



# F-1 PLATFORM CASE STUDY

2018.02

쌈소나이트



02



## 광고 집행 목표

Samsonite는 웹사이트 방문자 행동 데이터를 통해 구매할 가능성이 높은 유저에게 도달하여 구매당 비용을 낮추고 온라인 매출을 늘리기를 원하였습니다.



## 솔루션

I. 해외서버를 보유하고 있어 픽셀 삽입에 어려움이 많은 광고주 특성상 F-1 Tech manager가 F-1 Pixel을 삽입하여 재고현황이 광고에 실시간으로 반영

II. F-1 Pixel을 통해 웹사이트를 방문했지만 구매하지 않은 사람들을 추적하여 리타겟팅 광고를 집행하고, 그와 비슷한 유사타겟을 생성하여 잠재고객의 규모를 늘려 웹사이트 방문자 수 증가로 이어질 수 있도록 유도

III. 유입캠페인 효율을 증대하기 위해 Account manager가 기존에 진행했던 쌤소나이트 소재를 분석하여 해당 데이터를 기반으로 소재 제작 방향성 제안

## F-1 Pixel을 활용하여 잠재고객 확보 및 온라인 세일즈 증대

30일에 걸쳐 진행 된 전략적인 집행은 온라인 매출을 높이고 다음의 같은 성과를 달성했으며 현재 높은 ROAS를 유지하면서 진행 중에 있습니다.

기집행 캠페인 대비  
ROAS 증가

x3

기집행 캠페인 대비  
구매전환당 비용 감소

x2.8

기집행 캠페인 대비  
구매전환율 증가

x3





CASE  
STUDY

본 보고서에 대한 모든 저작권은 DMC미디어에 있습니다.  
보고서의 내용을 부분적으로 발췌 또는 인용 시에는 반드시 당사의 사전 동의를 득하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

DMC F-1 광고실 [f1.dmc@sbs.co.kr](mailto:f1.dmc@sbs.co.kr)