

03. Case study : 디지털 미디어 광고 사례 연구

nasmedia
more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.
Contact Us 2F,3F,4F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399

Index

Internet_Tiffany & Co.

Mobile_BMW

OOH_고려사이버대학교

Tiffany & Co. – Tiffany & Co.

[Creative]

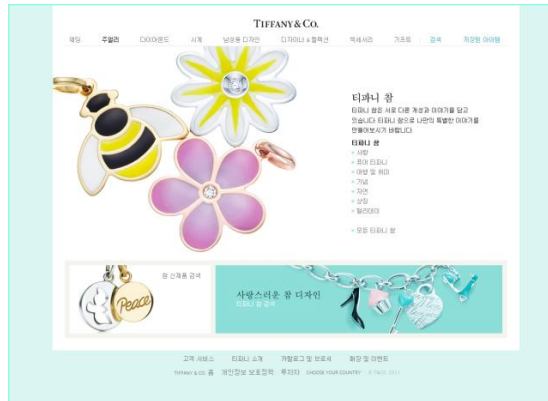


포털 초기면과 패션 매체를 활용하여 티파니 한국어 공식 웹사이트 런칭 고지

티파니 한국어 웹사이트가 공식 런칭되면서, 런칭 고지를 위한 캠페인을 집행하였다. 효과적인 메시지 전달을 위해 포털과 패션 웹진을 중심으로 한 캠페인을 전개하였다. 주요 포털 초기면의 유저 인터랙티브가 가능한 상품을 활용하여 도달률을 높이고, 타깃 관심이 높은 패션 웹진 및 DM을 활용하여 유호 타깃에게 효과적으로 광고를 노출시켰다.

결과적으로 제안 대비 우수한 캠페인 결과를 기록하며 런칭 고지 및 이슈화에 성공하였다. 주요 포털 초기면과 패션 웹진 DM을 통해 다수의 클릭이 발생해 랜딩 페이지로의 유입을 이끌어 공식 웹사이트 런칭 고지라는 캠페인 목표를 성공적으로 달성하였다.

[Link page]



Campaign Profile

브랜드 : Tiffany & Co.
 대행사 : 유니버설맥켄
 캠페인타깃 : 25-34세 남녀
 집행기간 : 2010년 11월 29일 ~ 12월 26일
 집행매체 : 네이버, 다음, 엘르, 스타일닷컴, 아이키스유

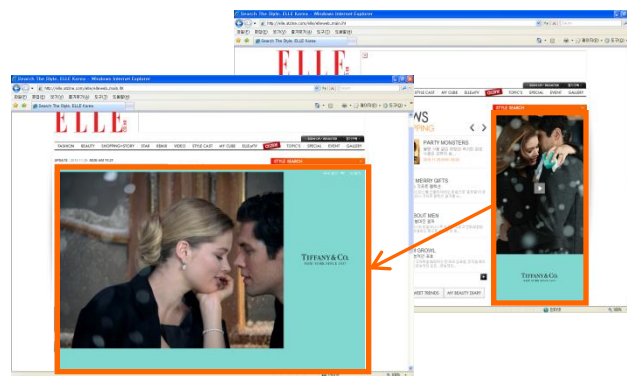
Campaign

[네이버 롤링보드/다음 상단 배너 진행]



» 초기면 집중 집행을 통해 도달률 극대화한 런칭 고지

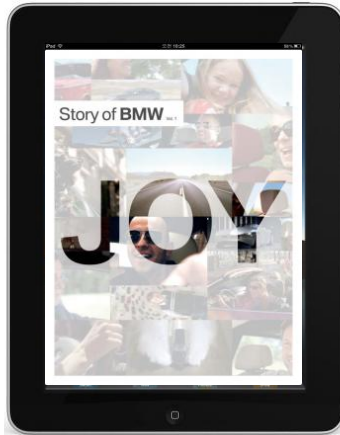
[패션 웹진 초기면 및 DM 발송]



» 유저 관심이 높은 패션 웹진 메인 및 DM을 활용하여
유효 타겟 노출 강화

BMW코리아

[브랜드북]



아이패드에 최적화된 e-BOOK 형태의 광고를 통해 타깃 대상 차별화된 브랜드 경험 및 정보 제공

코어 타깃인 2030 남성을 대상으로 차별화된 브랜드 경험을 제공하기 위해, 2030 남성 이용율이 높고 콘텐츠의 구성 및 형태를 자유롭게 구현할 수 있는 아이패드 브랜드북 상품을 활용했다.

768*1024의 고해상도 콘텐츠와 아이패드의 인터랙션 기능을 활용해 BMW의 기업 철학과 브랜드 스토리의 효과적인 전달이 가능했고, 국내 최초 아이패드 전용 광고 집행으로도 이슈화되었다.

Campaign Profile

브랜드 : BMW
 광고주 : BMW코리아
 대행사 : 리퀴드 캠페인
 캠페인타깃 : 20-30세 남성
 집행기간 : 2011년 12월 ~ 2012년 2월
 집행상품 : 브랜드북

Campaign

[브랜드북 노출 프로세스]



〈북카페 앱 실행〉



〈앱 로딩 화면〉



〈북카페 앱 초기화면〉



〈브랜드북 첫페이지〉



〈브랜드북 읽기〉

[브랜드북 실행 화면]



〈세로보기 화면〉



〈가로보기 화면〉

고려사이버대학교

[Creative]



지하철5678호선 88개 역사 내 670여 개 PSD 독점, 고려사이버대학교 2011 전기 모집 광고 집행

고려사이버대학교의 2011 전기 모집 광고를 대표 상업/주거지구를 연결하는 지하철 5,7,8호선에 집중하여 스크린도어 조명광고를 1개월간 고정 노출하였습니다. 각 호선의 약 80% 이상을 점유했고, 6호선의 경우 SA급 역사 위주로 선별하여 집행하였습니다.

전체 집행 역사 중 97% 역사의 라인을 독점 진행, 연속적 소재 배치를 통해 주목도를 극대화하였고, 고려사이버대학교의 브랜딩과 2011 전기 모집에 대한 메시지를 효과적으로 전달하였습니다.

결과적으로 70% 이상이 10-30대인 지하철에 1개월 간 고정 노출하여 젊은층의 대학 지원자가 크게 증가하였습니다. 실제로 광고가 집행되었던 12월 진행된 우대모집에서 30세 이하 지원자가 53.8%를 차지하였고, 10대 지원자는 전년도 전기 입시 대비 3배 가량이 증가하는 결과를 보였습니다.

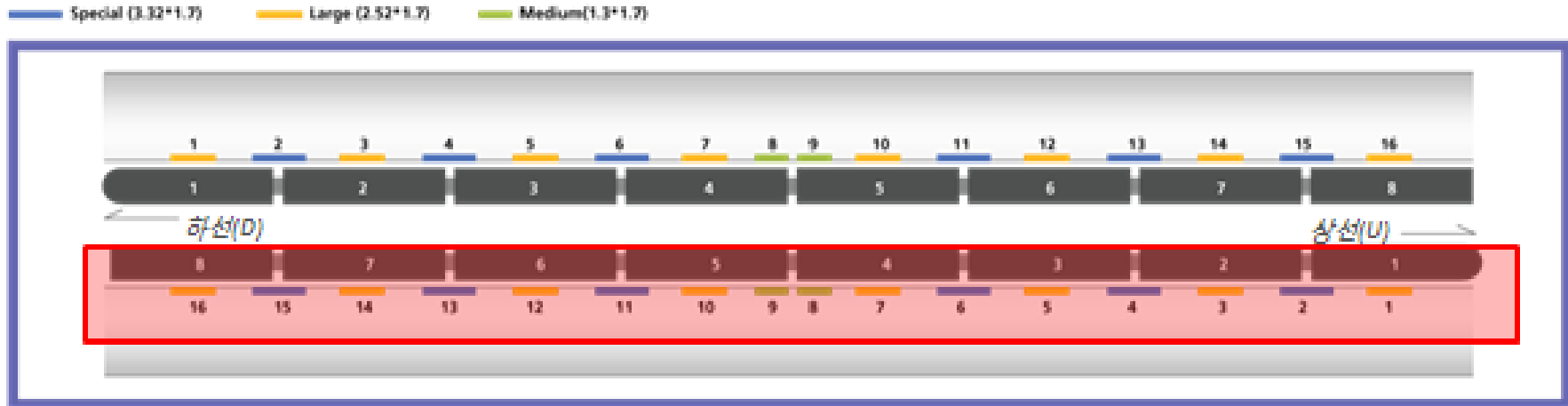
*PSD : Platform Screen Door

Campaign Profile

브랜드 : 고려사이버대학교
 대행사 : 토이인터랙티브
 캠페인타겟 : 18세-30세 남녀
 집행기간 : 2010년 12월 1일 ~ 12월 31일
 집행매체 : 지하철5678 PSD

고려사이버대학교

[고려사이버대학교 독점 주요 진행 형태]



◀ 하프 독점 - 라인 형태

지하철 역사 내 상/하선 PSD 라인 독점,
라인 전체 연속 노출



전체 집행 역사의 97%의 라인을 독점하여 노출 커버리지 확보
라인독점 위주의 진행으로 메시지의 연속성과 주목도 극대화

More than Expected!

We differentiate your business
with network advertising service

| nasmedia
more than expected!