

20
17

MAR

no. 267

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

교육 업종 캠페인

Internet : A. 야나두 - 1월 캠페인

OOH : B. 세종사이버대학교 - 2017학년도 전기 모집 캠페인

A. 야나두 - 1월 캠페인

- Target : 20-50대 직장인
- Period : 2017년 01월 01일 ~ 2017년 1월 31일
- Media : 네이버, 유튜브, SMR

Campaign Creative



Campaign Result

야나두의 브랜딩과 전환 극대화 목표로

타깃 인게이지먼트가 높은 기간 내 매체를 전략화하여 집중적인 광고 노출

- 어학 공부를 새해 목표로 삼는 직장인 대상으로 프로모션 캠페인 진행
- 야나두의 인지도 향상 및 브랜드 메시지를 전달하는 브랜딩을 통해 '수강 신청'이라는 전환을 동시 달성하기 위한 매체 전략 수립

- 1) '하루 10분 강의', '평생 무제한 수강' 등 야나두 강의의 주요 특징 및 프로모션 조건을 크리에이티브 내에서 직관적으로 표현, 타깃의 관심 환기
- 2) 네이버 메인 노출에 집중하여 타깃 커버리지 확보, 인지도 향상 주제 및 키워드, 프로그램 등 다양한 타깃팅을 적용하여 유튜브 및 SMR 내 바이럴 영상 노출, 이슈화 및 영상 확산

*Source : 나스미디어 내부 자료

야나두 - 1월 캠페인

[직장인들이 2017년에 꼭 이루고 싶은 일]
* 휴넷, 직장인 685명 대상 설문

1. 외국어 습득(18.4%)

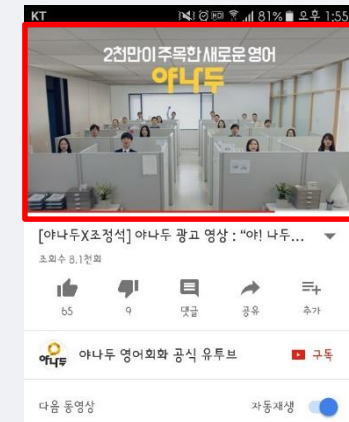
- 2. 연봉인상 및 승진(17.4%)
- 2. 자격증 취득(17.4%)
- 4. 다이어트, 금연 등 건강관리(14.9%)
- 4. 저축 등 재테크 성공(14.9%)

타깃 커버리지 확보 및 바이럴 영상 노출을 통한 브랜딩

[네이버]



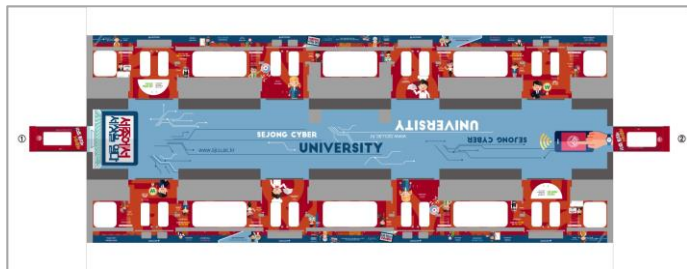
[유튜브]



B. 세종사이버대학교 - 2017학년도 전기 모집 캠페인

- Target : 20대 이상 청년층
- Period : 2016년 10월 12일 ~ 2017년 1월 31일
- Media : 지하철 5678 역사 차내 래핑광고, 조명, PSD

Campaign Creative



Campaign Result

세종사이버대학교 신/편입생 모집 시즌에 맞춰
지하철 5678 이용 동선에 따른 광고 노출로 브랜딩 및 인지도 강화

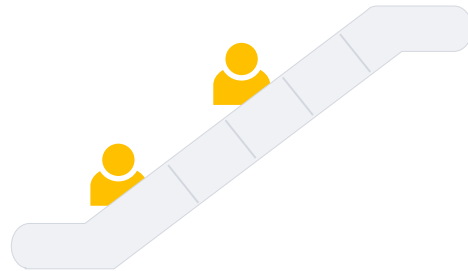
- 세종사이버대학교 브랜드명 노출과 모집 일정 고지로 2017학년도 전기 모집 캠페인 진행
- 지하철 5678호선의 타깃 밀집 지역을 선정하여 지하철 역사 및 차내 래핑광고, 스크린도어 광고 등 주목도 높은 광고를 노출하여 브랜딩 및 관련 정보 전달

- 1) 20대 이상이 주로 이용하는 지하철 5678호선 내 지하철 역사 - 플랫폼 스크린도어 - 차내 등 이용자 동선에 따라 광고를 노출
- 2) 7호선 차내 1량 및 유동 인구가 많은 건대입구역의 환승통로 에스컬레이터를 친근감 있는 이미지로 래핑하여 이용자 시선이 닿는 곳에 관련 정보 배치
- 3) 7호선 주요역의 조명 광고 및 스크린도어 광고를 집행하여 세종사이버대학교 브랜딩 및 2017학년도 전기 모집에 대한 정보 고지

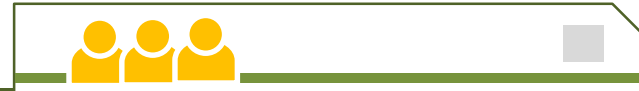
*Source : 나스미디어 내부 자료

세종사이버대학교 - 2017학년도 전기 모집 캠페인

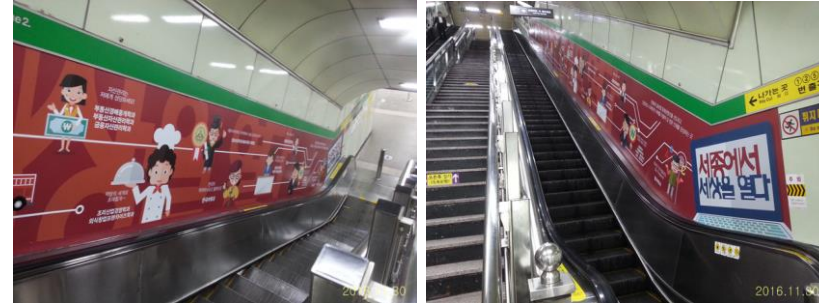
7호선 주요역(강남구청, 가산디지털단지,
고속터미널, 건대입구 등)
지하철 탑승 대기 - 스크린도어광고



7호선



건대입구역 환승 - 에스컬레이터 래핑



7호선 탑승 - 차내 래핑



more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청