

nasreport no.250

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

Index.

디지털 미디어 광고 사례

Internet: A. 파파이스 - 파파이스 먹방 리뷰 캠페인
B. 신한카드 - 인스타그램 '복면카왕' 캠페인

OOH: C. 아주대학교병원- kt wiz 파크 집행 캠페인

파파이스 - 파파이스 먹방 리뷰 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2015년 6월 15일 ~ 7월 26일
- Media : 카카오톡, 유튜브, 페이스북, mDaum

Campaign Creative



Campaign Result

커버리지 확보와 브랜드와의 관계 형성을 통한 이벤트 참여 유도
‘접점 미디어’와 ‘타깃팅’ 활용으로 효과적인 결과 도출

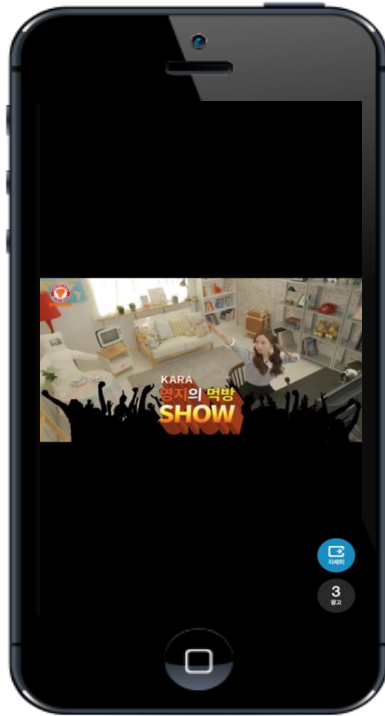
- 카카오픈플러스나 커스텀 봇을 통해 파파이스 먹방 이벤트 응모 편의성 강화
- 연령, 관심사, 리타깃팅 등을 적용하여 적합 타깃군에 캠페인 도달 강화

- 1) 빅포털 모바일 매체 활용을 통한 타깃 커버리지 확보
- 2) 유튜브와 페이스북을 통한 세부 타깃팅 진행으로 동영상 확산 및 이벤트 참여 고지
- 3) 캠페인 참여에 용이한, ‘카카오톡_노크’를 활용하여 카카오톡 창에서 캠페인 참여 적극 독려



상세 집행 페이지

세부 타겟팅과 캠페인 확산을 위한 SNS 및 동영상 매체 활용



m.Daum

- 빅포털인 'm.Daum'의 메인지면 m.top 및 일단독 고정 상품을 이용, 타겟 커버리지 확보에 주력

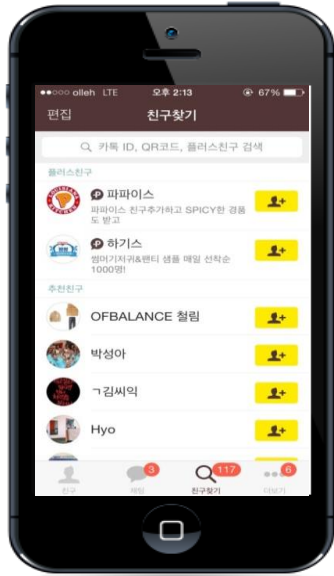


Youtube / Facebook

- 동영상 NO.1매체 'Youtube'를 활용, 먹방 영상 조회수를 올리고 이벤트에 대한 내용을 효율적으로 고지
- 'Facebook'을 통해 20-39세 타겟팅과 파파이스 관련 관심사 적용하여 코어 타겟 접근을 강화

상세 집행 페이지

브랜드와 관계 형성이 가능한 커스텀 봇을 통해 이벤트 참여 유도

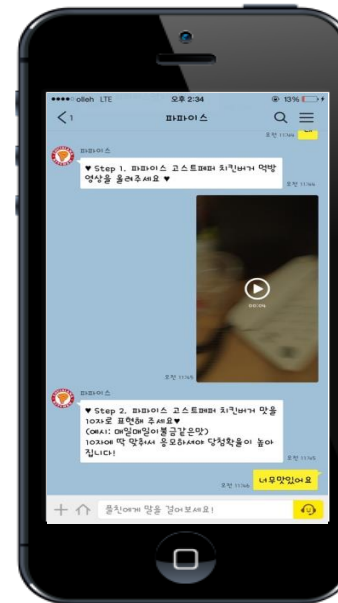


카카오 플러스 친구



• 브랜드와의 친밀한 관계 형성이 가능하고 접근성이 높은
'카카오 플러스 친구' 활용
(플친추천 / 피드형DA를 이용하여 플러스친구 수 모객에 집중)

- 캠페인 참여에 용이한 **'카카오봇_노크'**를 활용, 파파이스 브랜드 커스텀 봇을 통해 친구와 대화하는 형식으로 거부감 없는 이벤트 참여 유도
- 1차 봇(이벤트참여) + 2차 봇(투표이벤트) 순차 진행을 통해 다수의 참여자 확보



카카오봇_노크



신한카드 - 인스타그램 '복면카왕' 캠페인

- Target : 20세-28세 남녀
- Period : 2015년 7월 4일 ~ 7월 22일
- Media : 아담, 허니스크린, 캐시슬라이드

Campaign Creative



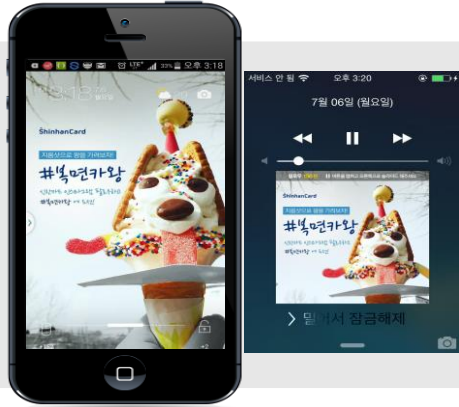
Campaign Result

브랜드 SNS 팔로우 증대 및 해시 태그 활용으로 이벤트 참여 유도
타깃 접점 활용한 매체 선정으로 효과적인 광고 집행

- 인스타그램 이벤트 접근에 용이한 매체 및 상품을 적극적으로 운영
- 유효 타깃 접점을 강화하여 효과적으로 목표 달성

- 1) 아담의 카테고리 타깃팅을 통해 우수한 노출/클릭 획득
- 2) 허니스크린의 인스타그램 팔로우 보장 상품 CPI(Insta Cost Per Insta Follow)를 통해 신한카드 팔로우 수 증대
- 3) 캐시슬라이드의 20-28 타깃 중, 인스타그램 앱 설치 유저 정밀 타깃팅하여 이벤트 참여 유도

스마트폰 잠금해제형 매체



허니스크린(안드로이드/iOS)



캐시슬라이드

- 젊은 연령층 타겟 캠페인에 적합한 리워드 매체 (허니스크린, 캐시슬라이드) 활용으로 타겟 접점 극대화
- 인스타그램 팔로워를 보장하는 CPInsta(Cost Per Insta Follow) 상품을 통해 신한카드 팔로워 수 증대
- 광고가 화면 전면에 보여짐과 동시에 리워드 형식으로 진행되면서 거부감 최소화



다음 (아담)

- 커버리지 획득에 안정적인 포털 모바일 매체를 활용함으로써 우수한 노출/클릭 비용 효율 기록
- 카테고리 타겟팅을 통한 타겟 접점 확보

이벤트 참여 유도를 위한 다양한 매체 커버리지 획득



인스타그램 (광고아닌 계정 활용)

- 신한카드 공식 계정 팔로워 후 #복면카왕 해시태그와 함께 지름샷을 본인 인스타그램에 게재
- 이벤트 참여 이미지 재사용 사항에 동의여부 댓글을 등록하면 참여 완료

인스타그램 팔로워 확보와 해시태그를 활용한 이벤트 참여

아주대학교병원- KT Wiz 파크 집행 캠페인

- Target : 전체
- Period : 2015년 4월 1일 ~ 9월 30일
- Media : Wiz 파크 그라운드페인팅 (1루)

Campaign Creative



Campaign Result

캠페인 집행을 통해 수원 인근 대표 병원으로 포지셔닝 목표
현장 관객뿐 아니라 방송을 통한 광고 노출로 도달 범위 확장

- 수원 인근 대표 병원으로 포지셔닝하기 위해 대대적인 캠페인 집행
- 타 브랜드 대비 넓은 면적의 광고 집행을 통해 현장 주목도 및 방송 노출에 효과적

- 1) 지역주민을 대상으로 1차 타겟을 설정, 2차로 TV노출을 통한 인지도 확장에 주력
- 2) 병원 로고와 상호만으로 직관적 시안을 통해 시인성을 높임
- 3) 589,531명(9월 21일기준)의 입장객수 및 KT Wiz의 선전으로 이슈화 성공

KT Wiz 파크 광고 집행 사례



- KT Wiz 와 협력병원으로서 캠페인 집행을 통해 수원 인근 대표 병원으로 포지셔닝
- 589,531명(9월 21일기준)의 입장객수 및 KT Wiz의 선전으로 이슈화 성공
- 구장 입장 관객뿐 아니라 TV방송을 통한 홍보 효과로 서울 타깃에게도 노출 가능

* KT Wiz 파크 주요 이슈

144경기

✓ 기존 9개 구단 체제에서 10구단으로 구단이 확대되면서 팀당 정규시즌 경기수가 128경기에서 144경기로 확대

1,000만 관중

✓ 경기수의 확대 및 신규 구단 KT Wiz 전용구장인 수원KTWiz파크 오픈으로 1,000만 관중 돌파 기대

5개 채널

✓ 10개 구단 확대로 1일 최대 5경기가 진행되어 5개 채널에서 프로야구 중계
* 추가 채널: SPOTV, SkySports



more than expected!

nasmedia

- 나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.
- 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청



nasmedia

미디어전략실 트렌드전략팀