

# MUSICPLANT

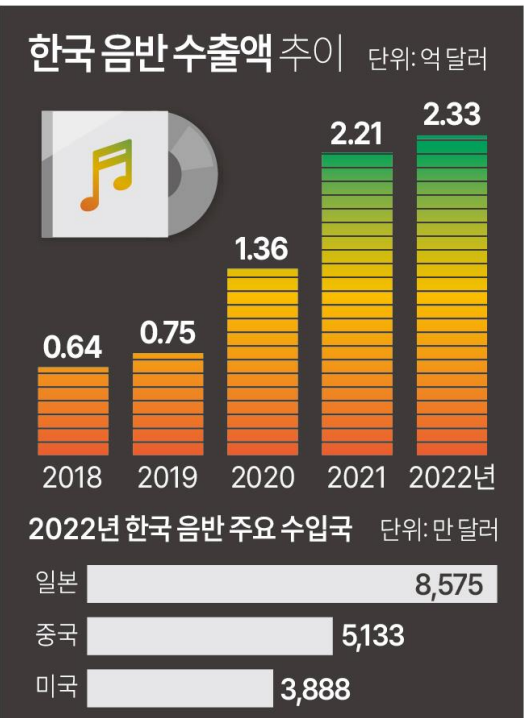
마케팅 활용 계획서

# MARKETING PROPOSAL

## 해외 한류 트렌드 속 'K-POP'의 위상

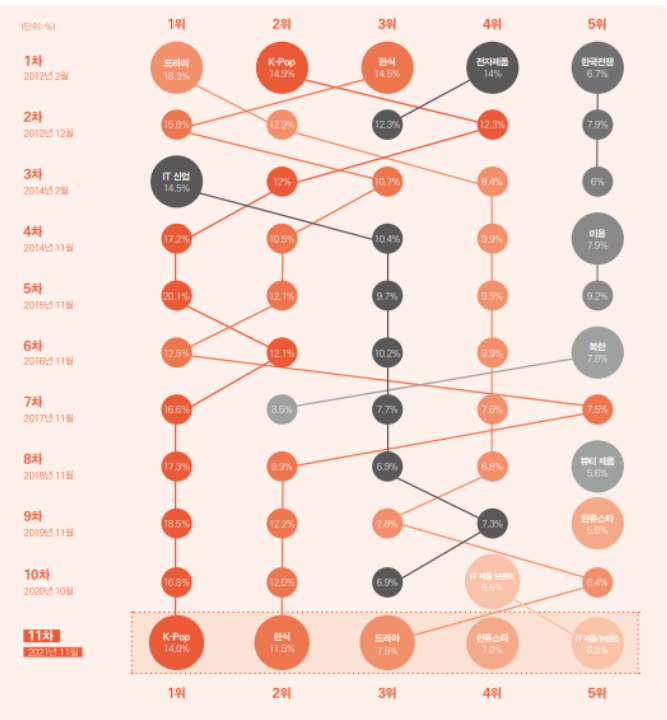
- 코로나 팬데믹 속에서도 K-POP 음반의 수출액은 점차 증가하여 2022년 최대치를 달성
- 해외 한류 소비자들에게 한국에 대해 떠오르는 이미지 5년 연속 '1위 키워드 k-pop' 으로 한류 열풍에 있어 k-pop은 빼놓을 수 없는 위치에 안정적으로 안착
- 자사의 주요 고객인 아시아, 미주 등 국가에서 K-POP 카테고리는 모두 상위에 위치하고 있음

### 수출 분석 ▶ 연도별 k-pop 음반 수출액



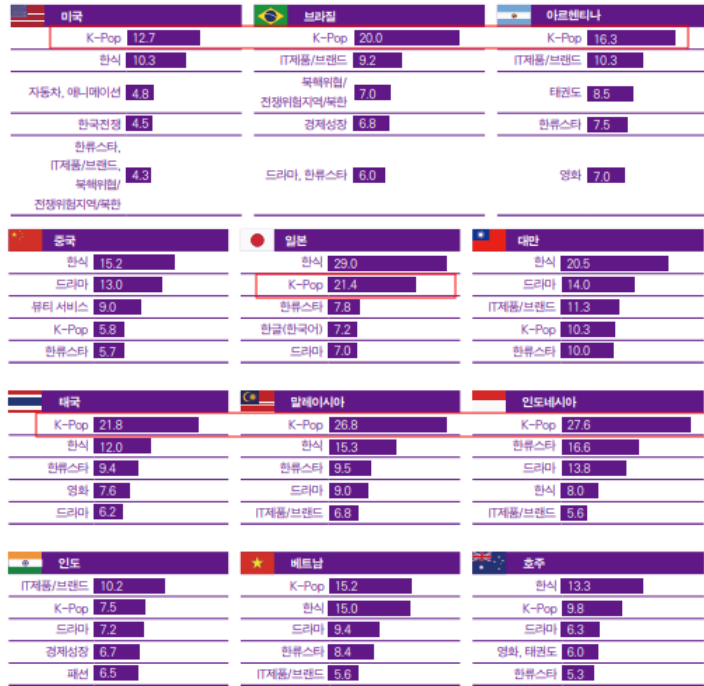
출처: 연합뉴스&관세청

### 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

한국 문화콘텐츠  
소비 비중  
상위 국가



인도네시아



베트남



UAE



인도



말레이시아

한국 문화콘텐츠  
소비 비중  
하위 국가



러시아



일본



이탈리아



스페인



카자흐스탄

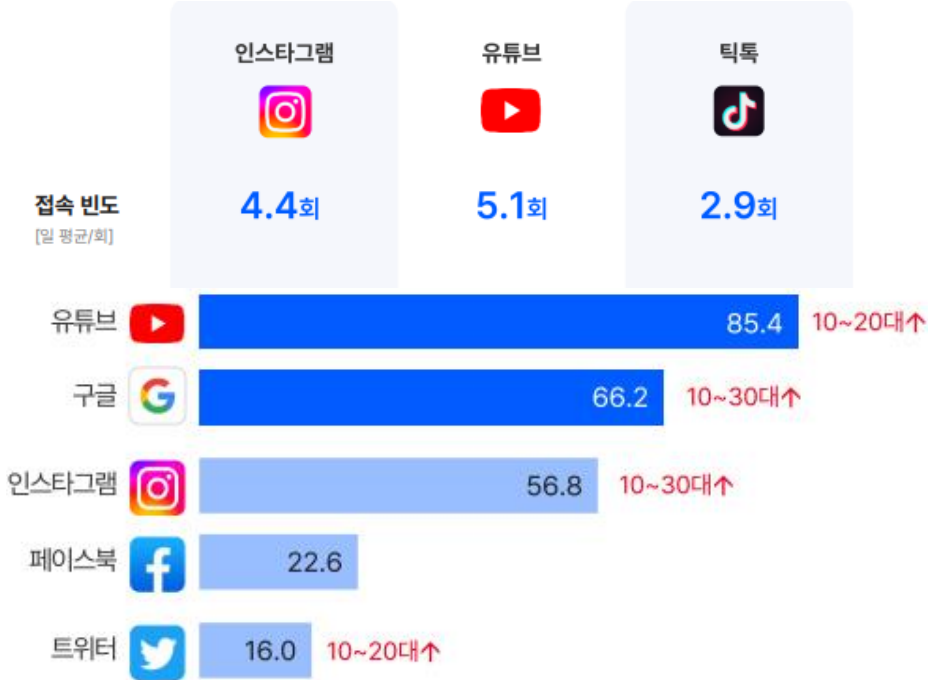
출처: 문화체육 관광부 2023 해외한류실태조사

# MARKETING PROPOSAL

## SNS 트렌드 분석

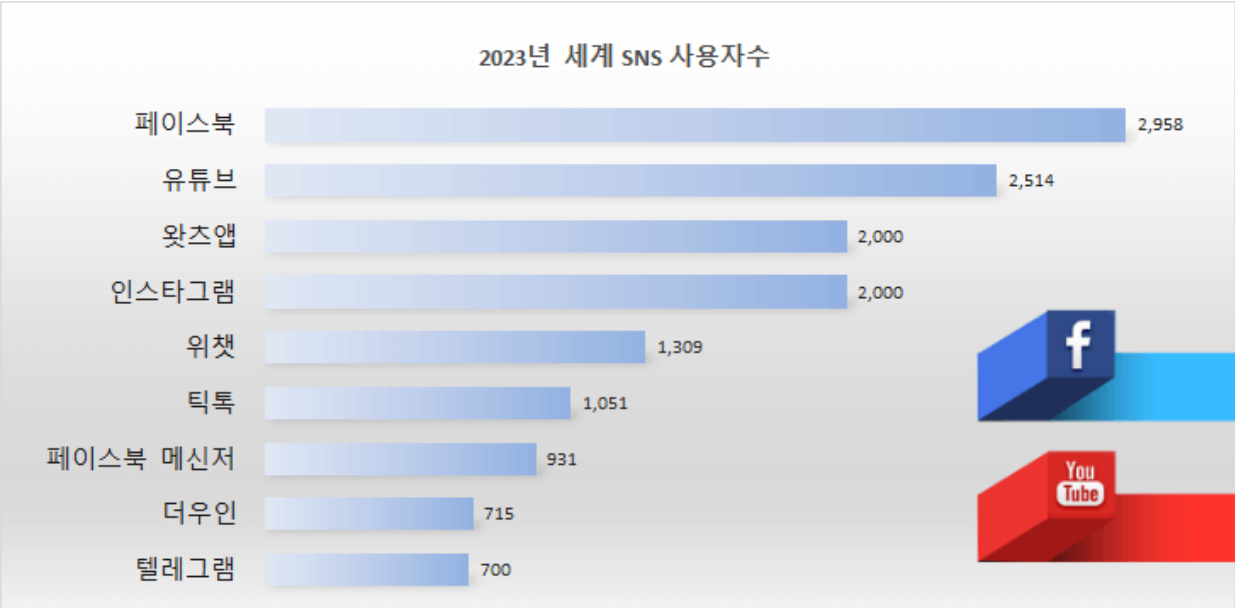
- 국내 및 글로벌 공통적으로 SNS 사용량으로 인스타그램, 유튜브, 틱톡, 페이스북이 상위에 위치하고 있음을 확인 할 수 있으며, 국내 1030의 경우 유튜브,구글, 인스타그램을 주로 이용함

### SNS 트렌드 ▶ 국내 SNS 사용 트렌드



출처: 오픈서베이 소셜미디어·검색포털 트렌드 리포트 2023

### SNS 트렌드 ▶ 2023년 글로벌 SNS 사용자 순위



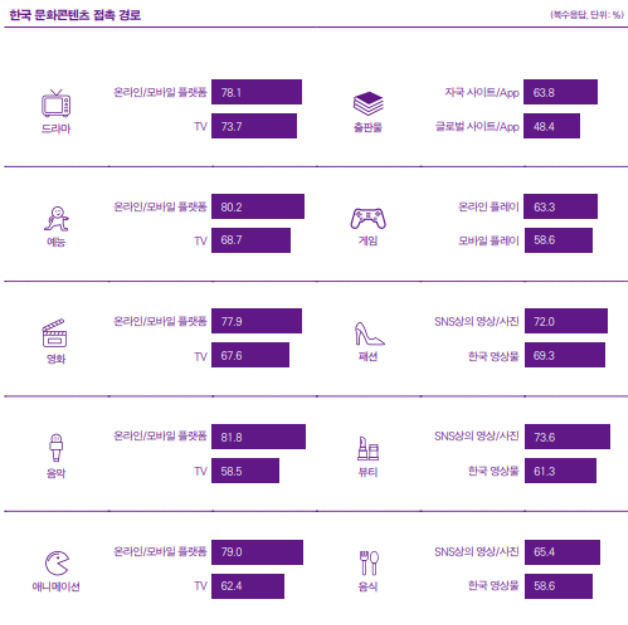
출처: catalk (단위 : 백만명)

# MARKETING PROPOSAL

## SNS 트렌드 분석

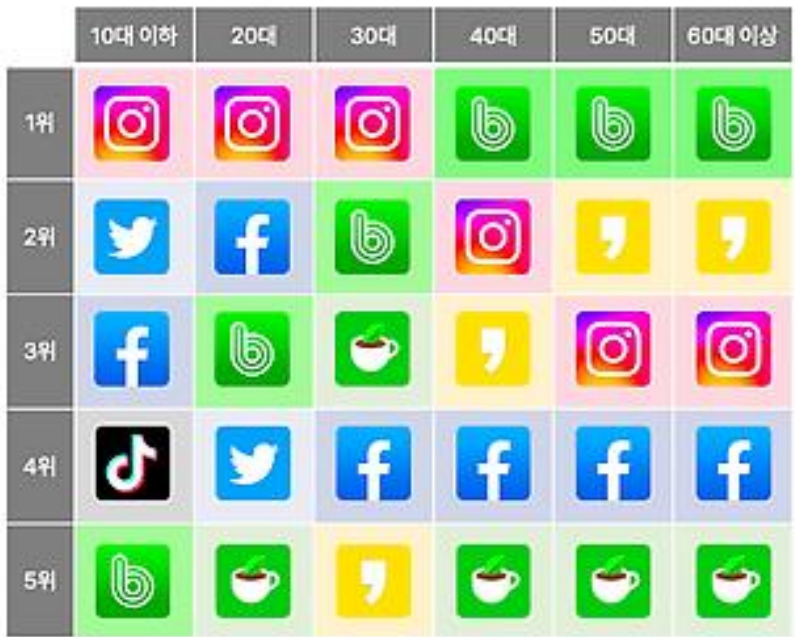
- 한류를 접하는 국내외 유저 대부분 온라인/모바일 플랫폼을 통한 유입이 가장 많음.
- K POP의 주 소비층인 1030 연령층의 경우 인스타,페이스북,트위터 쇼츠 매체를 자주 사용 하며, 자사의 실제 유입 매체 분석 시 구글을 비롯해 해당 매체들이 자리를 하고 있음.

### SNS 트렌드 ▶ 한류 유입 분석



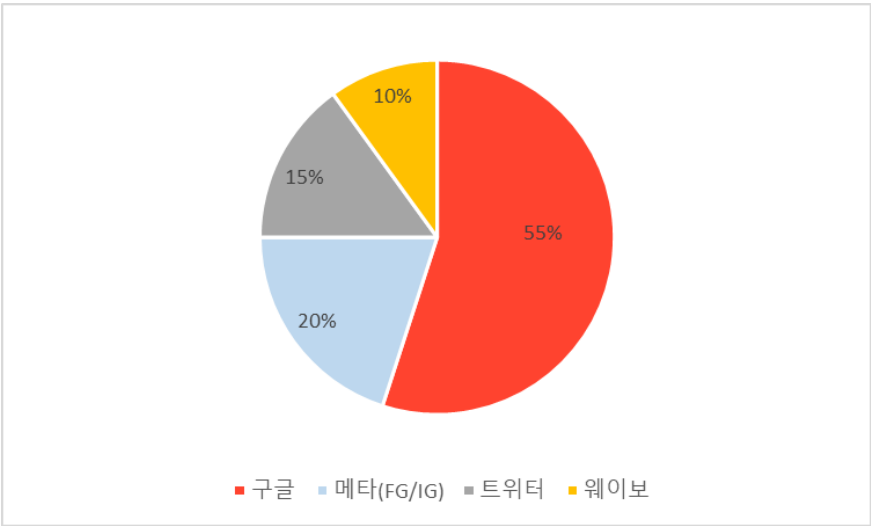
출처: 문화체육 관광부 2022 글로벌 한류 트렌드

### SNS 트렌드 ▶ 연령 별 SNS 파급력



출처: 아이지에이웍스 SNS트렌드 리포트

### 매체 분석 ▶ 트래픽 유입 매체 분석

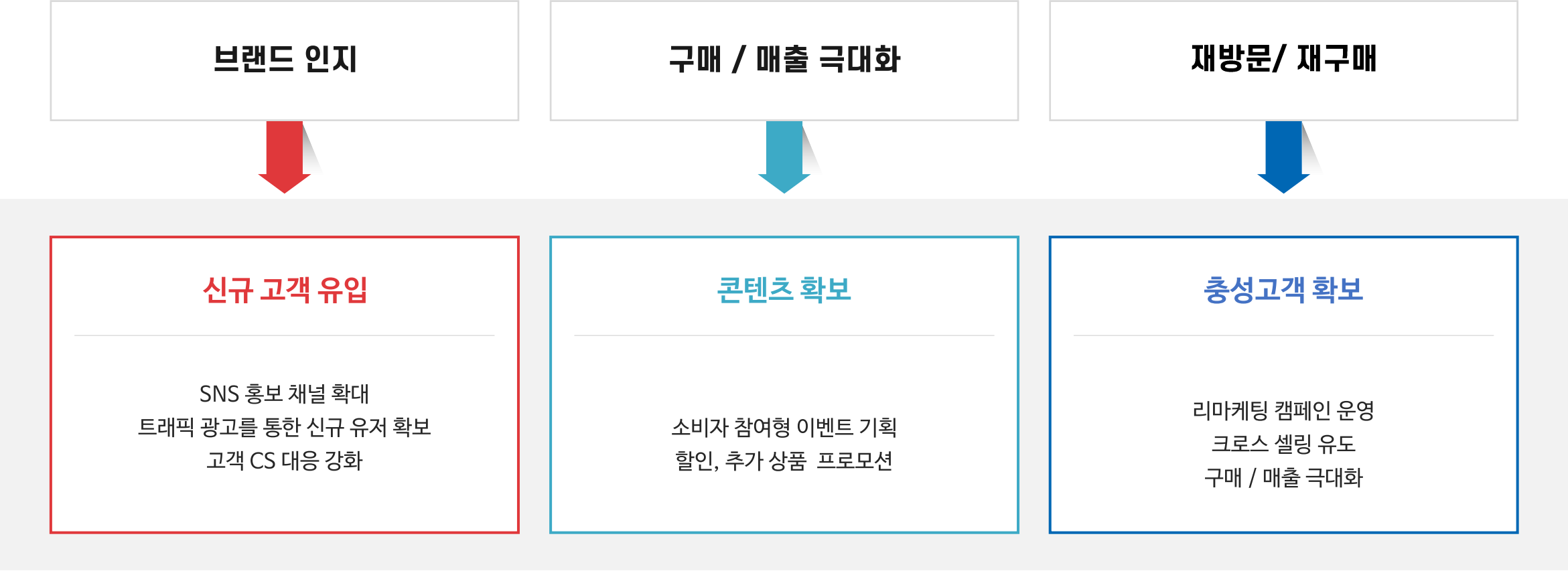


출처 : 자사몰 유입 분석(GA)

# MARKETING PROPOSAL

## 뮤직플랜트 마케팅 계획

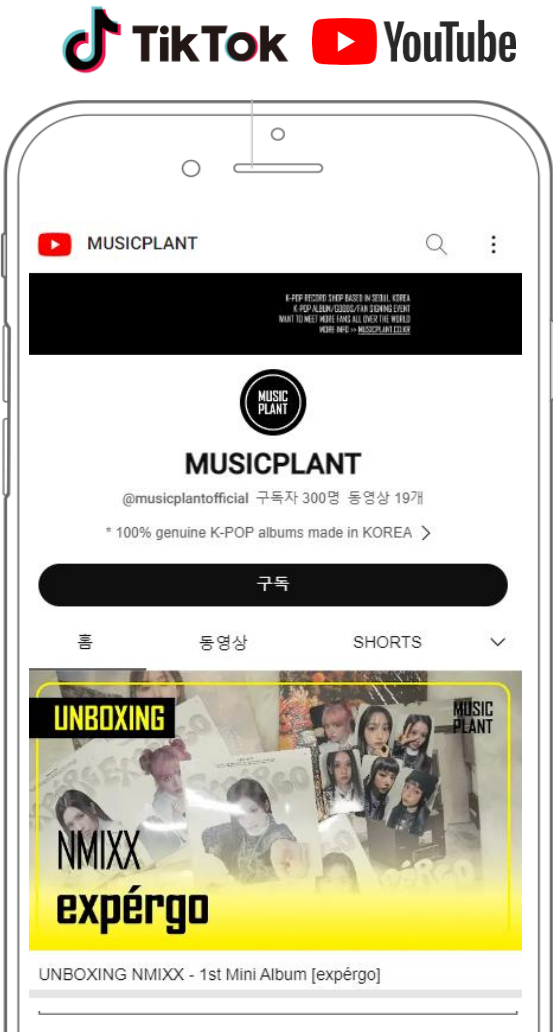
- 국외 거주중인 내국인/외국인에게 해외 자사몰 브랜드 인지도 강화를 위한 캠페인 구성
- 구매, 매출 확대를 위한 자사몰 참여형 프로모션 기획
- 유입 유저 포토카드 증정, 랜덤 사인 앨범 증정 등 프로모션을 통한 구매력 강화
- 리타겟팅 광고를 통한 자사 브랜드 노출



# 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

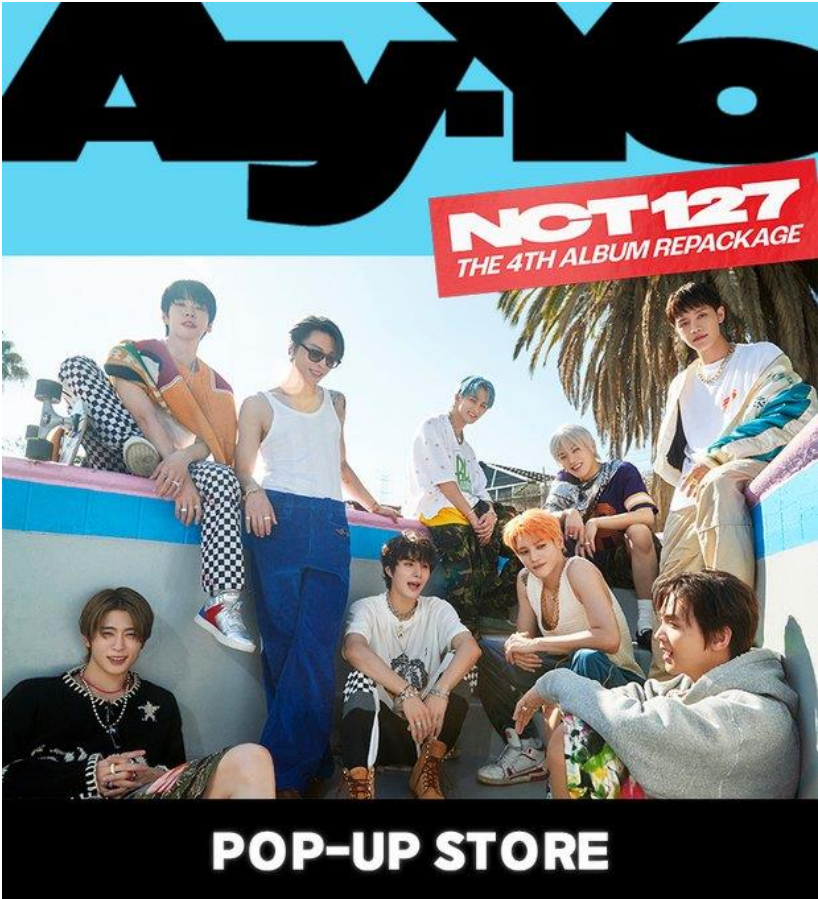




# MARKETING PROPOSAL

## 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	대외비								1463%
DA	구글									845%
										1040%
										1083%
DA	크리테오									1625%
DA	틱톡									1300%
DA	트위터									1820%
	Sub Total									1311%
	Total									1311%

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