

김초영

Product Designer

youngstudio23@gmail.com

choyoungkim.github.io

Experience

111퍼센트

마케팅 콘텐츠 디자이너

2021.03 - 2023.06

[마케팅용 영상 광고 제작] 대표작인 '랜덤다이스: 디펜스'를 포함해, 자사 게임의 UA(User Acquisition) 마케팅용 영상 광고를 기획하고 제작했습니다. (2021.03 - 2023.06)

[미국 시장 타겟 광고 기획] '랜덤다이스: 디펜스'의 미국 시장 확장을 위해 국가별 광고 소구 메시지를 실험했습니다. 미국에는 '단순하고 쉬운 플레이', 한국에는 '쉽고 빠른 성장'이라는 메시지를 적용한 결과, 한국은 신규 유입 1.5배, 미국은 2배 증가하는 성과를 기록했습니다. (2022.09 - 2023.06)

[지면에 최적화된 광고 디자인] 광고의 설치율을 높이기 위해, 매체별 특성을 반영한 지면 최적화 전략을 실험했습니다. 유튜브에서는 더빙 음성과 자막을 활용한 콘텐츠형 광고를 제작했고, 그 결과 IPM은 1.7배 상승, CPI(설치당 비용)는 40% 절감되었습니다. (2022.04 - 2022.08)

[데이터 시각화 플랫폼 제작] 설치율이 높은 광고 유형을 찾기 위해 더 많은 광고를 제작하는 것이 팀의 전략이었지만, 인원 총원이 불가능한 상황이었습니다. 제작량을 늘리기 위해 업무 효율성을 높이는 통합 데이터 플랫폼을 설계했습니다. 팀의 주요 KPI에 따라 광고 성과를 시각화하여 쉽게 분석할 수 있도록 구현했으며, 도입 이후 분석 시간이 단축되고 효율이 향상되었다는 팀원들의 평가를 받았습니다. 광고의 평균 설치율 또한 상승했습니다. (2021.06 - 2021.07)

[광고 디자인 테스트] 입사 초기, 자사 광고의 설치율이 경쟁사 평균보다 낮았습니다. 신규 유저 유입을 위해 '게임의 핵심 요소만 남기고 UI와 이펙트를 최소화하면 집중도가 높아져 설치율이 오를 것'이라는 가설을 세우고 실험을 진행했습니다. 그 결과, IPM(1,000회 노출당 설치율)이 2배 상승했습니다. (2021.03 - 2022.03)

비트망고

크리에이티브 디자이너

2019.07 - 2021.02

[마케팅용 영상 광고 제작] 캐주얼 퍼즐 게임에 주력하는 비트망고에서 자사 게임의 UA 영상 광고 기획 및 제작을 담당했습니다. SNS 콘텐츠 제작과 앱스토어 최적화 업무도 병행했습니다. (2019.07 - 2021.02)

[앱스토어 최적화 관리] 각 게임별 광고에서 효과적인 메시지와 연출을 도출하고, 이를 앱스토어 페이지에 일관되게 반영하는 작업을 진행했습니다. '광고와 랜딩 경험을 일치시키면 설치율이 높아질 것이다'라는 가설을 바탕으로, 광고와 유사한 이미지와 설명 문구를 활용한 결과 클릭률 대비 설치율이 최대 30% 향상되었습니다. (2020.03 - 2020.07)

[SNS 채널 운영 및 브랜딩 콘텐츠 제작] 단기 성과 중심의 UA 마케팅에서 벗어나 브랜드 인게이지먼트를 강화하기 위해, 북미에서 인기를 끌었던 '워드쿠키즈(Word Cookies)'의 인스타그램 채널을 개설하고 캐릭터 기반 콘텐츠를 운영했습니다. 팔로우와 좋아요 수는 꾸준히 증가했지만, 핵심 타겟이 40-60대 여성인 점을 고려하지 못한 채 20-30대 중심의 SNS 채널을 선택해 목표 지표를 달성하지 못했습니다. 채널 전략 수립 시 사용자 분석이 얼마나 중요한지 체감한 프로젝트였습니다. (2019.12 - 2020.02)

Education

홍익대학교

2013.03 - 2018.08

미술대학 회화과

Language

영어(OPIc)

2024.07

IH (Intermediate High)

Skills

