

# Nasmedia Case Study

---

201007 No.33 나스미디어 광고 본부

**nasmedia**

Nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than Expected'.  
Contact Us 11,12F Shinsung Bldg 820-8 YeoksamDong KangnamGu Seoul Korea 135-080  
82221887300 Fax 82221887399 [www.nasmedia.co.kr](http://www.nasmedia.co.kr) Copyright © 2000-2010 Nasmedia Inc. All Rights Reserved.

Case 1 : **캐나다 관광청\_이벤트 캠페인** 201004~201005 집행

대행사 : 유달리

나스미디어 : 광고 13팀

# Case Study

## 캐나다 관광청 - 이벤트 캠페인

### 바이럴 상품을 활용해 깊이 있는 메시지 전달 및 확산

#### Campaign info.

- 집행 기간 : 2010년 4월 27일 ~ 5월 24일
- 집행 매체 : 다음, 야후, 인터웍스, 프레스블로그
- 캠페인 타겟 : 여행에 관심이 많은 사람들
- 특이 사항 : 포털 초기면 고정 광고 등을 활용한 효과 극대화 및 바이럴 유도

#### Feature

#### [프로세스] 효과적인 메시지 전달을 위해 포털 주요 상품 및 바이럴 상품 활용

1. 빅포털 초기면 상품 및 금융 관련 상품 / 여행 지면을 활용해 여행에 관심이 많은 고소득자에게 메시지 전달
2. 캠페인 특성 상 자연스러운 메시지 전달 및 간접 체험의 기회를 제공하기 위하여 바이럴 상품 적극 활용
3. 인터웍스 기사면 문맥 매칭 상품을 통해 관심있는 유저에게 효과적으로 접근

#### [결과] 예산 대비 우수한 노출/반응률로 효율성 달성 및 바이럴 확산에 기여

1. 배너 광고 노출량 및 반응률에서 우수한 결과치 달성, 다음 초기 우측 여백배너를 통해 노출량 극대화 하였으며 야후 금융 초기 주가 모듈 스폰서십의 경우 CTR 0.43%의 우수한 수치를 기록함
2. 온라인 상에서 관련 내용이 활발히 바이럴 됨으로써, 호감도 상승 및 포털 검색 순위에 포지셔닝 됨

#### [ Banner Creative ]



#### [이벤트 내용 스크랩]



\* 관련 내용 검색 시, 금번 캠페인을 통해 신규 생성된 게시물들이 상위 100개 중 약 94% 차지

## 캐나다 관광청 – 이벤트 캠페인



[야후 금융 스폰서십 상품]

### 야후 금융 초기면 주가 모듈 스폰서십 상품 집행 결과

- 비 금융 캠페인 임에도 불구하고 기간 내 2만 클릭 이상 유도
- 금융 지면 특성상 주말 내 노출, 클릭 수처 감소폭이 크게 나타나지만 평균 CTR 0.43%로 높은 반응률 기록

### 5대 포털 키워드 수 증감 추이

키워드	시행 전	시행 후	상승률
캐나다여행	219,228	230,175	5.0% 상승
여행스타일	564,726	589,201	4.3% 상승
끝발원정대	138	1,155	737.0% 상승

[포털 내 키워드 증감 추이]

### 포털 내 키워드 증가: 캐나다관광청 프로모션 키워드 '끝발원정대' 검색 증가

- 총 37명의 파워블로거를 포함하여 전체 447개의 포스트가 웹상에 신규 등록됨
- 포털 내 '캐나다 여행' 과 관련된 키워드 및 게시물이 증가하면서 유저가 직,간접적으로 관련 메시지에 접촉할 기회 증가
- 캠페인을 통한 포털 내 키워드 수 증가는 자연스럽게 정보의 재확산에 기여함

# Case 2 : YD온라인\_ 오디션2 런칭 CBT 모집 캠페인

201004~201004 집행

대행사 : 차이커뮤니케이션

나스미디어 : 광고 11팀

## YD온라인 – 오디션2 런칭 CBT 모집 캠페인

### 오디션2 홍보 및 CBT 모집

#### Campaign info.

- 집행 기간 : 2010년 4월 14일 ~ 4월 25일
- 집행 매체 : 네이버, 프리챌, 세이클럽, 엠군, 아프리카, 게임메카, 플레이포럼 등 총 19개
- 캠페인 타겟 : 전체
- 특이 사항 : 포털과 동영상 매체, 그리고 다양한 게임 사이트 집행

#### Feature

[프로세스] 포털 상단을 통한 전체 타겟 커버 및 게임과 동영상매체를 활용한 코어타겟 공략

1. 네이버 초기 상단 Adcast를 활용하여 전 네티즌 대상 런칭 홍보 효과
2. 타겟 접근성 우수한 게임과 동영상 매체의 주목도 및 반응을 우수한 광고 상품 집행

[결과] 광고주 페이지 유입 극대화 및 CBT 모집 목표치 초과 달성

1. 효과 우수 상품 진행으로 전체 평균 약 0.7%이상의 우수한 반응 효과 기록
2. CBT 모집 목표치 초과 달성
3. 광고주 페이지 트래픽 증대



[ 엠군 플레이어 Pre-CM ]

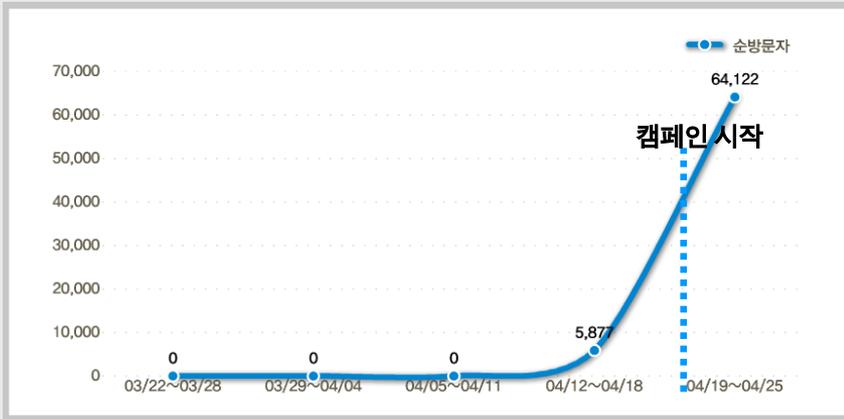


[ 게임조선 초기면 TI ]

# Case Study

## YD온라인 – 오디션2 런칭 CBT 모집 캠페인

[ 광고주 페이지 트래픽 추이 ]



캠페인 시작 이후 광고주 페이지 트래픽 상승 효과

관심 타겟에게 집중적 광고 노출로 활발한 광고주 페이지 유입 유발되었으며 우수 효과 상품 집행으로 높은 반응율의 결과

[ 광고주 페이지 유입 경로 ]

순위	서브도메인	도메인	순방문자	순방문자 비율 (%)	페이지뷰	페이지뷰 비율 (%)
1	http://qtv.freechal.com	freechal.com	16,488	18.99	18,251	2.15
2	http://search.naver.com	naver.com	13,011	14.99	15,689	1.85
3	http://www.mgoon.com	mgoon.com	12,172	14.02	14,277	1.68
4	http://mail3.nate.com	nate.com	9,307	10.72	11,238	1.32
5	New Instance		7,920	9.12	27,489	3.23
6	http://www.fileguri.com	fileguri.com	7,622	8.78	9,451	1.11
7	http://www.naver.com	naver.com	7,486	8.62	10,026	1.18
8	http://www.gamedonga.co.kr	gamedonga.co.kr	4,137	4.77	6,098	0.72
9	http://club.cyworld.com	cyworld.com	4,052	4.67	9,239	1.09
9	http://finder.sayclub.com	sayclub.com	4,052	4.67	4,619	0.54
9	http://lcs.hangame.com	미분류 도메인	4,052	4.67	9,239	1.09
9	http://lcs.wbers.hangame.com	미분류 도메인	4,052	4.67	13,858	1.63
9	http://www.happymoney.co.kr	happymoney.co.kr	4,052	4.67	4,619	0.54
9	http://memo.sayclub.com	sayclub.com	4,052	4.67	4,619	0.54
15	http://www.devpia.com	devpia.com	3,663	4.22	4,103	0.48
15	http://o2jam.nopp.co.kr	nopp.co.kr	3,663	4.22	4,103	0.48
15	https://name.siren24.com	siren24.com	3,663	4.22	4,103	0.48
19	http://live.afreeca.com:8057	미분류 도메인	2,962	3.41	3,101	0.36
20	http://news.naver.com	naver.com	2,444	2.82	2,811	0.33

- 1위 freechal.com
- 2위 naver.com
- 3위 mgoon.com

주요 유입 경로 대부분이 광고 집행 매체를 통해 유입

광고 집행한 매체에서 집중적으로 유입이 증대되었으며, 주요 유입 경로 상위에 랭크

# More Than Expected!

“나스미디어와 함께 하시면, 한가지 더 가져가실 수 있습니다”

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