

VOL.2

2023.03

nasmedia

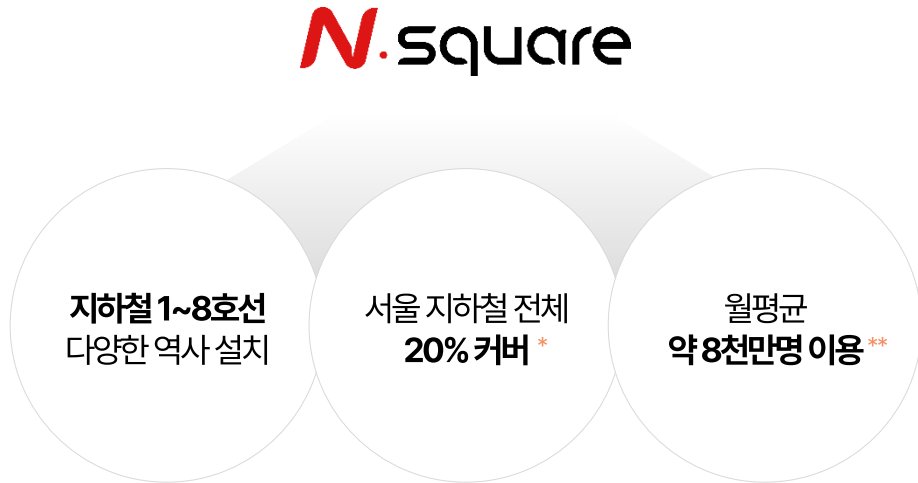
OOH Planning Guide

쇼핑몰 · 건강식품 업종 가정의 달 N.square 활용 전략

지하철 핵심 역사를 커버하는 N.square, 넓은 커버리지로 대규모 브랜딩 효과

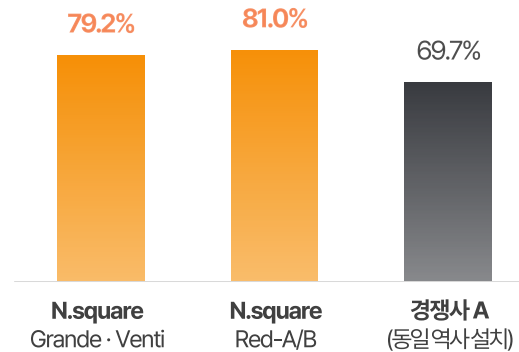
N.square는 강남, 잠실 등 핫플레이스부터 광화문, 여의도 등 도심 오피스 권역까지 넓은 커버리지를 보유하고 있어 가정의달 특수를 노리는 백화점·쇼핑몰·건강기능식품 업종의 대규모 브랜딩 캠페인에 효과적입니다.

N.square vs. 경쟁사광고 접촉률 비교



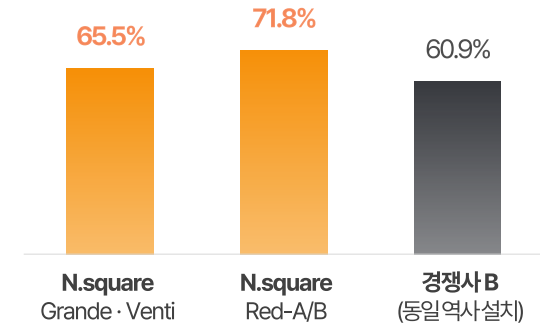
주요 역사광고 접촉률

강남(2), 사당(2), 교대(3), 신사(3), 압구정(3), 충무로(4) (N=400)



강남역 광고 접촉률

(N=238)



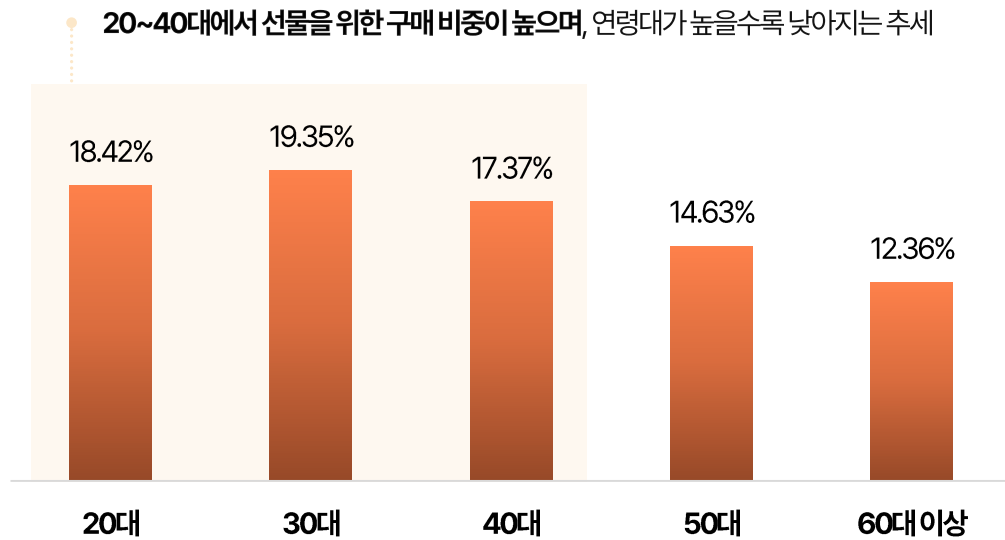
* 서울교통공사 관할 역사 272개 중 54개 역사 설치 완료(22년 7월 기준) ** N.square 설치 역사 2022년 수송인원 기준

* 출처: 나스미디어 N.square 광고효과조사 (해당역 주 1회 이상 승/하차 이용자)

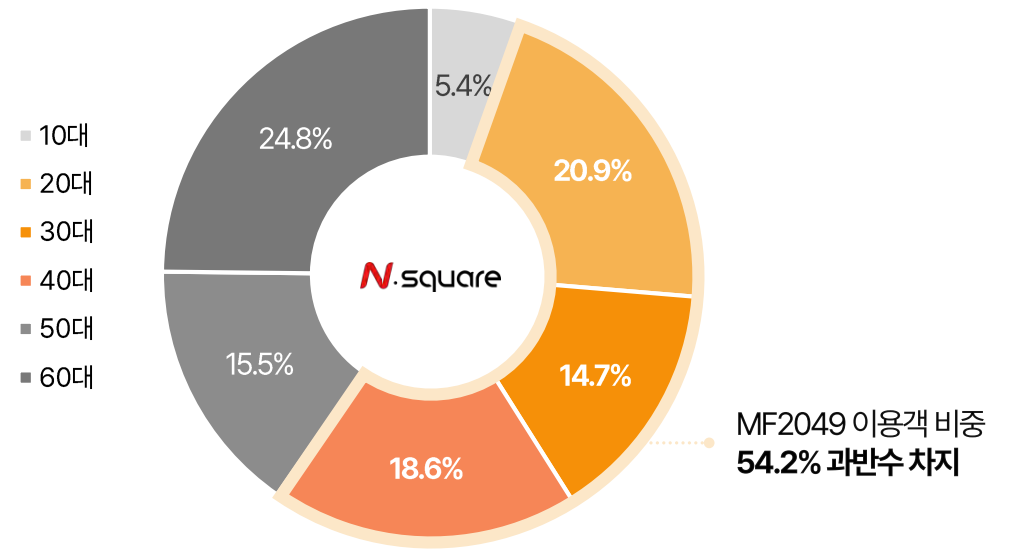
N.square 설치역사 이용객 연령대, 가정의 달 코어 타겟인 2049세대 다수 차지

N.square 설치 역사의 주요 이용객 연령대는 20~40대가 과반수를 차지하며, 가정의 달에 부모 세대를 위한 선물 구매를 고려하는 잠재 고객군과 유사합니다.

연령대별 선물 목적의 건강기능식품 구입 비중



N.square 주요 역사 이용객 연령대



* 출처: 2022년 가공식품 소비자태도조사 통계보고서 (응답자 평균 기준)

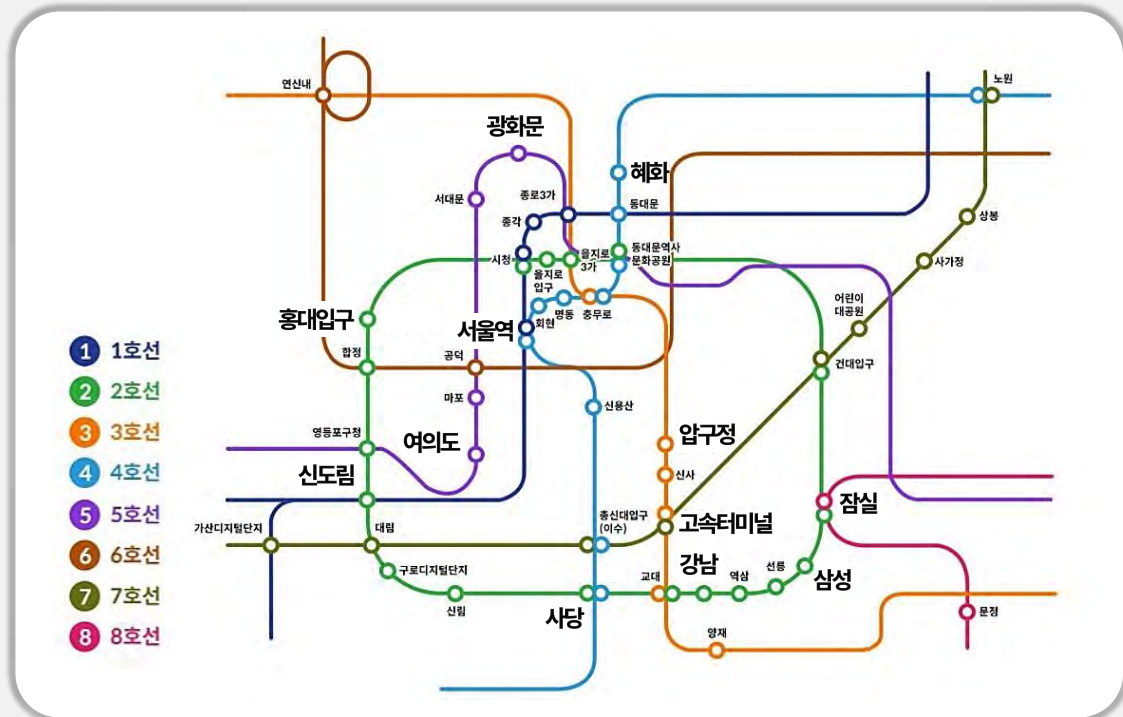
* 출처: 나스미디어 N.square 광고효과조사 (주요역 주 1회 이상 승/하차 이용자 N=129)

가정의달 특수 업종 N.square 활용 전략1

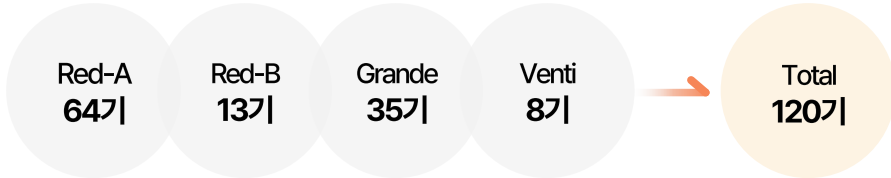
넓은 커버리지의 **올인원 패키지** 활용, 가정의달 시즌 집중 노출로 도달률 증대 및 대세감 형성

👍 All in One Pack.

N.square 모든 역사 및 미디어타입 노출로 대세감 형성을 위한 대규모 브랜딩에 유리



54개역 120기 광고 노출



특별 할인 서비스 제공



가정의달 특수 업종 N.square 활용 전략1

Appendix. All in One Package 설치 역사

호선	역사	수량	Red-A		Red-B		Grande	Venti	승하차인원 (월평균 기준)	
			단면	양면	단면	양면				
1호선	서울역	1기		1					2,260,490 명	
	사청	1기		1					997,523 명	
	종각	3기	3						1,572,058 명	
	종로3가	1기			1				1,220,019 명	
2호선	강남	4기	2			1	1		4,026,416 명	
	건대입구	2기			1		1		1,836,739 명	
	교대	2기				2			1,691,305 명	
	구로디지털단지	2기	2						2,925,509 명	
	동대문역사문화공원	1기			1				629,762 명	
	삼성	2기				1	1		2,421,928 명	
	선릉	3기		2		1			2,426,113 명	
	신도림	2기	2						2,434,591 명	
	신림	4기	4						3,166,208 명	
	역삼	2기	1			1			2,417,002 명	
	영등포구청	1기		1					1,112,398 명	
	을지로3가	3기	1	2					1,000,419 명	
	을지로입구	2기	2						1,820,787 명	
	잠실	3기			2		1		3,395,868 명	
	합정	2기	1	1					1,600,017 명	
	홍대입구	1기			1				2,815,744 명	
	사당	3기	1				2		1,900,710 명	
	3호선	고속터미널	2기				2			2,190,240 명
		신사	6기	4			1	1		1,551,640 명
압구정		6기	4			2			1,621,549 명	
충무로		4기	4						1,243,436 명	
교대		5기	1	1		2	1		543,087 명	
양재		1기				1			1,912,293 명	

호선	역사	수량	Red-A		Red-B		Grande	Venti	승하차인원 (월평균 기준)
			단면	양면	단면	양면			
4호선	충무로	5기	2			1	2		1,243,436 명
	동대문	3기				2	1		985,391 명
	동대문역사문화공원	2기		2					705,243 명
	명동	1기		1					903,641 명
	사당	7기	6				1		1,140,803 명
	서울역	1기						1	629,553 명
	신용산	1기	1						787,085 명
	충신대입구	1기	1						998,238 명
	혜화	6기	5					1	1,594,805 명
	회현	1기	1						1,178,905 명
5호선	마포	1기					1		686,275 명
	서대문	1기	1						870,833 명
	여의도	1기				1			1,311,759 명
	광화문	1기				1			1,426,256 명
6호선	공덕	3기		1			2		861,922 명
	연신내	1기					1		1,852,881 명
7호선	노원	1기					1		1,021,337 명
	건대입구	1기						1	633,158 명
	가산디지털단지	1기				1			2,130,717 명
	고속터미널	3기					3		749,310 명
	대림	2기					2		429,107 명
	사가정	1기				1			837,296 명
8호선	상봉	1기				1			843,875 명
	어린이대공원	1기	1						622,240 명
	충신대입구	1기	1						775,206 명
	문정	1기						1	1,037,922 명
	잠실	2기					1	1	772,028 명
총 54개역사		120기	51	13	8	5	35	8	

* 월평균 승하차 인원 출처: 서울교통공사(22년 1~10월 월평균 기준)

가정의달 특수 업종 N.square 활용 전략 2

가정의 달 앞두고 유동인구 증가하는 백화점 인근 역사 타겟팅으로 코어 타겟 점점 강화

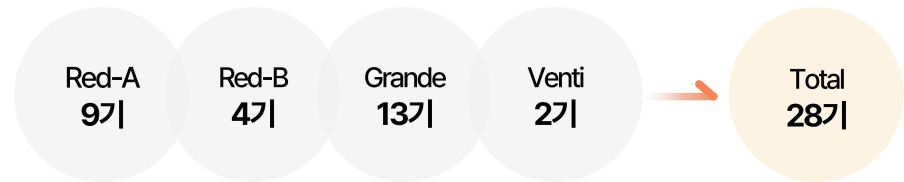


[TARGET] 오프라인에서 선물 구매를 고려하는 잠재고객

역사	호선	주변 시설	월평균 승하차 인원
건대입구	2호선	롯데백화점 건대스타시티점	1,836,739 명
	7호선		633,158 명
고속터미널	3호선	신세계백화점 강남점, 뉴코아 아울렛	2,190,240 명
	7호선		749,310 명
노원	7호선	롯데백화점 노원점	1,021,337 명
명동	4호선	신세계백화점 본점, 명동지하쇼핑센터	903,641 명
삼성	2호선	현대백화점 무역센터점, 파르나스몰	2,421,928 명
신도림	2호선	현대백화점 디큐브시티 유플렉스	2,434,591 명
압구정	3호선	현대백화점 압구정본점	1,621,549 명
여의도	5호선	IFC몰, 현대백화점 더현대 서울	1,311,759 명
을지로입구	2호선	롯데백화점 본점	1,820,787 명
잠실	2호선	롯데백화점 잠실점, 롯데월드몰	3,395,868 명
	8호선		772,028 명

* 월평균 승하차 인원 출처: 서울교통공사 (22년 1~10월 월평균 기준)

13개역 28기 광고 노출



특별 할인 서비스 제공



Case Study 01 - 쇼핑몰 업종

현대백화점 Campaign

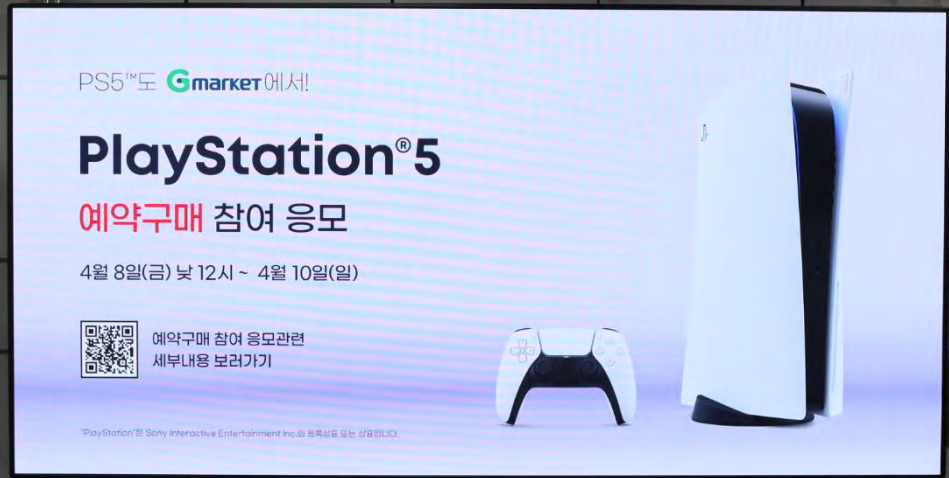
백화점 방문하는 쇼핑객을 대상으로 친환경 브랜딩 캠페인 진행,
교통의 요지로 유동인구가 많고 현대백화점 본점 인근 역사인 **고속터미널·압구정역 타겟팅**



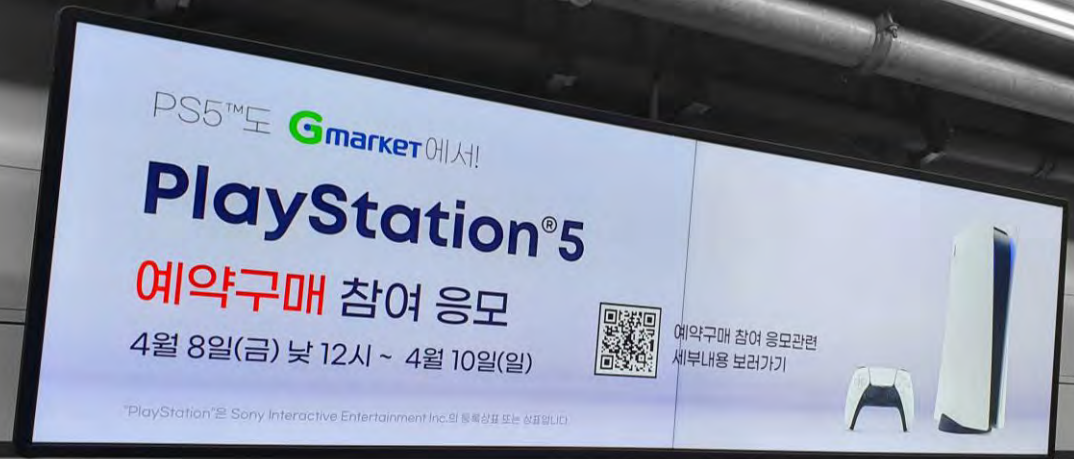
Case Study 02 - 쇼핑몰 업종

G마켓 Campaign

플레이스테이션 예약구매 응모 기간 전/후 1개월 간 프로모션 홍보 목적의 캠페인 진행,
자녀를 둔 직장인을 타겟으로 오피스 밀집 역사 **종각·신도림·역삼역** 타겟팅



Grande



Red-A

Case Study 03 - 건강기능식품 업종

뉴트리원라이프 Campaign

5월 가정의 달 선물 구매층인 2030세대를 타겟으로 2주 동안 건강기능식품 캠페인 진행,
짧은 캠페인 기간 동안 대세감 확보를 위하여 54개 역사, 120기를 커버하는 **All in One Pack**. 활용



Case Study 04 - 건강기능식품 업종

네비팜 Campaign

가정의 달을 맞아 온 가족이 나오는 크리에이티브를 활용한 코 면역 유산균 캠페인 운영,
규모감 있는 디스플레이와 함께 유동인구가 많은 주요 환승 역사를 커버하는 **Grande · Venti Pack**. 집행



Grande

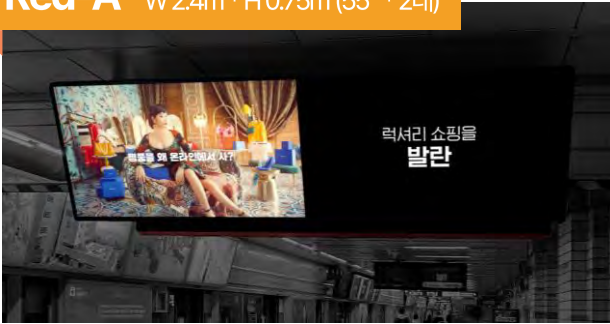


Venti

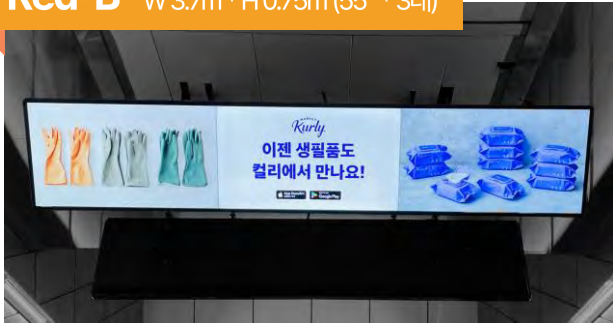
N.square Media Type

→ 미디어타입 체험하기 Click

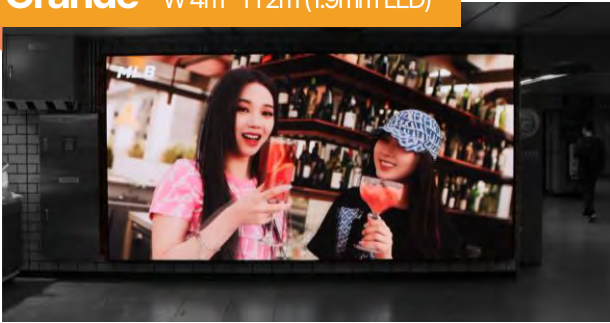
Red-A W 2.4m * H 0.75m (55" * 2대)



Red-B W 3.7m * H 0.75m (55" * 3대)



Grande W 4m * H 2m (1.9mm LED)



Venti W 7m * H 2.5m (1.9mm LED)



N.square 경쟁력

- 일반 조명광고 보다 큰 압도적인 규모의 디지털 사이니지로 높은 광고 주목도
- LED 1.9mm GOB 타입의 최신 디스플레이로 고화질 광고 송출, 플리커 현상 최소화



실제 이미지



플리커 현상

* 플리커 현상: 영상을 카메라로 촬영했을 때 나타나는 검은색 줄이 생기는 현상

nasmedia

나스미디어 OOH매체사업팀
ooh@nasmedia.co.kr