



Insight **M** | Campaign Creative

<엠넷 트로트X>의 3개 캠페인

2014.05

Index

1. CJ E&M(엠넷) : 트로트X 캠페인
2. CJ헬로비전 : 헬로모바일 캠페인
3. 쌍용자동차 : 코란도 페스티벌 캠페인
4. 아시아나항공 : A380 캠페인



1. CJ E&M <엠넷 트로트X> 캠페인



Case Study 01_ CJ E&M <엠넷 트로트X> 캠페인

<엠넷 트로트X> 캠페인

- CJ E&M 엠넷의 트로트 버라이어티 <트로트X> 프로그램 홍보를 위한 캠페인 진행
- 방송 전 포털 메인 면을 활용하여 높은 타겟 커버리지 확보 및 동영상 노출로 주목도 높은 광고 집행
- 트로트X 방송 전 사전 영상 공개로 '트로트X' 관련 키워드가 포털 사이트 실시간 검색어 상위 랭킹 등극

주요 집행 지면&실시간 검색어



1	옥소리	↑ 165
2	트로트엑스	↑ 315
3	나미애	NEW
4	홍진영	↑ 90
5	nis윤지	↑ 160
6	박효신	↑ 123
7	일진의 크기	↑ 57
8	김연아	↑ 42
9	남궁민	↑ 138
10	설립특공대 바..	↑ 510

네이버 실시간 검색어 관련 키워드 노출

랜딩 페이지



Case Study 01_ CJ E&M <엠넷 트로트X> 캠페인

- 광고주 : CJ E&M
- 캠페인 : 엠넷 트로트X
- 기 간 : 2014년 03월 21일 ~ 2014년 03월 28일
- 매 체 : 네이버, 네이트

Banner creative



2. CJ헬로비전 <헬로모바일> 캠페인



Case Study 02_CJ헬로비전 <헬로모바일> 캠페인

<헬로모바일> 캠페인

- 알뜰 폰 1위 업체 <CJ헬로모바일> 캠페인 진행
- 경쟁업체의 영업정지기간과 신제품 스마트폰 출시에 맞춰 공격적인 광고 노출 진행
- 빅 모델 이승기를 활용한 포털 사이트 및 동영상 사이트에 광고를 노출하며 유저의 유입 및 브랜딩 강화

주요 집행 지면



랜딩 페이지



Case Study 02_CJ헬로비전 <헬로모바일> 캠페인

- 광고주 : CJ헬로비전
- 캠페인 : 헬로모바일
- 기 간 : 2014년 03월 26일 ~ 2014년 5월 19일
- 매 체 : 네이버, Youtube, GDN

Banner creative

AM 10:00:02

CJ알뜰폰

갤럭시S5

CJ알뜰폰에서 더욱 저렴하게 만나보실 시간입니다.

영업정지 기간 상관없이,
KT와 동일한 통화품질로,
최대 50% 저렴하게!

가입문의 1855-4949

hello 10:00:23

갤럭시S5

완전 처럼!

가입문의 1855-4949

hello 10:00:26

지금은 CJ알뜰폰에서 갤럭시S5 만날시간!

가입문의 1855-4949

hello 10:00:30

바로 지금!

가장 합리적인 갤럭시S5를 만나고 경품도 받자!

가입문의 1855-4949

알뜰폰 가입자 1위 CJ알뜰폰

AM 10:00:40

지금 4200명에게 경품을 쏩니다!

갤럭시S5 3명 소니 블루투스스피커 50명 CT ONE BOX 50명

경품 받기

가입문의 1855-4949

3. 쌍용자동차 <코란도 페스티벌> 캠페인



Case Study 03_ 쌍용자동차 <코란도 페스티벌> 캠페인

<코란도 페스티벌> 캠페인

- 쌍용자동차는 'LUV(Leisure Utility Vehicle)'코란도 통합BI 런칭 기념, 코란도 페스티벌 캠페인 진행
- 코란도의 주 고객인 젊은 남성 층을 타겟으로 포털의 자동차 지면, 페이스북, Youtube 등에 광고 노출
- TV CF 영상과 동일한 광고영상을 활용하여 광고 인지도 향상 및 주목도 증대
- 랜딩 페이지를 페이스북 팬 페이지로 연결하여 코란도 팬 확대 및 바이럴 효과도 기대

주요 집행 지면

The collage displays three main campaign assets: a YouTube main masthead with the text '코란도와 함께 가슴이 시키는 대로 달려보세요.' and 'I LUV Korando Youtube 메인 마스트헤드'; a Facebook newsfeed ad for the '2014 I LUV Korando FESTIVAL' with the text '쌍용자동차 자동차 못 부를 77,429명이 좋아합니다.'; and a car comparison page for the 'BMW 기라즈' with a '다음 자동차 섹션' link.

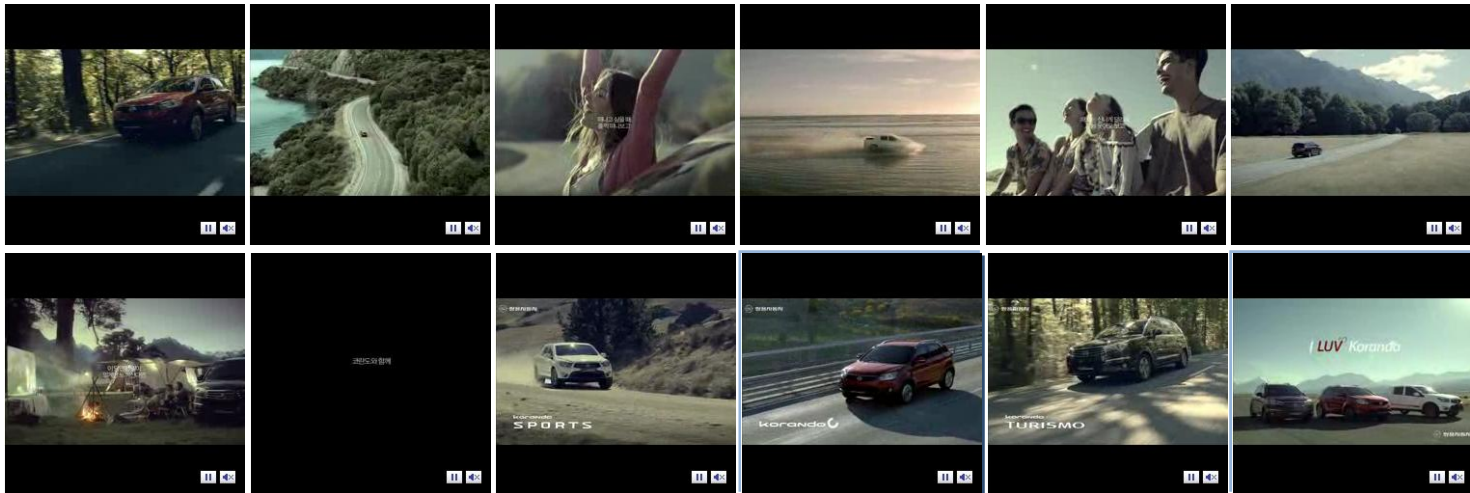
랜딩 페이지

The landing page features a large image of people jumping over a car, with the text '떠나고 싶을 때 훌쩍 떠나보고 걱정도 계산도 없이 마음껏 어울리고 코란도와 함께 가슴이 시키는 대로 달려보세요.' Below the image are two video thumbnails: 'KORANDO TVCF' and 'I LUV KORANDO FESTIVAL'.

Case Study 03_ 쌍용자동차 <코란도 페스티벌> 캠페인

- 광고주 : 쌍용자동차
- 대행사 : MADMAN
- 캠페인 : 코란도페스티벌
- 기 간 : 2014년 4월 14일 ~ 4월 30일
- 매 체 : 다음, Youtube, 페이스북, 인터넷

Banner creative



4. 아시아나항공 <A380> 캠페인

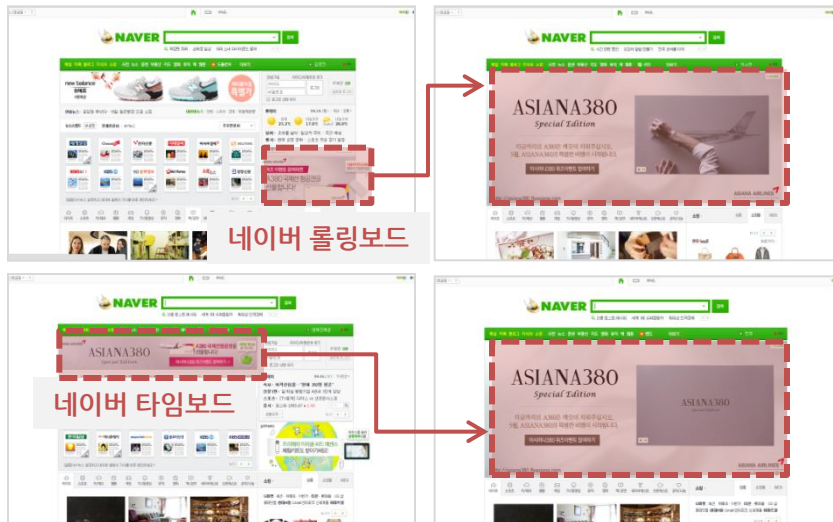


Case Study 01_아시아나항공 A380 캠페인

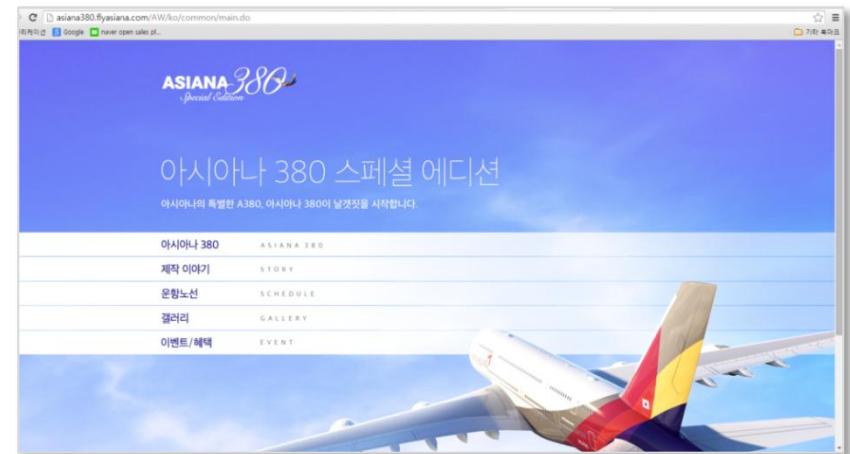
<A380> 캠페인

- 아시아나항공은 “하늘 위 호텔”이라 불리는 초대형 항공기 A380 도입 홍보 및 관련 퀴즈 이벤트 진행
- TV CF와 동일한 동영상으로 오프라인/ 온라인 Cross 노출
- 네이버 메인 대표 상품 타임보드/ 롤링보드만으로 집중 노출해 유저의 주목도를 높여, 높은 인지도 및 효율 기대

주요 집행 지면



랜딩 페이지



Case Study 01_아시아나항공 A380 캠페인

- 광고주 : 아시아나항공
- 대행사 : 차이커뮤니케이션
- 캠페인 : A380 캠페인
- 기 간 : 2014년 4월 14일 ~ 4월 20일
- 매 체 : 네이버

Banner creative

<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>A380은 </p> <p>마우스를 올려주세요 </p>	<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>Be special. </p> <p>고화질 영상을 즐겨보세요</p>
<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>A380은 모두 비슷할 것이라는 </p> <p>마우스를 올려주세요 </p>	<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>ASIANA380 </p> <p>Special Edition</p> <p>마우스를 올려주세요</p>
<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>A380은 모두 비슷할 것이라는 당신의 생각, </p> <p>고화질 영상을 즐겨보세요 </p>	<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>5월 </p> <p>마우스를 올려주세요</p>
<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>깨끗이 지워주십시오. </p> <p>고화질 영상을 즐겨보세요 </p>	<p>ASIANA AIRLINES </p> <p>ASIANA380 </p> <p>Special Edition</p> <p> A380 국제선항공권을 선물합니다!</p> <p>마우스를 올려주세요</p> <p>아시아나380 퀴즈이벤트 참여하기 ></p>





감사합니다