

MUSICPLANT

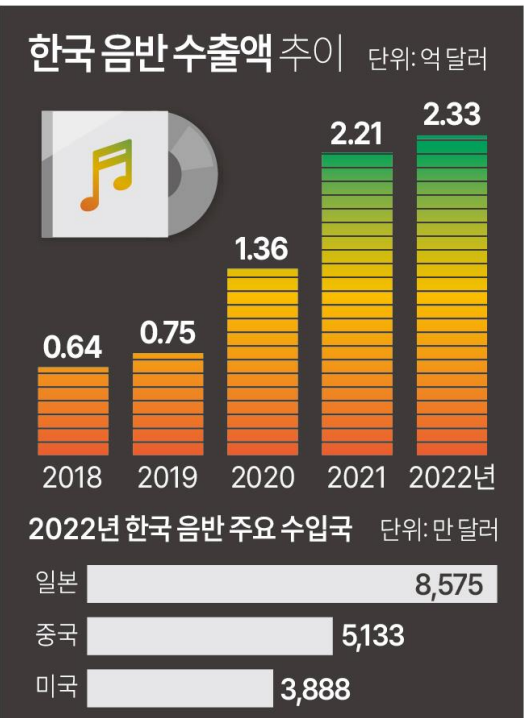
마케팅 활용 계획서

MARKETING PROPOSAL

해외 한류 트렌드 속 'K-POP'의 위상

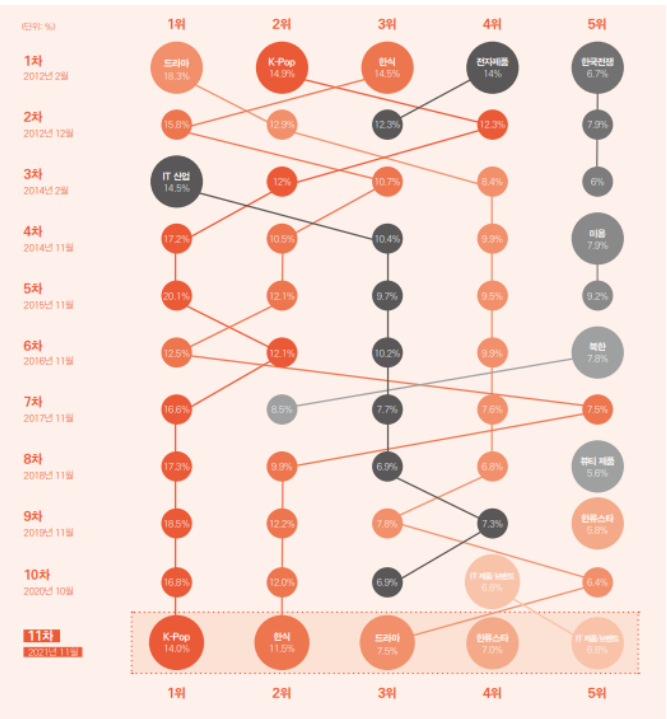
- 코로나 팬데믹 속에서도 K-POP 음반의 수출액은 점차 증가하여 2022년 최대치를 달성
- 해외 한류 소비자들에게 한국에 대해 떠오르는 이미지 5년 연속 '1위 키워드 k-pop' 으로 한류 열풍에 있어 k-pop은 빼놓을 수 없는 위치에 안정적으로 안착
- 자사의 주요 고객인 아시아, 미주 등 국가에서 K-POP 카테고리는 모두 상위에 위치하고 있음

수출 분석 ▶ 연도별 k-pop 음반 수출액



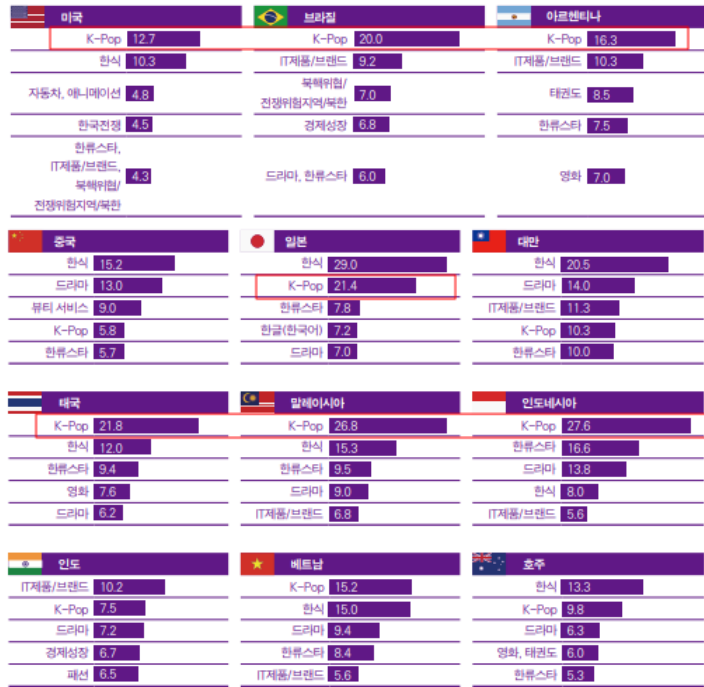
출처: 연합뉴스&관세청

글로벌 분석 ▶ 한류 카테고리 인지도



출처: 문화체육 관광부 2022 글로벌 한류 트렌드

글로벌 분석 ▶ 국가별 카테고리 인지도



출처: 문화체육 관광부 2022 글로벌 한류 트렌드

MARKETING PROPOSAL

자사 트래픽 분석

- 국내를 제외한 자사의 주요 고객 국가 미국, 중국, 일본, 인도네시아 유저가 높음
- 일본의 경우 문화 콘텐츠 소비 하위 국가에 속하고 있으나 자사의 경우 국내를 제외 가장 높은 비중을 차지

자사 유입 분석 ▶ 트래픽 유입 국가 분석



출처: 뮤직플랫폼 유입분석(GA 23.04 4주차)

글로벌 분석 ▶ 한류 소비 국가



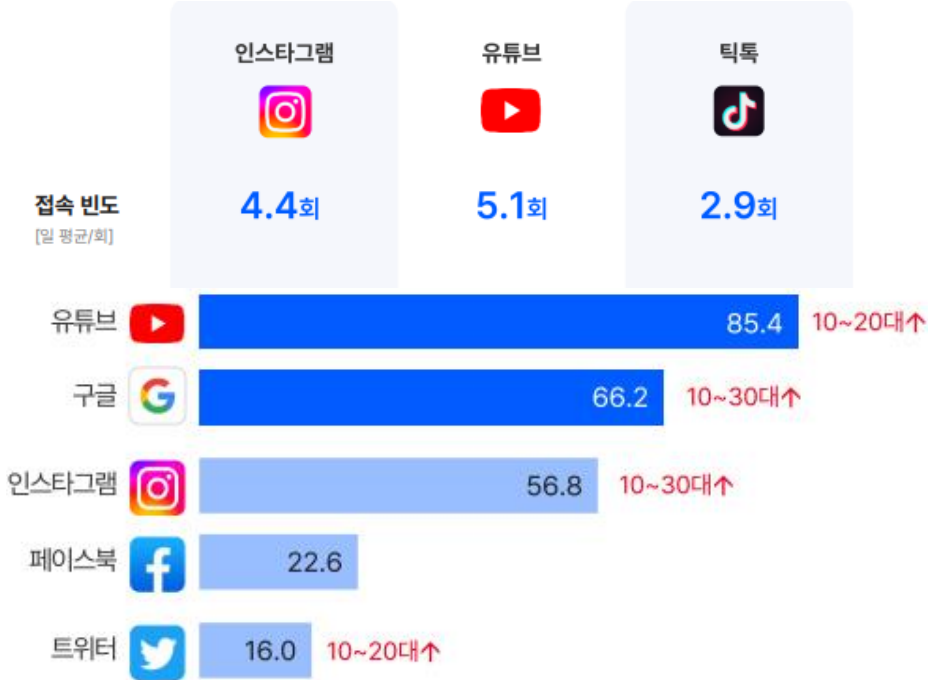
출처: 문화체육 관광부 2023 해외한류실태조사

MARKETING PROPOSAL

SNS 트렌드 분석

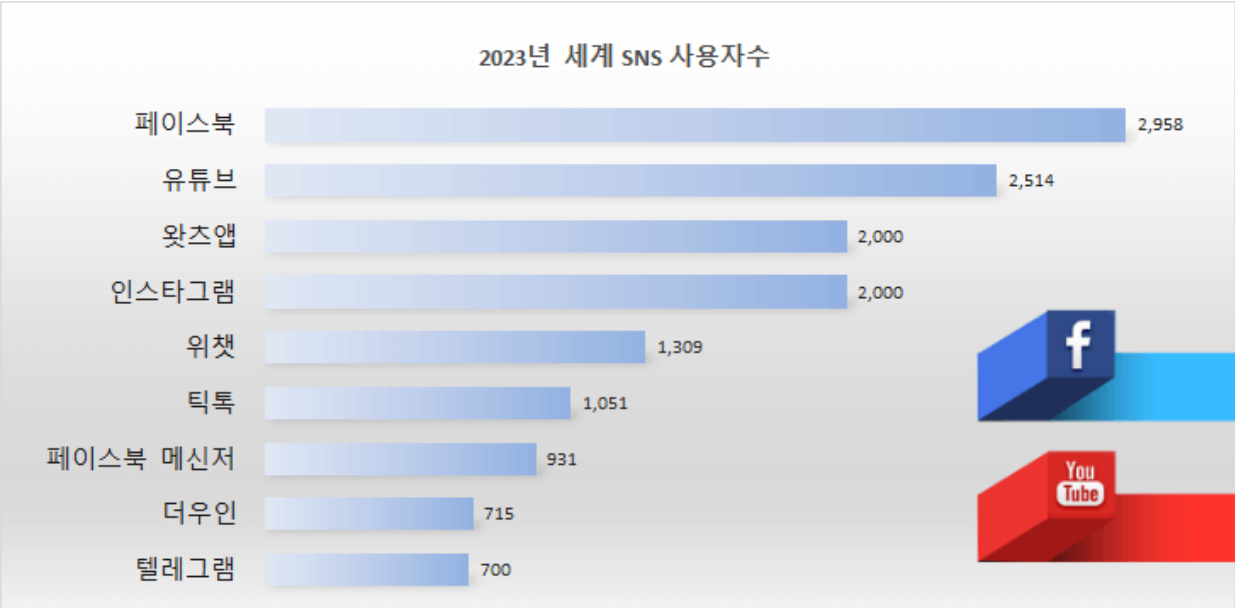
- 국내 및 글로벌 공통적으로 SNS 사용량으로 인스타그램, 유튜브, 틱톡, 페이스북이 상위에 위치하고 있음을 확인 할 수 있으며, 국내 1030의 경우 유튜브,구글, 인스타그램을 주로 이용함

SNS 트렌드 ▶ 국내 SNS 사용 트렌드



출처: 오픈서베이 소셜미디어·검색포털 트렌드 리포트 2023

SNS 트렌드 ▶ 2023년 글로벌 SNS 사용자 순위



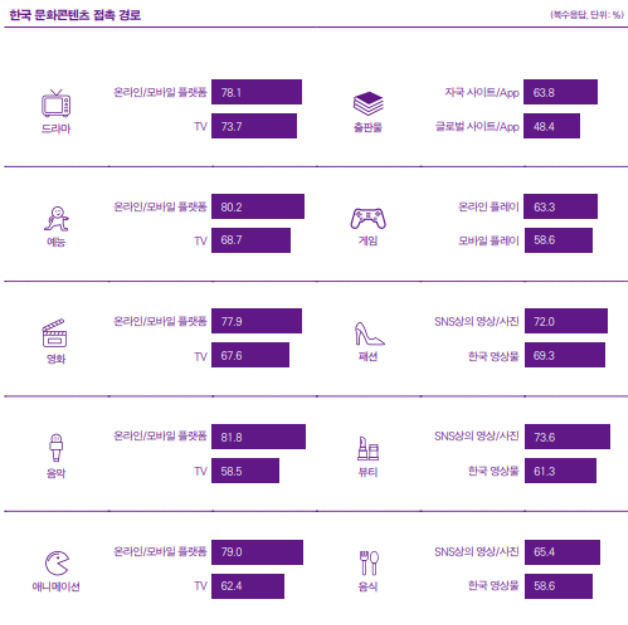
출처: catalk (단위 : 백만명)

MARKETING PROPOSAL

SNS 트렌드 분석

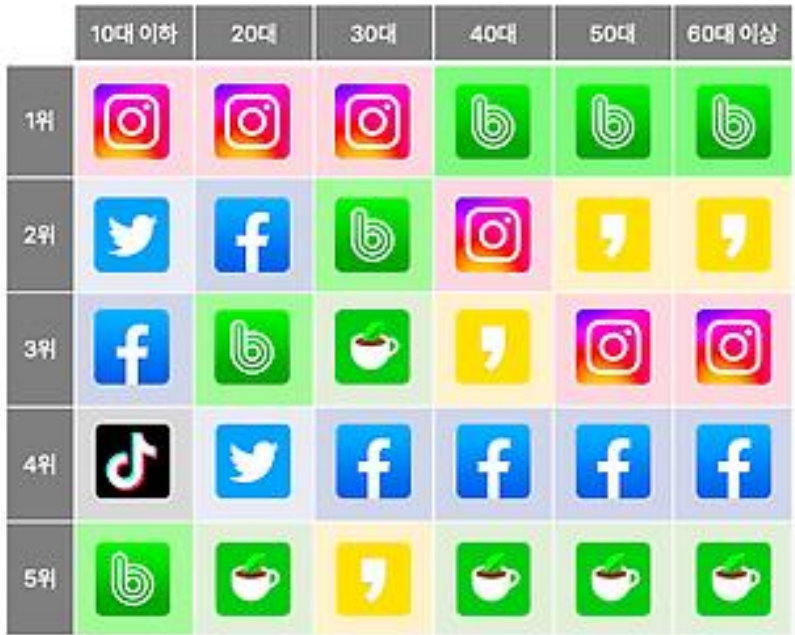
- 한류를 접하는 국내외 유저 대부분 온라인/모바일 플랫폼을 통한 유입이 가장 많음.
- K POP의 주 소비층인 1030 연령층의 경우 인스타,페이스북,트위터 쇼츠 매체를 자주 사용 하며, 자사의 실제 유입 매체 분석 시 구글을 비롯해 해당 매체들이 자리를 하고 있음.

SNS 트렌드 ▶ 한류 유입 분석



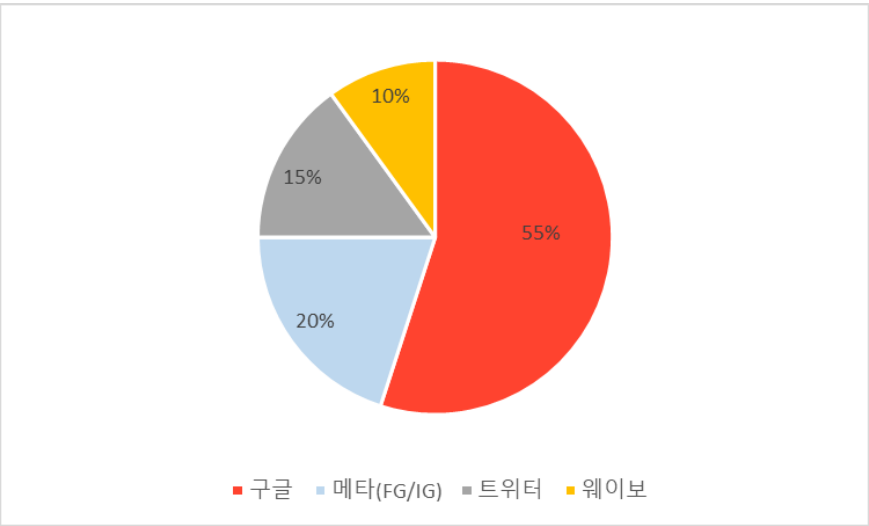
출처: 문화체육 관광부 2022 글로벌 한류 트렌드

SNS 트렌드 ▶ 연령 별 SNS 파급력



출처: 아이지에이웍스 SNS트렌드 리포트

매체 분석 ▶ 트래픽 유입 매체 분석



출처 : 자사몰 유입 분석(GA)

MARKETING PROPOSAL

뮤직플랜트 마케팅 계획

- 국외 거주중인 내국인/외국인에게 해외 자사몰 브랜드 인지도 강화를 위한 캠페인 구성
- 구매, 매출 확대를 위한 자사몰 참여형 프로모션 기획
- 유입 유저 포토카드 증정, 랜덤 사인 앨범 증정 등 프로모션을 통한 구매력 강화
- 리타겟팅 광고를 통한 자사 브랜드 노출

브랜드 인지



구매 / 매출 극대화



재방문/ 재구매



신규 고객 유입

SNS 홍보 채널 확대
트래픽 광고를 통한 신규 유저 확보
고객 CS 대응 강화

콘텐츠 확보

소비자 참여형 이벤트 기획
할인, 추가 상품 프로모션

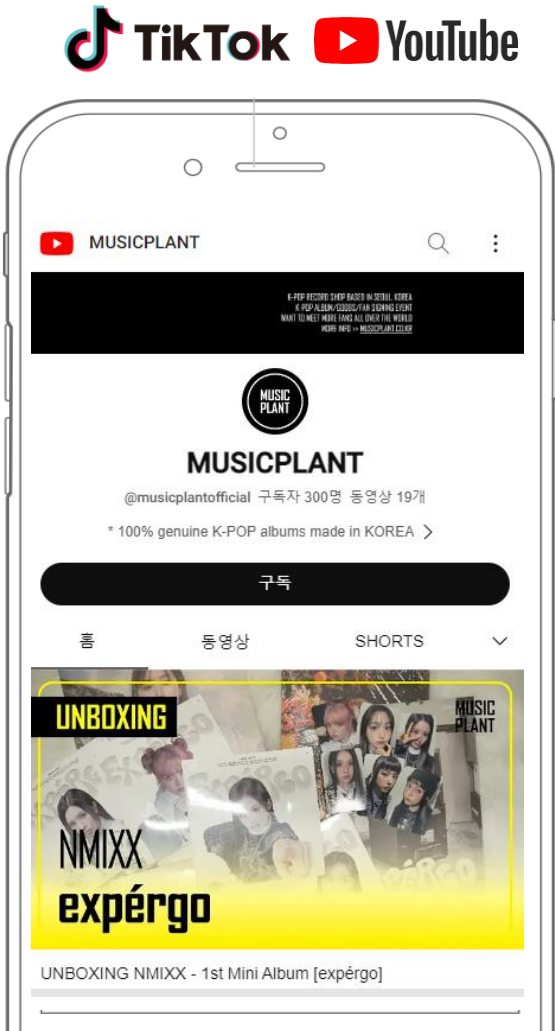
충성고객 확보

리마케팅 캠페인 운영
크로스 셀링 유도
구매 / 매출 극대화

MARKETING PROPOSAL

마케팅 채널 활용(배너 및 영상 캠페인)

- 자사의 CRM 데이터를 통해 브랜드 콘텐츠인 앨범 개봉 영상을 타겟에게 광고 송출하여 자신이 좋아하는 최애 가수의 콘텐츠를 보여줌으로써 신규 모수를 확보
- 확보된 유저에게 GDN 배너 광고 및 PMAx 캠페인을 통하여 해당 영상의 상품을 노출하여 자사몰 유입 및 구매 전환을 유도



MARKETING PROPOSAL

마케팅 채널 활용

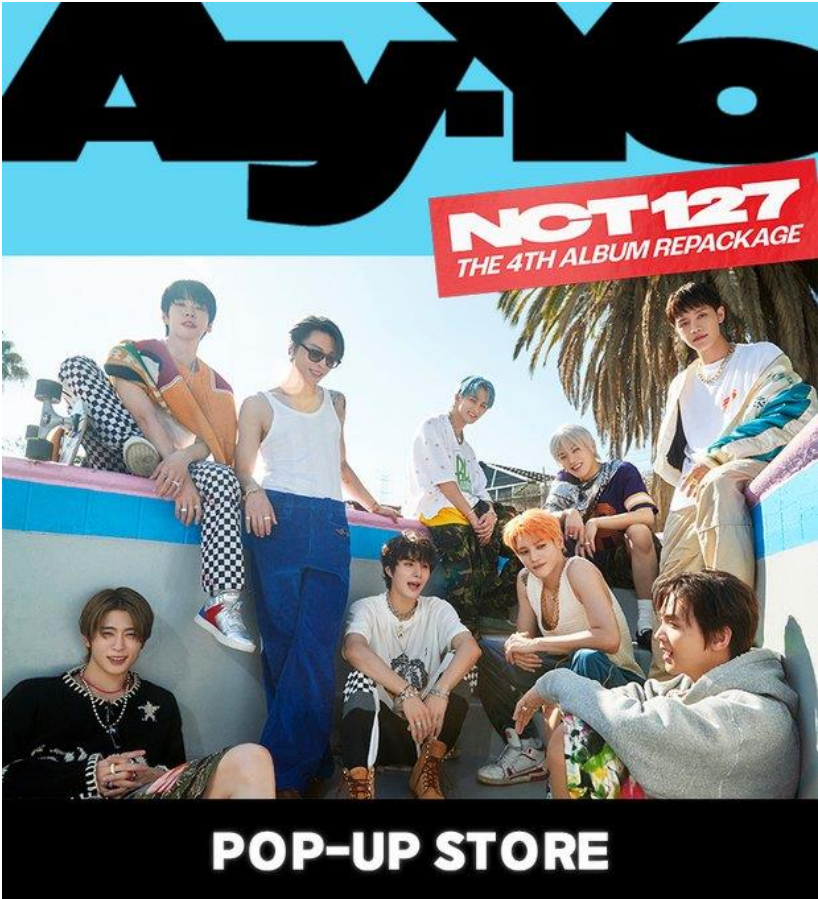
- 앨범 유통사 및 대형 기획사와의 협업을 통한 K-POP 아이돌 팬사인회, 쇼케이스, 럭키드로우 등 다양한 참여형 프로모션 이벤트를 통한 브랜드 인지도 및 구매 전환 확보
- 국내 현장 참여가 어려운 현지 팬들을 위한 영상통화 팬사인회를 통하여, 접근이 어려운 해외팬들 역시 참여할 수 있도록 편의 제공



MARKETING PROPOSAL

마케팅 채널 활용

- 해외 거주 팬들의 요청 사항을 반영하여, 아이돌 가수에게 간식을 대신 전달하여 마음을 전달 할 수 있는 이벤트 및 당첨자에게 친필 사인 앨범 증정 등 해외 고객만을 위한 참여형 이벤트 개최
- 현지 직원과의 협업을 통한 팝업 스토어 개최, 현지 법인 및 국가 별 자사몰 스토어 확장을 통해 해외 고객들의 편의 증진



MARKETING PROPOSAL

뮤직플랜트 마케팅 예상 기대효과

- 구글 유튜브 및 배너 광고를 통한 신규유저 확보 및 브랜드 콘텐츠 소비량 증대
- SNS 참여 및 전환 캠페인 운영을 통한 구매 전환 확보 및 콘텐츠 참여 유도
- 프로모션&이벤트 상품을 통한 리타겟팅 광고 송출, 전환 유도

매체	목적	유입형태
메타	구매 전환 증대	신규 및 재방문 유저
구글	브랜드 인지도 강화	신규 유입 유저
틱톡	숏츠 영상을 통한 브랜드 이미지 강화	신규 및 재방문 유저
트위터	프로모션 이벤트 통한 신규 유저 확보 및 구매 전환 증대	신규 및 재방문 유저

구분	광고 매체	예산	지면	노출	클릭	전환율	객단가	전환수	전환매출	예상 ROAS
DA	META	8,000,000	페이스북 & 인스타그램	444,444	20,000	4.50%	₩130,000	900	117,000,000	1463%
		8,000,000		444,444	20,000					
DA	구글	5,000,000	GDN	833,333	25,000	1.30%	₩130,000	325	42,250,000	845%
		5,000,000	Youtube	666,667	20,000	2.00%	₩130,000	400	52,000,000	1040%
		4,000,000	PMAX	444,444	13,333	2.50%	₩130,000	333	43,333,333	1083%
		14,000,000		1,944,444	58,333					
DA	크리테오	3,000,000	리타겟팅	500,000	15,000	2.50%	₩130,000	375	48,750,000	1625%
		3,000,000		500,000	15,000					
DA	틱톡	5,000,000	신규	400,000	20,000	2.50%	₩130,000	500	65,000,000	1300%
		5,000,000		400,000	20,000					
DA	트위터	3,000,000	신규	240,000	12,000	3.50%	₩130,000	420	54,600,000	1820%
		3,000,000		240,000	12,000					
	Sub Total	33,000,000		3,528,889	125,333			3,253	422,933,333	1311%
Total		33,000,000		8,333,600	133,333			3,253	422,933,333	1311%

* 위 표기된 효율은 업종 카테고리 평균치로 캠페인마다 상이할 수 있습니다.
* 표기된 모든 수치는 기집행 결과를 바탕으로 한 추정 예측치 입니다.