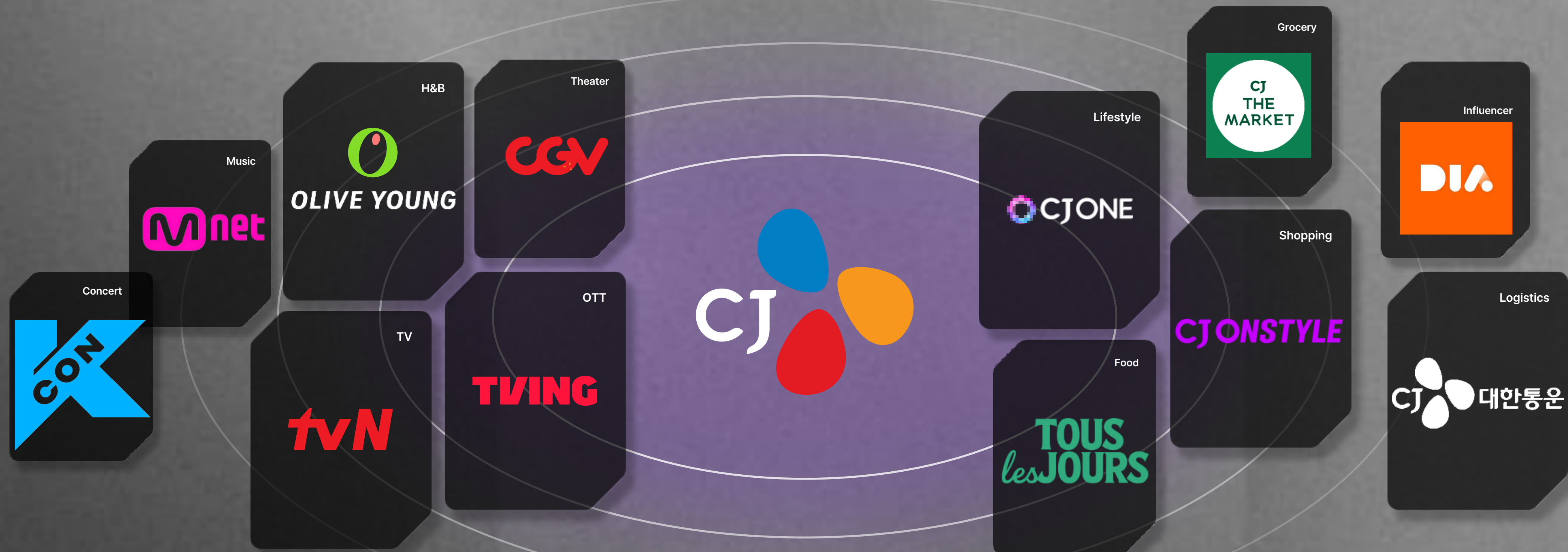




Data-Driven Full Funnel Marketing Company



DXE는 CJ ENM의 계열사로 CJ 브랜드의 시너지를 통해 맞춤형 솔루션을 제공합니다.



DXE의 핵심 가치는 디지털 경험(Digital Experience)과 효율성(Efficiency)입니다.

맞춤형 콘텐츠와 인터랙션으로 브랜드와 소비자의 관계를 강화하고, 데이터 기반 전략을 통해 ROI를 극대화하여 마케팅 효과를 최적화합니다.

History

이미 오래 전부터 DXE는 광고대행의 경험과 노하우를 축적, 강화하고 있었습니다.

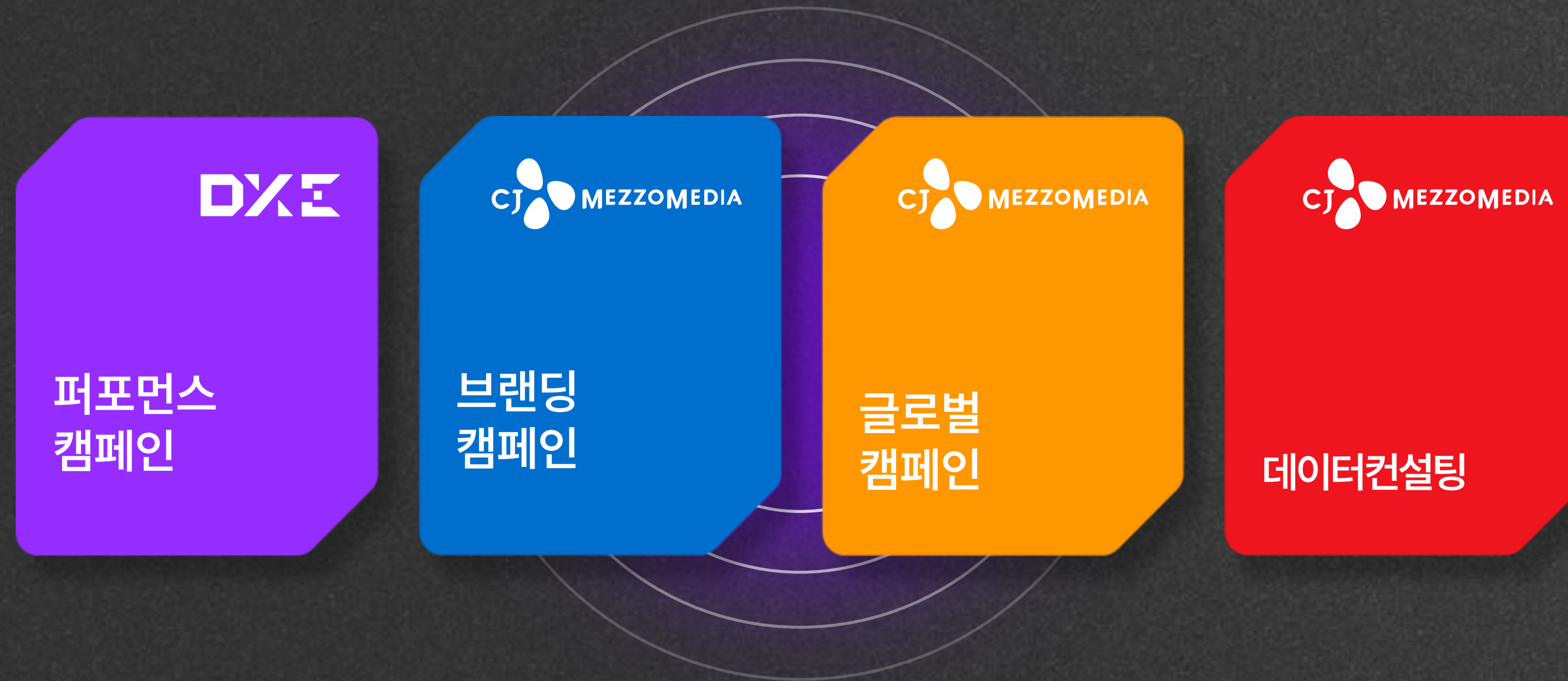


2017년 메조미디어내 광고대행 조직을 셋팅 운영
2018년 CJ ENM의 디지털 광고대행사로 디베이스앤 설립

2025년 디베이스앤 -> DXE 사명 변경 및 두 회사의 광고대행 조직을 하나로 통합 운영

Strength

Strength



DXE의 전략광고 사업부는 Data-Driven Full Funnel Marketing을 통한 캠페인 성공을 위해,
DXE의 퍼포먼스 광고대행 조직과 CJ메조미디어의 미디어 대행, 광고대행, 데이터컨설팅을 조직으로 구성

Service

01

모든 조직이 AE, DA, SA
전문인력으로 구성
브랜딩+퍼포먼스
통합 광고 대행이 가능

02

글로벌 대행 전문조직이 있어
전 세계 온/오프라인 광고 대행 가능
(영어, 중국어, 일본어 등 커뮤니케이션
가능한 AE, 미디어 플래너로 구성)

03

데이터컨설팅 전문 조직을 통해
1st-3rd party 데이터까지 광고주로
유입되는 모든 데이터를 통합 분석하고
CRM 컨설팅 영역까지 수반하여
광고주의 마케팅 성과 극대화

04

TVC, 디지털 IMC 캠페인 제작,
풀 퍼널 크리에이티브 전략 수립

브랜딩에서 퍼포먼스까지, 풀 퍼널 데이터 드리븐 마케팅 제공

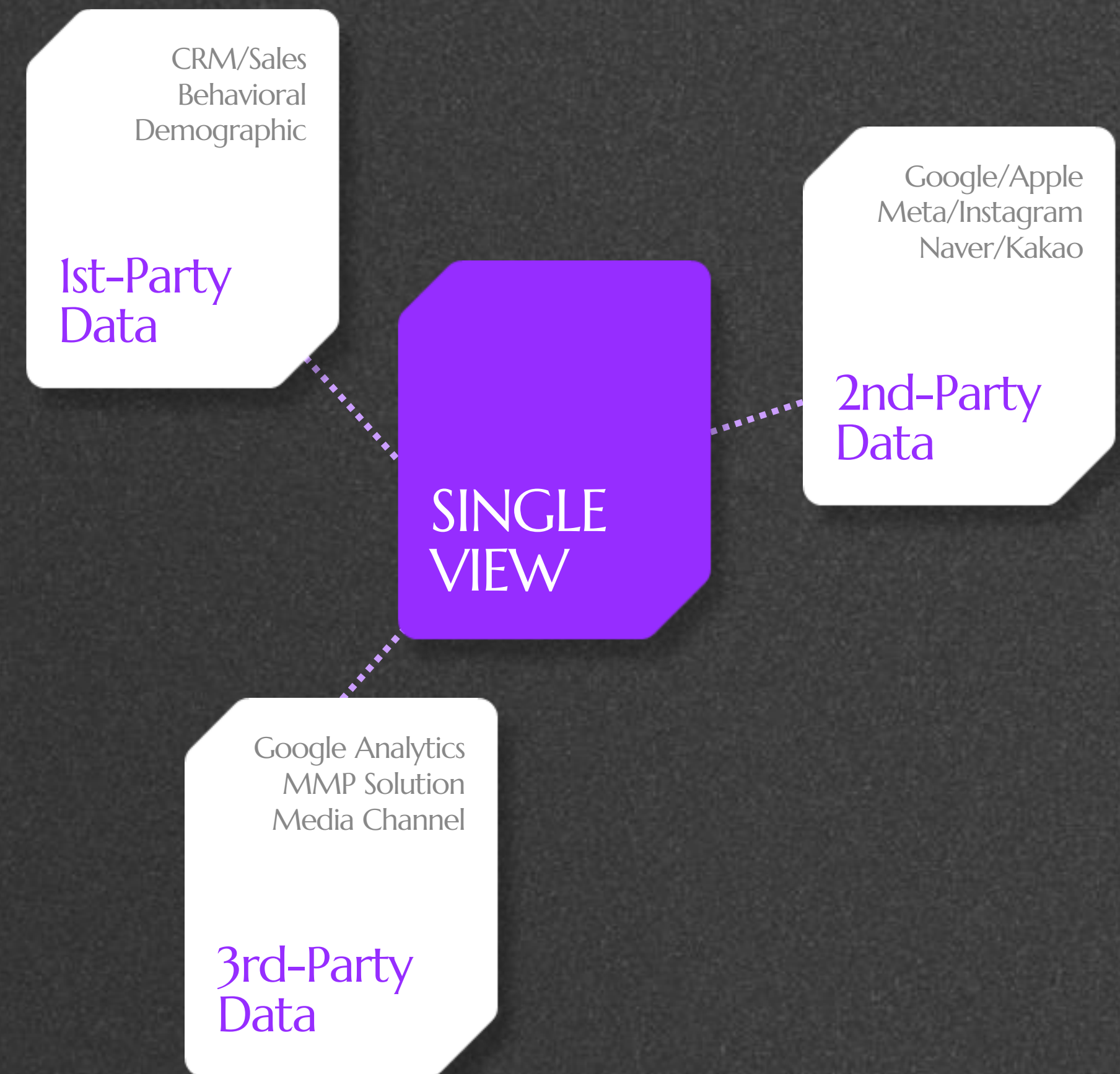
광고주별 100% 전담 인력체제로 운영되어 브랜딩, 퍼포먼스, CRM이 연계된 차별화된 광고 대행 서비스를 제공합니다.

1st party부터 3rd party까지 통합 관점의 싱글뷰 마케팅을 접목하여 브랜딩, 퍼포먼스, CRM을 유기적으로 연결하는 풀퍼널 마케팅 전략과 실행을 주도합니다

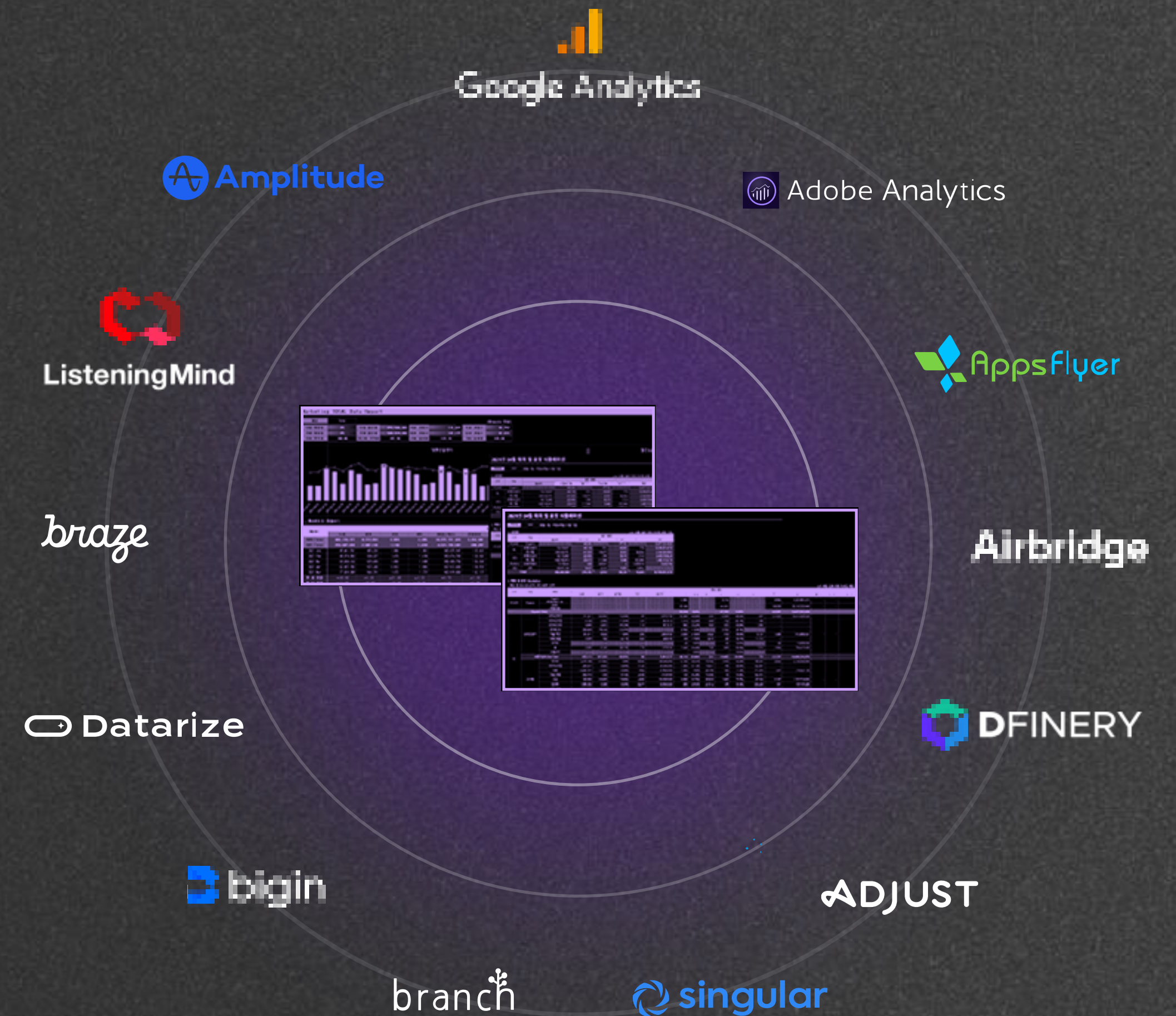
'싱글뷰 마케팅'은 다양한 채널을 넘나드는 고객의 여정을 분석하는 마케팅 접근법입니다.

DXE는 파편화된 고객 데이터를 통합, 동일한 고객으로 인식하는 '싱글뷰(단일보기)'를
마케팅에 접목하여 1st-3rd party 데이터를 통합 분석하고 타겟 고객 세그먼트에 최적화된 맞춤형 접근으로
고객의 브랜드 인식부터 유입, 유지, 충성도 강화까지의 풀퍼널 마케팅 실현합니다.

이를 통해 고객의 LTV(Life Time Value)를 높이고 고객사의 CRM 비즈니스를 안정적으로 수행할 수 있도록
맞춤 컨설팅을 통해 브랜딩·퍼포먼스·CRM을 유기적으로 연결하는 통합 마케팅 전략과 실행을 주도합니다.



독보적인 솔루션 활용 역량 기반 통합 캠페인 효율 극대화



DXE는 축적된 캠페인 최적화 노하우를 보유하고 있습니다.

또한 미디어의 성과 데이터와 고도화된 솔루션 데이터를 분석하여
캠페인 성과에 대한 정합과 해석을 바탕으로 효율 상승에 신속히 대응합니다.

GA, MMP, 앰플리튜드 등 분석 솔루션으로 도출된 데이터 인사이트 기반으로 광고주의 비즈니스 프로세스 개선 및 마케팅 의사결정을 최적화합니다.





About Solution

DXE의 솔루션을 소개합니다.

ADLY는 "DXE"의 광고 프로세스 전반을 지원하는
AI 기반 통합 시스템으로,

데이터와 기술을 활용해 비즈니스 성장을 주도하고
고객과 함께 성장하는 전략적 파트너십 생태계입니다.



디지털 광고의 전 과정을 잇는 인텔리전스 솔루션 파이프라인, 데이터를 기반으로 탐색부터 분석까지 연결하는 ADLY의 핵심 구조

Explore(탐색)

데이터 기반으로 새로운 기회를 포착하고
발굴하는 솔루션

AnXer

자연어 기반 탐색으로 매체 전략 정보와
다각도 업무를 지원하는 디지털 광고 특화 AI Agent

Strategize(전략)

데이터 기반 효과적인 전략과 방향 설계를
안내하는 솔루션

Reach Caster

Reach Predictor

다매체 통합 도달 및 타겟별 도달을 예측하는
모듈

Ratio Finder

크로스미디어(TVC/Digital) 간 최적의 예산
배분 비율을 탐색하는 모듈

Budget Optimizer

예산과 KPI에 맞춰 업종별 최적화된 미디어
믹스 제안을 제안하는 AI 솔루션

DataShot

벤치마크 데이터 추출 및 업종/매체 간 성과 비교
분석 솔루션

Ad Curator

광고 상품 추천 솔루션

Orchestrate(운영)

최적화된 광고 운영 관리, 조정, 실행이
가능한 솔루션

Opera

DA·SA 주요 매체를 한 곳에서 통합 운영해 효율과
안정성을 높이는 솔루션

ifAd

IFTTT 기반으로 광고 성과·외부 변수 변화 감지
및 운영 자동 최적화

BidOpt

데이터 기반 키워드 입찰가 제안으로 성과·예산
활용 극대화

BidAuto

키워드의 목표 순위를 안정적으로 유지하는
정교한 자동 입찰 엔진

Insight(분석)

탐지, 리포팅, 분석을 통한 인사이트를
도출하는 솔루션

Intella

복잡한 광고 데이터를 통합해 누구나 쉽고
편리하게 성과를 분석·공유할 수 있는
BI(Business Intelligence) 솔루션

AIM *

오디언스의 정성적 반응을 3단계
(인지, 관심, 유입)로 통합 측정하는 지표

*AIM: Audience Intelligence Metrics

Mean It

광고 의도와 오디언스 반응 분석 솔루션

데이터 통합 인프라

AX-BRIDGE

130,000건+ 캠페인 데이터



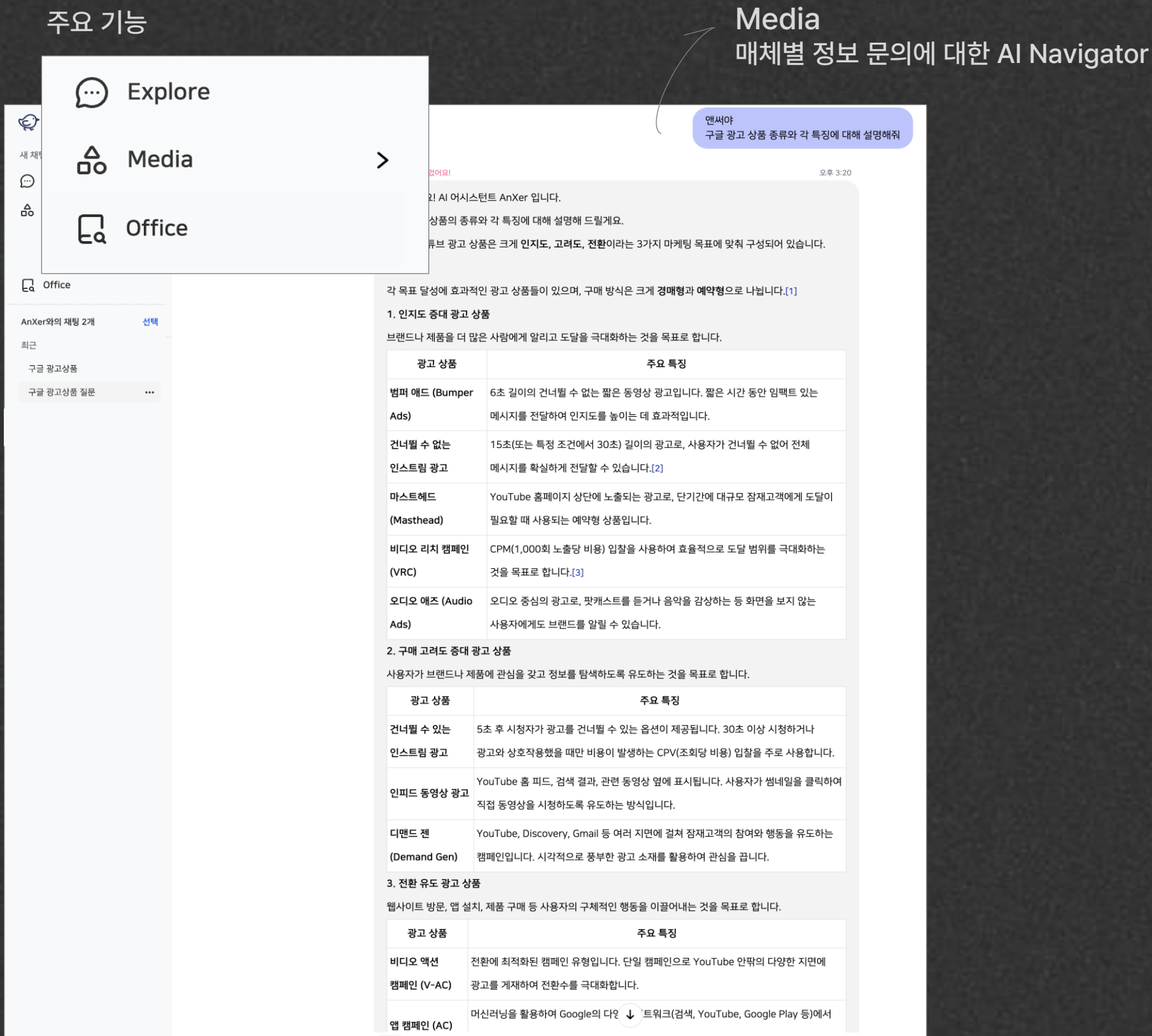
검증된 성능과 보안을 유지하는 표준 AI 엔진
솔루션별 특성에 맞춰 유연하게 최적화하는 기술 기반



ADLY Preview

AnXer

앤서는 자연어 기반으로
매체 전략 정보를 찾고, 다각도 업무를 지원하는
디지털 광고 특화 AI 에이전트입니다.



주요 기능

Explore

광고 전략 · 최적화 · 트렌드 등 운영 전반의 정보를 자연어로 즉시 탐색
리포트 해석, 메일 작성 등 다각도 업무 지원

Media

주요 매체의 광고 상품 · 판매 정책 · 과금 방식 정보 및
코리안클릭/센서타워 기반의 앱 리서치 데이터 제공

Office

인사/총무 · 재무 · IT 인프라 등 사내 운영 정책과 제도에 대한 정보를
자연어로 신속하게 질의

핵심 경쟁력

디지털 광고 특화 에이전트

디지털 광고에 특화된 사전 프롬프트를 적용하여
복잡한 질문 없이 실무 최적화 인사이트 즉시 도출

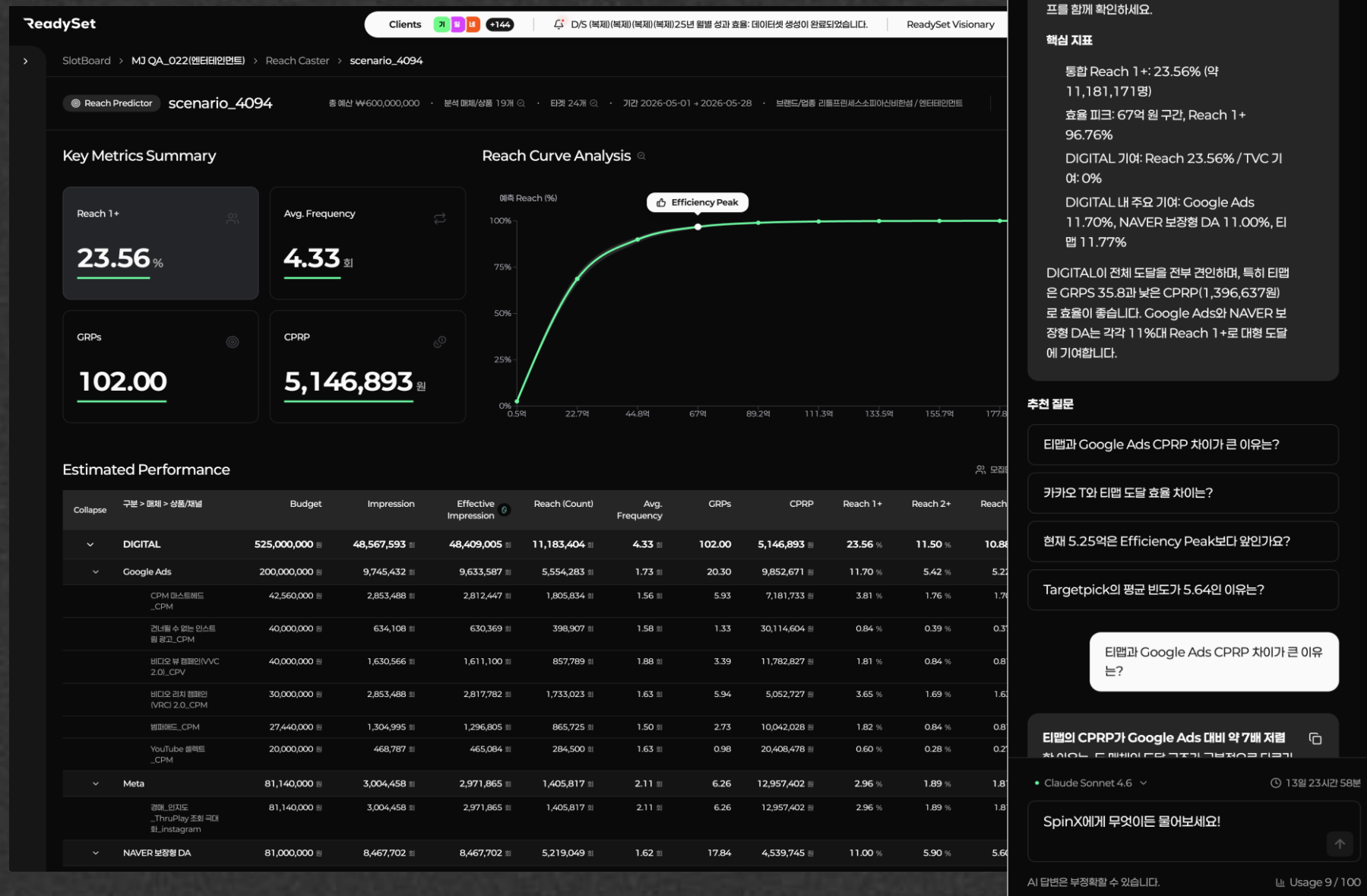
주요 매체의 최신 업데이트 정보

주요 매체의 운영 정책 및 트래픽 정보와
실제 캠페인 집행 데이터를 연동하여 매체별 질의응답을 자동화

Reach Caster

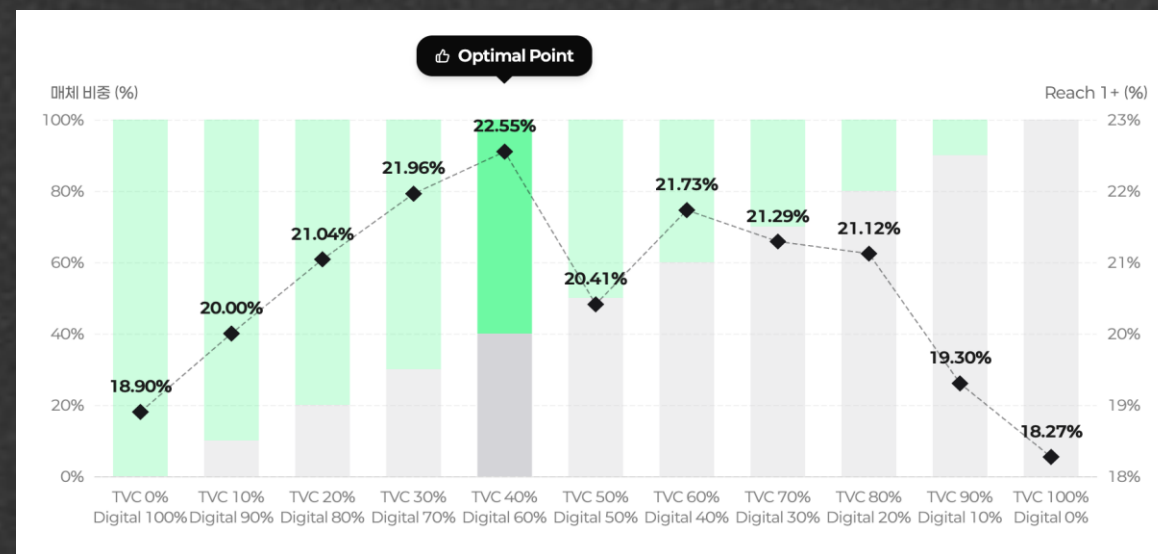
리치캐스터는 크로스미디어 통합 도달 예측을 통해,
전략적 미디어 플래닝을 지원하는
도달 예측 솔루션입니다.

컨텍스트를 이해하고 자연어로 해석하는
Reach Caster 특화 AI Assistant



분석 모듈

Ratio Finder



“Digital:TVC 어떤 비율이 가장 Reach가 높을까?”

크로스미디어 최적 예산 배분 비중 시뮬레이션

핵심 가치

통합 미디어 분석

중복 이용 제거를 통한
통합 도달 제공 (약 45개 매체)

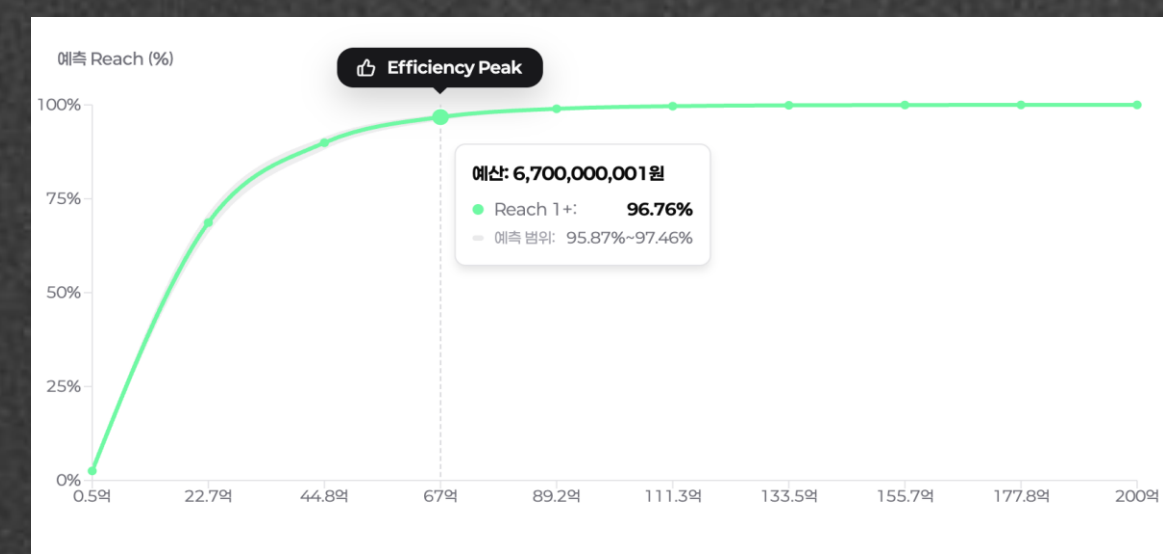
광고 상품별 예측

실제 집행 데이터 기반
매체 × 광고 상품별 도달 제공

한정된 예산 내 ROI 극대화

정해진 예산 또는 증액 예산 대비
성과를 최대화하는 지점(비율) 제안

Reach Predictor



“이 미디어믹스로 타겟에게 얼마나 도달할까?”

다매체 통합 도달 및 타겟별 도달 예측

버짓 옵티마이저는 예산과 KPI에 맞춰
업종별 최적화된 미디어 믹스를 제안하는
미디어 믹스 최적화 솔루션입니다.

매체 상품별 최적 예산 배분 결과

KPI지표 x 상품별 기여도 차트 제공



캠페인 데이터 수집



ANALYZE



매체별 기여도 분석



MODEL



성과 모델 학습



OPTIMIZE



최적의 예산 배분

예산과 KPI에 맞춘 최적화된 미디어 믹스 제안

핵심 특징

실제 집행 데이터 기반 미디어 믹스 설계

***Media Mix Model 기반 매체 x 상품별 기여도를 반영한 예산 분배**

업종 트렌드를 반영해 더 현실적이고 신뢰도 높은 예측 제공

*Media Mix Model 기반 예측

Lightweight Bayesian MMM 적용으로

매체 x 상품별 효과를 정교하게 추정하고 데이터 적합성,안정성을 강화

네이버 카카오 구글 메타 틱톡

업종별 벤치마크* 데이터 추출 솔루션입니다.

원하는 조건을 직접 설정하고,
업종별 성과 트렌드를 한눈에 파악하여
데이터 기반의 캠페인 의사결정을 지원합니다.

*벤치마크(Benchmark): 마케팅 전략 수립 및 제안의 기준이 되는 업종별 표준 단가와 성과 효율 데이터

맞춤 필터링	업종/ 매체별 조회조건을 자유롭게 조합하여, 원하는 데이터를 누구나 쉽게 추출
시즈널리티 분석	월별/ 분기별 성과 트렌드를 다각도로 제공하여, 업종별 시즌 변동성을 한눈에 파악
매체 커버리지	국내외 주요 매체의 파편화된 데이터를 한 곳에서 조회
성과 기준점	업종별 평균 단가와 성과 효율을 객관화하여, 마케팅 전략 수립의 기준점과 신뢰도 강화

STEP 01 기본 정보 입력 — STEP 02 상세 조회조건 선택 — STEP 03 추출 데이터 확인

대분류 22개, 중분류 156개 기준 데이터 제공

설정한 조건에 맞는
맞춤형 데이터셋 바로 추출

[illegible]

Opera 네이버 카카오 구글 메타 Targetpick SMR

멀티 매체 광고 운영 허브

오페라는 SA·DA 주요 매체와 연동하여
다양한 광고 데이터를 한 곳에서
통합 관리, 운영 효율을 극대화하는 솔루션입니다.

여러 브랜드, 주요 매체 통합 관리

기본 운영 및 편의 기능 제공

adly

Meta

TEST 계정 (100000000)

관리이력

Meta

• 캠페인

• 광고세트

• 광고

Meta > 캠페인

+ 등록

수정

ON | OFF

예산 변경

추가기능

캠페인명	캠페인ID	ON/OFF	캠페인 목표	구매 유형
TEST 캠페인	123456789	OFF	인지도	경매
TEST 캠페인 2	111111111	OFF	인지도	경매
TEST 캠페인 3	222222222	ON	인지도	경매
TEST 캠페인 4	10000000	OFF	트래픽	경매
TEST 캠페인 5	333333333	ON	트래픽	경매
TEST 캠페인 6	3111111111	OFF	인지도	경매
TEST 캠페인 7	3222222222	ON	인지도	경매
TEST 캠페인 8	3000000000	ON	인지도	경매
TEST 캠페인 9	5555555555	OFF	인지도	경매
TEST 캠페인 10	6666666666	ON	인지도	예약

차세대 광고 운영 전략

운영 자동화를 통한 휴먼 에러 최소화 및 전략적 업무 효율성 극대화

플랫폼 간 이동 없이 여러 매체 조화·운영 기능 일원화

조회 – 운영 – 분석의 선순환 구조로 데이터 기반 의사결정 체계 확립

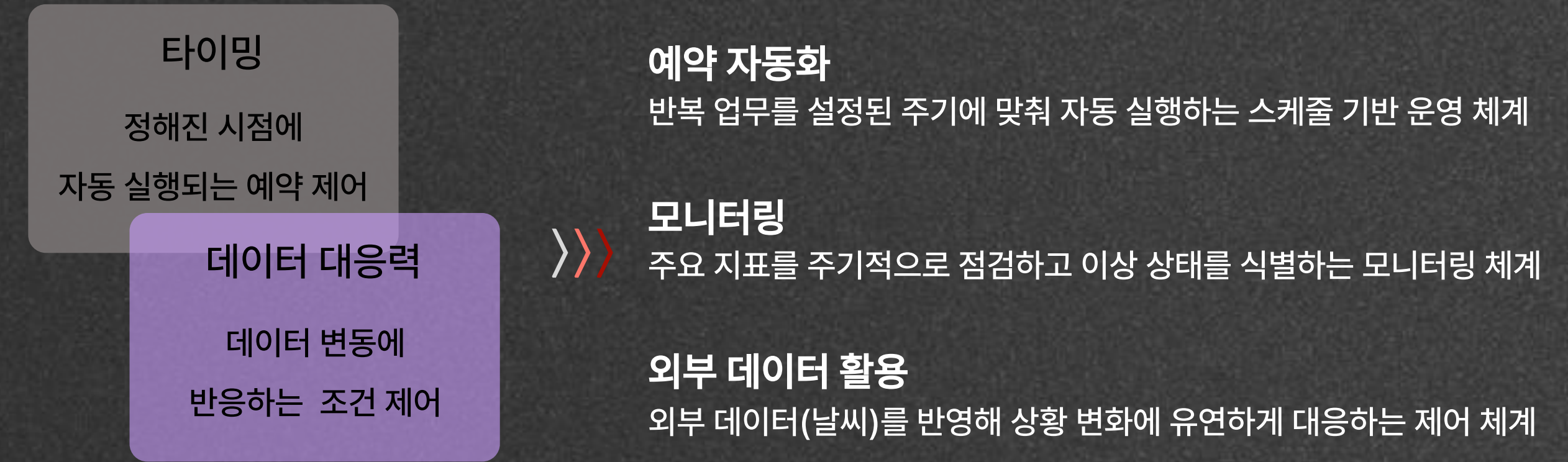
지속적인 모니터링으로 운영 안정성 극대화 및 신뢰성 확보

ifAd

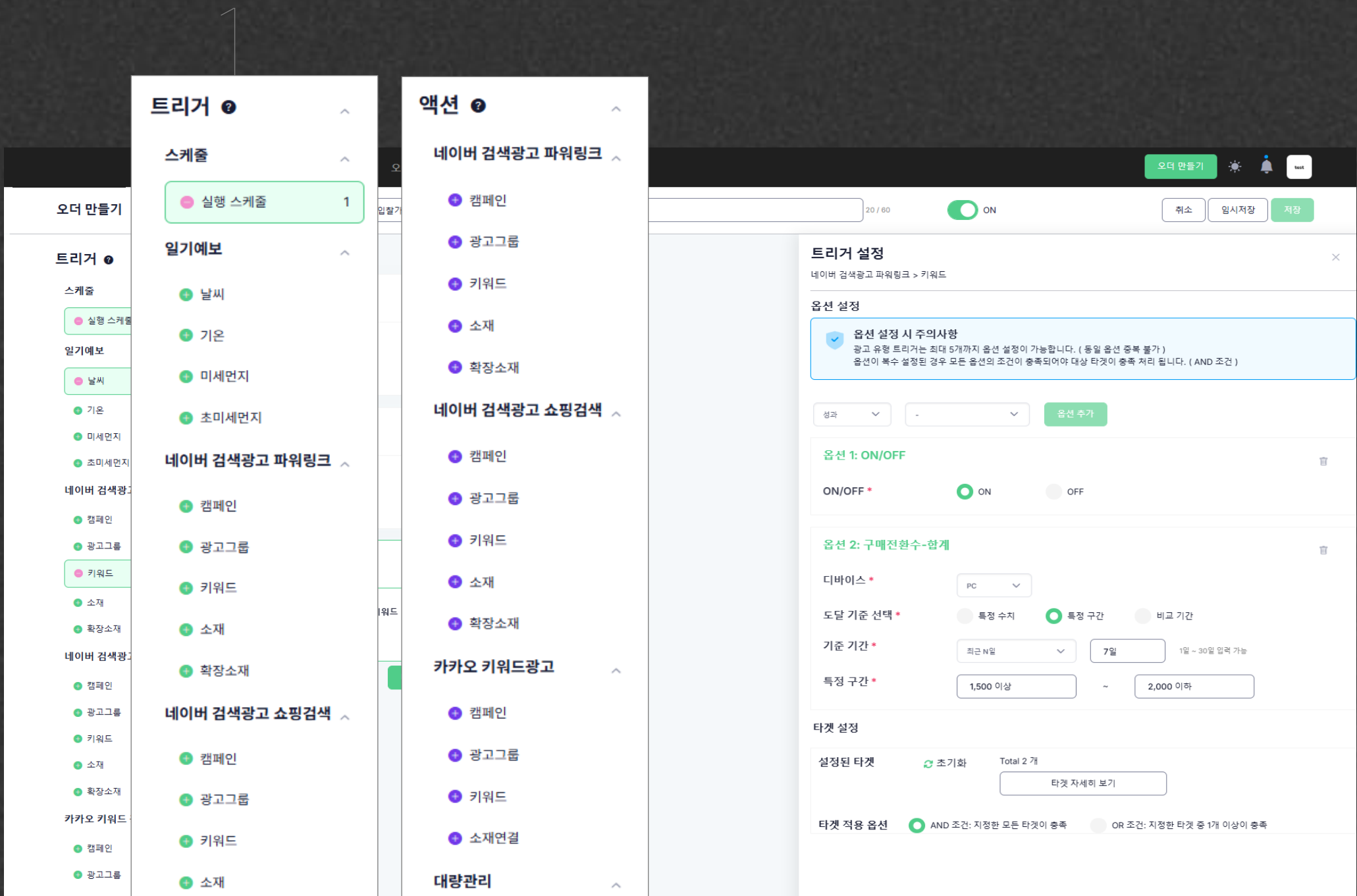
이프어드는 설정한 조건 충족 시, 지정된 광고 운영 액션을 자동 수행하는 **광고 운영 자동화 솔루션**입니다.

IFTTT* 개념을 차용해 구현한 솔루션
*If This (특정 이벤트가 발생하면) Then That (지정된 작업을 수행)

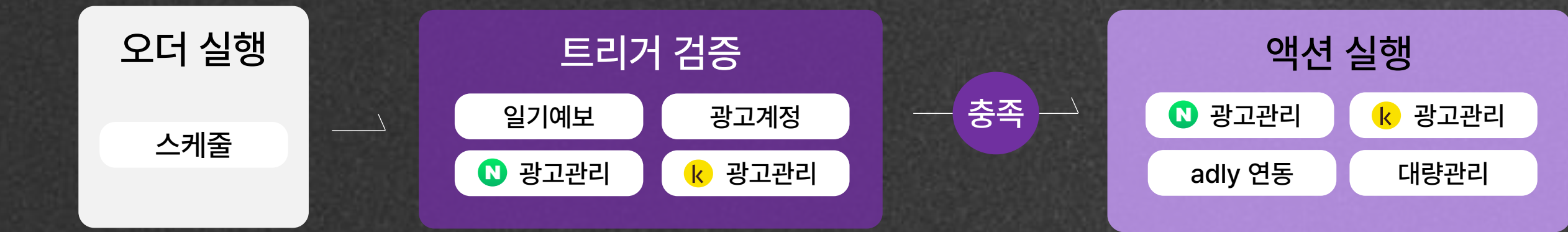
운영 자동화 체계 완성



트리거와 액션을 자유롭게 설정



오더 실행 프로세스



오더 ifAd의 자동화 규칙 단위, 트리거와 액션의 조합으로 구성
트리거 액션이 실행되기 위한 '조건'
액션 트리거의 조건이 충족할 경우 실행되는 '작업'

BidOpt

비드옵트는 목표 달성을 위한 키워드 최적 순위와 입찰가를 제안해 주는 입찰 전략 최적화 솔루션입니다.

입찰 전략의 새로운 기준

- 데이터 기반 입찰

경험에 의존하던 운영 방식에서 벗어나
성과데이터를 근거로한 입찰 전략 제안 체계 구축
- 전략 실행 표준화

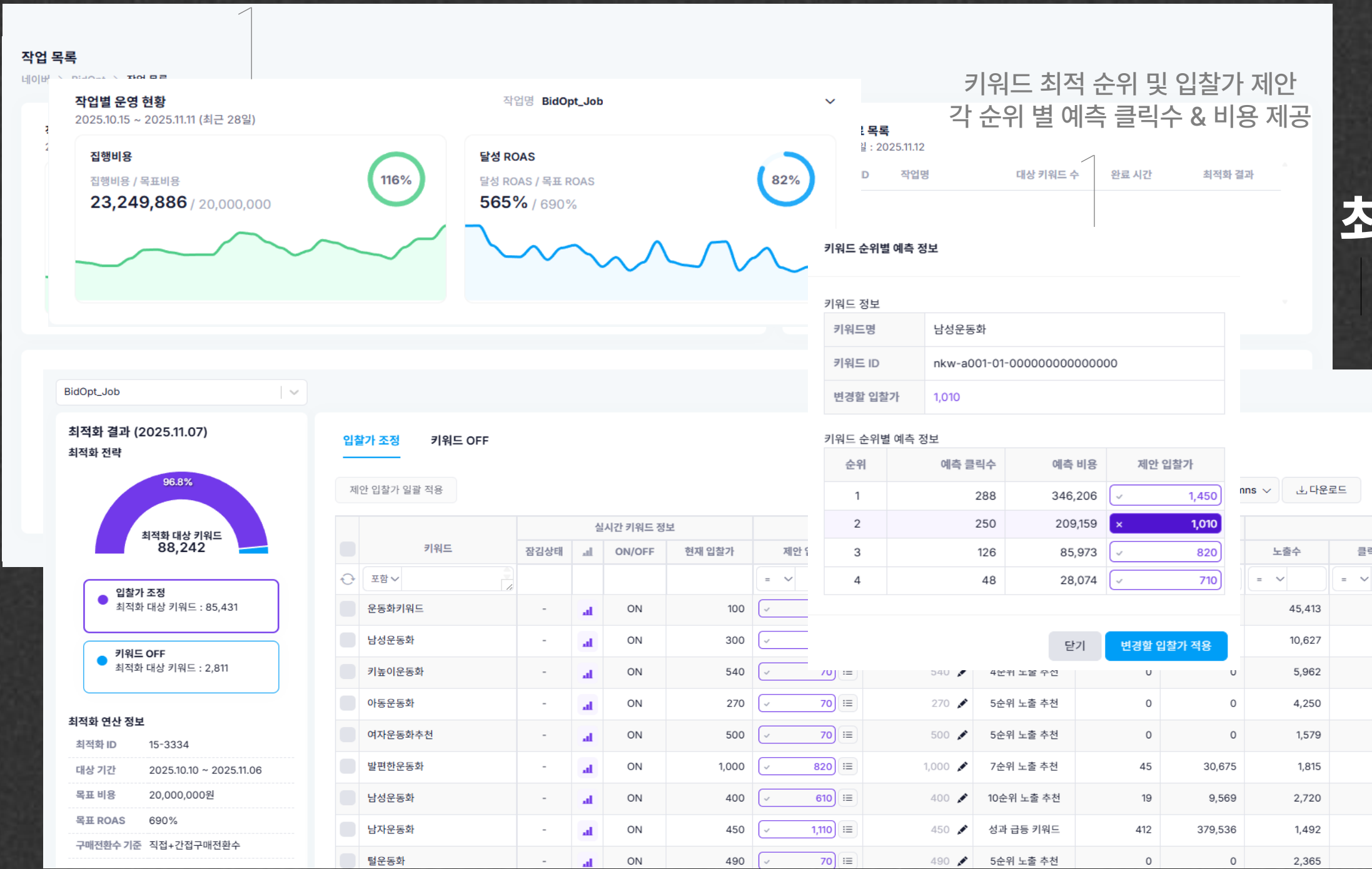
데이터 기반 판단 기준을 입찰 프로세스에 녹여내어,
일관된 전략 실행과 안정적인 운영 품질을 유지
- 예산 효율화

알고리즘이 키워드별 성과를 식별하여
예산 낭비를 차단하고 목표에 맞춘 효율을 달성

최적화 프로세스



BidOpt 알고리즘
특허 출원된 BidOpt 알고리즘 기반 연산으로 목표 달성을 위한 최적 순위 및 키워드 입찰가 제안
검색광고를 위한 키워드 최적순위 추천 시스템 및 방법 (특허-2022-0139578)
전환율 예측 알고리즘을 생성하는 방법 및 이를 위한 연산장치 (특허-2022-0139582)



BidAuto

비드오토는 키워드 순위 안정화와 효율적 운영을 동시에 실현하는 정교한 스마트 입찰 솔루션입니다.

PC·모바일 노출 위치를 구분 설정하여 디바이스별 최적 순위 운영이 가능

게재 위치

PC

MO

목표 순위

1

▼

순위

목표순위 - 시간대/요일 (선택)

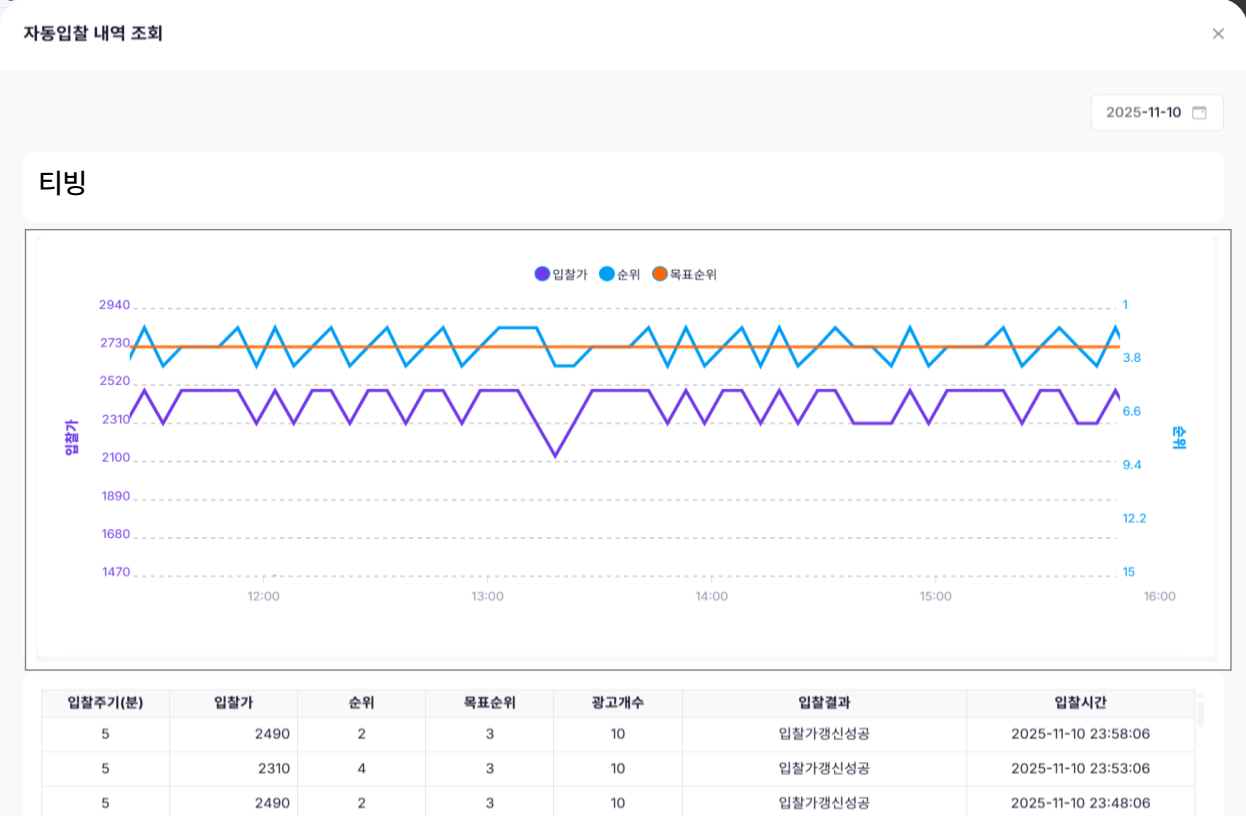
개별설정

개별설정 안 함

시간	월	화	수	목	금	토	일
00:00	0	0	0	0	0	0	0
01:00	0	0	0	0	0	0	0
02:00	0	0	0	0	0	0	0
03:00	0	0	0	0	0	0	0
04:00	0	0	0	0	0	0	0
05:00	0	0	0	0	0	0	0
06:00	0	0	0	0	0	0	0
07:00	0	0	0	0	0	0	0
08:00	0	0	0	0	0	0	0
09:00	1	1	1	1	1	1	1
10:00	1	1	1	1	1	1	1
11:00	1	1	1	1	1	1	1
12:00	3	3	3	3	3	3	3
13:00	2	3	3	3	3	3	3
14:00	3	3	3	3	3	3	3
15:00	0	0	0	0	0	0	0
16:00	0	0	0	0	0	0	0
17:00	0	0	0	0	0	0	0
18:00	0	0	0	0	0	0	0
19:00	1	1	1	1	1	1	1
20:00	1	1	1	1	1	1	1
21:00	1	1	1	1	1	1	1
22:00	0	0	0	0	0	0	0
23:00	0	0	0	0	0	0	0

시간대/요일 별 목표순위 설정하여 더욱 정교한 목표 순위 설정 가능

목표 순위에 도달·유지하기 위해 변경한 입찰가 변동 내역을 모니터링



핵심 가치

목표 순위 자동 유지

효율적 예산 운영

실시간 자동 입찰 엔진

전략 중심의 업무 전환

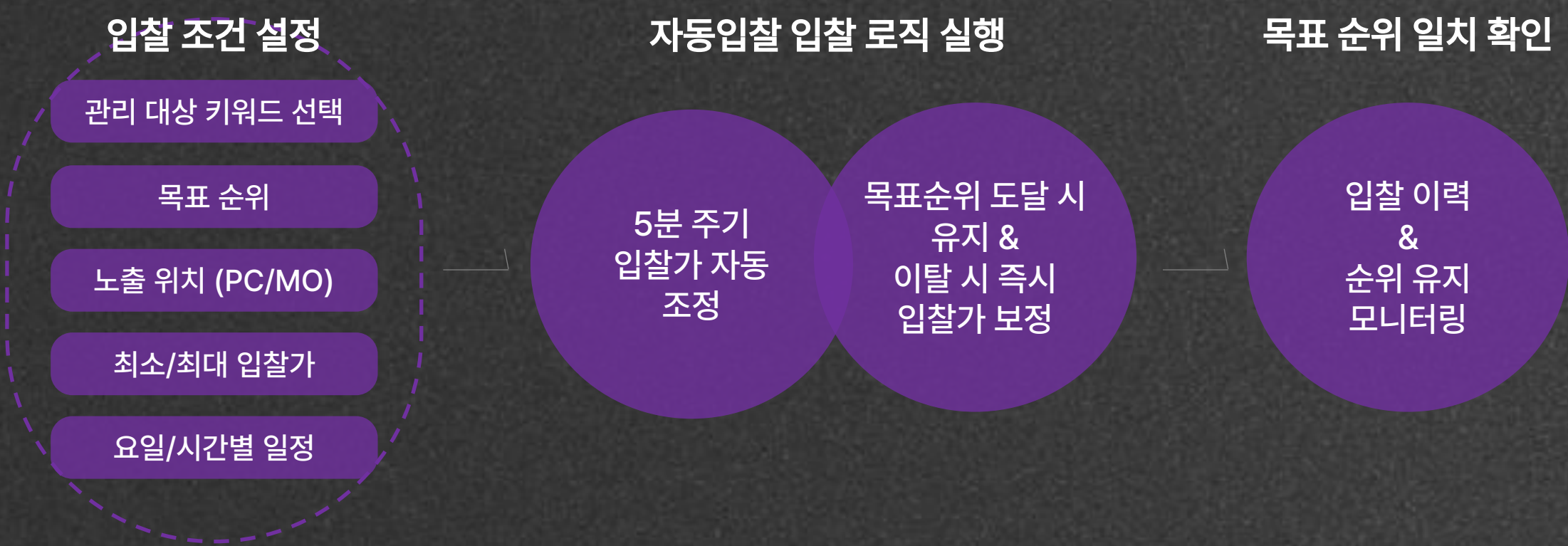
키워드별 목표순위에 따라 입찰가를 자동으로 조정하여 안정적인 노출을 유지

최소·최대 입찰가 및 시간대별 스케줄 설정으로 예산 낭비를 최소화

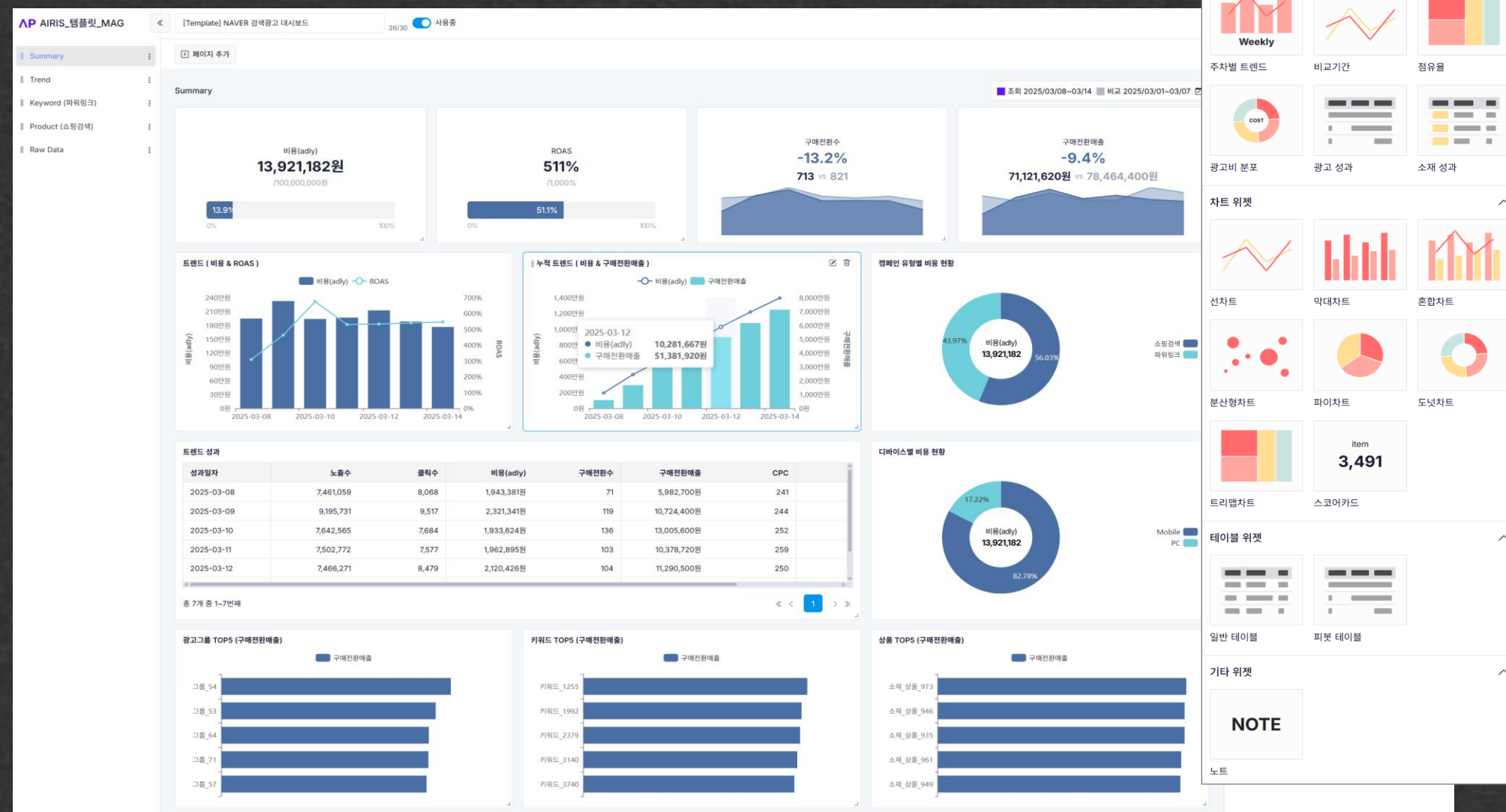
사용자의 개입 없이 시스템이 실시간으로 입찰을 수행해 운영 효율을 극대화

반복적인 수동 조정 업무에서 벗어나 전략·분석 중심의 업무 전환 가능

스마트 입찰 운영 플로우

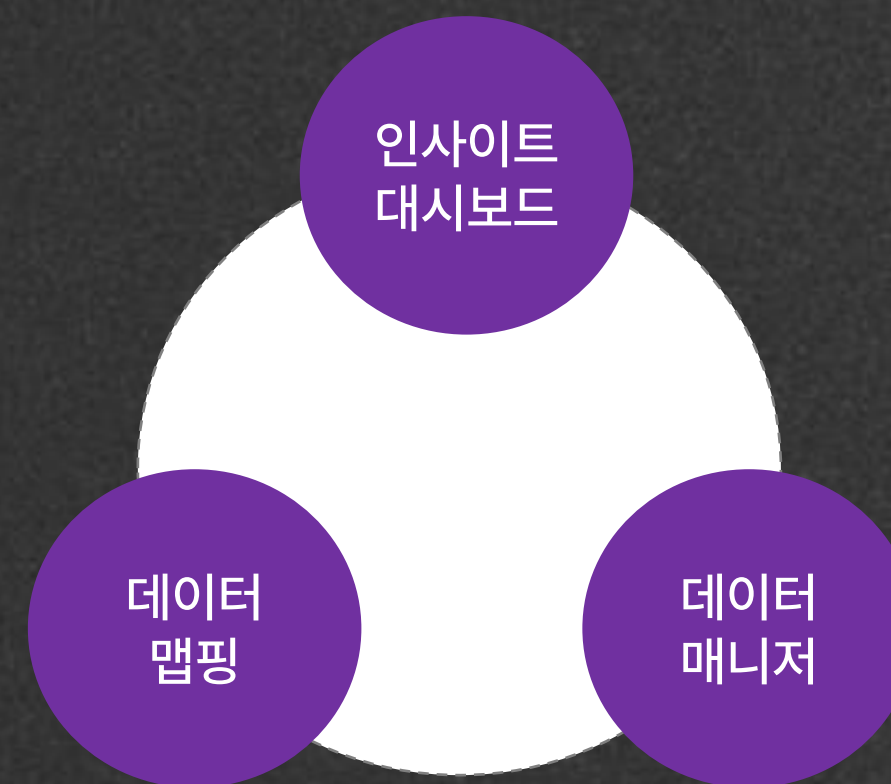


매체별 상이한 데이터 구조를 하나의 표준으로 연결하고,
시각적 인사이트를 중심으로
의사결정의 속도와 정확성을 높입니다.



데이터 통합	매체별 지표와 필드를 표준화하여 하나의 데이터 언어로 연결
직관적 분석	위젯 기반 대시보드로 데이터를 시각화하고, 인사이트를 즉시 도출
사용자 경험	직관적인 UI로 러닝커브 없이 활용 가능하며, 웹 기반 인터랙티브 분석 환경으로 모바일에서도 유연하게 대응
협업과 공유	보안 링크를 통한 실시간 리포트 공유 및 다양한 내보내기 지원

위젯 기반 시각화 도구로
데이터 탐색과 공유를 지원



매체마다 다른 지표와 필드를 별도의 관리 틀 없이
하나의 스키마로 표준화 커스텀 데이터 테이블 생성 및 관리

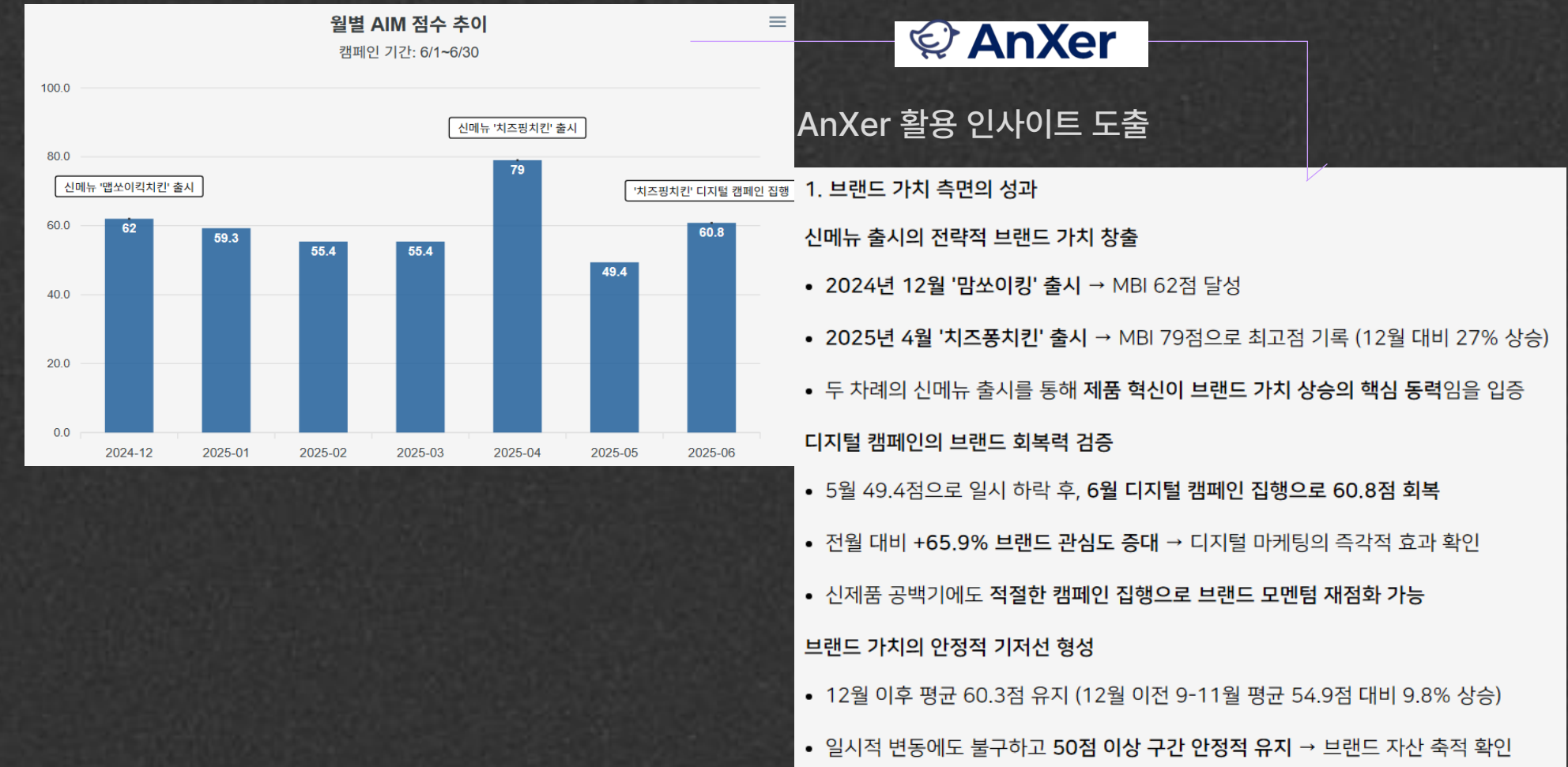
- ADLY 연동 매체 데이터 자동 수집
- 다양한 위젯 제공 (차트, 테이블, 메모 등)
- 광고 특화 프리셋 템플릿과 위젯
- 손쉬운 계산된 필드 생성
- 브랜드 최적화 대시보드 스타일링
- 멀티 페이지 대시보드

AIM*
*AIM: Audience Intelligence Metrics

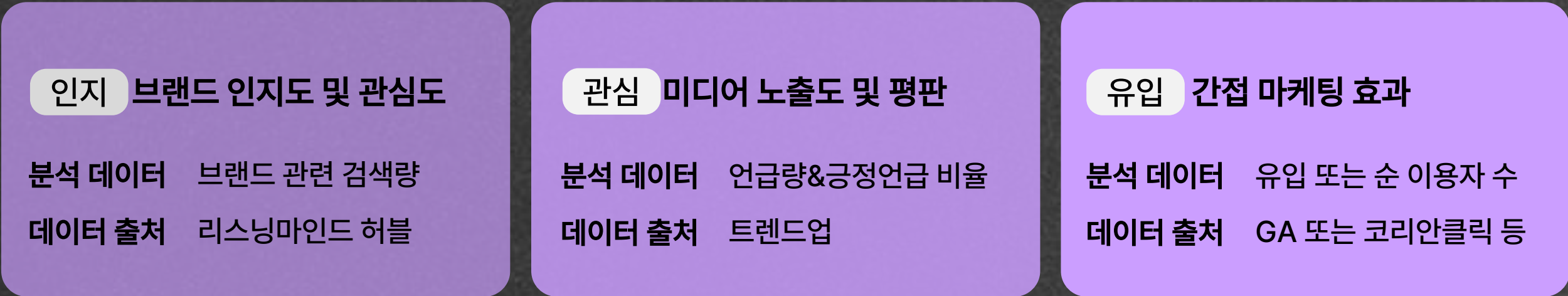
에임은 오디언스의 정성적 반응을
3단계(인지, 관심, 유입)로 통합 측정하는 지표입니다.

결과 활용 예시

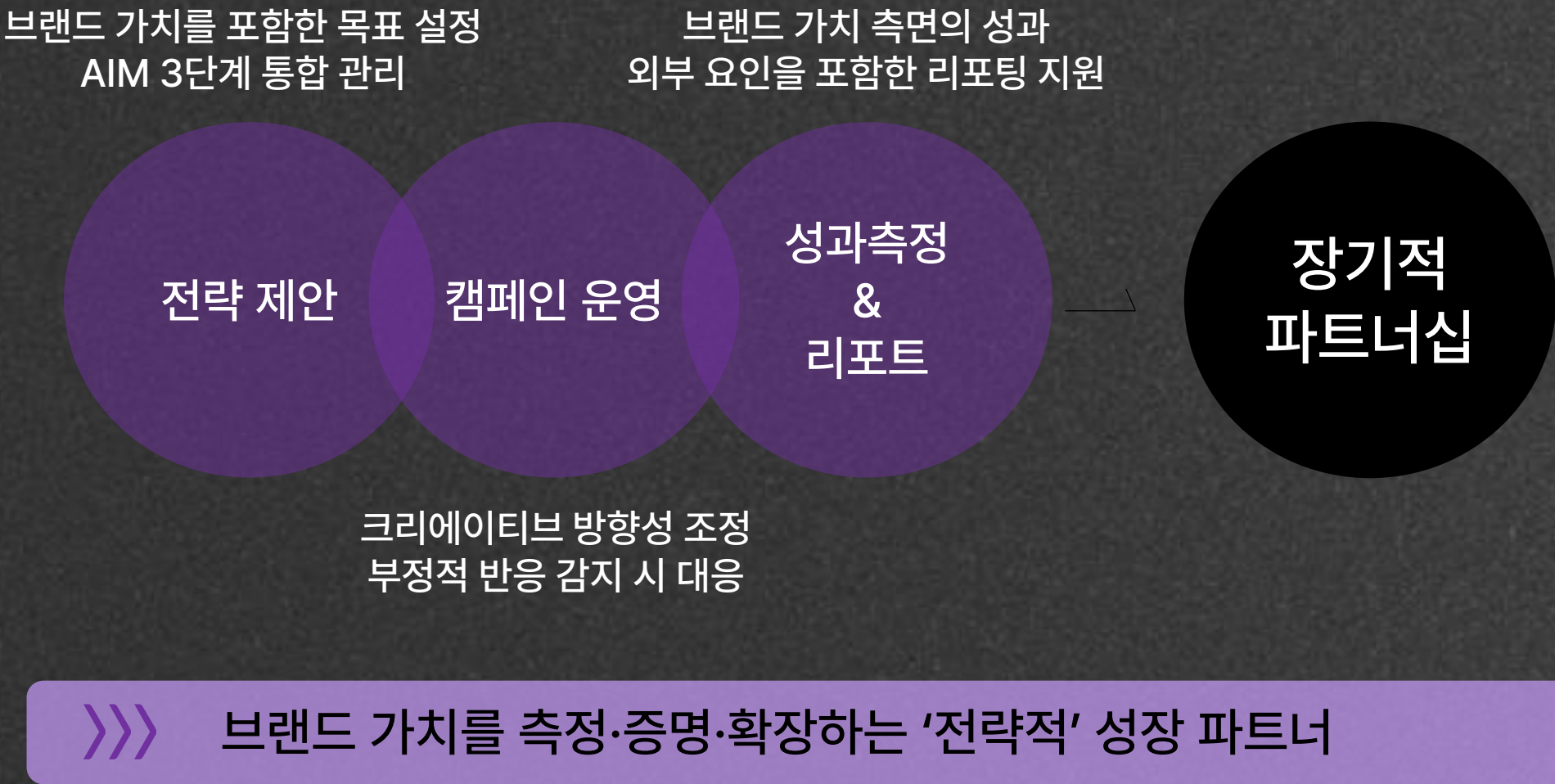
AIM 분석 시각화



3단계 평가 시스템



단계별 활용 전략



Cre-Checker

크리체커는 광고 소재의 정책 적합성을 사전에 판별하는 AI 기반 이미지 분석 솔루션입니다.

업종별 가이드라인을 기반으로 부적합 용어를 자동 식별

올바르지 못한 용어 (Incorrect)	올바른 용어 (Correct)	관련 사유 (문맥적 해석)
식품, 건강식품, 건강보조식품	건강기능식품	제품의 법적 정의를 정확히 사용해야 함 1 4 .
임상시험	인체적용시험	의약품 연구 용어 대신 건강기능식품 연구 용어를 사용해야 함 4 .
복용	섭취	의약품 복용 표현 대신 일반적인 섭취 표현을 사용해야 함 4 .
처방	배합	의학적인 처방 행위 대신 성분의 배합 사실을 나타내야 함 4 .
효능, 효과	기능	으로 인정된 건강기능식품의 작용인 '기능'을 사용해야 함 4 .

건강기능식품임을 알리는 내용 포함

주원료와 부원료 명확히 구분

특허명칭 및 내용: 인정된 기능성 범위 내에서 광고

올바른 용어 선택

학술문헌 연구내용 인용 (과학적 근거)

학술문헌 연구내용 인용 (가)

만족스러운 콘텐츠

특허 내용 표현 (나)

건강기능식품(X) -> 건강기능식품(O)

임상시험(X) -> 인체적용시험(O)

복용(X) -> 섭취(O)

효능/효과(X) -> 기능(O)

입력을 시작하세요...

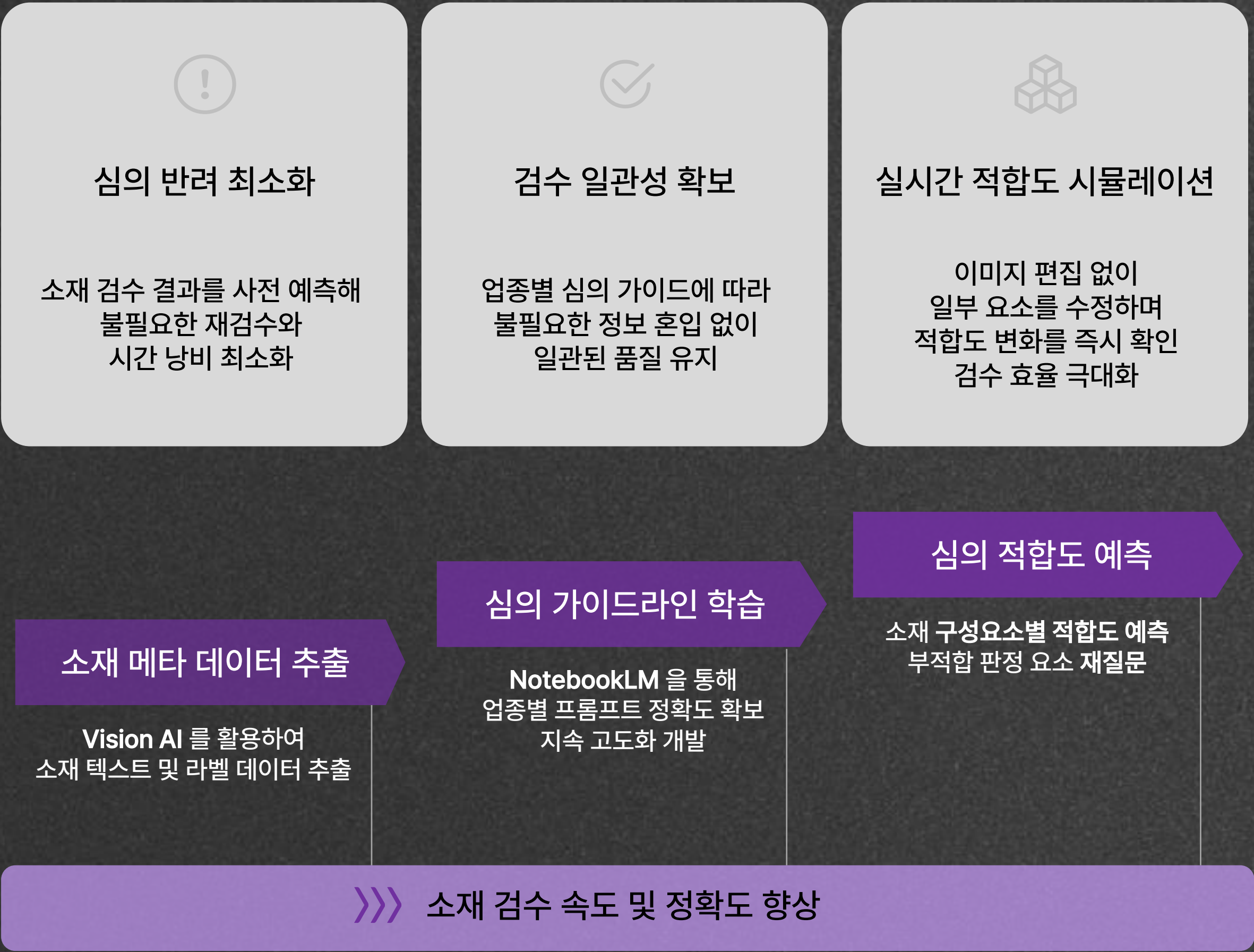
소스 1개

건강기능식품의 표시와 광고에 적용되는 핵심 법적 기준과 심의 절차는 무엇인가?

건강기능식품 광고에서 질병 치료 효과를 암시하는 부당한 표현의 구체적인 유형은 무엇인가?

건강기능식품의 기능성 원료별로 광고에서 허용 금지되는 구체적인 표현의 경계는 무엇인가?

AI 소재 분석이 만든 변화



Organizational Chart DXE의 조직도

데이터컨설팅 4개 팀

4Teams of Data Consulting

풀퍼널 관점의
데이터 마케팅 수행
(CRM 컨설팅,
Product Analytic 기반 인사이트 도출,
퍼스트파티 데이터 분석 등)

글로벌캠페인 2개 팀

2Teams of Global Campaign

In/Out bound 광고대행 수행
(전세계 미디어 바이딩 및 캠페인 대행 가능)

크리에이티브 2개 팀

2Teams of Creative

TVC, 온/오프라인 광고제작,
SNS콘텐츠 제작 등

전략광고 9개 팀

9Teams of Strategic Advertising

국내 광고주
풀퍼널 통합 광고대행 수행



Portfolio

주요 포트폴리오



DXE X CJ MEZZOMEDIA Portfolio 주요 포트폴리오

브랜딩+퍼포먼스 통합 캠페인	퍼포먼스 캠페인	브랜딩 캠페인	해외(글로벌) 캠페인
Branding + Performance Campaign	Performance Campaign	Branding Campaign	Global Campaign
↳ 코치	↳ CJ온스타일	↳ 디즈니플러스	↳ LG에너지솔루션
↳ 티빙	↳ 올리브영	↳ 알리바바닷컴	↳ 신라면세점
↳ 웹젠	↳ LG생활건강	↳ 이클립스	↳ 지마켓글로벌
↳ 릴리스게임즈	↳ DB다이렉트	↳ 브라운포맨코리아	↳ 한국방문위원회
↳ PUBG	↳ ABC마트	↳ 브라이틀링	↳ 서울관광재단
↳ 라이엇게임즈	↳ 카약	↳ 파라스파라	
	↳ 호텔스컴바인		
	↳ 브랜드웍스코리아		

 × MEZZOMEDIA

Portfolio

주요 포트폴리오

브랜딩+퍼포먼스
통합 캠페인

Branding + Performance Campaign

- ↳ 코치
- ↳ 티빙
- ↳ 웹젠
- ↳ 릴리스게임즈
- ↳ PUBG
- ↳ 라이엇게임즈

퍼포먼스
캠페인

Performance Campaign

- ↳ CJ온스타일
- ↳ 올리브영
- ↳ LG생활건강
- ↳ DB다이렉트
- ↳ ABC마트
- ↳ 카약
- ↳ 호텔스컴바인
- ↳ 브랜드웍스코리아

브랜딩
캠페인

Branding Campaign

- ↳ 디즈니플러스
- ↳ 알리바바닷컴
- ↳ 이클립스
- ↳ 브라운포맨코리아
- ↳ 브라이틀링
- ↳ 파라스파라

해외(글로벌)
캠페인

Global Campaign

- ↳ LG에너지솔루션
- ↳ 신라면세점
- ↳ 지마켓글로벌
- ↳ 한국방문위원회
- ↳ 서울관광재단

Fashion

COACH.

Coach Korea Limited Inc.

COACH PRESENTS
YOU VERSUS
YOUR INNER
CRITIC

COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



COACH OUTLET



Background

브랜드에 대한 인지를 하고 있으나
[사고싶은 브랜드] 선택에서는 선호되지 않는 브랜드
GEN-Z와 Young Millennial의 온/오프라인 CDJ 공략을 통해
타겟의 Must Have Item으로 인식 전환과 세일즈 확보가 필요한 상황이었습니다

Find the CDJ



Strategy

소비자가 가장 좋아하는 공간과 브랜드를 함께 공략하여
디지털과 온오프라인에서 소비자가 친숙하고 관심을 가지기 쉽게 전략을 구성하였습니다

- 01 타겟의 오프라인 공간 침투 : 더현대, 롯데월드타워 제휴
- 02 타겟의 선호 브랜드와 콜라보 진행 : 마뽕김
- 03 타겟의 선호 엠버서더 라인업 및 노출방법 모색
- 04 팝업 & 콜라보 기간 채널 및 디지털 접근 방법 구축
: 매체간 중복지표 설정을 통한 주차별 적정예산 산출 및 오퍼레이팅

Make a Road



DXE

Result

24Y 1Q vs 25Y 1Q

비보조
인지도

4%↑

GEN-Z & YM
타겟 도달

100%

GEN-Z & YM
타겟 매출성장

100%



Entertainment

티빙.
TVING

타고난 천재 VS 성글 중의 성글

살벌한 관계성 맛집

정년이

티빙에서 월 5,500원으로

한번 더 왕후가 되기로 했다

전종서

티빙에서 월 5,500원으로

8/29 (목) 티빙 독점 공개

“나 이제 백수야”

믿었던 장녀의 폭탄선언에 가족들 ‘청천벽력’

엄마친구아들

티빙에서 스트리밍 >

티빙 첫

첫달

티빙

찾았다!

티빙 100원으로
스터디그룹
볼 수 있는 곳!

티빙 구독하러가기 >

파란만장 동네 한 바퀴 로맨스

서른넷의 봄,

나의 오늘에
네가 돌아왔다

엄마친구아들

지금 티빙에서 스트리밍

우치왕후

티빙의 첫 번째
초대형사극

24시간 안에
새로운 왕을 세워야만 한다.

월 5,500원으로 스트리밍 >

이민호 X 김민하의 금지된 사랑

<파친코>

시즌을 지금 티빙에

파친코

티빙에서 스트리밍 >

이민호 X 김민하의 금지된 사랑

<파친코>

시즌을 지금 티빙에서!

파친코

티빙에서 스트리밍 >

정년이

별천지 같은 초호화 캐스팅

티빙에서 월 5,500원으로

티빙 첫 구독이라면?

100

원

티빙 구독하러가기 >

티빙 첫 구독

100

원

티빙

Background

단순 앱 성과 수치 개선에 급급하지 않고 외형적 시장 성장 속 '티빙' 만의 경쟁력 확보와
정체된 이용 시간 속 '티빙' 서비스 이용을 증대를 위한 본질적인 앱 퍼포먼스 마케팅 전략이 필요했습니다.



소비자가 없는 퍼포먼스 전략은 광고비 낭비와 다름없기에
저희는 그 답을 데이터에서 찾고자 노력했습니다.

Strategy

활용 가능한 데이터 기반의 퍼포먼스 캠페인 운영 시도

Identity Data

개인을 다른 사람과
구별하는 정보, Contact 정보

Descriptive Data

Demo, 주소, 소득, Life Stage,
Lifestyle, 관계, 사회적 위치

Attitudinal Data

컨텐츠 선호도, 기능 만족도, 구매 시
고려 사항 등 고객의 가치 체계

Interactive Data

티빙 디지털 마케팅 활동과 고객의
상호작용 정보, Click, Like, Share

Behavioral Data

검색, 탐색, 구독
Page View, 컨텐츠 플레이

Transactional Data

결제 통화, 결제 수단
구독 관련 수익

1st-Party Data 식별

식별 ID

휴대전화, 이메일

Customer Profile

고객 직접 입력, 행동/구매 데이터 기반 추론, Survey

마케팅 시스템, Web/App Tracker

행동 로그(방문, 클릭, 검색, 구독, 컨텐츠 플레이)

티빙 내부 관리 시스템

3rd-Party Data 비식별

비식별 ID

Cookies, ADID

Affinity

관심사, Life Style, 취향 등 Audience Group

In Market

서비스 관련 행동 기반 Segment

Retailer Data 매체 보유 데이터

Result

앱 사용자 및 사용 시간 모두
최근 5년간 증가세
24년 1월 기점으로 큰 폭 상승
24년 8월 전년 동월 대비
47% 성장하며 역대 최고 달성

앱 서비스
성장

47% ↑

사업
성장

41% ↑

올해 2·4분기 티빙 매출액,
1년 사이 41% 증가한 1079억원
유료 가입자 수 큰 폭 증가
전분기 대비 24년 1분기 50% 증가,
24년 2분기 29% 증가

DXE × **CJ MEZZOMEDIA** Portfolio 주요 포트폴리오

**브랜딩+퍼포먼스
통합 캠페인**

Branding + Performance Campaign

- ↳ 코치
- ↳ 티빙
- ↳ 웹젠
- ↳ 릴리스게임즈
- ↳ PUBG
- ↳ 라이엇게임즈

**퍼포먼스
캠페인**

Performance Campaign

- ↳ CJ온스타일
- ↳ 올리브영
- ↳ LG생활건강
- ↳ DB다이렉트
- ↳ ABC마트
- ↳ 카약
- ↳ 호텔스컴바인
- ↳ 브랜드웍스코리아

**브랜딩
캠페인**

Branding Campaign

- ↳ 디즈니플러스
- ↳ 알리바바닷컴
- ↳ 이클립스
- ↳ 브라운포맨코리아
- ↳ 브라이틀링
- ↳ 파라스파라

**해외(글로벌)
캠페인**

Global Campaign

- ↳ LG에너지솔루션
- ↳ 신라면세점
- ↳ 지마켓글로벌
- ↳ 한국방문위원회
- ↳ 서울관광재단

E-Commerce

CJ 온스타일.

CJ ENM

11월 4일 월요일 오후 9시

데일리 아미노샷으로 간편하게 피부회복!
누트라

우리가 사랑한
설레는 설

알텐바흐 디펜더스 IH 24팬

20%
적립

CJONSTYLE



CJ온스타일
1644-2525



최대 1천만원

7%카드

CJONSTYLE



셀럽과 함께 완성하는 취향공감 쇼핑

[OPEN] 쇼핑은 쇼로 시작해!

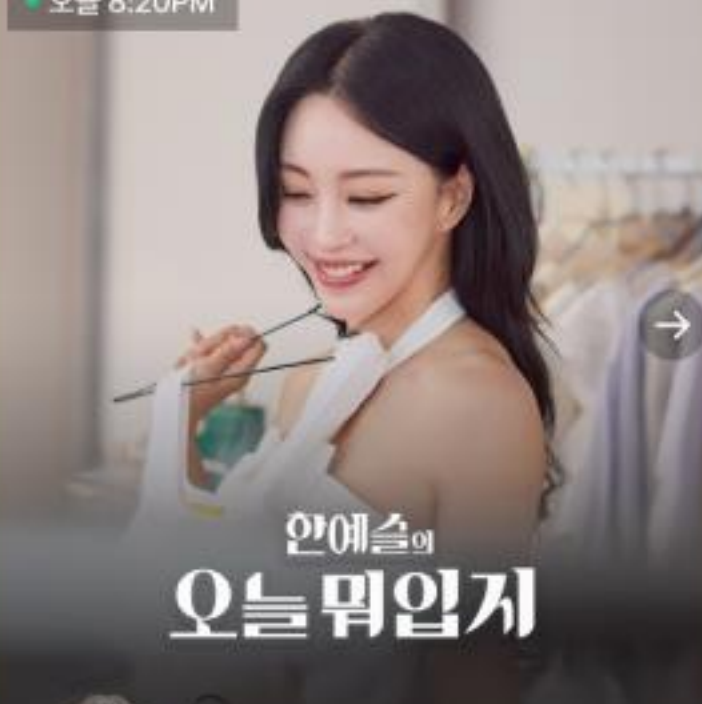
2/17~28 대표 프로그램 일정 확인하고,
최대 1천만원 주인공이 되어보세요!

지금 혜택받기

공유하기

오늘 8:20PM

CJONSTYLE



#실시간 LIVE #꿀정보장

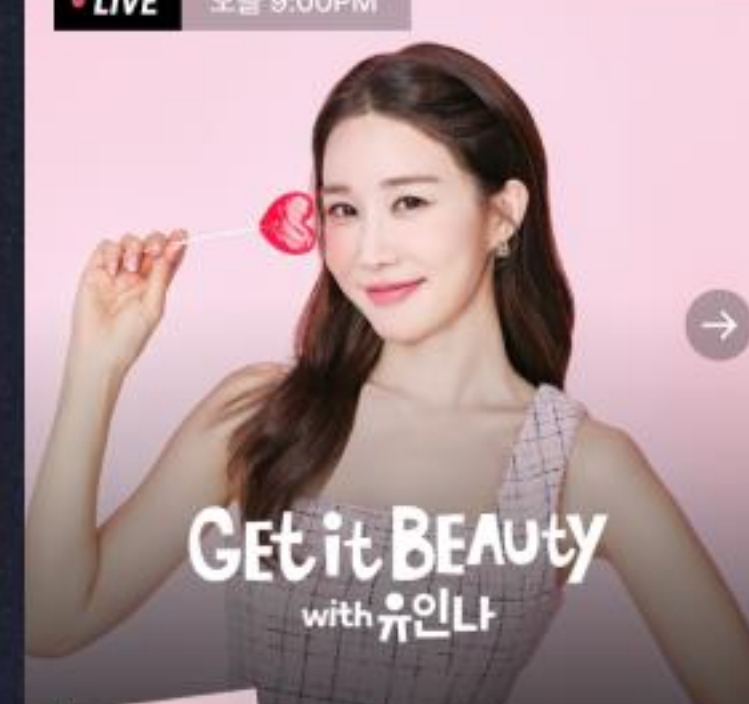
오늘 입을 옷 고민 끝!
한예슬의 패션 상담

잉크/막스마라/데스트리 외 환절기 아우터
420,147원 498,000원 **00%**

지금 혜택받기

LIVE 오늘 9:00PM

CJONSTYLE



#베스트셀러 #피부나이 감소

뷰티 덕후들의 뷰티템 분석
갯잇뷰티X벨르제이

[재구매 의사] 벨르제이 고품량 캐비어크림
208,413원 601,000원 **00%**

지금 혜택받기

오늘 8:45PM

CJONSTYLE



[바켄] 뽀빠리
295,000원



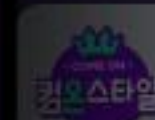
TV 편성표

LIVE SHOW

모바일 라이브쇼



고객센터



Background

홈쇼핑의 즐거움과
커머스의 트렌드를 담아
고객을 만나다.



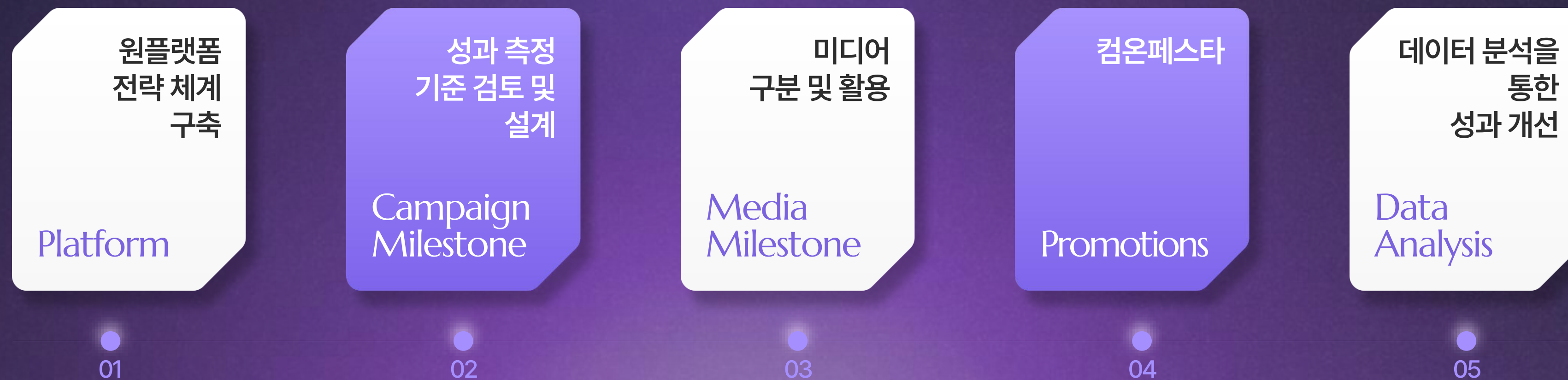
Strategy

CJ온스타일은 다양한 유통 채널을 보유한 플랫폼 경쟁력이 있습니다.
이를 활용해 신규 고객 유입의 장벽을 낮추고 기존 고객의 구매 증진
을 도모하며

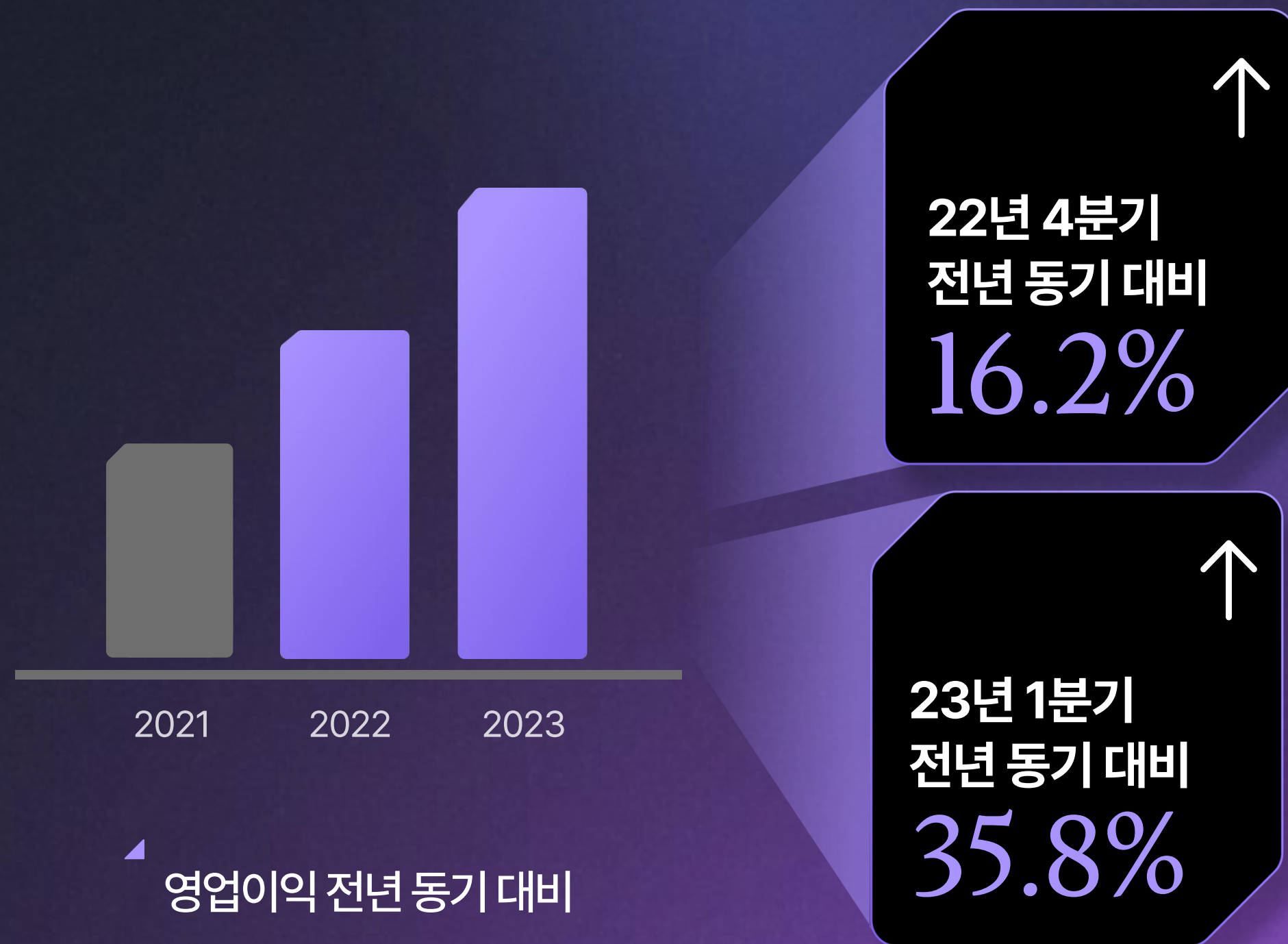
고객 생애 가치 극대화 측면에서 디지털 마케팅을 운영하였습니다.

▲ LTV 극대화 이커머스 전략

Life Time Value : 고객생애가치



Result



CPUV 전년 대비 동일 마케팅 예산 기준
Cost Per Unique Visitor : 순 방문유저당 유입단가



ROAS 전년 대비 동일 마케팅 예산 기준
Return On Advertising Spend : 비용대비 매출

Beauty

올리브영.

Oliveyoung

최대 할인가로 사고 장바구니 쿠폰까지 받기 >>

도착보장



초저분자
히알루론산



사원하게 수분충전!
풀링 효과까지



10% 쿠폰

ideal
FOR MEN



산뜻한 모공케어
수분 올인원

>> BRINGGREEN

공식물 단독 혜택, 첫구매는 추가 할인까지!

브링그린

추가 10% 쿠폰 + 도착보장



UP TO
50%

WAKE MAKE

공식물 단독 혜택, 첫구매는 추가 할인까지!

웨이크메이크

추가 10% 쿠폰 + 도착보장



UP TO
55%

브링그린 전/제/품

UP TO

50%

오직 네이버 브랜드스토어에서만!

최대 할인가로 사고 장바구니 쿠폰까지 받기 >>

식물나라.

공식물 단독 혜택, 첫구매는 추가 할인까지!

식물나라

설 선물대첩 단독 특가



UP TO
66%

ROUND AROUND

설 선물대첩 역대급 특가!

라운드어라운드

추가 15% 쿠폰 + 도착보장



UP TO
55%

BOH

도착보장

Background & Mission

올리브영 PB 브랜드는 과열된 뷰티 업계 경쟁 속

네이버 스토어에 대한 유입/매출 극대화 전략 필요했습니다



뷰티 업종 디지털 광고비 현황

출처: 메조미디어 트렌드리포트

Campaign Strategy

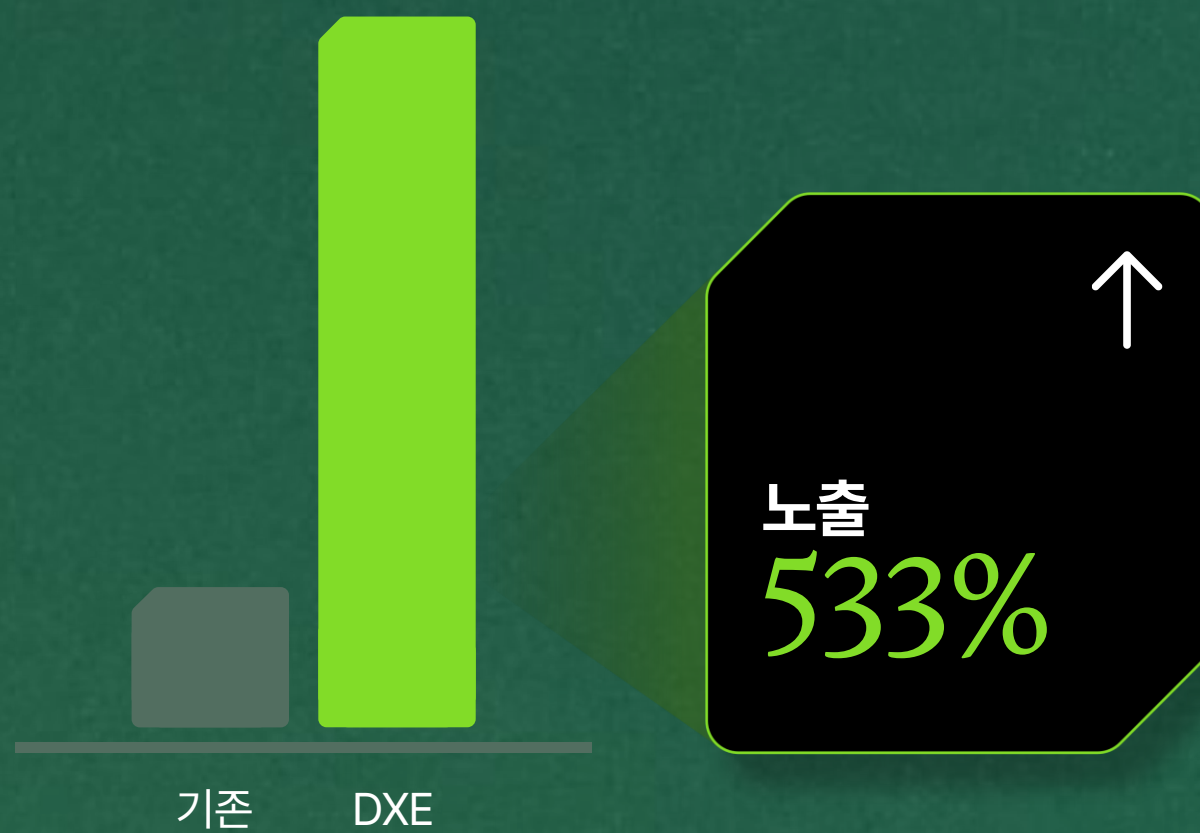
올리브영 PB 브랜드 고객들의 복잡한 구매여정을 추적하여
각 여정의 목적과 브랜드 목표에 초점을 둔 전략 설계



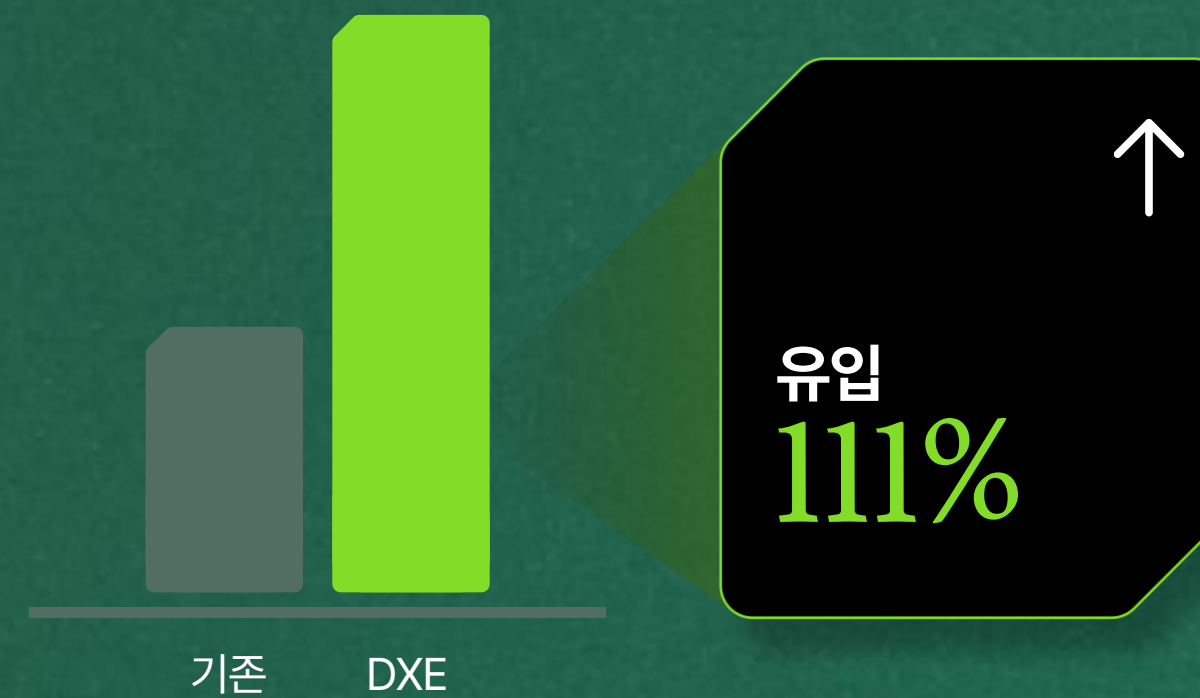
고객의 구매 여정 추적

Result

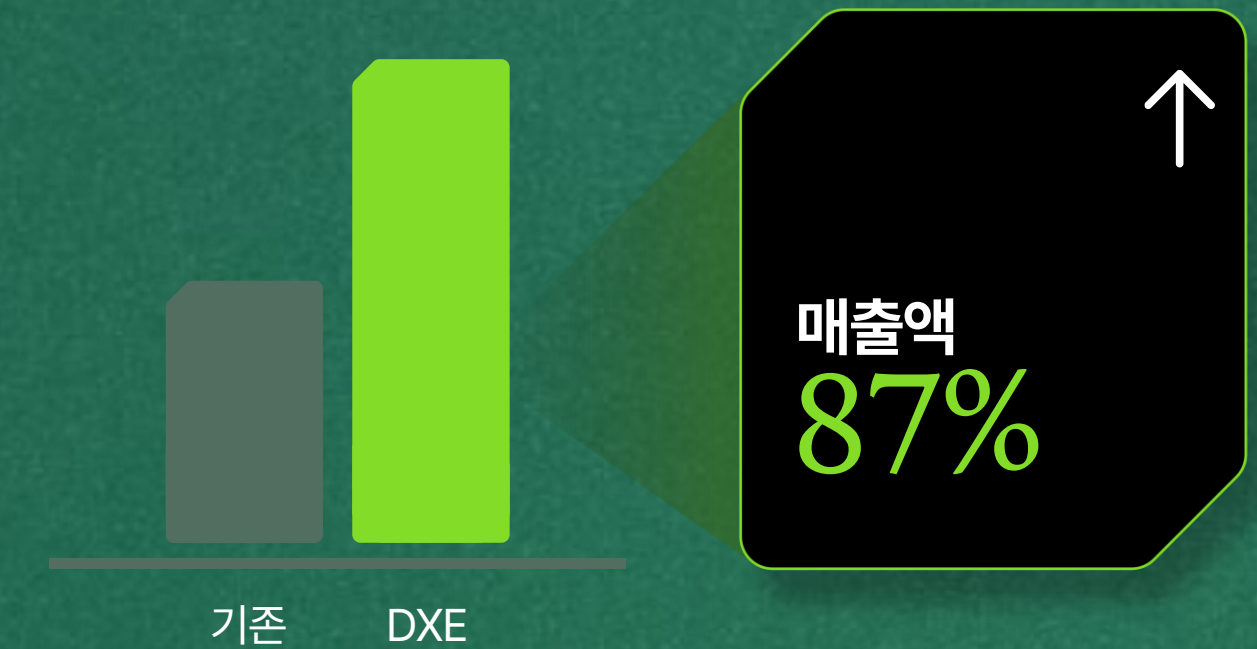
올리브영 네이버스토어 채널과 뷰티업종 고객 이해도 바탕으로
고효율의 캠페인 성과 달성



고퀄리티 키워드 노출 전략에 따른인지도 상승



TEST 통한 고효율 소재 및 소구 포인트 발굴



순위별 성과분석 및최적 순위 자동입찰

Beauty

더페이스샵.

LG생활건강

Woody Musk

“보송보송하게
샤워를 한 후 바스락 거리는
이불 속에 파묻혀서 즐기는 휴식”



수 올리브영 단독 런칭

예화담 × OUR

실 사용 만족도 평가 90% 이상 기록!

예화담 환생고 스페셜 에디션



강력 안티에이징 루틴 지금 시작하기 >

THE FACE SHOP
CLEAN BEAUTY

더욱 얇고 단단해졌다!

아이 라이즈 슬림 브로우

- ✓ 1.5mm 초슬림 한올 터치
- ✓ 하드브로우 정점만썩
- ✓ 롱래스팅 초밀착



NEW

THE FACE SHOP
CLEAN BEAUTY

6천원대

네이버 오늘의 특가

오늘만 이 가격! 단 하루 60% 할인 >



Brand Sale

10.01 - 10.5

THE FACE SHOP
CLEAN BEAUTY

손상에 강한 피부 장벽 닥터벨머 시카 크림

#손상방어 #민감도개선 #장벽강화

완벽 밀착감

손상 방어력 6.6배

피부 민감도 74% 개선

20%
OFF



THE FACE SHOP
CLEAN BEAUTY



곧 종료
50%

여름은 지나도, 자외선은 지속되니까! 파워 롱래스팅 선크림

Background

다양한 플랫폼의 등장과 파편화되고 더욱 세분화 된 고객 니즈
선별적 타겟 확보와 확장을 통한 마케팅 전개 필요성



사용자 리뷰 중심 독보적 1위 플랫폼
회원 기반 세일즈 강화



국내 1위 드럭스토어
오프라인 기반 온라인 세일즈 강화



로켓럭셔리(뷰티) 누적구매 400만 돌파
뷰티 시장 점유율 강화

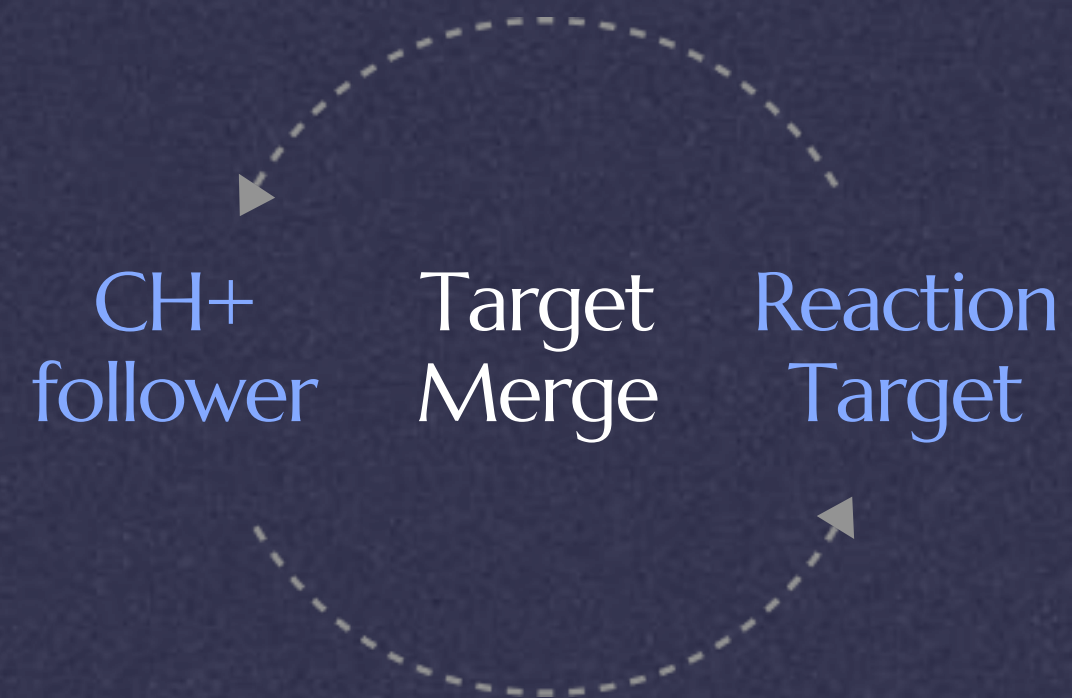


뷰티 카테고리 83% 이상 성장
카테고리를 성장동력으로 세일즈 강화

Strategy

로열티 타겟 세일즈 강화

각 브랜드의 고객 데이터 활용
플친 메시지, SNS 채널을 통한 세일즈 강화



선별적 광고 노출

보다 효과적인 메시지 전달

타겟에 보다 '핏'한 메시지 전달을 통해
세일즈 강화를 위한 다양한 레이아웃 테스트



소재 반응 지속적인 개선

외부 플랫폼을 통한 타겟 확장

다양한 외부 채널 협력 광고를 통해
타겟 외견 확대 시도



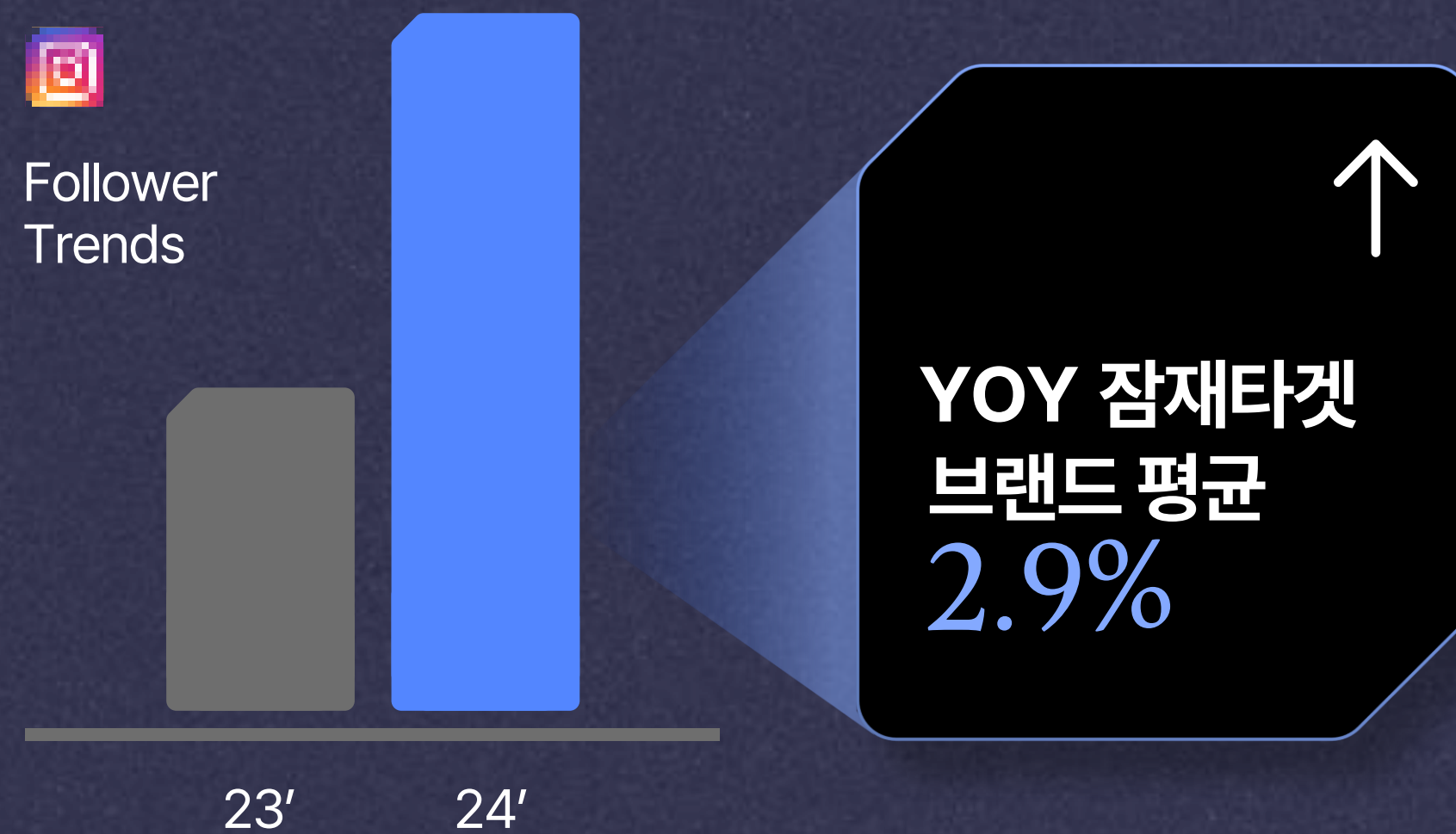
플랫폼 연계를 통해 타겟 범위 확장

Result

외연 확장을 통한 지속적인 충성 고객 확보,
이를 통한 지속적인 성장 지향 세일즈 시도



Follower
Trends



YOY 잠재타겟 브랜드 평균 2.9% 성장

25.1 기준 Business suite 추산치



24년도 분기 마케팅 매출규모 2.3% 성장

25.1 The face shop 온라인 MKT 매출 기준

Insurance

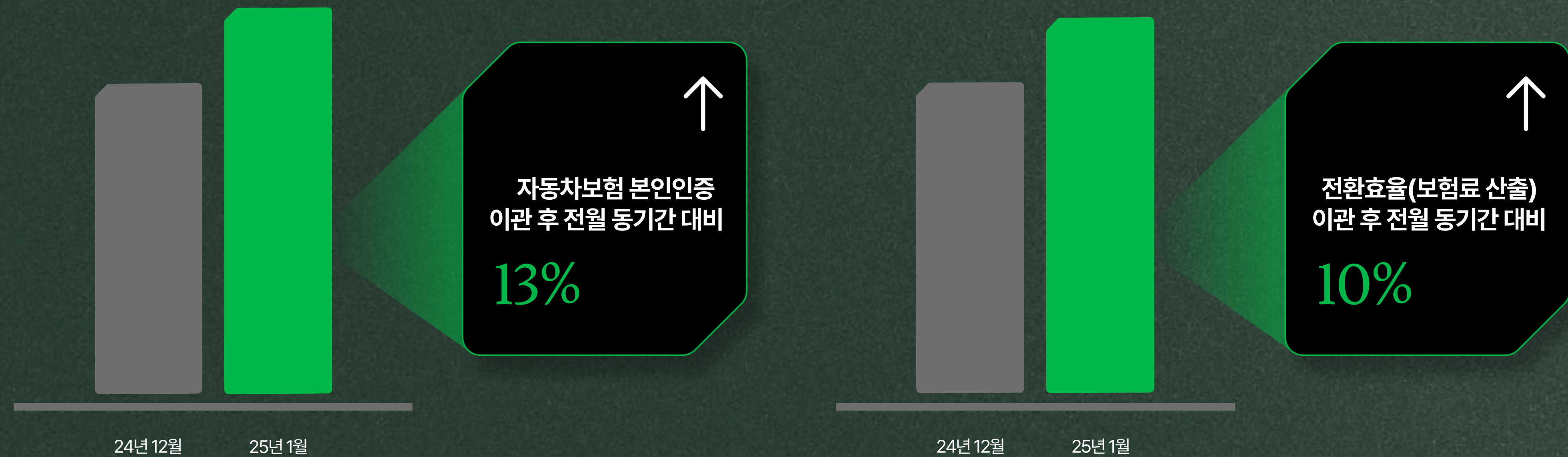
DB다이렉트.

DB손해보험



Result

이관 후 CDJ에 따른 맞춤 전략 즉시 적용,
전환 볼륨 증가 및 효율 개선 동시 달성



Strategy

자동차 보험 검색 유저의 탐색 단계에 따른 맞춤 전략을 설계하여
숨은 고객을 찾아내는 퍼포먼스 마케팅 전개

초기탐색

초기 탐색 고객 확보 위한
대표키워드 및 상품 키워드 관리

브랜드 탐색 및 비교

브랜드 우위 선점을 위한
자사 아이덴티티 소구

보장 및 가입 요건

고관여 탐색 니즈 높은 중·세부
키워드의 효율적인 관리

보험 체결

최종 체결 시 필요한 정보를
명확히 전달하는 후킹 포인트

체결 이후

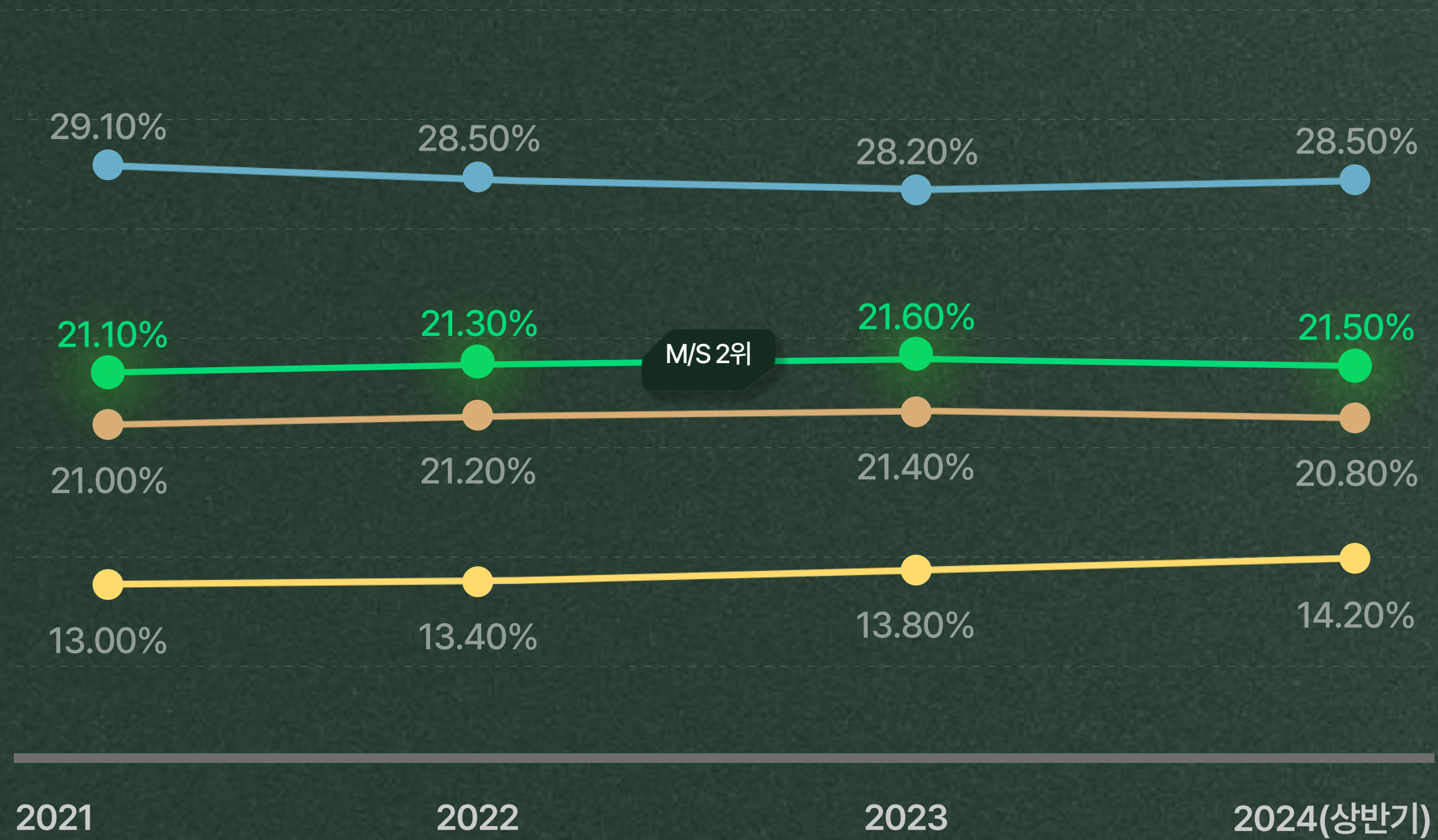
갱신/변경/해지 고객을 위한
자사 락인 로열티 어필

[CDJ에 따른 광고 현황 파악 및 전략 설계]

Background

Big4간 경쟁 구도가 고착화된 자동차보험 시장 속 성장의 변곡점을 만들어야 하는 상황

DXE는 고객에 집중해서 성과 상승의 키를 찾았습니다



E-Commerce

ABC마트.

에이비씨마트 코리아



GAZELLE



EVENT

APP PUSH

수신동의 이벤트

동의하고 골드바 받기 >



100% 당첨

설에는
설레이는 혜택

COUPON
15%

이리데어
SALE

최대
50% OFF

ASH
DEAL

특별한 혜택과 함께 여름 준비하기

ABC-MART

혜택 다 가정!
행복이 가득한
가정의 달

TWING
MEMBERSHIP
STANDARD 3

동행쿠폰
5%

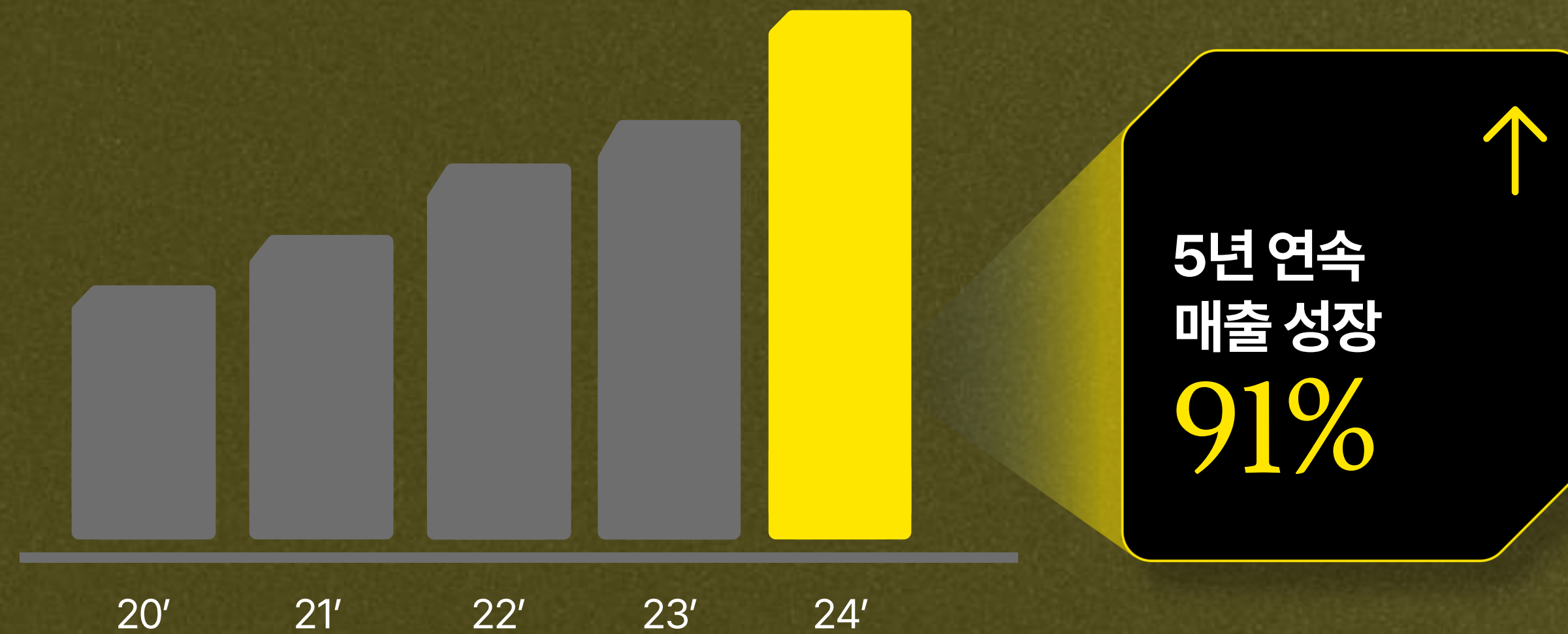
WHITE DAY

Sweet

Result

ABCMART & DXE

5년간 매출 지속 성장



▶ ABC마트는 5년 연속 DXE와 함께하며 성과를 지속 확대하고 있습니다

Strategy

DATA와 DXE 광고 운영 솔루션을 적용한 패션 플랫폼 맞춤 퍼포먼스 마케팅 전략 적용

HOW TO. 빠르게 변화하는 패션 트렌드를 어떻게 광고에 접목할 수 있을까?

고객 데이터 활용 ALL-COVERING 미디어 전략

온오프라인 상품 판매 현황 데이터 및 광고 성과
데이터 기반으로 트렌드 파악

HOW TO. 수많은 입점 브랜드의 재고&가격 현황을 광고 운영에 적용할 수 있을까?

수급 현황 반영 광고 운영 프로세스 정립

온오프라인 상품 판매 현황 데이터 및 광고 성과
데이터 기반으로 트렌드 파악

DATA &
SOLUTION

HOW TO. ROAS 효율을 관리하면서 고객 도달할 수 있는 방법은?

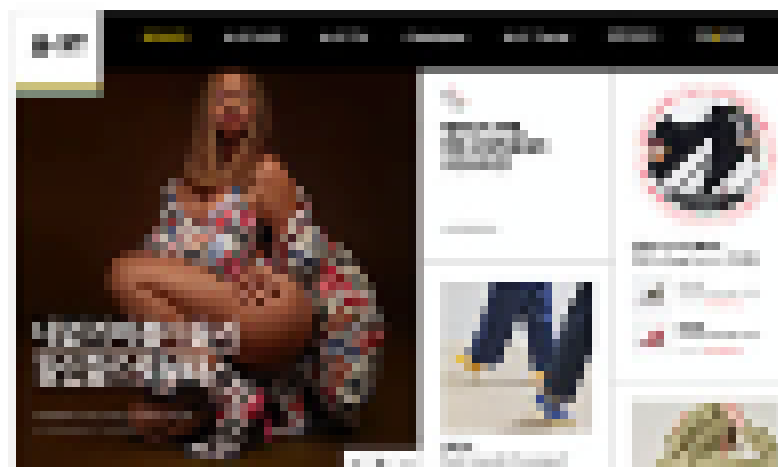
DATA를 활용 트렌드 파악

고객 구매 및 검색 데이터 활용 타겟팅 기반 SA, SS, DA, VA 디지털 전 영역을 커버하는 MEDIAMIX로 캠페인 운영

Background

다양한 플랫폼의 등장과 파편화되고 더욱 세분화 된 고객 니즈
"모든 연령층이 선호하는 트렌디한 제품을 제공한다"

ONLINE



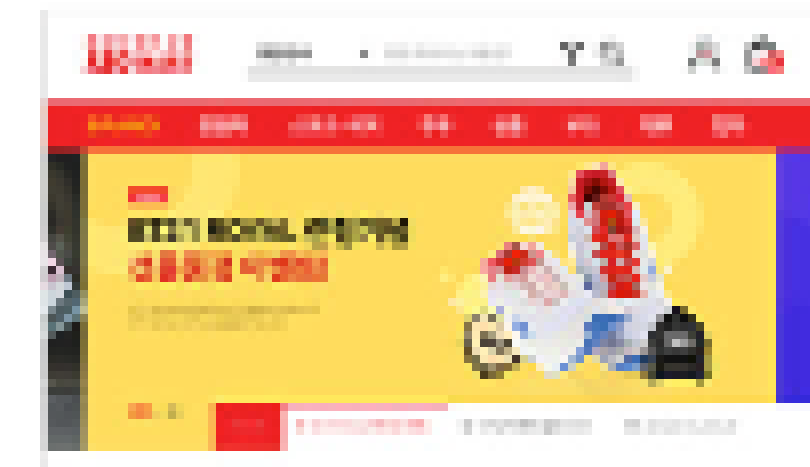
A-RT.COM

다양한 콘텐츠와 서비스를 제공하여 새로운 문화를
 만들어가는 에듀테크로 대표되는 특색한
 ONLINE PLACE입니다.



GRAND STAGE

탈락의 순간 및 여파를 다룬 브라운 샷을
 만날 수 있는 전용 스토어를 열었다.



ABC-MART

모든 연령층이 선호하는 다양한 상품을 만날 수 있는
 기존의 ABC-mart 스토어를 열었다.

▲ ABC마트를 통해 고객이 원하는 장소, 원하는 시간에 편리하게 구매할 수 있도록
 디지털 퍼포먼스 마케팅으로 구매 니즈 고객에게 최적의 상품과 가격정보를 제공하였습니다

Travel

호텔스컴바인

HotelsCombined



후쿠오카 여행 지금 떠날까?
호텔 최저가 비교에 5% 할인은 덤!



새로운 일본을 만나다
호텔 5% 추가 할인 & 놀거리 추천



이번 연말? 후쿠오카가 정답
후쿠오카 호텔? 호텔스컴바인이 정답!



행은? 역시 제주도!
최저가 호텔부터 혜택까지



후쿠오카 호텔 예약
이제 시작! →



호텔스컴바인

후쿠오카연말 호텔? 지금이 찬스

온라인 최저가로 여행가자!

지금 호텔 최저가 확인하기

호텔스컴바인

연말에 제주도 가세요~?

인기호텔 최저가 한눈에 비교!

연말예약 끝마감!

지금 호텔 최저가 확인하기

호텔스컴바인

후쿠오카연말 숙소 예약

온라인 최저가 한눈에 비교!

TRAVEL COUPON
5% 추가할인 (일부 입점사)

지금 호텔 최저가 확인하기

호텔스컴바인

연말 제주도 인기호텔!

최저가 비교하고 예약하자!

5% 추가할인

지금 호텔 최저가 확인하기

Background

호텔스컴바인과 함께 세계 여행을 떠나보세요!

"여행 계획 과정을 간소화하여 최적의 항공권, 숙소, 렌터카를 손쉽게!"



여행을 떠나는 모든 사람들이 호텔스컴바인을 통해 여행 계획 과정을 간소화하고 다양한 할인 혜택 정보를 접할 수 있도록 변화하는 여행 니즈에 발맞춘 끊임 없는 키워드 확대와 관리로 여행객 니즈 기반 광고 운영을 실현하였습니다.

Strategy

여행업 특성에 맞는

트렌드 및 유저 특성에 기반한 광고 운영 전략 적용

변화하는 트렌드에 빠르게 대응

- ▶ 여행 예능 여행지 키워드 확장
- ▶ 공연 및 경기 일정에 따른 아이돌 공연장, 스포츠 스타디움 주변 숙소 예약 니즈 대응한 키워드 확장

지역에 따른 여행 수요 예상 시나리오

- ▶ 거주 지역 숙소 예약 니즈 감소 경향 예측 (유저 거주 지역 내 숙소 키워드의 입찰 완화 적용)

변화하는 여행 니즈 맞춤 밀착 검색광고 관리

수만 개의 랜딩페이지도 안전하게 점검

- ▶ 내부 사이트의 문제로 일시적으로 연결되지 않는 상세 페이지는 데드링크 솔루션을 활용하여 사전 점검

연령별 소비패턴 기반 차등 입찰

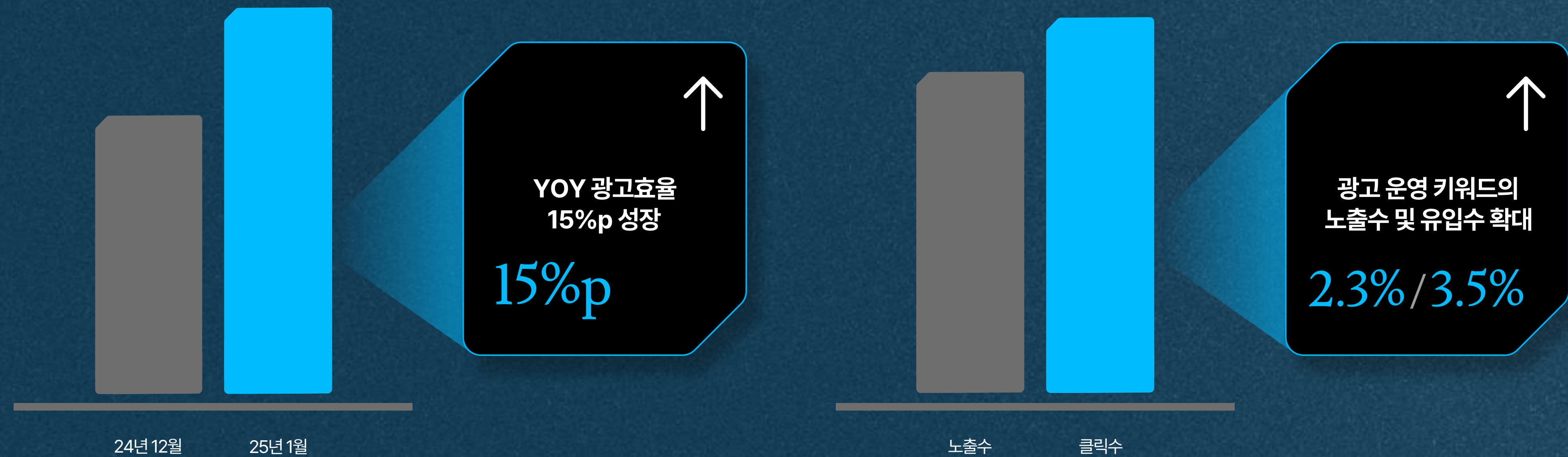
- ▶ 연령대별 차별화된 소비 패턴에 따른 입찰 전략 수립
소비력 강한 3040과 여행니즈가 많은 20대에 차별화된 입찰 전략 적용

[빠르고 안전한 키워드 대응]

[소비자 성향 기반 효율 관리]

Result

트렌드 기반의 꾸준한 키워드 확장으로
유입 볼륨 확장 및 효율 개선 운영





Portfolio

DXE × **CJ MEZZOMEDIA** Portfolio 주요 포트폴리오

브랜딩+퍼포먼스
통합 캠페인

Branding + Performance Campaign

- ↳ 코치
- ↳ 티빙
- ↳ 웹젠
- ↳ 릴리스게임즈
- ↳ PUBG
- ↳ 라이엇게임즈

퍼포먼스
캠페인

Performance Campaign

- ↳ CJ온스타일
- ↳ 올리브영
- ↳ LG생활건강
- ↳ DB다이렉트
- ↳ ABC마트
- ↳ 카약
- ↳ 호텔스컴바인
- ↳ 브랜드웍스코리아

브랜딩
캠페인

Branding Campaign

- ↳ 디즈니플러스
- ↳ 알리바바닷컴
- ↳ 이클립스
- ↳ 브라운포맨코리아
- ↳ 브라이틀링
- ↳ 파라스파라

해외(글로벌)
캠페인

Global Campaign

- ↳ LG에너지솔루션
- ↳ 신라면세점
- ↳ 지마켓글로벌
- ↳ 한국방문위원회
- ↳ 서울관광재단

Entertainment

DISNEY+.

월트디즈니컴퍼니코리아

Disney+

보고

디플 때



2024
대한민국
디지털 어워드

우수상
수상

Disney+

설레고

디플 때

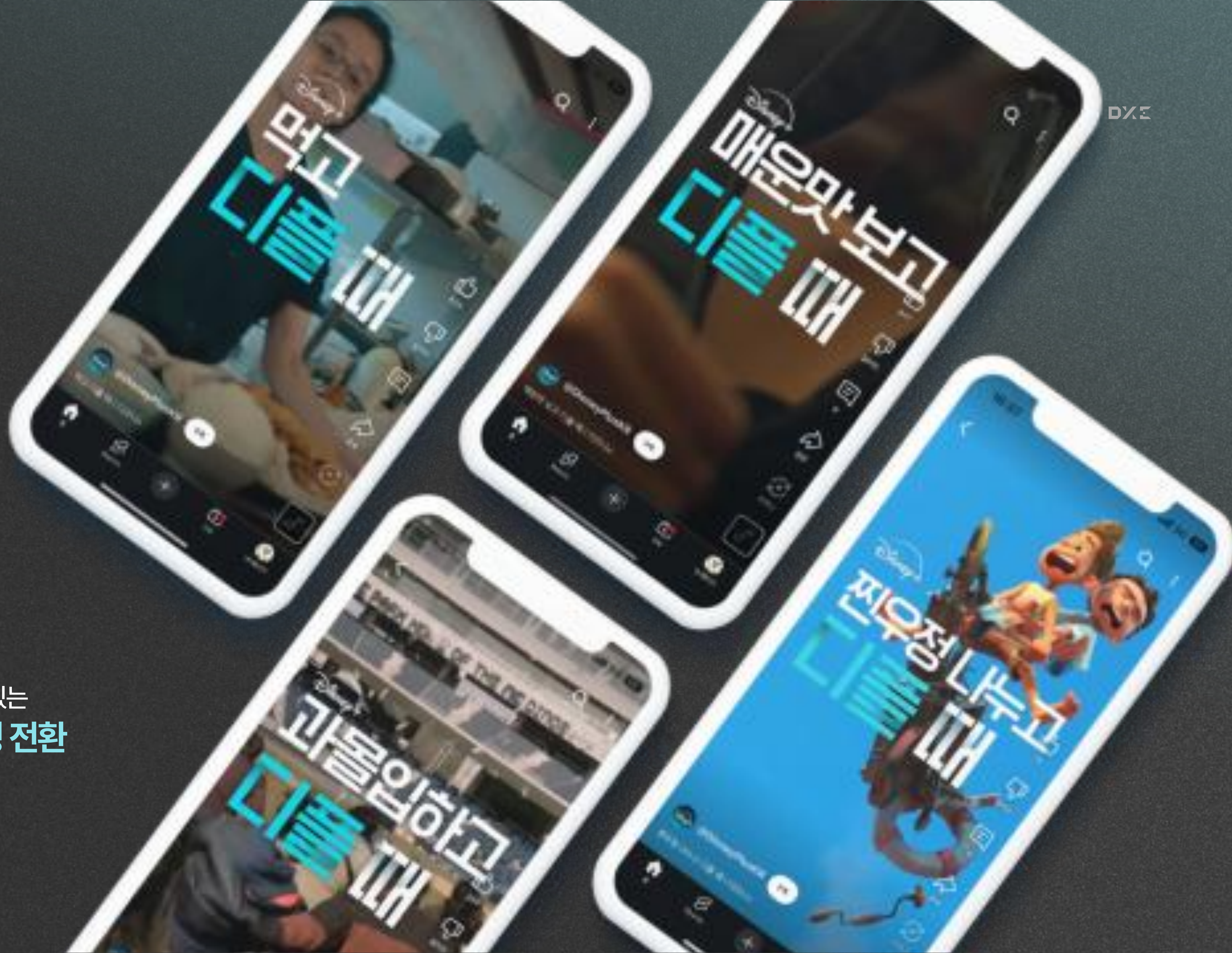




DXE

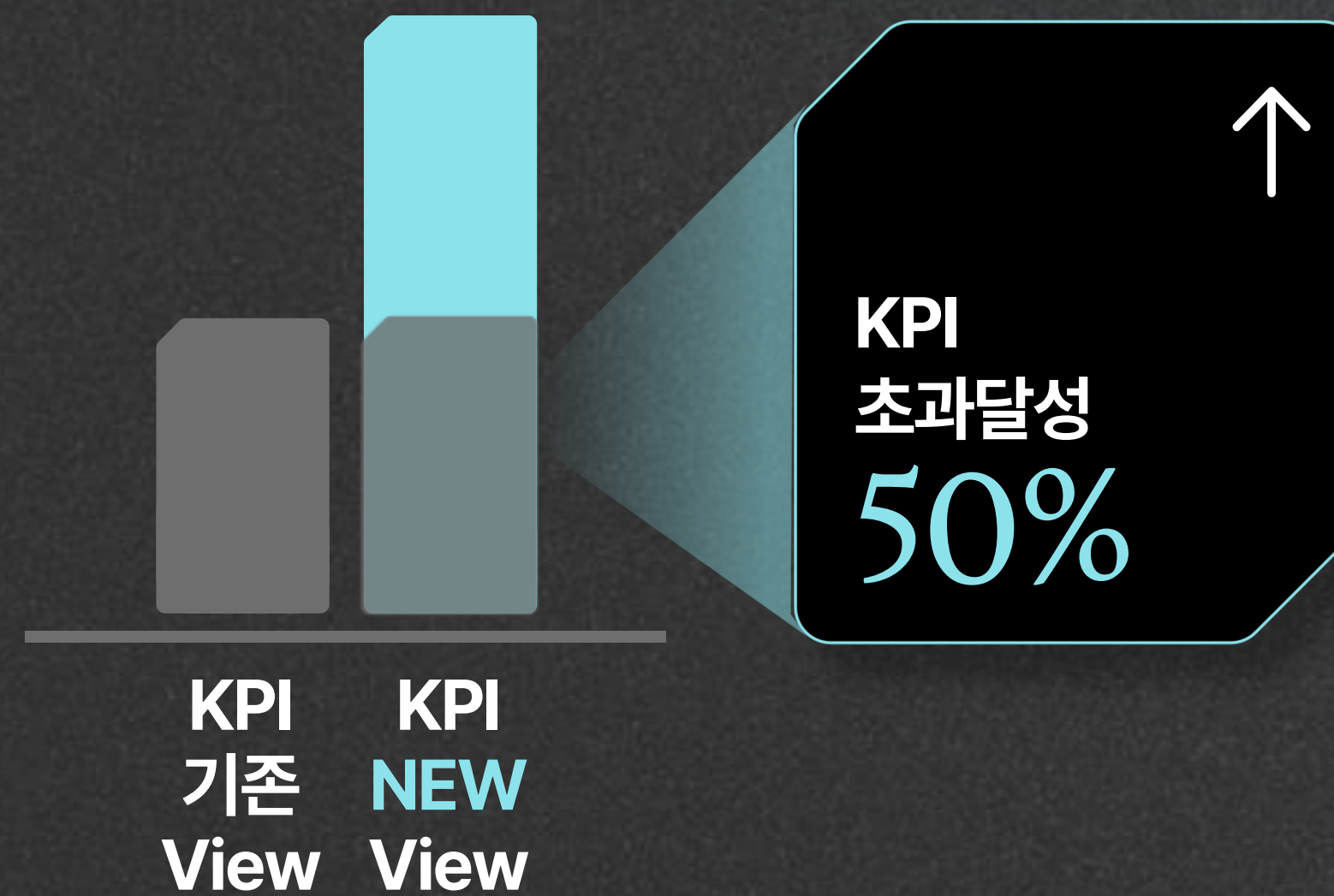
Background

MZ 세대에게 강력하게 어필할 수 있는
OTT 플랫폼으로의 브랜딩 전환



RESULT

MZ 세대에게 강력하게 어필할 수 '보고 디플 때'라는 후킹한 광고 카피를 중심으로
영한 타겟을 겨냥한 릴스, 쇼츠형 콘텐츠를 제작
SNS, 디지털 매체, TVC 등 전반의 광고 캠페인을 성공적으로 진행
한국 디지털 광고 어워드에서 우수상을 수상



E-Commerce

알리바바닷컴.

Alibaba.com

BACKGROUND

알리바바닷컴은 세계 최대의 글로벌 B2B 플랫폼이지만, 한국 시장에서의 인지도는 낮은 상황이었습니다. 그래서 알리바바닷컴은 브랜드 인지도를 높이기 위한 광고가 필요하였고 알리바바닷컴의 강점인 '제조사 직거래'가 가능한 플랫폼이라는 사실을 활용하여 브랜드 인지도를 형성하고자 하였습니다..

RESULT

제조사 직거래'가 가능한 플랫폼이라는 이미지를 각인 시키고자, '프리미엄 제조사 직거래는 알리바바닷컴'이라는 메시지를 활용하였습니다. 무엇보다 신뢰가 중요한 시장인 만큼 실제 알리바바닷컴을 사업에 활용한 브랜드의 대표를 광고 모델로 섭외하여 메시지의 진정성을 높였습니다.



E-Commerce

알리바바닷컴.

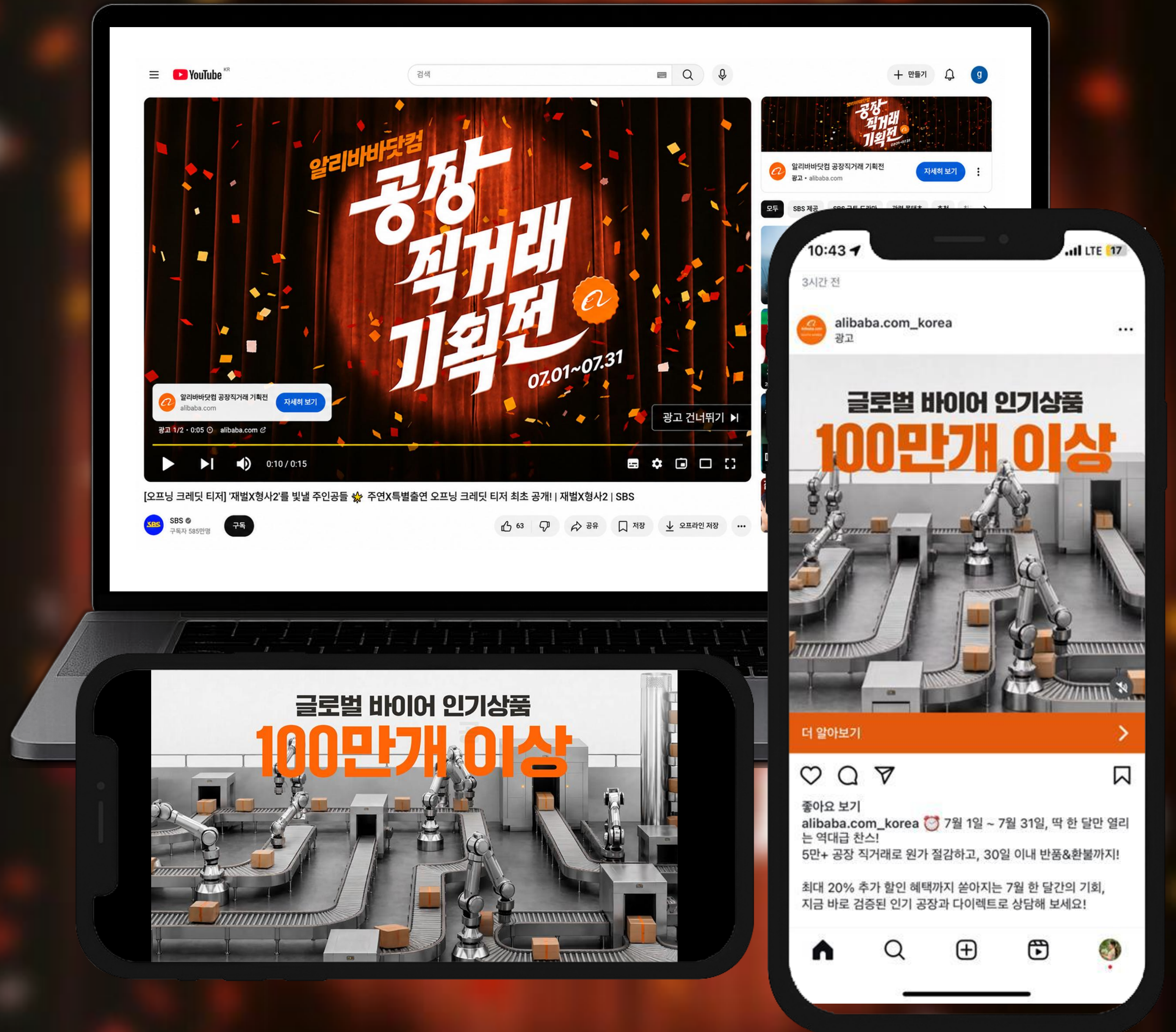
Alibaba.com

BACKGROUND

세계 최대의 글로벌 B2B 플랫폼 알리바바닷컴은 7월 1일~31까지 여름 프로모션을 진행하였고 프로모션을 알리고 참여를 유도하기 위한 동영상 광고가 필요 하였습니다.

RESULT

B2B 비즈니스에서 중요한 '신뢰', '전문성'을 표현하기 위해 '최신의 자동화 시스템 공장' 컨셉으로 영상을 제작하였습니다. 영상 속에는 알리바바닷컴 공장 직거래 기획전을 통해 받을수 있는 혜택 사항을 배치, 강조하여 프로모션 참여를 유도하였습니다.



Food

ECLIPSE.

MARS KOREA

BACKGROUND

이클립스 츄잉 민트와 어울리는 상큼하고 귀여운 이미지의 아이돌 츄를 모델로 기용해 MZ 세대가 가장 선호하는 숏폼 영상 콘텐츠를 제작했습니다. 이벤트별 목적에 맞는 캠페인 집행을 통해 이클립스 쫄득 민트 브랜딩 및 온오프라인 참여 확산을 목표로 제품 톤 앤 매너에 맞는 콘텐츠를 제작하고 브랜드 메시지 전달했습니다.

RESULT

단순 콘텐츠 제작이 아닌 IMC 캠페인을 통해 디지털과 오프라인에서 유기적인 브랜드 경험을 제공하고 그와 동시에 브랜드 인지도를 향상시켰습니다. 오프라인 부스는 2,273명, 온라인 AR 필터는 약 24만 명이 참여했으며 인스타그램 팔로워 수가 40% 증가했습니다.



Beverage

브라운포맨

브라운포맨



RAISE
CITATIONS

감각을 깨우는 맛



ESTD The 1826

Background

고도수 주류의 경우 방송 광고를 금지하는 심의 규정이 있기에,
제한적인 미디어 환경을 해결해야 했습니다
더불어, 법적/규제의 제한을 해결하면서

캠페인의 목표인 타겟의 도달 범위를 최대화하고 노출의 질을 향상시켜야 했습니다.

CHANGE THE RULES

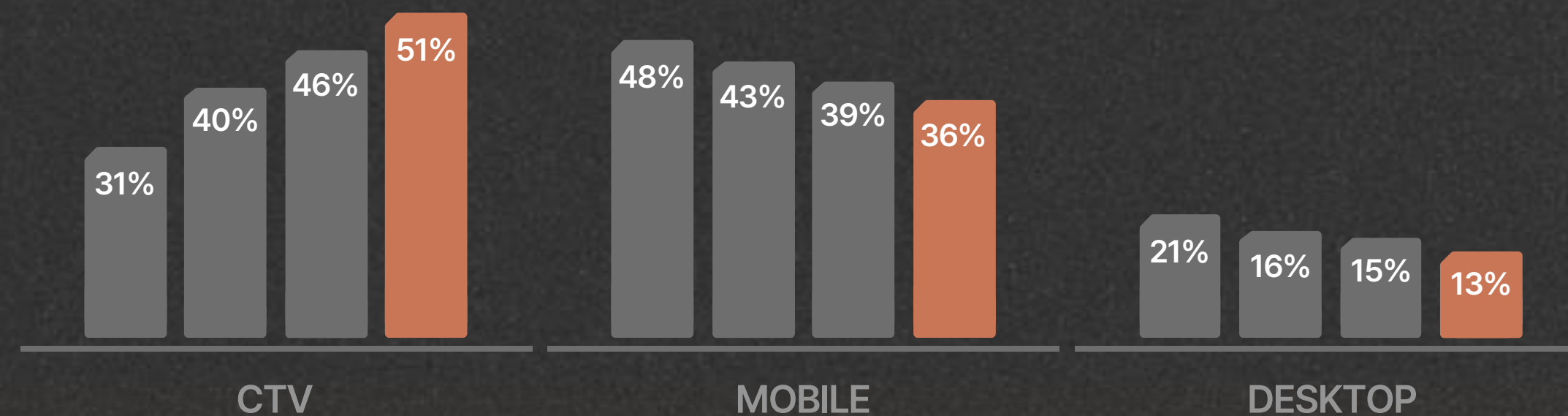


Strategy

유저의 영상시청 패턴이 커넥티브 시장으로 이동하는 것에 포커싱하여 월간 활성화 이용자가 가장 많은 유튜브에 주목하고
CTV를 커버하면서 가정에서 이용자가 가장 많은 유튜브에서 해결책을 발견

유튜브 셀렉트(주류+음악 관심채널 100% 노출공략) 상품을 통한 CTV 집중 노출로 지상파 TV의 한계를 극복함

동영상광고의 디바이스별 점유

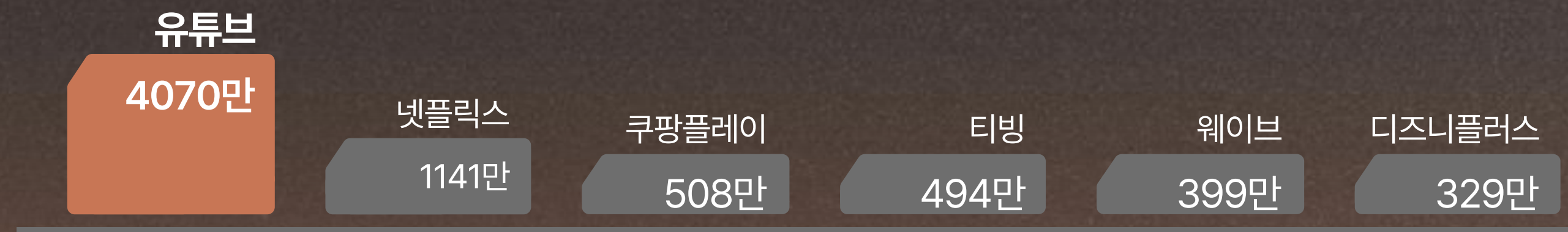


OTT 업계 요금 인상 현황 (단위: 원)



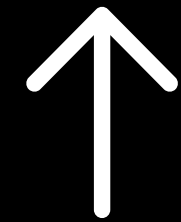
월간활성 이용자수(MAU)
(단위: 명)

*2023년 11월 기준



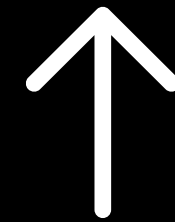
Result

광고성과분석을 위해 BLS 집행 결과, 브랜드 선호도 증가율 8.9% 증가하였으며
타 광고주 대비 2.7배 높은 수치인 것으로 확인되었으며 광고 집행 후 유튜브 내 브랜드 키워드 검색량 33.5배 증가하였습니다.



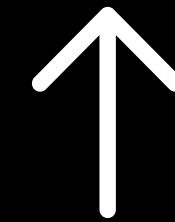
브랜드 선호도
증가율

8.9%



타 광고주 대비
브랜드 선호도 증가율

2.7배



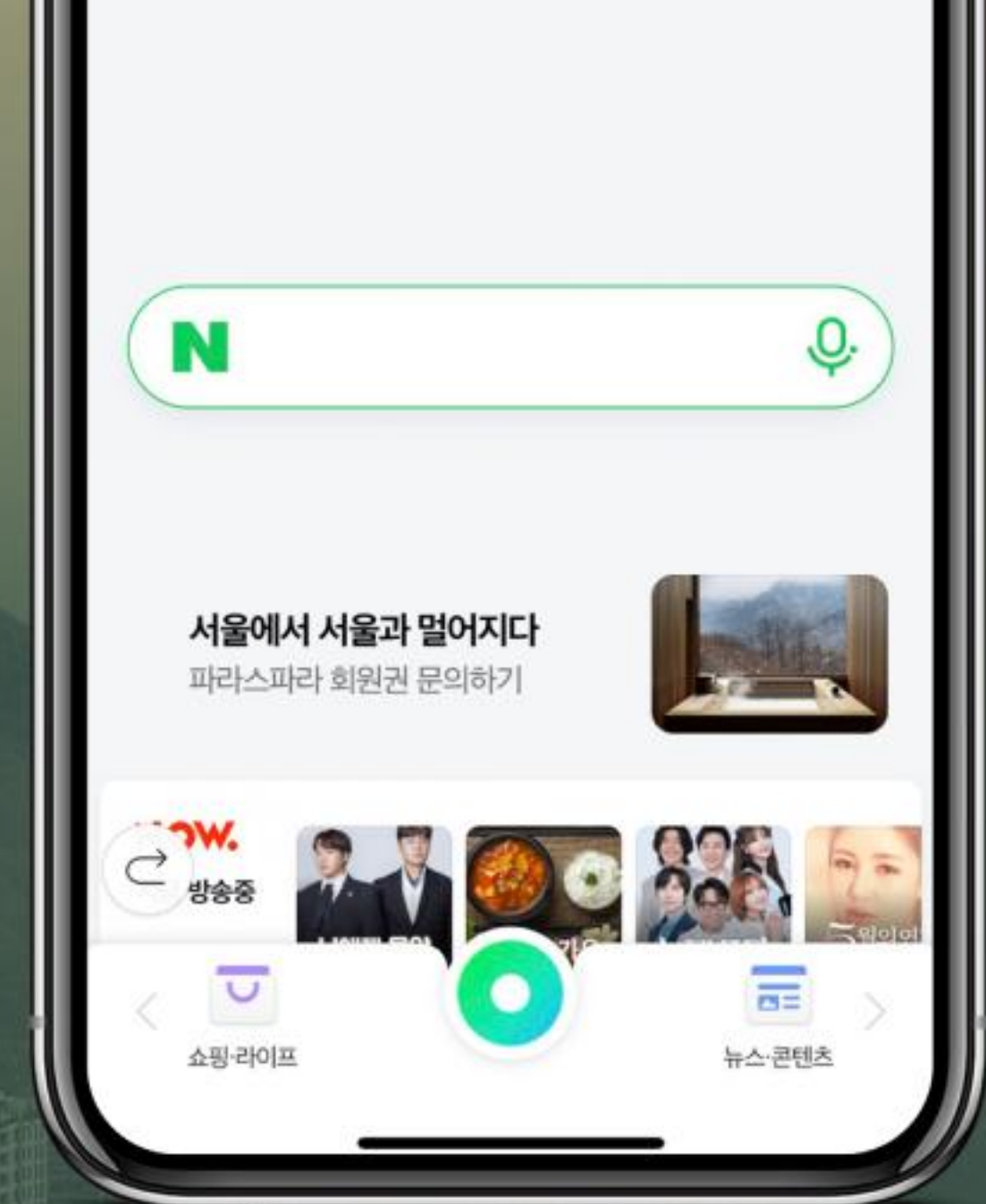
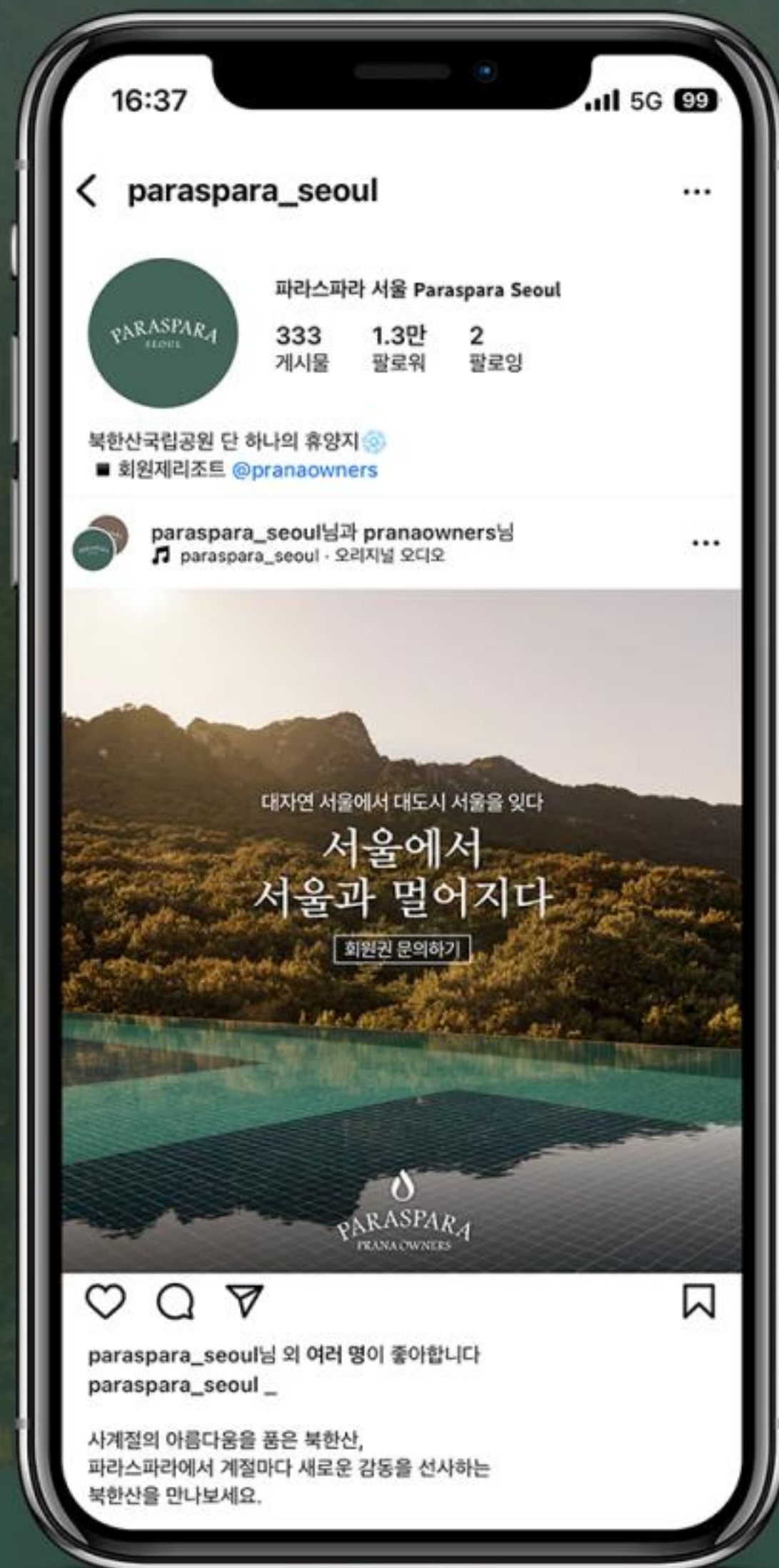
유튜브 내
브랜드 키워드 검색량

8.9배

Accommodation

PARASPARA.

정상북한산리조트



Background

파라스파라 리조트의 온라인 분양 활성화를 위한 디지털 통합 마케팅 업무 진행,
시즌에 맞는 파라스파라 리조트의 다양한 전경과 프리미엄을 향유하는 모습을
보여줄 수 있는 콘텐츠 제작 및 주요 플랫폼 내 분양 관심군에게
집중적인 노출을 통한 효율성 제고를 목표했습니다



Strategy

국내 주요 매체 및 고소득 타겟 매체를 활용한 전환 캠페인으로 온라인 분량을 활성화하고, 매체별 효율성을 분석해 파라스파라에 최적화된 매체로 운영 중입니다.

매월 새로운 콘텐츠로 변화하는 파라스파라의 모습을 보여주며, 급격한 기상 변화 시 **즉각적인 소재 반영을 통해 날씨에 맞는 리조트 광고를 기획·운영하고 있습니다.**

Result

고객 데이터를 확보하고 경제력 있는 타겟에 정확히 도달하기 위해 DMP 모수를 활용하는 동시에, 자사 웹사이트 픽셀 연동을 통한 1st Data 수집 및 Re-Targeting으로 고관여 고객에 집중했습니다.

그 결과 기존 대비 전환율이 300% 이상 상승하며, 리조트 비수기에도 높은 관심을 받고 있습니다.



DXE



   **MEZZOMEDIA**

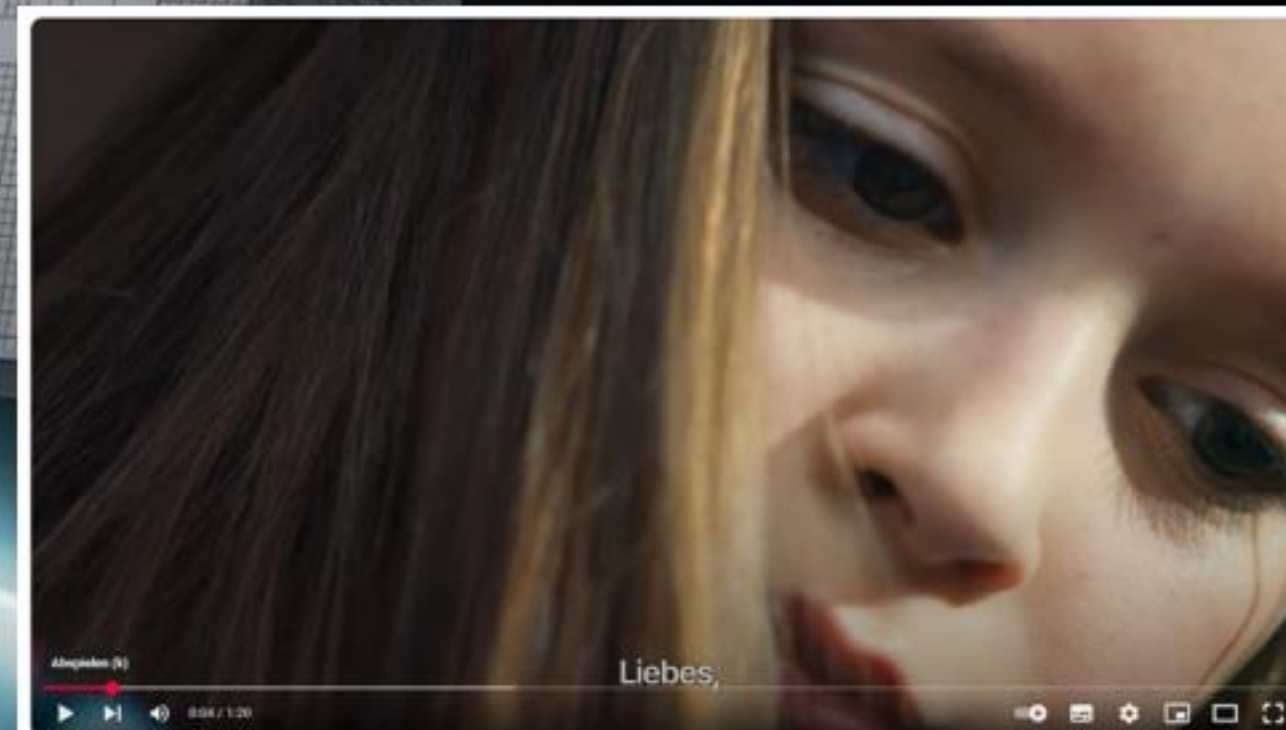
Portfolio

주요 포트폴리오

브랜딩+퍼포먼스 통합 캠페인	퍼포먼스 캠페인	브랜딩 캠페인	해외(글로벌) 캠페인
Branding + Performance Campaign	Performance Campaign	Branding Campaign	Global Campaign
↳ 코치	↳ CJ온스타일	↳ 디즈니플러스	↳ LG에너지솔루션
↳ 티빙	↳ 올리브영	↳ 알리바바닷컴	↳ 신라면세점
↳ 웹젠	↳ LG생활건강	↳ 이클립스	↳ 지마켓글로벌
↳ 릴리스게임즈	↳ DB다이렉트	↳ 브라운포맨코리아	↳ 한국방문위원회
↳ PUBG	↳ ABC마트	↳ 브라이틀링	↳ 서울관광재단
↳ 라이엇게임즈	↳ 카약	↳ 파라스파라	
	↳ 호텔스컴바인		
	↳ 브랜드웍스코리아		

Energy

LG 에너지 솔루션.



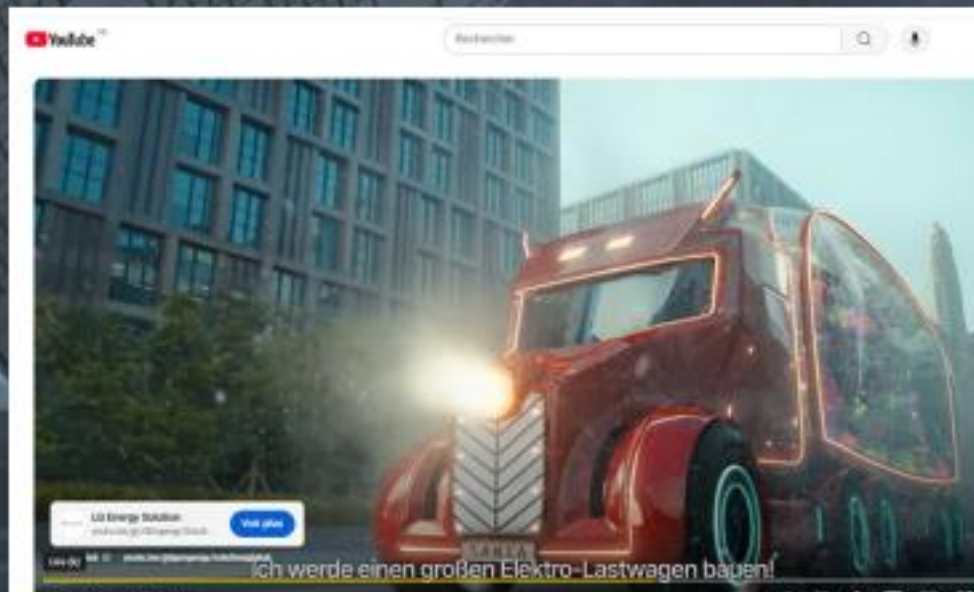
EMPOWER EVERY POSSIBILITY | DEU | LG Energy Solution
LG Energy Solution Global



EMPOWER EVERY POSSIBILITY | FRA | LG Energy Solution
LG Energy Solution Global



China's Economy is in Bad Shape
1,504,279 views · 100% TD, 2022



Attique à la voiture-besoin en Allemagne : cérémonie et hommage et aux victimes - FRANCE 24
FRANCE 24



Thy Pro Life Pastor's Sermon on Abortion Deserves a Larger Audience | NYT Opinion
13,076 views · 100% TD, 2022



Background

자동차 전지, 소형 전지, ESS 전지 사업을 전 세계로 확장하는 LG에너지솔루션이
주요 배터리 생산 거점 지역을 통한 생산 능력 확대와, 임직원 및 인근 지역 주민(25~54세)의 관심을 기반으로
지역과 함께 성장하는 브랜드로서의 인지도를 강화하기 위한 캠페인 요구

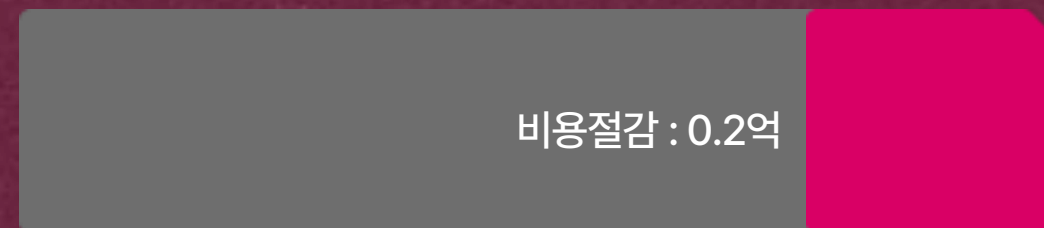




Result

소셜 알고리즘을 바탕으로 한 정교한 국가별 타겟 모수 확보를 통해 REACH 제안대비 420% 달성
BLS 절대적 상승도 + 2.9% 달성, 전환 고려 사용자 32.4만 이상 달성

캠페인 제안 금액 : 1.2억



Reach 60%(+) 달성을

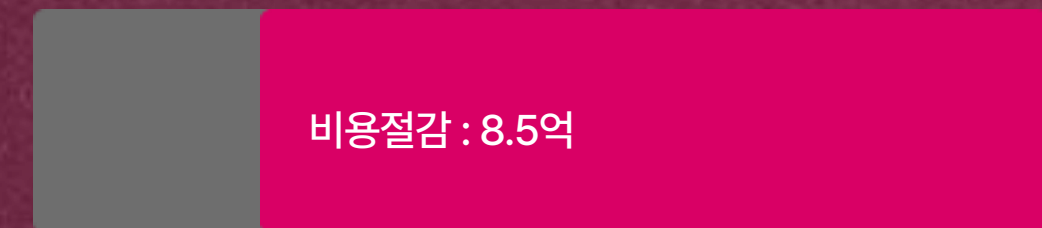


폴란드(브로츠와프)

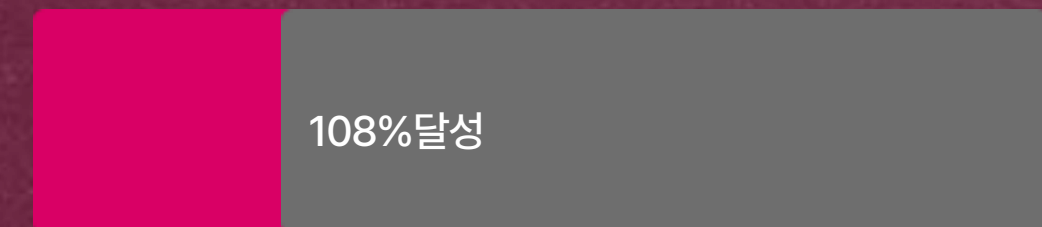
BLS 절대적 상승도 : (+)2.9%
전환 고려 사용자 : 32.4만

동기간 동종업계 High Average 획득

캠페인 제안 금액 : 122억



Reach 60%(+) 달성을



미국(디트로이트&홀랜드)

BLS 절대적 상승도 : (+)3.5%
전환 고려 사용자 : 36만

평균 벤치마크보다 높은 lift% 성과

(*미국의 경우, BLS 발생하지 않는 타 브랜드 캠페인의 이슈로 적게 책정됨)

Shopping

신라면세점.

신라면세점

HOT SALE

高級ビタミンサブリの購入は
新羅免税店で

UP TO
37% OFF

orthom
immun
Tagesportio

THE SHILLA
duty free 新羅免税店

New Year's New Benefit

신라 회원이라면 누구나 사용 가능한
1월, 제일 필요한 **패키지 혜택!**

더블 적립금

추가 혜택 적립금 온라인
S.Rewards

지금 멤버십 혜택 확인하기

HOT SALE

대세는 위스키
주류는 신라

THE SHILLA
duty free

THE BALVENIE
18
\$164
\$147.6

Mileage
\$200

THE SHILLA
duty free

첫구매 웰컴딜

구매이력 없는 고객 누구나
최대 80% 할인!

THE SHILLA
duty free

WELCOME TO SHILLA

UP TO
80%

쉴! 고객님의만 몰래 드리는

인친공화점

POINT

시크릿혜택

THE SHILLA
duty free

시크릿 혜택 확인하기

New Year's New Benefit

신라 회원이라면 가장 필요할
혜택만 모은 패키지 혜택!

THE SHILLA
duty free

botanical
repair.

UP TO
48%

THE SHILLA
duty free

Bạn có thể bắt gặp tại cửa hàng miễn thuế Shilla
những hot item của Hàn Quốc

HOT SALE

UP TO
35%

THE SHILLA
duty free

추석 선물 특가

간식부터 화장품까지
추석선물은 신라면세점에서

THE SHILLA
duty free

신라면세점 20대 고객 항공권 증정 이벤트!

중국가는 비행기 표 사다구?

THE SHILLA
duty free

신라면세점

신라면세점

Hot SALE

1년에 단 한번
신라면세점 주류 플래티넘 세일

THE SHILLA
duty free

最高

2折

S.REWARDS
5000
點

並免費獲得 5,000 點獎勵!
立即加入

푸른 뱀의 기운은 나의 것!

행운의 복주머니

S.REWARDS

신라면세점만의 달콤한 연말 혜택

SHILLA HOLIDAY

연말 경품 출석 이벤트

100,000원

E-Commerce

G마켓

G MARKET GLOBAL

BACKGROUND

팝, 무비, 뷰티, 패션 등 한국이 붙으면 전세계가 열광하는 시대에 걸맞춰 브랜딩 DA와 퍼포먼스 UA를 운영할 통합 콘텐츠로서 접근할 방안이 필요했으며, 지역별, 타깃별, 브랜드별, 채널별로 세분화하여 전환 유도 방법을 다양하게 접근할 미디어 전략이 중요했습니다.

RESULT

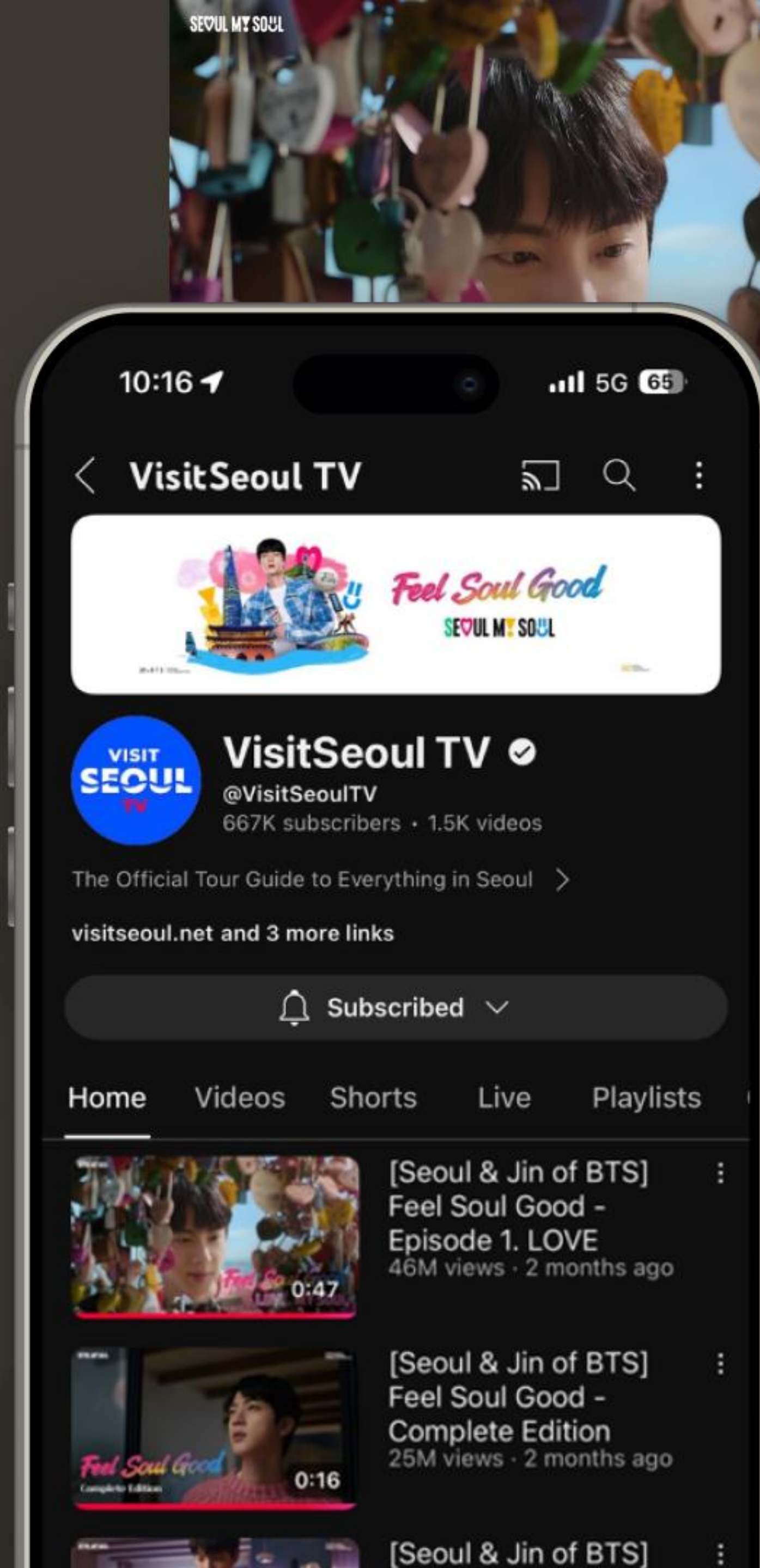
‘G마켓 글로벌’의 가치와 이념을 담아 ‘Shop All the K-Trend’ 캠페인 슬로건과 G마켓만의 브랜드 디자인 폴리시를 중심으로 구매 유저의 행동 단계 특징에 맞춰 개발하였습니다. 대만/미국/태국, 타깃 국가를 대상으로 상품 카테고리별, 언어권 역별 맞춤 소재를 제작하였고, 신규 및 재유입을 고려한 그룹별 타깃 분류를 통해 구매 전환율과 구매 건당 단가 효율을 높일 수 있도록 운영하였습니다. 그 결과, 광고 집행비 대비 1차 834%, 2차 243% 매출 달성으로 성공적인 캠페인을 이끌어냈습니다.



Travel

VISIT SEOUL.

서울관광재단



Background

실제 한국 방문까지 이어지는 K-Culture에 대한 관심

한류 열풍이 높아지는 지금, 14개의 국가를 대상으로 다양한 미디어를 활용해
외국 관광객들이 서울을 오고 싶도록 만드는 Visit Seoul 캠페인 전개

Mission

01

타겟 국가 목표
조회수 5억 View 달성

02

12종의 다양한 소재의 활용도를
높일 수 있는 플랜 수립 필요

03

다양한 국가에 넓은 커버리지로
도달할 수 있는 매체 선정

Bugak Skyway

Strategy

글로벌 팬 층이 두터운 BTS 진을 모델로 활용하여 광고 반응율을 높이며
아래 3가지의 캠페인 전략으로 미디어 효율 극대화

맞춤형 컨텐츠 활용

숏폼, 롱폼, 영상, 이미지 등
다양한 포맷의 12종의 소재를
활용한 컨텐츠 효율 증대

페이지 구성 전략

총 5단계의 단계별 맞춤
미디어 활용으로 글로벌 유저들의
기대감과 광고 상기도 극대화

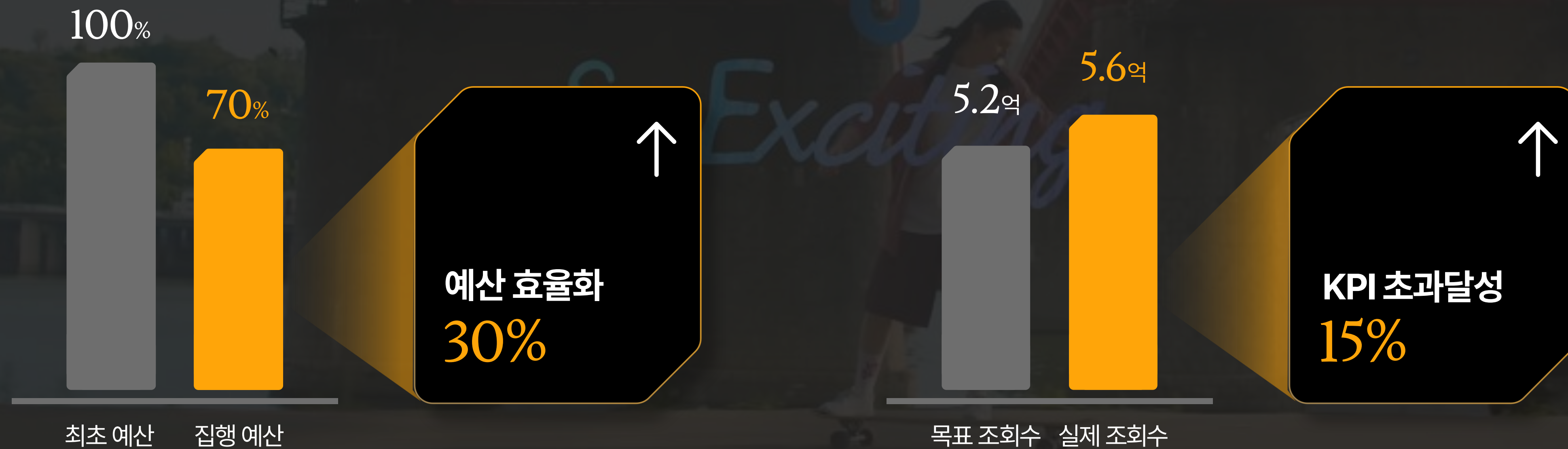
Tier 국가별 운영

14개 국가 중
방한 맞춤 국가로 집중 노출
각 국가별로 주 단위 성과
최적화 운영

Result

14개 주요 국가 조회수 5억 View 목표

12종의 다양한 영상을 총 5개 Phase 단계로 순차적으로 오픈하며 반응 유도 및
다국가 최적화 매체 전략을 통한 효율성 강화



▶ 캠페인 예산 효율화, 전체 예산의 30% 절감

▶ KPI 15% 초과 달성



Other Portfolio



Food

CJ CHEIL JEDANG

CJ 제일제당 고메 브랜드의 피자 & 파스타 신제품 캠페인과 핫반의 3無 캠페인의 연장선인 ‘쌀창고등학교’라는 퍼포먼스 캠페인을 위한 DA 크리에이티브가 필요하였습니다.

고메 브랜드의 프리미엄 이미지를 보여줄 수 있도록 고급스러운 톤앤매너를 중심으로 제작하였고, 햇반 캠페인의 경우 햇반 고유의 상품 이미지톤을 바탕으로 ‘쌀창고등학교’와 ‘햇반1년치 제공’의베네핏을 강조한 DA 소재들로 구성하여 퍼포먼스 캠페인을 진행하였습니다.



Nutraceuticals

락티브.

메디쿼터스

BACKGROUND

메인 타깃인 엄마들은 빠르게 변화하는 유산균 트렌드와 마케팅 홍수 속에서 유산균의 선택이 어려운 상황이었습니다. 현명한 선택을 하고 싶은 엄마들에게 신뢰도를 높이고 전문적인 브랜드 인지도를 쌓아갈 수 있는 마케팅이 필요했습니다.

RESULT

전략적으로 브랜드의 전문성과 신뢰도를 동시에 구축하기 위해 엄마들이 믿고 따르는 육아 멘토이자 의학박사인 '오은영'을 중심으로 유산균의 배합 설계부터 광고 모델까지 함께 했습니다.
'오은영 박사'를 활용한 제품 패키지 리뉴얼 그리고 락티브만의 USP를 "액티브 락티브" 징글과 함께 반복 노출하여 브랜드 인지도를 높이는데 주력했습니다.
그 결과 3044 여성 소비자 브랜드 검색량이 200% 증가했고 제품을 구매한 소비자들의 호감도 높은 리뷰가 이어지며 브랜드 신뢰도를 쌓을 수 있는 마케팅을 실현하였습니다.



Nutraceuticals

바이탈 슬림 올인원. 메디쿼터스

BACKGROUND

메인 타겟인 2030여성들은 넘쳐나는 다이어트 제품과 새로운 성분들 속에서 제품 선택이 힘든 상황입니다. 그녀들의 고민을 해결해주고 신뢰할 수 있는 브랜드로 만들어줄 마케팅이 필요했습니다.

RESULT

런칭 시점 브랜드의 인지도와 신뢰도를 함께 구축하기 위해 다이어트 분야에서 가장 신뢰도와 전문성을 보유한 톱모델 한혜진, 장윤주를 광고모델로 선정했습니다. 두 톱모델의 보이스를 활용하여 한포에 다이어트에 필요한 모든 성분을 담은 제품의 특징을 '포로 시작해'라는 메시지로 캠페인을 전개했습니다. 그 결과 브랜드 검색량이 300%이상 증가했고 소비자들의 긍정적인 구매후기가 이어졌습니다. 이번 런칭 캠페인을 통해 브랜드 인지도와 신뢰도를 쌓을 수 있는 결과를 얻었습니다.

다이어트? 포로 시작해!

먹은지방
CUT!
다.4 성분으로 지방 다.4

스트레스로
한긴장
DOWN
다.4 성분으로 스트레스 한긴장 다.4

체지방
CUT!
다.4 성분으로 체지방 다.4

바이탈슬림
다이어트
올인원
데이&나이트

Medical

미마마스크.

ASEADO

BACKGROUND

2021년부터 방역마스크 브랜드 경쟁이 본격화되면서 미마마스크는 이미 소구되어 있는 '귀 편한 마스크'의 밸류를 높임과 동시에 아세아도가 소비자들에게 궁극적으로 소구하려는 메시지인 '귀술력의 완성'을 전달하기 위해 새로운 영상 캠페인을 진행하고자 하였습니다.

RESULT

미마마스크는 '프리미엄한 브랜드 가치와 성능' 뿐만 아니라 '고객 친화적인 갯성비 이미지'까지 아우르기 위해서 김선호와 장영란이라는 이원화(two-track)된 광고 모델을 적극 활용하였으며, 특히 '귀술력의 완성: 디지털편'을 통해 브랜드 신뢰도 상승을 도모하고자 하였습니다.

2022
엔어워드
디지털 광고대상 & 캠페인

[의료/건강]분야
WINNER 수상



Beverage

슈가로로.

인테이크

BACKGROUND

상큼, 달콤해도 마법같은 0칼로리 슈가로로만의 USP를 메인 타겟인 2030여성들이 느끼고 공감할 수 있는 상황을 '마법'이라는 컨셉으로 위트있게 전달하였습니다. 이미 런칭되어있는 브랜드의 인지도와 신뢰도를 함께 구축하기 위해 음료 분야에서 잘 알려진 츄를 모델로 선정하였습니다.

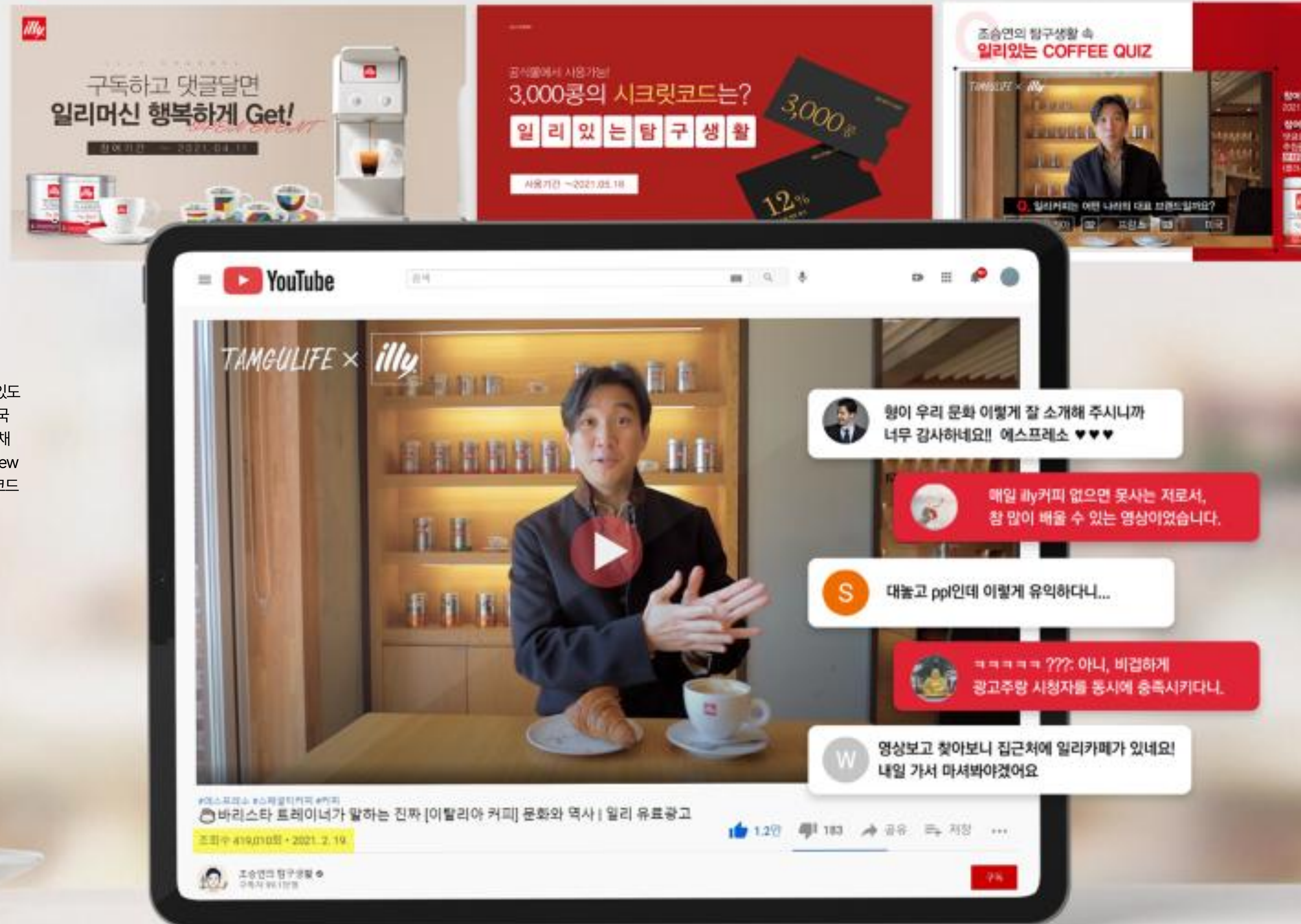


Beverage

ILLY.
ILLY CAFFE

BACKGROUND

일리는 일리카피의 역사와 브랜드 콘텐츠를 제작하고자 하였습니다.
브랜드가 전하고 싶은 정보를 정확히 전달하면서도 거부감 없이 받아들일 수 있도록 <조승연의 탐구생활>과의 콜라보레이션 콘텐츠를 제작, 작가 조승연이 미국과 이탈리아의 커피 문화를 자신의 경험과 함께 자연스럽게 전달하였습니다. 채널에 업로드 된 진짜 이탈리아 커피 문화와 역사는 단일 콘텐츠로 Organic View 12,000 impression을 달성. 이에 적절한 시기에 채널 오픈 이벤트와 시크릿 코드 이벤트를 진행했으며 추가 구독자까지 확보할 수 있었습니다.



Education

뇌새김.

위버스마인드

BACKGROUND

서울대 출신 7인 연구진이 개발한 뇌새김 영어의 특허받은 교육법을 중심으로 타겟에게 브랜드 인지도를 높이고 기기 렌탈 후 교육 콘텐츠 평생 무료 서비스를 알리는데 효율적인 크리에이티브가 필요했습니다.

RESULT

서울대 출신 이상윤님을 모델로 선정하여 뇌새김만의 차별화된 교육 콘텐츠를 '삼성증권' 광고를 패러디하여 제작하였고, '뇌새김영어 영원히 0원' 키 카드를 중심으로 교육 콘텐츠와 브랜드 네임을 활용한 CM송을 제작하여 임팩트 있게 전달하였습니다.



Service

SOCAR.

SOCAR

BACKGROUND

쏘카는 2019년 상반기에 리브랜딩을 진행하며 기존의 브랜드 이미지 제고하고자 하였습니다.

RESULT

리브랜딩된 쏘카 브랜드 아이덴티티를 활용하여 페이스북 및 인스타그램에 게재 되는 디지털 광고 소재를 연간 제작, 진행하였습니다.



Nutraceuticals

STRONG BIOTICS.

BK INTERNATIONAL

BACKGROUND

필수 건강기능식품으로 자리매김한 프로바이오틱스. TA가 비교 판단하기 어려운 유산균 제품들 속에서 직관적인 네이밍과 효능을 중시하면서 제품의 특징점인 4종 균주 혼합비를 Main USP로 노출하는 디지털 캠페인이 필요했습니다.

RESULT

브랜드명 '스트롱바이오틱스'를 일반적인 프로바이오틱스의 효과를 넘어선 기능적인 효과를 기대하게 하고 미스터트롯의 이찬원님을 모델로 기용하여 인지도를 올림과 동시에 구매로까지 이어질 수 있게 제품명을 키워드로 포지셔닝하였습니다.



Nutraceuticals

엘레나.

유한양행

BACKGROUND

엘레나는 주 타겟층인 3040 여성들에게 브랜드 인지도를 높이고 여성 전문 브랜드임을 각인시킬 수 있는 크리에이티브가 필요했습니다.

RESULT

전반적으로 페미닌한 무드와 '여성 유산균'이라는 직관적인 카피를 통해 여성 전문 브랜드임을 한 눈에 인식할 수 있도록 하였습니다. 동시에 진중하고 세련된 톤앤매너로 브랜드의 전문성을 부각시켜 소비자들에게 제품력도 함께 어필할 수 있도록 유도했습니다.



Nutraceuticals

GNC.

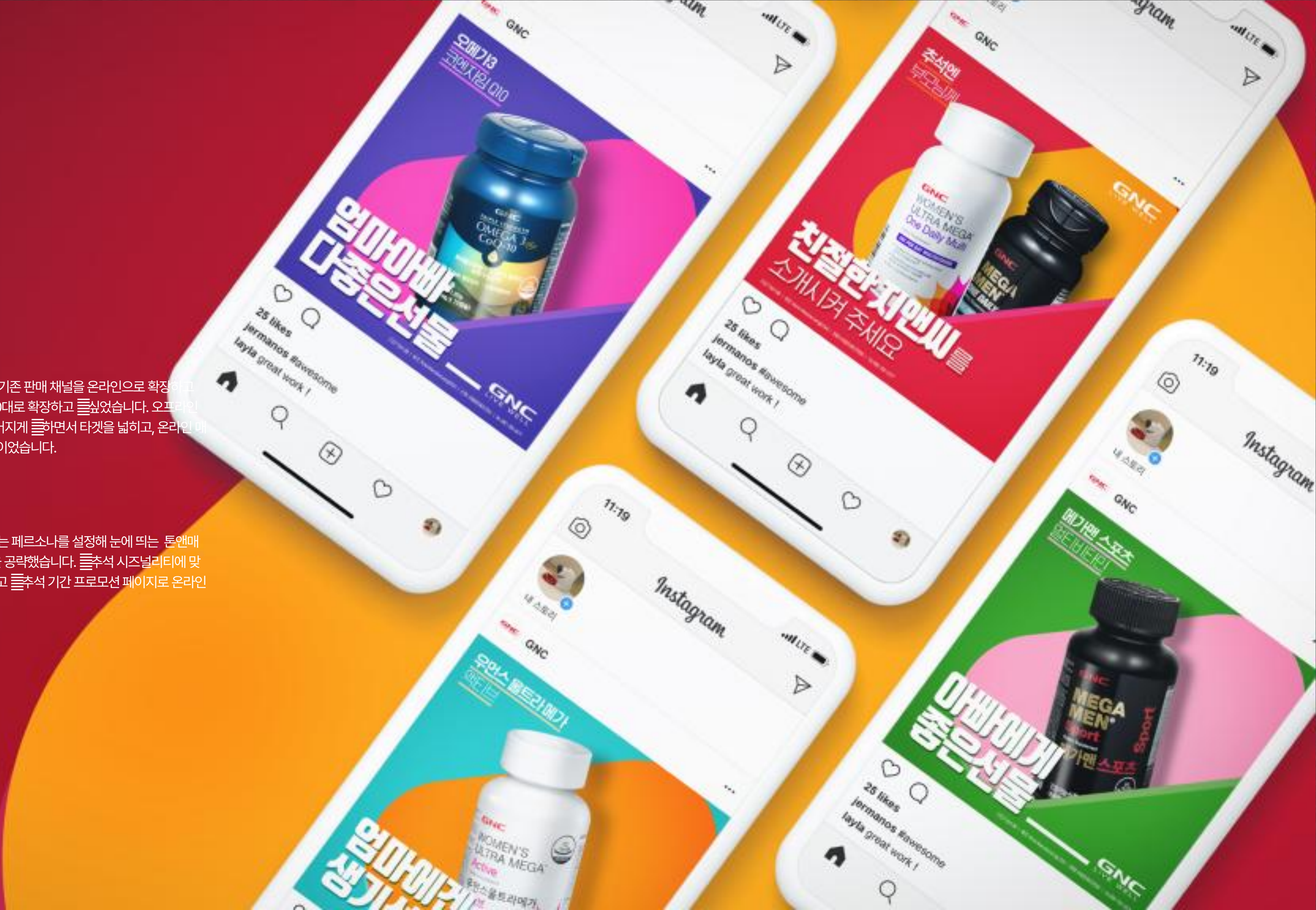
동원 F&B

BACKGROUND

GNC는 오프라인에만 집중되어 있었던 기존 판매 채널을 온라인으로 확장하고 40대로 구성된 메인 타겟군 또한 20-30대로 확장하고 싶었습니다. 오프라인 매장의 전문가 느낌을 온라인으로도 이어지게 하면서 타겟을 넓히고, 온라인 매출 비중을 높이는 것이 캠페인의 목표적이었습니다.

RESULT

GNC의 온라인 카운셀러인 "지앤씨" 라는 페르소나를 설정해 눈에 띄는 톤앤매너의 비주얼을 제작하여 2534 타겟층을 공략했습니다. 추석 시즌널리티에 맞게 제품별 추천 대상을 별도로 선정하였고 추석 기간 프로모션 페이지로 온라인 전용 제품 2-3 종을 발굴했습니다.



Beauty

L'OCCITANE.

L'OCCITANE

BACKGROUND

록시땅은 이모르텔 라인의 신규 캠페인을 진행하고자 했습니다. 고객에게 제품의 Final Benefit을 광채, 빛으로 인식될 수 있게 하는 캠페인 메시지와 키비주얼이 필요했습니다.

RESULT

'최적화된 피부 본연의 빛으로'라는 카피와 함께 브랜드의 메인 컬러 및 이모르텔 꽃 이미지를 키비주얼로 활용하여 인스타그램, 페이스북, 네이버, 카카오 매체로 디지털 캠페인이 진행되었습니다.



Beauty

L'OCCITANE.

L'OCCITANE

BACKGROUND

록시땅은 이모르텔 라인의 신규 캠페인을 진행하고자 했습니다. 고객에게 제품의 Final Benefit을 광채, 빛으로 인식될 수 있게 하는 캠페인 메시지와 키비주얼이 필요했습니다.

RESULT

'최적화된 피부 본연의 빛으로' 라는 카피와 함께 브랜드의 메인 컬러 및 이모르텔 꽃 이미지를 키비주얼로 활용하여 코엑스 K-POP스퀘어, 잠실 미디어 상들리에, 여의도 IFC몰 노스 미디어, 하남스타필드 매체로 OOH 디지털 캠페인이 진행되었습니다.



Finance

주파수X맥스양봉

SK SECURITIES

BACKGROUND

SK증권 '주파수' 앱에서의 신규 계좌 개설 증대를 위한 온라인 중심의 캠페인이 필요했습니다.

RESULT

주식차트에서 상승 캔들을 의미하는 말인 '양봉' 과 핫바 모양의 유사성에서 착안하여 CJ제일제당의 맥스봉과 콜라보레이션을 제안했습니다. '맥스양봉' 제품의 콜라보레이션 패키지를 개발하여 제품 속 QR코드를 통해 계좌 개설 시 2만원 상당 주식, 편의점 상품권 등 다양한 경품을 증정하는 이벤트를 기획했습니다. 아울러 주식 행운 부적을 뽑고 공유하는 세컨드 이벤트까지 기획하여 SNS 내에서 바이럴 될 수 있도록 하고 또한 유튜버 삼대장과 협업하여 편의점 꿀조합 레시피라는 브랜드 콘텐츠 영상을 제작하며 16만 이상의 조회수를 기록한 성과를 내었습니다.

2023
소셜 아이어워드

디지털영상
최고 대상



Vehicles

도이치.

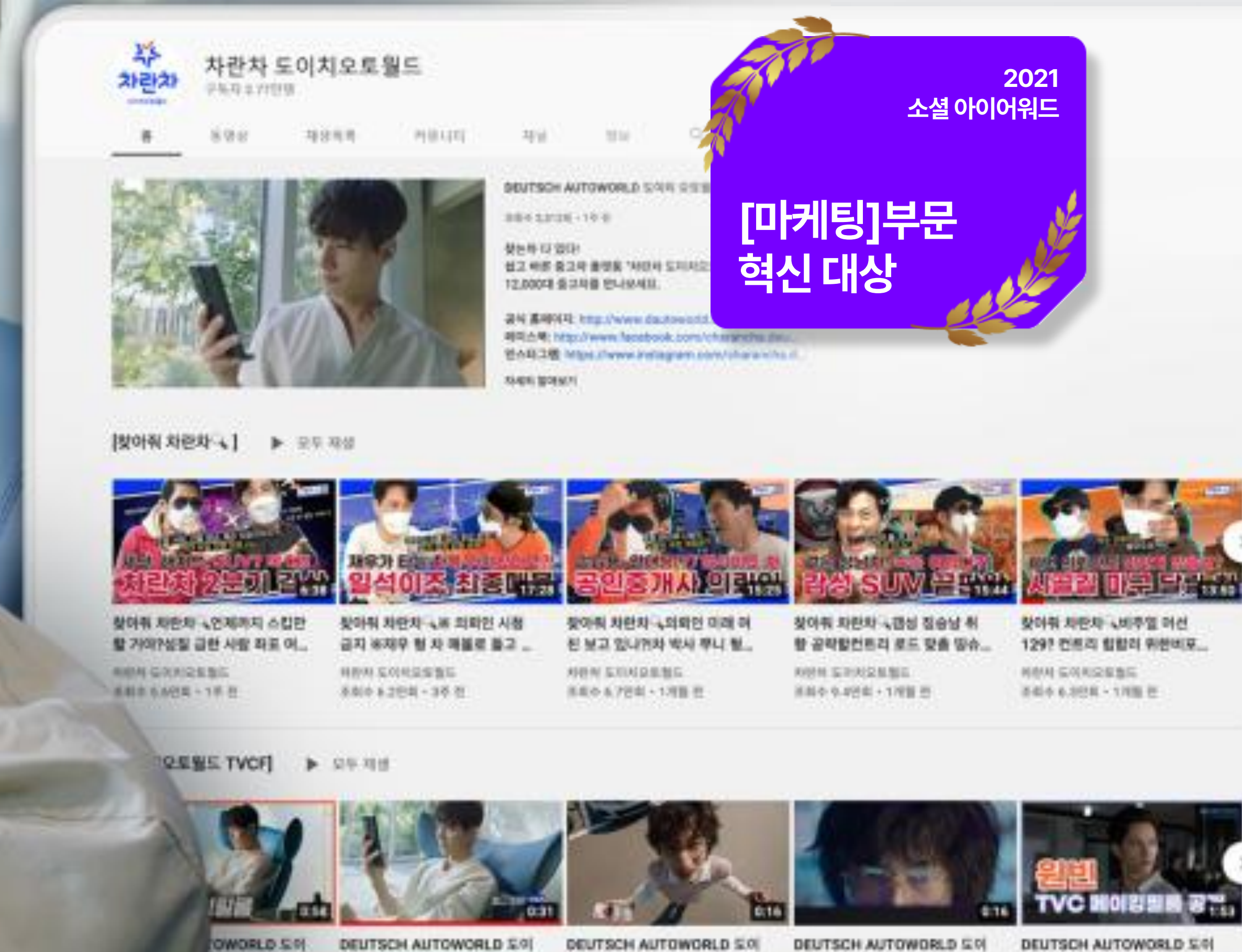
DEUTSCH AUTOWORLD

BACKGROUND

차란차 도이치 오토월드는 세계 최대 규모 프리미엄 자동차 쇼핑몰 런칭에 맞춰 자사 브랜딩을 강화함과 동시에 소비자의 관심사에 기반한 소통형 콘텐츠를 만들 고자 했습니다.

RESULT

소비자들이 그간 중고차 매매에서 겪어 왔던 Pain point에 대해 차란차의 USP인 '라이브 커머스'를 솔루션으로 제시하는 런칭 TVCF를 기획하여 대중에게 긍정적 인 호감도를 지닌 모델 원빈을 발탁해 브랜드 신뢰도 상승을 도모하였습니다. 2020년 11월부터 유튜브 채널을 운영하여 타깃 접점 확장을 기반으로 MZ 세대 의 관심과 주목을 일으킬 수 있는 PPL과 콘텐츠를 기획하였습니다. 이에 2021년 7월 콘텐츠를 통한 구독자 수 3만명 확보하고 총 인게이지먼트1,896,643건 (조 회수 1,893,224회 / 좋아요 수 2,115 / 영상 공유 수 1,304회) 를 달성하였습니다.



2021
소셜 아이어워드

[마케팅]부문
혁신 대상



Game

뮤오리진2.

WEBZEN

BACKGROUND

오랫동안 사랑받아온 웹젠의 대표 게임 뮤 온라인의 모바일 버전인 뮤 오리진2의 출시를 앞두고 고유의 길드 시스템, 레벨업 시스템, 풍성한 콘텐츠 중심의 커뮤니티 케이션 전략이 필요했습니다.

RESULT

모델 정상훈이 등장해 뮤 오리진2만의 핵심 차별화 포인트를 '야나두' 광고 패러디를 통해 간결하고 위트있게 전달했습니다. 공중파, CATV, IPTV 및 DA 광고를 집행하였으며 추후 거래소 오픈 업데이트와 1.3 업데이트 캠페인에서도 다양한 소재들로 커뮤니케이션하여 소비자의 흥미를 끌 수 있도록 하였습니다.

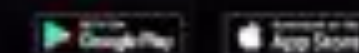
2018
서울 영상 광고제

Finallist

2019
구글 프리미어
파트너 어워즈

[앱우수성]
부문 수상

MU
ORIGIN2
흥미진진 길드 플레이



Game

뮤오리진3.

WEBZEN

BACKGROUND

웹젠의 MMORPG 신작 뮤 오리진3의 국내 런칭을 대표할만한 브랜드 영상 제작을 통해 게임 소개 및 남성 3040 타겟에게 어필하고자 하였습니다. 광활한 오픈월드와 협동 파티 플레이 그리고 언리얼엔진4를 활용하여 제작한 고퀄리티 그래픽을 전면에 내세움으로 타이틀의 기대감과 인지도 상승을 극대화하고자 했습니다.

RESULT

경쾌하고 중독성있는 '여기어때' CM송을 활용한 패러디 컨셉으로 영상을 제작하였으며, 전작의 모델이었던 뮤 오리진 세계관의 페르소나 정상훈 님을 메인 모델로 기용하며 코믹스러움과 유쾌함을 한층 더 업그레이드 시켰다는 평가를 받았습니다. 뮤 오리진3의 경우 양대마켓 인기게임 1위 달성 및 매출 순위 TOP10 진입이라는 해거를 기록, 국내 런칭 캠페인을 성공적으로 견인하였습니다.



Game

뮤아크엔젤.

WEBZEN

BACKGROUND

뮤아크엔젤은 사전예약 캠페인 이후 180도 다른 톤앤매너로 위트와 레트로 감성을 담은 정식 런칭 캠페인을 진행하고자 했습니다.

RESULT

모델 뮤지의 히트곡인 '이태원 프리덤'을 편곡하여 뮤아크엔젤만의 뮤직비디오를 제작했습니다. 게임 특성을 나타내는 이스터에그를 곳곳에 심고 B급 레트로 감성을 살린 아트웍으로 유저들의 흥미를 불러일으켰습니다.

2020
서울 영상 광고제

Finallist

RETRO MUSIC VIDEO



Game

마스터탱커.

WEBZEN

BACKGROUND

팝, 무비, 뷰티, 패션 등 한국이 붙으면 전세계가 열광하는 시대에 걸맞춰 브랜딩 DA와 퍼포먼스 UA를 운영할 통합 콘텐츠로서 접근할 방안이 필요했으며, 지역별, 타깃별, 브랜드별, 채널별로 세분화하여 전환 유도 방법을 다양하게 접근할 미디어 전략이 중요했습니다.

RESULT

'G마켓 글로벌'의 가치와 이념을 담아 'Shop All the K-Trend' 캠페인 슬로건과 G마켓만의 브랜드 디자인 폴리시를 중심으로 구매 유저의 행동 단계 특징에 맞춰 개발하였습니다. 대만/미국/태국, 타깃 국가를 대상으로 상품 카테고리별, 언어권 역별 맞춤 소재를 제작하였고, 신규 및 재유입을 고려한 그룹별 타깃 분류를 통해 구매 전환율과 구매 건당 단가 효율을 높일 수 있도록 운영하였습니다. 그 결과, 광고 집행비 대비 1차 834%, 2차 243% 매출 달성으로 성공적인 캠페인을 이끌어냈습니다.

앱스토어
1위

1st

구글플레이
인기게임 1위

1st



Game

뮤아크엔젤2.

WEBZEN

BACKGROUND

뮤아크엔젤로 선풍적인 인기를 끈 웹젠이 유저들의 캐릭터 니즈를 담아 3개의 캐릭터를 동시에 육성할 수 있는 기능이 탑재된 뮤아크엔젤2를 출시하였습니다. 전작과 크게 달라지지는 않았지만 새로운 기능들이 추가된 만큼 전작의 재미와 새로움을 함께 느낄 수 있도록 연계성을 강조한 크리에이티브를 필요로 했습니다.

RESULT

전작의 모델로 기용된 무지와 같은 그룹으로 활동 중인 유세윤을 뮤아크엔젤2 모델로 발탁하여 전작 뮤아크엔젤1과 비슷한 레트로 감성과 음악을 담은 뮤직비디오를 제작했고 이를 통해 유저들에게 게임 내 속성을 유쾌하고 재미있게 전달했습니다.



Game

R2M.

WEBZEN

BACKGROUND

하드코어 MMORPG를 주소비하는 대한민국 3040 남성들에게 R2M의 핵심 콘텐츠인 '변신 시스템'을 중심으로, 게임에 대한 기대감과 인지도를 극대화할 수 있는 방향으로 전달하고자 했습니다.

RESULT

'모바일의 힘으로 변신!'

메인 타겟인 3040 남성들의 추억을 상기시키고 자연스럽게 인지될 수 있는 전대물 장르를 연출하였고, 전대물 감성을 현대적으로 재해석하여 R2M은 '변신을 통해 재미를 즐길 수 있는 모바일 게임'이라는 것을 유쾌하고 임팩트있게 전달했습니다. 그 결과, MMORPG 시장의 치열한 경쟁 속에서도 사전예약 개시 3일만에 100만명 돌파, 구글플레이 무료게임 전체 인기 순위 1위, 구글플레이 매출 순위 3위 달성까지 성공적인 캠페인을 이끌어내었습니다.

No Rules Just Power!

R2M

2021
서울 영상 광고제

Finalist



Game

R2M:중연전화.

WEBZEN

BACKGROUND

웹젠은 R2M 게임의 중화권(대만, 홍콩, 마카오) 진출을 위해 'R2M:중연전화'라는 로컬 브랜드를 출시하면서 성공적인 글로벌 론칭을 위한 캠페인이 필요했습니다.

RESULT

중화권 소비자들의 이목을 끌고 유저풀을 확보하기 위해, 현지에서 인기 있는 K-드라마의 펜싱 국가대표 캐릭터를 연기한 '보나'를 영상의 모델로 활용했습니다. 펜싱 칼을 든 전사의 모습을 한 보나의 강렬한 비주얼과 함께 한국 인기 게임의 중화권 상륙을 알리는 크리에이티브로 출시 후 빠르게 양대 마켓 인기순위 1위를 달성하며 또 하나의 성공적인 K-게임으로 자리매김했습니다.

2022
대한민국
디지털 광고대상

글로벌캠페인
동상 수상



Game

RISE OF KINGDOMS.

LILITH GAMES

BACKGROUND

여러 시대와 문명들을 걸쳐 활약한 실존 위인들을 주인공으로 실시간 전쟁을 벌이는 전략&육성 모바일 게임 라이즈 오브 킹덤즈는 해외에서 총 2,600만 다운로드의 큰 인기를 누렸습니다. 기세를 이어 2019년 9월 한국 서비스 시작을 앞두고 런칭 캠페인을 제작하고자 했습니다.

RESULT

“역사를 뒤흔들었던 영웅들이 한바탕 전쟁을 벌인다면 누가 이길까” 게임의 특징을 대중이 궁금해하는 요소와 연결시켜 유저들의 호기심을 자극할 수 있도록 접근했습니다. '세계문명 한국상륙, 슬로건을 중심으로 각 문명의 대표 영웅들이 메인 모델인 하정우 옆으로 소환되는 연출로, 실시간 전쟁 게임 라이즈 오브 킹덤즈의 한국 서비스 시작을 효과적으로 전달하였습니다.

앱스토어
인기게임 1위

1st

구글플레이
무료게임 1위

1st

구글플레이
매출게임 2위

2nd



Game

배틀그라운드.

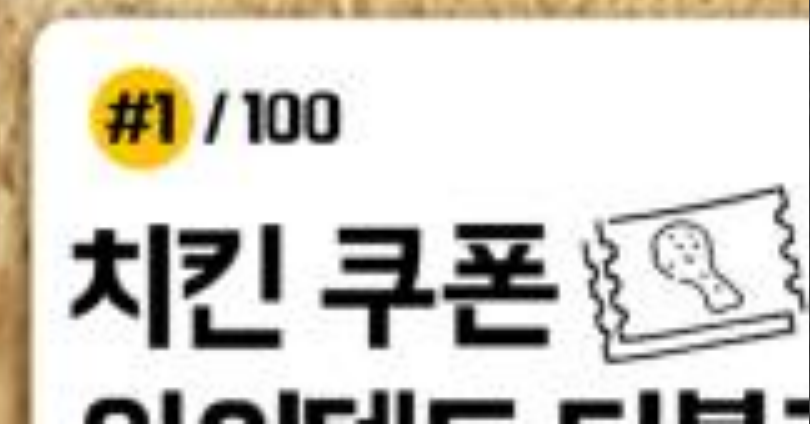
PUBG

BACKGROUND

배틀그라운드 모바일과 배달의 민족은 2020년 설날을 맞이하여 콜라보 이벤트 캠페인을 집행했습니다. 이벤트 활성화 및 신규 유저의 앱 설치, 기존 유저의 재가입 유도라는 목표를 가지고 퍼포먼스 매체 중심으로 캠페인을 운영하고자 했습니다.

RESULT

총 노출 35,837,992 | 클릭 132,562 | 조회 792,711 | 인스톨 27,896 건을 확보했으며 구글 AC 매체에서 가장 낮은 CPI 단가 및 높은 CTR을 기록했습니다.



라이엇게임즈.

A collage of promotional banners for Riot Games. The central focus is a large, detailed illustration of the League of Legends character Ahri, shown from the waist up, wearing her signature purple dress and holding her multi-pointed star-shaped staff. To the left, a red banner with the word 'Game' in white is positioned above the '라이엇게임즈. Riot Games' logo. The background is a dark, textured surface with various smaller promotional banners for League of Legends and Valorant. These include: a 'League of Legends' banner for the 'Mirror Match' event featuring Ahri and a 'League of Legends' banner for the '15th Anniversary' event; a 'Valorant' banner for the 'Premier' event featuring the character Valorant; a 'Teamfight Tactics' banner for the 'Remix Rumble' event; and a 'Valorant' banner for the 'Isho' event. The banners use a variety of colors and fonts to attract attention.

Background

신규 요원 출시 및 특정 이벤트 런칭 시

자사의 게임 유저가 이벤트 참여를 유도할 수 있도록
정밀한 타겟팅이 가능한 매체를 중심으로 개별 캠페인 다수 진행

Mission

01

정밀한 매체 구성으로
이벤트 참여자 확대 유도

02

신규 캠페인 진행 시
주목도 유도 및 유입 기여

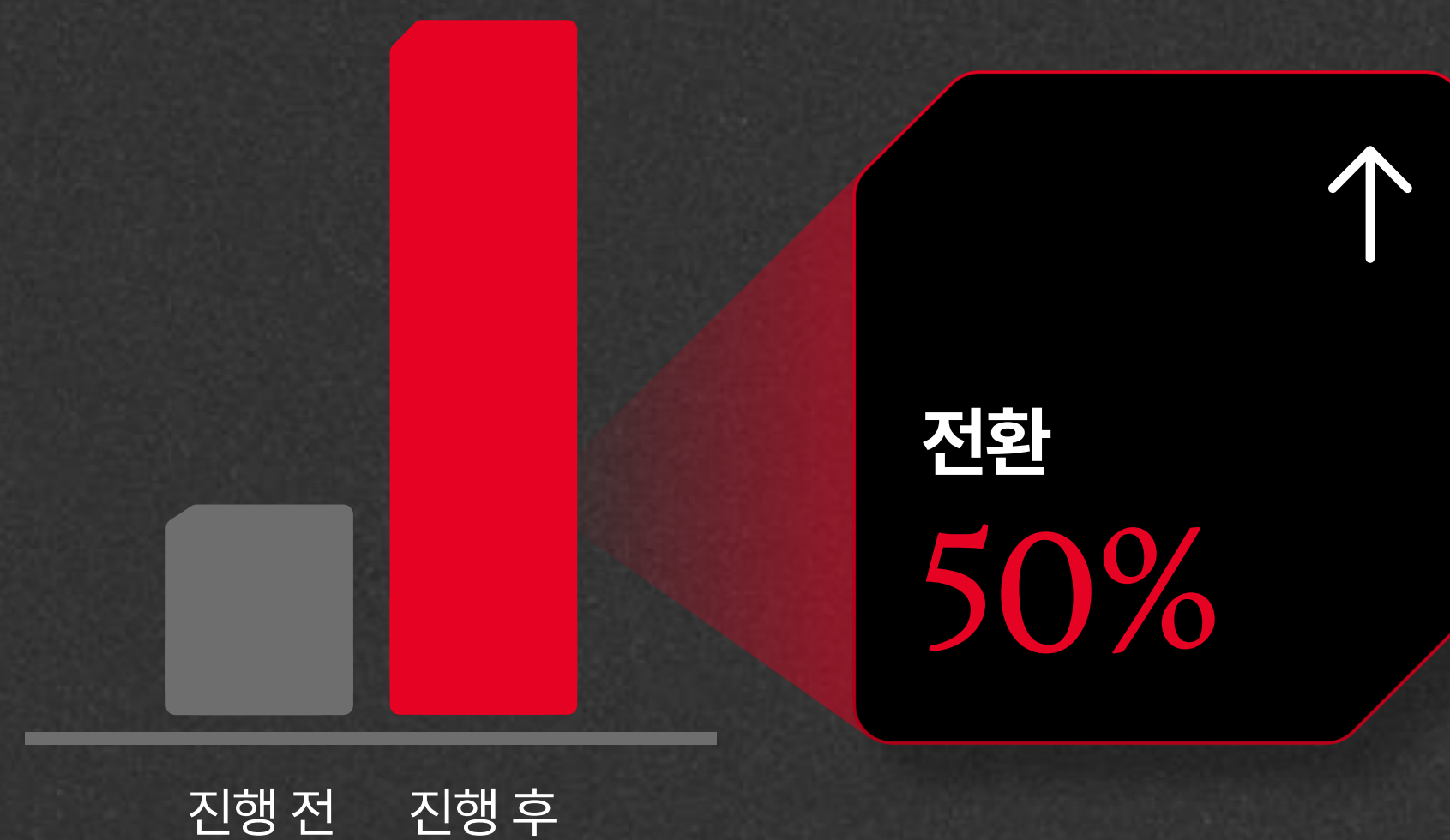
03

다양한 소재 소구점을 통한
매체의 다각화

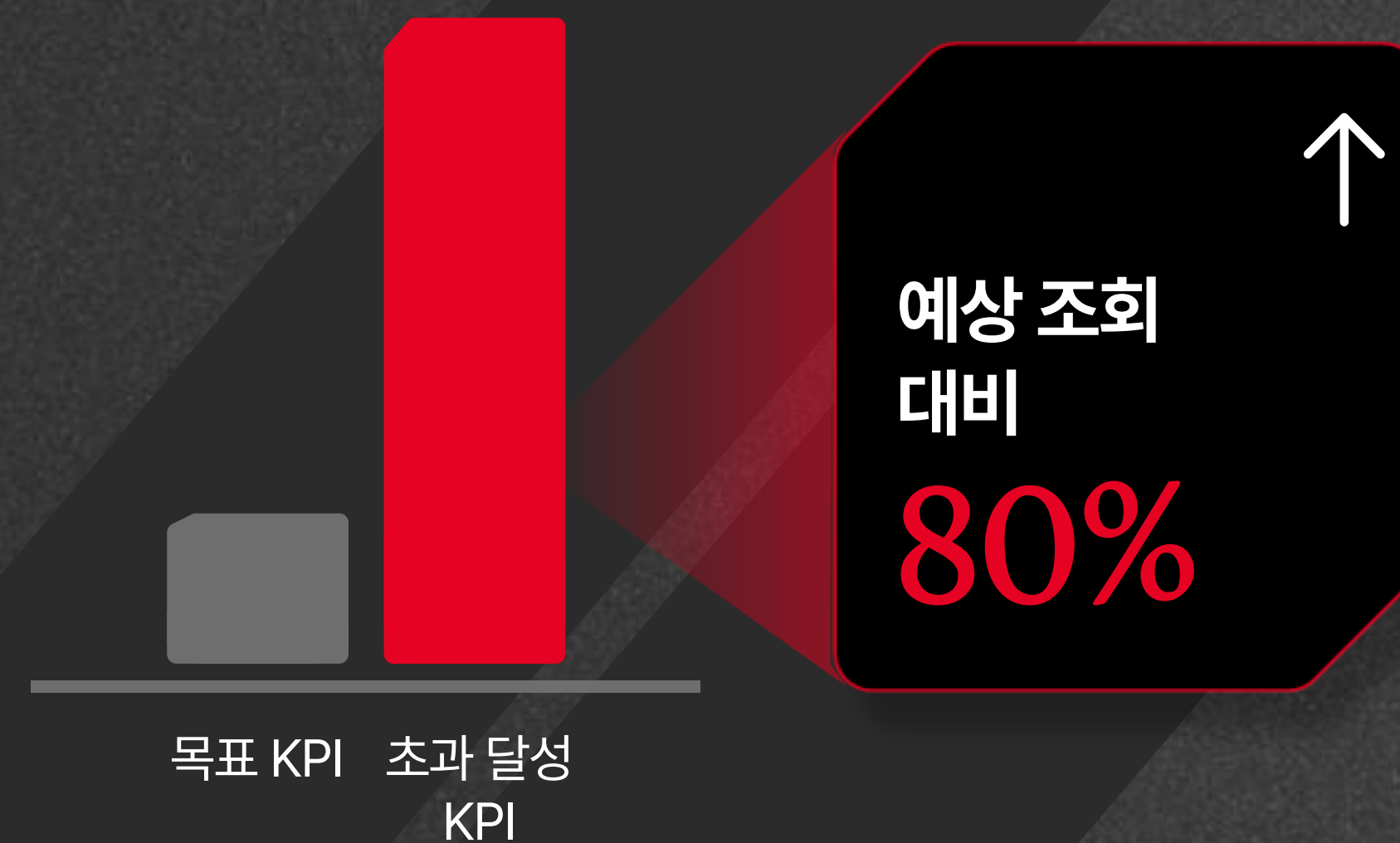


Result

외연 확장을 통한 지속적인 충성 고객 확보,
이를 통한 지속적인 성장 지향 세일즈 시도



이벤트 참여 목표 50% 이상 증대



예상 조회 대비 80% 초과 달성을 통한 인지 확보



E.O.D

Data-Driven Full Funnel
Marketing Company