

- 1 Campaign Brief
- 2 Creative & Event 분석
- 3 주 활용 상품
- 4 성공 요소

Campaign Brief

1. Client & Brand

SKY_EF10S / 티징

2. Campaign period

2010년 4월 12일 ~ 2010년 4월 14일

3. Target

20대 이상 성인 남녀

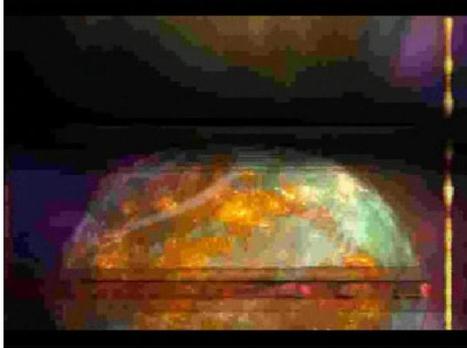
4. AD Objective

“SKY EF10S” 시리우스폰의 궁금증 유발을 통한 런칭 캠페인 재방문 유도

5. Media List

네이버/네이트/다음/판도라TV/아프리카

< Creative >



- ▶ 스카이 TVCF와 외계 컨셉인 시리우스폰을 접목시켜 제작된 크리에이티브
- ▶ TVCF 영상물의 전파 방해 노출을 통한 궁금증 유발

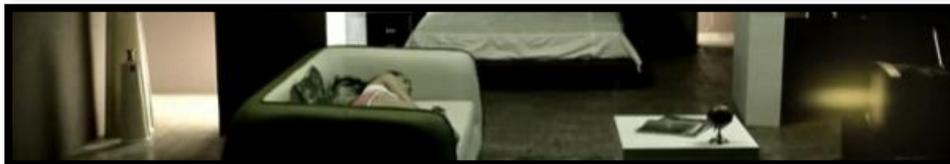
< Event Page >



- ▶ 스카이 마이크로 사이트임에도 불구하고 스카이에 대한 내용이 전혀 없이 D-day 표시와 안드로이드 영상만을 노출하여 궁금증 유발
- ▶ 캠페인 사이트 내 주요 핵심 상황
 - 9가지의 시리즈 영상물을 일자별로 오픈하여 유저들의 재 방문을 유도
 - 안드로이드 영상물 무료 다운로드를 통하여 영상물 바이럴 효과 증대

< Creative >

[2차 스카이 배너 크리에이티브]



- 집행기간 : 04/14
- 효과분석 :
 - A사 CTR : 0.69%
 - B사 CTR : 1.16%

- ▶ 초기 상단 진행 결과 즉각적인 크리에이티브 변경을 통하여 1% 이상 상승
- ▶ "SKY_EF10S" 티징 캠페인 진행시 2일동안 초기상단 고정 상품 진행 결과 1차 크리에이티브 진행 결과 저조한 효과 분석을 통하여 즉각적인 소재 교체 후 2차 크리에이티브에서 높은 광고 효과가 나타남.
- ▶ 크리에이티브 제작시 유저의 관심을 모을 수 있는 컨셉 필요

< "SKY_EF10S" Campaign 성공요인 >



"SKY_EF10S" 제품 관심 유발 및 주목도 증대

*MezzoMedia,
where your success awaits*

where your success awaits
where your success awaits