# 유니클로코리아 옥외 광고 제안서

## 1. 고객사 정보

- brand\_id: 8

- brand\_name: 유니클로코리아

- sales\_status: 접촉 완료

- recent\_brand\_issues: 라이프웨어(LifeWear) 캠페인 강화, 친환경 소재 도입 확대

## 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   
[이미지 보기](/images/campaign.jpg)

- 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   
[이미지 보기](/images/campaign.jpg)

- 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   
[이미지 보기](/images/campaign.jpg)

## 4. 추천매체 및 집행계획

브랜드의 요구사항과 유사 집행 사례를 바탕으로, 2025년 5월 강남 및 홍대 지역에서 가족을 타겟으로 하는 디지털 사이니지 광고를 위한 최적의 매체 3가지를 추천드립니다:  
  
1. \*\*N.square 강남대로 (Media ID: 14)\*\*  
 - \*\*위치:\*\* 서울시 강남구 강남대로 390  
 - \*\*매체 유형:\*\* 지하철 광고 사이니지   
 - \*\*운영 시간:\*\* 06:00~22:00  
 - \*\*유동 인구:\*\* 강남역 이용객, 직장인, 쇼핑객, 20-50대  
 - \*\*특징:\*\* 서울의 핵심 상권에 위치하여 유동인구가 많고, 지하철 이용객에게 효과적 노출 가능  
 - \*\*이전 사례:\*\* 현대카드 신규 출시(2023년 하반기), 넷플릭스 오리지널 시리즈(2024년 초)  
  
2. \*\*홍대입구역 스칼렛 전광판 (Media ID: 12)\*\*  
 - \*\*위치:\*\* 서울시 마포구 양화로 148  
 - \*\*매체 유형:\*\* 벽면형 세로 사이니지  
 - \*\*운영 시간:\*\* 06:00~24:00  
 - \*\*유동 인구:\*\* 대학생, MZ세대, 예술인, 외국인 관광객, 20-30대  
 - \*\*특징:\*\* 눈에 띄는 건물 외벽에 위치하여 자연스럽게 시선 집중, 홍대 문화의 중심지  
 - \*\*이전 사례:\*\* 카카오 신규 서비스 런칭(2023년 가을), 애플 아이폰 신제품 출시(2023년 겨울)  
  
3. \*\*현대백화점 그룹 전광판 (Media ID: 20)\*\*  
 - \*\*위치:\*\* 서울시 강남구 테헤란로 98길 12  
 - \*\*매체 유형:\*\* 백화점 외벽 전광판  
 - \*\*운영 시간:\*\* 10:30~20:00  
 - \*\*유동 인구:\*\* 백화점 쇼핑객, 중산층 이상 가족, 30-50대 여성, 직장인  
 - \*\*특징:\*\* 백화점 방문 고객을 타겟으로 명품, 화장품, 식품 등의 광고에 적합  
 - \*\*이전 사례:\*\* LF 시즌 의류 컬렉션(2023년 가을), 해외 명품 브랜드 팝업스토어(2024년 봄)  
  
이 세 가지 매체는 강남과 홍대 지역을 커버하며, 가족 단위의 방문객이나 소비자에게 도달할 수 있는 최적의 옵션입니다.

## 5. 결론

위에 추천드린 세 가지 매체는 유니클로코리아의 캠페인 목표인 강남와 홍대 지역의 가족 타겟팅 디지털 사이니지 광고에 최적화된 선택지입니다.   
  
첫째, `N.square 강남대로`는 서울의 핵심 상권인 강남역에 위치하여 유동 인구가 많고, 직장인 및 쇼핑객에게 효과적으로 브랜드를 노출할 수 있습니다. 과거 현대카드 및 넷플릭스와 같은 대형 브랜드의 성공적인 캠페인 사례가 이를 뒷받침하고 있습니다.  
  
둘째, `홍대입구역 스칼렛 전광판`은 MZ세대와 예술 문화가 공존하는 홍대 중심지에 위치하여, 자연스럽게 시선을 끌고 젊은 세대부터 외국인 관광객까지 다양한 소비층에 도달합니다. 카카오의 신규 서비스 및 애플 아이폰 신제품 출시와 같은 사례를 통해 그 효과성이 증명되었습니다.  
  
셋째, `현대백화점 그룹 전광판`은 백화점을 방문하는 중산층 이상의 가족 고객에게 명품 및 다양한 상품을 노출되도록 설계되었습니다. LF 시즌 의류 및 해외 명품 브랜드 캠페인의 사례를 통해 적정 타겟층에의 높은 도달력을 입증하고 있습니다.  
  
이와 같은 매체 전략을 통해 2025년 5월에 론칭될 유니클로코리아의 디지털 사이니지 광고는 강남과 홍대 지역의 다양한 연령층의 가족 단위 고객에게 강력한 인지도를 구축할 수 있을 것으로 기대합니다. 최적의 매체 조합을 통해 유니클로 브랜드의 가치를 더욱더 널리 알릴 수 있을 것입니다.