

2019
09 -

Vol. 297

CASE STUDY

뷰티 업종 광고 성공 사례

Index

디지털 미디어 광고 사례

ISSUE CHECK

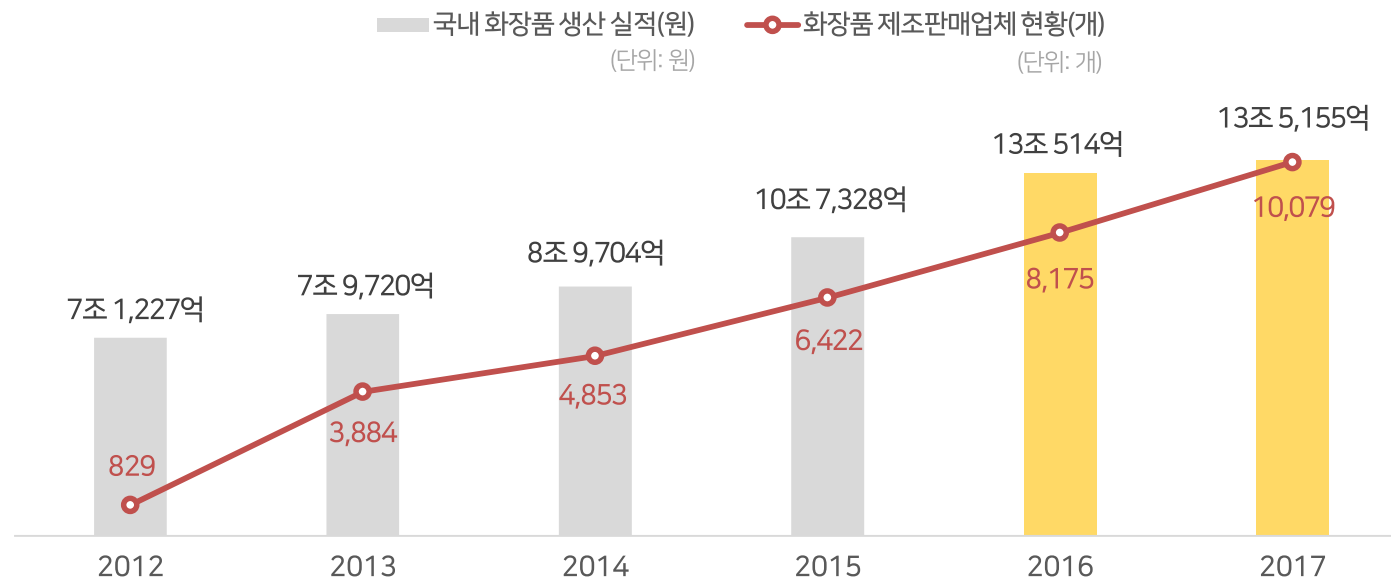
- 국내 화장품 산업, 무한경쟁 시대 돌입
- 화장품 구매 트렌드(1) - 모바일 거래 증가
- 화장품 구매 트렌드(2) - 뷰티 전문 애플리케이션 활용

CASE STUDY

- AHC - 뷰티 특화 매체를 활용한 신제품 구매 유도 캠페인
 - 이니스프리 - 영상 광고를 통한 신제품 인지도 확대 캠페인
-

국내 화장품 산업, 무한경쟁 시대 돌입

국내 화장품산업 시장규모 및 제조판매업체 수

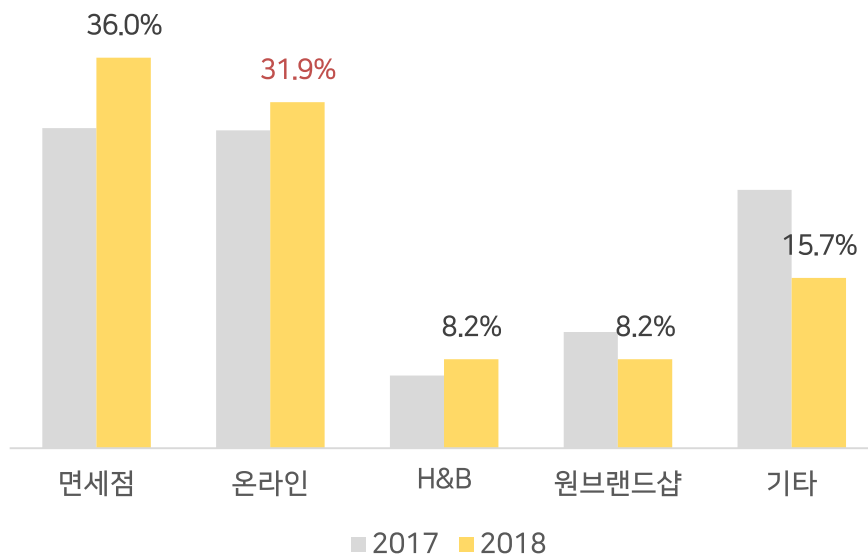


* Source : 식품의약품안전처, 2017 화장품산업분석보고서

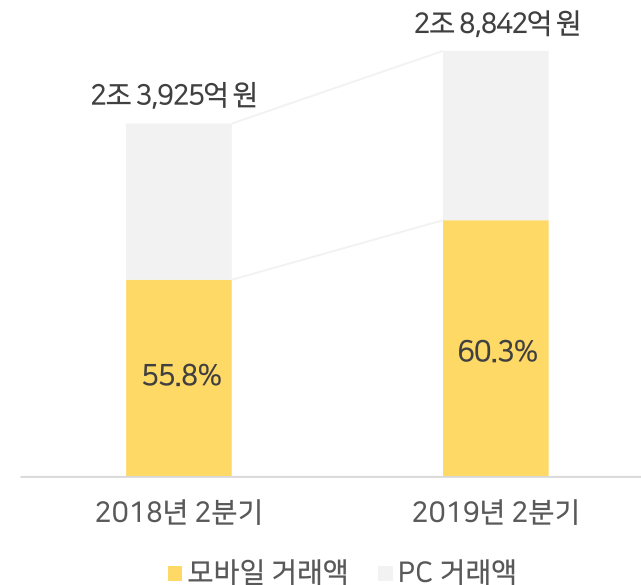
- 국내 화장품 시장은 2017년 약 13조 원 규모로 유통채널의 다변화, K-뷰티의 글로벌 시장 진출, 고령화 시대 진입 등 다양한 요인으로 지속 성장 중
- 지난 6년 간(2012년 vs. 2017년) 화장품 시장규모는 약 2배 수준 성장한 반면, 판매업체 수는 약 12배 증가하며 시장 내 경쟁이 심화됨

화장품 구매 트렌드(1) - 모바일 거래 증가

국내 화장품 채널별 매출 비율 추이



화장품 온라인 거래액 중 모바일 비율

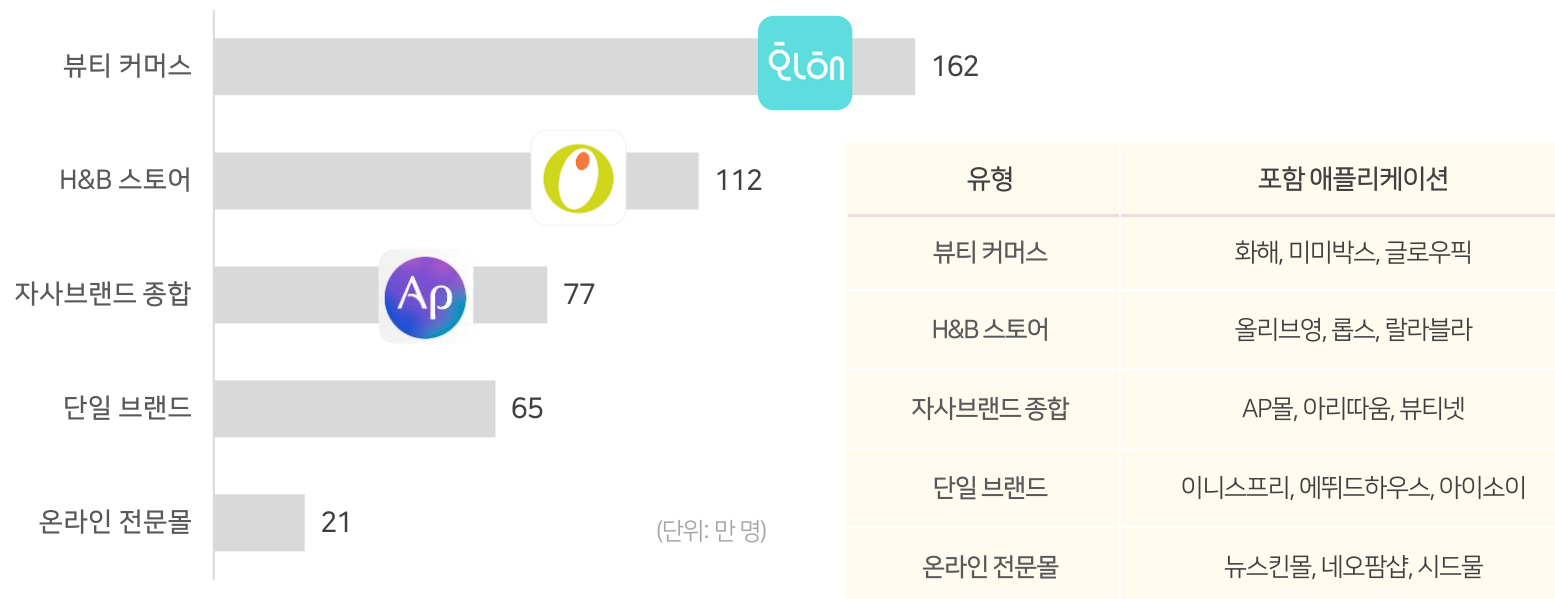


* Source : 통계청, 신영증권

- 채널별 매출 분석 결과, 면세점 · 온라인 · H&B 스토어를 통한 매출 비율이 전년 대비 상승하였으며, 로드샵(단일 브랜드)의 매출은 점차 감소하는 추세
- 온라인을 통해 화장품을 구매한 거래액은 2019년 2분기 기준 약 2조 8천억 원 기록, 모바일 비율은 약 60%로 향후에도 모바일 강세가 지속될 전망

화장품 구매 트렌드(2) - 뷰티 전문 애플리케이션 활용

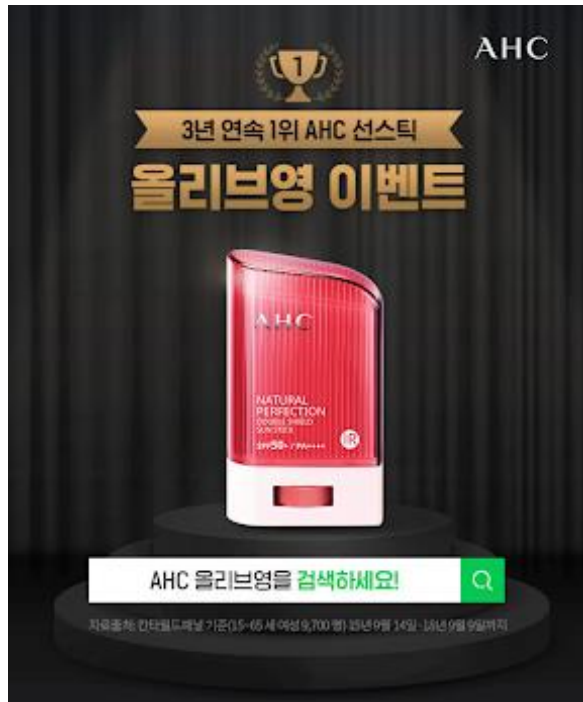
뷰티 애플리케이션 유형별 순 이용자수 (2019년 7월 기준)



* Source : 닐슨 코리아 클릭 (2019년 7월 기준)

- 닐슨 코리아 클릭 분석 결과, 앱 내에서 화장품 구매/결제 가능한 뷰티 전문 앱 이용자는 총 373만 명 수준
- 화장품 상품 정보 및 리뷰를 확인할 수 있는 화해 · 글로우픽 등 뷰티 커머스 앱 > H&B 스토어 앱 > 자사브랜드 몰 앱 순으로 높은 이용자 수 보유

AHC - 뷰티 특화 매체를 활용한 신제품 구매 유도 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Campaign Summary

- Period : 19.03.22 ~ 19.06.05
- Target : 2049F
- Media : 네이버, 페이스북, 인스타그램, 화해, 언니의파우치, 네이트 등

화장품 전문 매체 및 다양한 형태의 광고 상품을 활용해 타깃 도달률 극대화
캠페인 후반부에는 단기간 집중적으로 특가 이벤트를 진행해 직접적인 구매 유도

Media Strategy

- 커버리지 높은 포털 · SNS 매체 집행을 통해 신제품 출시 초기 이슈 확산
- 화장품 특화 매체의 경우 전면/팝업배너, 푸시메시지, 키워드 등 다양한 형태의 광고 상품 활용

Results

- 네이버(패션/뷰티판), 인스타그램 등 주요 매체에서 우수한 노출수 기록하며 커버리지 확대
- 화해(키워드광고), 언니의파우치(세일푸시) 등 화장품 특화 매체 집행으로 퍼포먼스 향상에 기여

이니스프리 - 영상 광고를 통한 신제품 인지도 확대 캠페인



* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터

Campaign Summary

- Period : 19.05.01 ~ 19.06.17
- Target : 뷰티에 관심이 있는 1934여성
- Media : 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 네이버웹툰, 카카오모먼트

노출 순서별(티저 > 1차 > 2차) 캠페인을 구분해 개별 소재 및 리타겟팅 활용
페이스북, 인스타그램 동영상 상품을 집행해 신제품 관련 바이럴 유도

Media Strategy

- 티저 광고 시청자를 대상으로(리타겟팅) 본편 광고 노출해 코어 타겟 도달 확대
- 네이버웹툰, 카카오모먼트 등 트래픽 높은 매체를 동시 집행해 구매 페이지 방문 유도

Results

- 동영상 광고의 경우 리타겟팅 라인에서 우수한 반응률 기록
- 캠페인 초반 예산을 집중하여 리타겟팅 모수 확보 및 신제품 관련 이슈 확산에 기여

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

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청