

2019  
06 -

Vol. 294

# CASE STUDY

여름 휴가 시즌 대비 디지털 미디어 광고 사례

# Index

디지털 미디어 광고 사례

## ISSUE CHECK

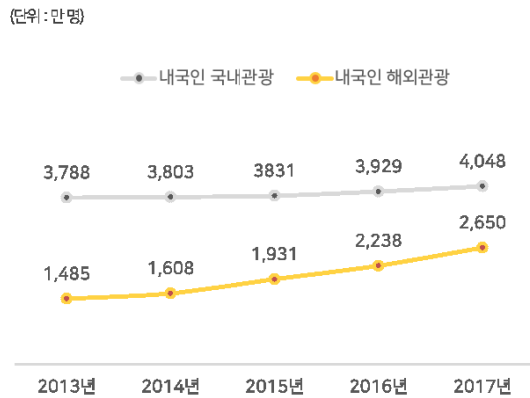
- 여행 시장 규모 - 국내 대비 해외여행 큰 폭 성장
- 해외여행 트렌드 - 자유여행 선호, OTA 이용 증가
- 국내여행 트렌드 - 맛집 탐방 위주의 '미식가 여행'

## CASE STUDY

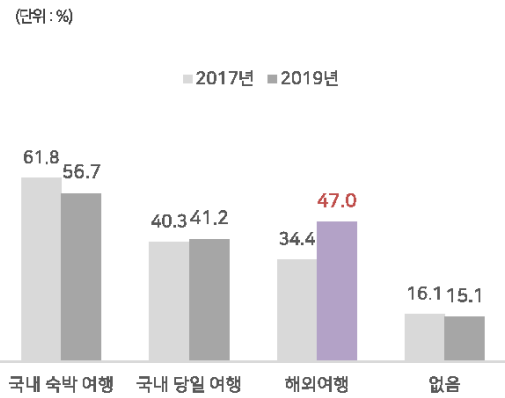
- 노랑풍선 - 웹 예능 형식의 장초수 광고 영상 조회수 확보
- 한국관광공사 - 국내여행 활성화를 위한 '봄 여행주간' 인지도 제고

## 여행 시장 규모 - 국내 대비 해외여행 큰 폭 성장

연간 내국인 국내·해외 여행객 수 추이



최근 1년 이내 경험한 여행 유형(2017-2019)

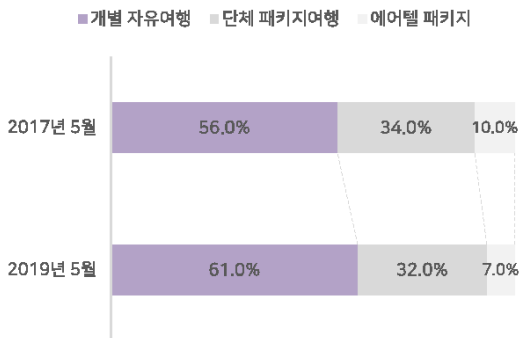


\* Source : 한국관광공사, 나스미디어 NPR

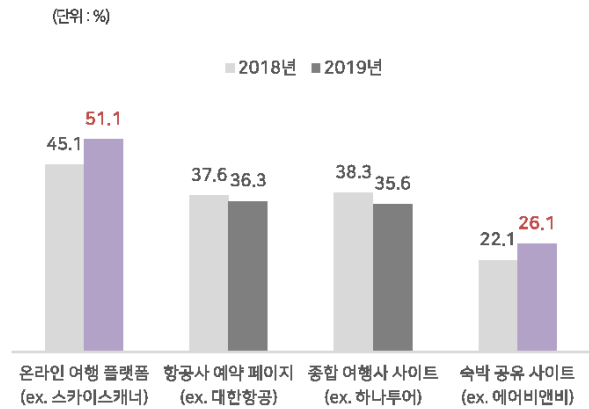
- 2017년 기준 국내 여행객 수는 약 4천만 명, 해외 여행객 수는 약 2천 6백만 명 기록, 해외여행 시장 규모는 지난 5년간 연평균 약 15.6% 성장하며 상승세 유지
- 저가항공사 취항 확대 및 업체 간 경쟁 심화로 인해 해외여행 비용이 다소 절감되는 양상을 보이며, 국내여행 대비 해외여행 경험률이 큰 폭으로 성장함

## 해외여행 트렌드 - 자유여행 선호, OTA 이용 증가

해외여행 시 경험한 여행 패턴(형식) 비중



해외여행 준비 시 예약 채널 (중복 응답)

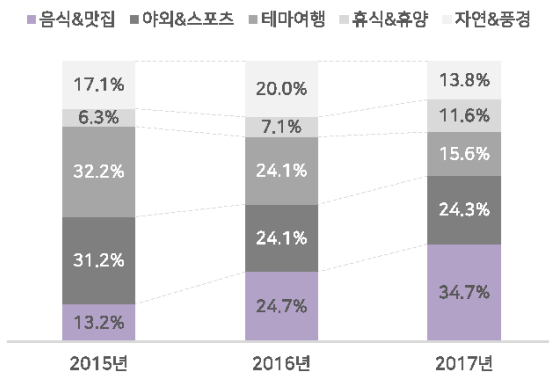


\* Source: 컨슈머인사이트, 나스미디어 NPR

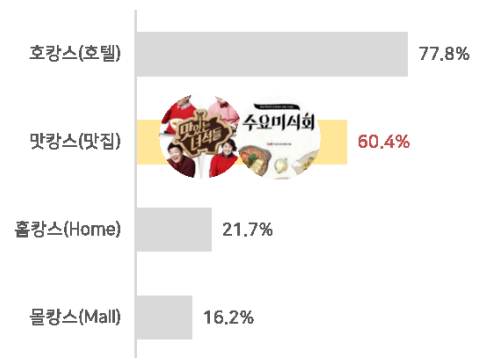
- 최근 해외여행 패턴 조사 결과, '항공-숙박-관광'이 통합된 단체 패키지 대비 자신의 취향에 맞게 개별적으로 선택하는 자유여행을 더욱 선호
- 예약 채널의 경우에도, 패키지 기반의 종합 여행사 대비 다양한 항공·숙박 검색 및 개별 예약이 편리한 온라인 여행 전문 사이트(OTA) 이용이 증가하고 있음

## 국내여행 트렌드 - 맛집 탐방 위주의 '미식가 여행'

국내여행 관련 소셜미디어 버즈량 비중 추이



향후 계획하거나 희망하는 스테이크이션\* 유형



\*스테이크이션: 머물다(stay)와 휴가(vacation)를 합성한 신조어로 집이나 집 근방에서 휴가를 즐기는 형태

Source: 한국관광공사, 트렌드모니터

- 한국관광공사가 실시한 국내여행 관련 소셜데이터 분석 결과, '음식&맛집' 관련 버즈량은 2015년 약 13.2% 수준에서 2017년 기준 약 34.7%로 성장
- 향후 희망하는 휴가(스테이크이션) 계획 조사 결과에서도 호캉스 다음으로 맛캉스(60.4%)가 높은 순위를 차지해, 맛집 탐방 여행의 인기는 지속될 것으로 전망됨

## 노랑풍선 - 웹 예능 형식의 장초수 광고 영상 조회수 확보



\* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터, 노랑풍선 유튜브 채널

### Campaign Summary

- Period : 18.11.26 ~ 19.01.04
- Target : 해외여행에 관심이 있는 2544남녀
- Media : 유튜브

여행 예능 컨셉의 영상 소재 여러 편을 제작해 순차적으로 라이브 스페인, 일본 등 각 소재 국가별 맞춤 타겟팅으로 영상 재생 완료율 극대화

### Media Strategy

- 유튜브 트루뷰 인스트림과 디스커버리 상품을 동시 집행하여 노출/조회 커버리지 확보
- 각 여행 국가 영상별 적절한 데모 및 관심사 타겟팅을 조합하여 타겟 오디언스 공략

### Results

- 영상 당 5~10분 정도 길이의 장초수 광고임에도 불구하고 우수한 재생 완료율 기록
- CTA버튼 및 엔드스크린을 적극 활용해 관련 영상 2차 유입 및 전체 클릭수 확보에 기여

## 한국관광공사 - 국내여행 활성화를 위한 '봄 여행주간' 인지도 제고

### Campaign Summary

- Period : 19.04.02 ~ 19.05.12
- Target : 1059남녀
- Media : 네이버, 카카오, 유튜브, 페이스북, 인스타그램, 캐시슬라이드, 팟빵 등

다양한 컨셉의 국내 여행지를 소개하는 영상 · 이미지 소재 활용해 관심 유도  
동영상, DA, 오디오 등 다양한 포맷의 디지털 매체 통합 운영

### Media Strategy

- 포털, 동영상, 잠금화면, 오디오 등 각 카테고리 대표 매체를 적극 운영해 광고 커버리지 극대화
- 여행 관련 지면(네이버 여행+) 및 관심사 타겟팅을 활용해 여행 고관여 유저 접점 공략

### Results

- 네이버 모바일 여행 관련 지면 내 콘텐츠 DA 상품을 집행하여 우수한 클릭 반응 기록
- 유튜브 및 SNS 매체는 모바일 기기만 타겟팅하여 운영해 제안 대비 높은 조회수 확보



\* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면  
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청