# 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: 5 - 매체 ID: 18 - 시작일: 2025-02-15 - 종료일: 2025-03-05 - 구좌 수: 35 - 집행 가격: 7500000.0 - 진행 상태: 완료 |  |
| - 사례 3 - 캠페인 ID: 26 - 매체 ID: 43 - 시작일: 2025-06-20 - 종료일: 2025-08-10 - 구좌 수: 20 - 집행 가격: 5300000.0 - 진행 상태: 진행 |  |

## 4. 추천매체 및 집행계획

|  |  |
| --- | --- |
| 매체명: 강남역 M-Plaza 미디어타워 - 예상 집행 가격: 25,500,000.0 원 (3달 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 7월 31일 - 예상 노출 빈도: 하루에 3번, 총 274,000회 (30만명 일 유동인구 기준) - 추천 이유: 강남역 중심부에 위치한 대형 미디어타워로 20-40대 직장인 및 쇼핑객을 효과적으로 타겟할 수 있습니다. 높은 인지도를 갖춘 위치에서 강력한 주목도를 기대할 수 있으며, 출퇴근 시간 및 주말 방문객에게도 최적화되어 있습니다. 매체명: 홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터 - 예상 집행 가격: 3,600,000.0 원 (2달 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 6월 30일 - 예상 노출 빈도: 하루에 12번, 총 88,000회 (5만명 기준) - 추천 이유: 홍대 메인거리에 위치하며 저렴한 가격으로 젊은층과 학생들을 대상으로 효과적인 노출이 가능합니다. 소규모 브랜드 및 이벤트 홍보에 최적화된 위치로 SNS 확산에 유리합니다. 매체명: 홍대 AK& 옥상 전광판 - 예상 집행 가격: 6,000,000.0 원 (1달 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 5월 31일 - 예상 노출 빈도: 하루에 10번, 총 310,000회 (31만명 기준) - 추천 이유: 홍대 상권 교차로에 위치하여 트렌드세터 및 관광객에게 높은 가시성을 제공합니다. 가족 단위 및 다양한 연령층에게 감성적으로 어필할 수 있으며, 문화와 트렌드의 중심지로서 브랜드 인지도 상승 효과를 기대할 수 있습니다. |  |

## 5. 결론

유니클로코리아의 이번 캠페인은 강남과 홍대의 핵심 지역에서 디지털 사이니지를 활용하여 가족 단위 소비자를 효과적으로 타겟하고자 합니다. 강남역 M-Plaza 미디어타워는 강력한 주목도를 바탕으로 20-40대 직장인 및 쇼핑객을 타겟할 수 있는 최적의 장소로, 예상 집행 가격 25,500,000원으로 3달 동안 매일 3번씩 노출, 총 274,000회의 임팩트를 기대할 수 있습니다. 홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터는 젊은 층과 학생들을 타겟으로 하며, 저렴한 비용으로 하루에 12회의 빈도로 2달 동안 노출하여 SNS 확산에 유리한 위치적 강점을 가집니다. 마지막으로, 홍대 AK& 옥상 전광판은 5월 한 달 동안 하루에 10번씩 총 310,000회의 높은 노출 빈도로 브랜드의 감성적인 이미지를 효과적으로 전달할 수 있는 매체입니다.  
  
이 세 가지 매체의 조합을 통해 유니클로코리아는 강남과 홍대의 주요 소비자층에게 브랜드 메시지를 효율적으로 전달할 수 있을 것입니다. 각 매체의 지역적 특성과 도달 범위를 극대화하여, 목표한 가족 타겟층을 포함한 다양한 소비자에게 브랜드 인지도를 확장하고, 나아가 브랜드 선호도까지 강화할 수 있을 것으로 기대합니다. 가격 대비 높은 효율성을 보장하며, 본 캠페인이 성공적으로 진행되어 유니클로코리아의 시장 경쟁력을 한 단계 끌어올릴 수 있기를 바랍니다.