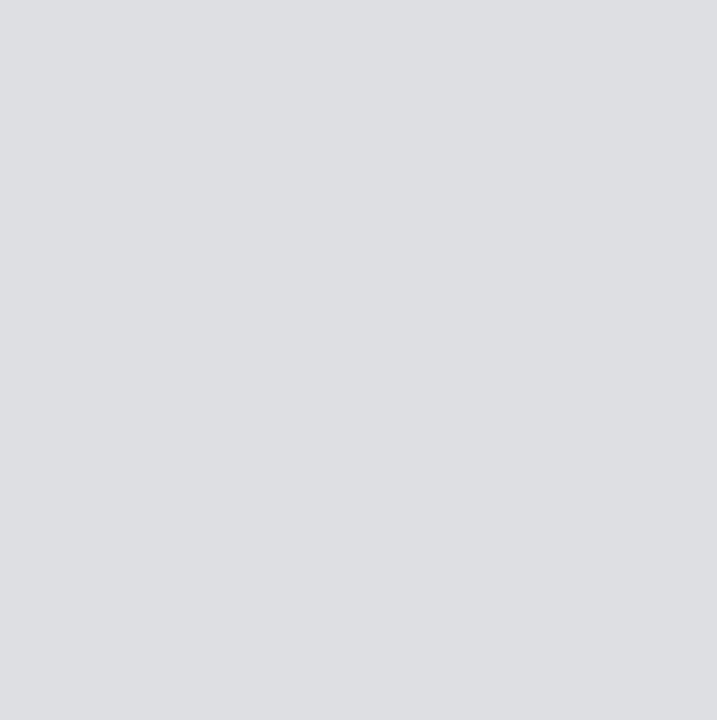


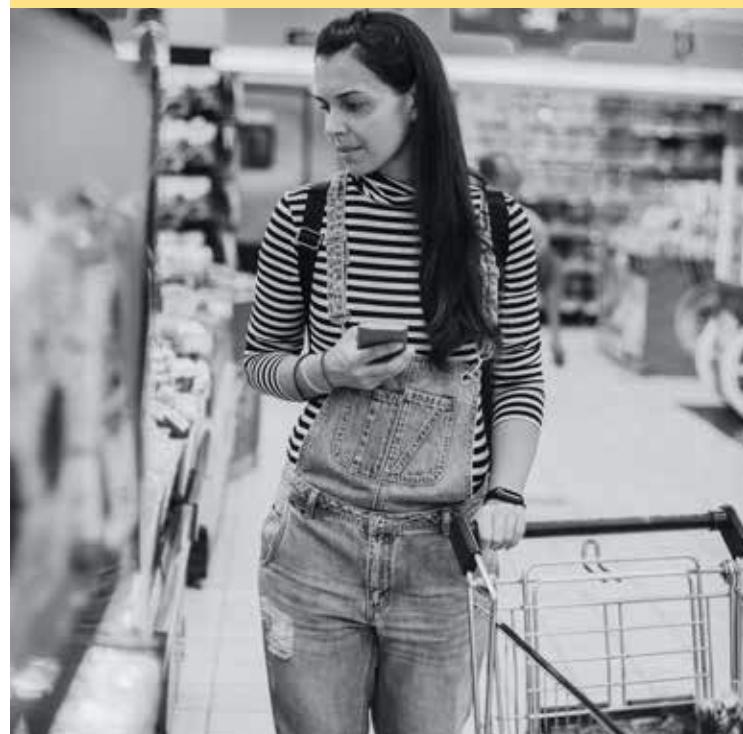
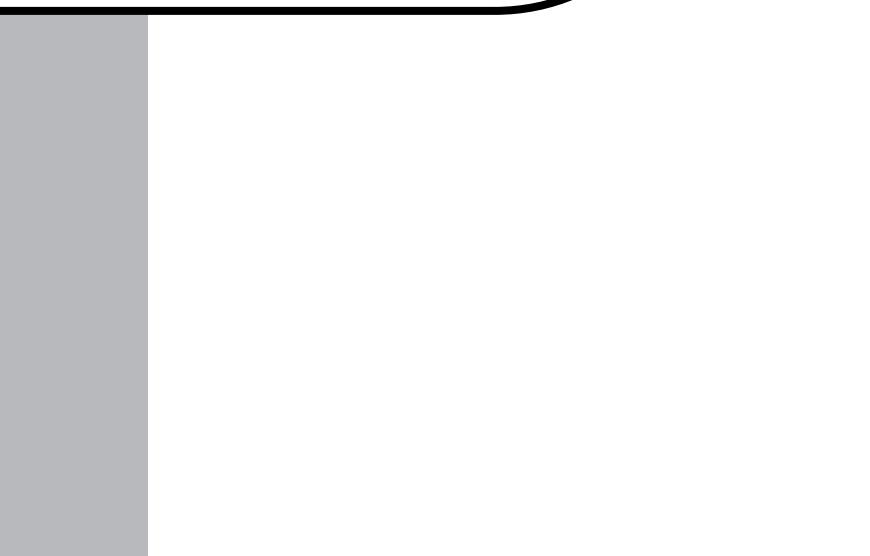
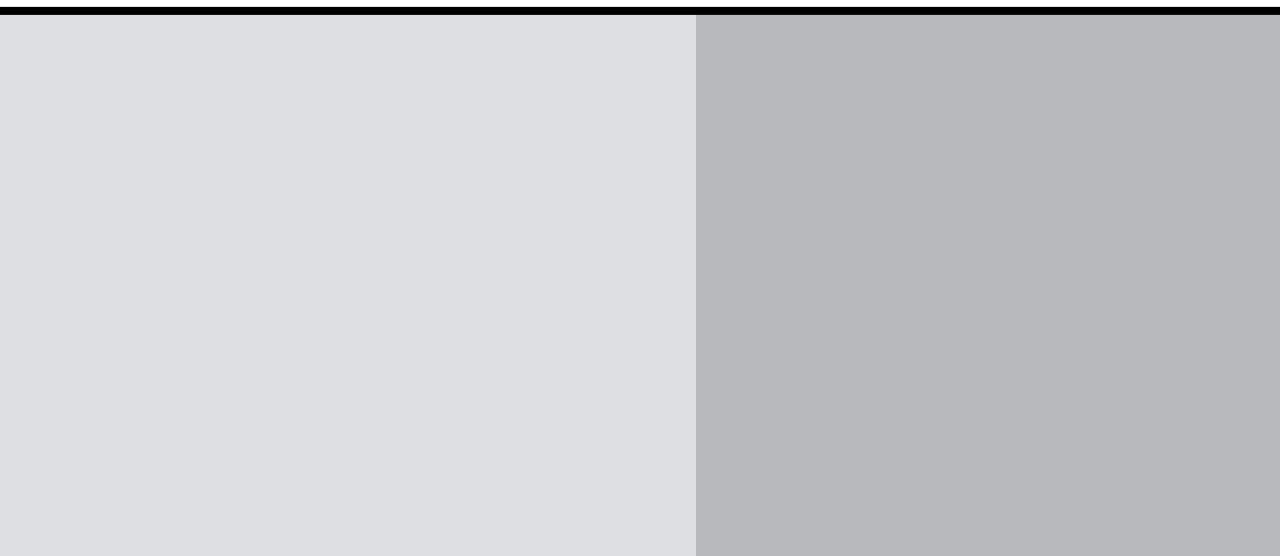
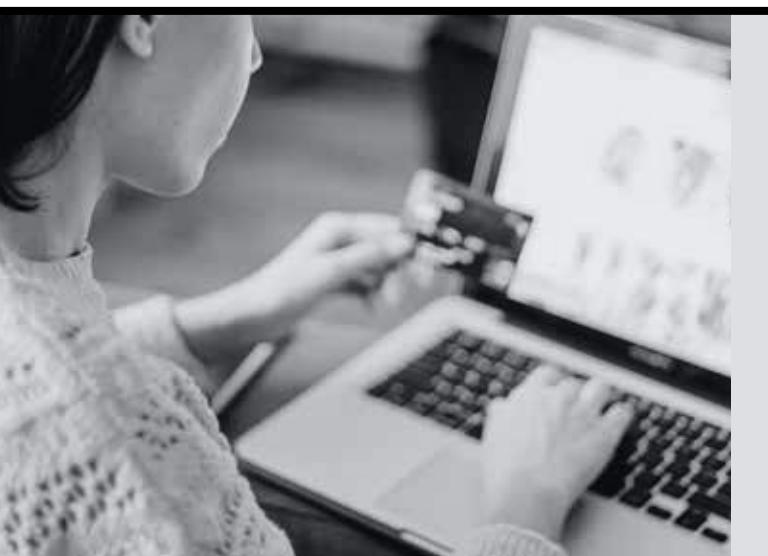
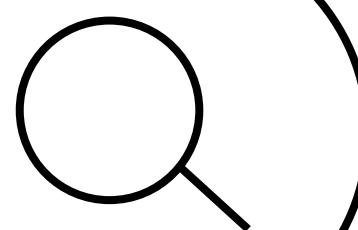


Drive Action

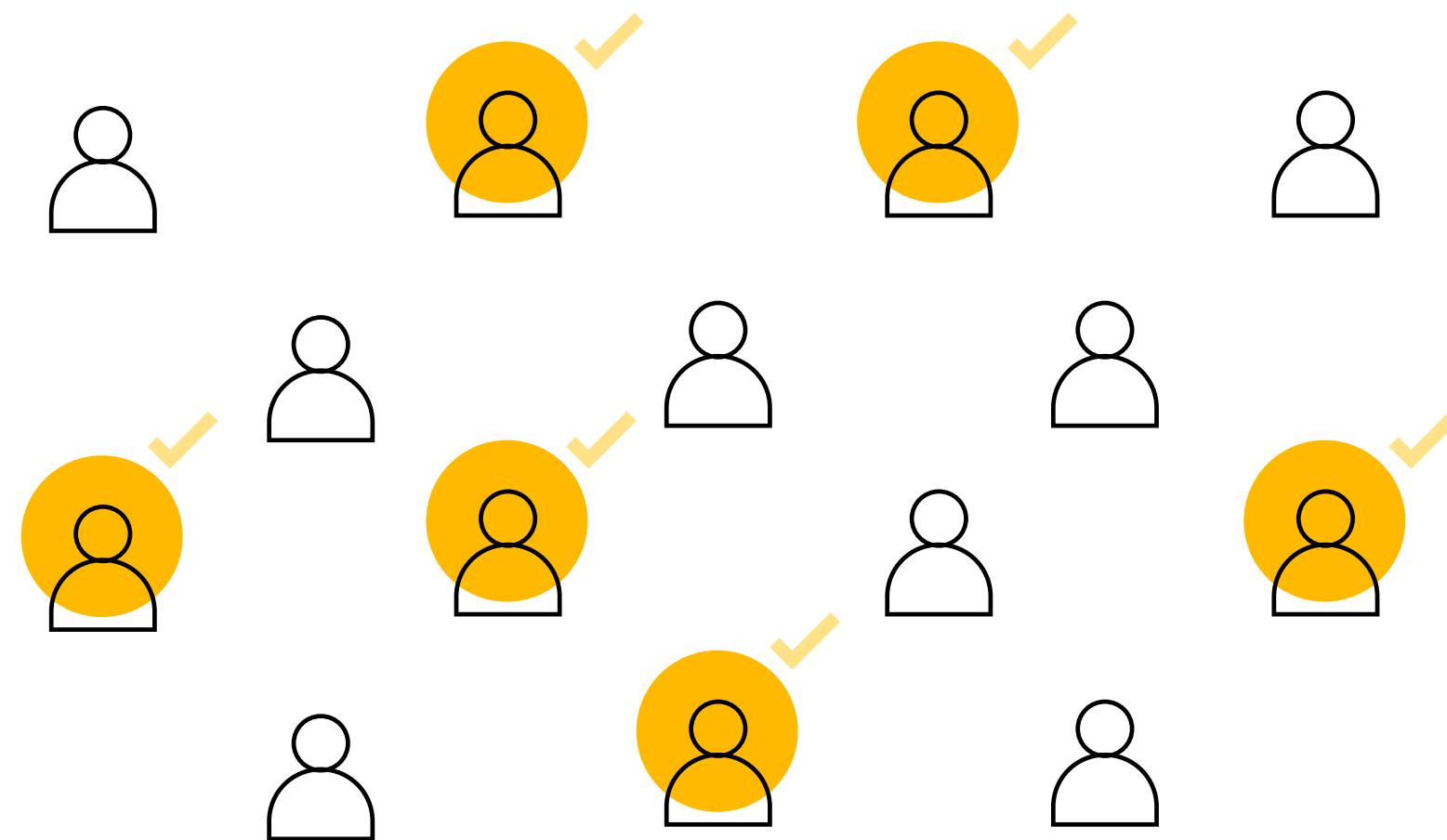
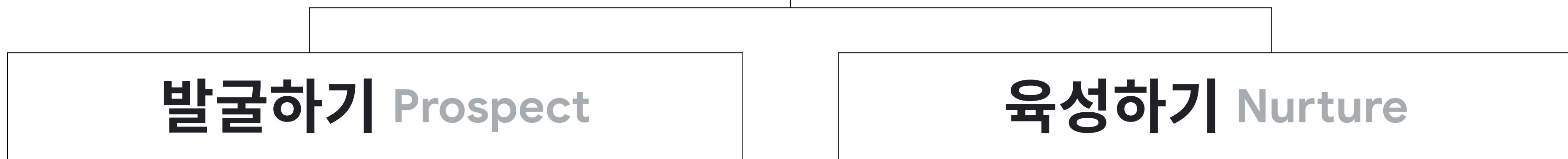
YouTube 마케팅의 새로운 장르, 비디오 액션 캠페인



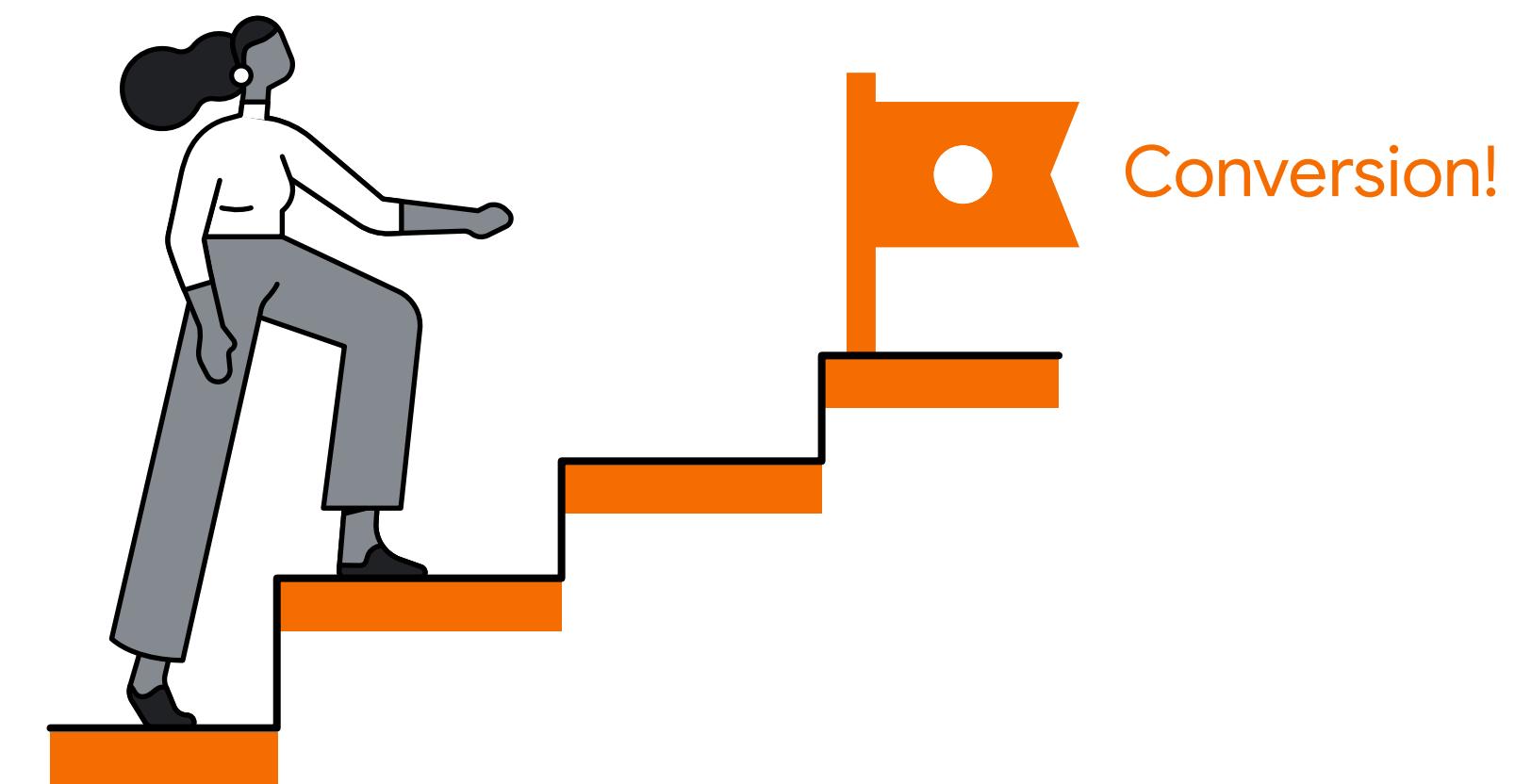
뉴노멀, 소비자의 액션을 예측할 수 있는 시대!



HOW? Intent management



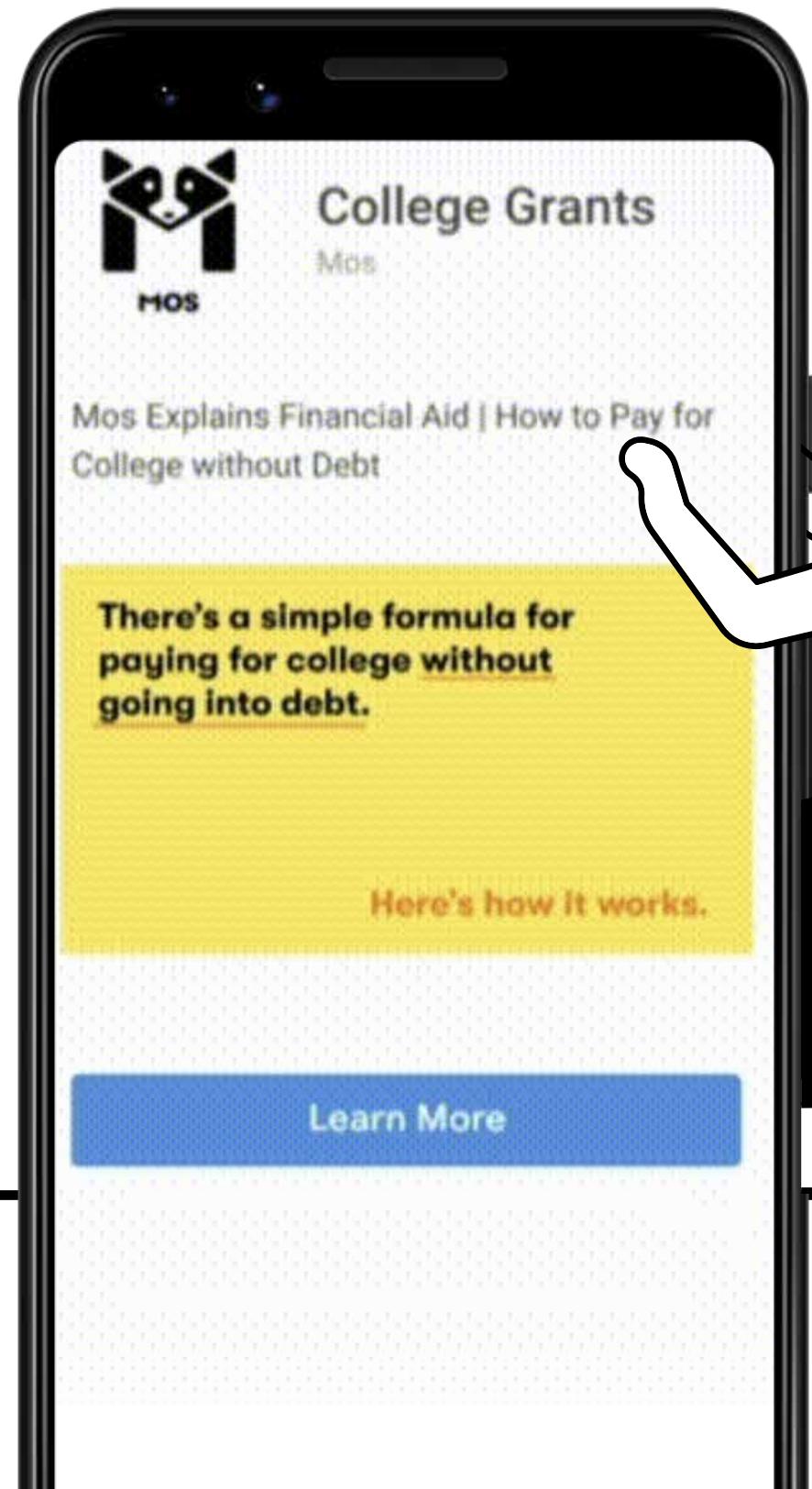
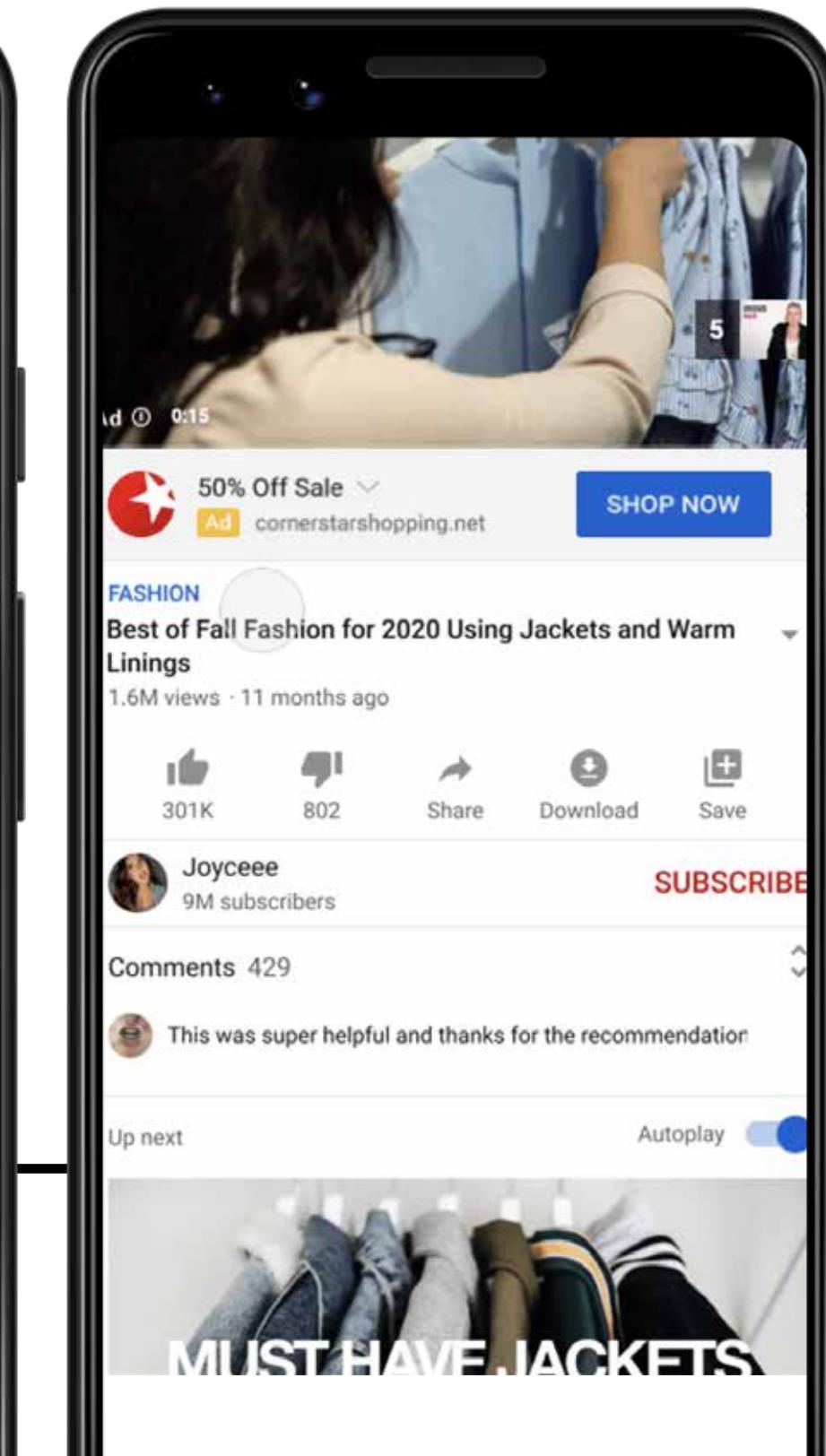
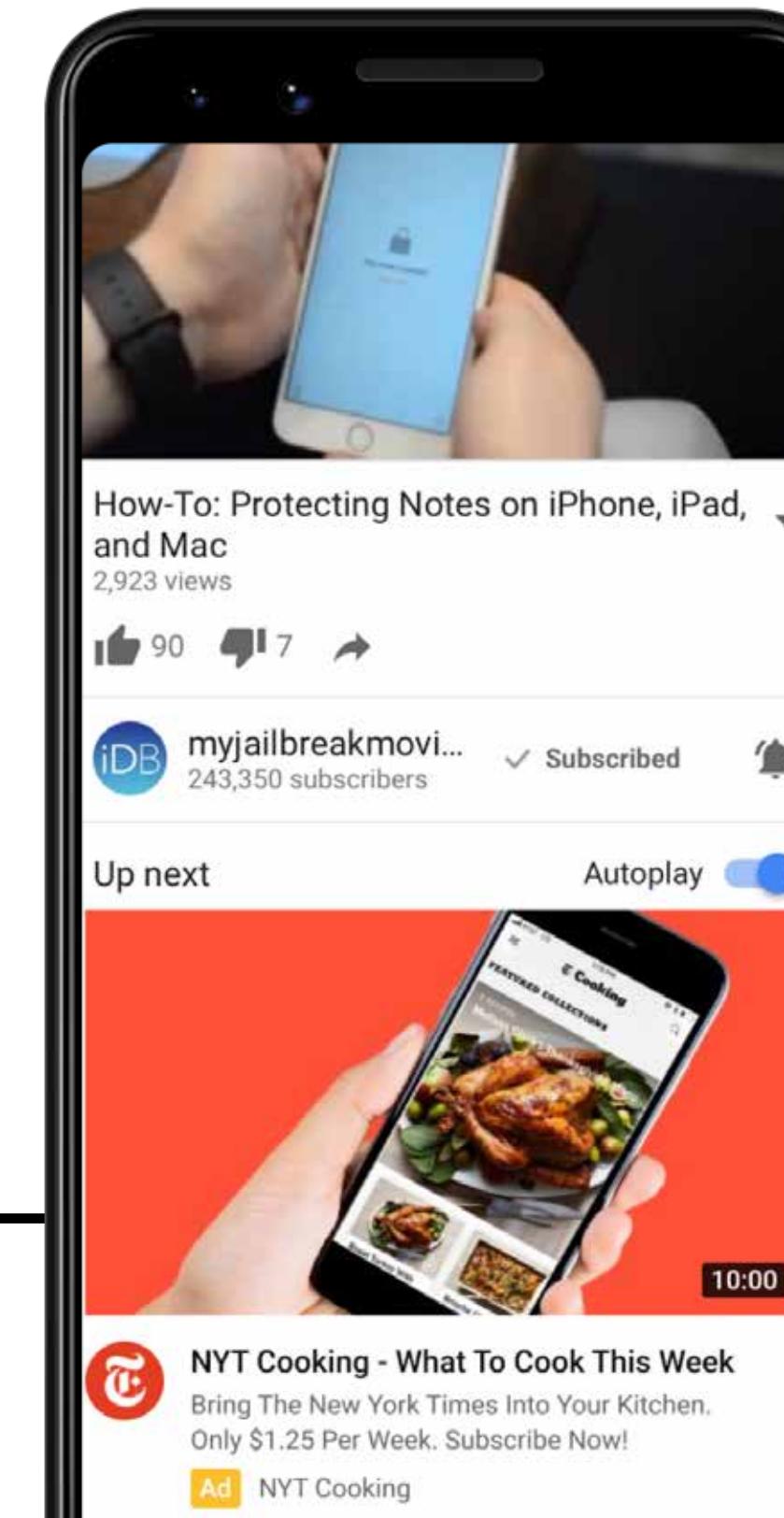
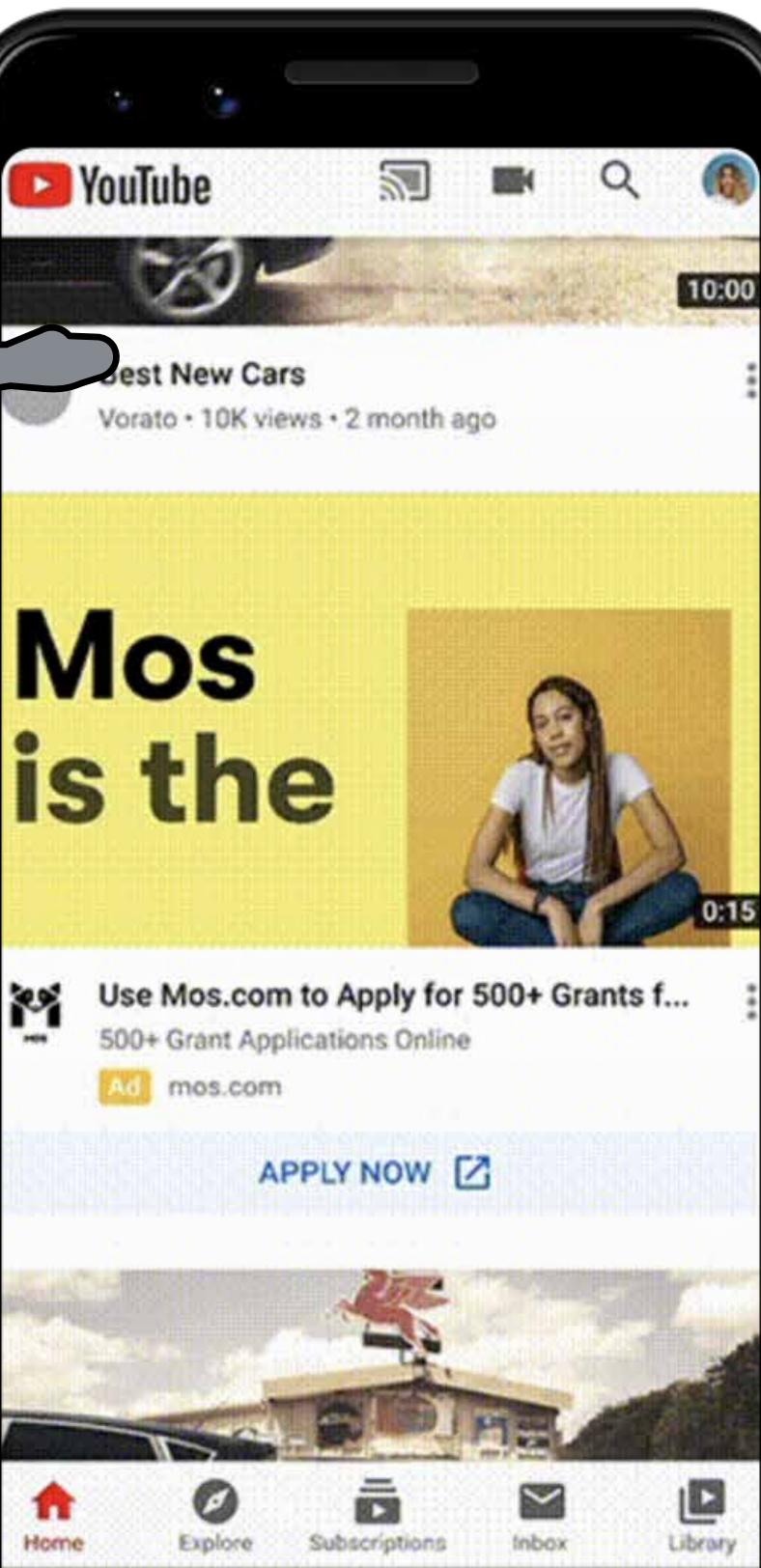
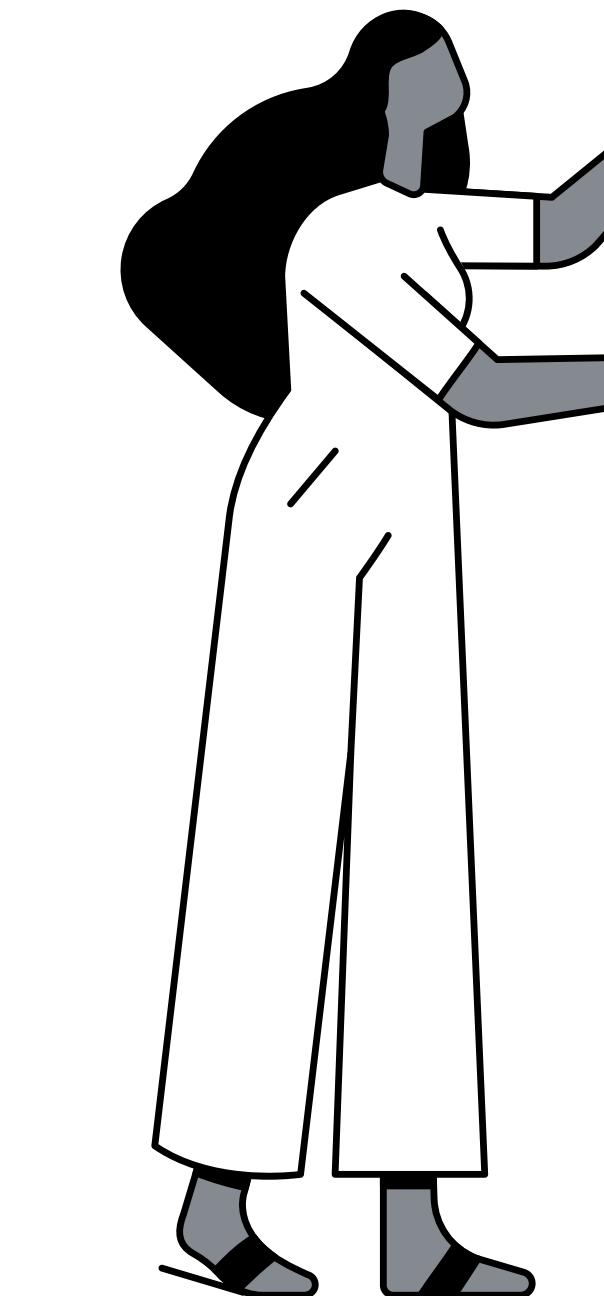
높은 구매 의도를 가진 소비자를 예측하고 찾아내기



퍼널의 다음 단계로 육성하기

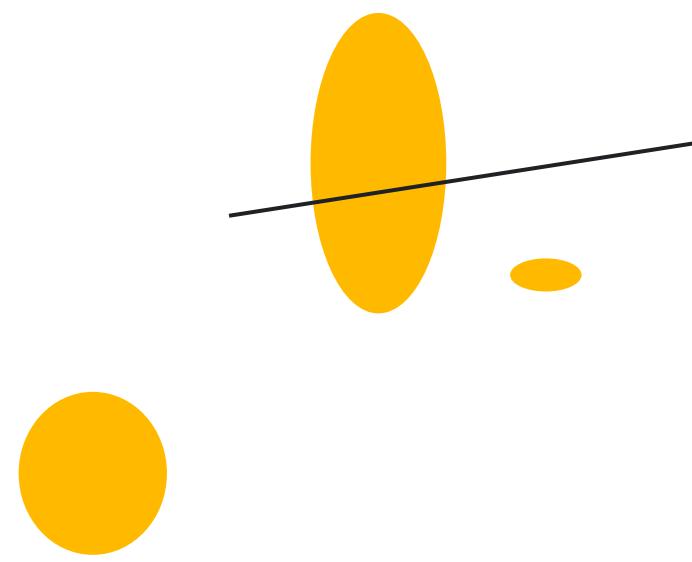
NEW 비디오 액션 캠페인

영상을
찾고 있을 때

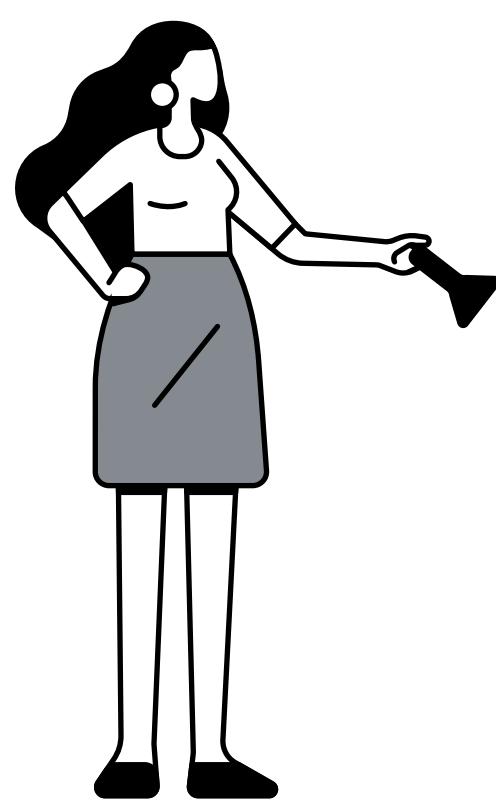


Think with Google

More to
Come!

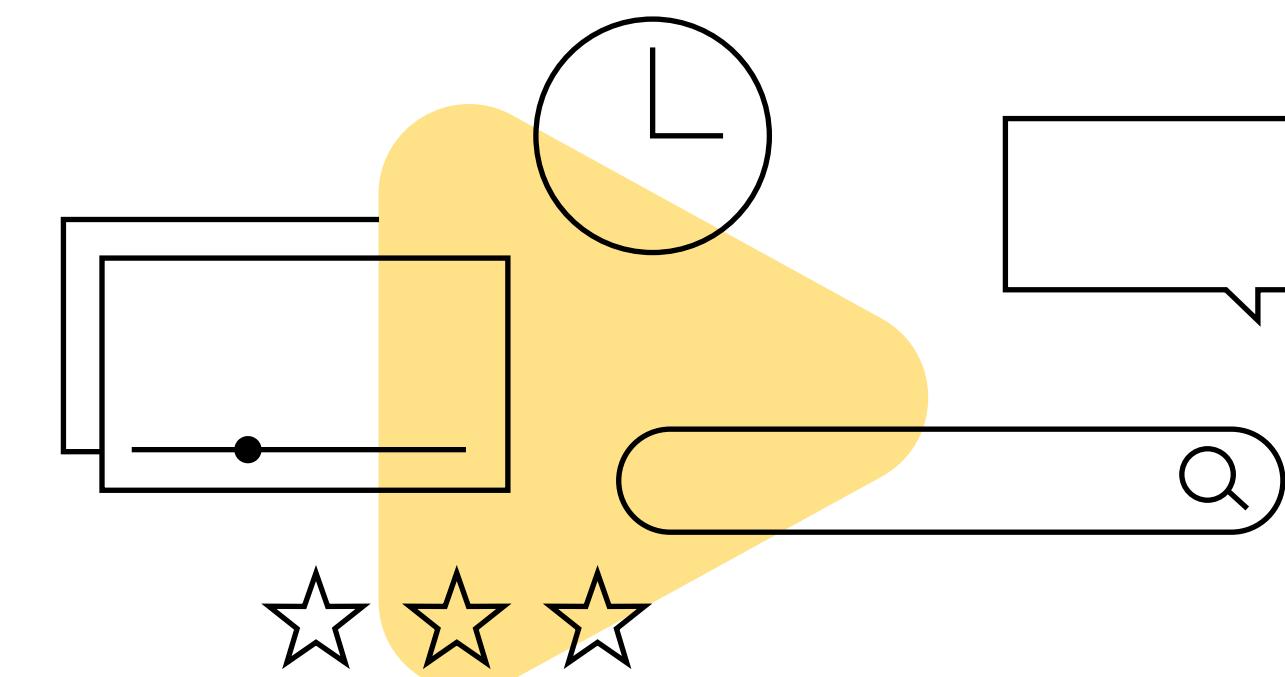


비디오 액션 캠페인, 마케터의 역할은 오직 자유자재로 액션을 정의하는 것



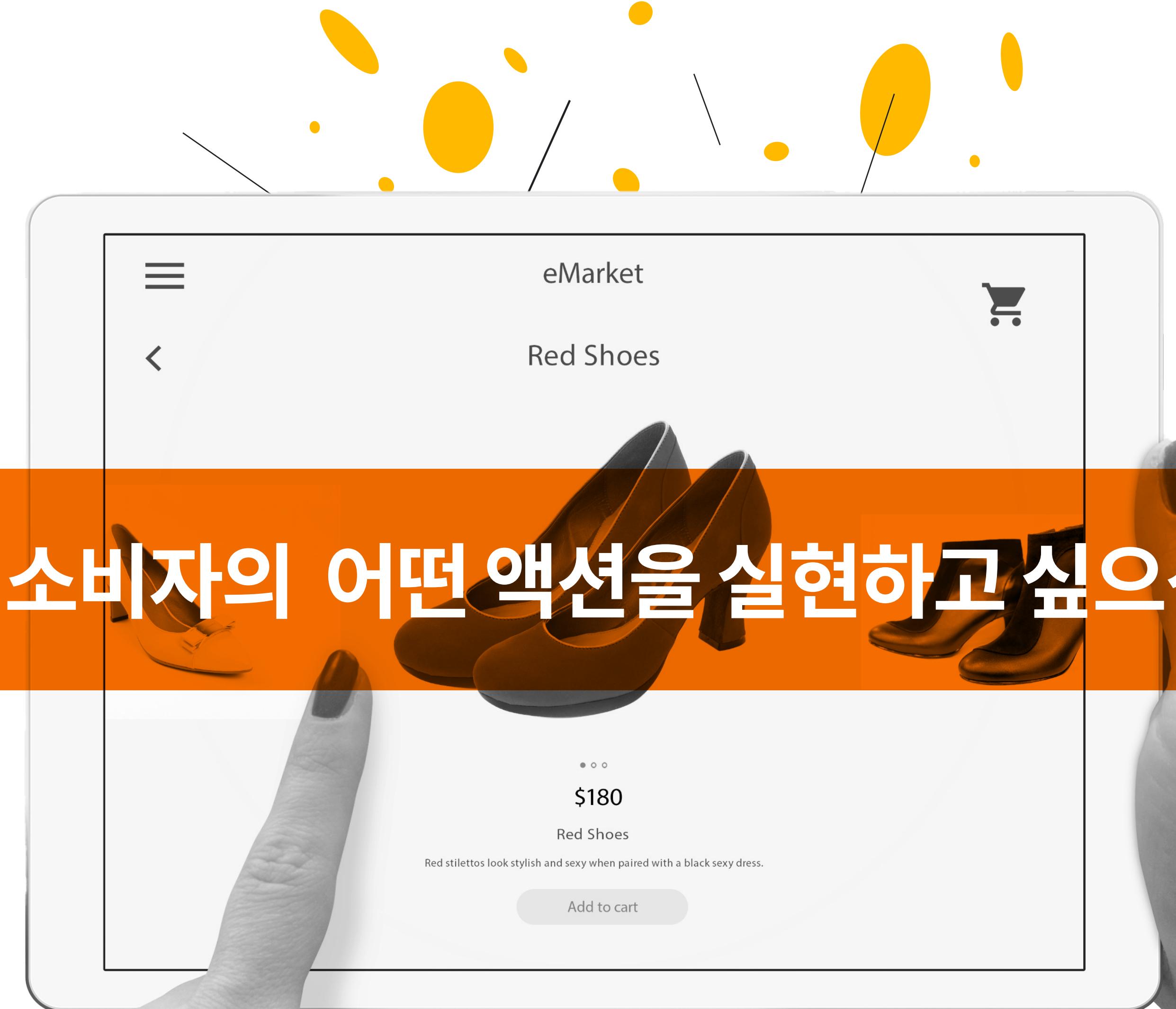
마케터

회원가입, 사이트방문, 이벤트참여
시승신청, 사전예약

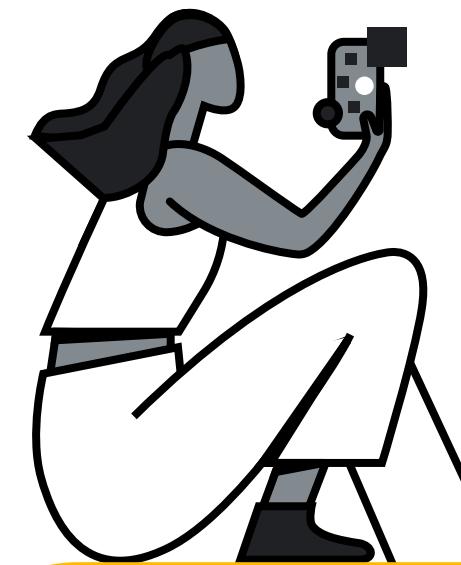


비디오 액션 캠페인

여러분은 소비자의 어떤 액션을 실현하고 싶으신가요?



마케팅 목표에 따라 다양한 모습으로 활용될 수 있는 **비디오 액션 캠페인**



Business Challenge

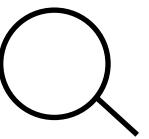


소비자의 관심이 구체적인 제품 탐색으로 이어지게 할 수 있을까?

어떻게 관여도 높은 소비자를 찾아서 인게이지먼트를 강화할까?

영상 캠페인으로 즉각적인 구매까지도 유도해볼 수 있을까?

Marketing objective

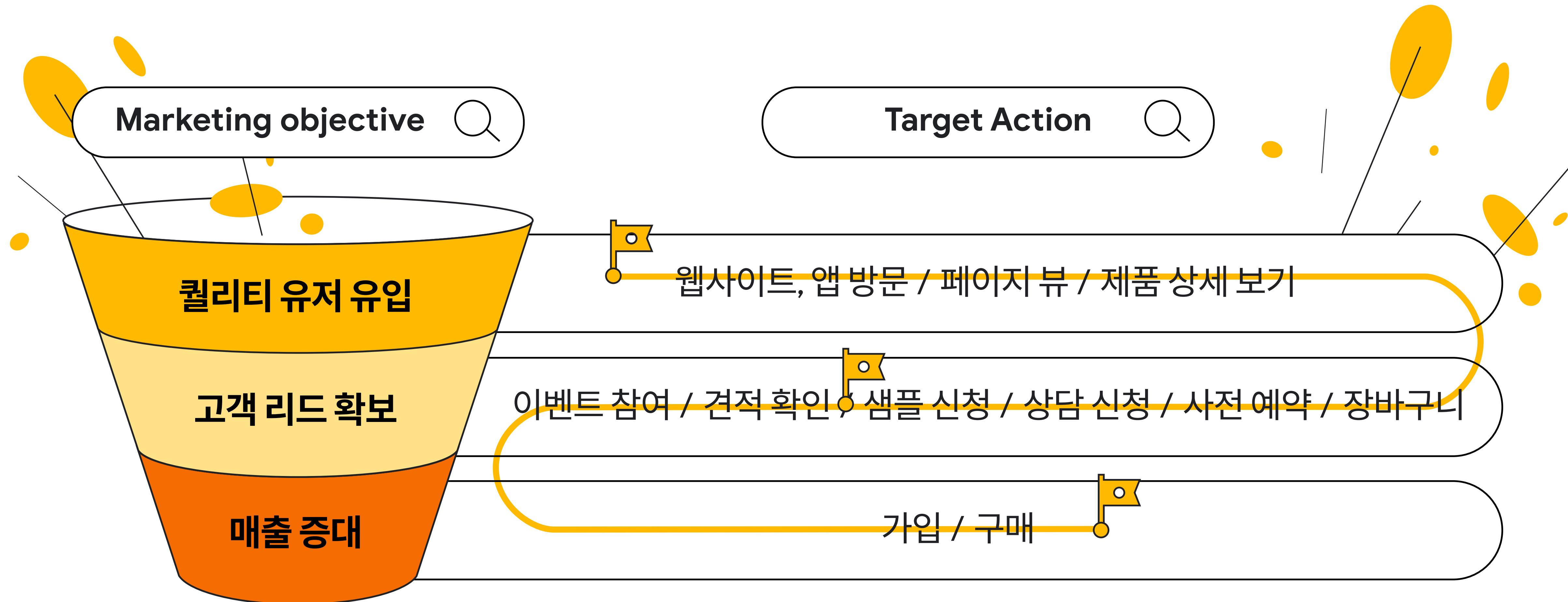


퀄리티 유저 유입

고객 리드 확보

매출 증대

구매 여정을 아우르는
다양한 액션의 측정이 성공적인 비디오 액션 캠페인의 시작



퀄리티 유저 유입을 위한 비디오 액션 캠페인

- Q. Galaxy S21의 잠재 구매 고객이
SKT를 선택하게 하려면?



사이트에서 제품 탐색의 시간을
충분히 가질 **소비자 유입을 목표**

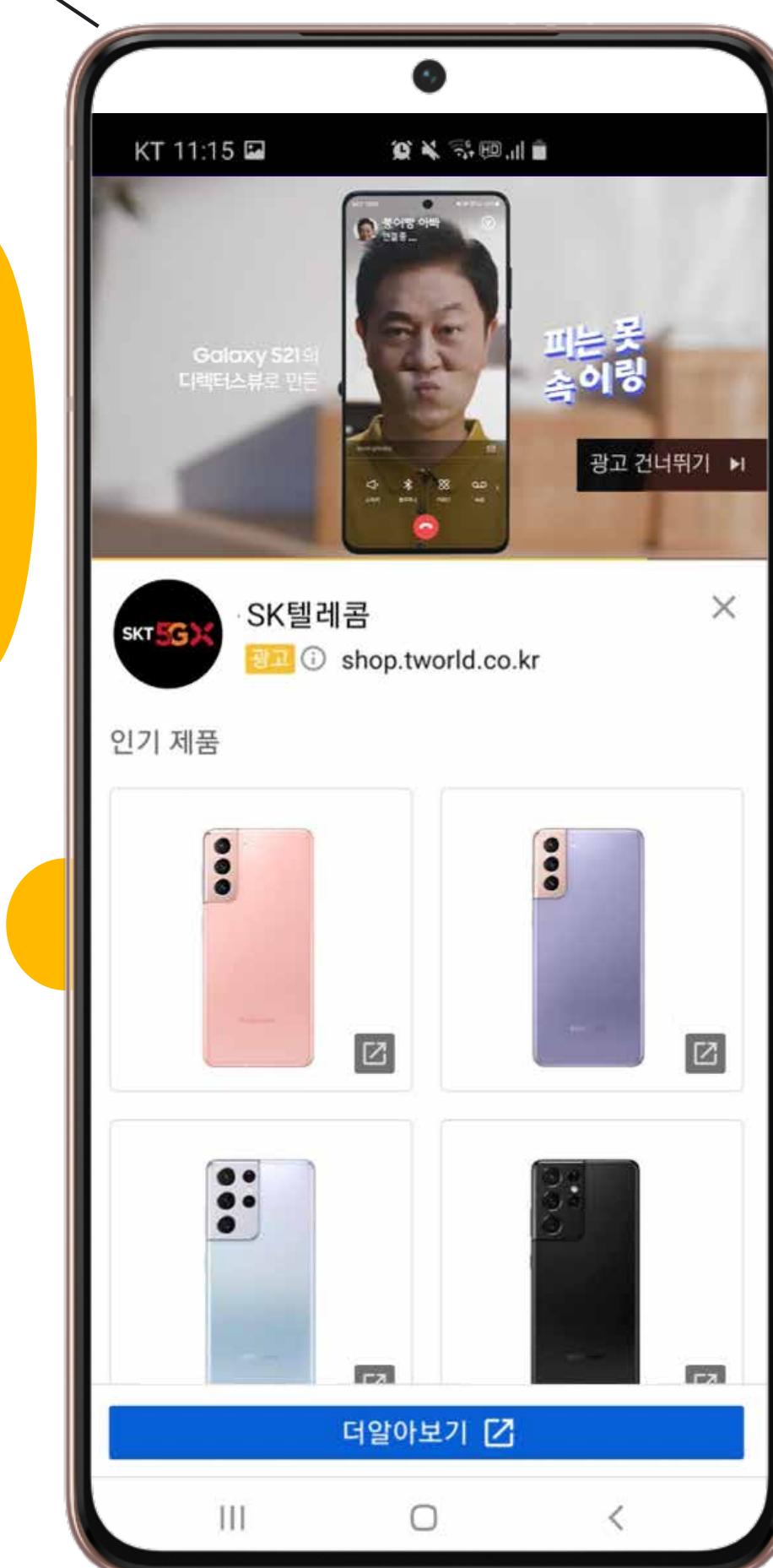
Target Action

갤럭시 S21
페이지 조회

웹사이트
5분+ 체류

세션 당
8페이지+ 조회

광고 포맷 내 **인터랙티브 요소를 극대화**하여 소비자의 반응률을 향상

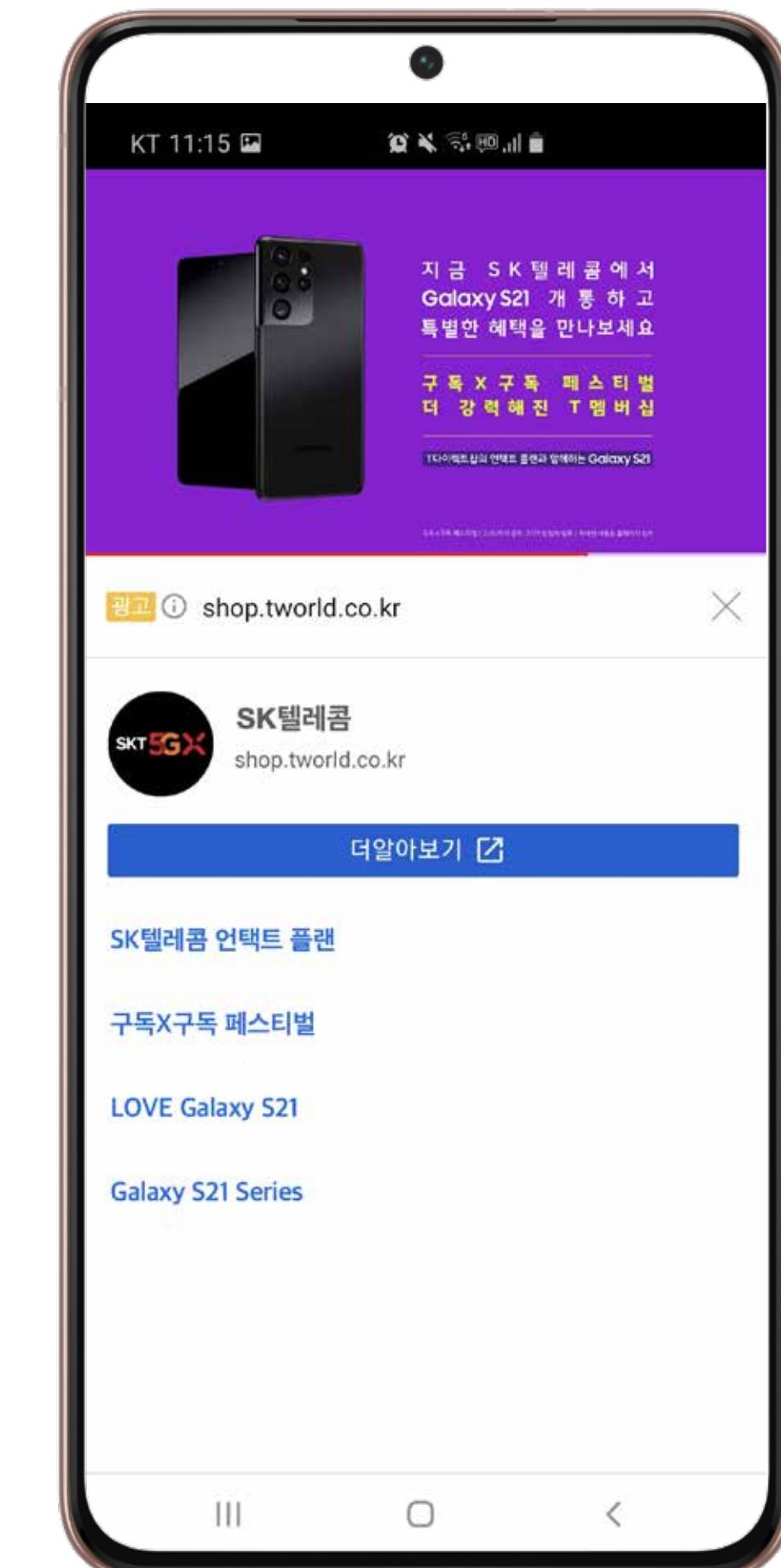


VAC + GMC 쇼핑 확장

↑ 30%

GMC 쇼핑
확장을 통한 유입

Think with Google



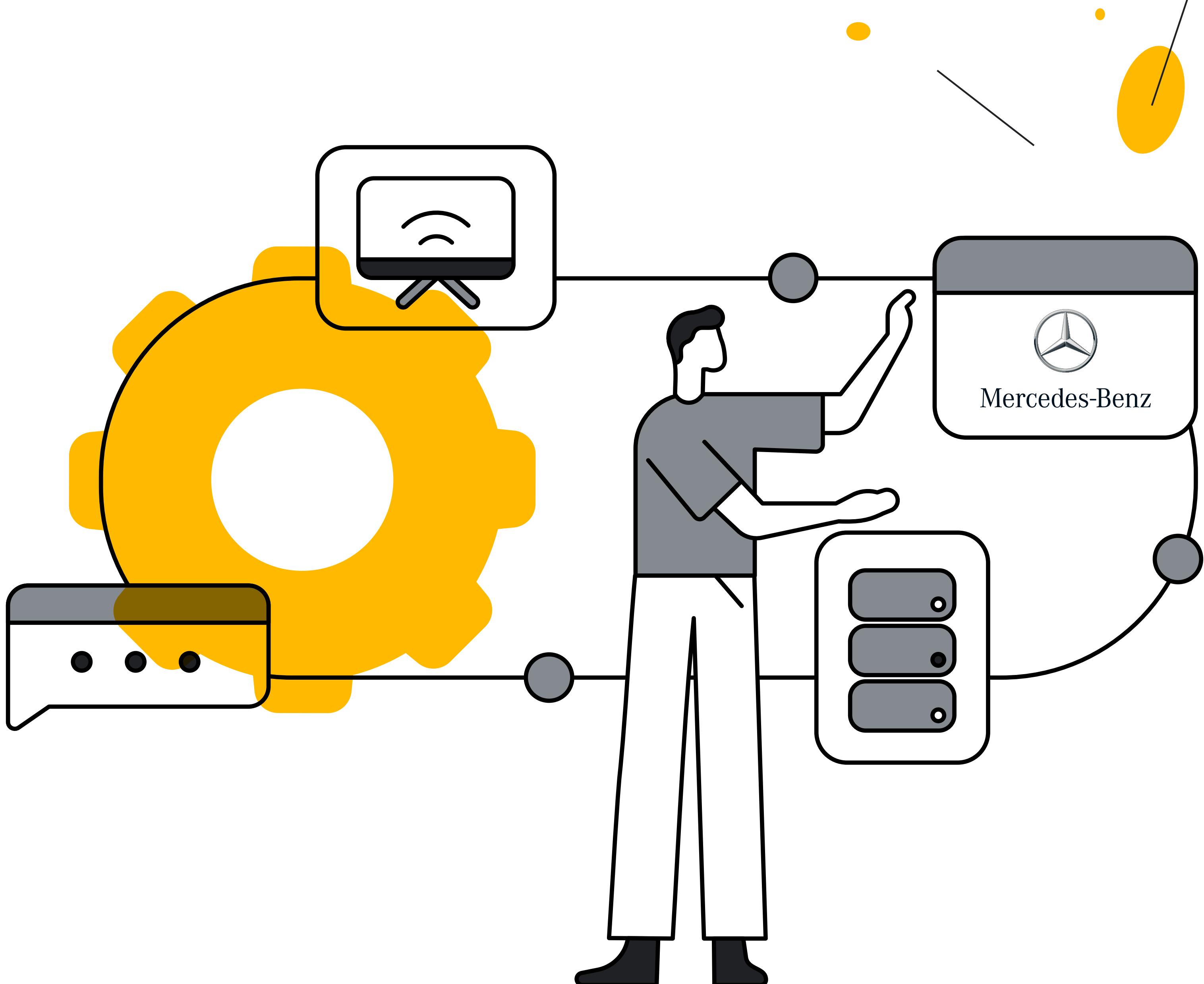
VAC + 사이트링크 확장

↑ 553%

VAC를 통한
T-Direct shop 유입

고객리드 확보를 위한 비디오 액션 캠페인

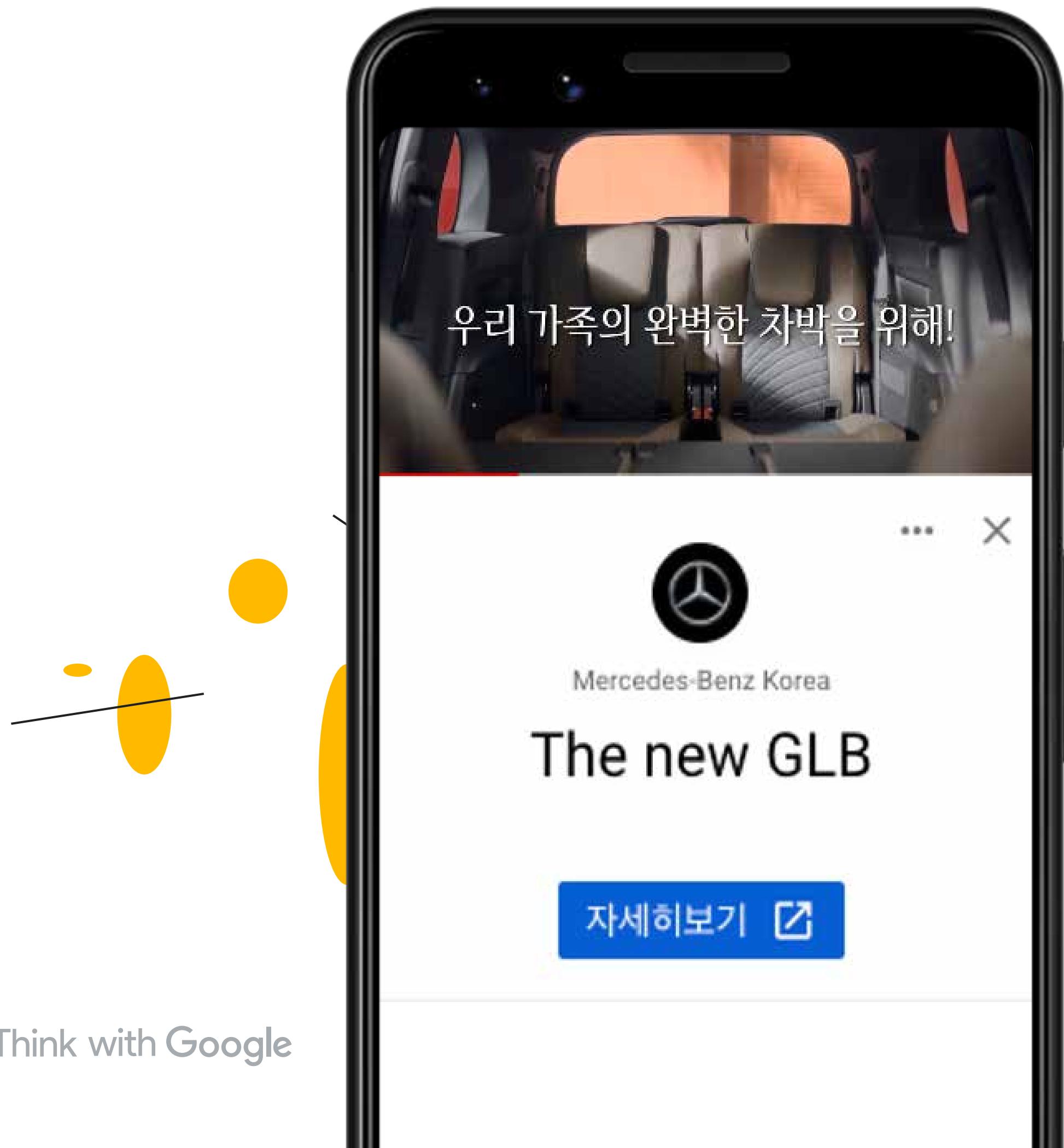
- Q. 신모델 The new GLB에
구체적인 구매 의향이 있는
고객 리드를 얻으려면?



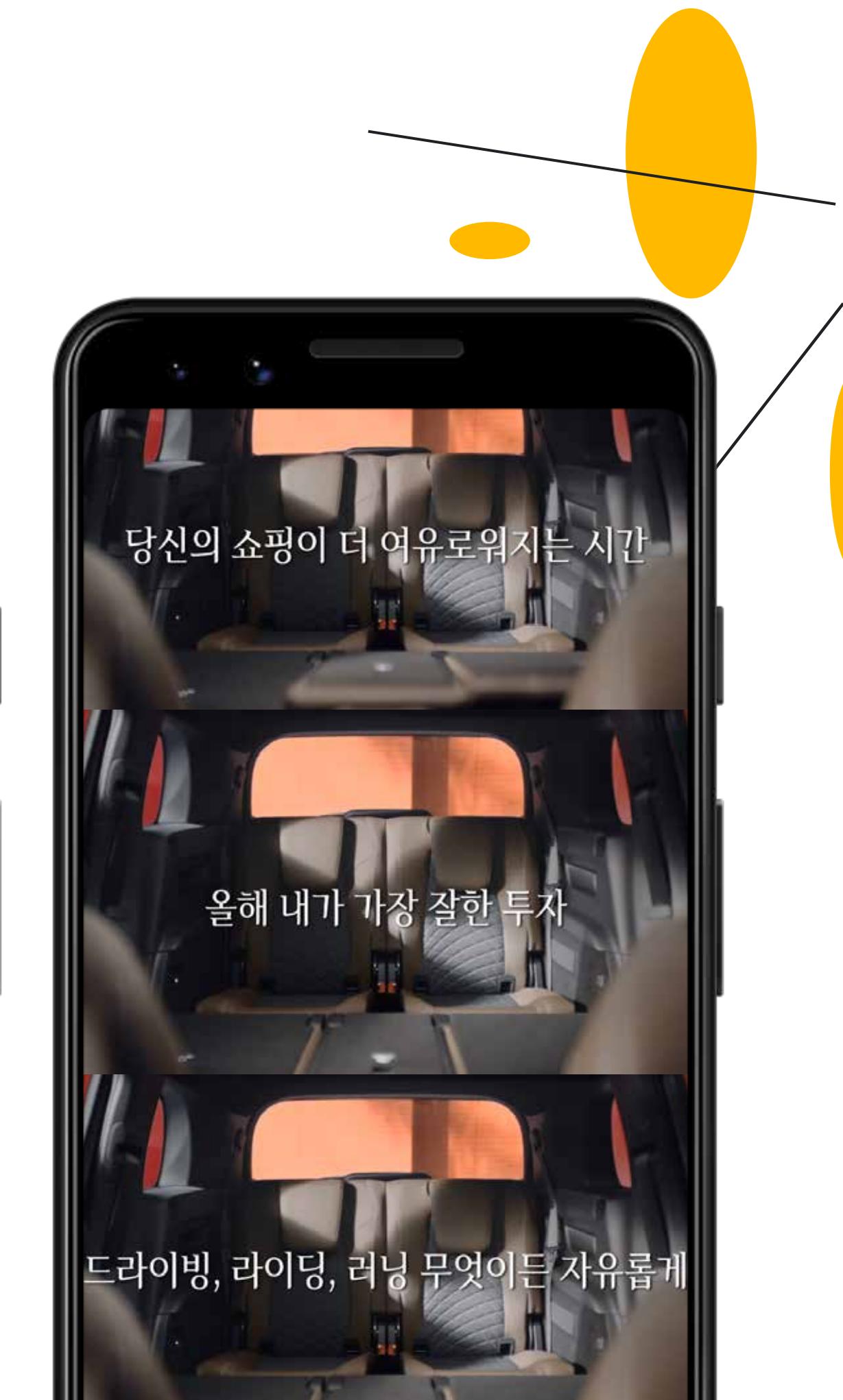
세일즈로 이어질 가능성이 높은 고객 리드를 시승 신청 유도로서 확보



고객 세그먼트 별 맞춤 영상 메시지로 시승 신청 유도 효과를 증폭

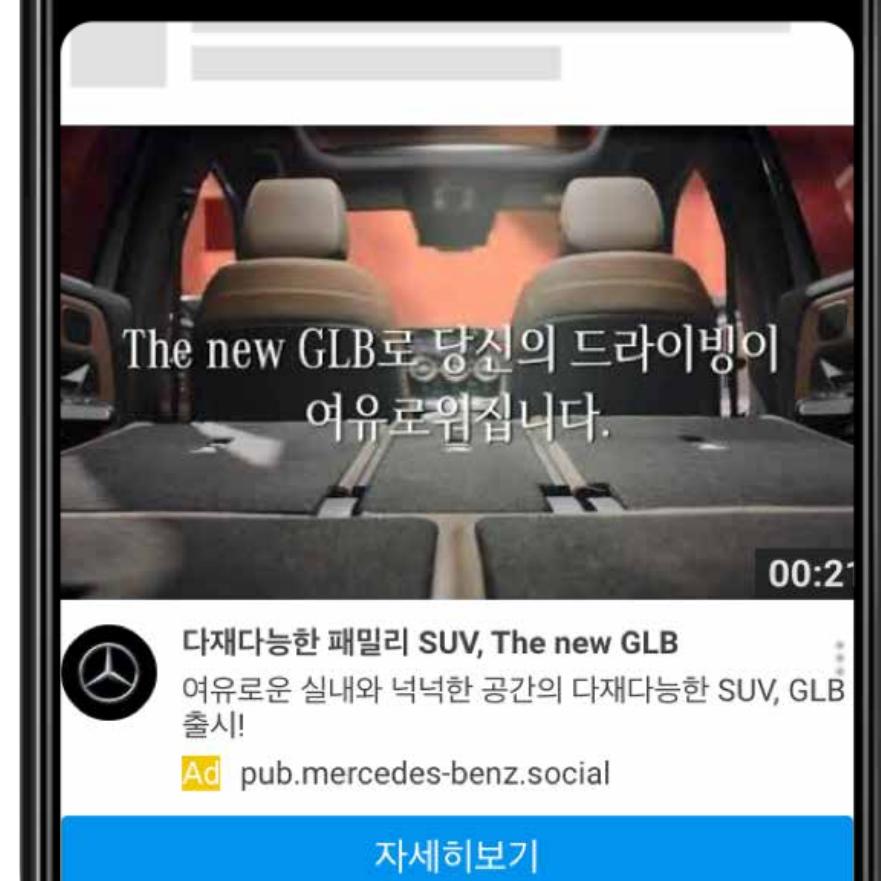


* 구글 디렉터 믹스를 통해
VAC에 활용할 21개 맞춤 영상 제작



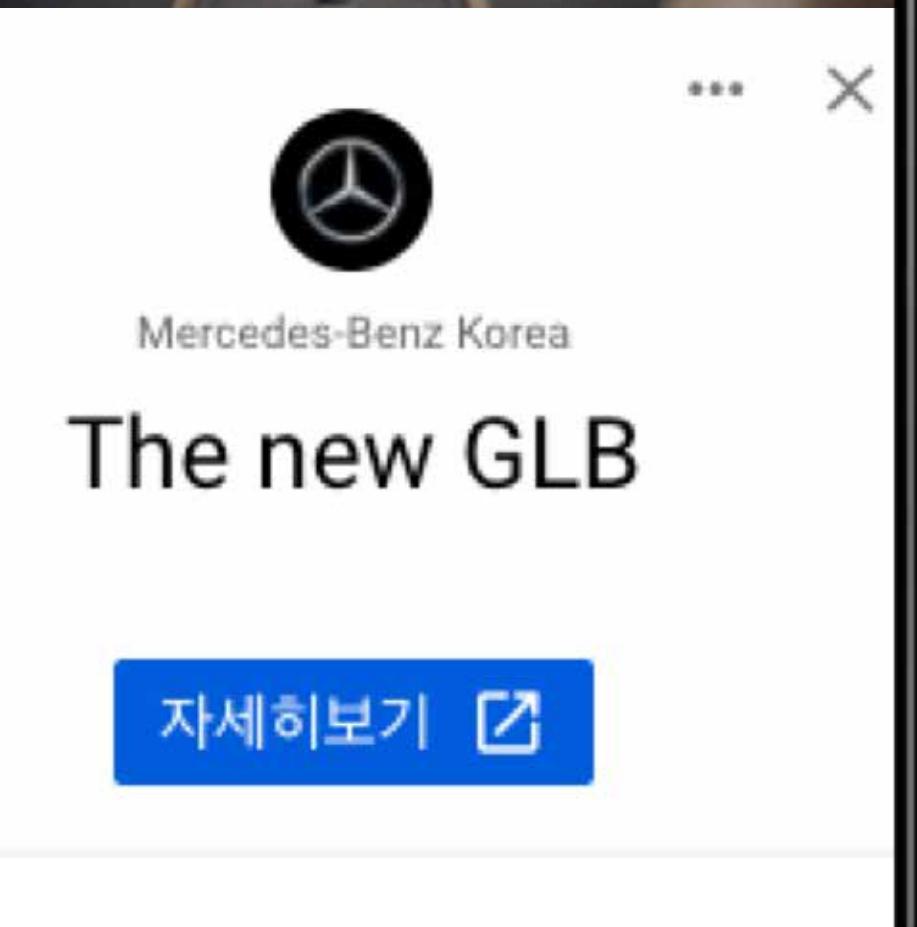
어떤 지면에서든 핵심 소구점이 잘 드러나도록 하여 전환율 상승

홈 피드



Think with Google

시청 페이지



- 1) 트루뷰 인스트림 캠페인 대비
2) 트루뷰 포 액션과 VAC를 동시 활용한 이전 기간 대비

↑ 16.4^X
시승 신청 수

↑ 16%
시승 신청 전환율

새로운 기회를 찾는 마케터를 위한 해답, 비디오 액션 캠페인



YouTube 마케팅의 새로운 장르와 기회, 한장 요약

01 Prospect

소비자의 액션에 초점을 둔 마케팅이 필요한 뉴노멀 시대

02 Nurture

비디오 액션 캠페인을 통해 마케팅 목표에 따른 액션 달성

