



MIMIF

# 모바일을 활용한 크로스미디어 마케팅

주식회사 D2 COMMUNICATIONS  
홍보선전부 시노자키 이사오

■ **회사명**                    주식회사 디투커뮤니케이션즈  
영문표기 D2 Communications Inc. (D2C)

■ **설립년월일**       2000년 6월 1일

■ **자본금**                9.8억엔

■ **주주 구성**           주식회사 NTT도코모, 주식회사 덴츠,  
주식회사 NTT애드

◆ D2C는 세계 최초의 모바일 전문 광고회사입니다.

◆ 「D2」란 DIGITAL and DIRECT를 의미합니다.

## 「One-Stop Mobile Marketing」

### 미디어 사업

とくする  
メニュー



とくする通販



### 미디어 랩 사업

픽처 광고



모바일 메일 광고



### 솔루션 사업



모바일 마케팅의 모든 것을 제공해 드립니다.

# D2C method!

## 【pre-access】

① 어떻게 접속시킬 것인가?

모바일 매체를 통해서?

픽처형 광고  
컨텐츠형 광고  
PUSH형 광고  
모바일 동영상 광고



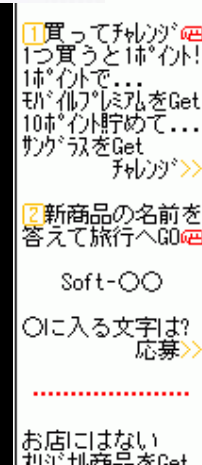
기존 매체를 통해서?



## 【on-access】

② 사이트 운영 목적은?

재미 제공?  
이용 유도?



## 【post-access】

③ 다음에는 무엇을?

마케팅 목적 달성

· Action

· Branding

· Viral



「더 많은」  
이용 유도?  
재미 제공?



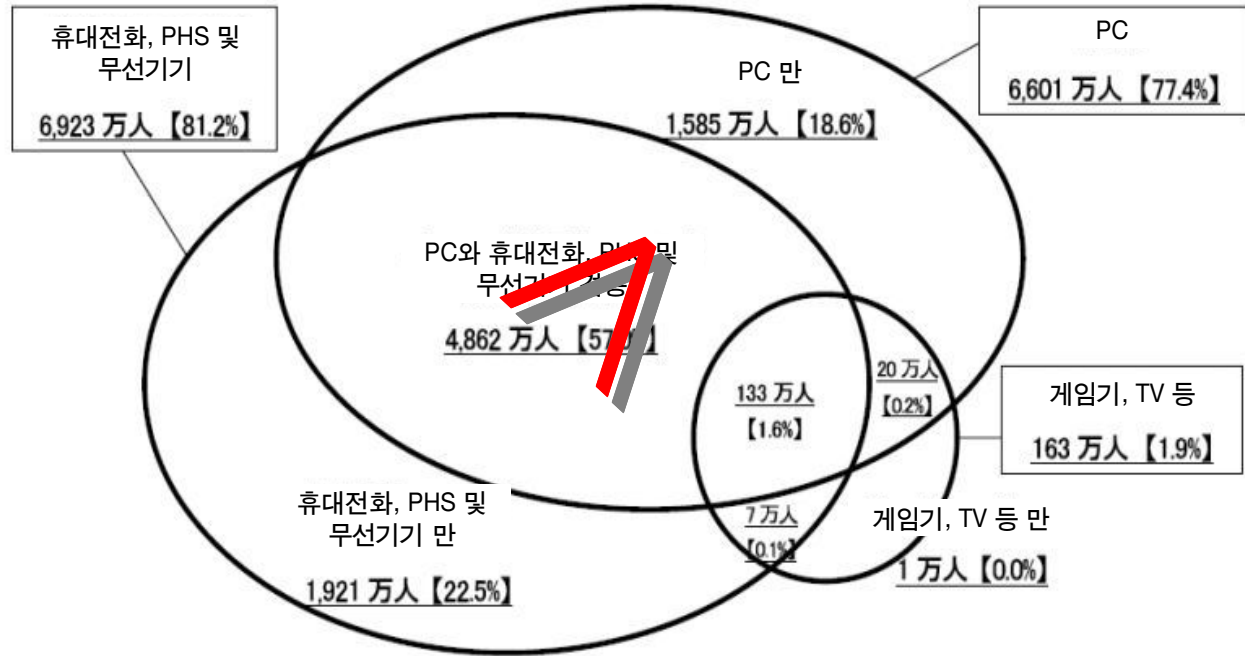
# 총무성

## 「인터넷 이용동향 조사」 2005년말 기준

최소 **매일 1회**  
인터넷 이용

- 휴대전화 55.3%  
(20대 69.0%)
- PC 43.9%


인터넷 이용 단말 종류(세대구성원)



## 연령별



# ■ 자유시간에는 뭐하세요? 【평일】 (Video Research, 2005)

순위	10대 남성	10대 여성	20-34세 남성	20-34세 여성	35-49세 남성	35-49세 여성
1	TV	TV	TV	TV	TV	TV
2	게임	음악	Mobile internet	신문		
3	음악	Mobile internet	PC internet	음악	PC internet	Mobile internet
4		공부	잡지	PC internet	음주	쇼핑
5	Mobile internet	독서	DVD	신문		DVD
9		PC internet				
14		Mobile internet				

# 왜 마케팅에 모바일의 활용이 급증하고 있는가?

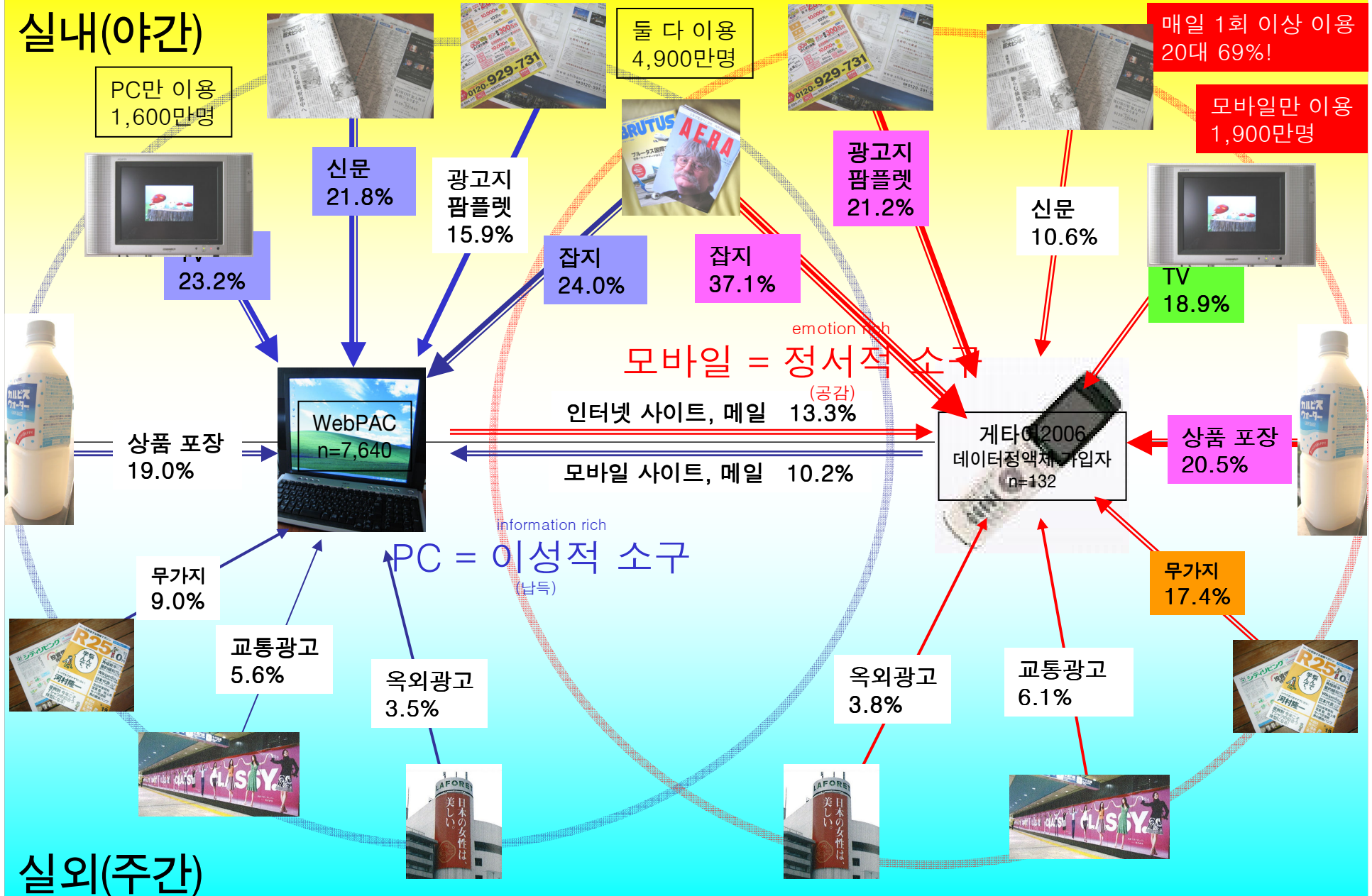


- 소비자에게 있어 모바일은 가장 친숙한 인터랙티브 미디어
- 통합 마케팅(IMC)에서 모바일의 역할이 명확해짐

# D2C가 생각하는 W허브 커뮤니케이션



## 실내(야간)



## 실외(주간)



# 모바일을 중심에 둔 크로스미디어 전략

크로스미디어의 정의;  
각 미디어의 특징을 고려하여 서로 보완 가능하도록 조합함으로써  
마케팅 효과를 극대화하는 방법

# 모바일의 크로스미디어 효과①



- 모바일로 유도하여  
미디어 가치 Shift!
- 모바일로 유도하여  
광고 수명 연장!

1 frequency가 action으로!  
(기존 매체 대비 낮은 frequency)



# プレミアムな週末を、 QRコードから体験しよう。

ケータイのカメラ機能でQRコードを読み取れば、  
映像や音声で綴られる6つの異なるストーリーをダウンロードできます。



誌面の中にある6つのコードそれぞれを  
携帯電話のカメラ(バーコード読み取り)  
機能で読み取ると



モバイルサイトに  
アクセスします ▶ 「彼が」体験したQR-ADストーリーを  
映像や音声、写真でお楽しみください

**W43T**  
by TOSHIBA

簡単操作で音楽を楽しむ。ナビも3Dに進化した、カジュアル・ミュージックケータイ。

- CD楽曲などもケータイで楽しめる「au LISTEN MOBILE SERVICE」対応
- 立体表示でわかりやすさUP、「3Dナビ」対応
- 高画質カメラ搭載 & 各種機能が充実



☎ サナードは115に無料サービス | auお客様センター au電話からは157(無料) ☎ 0077-7-111(無料) www.au.kddi.com



■ この広告に関する詳細は、<http://QR-ad.com> お問い合わせ  
※QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です ※ヘッドホンが市販のものを使用しています


ビールで日本初の快挙。  
世界の舞台で最高金賞受賞。  
ザ・プレミアム・モルツは、世界的なコンテスト  
「モンド・セレクション」で日本で初めて  
「最高金賞」に輝きました。

製造・販売 サントリー株式会社  
お問い合わせ先 ☎ 0120-139-310 <http://suntory.jp/PREMIUM/>



飲酒は  
お酒は  
妊娠  
悪影響

SUNTORY  
×  
au by KDDI  
presents



この時期にしか出会うことのできないウツラに出会えた彼のストーリー。

このサイトでは、ザ・プレミアム・モルツを飲みながら、auのW43Tで音楽に包まれる、プレミアムなストーリーが情報料無料でお楽しみいただけます。

簡単操作で音楽を楽しむ。ナビも3Dに進化した、カジュアルミュージックケータイ

>> W43T <<

ビールで日本初の快挙。世界の舞台で最高金賞受賞。

>>ザ・プレミアム・モルツ<<

待受画像がウオロト

【今回の彼のストーリーが楽しめる雑誌】

- \*東京カレンダー 7月号
- \*BRIO 7月号
- \*Pen 6/1号No.177
- \*週刊文春 6/1号
- \*Coco BRITUS Vol. 76 July



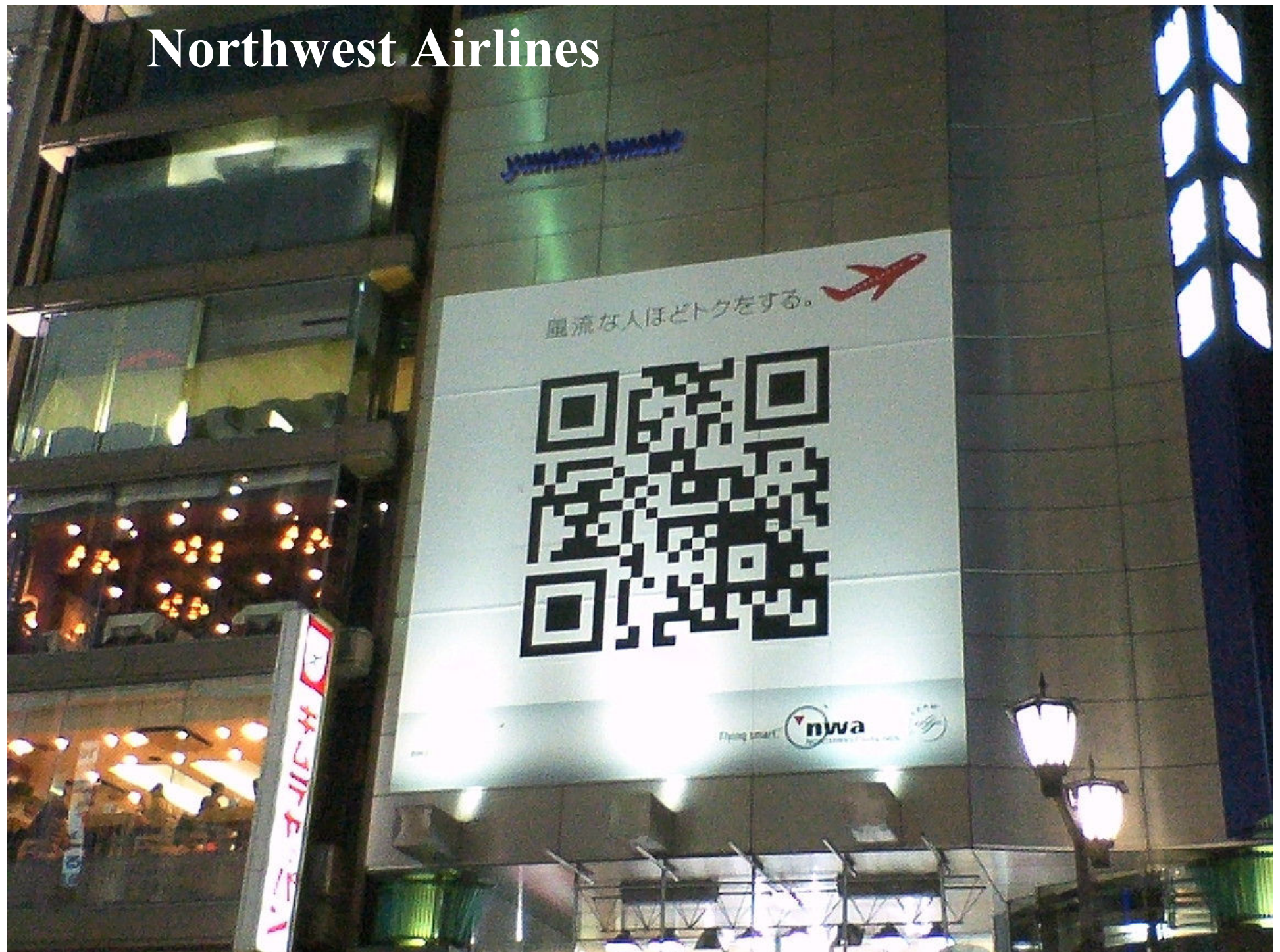
イクル。  
発育に





Northwest Airlines

# Northwest Airlines



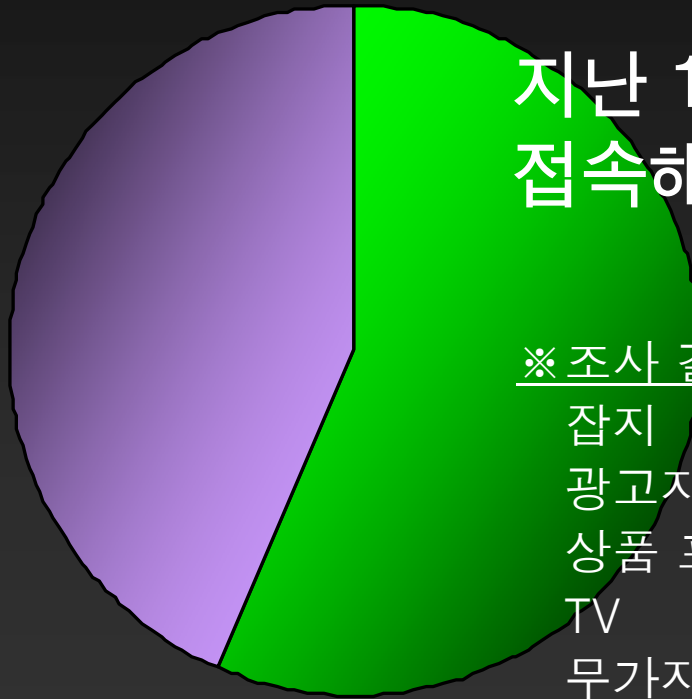


2005.09.13



<http://www.apple.com/jp/ipod/gallery/peeloff/>

# 기구축한 **접점**을 통해 **광고의 후속편**을 보여준다



지난 1년간 타매체를 통해 사이트에  
접속해 본 경험이 있다 **64.4%**

(데이터정액제 가입자 N=132)

※ 조사 결과(복수응답)

잡지	37.1%
광고지, 팜플렛	21.2%
상품 포장	20.5%
TV	18.9%
무가지	17.4%



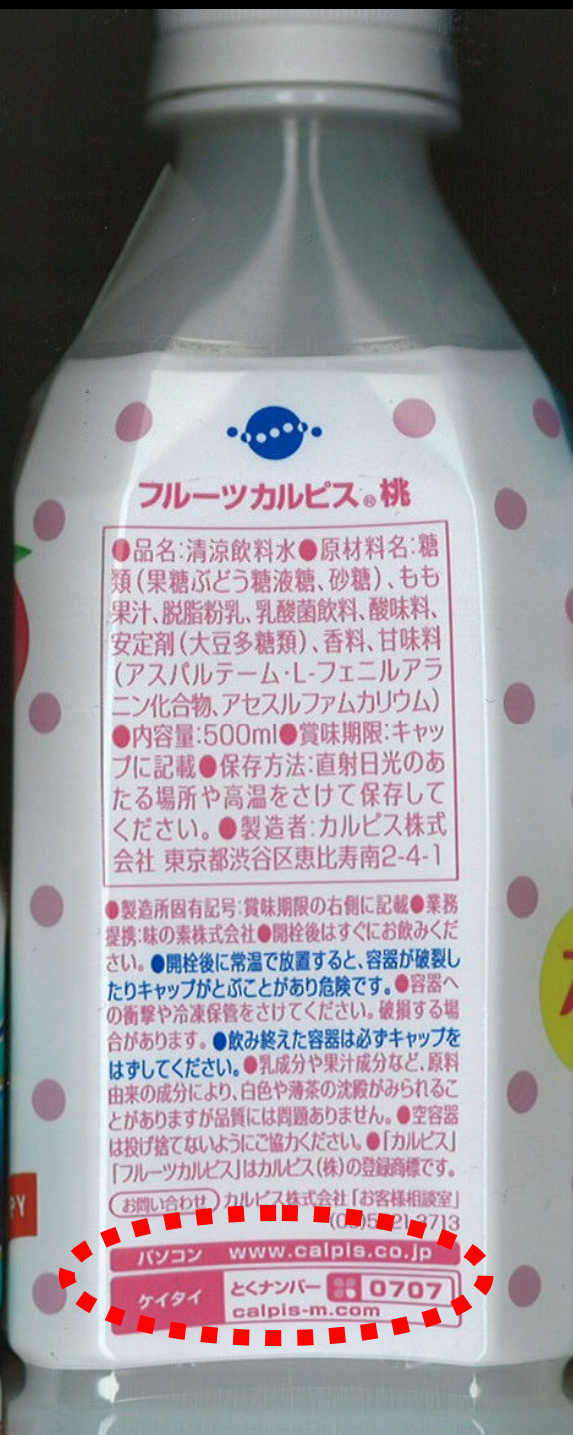
## 모바일의 크로스미디어 효과②



1. Media별 효과(TV, 신문, 잡지···)
2. Vehicle별 효과(A지, B지, C지···)
3. Creative별 효과(A타입·B타입)



광고 효과 및 효율 최적화





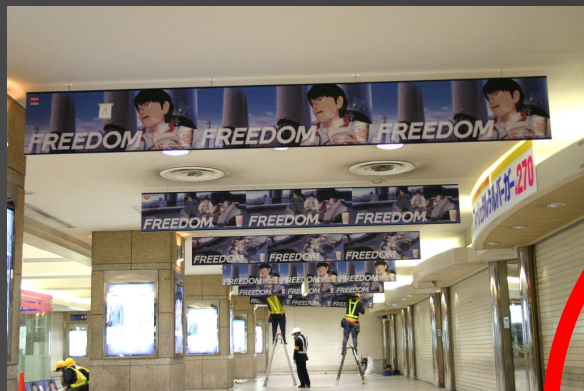
# 성과 : 컵라면 먹는 시간대 파악



**FREEDOM** 

# FREEDOM

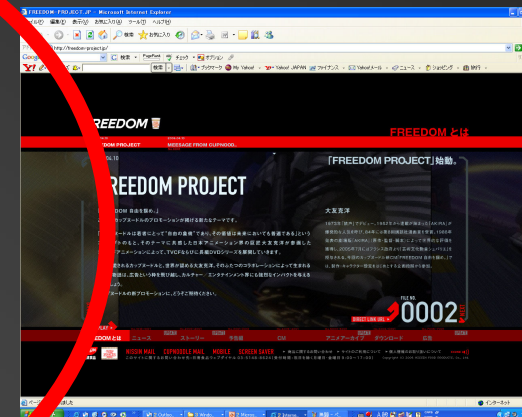
## ■ OOH



## ■ TVCF



## ■ PC



## ■ MOBILE



# D2C가 생각하는 커뮤니케이션 모델



₩ 0!!

$$\text{캠페인 ROI} = \frac{\text{소득}}{\text{투자}}$$

소비자를 24시간 365일 끌어들이 수 있는

전략적 모바일 사이트 구축



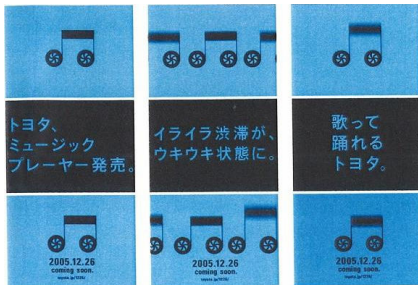
크로스미디어 효과 극대화 가능!



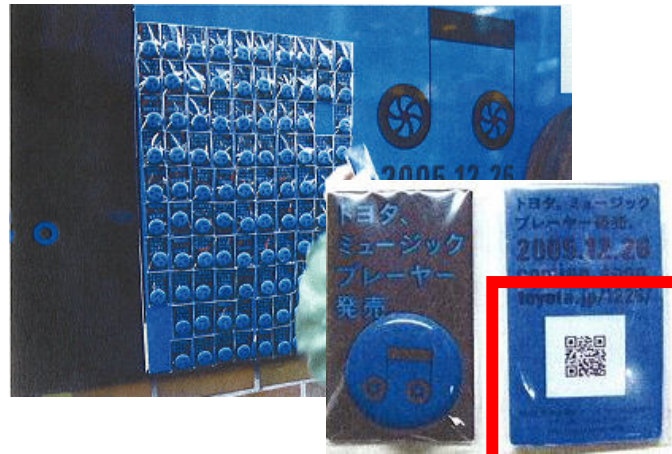
# Case Study

# 도요타자동차 주식회사 「bB」 캠페인

① TV 심야 시간대 시부야 옥외 전광판에서 음악을 테마로 한 티저 영상 공개

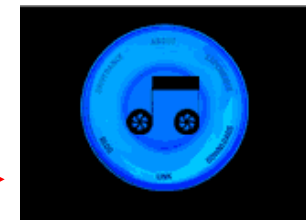
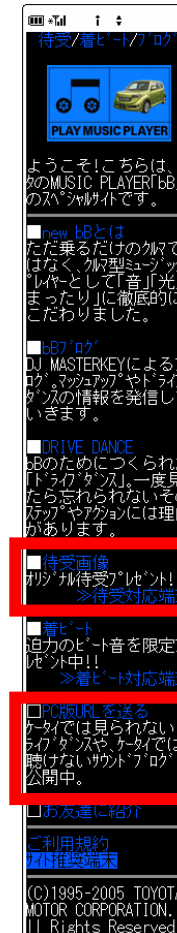


② 타겟(20대 남성)이 좋아하는 장소(HMV, 시부야 센터거리)에 배지 부착 OOH 광고 집행, 모바일 사이트로 유인



③ 웹 사이트에 QR코드 게재, 모바일 사이트로 유인

④ 사이트에 상품 설명, 대기화면, 벨소리, Blog 등 제공



Flash 대기화면

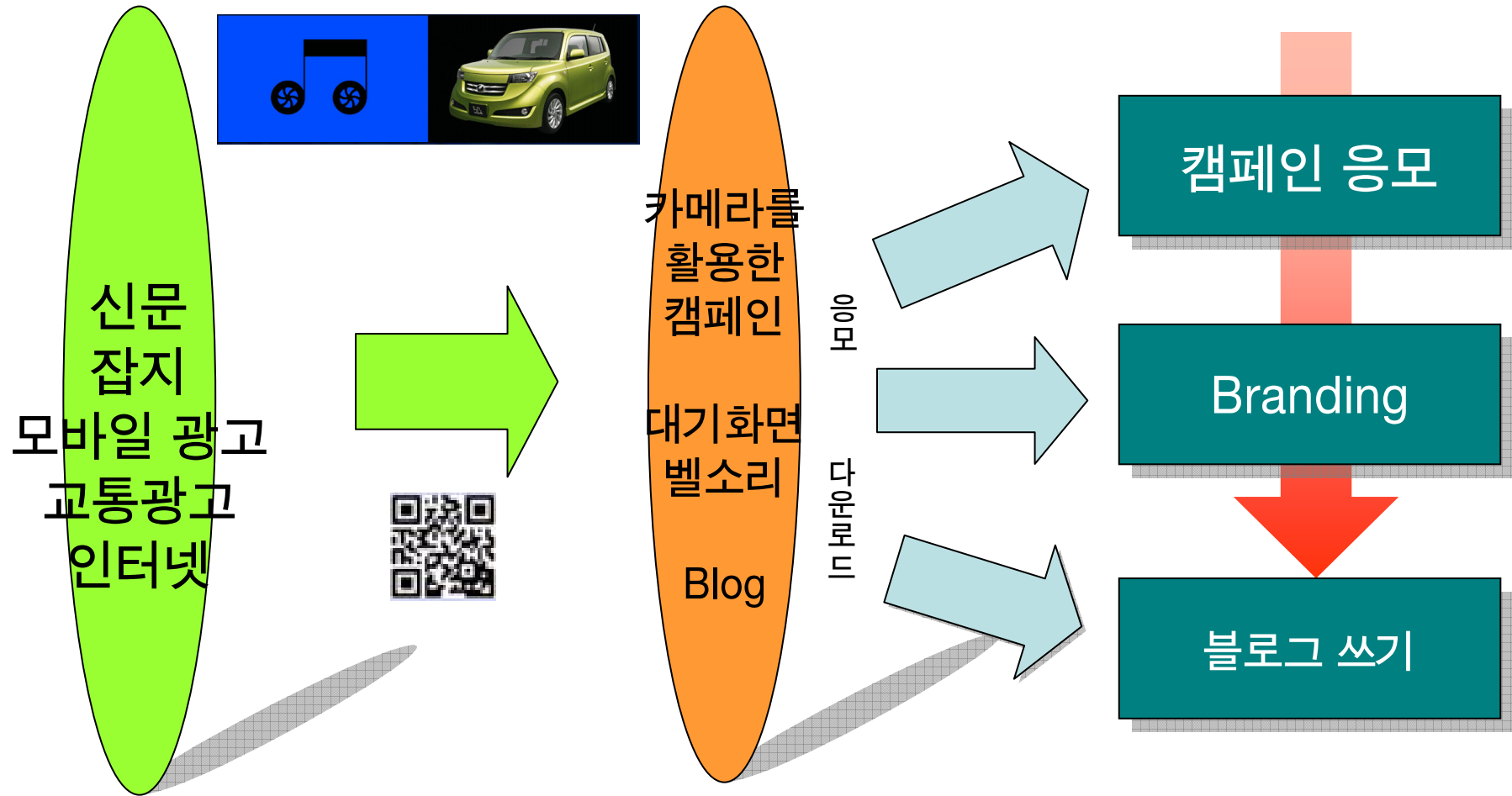
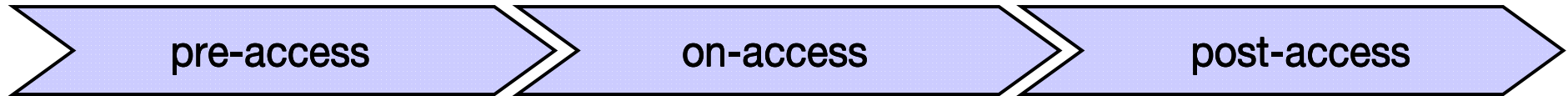


⑤ 웹 사이트 Blog 연동

## 제5회 모바일광고대상 수상작



# 「bB」의 소비자 행동 모델



제5회 모바일광고대상 수상작

# 일본 맥도날드/ EBI Puri Style

매스미디어



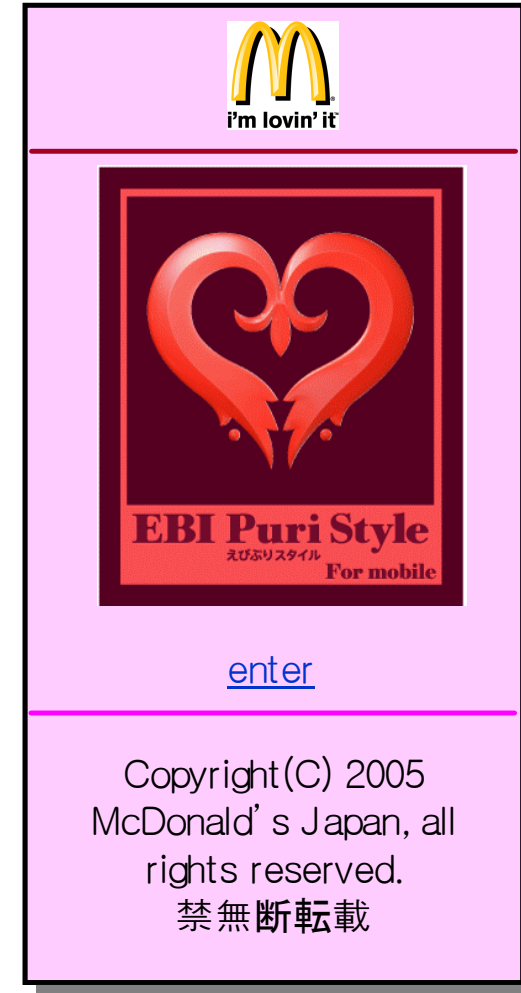
WEB



매장  
포스터 등  
POP



모바일 사이트



제5회 모바일광고대상 수상작

# 일본 맥도날드/ EBI Puri Style

## 대기화면 선물

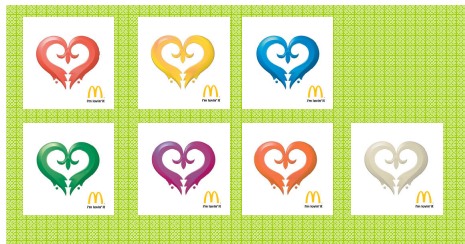


상황별로 다양한 칼라의 대기화면 제공  
그 날의 기분에 맞는 대기화면 선택

제5회 모바일광고대상 수상작

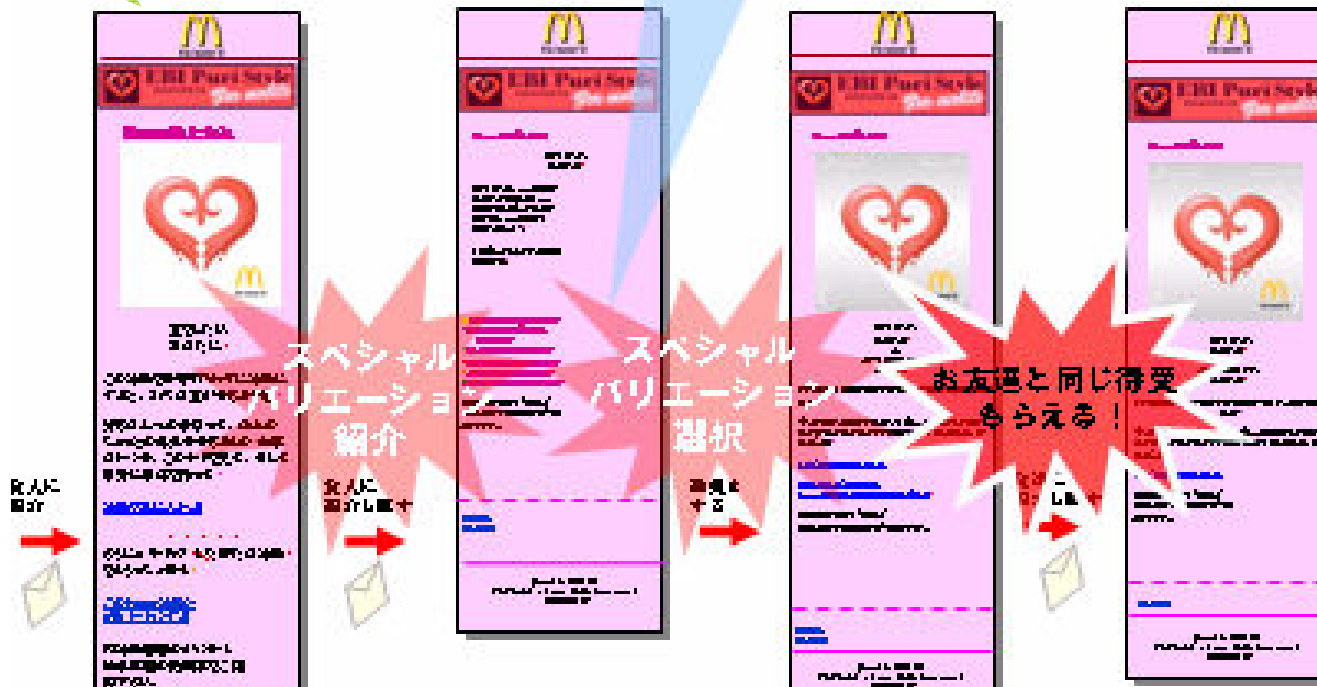
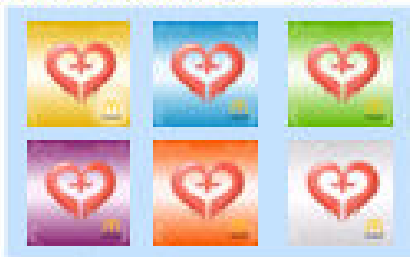
# 일본 맥도날드/ EBI Puri Style

기본 칼라



## 대기화면 선물

スペシャルバリエーション



행복 나누기 ⇒ 친구에게 Viral

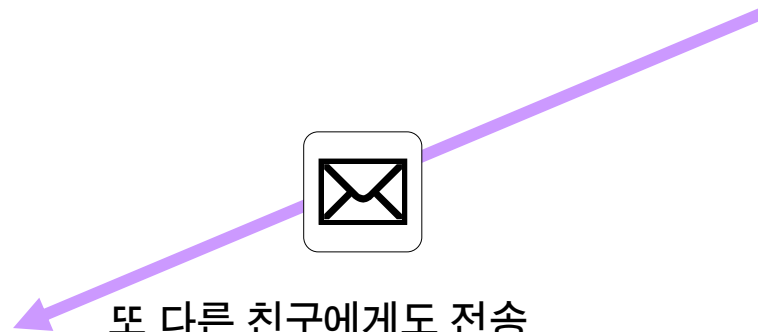
# 일본 맥도날드/ EBI Puri Style



마음에 드는 대기화면을 멀티메일로 전송



수신한 대기화면에 플러스  $\alpha$  해서 답장 보내기

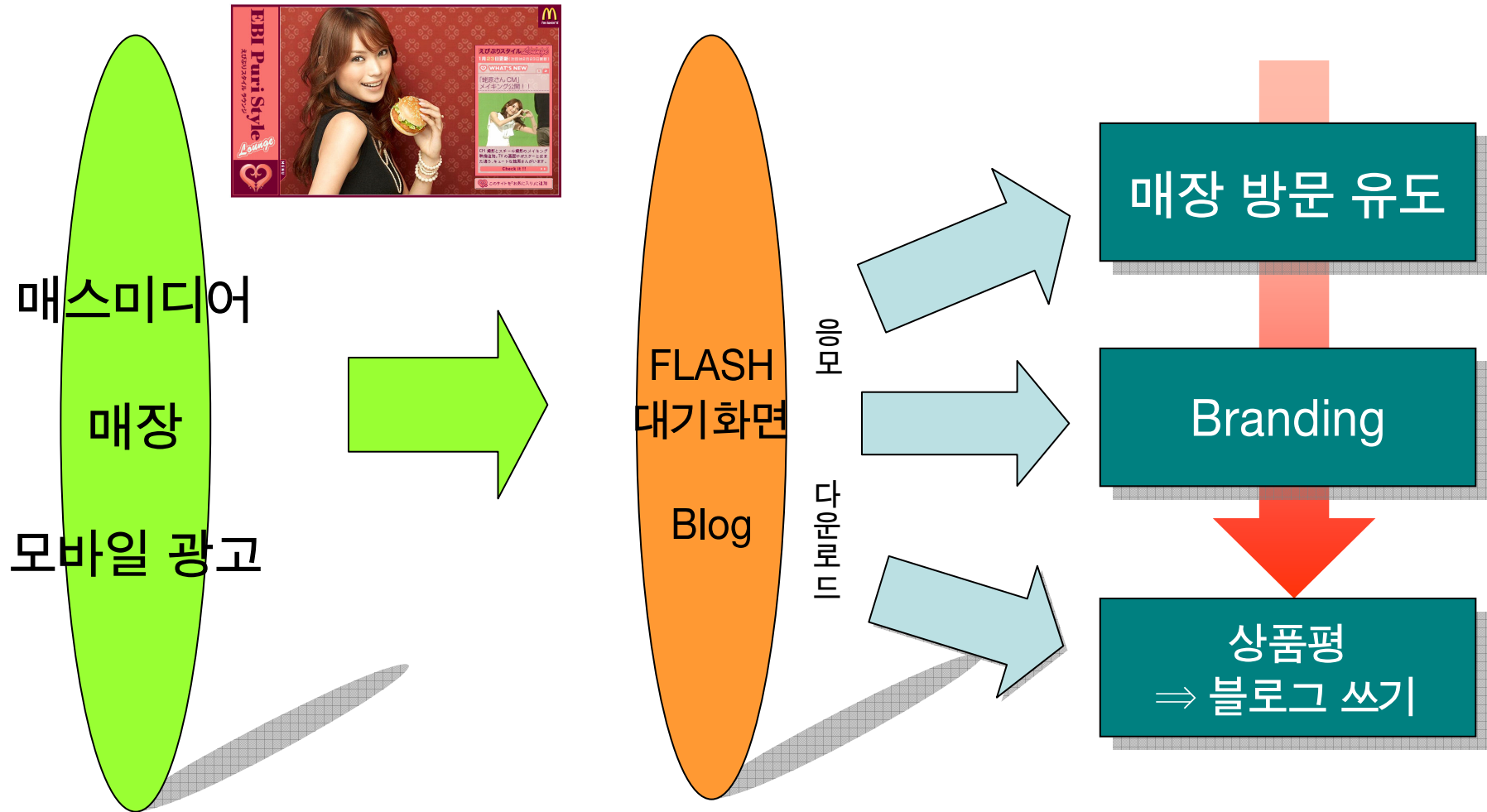
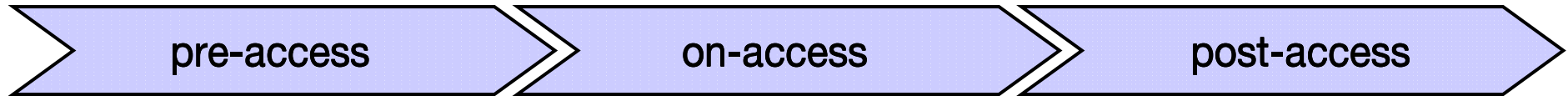


또 다른 친구에게도 전송

**Share = Viral**

타겟이 타겟에게 무료로 광고해 주는  
상시 전국에서 일어나고 있는 구전 마케팅

# 「bB」의 소비자 행동 모델



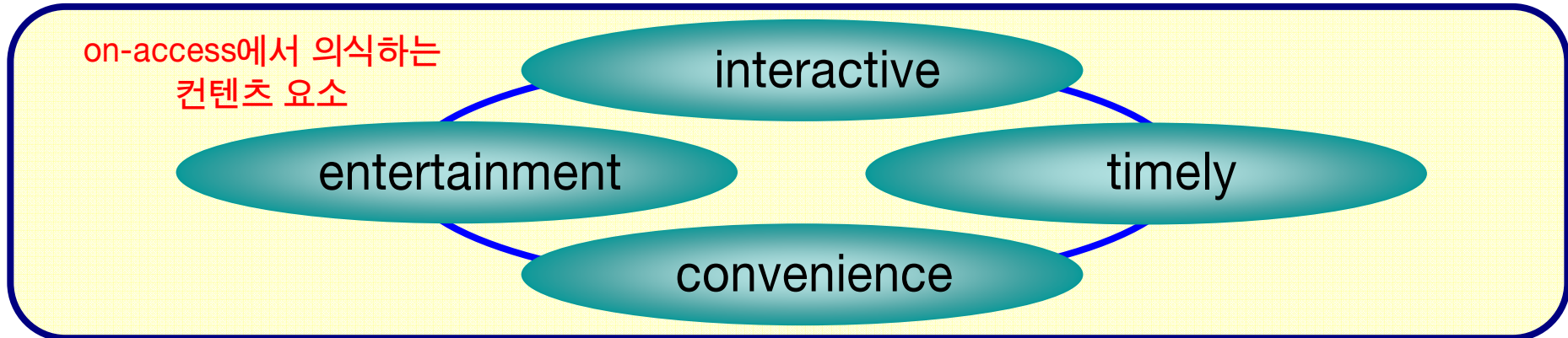
제5회 모바일광고대상 수상작

# ■ 모바일 마케팅에 필요한 커뮤니케이션 요소

Pre-access ← On-access → Post-access →

	타겟	공감 요소	Cross media	entertainment	timely	action	viral
도요타 /bB	20대 남녀	음악	매스미디어 × 인터랙티브 미디어” × 프로모션	대기화면 벨소리 블로그 카메라	각종 이벤트	대리점	타겟의 이용 장면을 상정한 친구와의 viral
Apple /iPod	10-20대 남녀	음악	매스미디어 × 인터랙티브 미디어” × 프로모션	대기화면 벨소리	이벤트	애플 스토어 web 편의점	블로그에 글쓰기
맥도날드 새우힐레	20대 여성	패션	매스미디어 × 인터랙티브 미디어” × 프로모션	FLASH 대기화면 상품평 블로그	이벤트	매장	FLASH 대기화면을 활용한 viral

## on-access에서의 커뮤니케이션 요소



### 정보 격차 창출

모바일에서가 아니면 얻을 수  
없는 지식·정보·서비스  
ex. 모바일 쿠폰

### 간편한 전송 환경

친구에게 전하기 쉬운 환경 구축  
메일 기능 활용

### 기능의 효과적 활용

다운로드 또는 스크랩  
기능 활용

모바일에서 공감 콘텐츠를 제공함으로써  
새로운 커뮤니케이션 창출



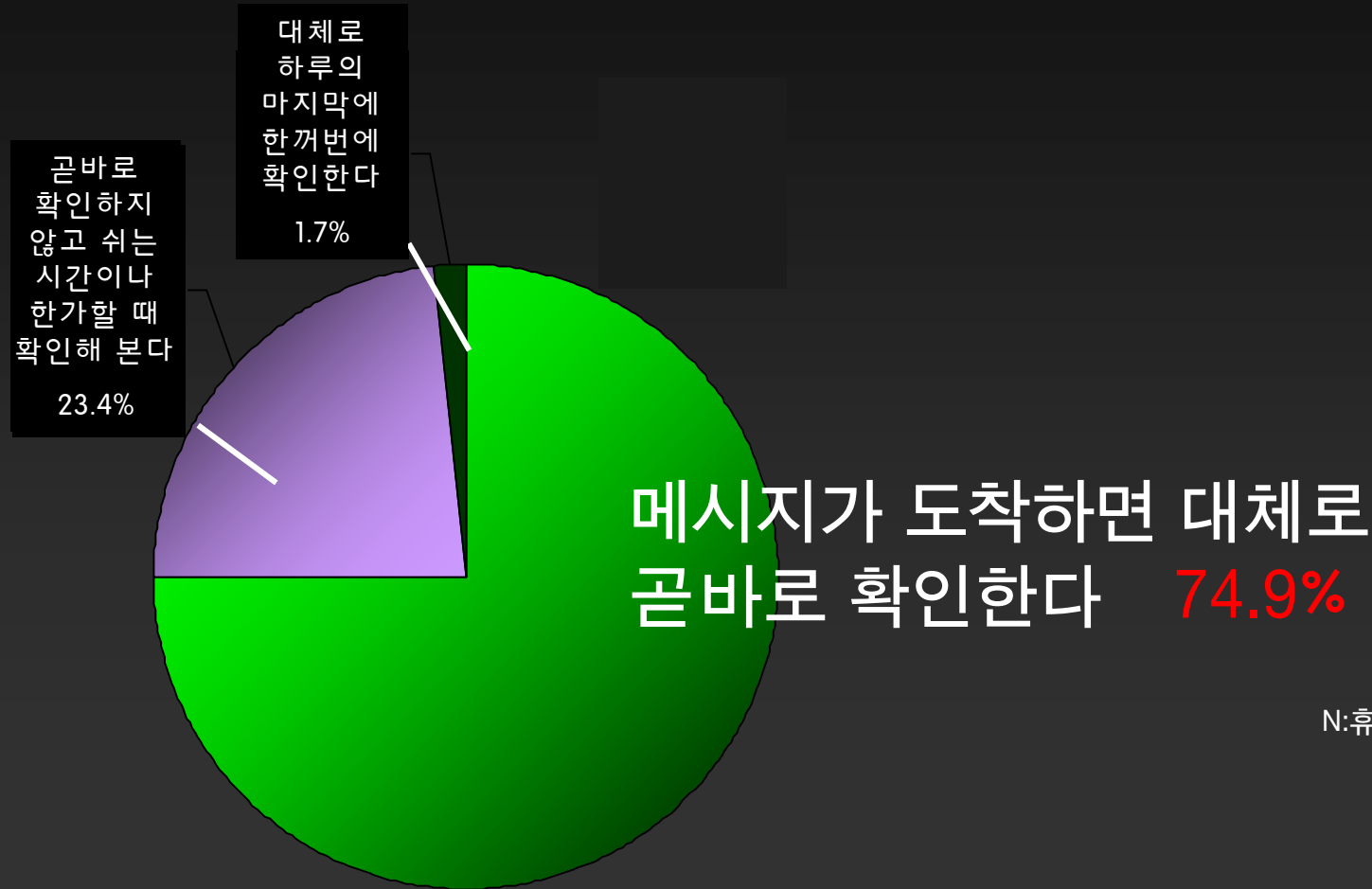
## 모바일의 크로스미디어 효과③



- 밖에 있는 사람 = 매장 가까이에 있다
- 소비의 장소 근처에서  
action을 일으킬 수 있는 자극을 제공!

Mobile to Mobile을 통한 신규 고객 개척

# 원하는 타이밍에 소비자와의 접점을 만들다



N:휴대전화 메일 기능 이용자(576S)

※출처 : (주)비디오리서치 「소비자의 모바일 미디어 접촉 동향 조사」

【조사 개요】 도쿄 35km, 남녀 12-69세, 우송조사법, 2002년 7월 15일-21일, 비디오리서치사의 패널 1,039샘플 회수

D2C에서 제공하는 1,000만명 리치 미디어③



## MF<sup>®</sup> 메시지 F(프리)

2006.10.15

■ 1,006만명 이상 reach!

■ 최적의 타겟에게 최적의 타이밍에  
최적의 메시지를 전송하는 광고

→ 궁극의 광고 매체

■ 이미지 외 Toruca도 첨부 가능



# 메시지 F의 강점



## 이미지 첨부 전송

FOMA901 시리즈 이후 모델부터 이미지를 활용한 소구 가능 (8000byte 이내, gif 애니메이션 사용 가능)



소재에 따라 다른 “recency”

→ 모든 상황에 대응 가능한 궁극의 매체 「메시지 F」

	月	火	水	木	金	土	日		
9:00	전송								
10:00									
11:00									
12:00									
13:00									
14:00									
15:00									
16:00									
17:00	매장 방문								
18:00									
19:00									



【효과적인 활용법】

평일 오전

×

성·연령·지역

- ① 평일 저녁 이후 매장 방문 촉진
- ② 주말 오후 매장 방문 촉진

# D2C가 생각하는 커뮤니케이션 모델



$$\text{캠페인 ROI} = \frac{\text{소득}}{\text{투자}}$$



감사합니다.