

Nasmedia Case Study

200808 No.15 나스미디어 광고 본부

nasmedia more than expected!

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'.

Contact Us 11F Shinsung Bldg 820-8 Yeoksam-Dong Kangnam-Gu Seoul Korea 135-080

822-2188-7300 Fax 822-2188-7399 www.nasmedia.co.kr Copyright©2000-2008 nasmedia Inc. All Rights Reserved.

Case 1 : **님은 먼곳에** 200807 집행

대행사: 나인앤미디어
나스미디어: 광고 10팀



Case Study

영화 - 님은 먼곳에

수애의 파격 변신을 앞세운 빅모델 마케팅으로 유저 관심 유발 극대화

Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 5월13일 ~ 8월 3일(티저,예고,본고 포함)
- 집행 매체 : 네이버, 다음, 네이트
- 캠페인 타겟 : 15세 이상 남녀
- 특이 사항 : 3대 포털의 일고정 상품 진행으로 유저 주목도 극대화

Feature

[프로세스] 3대 포털의 일고정 상품 중심으로 집행

1. 일고정 상품인 네이버 팝아이콘과 다음 좌측여백 및 브랜딩스테이션, 네이트 더블샷 적극 활용
2. 네이버, 다음, 네이트, 싸이월드의 메인 상단 지면의 배너를 활용하여 영화 인지도 상승

[결과] 파격 변신한 수애 모습 공개로 유저들의 관심 유발 및 인지도 상승

1. 네이버 팝아이콘(마이크로사이트) 진행으로 브랜딩보드와 같은 효과 달성 (CTR : 0.16%)
2. 빅모델 마케팅을 이용한 크리에이티브를 진행하여 유저의 관심 유발
3. 일고정 상품을 총 6회 집행하여 타겟의 도달률 증대 및 영화 인지도 상승 (검색 순위 상승)



[네이버 팝아이콘 (마이크로사이트)]



[네이버 검색 순위 (6/25)]

영화종합 일간순위			개봉예정영화 일간순위		
순위	검색어	변동폭	순위	검색어	변동폭
1	원티드	↑ 2	1	한국	↑ 2
2	강철중:공공의적...	↓ 1	2	크로우즈제로	↑ 3
3	몽꾸펀더	↓ 1	3	적벽대전:거대한...	↑ 1
4	크로싱	↑ 7	4	노크:남선자들의...	↓ 2
5	추격자	- 0	5	알.이.씨	↑ 2
6	gp506	↓ 2	6	님은먼곳에	↑ 11
7	한국	- 0	7	좋은놈,나쁜놈...	↑ 1
8	크로우즈제로	↑ 2	8	역스파일:나는민...	↑ 1
9	리	↓ 1	9	도라에몽-진구의...	↑ 1
10	적벽대전:거대한...	↓ 1	10	올라넷테러	↑ 1
11	데스노트-새...	↑ 7	11	미이라왕왕제의...	↑ 4
12	노크:남선자들의...	↓ 6	12	카운터파트너	↑ 1
13	인크레더블썬크	↓ 1	13	다크나이트	↑ 3
14	알.이.씨	↓ 1	14	고사파의종간고...	- 0
15	가루지기	↑ 115	15	다찌와와Hee...	↑ 4
16	님은먼곳에	↑ 128	16	스타워즈:클론전...	↑ 7
17	좋은놈,나쁜놈...	↓ 2	17	마를레부는산들바...	- 0
18	엑스맨시어터	↓ 4	18	눈에는눈이에는이	↑ 6

Case Study

영화 - 님은 먼곳에

NAVER 비디오

님은 먼곳에

<님의 남자> 이준익 감독의 전쟁 휴먼 드라마
<님은 먼곳에> 감동 공감 영상 공개 이벤트

197년 베트남 전쟁의 한가운데에 그들
<님은 먼곳에> 영상 3종을 감상하시고 각 영상의 재미된 대화의 답변을 남겨주세요
응모하신 분들 중 추첨을 통해 <님은 먼곳에> 경품을 드립니다

▶ 특별한 촬영 / 예고편 ▶ 캐릭터 영상 / 수어 ▶ 캐릭터 영상 / 정답형

"나 내 사랑하나?" "남편 만나러 왔어요" "남 이세부가 어디야, 오케이?"

답변 남기기 (6013)

진행기간

응모기간 : 7월 7일(화) ~ 7월 20일(화)
당첨방법 : 댓글 작성하기
당첨인원 : 4명
당첨내용 : 디지털 카메라/베네딕스 식기세트 5명 / DVD 플레이어/노드 (혹은 버전포) 30명 / 도서 (혹은 버전포) 30명

2008년 7월 24일, 잊지 못할 순간이 당신을 찾아갑니다!

비디오 섹션

님은 먼곳에

<님은 먼곳에> 프리미어 전국 시사회 이벤트

이준익 감독의 휴먼 드라마 <님은 먼곳에>를 소개하는 3부작 영상 공개 이벤트

모자이크 섹션 내 네모

2008년 7월 24일, 잊지 못할 순간이 당신을 찾아갑니다!

영화 섹션

님은 먼곳에

<님은 먼곳에>의 가장 감동적인 이미지들 모집 이벤트

이준익 감독의 휴먼 드라마 <님은 먼곳에>를 소개하는 3부작 영상 공개 이벤트

모자이크 섹션 내 네모

님은 먼곳에

<님은 먼곳에> 감동 예고편 스크랩 이벤트

마음으로 흘러넘치는 특별한 감동 <님은 먼곳에> 예고편을 스크랩하세요
응모하신 분들 중 추첨을 통해 시사회에 초대합니다

진행기간

2008년 7월 24일, 잊지 못할 순간이 당신을 찾아갑니다!

블로그 섹션

[네이버 내 이벤트 진행]

- 네이버 내 여러 섹션에서 영상공개를 중심으로 다양한 프로모션 진행

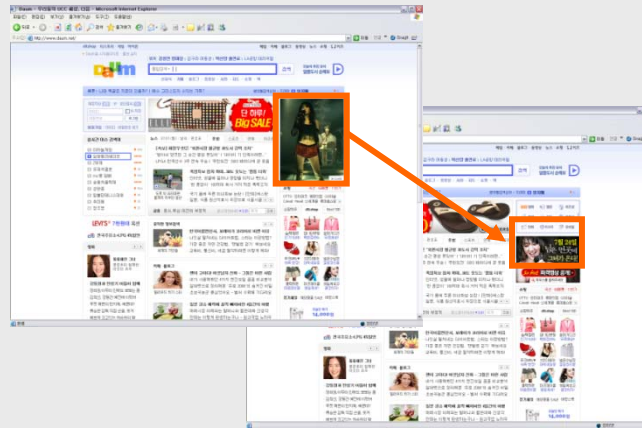
Case Study

영화 - 님은 먼곳에



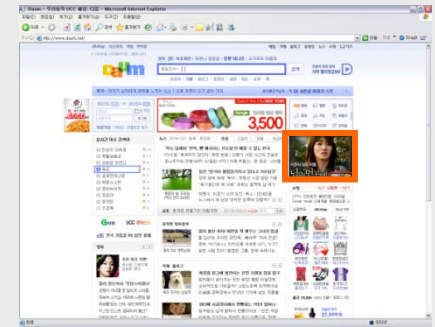
[다음 좌측여백]

7월2일 CTR : 0.04%, 7월24일 CTR : 0.06%



[다음 브랜딩스테이션 세로확장형]

7월 7일 CTR : 0.16%



[다음 브랜딩스테이션]

7월 16일 CTR : 0.07%

순위	검색어	변동폭	트렌드
1	미이라3: 황제의 무덤	= 0	트렌드 >
2	다찌마와리-약인이며...	↑ 15	트렌드 >
3	적벽대전: 거대한 전...	↓ 1	트렌드 >
4	REC	↓ 1	트렌드 >
5	님은 먼 곳에	↑ 3	트렌드 >

7/3 : 5위

순위	검색어	변동폭	트렌드
1	님은 먼 곳에	↑ 6	트렌드 >
2	다찌마와리-약인이며...	↓ 1	트렌드 >
3	좋은놈 나쁜놈 이상한...	↑ 3	트렌드 >
4	적벽대전: 거대한 전...	↓ 1	트렌드 >
5	REC	↓ 1	트렌드 >

7/8 : 1위

순위	검색어	변동폭	트렌드
1	님은 먼 곳에	↑ 4	트렌드 >
2	아기와 나	↓ 1	트렌드 >
3	미이라3: 황제의 무덤	↑ 5	트렌드 >
4	고死: 피의종간고사	↓ 2	트렌드 >
5	케로로 다무비: 케로...	↓ 1	트렌드 >

7/17 : 1위

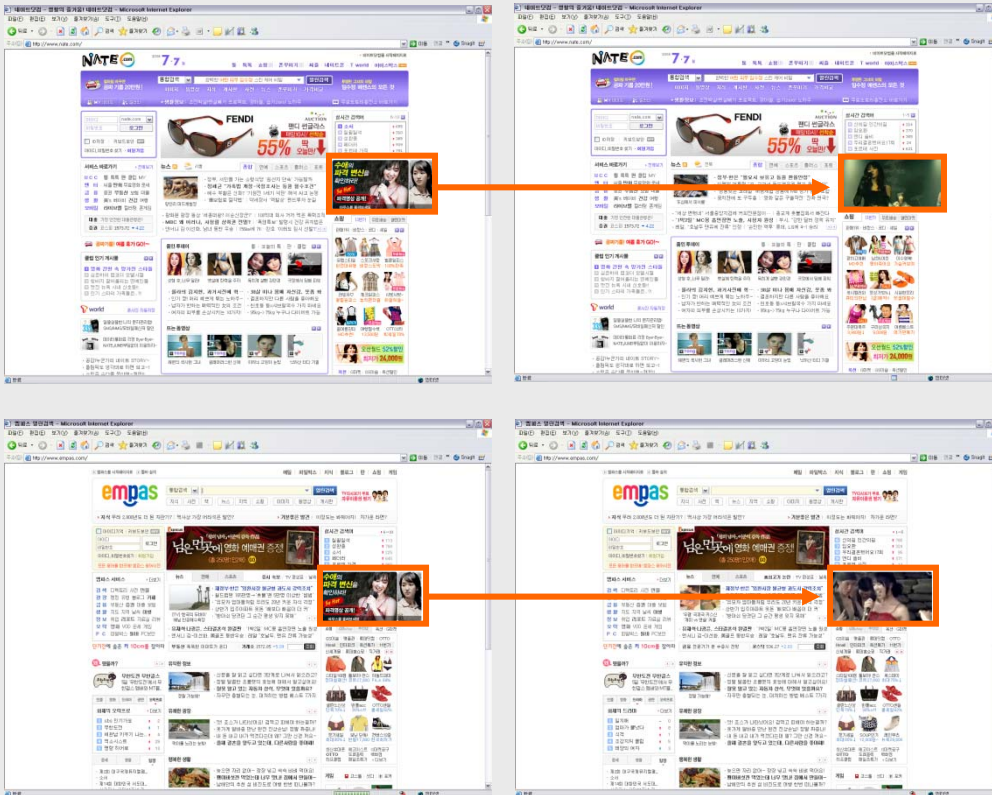
순위	검색어	변동폭	트렌드
1	좋은놈 나쁜놈 이상한...	= 0	트렌드 >
2	님은 먼 곳에	↑ 1	트렌드 >
3	적벽대전: 거대한 전...	↓ 1	트렌드 >
4	콩푸편지	= 0	트렌드 >
5	원티드	= 0	트렌드 >

7/18 : 2위

[다음 검색 순위]

Case Study

영화 - 님은 먼곳에



[네이트/엠파스 더블샷]

7월7일 CTR : 0.14%

영화

1	헛곡	-
2	좋은 놈, 나쁜 놈, ...	↑ 9
3	추격자	↓ 1
4	원티드	↑ 1
5	님은 먼곳에	↑ 52
6	쿵푸 팬더	↓ 3
7	적벽대전 : 거대한 ...	↓ 1
8	강철중: 공공의 적 ...	↓ 1
9	크로싱	↑ 1
10	크로우즈 제로	↓ 2
11	극장판 도라에몽 : ...	↑ 3
12	플래닛 테러	↓ 3
13	섹스 앤 더 시티	↑ 5
14	테이큰	↑ 1
15	엑스파일: 나는 믿...	↓ 2
16	포비든 킹덤	↓ 4
17	인크레더블 헬크	-
18	개미	↑ 28
19	다찌마와 리 - 악인...	↑ 17
20	엑소시스트	↓ 16

[엠파스 검색 순위 (7/8)]

Case 2 : 휘센 에어컨 200807 집행

대행사: HS애드
나스미디어: 광고 3팀



Case Study

휘센에어컨 - 9m 롱파워

휘센 에어컨의 9m 롱파워를 활용한 배너 크리에이티브를 통해 제품 효과 홍보

Campaign info.

- 집행 기간 : 2008년 6월 5일 ~ 7월 31일
- 집행 매체 : 다음, 네이버, 싸이월드, 이지데이, 쇼핑매치, 다나와
- 캠페인 타겟 : 30세 - 40세 여성
- 특이 사항 : 다음과 협의하여 제품 USP를 표현할 수 있는 변형된 특수광고 집행으로 성공적인 효과 달성

Feature

[프로세스] 포털사이트와 캠페인 기획 초반부터 크리에이티브를 공동 기획하여 제품 USP를 반영

1. TVCF의 온에어와 동시에 온라인에서도 임팩트있는 노출기법을 동원하여 대대적인 광고 노출
2. 다양한 동영상 노출 접점을 활용하여 TVCF 범업 극대화 (다음 TV팟 및 동영상 노출 상품)

[결과] 예산 대비 예상 효과 175% 이상 달성하는 등 성공적인 캠페인 집행

1. 영상 노출 및 제품 USP 표현 상품을 활용하여 휘센 에어컨의 9m 롱파워를 효과적으로 인지시킴
2. 이선균, 정려원의 신혼부부 스토리 진행으로 이벤트 미션간 참여율 90%이상 달성
3. 확산된 동영상과 바이럴 효과를 금액으로 환산 시, 약 1.5억원 상당의 부가적인 광고 효과 창출



[다음 브랜딩스테이션 (인터랙티브형)]



1차



2차

[배너 크리에이티브]

Case Study

휘센에어컨 - 9m 롱파워

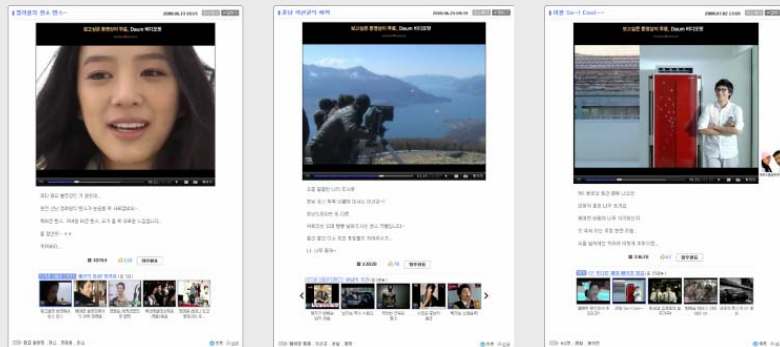


[다음 브랜드 스테이션 (인터랙티브형) 변형]

- 다음 초기면에서 유저의 액션을 통해 '9m 롱파워'를 직접 보여주는 형태로 진행
- 이벤트 페이지 유입의 35% 비중을 차지

[싸이월드 브랜드 샷 (싸이펜형) 변형]

- 기존의 싸이펜으로 그리는 형태를 변형하여 손수건으로 모델의 땀을 닦아주면 9미터 롱파워를 보여주는 형태로 진행
- 이벤트 페이지 유입의 12% 비중을 차지



※ 이미지 클릭 시, 해당 페이지로 이동



다음 TV팟 내 스타섹션 1위 달성

[UCC 패키지 바이럴 영상]

Case Study

휘센에어컨 - 9m 롱파워

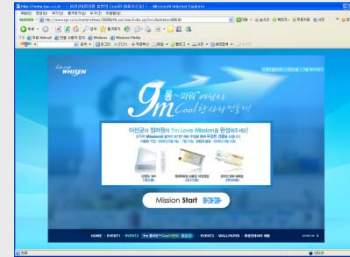


[이벤트 페이지]



[이벤트 1]

휘센 에어컨 고객감동 Festival



[이벤트 2]

9M 롱파워 cool 이벤트



[이벤트 3]

이선균&정려원의 CF Story

- TVCF 메이킹 필름 및 NG 영상 제공
- 스크랩 및 다운로드 기능을 활성화하여 자발적인 바이럴 유도



[마이크로사이트 메인]



- 마우스 클릭만으로 미션간 스토리 연결이 가능
- 유저의 참여를 유도하면서 자연스럽게 제품 특성 홍보

More Than Expected!

“나스미디어와 함께 하시면, 한가지 더 가져가실 수 있습니다”

We differentiate your business
with **n**etwork **a**dvertising **S**ervice