# 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

|  |  |
| --- | --- |
| 1. 대행사 입장에서 가장 전략적으로 추천하는 매체 - 매체명: 삼성역 루첸타워 - 예상 집행 가격: 15,000,000 원 (단위 가격 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 5월 31일 - 예상 노출 빈도: 매일 24시간 운영 (06:00~24:00) - 추천 이유: 삼성역 루첸타워는 비즈니스 전문직과 높은 소득층이 밀집한 강남의 중심에 위치하여, 가족 타겟팅 및 브랜드 인지도를 동시에 달성할 수 있는 매체입니다. 강남 지역의 주요 비즈니스 허브에 위치하여 캠페인 노출 효과가 크며, 다양한 연령층의 유동인구가 많은 것이 장점입니다. |  |
| 2. 가격적으로 저렴하면서 효과적인 매체 - 매체명: 홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터 - 예상 집행 가격: 1,800,000 원 (단위 가격 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 5월 31일 - 예상 노출 빈도: 매일 06:00~22:00 - 추천 이유: 홍익대학교 앞에 위치한 디지털 버스쉘터는 젊은 층과 가족 단위 방문객이 많아 트렌드세터를 타겟으로 한 효과적인 홍보가 가능합니다. 경제적인 가격으로 비교적 높은 노출 빈도를 기대할 수 있으며, 홍대 상권의 중심지에 위치해 접근성이 높습니다. |  |
| 3. 기타 추천할 만한 매체 - 매체명: 강남역 M-Plaza 미디어타워 - 예상 집행 가격: 8,500,000 원 (단위 가격 기준) - 예상 집행 기간: 2025년 5월 1일 ~ 2025년 5월 31일 - 예상 노출 빈도: 매일 07:00~23:00 - 추천 이유: 강남역 M-Plaza 미디어타워는 강남역의 중심부에 위치하여 높은 유동 인구로 인한 노출 효과가 큽니다. 특히 출퇴근 시간 및 주말에 많은 유동 인구를 확보할 수 있어 가족 단위 및 다양한 연령층을 타겟으로 한 광고에 최적화되어 있습니다. 삼성전자 등 대형 브랜드들의 집행 사례가 있어 신뢰도가 높습니다. |  |

## 5. 결론

결론적으로, 유니클로코리아의 2025년 5월 디지털 사이니지 캠페인을 성공적으로 실행하기 위해 전략적으로 선정된 세 가지 매체는 각기 다른 장점과 효과를 가지고 있습니다.   
  
삼성역 루첸타워는 강남지역의 고소득층을 포함한 다양한 가족 단위를 타겟으로 할 수 있는 매체로, 강력한 브랜드 인지도 구축 효과가 기대됩니다. 이 매체는 비즈니스 전문가들이 밀집한 지역 특성과 높은 노출 빈도를 바탕으로 캠페인의 가시성을 극대화할 수 있습니다.  
  
홍익대학교 앞 디지털 버스쉘터는 경제적인 가격 대비 트렌드세터와 가족 방문객을 집중 타겟으로 할 수 있는 효과적인 선택입니다. 홍대의 중심지에 위치해 높은 접근성을 자랑하며, 캠페인 초기 비용을 절감하면서도 젊은 층을 포함한 다양한 계층에 도달할 수 있습니다.  
  
마지막으로, 강남역 M-Plaza 미디어타워는 강남역의 중심부에 위치함으로써 높은 유동 인구와 노출 효과를 제공합니다. 특히, 대형 브랜드들이 신뢰하는 매체로써 캠페인의 신뢰성을 높일 수 있으며, 다양한 연령층의 가족 단위 고객을 넓게 타겟할 수 있는 기회를 제공합니다.  
  
이처럼 여러 매체의 조화를 통해 유니클로코리아의 강남 및 홍대 지역 디지털 사이니지 캠페인은 목표를 효과적으로 달성할 것으로 기대됩니다. 각 매체의 전략적 사용을 통해 브랜드 인지도를 강화하고, 가족 타겟팅을 명확히 하여 캠페인의 성공적인 론칭을 이룰 수 있을 것입니다.