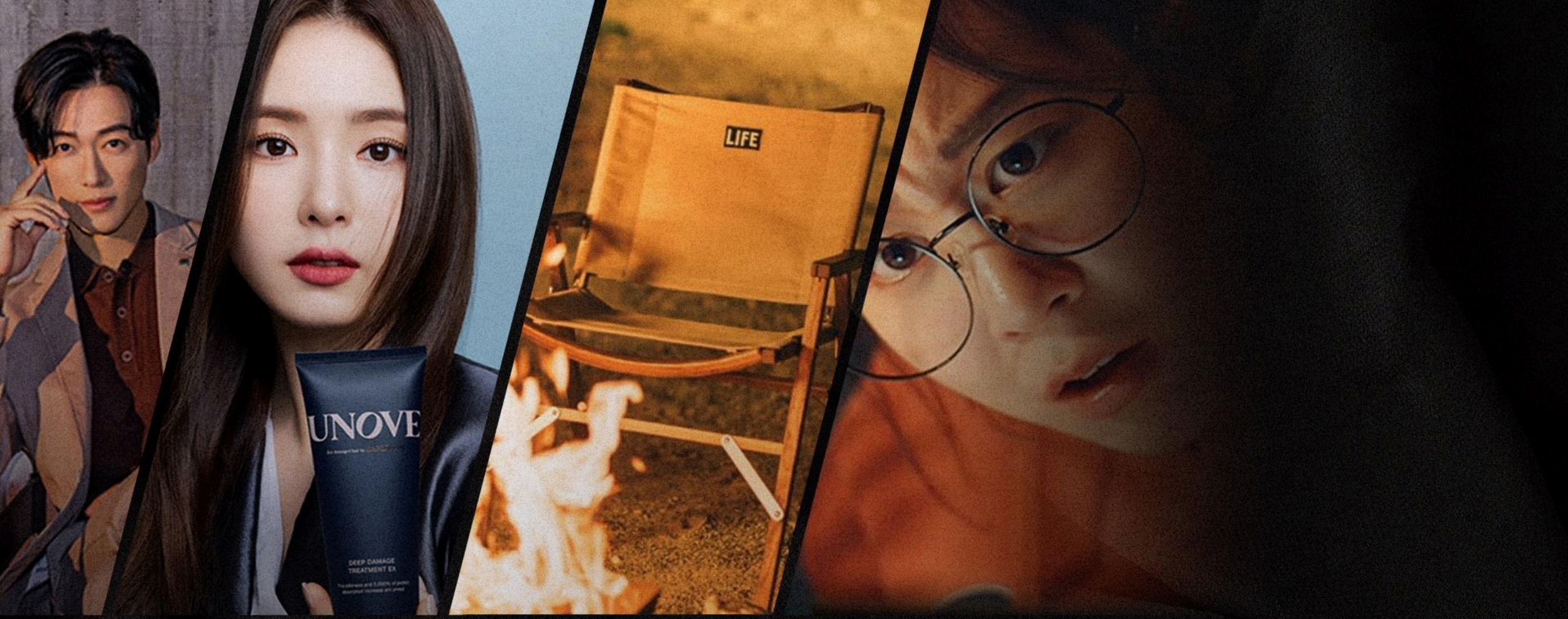
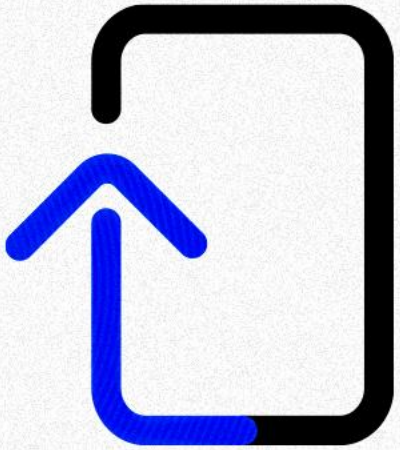


ORM-IMC

디지털을 기반으로 변화하고 있는
통합 광고 마케팅 패러다임의 새로운 기준을 제시합니다.

#브랜드 필름 #컨텐츠 마케팅 #바이럴 마케팅 #온/오프 캠페인 #퍼포먼스 마케팅

ORM



Digital Marketing Company

ORM-IMC

NAME	(주)오름IMC
CEO	김 두 란
ADDRESS	서울시 서초구 사임당로 32, 재우빌딩 10층
TEL	070-4335-2373 (Fax. 070-8228-6559)

오름IMC는 종합광고대행사를 지향합니다.

디지털마케팅 모든 분야의 통합 진행이 가능하며,
전통적인 온라인 모바일 광고부터 IPTV, OTT, DOOH까지 각 미디어에 최적화된 솔루션으로
시너지를 낼 수 있는 오프라인 마케팅 진행도 함께 수행하고 있습니다.

오름IMC에겐
마케팅 경계가 없습니다.

브랜드의 성공으로 이끌기 위해
다양한 관점과 필요한 스킬을 바탕으로 명확한 솔루션을 제안합니다.



Identify & Communicate

브랜드의 핵심가치와 강점을
표현하는 영상 콘텐츠 기획/제작

브랜드의 디테일한 이미지구축을 위해
SNS 브랜드채널 수립부터 연계된 오프라인 캠페인 수행

Grow

디지털 퍼포먼스를 극대화할 수 있는 검색광고부터
배너광고까지 디지털 전방위적인 광고활동 수행

ONE-STOP
Marketing Service

20년 경력의 CEO를 중심으로 세분화된 마케팅 전문가 집단

“캠페인의 성과 극대화 전략을 위한”

퍼포먼스 1팀 광고 수립 및 운영	**퍼포먼스 2팀** 광고 수립 및 운영
미디어팀 매체 파트너십 관리	**데이터컨설팅팀** Data-driven 광고 설계

“브랜드의 시각적 요소를 책임지는”

디자인 개발팀 캐릭터 제작 등 개발	**웹 디자인팀** 광고 소재 디자인
영상 제작팀 영상 콘텐츠 제작/기획	



“브랜드 이미지와 정체성 강화를 위한”

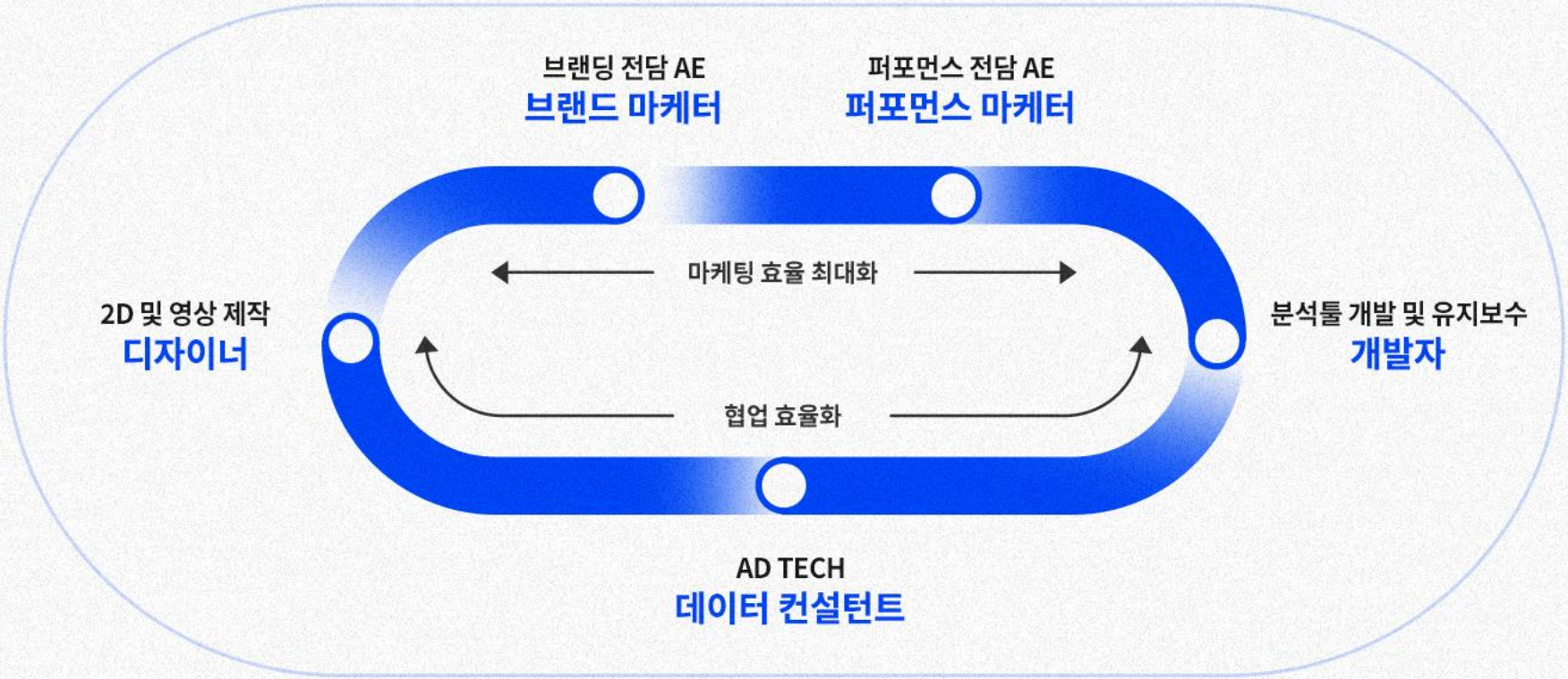
브랜딩 1팀 브랜드 기획/운영	**브랜딩 2팀** 브랜드 기획/운영
크리에이터팀 크리에이티브 기획	**카피라이터팀** 광고 소재 카피 기획

“신규 마케팅 서비스 개발을 위한”

AI DOOH팀 DOOH 운영/제휴영업
SOLUTION팀 개발 플랫폼 운영사업

캠페인 전 과정을 책임지는 **체계적인 전담팀** 구성

프로젝트별 최적화된 운영을 위해 각 분야별 전문성 있는 전담 인력을 배정하여
효율적인 운영 체계를 구축합니다.



오름IMC 파트너십

Data Driven Marketing을 지향하며 DMP/DSP 기반의
주요 매체사의 Media Math 파트너이자 모든 채널에 광고 송출이 가능한 인프라를 구축했습니다.

미디어 LAB 공식파트너

주요 MEDIA LAB 공식 파트너 ※ 검색광고, 쇼핑광고, 배너광고	HANA(검색광고) IDEAKEY(네이버쇼핑) nasmedia MezzoMedia DMC MEDIA CROSSMEDIA m2digital incross
글로벌 BTL Agency 공식 파트너 (오프라인 옥외광고 협업)	UM Dentsu media

・국내 대형 미디어랩 공식 파트너 ・BTL Agency 공식 파트너

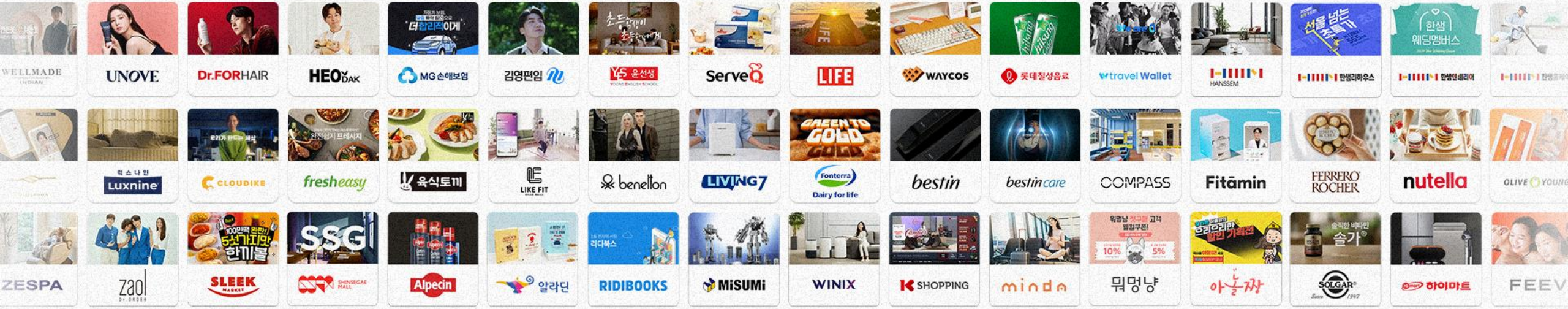
DA 미디어 공식파트너

WEB	Google Display Network criteo MediaMath ACE Trader RealClick DSP MOBON TargetingGates EDN Plus DDN
App Media	HONEY SCREEN cashslide O! LOCK Instagram facebook Shall We AD? Cauly adlib INMOBI TOPING

・Web, App Media 공식 파트너 ・정확한 부킹 ・실시간 협업지원

저희를 선택해주신 브랜드는 결코 가볍지 않습니다.
누적 820억 매출의 종합 광고 대행사

꾸준히 노력해 온 신력으로 많은 브랜드와 함께 성장해 나가고 있습니다.



Since 2014

저희를 선택해주신 브랜드는 결코 가볍지 않습니다.
누적 820억 매출의 종합 광고 대행사

꾸준히 노력해 온 신력으로 많은 브랜드와 함께 성장해 나가고 있습니다.



Since 2014

AD Tech & Data.

- 자체 솔루션 ODSay
- 크로스오버 OOH

We Are Experts in Data Consulting.
자체 기술력으로 개발한 ODSay

광고 운영과 분석을 위한 자체 솔루션 개발로 오름만의 DATA-DRIVEN 솔루션을 제공합니다.



Market Monitoring
비즈니스 분석

Competitor Monitoring
마케팅 분석

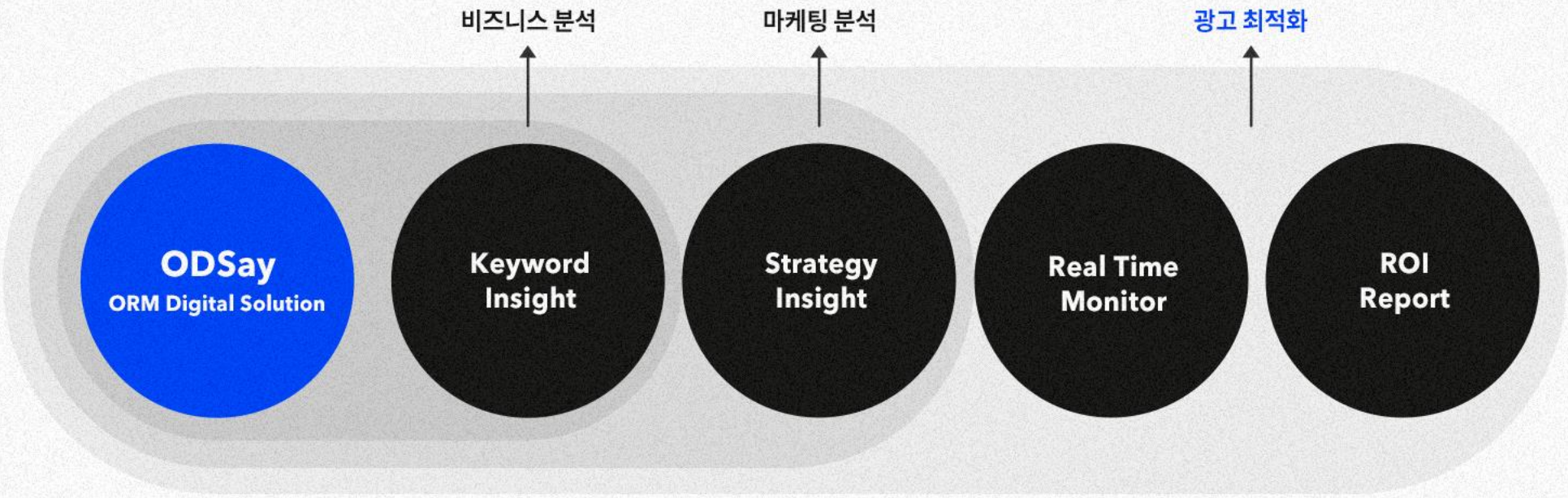
Tracking & Analysis
광고 최적화

ODSay
ORM Digital Solution

데이터를 넘어서 인사이트까지, 더 나은 비즈니스 결과를 제공합니다
URL : odsay.orm-imc.co.kr

자체 솔루션 개발로
데이터 컨설팅 전문성 지원

프로젝트별 최적화된 운영을 위해 각 분야별 전문성 있는 전담 인력을 배정하여
효율적인 운영 체계를 구축합니다.



다년간 축적된 레퍼런스를 바탕으로 제공하는 맞춤형 데이터 분석 전략과 운영 및
분석 데이터를 한 눈에 확인할 수 있는 시각화 대시보드를 통해

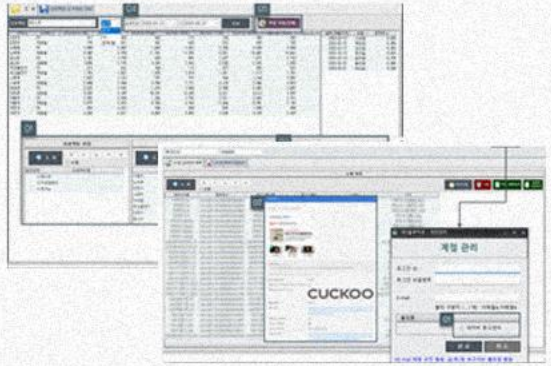
오름IMC는 클라이언트 성장을 지원합니다.

10년 이상의 개발 역량을 통해 완성한 디지털 마케팅 최적화 솔루션

GA 장점을 반영하여 사용자 편의성을 개선한 대시보드를 제공하며,
NAVER Bigdata 추출 기능을 탑재해 다양한 마케팅 소스를 손쉽게 활용할 수 있는 ROI분석 툴입니다.

광고 운영 효율성을 위한 모니터링

☑ Market Monitoring 비즈니스 분석



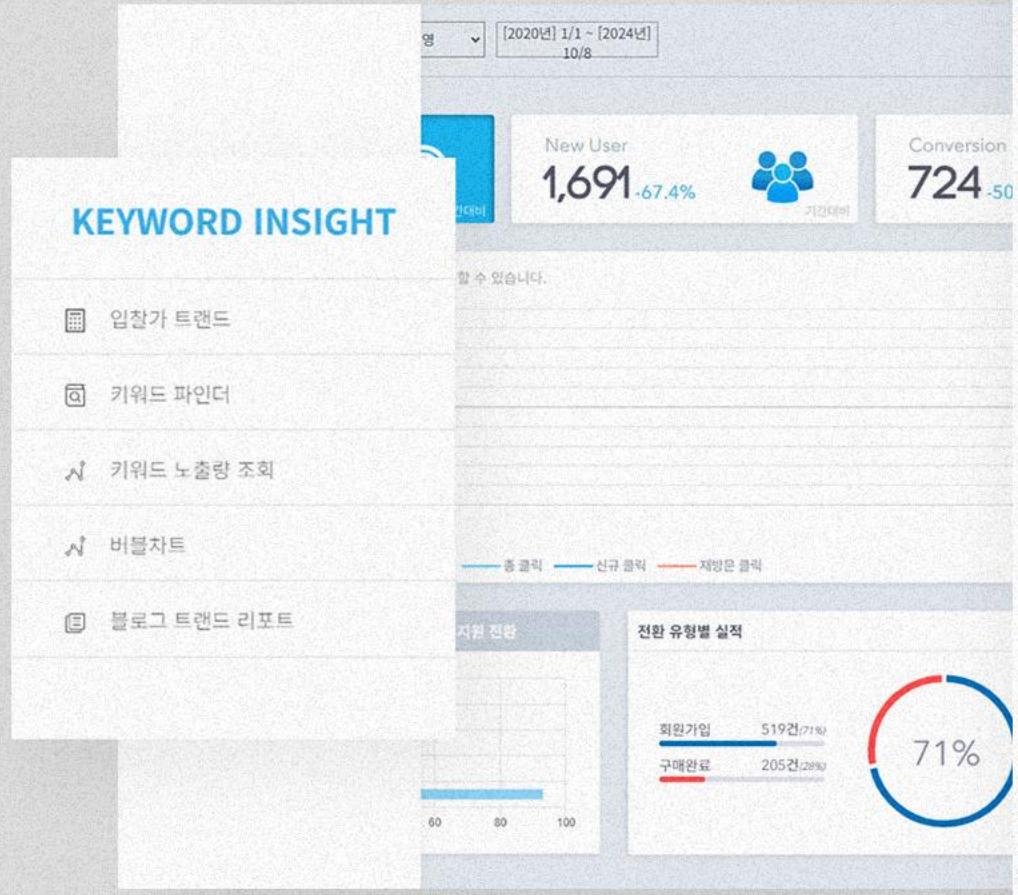
☑ Competitor Monitoring 마케팅 분석



실시간 대응을 위한 성과분석

☑ Tracking & Analysis 광고 최적화





신규 키워드 발굴로 최적의 운영 전략 수립

Market Monitoring 비즈니스 분석

1 키워드 파인더

키워드 연관검색어, 자동검색어 별 빈도수 파악과 신규 키워드 발굴에 용이

2 키워드 노출량 조회

등록한 키워드의 월간 합산 조회수 파악으로 키워드의 사용성에 대한 용이성 제공

3 버블차트

여러 개의 측정 기준을 두고 분석할 수 있는 기능으로 SEO 같이 단일 키워드 최적화 분석



경쟁사 모니터링을 통한 실시간 이슈 대응

Competitor Monitoring 마케팅 분석

1 광고순위 모니터링

자사 및 경쟁사 운영을 실시간 모니터링하여 최선의 운영 전략 도모

2 광고 순위별 견적 제공

시간대별 실시간 키워드 노출 순위를 모니터링하여 최적의 입찰 전략 수립

3 웹문서 노출결과 모니터링

주요 매체 광고 현황 크롤링하여 크리에이티브/운영에 적용하여 트렌디한 광고소재 발굴



시각화된 데이터 분석 결과 실시간 제공

Tracking & Analysis 광고 최적화

1 시각화 ROI Dash Board

광고 효율 분석 및 리포트 정보 제공시각화된 데이터 분석 결과 실시간 제공으로
신속한 의사결정 도모

2 Real Time Monitor

진행중인 광고의 실시간 유입 분석 현황 및 유입 채널별 성과 분석 데이터 제공

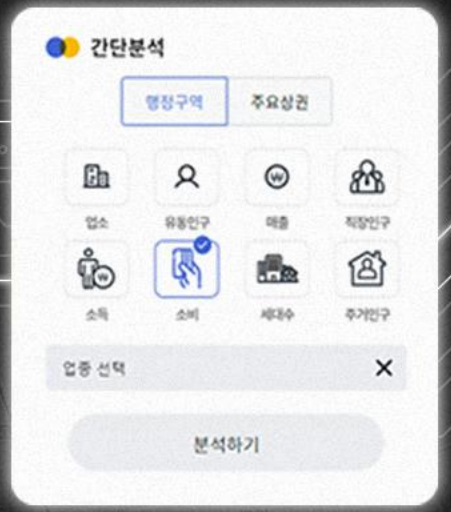
3 크로스 도메인 분석

광고 미디어별 세분화된 성과 측정, Last 전환 발생시킨 유입 출처 분석과
최초 First 유입 출처 분석해 광고 채널간의 상호연계과정 추적

옥외광고 OOH 전문서비스
뚝-닥

효율적인 비용으로 영상을 제작하고 전략적으로 미디어를 실행하기 위해
AI 엔진 기술을 기반으로 한 영상 제작 솔루션과
OOH LOCATION 추천 서비스를 새롭게 론칭했습니다.



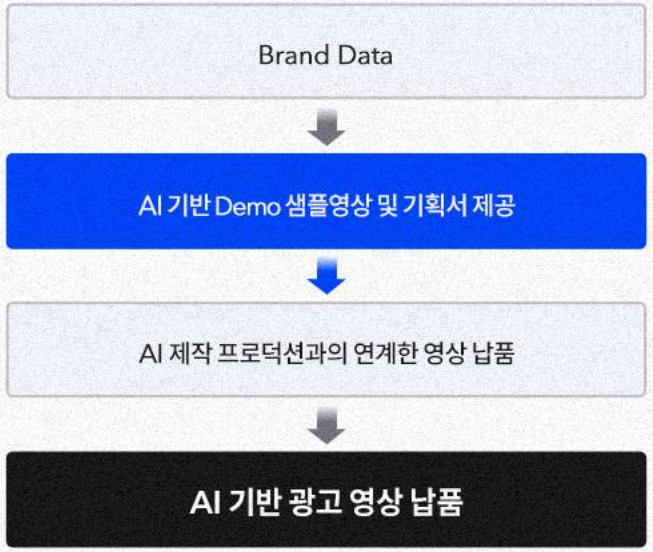




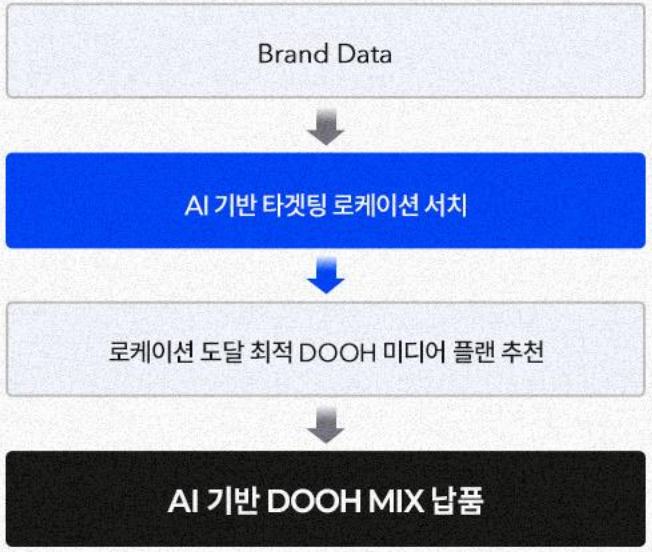
뚝닥, AI로 영상과 미디어를 제공하는 통합 서비스!

눈에 띄는 영상을 제작하고, 눈에 띌 수 있는 곳에 광고를 보여주는 것!
쉽고 빠른 영상제작과 스마트한 캠페인 플랜을 제공합니다.

AI DOOH 영상제작 FLOW
"쉽고 빠른 영상제작"



AI DOOH 미디어 추천 FLOW
"스마트한 캠페인 플랜"



기존 영상 제작 프로세스 축소, 제작 비용 효율성 극대화

기존 전통적 방법의 영상 제작 단계 프로세스 (평균 5~8주 소요)

컨셉 기획 ▶ 스토리보드 콘티 작성 ▶ PPM 정리 ▶ 촬영 일정 장소 섭외 ▶ 촬영 장비 스텝 섭외 ▶ 현장 촬영 ▶ 영상 편집 & 후보정 ▶ 영상 제작 완성

컨셉 기획 ▶ 프롬포트 스크립트 작성 ▶ 생성형 AI 이미지 콘텐츠 작성 ▶ 생성형 AI 영상 제작 완성

AI 서비스 활용으로 최대 시간/비용 절감 효과

영상 제작 단가 90% 절감/시간 70% 단축 효과

AI 서비스 활용 영상 제작 단계 프로세스 (평균 1~1.5주 소요예상)



AI 영상 결과물 예시



예시1) 화장품 광고



예시1) 침구류 광고

뚝닥, AI영상 경쟁력으로
소비자를 집중시키는 특화 영상 제작까지!

눈에 띄는 영상을 제작하고, 눈에 띌 수 있는 곳에 광고를 보여주는 것!
쉽고 빠른 영상제작과 스마트한 캠페인 플랜을 제공합니다.







샘플영상 이후 실 제작 진행 시
전략 파트너사와 업무 협업 진행

weAr

THE APE SQUAD

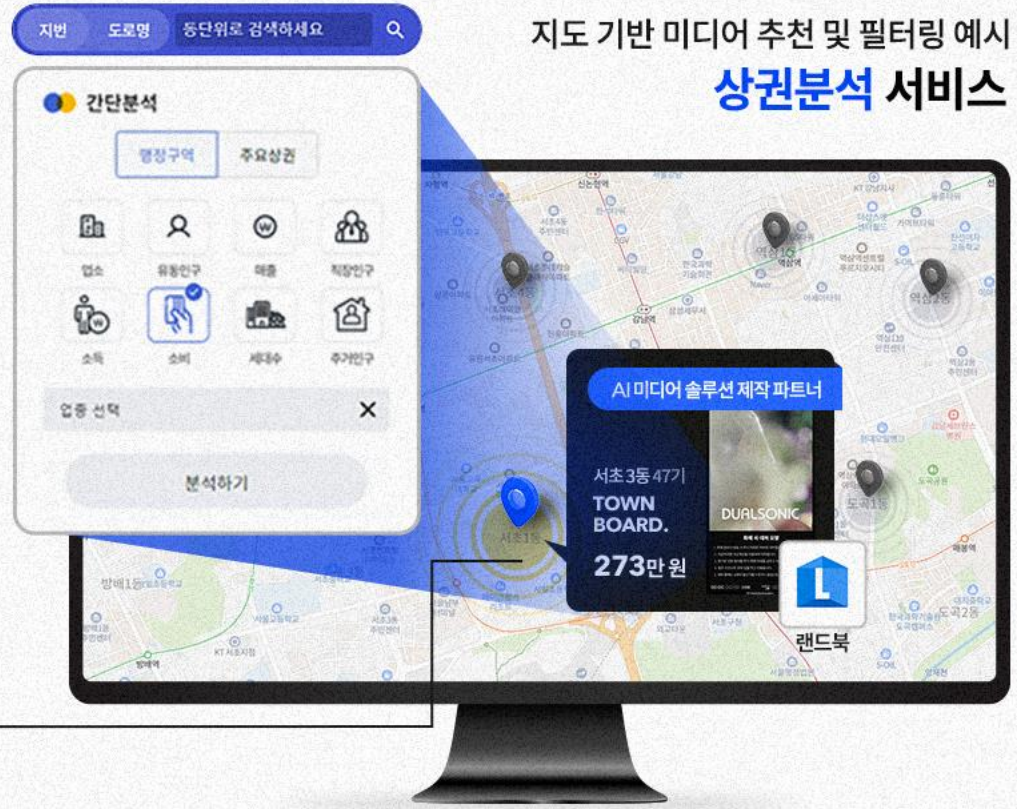
위치 데이터 및 지역 특성 기반,
정밀 타겟팅 솔루션 적용

희망 지역
검색

고객 Needs에 맞춘
세부 타겟팅 조건 및 필터링

우리 제품의 **타겟은?**

타겟팅 조건에 따른
지역 기반 현황 데이터 및 미디어 현황 Preview



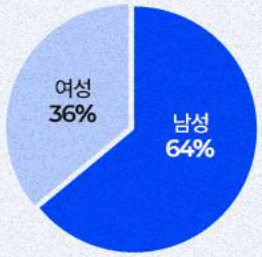
지도 기반 미디어 추천 및 필터링 예시
상권분석 서비스

뚝닥, AI미디어 추천 알고리즘
로케이션 데이터 및 미디어 지표(Reporting) 제공!

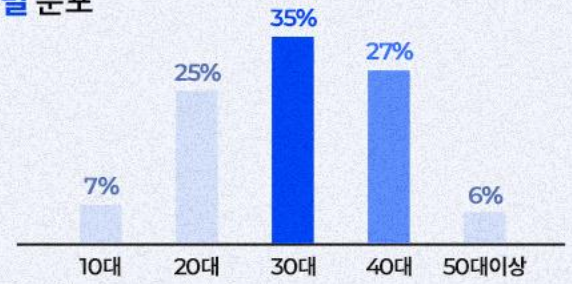
미디어 데이터 + 집행 데이터 분석 보고서 제공으로
실제 고객 반응과 액션 (QR코드를 통한 유입 및 클릭)을 통한 광고 효과를 검증이 가능합니다.

※DOOH 분석 리포트 제공 예시

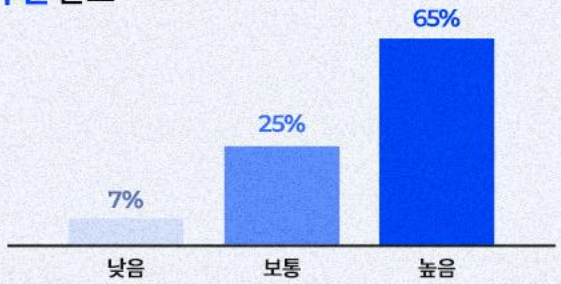
성별 분포



연령별 분포



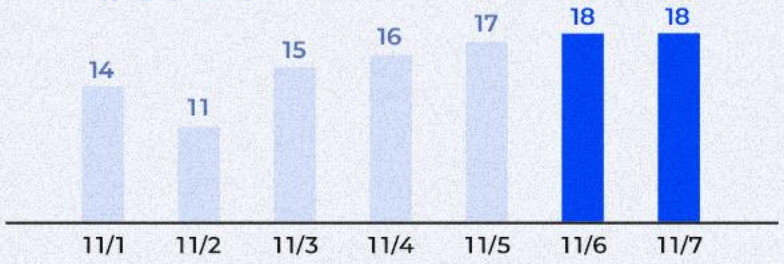
소득수준 분포



QR코드 **유입**



QR코드 **유입 후 입력**



Creative.

- 크리에이티브 전략 개발
- 수상이력

고퀄리티 콘텐츠를 위한
OWNED PRODUCTION

원활한 제작 업무 진행을 위한 내부 스튜디오 보유
자체 제작 인력 외 전속 계약 프로 포토그래퍼와 협업해 고퀄리티의 콘텐츠를 제작합니다.

내부 스튜디오



제품 누끼컷 및 테이블샷 촬영용 내부 스튜디오
이외 컨셉츄얼 촬영 등은 외부 스튜디오 섭외 통해 진행

제작 S/W



컨텐츠 제작 편집을 위한 어도비 및 폰트 등
정품 라이센스 등록과 고급 활용자 보유

전속 계약 작가



내부 제작 인원(CD, PD) 외 전속 계약 작가와의
협업으로 고퀄리티 콘텐츠 제작

성과 극대화를 위한
자체 기획 및 제작 프로세스

클라이언트의 주요 USP와 핵심 타겟의 성향을 매칭한 키 메시지를 발굴하고
매체별 최적화된 소재의 A/B 테스트를 통해 효율을 극대화 합니다.



클라이언트 경쟁력 강화를 위한
크리에이티브 전략 개발

데이터 분석과 소비자 인사이트를 기반으로
클리이언트 성장에 필요한 크리에이티브 전략을 수립합니다.

교육 플랫폼

A 대리 홍보팀

매번 정책이 바뀌는 복잡한
데이터나 보고서도 ORM에서
빠르게 분석하고 이해하기 쉽게
해석해주니까 **마케팅 이슈에
발빠르게 대응**할 수 있습니다.

의류 브랜드

K 과장 마케팅팀

브랜드 필름, 세일즈, SNS 등
각 **캠페인별 목적과 특성에 맞는
메시지 라인**과 미디어 플랜을
제공 받을 수 있어 ORM을
선택한 보람이 있었습니다.

식품 브랜드

P 차장 마케팅팀

**제품이 가장 매력적으로
보일 수 있는 포인트를 연구**해
크리에이티브에 반영해주시니
꾸준히 ORM을 믿고
맡길 수 있었습니다.

홈 IoT 브랜드

B 대리 IMC팀

처음 도전하는 프로젝트도
ORM의 **내부 집행 사례를
기반으로 효율을 체크**하고,
디테일한 솔루션을 받을 수 있어
안심했습니다.

2023 대한민국 디지털 광고 대상
크리에이티브/디지털 영상 부문 은상 수상

웰메이드 S/S 시즌 캠페인으로 대한민국 디지털 광고대상에 입상하며
영상을 통해 브랜드와 소비자간의 감성적 연결을 이끌어냈음을 인정 받았습니다.

2023
대한민국
디지털 광고대상
크리에이티브
디지털 영상 부문 은상





WORKS.

- Brand Marketing
- Performance Marketing

Brand Marketing.

- **TVCF & Brand Film**
- Youtube contents
- Online Event & promotion
- 채널운영 (SNS / Blog)


TVC Campaign
세정 웰메이드 TVC 제작
잘 만든 옷, 잘 맞는 옷
국민의 옷집 웰메이드

웰메이드 전 국민 웰송 캠페인
: 잘 만든옷, 잘 맞는옷

웰메이드의 본질인 옷 가게와 오프라인매장이라는
키워드에 집중, 소비자와 공감대를 형성하는 CM송을 활용해
브랜드의 특장점을 유쾌한 무드로 전달했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=6LH4vAX8D6c




Brand Film
세정 웰메이드 브랜드 필름 제작
국민의 옷집, 웰메이드 50주년
사랑해 주신 고객님들 덕분입니다.
WELLMADE
FOR OUR WORK & LIFE BALANCE WITH
INDIAN
50
SEJUNG
50TH
ANNIVERSARY

웰메이드 50주년 캠페인
: 모든 순간을 웰메이드

2024년 S/S 시즌과 세정의 50주년을 기념,
브랜드 히스토리 및 헤리티지 강화를 위해
진정성있는 메시지로 브랜드 가치를 전달했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=hIauAu5A6IM









웰메이드 23 S/S
: 모든 스타일이 다 있는 웰메이드

기존 캠페인의 모델 중심 스토리텔링에서 벗어나
“옷“을 다루는 브랜드의 본질적 가치에 집중해
브랜드에 대한 이해와 인지를 높이고,
새로운 모델 “남궁민”을 성공적으로 각인 시켰습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=_Coj_zTkmmA









웰메이드 23 F/W
: 그럴 땐 웰메이드

스타일이 고민되는 일상 속 순간들을 재치 있게 표현해
23 S/S에 이어 브랜드의 본질적 가치를 전달했습니다.
상황별 2편의 시리즈로 제작해 공감을 더했습니다.

Video Play

https://youtu.be/q487d33hSO0?si=oJ2cSyvZe9taLKtj




Brand Film
김영편입 브랜드 필름 제작

김영편입 2025 캠페인
: MY Rising Curve!

편입 성수기 시즌을 집중 공략하기 위해
코어 타겟(대학생) / 잠재 타겟(고등학생)으로 나누어
각 메시지를 전달하기 위한 브랜드 필름을 제작했습니다.

지금까지 해오던 이야기를 기존과는 다른 그림으로 보여줘
피로도를 낮췄고 타겟에 맞는 트렌디한 무드로 연출했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=qgJ11w4dZGI
https://www.youtube.com/watch?v=QFf2QNr0WiU



김영편입 2025 김영패스
: 편입에 필요한 모든 것

단순히 김영패스의 USP를 나열하는 것이 아닌
타겟이 느끼기에 진짜 베네핏이 될 수 있도록
타겟 니즈와 USP를 연결지어 김영패스의
필요성을 강조한 영상을 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=QspEAnQlhp8



김영편입 2022 캠페인
: 브랜드 필름 [기명의 결심]

교육업계의 성수기인 신학기 시즌을 집중 공략하기 위해
브랜드 메시지와 세일즈 메시지로 나누어 필름을 제작했습니다.

브랜드 필름은 주인공 “기명“을 중심으로 편입을 결심하게 되는
사소한 이야기를 드라마 형식으로 유쾌하게 풀어내
총 6편의 에피소드로 구성했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=SfBarniBTHE&t=157s



김영편입 2022 캠페인
: 바이럴 필름 [편입은 김영편입]

브랜딩 필름의 주인공 '기명'을 바이럴 필름에도 재등장시켜
편입에 성공한 모습으로 유쾌하게 세계관을 연결했습니다.

다양한 지면의 바이럴 광고로 활용하기 위하여
등장인물이 짧고 임팩트 있게 USP를 소개하도록 구성했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=NotVyh-gcxQ



김영편입
감성 브랜드 필름

유머와 공감에 집중했던 이전 캠페인에서 나아가
감성을 건드리는 브랜드 필름을 제작했습니다.

편입에 성공한 대학생을 영상미 있게 담아내고,
브랜드 핵심 가치와 메시지를 짧고 간결하게 전달했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=eF3EPtW25bo



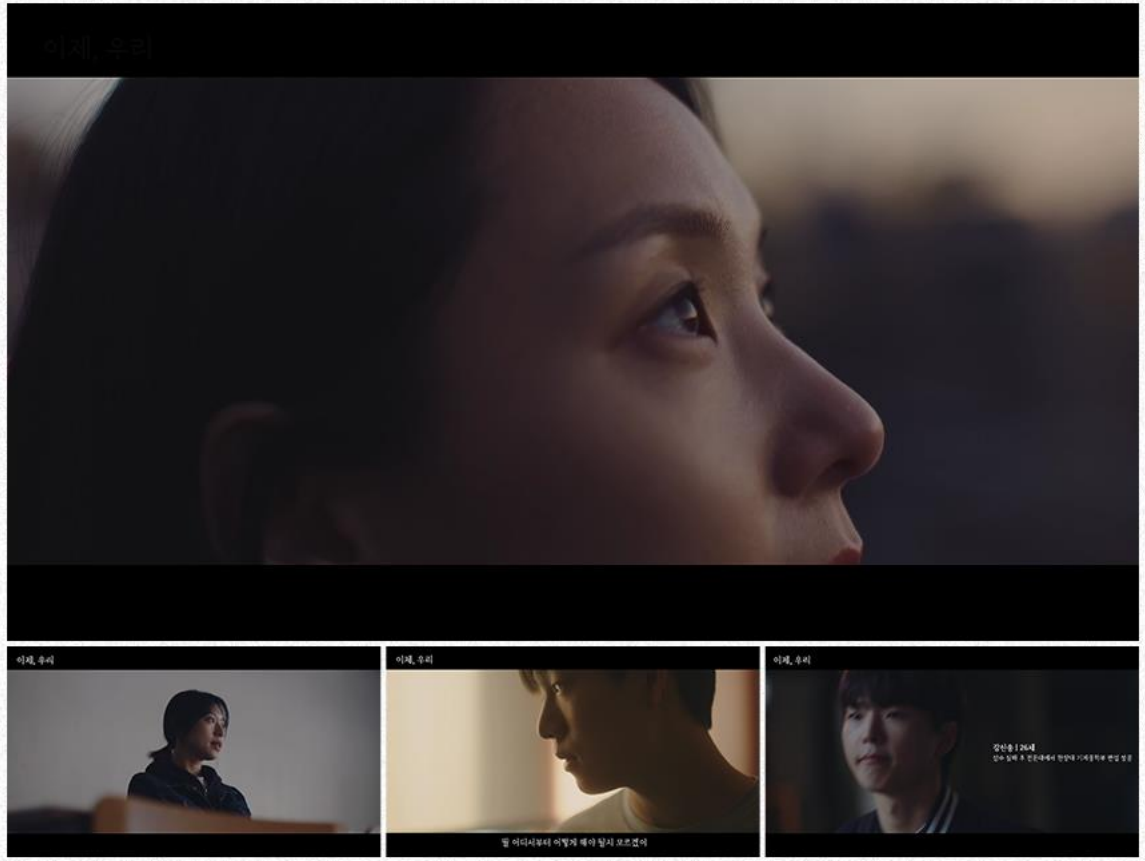
김영편입 종합반
브랜드 필름

김영편입 종합반의 선호도 형성과 브랜딩을 위하여
영상미를 강조한 드라마틱 필름을 제작했습니다.

브랜드 핵심 가치를 “오늘과 다른 내일의 나”로 표현,
각 등장 인물의 서사를 영상과 메시지에 담았습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?si=ASwfexTAWZKbaI0G&v=5Z7PjIHqfN0&feature=youtu.be



김영편입 2024 캠페인
브랜드 필름

2024년도의 신학기 시즌을 맞이하여 편입에 대한 저변 강화와 브랜드 인지도 향상을 위해 브랜드 필름을 제작했습니다.

편입을 통한 변화를 “나를 반전시키다” 라는 키워드로 표현, 슬로건 및 영상 촬영 기법을 통해 임팩트 있게 담아냈습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=Aq6MqDNV5VY




Brand Film
멀티캠퍼스 멀티잇 브랜드 필름 제작
방법은 다
잇(IT)다
독학 편!

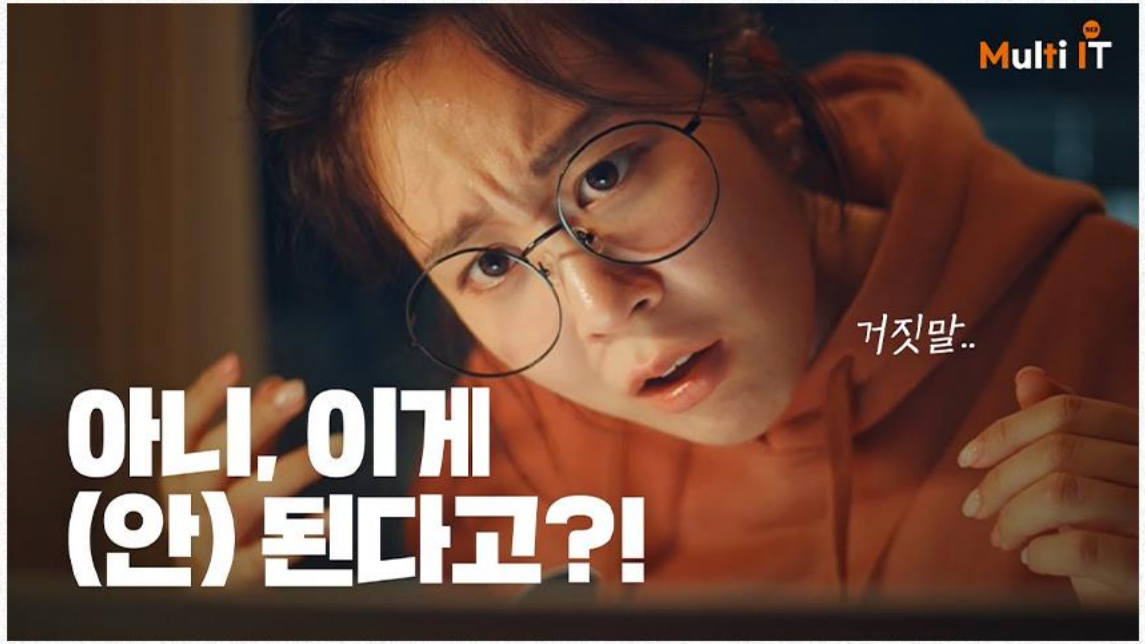
멀티캠퍼스 멀티잇 브랜딩 캠페인
: 멀티잇(IT) 과 나를 IT 다!

[비전공자 IT 교육] 시장에서 선도적 입지를 다지기 위해 대학생 비전공자를
주요 타겟으로, 타겟이 공감할만한 마이크로한 상황을 브랜드와
연결해 에피드소드로 구성, 총 6편의 필름 시리즈를 제작했습니다.

제작 후 대학생, 비전공생 대상의 타겟팅에서 벗어나
더 넓은 타겟 범위 노출을 위한 승강기 광고, 옥외빌딩,
지하철 광고까지 집행 완료했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=XEHB-3889z8










Brand Film
클라우다이크 브랜드 필름 제작
우리가 만드는 세상

클라우다이크
브랜드 필름

손쉬운 파일 공유가 가능한 비즈니스 툴, 클라우다이크의
서비스 특장점을 “연결성”이라는 키워드로 표현했습니다.

캠페인 슬로건과 촬영 기법에 “연결성”을 담아
드라마타이즈 디지털 광고 영상을 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=IVQk-ot3TF0




Brand Film
윤선생 브랜드 필름 제작
초등학생이
초등학생에게

윤선생 브랜드 필름
: ( )가 ( )에게

교육업계의 성수기인 신학기 시즌에 윤선생 브랜드의
인지도 향상을 위해 브랜딩 필름 캠페인을 진행했습니다.

'초등 영어 학습' 의 대상자인 엄마와 아이의 입장에서
스토리를 구성해 각 편을 나누어 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=byZdLWzXslU



윤선생 브랜드 필름
: 윤선생 하이브리드러닝

코로나 시즌, 고민이 많았던 학원 창업 사업자를 대상으로
브랜드 인지도를 강화하고 선호도를 향상시키기 위해
특장점을 강조한 브랜드 필름을 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=f_XW3Muj6Mw



Brand Marketing.

- TVCF & Brand Film
- **Youtube contents**
- Online Event & promotion
- 채널운영 (SNS / Blog)

한샘 리하우스
: 리모델링 랩소디 시리즈

코로나 시즌, 고민이 많았던 학원 창업 사업자를 대상으로
브랜드 인지도를 강화하고 선호도를 향상시키기 위해
특장점을 강조한 브랜드 필름을 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=f_XW3Muj6Mw







한샘 리하우스
: MBTI 토크 시리즈

실제 부부&직장인&회사동료를 섭외하여,
MBTI와 인테리어 주제를 접목하여

Video Play

▶ [MBTI 토크] 유형별 직장인들은 무슨 생각을 할까?
https://youtu.be/6_KHtmmMlu0

▶ [MBTI 토크] F아내 T 남편! 부부편
https://youtu.be/zsD9vLuOXt4

▶ [MBTI 토크] 극강의 F, T가 모였다! 형제 &자매편
https://youtu.be/iFHlfJ3FK6c



한샘 리하우스
: 업사이클링 공예소 시리즈

인테리어 철거 시 대량의 폐자재가 발생하는 곳에서 아이디어 착안,
공예 전문가 섭외를 통해 폐자재를 업사이클링 하여
새로운 제품으로 탄생시키는 콘텐츠 제작을 진행했습니다.

Video Play

▶ [RE:FLY] 업사이클링 공예소 | EP1. 폐유리
https://youtu.be/KIuO_58gZno

▶ [RE:FLY] 업사이클링 공예소 | EP2..폐목재
https://youtu.be/8-97oe8ZWlo

▶ [RE:FLY] 업사이클링 공예소 | EP2. 폐목재(2)
https://youtu.be/gJccg8-SZIM







멀티잇
: 4인 4색 수강생 인터뷰

멀티캠퍼스 교육을 통해 비전공자에서 개발자로
취업에 성공한 실제 수강생 4인의 경험담을 통해 브랜드 인지와
세일즈 강화를 위한 인터뷰 콘텐츠

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=TsW-6mdVyOs



멀티잇
: 4인 4색 수강생 인터뷰

획일화된 인터뷰 콘텐츠를 벗어나 인터뷰 컨셉 및 연출을 통해
실제 수강생 및 멀티잇 강사진들의 경험담을 바탕으로
멀티잇 브랜드 세일즈 강화를 목표로 제작했습니다.

Video Play

https://www.youtube.com/watch?v=TsW-6mdVyOs











윤선생
: 선생님 브이로그

실제 공부방/방문교사의 하루를 브이로그 포맷을 통해 보여줌에 따라 학생들이 어떻게 배우는 지, 어떻게 운영되는지 B2C 및 B2B 관점을 모두 아우른 유튜브 콘텐츠를 제작했습니다.

Video Play

▶ [윤선생 VLOG] EP.01 “윤선생영어교실” 공부방 교사 하루
https://youtu.be/xSBvRg2V81o

▶ [윤선생 VLOG] EP.02 “윤선생영어교실” 방문교사의 하루
https://youtu.be/blTbbI4XwCY



삼양사 서브큐
: 진짜 호텔 파티셰의 크로와상은?

브랜드 제품 USP를 기반하여,
자신감 있는 제품력을 보여주기 위해 블라인드 테스트 컨셉의
예능 요소를 담은 유튜브 콘텐츠를 제작했습니다.

Video Play

https://youtu.be/LMjbh_g9KRQ









폰테라
: <조승연의 탐구생활> 채널 PPL

브랜드 깊이를 더해주는 오피니언 크리에이터 채널 섭외하여
브랜드 메시지를 효과적으로 전달하였고
빅 채널 협업(PPL)으로 브랜드 인지도 증대를 위한 콘텐츠 제작했습니다.

Video Play

▶ 버터 VS 올리브오일 서양요리가 두 지역으로 나뉘는 이유?
https://youtu.be/H8l0wyfJA_E?si=lljMXixYFrjuGTVY









라이프아웃도어
: 캠핑 유튜버 채널 PPL

캠핑 카테고리 내 영향력이 있는 채널 협업(PPL)으로
시즈널한 브랜드 제품의 효율적인 노출과 함께
초기 브랜드 인지도 증대를 위한 콘텐츠를 제작했습니다.

Video Play

[라이프아웃도어 x 선발대원]

▶ 24년 첫 출시 타프, 같이 보면서 다가올 봄 캠핑을 그려보시죠
https://youtu.be/KJBQswz-ao0

[라이프아웃도어 x 그리너리캠프]

▶ 새 텐트와 함께한 성공적인 동계 솔로캠핑
https://youtu.be/BnFL0MIZLT8





Brand Marketing.

- TVCF & Brand Film
- Youtube contents
- **Online Event & promotion**
- 채널운영 (SNS / Blog)

한샘 리하우스 랜선 클래스
: 브랜딩 강화 및 상담신청 DB 확보

코로나 시즌, 바깥 생활이 어려워지면서 집에서 할 수 있는 취미활동을 찾는 소비자 트렌드를 반영하여
집콕 생활을 즐거운 시간으로 리모델링하는 취지로 기획했습니다.

소비자 참여를 기반으로 한 “랜선클래스” 라는 콘텐츠로 브랜딩 강화와 더불어
상담신청 DB 확보를 목표로 하였고 소비자 참여를 기반한 “랜선클래스“ 영상 콘텐츠 기획,
키트 구성, 사전신청 모집, 키트 발송, 영상 촬영 및 제작을 진행했습니다.

▶ [랜선클래스] 22년 10월 사전신청 티저



https://youtu.be/6E1oC0pWY9w

▶ [랜선클래스] 22년 10월 랜선클래스 핑커 니팅 미니백 만들기



https://youtu.be/bDGs6goqXOE



한샘 리하우스 홈BTI
: 브랜딩 강화 및 상담신청 DB 확보

MBTI성향 테스트 트렌드를 반영해 한샘 리하우스의 제품(리모델링 패키지)을 접목한
독창적인 게임형 콘텐츠를 기획 및 제작했습니다.

소비자 가 참여한 후 결과값을 도출하는 프로세스를 자체 개발하였고
자발적인 콘텐츠 확산을 통해 브랜딩 강화와 동시에 소비자 DB 확보를 목표로 진행했습니다.





한샘 리하우스 한방처방
: TVC런칭 기념 브랜딩 강화

한샘 리하우스의 TVC 런칭 홍보를 위한 랜딩페이지 제작부터 메시지를 연계한
소비자 참여 이벤트를 기획 및 운영했습니다.

소비자 사연을 받아 리모델링 해주는 컨셉을 동일하게 가져갔고
타 소비자 참여 이벤트를 동시 진행하여 TVC 런칭 부스팅 효과를 유도했습니다.

▸ TVC 런칭 홍보 기획전



▸ TVC 런칭 기념 이벤트 기획전

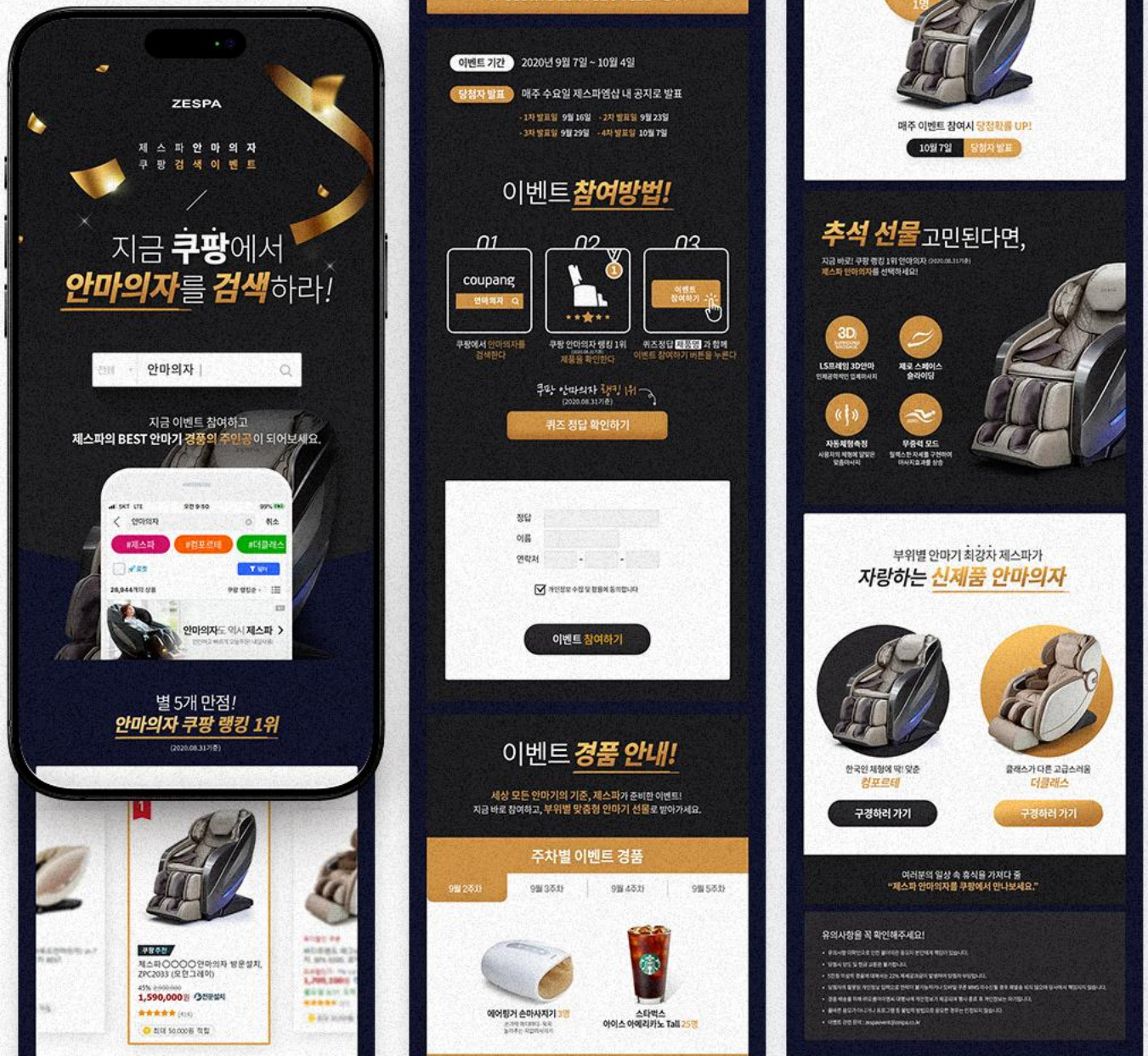




제스파 안마의자
: 초기 브랜드 인지 강화

쿠팡 1위 안마의자로서 타사 대비 기능이나 가성비 측면에서도
우수한 상황이었으나 경쟁사 대비 인지도 부족으로 브랜드 인지도 확보와
잠재 구매 고객 DB 확보를 목표로 온라인 이벤트를 기획하였습니다.

대형 커머스 안마의자 1위 인식을 증대하기 위해
소비자가 직접 쿠팡 1위 안마의자를 검색해 제품을 인지할 수 있도록
유도했고 이벤트 붐업화를 위한 미디어믹스 전략으로
확보된 고객 DB를 이후 세일즈 증대 PUSH 광고에 활용했습니다.



제스파 안마의자
: 초기 브랜드 인지 강화

지속적인 브랜딩 캠페인을 통한 안마의자 라인업 및 USP 인지시키기 위한
캠페인 확대 전개하였으며, 초기 인지 캠페인으로 수집된 트래픽 모수와 DB를 활용한
공격적 세일즈 마케팅을 진행하여 브랜드 및 제품 인지 강화를 목표하였습니다.

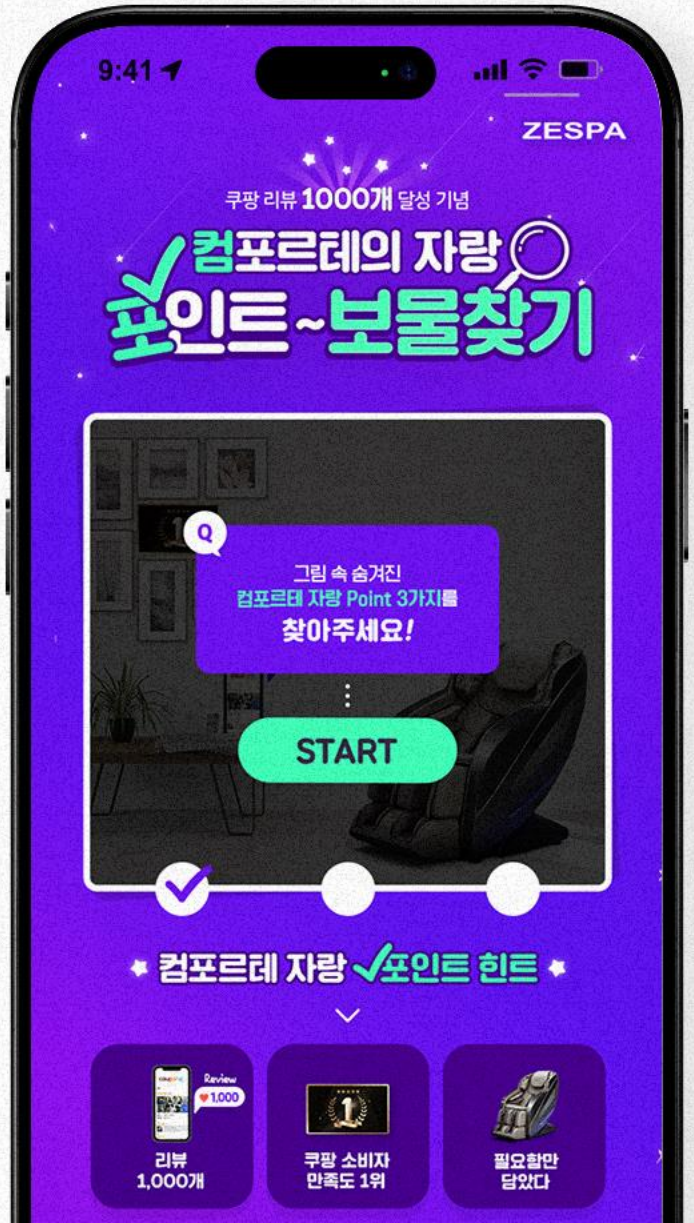












KCB 비즈그라운드 부스
: 국내 최대규모 조달청박람회 코리아 나라장터

핵심 타겟이 모여있는 나라장터 엑스포에 참가하여
브랜드 인지도 확대와 함께 현장 이벤트를 통한 유의미한 DB와 세일즈 기회까지 확보를 유도했습니다.
참여 신청부터 부스 기획, 현장 이벤트 진행까지 일체 오름IMC 내부 수행했습니다.













벨로테로 메이크업쇼
: 영등포 타임스퀘어 라이브쇼

영등포 타임스퀘어에서 벨로테로 메이크업쇼 라이브 캠페인 생중계 진행했고
포토존, 메이크업부스, 라이브쇼를 통한 브랜드 인지도 확산을 유도했고 1천명 이상 방문객 달성과
오프라인 행사와 동시에 온라인 이벤트 진행(현장 방문 인증 및 댓글이벤트) 으로 시너지 효과 확보했습니다.





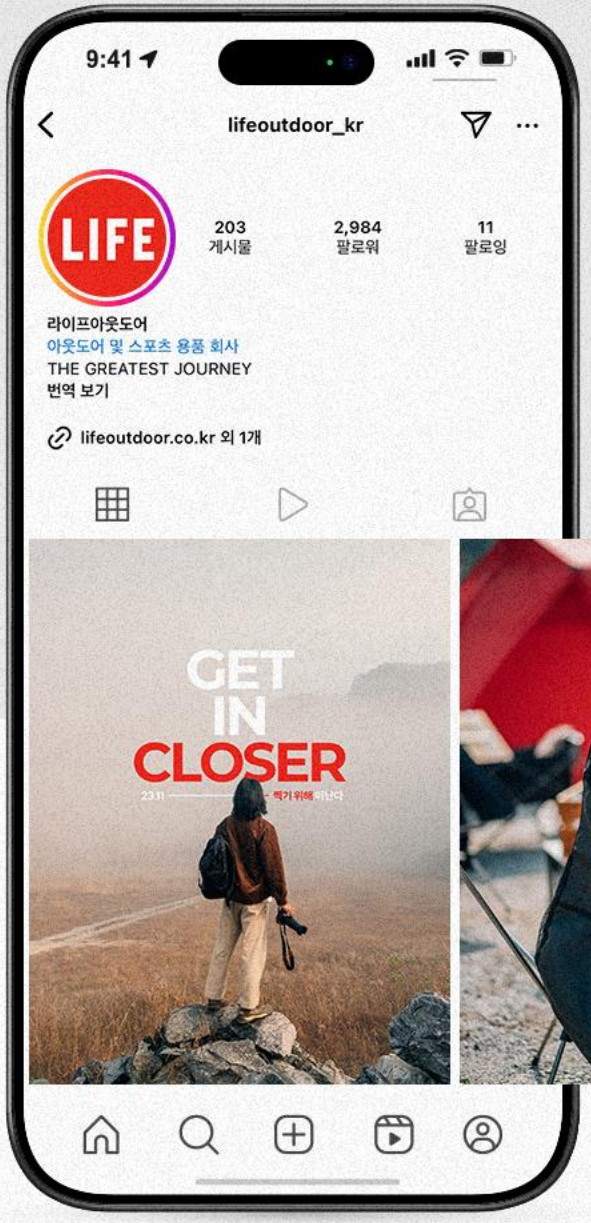






Brand Marketing.

- TVCF & Brand Film
- Youtube contents
- Online Event & promotion
- **채널운영 (SNS / Blog)**



라이프아웃도어

SNS I 2023.11 ~

전설적인 매거진, LIFE지의 헤리티지를 이어받아 23년 7월 탄생한 신생 아웃도어 브랜드'라이프아웃도어'의
초기 브랜드 이미지 구축과 아이덴티티 형성을 위한 SNS 채널을 운영했습니다.

이미 경쟁이 치열한 시장에서 차별화된 브랜드 포지셔닝을 위해 LIFE지의 헤리티지는 유지하되,
월별 테마를 대표하는 인물을 선정해 그의 감성과 개성에 초점을 맞추어 서사를 그렸습니다.
페르소나화 한 인물을 통해 아웃도어 여정에 대한 스토리라인을 콘텐츠화 하고
"나도 이렇게 되고싶다" 는 감상과 동시에 브랜드 철학과 가치를 느낄 수 있도록 경험요소를 설계했습니다.











주요 성과

채널 운영 첫달, 동기간 대비 콘텐츠 도달 수 415% 증가하였으며
팔로워, 댓글 등 채널 인터랙션 또한 지속적으로 증가하며 성공적으로 운영을 마쳤습니다.

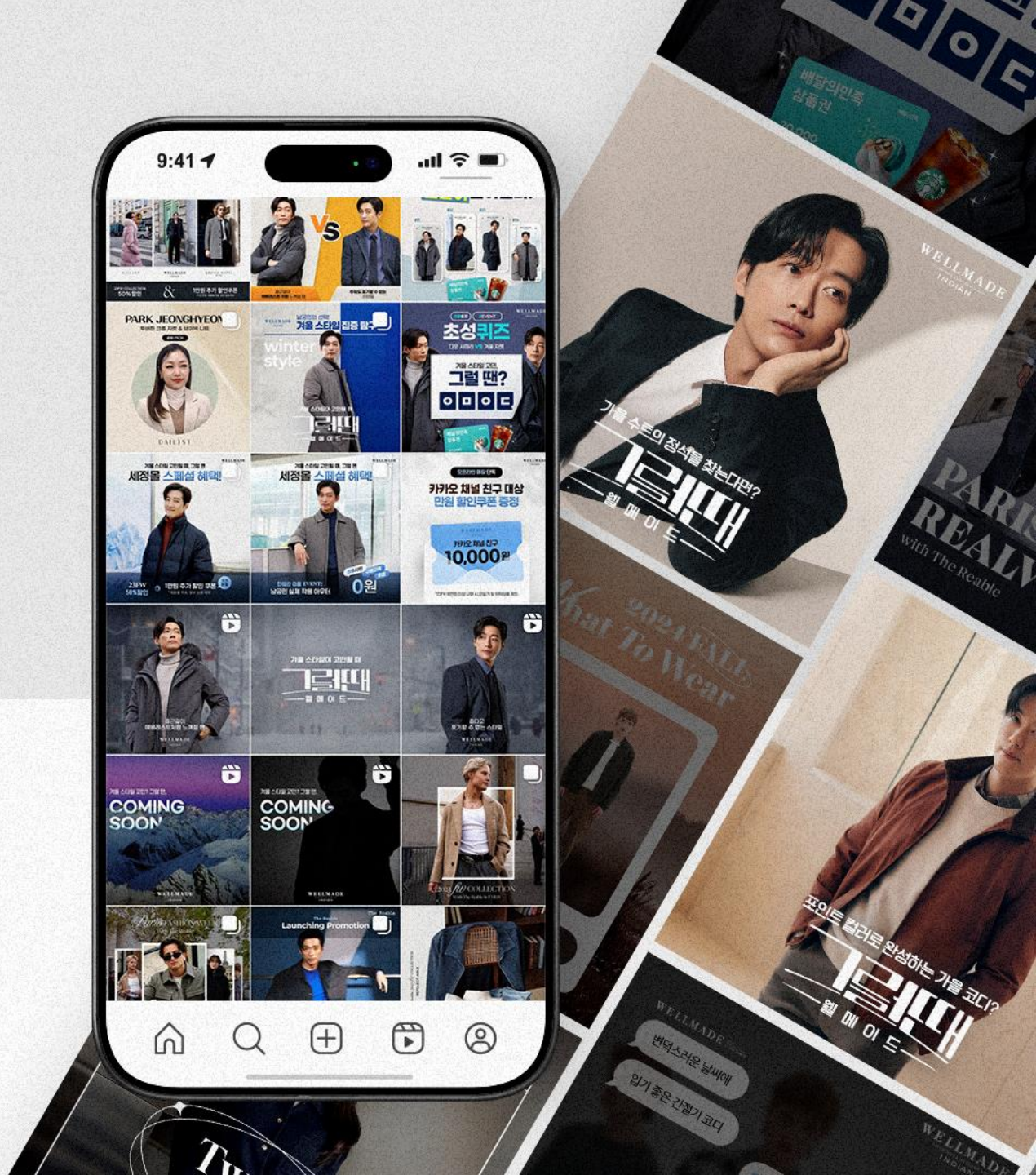
웰메이드

SNS I 2023.01 ~

내부에서 기획/제작/총괄한 브랜드 필름을 활용한 캠페인의 일환으로
브랜딩 메시지 전달 및 캠페인 이슈업을 위하여 SNS 채널을 운영했습니다.

브랜드 필름의 주요 메시지를 담은 브랜디드 콘텐츠를 개발하여 일관성 있게 캠페인을 이끌고
이를 연계한 채널 이벤트를 진행하여 캠페인 이해도와 참여도, 브랜드 접근성을 높였습니다.

매 시즌 새로 출시되는 컬렉션과 다양한 브랜드 이슈를 콘텐츠로 기획/발행하여
다양한 스타일을 선보이는 웰메이드의 브랜딩 강화 및 세일즈 보조에 기여하고 있습니다.



주요 성과

채널 운영 시작 전 월 대비 도달 수 220% 증가하며 인지도를 강화하고
SHOP 연계 운영을 통해 자사몰 유입과 세일즈를 보조에 기여했습니다.



페레로로쉐 KR

SNS I 2021.01 ~ 2022.08

"GOLDEN MOMENT"라는 브랜드 커뮤니케이션 전략 기반,
시즌에 초점을 맞춰 그 순간을 더욱 특별하게 완성시켜주는 '페레로로쉐'의 브랜드 아이덴티티 강화를 목표로 SNS를 운영했습니다.

시즌별 히어로 제품에 브랜드 키 컬러를 더해 "황금빛 선물" 메시지를 컨셉추얼한 이미지로 표현했고
발렌타인데이, 화이트데이, 크리스마스 등 글로벌한 시즌 이슈는 물론,
설, 추석, 수능 등 한국적인 포인트도 적극 활용하여 페레로로쉐 코리아 계정만의 특별함을 콘텐츠에 담아내고자 했습니다.











주요 성과

채널 운영 시작 전 월 대비 도달 수 220% 증가하며 인지도를 강화하고
SHOP 연계 운영을 통해 자사몰 유입과 세일즈를 보조에 기여했습니다.

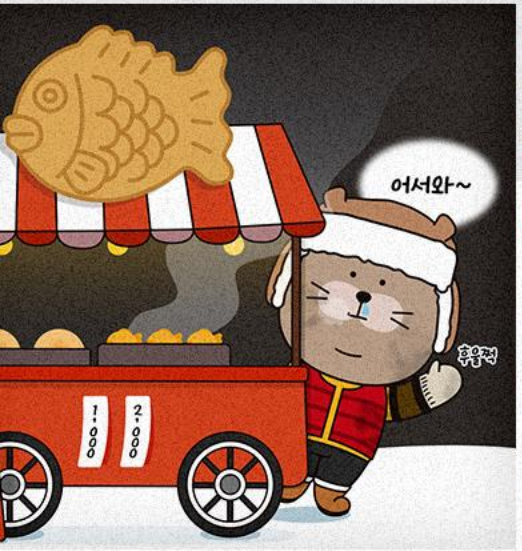
한샘 리하우스

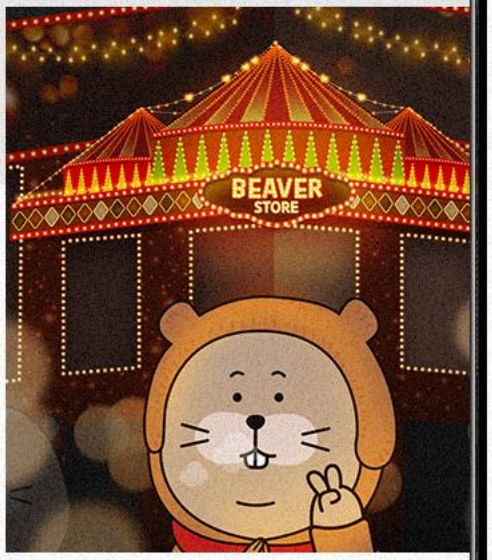
SNS I 2023.11 ~

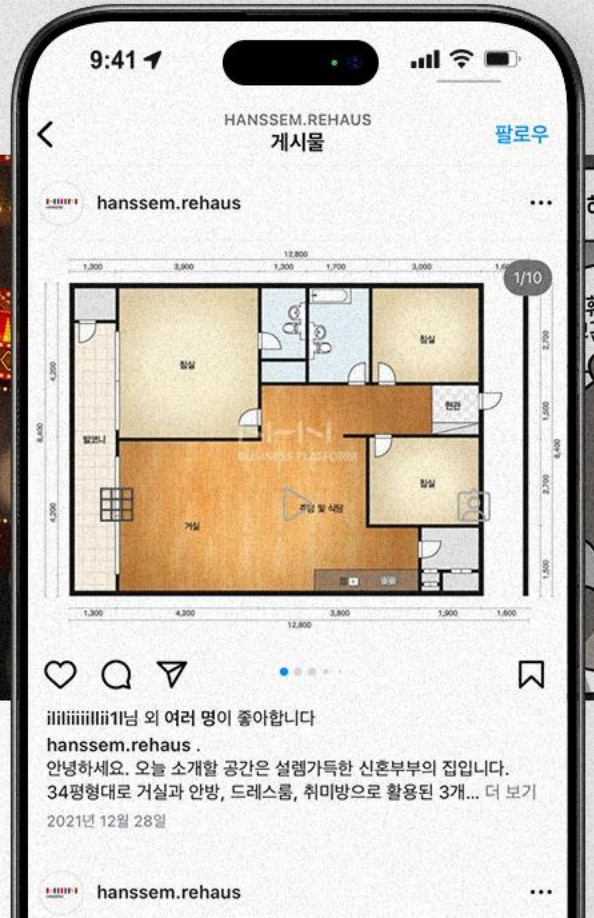
소비자에게 한샘의 브랜드 가치관을 보다 쉽고 직접적으로 전달하기 위해 가상의 캐릭터 세계관을 구축,
브랜드 메시지를 담아낸 캐릭터툰을 중심으로 SNS를 운영하였습니다.

한샘 리하우스의 정체성을 집을 짓는 동물에 빗대어 기획/개발/제작한 캐릭터 '저스틴'의
개성있고 귀여운 비주얼로 브랜드-소비자간 거리감을 좁히고
에피소드 형식의 콘텐츠 및 다양한 소셜 캠페인으로 활발히 소통하여 소비자와 우호적인 본딩 관계를 이끌어냈습니다.

주요 성과 채널 운영 이후 인스타그램 계정 팔로워는 161% 증가하였습니다.













한샘 키친앤바스

SNS I 2020.05 ~ 2020.07

정보전달의 일방향적이던 기존 채널 운영 기조에서 벗어나 채널 운영 컨셉을 확립하고
소비자 친화적인 메시지 라인을 통한 브랜딩 강화를 목표로 SNS를 운영하였습니다.

'사람과 어우러진 공간'을 주제로 촬영 기반 콘텐츠를 기획/제작하고
라이프스타일 컨셉의 이미지를 통해 소비자 공감을 유도하여
'한샘 키친앤바스'가 보다 일상적이고 친근한 브랜드로 자리매김 할 수 있도록 했습니다.











주요 성과 채널 운영 이후 인스타그램 계정 팔로워는 156% 증가하였습니다.

삼양사 서브큐

SNS I 2023.01 ~

B2B 중심 탄탄한 인지도의 식자재 유통 전문 브랜드 삼양사 서브큐를 B2C로 확장시키고자
일반 소비자 관점의 채널을 구축하여 계정을 활성화하고 더 나아가 자사몰 유입과 세일즈 연계를 목표로
SNS를 운영하고 있습니다.

브랜드의 전문성과 품질을 통해 누릴 수 있는 '본질적인 가치'에 커뮤니케이션 전략을 두고
삼양사 서브큐의 식재료를 사용한 레시피를 재료-요리-식사까지 시간의 흐름을 반영하여 콘텐츠에 담았습니다.
촬영 이미지와 릴스 영상을 통해 브랜드 스토리와 레시피를 보다 생생하게 전달하고
정기적인 참여형 이벤트로 채널 규모와 인터랙션도 꾸준히 성장해 나가고 있습니다.









주요 성과

채널 운영 이후 공식 인스타그램 계정 팔로워는 63.9%증가하였으며, 월 평균 약 2.5만건의
계정에 도달하여 브랜드 인지도 향상에 크게 기여하였습니다. 인스타그램 릴스 영상의 풀버전이
업로드 되는 유튜브 채널의 누적 조회수도 약 150.8만건 이상 기록 중에 있습니다.

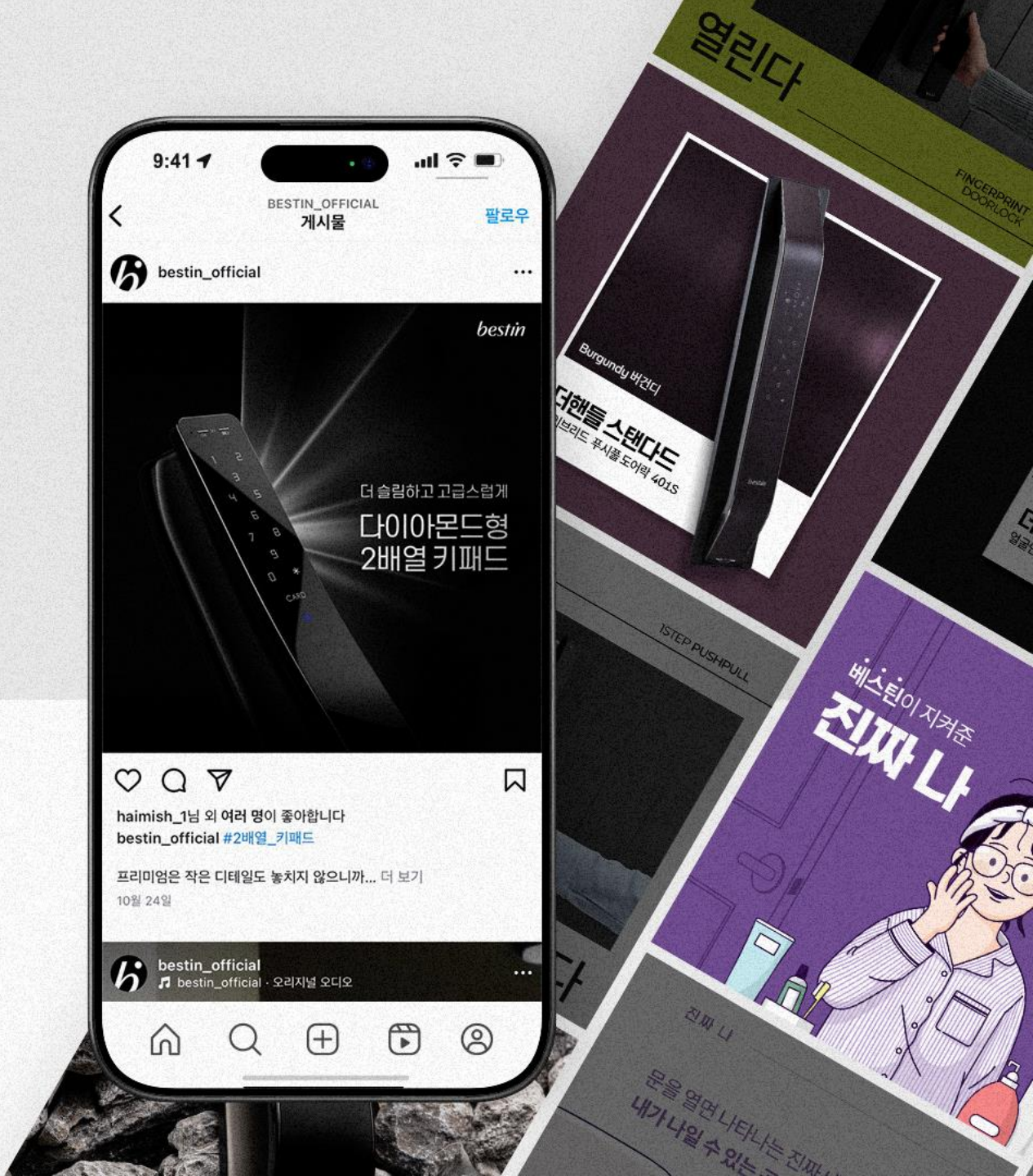
HDC랩스 베스틴

SNS I 2023.03 ~

타사와 차별화된 브랜드 아이덴티티 구축 및 프리미엄 도어락 브랜드로서 포지셔닝 강화를 위해
소비자 중심의 커뮤니케이션 전략을 수립하고 콘텐츠 운영 가이드라인을 정립했습니다.

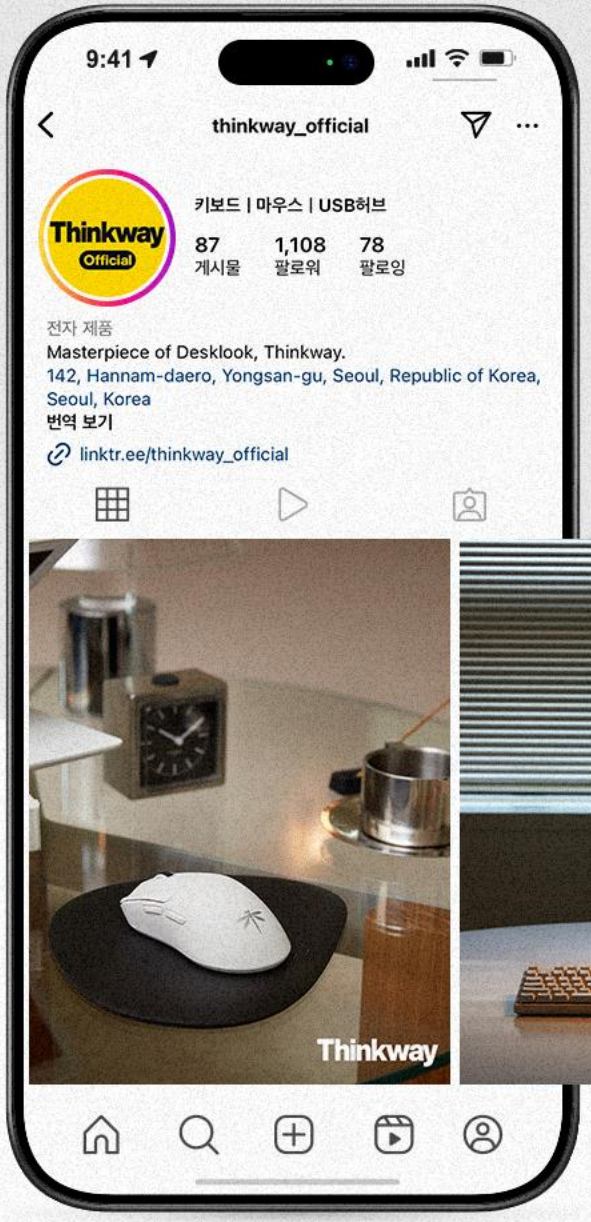
단순 브랜드 보이스의 제품 중심 콘텐츠에서 더 나아가 브랜디드 콘텐츠를 통해
소비자가 느낄 수 있는 브랜드의 경험적 가치를 강조했습니다.

동시에 전략 제품의 USP를 시각적으로 표현한 실사 촬영 콘텐츠로 기능적 가치를 전달하고
브랜드 이슈, 시즌 이슈 등에 따른 채널 이벤트 운영으로 소비자가 적극적으로 참여할 수 있도록 유도했습니다.



주요 성과

채널 운영 이후 공식 인스타그램 계정 팔로워는 40% 이상 증가하였으며,
통일감 있는 콘텐츠 전략으로 브랜드 아이덴티티 강화에 기여하였습니다.



웨이코스

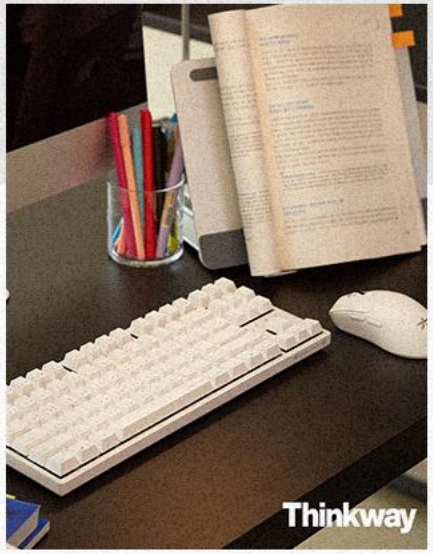
SNS I 2023.05 ~ 2023.10

브랜드 포지셔닝을 명확히하고 브랜딩을 강화하기 위해
“어떤 삶의 모습에도 조화를 이루는 웨이코스”를 커뮤니케이션 전략으로 삼아 SNS를 운영했습니다.

키보드부터 제습기, 로봇청소기까지 일상에서 흔히 사용하는 가전제품을 다루는 만큼 다양한 개성과 취향이 고스란히 묻어나는 라이프스타일 이미지를 주요 콘텐츠로 기획하였으며, 특히 조화로운 디자인이 강점인 씽크웨이 키보드는 브랜드 포지셔닝 전략을 컨셉화 한 용어 [데스크 룩]을 고안하여 비주얼라이징 했습니다.

실사 촬영 이미지와 릴스 영상으로 다양한 삶과 조화를 이루는 제품의 모습을 노출하고
인스타그램 Shop 연동 및 트래픽 광고를 통해 자사몰 유입 및 세일즈 보조 역할을 수행했습니다.











주요 성과

채널 운영 이후 3개월간 약 1,400명의 신규 팔로워 확보 및 월 평균 약 85만건의 계정에 도달하였으며,
자사몰 유입수 또한 월 평균 1천건 이상 확보하여 브랜드 인지도 확대와 세일즈 보조에 기여하였습니다.

윤선생

SNS I 2021.09 ~ 2024.08

최초 브랜드 상기도와 선호도 간의 격차를 줄이는 것을 목표로
SNS 채널(인스타그램, 블로그, 매거진) 운영 전략을 리뉴얼 하였습니다.

타겟의 흥미를 끄는 이슈 중심의 채널 전략에서 탐색과 비교를 통해 육아/교육 정보를 얻는 타겟 특성을 활용하여
학부모 공감 포인트에 브랜드 USP(정보)를 결합한 전략을 내세워 채널 및 콘텐츠 리뉴얼을 진행했습니다.

단순 후킹과 정보 전달만이 아닌 공식 홈페이지로의 랜딩하여 세일즈 상담까지 이어질 수 있는 구조로 개편했고
유튜브 채널과 연계하여 선생님 Vlog, 브랜드 필름 기획/제작하며 다방면의 콘텐츠를 기획/제작 하였습니다.









주요 성과

채널 운영 이후 누적 팔로워 약 115% 이상 증가하였으며,
월 평균 약 30만건 이상의 계정에 도달하여 브랜드 인지도 향상에 크게 기여하였습니다.

윤선생

BLOG I 2021.09 ~ 2024.08

인스타그램과 동일하게 블로그 운영 전략도 리뉴얼 하였습니다.

전문성 있는 정보를 제공하는 콘텐츠로 브랜드 신뢰도를 향상시킴과 동시에
월별 브랜드 이슈를 시즌 및 코어 타겟 관심사 기반하여 유입을 확대했습니다.

전략적인 키워드 사용으로 노출 지면을 확대했고
신규 유입된 소비자는 정기적인 이벤트 진행으로 이탈을 방지했습니다.
각 콘텐츠별 적합한 메시지로 푸터배너 내 CTA 버튼을 통해 공식 홈페이지 방문을 유도했습니다.

주요 성과

전문적이고 신뢰성 있는 콘텐츠 기획으로 상위 노출되어 검색 지면을 점유하였고,
운영기간 내 1,254,165건의 누적 방문자를 확보하며 인지도 강화에 기여했습니다.



한샘 리하우스

BLOG I 2023.03 ~ 2023.12

지역 대리점의 모객 유도 및 공식 블로그 정체성 확립을 목표로 네이버 블로그를 운영했습니다.

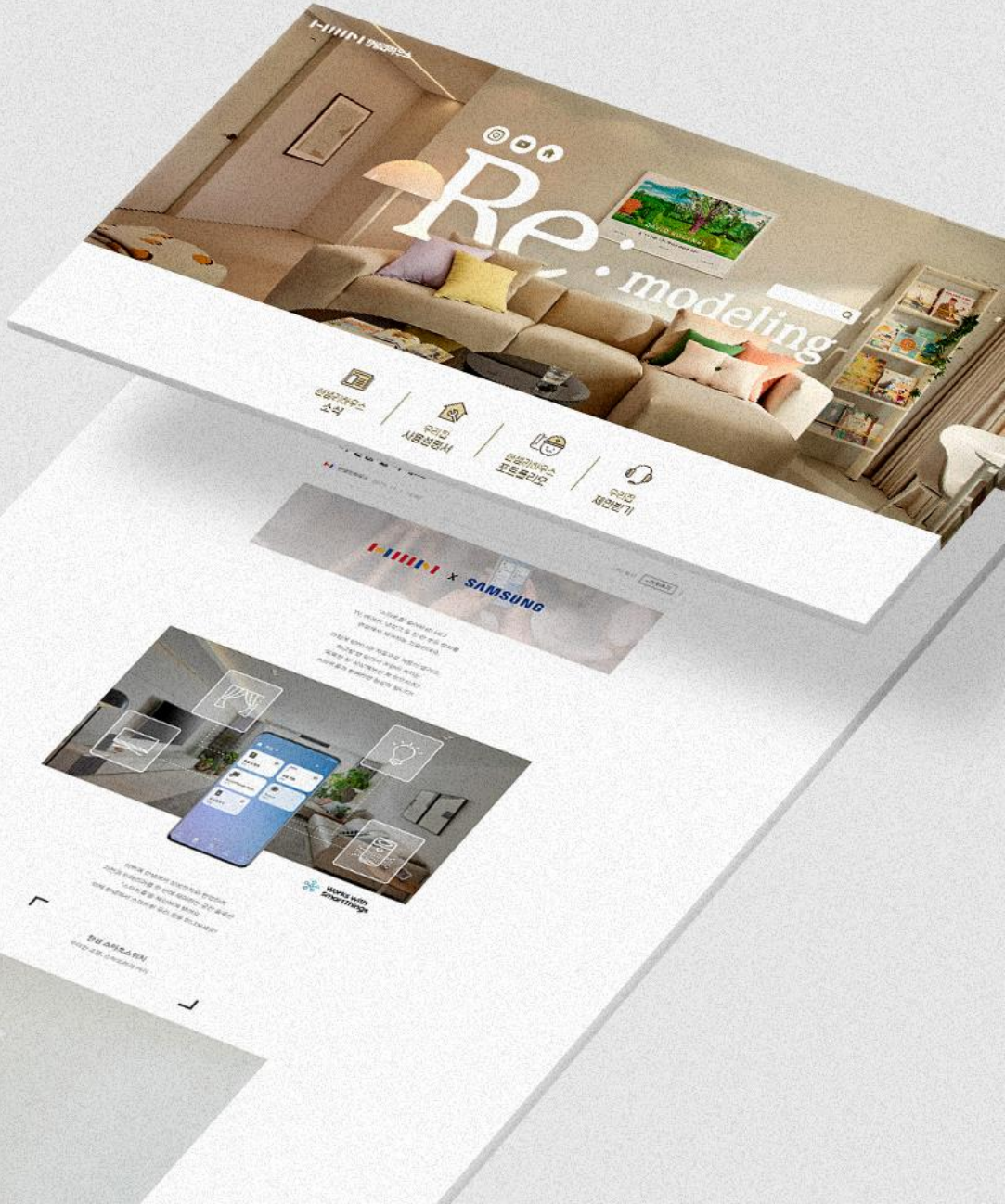
브랜드 USP 강화를 위한 정보성 콘텐츠를 제작하되 타사와의 차별성을 강조하기 위해 시즌이슈 및 검색 트렌드를 반영하여 유입을 유도했고 참여형 이벤트 정기 진행하여 채널 활성화와 신규 방문자 이탈을 방지하고자 했습니다.

또한, 콘텐츠 가이드라인을 확립하고 지역별 대리점이 참고할 수 있도록 해 모객 확대에 기여했습니다.

주요 성과

채널 운영 이후 블로그 이웃 수 약 1,989% 증가하였습니다.





Performance Marketing.

- SEO
- Media Operation
- Data Analysis

Performance Marketing

와이어트 - 닥터포헤어



Overview

매체별 최적화 프로세스 구축과 소재 및 타겟 메시지 반복 검증을 통해
신규고객 및 매출을 획득할 수 있는 성공사례

매체별 최적화 프로세스 구축

지속적인 타겟 발굴 작업으로 장기적인 마케팅 효율 도모,
랜딩페이지 개선부터 캠페인 목적별 소재 차별화 제안으로 신규 타겟에게 유의미한 성과 도출

























Performance Marketing

와이어트 - 어노브



Overview

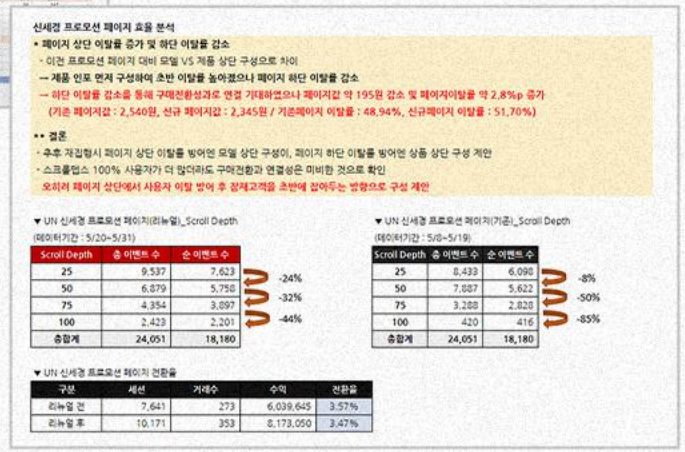
고효율 소재 발굴을 위한 광고 소재 발굴과
전략적인 매체 운영 수립으로 세일즈 퍼포먼스 향상

소재 및 타겟팅 반복
검증을 통한 신규 회원 확대

신세경 모델 발탁 후, 모델을 활용한 이미지 및 동영상 소재로 브랜드 인지도 확산에 주력
소재 반복 검증함으로써 고효율 소재 발굴과 세일즈 캠페인 전략으로
평균 ROAS 293%에서 2396%로 퍼포먼스 향상



프로모션 페이지 효율 분석과 매체별 소재 효율 체크 등
퍼포먼스 효율 극대화를 위한 상시 운영 제안



신세경 프로모션 페이지 효율 분석

▪ 페이지 상단 이탈율 증가 및 하단 이탈율 감소
- 이전 프로모션 페이지 대비 모델 VS 제품 상단 구성으로 차이
– 제품 인포 면적 구성하여 초반 이탈율 높아졌으나 페이지 하단 이탈율 감소
– 하단 이탈율 감소를 통해 구매전환성과로 연결 기대하였으나 페이지값 약 195원 감소 및 페이저이탈율 약 2.8%p 증가
(기존 페이지값 : 2,540원, 신규 페이지값 : 2,345원 / 기존페이지 이탈율 : 48.94%, 신규페이지 이탈율 : 51.70%)

▪▪ 결론
- 추후 재집행시 페이지 상단 이탈을 방어한 모델 상단 구성이, 페이지 하단 이탈을 방어한 상품 상단 구성 제안
- 스크롤랩스 100% 사용자가 더 많다라도 구매전환과 연결성은 미비한 것으로 확인
오히려 페이지 상단에서 사용자 이탈 방어 후 장제고객을 초반에 잡아두는 방향으로 구성 제안

▼ UN 신세경 프로모션 페이지(리뉴얼)_Scroll Depth
(데이터기간 : 5/20~5/31)

Scroll Depth	총 이벤트 수	순 이벤트 수	
25	9,537	7,623	-24%
50	6,879	5,758	-32%
75	4,354	3,897	-44%
100	2,423	2,201	
총합계	24,051	18,180	

▼ UN 신세경 프로모션 페이지(기존)_Scroll Depth
(데이터기간 : 5/8~5/19)

Scroll Depth	총 이벤트 수	순 이벤트 수	
25	8,433	6,098	-8%
50	7,887	5,622	-50%
75	3,288	2,828	-85%
100	420	416	
총합계	24,051	18,180	

▼ UN 신세경 프로모션 페이지 전환율

구분	세션	거래수	수익	전환율
리뉴얼 전	7,641	273	6,039,645	3.57%
리뉴얼 후	10,171	353	8,173,050	3.47%



Performance Marketing

광동제약 비타500 데일리스틱



Overview

연예인 모델을 활용한 굿즈 프로모션 캠페인과
퍼널 단계별 creative를 차별화시켜 효과적인 세일즈로 연계

매출 확대를 위한
마케팅 액션 지속 개발

연예인 모델을 활용한 굿즈 프로모션 캠페인으로 단기간 집중적인 매출 푸쉬,
퍼널 단계별 크리에이티브로 프로모션 직후 ROAS 200% 개선

프로모션 인지유도 (모델활용) → **프로모션 페이지 방문유저 리마케팅** (할인 메세지)



모델을 활용한 배너 크레이이티브로
트래픽 확보 및 타겟 확장



세일즈 메시지 (할인율 및 혜택)로
방문 유저 대상 효율적인 리타겟팅





Performance Marketing

제스파 안마의자



Overview

안마의자 제품 인지도 강화 및 쿠팡 매출확대를 목표로 프로모션 기획 운영,
2545남녀 타겟을 목표로 타겟MEDIA를 전략적으로 선정하여,
프로모션 기간 몰 매출을 94% 확대 견인하였으며, 직전 평균 매출의 X6배 달성

안마의자 시장 후발 주자의
성공적인 시장 진입

브랜드 인지도 강화 및 매출확대를 위한 디지털 통합마케팅 강화
2545 남녀 타겟을 목표로 타겟 MEDIA를 전략적으로 선정하여 프로모션 집행 전 대비
안마의자 kw 쿼리수 증가 및 쿠팡 월간 판매량 1,000대 KPI 달성 (2021.5)



< 초기인지 DA >



< 캠페인 스킴 >

1. 쿠팡에서 안마의자 검색!
2. 1위 안마의자 확인
3. 정답란 제품명 입력
4. 성함/연락처 입력 후 응모

< 캠페인 스킴 >



< 방문자 대상 리타겟팅 DA >

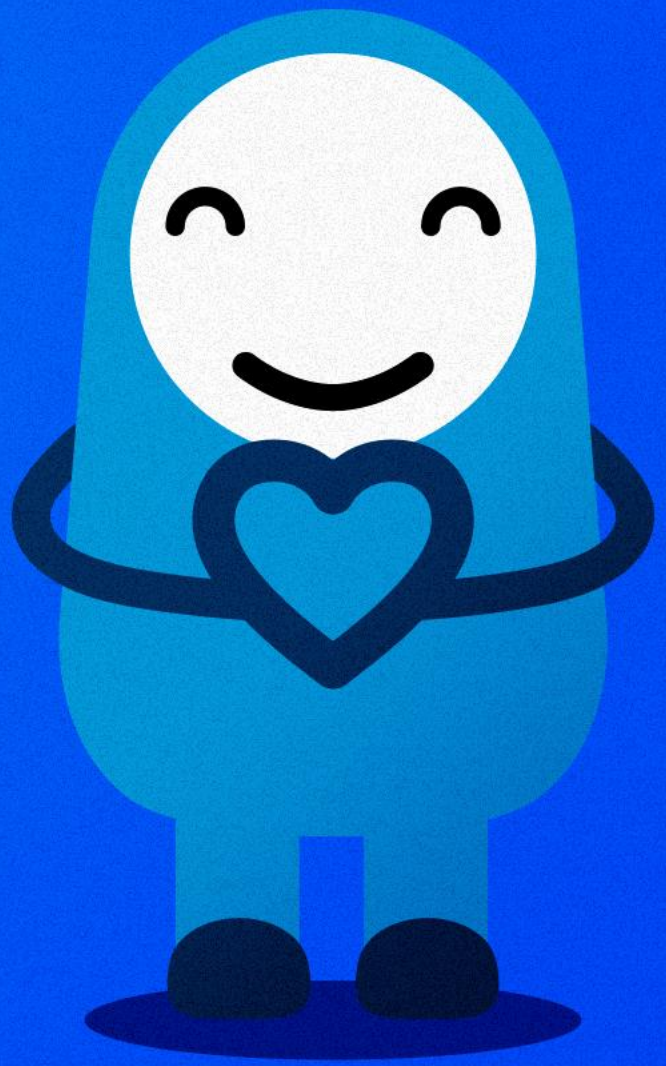


< 방문자 대상 리타겟팅 DA >



Performance Marketing

MG 손해보험



Overview

퀄리티 있는 DB 확보를 위해 고객의 유입 미디어 퍼널을 고려하여
SA(Search Advertising)와 DA(Digital Advertising)을 병행하여 캠페인 전략 수립 및 운영

퀄리티 있는 DB 확보를 위한
고객 유입 전략 수립

시즌 이슈를 활용하여 효과적인DB를 확보할 수 있는 캠페인 기획
신규 고객 모집을 위한 키워드 타겟팅 등 고효율 타겟팅이 가능한 매체 중심으로 DA 광고 운영, SA는 실시간 키워드 입찰 관리를 통한 병행 진행
이전 6개월 대비 월 평균 DB 확보 수량이 57% 향상하였으며 DB 확보당 단가 역시 효율 개선시키는 성과 달성



Performance Marketing

프레시지 허닭



Overview

허닭 신규 가입자 확대 및 기존 고객 유지 전략을 통한 세일즈 캠페인 진행

고객 행동 프로세스를 고려한
세일즈 캠페인 전략 수립

하계 시즌(6~8월) 동종 업계 간 경쟁 심화 시기, 신규 고객 유입과 기존 고객 유지를 목표로 캠페인 운영, 신규 매체 확대 운영과
소재 효율 테스트를 통한 고효율 소재로 신규 고객 유입 기여와 함께 리타겟팅 기반 세일즈 캠페인과 효율 개선을 위한 지속적인 타겟 업데이트 발굴 진행
리타겟팅에 특화된 신규 매체 발굴로 ROAS 1200% 이상 증대로 고객 유입과 매출 효과적으로 증대시키는 데 성공



Performance Marketing

롯데 칠성사이다



Overview

네이버 브랜드 스토어 세일즈 증대를 위한
매체 최적화로 완판 달성과 ROAS 극대화 기여

네이버 브랜드 스토어
리뉴얼을 통한 ROAS 극대화

롯데칠성음료 직영 샵으로서 아이덴티티 유지와 자생력 확보를 위한 스토어 리뉴얼
월 정기적인 프로모션 기획 운영하며 매체 최적화 작업과 핸들링 수행으로 한정수량 4시간 완판되어 ROAS 595% 달성
또한, 리뉴얼 이전 대비 스토어 페이지 뷰 수 4배, 매출 2배, 구매 전환율 3배 상승 성과 달성





















Performance Marketing

자올 탈모샴푸



Overview

타겟층의 주요 관심사와 행동 패턴 분석으로 신규 고객 확보를 위한 유입과
충성 고객 확보를 위한 리타겟팅 캠페인으로 매출 볼륙 확대

커뮤니케이션 방향성 정립 및
세일즈 퍼널 구축으로 세일즈 견인 유도

경쟁 강도가 높은 탈모샴푸에서 탈모영양제로 커뮤니케이션 변경 제안
전략 키워드 테스트를 통한 세일즈 캠페인 운영과 검증된 미디어 중심으로 단계별 세일즈 퍼널 구축하여
매출 볼륨 확대 및 효율 개선으로 이관 전 ROAS 100% 이하 → 이관 후 ROAS 400% 이상 도달

Branding

단순 흥미에서 구매 고려군에 편입되기까지 1년의 과정을 거쳐야 한다!

Sales

구매는 빠르게 일어난다!

Step 01 Attention 주목/관심	Step 02 Interest 흥미	Step 03 Search 검색	Step 04 Action 구매	Step 05 Share 공유
“탈모영양제 자올?”	“100% 환불에 200인 검증단까지 – 믿을 만 하다”	“고민했는데 사야겠다”		“써보니까 좋더라”











*캐시워크 → ← *NAVER GFA *SNS(F/B, I/G) *데이블 → ← *SNS(F/B, I/G) *크리테오 *모비온 *쇼핑검색광고 →

Performance Marketing

배달의 민족



Overview

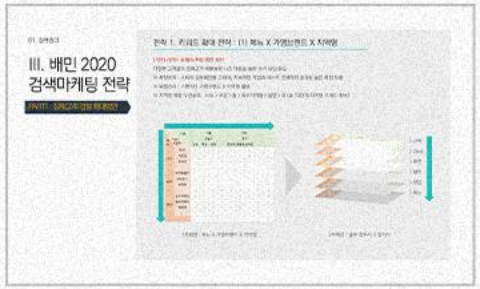
ROAS가 우수한 네이버/구글 SA 매체 중심의
키워드 포트폴리오 정립 및 확장하여 파트타임 라이더 신규 확보

키워드 유형의 확장 전략으로
잠재고객 접점까지 확대

다양한 고객들의 세분화된 니즈 대응을 위해 소비자 검색 패턴을 고려해 효과성 높은 패턴을 지속해서 도출하였고
교차 추출 로직을 활용해 소비자 니즈 반영한 키워드의 대폭 확장 전략으로 운영 대응한 결과,
이관 전 광고비 2배 증가 대비 유입(버튼클릭)은 5배까지 확대 달성







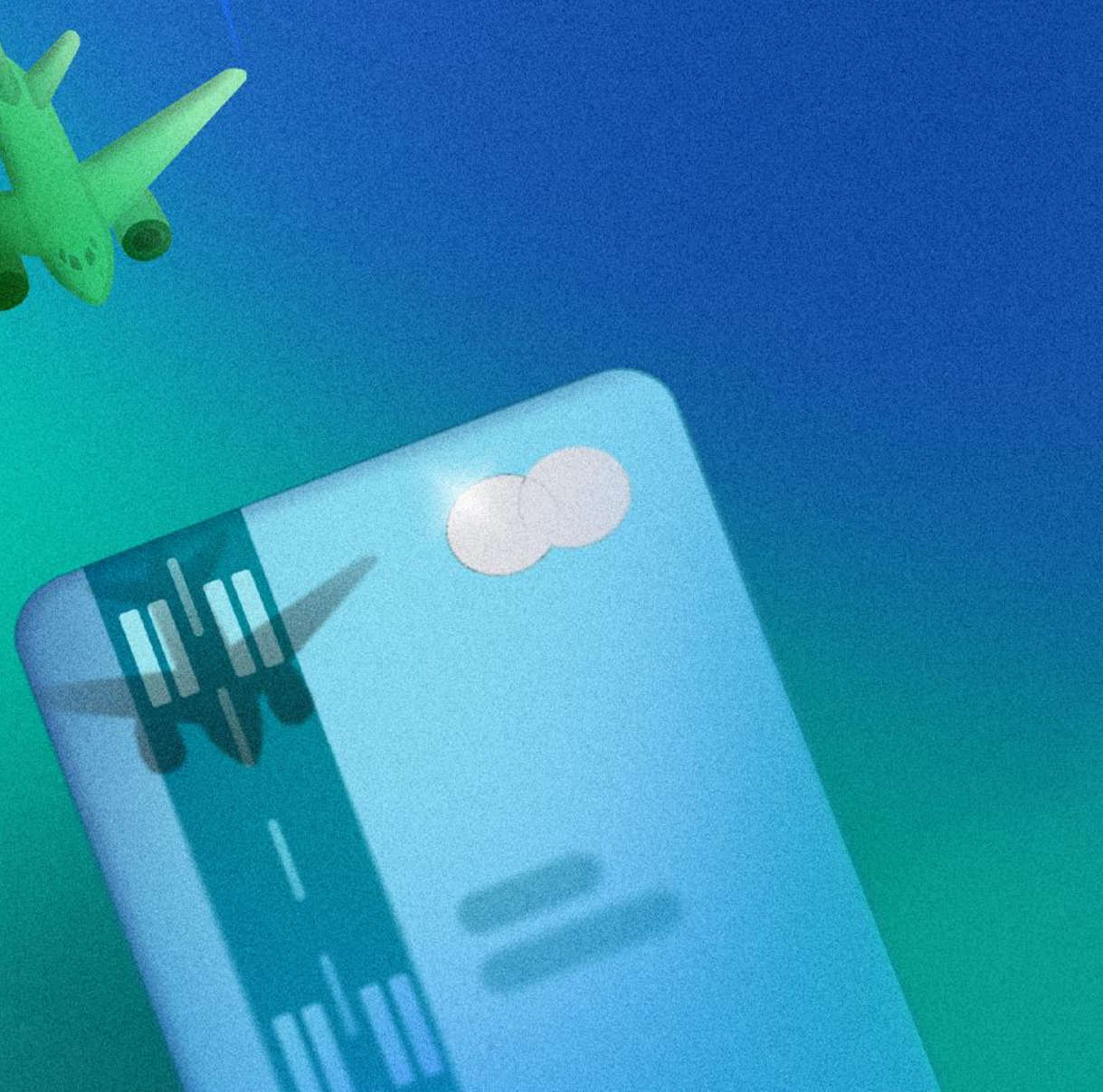






Performance Marketing

트레블월렛

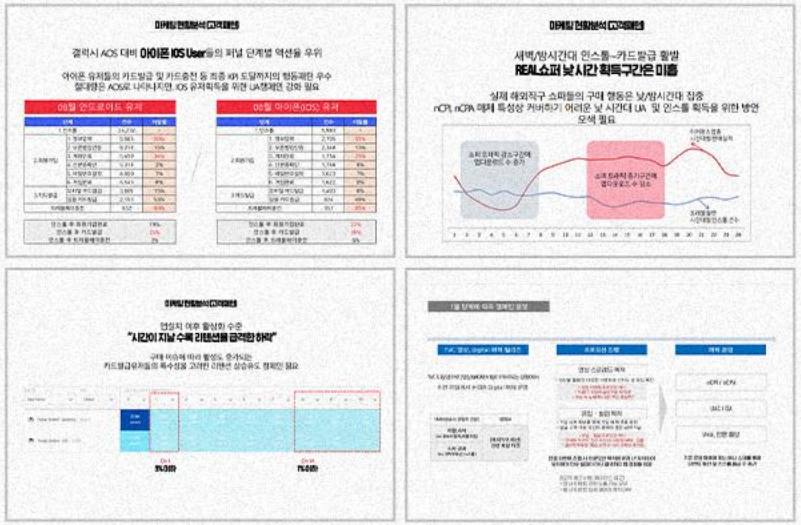


Overview

시즌에 맞춘 광고 메시지와 네트워크 지면 활용한 앱 활성화 운영의
전략적인 퍼포먼스 캠페인 운영으로 카드 발급 및 설치수 증대 기여

코로나19 이슈에도
카드 발급 전환율 약 25% 증대

코로나19로 해외여행이 어려웠을 시기에는 '해외 직구' 중심,
이후 해외여행이 가능한 시점부터는 해외여행 관심사 타겟 기반 소재 기획 및 광고 운영
시즌에 맞춘 광고 운영함으로써 고객 유입 및 카드 발급 증대에 기여



업계 분석과 마케팅 현황 (미디어 / 고객 패턴) 분석을 통한
브랜딩 강화 및 퍼포먼스 개선 제안



오름IMC는 언제나 클라이언트의 성장과 함께합니다.

ADDRESS 서울시 서초구 사임당로 32, 재우빌딩 10층

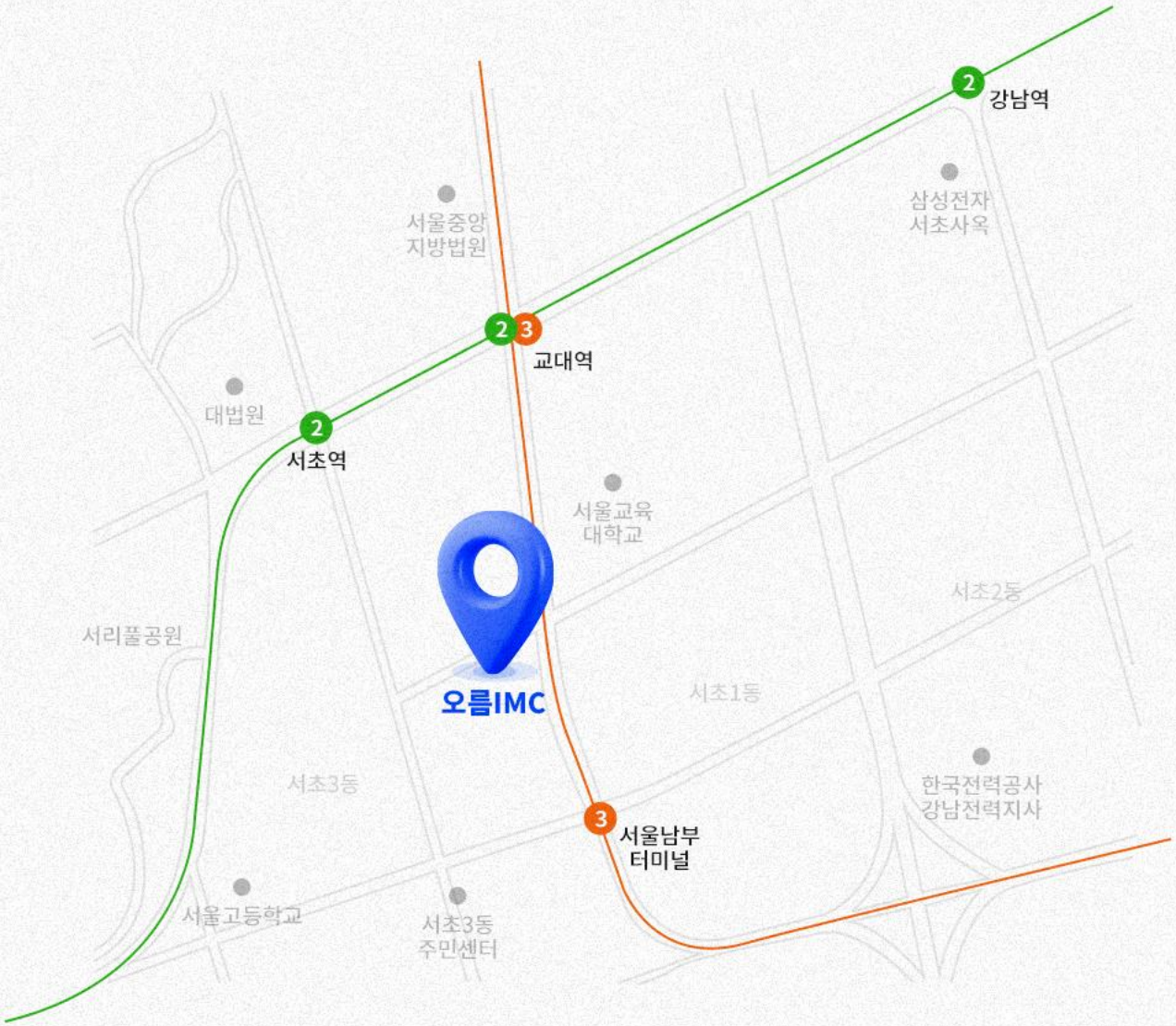
TEL 070-4335-2373 (Fax. 070-8228-6559)

E - MAL admin@orm-imc.co.kr

HOMEPAGE http://orm-imc.co.kr/

프로젝트 문의

홈페이지 바로가기



E.O.D

오름IMC
MARKETING COMPANY

E - mail admin@orm-imc.co.kr

Mobile 070 - 4335 - 2373