

**인플루언서 영상 광고 오디션 플랫폼**

**커넥트** 

**“광고주에게는 고품광고를 인플루언서에게는 새로운 수입을”**

문수정  
신명욱  
이창균  
최민형  
최용혁

# 팀소개

## □ 팀명

인플루엔자

## □ 슬로건

모든 것이 갖춰져 있는 상황은  
불가능하다. 일단 해봐야 된다.

## □ 팀구성



구분	이름	직위	공통역할	상세역할
팀원	문수정	CMO(최고 마케팅 담당자)	시장조사&인터뷰 인플루언서 섭외 BM 수립	홍보/마케팅 방안 수립
	신명옥	COO(최고 운영 담당자)		고객 커뮤니케이션, 규정수립
	이창균	CTO(최고 기술 담당자)		플랫폼 모델 구상, 베타테스트
	최용혁	CFO(최고 재무 담당자)		예산비용 및 매출 수립
팀장	최민형	CEO(최고 경영자)		사업계획 수립, 제휴/협약

# 목차

## 개요

### 배경 및 분석

- 선정 배경 및 목적
- 시장환경 분석

### 아이템 소개

- 아이템 소개 및 구조
- 차별화 포인트
- 마케팅 전략

### 사업운영계획

- 단계별 추진계획
- (예상)비용 및 수익

별첨 : 현 진행 현황

인사이트

**무언가를 사고 싶을 때  
가장 큰 영향을 미치는 것은 무엇입니까?**

리뷰      검색      가족      친구      가족      홈페이지  
리뷰

# 소비자 구매 여정에 [ ]가 미치는 영향



인지



정보 탐색



구매

합샤우트 콘텐츠 매터스 2018 전국 20~50대 남녀 1천명 대상

**바로 소비자 10명 중 8명이 선호하는**

**인플루언서**입니다!

# 개요 | 인플루언서란(Influence+er)?

## 정의

소셜미디어에서 많은 “영향력”을 지닌 사람

## 활동

인스타그램, 유튜브 페이스북 등 소셜 네트워크 플랫폼을 사용하여  
일상 속에서의 경험을 공유 및 소통

## 특징

공통된 주제를 통해 형성된 친밀감을 토대로  
지인, 가족보다 더 효과적으로 제품/서비스를 홍보

→ 자신만의 커뮤니티를 형성한 개별 브랜드로 성장

체험 후기/평가와 직접 모델화를 통해 솔직 담백한  
멘트와 위트를 포함 메시지 전달

→ 지루한 일방적 광고에 지쳐있는 고객에게 친밀감과 신뢰감 형성

# 개요 | 인플루언서 마케팅

## 인플루언서 유형

- ✓ 팔로워 규모에 따라 메가, 매크로, 마이크로, 나노로 구분
- ✓ 100만명 이상에게 영향을 미칠 수 있는 메가 인플루언서는 약 5천명 추정이며 수익은 수십억원대

영향력으로 구분한 인플루언서 유형



\*자료: 소셜인플루언서를 활용한 미국 시장 진출 전략(KOTRA, 2017.9)

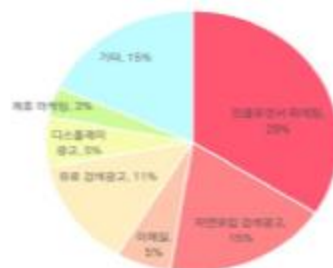
## 요즘 대세 인플루언서 마케팅

- ✓ 마케터의 57% : 콘텐츠 마케팅을 위한 독립적인 예산 확보
- ✓ 마케터의 37% : 인플루언서 광고에 쓸 수 있는 예산 편성

✓ 전통적 마케팅 보다 ROI 11배 높음

✓ 1달러 투입 시 7.65달러 이익 발생

(투자 금액 比 7배 이상 창출효과)



\*출처: Visual Capitalist (2017.6.29)

온라인 고객 확보 방법



\*출처: Influencer Marketing Hub [4]

인플루언서 마케팅 예산 계획



# 배경 및 분석

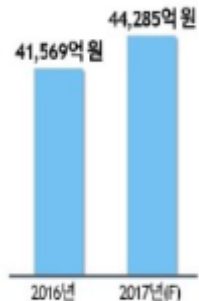


# 배경 및 분석 | 시장&니즈

## 시장환경

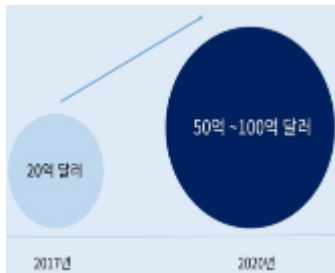
### 국내 온라인광고시장

17년 약 4조원 시장 추정



### 글로벌 인플루시장

향후 3년간 3배이상 성장



- 한국인터넷진흥원(KISA) 2017 온라인광고 산업동향 조사
- 코트라 '소셜인플루언서를 활용한 미국시장 진출전략'

온라인광고시장  
급성장

인플루언서시장  
기하급수적 성장

## 인플루언서와 광고 시장환경 속 니즈포착! 광고주의 욕구

전통적인 매체(TV, 라디오) 영향력 감소



자연스럽고 효과적인 광고 욕구  
광고성과에 대한 투명성 욕구

## 인플루언서의 욕구

인플루언서 인플레에 따른 수익 감소



다양한 수익창출 욕구

# 배경 및 분석 | 경쟁사



광고주 입장

문제점 진단

인플루언서 마케팅 시장 비즈니스 형태

활동

인플루언서  
광고

1

개별컨택

- ✓ 인플루언서 개별컨택을 통한 마케팅 의뢰
- 정보탐색비용 高

개별컨택  
문제해결

MCN

Multi channel Network



콘텐츠 제작 및 지원  
글로벌 판매  
콜라보 네트워킹



2

광고대행 플랫폼

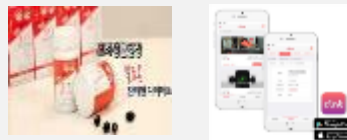
- ✓ 중소 규모의 기업들이 우후죽순으로 생기고 있음



Alt11



인플루언서 POOL을 통한  
광고, 콘텐츠 제작  
인플루언서 중개



✓ 가격이 너무 비싸다  
→ 중견/중소 진출 難

✓ 광고주 요청 반영 難

✓ 제작물 선택X  
→ 제작물에 대한 보장 X

✓ 성과에 대한 확신X

✓ 업체 찾는 것에 대한  
정보탐색비용 ↑

# 비즈니스 모델 아이디어션 과정

포착된  
시장

시장환경  
인플루언서 MKT  
온라인광고  
광고주의 욕구  
인플루언서의 욕구  
경쟁사  
문제점

가설

✓ 시장환경/경쟁사문제점

→ 이렇게 마켓이 좋고 독과점이 없는데, 우리도 인플루언서와 광고주를 연결시켜볼까?

✓ 광고주의 욕구

→ 광고주가 만족스러운 선택을 할 수 있게 경쟁입찰 방식의 오디션컨셉을 도입해보면 어떨까?

→ 광고가 얼마나 효과적인지 요즘 핫한 블록체인 기술을 접목해보면 어떨까?

✓ 인플루언서 욕구

→ 인플루언서는 수백수천가지 중 본인의 여건과 능력에 맞는 광고를 선택하고 제작한다.

돈버는방법은?

회사는 그 사이에서 중개 수수료와 다양한 부가서비스로 이익을 창출한다

# 아이템 소개

# 아이템 소개

- 컨셉 : 광고주와 인플루언서를 연결하는 영상광고 오디션 플랫폼
- 서비스명 : 인플루언서 광고 오디션 플랫폼, 커넥트
- 캐치프레이즈 : 광고주에게는 “고퀄 광고”를 인플루언서에게는 “수입”을
- 가치제안(메인고객 광고주)



광고전

## 사전인지

- ✓ 인플루언서의 막강한 팔로워 영향력을 통해 사전에 고객에게 제품/서비스를 인지



광고중

## 검증된 광고

- ✓ 오디션을 통해 최고의 퍼포먼스를 창출할 수 있는 광고물을 선정하여 시장에 출시



광고후

## 성과의 투명성

- ✓ 블록체인 기술을 통하여 광고주가 누구에게 얼마 만큼 도달했고 어떤 채널을 통해 알려졌는지 투명성 확보



# 아이템 구조

중개 플랫폼을 통해 중개 수수료(메인 수익) 및 광고,촬영대행,교육(기타수익) 창출



# 프로세스(가상 사례)

## 플랫폼 접속 (광고주 계정)

공모서는 기업계정으로만 게시가능  
향후 프리미엄과 일반으로 구분하  
여 월정액제 도입예정

## 광고 공모서 작성

공모서는 기업계정으로만 게시가능  
향후 프리미엄과 일반으로 구분하  
여 월정액제 도입예정

## 인플루언서 광고 제작 및 오디션

- 1) 인플루언서 공모 확인
- 2) 영상광고 제작 및 본인 계정 게시

## 광고선정 및 계약

※선정기준:  
광고주 심사(70%)  
+시청자 반응(30%)



### 광고공모서

산업분야

희망 컨셉

희망 가격

작업 기간

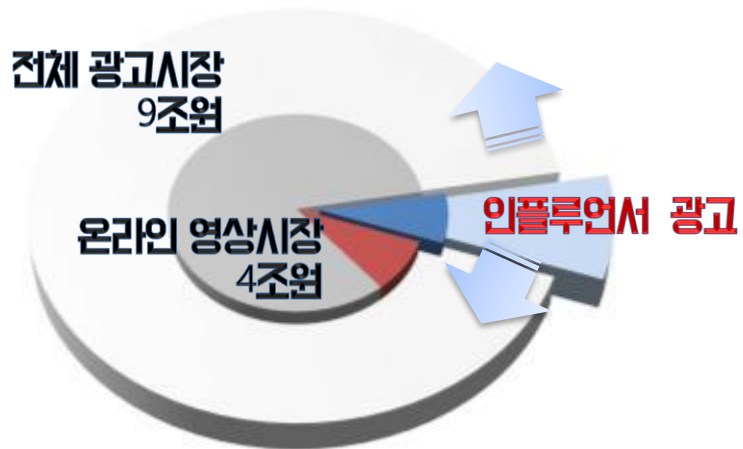
세부요청사항





# 마케팅전략 STP | Segmentation Targeting

## 시장세분화



초기 수직 성장하는 인플루언서 광고시장에  
진입하여 **온라인 광고** > 전체광고시장  
순으로 점유율확대

## 표적시장 선정

### ◆ 핵심타겟

#### 온라인/디지털 광고주

- 홍보마케팅 담당자
- 중소기업대표

### ◆ 서브타겟

#### (마이크로/나노)인플루언서

- 상대적으로 소득이 한정적인 마이크로/나노 인플루언서 그룹에게 신규 수익 방안 제시



### 타겟팅

이 중 인플루언서 광고 선호  
하는 산업을 코어 타겟 선정  
(뷰티, 문화, 의류, 게임)

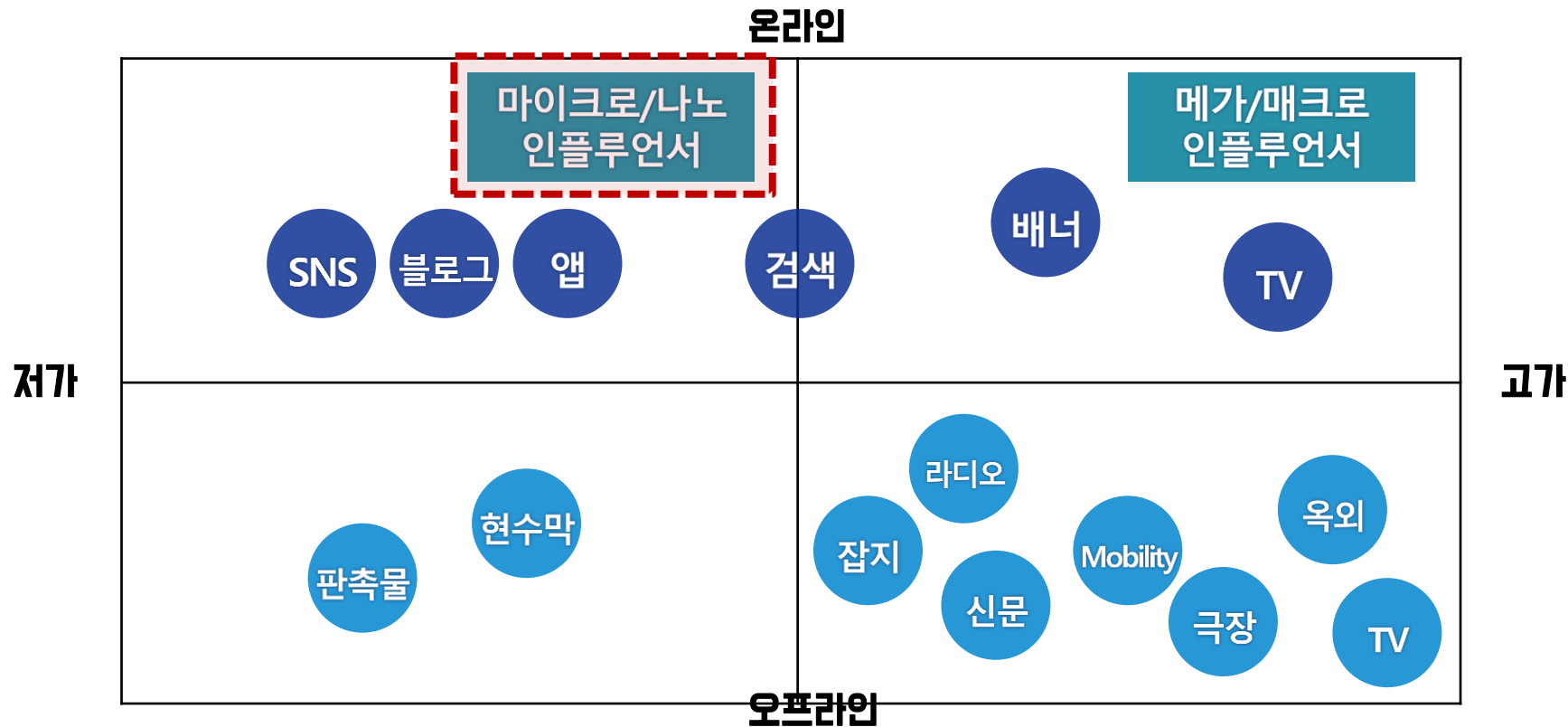


**뷰티, 문화, 의류, 게임, 식품 업계 광고주**  
**(마이크로/나노) 인플루언서**

# 마케팅전략 STP | Positioning

핵심타겟인 중소기업 대표 및 마케터에게 중저가의 인플루언서 광고로 위치 선점

→ 가격 경쟁력과 오디션 컨셉을 차별화 포인트로 소구



# 마케팅 MIX 전략

## Product

- ✓ 중개 오디션 플랫폼
- ✓ 영상 광고물
- ✓ (고려고객군) 팔로워
- ✓ 광고 보고서(유통이력)

## Place

- ✓ 광고공모서 제출
- ✓ 대면영업
  - 입찰제안서 제출
- ✓ 언론보도
  - 새로운 서비스 및 광고주

## Price

- ✓ 광고 공모에 따른 가격 입찰

## Promotion

- ✓ 소상공인 광고비 지원 이벤트
- ✓ 인플루언서 등급제 실시
- ✓ 큐레이션 서비스
  - 회원가입시 업계,직무 선택을 통한 유사회원이 이용한 인플루언서 추천



# 사업운영계획



# 단계별 추진계획 | WBS

		사업준비기간				플랫폼 오픈 목표								
구분	업무 과제	12월	19년 1월	19년 2월	19년 3월	19년 4월	19년 5월	19년 6월	19년 7월	19년 8월	19년 9월	19년 10월	19년 11월	19년 12월
사업준비	사업계획서 작성 및 투자유치를 위한 설명회/박람회 참여													
자금조달	출자금 마련													
	엔젤투자 유치, 창업선도 대학 등													
	중소벤처기업부 엔젤투자 매칭펀드													
	중소기업진흥공단 창업기업지원자금													
플랫폼 개발	개발자 섭외													
	기능 개발(간편로그인, 결제, CDN, 분석 TOOL 등)													
	플랫폼 UI/UX 개선													
	TEST													
	특별 기능 개발(큐레이션, 랭킹, 추천 기능 등)													
개인/업체 협의	MCN 컨택													
	인플루언서 개별 컨택													
	운영, 고객 응대방안 협의													
고객(광고주)	제안서 작성													
	광고주/중소기업 대표 영업													
마케팅	미디어 광고 집행(SNS, 유튜브 등)													
	인플루언서 바이럴													
프로모션	소상공인 광고비 지원 이벤트													
	신규회원가입 이벤트													
판매/관리	매출처리 (인플루언서 : 85% 커택트: 35%)													
	환불처리 프로세스 정립													
	비용정산 (매출 인식 후 35% 수수료)													
운영/서비스	내부 고객운영 클러스터 담당자 배정													
	VOC 처리 프로세스 정립, 매뉴얼 제작													

1 페이지

# 투자계획

(단위: 천원)

구 분		금 액	비율	비 고	연도별 투자금액				
사업부문	투자항목				제 1기	제 2기	제 3기	제 4기	제 5기
영상광고 중개사업부	오디션플랫폼구축	70,000	3.6%		30,000	-	40,000	-	-
	광고선전비	42,000	2.1%		12,000	12,000	6,000	6,000	6,000
	중개팀 운영비	147,000	7.5%		15,000	24,000	36,000	36,000	36,000
	기타경비	44,100	2.3%		4,500	7,200	10,800	10,800	10,800
영상광고 제작사업부	영상제작장비	50,000	2.6%		-	50,000	-	-	-
	제작팀 운영비	99,000	5.1%		-	15,000	28,000	28,000	28,000
	영상제작외주비	69,300	3.5%		-	10,500	19,600	19,600	19,600
	기타경비	29,700	1.5%		-	4,500	8,400	8,400	8,400
교육 등 기타사업부	교육시설비	20,000	1.0%		-	20,000	-	-	-
	기타경비	14,850	0.8%		-	2,250	4,200	4,200	4,200
인건비 등 공통경비	인건비	1,162,000	59.3%		95,000	182,000	283,000	295,000	307,000
	사무실 임차	100,000	5.1%		50,000	-	50,000	-	-
	기타경비	110,513	5.6%		20,000	21,000	22,050	23,153	24,310
합 계		1,958,463			226,500	348,450	508,050	431,153	444,310

※ 영상광고 제작사업과 교육 등 기타사업은 제 2기부터 진행하는 것으로 가정 함

# 자금조달 계획

(단위: 천원)

구 분		금 액	비율	비 고	연도별 조달금액				
사업단계	자금조달 방식				제 1기	제 2기	제 3기	제 4기	제 5기
시작단계	설립시 출자금	50,000	2.9%	1천만원 * 5명	50,000				
	엔젤투자 유치	50,000	2.9%	엔젤투자자(디알씨티에스)	50,000				
	엔젤투자매칭펀드	50,000	2.9%	중소벤처기업부 엔젤투자매칭펀드	50,000				
	금융기관 차입	100,000	5.7%	중소기업진흥공단 창업기업지원자금	100,000				
확장단계	1차 유상증자	500,000	28.6%	SI (동종업계 등 전략적 투자자)		250,000	250,000		
	2차 유상증자	1,000,000	57.1%	FI (VC 등 재무적 투자자)			200,000	400,000	400,000
				전환상환우선주 or 전환사채 형태					
합 계		1,750,000			250,000	250,000	450,000	400,000	400,000

# 추정손익계산서

2019.1.1 ~ 202.12.31

(단위 : 천원)

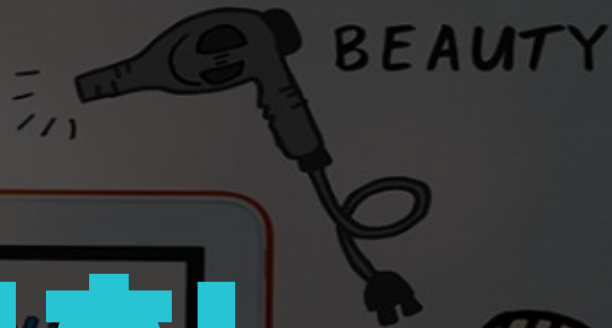
과 목	제 1기					제 2기			제 3기	제 4기	제 5기	5년 합계
	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL	Q1	.....	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
I. 영 업 수 익	7,000	14,000	21,000	28,000	70,000	106,000		429,000	744,000	941,000	1,143,000	3,327,000
영상광고 중개수익	7,000	14,000	21,000	28,000	70,000	35,000		140,000	196,000	252,000	252,000	910,000
영상광고 제작수익	-	-	-	-	-	30,000		120,000	210,000	240,000	240,000	810,000
교육. 배너광고수익	-	-	-	-	-	41,000		169,000	338,000	449,000	651,000	1,607,000
II. 영 업 비 용	37,203	36,669	37,134	36,600	147,607	80,197		312,096	481,148	512,460	542,679	1,995,990
임 직 원 급 여	23,750	23,750	23,750	23,750	95,000	45,500		182,000	283,000	295,000	307,000	1,162,000
퇴 직 급 여	1,979	1,979	1,979	1,979	7,917	3,792		15,167	23,583	24,583	25,583	96,833
복 리 후 생 비	1,188	1,188	1,188	1,188	4,750	4,550		9,100	14,150	14,750	15,350	58,100
여 비 교 통 비	190	190	190	190	760	364		1,456	2,264	2,360	2,456	9,296
플 랫 폼 운 영 비	3,750	3,750	3,750	3,750	15,000	6,000		24,000	36,000	36,000	36,000	147,000
통 신 비	119	119	119	119	475	228		910	1,415	1,475	1,535	5,810
전 력 비	105	210	315	420	1,050	1,590		6,435	11,160	14,115	17,145	49,905
세 금 과 공 과	210	210	210	210	840	1,272		5,148	8,928	11,292	13,716	39,924
감 가 상 각 비	1,500	1,500	1,500	1,500	6,000	4,000		16,000	24,000	24,000	24,000	94,000
보 험 료	53	53	53	53	210	318		1,287	2,232	2,823	3,429	9,981
도 서 인 쇄 비	25	49	74	98	245	371		1,502	2,604	3,294	4,001	11,645
영 상 제 작 비	-	-	-	-	-	1,500		6,000	10,500	12,000	12,000	40,500
소 모 품 비	70	140	210	280	700	1,060		4,290	7,440	9,410	11,430	33,270
영 상 제 작 외 주 비	-	-	-	-	-	2,625		10,500	19,600	19,600	19,600	69,300
지 급 수 수 료	56	112	168	224	560	848		3,432	5,952	7,528	9,144	26,616
광 고 선 전 비	4,000	3,000	3,000	2,000	12,000	3,000		12,000	6,000	6,000	6,000	42,000
기 타 비 용	210	420	630	840	2,100	3,180		12,870	22,320	28,230	34,290	99,810
III. 영 업 이 익 (손 실)	(30,203)	(22,669)	(16,134)	(8,600)	(77,607)	25,803	.....	116,904	262,852	428,540	600,321	1,331,010

## 산출근거

영상광고 중개 수익	평균광고료 1억원 * 중개수수료를 7% * 광고중개건수
영상광고 제작 수익	영상광고 건당 제작수익 3천만원 * 분기별 제작건수
인플루언서 교육수익	분기별 인당 수업료 120만원 * 교육수강인원
배너광고 수익	배너당 광고수익 5백만원 * 배너광고수

급여 및 급여성 경비	인원계획에 따른 직급별 예상인원 * 직급별 예상급여
영상제작비 등 변동비	관련매출과 비례하여 발생
플랫폼운영비 등 준고정:	설비투자에 비례하여 발생
감가상각비	자급 투자계획상 투자액 5년 균등상각





LOADING.....



# 현 집행현황



# 단계별 중점 추진 사항

완료사항 : 사업계획서 및 추진전략 등

향후진행 : 향후추진계획(WBS)

## 현 진행사항 3대 핵심 과제

1. 인플루언서 사전 확보 및 DB 수집
2. 소비자(광고주) 조사 및 분석
3. 플랫폼 개발 준비

# 인플루언서 컨택현황

## 조사 및 리스트업

## 제안 (메일연락, 클래스 방문)

## 피드백 반영 및 향후 사업 계획서 발송 허가

No	구분	계명	내년인원	실연회	주요	동영상 채널명
1	유튜버	김지호	454,100	홍대, 홍대교로, 홍대교	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
2	유튜버	김지호	499,000	홍대, 홍대교로, 홍대교	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
3	인스타	may_moon	420,000	서울 4대강, 홍대교	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
4	유튜버	김지호	387,579	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
5	인스타	gym_k	387,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
6	유튜버	김지호	369,311	홍대, 홍대교로, 홍대교	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
7	인스타	hugang	311,000	홍대, 홍대교로, 홍대교	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
8	유튜버	김지호	299,237	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
9	유튜버	김지호	267,540	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
10	유튜버	김지호	264,707	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
11	인스타	김지호	252,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
12	유튜버	김지호	251,747	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
13	유튜버	김지호	238,408	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
14	인스타	may_moon	231,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
15	유튜버	김지호	216,907	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
16	인스타	may_moon	216,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
17	인스타	may_moon	216,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
18	인스타	may_moon	216,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
19	유튜버	김지호	193,579	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
20	인스타	may_moon	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
21	인스타	may_moon	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
22	인스타	may_moon	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
23	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
24	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
25	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
26	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
27	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
28	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
29	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
30	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
31	인스타	may_moon	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
32	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
33	인스타	may_moon	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	
34	유튜버	김지호	184,000	홍대교로	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">www.youtube.com/watch?v=...</a>	

### 개별 인플루언서



### MCN 비디오빌리지



### 광고가 선정이 계속 안되면 돈 못 받는 건가?

→ 오디션 특성상 그렇다. 하지만 이외에도 1:1매칭 서비스도 있다. 중요한건 참여작품을 플랫폼에 노출시켜서 포트폴리오를 쌓아가는 것

### 영상촬영 기술이 없다

→ 저가로 프리랜서를 통한 촬영대행 서비스도 진행할 예정이다. 기획이 필요한 부분이 아니라서 비용이 상당히 줄어든 것이다.

### 선정기간이 길어질 것 같다

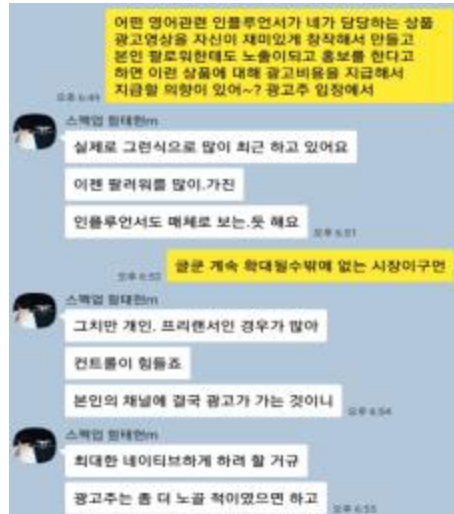
→ 광고주가 선택한 기간에 따르는 구조이다. Case by case 일 것 같다.

# 인플루언서 인터뷰

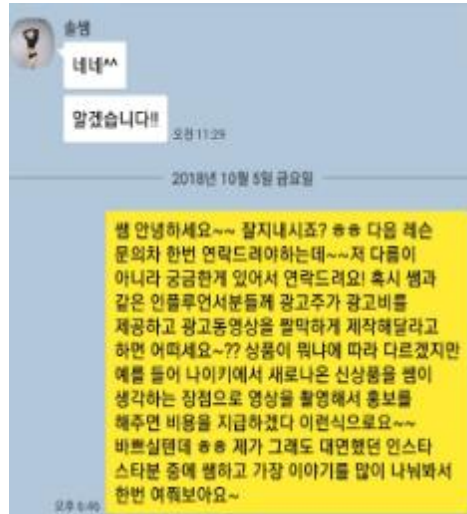
- 1) 광고주 입장 - 인플루언서가 대개 개인/프리랜서인 경우가 많아 컨트롤 힘들.  
더 노골적으로 팔로워에게 광고를 해줬으면 함. 결과물에 대한 보장 없음.
- 2) 인플루언서 - 꼭 참여해보고 싶다. 인플루언서가 많아짐에 따라 수익채널 감소한다.  
이에 따라. 많은 광고주를 만나고 싶다.

→ 인플루언서와 광고주를 연결하고 퀄리티 높은 광고를 제작할 수 있는 플랫폼에 대한 니즈 발생

## 광고주 "함태헌님" 인터뷰



## 인스타그램 인플루언서 "솔샘" 인터뷰



# 광고주/마케터 설문조사(진행중)

설문조사 실시(현 22명 참여)

## 구글 폼 활용하여 설문진행

<https://goo.gl/forms/8exZNF96t1KoFLYN2>

### 인플루언서 광고 플랫폼 사용 설문조사

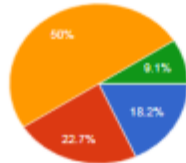
안녕하세요, 저는 현재 성공한 MBA 재학중인 대학원생입니다.  
본문의 설문결과를 수집을 통한 통찰을 확보하고자 준비하였습니다.  
아직은 많은 부분 부족하지만 여러분의 의견이 주시는 소중한 의견으로 더욱 연구에 큰바람을 받게  
됩니다.  
많은 의견 부탁드립니다.

#### 1. 귀하가 재직중인 기업을 선택해주시시오.

- ☐ 중소기업
- ☐ 중견기업
- ☐ 대기업
- ☐ 외국계기업
- ☐ 스타트업/자유업

#### 1. 귀하가 재직중인 기업을 선택해주시시오.

응답 22명



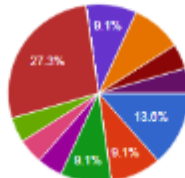
● 중소기업  
● 중견기업  
● 대기업  
● 외국계기업  
● 스타트업/자유업

#### 2. 귀하가 재직중인 기업의 업종을 선택해주시시오.

- ☐ 제조/전자
- ☐ 금융/투자/보험
- ☐ 통신/IT
- ☐ 무역/유통
- ☐ 뷰티/화장품
- ☐ 호텔/관광/여가

#### 2. 귀하가 재직중인 기업의 업종을 선택해주시시오.

응답 22명



● 제조/전자  
● 금융/투자/보험  
● 통신/IT  
● 무역/유통  
● 뷰티/화장품  
● 호텔/관광/여가

▲ 1/3 ▼

### ✓ 설문요약

- 인플루언서 광고에 대해 알고 있다(92%)
- 인플루언서 광고를 할 의향이 있다(88%)
- **진행하고자 하는 이유는?(중복)**

1) 효과가 좋을꺼 같아서(84%)

2) 요즘 핫해서(52%)

- **진행이 꺼려지는 이유는?(중복)**

1) 가격이 비쌀꺼 같아서(72%)

2) 적당한 사람을 찾기 어려워서(66%)

- **오디션 방식의 광고 입찰 방식에 대해  
어떻게 생각하는가?**

1) 좋다(52%) 2)관심을 것 같다(33%)

3) 별로다(5%) 4) 모르겠다(10%)

# 플랫폼 개발 및 블록체인 기술 접목 계획

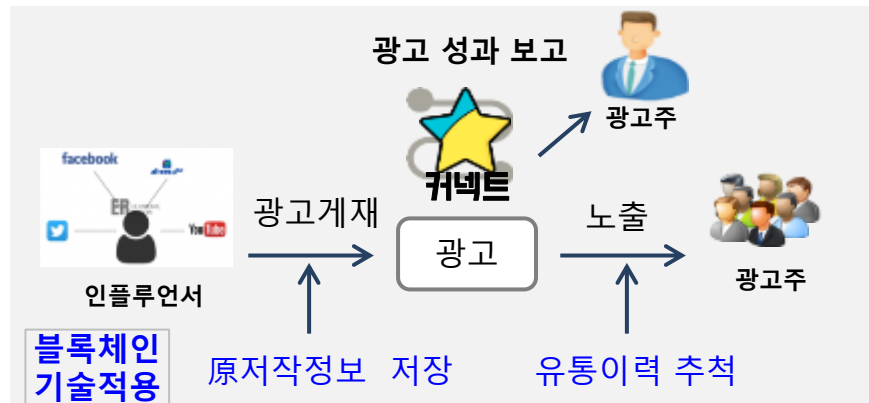
## 플랫폼

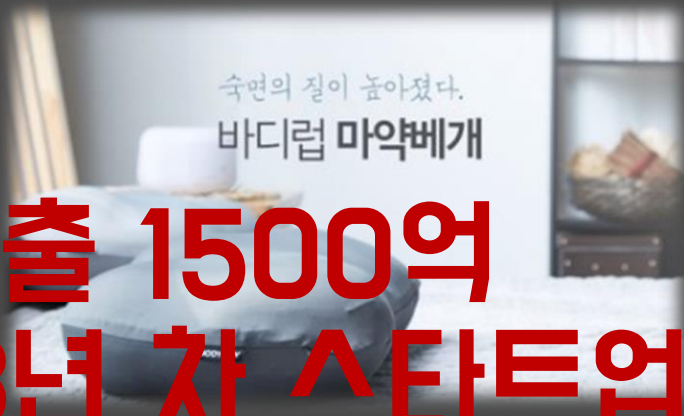
- ✓ 영상 오디오션 플랫폼
- ✓ 기능 : 사용자 채널 개설, 결제/로그인 기능, 업로딩, 소셜, 검색최적화, 보안서버, AMAZON S3



## 블록체인 기술(2~3기부터 진행)

- ✓ 광고 콘텐츠 유통 경로 추적
  - 콘텐츠에 포함된 이력 정보값을 통해 유통 추적
  - **광고결과 보고서 제출**
- ✓ 저작권 정보 시각화 및 콘텐츠 원본확인 서비스
  - 저작권 정보 확인을 통해 저작권 인지 강화
  - **저작물에 대한 법적 분쟁 예방**





연매출 1500억  
노리는 3년 차 스타트업

닥터원더 악어발팩  
#각질우수수 #이젠에기발



Dr.wonder

블랙몬스터



**이들의 비결은?**



소비자가 부족하게 느끼고  
갈증을 느끼는 바로 그 부분

**"결핍" 집중**

우리 소비자의 결핍은?

광고주

광고성과?

인플루언서

수익!

광고주에게는 “고퀄 광고”를 인플루언서에게는 “새로운수입”을

# 인플루언서 광고 오디션 플랫폼 커넥트



**저희 사업에 대해 궁금하신 부분이나  
의견을 주시면 사업추진 시  
적극 반영하겠습니다!**