# 유니클로코리아 옥외 광고 제안서

## 1. 고객사 정보

- brand\_id: 8

- subsidiary\_id: 105

- brand\_name: 유니클로코리아

- main\_phone\_number: 02-4567-8901

- manager\_email: uniqlo\_manager@kr.fastretailing.com

- manager\_phone\_number: 010-7890-1234

- sales\_status: 접촉 완료

- sales\_status\_note: 신규 캠페인 협의 중

- category: 패션

- core\_product\_summary: 일본 SPA 브랜드로 베이직 의류와 합리적인 가격으로 유명.

- recent\_brand\_issues: 2025 라이프웨어 캠페인 준비 중

- last\_updated\_at: 2025-01-16 14:20:00

## 2. 캠페인 목표

- 강남

- 홍대 지역 디지털 사이니지

- 가족 타겟팅

- 2025년 5월 론칭

## 3. 유사 집행 사례

|  |  |
| --- | --- |
| - 사례 1 - 캠페인 ID: 25 - 매체 ID: 42 - 시작일: 2025-06-15 - 종료일: 2025-07-05 - 구좌 수: 16 - 집행 가격: 3300000.0 - 진행 상태: 진행 |  |
| - 사례 2 - 캠페인 ID: 25 - 매체 ID: 42 - 시작일: 2025-06-15 - 종료일: 2025-07-05 - 구좌 수: 16 - 집행 가격: 3300000.0 - 진행 상태: 진행 |  |
| - 사례 3 - 캠페인 ID: 25 - 매체 ID: 42 - 시작일: 2025-06-15 - 종료일: 2025-07-05 - 구좌 수: 16 - 집행 가격: 3300000.0 - 진행 상태: 진행 |  |

## 4. 추천매체 및 집행계획

|  |  |
| --- | --- |
| 1. 대행사 입장에서 가장 전략적으로 추천하는 매체 (효과와 인지도가 높음) - 매체명: 강남역 M-Plaza 미디어타워 - 예상 집행 가격: 8,500,000원 - 예상 집행 기간: 2025년 5월 (1개월 예상) - 예상 노출 빈도: 일 유동인구 30만명 - 추천 이유: 강남역 중심부에 위치한 대형 미디어타워로, 출퇴근 시간 및 주말 방문객들을 대상으로 한 광고 노출이 최적화되어 있으며, 20-40대 직장인 및 쇼핑객을 타겟팅할 수 있는 매우 효율적인 매체입니다. |  |
| 2. 가격적으로 저렴하면서 효과적인 매체 - 매체명: 홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터 - 예상 집행 가격: 1,800,000원 - 예상 집행 기간: 2025년 5월 (1개월 예상) - 예상 노출 빈도: 일 유동인구 상당수 (정확한 숫자 미확인) - 추천 이유: 홍대 메인거리 초입에 위치하여, 20대 젊은층과 지역 상권 이용자를 효과적으로 타겟팅 할 수 있습니다. 가격이 비교적 저렴해서 소규모 예산을 활용한 캠페인에 적합합니다. |  |
| 3. 기타 추천할 만한 매체 한 가지 - 매체명: 홍대입구역 디지털스크린 - 예상 집행 가격: 4,500,000원 - 예상 집행 기간: 2025년 5월 (1개월 예상) - 예상 노출 빈도: 일 유동인구 20만명 - 추천 이유: 홍대 상권의 핵심 지하철 역사의 대형 스크린으로, 10-30대 대학생 및 관광객을 타겟 행할 수 있으며, SNS 확산 효과가 우수하여 빠른 메시지 전파가 가능합니다. 디지털 사이니지라는 점에서 브랜드의 디지털 캠페인과도 잘 어울립니다. |  |

## 5. 결론

캠페인 결론:  
  
유니클로코리아의 2025년 5월 강남 및 홍대 지역 디지털 사이니지 캠페인은 가족을 타겟으로 하여 성공적인 브랜드 인지도를 확립하기 위한 전략적 접근을 취하고 있습니다. 가장 효과적이고 인지도가 높은 매체로는 강남역 M-Plaza 미디어타워를 추천드리며, 이는 20-40대 직장인 및 쇼핑객을 직접적으로 타겟팅할 수 있는 최적의 위치에 있으며, 높은 유동인구로 인해 브랜드 메시지의 도달 범위를 극대화할 수 있습니다.  
  
더불어, 예산적인 측면을 고려한 홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터를 매체로 선정함으로써, 20대 젊은층과 지역 상권 이용자를 효과적으로 공략할 수 있으며, 저렴한 가격 대비 효율적인 결과를 얻을 수 있을 것입니다.  
  
기타 보완 매체로 제안드린 홍대입구역 디지털스크린은 10-30대 대학생 및 관광객을 주요 타겟으로 하며, 현장 노출뿐 아니라 SNS 채널을 통한 바이럴 효과도 기대할 수 있습니다. 이러한 다양한 매체의 활용은 유니클로코리아의 캠페인 목표 달성에 기여할 것입니다.  
  
이 캠페인을 통해 유니클로코리아가 타겟 소비자층과의 연결을 강화하고, 강남과 홍대 지역에서의 브랜드 존재감을 확고히 함으로써 브랜드 인지도를 한층 더 높일 수 있을 것으로 기대됩니다.