

# 4대 매체와의 비교 및 Cross Media 효과

리앤디디비  
부사장 고원진

n°1  
en  
ANGLETERRE

# BUGGLES

VERSION ORIGINALE

“video killed the radio star”



# But Mobile will do?



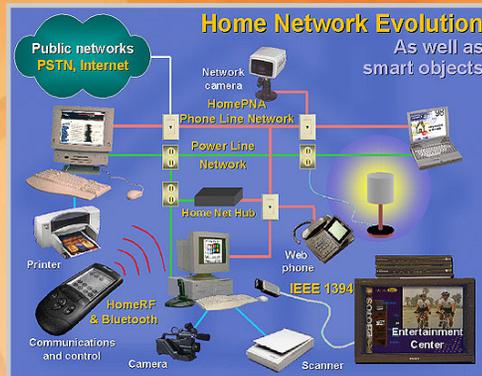
I don't know...

but, **Ubiquitous!**

# Media



**<T미디어의 위성 DMB>**  
 통신과 방송의 융합



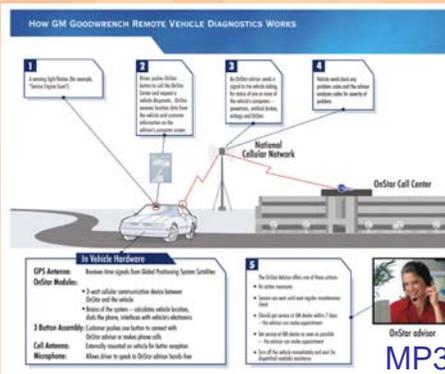
**<홈 네트워크>**  
 가정용 디지털 가전에도 단말기 부착



**<삼성 애니콜>**  
 화상통화, 디카  
 PMP/TV-OUT/멀티미  
 디어 기능



**<애플의 iPod>**  
 MP3P, 사진, 포토캐스트, 불과 42g



**<On-Star의 텔레매틱스>**  
 방송 수단 등 디지털 미디어 기능



**<메가스터디의 인터넷방송>**  
 영어공부, 수능준비 인터넷방송으로



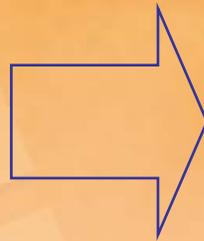
**<KT 넷스팟>**  
 유-무선 통합

## Media Trend

- **Digital**
- **Convergence**
- **Personalization**

- **Legacy Media**

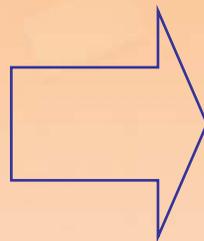
독자적이고 호환성 없음



“Video killed the radio star”  
외칠 만도...

- **Media**

영역 파괴, 통합, 닳아가기



“Mobile would not kill anyone”

## Mobile

- **Mobility**
- **Location**
- **Personalization**
- **Timelessness**

---

- **Interactivity**
- **Targeting**
- **Digital**

## 미디어 별 속성지표

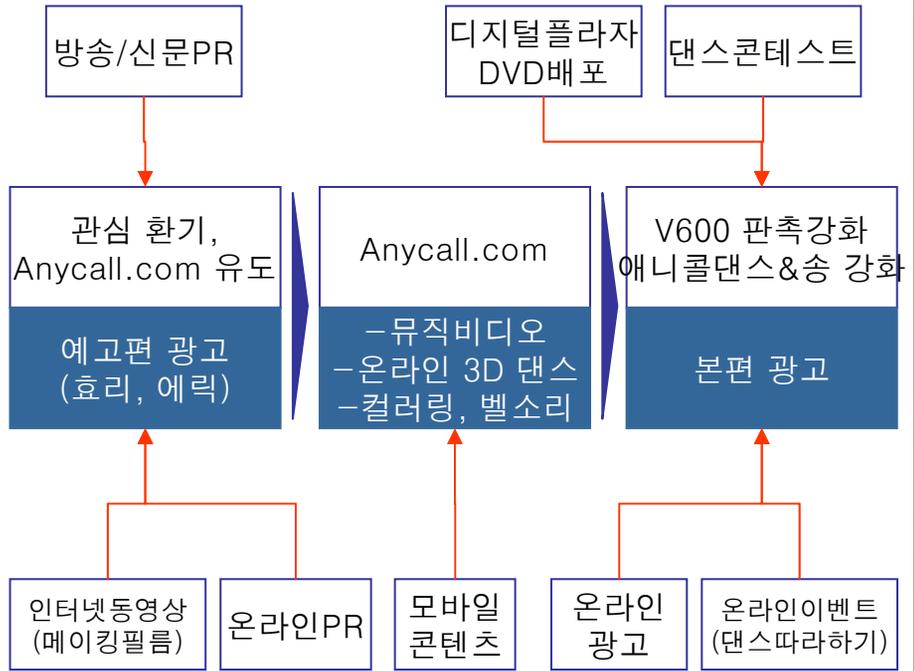
구분	TV	Radio	신문	잡지	CATV	인터넷	Mobile
커버리지	H	M	H	M	H	H	L (Opt-in)
매체 신뢰성	H	H	H	H	M	M	L
광고주 선호도	H	M	M	M	H	H	L
고객 광고 수용성	H	H	H	H	M	M	L
메시지 표현력	H	M	H	H	H	M	L
광고주목도	H	M	M	M	M	M	H
타겟팅	L	L	L	M	M	H	H
Interaction	L	L	L	L	L	H	H
고객 DB 정확성	L	L	L	L	M	M	H

(H: High, M: Medium, L : Low)

# Marketing 1



## 오프라인 마케팅



## 온라인 마케팅

# Marketing 2

Poster & Print

TV



Internet



On-Pack



POS



# Marketing 3

인터넷광고



인쇄광고



포스터



모바일광고



옥외광고



## 제언: 모바일을 활용한 Cross Media 전략

- 다양한 매체를 창의적이고 마케팅 지향적인 패키지로 묶어 효과적으로 전달
- 이는 단순히 여러 매체를 이용하거나, 한 매체의 다양한 채널을 이용하는 것에 그치는 것이 아니라
- 여러 매체를 하나의 테마나 토픽 등으로 묶어 소비자에게 보다 효율적으로 수구할 수 있도록 해야 함.
- 이종 매체간 결합이 시너지를 발생시킬 수 있게 하기 위해서는 보다 치밀한 전략이 필요한 바,
- 오프라인, 온라인 대행사 및 미디어 렵과의 업무제휴 등을 통해 통합 패키지 제공 필요

**Thank you!**