

2011년 12월

2011 해외 Best Campaign 5



Dec. 2011
MezzoMedia Inc.

- 01 Microsoft - Bing's Map
- 02 Nokia - THE8N8
- 03 Intel - The Chase
- 04 IKEA - 365: Everyday is Different
- 05 Pepsi – The Content in a bottle

- 부록 글로벌 미디어 동향



기술의 발달로 스마트한 전자기기들이 쏟아져 나오고 이런 전자기기들이 우리 생활을 변화시키고 있는 지금 마케터들은 더 무궁무진한 아이디어가 돋보이는 프로모션 전략으로 사람들을 놀라키고 있다.

2011년에는 멀티채널을 이용한 캠페인이 증가하였는데, 소셜미디어와 모바일기기를 활용한 캠페인 등이 크게 증가한 것으로 보였다.

이번 뉴스레터에서는 2011년에 세계적으로 주목을 받았던 해외 캠페인 5개의 사례를 살펴보고자 한다.



광고주 및 브랜드

마이크로소프트 'Bing'

캠페인 명

Decode Jay-Z

캠페인 타겟

글로벌, 영(Young) 타겟

캠페인 목적

Bing에 대한 영 타겟들의 관심을 일으키고 Bing's Map의 이용 유도

캠페인 소개

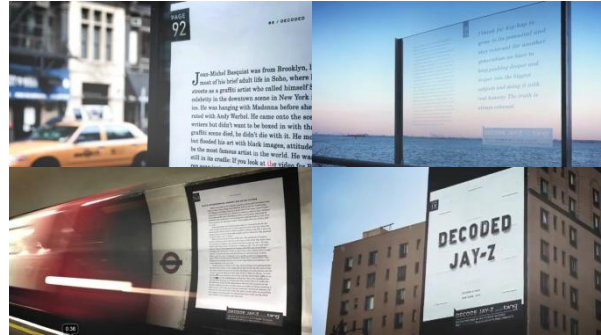
미국의 힙합가수 'Jay-Z'의 자서전 'Decode'의 출간 기념으로 검색 엔진 Bing과 함께 진행된 프로모션 캠페인. 책이 출간되기 전 320 페이지에 달하는 Jay-Z 책의 각 페이지를 세계 13개 도시에 옥외 광고로 만들고, Bing Map을 통해 옥외 광고들의 위치에 대한 힌트를 제공하여 Jay-Z 팬을 중심으로 최종적으로 온라인에서 책이 완성 되도록 하는 캠페인.

캠페인 결과

- 유저들 웹사이트 방문당 평균 11분 이상 머무르며 캠페인에 참여
- Jay-Z의 페이스북 팬페이지 팬이 100만명 증가.
- bing의 방문자수가 11.7% 증가.
- bing은 처음으로 글로벌 방문자 수 상위 10개 사이트에 진입.
- 11억 글로벌 미디어 임프레션 기록.



Features



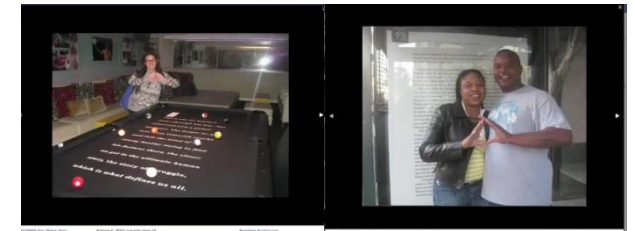
▲ 책의 각 페이지를 옥외 광고로 만들어 세계 13개 도시에 설치



▲ 흔히 볼 수 있는 옥외 광고물 외에도 책의 내용과 연관 되는 사물(구찌 의상, 자동차, 접시, 수영장 바닥 등)에도 책의 페이지를 삽입하여 캠페인 참가자들의 흥미를 유도.



▲ 캠페인을 위해 특별히 만들어진 웹사이트에서 Bing's Map을 통해 옥외 광고 위치를 파악할 수 있고, 직접 찍은 사진을 해당 페이지에 업로드하여 참여자들이 가상의 책 1권을 완성할 수 있음.



▲ 캠페인 기간 동안 페이스북, 트위터 등에도 옥외 광고와 함께 찍은 사진이 다량 업로드 됨.



광고주 및 브랜드

노키아(Nokia)

캠페인 명

THE8N8

캠페인 타겟

아르헨티나, 영(Young) 타겟

캠페인 목적

소셜미디어 유저 베이스의 확장과 8n8 스마트폰 홍보

캠페인 소개

아르헨티나에서 8n8 스마트폰 런칭 기념으로 트위터를 이용한 런칭 캠페인을 진행. 노키아는 2주 동안 다양한 퀴즈, 단서, 특징 등을 트윗하며 빠른 시간에 크리에이티브한 답변을 한 사람에게만 유명한 트위터 팔로우(follow) 할 수 있는 권한을 제공. 가장 먼저 8명의 유명한 트위터를 팔로우하는 8명은 노키아의 신제품 'N8' 스마트폰을 획득할 수 있음.

캠페인 결과

- 트위터 이용자 128% 증가.
- 페이스북 팬페이지 팬 183% 증가. (라틴아메리카에서 2번째로 가장 회원이 많은 팬페이지로 자리잡음)
- 캠페인이 유명 전자 전문 블로그들에 소개되면서 2차 바이럴 효과 창출됨.
- 판매율 270% 성장을 보이며 아르헨티나에서 가장 많이 팔린 스마트폰으로 기록됨.



Features



▲ 2주 동안 다양한 퀴즈를 단서 등을 이용하여 풀어 8명의 유명한 트위터를 제일 먼저 팔로우 하는 유저 8명이 노키아의 신제품 'N8' 스마트폰의 주인공이 됨.



▲ 트윗, 리트윗을 할 때 해시태그(hashtag) 'The8N8'을 입력해야 하도록 하여 동일한 주제의 트윗들을 해시태그를 통해 쉽게 검색할 수 있도록 함.



광고주 및 브랜드

인텔(Intel)

캠페인 명

The Chase

캠페인 타겟

글로벌, PC 사용자

캠페인 목적

Intel의 신제품 '인텔 코어 i5(Intel Core i5)'의 기능에 대한 인식 향상

캠페인 소개

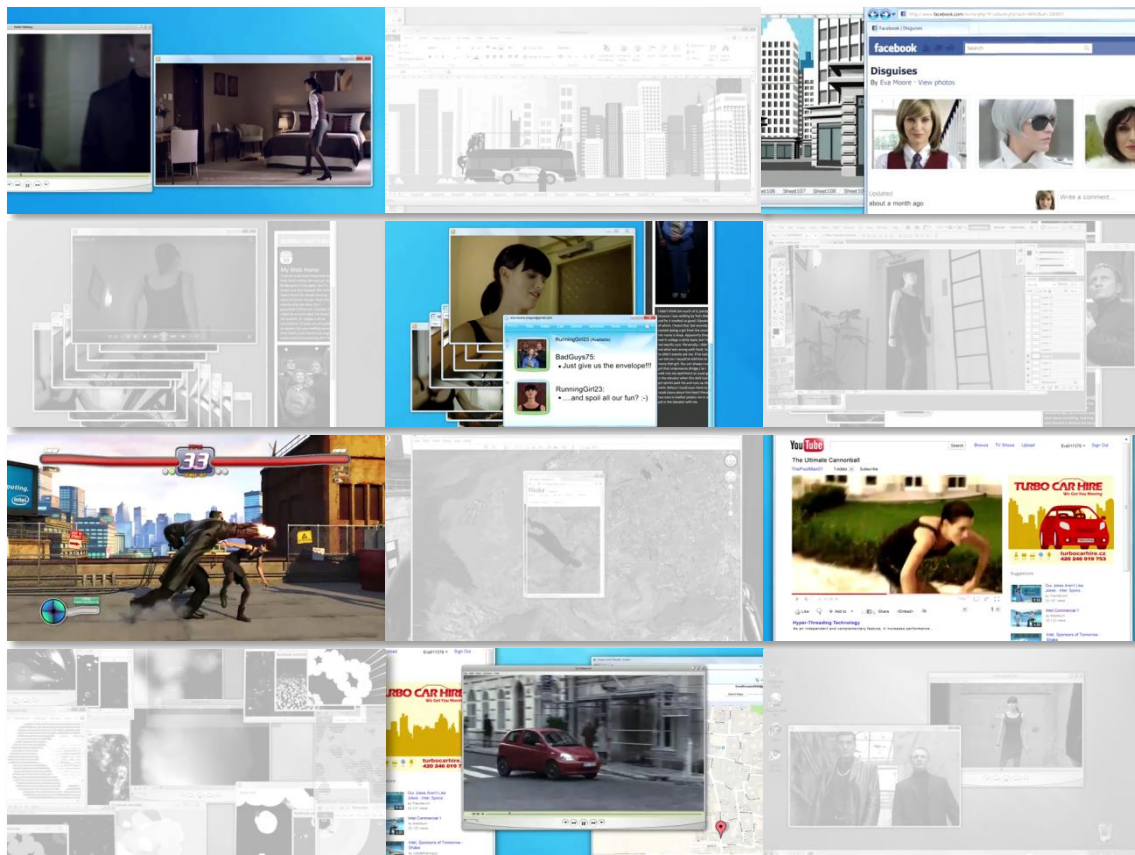
인텔 코어 i5의 멀티태스킹 기능을 묘사하는 액션 어드벤처 비디오 "The Chase"를 제작하여 멀티 채널(모바일, 웹) 등을 이용해서 캠페인 런칭. 영상은 액션 영화 스타일로 제작되었는데, 윈도우 상에서 게임, 소셜미디어, 동영상, 그래픽, 영상 등 여러 개의 프로그램이 실행되면서 액션 장면들이 개연성 있게 보여지며 이는 많은 작업들을 동시에 해도 모두 빠르게 처리할 수 있다는 점을 간접적으로 이야기 함.

캠페인 결과

- 'The Chase' 바이럴 영상이 2,700만번 시청됨.
- 소셜네트워킹 사이트에서 6만 번 영상이 공유됨.
- TED와 Advertising Edge가 선정한 2011년 베스트 광고에 선정됨.
- 특히 독일과 러시아에서 괄목할만한 성과를 보임.



Features



- ▲ 윈도우 상에서 게임, 소셜미디어, 동영상, 그래픽, 영상 등 여러 개의 프로그램이 실행되면서 한편의 액션 영화를 보는 것처럼 스토리가 전개됨. 인텔 코어 i5가 탑재된 컴퓨터를 사용하면 아무리 많은 작업들을 동시에 하더라도 빠르게 처리 가능하다는 점을 간접적으로 이야기 함.

IKEA - 365: Everyday is Different



365
EVERY DAY DIFFERENT

09 thursday
sept



14 tuesday
sept



27 monday
sept



광고주 및 브랜드

이케아(IKEA)

캠페인 명

365: Everyday is Different

캠페인 타겟

네덜란드

캠페인 목적

판매율 상승

캠페인 소개

TV와 온라인에서 365일 동안 진행되는 캠페인. 매일 다른 종류의 IKEA 상품과 스토리로 제작된 영상이 TV로 방영 또는 업로드 되며, 특별한 연휴 시즌(ex. 크리스마스, 부활절 등)에는 그에 맞는 주제로 영상이 제작되어 광고됨. 디지털 마케팅 전략의 하나로 IKEA 네덜란드 공식 웹사이트, IKEA 유튜브 채널, 페이스북 등에도 영상을 업로드 하여 자연스럽게 바이럴 될 수 있도록 유도.

캠페인 결과

- '가장 먼저 떠오르는 브랜드(Top of mind)'라는 인식이 6% 상승.
- 네덜란드 전체 가구 시장은 4% 감소 한데 반하여 IKEA를 찾는 소비자는 4% 증가.

IKEA - 365: Everyday is Different



09 thursday
sept



14 tuesday
sept



27 monday
sept



Features



▲ 365일 동안 매일 IKEA의 다른 상품을 소개하는 광고 캠페인 진행.



▲ TV에서 방영되는 광고 캠페인을 IKEA Netherlands 공식 웹사이트에서도 시청 가능하도록 만들어 온라인에서 자연스럽게 바이럴 될 수 있도록 함.

Pepsi – The Content in a bottle

MOBILE
MARKETING
pepsi

PEPSI MAKES
YOUR DAY WITH
"FOOTBALL
IN A CAN"

PEPSI MAKES
YOUR DAY WITH
"MUSIC IN
A BOTTLE"

PEPSI MAKES
YOUR DAY WITH
"FREE AIRTIME IN
EVERY PACK"

광고주 및 브랜드

펩시(Pepsi)

캠페인 명

The Content in a bottle

캠페인 타겟

터키, 영(Young) 타겟

캠페인 목적

판매율 상승

캠페인 소개

펩시 뚜껑 아래에 고유 번호가 적혀져 있어 소비자들이 고유번호를 문자메세지로 발송하면 상품을 획득할 수 있는 기회가 주어짐. 상품은 터키 이동통신사 Turkcell의 서비스를 이용하여 영국 프리미어리그를 시청할 수 있는 구독권, 1달간 무료 통화연결음 서비스를 이용할 수 있는 이용권이 제공되며, 모든 참여자에게는 12시간 무료 통화권이 제공 됨.

캠페인 결과

- 4달 동안 300만명이 평균적으로 4번까지 캠페인에 참여하여 총 1,150만명이 캠페인에 참여.
- 캠페인 거의 막바지에 펩시는 8년만에 가장 높은 시장 점유율을 기록.
- 2011 EMMA(Effective Mobile Marketing Awards)에서 가장 큰 효과를 거둔 모바일 세일즈 프로모션으로 선정됨.

Pepsi – The Content in a bottle

MOBILE MARKETING pepsi

PEPSI MAKES YOUR DAY WITH "FOOTBALL IN A CAN"

PEPSI MAKES YOUR DAY WITH "MUSIC IN A BOTTLE"

PEPSI MAKES YOUR DAY WITH "FREE AIRTIME IN EVERY PACK"

Features



▲ 영 타겟의 관심사를 조사한 결과 무료 통화권, 무료 SMS 이용에 관심이 많았고, 더 나아가 음악, 축구, 모바일 페이스북, 위치 기반 서비스 등에 관심이 많았음.



▲ 당첨자에게 무료 프리미어리그 시청권, 무료 통화권, 무료 통화연결음 서비스 이용권 등을 제공해주기로 함.



▲ 이들 서비스 중 특히 통화연결음 서비스는 서비스 거부반응이 '0.4%' 밖에 안되는 등 큰 인기를 끌었음.

■ 글로벌 미디어 동향

[소셜미디어] 1. 트위터, 광고 플랫폼 공개



최근 트위터가 독자적으로 광고를 구현할 수 있는 광고 플랫폼을 공개하였다. 트위터 대변인 Matt Grave는 이제 광고주들이 직접 플랫폼을 통해서 광고를 생성 또는 운영을 할 수 있고 신용카드로 결제가 가능하며, 이는 중소기업 비즈니스의 전개에 많은 도움이 될 것이라고 설명하였다. 아직은 베타 테스트 중이며 약 20개의 광고주만 이용 가능하지만, 곧 더 많은 광고주들이 이 서비스를 이용할 수 있도록 할 계획이라고 밝혔다.

▶ [원문 보러가기](#)

[Source : Search Engine Journal 2011.12.02]

[모바일광고] 2. iPad 유저들의 이메일 확인 비율이 가장 높게 나타나



모바일 기기에서 이메일을 확인하는 비율이 2011년 4~9월 조사를 기준으로 했을 때 6개월 전보다 34% 증가한 것으로 나타났는데, 이러한 액션은 특히 iPad 사용자들에게서 활발히 나타났다. 모바일에서의 이메일 확인은 데스크탑에서의 이메일 확인과 비율로 비교하면 여전히 작은 부분을 차지하지만, 더 빠른 증가율을 보이고 있다. 그리고 데스크탑에서 이메일의 확인의 경우 평일에 활발함에 비해 모바일에서는 주말에 더 활발한 것으로 조사되었다.

▶ [원문 보러가기](#)

[Source : Media Post 2011.12.07]

[동영상광고] 3. 중국, 온라인 동영상 시청 시간이 TV 시청 시간을 넘어서

중국에서의 TV와 동영상 시청 시간 비교

hours yesterday

	Tier 1	Tier 2	Tier 3	Tier 4	Tier 5	Total
Video clips through computer	1.56	1.98	1.83	1.74	1.68	1.76
Videos on mobile device	1.67	0.83	0.91	1.07	1.21	1.20
Provincial satellite TV	1.09	1.06	1.15	1.20	1.26	1.17
Video-on-demand (VOD)	1.02	0.88	0.79	1.51	0.92	1.09
Other provincial TV (non-provincial satellite TV)	1.16	1.00	0.95	1.07	1.07	1.05
City/county TV	1.26	1.03	0.81	0.82	0.74	0.96
CCTV (Central China TV)	0.85	0.89	0.93	0.95	0.87	0.91

Note: ages 13-45
Source: Starcom MediaVest Group, "China Yangtze Study," Oct 2011
134742 www.eMarketer.com

광고 시장에서 점점 중국이 중요해지고 있는 가운데, eMarketer의 최근 조사에 따르면 중국의 광고 비용이 내년에는 459억에 달할 것으로 예상된다고 한다. 그 중 TV는 계속해서 엄청난 규모의 광고 비용이 지출될 것으로 예상되지만 Starcom MediaVest Group에 따르면 중국에서의 TV 시청 시간은 온라인 동영상 시청 시간과 비교했을 때 감소하고 있는 것으로 나타났다.

▶ [원문 보러가기](#)

[Source : eMarketer 2011.12.06]

[온라인일반] 4. 페이스북, 구글이 전 연령에서 인기 앱으로 자리잡음



닐슨의 최근 조사에 따르면 안드로이드 폰 유저들의 모바일 앱 이용 행태를 보면 연령 그룹별로 비슷한 것으로 조사되었다. 특히 페이스북과 구글맵, Gmail 등 구글의 다양한 앱들은 18~44세 연령에서 각각 상위 10개 앱에 랭크 되었다. 이를 제외한 앱들 중 인기있는 앱들로는 'Angry Birds', 'Words With Friends', 'Pandora', 'Adobe Reader' 등이 있으며, 최근에는 'Amazon Appstore' 앱이 순위권에 진입했다.

▶ [원문 보러가기](#)

[Source : Media Post 2011.12.12]



■ MezzoMedia

플랫폼 통합 애플리케이션 포털 앱비스타

www.appvista.com

한국인의 단축 URL 서비스 '독도'

dok.do

모바일 광고 상품(MMAN:엠맨)

Download dok.do/5cAbn0

CATV VOD AD. Home Choice(홈 초이스)

Download dok.do/eiSaUP

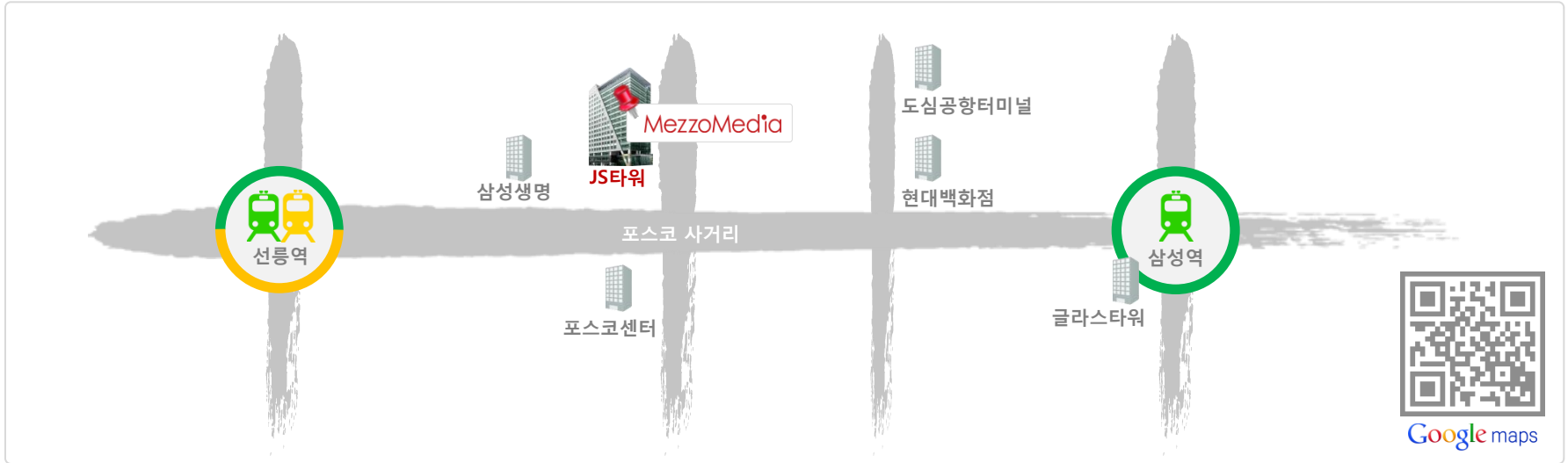
디자인 QR코드 생성

qr.appvista.com

Facebook 팬 페이지

www.facebook.com/MezzoMedia

● 메조미디어 오시는 길



● 대표번호

- **Tel.** (02)561-1247
- **Fax.** (02)561-3890

● 광고 문의

- **온라인 광고(미디어 사업본부)**
✉ mezzo@mezzomedia.co.kr
- **모바일 App / 모바일 Web 광고(모바일 사업본부)**
✉ mobile@mezzomedia.co.kr
- **케이블TV 광고(케이블TV광고팀)**
✉ catv@mezzomedia.co.kr
- **Facebook 광고(해외광고본부)**
✉ mp@mezzomedia.co.kr

● 교통편

▪ 지하철

- 🚆 2호선 삼성역 5번 출구 도보 10분
- 🚆 2호선/분당선 선릉역 10번 출구 도보 10분

▪ 버스(포스코 사거리 하차)

- 🟩 G 3415, 3411, 2415, 4412
- 🟦 B 360, 730, 146
- 🟨 Y 41

● 주소

- 서울시 강남구 삼성동 144-19 JS타워 4, 6층 (우)135-090
- [도로명 주소] 서울시 강남구 테헤란로79길 6 JS타워 4, 6층 (우)135-877



THANK YOU!

| (주)메조미디어

| **MezzoMedia, with your GOAL!**