

## nasreport no.240

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Case Study

## 디지털 미디어 광고 사례

# Index.

디지털 미디어 광고 사례

Internet: A. 다음 - 검색 서비스 캠페인

B. 벤츠 파이낸셜 - GLA 런칭 캠페인

## A. 다음 - 검색 서비스 캠페인

- Target : 모든 인터넷 유저(Core: 20-49세 주 인터넷 이용 유저)
- Period : 2014년 8월 1일 ~ 2014년 9월 30일
- Media : 동영상(Youtube), 모바일(m.GDN)

### Campaign Creative



### Campaign Result

영상 중심의 '다음(Daum)' 신규 검색 서비스 광고 집행  
다양한 소재 및 타깃팅 옵션 활용으로 성공적인 캠페인 목표 달성

- 다음은 검색 서비스 영역 강화의 일환으로 신규 검색 서비스인 '바로이거', '방금그곡', '이미지검색'의 영상 캠페인을 집행
- 인기 예능 프로그램인 '꽃보다청춘'의 주인공을 광고모델로 기용하고 세가지 서비스에 대한 영상을 각각 유머러스하게 구성하여 서비스 이용자의 주목도 상승 견인
- 활용 매체의 타깃팅 옵션을 적극 활용하여 타깃과의 접점 극대화 유도

- 1) 영상 중심의 캠페인 최대 노출을 위한 유튜브 상품 활용으로 소재별 성공적인 노출량 달성
- 2) 연령, 리마케팅, 게재위치 등 타깃팅 옵션 활용으로 제안 대비 우수한 클릭률 기록
- 3) 카카오톡 브랜드 이모티콘 이벤트 동시 진행으로 캠페인 이슈 극대화

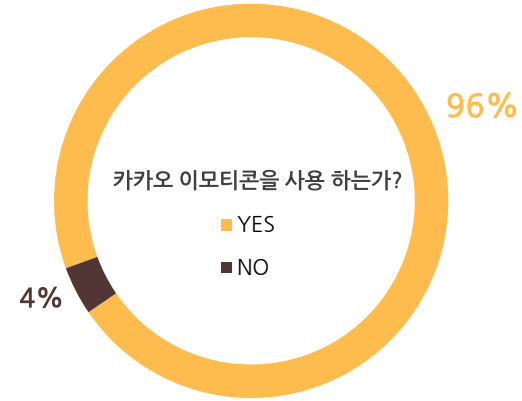
\* 카카오톡 브랜드 이모티콘

카카오톡 APP 이용자 현황



순설치자	26,371,684	
순이용자	26,218,038	
10대	3,850,402	15%
20대	5,602,048	21%
30대	5,669,814	22%
40대	5,926,716	23%
50대 이상	5,169,058	20%

카카오톡 이모티콘 이용 현황



- 카카오톡은 대한민국 스마트폰 이용자의 94%가 설치해서 사용중인 메신저 서비스  
- 카카오톡 이모티콘 서비스는 카카오 이용자의 96% 사용하는 서비스

\* 다음 신규 검색 서비스



1) 즉답 검색 서비스 '바로이거'  
'바로이거'서비스는 검색 이용자가 입력한 질의에 방대한 문서를 자동 분석해 원하는 답을 제시하는 서비스



2) 음악 검색 서비스 '방금그곡'  
'방금그곡'서비스는 지상파TV와 라디오의 전파를 수신하여 전파에 흐르는 음악을 자동으로 인식해 실시간으로 곡명을 알려주고 다시듣기를 제공하는 서비스



3) 이미지 검색 서비스 '이미지검색'  
'이미지검색'서비스는 기존 이미지 검색 서비스를 개편하여 검색 정확도를 향상시키고 최소한의 클릭으로 원하는 이미지를 찾을 수 있도록 사용자 인터페이스를 개선한 서비스

\*Source : Sharethrough - Native Advertising Effectiveness Study by IPG Media Lab and Sharethrough, Roa Consulting / 닐슨코리아클릭

## B. 벤츠 파이낸셜 - GLA 런칭 캠페인

- Target : 25 - 39 전체
- Period : 2014년 9월 15일 ~ 2014년 10월 14일
- Media : 네트워크 매체(엔트리, 인터웍스, 인모비)

### Campaign Creative



### Campaign Result

PC와 모바일 네트워크 광고 상품 적극 활용하여 타겟 커버리지 확보  
매체별 적합한 타겟팅 기법으로 런칭 캠페인 이슈화 및 전환 극대화

- 메르세데스 벤츠 파이낸셜 서비스 코리아는 'New GLA클래스'에 대한 특별 할부 금융 프로그램 출시 캠페인 집행
- PC 및 모바일 디바이스를 동시에 커버할 수 있는 네트워크 매체를 적극 활용
- 네트워크 매체 內 무분별한 노출 방지를 위해 매체별 적절할 타겟팅 설정으로 효율 극대화

- 1) 엔트리 RT플러스\* 및 A.RT\*는 타 매체 대비 우수한 전환율 기록
- 2) 기사 문구 타겟팅을 적용한 인터웍스는 성공적인 반응률을 보임
- 3) 인모비는 성공적인 이벤트 참여율을 유도했으며, 효율적인 비용 효율성 달성

\* RT플러스: 유저의 업종별 광고 반응 및 방문 지면을 통해 캠페인 관련도가 높은 유저를 타겟팅하는 상품

\* A.RT(Advertiser Retargetin): 광고주의 광고 집행데이터 또는 보유 사이트 유저 관심 수위에 따라 타겟팅이 가능한 상품

\* 엔트리 A,RT 프로세스



광고 노출 및 클릭 데이터

광고주 페이지 방문 데이터

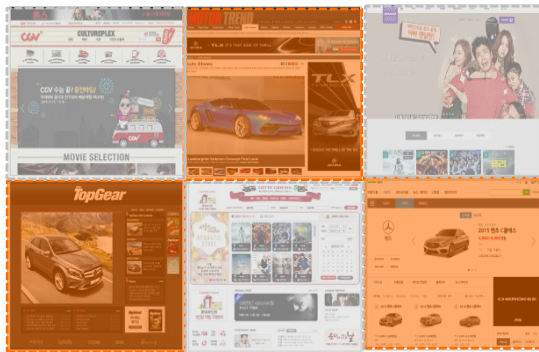


타겟 대상 추출

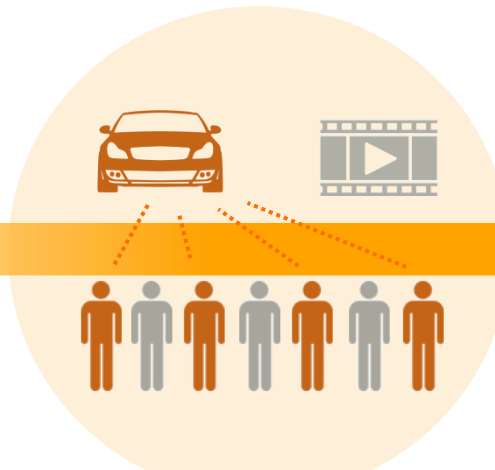


엔트리 네트워크 매체 내 해당 타겟 방문시 광고 노출

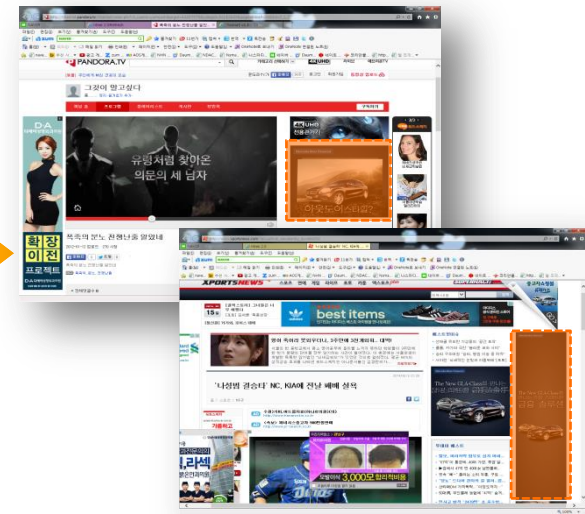
\* 엔트리 RT플러스 프로세스



특정 매체/지면에 방문 했던 유저



과거 특정 업종 클릭 했던 유저



엔트리 네트워크 매체 내 해당 타겟 방문시 광고 노출



# more than expected!

## nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면  
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.  
\* 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지 회원가입 시 뉴스레터 수신 체크



nasmedia  
나스미디어 영업기획실