

no.222

Case Study

디지털 미디어 광고 사례

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'. Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399
Contact Us 3F,4F,5F Daishin Securities Bldg. 943 Dogok-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

디지털 미디어 광고 사례

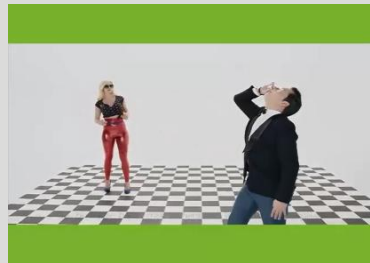
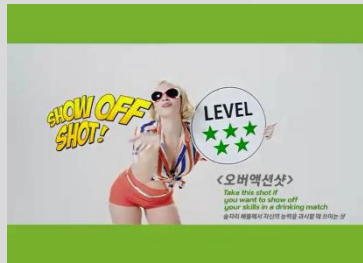
Index

Internet : 하이트진로

IPTV & OOH : 파리크라상 파리바게뜨

[하이트진로] 싸이슬쇼

Campaign Creative



Target 20대 이상

Period 2013년 2월 1일 ~ 2013년 4월 30일

Media 동영상(유튜브, 곰TV, 판도라TV, 아프리카TV, 엠군), 포털(다음), SNS(페이스북), 모바일(카울리, 인모비, 애드라떼, ad@m)

Campaign Profile

인기스타와 연계한 브랜드 UCC 노출로, 동영상 뷰 업 및 브랜드 인지도 강화에 성공

Campaign Result

하이트진로는 유튜브 스타 싸이를 앞세워 11편의 동영상으로 구성된 '싸이슬쇼' 캠페인을 진행했습니다. 싸이슬쇼의 다양한 영상 이슈화를 위해 유튜브를 거점 매체로 활용하였으며, 그 외 동영상 매체와 모바일 특수 상품, SNS 등 유저 유입 및 바이럴에 최적화된 매체 중심으로 캠페인을 진행했습니다.

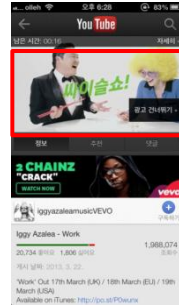
이를 통해 007샷, 성화봉송샷, 도미노샷, 팔꿈치샷, 충성샷, 짓가락샷 등 재치있는 아이디어와 술 문화를 즐기는 비법을 담은 싸이슬쇼 동영상은, 브랜드 채널 누적 조회수 약 300만건을 달성하였습니다.

캠페인 후반에는 페이스북 광고 집행으로 페이스북 팬페이지를 통한 이용자 커뮤니케이션 강화에 성공해 4만 5천여 명의 신규 팬을 확보했습니다. 싸이슬쇼 캠페인은 주류를 소재로 한 브랜드 UCC라는 소재의 한계성에도 불구하고 단기간내 폭발적인 관심을 이끌어내며, 동영상 시청 횟수가 기사화 될 만큼 성공적인 캠페인이라는 평가를 받았습니다.

* 동영상 매체 집행



▪ 유튜브_Pre-roll 온라인



▪ 유튜브_Pre-roll 모바일



▪ 판도라TV_확장형 ICF



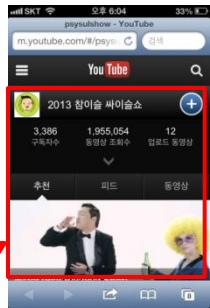
▪ 아프리카 TV_라이브 포스트롤

- 다양한 동영상 채널 집행으로 싸이쇼 동영상 이슈화

* 모바일 매체 집행



▪ 카울리_CPC 띠배너



▪ 애드라떼

* SNS 매체 집행



▪ 페이스북 Page post AD



▪ 페이스북 모바일

- 프리롤, 띠배너, 리워드 지급형 상품 등 다양한 플랫폼에 맞춰 이벤트 참여 유도 & 캠페인 이슈화

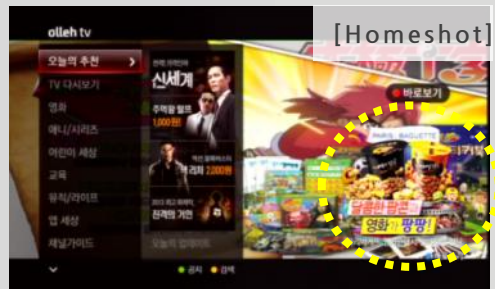
- 타겟 유저 이용 비율 높은 페이스북 집행을 통해, 바이럴 유도 및 페이스북 팬 확보

[파리바게뜨 파리크라상] 파리바게뜨 팝콘_신제품런칭이벤트

Campaign Creative



[파리바게뜨 특별관]



[Homeshot]



[ADQ- 양방향 이벤트]



Target 20~40대

Period 2013년 5월 중순 ~ 5월 말

Media olleh tv

Campaign Profile

“VOD보면서 파리바게뜨 팝콘을 즐기세요”
파리바게뜨 팝콘 출시 기념, olleh tv 양방향 캠페인 집행
선착순 팝콘 기프티쇼 전송으로 신제품 체험 극대화

Campaign Result

2013년 5월, 파리바게뜨는 신제품 “파리바게뜨 팝콘” 출시의 효과적인 홍보를 위해 olleh tv 양방향 캠페인을 진행했습니다. 파리바게뜨 팝콘 캠페인은 VOD 시청 중 간단히 참여할 수 있는 프로세스로, 시청자의 즉각적인 반응을 일으켜 높은 이용자 참여율을 보였습니다.

일일 500명에게 경품이 지급된 이번 캠페인은 15일간 약 7,500여명이 이벤트에 참여하였으며, 일일 선착순 경품 제공 방식으로 이벤트에 대한 시청자들의 참여 의지를 극대화시키는데 성공했습니다.

또한, 양방향 광고와 함께 olleh tv 내 파리바게뜨 특별관인 “파리바게뜨 영화관” 개설을 통해 인기 영화 20여편을 편성하여 입점 VOD 내 노출되는 모든 광고 영역을 독점으로 진행, 30초 CF영상과 양방향 이벤트를 통해 대대적으로 신제품 출시를 고지하며 olleh tv 시청자들에게 브랜드 이미지를 성공적으로 각인시켰습니다.

[ADQ- 양방향 이벤트]



1. VOD 시청 5분 시점에 파리바게뜨 선착순 이벤트를 고지하는 트리거 노출
2. 리코넨 빨간 버튼 클릭 시, 이벤트 메인페이지 유입, 시청자가 원하는 팝콘맛을 선택 (버터맛 vs 카라멜맛)
3. 선착순 이벤트 당첨 시, 번호 입력 후 선택한 팝콘 맛에 대한 기프티쇼 전송 완료

[Home Shot & 특별관]



1. 초기 메뉴 선택 시, 파리바게뜨 HomeShot 노출. 바로가기 버튼 클릭 시, 바로 파리바게뜨 특별관으로 유입
2. 오늘의 추천>오늘의 이벤트> 파리바게뜨 특별관으로 직접 유입
3. 파리바게뜨 특별관 내 입장한 20여편 VOD 시작 전에 파리바게뜨 CF만 무조건적으로 노출, 시청 중 노출되는 AD Q 까지 독점으로 진행하여 이벤트 참여 및 브랜드 인지도 극대화

More than Expected!

We differentiate your business
with network advertising service

| **nasmedia**
more than expected!