



Insight **M** | Campaign Creative

기아자동차 외 4개 캠페인

2013. 10

Contents

1. 기아자동차 - The New Sportage R 탄생
2. 대웅제약 우루사 - 전국 피로왕 선발대회
3. 기아자동차 - 2014년형 RAY 출시
4. 다음게임즈 - 삼국판타지 OBT
5. 에어아시아



1. 기아자동차 : 'The New Sportage R' 캠페인



Case Study 01_The New Sportage R 출시 캠페인

The New 스포티지R 신차 출시기념 이벤트 진행

- 스포티지 R 신차 출시 이슈화 및 캠페인 도달률 확보를 위해 Facebook과 연계된 '테마 Like' 이벤트 진행
- 온라인 포털 사이트와 모바일 매체를 병행하여, 캠페인 이슈화 및 도달률 확보함
- 매체는 포털(네이버,다음)과 타겟매체(네이트온, 인터웍스, CGV, 맥스무비), 모바일(아담,MAN,T-AD등)로 구성하여 집행
- 높은 캠페인 예산 및 다양한 매체지면의 운용으로 우수한 노출, 클릭 수치 달성

온라인/모바일 주요 집행 지면



랜딩페이지



Case Study 01_The New Sportage R 출시 캠페인

- 광고주 : 기아자동차
- 캠페인 : The New Sportage R
- 캠페인기간 : 2013년 7월 8일~8월 31일
- 진행매체 : 네이버, 다음, 네이트, CGV, 맥스무비, 인터웍스, 인모비, 카울리, 애드라떼, MAN, T-AD, 아담
- URL : <http://sportage.kia.com/kr>

Banner creative



2. 우루사 : 전국 피로왕 선발대회



Case Study 02_전국 피로왕 선발대회

캡슐맨 영상의 바이럴 유도과 더불어 페이스북 이벤트 동시 진행

- 캡슐맨이 등장하는 이태리/일본/프랑스 총 3편의 영상으로 흥미 유발 및 우루사 영상 바이럴 유도
- 영상을 지원하는 다양한 매체들과 포털, 모바일 매체를 복합적으로 활용한 매체 전략
- 매체는 동영상 사이트(유튜브, 티빙)와 포털 사이트(네이버, 다음), 모바일(아담, 카울리, 애드팝콘), 네트워크 상품(인터웍스, 다윈), 페이스북으로 구성
- 캠페인은 8월 12일부터 9월 6일 까지 진행되었으며, 페이스북을 통해 '전국 피로왕 선발대회' 이벤트 진행

네이버/페이스북/유튜브 집행소재



랜딩페이지



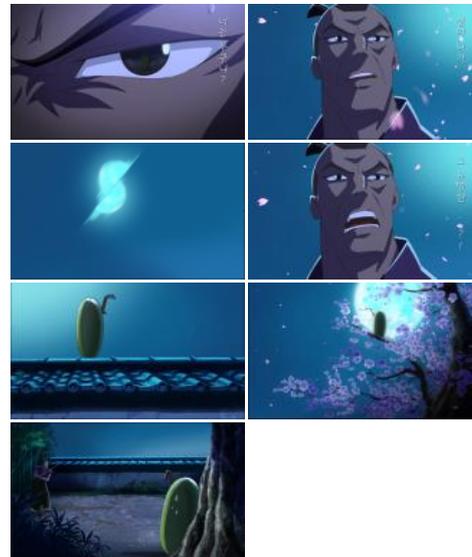
Case Study 02_전국 피로왕 선발대회

- 광고주 : 대웅제약
- 캠페인 : 전국 피로왕 선발대회
- 캠페인기간 : 2013년 8월 12일~9월 6일
- 진행매체 : 네이버, 다음, 인터웍스, 유튜브, 티빙, 페이스북, 아담, 카울리, 애드팝콘, 다윈

Banner creative



<이태리편>



<일본편>



<프랑스편>



3. 기아자동차 : '2014 Ray 출시' 캠페인



Case Study 03_2014년형 Ray 출시 캠페인

2014년형 Ray 출시 이벤트 진행

- 2014년형 Ray 출시를 기념하여 타겟의 주목도 확보 및 정보전달을 위한 캠페인 진행
- 온라인 포털 사이트와 SNS메신저를 병행하며, 타겟 집중공략 및 매체 효율성 확보
- 매체는 포털(네이버, 다음)과 메신저(네이트온, 카카오톡 PC버전 플러스캘린더)로 구성하여 집행
- 확보된 예산 범위 내에서 포털 타겟 섹션과 메신저, 브랜드검색 등을 통해 제안 대비 높은 효과를 달성

온라인/메신저 주요 집행 지면



랜딩페이지



Case Study 03_2014년형 Ray 출시 캠페인

- 광고주 : 기아자동차
- 캠페인 : 2014 Ray 출시
- 캠페인기간 : 2013년 9월 2일~9월 17일
- 진행매체 : 네이버, 다음, 네이트온, 카카오톡 PC버전플러스캘린더
- URL : <http://ray.kia.com/kr/main.asp>

Banner creative



4. 다음게임즈 : 삼국판타지 OBT



Case Study 04_삼국판타지 OBT 캠페인

삼국판타지 게임 유저 모집을 위한 대규모 OBT 캠페인 진행

- 삼국판타지 게임 유저 모집을 위한 캠페인 진행
- 주로 네이버 메인면과 PC방 매체 시작페이지 위주로 집행되며 타겟 유저의 Gate Way 확보
- 특히 네이버의 경우 타임보드 소재를 구좌별로 다르게 활용하여 유저의 소재 피로도 최소화 함
- 매체별 랜딩페이지를 다르게 적용하여 유저의 반응이 좋았던 랜딩페이지를 좀 더 적극적으로 활용

네이버, PC방, 구글 매체 집행소재

랜딩페이지



[미디어웹 시작브라우저]



[구글GDN 네트워크배너]



Case Study 04_삼국판타지 OBT 캠페인

- 광고주 : 다음게임즈
- 캠페인 : 삼국판타지 OBT
- 캠페인기간 : 2013년 6월 13일~8월 4일
- 진행매체 : 네이버, 게토, 미디어웍, 구글GDN
- URL : http://s1.gamecdn.net/pub/event/html/3f/obt_event_c_main.html

Banner creative



5. 에어아시아



Case Study 05_에어아시아

관심타겟의 검색패턴을 활용한 에어아시아 KMA 캠페인 진행

- 대형 포털사이트 다음의 대표 키워드매칭 상품인 KMA상품을 활용
- 에어아시아와 관련된 키워드를 추출해 해당 키워드를 검색한 유저에게 실시간 광고 노출함에 따라 타겟점점 극대화
- KMA 초기배너, 뉴스250, 지식250, 미디어250뿐 아니라 일반DA 초기배너도 함께 집행해 커버리지 증대
- 캠페인 기간 내 다양한 소재 활용으로 유저의 다수 클릭유도

KMA 집행소재



[430*105 사이즈 배너]



[250*250 사이즈 배너]

랜딩페이지



Case Study 05_에어아시아

- 광고주 : 에어아시아
- 캠페인 : 에어아시아 KMA 캠페인
- 캠페인기간 : 2013년 7월 15일~8월 11일
- 진행매체 : 다음
- URL : <http://www.airasia.com/kr/ko/home.page>

Banner creative





감사합니다

Contact us

광고문의

- 온라인 광고(디지털광고부분)
mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App 및
모바일 Web 광고(모바일광고본부)
mobile@mezzomedia.co.kr
- 케이블TV 광고(디지털TV광고본부)
catv@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및
Facebook 광고(해외광고본부)
mp@mezzomedia.co.kr



주 소

경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 3,4층 (우)463-824
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824
Tel. (031) 620-7500
Fax. 3층 (031)620-7555, 4층 (031) 620-7554

교 통

분당선 서현역 3번출구 직진 200M(도보3분)
버 스 지선 (초록) 220, 55-1, 33, 15, 500, 720-1, 720-2, 300
116-3, 17, 17-1, 520-1, 116-3
광역 (빨강) 9414, 102, 7007-1, 5500-1