

오버뷰 마케터



안녕하세요, 폭넓은 관점으로 데이터를 바라보는 마케터 유현종입니다.



새하얀 백지를 채워가는 마케터 유현종입니다.

YOO HYUNJONG

1996.01.06

서울시 은평구 불광동

M. 010-6425-2654

E. guswhd956@naver.com

EDUCATION

2020.02 우송정보대 외식조리학 졸업

2014.02 서천고등학교 졸업



EXPERIENCE

- 2020.08 ~ 2022.03 뮤직플랜트 팬마케팅 프리랜서 근무
배너 제작, HTML 수정, 이벤트 현장 근무
- 2021.10 디지털 트렌드 코리아 프로젝트 인턴
- 2021.11 -
- 2021.10 2021년 MZ 굿즈 공모전 수상
- 2021.11 -
- 2021.10 도와세움 디지털 마케팅 에센셜 수료
- 2021.11 -
- 2019.07 코엑스 야쿠아리움 이벤트 STAFF
손님 동선 안내
- 2019.08 -
- 2017.07 라그릴리아 주방 STAFF
3rd cook
- 2017.08 -
- 2016.03 롯데월드 어트랙션 근무
탑승 멘트 및 손님 동선, 스케줄 관리
- 2017.01 -
- 2015.02 코리아브레오 사무보조
사무보조 및 백화점 판매
- 2015.07 -



QUALIFICATION

2021. GAIQ
- 2021 컴퓨터 활용능력 1급
2020. GTQ 포토샵 1급
- 2018 한식조리기능사
- 2014 운전면허증(1종보통)



PROGRAM SKILLS



STRENGTHS



적응력

트렌드에 빠르게 반응



호기심

무엇이든 배우려고 노력함



책임감

주어진 임무에 책임을 다해 수행

INDEX

DIGITAL MARKETING

01 효율개선프로젝트

프로젝트 개요
광고 소재 및 랜딩페이지 제작
전환증대 A/B 테스트
소구점 A/B 테스트
채널 테스트
상세페이지 최적화 테스트
프로젝트 총정리

02 마케팅 솔루션 제안

산업분석 및 고객 여정 분석
마케팅 솔루션 제안

03 네이버 스마트스토어 운영

스마트 스토어 개설 및 운영
네이버 파워링크 집행
네이버 쇼핑검색광고 집행

04 광고 채널의 이해

구글 애즈 / 유튜브 광고
카카오 비즈보드 / DA
네이버 GFA

05 데이터 분석 툴

UTM / Google Analytics
Google Tag Manager / Optimize
Python / SQL / HTML / CSS / JQUERY

WORK EXPERIENCE

CONTENTS 01

팬사인회 랜딩페이지 제작
팬사인회 이벤트 배너 제작

CONTENTS 02

SNS 콘텐츠 제작

CONTENTS 02

클론 코딩
개인 포트폴리오 코딩
웹사이트 Section 코딩
프리미어 프로 영상물 제작

효율개선 프로젝트

기간 21.10 ~ 21.11
참여인원 5명
기여도 40%

Overview

- ✓ 시장 분석을 통한 브랜드 및 제품 컨셉을 도출하고 상품을 기획할 수 있습니다.
- ✓ 산업 및 기업분석을 통해 고객 페르소나를 도출하고 구매 예정 별 솔루션을 제시할 수 있습니다.
- ✓ A/B테스트를 통한 광고 소재 도출 및 채널 테스트를 통해 효율적인 채널을 도출할 수 있습니다.
- ✓ 구글 옵티마이즈를 활용한 랜딩페이지 최적화를 진행 할 수 있습니다.

Insight

- ✓ 온라인 광고 세팅/집행 경험을 통한 실무 경험 획득
- ✓ GA,GTM,GO 등 데이터 툴 활용/분석 능력 증대
- ✓ 데이터를 기반으로 한 효율적인 광고 집행 계획 도출
- ✓ 제안서 작성 및 PT를 통한 논리력과 설득력 제고

● 프로젝트 개요

환경 분석을 통한 브랜드 설립 및 제품 제작 퍼포먼스 마케팅을 통한 디지털 마케팅 기획/전략 수립

■ 산업 환경 분석

- ✓ 소비자들의 스마트폰 교체가 활발히 이루어지며 이에 따른 폰케이스에 대한 관심이 증가하고 있는 추세임을 확인
- ✓ 시장 분석 및 검색어 트렌드를 통해 MZ세대 및 여성의 검색 비율이 높음을 확인
→ 미닝아웃, 가치소비에 관심이 많음

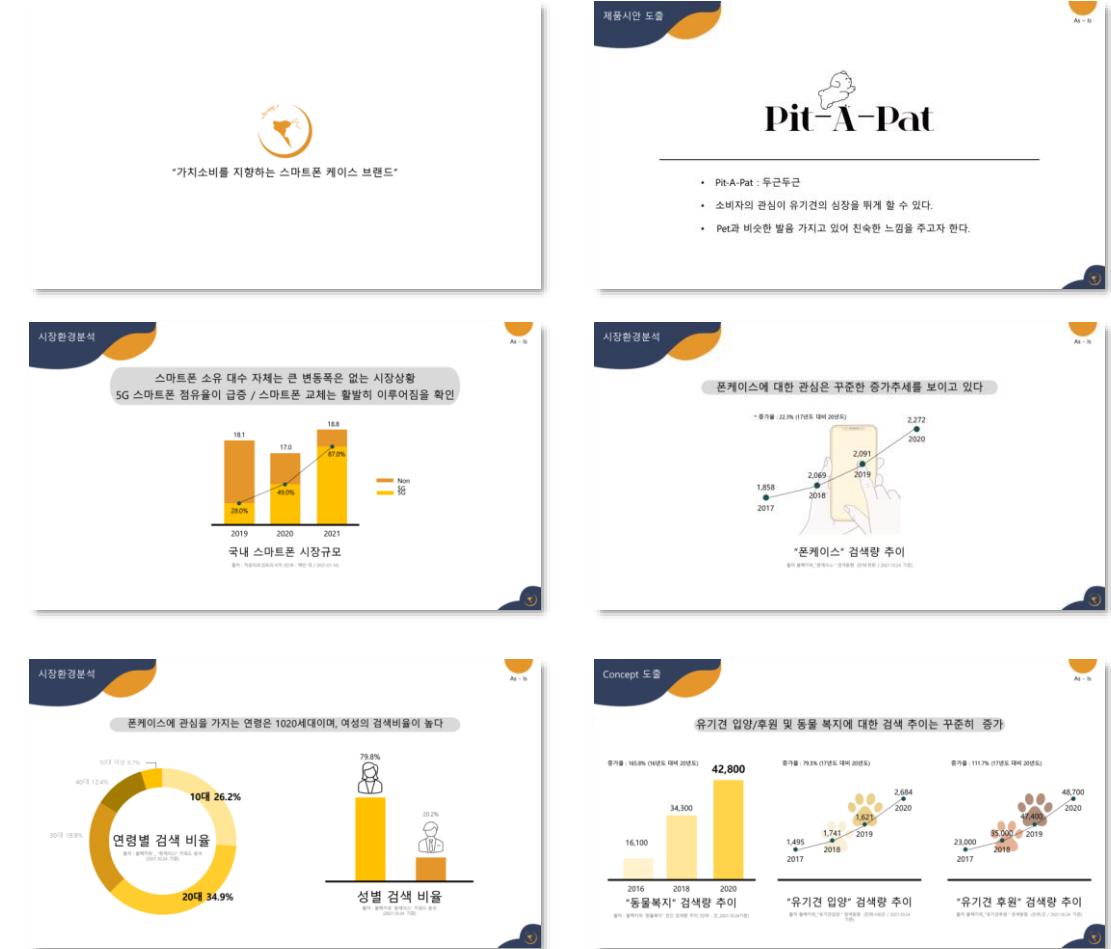
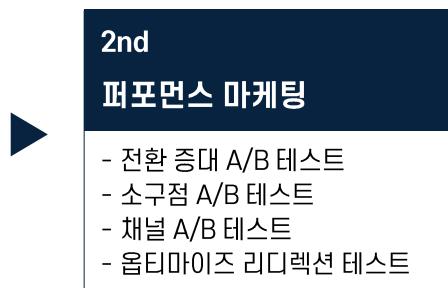
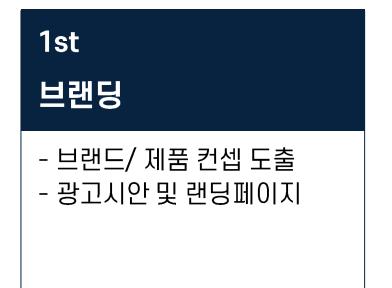
■ 브랜드 설립

- ✓ MZ세대들의 구매결정요인인 디자인과 가치소비를 접목한 브랜드 설립

■ 제품 컨셉 도출

- ✓ '소비자의 관심이 유기견의 심장을 뛰게 할 수 있다'라는 의미로 Pit-A-Pat 단어와 비숑 강아지를 모델로 휴대폰 케이스 디자인 및 제작

■ 캠페인 요약

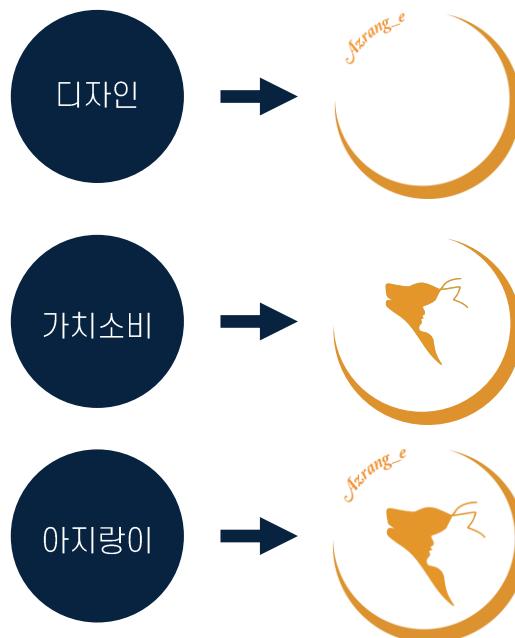


• 브랜드 및 제품 컨셉 도출

BRAND OVERVIEW

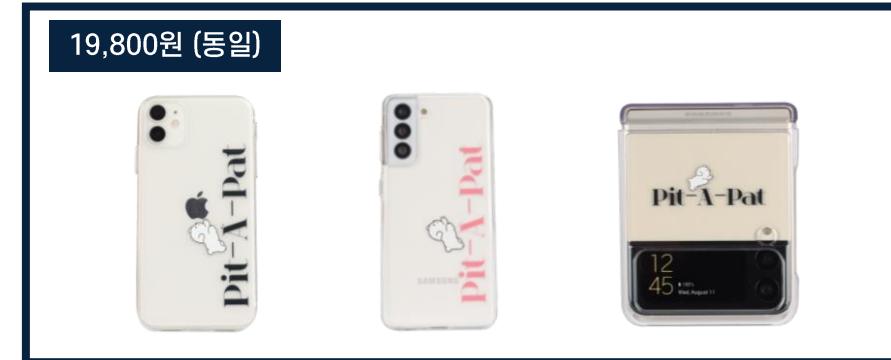
- ✓ 디자인 소구를 위한 모던한 분위기의 브랜드 표현
- ✓ 사람과 애견이 공존하는 부드러운 느낌의 가치소비 표현
- ✓ 따듯한 봄날 피어 오르는 '아지랑이' 단어 채용

VISUAL MOTIF



PRODUCT OVERVIEW

Pit-A-Pat(두근두근) + 귀여운 강아지 심볼
→ 가치소비 + 디자인 요소를 함께 주어 전환 효과 창출



분류 / 기업	우니베르숨	아우른	메이드모먼	ate
분석 리뷰수	100건	100건	200건	100건
미관 (디자인)	73	100	160	90
의미 (유기견 / 기부)	53	57	156	42
소재	24	11	41	12
기타	7	5	13	51
가격	19,500원	20,800원	17,500원	20,500원

리뷰 분석기준 : 하나의 리뷰에서 복합적인 구매요인 추출

- ✓ 디자인 + 가치소비 → 디자인 및 가치소비에 관한 리뷰가 주를 이루고 있음.
- ✓ 리뷰 분석 경쟁사 평균 가격 → 약 19,575원

광고 시안 제작 및 랜딩페이지 제작

환경 분석을 통한 브랜드 설립 및 제품 제작

광고시안 제작

3C분석과 검색량 분석을 통해 디자인과 가치소비라는 두가지 소구점 선정 후 광고 시안 제작

광고 소재

[A안, 가치소비 소재] 감성을 자극하는 이미지, 텍스트를 이용하면 주요 타겟이 반응할 것이다.
 [B안, 디자인 소재] 패션잡화 역할 및 트렌디한 디자인에 반응할 것이다.

[A안, 가치소비 소재]

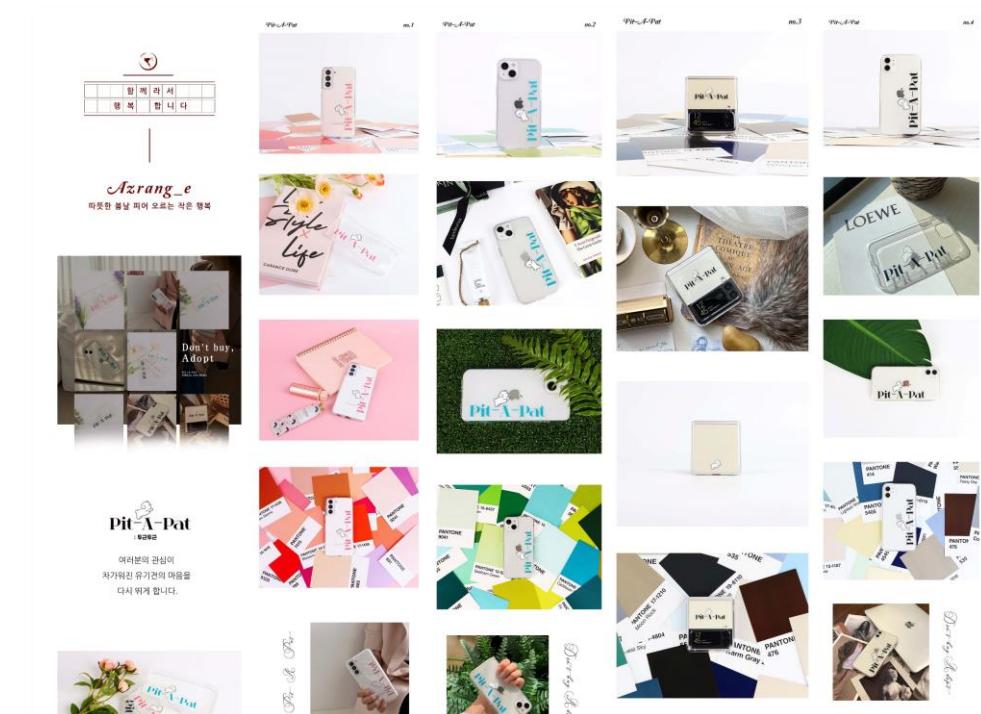


[B안, 디자인 소재]



랜딩페이지 제작

- ✓ 툰앤매너를 맞춘 깔끔한 상세 페이지 구성
- ✓ 일상 사진 및 브랜드 스토리를 이용한 구매 전환 유발



● 전환 증대를 위한 A/B 테스트 1차 - 2차 - 3차 - 4차

Objective 전환 증대를 위한 A/B 테스트

Key Result 전환수

광고 소재 상세



[A안, 가치소비 소재]

[B안, 디자인 소재]

광고 집행 개요

채널 : 인스타그램

일정 : 21.11.07 17:00 ~ 21.11.09 00:00

타겟 : 대한민국 / 모든 성별 / (만) 18~45세 / 모든 시간대

일 집행 예산 : 25,000원 (소재 별 12,500원)

실 집행 예산 : 34,364원 (소재 별 17,182원)

광고 분석 내용

: Channel data

: GA data

소재	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)	이탈률	세션시간	전환수
디자인	2,072	2,030	56	2.70%	307원	56.34%	0:01:07	1
가치소비	1,994	1,964	65	3.26%	264원	75.00%	0:00:27	0

- ✓ CTR/CPC는 가치소비가 더 좋게 나타났으나 디자인 소구점에서 KR인 전환이 발생함
- ✓ 따라서 디자인 소구가 더 고관여 유저의 유입에 유리하다 판단

A소재 주요 클릭 연령 분석

	구분	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)
연령	18-24	1,222	1,198	28	2.29%	280원
	25-34	680	665	20	2.94%	342원
	35-44	168	166	7	4.17%	328원
	45-55	6	6	1	16.67%	194원
성별	남성	296	291	9	3.04%	305원
	여성	1,776	1,740	47	2.65%	307원
	분류불가	4	4	-	-	-

- ✓ 18~24세 : 가장 높은 노출수 / 클릭수를 보여주어 고품질 유저로 판단 → main 타겟으로 선정
- ✓ 25~44세 : 우호적인 CTR 지수가 도출 → sub 타겟으로 선정
- ✓ 45~55세 : 상세 타겟팅에서 제외하였으나 노출 이슈 발생 → 해석에서 제외

인사이트

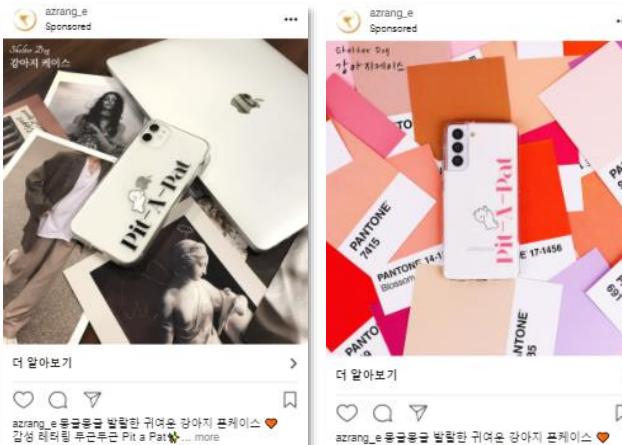
- ✓ 분석결과 핸드폰 케이스 메인 구매 결정 요인은 디자인요소 서브 구매 결정요인은 가치소비로 파악
- ✓ 가치소비가 유입에는 이점이 있지만 구매결정요인에서는 디자인 요소가 더욱 크게 작용함을 파악
- ✓ 디자인 요소를 Main으로 설정 및 연령, 성별 유지 → 디자인 소구점 도출을 위한 2차 테스트 진행

● 효율적인 소구점 파악을 위한 A/B 테스트 1차 -2차 - 3차 – 4차

Objective 효율적인 소구점 파악

Key Result CPC, CTR

광고 소재 상세



[A안, 무채색 소재]

[B안, 채색 소재]

광고 소재 상세

채널 : 인스타그램

일정 : 21.11.10 02:00 ~ 21.11.11 02:00

타겟 : 대한민국 / 모든 성별 / (만)18~45세 / 모든 시간대

일 집행 예산 : 25,000원

일 집행 예산 : 28,254원

소재 선택



- 전체 스마트폰 이용자들이 가장 선호하는 색상
- 패션잡화 카테고리에서 무채색의 선호도가 가장 높은것으로 파악
- 이를 통해서 무채색 소재를 활용하여 A/B테스트를 진행



- 갤럭시 / 아이폰 모두 신상 스마트폰에 핑크색이 포함 되어 있음
- 주요 타겟인 MZ세대의 신상 스마트폰 예약률이 가장 높음
- 그 중 핑크색의 예약률이 가장 높다는 점을 파악
- 이를 통해 핑크색 채색소재를 활용하여 A/B테스트를 진행

광고 분석 내용

소구점	광고 비용	노출수	도달수	전체클릭	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)
채색	15,400원	2,185	2,149	55	44	2.01%	350원
무채색	13,051원	1,208	1,196	37	34	2.81%	384원

- ✓ 같은 예산으로 광고를 집행 하였으나 노출수에서 큰 차이를 보였기 때문에 CTR은 해석에서 제외
- ✓ 채색 소재에서 더 낮은 CPC를 나타내고 있으므로 채색소재를 선정

인사이트

- ✓ 우리의 주 타겟들의 트렌드를 반영한 색감이 훨씬 더 효율적이라는 성과를 나타냄을 확인
- ✓ 소구점 테스트를 통해 주 타겟에 맞는 트렌드 파악이 중요함을 인지
- ✓ 채색 소재를 이용한 각 플랫폼별 광고 성과 도출을 위한 A/B 테스트 진행

● 채널 선정을 위한 채널별 테스트 1차 -2차 - 3차 - 4차

Objective 4개의 채널 중 광고 고효율 채널 선정

Key Result CPC

광고 소재 상세



광고 분석 내용

: Channel data

: GA data

소재	광고집행 비용	노출수	도달수	링크클릭	CTR (링크)	CPC (링크)	이탈률	세션시간	전환수
페이스북	25,000원	4,341	3,780	84	1.94%	298원	68.13%	00:27	1
인스타	25,000원	1,935	1,779	77	3.98%	325원	62.92%	00:26	1
Kakao	25,190원	28,067	21,740	46	0.16%	548원	79.17%	00:09	0
GFA	21,991원	7,851	7,635	36	0.46%	611원	74.07%	00:10	0

- ✓ 페이스북이 CPC를 포함하여 제일 효율적인 채널로 지표가 나타남
- ✓ 카카오가 노출수가 높아 고객의 인지 증대 및 유입의 가능성에 높을 수 있다는 결론 도출
- ✓ 인스타그램이 CPC는 페이스북보다는 높지만 전환수/ 낮은 이탈률을 나타냄
- ➔ 타 채널에 비해 전환 가능성이 높으므로 향후 지속 분석해야 할 채널로 판단

광고 소재 상세

채널 : 인스타그램/페이스북/카카오모먼트/네이버GFA

일정 : 21.11.13 ~ 11.14 (00:00~00:00 / 48Hour)

타겟 : 대한민국 / 여성 / (만)18~40세 / 04:00 ~ 06:00 제외

집행 예산 : 100,000원 (각 채널 25,000원)

인사이트

- ✓ MZ세대가 주로 이용하는 페이스북과 인스타그램에서 의미있는 결과치가 도출
- ✓ 채널 테스트를 통해 많은 노출량이 상품 인지에 비해 전환에 직접적인 관련성이 없다는 것을 파악
- ✓ 페이스북 채널을 이용한 옵티마이즈 리디렉션 테스트 진행

● 구매 전환을 위한 랜딩 최적화 [스크롤 텁스 분석(4차) – 옵티마이즈 리디렉션 테스트(4차)]

Objective 가능성이 높은 랜딩페이지 도출

Key Result 전환수

스크롤 텁스

이벤트액션	사용자	이탈률
이벤트 발생	81	-
10%	62	23.5%
25%	52	16.1%
50%	38	26.9%
75%	30	21.0%
90%	23	23.3%
클릭	6	-

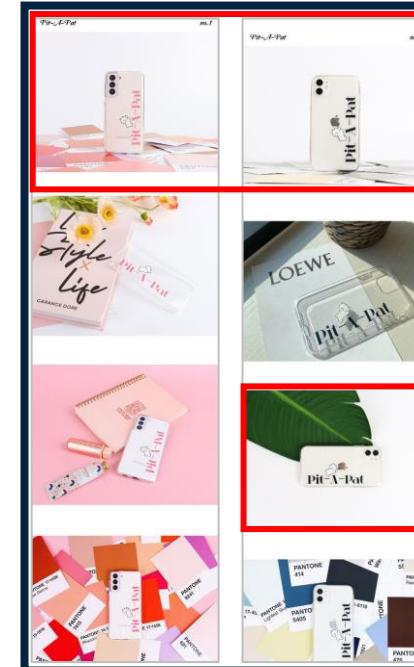
100 - {(이탈 후 사용자 / 이탈 전 사용자) * 100}

- ✓ 50%~75% 부분에서의 이탈이 가장 많이 나타남
- 반복적인 구조의 지루한 랜딩페이지 구성 때문이라 원인을 분석

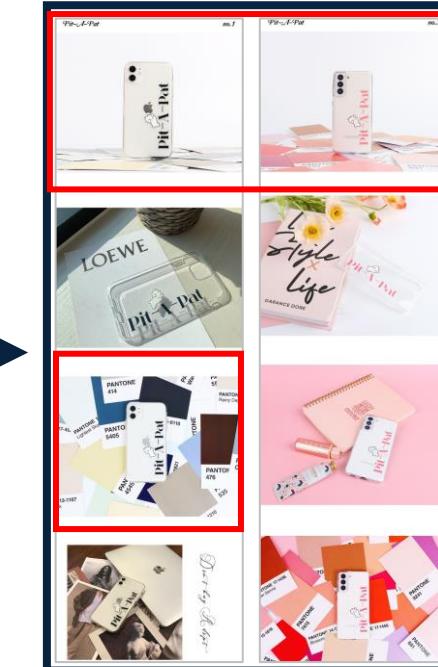
랜딩페이지 개선

- ✓ 전환이 발생한 “Dark Black”과 같은 어두운 색상 제품 상단 배치
→ 반복되는 듯한 무의미한 사진 제거

> 원본 페이지



> 대안 페이지



● 구매 전환을 위한 랜딩 최적화 [스크롤 데스 분석(4차) – 옵티마이즈 리디렉션 테스트(4차)]

Objective 가능성이 높은 랜딩페이지 도출

Key Result 전환수

스크롤 데스

[기존 랜딩페이지]

이벤트액션	사용자	이탈률
이벤트 발생	98	-
10%	57	41.8
25%	46	19.3
50%	30	34.8
75%	21	30
90%	17	19.0
클릭	4	-

[개선 랜딩페이지]

이벤트액션	사용자	이탈률
이벤트 발생	117	-
10%	69	41.0
25%	48	30.4
50%	33	31.3
75%	24	27.3
90%	18	25
클릭	11	-

✓ 개선 랜딩페이지가 기존 랜딩 페이지 보다 낮은 이탈률/클릭률을 보이고 있음

광고 소재 상세

채널 : Facebook

일정 : 21.11.16 ~ 11.17 (00:00~00:00 / 48Hour)

タ겟 : 대한민국 / 여성 / (만)18~40세 / 04:00 ~ 06:00 제외

집행 예산 : 104,000원 (일 예산 52,000원)

광고 분석 결과

: Channel data

: GA data

소재	비용	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)	이탈률	세션시간	전환수
FB	104,000	19,893	16,992	222	1.12%	468	66.76%	00:14:00	0

- ✓ 광고성과에서는 이전보다 CTR이나 CPC에서 유의미한 결과가 도출되지 않았으나 GA 보고서에서는 낮은 이탈률을 보여주고 있음

옵티마이즈 리디렉션 테스트 분석 결과

지면 구분	세션수	세션당 페이지수	평균 세션 시간	새로운 세션 (%)	구매버튼 클릭률	이탈률
원본 페이지	104	1.73	00:00:32	90.38%	3.85%(4)	61.54%
대안 페이지	107	1.64	00:00:39	90.65%	6.54%(7)	65.42%

- ✓ 원본 페이지와 대안 페이지를 비교하였을 때는 대안 페이지에서 평균 세션 시간과 목표 전환률(구매버튼 클릭률)이 더 효율적으로 도출됨

인사이트

- ✓ 전환이 발생한 제품의 사진을 상단에 배치하고, 무의미한 사진을 줄였을 때 보다 좋은 구매 행동이 나타남
- ✓ 제품에 대한 상세설명을 제공한다면 고객의 구매 가능성이 더 높아질 것으로 판단

● 프로젝트 총정리

전환 증대

디자인이 가치소비보다 전환에 큰 기여함을 발견



소구점 도출

채색이 무채색보다 효율적



채널 도출

페이스북이 가장 효율적인 채널



랜딩페이지 도출

대안페이지가 효율적임을 발견

소재	광고집행비용	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)	이탈률	세션시간	전환수
디자인	17,182	2,072	2,030	56	2.70%	307원	56.34%	0:01:07	1
가치소비	17,182	1,994	1,964	65	3.26%	264원	75.00%	0:00:27	0

소구점	광고집행비용	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)	이탈률	세션시간	전환수
채색	15,400원	2,185	2,149	44	2.01%	350원	71.43%	0:00:08	0
무채색	13,051원	1,208	1,196	34	2.81%	384원	68.29%	0:00:21	0

소재	광고집행비용	노출수	도달수	링크클릭	CTR(링크)	CPC(링크)	이탈률	세션시간	전환수
페이스북	25,000원	4,341	3,780	84	1.94%	298원	68.13%	00:27	1
인스타	25,000원	1,935	1,779	77	3.98%	325원	62.92%	00:26	1
Kakao	25,190원	28,067	21,740	46	0.16%	548원	79.17%	00:09	0
GFA	21,991원	7,851	7,635	36	0.46%	611원	74.07%	00:10	0

지면 구분	세션수	세션당 페이지수	평균 세션 시간	새로운 세션 (%)	구매버튼 클릭률	이탈률
원본 페이지	104	1.73	00:00:32	90.38%	3.85%(4)	61.54%
대안 페이지	107	1.64	00:00:39	90.65%	6.54%(7)	65.42%

아지랑이 핸드폰 케이스는 디자인(채색)을 강조한 광고 소재를 사용하는 것이 효율적이며, 랜딩페이지는 핵심만을 추린 간결한 정보전달형이 전환 가능성성이 더 높음.



랭큐캠핑 마케팅 솔루션 제안

기간 21.11 ~ 21.12
참여인원 1명
기여도 100%

Overview

- ✓ 산업 분석과 소비자/경쟁사 분석을 바탕으로 고객 구매 예정별 문제점에 대해 도출할 수 있습니다.
- ✓ 문제점 해결을 위한 마케팅 솔루션을 제안하고 이를 논리적으로 설명할 수 있습니다.
- ✓ 디지털 마케팅 솔루션을 진행하기 위한 광고 일정과 미디어 믹스를 구체적으로 제시할 수 있습니다.

Insight

- ✓ 데이터 해석 역량 증대
- ✓ SNS 채널 활용 이해도 증가
- ✓ 미디어 믹스 작성률 통한 매체 이해도 증가

● 산업분석 및 고객 예정 분석

산업 분석

→ 캠핑 산업의 발전 가능성과 투자 가치에 대해 주목

3C 분석

산업 분석과 이용자 분석을 통해 3040 남녀를 메인, 20대를 서브 타겟으로 설정
경쟁사 분석 및 자사 분석을 통한 자사 차별점 도출
→ ‘전문성’과 ‘편리성’이 자사의 강점임을 파악

The infographic compares current (AS-IS) and target (TO-BE) Instagram usage across four categories: Internal Employees, External Customers, Internal Guests, and External Suppliers.

AS-IS Status:

- Internal Employees: 100% usage
- External Customers: 5% usage
- Internal Guests: 0% usage
- External Suppliers: 0% usage

TO-BE Plan (2021 Target):

- Internal Employees: 100% usage
- External Customers: 2889 users
- Internal Guests: 2176 users
- External Suppliers: 5226 users

Key Takeaway: The TO-BE plan aims to significantly increase external customer usage, reaching over 2,800 users by 2021.

The screenshot displays the 'Digital Transformation' section of the website. It features a large banner for 'Digitalization of Cultural Services' with a sub-project titled 'Digitalization of Cultural Services - Cultural Events'. Below the banner, there's a call-to-action button labeled 'Check it out!'.

The main content area includes several sections:

- Project Overview:** A summary table with columns for 'Project Name', 'Project Leader', 'Completion Status', and 'Completion Date'.
- Project Progress:** A progress bar indicating completion at 100%.
- Project Details:** A detailed table with rows for 'Project Name', 'Project Leader', 'Completion Status', and 'Completion Date'.
- Project Progress:** A progress bar indicating completion at 100%.
- Project Details:** A detailed table with rows for 'Project Name', 'Project Leader', 'Completion Status', and 'Completion Date'.
- Project Progress:** A progress bar indicating completion at 100%.
- Project Details:** A detailed table with rows for 'Project Name', 'Project Leader', 'Completion Status', and 'Completion Date'.

고객 여정별 문제점 분석

앱 정보 검색을 통해 ‘낮은 시장 점유율과 인지도 부족’ 문제점 도출

‘SNS채널의 소극적인 활용과 광고 미집행’에 대한 문제점 도출

서비스 제공 현황 분석을 통해 ‘결제시스템 및 적은 제휴업체’ ‘직관적이지 않은 로고 디자인’이라는 문제점 도출

AS-IS	OVERVIEW AS-IS TO-BE ACTION PLAN
고객 맞춤형 서비스 및 분야별 도출	
문체체 육성 시장점유율로 인한 인지도 부족	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 우리 문화예술을 자랑하는 관광명소를 활용한 페스티벌 후기 홍보 채널 확장 ✗ 최근에는 홍보와 관련되는 내용은 찾을 수 있지만 관광 명소에 대한 감상평이나 이야기는 찾기 어렵다. ➡ 관광 시리즈 콘텐츠 기획으로 홍보 및 확장 	
네이버 블로그 찾기	
네이버 청과즙 검색창	
네이버 홍보점검	

AS-IS

고객 구매 예상 분석 및 문제해결 도출

문화체육관광부 소셜미디어 채널 활용

- ① 대외적인 민관 학술 SNS 채널 운영(온라인 컨퍼런스 개최 등)
- ② 400만 명 이상하는 팬페이지(공식 미디어 채널 운영) 확장
- ③ 팔로워 관리 기능(팔로워수 모니터링)·콘텐츠의 구매 이동으로
- SNS 대외 커뮤니케이션 활용

YOUTUBE & INSTAGRAM

BLOG & BAND

AS-IS

고객에게 분석 및 문제점 도출

문제점 2 낮은 브랜드 로고 및 광고의 부재

- ✓ 2000년 대중음악 주제로 판매하는 노래 중에는 본래 노래 제작 당시 있는 홍보
✓ 홍보 노래를 듣거나 노래 정보는 노래마다 노래 제작 당시에는
▶ 노래 제작 당시 및 노래 제작 당시에는 노래를 듣거나 노래 정보를 찾을

다. 결혼식장 광고
부록: 웨딩홀 광고 찾기



결혼식장 광고
주제로 찾고






● 마케팅 솔루션 제안

인지

SNS광고 및 검색 페이지 개선

- ✓ 브랜드 노출 강화로 인지도 상승/관여 유도
- ✓ 검색 포털을 이용한 고객을 대상으로 유입을 유도
- ✓ 리뷰 이벤트를 통한 어플 상위 노출

The image displays three examples of digital marketing solutions:

- 어플리케이션 리뷰 이벤트:** A mobile application review event poster titled "놀면 뭐 할래? 리뷰 쓸래?" (What do you do when you play? Write a review?). It features a yellow van and two people, with a green landscape background.
- 인스타그램 광고:** An Instagram sponsored post from "땡큐캠핑" (@thank_q_camping) featuring a night view of a modern tent and a sunset over a lake.
- 네이버 브랜드 검색 광고:** A search result page for "땡큐캠핑" showing various camping locations like "내륙 캠핑장 예약" (Inland Camping Reservation), "프라이빗 캠핑" (Private Camping), and "오늘의 특가" (Today's Special).

고려/탐색

SNS 콘텐츠 업데이트

- ✓ 콘텐츠를 주제별로 정리하여 콘텐츠의 전달력 향상
- ✓ 다양한 숙소 정보 업로드를 통한 소비자 관심 유도
- ✓ 이벤트를 통한 언더미디어 활성화
- ✓ 브랜드 메시지를 녹인 동영상 콘텐츠 제작

The image displays three examples of content marketing solutions:

- SNS 이벤트(예시):** An Instagram-style event post for "#태그 이벤트" (#tag event) with the caption "인스타그램 #태그 이벤트" and a small image of a campsite.
- 유튜브 콘텐츠(예시):** A cartoon video titled "포기없는 캠핑지 TOP 10" (Top 10 Camping Spots That Never Give Up) featuring a character with blonde hair and a speech bubble.
- 네이버 포스트 시리즈(예시):** A series of posts from the Naver blog "땡큐캠핑" (@thank_q_camping) showing various travel and camping experiences.

• 마케팅 솔루션 제안

전환

서비스 유저 유입 최적화

- ✓ 비즈니스 센터를 개설 제휴점에게 다양한 정보 제공
- ✓ 간편한 입점, 혜택 제공을 통해 제휴 전환 극대화
- ✓ 직관적인 로고 디자인을 통한 어플 사용자 유입 증대
- ✓ 많은 제휴 업체 계약 → 업체 별 전자결제 시스템 도입
→ 소비자 이탈 최소화

The screenshot shows the Thank Q Camping Business Center interface. It features a large background image of a campsite at sunset. On the left is a login form for 'Business Center Logon'. To the right are several cards displaying real-time data: '업체 정보 등록' (Business Registration), '소개 작성' (Profile Creation), '이용규칙 관리' (Usage Rules Management), and '객실 관리' (Room Management). Below these are sections for '공지사항' (Announcements) and '예약 결제 현황' (Reservation and Payment Status), which includes a table with columns like '예약 번호' (Reservation No.), '날짜' (Date), '예약주' (Booking Agent), and '예약상태' (Booking Status).

비즈니스 센터 업데이트



로고 디자인 개선
어플리케이션 사용자 유입

The homepage of the Thank Q Camping official website. It features a large banner image of a campsite with a red and white van. Below the banner are three smaller images: one of a campfire at night, one of two people interacting, and one of a smartphone displaying the app interface. The main text on the page reads '땡큐캠핑 비즈니스 공식 홈페이지' (Official Website of Thank Q Camping Business), '비즈니스 성공파트너 땡큐캠핑비즈니스 HOSPITALITY & TECH', and '제휴부터 광고까지, 토탈 솔루션 제안! 캠핑사이트 · 운영솔루션 · 입점/광고 · 02-6000-2288'.

브랜드 검색 광고 등록

The screenshot shows the Thank Q Camping mobile application. At the top, there's a banner asking '제휴점 추가 혜택도 있나요?' (Do you have additional benefits for franchise stores?). Below this are sections for '실시간 예약 시스템 오픈!' (Real-time Reservation System Launch!) and '아래 정보를 모두 입력하시고 숙소 등록을 완료하세요.' (Please enter all the information and complete the accommodation registration). A large blue button labeled '업체 정보 등록' (Business Information Registration) is prominent. The bottom of the screen shows icons for '마이페이지' (My Page), '소개 작성' (Profile Creation), '이용규칙 관리' (Usage Rules Management), and '객실 관리' (Room Management).

제휴 업체 혜택 및 입점
고객 이탈 최소화

출처: 여기어때 비즈니스센터



네이버 스마트 스토어

기간 19.12 ~ 21.11
참여인원 1명
기여도 100%

Overview

- ✓ 네이버 스마트 스토어를 개설하고 운영할 수 있습니다.
- ✓ 파워링크와 쇼핑검색 광고를 집행할 수 있으며,
키워드 그룹핑 전략을 통해 키워드와 입찰가를 관리하고 광고의 효율을 높일 수 있습니다.
- ✓ 네이버 키워드 도구, 데이터랩을 활용하여 트랜드 및 키워드를 분석해 제품을 선정할 수 있습니다.

Insight

- ✓ 키워드 분석 역량 증대
- ✓ 네이버 SA 이해도 증가 및 실무 경험 획득
- ✓ 키워드 관리 및 그룹핑에 대한 이해도 증대

● 스마트 스토어 개설 및 운영

제품 선정

- ✓ 네이버 키워드 도구, 데이터랩을 통해 검색어 트렌드 확인
- ✓ 많은 사람들이 검색한 '강아지 장난감' 선정
- ✓ 아이템 경쟁 강도가 낮은 '강아지 노즈워크' 장난감 선정

스마트스토어 개설 및 제품 등록

- ✓ 강아지와 고양이 용품 전문점을 고려 '아지캣스토어' 개설
- ✓ 아이템 스카우트를 통해 총 검색수, 상품수, 경쟁강도 비교 후 상품명 선정

키워드	모바일 광고 단가	총 검색수	상품수	경쟁강도
강아지이갈이	570	3200	58620	18.32
강아지터그놀이	650	4910	53912	10.98
강아지공장난감	670	400	605248	1513.12
강아지장난감공	860	880	605248	687.78
강아지공	950	3770	722961	191.77
강아지공놀이	970	930	42311	45.5
노즈워크볼	1020	450	78867	175.26
강아지노즈워크장난감	1100	10200	257965	25.29
강아지이갈이장난감	1220	2160	37252	17.25
노즈워크장난감	1390	1440	264754	183.86
강아지노즈워크	1570	18030	288478	16



연관카테고리 조회 결과 (773개)

연관카테고리	기간	기간합계수	평균글자수	평균글자율	증정할도
장난감장난감	PC, 모바일	4,170	25,600	52.1 1.31 %	2.3%
장아지터그놀이	PC, 모바일	330	4,110	0.2 35.7 0.07 %	0.94%
장아지공장난감	PC, 모바일	40	270	0 0 0.00 %	0.00%
장아지터그놀이	PC, 모바일	270	2,650	0.4 10.7 0.16 %	0.43%
대형견장난감	PC, 모바일	230	1,680	2.3 44 1.01 %	2.88%
장아지노즈워크장난감	PC, 모바일	920	9,510	7.9 190.4 0.89 %	2.13%
여행장난감	PC, 모바일	280	1,820	2.7 41.6 1.01 %	2.46%
번개장난감	PC, 모바일	70	360	2 6.4 2.64 %	2.57%



강아지 애견 올인원 노즈워크 터그놀이 치석제거
이같이 공 놀이 장난감 볼

5%

13,000원 12,350원

요리조리쫑쫑님만을 위한 혜택

최대 적립 포인트

→ 기본적립

273원 ?

123원

TIP. 포인트 더 받는 방법

+최대 1,358원

N + 협력상점 최대 5% 적립, 무료 시작 >

494원

N + 협력상점 네이버 혁대카드로 결제 시 >

617원

N 2% 출전포인트로 결제 시 >

247원

N + 협력상점 5% 적립 포기 하시겠어요? →

>

• 스마트 스토어 운영

사업자 등록 및 통신판매업 등록
→ 네이버, 쿠팡 등 이커머스 플랫폼 입점



1688알리바바를 통한 제품 사업(구매대행)
→ 중국 사업을 통한 가격 경쟁력 확보



편의점 택배(사업자) 계약
→ 배송비 절감을 통한 가격 경쟁력 확보



다양한 상품 판매를 통한 이익 창출



• 네이버 검색광고 집행

네이버 파워링크 집행

- ✓ 클릭 효율 및 품질지수를 위해 노출 지면으로 검색매체 – 네이버 및 검색 포털매체를 선택
 - ✓ ‘네이버 통합검색’ 지면을 제외한 지면에 노출 제한 설정
 - ✓ 이미지, 서브 링크 등 확장 소재 등록
 - ✓ Keyword Creator를 사용하여 세부 키워드를 만들어 등록
 - ✓ 키워드별 입찰가 조정을 통해 스마트 스토어 파워링크 최상단 노출

N 반려견치석제거장난감

통합 VIEW 이미지 지식iN 인플루언서 동영상 쇼핑 뉴스 어학사전 지도 ...

파워링크 '반려견치석제거장난감' 관련 광고입니다.

등록 안내

반려견치석제거장난감은 품에잇 | 오픈기념 5% 할인 이벤트

광고 smartstore.naver.com/room8 N Pay + 3%

강아지 노즈워크, 치석제거, 이갈이 장난감

치석제거 장난감	12,350원
강아지 장난감/훈련	12,350원부터
전체상품	13,850원까지

쿠팡 반려견치석제거장난감 | 로켓와우멤버 무제한 무료배송

광고 www.coupang.com

반려견치석제거장난감 특가 고양이용품, 장난감, 한 개만 사도 무료배송 로켓와우
로켓배송 · 로켓직구 · 골드박스 · 로켓프레시

 비나츄 강아지 이갈이장난감 | 오후 3시전 주문 당일발송!

광고 smartstore.naver.com/dabointernatinal N Pay + 3%

반려동물 스트레스해소! 비나츄 인기 천연짓술, No알러지 No칼로리 천연 개껌

비나츄 천연개껌	4,500원부터
----------	----------

<파워링크 검색결과 1위 노출>

• 네이버 검색광고 집행

네이버 쇼핑검색광고 집행

- ✓ 제외 키워드 설정 및 관리로 광고 효율성 제고
 - ✓ 키워드 그룹핑을 통한 입찰가 조정 및 효율적인 키워드 관리
 - ✓ 다차원 보고서를 이용한 검색어 별 노출수, 평균노출순위, 클릭수 확인

가격 3천원 ~ 7천원 1만원 ~ 2만원 HIT 2만원 ~ 3만원 3만원 ~ 5만원 직접입력 원 ~ 원

배송/택배/색상 무료배송 오늘출발 희망일배송 정기구독배송 할인 카드할인 쿠폰 적립 추가할인

색상 선택

전체	가격비교	네이버페이	백화점/홈쇼핑	장보기	쇼핑원도	해외직구
297,688	9,484	130,048	45,226	67	2,213	45,023

네이버 랭킹순 · 낮은 가격순 · 높은 가격순 · 등록일순 · 리뷰 많은순 · 리뷰 좋은순

쇼핑몰선택 ▾ 상품타입(전체) ▾ 40개씩 보기 ▾

 강아지 예쁜 울진원 노즈워크 터그놀이 치석제거 이갈이 공 놀이 장난감 불
광고 ① 12,350원
생활/건강 > 반려동물 > 강아지 장난감/훈련 > 노즈워크
소재 : 고무/실리콘 | 기능 : 간식넣는, 치석케어, 흥미유발

懦에잇 정보

N Pay + 포인트 597원
판소리 쿠폰

<쇼핑검색광고 1위 노출>

소제	확장 소제	제외 키워드
<input checked="" type="button"/> 제외 키워드 추가 <input type="button"/> 삭제		광고 노출을 계한하고 싶은 키워드가 있다면 제외 키워드에 추가하시기 바랍니다.
<input type="checkbox"/>	키워드	
<input type="checkbox"/>	간식장난감	
<input type="checkbox"/>	강아지간식놀이	
<input type="checkbox"/>	강아지간식풀	
<input type="checkbox"/>	강아지간식장난감	
<input type="checkbox"/>	강아지공놀이	
<input type="checkbox"/>	강아지풀장난감	
<input type="checkbox"/>	강아지노즈풀	
<input type="checkbox"/>	강아지노즈워크공	

분야	노출주제	정부노출순위		제작주체	제작년도	총비중(%)	전현대(%)	전현대(%)	광고수익(%)
		노출주제	제작주제						
방역지침보조워크	169	28.4	2	1.19	770	1,540	0	0	0
방역지침보조워크장난감	117	24.1	1	0.86	1,463	1,463	0	0	0
노조워크숍	85	29.3	0	0	0	0	0	0	0
방역지침난감	69	32.3	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	54	8.2	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크	49	11.9	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	39	10.7	0	0	0	0	0	0	0
방역지침난감	30	2.6	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크장난감	26	21.6	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍장난감	24	26.5	0	0	0	0	0	0	0
방역지침난감	23	11	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	23	11.6	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	20	10.7	0	0	0	0	0	0	0
예전노조워크장난감	13	30.2	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크들이	12	8.5	0	0	0	0	0	0	0
방역지침이	10	9.4	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍장난감	8	27.5	0	0	0	0	0	0	0
예감경보들이	6	9	0	0	0	0	0	0	0
예감경보장난감	6	55.2	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크들이	5	8	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크장난감	5	18	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍보조워크장난감	5	2	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	5	42.8	0	0	0	0	0	0	0
예방워크장난감	5	10.8	0	0	0	0	0	0	0
간식장난감	4	17.8	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍간식	4	10.3	0	0	0	0	0	0	0
예간식	4	19.8	0	0	0	0	0	0	0
예감경보	4	37	0	0	0	0	0	0	0
방역지침보조워크	3	2	0	0	0	0	0	0	0
노조워크숍	2	86.5	0	0	0	0	0	0	0
예간식장난감	2	22.5	0	0	0	0	0	0	0
방역지침	1	26	0	0	0	0	0	0	0

보고서 조회 결과					
오른쪽 '필터' 기능을 활용하면, 원하는 항목과 조건을 선택하여 볼 수 있습니다. 도움말					
검색어	노출수	평균노출순위	클릭수	클릭률(%)	평균클릭비용(VAT포함, 원)
간식장난감	6	16.7	0	0.00 %	0원
강아지간식공	2	10	0	0.00 %	0원
강아지간식놀이	29	6.3	0	0.00 %	0원
강아지간식볼	12	8.7	0	0.00 %	0원
강아지간식장난감	34	20.8	0	0.00 %	0원
강아지공놀이	1	4	0	0.00 %	0원
강아지공장난감	10	14.4	0	0.00 %	0원
강아지노즈볼	19	6.7	0	0.00 %	0원
강아지노즈워크	385	24.2	0	0.00 %	0원



광고 채널의 이해

기간 21.10 ~ 21.11
참여인원 1명

Overview

- ✓ 실제 광고를 집행하고 분석하는 과정에서 UTM/GA/GTM/GO 등의 데이터 툴을 활용해 광고 데이터를 분석할 수 있습니다.
- ✓ 광고 데이터를 통해 논리적이고 설득력 있는 결과를 도출할 수 있으며 추후 광고 방향을 이끌어 낼 수 있습니다.

Insight

- ✓ 실제 광고 집행 경험 획득으로 실무 역량 획득
- ✓ 광고 세팅/집행 분석 역량 증대
- ✓ 제안서 작성 시 논리력과 설득력의 중요성 제고

• 구글 애즈 / 유튜브 광고

구글 애즈

구글 애즈는 검색광고, 배너광고, 동영상(유튜브) 광고 총 3가지 유형의 광고 집행. 전환 태그와 리마케팅 태그를 통해 광고 데이터 추적, 리마케팅과 광고 최적화 가능

모수 확보를 위해 리마케팅 목록으로 만들고 싶은 유형 및 규칙을 설정하여 잠재고객 설정, GTM 전환 태그를 설정하여 GA데이터를 분석하여 광고 효율성 향상



<전환 태그 설정>



<잠재고객 소스 설정>



<리마케팅 잠재고객 목록 세팅>



<GTM에 구글애즈 전환 태그 설치>



<유튜브 광고 세팅>

유튜브 광고

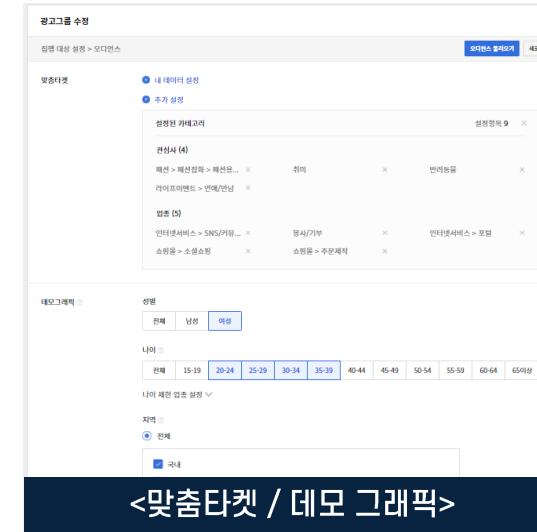
랭큐캠핑 어플 '캠핑 어플 예약 흥보 동영상'을 레퍼런스로 선정하고 브랜드 인지 및 도달, 웹사이트로의 유입을 위해 건너뛸 수 있는 인스트림 광고 형식으로 유튜브 광고 제작

건너뛸 수 있는 인스트림 광고 : 5초 후 시청자가 스kip 버튼을 누를 수 있으며, 동영상의 30초 지점까지 (동영상 광고가 30초 미만인 경우 광고 전체를) 시청하거나 상호작용 시 CPV 입찰로 진행

• 카카오 비즈보드 / DA

비즈보드

카카오톡 채팅 리스트의 메가 트래픽을 활용하여 최적의 광고효율을 이끌어낼 수 있는 매체 카카오톡 최상단에 고정된 배너로부터 효율적인 톡내 랜딩 방식 및 최적 액션을 광고주가 지정할 수 있음



디바이스

- 가능한 모든 디바이스 노출
- 상세 설정

- PC
- 모바일
- Android
- iOS

디바이스 환경 설정

제작지면

- 가능한 모든 지역 노출
- 상세 설정

- 카카오톡
- 카카오스토리
- 다음
- 카카오서비스

<제작지면 및 디바이스>

DA(디스플레이)

PC, 모바일 내 카카오톡, 다음을 비롯한 다양한 광고 게재.
광고 유형과 목표를 선택, 원하는 집행대상과 게재 지면을 설정하여
소재를 등록. 다양한 카카오 서비스를 이용하는 이용자들을 마케팅
목적에 맞게 선별적으로 광고 노출 가능



기본 정보

픽셀 & SDK 이름

픽셀

ID

5840024344521324107

생성일시

2021-12-14 22:20

<카카오 모먼트 픽셀>

• 네이버 GFA

성과형 DA 광고

노출과 유입에 특화된 채널로 SA 광고의 장점인 타겟팅과 광고 효율, DA광고 장점인 프리미엄 지면과 브랜딩 효과가 합쳐진 광고 플랫폼. 광고 유형은 스마트채널, 모바일 메인, 모바일 서브로 구분

전환 추적 실습을 위해 개인 스마트스토어 URL로 브랜드 등록
전환 추적 서비스 신청 후 개인 아임웹 페이지에 스크립트 설치

전환 추적 관리

원고주측 기술 담당자	<input checked="" type="checkbox"/> 나 전보와 동일
담당자 이름	<input type="text" value="김민경"/>
휴대폰 번호	<input type="text" value="010-1234-5678"/>
이메일 주소	<input type="text" value="gminyoung@naver.com"/> <input type="button" value="이메일 보내기"/>
당사자에게 전화를 통해 수신자를 알려주세요.	
설치 구분	<input type="radio"/> 모유 다른 설치 <input checked="" type="radio"/> 최근 설치
서비스 부정	<input checked="" type="checkbox"/> 디지털 편집 서비스 <input type="checkbox"/> 디지털 출판 및 저작물 <input type="checkbox"/> 기타

```
Body Code
1 <!-- Google Tag Manager (noscript) -->
2 <noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-KDQ5EB">
3 height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe>
4 <!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
5
6
7 <!--네이버 공통 스크립트 -->
8 <script type="text/javascript" src="//wcs.naver.net/wcslog.js"></script>
9
10 <script type="text/javascript">
11
12   if(!wcs_add) var wcs_add = {};
13
```

브랜드 관리		
즐겨찾기	브랜드명	업종
 맵핑	맵핑	여행/교통 > 여행/교통 정보

미리 보기로 모바일 노출 확인





데이터 분석툴

기간 21.10 ~ 21.11
참여인원 1명

Overview

- ✓ GTM, GA를 활용하여 데이터를 수집 및 분석할 수 있습니다.
- ✓ 구글 옴티마이즈를 통해 랜딩페이지 최적화 A/B테스트를 진행할 수 있습니다.
- ✓ 파이썬, SQL을 이용해 업무의 효율성을 높일 수 있습니다.
- ✓ 웹 페이지(코드) 수정을 통한 검색 엔진 최적화를 할 수 있습니다.

Insight

- ✓ 데이터 분석 도구 세팅 능력
- ✓ 데이터 분석을 통한 인사이트 도출 능력
- ✓ 홈페이지 코드 분석을 통한 SEO

● UTM / Google Analytics

UTM 생성 후 광고 소재 연동

UTM을 설정하고 광고에 연동해 각 채널 / 소재별 고객의 유입 경로 확인
 → 각각의 플랫폼 별 최적화된 소재 파악/분석

Enter the website URL and campaign information

Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.

website URL *	<input type="text" value="https://bysome.imweb.me/shop_view/?idx=246"/>
The full website URL (e.g. https://www.example.com)	<input type="text"/>
campaign ID	<input type="text"/>
The ads campaign id.	<input type="text"/>
campaign source *	<input type="text" value="facebook"/>
The referrer (e.g. google, newsletter)	<input type="text"/>
campaign medium *	<input type="text" value="display"/>
Marketing medium (e.g. cpc, banner, email)	<input type="text"/>
campaign name *	<input type="text" value="211116_Azrang-e_facebook_landing_test_3rd"/>
Product, promo code, or slogan (e.g. spring_sale) One of campaign name or campaign id are required.	<input type="text"/>
campaign term	<input type="text"/>
Identify the paid keywords	<input type="text"/>
campaign content	<input type="text" value="23th_Azrange"/>

<UTM 설정>

구글 애널리틱스 설정

고객의 웹사이트 방문 내역을 확인하고 분석하기 위해 GA를 활용
 → 도출해낸 데이터를 활용해 광고목표 설정

캠페인	획득			등록
	사용자	신규 방문자	세션	
	1,797 전체 대비 비율(%): 77.09% (2,331)	1,690 전체 대비 비율(%): 77.95% (2,168)	2,065 전체 대비 비율(%): 62.92% (3,282)	71.53% 평균 조회: 60.12% (18.98%)
1. 211104_sg_instagram_low_1st_B	152 (8.04%)	144 (8.52%)	153 (7.41%)	81.05%
2. 211104_sg_instagram_healthy_1st_A	142 (7.51%)	136 (8.05%)	148 (7.17%)	76.35%
3. 211030_laM_Optimize	123 (6.50%)	117 (6.92%)	128 (6.20%)	71.09%
4. 211107_allthenewhip_instagram_retrodesign_1st_A	92 (4.87%)	85 (5.03%)	94 (4.55%)	55.32%
5. 20211106_thatgirl_insta_display_1st1_A	80 (4.23%)	77 (4.56%)	83 (4.02%)	71.08%
6. 211030_helloworld_instagram_landing	77 (4.07%)	74 (4.38%)	85 (4.12%)	68.24%
7. 20211107_Azrang-e_insta_meaningout_1st	70 (3.70%)	65 (3.85%)	72 (3.49%)	75.00%
8. 20211107_Azrang-e_insta_design_1st	68 (3.60%)	61 (3.61%)	73 (3.54%)	56.16%
9. 211030_helloworld_Facebook_landing	65 (3.44%)	64 (3.79%)	65 (3.15%)	87.69%

<구글 애널리틱스 획득>

● Google Tag Manager / Google Optimize



고객의 웹사이트 행동 데이터 분석을 위해 GTM을 활용할 수 있음



랜딩 페이지 최적화 및 이탈률 개선을 위해 GO를 활용할 수 있음

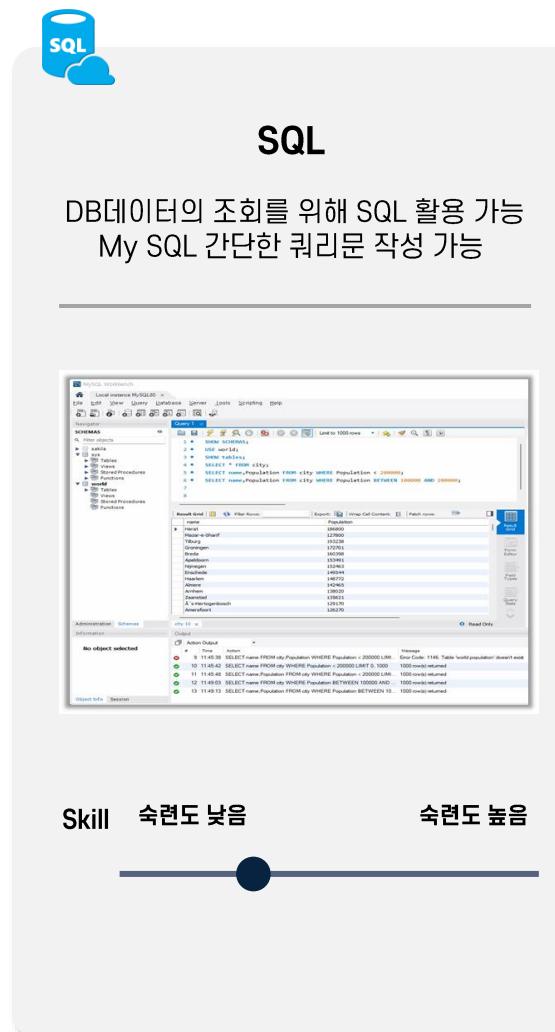
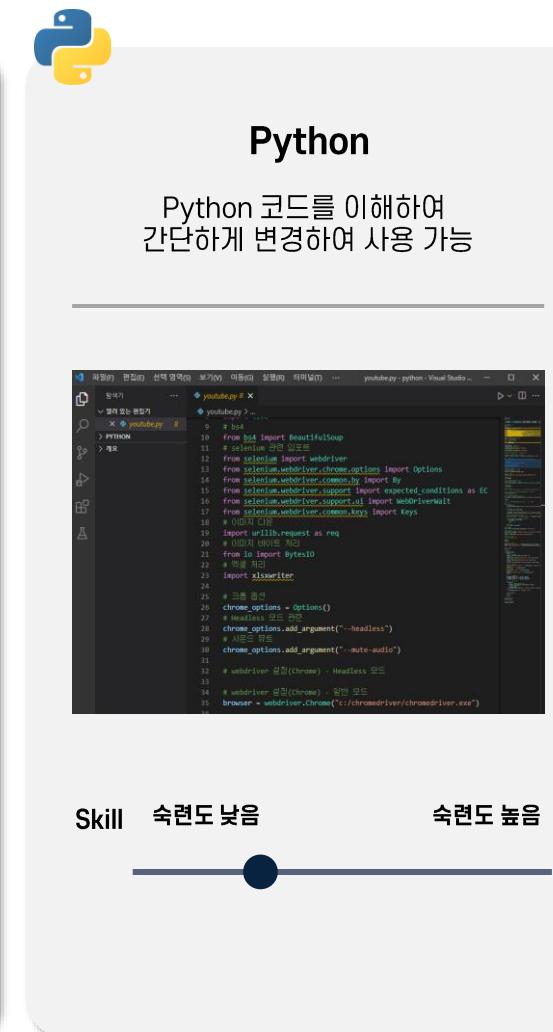
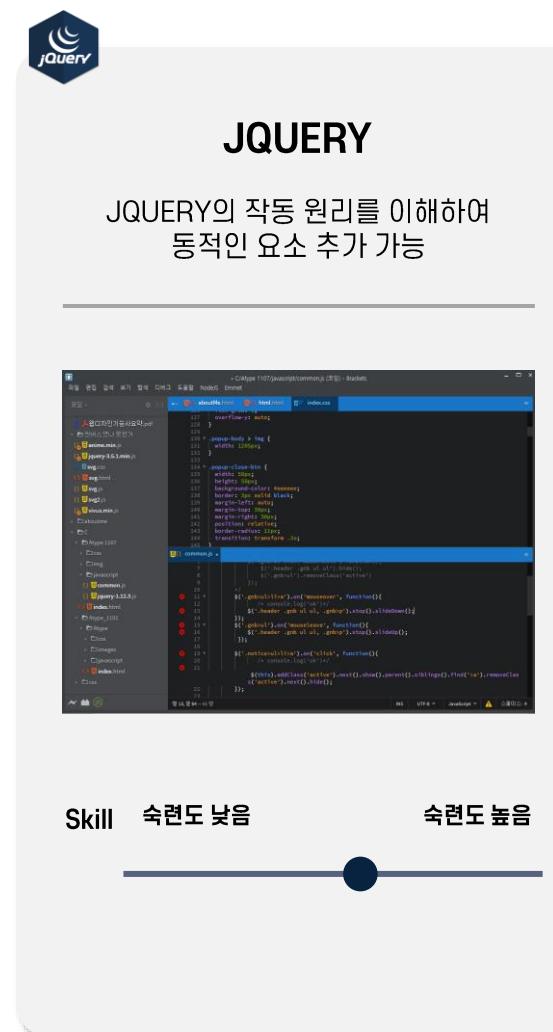
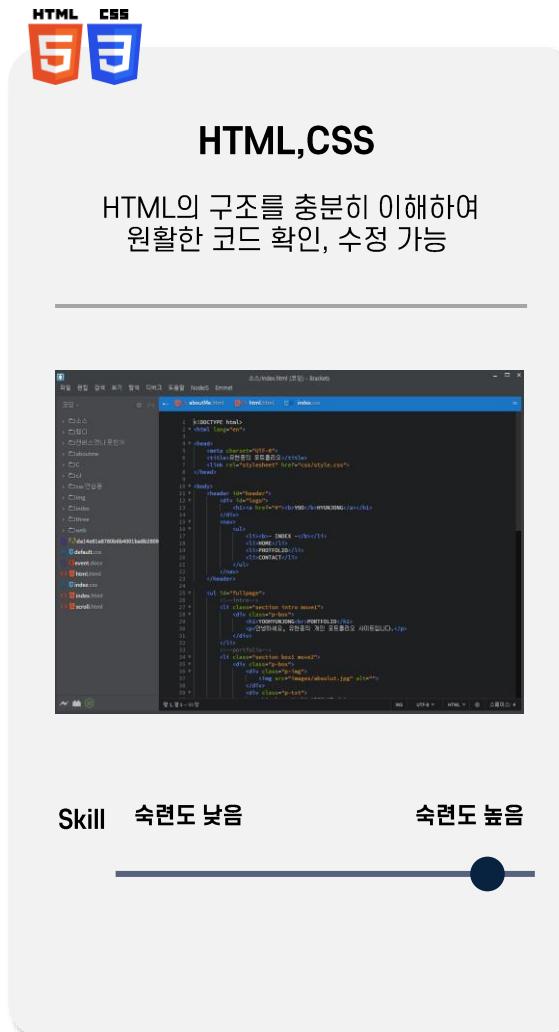
이름 ↑	유형	트리거 실행
306_아지랑이_GA_결제완료 페이지 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	결제완료페이지_트리거
306_아지랑이_GA_구매하기 버튼 클릭 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	구매하기 버튼 클릭 트리거
306_아지랑이_GA_네이버페이 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	네이버 페이 버튼 트리거
306_아지랑이_GA_스크롤 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	106_머드샤인B_스크롤 트리거
306_아지랑이_GA_장바구니 버튼 클릭 태그	Google 애널리틱스: 유니버설 애널리틱스	장바구니 버튼 클릭 트리거
306_아지랑이_GA_화예어 기본태그	Google 애널리틱스: 유니버설	106_머드샤인B_페이지뷰 트리거

<GTM 설정>

The screenshot shows the Google Optimize interface. At the top, it displays a green header with the status "종료됨" (Completed), the start date "2021년 11월 15일 (금) 오후 11:01 GMT+9", and the end date "2021년 11월 19일 (금) 오전 12:26 GMT+9". Below this, there are sections for "타겟팅 및 변형" (Targeting and Variants) and "대안" (Alternatives). It lists two variants: "원본" (Original) with URL https://bysome.imweb.me/shop_view?idx=246 and "대안 페이지 1" (Alternative page 1) with URL https://bysome.imweb.me/shop_view?idx=252, both set to 50% 가중치 (Weight). The "페이지 타겟팅" (Page targeting) section indicates targeting for URL https://bysome.imweb.me/shop_view?idx=246. The "사용자 타겟팅" (User targeting) section asks "이 실험 관점의 대상은 누구인가요?", with the option "워의 타겟팅 페이지를 방문한 모든 사용자" (All users who visit the targeted experiment page) selected. The "설명" (Description) section contains a note about using Google Analytics for tracking. The "측정 및 목표" (Measurement and Goals) section shows a goal for "Google 애널리틱스" (Google Analytics) with the description "최적화 도구는 둘장을 위해 Google 애널리틱스를 사용합니다." (This optimization tool uses Google Analytics for its functions). The "목표" (Goals) section lists two goals: "결제완료 페이지 도착 (목표 1 완료 수)" (Goal 1: Number of users who reach the payment completion page) and "네이버페이 버튼 클릭 (목표 2 완료 수)" (Goal 2: Number of users who click the Naver Pay button). A "Preview" button is visible at the bottom right.

<Google Optimize 설정>

- Python / HTML,CSS / JQUERY /SQL





콘텐츠 제작

참여인원
1명
기여도
100%

Overview

- ✓ 고객 구매 여정을 분석하고 목적에 맞는 콘텐츠를 제작할 수 있습니다.
- ✓ HTML, CSS, JQUERY를 통해 홈페이지를 제작할 수 있습니다.

Insight

- ✓ 콘텐츠 제작 능력 향상
- ✓ 고객 여정을 반영한 콘텐츠 제작 필요성 인지

CONTENTS 01

WORK PARTICIPATION

- 참여인원 1명
- 참여도 100%

[BANNER]



IDOL FANSIGN 랜딩페이지 및 배너

■ 아이돌 팬사인회 이벤트 페이지 제작

- 소속사로 부터 전달 받은 영상통화 팬사인회 기획서를 토대로 이벤트 가안 및 시안 작성
- 직관성을 통한 주요 내용 전달 및 이탈 최소화를 위한 중요 이벤트 내용 상단 배치
- 앨범 컨셉에 맞는 색상을 채택하여 툰앤매너를 맞추고 아티스트 사진을 상단 배치하여 주목도를 높임



슈퍼주니어 - 정규10집 [The Renaissance]

발매기념 VIDEO CALL EVENT

슈퍼주니어 - 정규10집 [The Renaissance] 발매를 기념하여 MUSICPLATE에서 VIDEO CALL EVENT가 진행됩니다.

많은 성원 부탁드리며, 참여를 원하시는 분은 아래의 참여방법 및 주의사항을 확인해주시기 바랍니다.

VIDEO CALL EVENT

● VIDEO CALL EVENT ?
아티스트가 모바일 메신저 채널을 통해 영상통화 및 당첨자 분의 사인을 진행하는 이벤트입니다. 1인당 통화시간(약 2분)이 제한되어 있는 점 양의 부탁드립니다.

VIDEO CALL EVENT 침행 안내

TWICE THE 2ND FULL ALBUM

Eyes wide open

발매기념 VIDEO CALL EVENT

아티스트가 모바일 메신저 채널을 통해 VIDEO CALL 및 당첨자분의 사인을 진행하는 EVENT입니다. 1인당 통화 시간(약 90초)이 제한되어 있는 점 양의 부탁드립니다.

VIDEO CALL EVENT 란?

+ X +

+TOMORROW X TOGETHER

Minisode 1 : Blue Hour

투모로우우바이투게더

minisode 1 : Blue Hour

발매기념 VIDEO CALL EVENT

본 이벤트는 키카오도 이용의 퍼스널을 통해 당첨자와 멤버 전원이 정해진 시간 동안(멤버별 약 1분, 총 약 5분이내) VIDEO CALL 및 사인을 진행하는 이벤트입니다.

VIDEO CALL EVENT

CONTENTS 02

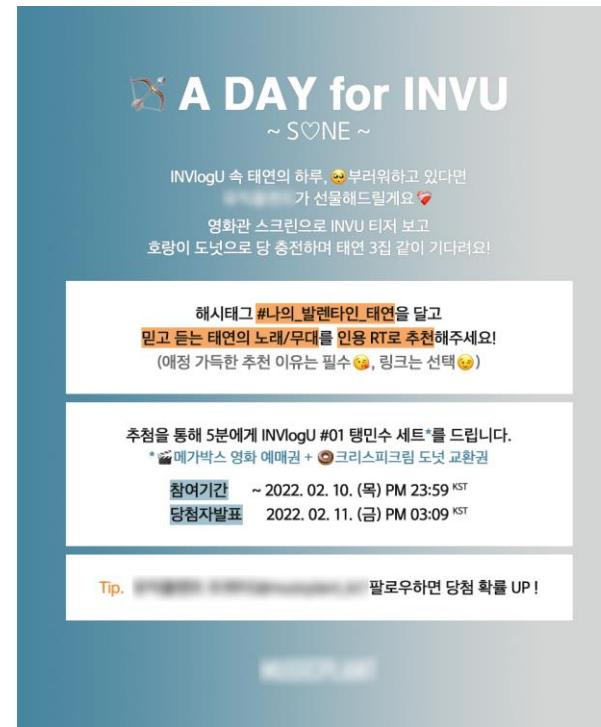
WORK PARTICIPATION

- 참여인원 3명
- 참여도 40%

SNS 콘텐츠 제작

■ SNS 활성화를 위한 ‘시티씨가 대신 해드립니다’ 이벤트 제작

- 소녀시대 태연 INVU 앨범 발매 및 발렌타인데이 기념 ‘해시태그 이벤트’ 기획
- SNS에서 유행중인 #탱민수(태연+손민수) 트렌드를 파악하여 자체 콘텐츠 제작



CONTENTS 03

WORK PARTICIPATION

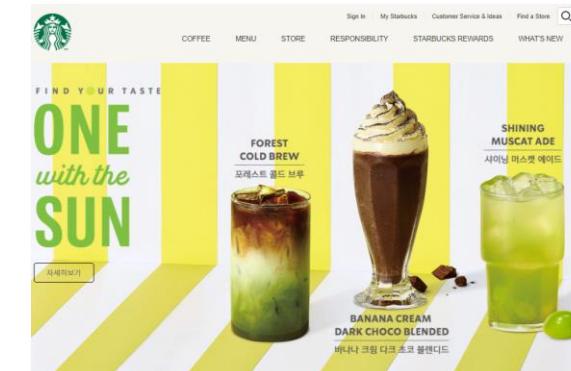
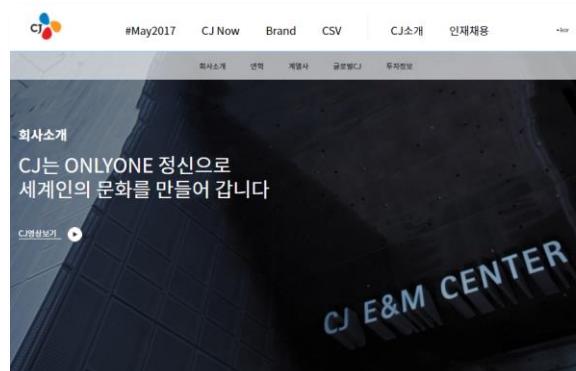
- 참여인원 1명
- 참여도 100%

WEB 클론코딩 / 콘텐츠 제작

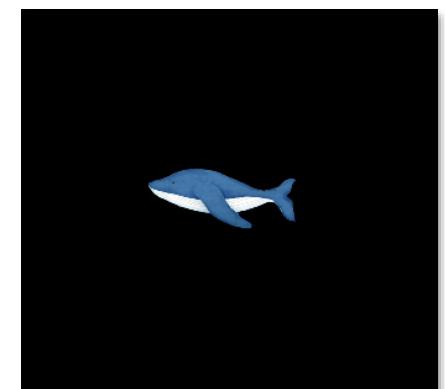
■ HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE / PREMIRE PRO

- 웹 페이지 구성 능력 향상
- 개인 포트폴리오 영상을 제작

● CODING



● PREMIRE PRO



E.O.D