



마케팅의 시작은 따라오세요

픽스 어빌리티 브랜드 마케팅 제안서

# CONTENTS

---

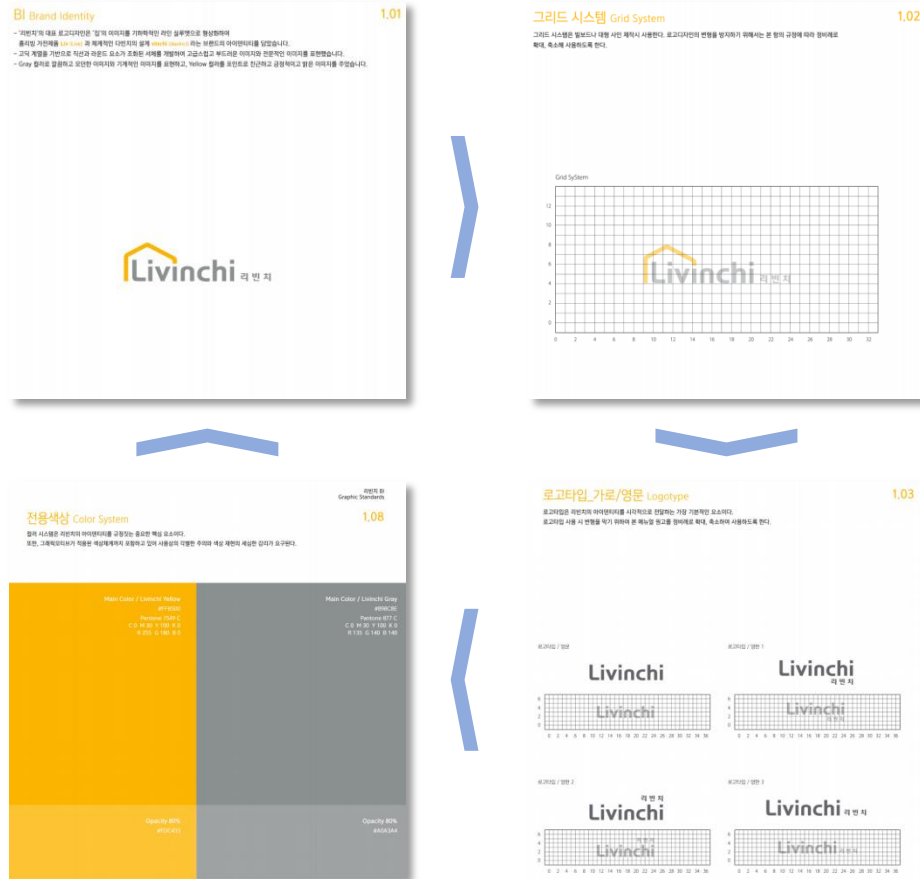
1. 브랜딩 프로세스
2. 콘텐츠 기획 / 제작
3. 마케팅 프로세스
4. 마시따 프로젝트 단계별 견적서 (동봉)

# Chapter 1

브랜딩 마케팅 프로세스 - 1단계 브랜딩

# 자사 브랜드 전략 수립 - 로고 네이밍

네이밍 로고 하나만으로 **브랜드 메시지를 연상**할 수 있도록 만듭니다



## 로고제작 시 제공되는 자료

- 제작 의도
- 최소 사용 규격 / 그리드 시스템
- 로고 타입 (한글 / 영문 / 세로)
- 색상 (단색표현 / 흑백규정 / 색상 활용)

\*기본적으로 마시따 마케팅 로고 제작은 3개 예시 제작을 원칙으로 따르고 있습니다. (세부 수정까지 가능)

# 컨셉 구축 단계 - 브랜드 슬로건 / 스토리

슬로건/스토리 제작은 **브랜드를 한 문장 / 문단의 텍스트로 표현**할 수 있는 수단입니다

## ■ 슬로건 /스토리 제작

BI 확립

슬로건 예시안 제작

브랜드 슬로건 확정

브랜드 스토리 제작

### 브랜드 슬로건

앞서 정한 기업의 철학이 담긴 아이덴티티(CI)가  
고객들에게 쉬운 형태로 전달될 수 있게 변경한 하나의 문구

### 브랜드 스토리

고객들에게 쉬운 형태로 변경시킨  
기업 슬로건을 토대로 수립하는 브랜드의 스토리텔링

\*기본적으로 마시따 마케팅, 브랜드 슬로건 제작은 3개 스토리 제작은 슬로건 확립 시 이후 제작됩니다

# 컨셉 구축 단계 - 비주얼 컨셉 설정

비주얼 컨셉 설정은 사람들이 **우리 브랜드를 어떻게 바라볼 지 시각적으로 설정하는** 단계입니다

## ■ 브랜드 비주얼 컨셉

**TYPOGRAPHY**

Lato

나눔스퀘어

*Zaffino*

Lato Thin  
Lato Light  
Lato Regular  
Lato Bold  
Lato Heavy  
Lato Black

나눔스퀘어 Light  
나눔스퀘어 Regular  
나눔스퀘어 Bold  
나눔스퀘어 Extra Bold

**COLOR**

#292929

#7d7b7d

#ffffff

#ece9e5

#846e29

브랜드 컬러

northern european  
북유럽의

unique  
유니크한

minimalism  
미니멀리즘

*Craft a Brilliant*  
출품한 작품, 독특한 공예.

Farg&Blanche의 실험적인 아이덴티티 전달하면서 본질을 놓치지 않고 조화롭게.  
최소한의 표현으로 확실한 메시지를 전달하는 웹 페이지로 풀어보려 한다.

experimental  
실험적인

harmonious  
조화로운

minimalism  
미니멀리즘

브랜드 무드

브랜드 이미지

\*기본적으로 마시따 마케팅, 브랜드 슬로건 제작은 3개 스토리 제작은 슬로건 확립 시 이후 제작됩니다

# Chapter 2

브랜딩 마케팅 프로세스 - 2단계 콘텐츠 기획 제작

# 컨텐츠 기획 - 소비자에게 확실하게 어필할 수 있는 메시지를 수립

‘요즘 부동산은 달라’ - 직관적 / 신뢰 / 재미있는 키워드에 초점을 맞춘 메시지를 수립



‘브랜드 메시지 예시’

## ■ 메시지의 기획 의도

1. 새로운 프롭테크라는 걸 직관적으로 인지시키기 위한 메시지
2. 20~30대 사람들에게 가볍게 전달할 수 있음
3. 왜 다른 부동산과 다른지 궁금증을 콘텐츠로 해소 가능

\*소비자가 보았을 때 확실하게 브랜드를 어필할 수 있는 메시지가 필요합니다





# 브랜드 콘텐츠 기획 - 마케팅 채널별 콘텐츠 기획

수립된 브랜드 메시지를 토대로 타겟 소비자에 근거해서 하나의 목소리를 내는 콘텐츠 컨셉을 도출

브랜드 메시지와 컨셉을 각각 [온라인 채널에 알맞은 형태로 바꾸어](#) 타겟 소비자에 노출시킵니다

## 공식 채널 콘텐츠

공식 블로그  
인스타그램  
페이스북

## 영상 콘텐츠

브랜드 영상  
어플 광고 영상

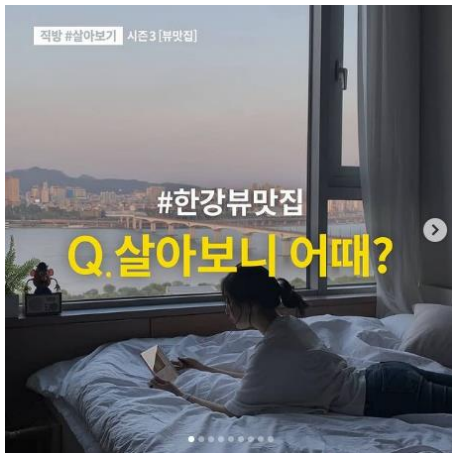
## 프로모션 기획

브랜드 프로모션  
어플 프로모션

\*소비자가 보았을 때 확실하게 브랜드를 어필할 수 있는 메시지가 필요합니다

# 컨텐츠 기획 - SNS 컨텐츠 기획

‘VR로 집 구경하러 와요’ - 픽스어빌리티의 증강 현실 기술을 사람들에게 간접적으로 알려주는 컨텐츠



## ■ 컨텐츠의 기획 설명

- 기존 부동산 앱과 다른 이유 - VR 기술 활용 소개

사진으로만 볼 수 있는 집 매물을 VR or 영상 볼 수 있도록 만들어 사람들에게  
기술 차별성을 보여준다

‘집 매물 리뷰 컨텐츠를 vr 영상을 활용하여 제작’

\*소비자가 보았을 때 직관적으로 메시지를 이해할 수 있는 컨텐츠가 필요합니다

# 컨텐츠 기획 - 영상 콘텐츠

‘부동산의 새로운 길 000’ - 공인중개사 개입으로 인해 일어나는 불편함을 편안하게 만들 수 있는 새로운 기술을 사람들에게 알려주는 영상



카카오 페이 광고) 예시 - 클릭 시 영상 링크 이동

## ■ 컨텐츠의 기획 설명

- 공인중개사 개입으로 불편한 상황 제시 후 해결하는 앱 제시

내 매물은 어디에? / 원래 이렇게 비쌌나? / 허위 매물 등의 공인중개사가 개입함

에 있어 발생할 수 있는 문제를 해결하는 새로운 기술(부동산 앱) 제시

\*소비자가 영상을 보았을 때 확실하게 브랜드를 어필할 수 있는 메시지가 필요합니다

# 컨텐츠 기획 - 브랜드 프로모션 기획

## ■ 집 구할 때 난감했던 상황) 사연 이벤트



- 의도 : 공인 중개사의 개입으로 인해 불편한 상황 (허위매물, 고비용)이 소비자가 직접 말하도록 하여 이를 해결할 우리 어플 니즈를 증가
- 타겟 : 월세, 전세 매매에 관심이 있는 20~30대
- 활동 : SNS를 통해 집구하기 사연 모집 > 추천을 통해 선별
- 혜택 : 활동 1등 선별) 보상은 추후 협의를 통해 조정

\*소비자들에게 잘 알려져 있지 않은 프롭테크 알리기 위해 기획한 프로모션입니다

# Chapter 3

브랜딩 마케팅 프로세스 - 3단계 마케팅

# 브랜드 마케팅 수립 - 온라인 매체별 마케팅 컨셉 도출

수립된 브랜드 메시지를 토대로 타겟 소비자에 근거해서 하나의 목소리를 내는 마케팅 컨셉을 도출

브랜드 메시지와 컨셉을 각각 **온라인 매체** 특성에 알맞은 **컨셉**으로 타겟 소비자에 노출시킵니다

## 바이럴 마케팅

카페 마케팅

언론

체험단

지식인

## 과금매체 운영

네이버

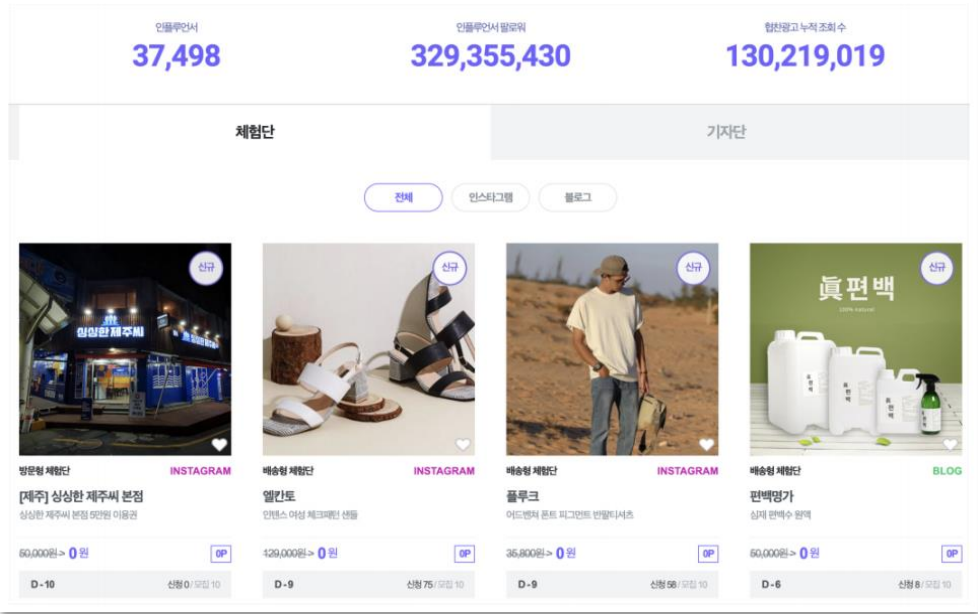
카카오

페이스북  
인스타그램

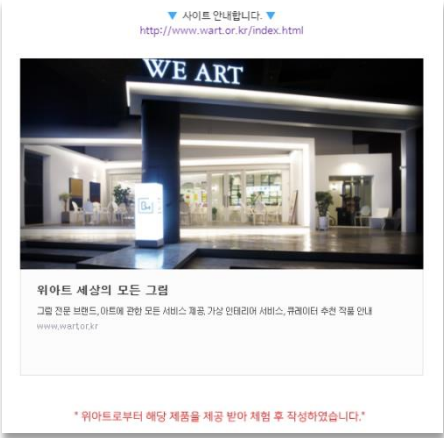
유튜브

# 브랜드 마케팅 수립 - 바이럴 마케팅 (체험단 마케팅)

## AI 인플루언서 검증 시스템



## 블로그 체험단



## SNS 체험단



\* 관심 분야의 체험단을 선별하는 AI 기술력과 확실한 프로세스로 바이럴 마케팅을 진행합니다



# 브랜드 마케팅 수립 - 바이럴 마케팅 (카페 마케팅)

카페 마케팅은 활동하고 있는 사람들이 정해져 있어 타겟팅을 잡기에 수월한 마케팅입니다

광주지역 신혼부부 집구하기 도와주세요

yenny12 준회원 1:1 채팅  
2020.11.11. 17:56 조회 3,972

내년 결혼 예정으로 신혼특공/생애최초 청약의 노리기 위해 해당거주기간을 늘리려고 식전에 미리 전셋집 구하고 있습니다. 원래는 태전동 필스테이트를 원했지만 전셋값이 너무 올라버려서 태전동은 포기했습니다. 예산은 4억 무리해서 4억3천까지는 가능하고요, 원만하면 4억선에서 해결하고 싶습니다. 저번에 쌍향동 푸르지오를 보러갔는데 매물이 없어서 대기할 것 같습니다. 대광로제비암까지 딱 다 매물 없는 상태구요.

자유수다방 >

보관이사 리모델링- 두 달동안 살 집을 구했어요!!

아름답거나씨 성실회원 1:1 채팅  
2020.11.11. 23:42 조회 967

이 게시물은 주제와 무관하게 글을 올리는 공간에 해당합니다. 인테리어 관련 질문내용은 인테리어 질문 게시판에 올려주세요 합니다.

<https://cafe.naver.com/overseer/317479>

보관이사 리모델링하는 동안 살집 구하기.. ㅠㅠ  
대한민국 모임의 시작, 네이버 카페  
cafe.naver.com

지난 게시물에서 여러 조언들을 많이 받고 알아보다가~ 성공(?) 했습니다.

- 어플 리뷰 컨셉
- 어플 런칭 소식 정보 컨셉
- 공인중개사 후기 - 어플 소개 컨셉
- 월세 전세 고민 질문 컨셉

\*카페마다 타겟 소비자의 연령이 다르므로 그때 그때 알맞은 마케팅을 실시합니다



# 브랜드 마케팅 수립 - 바이럴 마케팅 (지식인)

지식인 마케팅 역시 카페 마케팅처럼 질문과 답으로 이루어진 콘텐츠이기 때문에 키워드를 잡아 카페 마케팅과 비슷한 형식으로 진행됩니다.



사회초년생 월세집 구하는거 조언좀 해주세요!

곧 디지털미디어시티역(DMC) 근처에서 일을 시작하게 될 청년입니다.  
지방에 살고 있다가 서울로 올라가 살게 되는 거라 월세집 구하기가 어렵네요

딱히 모아놓은 돈도 없어서 보증금은 많아야 500 이하 생각중인데  
어디서 자취를 시작하면 좋을까요?  
DMC근처에서 직장생활하셨던 분들의 조언을 구하고 싶습니다.  
제가 알아본 바로는 경의중앙선 라인에서 출퇴근하면 되지 않을까 싶은데요  
DMC 근처 동네에서는 방 구하기가 너무 어려워서  
능곡·행신 근처를 알아보고 있습니다.

- 어플 리뷰 컨셉
- 어플 런칭 소식 정보 컨셉
- 공인중개사 후기 - 어플 소개 컨셉
- 월세 전세 고민 질문 컨셉

\*20~30 타겟들이 관심을 가질만한 키워드를 선정해 지식인 마케팅을 실시합니다

# 마시따 광고매체 운영 계획 - 관심사 타겟팅 광고 전략

광고매체 운영은, 20~30대 사람들이 많이 이동하는 네이버, 카카오, SNS, 유튜브를 중심으로 진행하려고 계획했습니다.

이에 따라 마시따는 관심사타겟이 가능한 DA 광고 집행을 주요 운영 계획으로 잡아 월세 전세 매물에 관심이 있는 사람들에게 많이 노출되도록 실행할 계획입니다



# 마시따 광고매체 운영 계획 - 관심사 타겟 광고

관심사타겟 광고는 **임의로** 관심사를 설정해 해당 타겟에게 노출이 가능해 효율이 좋습니다

## 네이버 광고

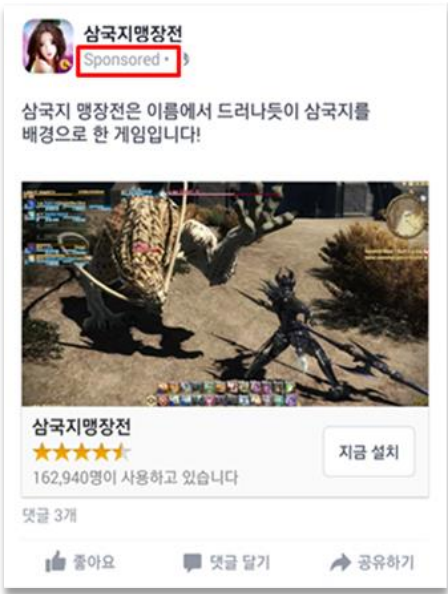


브랜딩 채널 DA



스마트 채널

## SNS 스폰서드 광고



페이스북



인스타그램

# 마시따 광고매체 운영 계획 - 관심사 타겟 광고

관심사타겟 광고는 **임의로** 관심사를 설정해 해당 타겟에게 노출이 가능해 효율이 좋습니다

## 카카오 광고

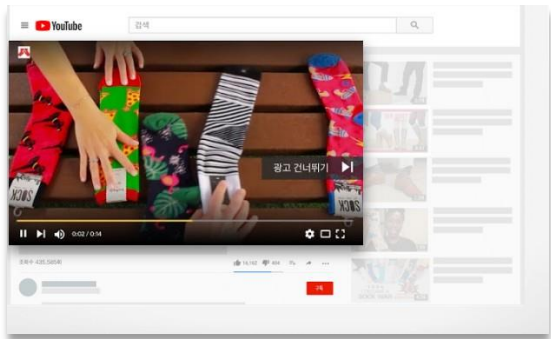


브랜딩 채널 DA



스마트 채널

## 유튜브 광고



트루뷰 인스트림 (5초 스킵 광고)



범퍼 (6초 이하)

# 마시따 광고매체 운영 계획 - 관심사 리타겟팅 광고

광고주 사이트 방문 후 이탈한 98% 잠재고객 재방문을 유도하여 ROAS를 극대화하는 마케팅

## 리타겟팅 pc 노출형태



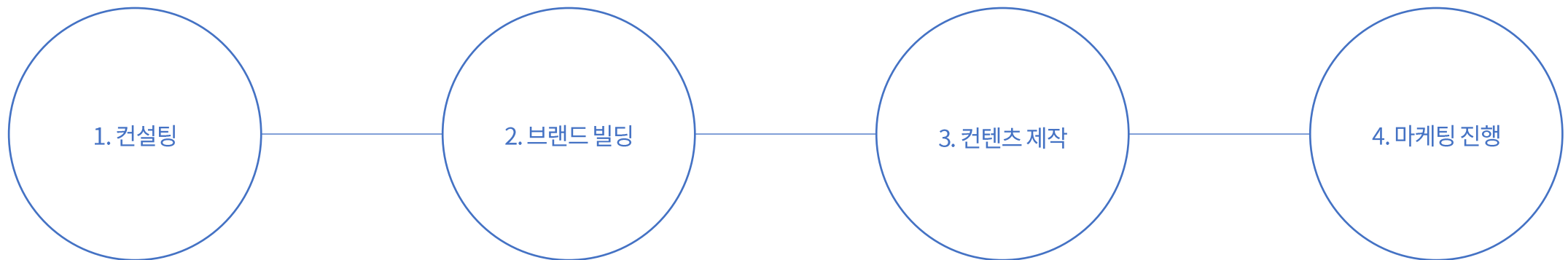
## 리타겟팅 모바일 노출형태



# 브랜드 마케팅 전략 수립 - 총 진행 과정

브랜드 빌딩은 **브랜드를 새로이 만드는 프로젝트**입니다

가치체계를 구축하는 것에서부터 브랜드 네임개발, 디자인으로 새롭게 탄생시켜드립니다



\* 브랜드의 가치를 살리는 마시따마케팅의 프로세스를 받고 최대의 효율을 누리세요

# 브랜드 마케팅 프로젝트 기대 효과

## 현재 상황

현재 비대면 부동산 전자 계약이라는 플랫폼을 구상중에 있어서 **소비자에게 보여질 브랜딩의 전반적인 과정**이 필요한 상황



## 솔루션

1. 타겟에게 **임팩트를 줄 수 있는 메시지** 수립
2. 브랜드 메시지에 알맞은 브랜드 콘텐츠 제작
3. 마케팅을 통한 브랜드 **및 어플 홍보**



## 기대 효과

소비자에게 기억될 수 있는 메시지를 수립해 임팩트 있는 브랜드를 만들어 부동산 플랫폼에서의 시장 영향력을 증가시킨다





광고주의 상황 및 시장 포지셔닝에 딱 맞는 운용가능한  
마케팅을 제안합니다. 브랜딩부터 마케팅까지.  
기업의 시작부터 성장까지 동행하는 마시따마케팅과 함께하세요.