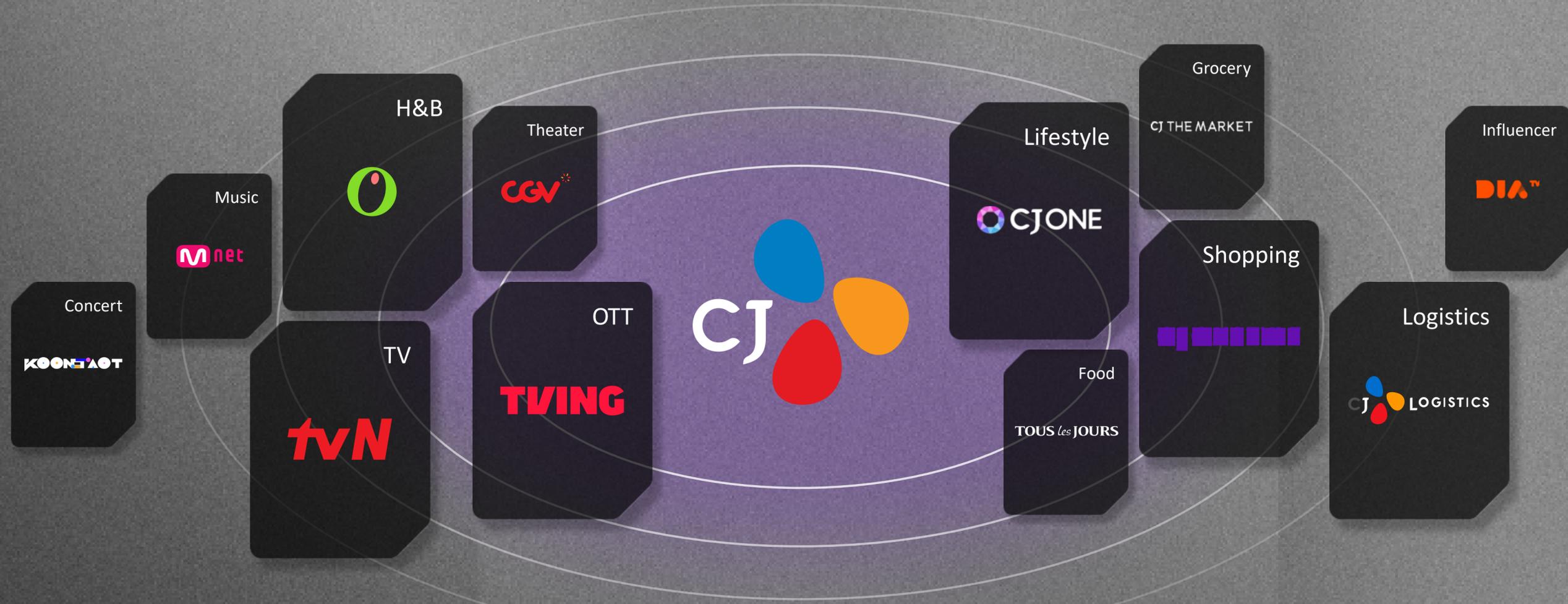




Data-Driven Full Funnel Marketing Company



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.

2022
구글 프리미어 파트너 어워드
글로벌 부문 파이널리스트

2021
소셜아이디어워드
마케팅 부문 혁신대상

2020
Facebook FMP Agency
Premium Partner 선정

2018
Google Premier Partner
[모바일 혁신] 부문 수상

2022
엔어워드 디지털 광고
의료/건강 부문

2021
대한민국 디지털 광고 어워드
메이커스 부문

2020
Facebook FMP Agency
Premium Partner 선정

2018
Marketing Conference
주최

약 **1,700** 억원

24년 기준
연간 취급고

22 개

개의 광고주와
다년간 연간대행 중

주요
광고주

130 명

인원

2024
대한민국
디지털광고대상

[앱마케팅] 부문, 티빙

주요 수상

2024
대한민국
디지털광고대상

[데이터활용] 부문 대상, 쿠팡이츠
[대형검색광고] 부문 대상, ABC마트

주요 수상

2022
대한민국 디지털광고대상
글로벌 캠페인 부문 수상

2021
페이스북 파트너 어워드
최고인사이드 부문

2019
구글 프리미어 파트너 어워드
업무수행 부문 수상

2018
Google Premier Partner
수상

2022
대한민국 디지털광고대상
[앱 퍼포먼스] 부문 대상
[애드테크] 부문 금상
[통합 마케팅&마케팅 캠페인] 은상
[글로벌 캠페인] 부문 동상

2021
카카오 KPP 광고 아이디어
메조미디어 수상
(약 80개 공식 대행사 중 32개사 수상)

2019
구글 프리미어 파트너 어워드
업무수행 부문 수상

2018
Facebook
Sleeping Giants Project 선정

2022
소셜아이디어워드
[브랜딩&소셜 유튜비]
[게임 유튜비]

2020
CBB
가장 신뢰받는
광고대행사 선정

2019
Google Premier Partner
3년 연속 수상
국내 유일 2개 부문 수상

2015
Facebook
Blueprint Ambassador 선정

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

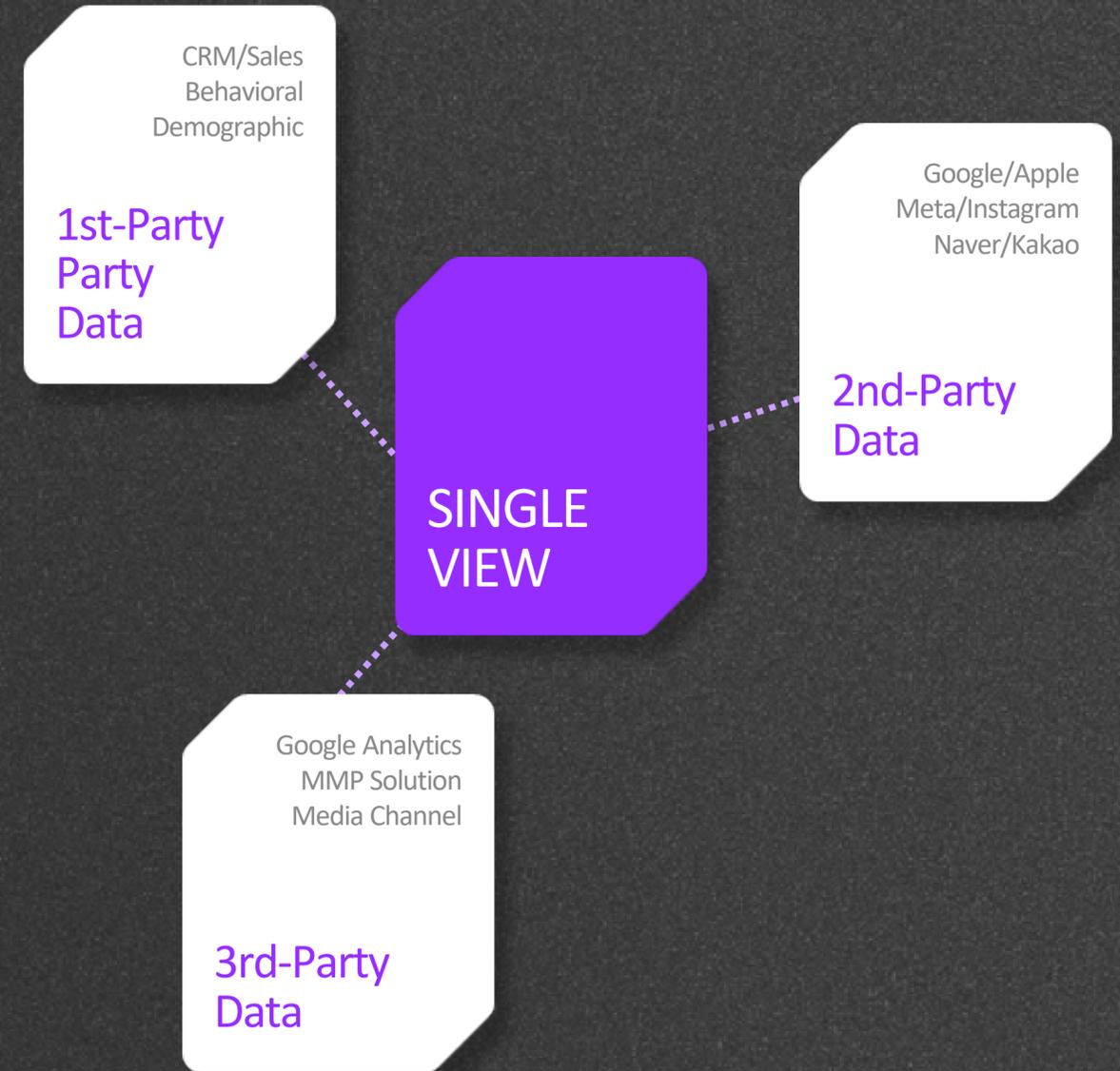
광고주별 100% 전담 인력체제로 운영되어 브랜딩, 퍼포먼스, CRM이 연계된 차별화된 광고 대행 서비스를 제공합니다.

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

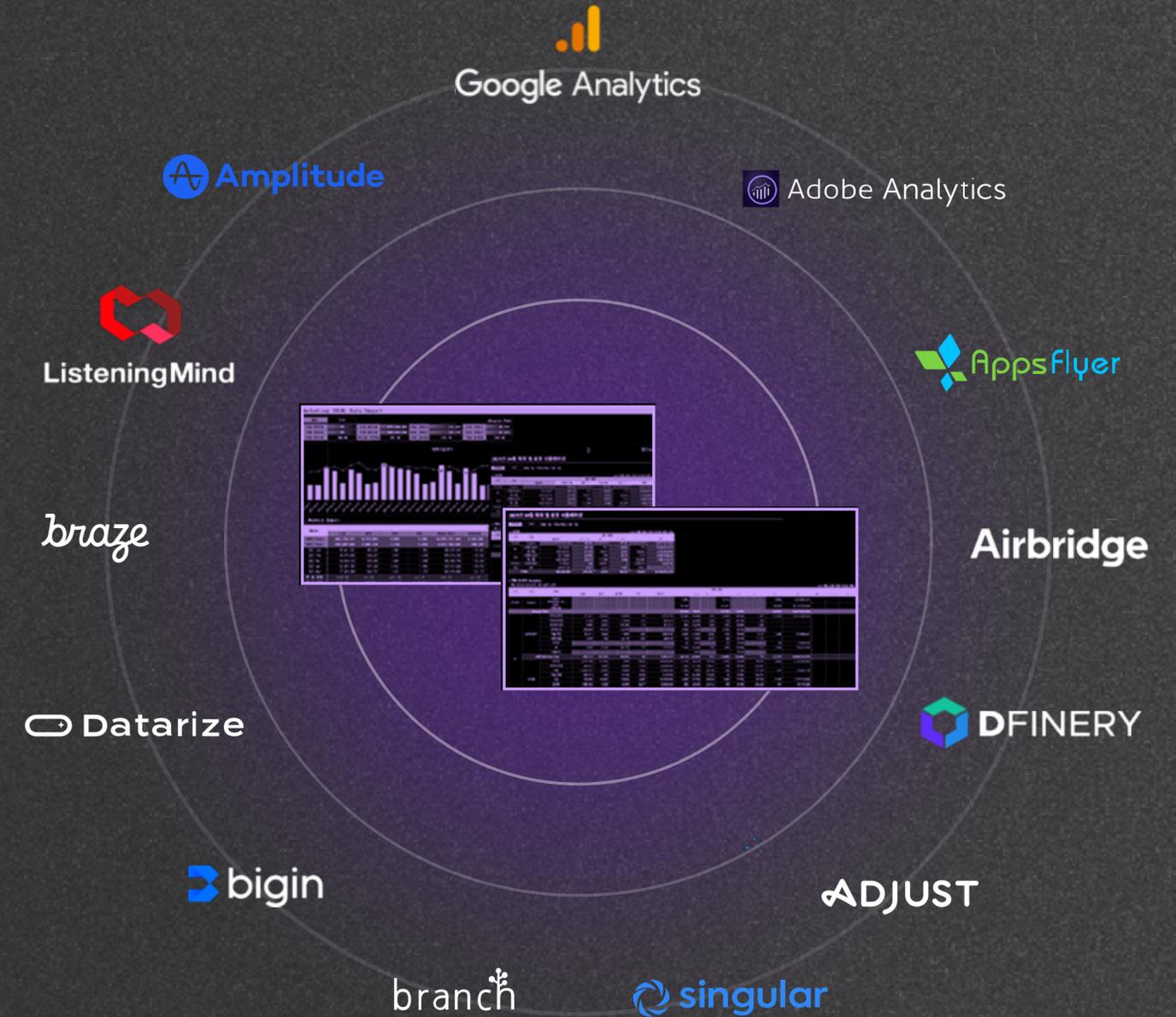
'싱글뷰 마케팅'은 다양한 채널을 넘나드는 고객의 여정을 분석하는 마케팅 접근법입니다.

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

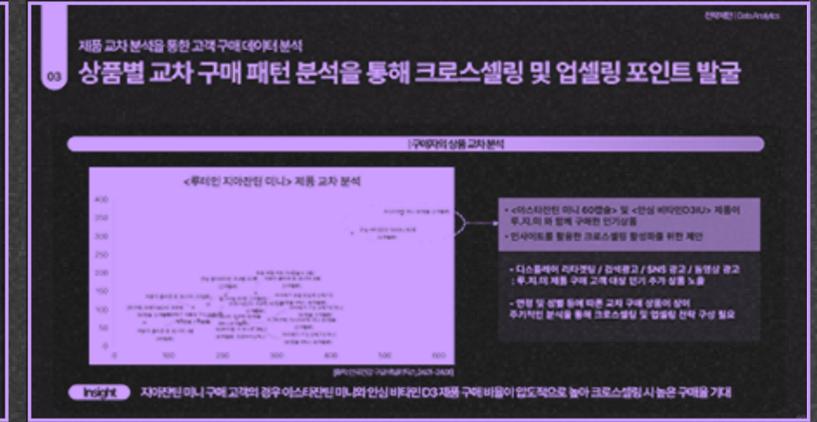
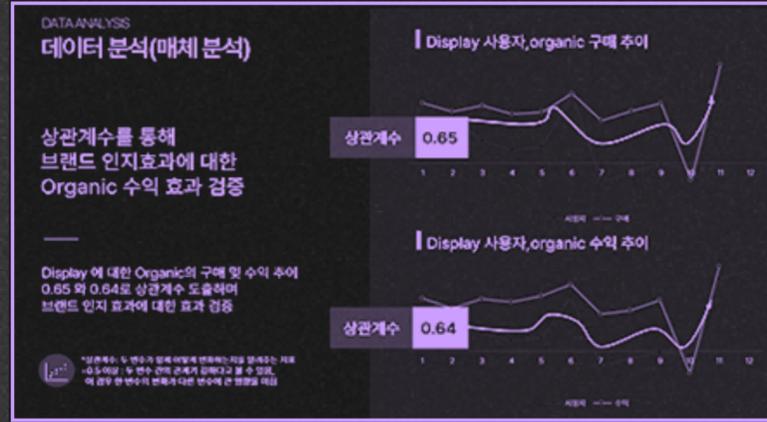
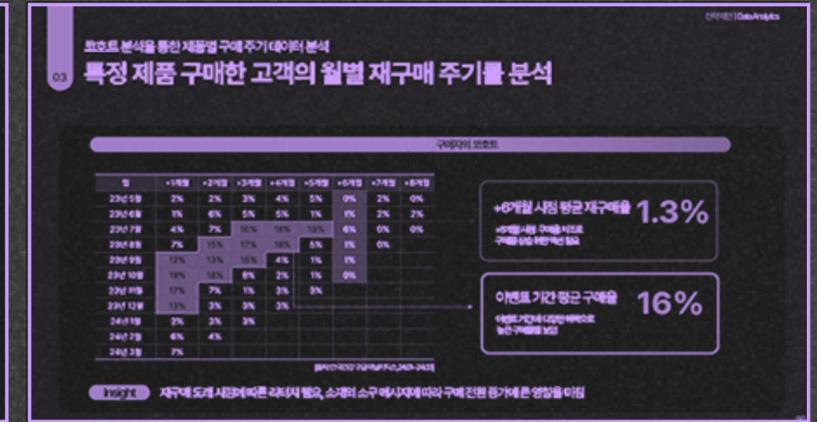
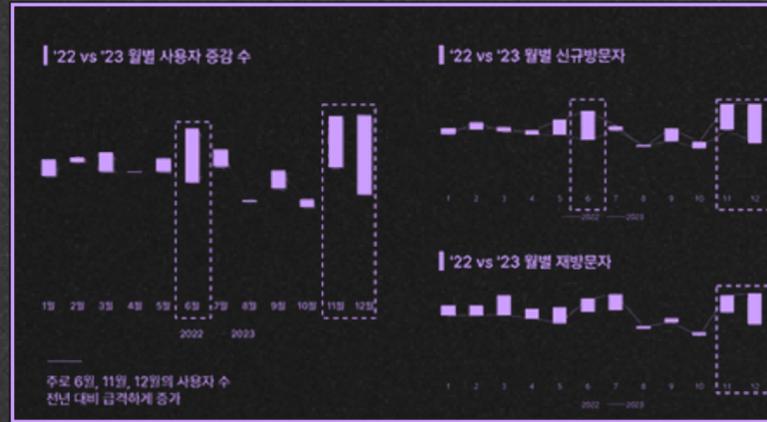


DXE는 축적된 캠페인 최적화 노하우를 보유하고 있습니다.

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.

데이터의 정밀 분석을 통한 유의미한 인사이트 도출 및 시각화



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.

25년 이상 축적된 업종별 캠페인 집행 데이터를 바탕으로 미래 성과를 예측하고
업계 최고 AI 기술을 적용한 고도화된 통합 광고 운영 솔루션으로 광고 성과를 극대화하여
광고주의 비즈니스 성공을 지원합니다.

광고 제안

AX Reach Caster
AI 기반 광고 도달율 예측 솔루션

AX Budget Optimizer
AI 기반 자동 예산 분배 솔루션

AX Strategist

AI/ML 기반 최적화 및 예측 모델을 활용한 효과적인 마케팅 전략/의사결정 지원

광고 운영

adly NALO
사용자 정의 규칙 기반 운영 자동화 및 모니터링 솔루션

adly BidOpt (특허-2022-0139578, 특허-2022-0139582)
알고리즘 기반 키워드 최적 순위 및 입찰가 제안 솔루션

adly AutoBid
목표 순위에 맞춰 입찰가를 24/7 실시간 조정하는 자동화 솔루션

AX Navigator 기술 활용 광고 운영 최적화 솔루션
(2025년 서비스 출시 예정)

AX Navigator

AI/ML 기반 최적화 및 추천 모델을 활용한 실시간 운영 최적화 및 자동화 지원

광고 성과 분석 & 리포팅

adly Intelligence
광고 성과 데이터 시각화 및 웹 리포팅 솔루션 (2025년 오픈 예정)

adly AI
생성형 AI 기반 광고 성과 요약 및 분석 솔루션 (2025년 오픈 예정)

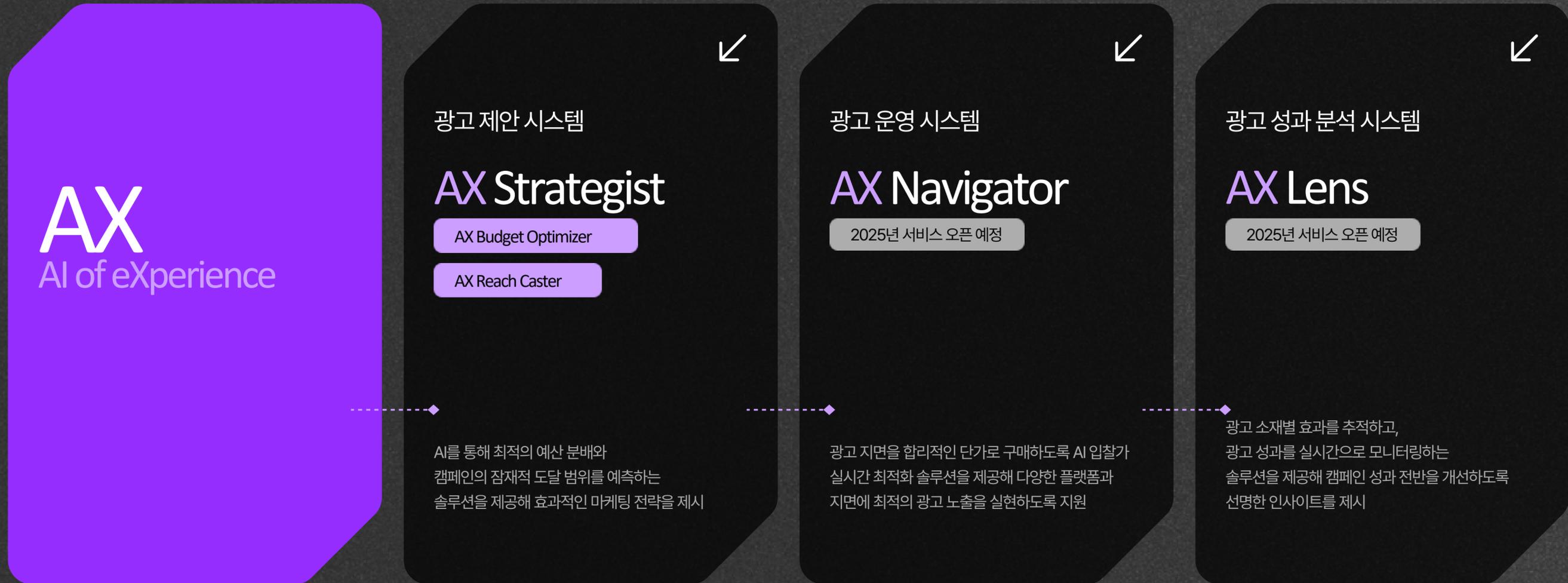
AnXer
생성형 AI 기반 매체 벤치마크 데이터 추출 및 분석 솔루션 (2025년 오픈 예정)

AX Lens

AI/ML 기반 데이터 추출/분석 자동화 및 인사이트 도출 지원

광고 계획 수립부터 운영, 성과 분석에 이르기까지 AI 기술을 적용

25년 이상 축적된 업종별 캠페인 집행 데이터로 미래의 성과를 예측하고, 업계 최고 AI 기술로 광고 기획부터 운영까지 비즈니스 성공을 지원합니다.



AX Budget Optimizer

예산과 KPI에 맞춘 최적화된 미디어 믹스 제안



국내 최초! 매체부터 광고 상품까지 커버
국내 최초로 매체뿐만 아니라 광고 상품 단위의 성과까지 예측



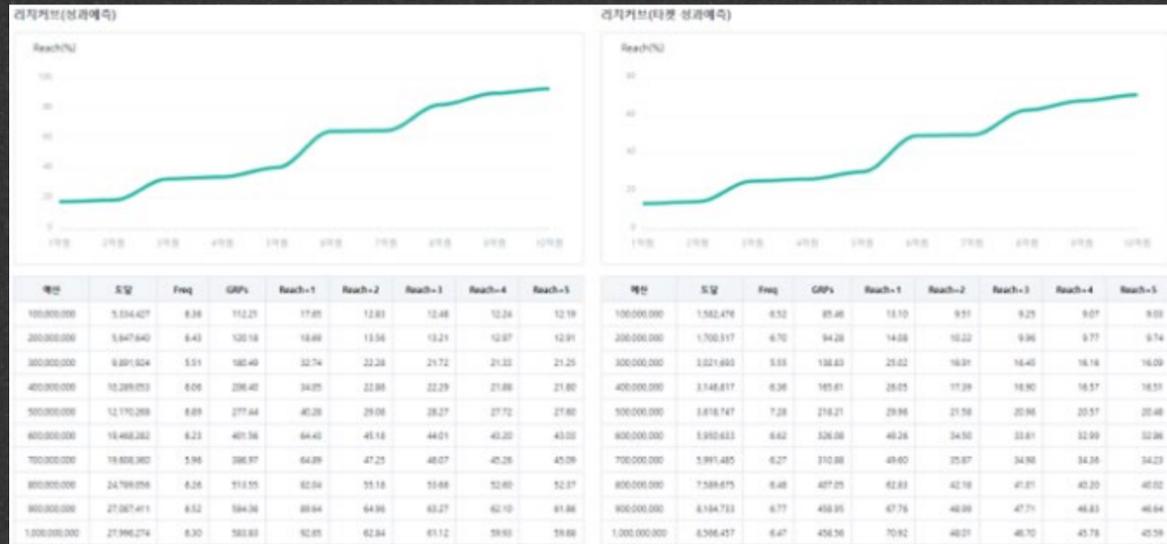
동일 매체, KPI, 예산인 경우에도
업종에 따라 광고 상품별 예산 배분 전략 상이

- | | |
|-----------|--------------|
| 그룹 및 기업광고 | 가정용 전기전자 |
| 산업기기 | 정밀기기 및 사무기기 |
| 서비스 | 화장품 및 보건용품 |
| 관공서 및 단체 | 기초재 |
| 교육 및 복리후생 | 가정용품 |
| 엔터테인먼트 | 화학공업 |
| 식품 | 음료 및 기호식품 |
| 출판 | 금융, 보험 및 증권 |
| 패션 | 건설, 건재 및 부동산 |
| 수송기기 | 컴퓨터 및 정보통신 |
| 계약 및 의료 | 유통 |

22개 업종 구분으로 예산 효율성 극대화
단일 모델로 전 업종을 커버하는 기계식 예산 분배가 아닌 각 업종의 특성과 시기성을 고려한 전략 제시

AX Reach Caster

매체별 각 캠페인의 실제 Reach값을 활용한 디지털 광고 도달 통합 예측 솔루션



디지털 동영상과 디스플레이 광고 통합 예측

PC/모바일/동영상/디스플레이광고의 통합 도달을 산출 및 예측 데이터 제공

광고 상품별 예산 & 타겟팅

광고 상품 단위로 각각 예산 및 타겟팅 설정 가능

Collect
캠페인 데이터 수집

- 매체별 캠페인의 실제 Reach 값
 - : 구글, 메타, 카카오톡모먼트
 - : 네이버 GFA, 네이버 NOSP
- 코리안 클릭 디지털 인구수

Model
ML기반 예측 알고리즘

- AI기반의 중복 도달수 제거 로직을 통해 통합 도달률 도출
- 매체간, 광고상품간, 일자별 도달수

Optimize
도달률 산출

- 도달관련지표
 - : Reach+1 ~ +5, 통합 Reach, GRPs
- Reach Curve

매체-상품 데이터 기반의 GRPs 산출
집행하려는 매체-광고상품별 예산과 타겟을 입력하면,
노출수와 도달수를 예측하여 GRPs 및 Reach(%) 등 관련된 값을 제공

성과 수집부터 분석과 판단, 액션까지 통합 관리 환경 제공

고도화된 통합 광고 운영 솔루션으로 비즈니스 성과를 향상시키고 광고
주의 성공적인 마케팅을 지원합니다.

adly NALO

사용자 정의 규칙 기반 운영 자동화 및 모니터링 솔루션

adly BidOpt

알고리즘 기반 키워드 최적 순위 및 입찰가 제안 솔루션
(특허-2022-0139578, 특허-2022-0139582)

adly AutoBid

목표 순위에 맞춰 입찰가를 24/7 실시간 조정하는 자동화 솔루션

adly

SA/DA 통합
광고 운영 솔루션

adly Intelligence

광고 성과 데이터 시각화 및 웹 리포팅 솔루션
(2025년 오픈 예정)

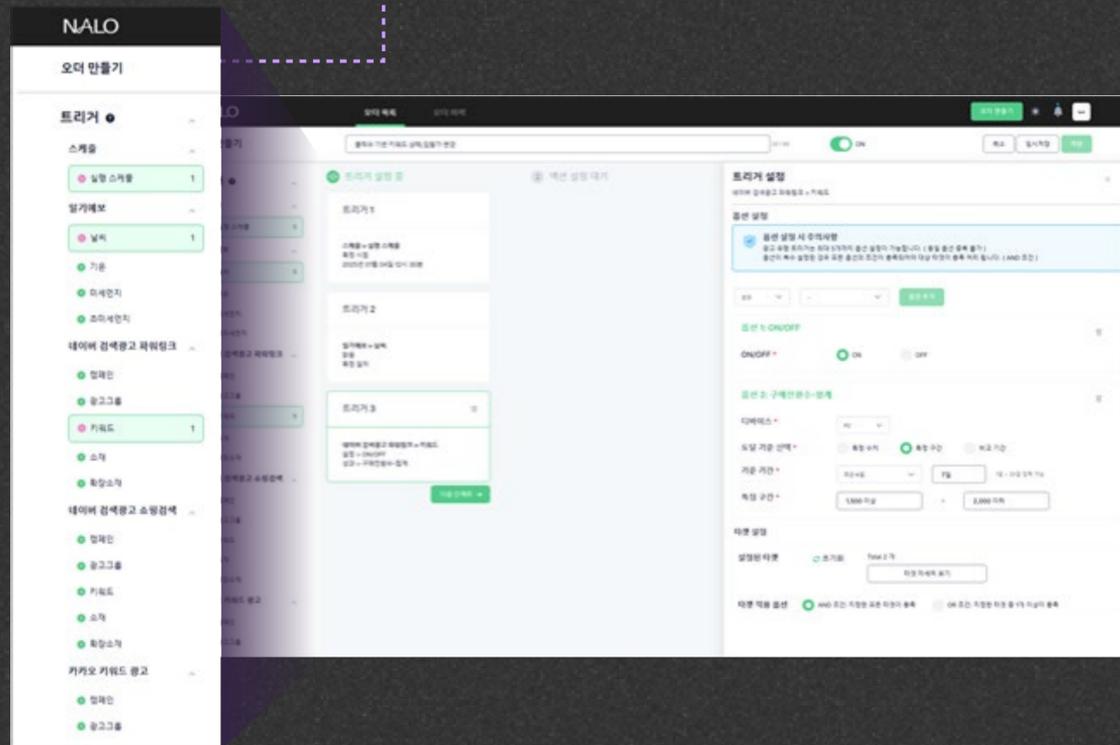
adly AI

생성형 AI 기반 광고 성과 요약 및 분석 솔루션
(2025년 오픈 예정)

NALO

사용자 정의 규칙 기반 광고 운영 자동화 솔루션

트리거와 액션을 자유롭게 설정



프로세스

오더 실행

특정 일시
 e.g. 2025-01-01 12:00
 특정 주기
 매주 월, 수, 금 09:00

트리거 검증

트리거 유형 - 날씨
 e.g. '서울의 '오늘' 기온이 '-5도 이하
 트리거 유형 - 광고
 e.g. '캠페인A'의 '지난 7일 ROAS'가
 '500% 이상'

액션 실행

액션 유형 - 광고 운영
 e.g. '캠페인A'의 '입찰가', '랜딩 URL' 수정
 트리거 유형 - AutoBid(자동입찰)
 e.g. '키워드A'의 '목표 순위' 수정

미충족

액션 미실행(오더 종료)

주요 구성 요소

오더 NALO의 자동화 규칙 단위, 트리거와 액션의 조합으로 구성

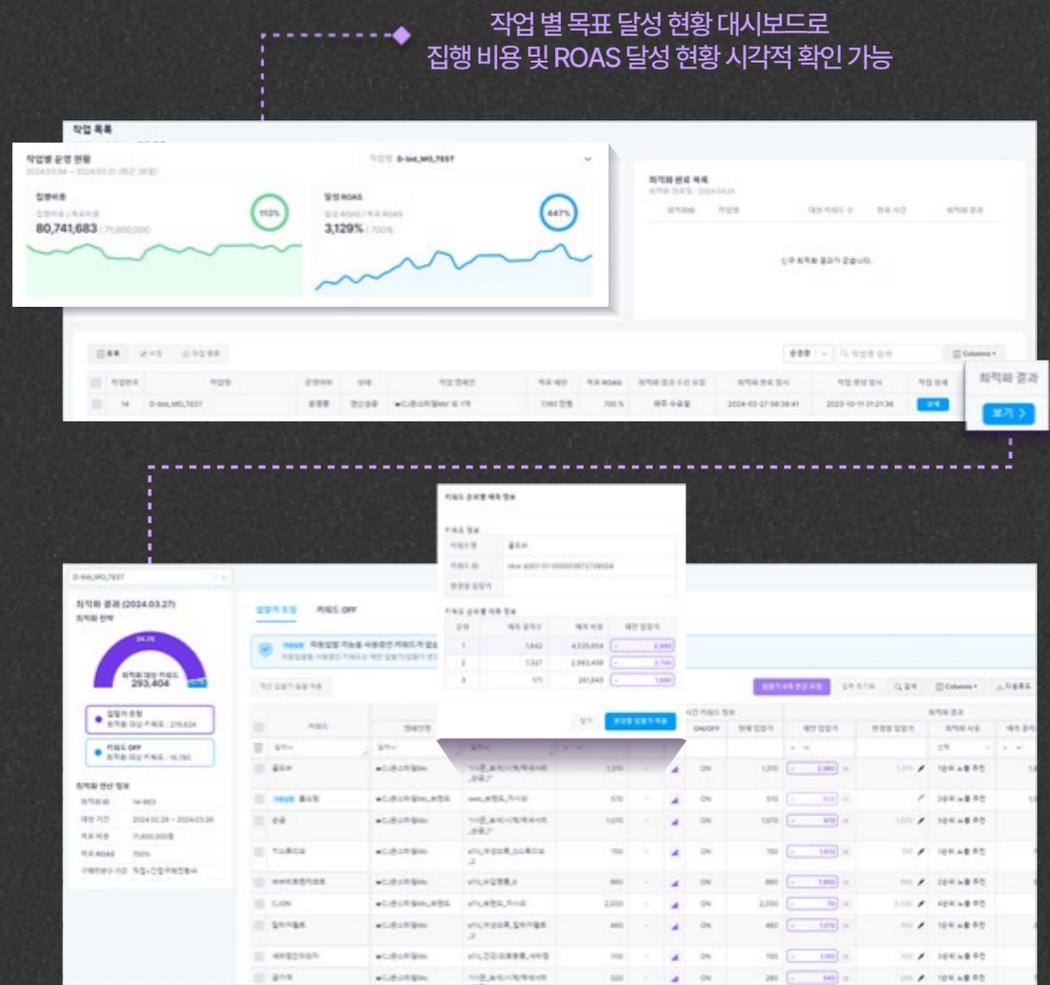
트리거 액션이 실행되기 위한 '조건'

액션 트리거의 조건이 충족할 경우 실행되는 '작업'

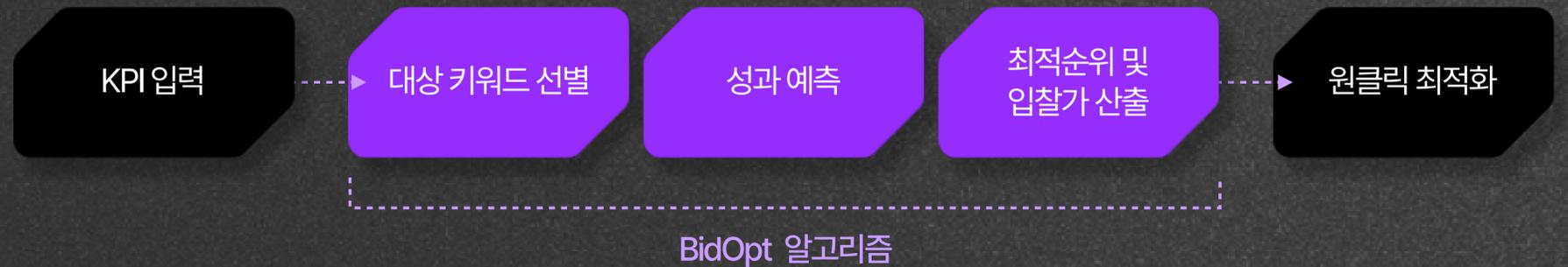
타겟 트리거의 '조건 검증 대상' 또는 액션의 '실행 대상'

BidOpt

목표 달성을 위한 키워드들의
최적 순위와 키워드 입찰가를 제안해 주는 솔루션



프로세스



BidOpt 알고리즘

특허 출원된 BidOpt알고리즘 기반 연산으로 목표 달성을 위한 최적 순위 및 키워드 입찰가 제안

- 특허 정보

검색광고를 위한 키워드 최적순위 추천 시스템 및 방법 (특허-2022-0139578) 전환율

예측 알고리즘을 생성하는 방법 및 이를 위한 연산장치 (특허-2022-0139582)

편의 기능 지원

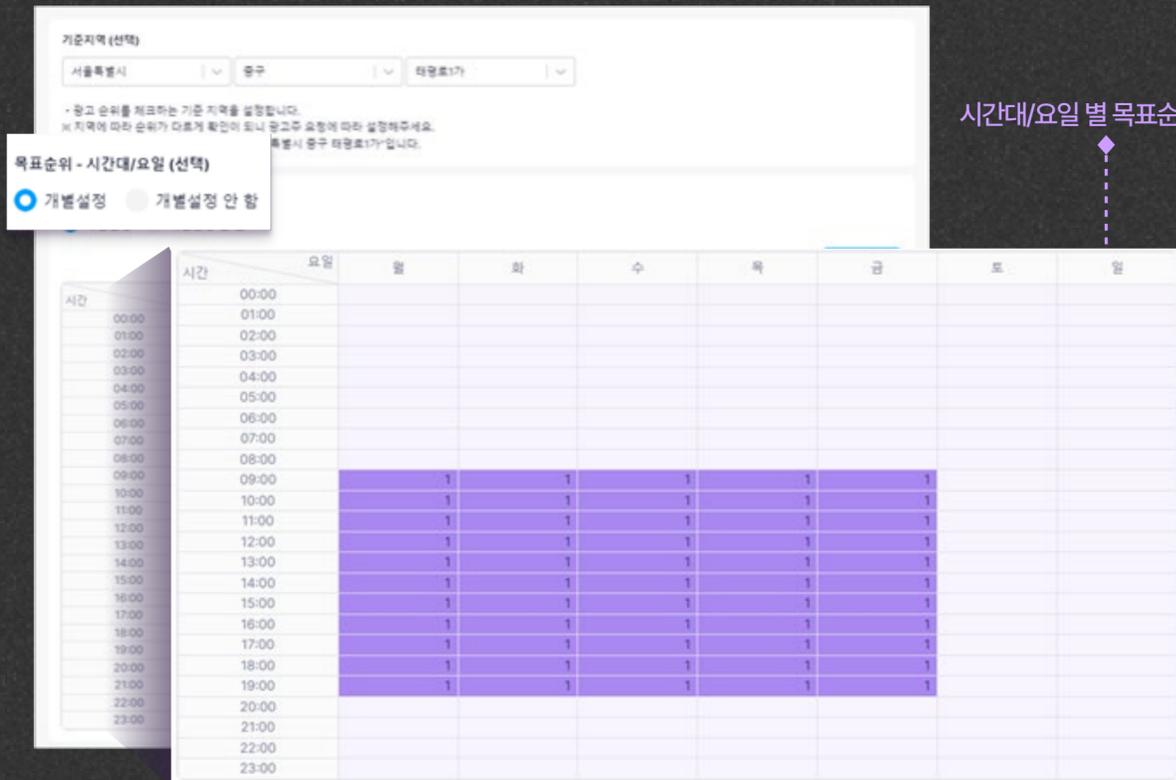
순위 별 예측 정보 제공 : 키워드 순위 별 예측 클릭수, 예측 비용, 제안 입찰가 정보 제공 (ver.1.2.28 updated)

원클릭 최적화 적용 : 최적화 대상 키워드의 입찰가 및 ON/OFF 상태 원클릭 변경 기능 제공

작업 별 대시보드 : 작업 별 집행 목표 비용 및 ROAS 달성 현황 대시보드 제공 (ver.1.2.28 updated)

AutoBid

키워드 입찰가를 자동 조정하여
키워드를 희망 순위에 노출·유지하는 솔루션



AutoBid 설정

✔ 기본설정

오더 NALO의 자동화 규칙 단위, 트리거와 액션의 조합으로 구성

트리거 액션이 실행되기 위한 '조건'

액션 트리거의 조건이 충족할 경우 실행되는 '작업'

✔ 모니터링 기준 설정

디바이스 설정 희망 디바이스(PC/Mobile) 기준 모니터링 설정으로 디바이스 타겟팅

지역 설정 희망 세부 지역 기준 모니터링 설정으로 지역 타겟팅

입찰 주기 설정 키워드 별 입찰주기 설정으로 인기 키워드 집중 관리

✔ 스케줄 설정

ON/OFF 설정 요일/시간대 별 AutoBid ON/OFF 설정

목표순위 요일/시간대 별 목표순위 설정

세부 설정으로
다양한 입찰전략 실현

편의 기능 지원

일괄 AutoBid 설정 / AutoBid 로그 조회

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 바잉 및 캠페인 대행 가능)

크리에이티브 2개 팀

2Teams of Creative

TVC, 온/오프라인 광고제작,
SNS콘텐츠 제작 등

전략광고 9개 팀

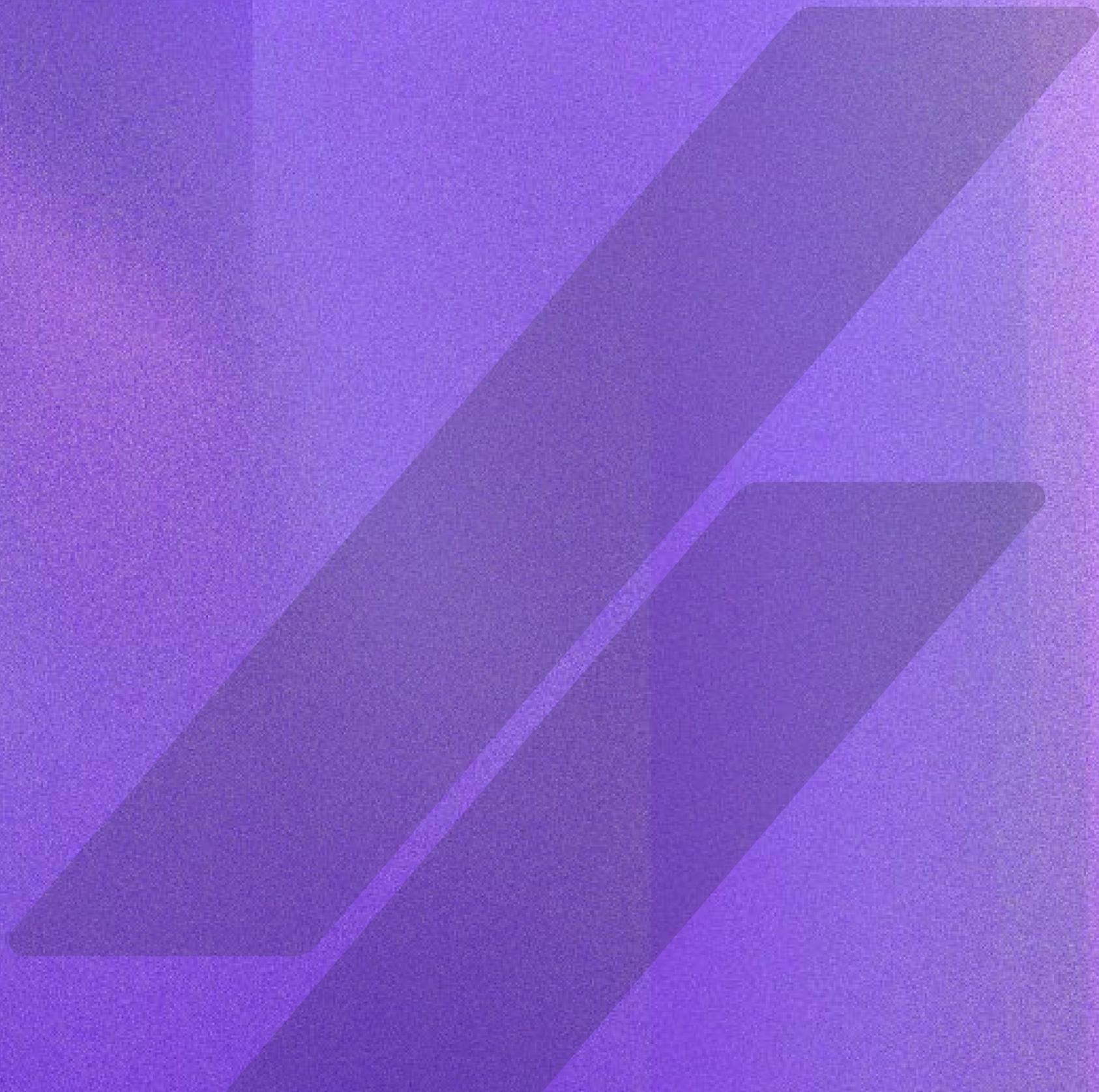
9Teams of Strategic Advertising
Advertising

국내 광고주
풀퍼널 통합 광고대행 수행



Portfolio

주요 포트폴리오



DXE X CJ MEZZOMEDIA Portfolio 주요 포트폴리오

브랜딩+퍼포먼스 통합 캠페인

Branding + Performance Campaign

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

퍼포먼스 캠페인

Performance Campaign
Campaign

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

브랜딩 캠페인

Branding Campaign
Campaign

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

해외(글로벌) 캠페인

Global Campaign

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

DXE X 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
- ↳ 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 : 마뽕킴
- 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 성골 중의 성골

살벌한 관계성 맛집

정년이

티빙에서 월 5,500원으로

한번 더 왕후가 되기로 했다

살아남기 위해

우치왕후

8/29 (목) 티빙 독점 공개

사고치고 컴백한 장소민

“나 이제 백수야”

믿었던 장녀의 폭탄선언에 가족들 ‘정진벽력’

엄마친구아들

티빙에서 스트리밍 >

티빙 첫

첫달

티빙 구

티빙

찾았다!

티빙 100원으로
스터디그룹
볼 수 있는 곳!

티빙 구독하러가기 >

티빙

파란만장 동네 한 바퀴 로맨스

서른넷의 봄, 나의 오늘에 네가 돌아왔다

엄마친구아들

지금 티빙에서 스트리밍 >

티빙

우치왕후

티빙의 첫 번째
초대형사극

24시간 안에
새로운 왕을 세워야만 한다.

월 5,500원으로 스트리밍 >

Apple TV+ on TVING

이민호 X 김민하의 금지된 사랑

<파친코> 시즌을 지금 티빙에

Apple TV+

<파친코> 보러가기 >

Apple TV+ on TVING

이민호 X 김민하의 금지된 사랑

<파친코> 시즌을 지금 티빙에서!

파친코
PACHINKO

Apple TV+

Apple TV+도 티빙에서 >

티빙

별천지 같은 초호화 캐스팅

정년이

티빙에서 월 5,500원으로

티빙

티빙 첫 구독이라면?

첫달 100원

티빙 구독하러가기 >

티빙 첫 구독

100

시리즈 예능

사랑은 외나무다리에서

옥

지금 구

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.

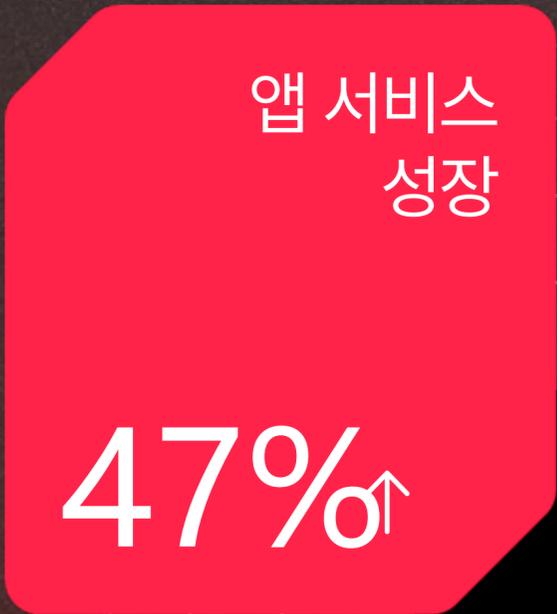
Strategy

활용 가능한 데이터 기반의 퍼포먼스 캠페인 운영 시도



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



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 X 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
- ↳ 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
설레는실

알텐바흐 디펜더스 IH 24편

20%
적립

CJONSTYLE

CJ 온스타일 1644-2525

최대 1천만원 7%카드 CJONSTYLE

오늘 8:20PM

쇼쇼해 SHOW

셀럽과 함께 완성하는 취향공감 쇼핑

[OPEN] 쇼핑은 쇼로 시작!
2/17-28 대표 프로그램 일정 확인하고,
최대 1천만원 주인공이 되어보세요!

지금 혜택받기 공유하기

오늘 8:20PM

한예슬의 오늘 뭐입지

#실시간 LIVE #꿀템보장

오늘 입을 옷 고민 끝!
한예슬의 패션 상담

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

지금 혜택받기

LIVE 오늘 9:00PM

GET it BEAUTY with 유인나

#베스트셀러 #피부나이 감소

뷰티 덕후들의 뷰티템 분석
갯잇뷰티X벨르제이

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

지금 혜택받기

오늘 8:45PM

바퀼 워밍 프레

295,000원

지금 혜택받기

TV 편성표

LIVE SHOW

모바일 라이브쇼

고객센터



CJ 온스타일



Background

홈쇼핑의 즐거움과
커머스의 트렌드를 담아
고객을 만나다.



차분한 봄 스타일링
셀럽샵 알파카 가디건

미리주문 10%찬스



패션/명품



뷰티



리빙



식품



유아동



15%혜택



2월특집전



덴프스



화제의상품



선물하기



D&E



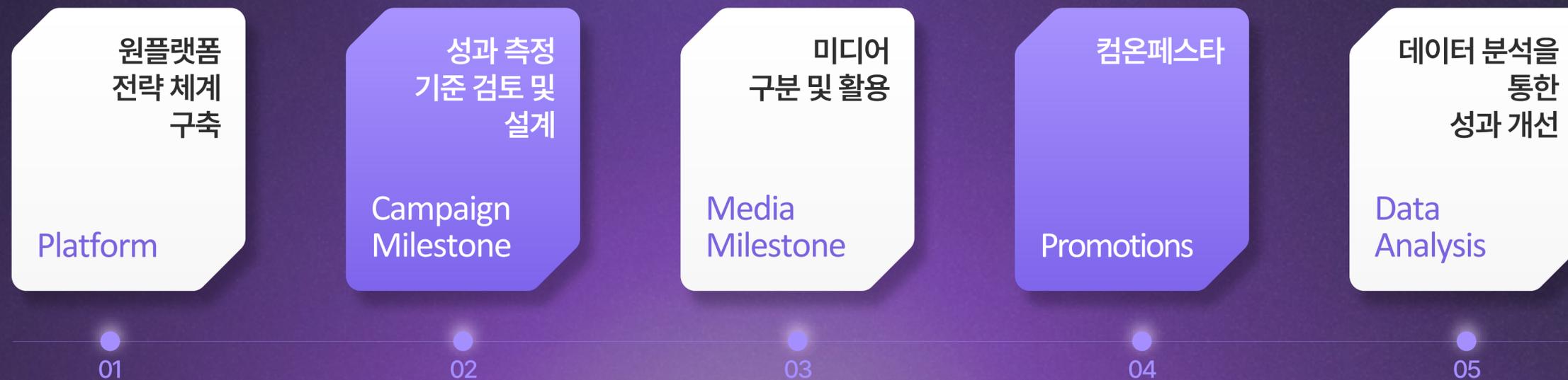
Strategy

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

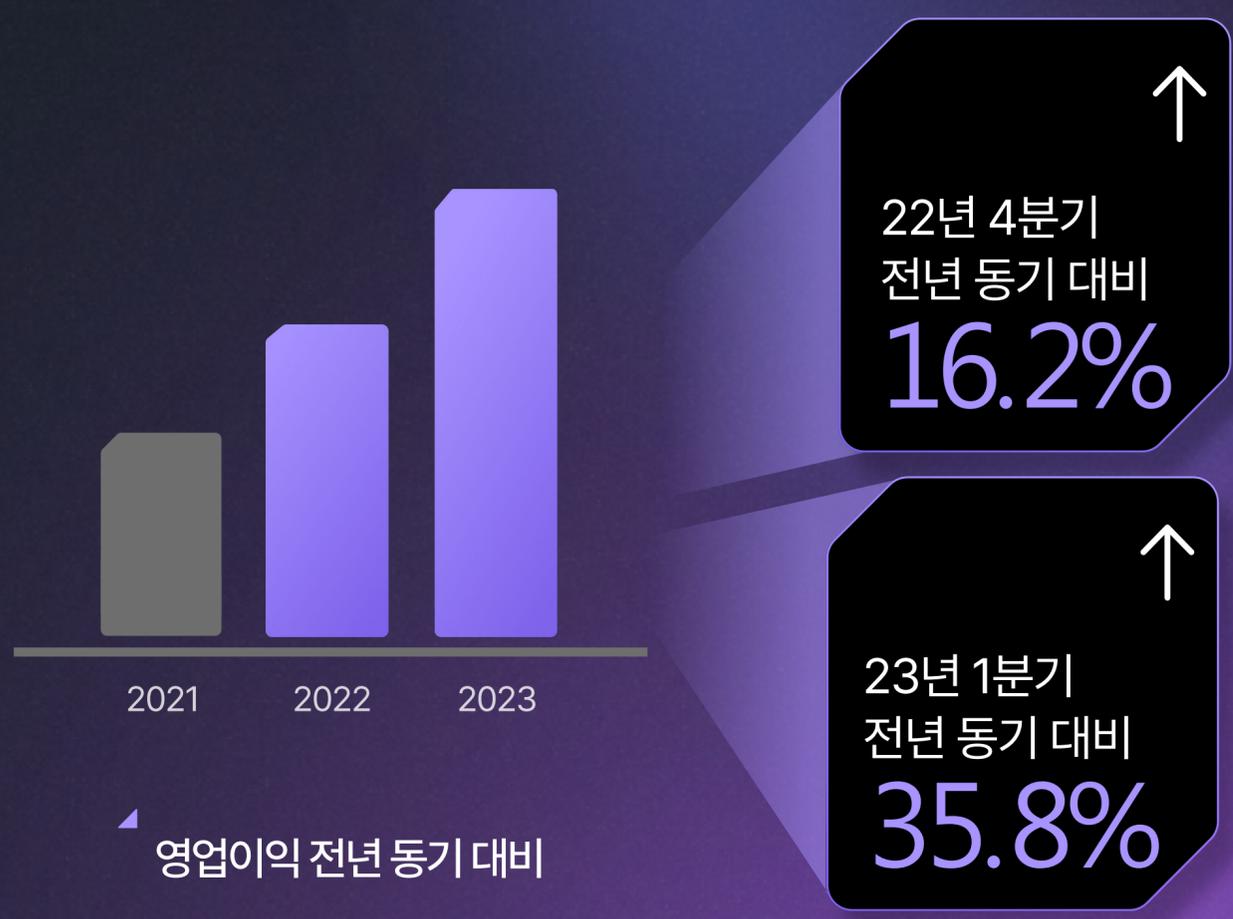
고객 생애 가치 극대화 측면에서 디지털 마케팅을 운영하였습니다.

▲ 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



시원하게 수분충전!
쿨링 효과까지

10%

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 MY KE

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

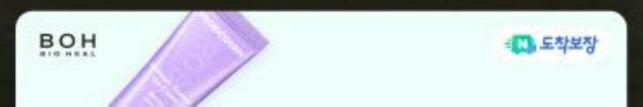
추가 15% 쿠폰 + 도착보장

UP TO
55%



BOH
BIO HEAL

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

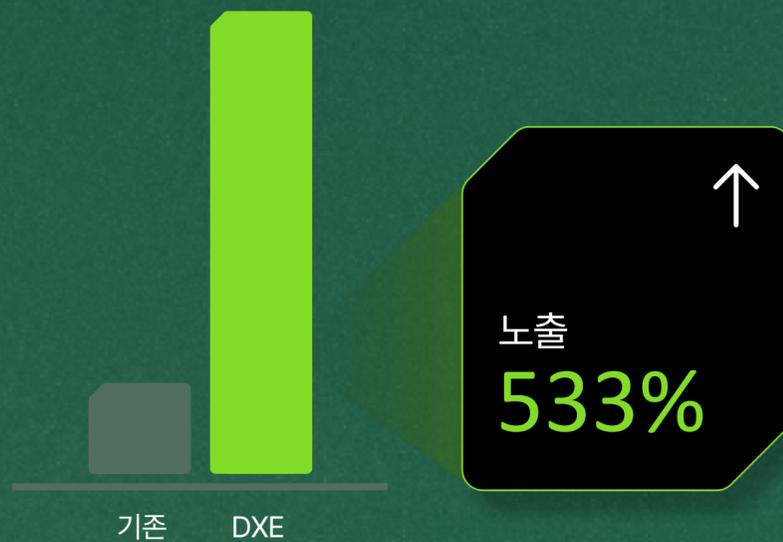
올리브영 PB 브랜드 고객들의 복잡한 구매여정을 추적하여
 각 여정의 목적과 브랜드 목표에 초점을 둔 전략 설계



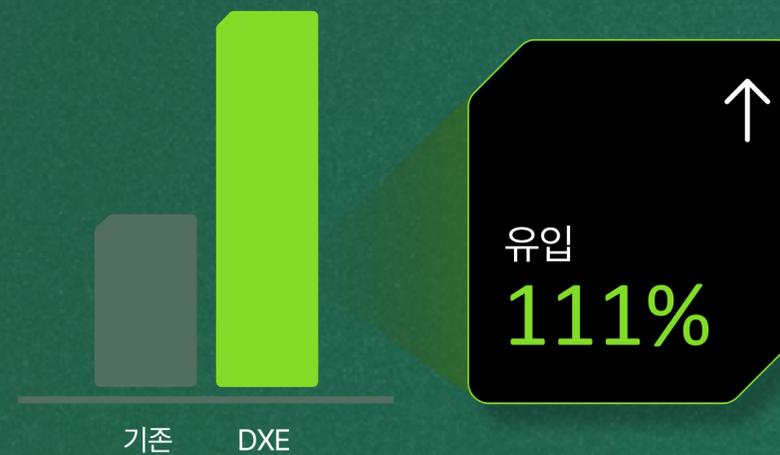
고객의 구매 여정 추적

Result

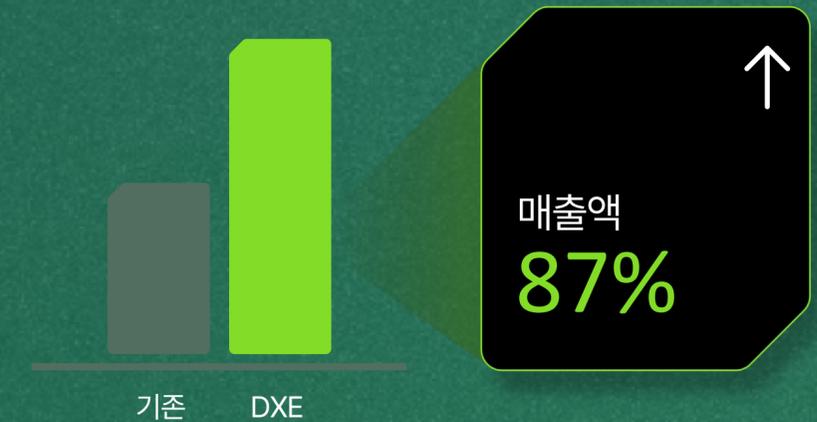
올리브영 네이버스토어 채널과 뷰티업종 고객 이해도 바탕으로
고효율의 캠페인 성과 달성



고퀄리티 키워드 노출 전략에 따른인지도 상승



TEST 통한 고효율 소재 및 소구 포인트 발굴



순위별 성과분석 및 최적 순위 자동입찰

Beauty

더페이스샵.

LG생활건강

Woody Musk

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

수 올리브영 단독 런칭



예화담 × OUR

실사용 만족도 평가 90% 이상 기록!

예화담 환생고 스페셜 에디션



더페이스샵 10월 브랜드세일

Brand Sale

10.01 - 10.5



강력 안티에이징 루틴 지금 시작하기 >

THE FACE SHOP CLEAN BEAUTY

더욱 얇고 단단해졌다!

아이 라이즈 슬림 브로우

NEW

- 1.5mm 초슬림 한올 터치
- 하드브로우 정점만 쏘
- 롱래스팅 초밀착



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



OLIVE YOUNG

한력

Vegan Mucin Peptide 8 Cream | firming anti-aging

19,000원 **12,900원**

리프팅 갈사&채험분 7종 증정!

THE FACE SHOP CLEAN BEAUTY

6천원대

단독

네이버 오늘의 특가

오늘만 이 가격! 단 하루 60% 할인 >

NATURAL SUN ECO
No shine hydrating sun cream
Soin solaire hydratant contrôle du sebum

50+
No White Residue
Shimless. Invisible Oil
Creates A Firm Look
50 ml / 1.7 fl. oz.



THE FACE SHOP CLEAN BEAUTY

POWER LONG-LASTING
50+
POWER LONG-LASTING
50+
POWER LONG-LASTING
50+

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



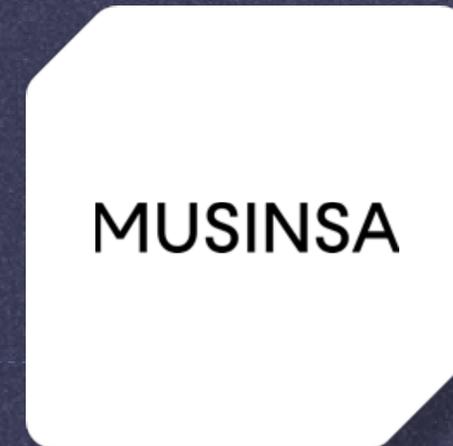
사용자 리뷰 중심 독보적 1위 플랫폼
회원 기반 세일즈 강화



국내 1위 드럭스토어
오프라인 기반 온라인 세일즈 강화



로켓럭셔리(뷰티) 누적구매 400만 돌파
뷰티 시장 점유율 강화

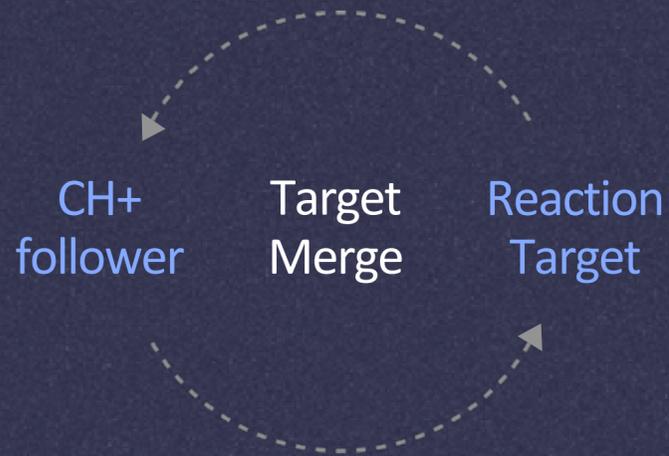


뷰티 카테고리 83% 이상 성장
카테고리를 성장동력으로 세일즈 강화

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



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



짧은 설 연휴, 하루만 가입해도 OK!

지금 예상 보험료 확인해보세요! >

신년 행운 찾으러 가기 >

이번달차보험 만기라면? 스타벅스1만원권

[자동차보험료 확인시]

내비 / Tmap 에서
안전운전
수 확인하고
보험료 특약 할인
받았어요!

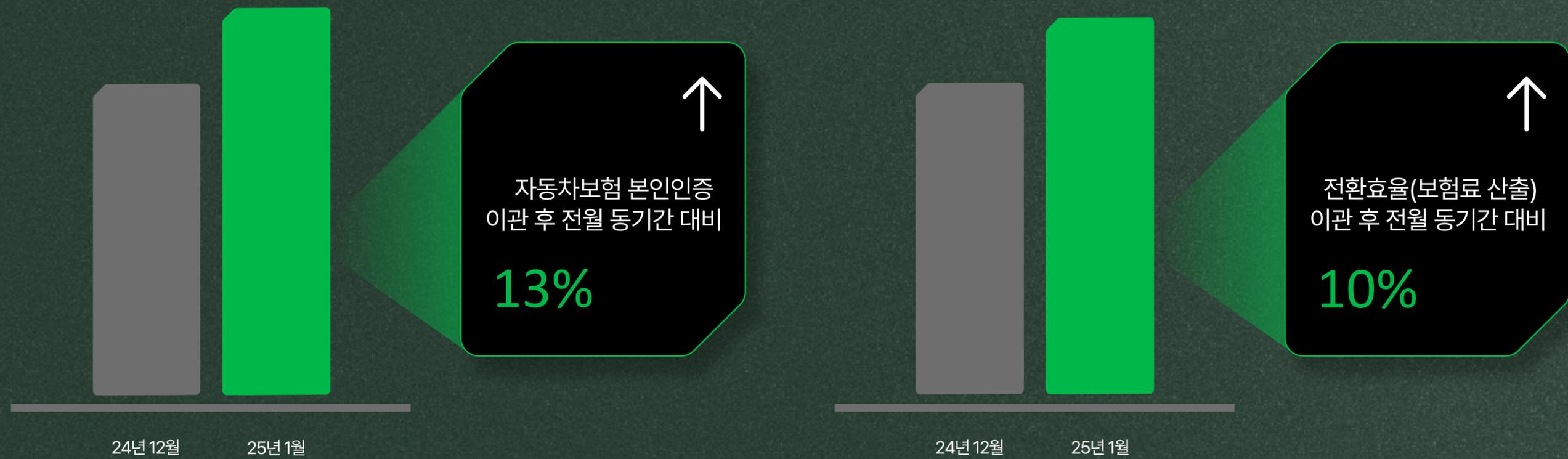
방금본그차, 보험료는 얼마나올까?

카카오내비 / Tmap 운전 고객이라면 특약할인받는게 맞다!

※ 2025.03.16 책임계시(계약개인용) 부터,
직전 6개월 이내 500km 이상 주행 시간 29세 이하, 기명 1인/부부한정,
TMAP/카카오내비 안전운전 점수 6점 이상 고객 대상, 개인용 신차 자동차보험 가입
손해보험협회 상리점 제00000000 (2025.00.00-2025.00.00)

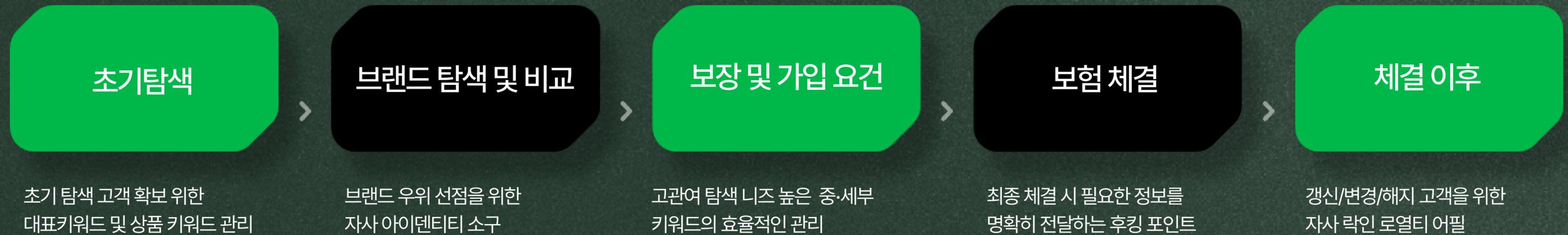
Result

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

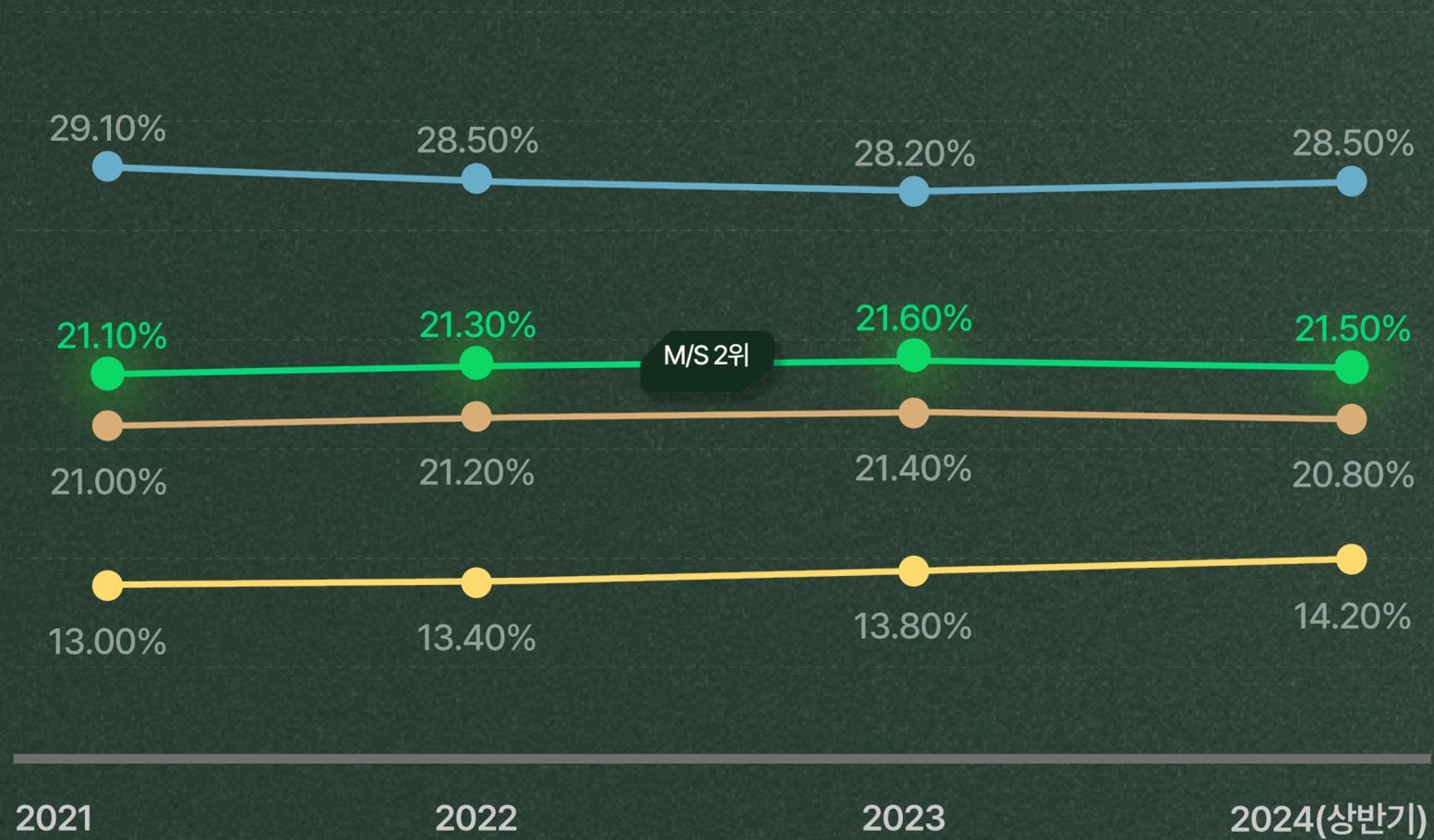


[CDJ에 따른 광고 현황 파악 및 전략 설계]

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



APP PUSH

수신동의 이벤트

100% 당첨



동의하고 골드바 받기 >



15% COUPON

설에는 설레이는 혜택

홀리데이 SALE

최대 50% OFF

가을신상 추향저격

아웃도어의 계절 가을, 특별한 쇼핑 혜택을 만나보세요

2024 DEAL

FLASH DEAL

특별한 혜택과 함께 여름 준비하기

ABC-MART

혜택다가형! 행복이가득한 가정의달

TVING MEMBERSHIP STANDARD 3

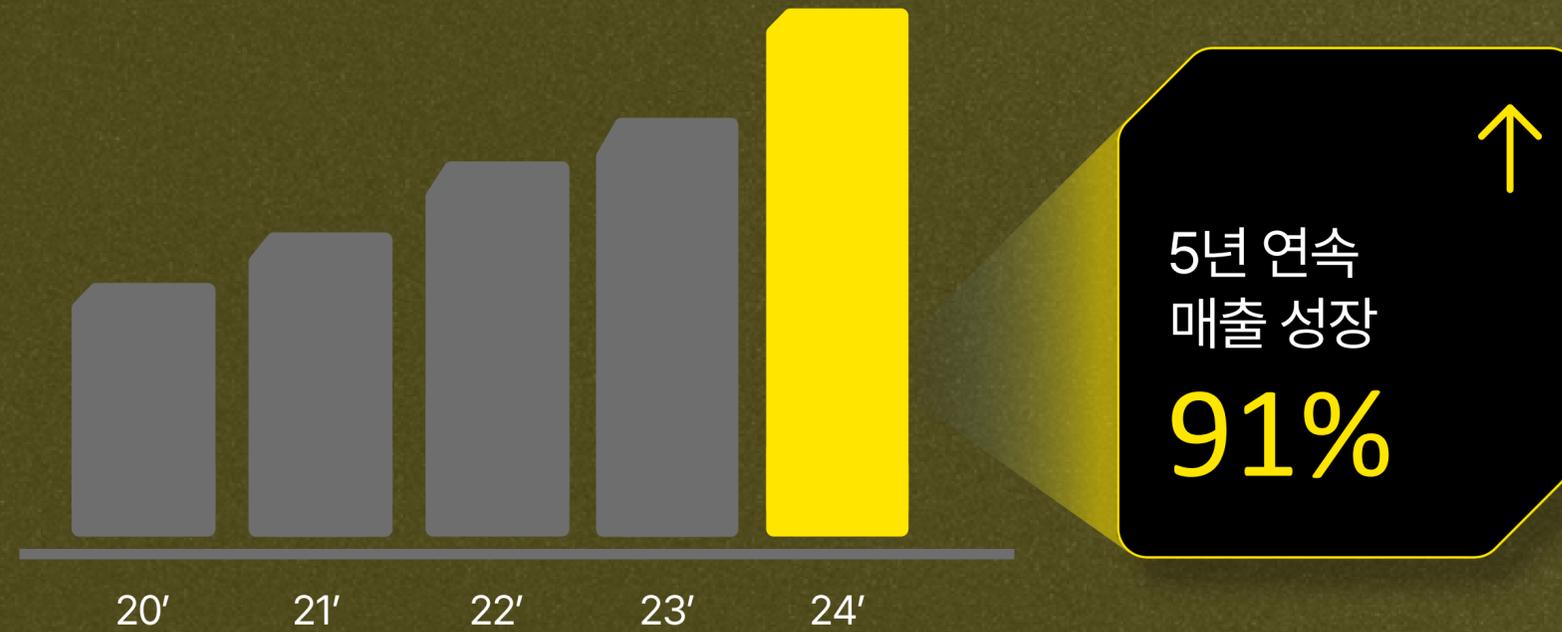
동행쿠폰 5%

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 에이비씨마트코리아만의 특별한 ONLINE PLACE입니다.



GRAND STAGE

탑티어 슈즈 및 어페럴 등 다양한 프리미엄 상품을 만날 수 있는 전용 쇼핑몰입니다.



ABC-MART

모든 연령층이 선호하는 다양한 상품을 만날 수 있는 기본의 ABC-mart 쇼핑몰입니다.

▲ 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!

호텔 최저가 비교 혜택까지



후쿠오카 호텔 예약

호텔 최저가 비교 혜택까지



호텔스컴바인

후쿠오카연말 호텔? 지금이 찬스
온라인 최저가로
여행가자!



지금 호텔 최저가
확인하기

호텔스컴바인

연말에 제주도 가세요~?
인기 호텔 최저가
한눈에 비교!



지금 호텔 최저가
확인하기

호텔스컴바인

후쿠오카연말 숙소 예약
온라인 최저가로
한눈에 비교!



지금 호텔 최저가
확인하기

호텔스컴바인

연말 제주도 인기 호텔!
최저가 비교하고
예약하자!



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

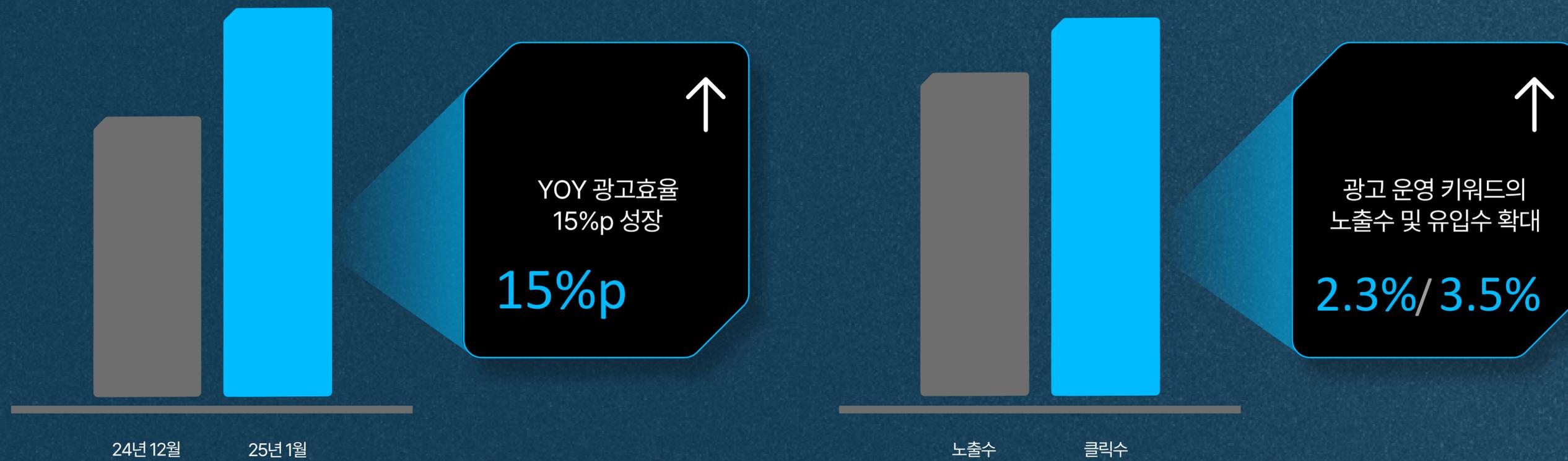
- ▶ 연령대별 차별화된 소비 패턴에 따른 입찰 전략 수립
소비력 강한 3040과 여행니즈가 많은 20대에 차별화된 입찰 전략 적용

[빠르고 안전한 키워드 대응]

[소비자 성향 기반 효율 관리]

Result

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



DXE X 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
- ↳ 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



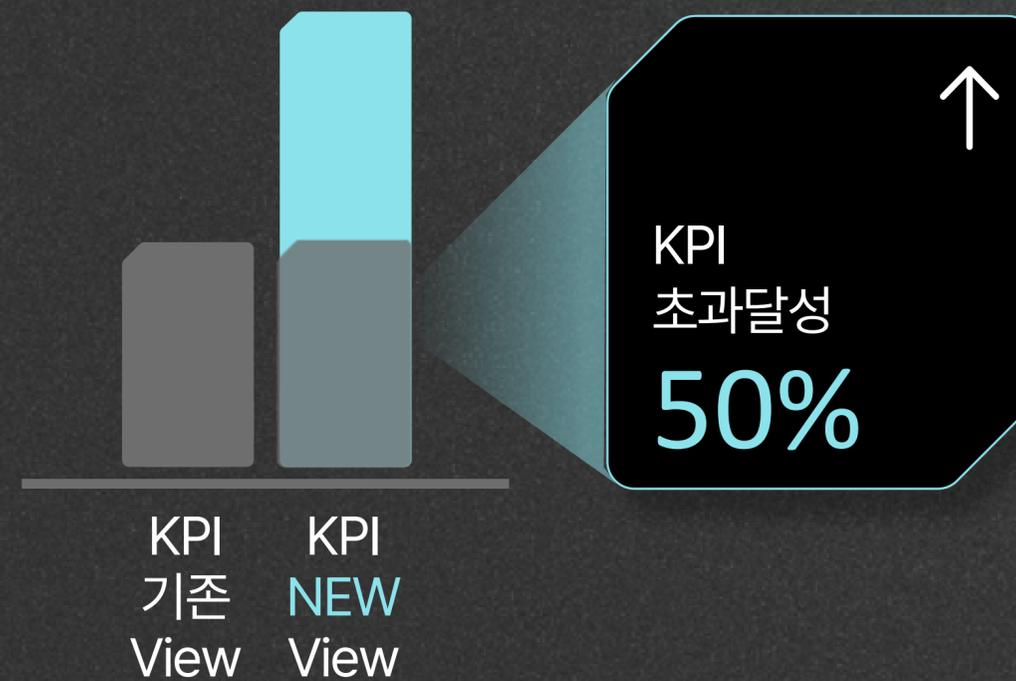
Background

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



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



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



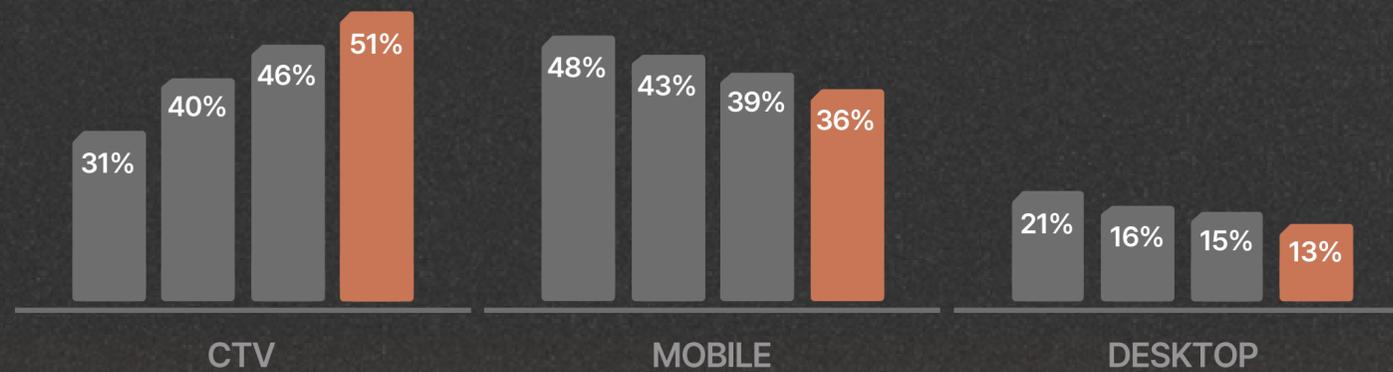
Strategy

유저의 영상시청 패턴이 커넥티브 시장으로 이동하는 것에 포커싱하여 월간 활성 사용자 수가 가장 많은 유튜브에 주목하고

CTV를 커버하면서 가정에서 사용자가 가장 많은 유튜브에서 해결책을 발견

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

동영상광고의 디바이스별 점유

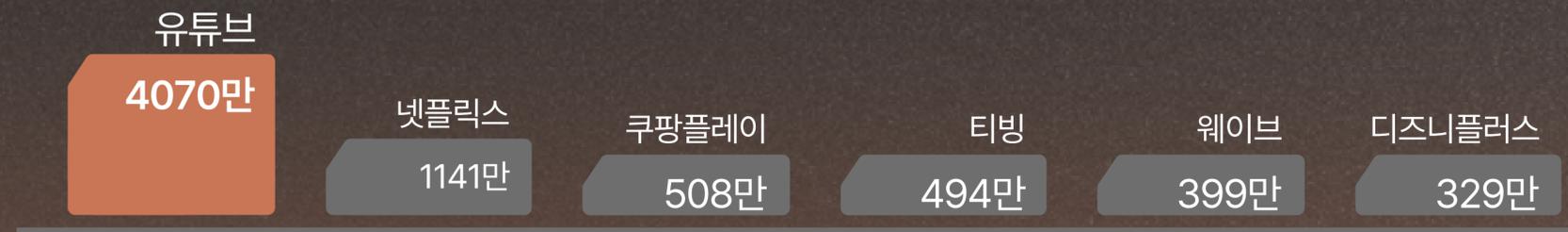


OTT 업계 요금 인상 현황 (단위: 원)



월간 활성 사용자수(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



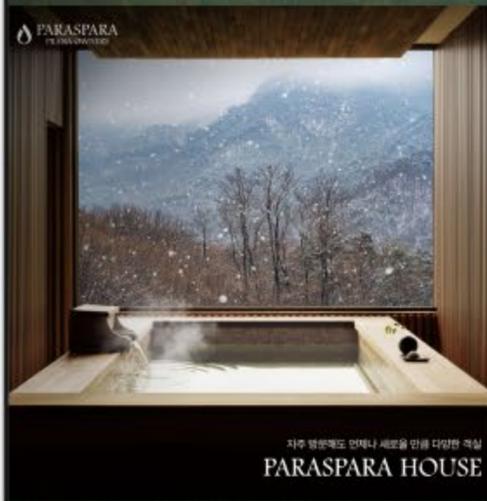
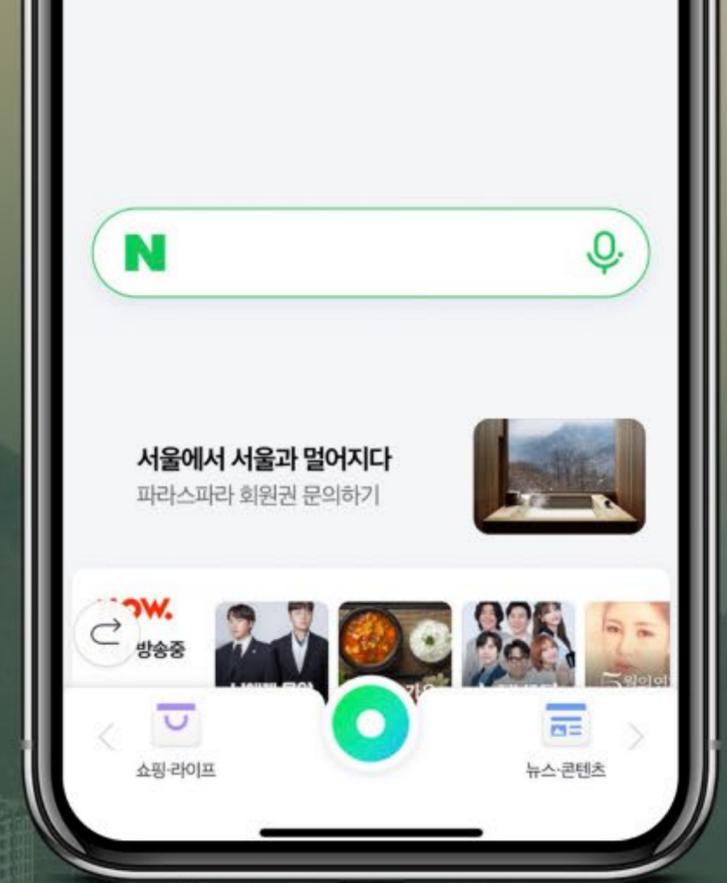
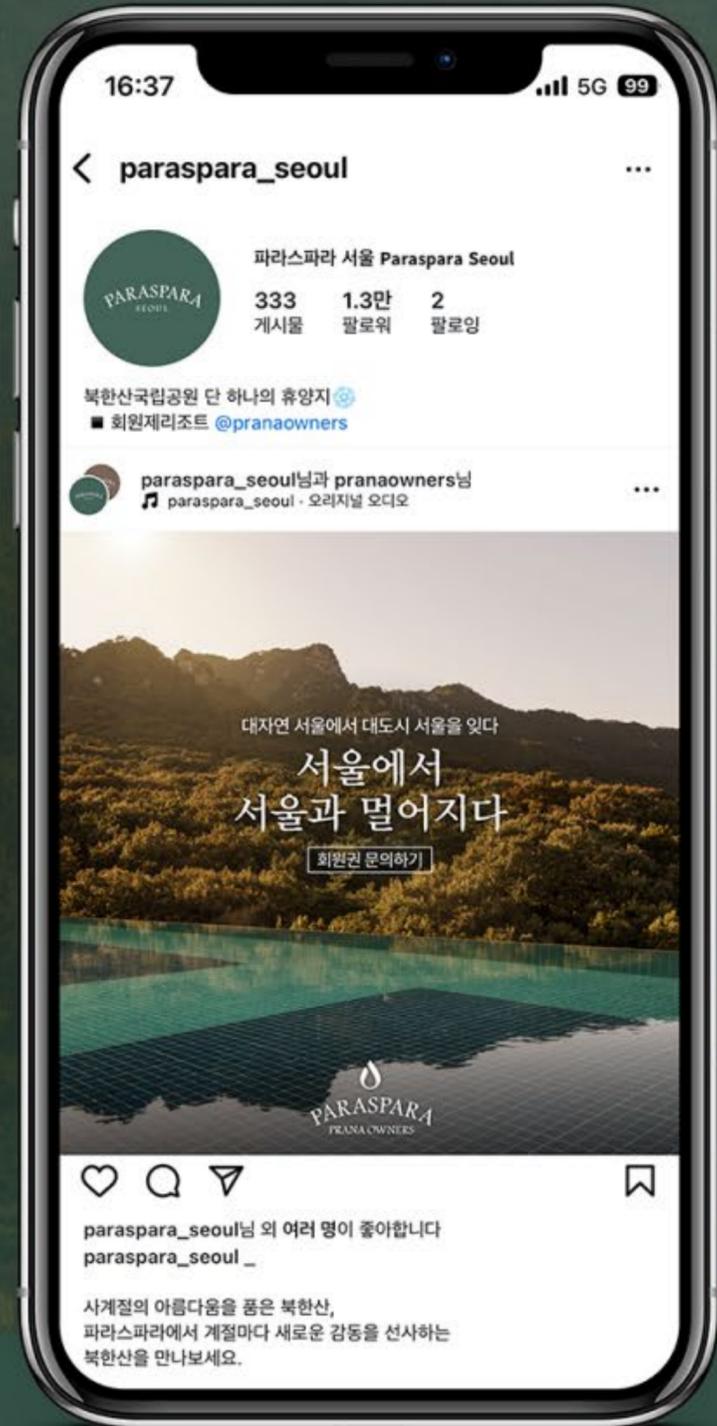
유튜브 내
브랜드 키워드 검색량

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 목표로했습니다



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 X 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
- ↳ 이클립스
- ↳ 브라운포맨코리아
- ↳ 브라이틀링
- ↳ 파라스파라

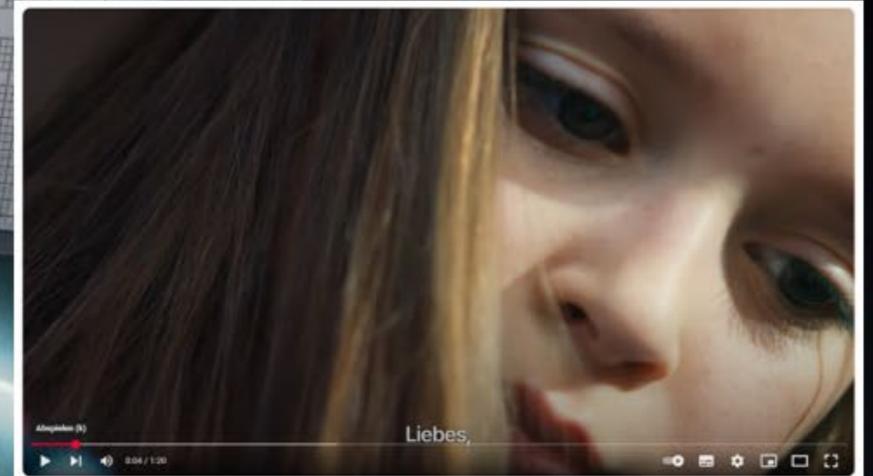
해외(글로벌) 캠페인

Global Campaign

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

Energy

LG 에너지 솔루션.



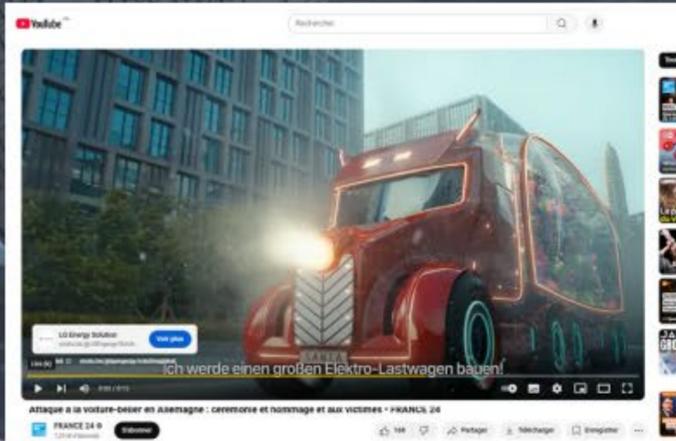
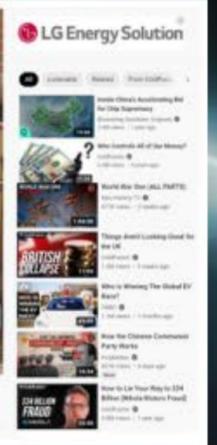
EMPOWER EVERY POSSIBILITY | DEU | LG Energy Solution
LG Energy Solution Global
73,500 Abonnenten



EMPOWER EVERY POSSIBILITY | FRA | LG Energy Solution
LG Energy Solution Global
73,500 Abonnenten



China's Economy is in Bad Shape
1,904,479 views · 10h 15, 2022



Attaque à la voiture-électrique en Allemagne : cérémonie et hommage aux victimes - FRANCE 24
FRANCE 24 0
12h 47 Abonnés



Whyasko | Enduring Innovation in Motor City
This Pro Life Pastor's Sermon on Abortion Deserves a Larger Audience | NYT Opinion
13,289 views · 6h 27, 2022



Background

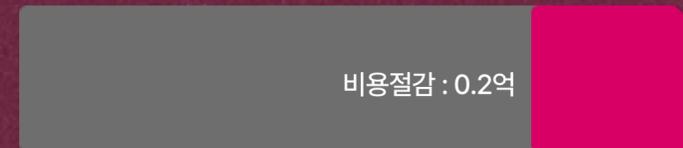
자동차 전지, 소형 전지, ESS 전지 사업을 전 세계로 확장하는 LG에너지솔루션이
주요 배터리 생산 거점 지역을 통한 생산 능력 확대와, 임직원 및 인근 지역 주민(25~54세)의 관심을 기반으로
지역과 함께 성장하는 브랜드로서의 인지도를 강화하기 위한 캠페인 요구



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%(+) 달성율



폴란드(브로츠와프)

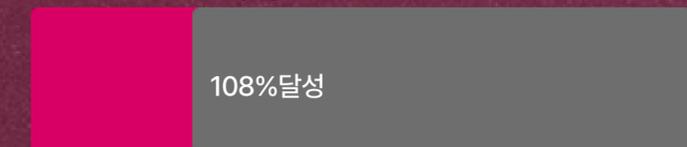
BLS 절대적 상승도 : (+)2.9%
전환 고려 사용자 : 32.4만

동기간 동종업계 High Average 획득

캠페인 제안 금액 : 122억



Reach 60%(+) 달성율



미국(디트로이트&휴랜드)

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

高級ビタミンサプリの購入は
新羅免税店で

UP TO
37% OFF
THE SHILLA DUTY FREE

THE SHILLA DUTY FREE 新羅免税店



Mileage
\$200

THE SHILLA DUTY FREE

첫구매 웰컴딜

THE SHILLA DUTY FREE

구매이력 없는 고객 누구나
최대 80% 할인!

WELCOME TO SHILLA
UP TO
80%

인친공화점

췌! 고객님의게만 몰래 드리는



THE SHILLA DUTY FREE 시크릿 혜택 확인하기

New Year's New Benefit

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

더블 적립금
추가혜택적립금 온라인 S.Rewards

지금 멤버십 혜택 확인하기

HOT SALE

THE SHILLA DUTY FREE

대세는 위스키
주류는 신라



\$164
\$147.6

THE SHILLA DUTY FREE

SHILLA HOLIDAY

연말 경품 출석 이벤트



신라면세점
신라면세점
100,000원

월요일 단 하루!
아베다 최대 할인

UP TO
48%

botanical repair.

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

건식식부터 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 스페셜 세일

THE SHILLA DUTY FREE

最高

2折 優

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

E-Commerce

G마켓

G MARKET GLOBAL

BACKGROUND

팝, 무비, 뷰티, 패션 등 한국이 불으면 전 세계가 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

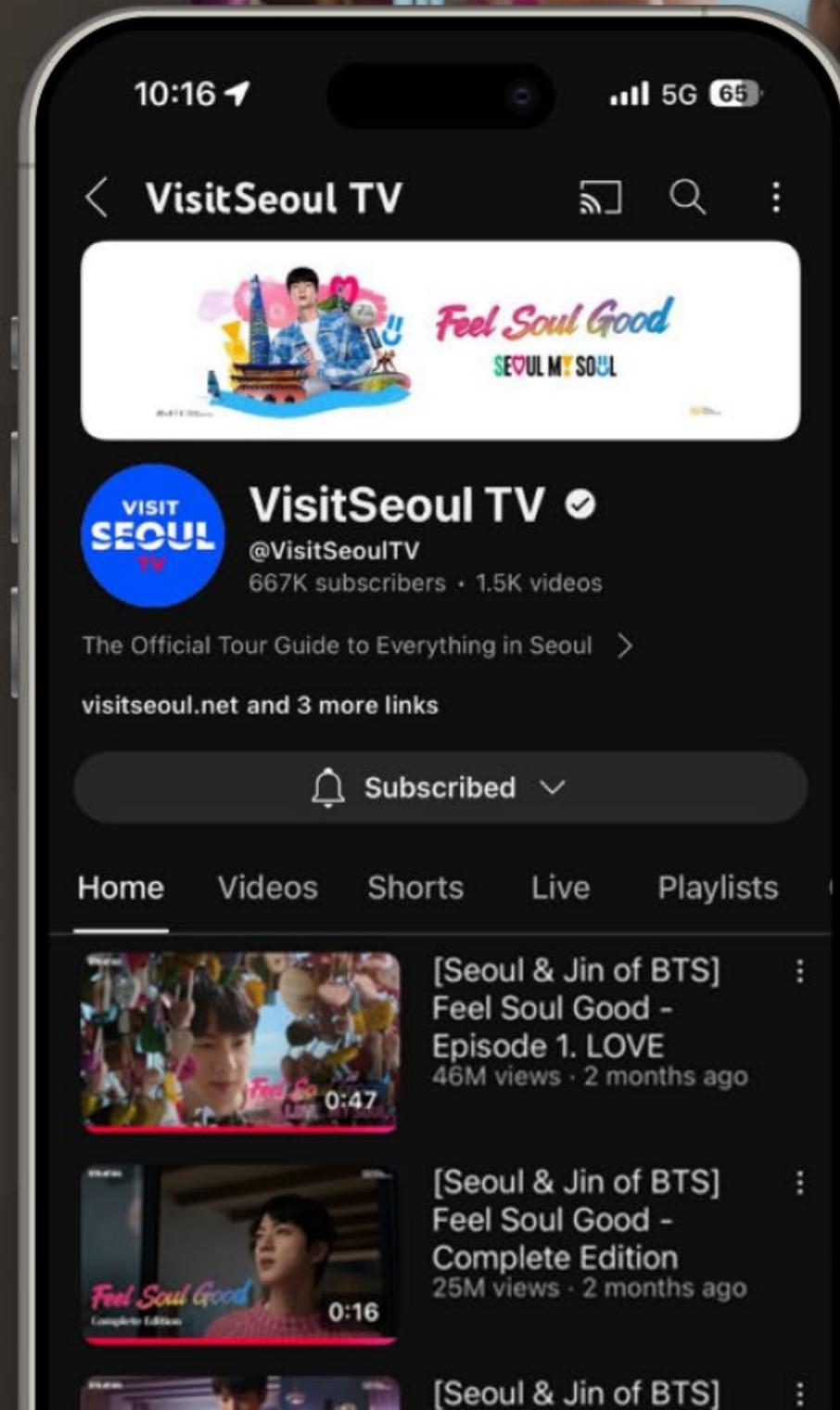
'G마켓 글로벌'의 가치와 이념을 담아 'Shop All the K-Trend' 캠페인 슬로건과 G마켓만의 브랜드 디자인 폴리시를 중심으로 구매 유저의 행동 단계 특징에 맞춰 개발하였습니다. 대만/미국/태국, 타깃 국가를 대상으로 상품 카테고리별, 언어권 역별 맞춤 소재를 제작하였고, 신규 및 재유입을 고려한 그룹별 타깃 분류를 통해 구매 전환율과 구매 건당 단가 효율을 높일 수 있도록 운영하였습니다. 그 결과, 광고 집행비 대비 1차 834%, 2차 243% 매출 달성으로 성공적인 캠페인을 이끌어냈습니다.



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

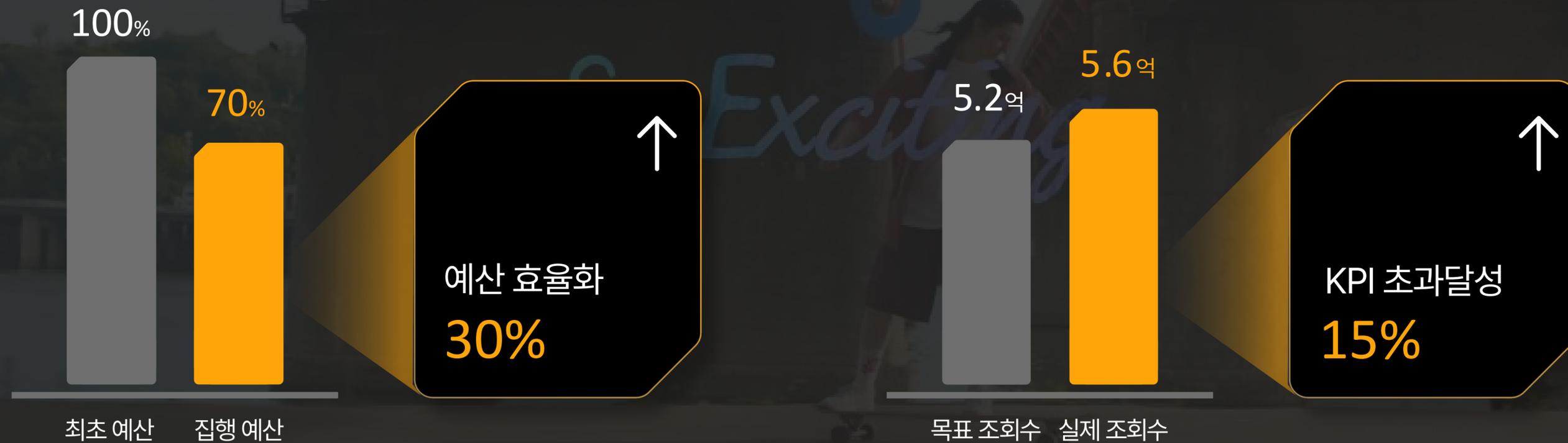
Tier 국가별 운영

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

CJ제일제당.

CJ CHEIL JEDANG

BACKGROUND

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

RESULT

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.



★★★★★ | 박성지 김*
맛있다고 아이가 먼저 꾸준히 찾네요~

★★★★★ | 박성지 diddy*
오은영 유산균이라더니 아이 입장에서 제대로 만들어졌나봐요^^

★★★★★ | 박성지 비*
박시님 믿고 구매했어요! 유산균 같이한지 다섯번째.. 효과가 훨씬 좋은것 같아요---



Nutraceuticals

바이탈 슬림 올인원.

메디쿼터스

BACKGROUND

메인 타깃인 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!



먹은 지방 CUT!
다나 성분으로 지방 CUT



스트레스로 인한 긴장 DOWN!



체지방 CUT!
바이탈슬림 다이어트 올인원



바이탈슬림
다이어트 올인원
데이&나이트



Medical

미마마스크.

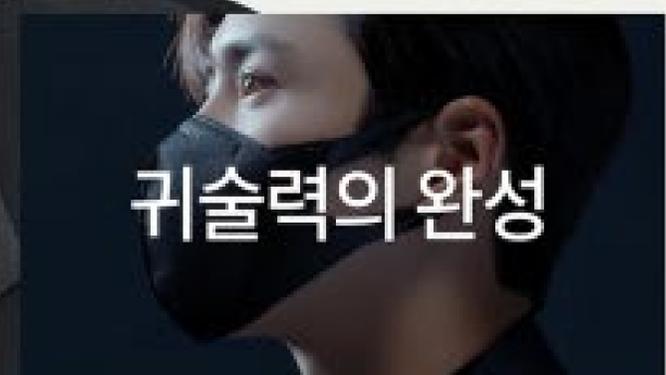
ASEADO

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 가성비 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.



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.



상큼달콤해도
마법같은 0칼로리

0칼로리 마법같은
슈가로로
스파클링
sugaroro

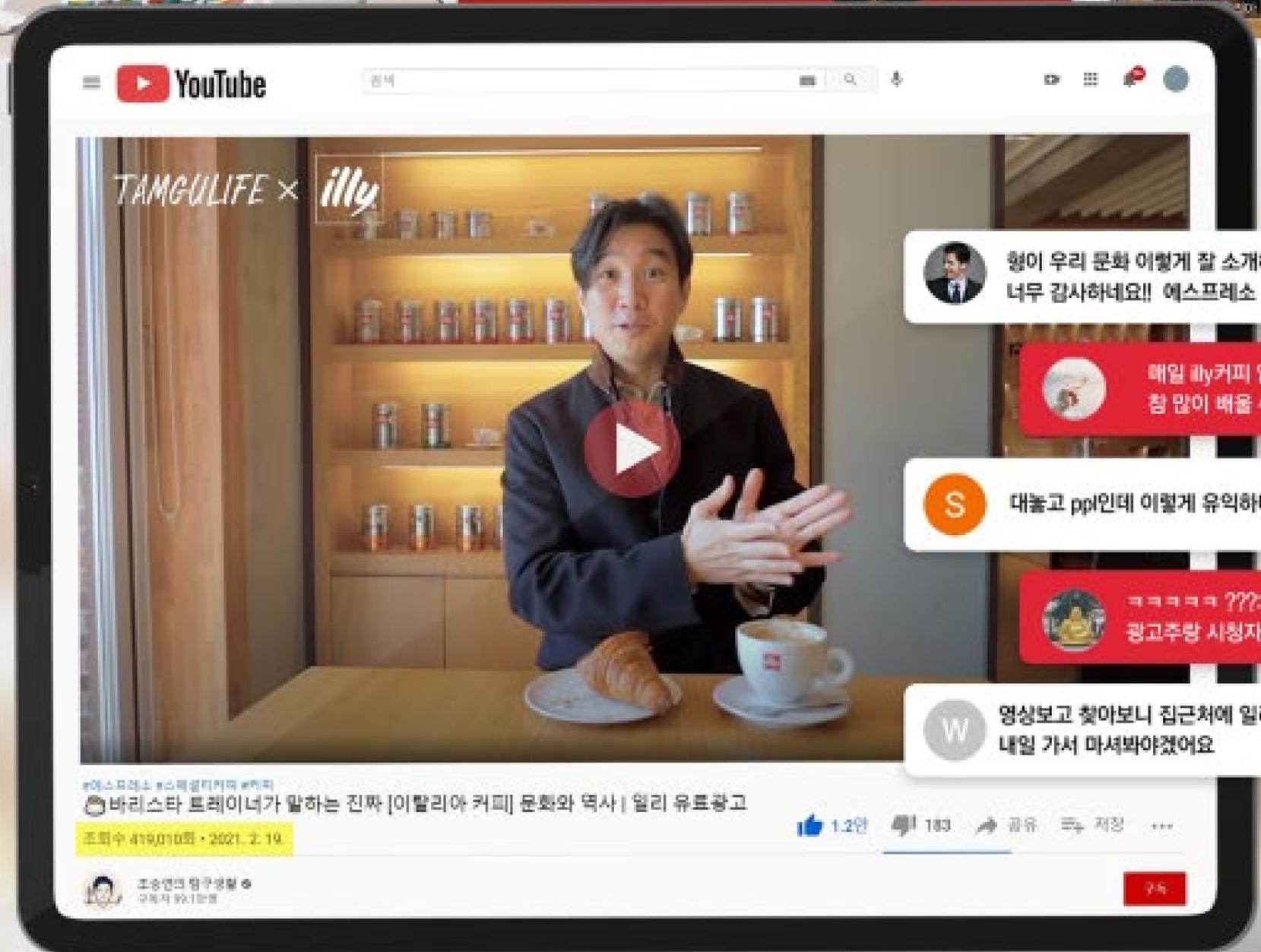
Beverage

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.



형이 우리 문화 이렇게 잘 소개해 주시니까 너무 감사하네요!! 에스프레소 ♥♥♥

매일 illy커피 없으면 못사는 저로서, 참 많이 배울 수 있는 영상이었습니다.

S 대놓고 ppl인데 이렇게 유익하다니...

ㅋㅋㅋㅋ ??? 아니, 비겁하게 광고주랑 시청자를 동시에 충족시키다니.

W 영상보고 찾아보니 집근처에 일리카페가 있네요! 내일 가서 마셔봐야겠어요



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 비고 판단하기 어려운 유산균 제품들 속에서 직관적인 네이밍과 효능을 중시하면서 제품의 특징적인 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 고급스러운 톤앤매너로 브랜드의 전문성을 부각시켜 소비자들에게 제품력도 함께 어필할 수 있도록 유도했습니다.



Nutraceuticals

GNC.

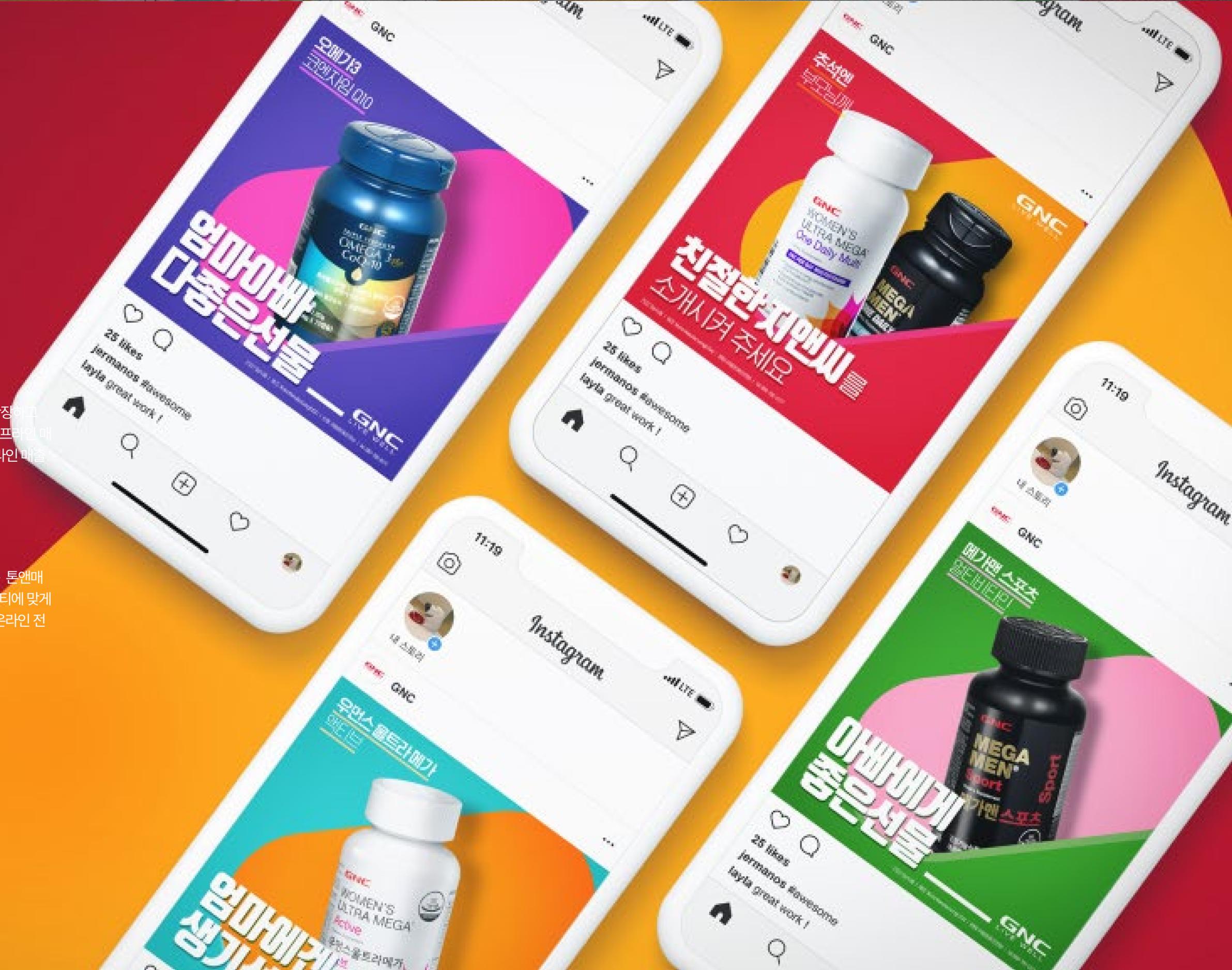
동원 F&B

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 목적이었습니다.

RESULT

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



Beauty

L'OCCITANE.

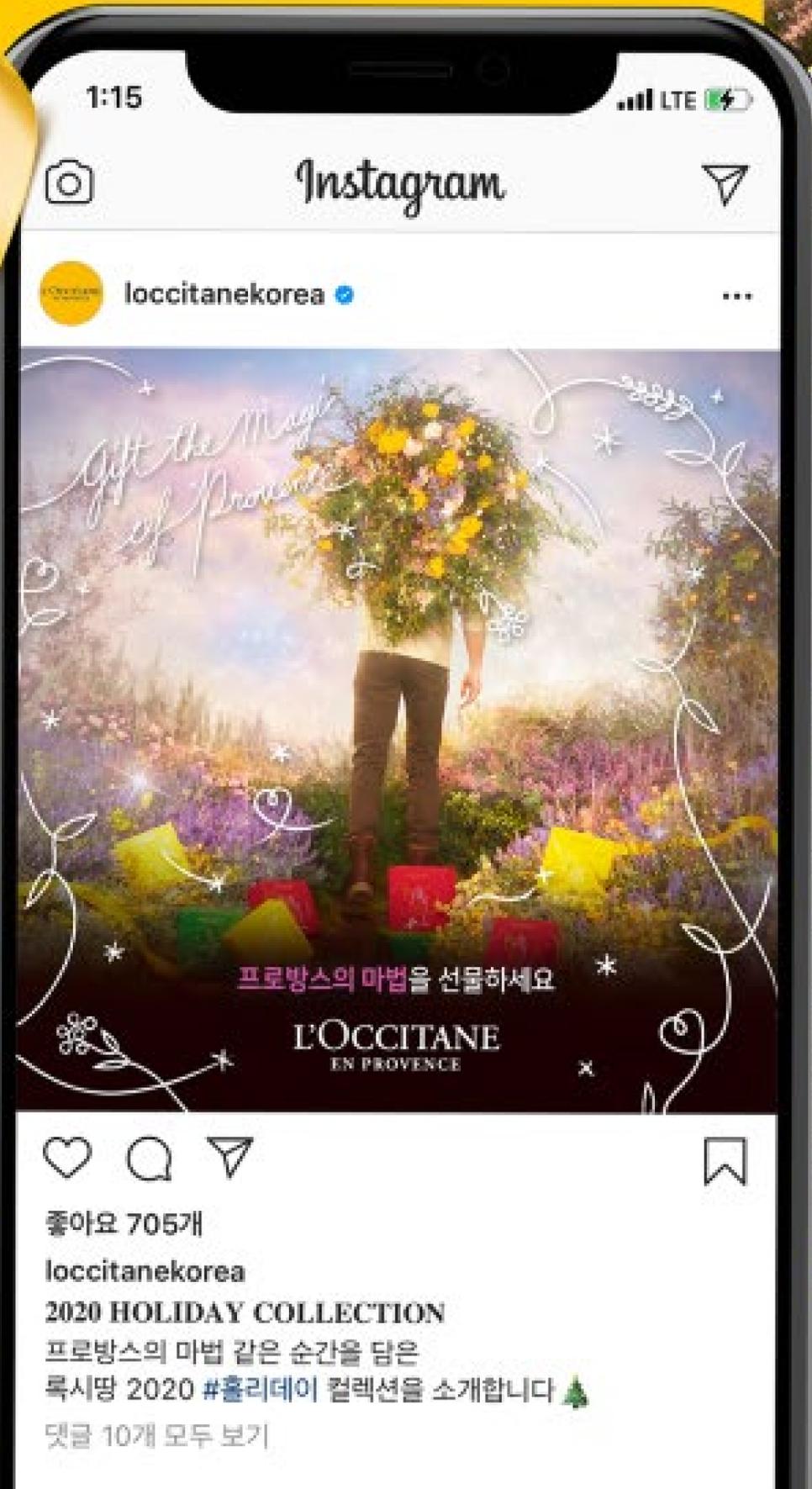
L'OCCITANE

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 상설리에, 여의도 IFC몰 노스 미디어, 하남스타필드 매체로 OOH 디지털 캠페인이 진행되었습니다.



Finance

주파수 X 맥스양봉

SK SECURITIES

BACKGROUND

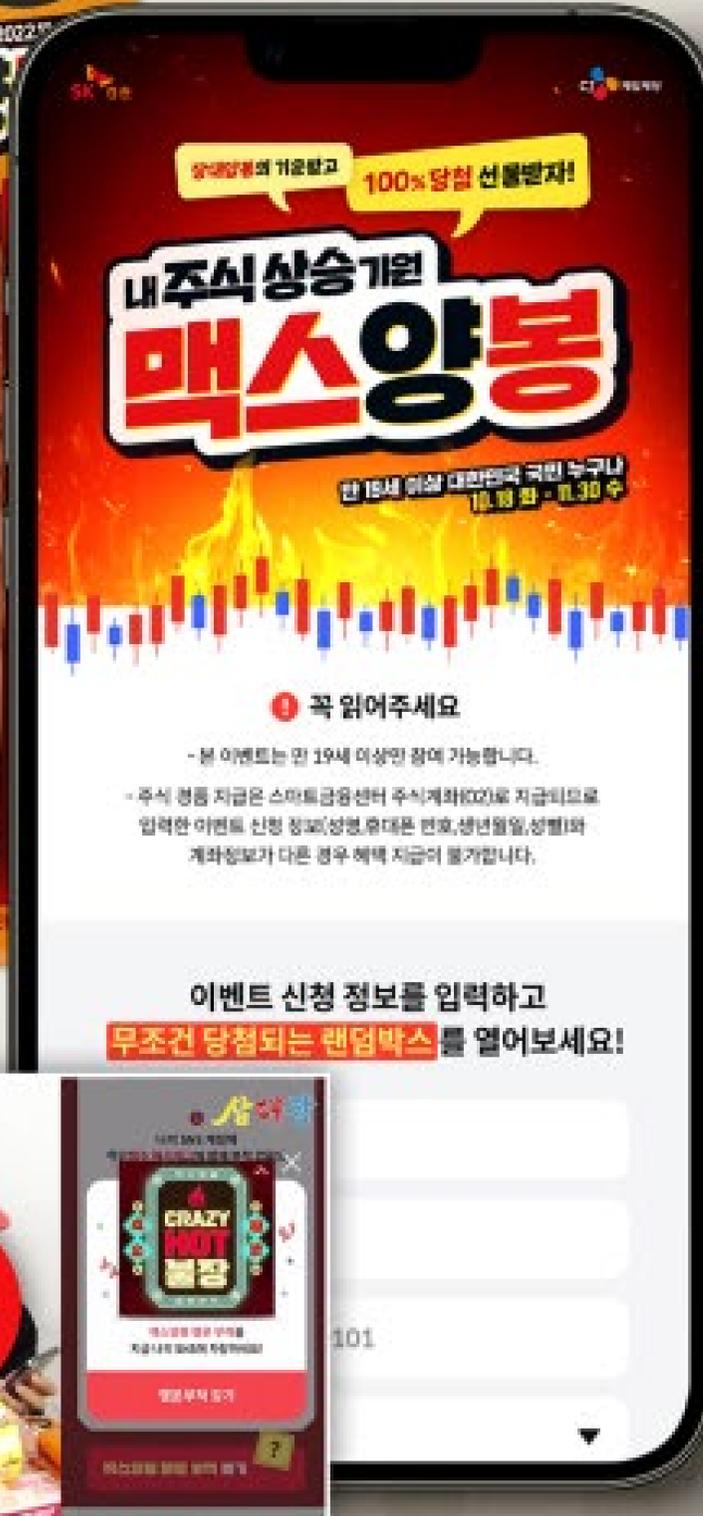
SK증권 '주파수' 앱에서의 신규 계좌 개설 증대를 위한 온라인 중심의 캠페인이 필요했습니다.

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.

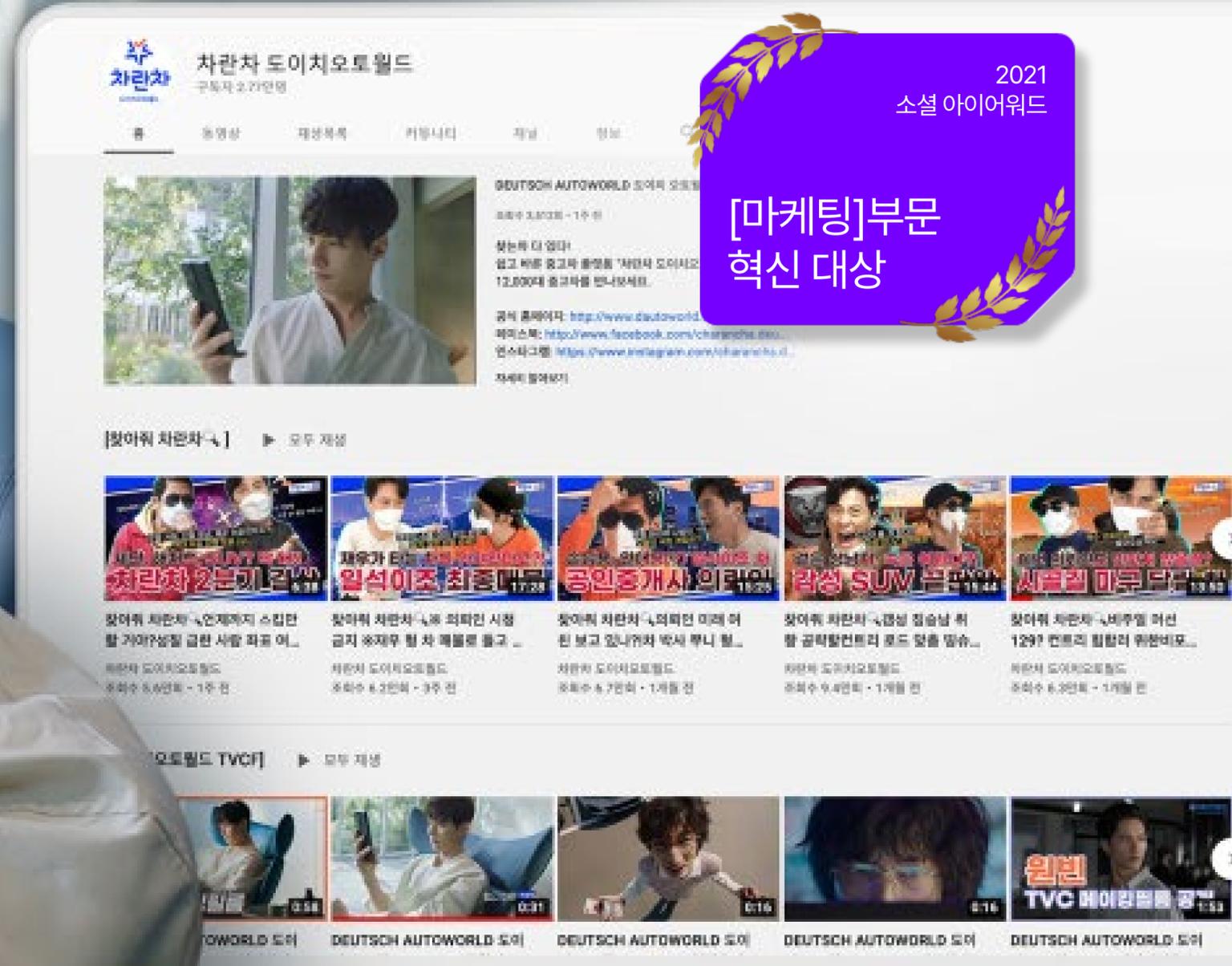
DEUTSCH AUTOWORLD

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 점점 확장을 기반으로 MZ 세대의 관심과 주목을 일으킬 수 있는 PPL과 콘텐츠를 기획하였습니다. 이에 2021년 7월 콘텐츠를 통한 구독자 수 3만명 확보하고 총 인게이지먼트 1,896,643건 (조회 수 1,893,224회 / 좋아요 수 2,115 / 영상 공유 수 1,304회) 를 달성하였습니다.



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

Finalist

2019
구글 프리미어
파트너 어워즈

[앱우수성]
부문 수상

MU
ORIGIN 2
축미진진 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 유틘와 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

Finalist

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



2022
구글 프리미어
파트너 어워즈

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 뮤지와 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 인기있는 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 라이즈오브킹덤즈는 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 정쟁 게임 라이즈오브킹덤즈의 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 재유입 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.



모배하고 치킨먹자

치킨파밍

16,000원 치킨 쿠폰 매일 선착순 500명!
14일간 총 7,000명! 파밍을 시작하라!

치킨 파밍이요~

BATTLEGROUNDS | 배달의민족

5분후 도착

배그모바일에서 치킨 먹고,
배그에서 치킨 먹자

파쿠르 위에 치킨메달 있닭

모배러 주목! 1일 이상 연속하고 플레이해서 치킨 메달 받자

치킨에임골킥

2주간 4만 3천명에게 치킨쿠폰을 쏜다! 시(선)고정하라!

치킨-에임골킥

오늘 보급은 치킨이닭

최대 16,000원 치킨쿠폰은 차기배

2만 치킨? 오직 모바일에서만

모배로 얻은 치킨 메달의 민족으로 모배

모배러 주목! 최대 16,000원 쿠폰으로 리얼 치킨

고생 끝에 패딩 온닭

모배러 주목! 패그하고 슬로부터 패딩스킨으로 용기

#1 / 100

치킨 쿠폰

Game

라이엇게임즈.

Riot Games



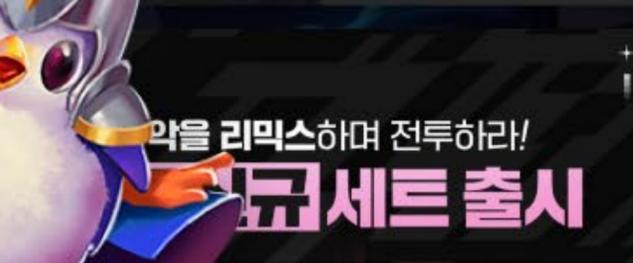
영웅이 돌아왔습니다!



지금 이벤트 확인하기 >



지금 등록하러가기 >



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

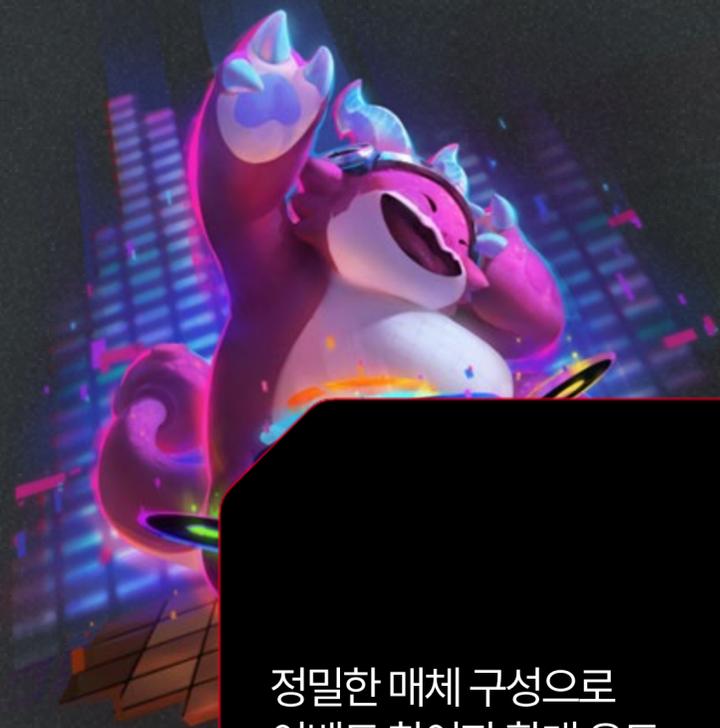
정밀한 매체 구성으로
이벤트 참여자 확대 유도

02

신규 캠페인 진행 시
주목도 유도 및 유입 기여

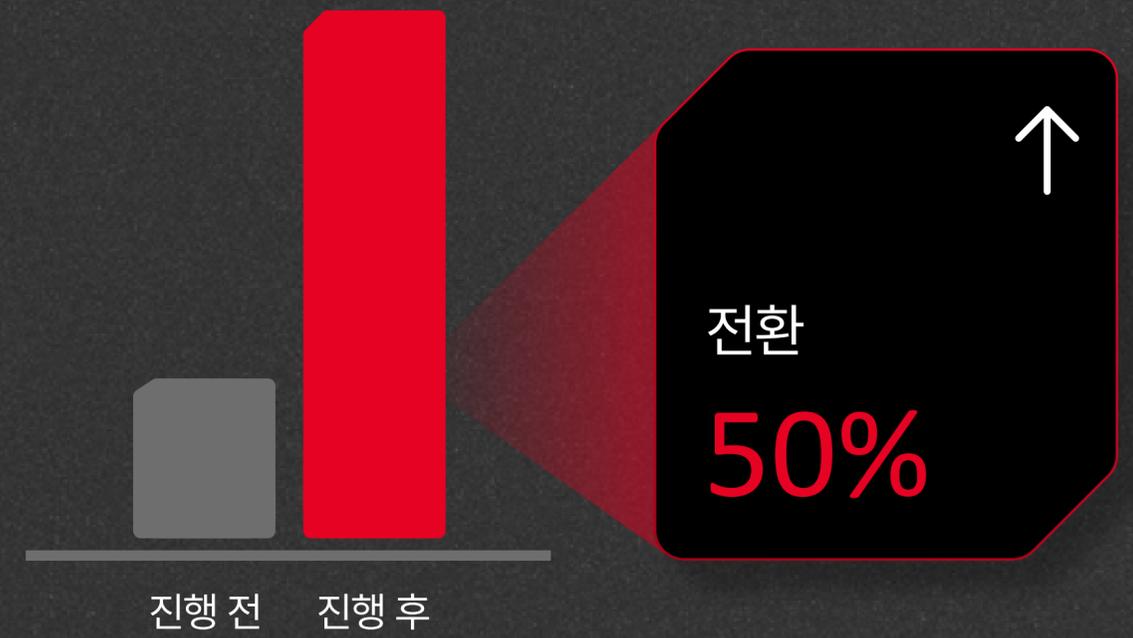
03

다양한 소재 소구점을 통한
매체의 다각화

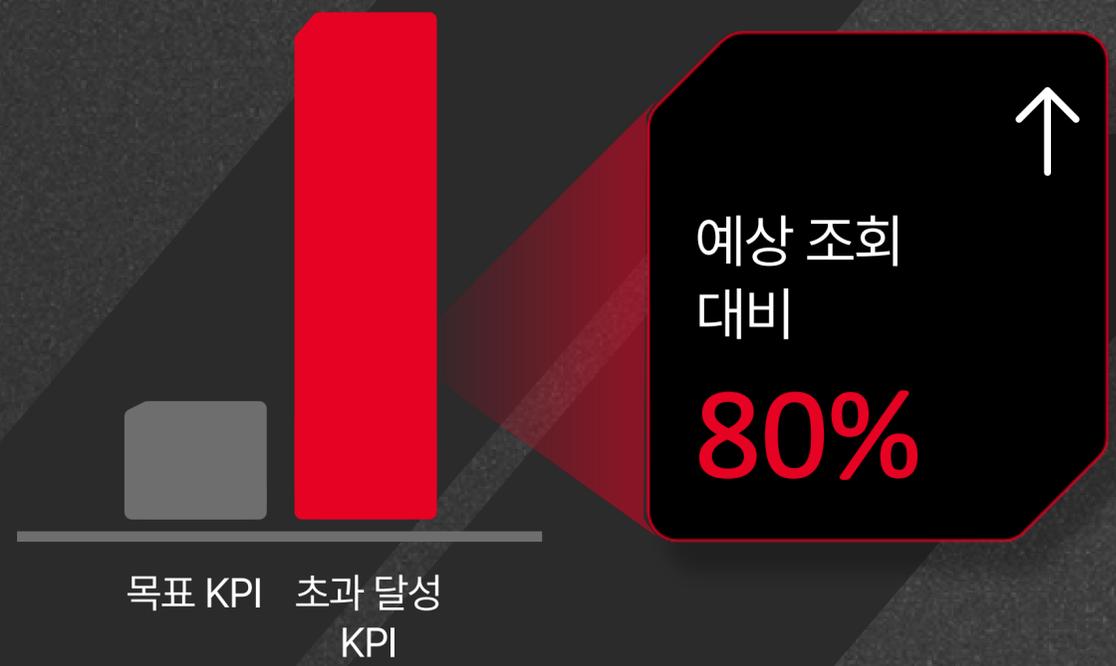


Result

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