

2018
08 -

Vol. 284

CASE STUDY

가전 업종 광고 사례 분석

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

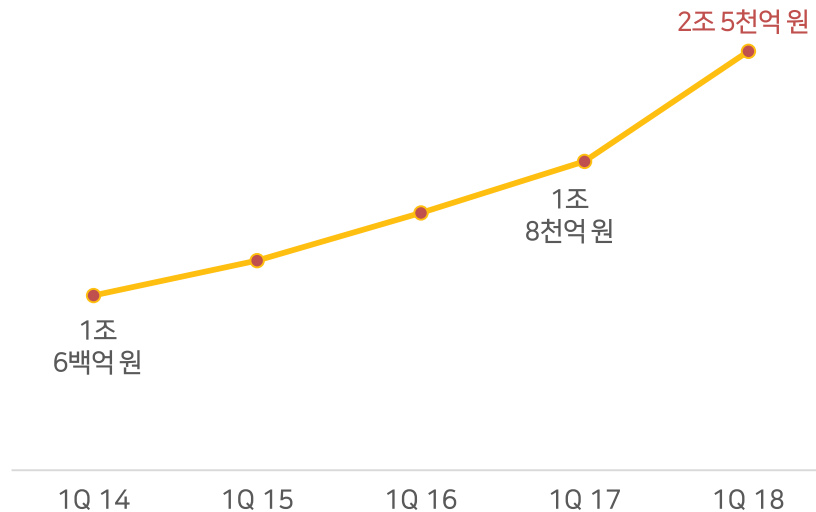
- 가전 업종 온라인 구매 행태
- 가전 트렌드(1) - 환경가전의 고성장
- 가전 트렌드(2) - 멘즈테리어(mensterior) 열풍

CASE STUDY

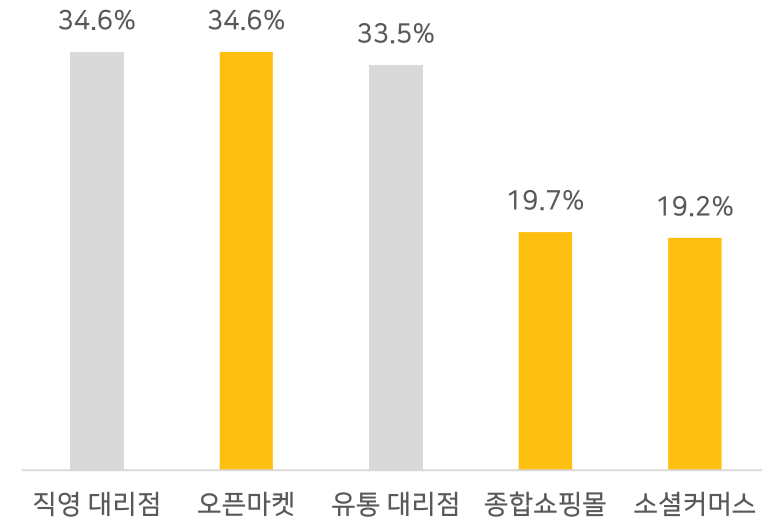
- 삼성전자-노출카테고리별 맞춤 소재를 활용한 PTV 캠페인
 - 홈데이몰-특가이벤트페이지 유입 유도 캠페인
 - 쿠키전자-네이버 콘텐츠 DA를 활용한 구매 유도 캠페인
-

가전 업종 온라인 구매 행태

가전·전자·통신 업종 온라인 쇼핑 거래액 추이



최근 1년 이내 가전제품 구매 채널 TOP5

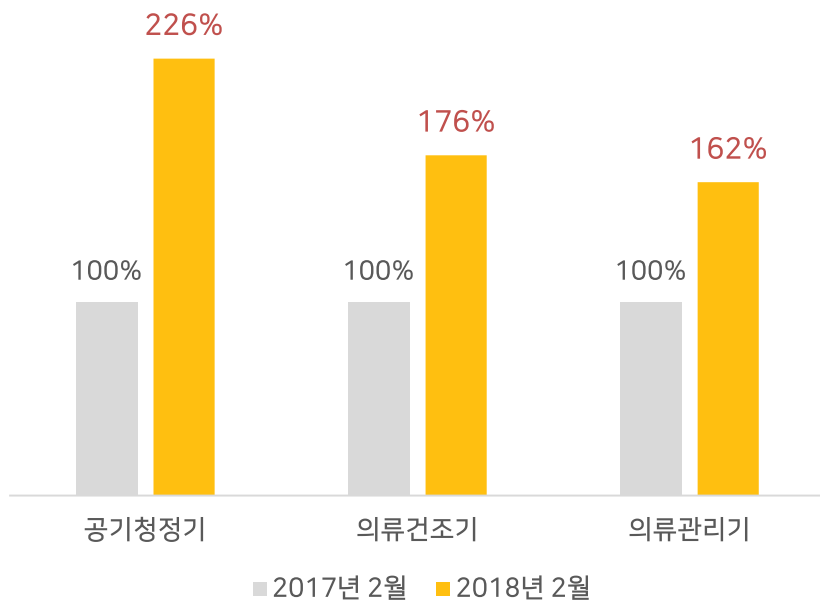


* Source : 통계청, 2018 NPR(조사기간: 2017년 12월 19일 ~ 2018년 1월 3일)

- 온라인 결제 간편화 및 신뢰도 강화에 따라 오프라인 구매가 주류를 이루던 가전업종에서도 온라인 거래액이 매년 증가 추세를 보임
- 최근 1년 이내 가전제품을 구매한 온라인 채널은 오픈마켓(11번가, G마켓 등) > 종합쇼핑몰(롯데닷컴, GS샵 등) > 소셜커머스(쿠팡, 위메프 등) 순으로 나타남

가전 트렌드(1) - 환경가전의 고성장

미세먼지 관련 가전제품 판매량 증가(다나와)



2018년 상반기 가전업계 트렌드



다이슨 퓨어쿨 공기청정기
(선풍기 + 공기청정기)



LG 휘센 씽큐 에어컨
(공간·사용량 패턴 스스로 학습)

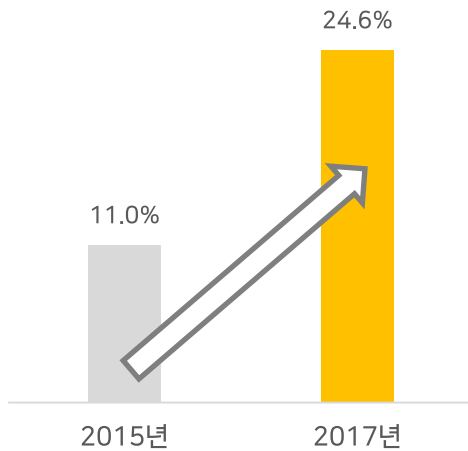
* Source : 다나와, 관련기사

- 지속적인 미세먼지 이슈와 가격보다 심리적 만족감을 우선시하는 소비 트렌드가 확산되며 공기청정기, 의류건조기 등 환경가전의 수요가 급성장함
- 다용도 기능을 제공하는 '융·복합형', 본래 기능을 넘어 개인에게 최적화된 서비스를 제공하는 '인공지능형' 가전이 2018년 업계의 트렌드로 자리 잡음

가전 트렌드(2) - 멘즈테리어(mensterior) 열풍

새로운 소비층으로 부상한 2030 남성

가전제품 구매자 중 2030 남성 비중
(현대백화점)



남성 구매 제품 TOP5

분석 기간: 17년 7월 ~ 18년 5월, 다방샵

- 1위 클레어 공기청정기
- 2위 SK매직 소형 청소기
- 3위 무소음 패션 침대
- 4위 포니 좌석 소파베드
- 5위 씨엘 극세사 러그

남성 소비자층을 공략하는 가전제품 특징



삼성전자 파워봇 스타워즈 에디션
(캐릭터 로봇청소기)



LG전자 트롬 스타일러
(정장까지 칼주름 기능)

*멘즈테리어: '남성(men)'과 '인테리어(interior)'의 합성어로 남성의 인테리어 관심도 증가를 보여주는 신조어

* Source: 현대백화점, 다방샵

- '나혼자산다', '미운우리새끼' 등 혼자 사는 남성들의 생활공간을 다루는 예능 프로그램의 영향으로 집을 꾸미고 직접 가전제품을 구입하는 2030 남성 증가
- 게임이나 만화 캐릭터를 디자인에 접목시킨 캐릭터 가전, 편의성을 강조한 의류 관리기, 주류 전용 냉장고, 소형 청소기 등이 큰 호응을 얻고 있음

삼성전자 - 노출 카테고리별 맞춤 소재를 활용한 IPTV 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 자료

Campaign Summary

- Period : 18.06.19 ~ 18.08.10
- Target : 3049 남녀
- Media : olleh tv (PrePlay, PrePlay+)

프리미엄 콘텐츠 시청 유저를 대상으로 olleh tv VOD 재생 전 광고 집행
영화, 여행, 게임 등 카테고리에 따라 맞춤형 소재를 운영해 메시지 전달력 극대화

Media Strategy

- 프리미엄 TV 콘텐츠 활용과 개별 프로그램 단위의 타겟팅이 가능한 olleh tv 집행
- '실감나는 게임', '눈으로 떠나는 여행' 등 광고 노출 콘텐츠에 맞는 맞춤 소재 4종 활용

Results

- 영화, 여행, 게임 3개 카테고리 모두 7월 내 노출수 초과 달성을 기록하며 신제품 인지도 증대
- 윤식당, 비긴어게인 등 인기 예능은 VOD 첫 슬롯에 노출되는 PrePlay + 상품을 통해 광고 주목도 확보

홈데이몰 - 특가 이벤트 페이지 유입 유도 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 자료

Campaign Summary

- Period : 18.05.14 ~ 18.05.31
- Target : 1949 인테리어, 가전 관심 유저
- Media : 네이버, 캐시슬라이드, 애드패커

포털 네이버의 모바일 메인 지면을 활용해 광고 커버리지 확대
클릭수가 보장되는 CPC 매체 진행을 통해 이벤트 페이지 유입 유도

Media Strategy


- 커버리지를 확보할 수 있는 포털 지면과 정교한 타겟팅을 적용한 모바일 DA를 적절히 활용
- 에어컨, 무선청소기, 건조기 등 1일 1회 상품 이미지 소재를 교체해 지속적인 소비자 관심 환기


Results


- 포털, 잠금화면, 네트워크 매체를 적절히 활용해 제안 대비 높은 노출 달성률 기록
- 애드패커의 경우 유사 광고 반응 유저 리타겟팅, 관심사 타겟팅을 적용해 우수한 클릭 확보


쿠쿠전자 - 네이버 콘텐츠 DA를 활용한 구매 유도 캠페인

스 연예 스포츠 쇼핑 리빙 패션뷰티 **푸드** +

 유명 빵리수 몬격 비교

 삼겹살과 곁들여 먹으면 2배 더 맛있어지는 음식

 울무가 정말 남자한테 안 좋을까? 울무차의 비밀
이재성의 식탁보감

 유럽감성으로 품격을 높인 쿠쿠 하이브리드인덕션레인지
쿠쿠전자 AD

맛집탐방 나만 알고 싶은 그곳



* Source : 나스미디어 내부 자료

Campaign Summary

- Period : 18.04.10 ~ 18.05.06
- Target : 가전제품, 주방용품 관심 유저
- Media : 네이버(브랜드검색, 푸드판 콘텐츠 DA)

별도의 데모 타겟팅 없이 네이버 주제판을 활용해 코어 타겟 도달률 증대
광고 거부감을 최소화하고 정확한 정보 전달이 가능한 콘텐츠 DA 광고 집행

Media Strategy

- 직접 제품명을 검색한 유저에게만 노출되는 브랜드검색과 거부감이 낮은 네이티브 DA 광고 집행
- 실제 구매 가능성이 높은 음식/주방가전 관심 유저에게만 노출해 광고 비용 효율성 제고

Results

- PC와 모바일 모두 제안 대비 우수한 클릭 반응률 기록
- 광고 클릭 시 일반 소비자의 제품 실 사용 후기로 랜딩되어 실질적 구매 행동 유도에 기여

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청