

# Mercedes-Benz Online campaign 성공사례

# Index

---

- I. Total Campaign Summary**
- II. Total Campaign Result**
- III. Appendix**

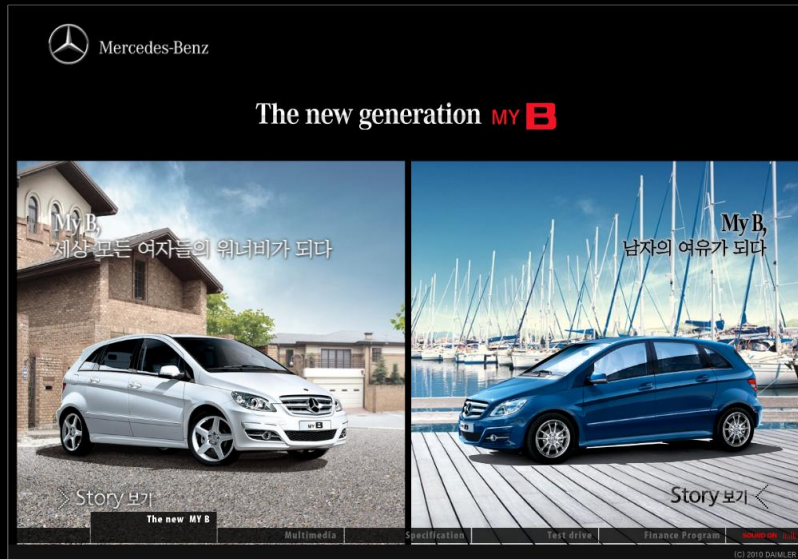
# I. Total Campaign Summary\_ Overview

|          |  |
|----------|--|
| Client   | Mercedes-Benz Korea  |
| Campaign | My B / C-Class(shining star promotion) / SLS AMG                       |
| Period   | 2010 . 8. 1 ~ 집행 중(10월까지 예정)   |
| Media    | 네이버, 다음, 네이트, 야후, 인터웍스, 모네타, SK엔카<br>오토타임즈, 오토데일리, 글로벌오토뉴스<br>노블레스, 엘르 |

# I. Total Campaign Summary\_Campaign Structure



[Mercedes-Benz SLS AMG]



[Mercedes-Benz My B]



[Mercedes-Benz C-Class(shining star promotion)]

# I. Total Campaign Summary\_My B

## 야후 자동차 지면 등 관심 타겟 위주의 지면 활용 남/여 소재를 달리하여 감각적인 접근

- 남/여 타겟에 어필할수 있는 MyB의 특성을 각각의 소재로 제작하여, 소재 롤링
- 네이버와 야후의 포털 매체와 자동차 전문매체, DM매체를 동시 활용

[Banner Creative]

|   |   |
|---|---|
| 마치<br>그녀와 보내는<br>휴가처럼   |  질투하다                          |
| 파노라마<br>썬루프   |  자동차 어시스트                      |
| 마치<br>혼자 떠나는<br>여행처럼  |  부러워하다                         |
| 액티브라이트<br>시스템   |  원하는 공간대로                      |
| 난<br>천천히 흐르는<br>시간이 좋다  |  허필이면,<br>앞집 여자가<br>B를 가졌다... |
| My B,<br>남자의 여유가 된다<br>The new generation my B  | My B,<br>세상 모든 여자들의 워디아가 된다<br>The new generation my B  |
| 지금 My B를 시승하면<br>호텔숙박, 스파, 영화관 이용권 증정!<br>Summer in the City with My B<br>시승 이벤트                  | 지금 My B를 시승하면<br>호텔숙박, 스파, 영화관 이용권 증정!<br>Summer in the City with My B<br>시승 이벤트                                |
|  Mercedes-Benz |  Mercedes-Benz               |

[주 활용 상품]



◆ 야후 자동차 지면의 특수 상품을 주로 활용

# I. Total Campaign Summary\_C-Class(shining star promotion)

## C-Class 특별금융프로모션 캠페인 집행에 맞추어 수입차 및 오토리스 등 키워드 검색과 직접 연관된 상품을 활용

- 다음 KMA와 인터웍스 키워드 매칭등, 수입차 관련 키워드와 금융(오토리스 등)관련 키워드 검색 유저들에게 노출될 수 있는 상품을 활용하여 캠페인 집행
- 이외에도 모네타 SK엔카 및 자동차 매체를 활용

[Banner Creative]



[주 활용 상품]



◆ 다음 KMA 와 인터웍스 키워드 매칭 등, 관련 키워드 검색 유저에 배너가 노출 될수 있는 상품을 주로 활용

# I. Total Campaign Summary\_SLS AMG

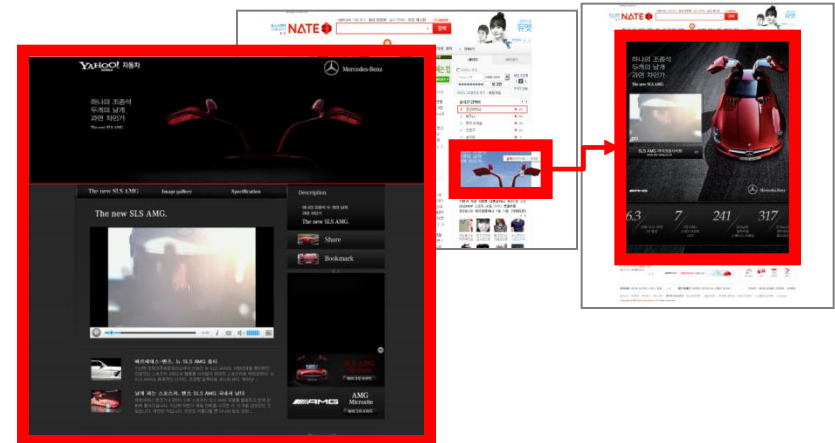
## 네이트 브랜딩샷/야후 자동차 쇼케이스등 동영상 소재 및 높은 퀄리티의 소재 노출이 가능한 특수 상품 적극 활용

- 네이트와 야후의 동영상 활용가능 지면을 활용한 캠페인을 진행하였으며, 꾸준히 자동차 매체 활용
- 리치미디어인 네이트 브랜딩샷과 야후 자동차 쇼케이스등 특수 상품 적극 활용

[Banner Creative]



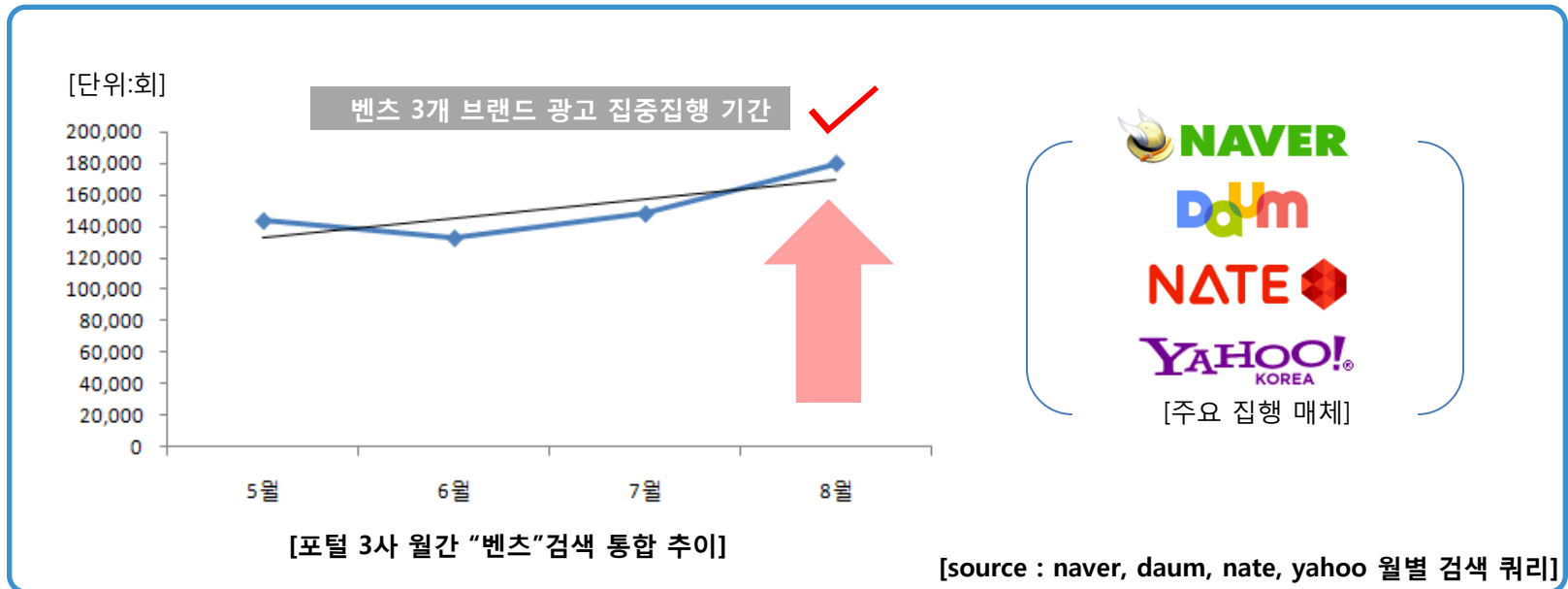
[주 활용 상품]



◆ 네이트 브랜딩샷과 야후 자동차 쇼케이스등 리치 미디어 상품을 주로 활용

## II. Total Campaign Result\_ Promotion

8월 광고 집행기간 동안 주요 포털 검색 쿼리 22% 상승  
검색 쿼리 상승을 통해 광고 노출을 통한 직접적인 관심유발 효과 보임

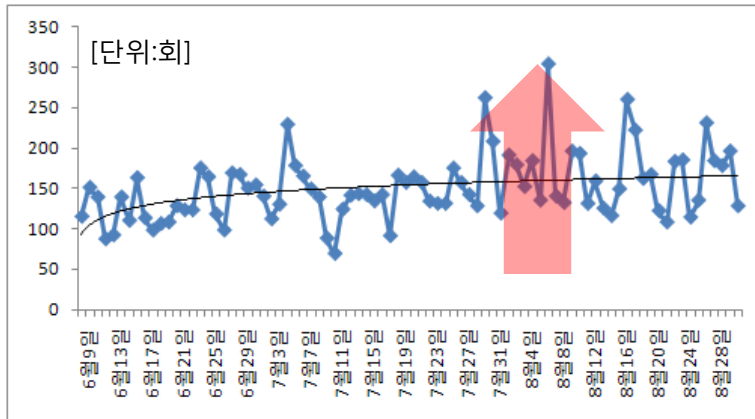


- 5~7월간 "벤츠"키워드 수가 14만~12만회를 유지
- 주요 광고집행 매체 3사, 광고비가 집중된 8월의 경우 18만회까지(약 22% 상승) 검색 수가 증가하여 광고 집중노출과 동시에 증가된 유저 관심을 확인

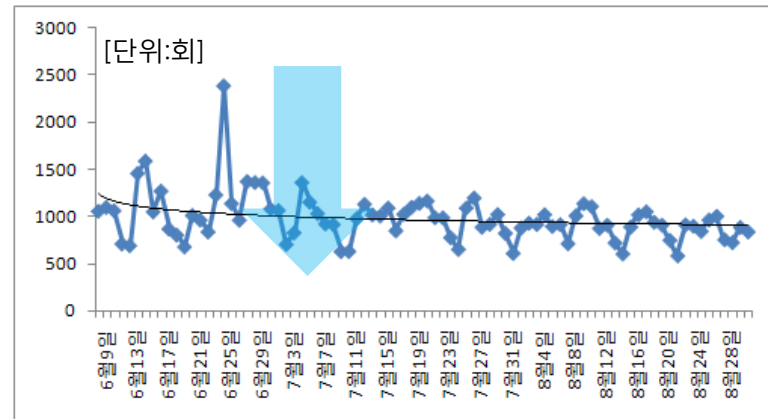


## II. Total Campaign Result\_ Promotion

전체 수입차 신규 게시물 수 하락 대비, “벤츠” 관련 게시물 수 상승  
수입차 관련 신규 게시물 중 벤츠의 비중도는 상승하고 있어 높은 관심도 보임



[벤츠 관련 게시물 증가 추이]



[수입차 관련 게시물 하락 추이]

\* Koreanclick buzzword

다양한 온라인 매체에서 생성되는 브랜드의 다양한 관심사들에 대한 온라인 입소문을 실시간으로 수집하여 다양한 온라인 이슈를 조기에 파악하고 효과적으로 관리할 수 있도록 하는 솔루션

[source : koreanclick buzzword 2010]

- 조사 기간 동안 국내 온라인상의 블로그, 클럽, SNS매체상의 “벤츠”관련 게시물 수와 수입차 전 차종 및 관련 키워드를 비교 분석
- 벤츠 관련 신규 게시물은 8월부터 적극적인 상승세를 보이고 있으나 수입차 전체 게시물 수는 하락하고 있어 벤츠에 대한 관심도가 점차 상승되고 있음을 확인

---

**고맙습니다.**