

BE CREATIVE

NASMEDIA

**CREATIVE
REPORT no. 9**

CREATIVE REPORT

Subway AD



Subway AD

- 지하철 광고의 새로운 변화를 주목할 필요가 있다! •

Story telling subway AD

1. 영화 'Prometheus' 2. 추리게임 'CLUE' 3. 미국드라마 'Boardwalk empire'

Play in station AD

1. 아식스 'Run with Ryan' 2. IKEA 'The ikea a apartment' 3. 슈즈브랜드 'Babara' 4. HEAD 'Barefoot'

Display station AD

1. 삼성 'Galaxy Note' 2. Jay-z + MS 'Jay-z Decoded'

Special AD

1. YG 'BIGBANG GATE IN Gangnam station'

nasmedia's pick

1. 펩시 'pepsi music' 2. 닌텐도 'nintendo DS' 3. 구글 'Google map'

Story telling Subway AD

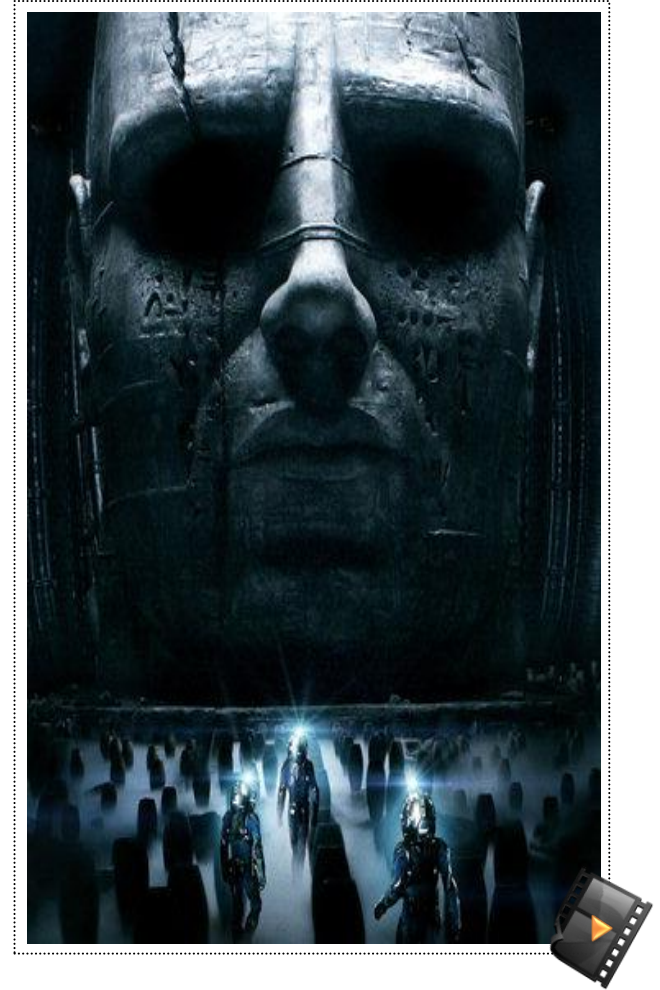
“말하지 않아도 보여줄 수 있게
설치물 만으로도 느낄 수 있게”

지하철 역사는 공간 활용의 다양성과 많은 인구의 이동으로 브랜드 홍보를 위한 공간으로 많은 광고주가 선호하고 있다. 그래서 인지 요즘은 단순히 이름을 띄우기보다는 설치물이나 분위기를 통해 말하고자 하는 바를 은근히 하지만 정확히 보여주려는 광고를 많이 하고 있다.

Prometheus

SF 호러 대작 <프로메테우스>의 홍보를 위해
프랑스에서 진행된 프로모션.

이 프로모션은 프랑스 파리의 지하철 페 역사를 통째로 이용하였는데, 페 역사에 프로메테우스의 상징물을 설치해 마치 놀이공원의 기구처럼 **지하철의 통과하는 짧은 시간 동안 탑승 승객들에게 노출되는 형태로 제작**되었다. 사용된 페 역사는 73년 전에 폐쇄된 Saint-Martin역을 리모델링 한 것으로 흑성의 내부처럼 구현했는데 이 **영화가 담고 있는 세계관을 구현**하겠다는 기획의도가 있었다고 한다, 영화에 대한 호기심을 불러일으키기 위해 역사를 가득 채운 커다란 석상과 영화에 나오는 소품을 설치하고 푸른색의 조명을 사용하여, **신비롭고 SF스러운 느낌의 영화임을 보여주어 직관적이면서도 간접적 궁금증을 일으켰다**는 평이다. 이 캠페인은 파리 지하철 **Metro line 9에서 Pont de Sevres행**을 타면 볼 수 있었으며, 개봉일 10일 전인 **5월 25일까지**만 진행해 짧고 굵은 영화홍보를 성공적으로 마쳤다고 한다. 현재 영화는 상영 중.



- ▲ 프로메테우스 영화 포스터
- ◀ Saint - martin역에 재현된 영화 속 자이언트 헤드 석상

Story telling Subway AD

“지하철에 이야기가 다 들어있다”

지하철은 다양한 활용과 연상이 가능한 공간이다. 그래서 스토리를 전체에 담은 경우가 많은데, 그래서 주로 영화나 게임 프로모션에 많이 활용되고 있다.

Everyone is a suspect

미스터리 게임 CLUE

너도 나도 용의자가 될 수 있으니 놓치지 말자!

미국에서 집행된 게임 clue의 프로모션. 살인범을 잡는 게임스토리를 이용한 프로모션으로 지하철 랩핑 광고를 하였다.

게임에 등장하는 각각의 아이템들을 지하철에 배치하였는데, 지하철 내부의 손잡이와 기둥에 칼과 로프의 이미지로 랩핑을 하고 그 아래 슬로건을 배치해 게임타이틀을 인식하게 했고, 지하철 승강장 벽을 범죄자들이 사진을 찍는 배경으로 랩핑해 **Everyone is a suspect**라고 적어놔 누구나 용의자가 될 수 있다는 게임 스토리를 연상하게 하였다.

또한, 역에 있는 모든 공간에 이와 같은 장치를 만들어(화장실의 혈액 액체비누, 거울, 등등.) 독특한 게임의 컨셉을 잘 전달하여 성공적인 효과를 거둔 광고로 평가되고 있다.



- ▲ clue 차량 내에 있는 포스터 및 설치 광고들
- ▶ 역사에 설치되어있는 슬로건의 상징물들



Soap dispensers in public washrooms are filled with a blood red coloured soap. When a person washes, it creates the image of cleaning blood off their hands.



Story telling Subway AD

“이야기 속에 직접 들어가거나, 보거나”

드라마 광고는 사람들이 이미 공간에 대한 이해가 있어 그 효과는 두 배 이상이 된다. 모르는 사람에게는 궁금증을, 아는 사람에게는 흥미로운 재현광고.

Boardwalk empire



◀▶ 뉴욕 Boardwalk Empire subway

HBO의 인기드라마를 지하철에 재현 Boardwalk Empire Vintage NYC subway train

1920년-1930년대 미국 금주법이 시행된 시대. 뉴저지주 아틀랜틱 시티를 장악하고 있는 정치인, 경부 또한 몰래 술로 불법수익을 벌던 시대. 그 부패를 파헤치는 과정을 보여주었던 드라마 <Boardwalk Empire>. 많은 인기를 끌었던 시즌1을 끝내고 시즌2를 시작하면서 방송주체인 HBO가 뉴욕시와 손을 잡고 1920년대의 지하철 차량을 연출해 운행하는 광고 프로모션을 진행했다. 약 100년 전의 이야기임에도 불구하고 큰 인기를 끌고 있는 드라마였던 만큼 지하철의 운행에 관심이 컸고



공개 후에는 이 차량의 모습이 SNS 통해 빠르게 퍼져 드라마의 홍보 외에 프로모션에 사용된 차량이 뉴욕시의 관광상품으로서도 큰 효과를 보았다고 한다.

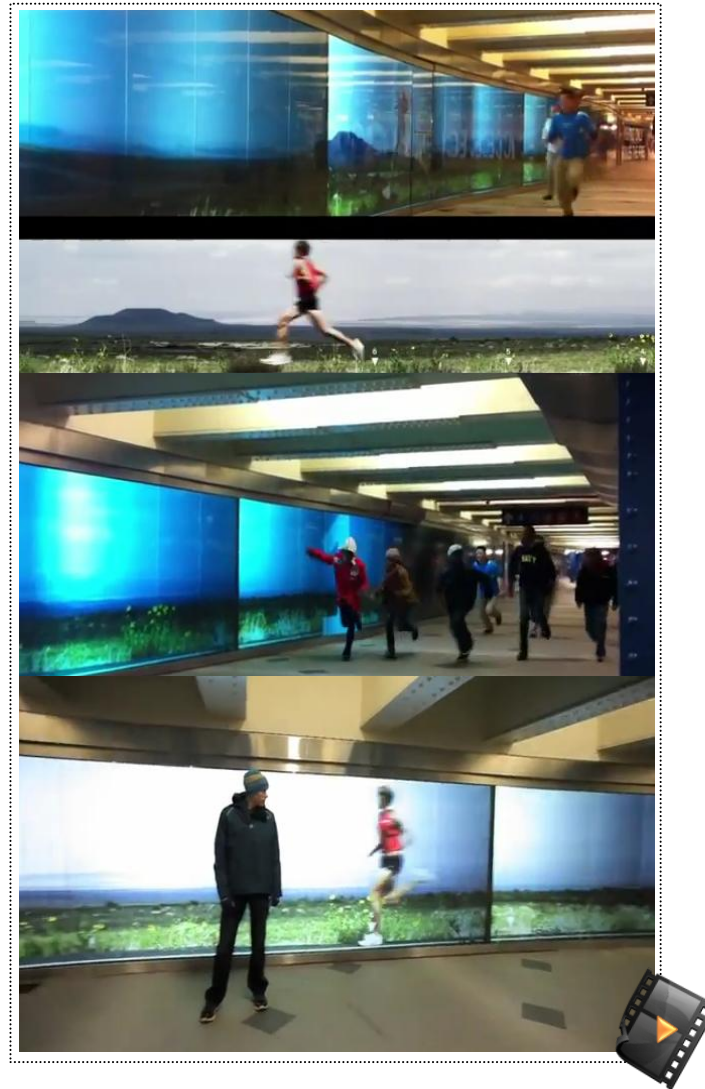
Run with Ryan

스포츠 브랜드 아식스의 지하철 프로모션
올림픽 메달리스트 RYAN 과 달리자.

미국에서 프로 마라토너와 달리기를 함께 할 수 있는 체험형 광고 프로모션을 지하철에 설치했다. 지하철역의 게이트웨이의 한쪽 벽면에 디지털 스크린으로 설치하고 마라토너가 신호음과 함께 달리기를 시작하는데 지하철역을 오가는 사람들이 그와 함께 달리기 시합을 할 수 있도록 유도한 것, 또한 그가 달리는 모습에서 아식스 운동화가 꾸준히 노출돼 효과적으로 아식스 런닝화를 홍보했다는 평가를 받았다.

THEY CHALLENGED ANYONE
TO TAKE ON OLYMPIC MARATHONER
RYAN HALL FOR JUST 60 FEET.

▲▶ Run with Ryan 스크린 모습



Play in Station AD

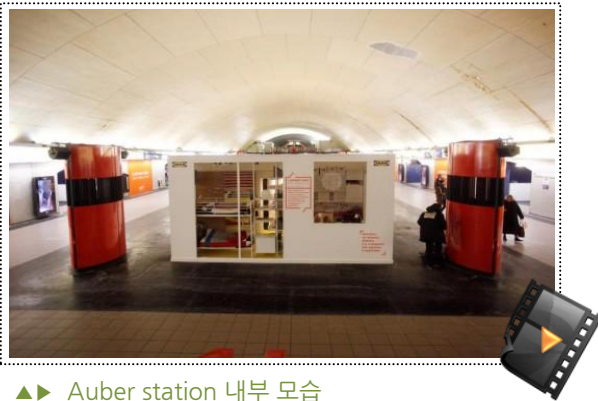
“유명인과 함께하는 체험형 광고”

체험형 광고는 실제로 사용해보지 못한 잠재 고객들에게 효과적이다. 실질적으로 써본 것처럼 느끼게 하면서 자연스럽게 소비를 유도해 내기 때문에, 또 브랜드 인지도에 있어서도 파급력이 높은 광고형태이다.

the IKEA apartment

“이렇게 이용하는 겁니다!”라며
사람들의 관음증 심리를 살짝 자극한 광고

2012년 1월 9일부터 14일까지 6일간 진행된 가구 브랜드 IKEA의 캠페인 ‘The IKEA apartment’는 프랑스 지하철에 캠페인을 위한 세트장을 설치하였다. 이 세트장은 프랑스 지하철 역사 내에 다양한 IKEA의 가구가 세팅된 16평의 임시주택인데 소름이 아닌 직접 남녀 5명으로 구성된 입주민을 입주시키고 그들이 사는 모습을 지하철 이용객들이 라이브로 지켜볼 수 있게 한 파격적인 캠페인이었다. 사람들은 이 과정에서 비교적 좁은 공간의 아파트임에도 세련되거나 기능성에 문제가 되지 않으며 편안하다는 인식을 받았다고 한다.



Play in Station AD

“지하철역도 내 집처럼 편하게”

사실 지하철만큼 넓은 공간에 많은 사람에게 노출되는 곳이 있을까? 잘만 이용하면 연출 안 되는 상황이 없는 공간!

Babara

Babara 슈즈 브랜드의 지하철 역사 바닥 랩핑 광고. 구두를 신기 전 여성들이 기대하는 모습들인 남자분이 슈즈를 신겨주는 장면. 다양한 슈즈가 앞에 놓여있는 그런 여성들의 로망을 바닥에 부착해 놓음으로써 브랜드의 이미지를 부각시켜주었다. 공주대접 받고 싶은 여성들이 타겟.

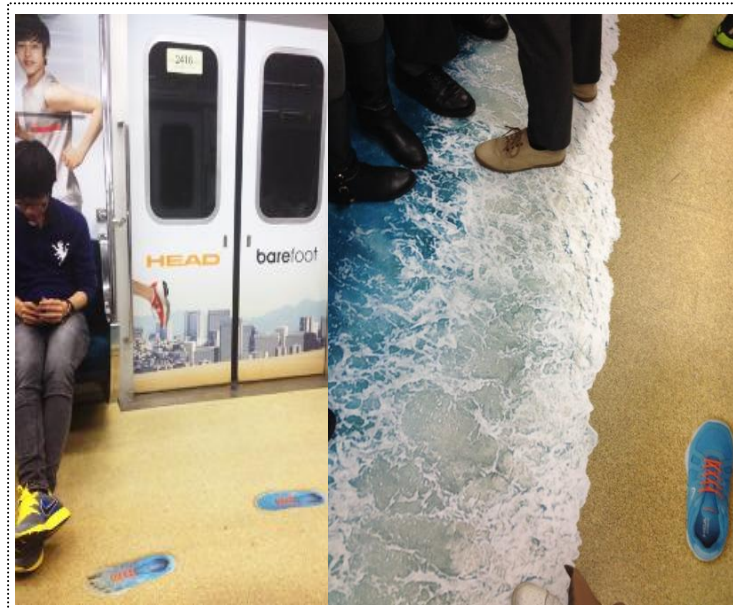


▲ 명동 'babara'

Barefoot

스포츠 브랜드 HEAD의 런닝화 Barefoot 지하철 광고.

바다에서도 어디서도 편안하게 걷고 뛸 수 있다. 라는 것을 보여주기 위해 2호선 지하철 바닥을 해변으로 씩워버렸다. 마치 바다에 와 있는 분위기의 이 지하철은 눈길에 자연스럽게 바닥으로 향하게 하여, 그 눈길 속에 베어풋이 노출되어 높은 광고 효과를 가질 수 있었다.



▲ HEAD 'barefoot' 지하철 2호선

Play in Subway AD

“원하는 대로 바라는 대로“

광고로 성공하려면 소비자의 니즈를 알아차리는 것이 중요하다. 그런 면에서 인터랙션이 안된다 해도 '우리는 당신들이 원하는 바가 무엇인지는 알고 있어!' 라는걸 보여줄 수 있는 광고가 좋은 광고가 될 수 있다.

Display Station AD

“ 이 시대가 원하는 기술력으로 승부! “

스마트시대에 도래하면서 일단 시선을 끄는 제일 큰 부분은 새로움이다! 지하철 공간에 얼마나 더 새롭고 획기적으로 보여줄 수 있는가가 관건인 광고.

Galaxy Note



▲ 신촌역. 압구정역 갤럭시 노트 광고 (왼) 광고영상 (오) 제품 디스플레이

Touch me! if you want !

최첨단 기술의 영상구현 LCD를 보여주는 광고

2012년 1월에 갤럭시 노트의 지하철 광고 교대, 신사, 압구정 3개 역사에서 진행되었다.

세계적으로도 뛰어난 기술력을 가진 기업 삼성의 광고답게 **최첨단 투명 LCD**를 이용해 다양한 광고 영상과 제품을 홍보 하었는데, 이 광고의 특별한 점은 실제 갤럭시 노트 제품이 전시되어 있는 쇼윈도를 유리 대신 **투명한 LCD로 설치한 것**으로 쇼윈도에 배경이 투과되는 **투명패널을 이용해 쇼윈도 안의 제품을 보여주면서, HD급의 고해상도 영상과 이미지를 구현할 수 있게 한 점**이다. 유리에서 영상이 나오는 것 같은 느낌을 받을 수 있고, 그를 통해 갤럭시 노트의 혁신성과 기술력을 보여주고자 제작되었다고 한다.

Display Station AD

“지하철 광고만 할 순 없지“

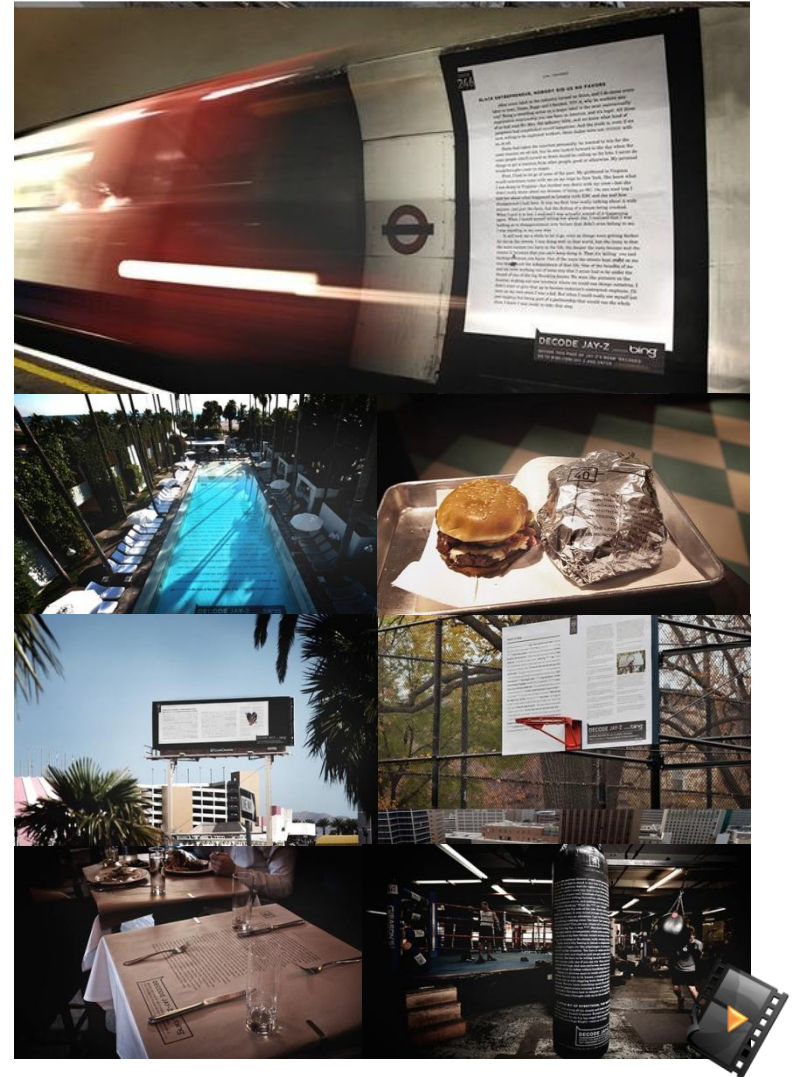
지하철광고가 넓고 좋다지만 시너지 효과를 낼 수 있으려면 이곳 저곳도 함께 해야 된다는 건 모두가 알고 있는 사실. 그럴 때 가장 중요한 건 여기랑 저기랑 어떤 연관이 있느냐와 그 곳으로 가게 만들 수 있느냐가 아닐까? 이걸 보고도 저걸 또 보고 싶게 하는 지능적 광고가 인기를 누리고 있다!

Jay-z DEcoded

티저는 필요없다. 전 페이지를 보여주는 책, 인기와 판매율 그리고 광고제 수상까지 한번에!

세계적인 힙합 가수 Jay-Z는 DEcoded 라는 자신의 책을 출간하며 재밌는 홍보 프로모션을 진행했다. 책 출간 한 달 전에 책의 모든 페이지를 옥외광고로 만든 것인데, 도심 곳곳의 공간에 책의 페이지를 출력해 걸어놓은 것인데, 옥외의 모든 광고 벽면과 농구대 심지어 버거킹 포장지까지 이용했으며 지하철 벽면에도 그에 관련된 페이지가 포스터로 걸렸다. 또, 웹사이트 Bing.com에 Jay-Z 페이지를 만들어 그 옥외광고들의 위치에 대한 힌트를 제공하고, 그 광고를 설치한 사람과 그 광고를 발견한 사람들이 소셜 네트워크를 통해 인증샷을 남길 수 있도록 유도해 입소문을 타고 책 문의가 쇠도했다고 한다. 이 프로모션은 칸 광고제의 그랑프리까지 거머쥐었으며 그를 함께 한 MS의 검색서비스 Bing도 유명세를 함께 보며 온라인용 책으로 재편집되어 나왔다. 두 마리, 아니 세 마리, 네 마리 토끼를 한번에 잡은 똑똑한 광고가 아닐 수 없다.

책의 내용이 설치된 곳곳의 옥외광고들 ▶

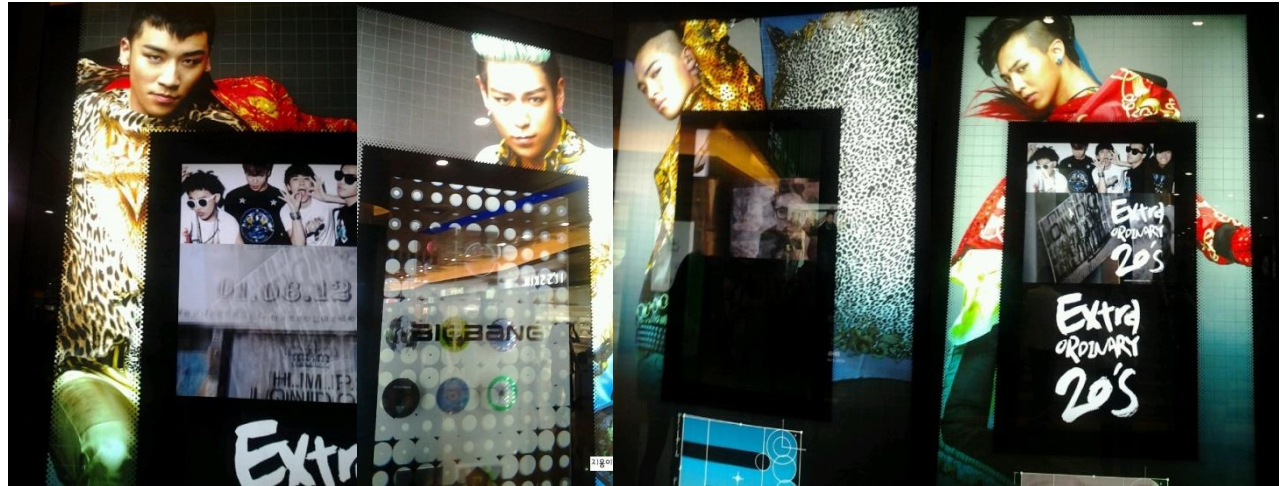


Special Station AD

“ 한 영역 전체를 아우르는 광고 “

역사 한 공간을 통으로 빌려 하는 zone 광고는 다양한 효과를 한번에 누릴 수 있다. 게다가 멀리 퍼져있어서 찾아 다닐 필요 없이 한번에 임팩트있게 보여줄 수 있으니 보는 소비자들에게 강하게 인식되는 건 당연하지 않을까?

Big bang Gate



BIGBANG's back

지하철역에서 이번 앨범을 모두 느낄 수 있다!

게이트 공간 형태의 지하철 광고로 6월 6일 발매되는 가수 빅뱅의 스페셜에디션 앨범 <Still Alive>의 홍보를 위해 강남역 역사에 설치되었다. 국내 아이돌로서는 처음 시도된 광고로 역사 한 공간의 벽면, 기둥, 계단 등 전체를 아우른 랩핑과 더불어 LCD 패널의 기술력을 이용한 영상까지 제공해 뮤직박스 및 빅뱅에 관련된 모든 자료를 볼 수 있는 형태로 만들어 많은 팬과 이용자들의 관심을 받고 있다. 위 광고는 국내 최대의 상권인 강남역인 만큼 파급력이 클 것으로 예상된다. 현재 진행중 !



- ▲ (위) 강남역 기둥의 디지털 미디어
- (아래) 강남역 빅뱅게이트 전경

Pepsi Music



▲ pepci access 지하철 포스터 광고

캐나다 토론토에서 진행된 펩시의 뮤직 포스터 광고로 이용자가 이어폰 잭을 역내의 펩시 포스터에 연결하면 음악을 들을 수 있는 형태의 지하철 광고이다. 이 광고의 독특한 점은 **오로지 이곳에서만 들을 수 있는 음악**이라는 점으로, 원하면 pepciaccess.ca로 오라는 메시지가 담겨 있어 이용자를 유도하는데 효과적.

NINTENDO DS

일본에서 진행된 닌텐도DS 광고. 지하철을 닌텐도로 만들어낸 랩핑 광고는 지하철이 닌텐도DS와 비슷한 형태의 창을 가지고 있다는 것에 착안해 만들어냈다고 하는데, 밖에서 보면 마치 사람들이 움직이는 게 닌텐도 게임처럼 느껴지기도 하겠다.



Google map.com



미국에서 진행된 구글 맵을 홍보 지하철 광고. 차량 전체를 랩핑해 알리고자 하는 URL을 커다랗게 붙여놓았다. 단순하고 직관적이 광고로 가장 구글스럽다.

nasmedia's Pick

thank you.