

## IV. 해외 및 국내 진행사례 리포트

1. 온라인
  - 해외 사례 : Microsoft "Microsoft Internet Explorer 9"
  - 국내 사례 : 옥시 데톨 "데톨 광고 모델 콘테스트 프로모션"
2. 모바일
  - 해외 사례 : Sony Pictures "Pirates Of The Caribbean 2011"
  - 국내 사례 : CJ E&M 영화 "퀵"
3. 디지털 OOH
  - 해외 사례 : HYUNDAI "2011 엑센트" \_ 3D Projection Mapping  
Unilever "Wall's Magnum Ice Cream"  
Canada Quebec city \_ save lives
  - 국내 사례 : HP "ENVY DAY 3D" 공연

2011-06

# 해외 사례\_온라인

## 3D 애니메이션을 통한 눈을 사로 잡는 구현

Microsoft "Microsoft Internet Explorer 9"



구분	내역
광고주 / 국가	Microsoft / Spain
업종 / 캠페인	Tech/Internet / Microsoft Internet Explorer 9
광고형식	Home Page Takeover
크리에이티브 특징 (Creative Features)	3D 애니메이션이 눈을 사로 잡는 형태로, IE9로 새로운 웹을 경험한다는 내용의 배너구현을 함. 1회 구현 후 마우스 오버 하면 다시 구현되고, X에 오버하면 구현 안됨

URL – [http://origin.demo.mediamind.com/Europe/Spain/demos/microsoft/ie9\\_wp\\_msn\\_ab11/](http://origin.demo.mediamind.com/Europe/Spain/demos/microsoft/ie9_wp_msn_ab11/)

# 국내 사례\_온라인

## 모바일+온라인을 함께 진행하여 타겟 점점 극대화

옥시 데틀 “데틀 광고 모델 콘테스트 프로모션”



모바일 - 페이스북, 트위터 연동 페이지

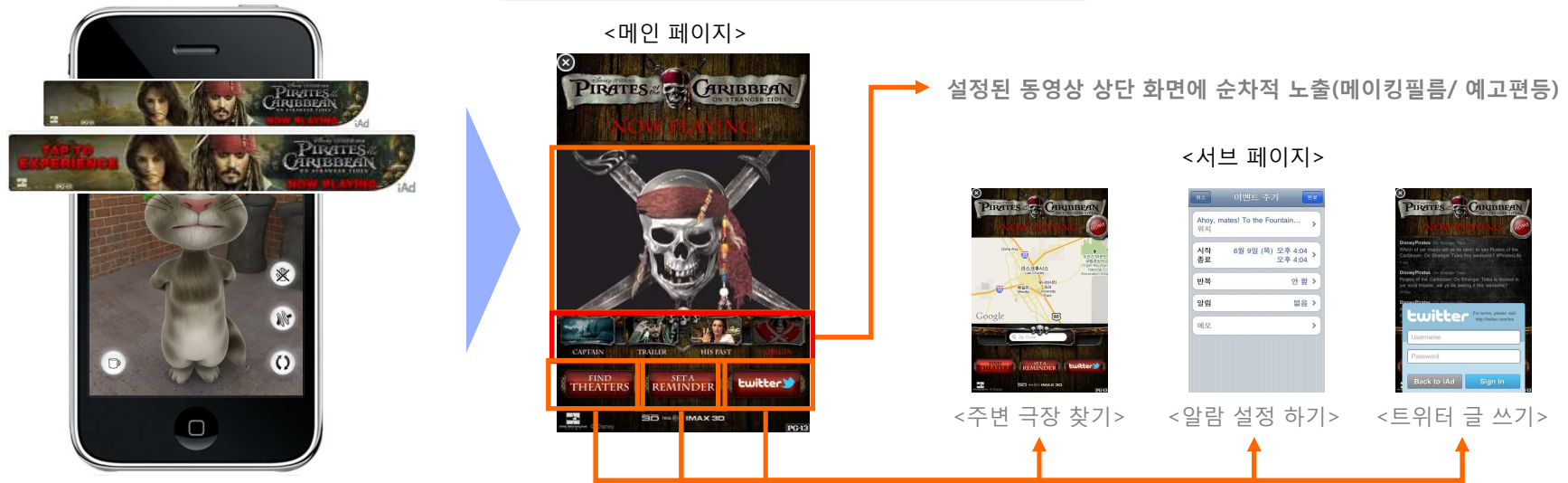
페이스북 CPC배너 이미지 및 페이스북 내 팬페이지

구분	내역
광고주 / 국가	옥시(Oxy) / 한국
기간 / 캠페인	5월 중/ 데틀 광고 모델 콘테스트 프로모션
광고형식 및 집행매체	다음 모바일 Ad@m, 배너광고, 페이스 북
광고 집행 특징 및 결과	모바일 광고의 랜딩페이지를 SNS(트위터/페이스 북)로 분할 운영함과 동시에 페이스 북 내 CPC 광고 진행으로 타겟 커버리지 확대와 함께 지속적인 관계 유지 유도-> 페이스 북 팬 수 : 3,945명 (2011/6/2 기준) / 광고모델 응모자 수 : 1,004개 (2011/6/2 기준)

# 해외 사례\_모바일

HTML5를 이용한 주목도 높은 랜딩페이지 구성으로 기대감 극대화

Sony Pictures "Pirates Of The Caribbean 2011"



구분	내역
광고주/ 국가	Disney / USA
노출 플랫폼 / 캠페인	iAd / Pirates Of The Caribbean: On Stranger Tides, 2011
광고형식	모바일 이미지 배너
크리에이티브 특징	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 플래쉬 배너와 같이 움직이는 이미지형태의 배너 노출</li> <li>2. 주목도 깊은 랜딩페이지 구성을 통해 유저의 호기심 극대화</li> <li>3. 배너 클릭 시 어플이 종료되는 것이 아닌 전면 광고 형태로 랜딩페이지 구현</li> </ol>

# 국내 사례\_모바일

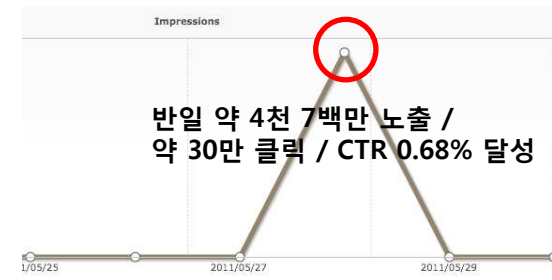
## 모바일 빅뱅(반일 집중 노출)을 활용한 영화 홍보

애드몹\_Click to Video상품

애드몹\_빅뱅(반일 집중 노출) 진행



반일(14:00 ~ 24:00) 집중 노출을 통한 브랜드 인지도 극대화 (SOV점유율 : 약 60%)



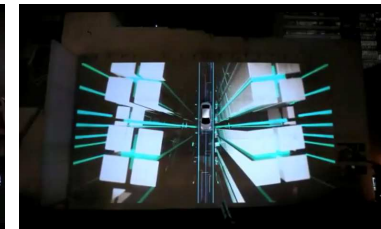
▲ App. 실행 후 배너 클릭 시 광고주 유튜브 페이지로 전환 되며, 동영상 노출

구분	내역
광고주/ 국가	CJ E&M / 한국
노출 플랫폼 / 캠페인	Admob / 영화 "퀵" 개봉 전 홍보를 통한 인지도 극대화
광고형식	모바일 이미지 배너 → 동영상 재생
특징	1. 반일 폭발적인 노출(2회 중 1번은 자사 광고 노출)을 통해 브랜드 인지도 극대화 2. 동영상 광고를 통해 높은 반응률 달성

# 해외 사례\_디지털 OOH (3D Projection Mapping AD )

3D 입체 영상을 통해 실감나는 크리에이티브를 구현한 미디어파사드 광고

2011 엑센트 \_ 3D Projection Mapping



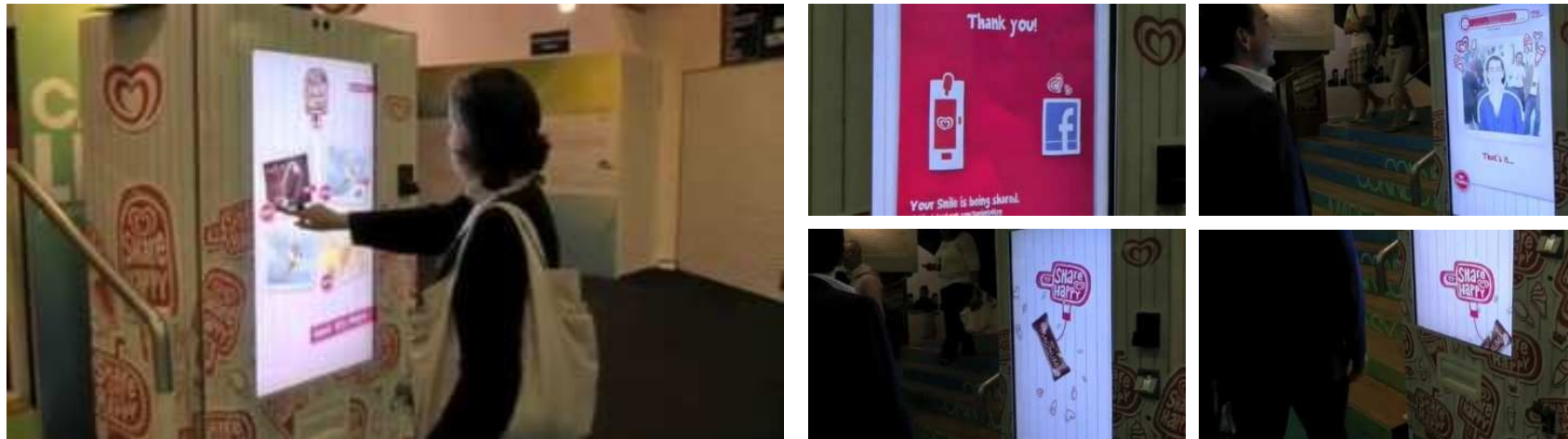
구분	내역
광고주/ 국가	HYUNDAI / Malaysia
업종/ 캠페인	Auto / 2011 New Accent
광고형식	3D Projection Mapping AD
특징	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 건물 벽면을 활용한 프로젝션 맵핑 광고</li> <li>2. "새로운 사고, 새로운 가능성" 이라는 새로운 슬로건을 가장 잘 나타낸 프로모션</li> <li>3. 실제 자동차를 매달아 보다 입체감 있고 파워풀한 비주얼을 만들어 냄</li> </ol>

출처 - [http://www.youtube.com/watch?v=tu0TRA6a21Q&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=tu0TRA6a21Q&feature=player_embedded)

# 해외 사례\_디지털 OOH (Digital Slot Machine)

인터랙티브한 체험을 통해 심폐소생술의 중요성을 강조한 공익광고

Unilever \_ Wall's Magnum Ice Cream



구분	내역
광고주/ 국가	Unilever / United Kingdom
업종/ 캠페인	Confectionery & snacks / Wall's Magnum Ice Cream
광고형식	Digital Slot Machine
특징	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 유니레버 계열사 Walls의 아이스크림 브랜드 Magnum Ice Cream 홍보를 위한 디지털 자판기</li> <li>2. "smile-o-meter"라는 사람의 얼굴표정을 인식하는 디지털 소프트웨어 내장                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미소의 정도를 측정하여 자동판매기 앞에서 환한 미소를 짓는 사람에게 공짜 아이스크림 제공</li> </ul> </li> <li>3. 촬영한 자신의 웃는 모습을 페이스북으로 공유 가능</li> </ol>

출처 - <http://blog.naver.com/stussy9505/60130530267>

# 해외 사례\_디지털 OOH (Bus Shelter AD)

인터랙티브한 체험을 통해 심폐소생술의 중요성을 강조한 공익광고

Canada Quebec city \_ save lives



구분	내역
광고주/ 국가	Quebec city / Canada
업종/ 캠페인	Public Service AD / save lives
광고형식	Bus Shelter AD
특징	1. 캐나다 동부에 위치한 퀘벡시에서 제작 _ “심폐소생술”의 중요성 홍보 2. 누워있는 남자 가슴에 있는 손바닥 모양의 “push here” 부분을 누르면 남자의 심장 박동 살아남 3. 인터랙티브한 광고를 통해 시민들이 심폐소생술의 중요성을 직접 체험할 수 있도록 함

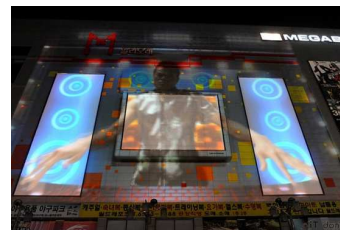
출처 - <http://blog.naver.com/stussy9505?Redirect=Log&logNo=60128030835>



# 국내 사례\_디지털 OOH (Media Façade AD)

## 3D 입체 영상을 통한 세계 최초 미디어파사드 공연 시현

Canada Quebec city \_ save lives



구분	내역
광고주/ 국가	HP / Korea
업종/ 캠페인	CPG (Consumer Packaged Goods : 소비재 제품) / ENVY DAY 3D 공연
광고형식	Media Facade
특징	1. 신촌 밀리오레 벽면을 캔버스 삼아 3D 공간 스캐닝을 통해 외벽에 직접적으로 입체 영상 구현 2. 공연예술과 3D 기술을 접목하여 엔터테인먼트와 상업성을 동시에 인정 받음 3. 미디어 파사드를 통해 공연을 하는 것은 세계 최초 사례라고 함

출처 - 각종 기사 취합



[media@dmcmedia.co.kr](mailto:media@dmcmedia.co.kr)