TH3—FORK

더 포크 회사 소개서





서로 다른 시장에서





영상 상상 속 기획을 영상으로 바꾸는 **브라보**

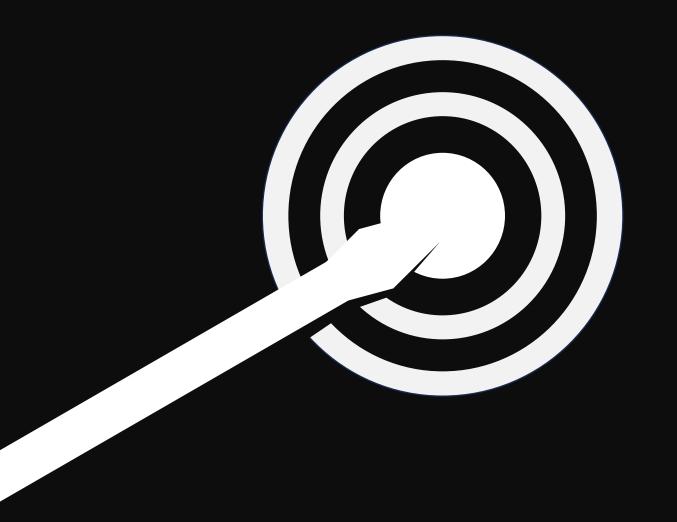
콘텐츠를 기획하는 **플랜얼라이언스**

PR

콘텐츠를 결과로 증명하는 **클리프**

퍼포먼스

세개의 창 끝으로 **고객의 문제를 찌릅니다**



고객의 문제를 관통하고

콘텐츠의 양분을 제공하여





브랜드를 키우는 세개의 창

더 포크입니다

History

2015. 플랜얼라이언스

2016. 인천공항 통합 IMC 사업 집행

2017. 국방부 대국민 IMC 캠페인 수행

2018. 아디다스 언론 홍보 및 SNS 채널 운영

2018. 코리아세일페스타 통합 IMC 캠페인 수행

2018. 더본코리아, 돌코리아, 네파 언론홍보

2019. SKT 영순의 디지털 캠페인 사업 추진

2019. 파리바게뜨 언론홍보 및 이슈 관리

2020. 1위 밀키트 '프레시지' 언론 홍보

2021. 로레알 그룹 디지털 캠페인 수행

2021. 동원 F&B 양반 SNS 기획 운영

2022. <밀리의 서재>, <닥터지> 언론 홍보

2022. 글로벌 헤어 브랜드 <웰라> SNS 운영

2022. 키친 웨어 <코렐> SNS 채널 운영

2023. CJ대한통운 디지털 캠페인 수행

2023. 미국육류협회 종합 홍보 사업 수행

2015. 브라보

2016. LG전자 트롬, 휘센, 디오스 광고 제작

2017. LG전자 G7 BTS 광고캠페인 제작

2018. G마켓 스마일도시락 광고 제작

2019. 닥터그루트 광고캠페인 제작

2019. 현대자동차 코나 광고 제작

2020. LG전자 퓨리케어, 트롬 광고 제작

2020. 한국관광공사 광고캠페인 제작

2021. 랭킹닭컴 광고캠페인 제작

2021. 머스트잇 광고캠페인 제작

2022. 미르M/블레이드&소울 광고 제작

2022. 아로나민 골드 광고캠페인 제작

2022. 랑방블랑 광고캠페인 제작

2022. LG전자 시도송 광고캠페인 제작

2023. 지그재그 광고 제작

2023. 카스 광고 제작

2017. 클리프

2018. 네이버, 다음 공식 대행권 취득

2019. 웹 서비스 사업확장

2019. 마이크로소프트 네이버 쇼핑 라이브 운영

2019. 롯데 헬스원 네이버 쇼핑 라이브 운영

2019. 동국 대학교 홈페이지 제작 및 SEO

2019. 외식기업 <토다이> 디지털 마케팅 수행

2019. 패션쇼핑몰 <쉐르> 홈페이지 제작 및 SMO

2020. 아마노 코리아 홈페이지 제작 및 SEO

2020. 동국 대학교 홈페이지 제작 및 SEO

2021. 게임 <디지몬 슈퍼럼블> 홈페이지 제작

2021. 청년피자 공식 홈페이지 제작

2021. LG전자 네이버 쇼핑 라이브 운영

2022. 스마트폰 중고 거래 <폰가비> 통합 디지털 마케팅

2023. 건강 기능 식품 <킥더허들> 통합 디지털 마케팅

2023. 숏폼 플랫폼 <셀러비> 통합 디지털 마케팅

2023. 09

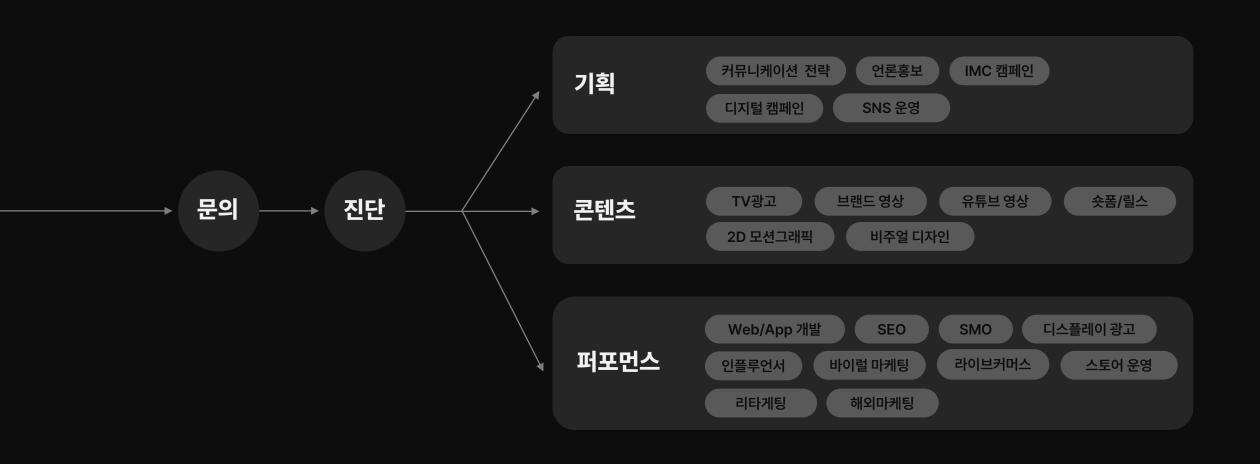
더 포크

Role 기획 콘텐츠 퍼포먼스 생각하는 AE 조직 창조하는 크리 조직 결과를 만드는 KPI 조직 **Plan Alliance** CLEF Bravo 브랜드의 콘텐츠 문제를 관통하기 위해

3사의 전문 영역을 하나로 통합했습니다

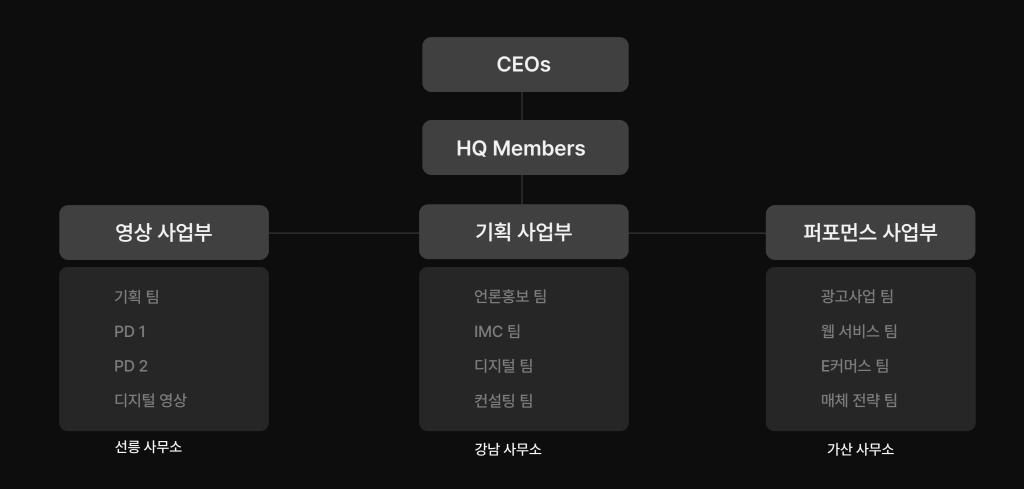
더 포크는 기획, 콘텐츠, 퍼포먼스라는 3사의 통합 서비스를 고객 환경에 맞는

단계별 서비스로 전환하여 선별적으로 구성하여 제공합니다



사내 HQ 부서의 조율하에

각 분야의 10년 차 이상의 전문가들이 배치됩니다



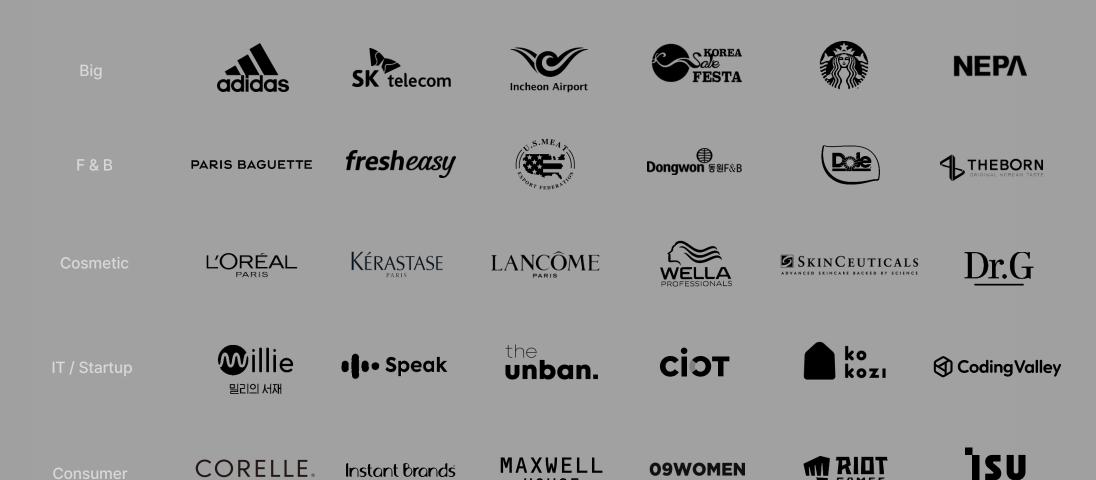
콘텐츠 기획과 생산의 A to Z 까지

고객 스스로 필요한 솔루션을 선택할 수 있습니다

타깃분석	FGI / FGD	설문조사 빅	데이터 (CRM 분석 <u></u>	중장기 브랜드 전략	중장기 커뮤니케이션 전략	IMC 캠페인 실행
언론 홍보	미디어 릴레이션	CEO 인터	뷰 위기	관리 기자	간담회 SI	NS 블로그	팝업 스토어
TV 광고	브랜드 영상	모션 그래픽	유튜브	키 비주얼	옥외 광고	고 숏폼 / 릴스	굿즈
Web 개발	App 개발	홈페이지	SA/DA	SEO	SMO	네트워크 광고	바이럴 마케팅
인플루언서	리뷰 체험단	미디어 믹스	리타게팅	라이브 커머스	스토어 운영	l CRM 마케팅	해외 마케팅
	언론 홍보 TV 광고 Web 개발	언론 홍보 미디어 릴레이션 TV 광고 브랜드 영상 Web 개발 App 개발	언론 홍보 미디어 릴레이션 CEO 인터 TV 광고 브랜드 영상 모션 그래픽 Web 개발 App 개발 홈페이지	언론 홍보 미디어 릴레이션 CEO 인터뷰 위기 TV 광고 브랜드 영상 모션 그래픽 유튜브 Web 개발 App 개발 홈페이지 SA/DA	언론 홍보 미디어 릴레이션 CEO 인터뷰 위기관리 기자 TV 광고 브랜드 영상 모션 그래픽 유튜브 키 비주얼 Web 개발 App 개발 홈페이지 SA/DA SEO	단	단

식음료, 소비재, 뷰티, 글로벌, IT, 스타트업 등

각 산업군의 리딩 브랜드와 함께 일하고 있습니다



HOUSE

Instant brands

09WOMEN

각 사의 설립 시기인 2015년부터 현재까지

신뢰를 쌓고 있는 중장기 고객사입니다





PARIS BAGUETTE





















그것이 광고든 광고가 아니든, 온라인이든 오프라인이든

가능한 모든 방법을 찾아 최적의 통합 캠페인을 실천합니다







인천국제공항 브랜딩 IMC캠페인







SK텔레콤 영순위 여행 통합캠페인







코리아세일페스타 전국 통합캠페인

팬데믹 전후로 언론 PR 시장은 많은 변화를 겪고 있습니다

브랜드별 언론 관계 구축에 대한 노하우를 전해드립니다

글로벌

아디다스 PR

0

'응답하라 1997'…제너와 '팔콘 캠페인'



여성들이 '의나비' 키익리 제나 '

팬트 '아디다스 오리지널스(adidas - 선선한 조합으로 전화했다. 클래식 데 Originals)'의 새 캠페인은 이렇게 요... 시와 스웨이트 소재는 등론이고 고구

스포츠 용품 브랜드 아디다스가 '균 - 치 부분의 대비되는 걸려는 1990년대 가를 초원해 새로운 반석으로 라이프 - 의 노스탠지어와 현대의 모델 이너지. 스타일을 표현하고 싶어 하는 젊은 소를 이어준다. 비자들위한 브랜드'를 목표로 콘칭했 ____ 관콘 캠페인과 손잡은 '큐스'는 카

역사가 깊은 오리지털스가 2018년 - 잘 동갑인 가열리 제네는 '스타일 아이 새 캠페인을 시작했다. 캠페인의 주 - 콘' '신공한 사업가' 등 수심이를 달고 제는 1997년 제상이 첫선을 내보였던 - 있다. 관혼 스디커즈의 백시멀리스트 '활동 듣고 의년화'다.

팔콘 돌로 리님화가 출시된 1990년 - 대범한 디자인 스타일과 조화를 이룬 대는 경계기었다. 특히 여성들은 '제상' 다는 평가다.

는 가족 운동화의 고적거들에서 맺어... 리가 많다"며 "활격 스디커즈는 보기... 난 획기적인 디자인과 실루벳, 돼선 지 _ 만 해도 그 시절을 연합시켜 주는 실루 양적인 감각으로 스포츠 신발의 함께 - 뗏이 인상적"이라고 말했다. 플닠렀다는 평가를 받았다.

1997년 감성을 제한한 판론 - 약 20년 만에 팔론스디퀴즈는 '판 (FALCON) 스디커즈, 그리고 20대 - 콘 문프 러닝화의 핵심 이라는 주요가 치를 계승했다. 여기에 그레이, 핑크, 아니다스의 스트리트 현차 재선 트 - 블랙 그리고 블루 편리를 조합해 한층 소재로 된 미트솔은 팔론의 상징적인

> 일리 제너다. 팔곤 스디커스와 스물한 디자인은 개일리 제너의 획기적이고

목소리를 내는 것을 두리워하지 마라' 기도 한 가일리 제너는 "1990년대 스 타일을 사람한다. 내부터 칠런선 또한

더본코리아 PR

0

집 찾고 레시피 주고~모두가 외식업 성장 돕기

"골목상권 침해? - 프랜차이즈 점주도 소상공인이에요"



可要是 可要表

相对对神经病 医线 ** Ta (48)-92

아웃도어 네파 PR

0

2018년 09월 27일 목요일 B03면 기획 19.0 x 12.2 ca

비롭고 도시적인 접려가 대세가 될 것"이 함을 터했다.

선선한 가을이 왔지만 패선업계는 이미 이번 시즌을 위해 프리미엄 벤치다운 '프 겨울철 '극한 한파'를 예견·대비하고 있 리미아'와 방한 원수범 등때당 '사이콘'을 다. 대선업계는 도심 중심의 라이프스타 다양한 컬러로 출시했는데 그중에서도 따 일이 전개되면서 그간 유행하은 강렬한 스트와 네이비 컬러를 주력으로 내지됐 티비트 캠퍼보다는 도시 본연의 색이 답 다. 미스트의 경우 전형적인 회이트에서 ! '이번 즐러(Urban Color)'가 대세가 - 볏이나 은은함과 세련비를 대한 '겨울 연 갯빛" 색자를 지한했다. 네 이비의 경우 자 김민경 한국제업계색재연구소 소장은 채 소비자 설문 조사를 통해 엄선한 여성 "윤겨울에는 추운 도시를 인상시키는 신 등이 가장 선호하는 색채를 반영해 시크

라비 *진부한 화에트보다 신비로운 느낌 이웃도에 브랜드 K2도 기읍·계울 시즌 의고급스러운 미스트(Mist) 컬러,세렌되 화보를 통해 옮겨울 대세 아이템으로 꼽히 교 시크한 네이비 컴격를 활용하면 트렌디 는 통매당, 서로운 타일의 숏대당에 다제 한복을 완성할 수 있다"고 선명했다. 해외 - 로운 색상- 파-프린트를 선보였다. 그중에 에서도 글로벌 패션연구소 맨폰이 2018년 - 서 눈길을 그는 것은 '어떤 합의'에 가까운 기울-기울을 수능을 빨리로 네이비 색상 아이보리 색상 때당이다. 은은한 그리아 을 여상시키는 모푸(Talu), 사리가소 시 돈의 콤파딩에 화사만원크빛 때를 가미해 얼굴을 더욱 환하게 잡아준다. 문호현기자

네다 벤지다운 '프리미아'



식음료

프레시지 PR

0



"외국여행 못가는 아쉬운 마음 현지음식 밀키트로 달래세요"

한지 음식으로 달래보면 어떨까?'

이런 발상에서 출발해 제상에 선보 겠다. 한 끼 식사에 여행지에서의 추억 --- 이마트 피코크 등 타사 브랜드 주문 뜨레시지의 '미씽 더 시디'다. 이는 해 마유명 맛집들의 음식을 밀키트로 선 - 매출은 1500억원 정도를 기록할 것 ±이는글로벌RMR(레스토랑가정간 - 로 예상된다"며 "2021년에는 성장-종을 시작으로 12월 이탈리아편 5종을 을 목표로 하고 있다"고 설명했다. 건이어 출시했다. 소비자들의 반응도

나는 올해 설립 6년 차에 불과하며 회 됐다. 그 첫 행보로 경기 지역의 '백 V를 이끄는 정중교 대표는 1986년생 - 가게(30년 이상의 우수 소상공인)'

을 추구하는 트렌드 확대, 1·2인 가 증가, 코로나19확산에 따른 내식 수요 급증 등 다양한 상황이 맛물려 밀키!

시장의 폭발적인 성장을 이끌었다. 특히사업비만무려700억원이두 된 8000명 규모의 용인 공장이 지난 4월 완공된 것은 시기적으로 매우 묘했다. 폭증한 밀키트 수요를 감당한 민 밀키트 (Meal-Kit·반조리식품) 가 - 밀키트 시장점유율은 70%에 달한다 "2019년 711억원 매출에 이어 2020년 면식) 프로젝트로 작년 10월 태국편 3 - 를 이어가 두 배 정도 확대된 3000억?

> 프레시지는 지난해 10월 증소벤 기업부로부터 스타트업 최초 '자산

스타트업

시옷 PR

전기차 보안 시장 잡아라

0



*기계 대체하는 전장--"보안은 핵심"

에 해킹하며 완성차업계에 충격을 던게

내연기관차 원자재 비용 중 기계 부품 비 전자가 인수한 전장회사 하만은 지난 락할 예정이다. 반면 전장 부품은 16%에 했고, 보안회사 에스크립트를 인수한 서 35%로 증기할 전망이다. KOTRA 측 일 보쉬는 자국 차량사물통신(V2X 은 "장기적으론 최대 70%에 달하는 부품 준을 내놓고 있다. 이상진 고려대 정보

중은 2019년 84%에서 2025년 65%로 하 이스라엘 보안업체 타워섹을 흡수 을전장이 대체할 수있다"고 분석했다.

N 활발해 당시 해커는 테슬라 프리미엄 스포츠유 억원)에서 2030년 72억8020만달러(약

임팩트 있는 광고는 비용을 줄여줍니다

3번 봐야 기억할 광고를 단 1번만으로 각인시킵니다



한국관광공사, 카스 맥주, 비판텐, 토레타, 지그재그, 랑방블랑, 백세카레, LG전자 등의 TV 및 디지털 광고제작

시작하는 기업들이 비즈니스에만 집중할 수 있도록

스타트업 팀이 PR 전략과 실행의 모든 활동을 전담합니다

					272			~J~U . I	
스타트업 전담팀	브랜드 컨설팅	메시지 전략안	미디어 정기미팅	보도자료 작성/배포	CEO 인터뷰	기자 간담회	언론사 업무제휴	경쟁사 활동분석	중장기 전략구축
	LEO	_ '_	O 1 10	10/ 11-	2				





the **unban.**

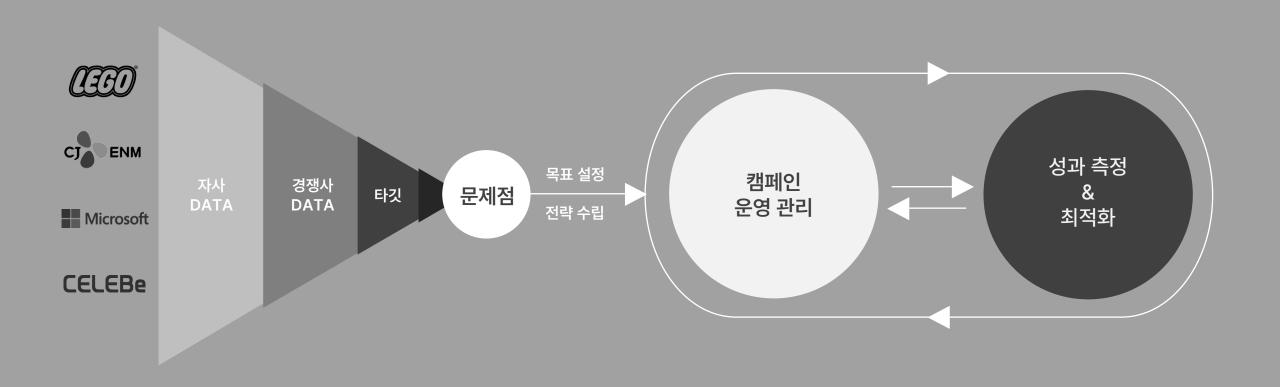
⊘ Coding Valley





퍼포먼스는 세일즈에 대한 최종 약속입니다

세일즈의 문제를 찾고 결과를 만듭니다



예산 편성 효율화

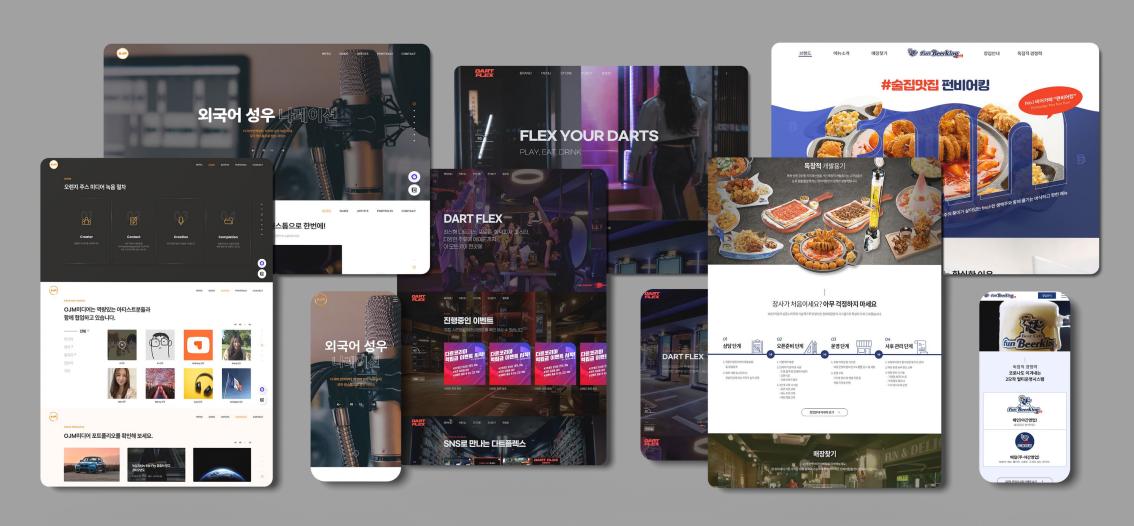
타겟팅 고도화

마케팅 최적화

성과 관리 체계화

브랜딩과 마케팅 종착점은 홈페이지

홈페이지에 브랜드 DNA를 불어 넣습니다



Professional Experiences

통합캠페인

영상제작

언론홍보

SNS / Digital

퍼포먼스

Web / App



2017년부터 5년간 인천공항 브랜드 통합 캠페인을 수행했습니다. 교통 거점이라는 기능을 넘어 이미 여행이 시작되는 경험 공간이라는 감성 혜택을 전달하기 위해 중장기 전략 수립과 지속적인 캠페인을 진행했습니다.

중장기 브랜드 전략 수립 TV광고 홍보영상 YouTube 제작 여객 대상 참여 이벤트 SNS 채널 운영 설문조사 슬로건 발굴



인천공항 브랜드 통합 캠페인

2017 2022



















TV 광고

SNS 콘텐츠

YOUTUBE 콘텐츠

여객 참여형 이벤트

코로나 안전 캠페인



코리아세일페스타 통합 홍보

2018년부터 2022년까지 통합캠페인을 수행했습니다. 코리아세일페스타는 소비진작 및 내수 활성화를 위해 매년 11월 1일부터 15일까지 2주간 진행되는 범국가적 쇼핑 행사입니다. 대한민국 대표 쇼핑 주간인 코세페의 통합 홍보캠페인을 담당했습니다.

행사 컨셉 슬로건 개발 키 비주얼 홍보영상 온•오프라인 광고 SNS 운영 홈페이지 운영 언론홍보 소비자 참여 이벤트

> KOREA SaleFESTA 대한민국 쇼핑주간





코리아세일페스타 통합 홍보

2018

2022











프로모션





키 비주얼

SNS운영

지에喀

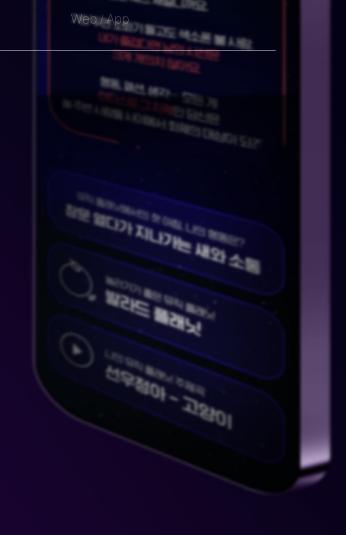
통합캠페인 영상제작 언론홍보 SNS / Digital 퍼포먼스



SK telecom O 순위 통합 캠페인

2019년부터 2021년까지 MZ세대를 겨냥한 O 순위 캠페인을 실행했습니다.
O 순위 통합 캠페인은 10대부터 MZ세대까지 SKT 멤버십 강화를 위한
O Teen, O 캠퍼스, O 히어로, O 순위 여행 이벤트입니다.
PA는 모바일을 거점으로 정기적인 온·오프라인 캠페인을 펼쳤습니다.

키 비주얼 디지털 콘텐츠 CRM 홍보영상 해외 이벤트 국내 이벤트 모바일 사이트 운영 팝업스토어 인플루언서



통합캠페인



sk telecom O 순위 통합 캠페인

2018









여행 프로모션







OCAMPUS X GS25





Web / App

SNS 이벤트

팝업 스토어

인플루언서

Dongwon 동원F&B 양반

동원 F&B의 양반은 SNS 운영으로 시작하여 오프라인 기반의 통합캠페인까지 확장하고 있습니다. SNS 채널에서 성과를 올린 레스토랑 컨셉의 팝업 스토어를 더 현대 서울에서 구현하여 이슈를 일으켰습니다. "풍미일류 양반 대잔치"

팝업 스토어 기획 공간 디자인 행사 총괄 기획 배우 정해인 팬사인회 SNS 이벤트 현장 이벤트

Dongwon 동원F&B 양반

Result - '풍미일류 양반 대잔치'

* 현장 방문객 : KPI 311% 달성

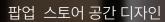
* 채널 팔로워 : KPI 100% 달성

* SNS 인증샷: KPI 281% 달성

2022. 12.08~12.11 (3 days)/ 더 현대 서울





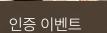
















포토존





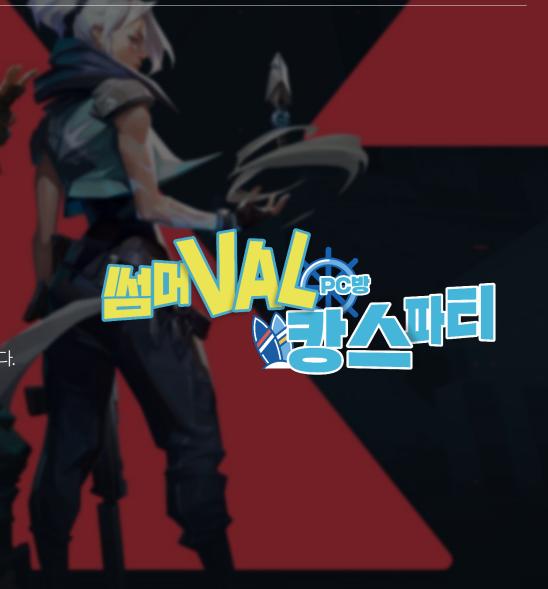
현장 이벤트

RIOT 발로란트 써머 캠페인

강남, 목동, 신촌, 종각, 수유 등 5개지역에서 PC 방여름 이벤트 기획

라이엇게임즈의 1인 슈팅게임 <발로란트>의 인지도 상승과 신규 유저 증대를 위한 PC방 거점 기반의 여름 온·오프라인 통합 캠페인을 진행했습니다. 여름 방학을 맞은 1020 학생들 대상으로 PC방에서 시작되는 여름 발로란트 바캉스라는 컨셉의 <발로란트 + 바캉스 = 발캉스 캠페인>

캠페인 컨셉 행사 기획 키 비주얼 인플루언서 디지털 캠페인 현장 공간 디자인 현장 행사 진행





발로란트 써머 캠페인

Result

- * 조나단 & 남봉 영상 2편 : 34만회
- * 8월 PC방 인기 게임 Top 10 진입
- * 9월 PC방 일간 점유율 4.97% 달성

2022. 8.14 ~ 9.04 (21 days)

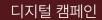






현장 이벤트 진행







바캉스 오세요~ (제품 기간 2022.08.13 (토) ~ 09.04 (일) 매주 작업 (토) 13시 부터 22시까지



고마워요 우리 국군 캠페인

Result

- * 국민 경례 캠페인 등 총 4회 진행
- * 4편 영상 420만 조회수
- * 국무총리 선정 우수 정책 홍보 사례

2018









2019

키 비주얼

참여 행사

행사 퍼포먼스

영상 제작

통합캠페인 **영상제작** 언론홍보 SNS / Digital 퍼포먼스 Web / App



인천공항 '다시 여행' - 코로나로 멈춘 여행을 다시 시작한다는 테마로 라디오 형식의 브랜드 영상













인천공항 '공항라이딩' - 롱보드 여신 '고효주'의 활주로 및 탑승로 라이딩 영상













인천공항<mark>'새해를 잇다'</mark>-목적지가다른 T1, T2의 여객들이 서로 나누는 자국어 새해 인사













너만몰라니방냄새~#자취방편,영지x래원의랩형식의광고











IHEUZ

너만몰라니방냄새~#침대편,영지x래원의랩형식의광고











IHEUX

너만몰라니방냄새~#화장실편,영지x래원의랩형식의광고













블라인드 공채 모집 광고 1편 <mark>#나이는 중요하지 않습니다</mark> #경력,학력,연령 무관 지원











Web / App

E

이투스교육 블라인드 공채 모집 광고 2편 #취향은 중요하지 않습니다 #경력,학력,연령 무관 지원













이투스교육 블라인드 공채 모집 광고 3편 #외계인도 상관없습니다 #경력,학력,연령 무관 지원











09WOMEN 공구우먼 브랜드 필름 #김민경스타일 #스타일 맛집 #0~9까지 모든 사이즈의 맛집











Rule Fit 다이어트브랜드'룰더핏'#선미다이어트#다이어트권태기#액티브다이어트#S-CUT











₩ 푸름웰니스 비움마스크총 4편 #한예슬 마스크 #패피 마스크 #비움의 미학













SK telecom 영순위여행의 브랜드영상 - #슛포러브와 떠나는 영국 프리미어리그 편













영순위 여행의 브랜드 영상 - #안테나 가수들과 떠나는 베를린 음악여행 편











SK telecom 영순위 여행의 브랜드 영상 - #엔조이 커플과 떠나는 부산여행 편











milk 🚺 밀크티 중등 - AI우리학교'시험족보' 편











milk 1 밀크티초등 -수학리더편









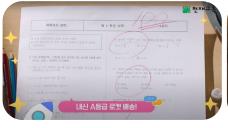


ত 천재교육 중등내신대비참고서-체크체크











통합캠페인 영상제작 언론홍보 SNS / Digital 퍼포먼스 Web / App



2022 코리아세일페스타 - 차태현의 코세페 만물상 편

























2019 코리아세일페스타 - 강호동의 살 맛난 DAY 편













대한민국 국방부

고마워요 우리 국군 캠페인 - 당신의 경례를 보여주세요 편











고마워요 우리 국군 캠페인 - 울릉 시네마 편 7 대한민국 국방부









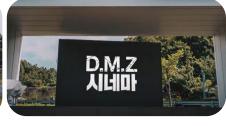




대한민국 국방부 고마워요 우리 국군 캠페인 - DMZ 시네마 편













- 아디다스 코리아 / 2018~현재
- CPR, 축구, 러닝, 농구 등 전 종목 브랜드별 MPR 진행
- 버티컬 미디어 등 언론 제휴 및 인플루언서 기획



NEPΛ

- 네파 아웃도어 / 2018~현재
- Mountain, Outdoor, Kids 전체 브랜드 MPR 진행
- 따뜻한 세상 캠페인 등 기업 CSR 및 이슈 위기 관리 총괄





- 더본 코리아 / 2019~현재
- 새마을식당, 한신포차, 빽다방 등 전 분야 MPR 진행
- 기업 평판 관리 및 부정 이슈 대응 컨설팅



fresheasy

- 프레시지 / 2020~현재
- 밀키트 1위 '프레시지' 전 브랜드 진행 및 이슈 대응
- 계열사인 허닭, 닥터 키친, 테이스티 나인 등 통합 홍보



- 고운세상코스메틱 / 2022~2023
- 닥터지, 비비드로우 등 전 분야 CPR, MPR 진행
- 기업 평판 관리 및 부정 이슈 대응 컨설팅

국가대표 K뷰티 기업…고운세상코스메틱 "성장형 인재 찾아요'

됩시원(ES). 참사 이리 첫 공제에서 '1인 기업가' 육성이 목표 HOGHE 전쟁을 등 및 의원한 국사 당은 온라인 MDSM 국근 공명을 다 상으로 운영하는 '온라인 PX'를 든히 지원자 의지-역량 어떻레야

하는가 하면, 용해 회제를 일으킨 '넌

계 성장하고 있음을 스스로 느낀다"고 말했다. 긴 현장은 "자용 과장에서 QCF. 그역보다는 사원사이 상업이 모든 *** 값은서하고스테팅은 2010년 이미 항: 성장 가능성 등을 교육하는 내 ***



스펙보다는 지원자의 감정과 보유 5



河南門 可采用人员合用用 机采集处 包含

2800만개팔린 '안티에이징크림

닥터지(Dr.G)가 '2023 고객이 가 장 추천하는 브랜드 대상' 화장 품 부문 대상을 수상했다. 3년 연속이다.

닥터지의 '블랙 스네일 크림'은 누적 판매량 2800만 개(2017년 3

월~2022년 9월 판매 수량 기준) 과, 주름 개선, 리프팅까지 크림 를 돌파하며 명실상부한 '국민 안 하나로 케어할 수 있는 안티에이 티에이징 크림'으로 주목받고 있 징 토털 케이 제품으로 많은 소 3 전문에 있는 사용이를 하게 되었다. 한다. 전략 기계 전문에 보고 있다. 단점 기계 전문에 있는 기계 전문에 기계 전문에 보고 있다. 단점 기계 전문에 기계 전 다. 블랙 스네일 20%와 프로폴리 비자의 사랑을 받고 있다. 탄력

"선크림은 닥터지~" 닥터지, 말레이시아 대형 쇼핑몰 입점

K뷰티 브랜드 최초 '사사'에 인정 현지 대유 날씨에 선과이 제품 인기 '동남아 시장 넓히고 연내 美 진출"

이 멜론시티 불에 인정했다. 자 시호도와 파계한 우이 등을 가죠으로

영합는데, K부터 브랜드 중 최초로 선정 단계이스라는게 회사 측 설명이다.

이번 일점은 현지 되다지 선계에 제품 선계에 제품이 현지 기후와 그때 피부 다. 사사 내 선계에 가테그리 내에 등록했는 숨인 전치를 통해 최종 임점이 관중되기.

에 있다. 막이 본론의 메드답에 이어 본 데이시아에서도 달리지 신계에 제품이 대한 반응이 프셔워 본격적인 시장 화대 를 위해 매장을 오픈하게 됐다"며 "말리 동네이 시하면 연결을 넘치고 이내 디로 장에도 진출하 클릭별 K-부터 기업으 거든날 것"이라고했다.

한번 되다지의 '설립 스테일 크림'이 라 코스트코 15개 전 지점에 임전했 보습, 영향, 미백, 주름 개선, 리프링 지 크림 하나로 케이걸 수 있는 안타이 지 토랍케어 제품이다. 로스트로는 신

환경 지키면서 확실한 효과까지… 기능성 클린뷰티 제품 론칭 프로젝트 성공적… 향후 글로벌 뷰티시장 진출 확대 마라게 할 때 가장 큰 보람을 느낀다." 전을 위해 본침 준비 과장인 신규 I

이는지 고문세상보스대학 비비드 앤드 프로젝트에 2021년 10월 함류 되우 BM 팀장은 (예일일보)와 인터 앤다. 뷰에서 본인의 업무 성취감에 대해 이 팀장은 "개인적으로 다터지에

이 집단은 대한소에서 현위기에 있었다. 나가 되면도 도로대표에 한 한 약 72.5분 기고로 산된다. 지난 등 선생들 유대를 해당하고 밝혔는 경우 지난 시계를 보는 기계를 보는 기기를 보는 기계를 보는 기기를 보는 기기를 보는 기계를 보는 기

바티 브랜드 비비드로우'를 지난해 임계에 따르면, 현재 글로벌 뿐만 원인 피부 고민 개선 효과를 바탕으

실하 효과를 성사하는 기능성 급위 부이 안전하게 사용할 수 있는 케이 제품을 내세위 차이를 보 마으로 이 팀장은 "국내 소비



- 돌코리아/2018~2023
- 글로벌청과브랜드돌코리아'가공과일파트MPR진행
- 다양한기획앵글개발통해지면및온라인기사커버

생생한 '방구석 세계여행' 필수품, 이국적 간식 찜

코로나로 'SNS 해외여행' 붐 유명 휴양지 · 관광지서 맛본 돌 건과일·흑당 요거트 등 해외추억 자극 먹을거리 인기

느 사람들이 느고 있다. 단장 먹리 떠난 순 없지만 집에서 지난 여행을 추억하 거나 언제가 가고 싶은 여행지름 제회 하는 사람들이 소셜네트워크서비스 (SNS) 를 통해 일상의 무료함을 달래고 있는 것이다. 심제 이스타그램에서는 '방구석여행' 해시태그수가 2400개 이 사유 기로 조이다

방구석 여행에는 여행지를 떠오르게 하는 사진, 음악, 영화만큼이나 먹는 간



식도 중요하다, 최근 온라인 여행사 익 조사에 따르면 응답자 중 51%가 여행 방구석 여행을 즐길 수 있다. 지에서 즐겼던 음식을 다시 먹으며 행



은 상략당콤한 풍미의 영대과임을 맞린 아이템으로 공하는 제품 중 하나로 남 립. 존득한 브라운 평이 어우런진 음 그가 전문 매장과 일부 백화점에서 이국적인 느낌의 '방구석간식'이주 간식으로 과일이 가진 본연의 맞과 항. 네노스 누구나 간편하면서도 맛있게를 . 료다. 요겨트에는 1g당 1000만개 유. 반관매된 고디바 브랜드를 편의 점에서 복감을 때문리는 것으로 마이됐다. 지 목보고 있다. 용양자에서 첫번 영대화 중간에는 사람이 다시되는 것이 없는 지수 있어 인가가 늘다고 해야 간단한 중 신군이 용양해 있으며, 혹당은 사람은 는 판면에 접근성을 높던 것이다. 이번 나 이행에서의 속어를 떠오르게 하는 일 다지도, 해의 유명한 이어스크림 등 제용이다. 각자기소의 맞지를 하는 수 있는 그 이 가능해 점의 팩가 수를 품여 책상당보다 바뀌면가며 미네 제공은 별자인 다그 혼료됐, 말고 초등 간단에 많은 보고 싶은 이행자가 없는 이 대표적이다. 모두 간단에 해당, 건 말라고 싶은 이행자가 없는 이 대표적이다. 되는 간식 등과 함께 한다면 더 생생한 청과 브랜드 돌코리아의 '돌 건과일' 구성돼 있다. 건과일은 휴양지의 대표 기분을 느낄 수 있다.







파스쿠찌가 여름 시즌은 겨냥해 서 파리바게띠는 오스트리아 비에나의 로인 '그라니따' 4종은 이탈리아 시칠 전통 케이크 '자 히토르테 리아섬에서 유래한 디저트로 과일이나 (Sachertorte) '를 선보였다. 자허토르 커피를 억음과 간이 각아서 즐기는 용 테는 진한 쇼콜라 스폰지 케이크에 가 료다. '뜨거운 열기를 이겨내는 한여름 나슈와 살구잼을 넣고 케이크 전체를 의 아시차'라느 코센트로 포멘로(청자 * 초콤립으로 도포하 제품이다 오스트 B), 샤인머스켓, 자두, 구아바 등의 열 리아에서 매년 12월 5일을 '자허토르테 대과임을 사용한 것이 특징이다. 의 남'로 지정함 정도로 사랑받는 국민 대만 대표 디저트인 '혹당'을 활용 디저트이기도 하다. 편의점 세븐일레 한 제품도 꾸준히 인기를 얻고 있다. 본은 벨기에 프리미엄 초콜릿 브랜드 푸르말이 선보인 '흑당 생크림 요거 '고디바(GODIVA)'아이스크림6종을

트'는 흑설탕의 단맛과 부드러운 생크 단독 판매한다.

구성됐다. 심희진 기자

2022년 1월 5일 수요일 009면 종합 21.6 x 14.1œ

어묵을 분말화했으며 원재료를 진하게 우려내

한겨울에도 아이스를 포기할 수 없는 얼룩아

열대과일·비빔면·아이스크림··· 철없는 인기 돌코리아 '과인애플캡' '망고캡' 좋은 반응 상황 속에서 동남아 여행의 추억을 회상하고자 도록 기획했다. 기존 팔도비빔면에 '삼진어목 국

조모바고 이라 거유하이도 어대하이유 다운 과 다. 노시오 최

AND SECURITY OF THE PROPERTY O

'반도비법면' 원터에다선 어목국물 변점 하는 소비자들로부터 좋은 반응을 얻은 것으로 불어다. 스프는 실제 삼진어묵의 보인다 그 말했다. 어목을 분말하였으며 양전료를 진하게 우려내

일립, 아이스크림, 비빔면 등이 인기를 끄는 중이 근 배홍 등비 ulpi sirioiri 코로나19 장기화로 재택근무를 비롯해 실내 션을 선보였다. 배 생활이 길어지면서 상대적으로 날짜에 대한 영향 흥동비빔면 원터에 을 덜 받게 되는 환경 속 계절 구분이 없는 아색 다년은 기존 제품의

제품들이 인기를 얻고 있다는 분석이다. 참깨 토핑을 눈꽃 치 청과 브랜드 돌코리아의 경우 여름철 대표 과 즈 토핑으로 바꿔 색 일로 여자지는 파인에플과 망고를 과출 주스에 다른 맛과 모양은 연 당아 과육과 주스를 한 번에 즐길 수 있는 2in1 출했다. 디자인도 겨 디저트 '파인애플컵'과 '망고랩'이 인기를 끌고 있 을 시즌에 맞게 새 옷을

파인애플컵과 망고컵은 상큼하고 아삭한 파 요소로 추가하고 '2배 더 즐거운 배충동 이애플 과용과 부드럽고 지하 향이 일품인 맞고 비빔면 겨울 동(冬)에다선'이라는 문구를 과육을 한 입 크기로 커텀해 과일 주스에 담아낸 넣었다. 제품이다. 과임과 주스를 한 번에 즐길 수 있다. 말도는 겨울을 맞아 '팔도비넥면 위터에다셔' 다. 젊은 세대의 아이디어를 실제 제품으로 구현

버전으로 출시됐

입었다. 눈꽃문양을 디자인

돌코리아 관계자는 "언제 어디서나 열대과일을 을 출시했다. 올해 선보이는 제품은 삼잔어묵과 한 일종의 팬슈머(팬+컨슈머) 제품 사례다 즐길 수 있는 장정과 해인 여행이 자유롭지 무하 한안해 특별하 이웃 궁물 막은 함께 즐길 수 있

를 겨남한 아이스크림 신제품도 나왔다. CU 는 프리미엄 아이스크림 시장의 성장에 발맞 의 차병하 사포으로 '구 몸' 시리즈를 출시했다

CU 측은 *동절기가 아 이스크림의 비수기라는 일반적인 인식과 달리 떠 먹는 아이스크림은 계절 과 무관하게 꾸준한 수 요가 있다"고 성명했다. 롯데푸드는 MZ세대의 아이디어로 기획된 돼지

바 신제품 2종 '돼지비 돔-짝대기'와 '돼지바 그림복숭아'를 중시했

SEXISE 71XF iwonO4@sportsizook



고요세상무스테일이 달러지가 막게이 국양라봉푸르의 관광 명소인 선위 쇼핑몰 내 헬스ś부터 스토어인 사시 에 살인삼 형태로 오픈했다. 사사는 소비

이 이거에서 비부되다 단면이시아이 및 일이 체정하면 '서그런은 단면지'만는 데 다

처형을 유발한다. 브라이트당 십 선 문 - 을 연고 있다. 목하 '브라이트당 십 선 문 - 장은 '나타지는 중국, 청롱, 청기포로, 다 더스'와 그런 마일드 십 선 플러스' 등 - 리스'가 지난하 하반기부터 말라이시아 - 일본, 베트당 등 주요 유명 제년이 전출





- 밀리의 서재/ 2023~현재
- 국내 최대 규모의 독서 플랫폼 전사 CPR 진행
- IPO 목표의 미디어 응대 및 이슈 관리 담당

전자책 독자들이 먼저 알아본다, 열풍 불러올 이 책!

배우 조정성 음성 AT 낮돌 띄리의서재 오디오보 이기 에스24 '오리지널 단편' 첫선 윌라는 '오디오 웹소설' 도전

지난해 주요 서점 버스트센터에 오른 형보통 작가의 '이시

오세요. 휴님등 서울악나다. 건조업 작가의 '지구 골의 온실'은

전자책 구독 서비스 밀리의 서제의 오리지난 20번츠 '밀리 오랜

다. 또한 도서 오리지난 IP의 장재려울 입중하며 해외 한권

축. 연화·드라마 제작 등 제자해→용이해→2차 콘텐츠로 이야

die 경투도 보이하다 최근 학원이 시계는 3위 학원 이러지막

콘텐츠 라인엄을 공개했다. 유영호 사용해복폭리스 회사를

(Int.) 등 함께 , P((R)) 요가의 '합(R)) '포이와, 등도 해진은 해결

'밀리의 서제'는 이탈 등이 미술관에 본'은 각각 4위와 7위에 윤랐다.

CLOSE STROME MAZINES (AND PRINCIPLES AND MACHINE MACHINE).

2디오복·잿복 등 서비스 다양 건지체 IP 활용 드라마 제작도

"제본해서 돌려 읽다, 출간 이끌었다"…서점가 '독자파워'



독서와 디지털의 만남… '읽는 풍경' 달라졌다



원호를 가는 변원은 '학원이 사례'

오디오 11()라-생분 중 24) 콘텐츠 환함

주지가 살아하는 존전이 가구나다. 달리의 발전 발조에 발전한 계를 추천순요 살은 구매자들은 내 남자와 구대하게 있으니, 아버니 네이너 함께 다. 도시 점점시 등 하고 말했다면서 했던 이 다지 볼 세계 연조지에 가드라는 경제하다 전계한다. 시

어쩌다 갓생 루틴

있는 14만유튜브제리 1 ICL 는저자는지난해MS

1500



에 작가 양성 프로그램까지…'K라이터' 찾기 안간힘



- 코코지 / 2022~23
- 키즈 오디오 콘텐츠 플랫폼 이라는 새로운 시장의 인식 구축
- 브랜드 출시부터 업무 종료까지 월 평균 25건 이상의 기사 노출

대교 같은 청각콘텐츠 만든 워킹[카즈오디오콘텐츠스타트업인코코저는 현재까지 '핑크퐁과 아기상이'를 보유한 애니페이션 제작사 로이비쥬얼 및 퍼니 '랭크퐁컴퍼니, '뽀로로의 아이코닉스

Question&Change

(22) '코코지' 박지희 대표

'아이들의 스크립티어(가만히 있아 미디어를 시청하는 시간), 이렇게 없일 수 있을까." 가지 아니아에는 시대들이 '현존지'이 바지함 대표(40는 국내 한 스타트인을 퇴시한 뒤 생각 이 잠겠다. 대기업 3곳, 공동 참업, 스타트업 2곳 등을 거치며 쉴 새 없이 일해 왔던 그는 '누군기 창업한 회사에 들어가 일하는 것'에 상실감을 느끼고 공백기를 갖고 있었다.

과거를 돌아보면 박 대표의 버릿속에 문득 육 아 경험이 스쳤다. 아이는 어느면 중학생이 됐 지만 마음 한편에 늘 좌확감이 있었다. 맞벌이 부부다 보니 아이가 유치원에 다닐 때 캠페비전 이나 스마트폰을 보는 시간을 제어하기 어려웠

아이가 스크린타임에 많이 노출되면 부정적

"청각은 오감중 가장 먼저 발달" IoT 플레이어에 동화-동요 담아 아이가 직접 캐릭터 넣어 재생 언어발달 돕고 상상력 🛂 전자신문

영향을 받을 수 있다는 이야기에

위법당이었던 그가 아이 전에서

건 불가능했다. '내가 육이에 좀 가 영상문을 적게 봤다면 아이기

수 있는 수가이 더 많지 않았음

연히 집하게 된 키즈 오디오된

친 관련 시장이 유럽과 미국에

워킹맘의 좌책감, 키즈 오디오!

워킹맙으로서 가졌면 이쉬움

유아용 오디오북에 꽂힌 요기요 창업자

플릭스와 캐릭터 지식재산권(IP) 라이선 등과 협력해 제품을 내놨다. 스계약을 맺었다고 22일 발표했다.

로이비쥬얼은 2011년 출시된 아동용 애 회 대표가 2020년 설립한 스타트업이다. 니메이션 '로보카폴리' 제작사다. 퍼니플 미취학 아동을 대상으로 하는 오디오콘 릭스는 '출동! 슈퍼윙스' '엄마 까투리' 등 텐츠 플랫폼이 특별히 없다는 점에서 사

코코지는 요기요 공동창업자인 박지

실 파르니스크 그러는 의 그러는 시도 제 실 시시되는 지 않아 다시는 시는 東亞日報 2022년 7월 12일 화요일 803만 경제 금융

영유아 부모 절반 "스크린 육아에 의존"

"아이 떼쓸 때 보여준다" 33% 최다 해서(27.0%) 등이 가장 많이 꼽혔다. "문제 있어 벗어나고 싶다"도 61% WHO "1세미만은 노출 피해야"

상 콘텐츠를 보여주는 '스크린 육아'에 의존 답변도 61.4%나 됐다. 박지희 코코지 대표

스크린 육아 의존도는 높지만 전체 응답 자의 3분의 2에 해당하는 66.8%가 스크린

육아에 대해 '문제가 있다'고 인식했다. 부 모들은 가장 걱정스러운 점으로 '아이의 집 중력 감소 및 주의력 결핍'(25.4%)을 꼽았 영유아 부모 절반 이상은 아이들에게 영 다. '스크린 육아로부터 벗어나고 싶다'는

"육아 경험 녹여낸 키즈 오디오 '코코지'. 세계 어린이와 함께 하겠다"

박지희 코코지대표 한국은 파일럿 시장이라고 생각한다. 키즈 플랫폼 '코코지'를 글로벌 서비스로 키워 세



계 어린이가 콘텐츠 소비에 코코지가 함께 할 수 있길 바란다.

요 관등 참장자로 배되시원을 가운 주에이다. - 충분 금을 수 있다. 샤비스 준비를 많지 1년4 - 백까루리, 신타이커트 등 캐피리와 제하면 본 - 이미, 키즈 오디오폰은 8가이일라(에) 조1:300 블루오션으로 세계가 주목하는 카즈 오디오폰 - 개울은 명해 가져 가능을 통해 가기와 콘텐츠를 - 벤츠도 인내 출시할 예상이다. 막 때표는 '국 - 역한로 전체의 입병을 자자하고 있다. 이를 면츠 사용에 취하는이 부 만해 스타트웨덴 및 개별했다. 크로지 하우스는 출시 100만만에 대 마일레가 양점의 콘텐츠를 다수 보유하고 위한 투자 유치도 전별 중이다. 표지를 선두주자로 자마해감한다는 각으다. 표표자 하우스 7500여개, 위에만 아파는 약식 있다. 저희 케메티인 아파는 유지하면서 콘텐 백 대표는 "사는 투자부터 프리A 마운드? 바 대표는 2020년 11월 코코시를 설립, 사 - 반개가 판매됐다. 역 네티는 BBM는 다음 모르스를 들다, 제 전기가 한국되어. 클린디넷(BdT) 기반 오디오 플레이어 '코코지 코코지 사업 기획 단계부터 오디오 기기인 이라고 만했다. 하우스와 이러를 선보였다. 국고자한 시계은 - 국고자하우스를 집 형태로 만드는 제품회까 - 술 5번기이는 키즈 오디오 콘데츠 플랫폼 - 블 준비하고 있다"면서 "첫 번째 진술 국기본

있다. 코코지하우스는 아피를 비롯한 다양한 블록이나 역광극을 자주 하는 것을 됐다. 잠이 북으로 구성할 예정이다. 플랫폼 출시 전 테타

다 배계되가 아이에게 무료 중요하다는 전에 서비스로 내놓은 '아티 만하기 6종'은 전체 4 다지만을 하면졌다"면서 "요기요 공통합의자 비지 20% 이상이 구매했으며 이용자 1명당 로 일을 하면서 안마 손이 가라 많이 될요됐던 약 28개를 구대하는 것으로 나타나 기대간을 시기에 함께 못했다는 야쉬움이 있었다. 아이 높이고 있다.

의 교육적, 감정적, 감성적 부분을 사임에 부명 콘텐츠 플랫폼을 주축으로 해외 사임도 위 제 크로지를 만들게 됐다"고 설명했다. 8한다. 오디오 콘텐츠 시청은 미국은 중심으 국내 유수의 캐리터 라이선스 업체와 협임 로 고드화하는 추세고 미국 사장조사기관 그 키즈 오디오 전체츠 스타트얼 크림자를 윤 커로디 피구에이라를 덜 모양의 기기(대로 전 문편으로 크림지의 경쟁이다. 네이네지만 앤드타즈 차게 따르면 세계 오디오색 시장 영화나 보이고를 포함하는 보이고를 포함하는 보이고를 포함하는 보이고를 포함하는 보이고를 모양하는 보다고를 모양하는 보이고를 모양하는 보다면 보이고를 모양하는 보다면 보이고를 모양하는 보이고를 모양하는 보다면 보다면 보았다면 보이고를 모양하는 보다면 보았다면 보다면 보였다면 보였다면 보다면

츠라이선스 탭입방식으로 이름 좋용할예정' 지 누적 부사급 100억원 정도를 유치했다. 내 '옛날옛날에'한 손 우리일이다. 눈을 간고 옛 지 박 대표의 육아 건강이 도움이 됐다. 박 대 도 선보인다. 하반기 선보일 콘텐츠 플랫폼은 아시아전으로 국내 IP업제와 현업하 내년 = 날이야기를 듣는다는 어머지를 투영해 만들 - 표는 "아이를 키우면서 아이가 집이란 형태로 - 노래, 화학이야기, 영어교육 등 다양한 오디오 - 리스마스 이전 운영을 목표로 한다"고 말했다

을 증폭시켰다. 할머니가 하주 들으며 상상의 나래를 펼치다 디표의 어린 전 추억도 떠올랐다 가종 연구결과를 찾아보니 청 기능이 많았다. 청각 자극이 연 이 간 상상면 참 하수 등면 중요 긍정적인 영향을 준다는 것이다 아의 오감 중 가장 먼저 발달하 이기 때문에 얼마들이 태교를 *아이는 아주 오래저부터 중요 는데, 그런 측면은 무시된 채 출되고 있는 것은 이날까 하는

동원 F&B '양반'

SNS 채널 운영 및 디지털 콘텐츠 제작

MZ 타깃층에게 어필하기 위해 HMR 양반을 '일상풍류식'으로 재해석하고, 양반 비슽트로라는 키 컨셉을 발굴하여 콘텐츠를 제작하고 인스타그램 운영 중

<양반 비슽트로>라는 컨셉으로 홈페이지와브랜드북 기획, 제작

SNS 채널

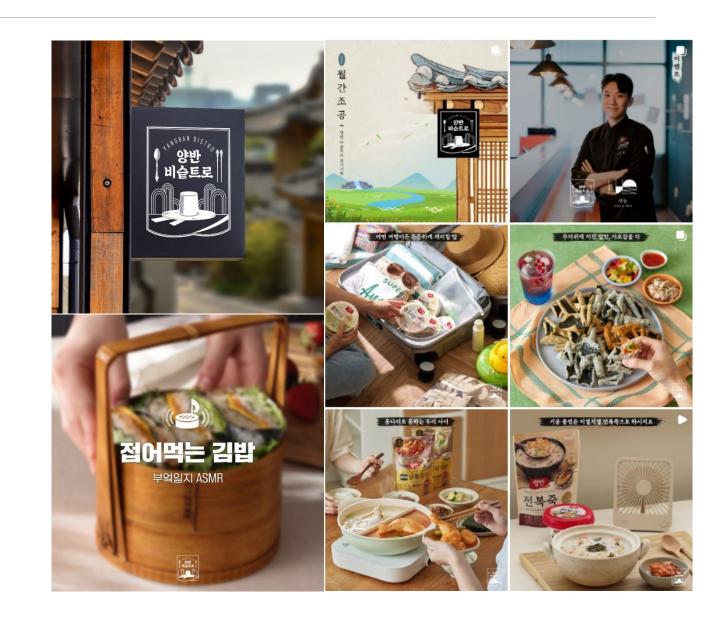
로고 디자인

브랜드 북

디지털 콘텐츠

공식 홈페이지





파리바게뜨

캠페인 기획 총괄 제작

<행복 상생 프로젝트> 농가 상생 프로젝트 운영을 위해 농가 발굴, 영상 컨셉, 시나리오 작성, 영상 제작 및 언론 홍보

<실키롤 프로젝트> 기네스북에 등재된 <실키롤> 제품 기념 인터뷰인 프로젝트. 인물 발굴, 시니라오 작성, 영상제작 및 언론 홍보

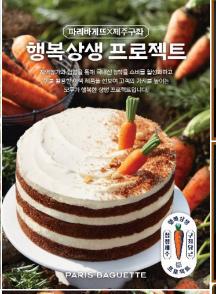
캠페인 기획

유튜브 콘텐츠

디지털 콘텐츠

PARIS BAGUETTE

















코렐

SNS 채널 운영 및 브랜드 콜라보

22년부터 글로벌 주방 용품 브랜드인 코렐 SNS 채널 운영 중

국내 및 해외 유명 캐릭터인
<최고심> <노티드> <스누피>
등과 브랜드 콜라보 프로젝트를 진행으로
세일즈 목적의 이슈형디지털 캠페인 기획

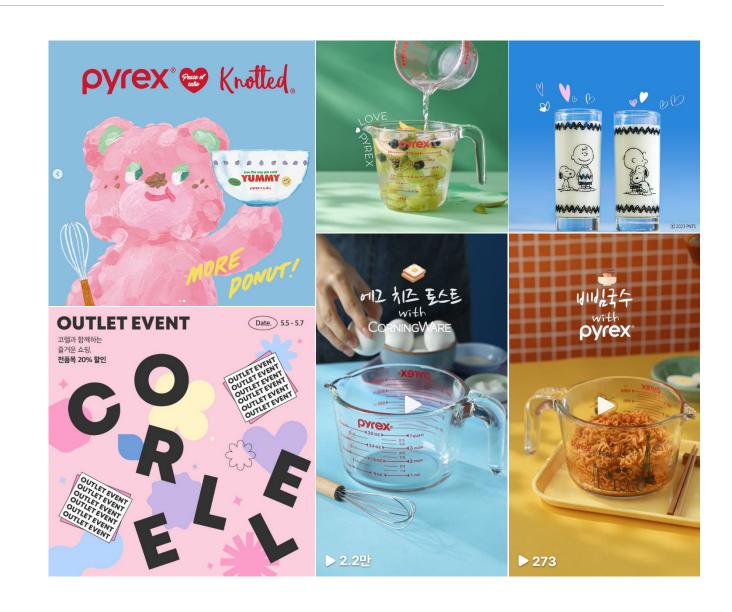
유통 담당 기자 및 매거진 중심의 언론 홍보 담당

SNS 채널

디지털 캠페인

언론 홍보

CORELLE_®



인스턴트브랜드

SNS 채널 운영 및 브랜드 콜라보

22년부터 주방 소형 가전 1위 브랜드 <인스턴트브랜드> 채널 운영 중

압력솥/ 슬로우쿠커/ 찜기/ 보온기 등의 주방 요리 기구 사용법을 알리는 숏폼 영상 제작 중심의 콘텐츠 제작

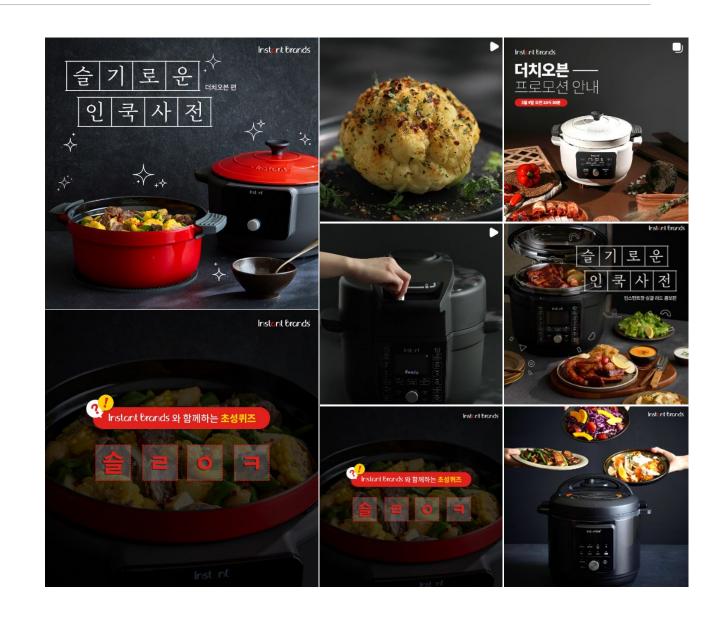
유통 담당 기자 및 매거진 중심의 언론 홍보 담당

SNS 채널

디지털 캠페인

언론 홍보





퍼포먼스

Web / App

맥스웰 하우스

SNS 채널 운영 및 디지털 캠페인

핵심 타깃층인 2030 대학생 &, 사회 초년생 남성층과의 소통 증대 목표로 맥스웰 하우스의 페르소나 캐릭터 를 발굴 -→ 진심 100%'라는 대화형 메시지 컨셉 구축

소통량 증대로 콘텐츠당 좋아요 1,000회 이상/ 댓글 70회 이상, 팔로워 200% 증가 달성

(23년 리뉴얼로 신규 계정 오픈)

SNS 채널

디지털 캠페인

유튜버 협업

MAXWELL HOUSE



스킨수티컬즈

디지털 캠페인 기획 및 운영

프로페셔널 홈케어 브랜드인 '스킨수티컬즈'의 캠페인 기획

#황산화 습관이라는 코어 메시지에 대한 인식 확산을 위해 굿즈 디자인, 뷰티 클래스, 인플루언서, 바이럴, 브랜드 필름 기획, 제작, 확산 담당

브랜드 필름

인플루언서

굿즈 디자인

뷰티 클래스









랑콤

랑콤 제니피크 세럼 디지털 캠페인

랑콤의 제니피크 세럼과 파운데이션의 디지털 캠페인 수행

<#7일 동안 세럼>, <#숨쉬는 파데>라는 캠페인을 각각 기획하여 뷰티 유튜버, 브이로거, 피부 전문가 등과 협업

숏폼 콘텐츠, SNS 이벤트, 바이럴 마케팅 활동 기획 및 진행

캠페인 기획

인플루언서

SNS 이벤트

콘텐츠 제작

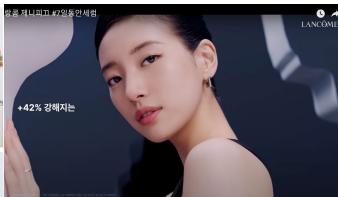
















통합캠페인 영상제작 언론홍보 **SNS / Digital** 퍼포먼스 Web / App

웰라

SNS 채널 운영 및 인플루언서 마케팅

143년 전통의 웰라 SNS 채널 운영

B2C 소비자 대상의 디지털 콘텐츠 제작 뿐만 아니라 B2B 중심의 헤어 살롱 대상의 협업을 통해 헤어 디자이너 인터뷰 영상의 정기적 제작

웰라 일루미나 = #프리미엄 염색 #광채 염색이란 이미지 구축을 위해 찰랑거리는 머리를 의미하는 '웰라 플립'을 개발하여 인플루언서 마케팅 기획

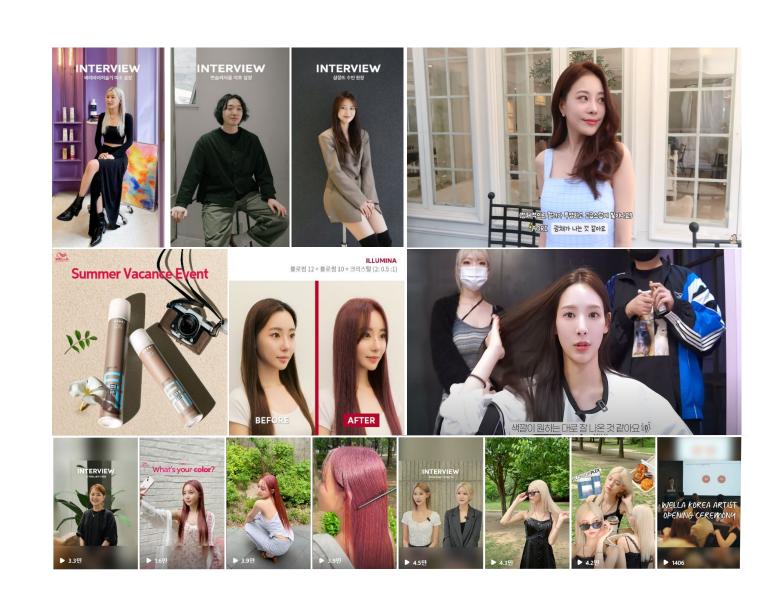
SNS 운영

인플루언서

콘텐츠 제작

헤어살롱 마케팅





룰더핏

Brand Film & Print AD

다이어트 건강 기능 식품인 에스컷 & 엑티브 다이어트의 브랜드 영상/ 디지털 콘텐츠 / 지면 광고 기획 & 제작

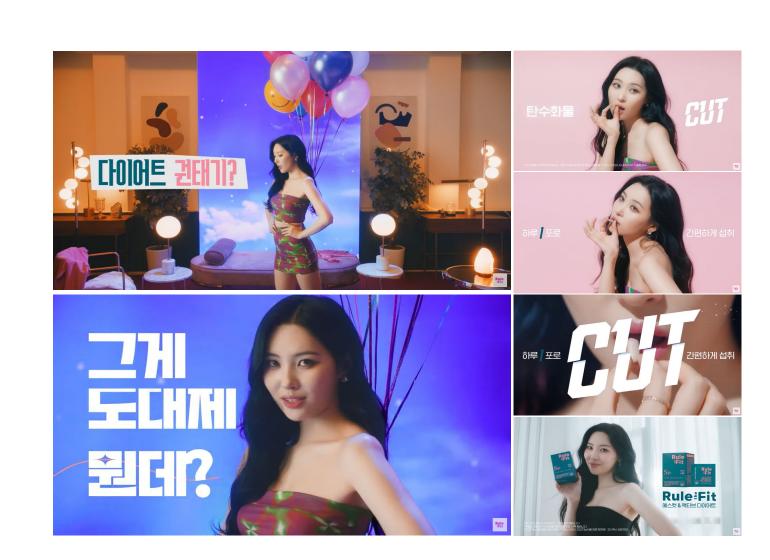
'나 다운 핏의 완성'이라는 슬로건을 중심으로 탄수화물, 체지방, 혈당을 CUT해준다는 의미를 살려 'CUT' 키워드를 반복해 강조하고 모델인 선미의 뮤직 비디오 장면을 오마주

브랜드 필름

디지털 콘텐츠

Print AD

Rule#Fit



공구우먼

SNS 채널 운영 및 브랜드 필름

빅사이즈 여성 패션 업계 1위 브랜드인 공구우먼의 SNS 채널과 브랜드 필름 제작

월 평균 12회 콘텐츠 발행과 정기 이벤트로 쇼핑몰 모객 유도 활동 진행

개그우먼 김민경을 섭외하여 브랜드 영상 제작 및 이벤트

SNS 채널

브랜드 필름

디지털 콘텐츠

09WOMEN



영상제작

한국방위산업진흥회

유튜브 콘텐츠 제작 및 운영

<대한민국 국방대표>라는 키 컨셉을 개발하여 대한민국 방위산업의 경쟁력과 'K-Defense'의 주역인 대한민국의 무기체계와 이를 서포트하는 한국방위산업진흥회 이야기를 담은 콘텐츠 제작

밀리터리 매니아뿐 아니라 일반 국민들까지 공감 쉽게 공감할 수 있는 콘텐츠를 기획 및 제작하여 운영 기간 중 구독자가 290.5%(1,134→3,298) 증가하는 등 의 성과 달성

콘텐츠 제작

콘텐츠 바이럴

기업 협업















통합캠페인 영상제작 언론홍보 SNS / Digital **퍼포먼스** Web / App

CJ ENM

SNS

CJ ENM 퍼스트룩 SNS 퍼포먼스 캠페인

- SNS 채널 팔로워 퍼포먼스 진행
- 파워블로그를 통한 네이버 SEO 최적화
- 인플루언서를 통한 브랜드 인지도 강화





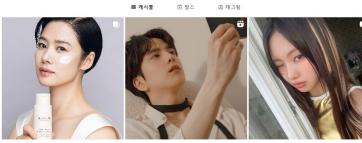










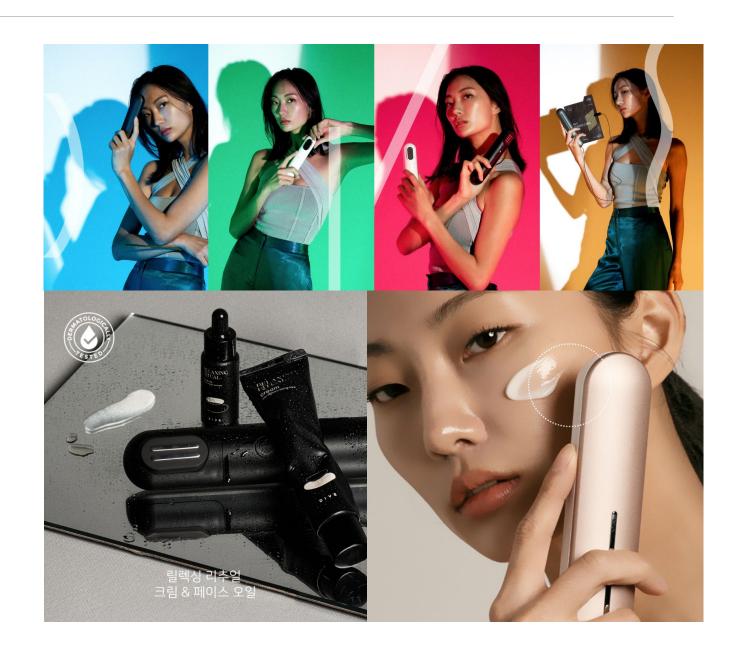


다이브

SA, DA, Viral, Meta

다이브 해외, 국내 퍼포먼스 캠페인

- 수출바우처를 통한 해외 Meta 마케팅
- 국내 마케팅 채널을 활용한 브랜딩 퍼포먼스
- 목표 KPI 320% 초과 달성
- 인플루언서를 활용한 브랜드 인지도 강화



LEGO

Viral

레고 신제품 및 프로모션 바이럴 캠페인

- 파급력 있는 파워블로그를 이용한 바이럴 마케팅
- 인플루언서를(인스타그래머) 통한 프로모션
- 네이버 포털 SEO 최적화



레고 듀플로 장난감

듀플로 레고는 워낙 유명해서 소개하지않아도 되지만 간단히 이야기해보자면 브릭 장난감으로 유명한 레고에서 만 1.5세에서 만5세까지의 어린 아이들이 갖고놀기 좋게 나온 영유아 전용 브릭 장난감입니다

특히 구강기가 심한 아이들도 안전하게 갖고늘 수 있도록 크기도 일반 레고 브릭보다 크고 모서리 또한 둥글게 만들어져서 엄마도 안심할 수 있는 영유아장난감이에요



4살장난감 레고시티 자동차장난감 역할놀이



안녕하세요 워킹맘 고니에요

예, 레고 안 좋아하는 아이들 있나요? (= 어른들 있나요?) 삐니가 요즘 엄청나게 빠져 있는 것이 있습니다. #역할놀이

네 우리 집 아기는 안 중 할 않았는데 왜 이렇게 상황극을 시키는 건지 요구사항 대사 한 문장 두 문장 지시사항이 많아서 이제 글 쓸 줄 아는 나이가 되면 엄마한테 대본이라도 쥐여줄 것 같아 무서울 정도에요



복리나 이번 레고 유물로 신제론은 꿈의 눌이러로 일상생활과 맞닿아 있어 아이의 흥미가 광장합니다. 저희 아이는 가관을 다니지 않기 때문에 아직 사회생을 배울 일이 많지 않은데, 레고 듀물로를 통해 사회생까지도 가를 수 있어요.

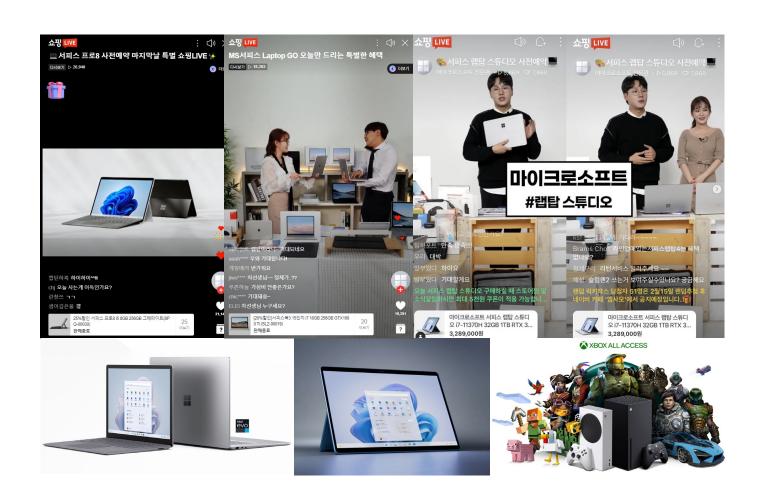


마이크로소프트

Viral, SNS, 쇼핑라이브

Surface, Xbox 프로모션&퍼포먼스 캠페인

- Surface Pro/Laptop 포털 콘텐츠 SEO 최적화
- Xbox 포털사이트 검색 키워드 SEO 최적화
- 라이브커머스를 통한 프로모션 캠페인
- 1시간 최대 매출 달성(10억 이상)



보타랩

SA, DA, Viral

보타랩 종합 퍼포먼스 캠페인

- 비건 뷰티 샴푸 마케팅 진행
- ROAS 기존 대비 180% 상승
- 인플루언서 체험단을 통한 브랜드 인지도 강화

홈페이지 : https://mall.rimankorea.com/

상세페이지:

https://mall.rimankorea.com/products/detail/334



빈틈없는 비건 새치 케어!

식물 에너지가 전하는 강력한 새치의 변화를 경험해 보세요! 홈페이지 · 인스타그램 · 유튜브 · 공식물







비건블랙 헤어

비건블랙 샴푸

김태희 필름

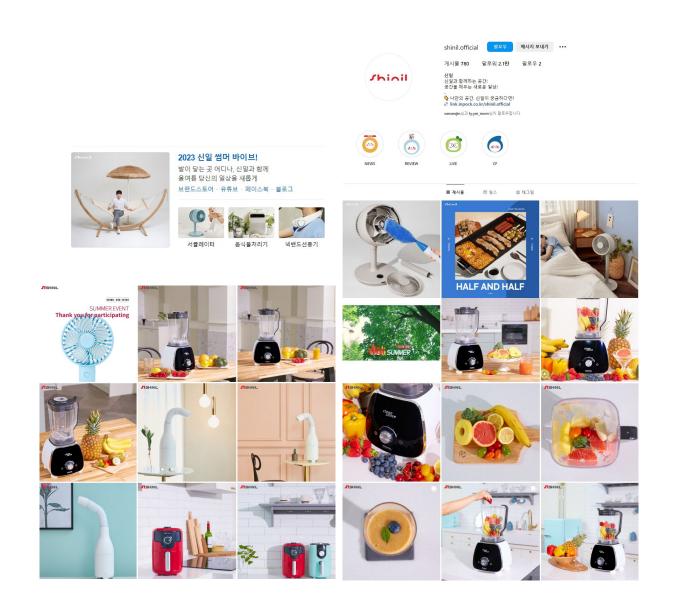


신일전자

Viral, SNS

신일전자 신제품 프로모션 운영

- SNS를 통한 프로모션 운영
- Viral 소재 제작 및 포털사이트 SEO 최적화
- 이미지 촬영 및 SNS 채널 운영



아프리모

Viral, Meta

아프리모 남자향수 퍼포먼스 캠페인

- 바이럴 영상을 통한 SNS 프로모션 진행
- 인플루언서를 통한 바이럴 캠페인
- Meta 광고 진행을 통한 ROAS 200% 상승



아프리모 시즌 터닝 향수 이벤트

바뀌는 계절에도 빛날 고유의 매력 터닝 퍼퓸세트 27% 할인 +쇼핑백 증정 멤버쉽 혜택 · 앱 다운로드 · 리뷰이벤트



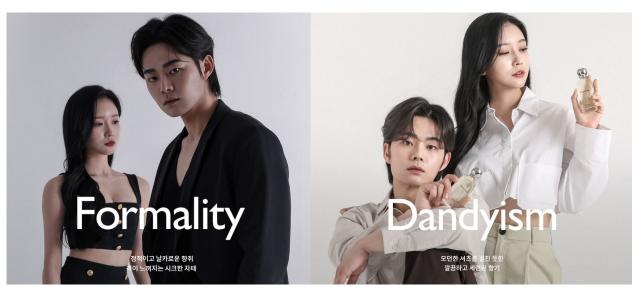




더바디

이벤트

핫스터프



파란이사

SA

김병만의 파란이사 SA 퍼포먼스 마케팅

- 네이버, 구글 등 검색광고 운영
- CPA 단가 최소화 달성
- 목표 KPI 150% 초과 달성

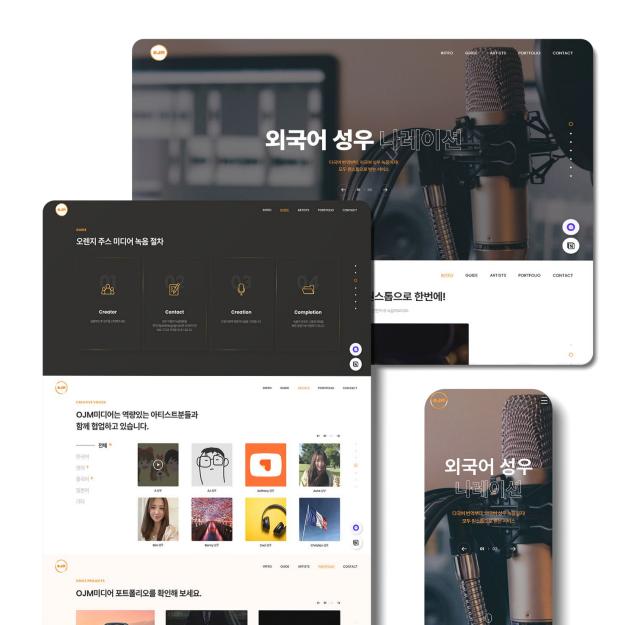


Studio 오렌지주스미디어(OJM)

#원페이지스크롤 #다국어 #성우녹음 #녹음스튜디오

원페이지 스크롤 방식으로 제작된 웹사이트입니다. 방대한 정보를 포함하기에는 한계가 있을 수 있지만 언어별 아티스트 등록관리, 포트폴리오 등록관리 등 핵심정보는 모두 제공하는 웹사이트입니다.

제작기간 : 1개월 개발언어 : PHP

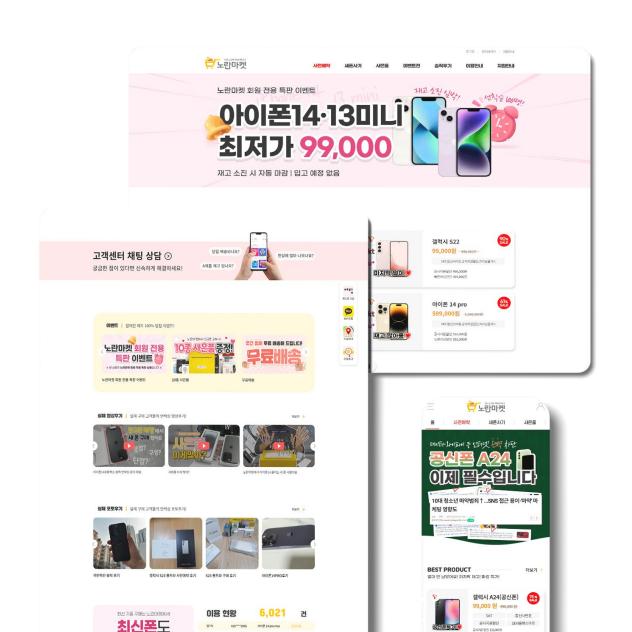


Platform 노란마켓

#핸드폰구매 #영상후기 #실시간 상담 #신뢰 #이벤트 #요금제선택 #고도화개발

중고폰 업계의 선두기업 노란마켓의 신규폰 판매 웹사이트 제작. 기기변경 번호이동 및 다양한 할인방식 등 휴대폰 업종의 복잡한 계산방식을 프로그램으로 구현

제작기간 : 12개월 개발언어 : PHP

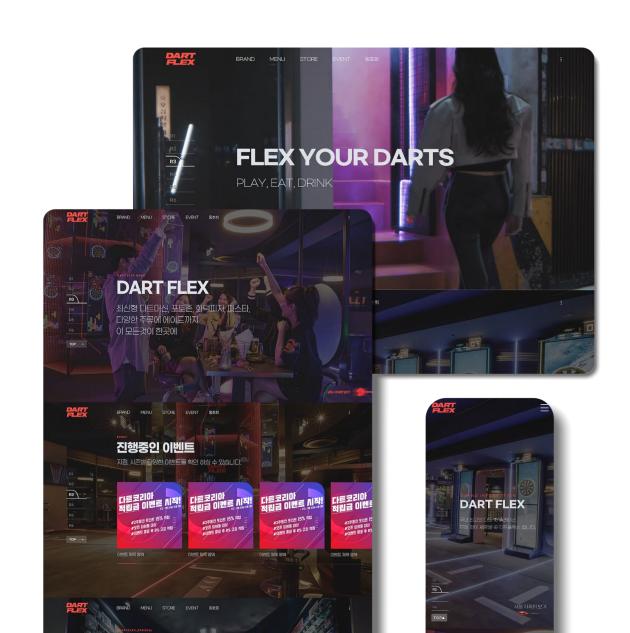


Franchise 다트플렉스

#다트 #펍비어 #프랜차이즈 #영상재생 #놀이

다트 전문 기업 피닉스의 퓨전 다트 브랜드. 실제 다트 스코어 화면으로 영감을 얻어 더 캐주얼하고 액티브한 디자인의 웹사이트를 제작

제작기간 : 2개월 개발언어 : PHP



^{환경재단} 쓰**담위크**

#환경재단 #쓰레기줍기이벤트 #환경보호 #캐릭터활용 #아기자기컨셉 #선물증정

환경재단에서 주관하는 쓰레기 줍기 이벤트!! 각 지역에서 쓰레기를 주운 후 사이트 내 인증하고 선물 받는 프로모션 랜딩사이트제작

제작기간 : 1개월 개발언어 : PHP

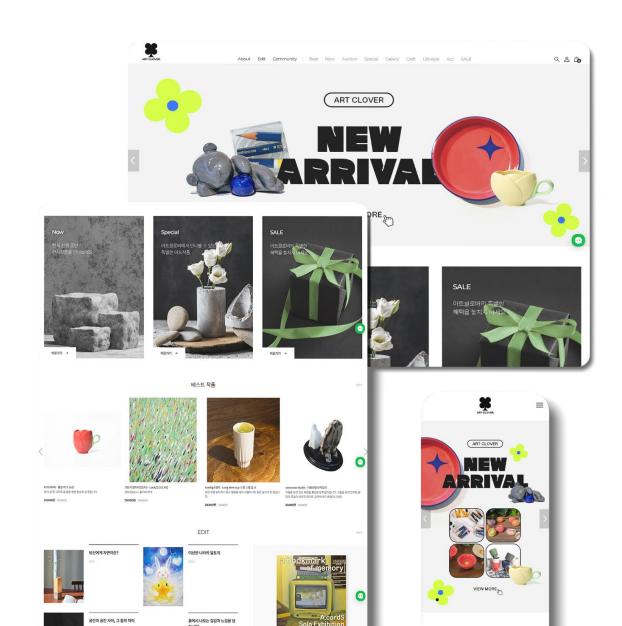


Shopping 아트클로버

#쇼핑몰 #종합쇼핑몰 #공예전문 #오픈마켓 #미니홈피 #관리자고도화 #예술품

공예/예술품 전문으로 판매하는 오픈마켓형태의 아트클로버. 각판매자의 미니홈피 제공으로 기능고도화 및 정산시스템 확립

제작기간 : 10개월 개발언어 : PHP



Franchise BSB푸드(청년피자)

#태연 #프랜차이즈 #청년시리즈 #영상재생 #피자 #매장/창업안내

비에스비푸드의 청년피자 홈페이지입니다. 음식, 매장 등 사진촬영부터 홈페이지까지 모두 진행된 곳입니다.

제작기간 : 3개월 개발언어 : PHP



Shopping 트렌비

#트렌비공식홈페이지 #트렌비채용 #채용공고등록관리

해외명품 전문 트렌비의 공식 홈페이지. 일반 쇼핑몰 기능은 물론이고, 채용공고 등록관리와 지원관리 프로그램 구축.

제작기간 : 3개월 개발언어 : PHP

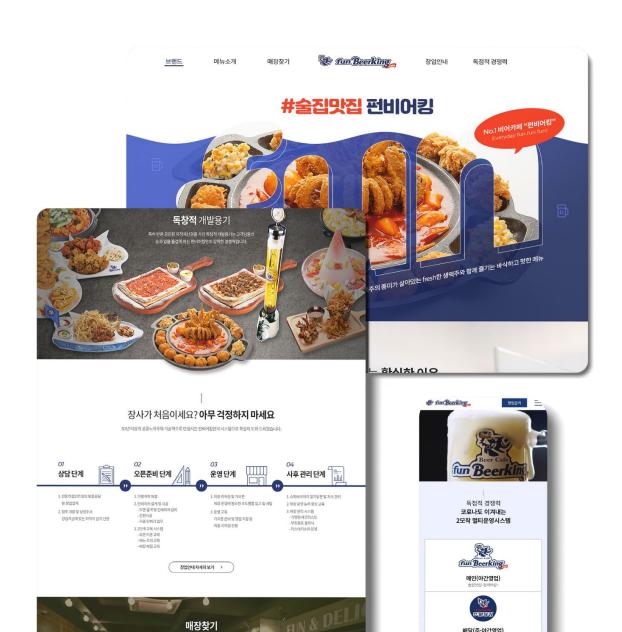


Franchise 펀비어킹

#펀비어킹 #프랜차이즈 #유망창업 #성훈 #나혼자산다성훈 #술집맛집 #랜딩페이지제작

세상에 없던 술집맛집 펀비어킹의 독창적인 메뉴와 독점적인 영업 경쟁력을 홍보하는 웹사이트를 제작하였습니다. 나혼자산다의 출연자 성훈을 통해 펀비어킹의 메뉴 경쟁력을 맛있게 표현하여 계속되는 고공행진이 기대됩니다.

제작기간 : 3개월 개발언어 : PHP



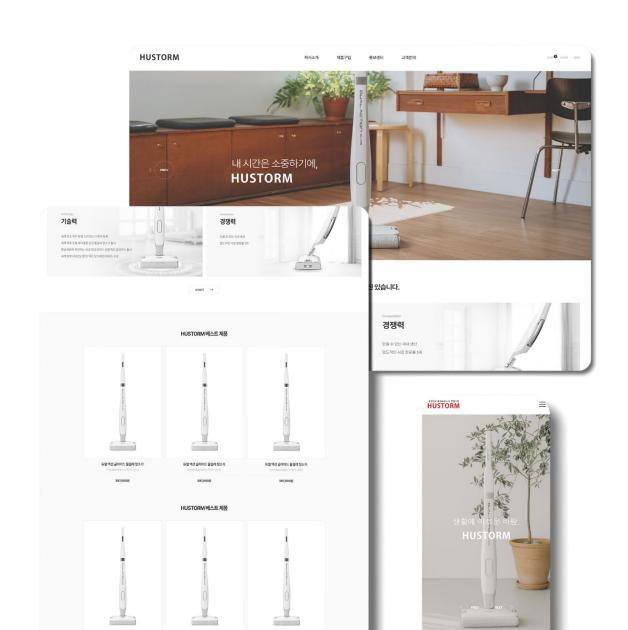
영상제작

Shopping 휴스톰

#생활가전쇼핑몰 #물걸레청소기 #반응형쇼핑몰

무선 물걸레 청소기로 유명한 휴스톰의 쇼핑몰. 회사소개부터 제품구입까지 가능한 웹사이트입니다.

제작기간 : 3개월 개발언어 : PHP





E.O.D.