운영

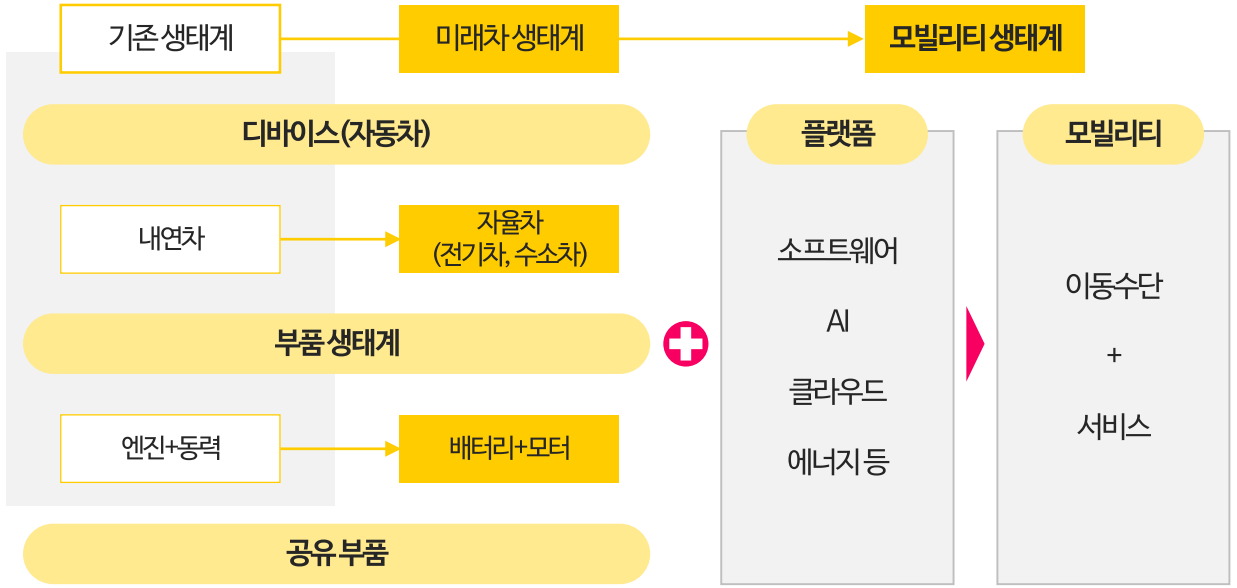
4. 분업체계 변화

· 전통적 수직 체계 붕괴
▶수평적 분업 구조 확대 + 공급망 내재화

5. 산업경계의 확장

· 자율주행·커넥티드 기술 서비스 분야로 확산
· 반도체·배터리·소재·에너지 타산업과의 융복합

| 자동차 시장 생태계 변화 |



* Source : 산업통상자원부

nasmedia

02

CASE STUDY

nasmedia

광고주 A – 타깃 노출 극대화 및 시승 신청 페이지 유입 증대 캠페인

| Campaign Summary |

- 집행 기간 : 2022년 4분기 내
- 캠페인 타깃 : 2554MF, 자동차·디자인·친환경 관심사 타깃
- 집행 매체 : 네이버, 카카오, 유튜브, SMR, 카카오T, 티맵 등

| Strategy & Result |

- 다양한 매체를 활용하여 타깃 접점 극대화, 동일 소재 집행으로 브랜드 이미지 강화
- 네이버·카카오 등 빅매체 및 TVC 병행하여 대세감 조성, 수송 APP 내 광고 집행으로 주목도 증대
- 브랜드 행사 기간 내 매체별 구좌제 상품을 추가 집행하여 인지도 및 유입 극대화

캠페인 운영 전략 및 주요 성과

1. 매체 운영 전략

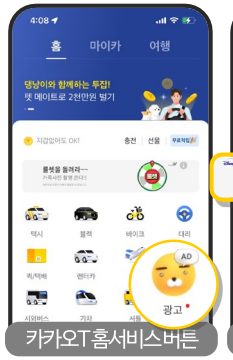
NAVER kakao

네이버(성과형 메인, 타임보드, 스페셜DA),
카카오(네이티브, 비즈보드) 등
빅매체 상품을 TVC와 병행하여 대세감 조성

YouTube SMR

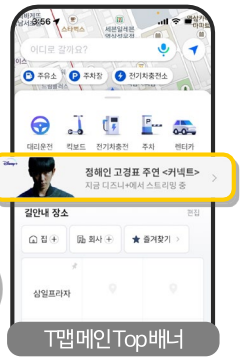
유튜브 인스트림, 범퍼애드 및
SMR 데모 큐레이션 상품 집행으로
연령·관심사 타깃 접점 극대화

카카오T



카카오T홈서비스버튼

T맵



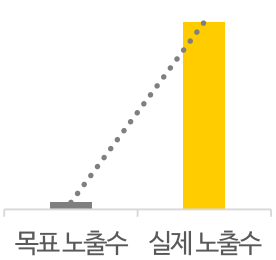
T맵메인Top배너

카카오T·T맵 등 수송 APP 내
광고 집행으로 주목도 및
브랜드 이미지 강화

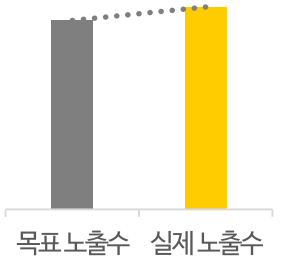
2. 캠페인 주요 성과

브랜드 행사 시점에 특정 매체별 구좌제 상품 추가 집행하여 유입 극대화

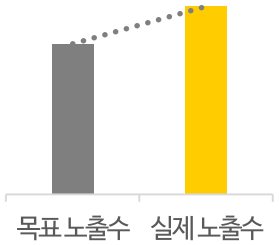
카카오T : 목표 대비 **2,718%** 달성



네이버: 목표 대비 **107%** 달성



카카오 비즈보드 CPT: 목표 대비 **125%** 달성



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

광고주 B – 타깃 특화 매체 활용한 도달율 증대 캠페인

| Campaign Summary |

- 집행 기간 : 2022. 11. 01 ~ 2022. 11. 30
- 캠페인 타깃 : 3059M
- 집행 매체 : 애드패커, 엔카, 버즈빌 등

| Strategy & Result |

- 성·연령 데모 타깃팅과 브랜드 관련 키워드 타깃팅 병행하여 타깃 접점 확보
- 각 하위 차종 브랜드별로 기간에 따라 소재 교체하여 다양한 혜택 강조
- 메인 타깃 중심의 매체 상품 집행, 목표 수치 대비 높은 실 노출수 기록

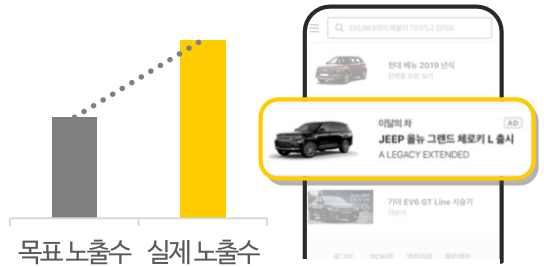
캠페인 운영 전략 및 주요 성과

1. 타깃팅 및 매체 운영 전략

데모 타깃팅: 3059 남성	buzzvil	노출형 인앱/네이티브/홈 노출형 리워드 상품으로 노출 증대, 시승 이벤트 페이지로 랜딩
자사 + 경쟁사 모델 키워드 타깃팅	Encar	네이티브 AD 모델 타깃팅 통해 전환율 증대
DMP 타깃팅	adpacker	DA 통합배너 나스미디어 DMP + SKP DMP 활용하여 자동차 관련 타깃팅

2. 집행 결과 – 엔카 모바일 주요 상품

브랜드 A– 이달의 차
목표 달성률 177%



브랜드 B – 브랜드 임팩트
목표 달성률 130%

* 실제 광고주와 관련 없는 매체 공식 소개서 이미지입니다.

* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

홈페이지에서 확인하기

나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
   출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
   보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
   예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)

Copyright © NASMEDIA Co., LTD. All Rights Reserved

nasmedia