

20
17

MAY

no. 269

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 록시땅- 시어 핸드크림 캠페인

OOH : B. 연예인 팬클럽 - OOH 광고 집행 캠페인

A. 록시땅 - 시어 핸드크림 캠페인

- Target : 16-60세 남녀
- Period : 2017년 1월 2일 ~ 2017년 1월 26일
- Media : 네이버 / 페이스북

Campaign Creative



Campaign Result

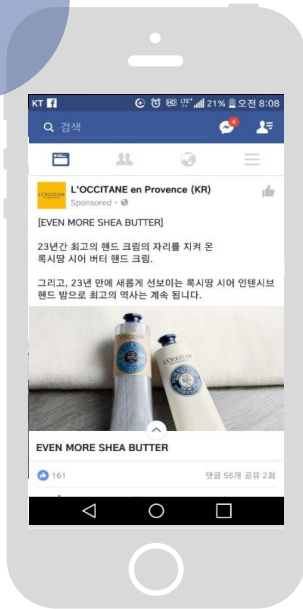
대표적인 포털·SNS 매체 광고 상품 집행을 통해 신제품 인지도 향상 및 타깃 커버리지 극대화 유도

- 포털 메인 노출 상품 및 모바일 상품 동시 집행을 통해 타깃 커버리지 확보
 - 다양한 소재를 활용한 SNS 광고 상품 집행을 통해 주목도 상승 및 랜딩 페이지 유입 유도
- 1) 네이버 메인 지면에 노출되는 롤링보드 및 모바일 브랜딩 DA 상품 집행을 통해 성공적인 노출량 기록
 - 2) 소재의 특성을 극대화할 수 있는 페이스북 광고 상품(Canvas Ad/링크애드/슬라이드애드) 활용을 통해 광고 피로도 최소화
 - 3) 논타깃팅 진행을 통해 노출 커버리지 확보 후, 연령, 성별 및 관심사 타깃팅 옵션을 추가한 광고 운영을 통해 캠페인 효율 극대화

*Source : 나스미디어 내부 자료

*페이스북 Canvas Ad

뉴스피드에
노출



페이스북
내에서
전체화면



링크 삽입
가능



- 페이스북 Canvas Ad는 다양한 소재를 활용할 수 있는 모바일 환경에 최적화된 광고 유형
- 뉴스피드에 노출되며, 페이스북 내에서 별도의 이탈 없이 인앱 형태로 연결되어 로딩 시간 단축 및 유저 이탈을 최소화시키고 별도 링크 삽입을 통해 랜딩 페이지 유입 유도

*Source : 나스미디어 내부 자료 및 페이스북 광고 상품 소개서

B. 연예인 팬클럽 - OOH 광고 집행 캠페인

- Target : 연예인 팬클럽
- Period : 캠페인 별 약 1달 간 집행
- Media : 지하철 역사 조명광고 / 버스 가로변 쉼터 / 편의점 GS TV

Campaign Creative



Campaign Result

아이돌을 비롯한 다양한 분야의 연예인 기념일 및 관련 행사 홍보를 위한 팬클럽 OOH 집행 트렌드 형성

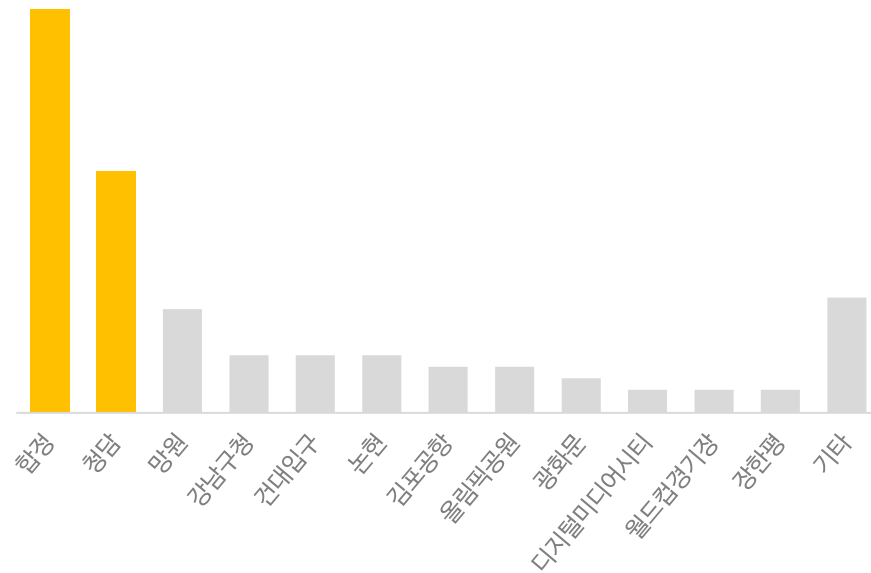
- 아이돌을 중심으로 팬클럽에서 연예인의 생일을 축하해주는 지하철 역사 광고 집행 시작
 - 국내 엔터테인먼트 시장의 성장과 맞물려 팬클럽 광고 집행 증가 추세
 - 약 한달간 집행되며, 지하철을 중심으로 다양한 옥외매체로 확산
- 1) 대형 엔터테인먼트사가 있는 6호선 합정/7호선 청담 등 지하철 역사를 중심으로 광고 진행
 - 2) 국내 연예인의 해외 인기 증가의 영향으로 서울 시내 주요 관광지 역사(ex. 5호선 광화문) 집행 비중도 지속적으로 증가
 - 3) 지하철 역사 외에 버스 가로변 쉼터 및 영상 첨부가 가능한 편의점(GS TV) 광고 등 유동 인구가 많은 지역의 다양한 옥외매체 집행

*Source : 나스미디어 내부 자료

지하철 5678호선 팬클럽 광고 집행 현황

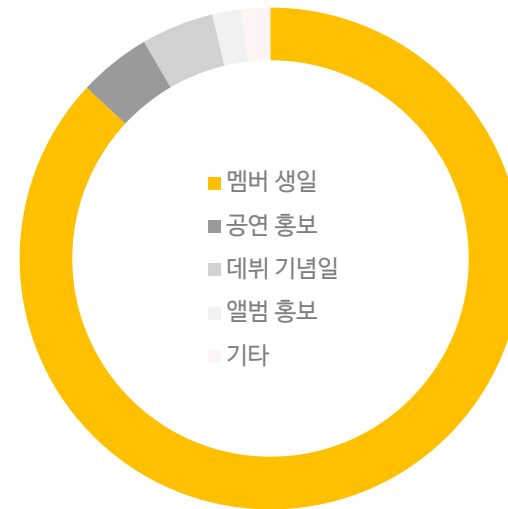
역사 별 팬클럽 광고 집행 현황

(2016년 3월 ~ 2017년 3월 기준/ 나스미디어 내부 집행)



광고 집행 목적 별 현황

(2016년 3월 ~ 2017년 3월 기준/ 나스미디어 내부 집행)



- 대형기획사인 YG Ent.와 SM Ent. 사옥이 위치한 합정과 청담역 역사 광고 비중이 높음
- 멤버의 생일을 축하해주는 광고의 집행 비중이 높으나 공연 홍보, 데뷔 기념일 등 점차 집행 목적이 다양화되고 있음
- 비교적 저렴한 단가로 단기간 집행이 가능해 팬클럽 광고 집행량은 점차 증가할 것으로 예상

*Source : 나스미디어 내부 자료

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