# 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:

## 4. 추천매체 및 집행계획

브랜드의 고객 요구사항을 고려할 때, 강남과 홍대 지역에 위치하며 가족을 타겟으로 한 디지털 사이니지 매체를 추천해야 합니다. 아래 3가지 매체를 추천드립니다:  
  
1. \*\*잠실역 유토피아 (매체 ID: 4)\*\*  
 - \*\*위치\*\*: 서울시 송파구 올림픽로 240  
 - \*\*인구 타겟팅\*\*: 가족 단위 (20-40대), 잠실 및 롯데월드 방문객  
 - \*\*특징\*\*: 롯데월드타워와 롯데월드 인근에 위치하여 가족 단위의 방문객과 유동 인구가 많습니다. 복합 상권 내 위치하여 가족 타겟팅에 적합합니다.  
  
2. \*\*강남역 M-Plaza 미디어타워 (매체 ID: 6)\*\*  
 - \*\*위치\*\*: 서울시 강남구 강남대로 442  
 - \*\*인구 타겟팅\*\*: 20-40대 직장인 및 쇼핑객, 유동인구와 가족 단위 주말 방문객  
 - \*\*특징\*\*: 강남역 중심부에 위치해 넓은 가시성을 제공하며, 쇼핑과 레저를 즐기는 가족 단위에게 효과적입니다.  
  
3. \*\*홍대입구역 디지털스크린 (매체 ID: 8)\*\*  
 - \*\*위치\*\*: 서울시 마포구 양화로 160  
 - \*\*인구 타겟팅\*\*: 10-30대 대학생 및 관광객, 가족 단위 소비자  
 - \*\*특징\*\*: 홍대 상권의 중심에 위치해 있으며, 관광객과 가족 단위 방문객에게 노출이 용이합니다. SNS 확산 효과가 높아 홍보 효과 증진에 유리합니다.  
  
이러한 매체들은 고객의 요구사항인 강남 및 홍대 지역의 디지털 사이니지 요구를 충족하며, 가족 타겟팅에 적합한 인구 밀집 지역에 위치해 있습니다.

## 5. 결론

제안서 결론:  
  
이번 유니클로코리아의 디지털 사이니지 캠페인은 강남과 홍대 지역의 전략적 위치에 초점을 맞추어 가족 단위를 효과적으로 타겟팅하는 데 있습니다. 제안 드린 세 가지 매체는 각각 그 지역 내에서 높은 가시성과 가족 친화적인 환경을 제공합니다.  
  
1. \*\*잠실역 유토피아\*\*는 롯데월드타워와 인근의 대규모 쇼핑, 엔터테인먼트 시설과의 접근성 덕분에 가족들이 자주 찾는 장소로, 많은 방문객을 통한 높은 노출 효과를 기대할 수 있습니다.  
  
2. \*\*강남역 M-Plaza 미디어타워\*\*는 강남역 중심부의 유리한 위치와 주말을 중심으로 한 가족 단위의 유동 인구를 통해 쇼핑과 레저 활동을 즐기는 방문객들에게 매력적입니다.  
  
3. \*\*홍대입구역 디지털스크린\*\*은 젊은 층의 소비자뿐만 아니라 관광객과 가족 단위를 아우르며, 특히 SNS를 통한 확산 효과로 인해 홍보 효과를 최대화하는 데 이상적입니다.  
  
이를 통해 유니클로코리아의 브랜드 메시지와 가치가 타겟 고객층에게 효과적으로 전달될 것이며, 2025년 5월 론칭 계획에 따라 강력한 브랜드 인지도를 구축할 수 있을 것입니다. 앞으로의 성공적인 캠페인을 위한 문제없는 진행과 협력을 위해 지속적인 지원을 약속드립니다. 감사합니다.