2017 APR no. 268

# CASE STUDY

## 디지털 미디어 광고사례

nasmedia

# INDEX

## 디지털 미디어 광고 사례


Internet : A. LG전자 - LG전자 그램 디지털 캠페인

B. 문화체육관광부 - 정책 콘텐츠 캠페인

IPTV : C. 시몬스 - 2월 캠페인

# A. LG전자 - LG전자 그램 디지털 캠페인

- Target : 컴퓨터 및 전자기기 관심 유저
- Period : 2017년 1월 2일 ~ 2017년 2월 2일
- Media : 유튜브 / SMR / 페이스북

## Campaign Creative

## Campaign Result

**TVC 영상 소재 노출을 극대화할 수 있는 매체 전략 수립과**
**SNS 타깃팅을 활용하여 제품 인지도 및 선호도 증대 유도**

- 주요 프리미엄 동영상 매체 집행을 통해 노출 커버리지 확대
- Native AD 형태의 SNS 광고 상품 집행을 통해 거부감 없는 광고 영상 노출과 자발적인 영상 확산 유도

1) 이용자수가 가장 많은 유튜브 내 타깃팅을 활용하여 핵심 타깃에게 영상 노출 극대화
2) 방송사 프리미엄 콘텐츠를 보유하고 있는 SMR을 통해 성공적인 제품 브랜딩 달성
3) 페이스북 Non-Fan 대상으로 광고 노출을 통해 성공적인 페이스북 팬 확보

*Source : 나스미디어 내부 자료

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

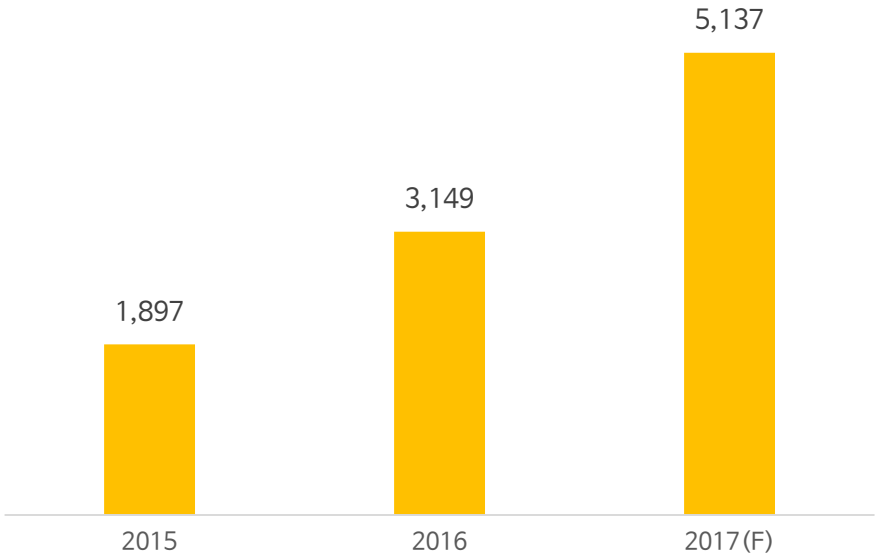
# 디지털 미디어 광고 사례_Internet



## 동영상 광고 시장 및 동영상 이용 플랫폼 현황

### 동영상 광고비 현황 및 전망

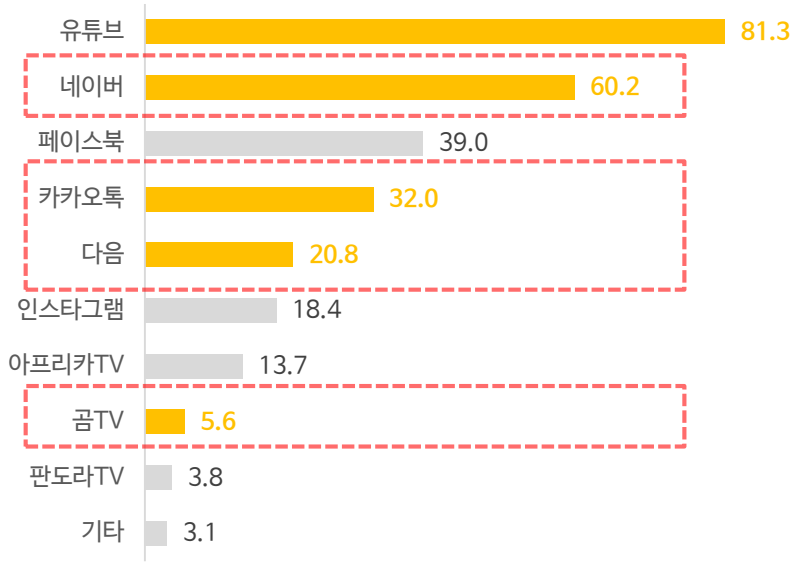
(단위 : 억 원)




### 동영상 시청 플랫폼

(N = 1,753, 단위 : %)

: SMR 노출 플랫폼




- 동영상 광고 시장은 2017년 약 5,137억 원 규모로 지속적인 성장이 예상
- 동영상 이용자는 유튜브를 중심으로 SMR 콘텐츠 주 노출 플랫폼(네이버, 카카오 ,다음 등) 이용

*Source : 온라인광고협회 보고서 및 나스미디어_2017 NPR

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

# B. 문화체육관광부 - 정책 콘텐츠 캠페인

- Target : 전체(18-65세 남녀)
- Period : 2016년 12월 13일 ~ 2017년 1월 31일
- Media : 페이스북 / 캐시슬라이드

## Campaign Creative

## Campaign Result

**페이스북 6개 채널 운영으로 효과적인 커버리지 확보**
**이미지 및 동영상 소재 적극 활용으로 성공적인 캠페인 메시지 전달**

- 6개 행정 부처의 정책 캠페인을 모바일 중심으로 매체 전략 수립
- 각 소재의 특징에 따라 최적화된 광고 상품을 활용하여 성공적인 노출량 달성 및 비용 효율 극대화 기록

1) 다양한 행정 부처별 소재에 따라 차별적인 매체 제안 및 최적화된 운영으로 캠페인 목표 달성
2) 페이스북 PPA_Image / PPA_Video 형 상품 활용을 통해 성공적인 노출량 및 클릭률 기록
3) 캐시슬라이드 CPL(좋아요 당 과금) 상품 집행을 통해 진성 페이스북 좋아요 확보

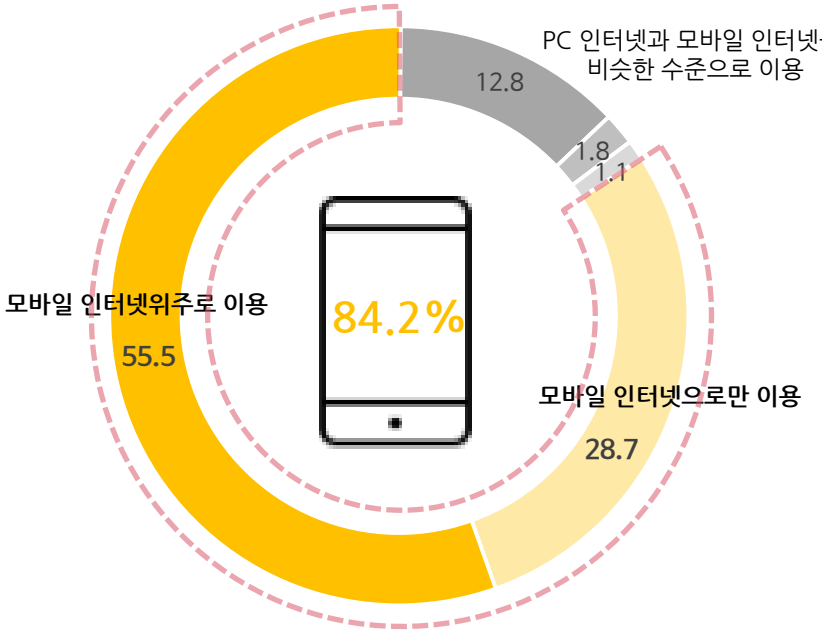
*Source : 나스미디어 내부 자료

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

## 2017 NPR SNS 이용 행태

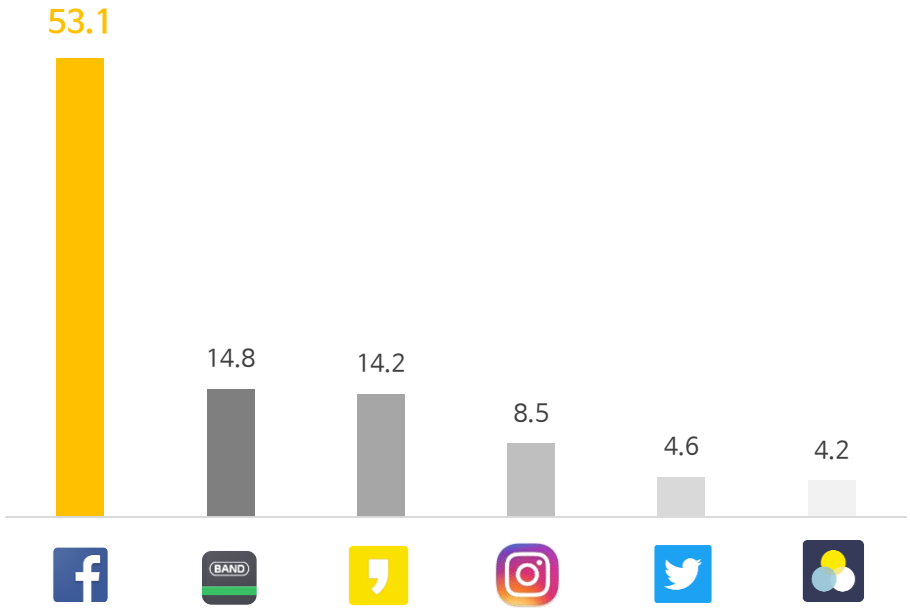
### 주 이용 SNS 접속 인터넷 유형

(N = 1,677, 단위 : %)




### 주 이용 SNS

(N = 1,677, 단위 : %)




- 2017 NPR 조사에 따르면 SNS를 모바일 중심으로 이용하는 비율이 약 84.2%
- 주 이용 SNS는 페이스북(53.1%) > 밴드(14.8%) > 카카오스토리(14.2%) 순
- 모바일 중심의 페이스북 광고 상품 집행시 SNS 이용자 커버리지 극대화 가능

*Source : 나스미디어_2017 NPR

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

# C. 시몬스 – 2월 캠페인

- Target : 30 – 50세 남여
- Period : 2017년 01월~ (집행중)
- Media : olleh tv(Preplay / Preplay+)

## Campaign Creative

## Campaign Result

**다양한 olleh tv 광고 상품을 활용하여 구매 유도가 가능한 코어 타깃 커버리지 확보 및 캠페인 효율 극대화**

- olleh tv의 모든 노출형 광고 상품 운영으로 매체 가입가구 커버리지 확대
- 지역, 시간, 프로그램 타깃팅을 통한 목표 타겟 유효 노출 극대화
- 장기 청약을 통한 캠페인 운영 효율 안정화 및 비용 효율성 제고

1) 타 매체 대비 고소득 가입가구 비중이 높은 olleh tv를 통해 고관여 제품인 프리미엄 침대 상품에 대한 광고 메시지 전달 및 구매 유도
2) 코어 타깃 주거주 지역인 수도권 지역 타깃팅 운영 및 새벽 시간대를 노출을 제외하여 효율적인 노출 결과 기록

*Source : 나스미디어 내부 자료

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

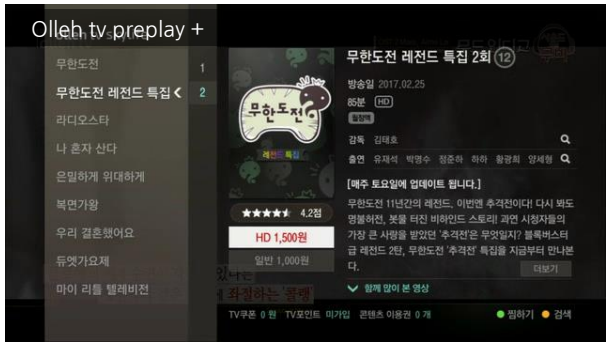
# 디지털 미디어 광고 사례_IPTV



## * olleh tv VOD 광고 상품 활용_1

- **olleh tv Preplay 상품 운영**
  선택 가능한 전체 카테고리 운영을 통해 노출 커버리지를 향상 시킴과 동시에
  지역 타깃팅과 새벽시간대 제외 타깃팅을 통해 유효 노출 극대화

## * olleh tv VOD 광고 상품 활용_2



- **olleh tv Preplay + 상품 운영**
  특정 프로그램 타깃팅 운영이 가능한 Preplay + 상품을 활용하여
  타깃 주 이용 프로그램을 통한 타겟 접점 효율 향상

www.nasmedia.co.kr Copyright ⓒ 2017 NASMEDIA Co., LTD. All Right Reserved

# 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

사업전략실 트렌드전략팀
nasmedia