

20
17

DEC

no. 276

CASE STUDY

디지털 미디어 광고사례

INDEX

디지털 미디어 광고 사례

Internet : A. 니콘 - 전시회 방문 유도 캠페인

OOH : B. 유진로봇 - 브랜드 인지도 확보 캠페인

A. 니콘 - 전시회 방문 유도 캠페인

- Target : 3049 서울 근무 직장인
- Period : 2017년 9월 15일
- Media : 네이버 / 네이트 / 버즈스크린

Campaign Creative



Campaign Result

지역·시간 타겟팅을 활용하여 오프라인 행사 방문 유도
디바이스별 단기간 홍보에 적합한 매체 선정하여 캠페인 인지도 제고

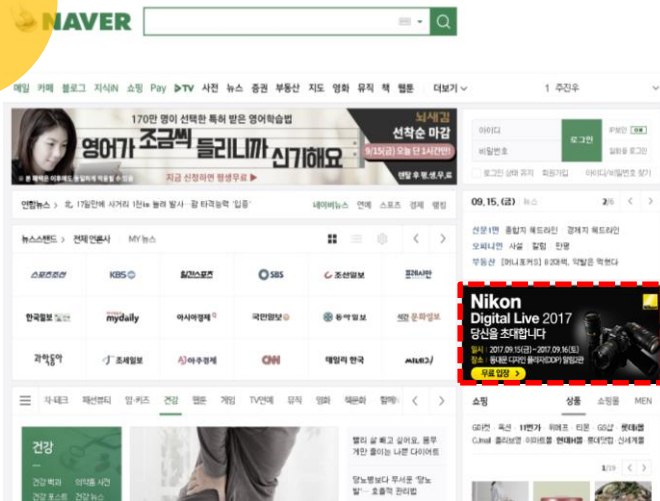
- 서울지역 타겟팅 광고 상품 집행을 통해 전시장 방문 가능성이 높은 유저에게 집중 노출
- 오전 11시~오후 4시 정각에 PC 메신저 팝업 광고 운영하여 주목도 높은 메시지 전달
- 스마트폰 잠금화면 광고 상품을 활용하여 모바일 커버리지 확보

- 1) 네이버 롤링보드 상품에 서울 지역 타겟팅을 적용하여 핵심 타겟 대상 광고 도달률 증대
- 2) PC 유저의 시선을 유도하는 네이트온 시보 팝업 광고를 활용하여 타겟 흥미 유발
- 3) 모바일 잠금화면 매체 집행을 통해 전시회 참가 등록 페이지 모바일 트래픽 유입 확보

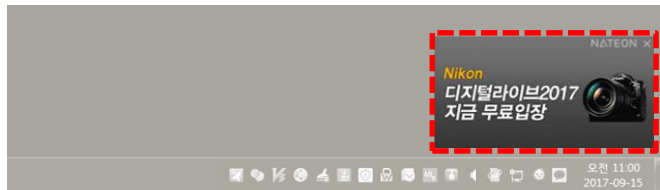
*Source : 나스미디어 내부 자료

디바이스별 매체 운영 전략

PC
캠페인



[네이버_메인_롤링보드]

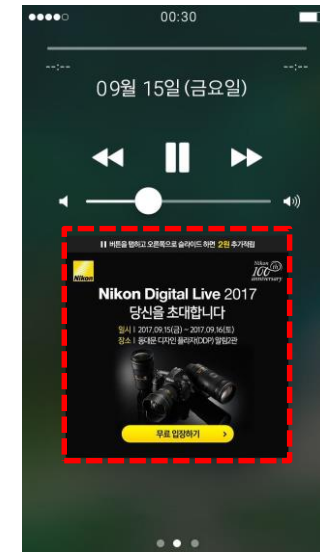


[네이트온_시보 팝업]

Mobile
캠페인



[버즈스크린_Android]



[버즈스크린_iOS]

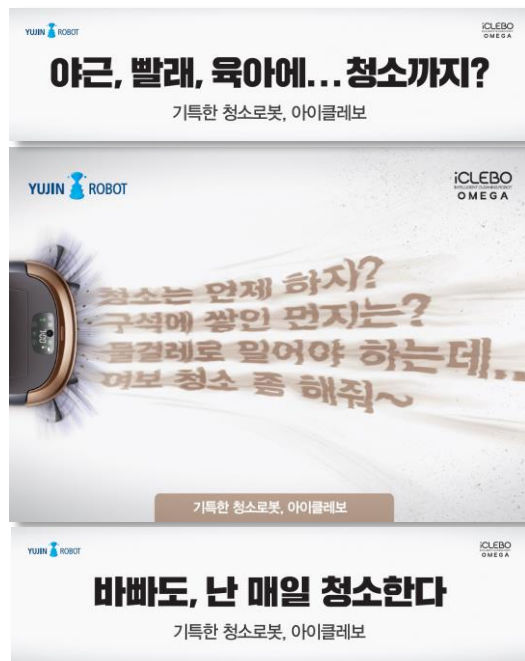
- PC: 빅포털 네이버와 직장인 이용률이 높은 네이트온 집행하여 타깃 도달률 증대
- 모바일: 잠금화면 매체 버즈스크린을 통해 Android, iOS 동시 노출

*Source : 나스미디어 내부 자료

B. 유진로봇 - 브랜드 인지도 확보 캠페인

- Target : 3049 여성
- Period : 2017년 9월 13일 ~ 2017년 10월 17일
- Media : 지하철 5,7호선 열차 내부 편성

Campaign Creative



Campaign Result

유동인구가 많은 지하철 5,7호선 지면을 활용하여 광고 도달률 높임
승객들의 공간 이탈이 제한되는 지하철 내부 광고를 통해 이용객 시선 유도

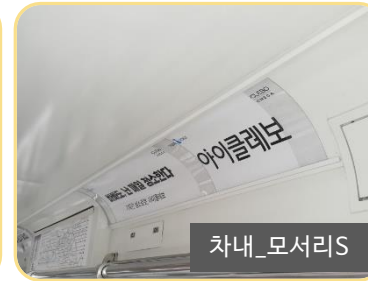
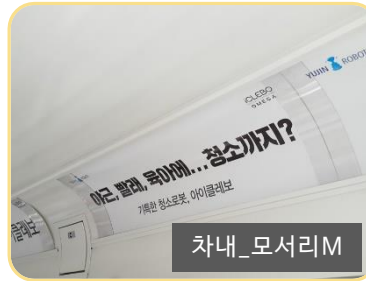
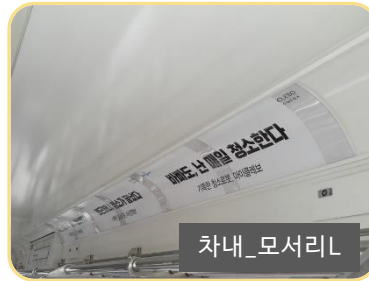
- 일 평균 약 186만명이 이용하는 5,7호선 열차내 편성광고 선정하여 비용 효율성 제고
- 지하철 열차 내부 광고를 통해 '아이클레보' 라는 청소로봇 브랜드 인지도 확보
- 목표 타겟의 공감을 유도하는 현실감 있는 카피 및 이미지를 통해 흥미와 관심 유발

- 1) 광화문, 고속터미널 등 주요 역사를 관통하는 5,7호선 열차 광고 진행하여 높은 커버리지 확보
- 2) 열차 내부의 모든 광고 지면을 독점하는 '차내 편성광고' 집행하여 주목도 극대화
- 3) 집행기간 내 제품 및 브랜드에 대한 검색 트래픽 증가

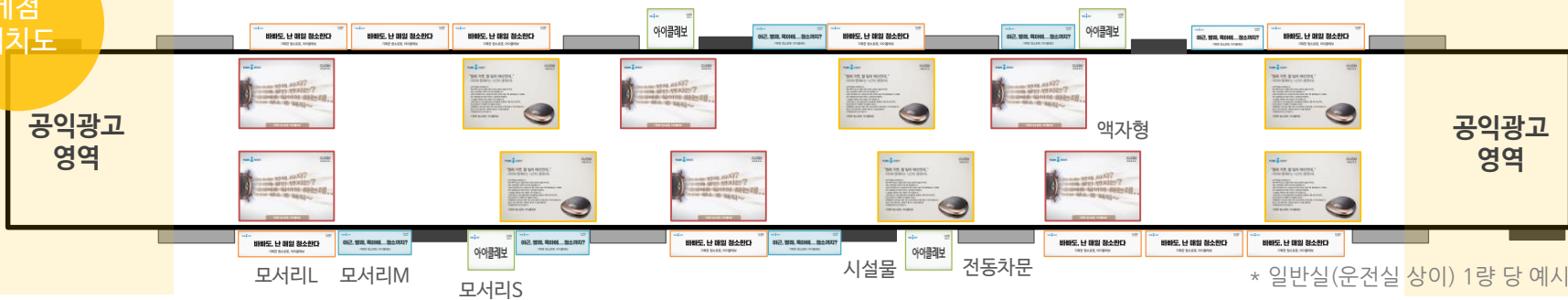
*Source : 서울교통공사(2017년 수송인원), 나스미디어 내부 자료

유진로봇 - 5,7호선 차내 편성광고

캠페인
게첩사진



게첩
배치도



- 지하철 열차 내부의 액자광고 혹은 모서리광고의 개별 상품 집행이 아닌 열차 내 모든 광고 지면을 독점하는 '편성광고' 집행을 통해 압도감 및 주목도 극대화

*Source : 나스미디어 내부 자료

more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청