

IPTV AD CASE STUDY

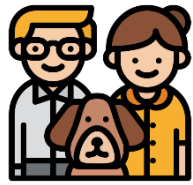
2021년 06월 | 반려동물 업종 편

반려동물 생활 가구 확산에 따라 지속 성장 중인 펫 산업

반려동물과 함께 생활하는 가구가 국내 전체 가구의 28% 수준에 이르는 것으로 나타나면서, 이와 관련한 산업 규모도 지속적인 성장세를 나타내고 있습니다. 특히 펫푸드 업종 외에도 **가전, 의류 등 다양한 산업군에서 펫팸족을 겨냥한 신제품 출시와 마케팅을 적극적으로 펼쳐내고 있습니다.**

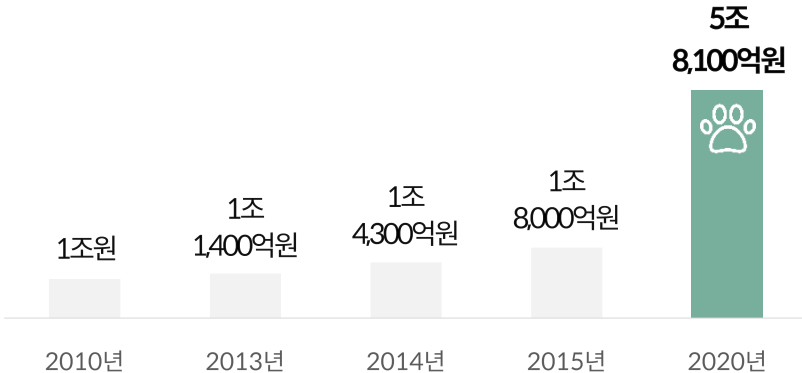
국내 반려동물 시장 현황

※ 출처: 농림축산식품부, 농협경제연구소



국내에서 반려동물 양육 가구는 **638만 가구**
전체 가구의 **28%** 차지

[국내반려동물 시장규모]



반려동물 관련 트렌드 & 산업 현황

※ 출처: 보도자료



반려동물 관련 신조어

펫팸(Pet+Family)

반려동물을 가족처럼 여기는 이들을 지칭

펫코노미(Pet+Economy)

반려동물과 관련한 산업과 시장 등을 의미하는 용어

펫셔리(Pet+Luxury)

반려동물을 위한 제품 및 서비스가 고급화되고 전문화되는 현상

펫테크(Pet+Tech)

반려동물 건강 및 복지 관련 기술



LG전자, 반려동물을 위한 무선 청소기 출시

- LG전자는 반려동물 보유 고객을 겨냥한 무선 청소기 'LG 코드제로 A9S 펫씽큐'를 출시
- 반려동물과 함께 생활하는 소비자들이 보다 편리하게 청소할 수 있도록 다양한 기능 적용



반려동물 라이프스타일 브랜드 '리브에'

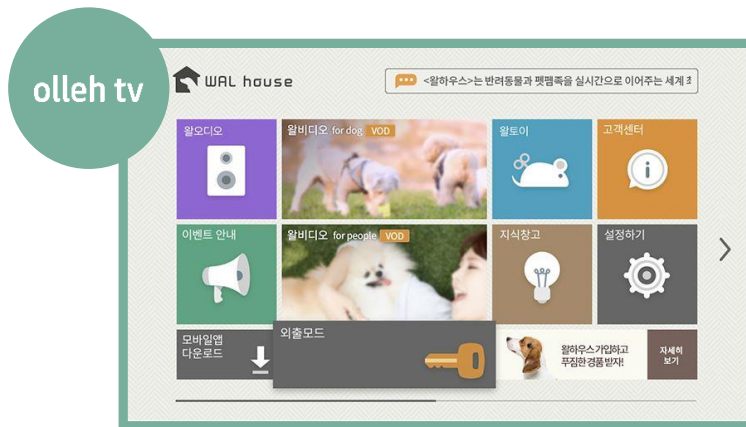
- 카시트, 유모차 등 이동 용품을 비롯 다양한 생활용품을 취급하는 반려동물 브랜드 '리브에' 런칭
- 반려동물과 반려인의 영역을 구분하지 않고 함께 사용할 수 있는 생활 용품을 지속 전개해 나갈 것

펫팜족 겨냥한 IPTV 특화 서비스

IPTV 역시도 반려동물을 양육하고 있는 타겟들을 위해 **다양한 펫케어 서비스를 제공**하고 있습니다.

TV디바이스를 기반으로 다양한 IoT 기기들과 연동하여 소중한 반려동물에게 안전하고 유익한 환경을 조성할 수 있습니다.

IPTV 펫케어 서비스 현황



olleh tv 알하우스 서비스

- 외출 후 집에 홀로 남겨진 반려동물에게 주인의 사진과 목소리가 담긴 메시지를 TV로 전송하여 반려동물의 외로움과 스트레스를 해소해 줄 수 있는 서비스
- 반려주는 물론, 반려동물이 들을 수 있는 가청영역대의 VOD와 실시간 채널을 제공



U+tv 스마트홈 펫케어

- 펫 전용 CCTV '맘카', 이동식 장난감 '펫 피트니스', 무드등 겸 스피커 등으로 구성된 스마트홈 펫케어 서비스
- IoT 디바이스와 U+tv를 연동하여 반려동물에게 안정감을 줄 수 있는 콘텐츠 재생 가능

CASE1. 유관 콘텐츠 타겟팅으로 맥락효과 유도

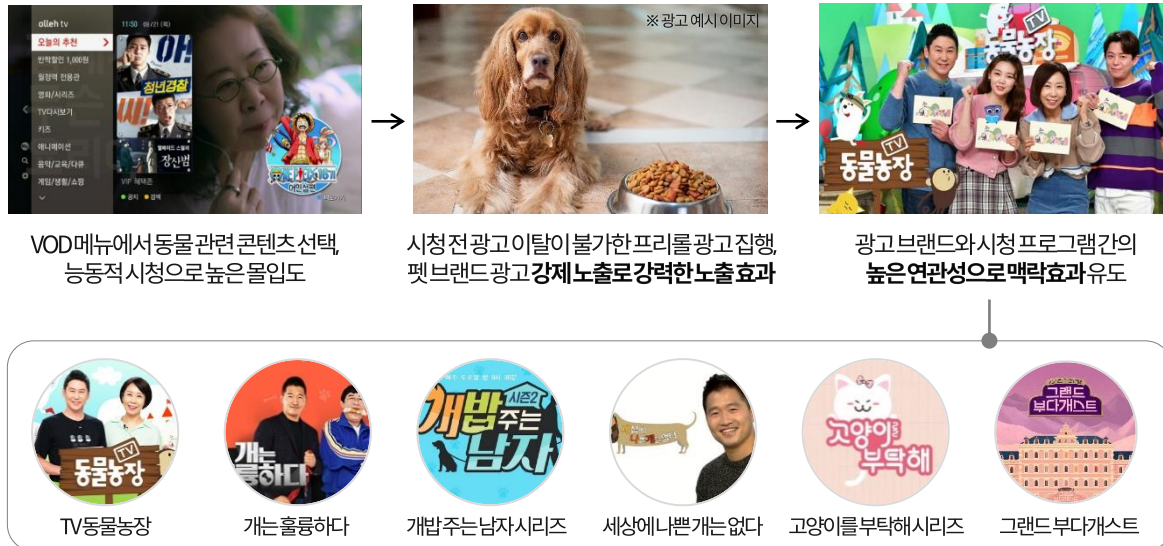
※ 나스미디어 집행사례 기준

Campaign Summary

- 광고주/브랜드: 애완동물 사료 브랜드
- 집행기간: 2020년 10~12월
- 집행매체: olleh tvVOD

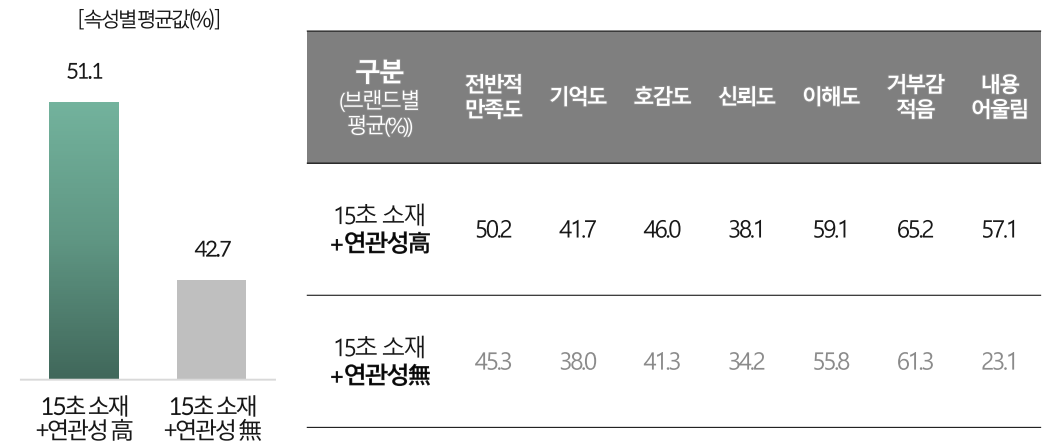
Campaign Strategy

- 애완동물 사료 브랜드 캠페인 진행하며 다양한 VOD 콘텐츠를 보유한 IPTV의 프리롤 광고 집행
- <TV동물농장>, <세상에 나쁜 개는 없다> 등 유관 콘텐츠인 동물 출연 방송 프로그램들을 대상으로 프로그램 타겟팅 운영
- 광고 제품군과 **연관성이 높은 콘텐츠 간의 연계**를 통해 브랜드 인지에 대한 맥락효과 기대



광고와 콘텐츠 간 연관성 유무에 따른 광고효과

※ SMR & 한국리서치 조사 결과 요약(2018.11)



CASE2. 타겟의 TV이용행태 활용 오디언스 타겟팅

※ 나스미디어 집행사례 기준

Campaign Summary

· 광고주/브랜드: 애완동물 보험 브랜드 · 집행기간: 2019년 6~7월 · 집행매체: olleh tv VOD

Campaign Strategy

- 반려동물 대상 보험 상품을 런칭하며, **반려동물을 보유한 코어 타겟을 대상으로 브랜드를 홍보하기 위해 IPTV 오디언스 타겟팅 활용**
- 반려동물을 보유한 가구에서 관여도가 높은 홈쇼핑 '애완동물' 제품군, 실시간 유료 채널 'DOG TV', 개 전용 오디오 채널 'Dog&Mom' 이용이력 있는 가구 대상 광고 노출
- **메인 타겟의 TV 이용행태를 고려한 광고 노출 세그먼트를 구성**으로 주요 타겟 대상 유효 광고 노출 확대



[반려동물 업종 추천 오디언스 타겟팅 세그먼트]

※ 21년 3월 추출 기준

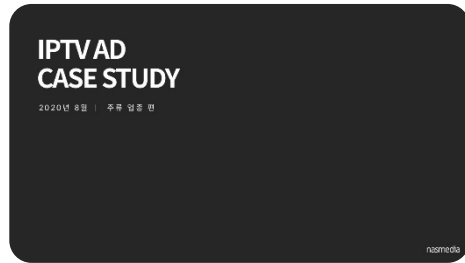
구분	olleh tv		Btv		U+tv	
	세그먼트명	모수	세그먼트명	모수	세그먼트명	모수
VOD	[비정형] 홈쇼핑 '애완용품' 제품군, 펫 관련 채널/프로그램 시청이력	8.2만 가구	[정형-CANVAS] 애완용품	8.9만 가구	[정형-관심사] 애완동물애호가	62만 가구
실시간	[정형] 홈쇼핑 '애완용품' 제품군 시청이력	7.8만 가구	[정형-관심사] 반려동물	32만 가구	[정형-관심사] 애완동물	18만 가구
	[비정형] 홈쇼핑 '애완용품' 제품군, 펫 관련 채널/프로그램 시청이력	14만 가구	[정형-GOI] 생활용품 > 애완용품	45만 가구	[정형-GOI] 생활용품 > 애완용품	37만 가구

Nasmedia IPTV AD CASE STUDY

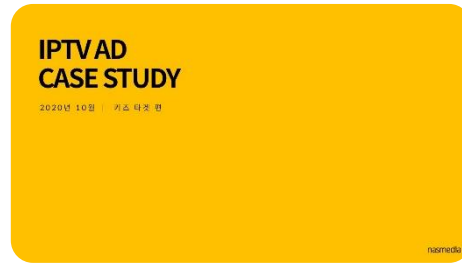
아래 이미지를 클릭하시면 나스미디어에서 배포한 <IPTV AD CASE STUDY> 지난 자료를 보실 수 있습니다.



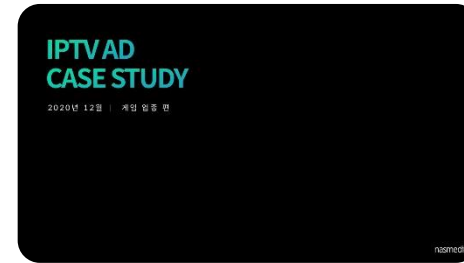
20년 8월 배포, **주류 업종** 편



20년 10월 배포, **키즈 타겟** 편



20년 12월 배포, **게임 업종** 편



21년 2월 배포, **교육 업종** 편



21년 4월 배포, **Pause 상품** 편



나스미디어 디지털방송팀
mbiz@nasmedia.co.kr