

# CASE STUDY

Vol.327

교육 업종 캠페인 성공 사례

Case study  
2022.03

Published by  
Trend strategy team

nasmedia

# INDEX

교육 업종 캠페인 성공 사례

## ISSUE CHECK

- 팬데믹으로 인한 비대면·인공지능(AI) 기반 에듀테크 산업 성장
- 모바일 활용한 학습 행태 및 비대면 교육 관심도 증가

## CASE STUDY

- 사이버대학 광고주 A - 2022년 신입기신·편입생 모집 캠페인
- 사이버대학 광고주 B - 2022년 1학기신·편입생 모집 캠페인

01

# ISSUE CHECK



# 팬데믹으로 인한 비대면·인공지능(AI) 기반 에듀테크 산업 성장

- 팬데믹의 영향으로 교육 업종 내 디지털 전환이 이루어졌으며 온·오프라인을 연계하고 인공지능을 결합한 블렌디드 러닝\*, 에듀테크 등이 트렌드로 부각
- 에듀테크 시장은 2023년 글로벌 기준 3,270억 달러에 이를 것으로 전망되며 교육 업종 외 통신, IT 등 다양한 국내 기업의 에듀테크 산업 진출 및 투자 활발

\*블렌디드 러닝(Blended Learning): 온라인 학습과 면대면 학습이 혼합된 교육 방식

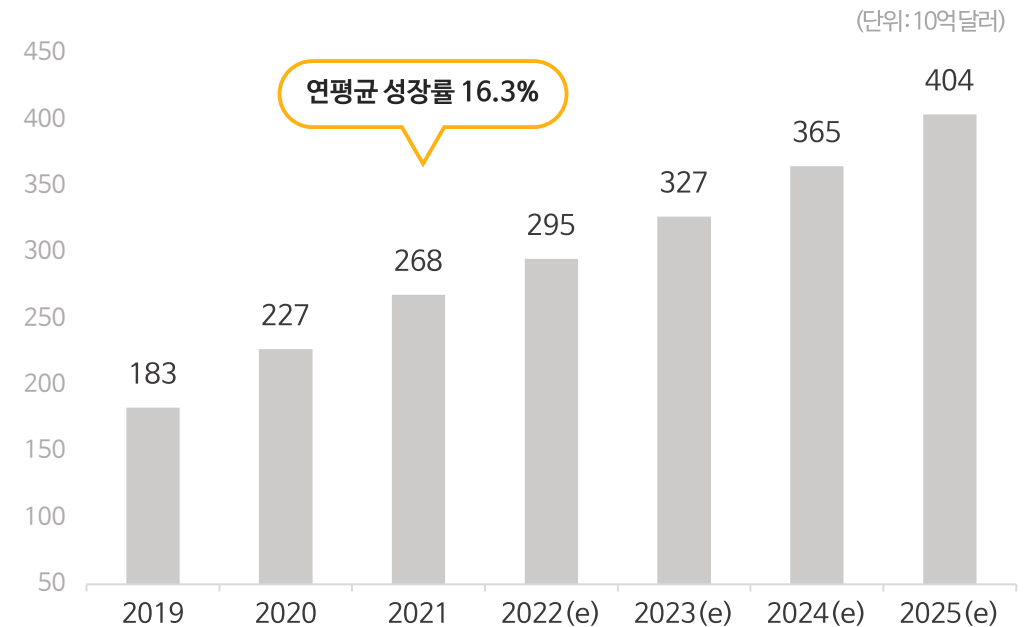
## | 교육 업종 트렌드 |

- 블렌디드 러닝** 온·오프라인의 장점을 결합해 학습효과 극대화 및 교육 시간·비용 단축 가능
- 에듀테크** 빅데이터·인공지능 등 ICT 기술을 접목해 교육의 디지털 전환 가속화/유도
- 휴먼터치** 언택트에서 비롯된 사회적, 문화적 고립 속 감성 소통의 중요성 부각

## | 국내 기업 에듀테크 산업 진출 현황 |

 <b>웅진씽크빅</b> 에듀테크 특허 23건 및 에듀테크 플랫폼 보유	 <b>KYO WON 교원</b> 교원그룹 시학습지 출시, 에듀테크에 330억원 투자 예정	 <b>KT</b> 온라인 교육 플랫폼 'KT에듀' 상용화	 <b>네이버</b> '웨일스페이스' 기반으로 각 교육청과 협력
---	---	--	---

## | 글로벌 에듀테크 시장 전망치 |



\* Source : 관련 기사, 교보증권 리서치센터

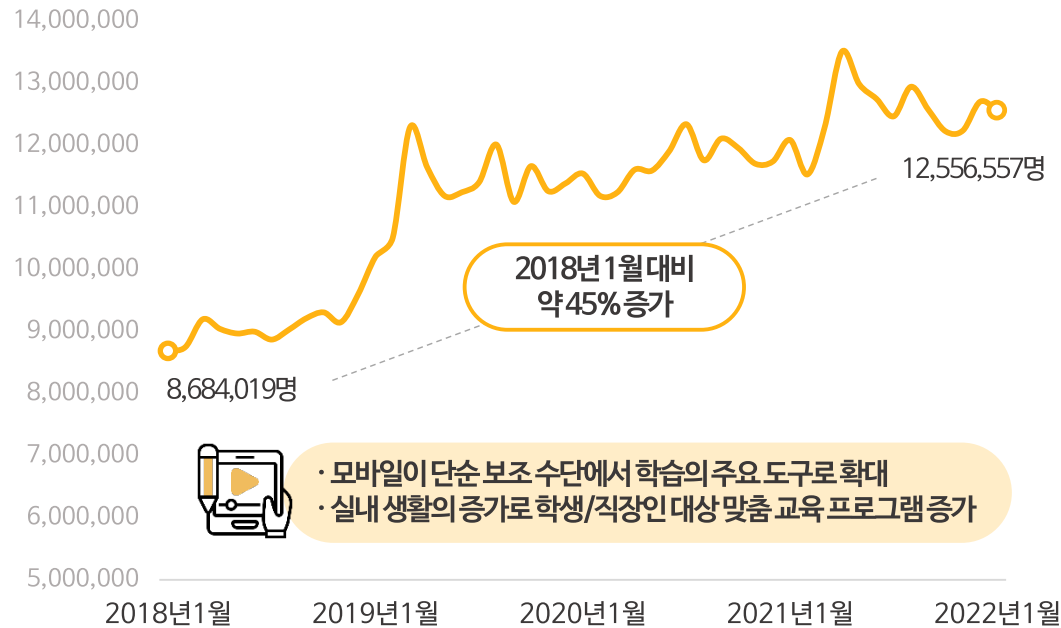


# 모바일 활용한 학습 행태 및 비대면 교육 관심도 증가

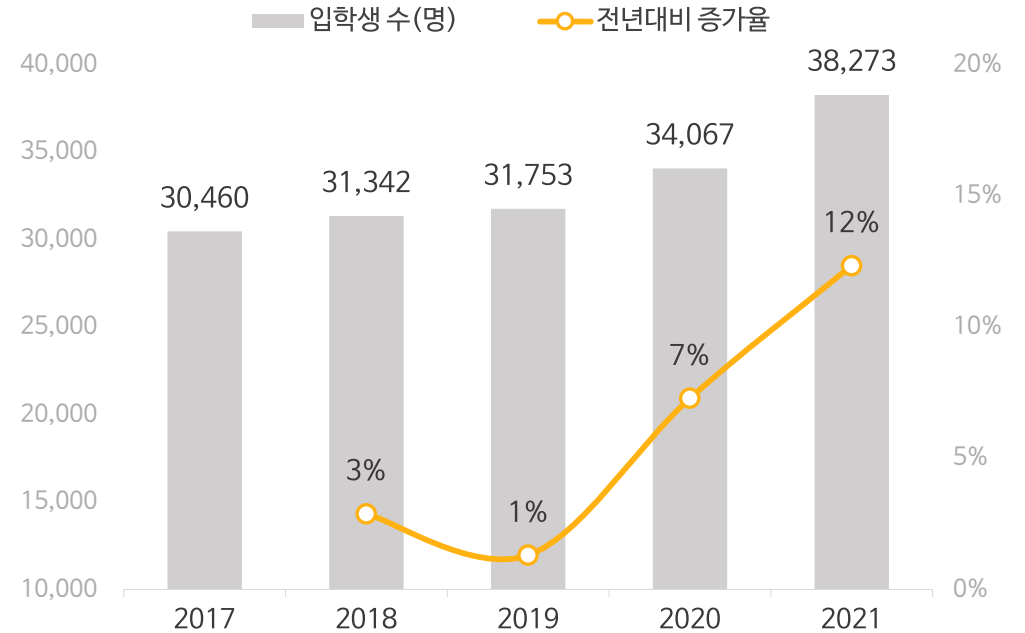
- 교육 관련 앱의 순이용자수는 꾸준히 상승해 2022년에는 2018년대비 약 45% 증가, 모바일이 교육·학습의 주요 도구로 확대되었음을 의미
- 온라인 교육의 필요성과 관심도 증가에 따라 원격 및 사이버대학의 연도별 입학생은 2017년 이후 지속 증가했으며 2021년 입학생은 전년대비 12% 상승

\*교육정보 카테고리: 교육 관련 콘텐츠(온라인 교육 포함)를 제공하는 애플리케이션

### | 교육정보 카테고리\* 주요 앱 및 순이용자수 추이 |



### | 원격 및 사이버대학 연도별 입학생 수 추이 |



\* Source : 코리아 클릭(2022년 1월 Mobile APP, AOS기준 순이용자수), 교육통계서비스

# CASE STUDY



# 사이버대학광고주 A - 2022년 신학기 신·편입생 모집 캠페인

## | Campaign Summary |

- 집행기간: 2021.11.29 ~ 2022.01.11
- 캠페인타겟: 1959MF, 사이버대학지원가능 성인
- 집행매체: 네이버, 네이트, 카카오, 밴드, 타겟팅게이츠등

## | Strategy & Result |

- 네이버, 카카오 등 빅매체 주요지면 집행을 통해 주목도 및 커버리지 확보
- 핵심타겟 접점이 높은 SNS 집행을 통해 노출·유입·전환 모든 측면에서 높은 효율 달성
- 앱 종료, 로그인시 강제 노출 되는 주목도 높은 상품을 활용하여 유입과 전환 극대화

### 캠페인 운영 전략 및 주요 성과

#### 1. 커버리지 확보 - 네이버 & 카카오 빅매체

**NAVER**

PC, 모바일 메인과 서브지면믹스

롤링보드

메인 브랜딩 DA

금융 DA

브랜드 검색

**kakao**

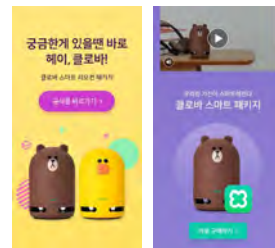
카카오톡 주요 상품 집행

카카오톡 PC 하단 배너

카카오톡 MO 비즈보드

#### 2. 타겟 접점 확보 - 밴드 폴스크린 AD & 네이트온 로그인 팝업

[밴드 - 폴스크린 AD]



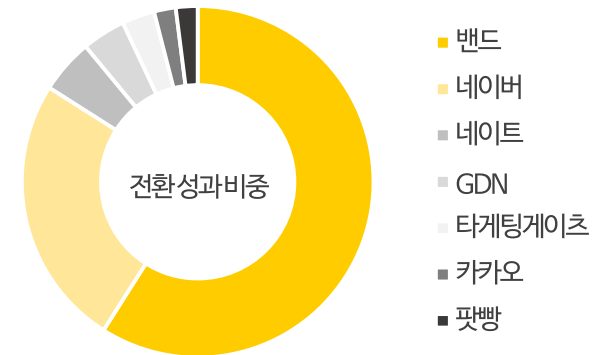
밴드 앱 종료시 노출되는 1일 1광고주 단독 상품 (\*Android 전용 상품)

[네이트온 - 로그인 팝업]



네이트온 로그인시 화면 중앙에 플로팅 형태로 강제 노출

#### 3. 주요 성과



\* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터



# 사이버대학광고주 B - 2022년 1학기 신·편입생 모집 캠페인

## | Campaign Summary |

- 집행기간: 2021.11.01 ~ 2022.02.17
- 캠페인타겟: 1960 MF, 직장인/구직자/고졸/자격증 관심사
- 집행매체: 페이스북, 카카오톡, 네이버, 네이트, 리멤버 등

## | Strategy & Result |

- 두달에 걸쳐 사전·본캠페인 집행, 사전 캠페인은 인지도 향상, 본 캠페인은 전환 확보 목적으로 진행
- 네트워크 매체와 타겟 특화 매체 집행을 통해 커버리지와 도달율 확보
- 네이버, 다음, 줌인터넷 등 포털 PC 지면과 직장인 타겟 매체에서 우수한 효율 기록

### 캠페인 운영 전략 및 주요 성과

#### 1. 주목도 높은 상품 집행



PC는 반응형 소재, 모바일은 전면 배너를 활용하며 주목도 확보 및 기간별로 다양한 소재로 운영하여 반응 유도

#### 2. 타겟 접점 확보

[리멤버: 명함관리 및 직장인 커뮤니티]

**Remember** □  
네이티브 애드, 전면 배너 노출

▶ 캠페인 기간내 예상 대비 노출 181%, 클릭 179% 이상 우수한 효율 달성

[사람인: 구인구직 사이트]

**saramin**  
모바일 메인 페이지 배너 노출

▶ 캠페인 기간내 예상 대비 노출 134% 이상 우수한 효율 달성

#### 3. 주요 성과

구분	매체	클릭 달성율	CTR
사전 캠페인	카카오톡	127%	0.26%
1차 캠페인	GDN	169%	0.43%
2차 캠페인	다음(Daum)	169%	0.07%

\* Source : 나스미디어 내부 집행 데이터



나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는  
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

# 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.  
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

## 보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

## 출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.  
출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우  
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.  
예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)