

# 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

- 2022.05 카페24 퍼포먼스 마케팅 근무  
-2023.05 캠페인 운영 및 제안
- 2020.08 뮤직플랜트 팬마케팅 프리랜서 근무  
-2022.03 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 아쿠아리움 이벤트 STAFF  
-2019.08 손님 동선 안내
- 2017.07 라그릴리아 주방 STAFF  
-2017.08 3rd cook
- 2016.03 롯데월드 어트랙션 근무  
-2017.01 탑승 멘트 및 손님 동선, 스케줄관리
- 2015.02 코리아브레오 사무보조  
-2015.07 사무보조 및 백화점 판매



### QUALIFICATION

- 2023 검색광고마케터 1급
- 2022 META 블루 프린트
2021. GAIQ
- 2021 컴퓨터활용능력 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  
소재/랜딩페이지 최적화  
캠페인 집행

### 02 브랜드 캠페인 운영

아토젯  
스팀베이스  
베베데코  
씨에스포유렌탈

### 03 광고 채널의 이해

네이버 GFA  
네이버 SA  
카카오 모먼트

## WORK EXPERIENCE

### CONTENTS 01

팬사인회 랜딩페이지 제작  
팬사인회 이벤트 배너 제작

### CONTENTS 02

SNS 콘텐츠 제작

### CONTENTS 03

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

### CONTENTS 04

광고 소재 제작

# INDEX

MEDIA



Google Ads

kakao



NAVER

CLIENT

B V O I R BEBEDECO ~~EXTREME~~ 코코다움 STYLENORITER

MERSH ~~Verish~~ REQ6EN PETtitude ~~atojet~~ CS4Ü  
FILTERED SHOWER HEAD 씨에스포유렌탈



steambase

moiasmoi

# 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.

## Insight

- ✓ 온라인 광고 세팅/집행 경험을 통한 실무 경험 획득
- ✓ 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

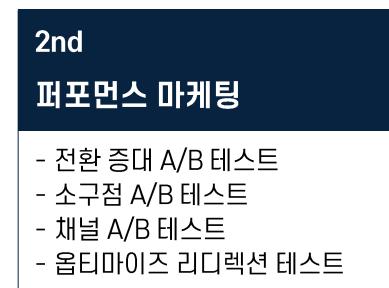
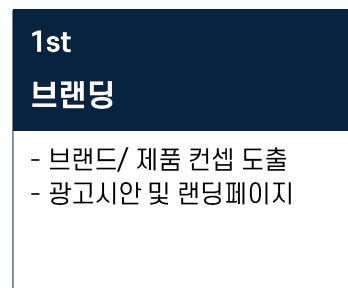
### ■ 브랜드 설립

- ✓ 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



# ● 구매 전환을 위한 소재/랜딩페이지 최적화

Objective 전환 가능성이 높은 소재 및 랜딩 페이지 도출

Key Result 전환수

## 소재 선택



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



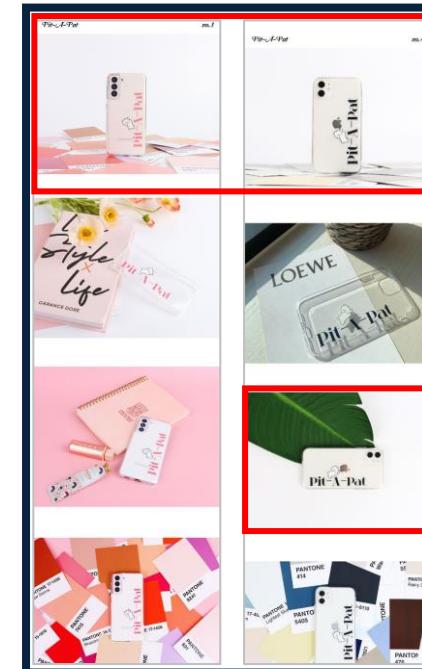
- 갤럭시 / 아이폰 모두 신상 스마트폰에 핑크색이 포함 되어 있음
- 주요 타겟인 MZ세대의 신상 스마트폰 예약률이 가장 높음
- 그 중 핑크색의 예약률이 가장 높다는 점을 파악
- 이를 통해 핑크색 채색소재를 활용하여 A/B테스트를 진행



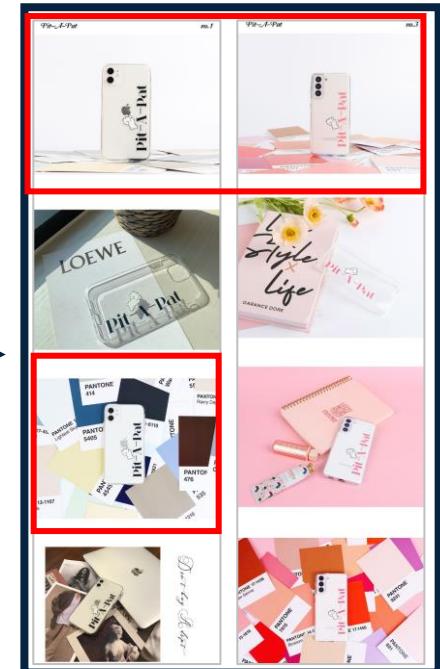
## 랜딩페이지 A/B 테스트

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

> 원본 페이지



> 대안 페이지



# ● 캠페인 집행

Objective 전환 증대를 위한 매체 별 효율 테스트

Key Result 전환수

주요 매체 Meta / Kakao / GFA

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

상세지면 Meta : 스토리, 피드

Naver : 서비스통합

Kakao : Display(방문/전환)

## 매체 별 타겟팅

상세 타겟 ⓘ

+ 상세 타겟 설정하기 설정된 카테고리 총 8 개 / 타겟 설정 방식: 포함 ^

관심사	라이프 이벤트 > 기념일	×	라이프 이벤트 > 연예	×
	반려/애완 동물	×	테크놀로지 > 전자 제품 > 스마트폰	×
구매 의도	기념일/이벤트 > 선물 세트	×	반려동물	×
	의류/액세서리 > 패션 액세서리	×	가전 제품 > 휴대폰/휴대폰 액세서리	×

모두 삭제하기

플랫폼

Facebook  Instagram  
 Audience Network  Messenger

연령 ⓘ

18 ~ 40

18세 미만의 타겟을 선택하면 타겟팅 옵션이 일부 위치 및 연령으로 제한됩니다. 더 알아보기

성별

모든 성별

상세 타겟팅

일치하는 사람 포함 ⓘ

관심사 > 기타 관심사

강아지

모바일 기기(전자제품)

애플

패션 액세서리(액세서리)

iPhone(아이폰)(스마트폰)

인구 통계학적 특성, 관심사 또는 행정 주소

주변 찾기

## 광고 분석 내용

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%

- ✓ 캠페인 집행 결과 페이스북/인스타 캠페인에서 전환이 발생하였으며, 인스타그램의 경우 CTR 4%를 기록하며 좋은 지표를 보여주고 있음.
- ✓ 카카오의 경우 타 매체에 비해 압도적인 노출/도달을 보여주고 있음.
- ➔ 캠페인 목표인 ‘전환’을 발생시킨 페이스북/인스타그램이 해당 프로젝트에서는 가장 효율적인 매체라고 판단. 추후 지면 별 상세 타겟팅을 통해 효율적인 타겟팅 파악 및 이미지/동영상/컬렉션 등 타겟이 반응하는 광고 유형 파악을 위한 추가 테스트 필요.



# 브랜드 캠페인 운영

기간 22.05 ~ 23.04  
참여인원 1~2명  
기여도 50~100%

## 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

- ✓ 자사몰 컨설팅
- ✓ 데이터 해석 역량
- ✓ SNS 채널 활용
- ✓ 매체 이해를 통한 미디어 믹스, 전략안 제시

## PROJECT 01

### PROJECT PERIOD

2022.05 – 2022.09

### WORK PARTICIPATION

참여인원 2명 (am/ae)

참여도 50%

### CAMPAGINS

META

GOOGLE(GDN/PMAX)

## 아토젯 샤워기 필터 캠페인 운영

### ■ PROJECT SUMMARY

자사몰 매출&방문자 증대를 위해 프로모션을 기획하고, 기존 마케팅 전략 분석 및 문제점을 개선 하였으며, 성수기 시즌 대비를 위한 광고비 증액, 마케팅 채널 확대를 위한 미디어 믹스를 수립하여 캠페인을 운영 하였습니다.



### ■ 캠페인 요약

1st

#### 프로모션 기획 및 신제품 제안

- 경쟁사 마케팅 전략 모니터링
- 주요 고객 소구 포인트 파악

2nd

#### 마케팅 전략 수립

- 캠페인 세팅 현황 체크
- 매체 별 운영 전략 수립
- 소재 전략 도출 및 기획/제작
- 미디어 믹스 제안 및 캠페인 라이브

3rd

#### 캠페인 라이브

- 온라인 광고 집행
- 매체 별 인사이트 도출

# PROJECT 01

## PROJECT DETAIL

- 자사몰 현황 체크 및 분석
- 매체별 문제점 파악 및 개선안 제안

## 아토젯 샤워기 필터 캠페인 운영

### ■ 매체 별 소재 기획 및 집행

- 기존 크리에이티브 분석을 통한 문제점 및 개선안 도출
- 제품 USP 반영 소구 포인트 분석을 통한 크리에이티브 기획

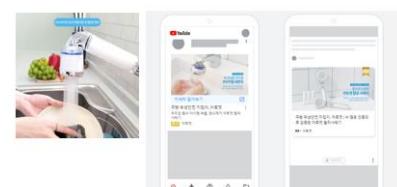
### ■ 문제점 분석 및 경쟁사 비교를 통한 크리에이티브 목표 수립

#### ■ 기존 크리에이티브 분석

문제점 1 : what(무엇을), How(어떻게), Why(왜) 소구 포인트가 하나도 없는 광고 소재



문제점 2 : 가독성이 떨어지는 크리에이티브, 제품의 USP가 한눈에 인식될 수 있는 베너로 교체 필요



#### ■ 타사 크리에이티브 아이디어



### ■ 소재 기획 및 실행

제작 단계	제작 기간	집행 목표	집행 방향	집행 내용	제작자/제작 단계	제작자	제작자
제작 실무	2020	시밀드 흐르는 물에 좋은 필터판 구매율 확진	단기 유통망 확장 홍보	제작 실무	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지
제작 실무	2020	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지
제작 실무	2020	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지

제작 단계	제작 기간	집행 목표	집행 방향	집행 내용	제작자/제작 단계	제작자	제작자
제작 실무	2020	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지
제작 실무	2020	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지
제작 실무	2020	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지	제작자: 허지

#### ■ 크리에이티브 제안



# PROJECT 01

# CAMPAGIN KPI

- ROAS 성과 150% 이상
  - CTR, CPC 성과 개선

## 샤워기 필터 아토젯 캠페인 운영

## ■ 구글 캠페인 전략 수립 및 성과 도출

- 기존 캠페인 운영 내역 분석을 통한 개선안 작성 및 광고 집행
  - 세부 잠재고객 타겟팅/ 전략 변경을 통한 ROAS 성과 180% 달성

## ■ 캠페인별 분석을 통한 전략 제안

**개인별 필요한 정보들 (상태)**

■ 기준 개인별 운영자내역
영역별 영역별 정부 영역별 기관 영업현황 비율 노출수 클릭수 CPC CTR 전환수 전환율 ROAS

**2. 해당 그룹을 여러 개로 등록하여 관리한다. 별도로 다양한 소규모로는 나누어 세팅하는 것을 권장한다.**

등록되어 있는 애셋의 품목과 버전과 그에 따른 등록 및 관리 환경은 다음과 같다.

▶ 다음처럼 개인별 경주 설정이 기본 10群, PMAX 협력형의 경우에도 실제 개인별 기본 10群 그룹 개인별로 최적화가 되지 않은 단기간에 해당 조건은 저마다 다른 개인별 10群으로 등록되어 있다. 물론 라이너 노출과 성과에 대해서 개인별로 단순히 차이가 있을뿐

■ 개인별 운영 계획 및 보조 사용

■ PMAX 경험한 개인별 경주 설정에 성과를 좀 더 높일 수 있는 부수들을 보조하여 전환하는 방향으로 계획 필요

1. 최적 URL 확장 : [\[직접 URL\]](#) 으로만 트래킹 링크 출연 예상페이지

사이트에서 개인 관심은 URL로 트래킹 링크 예상 해석은 사용자가 1) 특정 지역에서 출판 가능성이 높아고 단번 거기나 2) 개인에게 더 맞는 링크를 제공해 보거나 3) 해당 담당을 세동 학습 곳이 아닌 다른 페이지로 보냅니다.

▶ 예전에는 링크 자체로 출판 정보도 사이트에서 가장 관심있는 링크로 넣거나 URL로 트래킹 링크 예상 해석 부른 링크는 더러워서 사용자들은 종종 같이 확장된 링크로 링크를 찾았을 수도 있어서 성과에 영향을 가질 수 있습니다.

영화의 상세  
영화의 상세  
영화의 상세

영화의 상세  
영화의 상세  
영화의 상세

영화의 상세  
영화의 상세  
영화의 상세

# GDN 캠페인 : 일상전략 전환수 최대화 → 클릭수 최대화 도 변경하여 CPC 효율을 높이는 방향으로 변경  
키파24 내부 구조 및 평균 성과에 따라 [2022.04 기준] 사용활용률 키워드별 CPC 평균은 668원.  
이것의 경우 라이브 시간은 짧으나 CPC 효율 473원으로 사용활용률 키워드 평균보다 낮은 편.  
다시서서 [클릭수 최대화](#) 일상전략을 활용할 경우 더 낮은 CPC로 높은 유익도 가능

컴파인 이름	cafe_여기_디스플레이_한국	▼
컴파인 상태	● 설치시작됨	▼
목표	개정복 품질 설정 사용	▼
마개팅 목표	판매	▼
위치	대한민국(주)	▼
언어	한국어	▼
입찰	<p>여전 분분의 충동을 두고 싶으세요? ☺</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>한화</b> ▾</p> <p>입찰과 투찰 같은 즐거움</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>한화이사(은) 판매보증</b>는 방법을 선택하세요. ☺</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 자주쓰는 전화 번호 찾기</p> <p><input type="checkbox"/> 타깃 전환담당 설정</p>	^

## ■ KPI 목표 달성을 위한 광고 세팅 및 라이브

CAFE24주부탁겟

광고 미리보기 YouTube Google Sheets ...

예셋  
이 애셋 그룹에 이미지 11개, 로고 2개, 광고 제목 5개, 긴 광고 제목 1개 및 설명 2개가 추가됨

주방 냄비 제거, 블... 식재료, 이제는 깨... 주방 위생안전 지... 멀티 샤워기 풀...

● 일시증지침 | 광고 효력: 매우 좋음 | 상태: 운영가능

樟재고객 신호  
PMAX[주부탁겟팅]  
모든 방문자(Google Analytics) 시스템...  
수가 가능  
운영가능 | 경찰서장 2건, 중 2건 적용됨

동록정보 그룹 | 예셋 수정 | 세부정보 보기

CAFE24프로모션

광고 미리보기 YouTube Google Sheets ...

예셋  
이 애셋 그룹에 이미지 8개, 로고 2개, 광고 제목 5개, 긴 광고 제목 1개 및 설명 2개가 추가됨

아트도, 멀티샤워... 아트도 절름 yazılı 1... 가성비 끌판왕, 1+... 멀티 샤워기 풀...

● 일시증지침 | 광고 효력: 매우 좋음 | 상태: 운영가능

樟재고객 신호  
PMAX[프로모션]  
모든 방문자(Google Analytics) 시스템...  
수가 가능  
운영가능 | 경찰서장 2건, 중 2건 적용됨

동록정보 그룹 | 예셋 수정 | 세부정보 보기

세그먼트 이름 : 수

Abs\_장바구니문제(30일)

Abs\_장바구니문제(30일)(2)(2) 유사

Abs\_주문서식문제(2)(2) 유사

Abs\_주문서식설명이미지문제(2)(2) 유사

Abs\_주문서식설명이미지문제(30일)(3)(2) 유사

Abs\_주문을통(20일)

Abs\_주문판결(20일)(2)(2) 유사

Abs\_주문판결(7)(2)

Abs\_주문판결(7)(2)(2) 유사

Abs\_회원가입\_로그인\_이미지문제(20일)

Abs\_회원가입\_로그인\_이미지문제(20일)(2)(2) 유사

Abs\_회원가입\_로그인\_문제(40일)

# PROJECT 01

## CAMPAGIN KPI

- 성과 소재/소구점 도출
- ROAS 성과 200% 이상
- CTR 개선을 통한 CPC 안정화

## 샤워기 필터 아토젯 캠페인 운영

### ■ META 전략 수립 및 성과 도출

- 안정적 유입/전환 창출을 위한 전환/트래픽 캠페인 생성
- 1그룹 5소재 세팅 및 성과 저조 소재 OFF를 통해 1그룹 1소재 전략 설계
- TEST 소재 노출 최적화를 위한 최소/최대 소진비용 적용
- 타겟팅 설정을 통한 광고 성과 도출, ROAS 성과 250%, CPC 1,400원 달성을 통한 효과적 광고 집행

### ■ KPI 목표 달성을 위한 광고 세팅 및 라이브



	제작일	제작자	노출수	CTR	비용	상태
전환_220808_단일	220610_1+1이벤트_03	꺼짐	₩1,454,443	73,800		
전환_220803~220826_할인 쿠폰	220620_1+1이벤트	꺼짐	₩541,946	21,603		
전환_220801_컬렉	220620_내맘대로+1 이벤트	꺼짐	₩16,175	575		
전환_220801_단일	220615_1+1이벤트	꺼짐	₩2,605	934		
트래픽_220801_실속세트	220615_비비드	꺼짐	₩11,306	361		
전환_220727_여름 뉴들	220620_매일하는 양치	꺼짐	₩1,937	90		
전환_220801_단일	220620_황금 필터 샤워기	꺼짐	₩959	54		
트래픽_220801_실속세트	220610_1+1이벤트_01	꺼짐	₩61,005	3,739		
전환_220727_여름 뉴들	220610_위클리유가	꺼짐	₩3,670	1,255		
전환_상시_단일	3. 전환 - 주방핸디형_컬렉션	꺼짐	₩39,837	1,567		
트래픽	220610_1+1이벤트_02	꺼짐	₩15,898	2,859		
전환_220808_컬렉	1. 전환 - 샤워기_슬라이드	꺼짐	₩49,232	1,708		
	2. 전환 - 주방핸디형_슬라이드	꺼짐	₩24,354	889		
	3. 전환 - 주방핸디형_슬라이드	꺼짐	₩44,777	1,686		



### ■ 상세 타겟팅 및 세트 별 맞춤, 유사 타겟 설정

연령

20 ▾ 65+ ▾

18세 미만의 타겟을 선택하면 타겟팅 옵션이 일부 위치 및 연령으로 제한됩니다. 더 알아보기

성별

모든 성별

상세 타겟팅

일치하는 사람 포함 ⓘ

행동 > 구매 행동

구매에 관심을 보인 사람

인구 통계학적 특성, 관심사 또는 행동 주가

주천 찾아보기

성과를 개선할 가능성이 있는 경우 선택한 목표를 위해 비즈니스 목표를 설정할 수 있습니다. 더 알아보기.

노출 위치

어드버티지+ 노출 위치(주천) \*

예산을 극대화하고 더 많은 사람에게 광고를 게재하면서 어드버티지+ 노출 위치를 사용하세요. Facebook의 개체 시스템이 알고 세트의 성과가 가장 좋을 것으로 예상되는 노출 위치 여러 곳에 광고 세트의 예산을 할당합니다.

수동 노출 위치

광고를 표시할 위치를 직접 선택하세요. 노출 위치를 많이 선택할수록 타겟이 더 넓고 비즈니스 목표를 달성할 기회가 많아집니다.

기기

모든 기기

플랫폼

Facebook

Instagram

Audience Network

Messenger

<input type="checkbox"/> 이름
<input type="checkbox"/> AC30 장바구니 30일
<input type="checkbox"/> V180 방문자 180일
<input type="checkbox"/> P30 최근 구매 30일
<input type="checkbox"/> V30 방문자 30일

## PROJECT 02

### 스팀베이스

#### PROJECT PERIOD

2023.01 – 2023.04

#### WORK PARTICIPATION

참여인원 1명

참여도 100%

#### CAMPAGINS

META(FB/IG)

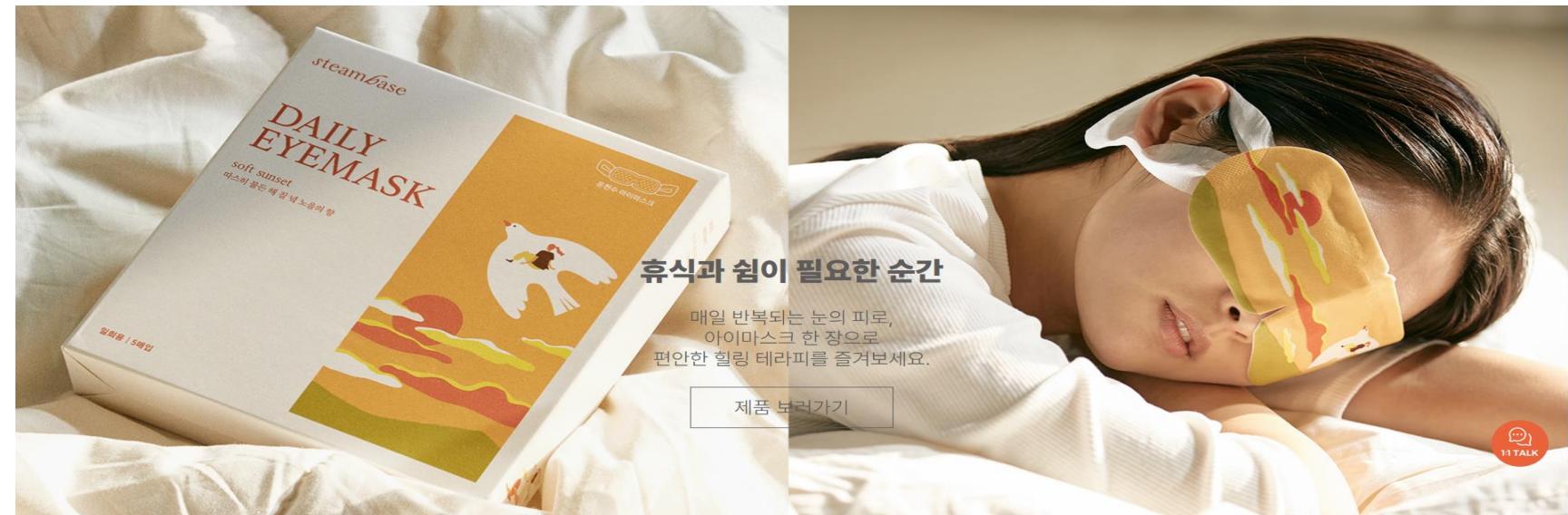
GOOGLE(DA/YOUTUBE/PMAX)

NAVER (SA,SHOPPINGBOX)

KAKAO(BIZBOARD)

#### PROJECT SUMMARY

경쟁사 대비 낮은 인지도 개선과 방문자 증대 및 매출 상승을 위한 마케팅 전략을 수립하고,  
미디어 믹스 전략을 제안하여 네이버, 메타, 구글, 카카오, 크리테오 매체를 통해 캠페인을 운영 하였습니다.



#### 캠페인 요약

##### 1st

##### 자사몰 컨설팅

- 시장현황 분석 및 자사 매출 현황 체크
- 자사 및 경쟁사 비교 분석
- 몰 매출 상승 및 방문자 이탈 최소화를 위한 이벤트/몰 디자인 개선안 제안

##### 2nd

##### 마케팅 전략 수립

- 매체 별 세팅 현황 체크 및 개선 작업 진행
- 목표에 따른 마케팅 전략 수립
- 경쟁사 현황 체크 및 컨텐츠/광고 기획
- 미디어 믹스 제안 및 캠페인 세팅

##### 3rd

##### 캠페인 라이브

- 온라인 광고 집행
- 주단겟이 반응하는 소구점 도출
- 매체 별 인사이트 도출
- 신규 매체 제안 및 라이브

# PROJECT 02

## PROJECT DETAIL

- 시장현황 분석
- 자사율 컨설팅, 마케팅 목표 설정
- 미디어믹스 제안

# 스팀베이스

## ■ 매체 별 광고 기획 및 집행

- 경쟁사 대비 자사의 취약점을 파악하여, 매체 별 마케팅 운영 전략안을 도출
- 자사율 컨설팅을 진행하여 광고로 유입된 유저의 이탈 최소화와 전환 최대화 전략 제안

## ■ 경쟁사 비교를 통한 마케팅 목표 수립



## ■ 마케팅 목표를 통한 미디어 믹스 제안

04 미디어믹스		04 미디어믹스		04 미디어믹스		04 미디어믹스	
■ 시장 현황 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석	■ 구매 전환율 분석
● 시장 현황 분석 - 최근 경쟁사 대비 매출 및 방문 추이 기준으로 대체로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 매출 및 방문 추이가 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.	● 구매 전환율 분석 - 최근 경쟁사 대비 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다. - 2022년 8월 이후 구매 전환율 기준으로 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않아 회사가 경쟁사에 비해 좋지 않다.
<b>매체</b>	<b>예산</b>	<b>클릭수</b>	<b>CPC</b>	<b>노출수</b>	<b>클릭률</b>	<b>전환율</b>	<b>전환수</b>
클릭초이스							
메타							
구글							
카카오모먼트							
크리테오							
두유에드							
합계							
<b>매체</b>	<b>목적</b>		<b>유입형태</b>				
클릭초이스	구매 전환 증대		검색 유입 유저				
네이버GFA	구매 전환 증대		신규 유입 유저				
메타	구매 전환 및 유입증대		신규 및 재방문 유저				
구글	구매 전환 및 유입증대		신규 및 재방문 유저				
카카오모먼트	재발전구 수 증대		신규 유입 유저				
크리테오	구매전환 증대		재방문 유저				
두유에드	구매전환 증대		신규 및 재방문 유저				

# PROJECT 02

## PROJECT DETAIL

- 광고 운영 전략 수립
  - 캠페인 세팅 및 라이브
  - 집행 결과 보고

스팀베이스

## ■ 매체 별 광고 운영 전략

- 미디어 믹스에 따른 운영 전략 수립, 성별/연령/지면 등 타겟별 테스트 진행 및 캠페인 성과 분석.
  - 주차 별 광고 성과 개선을 통해 ROAS 230% 달성



## KPI 기준에 따른 광고집행



## ■ 집행 광고 성과 분석



## PROJECT 03

### PROJECT PERIOD

2022.09 – 2023.04

### WORK PARTICIPATION

참여인원 1명

참여도 100%

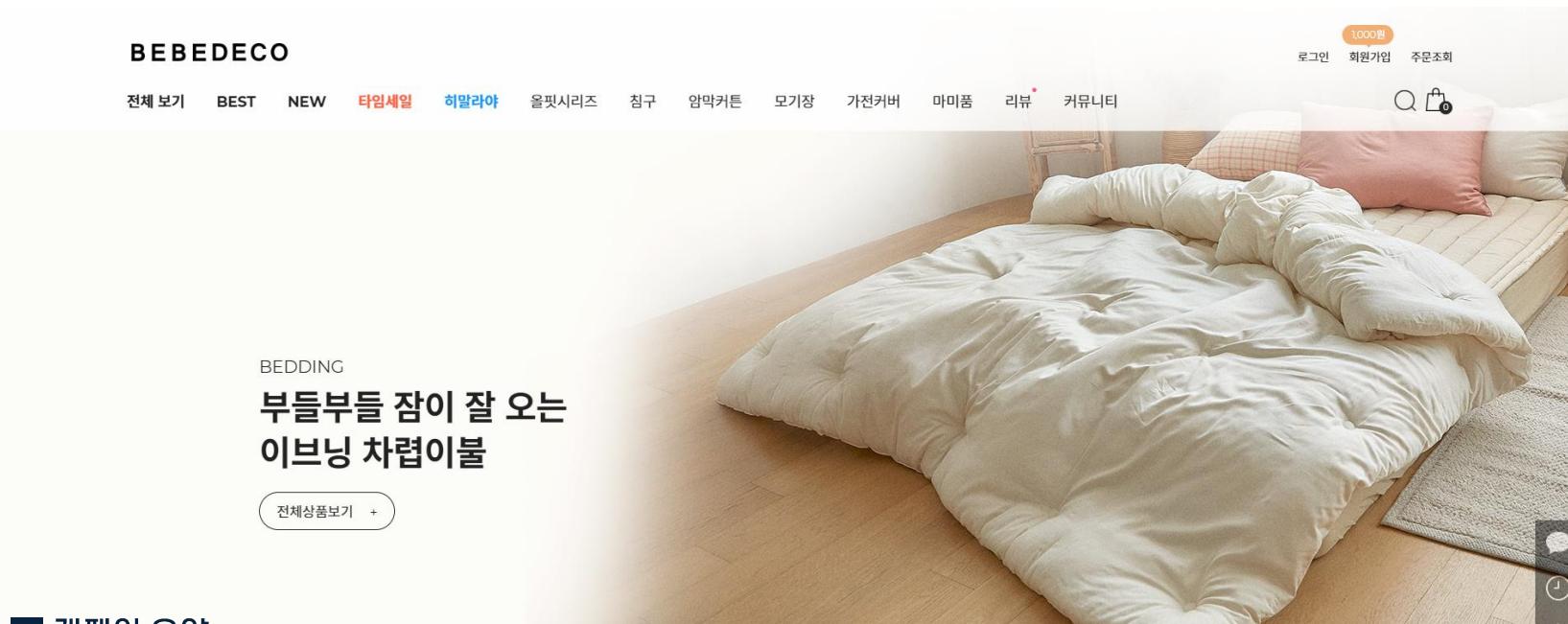
### CAMPAGINS

오늘의 집

## 베베데코

### ■ PROJECT SUMMARY

기존 ‘오늘의 집’ 캠페인 성과 개선을 위한 전략을 수립 하였으며, 자사의 제품을 분석하고, 성수기, 비수기 시즌을 나누어 연간 광고 예산을 분배하여, 캠페인 신규 세팅 및 라이브 하였습니다.



### ■ 캠페인 요약

1st

#### 캠페인 분석

- 기존 캠페인 세팅 현황 분석
- 운영 전략 기획

2nd

#### 캠페인 라이브

- 매체 전략에 따른 신규 캠페인 세팅 및 라이브
- 소재 필터링 기준 가이드 정립

# PROJECT 03

## CAMPAGIN KPI

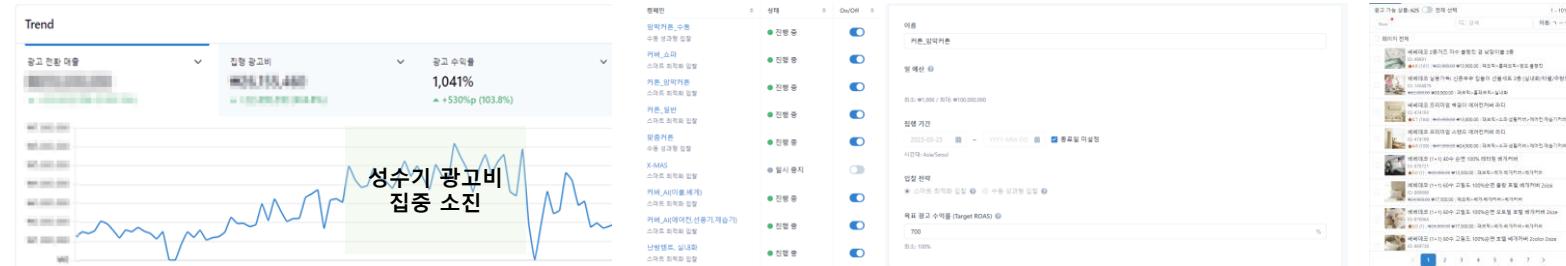
ROAS 500%  
CPC 300₩~400₩

## 베베데코

### ■ 오늘의 집 광고 기획 및 집행

- 카테고리 평균 성과인 ROAS 500% 이상을 목표로 광고 기획 및 집행
- 자사의 제품 분석 및 세분화된 캠페인 세팅을 통해 ROAS 1000% 성과 달성

### ■ 캠페인 세팅



### ■ 광고 집행



## PROJECT 02

### 씨에스포유렌탈

#### PROJECT PERIOD

2022.09 – 2023.04

#### WORK PARTICIPATION

참여인원 2명

참여도 50%

#### CAMPAGINS

네이버 검색

네이버 GFA

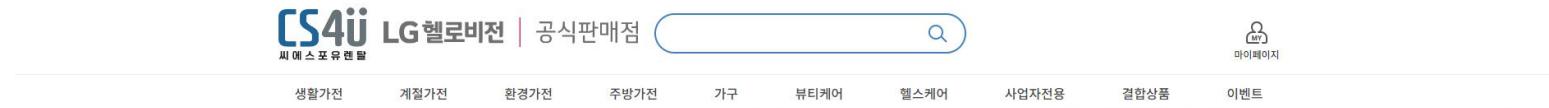
카카오 SA

구글 PMAX, GDN

META

#### ■ PROJECT SUMMARY

가전제품 렌탈 업체로 정수기, 에어컨 성수기 시즌을 준비하며 문의 접수 증대를 위해  
네이버 검색, GFA, META, 카카오 SA, 구글 PMAX 캠페인 집행



#### ■ 캠페인 요약

##### 1st

##### 마케팅 전략 수립

- 예산에 따른 미디어 믹스 제안
- 경쟁사 레퍼런스 체크 및 소재 기획
- 전환율 개선을 위한 자사몰 이벤트 제안

##### 2nd

##### 캠페인 라이브

- 매체 전략에 따른 신규 캠페인 세팅 및 라이브

# PROJECT 03

## CAMPAGIN KPI

월 최소 문의 100건 이상  
CPA 50,000₩  
CPC 1,400₩

# 씨에스포유렌탈

## ■ 매체 별 광고 기획 및 집행

- 기존 업체 운영 당시 CPA 5만원, 높은 CPC를 보이고 있던 상태
- 최대한 유입된 유저가 전환율을 일으킬 수 있도록, 자사몰 프로모션 제안
- SA 캠페인의 경우 키워드 별 최적의 입찰가 파악, DA 매체의 경우 CPA 낮추기 위한 전략 수립
- DA 매체 CPA 2~30,000₩, 평균 CPC 900₩ 안정적인 전환(문의 접수) 성과 창출, 200건 이상 문의 KPI 달성

## ■ KPI 목표 달성을 위한 캠페인 세팅

The screenshot shows the Google Ads interface for campaign configuration. It includes sections for '입찰 전략' (Bid Strategy), '청구 기준' (Billing Basis), and '예산' (Budget). The 'PMAX\_02' and 'PMAX\_01' campaigns are visible on the right, each with their own targeting and budget details.

## ■ 캠페인 성과 분석

The screenshot displays Google Analytics reports. On the left, there's a 'Demographic' report for '네이버 SA' and '카카오 SA'. In the center, a 'Demographic GFR' report for '네이버 GFR' is shown. On the right, three stacked bar charts show 'CTR' and 'Conversion Rate' trends from January 1, 2023, to January 17, 2023, across various demographic segments like age groups (10세 ~ 24세, 25세 ~ 29세, etc.) and gender (여성, 남성).



# 광고 채널의 이해

기간

22.05 ~ 23.04

## Overview

- ✓ 매체에 대한 이해도를 바탕으로 미디어믹스를 제안하고 효율적인 세팅을 할 수 있습니다.
- ✓ 광고 데이터를 통해 추후 광고 방향을 이끌어 낼 수 있습니다.

## Insight

- ✓ 광고 집행 경험을 통한 ROAS 효율 증대
- ✓ 광고 세팅 역량 증대 및 리소스 절감
- ✓ 제안서 작성 시 논리력과 설득력의 중요성 제고

# 매체 별 광고 진행

효율적&분석적인 전략 기획을 통한 KPI 달성



다양한 카테고리의 브랜드 캠페인의 광고를 운영하며 브랜드의  
현재 위치와 상황, 목표를 파악하고 분석하여 매체를 발굴/확장 하여  
광고 채널 다각화를 통해 효과적인 광고가 이루어질 수 있도록 하였습니다.

## What I DID

- ✓ 브랜드 별 지표 분석 및 경쟁사 파악
- ✓ 집행중인 매체 및 캠페인 운영 현황 체크
- ✓ 미디어믹스 구성 및 캠페인 전략 수립
- ✓ 광고주 커뮤니케이션 및 유관부서 협업



내이씨 SA

#### 목적별 캠페인/그룹핑에 따른 ROAS 안정화

이용자가 검색창에 키워드를 검색했을 때 혹은 특정 키워드와 연관성이 높은 콘텐츠 페이지를 방문했을 때 광고주의 사이트로 연결될 수 있는 홍보 채널을 제공하는 광고

네이버 SA 집행 브랜드

steambase moiasmoi VRDESIGN™  
EXTREME REQ6EN STYLENORiTER CS4Ü  
씨에스포유 런칭

# What I DID

- ✓ 디바이스/카테고리 별 분리 운영
  - ✓ 키워드 세팅 및 소재, 확장 소재 세팅
  - ✓ 노출지면/제외 키워드/입찰 가중치 조절
  - ✓ 대량관리를 통한 리소스 절감

네이버 SA 세팅

□	ON/OFF ①	상태 ②	■	광고를 이용 ③	■	기본 접속기 ④	■	제공 경로 ⑤
				광고를 제거 환경				
□	■ ON	노출가능		경쟁사 대비 노출도 낮아지며	■ 50회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ ON	노출가능		예인카페도	■ 1,000회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ ON	노출가능		예인카페도2	■ 800회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ ON	노출가능		예인카페도3	■ 500회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ ON	노출가능		예인카페EA_5회	■ 1,000회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ OFF	중지 그룹 OFF		예인카페도4_5회+5회	■ 1,000회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ ON	노출가능		세븐일레븐	■ 50회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ OFF	중지 그룹 OFF		아이스크림_율현중	■ 50회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )
□	■ OFF	중지 그룹 OFF		아이스크림_안건주초	■ 50회			스마트네이버 ( <a href="https://smartstore.naver.com/">https://smartstore.naver.com/</a> )

노출 경험별 반응		경고 노출	노출 거리	
	경고 노출/제작①	경고 대량 ②	입찰 가중치 ③	노출수 ④
		설정한 타입 결과		
□	노출 거리 ①	14세 미만		100%
□	② 노출 제작 ① ~	14세 ~ 18세		100%
□	③ 경고 노출 ~	19세 ~ 24세		100%
□	④ 경고 노출 ~	25세 ~ 29세		100%
□	⑤ 경고 노출 ~	30세 ~ 34세		100%
□	⑥ 경고 노출 ~	35세 ~ 39세		100%
□	⑦ 경고 노출 ~	40세 ~ 44세		80%
□	⑧ 경고 노출 ~	45세 ~ 49세		100%
□	⑨ 노출 제작 ① ~	50세 ~ 54세		100%
□	⑩ 노출 거리 ① ~	55세 ~ 59세		100%

	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 배포된 URL</li> <li>• 추가 배포 신규 배포 10% 할인권</li> </ul> <input checked="" type="checkbox"/>  노출 후 시장 통계	유료문구	보통 문구
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능	<p>• 서명증31</p> <p>• 링크코드 : B157</p> <p>• 노출 URL : <a href="http://newbase.co.kr/ashopinfo/">http://newbase.co.kr/ashopinfo/</a></p> <p>• 서명증32</p> <p>• 링크코드 : E1971</p> <p>• 노출 URL : <a href="http://newbase.co.kr/bsigninfo/">http://newbase.co.kr/bsigninfo/</a></p> <p>• 서명증33</p> <p>• 링크코드 : COUPON</p> <p>• 노출 URL : <a href="http://newbase.co.kr/ashopinfo/">http://newbase.co.kr/ashopinfo/</a></p> <input checked="" type="checkbox"/>  노출 후 시장 통계		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능			서버통신 모든 모드
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능	 <input checked="" type="checkbox"/>  노출 후 시장 통계		파악용도 이미지 보통 문구
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능	<p>• 최대 1000 할인권 신규 배포</p> <p>• 노출 기능 취소 지원 (최대 1회당 1개만 노출 가능)</p> <input checked="" type="checkbox"/>  노출 후 시장 통계		유기적체 보통 문구
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>  노출 기능	 <input checked="" type="checkbox"/>  노출 후 시장 통계		파악용도 이미지 보통 문구

VRSDESIGN 베루



Z폴드, 플립4 신제품 케이스 출시

어느 상황이든지 신뢰가는 보호력  
전제품 5% 할인 + 5% 추가적립 이벤트

EVENT · 풀드4/풀립4 · 버즈 케이스 증정



# 네이버 GFA

## 상세 타겟팅, 입찰전략에 따른 성과 안정화

노출과 유입에 특화된 채널로 SA 광고의 장점인 타겟팅과 광고 효율,  
DA광고 장점인 프리미엄 지면과 브랜딩 효과가 합쳐진 광고 플랫폼.

### 네이버 GFA 집행 브랜드

CS4ü 코코다움 moiaskmoi REQ6EN

## What I DID

- ✓ 브랜드별 타겟팅 전략 수립
- ✓ 고효율 연령대 발굴
- ✓ 지면 별 캠페인 분리 운영을 통한 성과 강화

### 네이버 GFA 세팅

ON/OFF	캠페인 이름 ↓	상태 ⓘ	캠페인 목적	데모 타겟 ⓘ
<input type="checkbox"/>	C_트_티슈_메인 386042	운영가능	웹사이트 트래픽	<input checked="" type="checkbox"/> 여자 <input type="checkbox"/> 남자 <input type="checkbox"/> 비해당자 포함
<input type="checkbox"/>	C_트_방_메인 383638	운영가능	웹사이트 트래픽	<input type="radio"/> 노출 가능한 모든 연령 선택
<input type="checkbox"/>	C_트_온도_메인 383636	운영가능	웹사이트 트래픽	<input checked="" type="radio"/> 적립선택 25-29세 외 6개 ▾
<input type="checkbox"/>	C_전화_고객응소재 376247	운영가능	웹사이트 전환	연령 목록
<input type="checkbox"/>	C_트_메인배너_이너 376109	운영가능	웹사이트 트래픽	<input type="checkbox"/> 14~18세 <input checked="" type="checkbox"/> 35~39세 <input checked="" type="checkbox"/> 55~59세 <input type="checkbox"/> 19~24세 <input checked="" type="checkbox"/> 40~44세 <input type="checkbox"/> 60세 이상 <input checked="" type="checkbox"/> 25~29세 <input checked="" type="checkbox"/> 45~49세 <input checked="" type="checkbox"/> 30~34세 <input checked="" type="checkbox"/> 50~54세
<input type="checkbox"/>	367658	운영가능	웹사이트 전환	<input type="checkbox"/> 모도 선택 <input type="checkbox"/> 비해당자 포함
<input type="checkbox"/>	C_전화_M네이티브 364990	운영가능	웹사이트 전환	
<input type="checkbox"/>	C_전화_TEST 359047	운영가능	웹사이트 전환	

상세 타겟 ⓘ

+ 상세 타겟 설정하기 설정된 카테고리 총 3 개 / 타겟 설정 방식: 포함 ▾

구매 의도

뷰티 × 기념일/이벤트

식음료 > 식품 > 건강보조 식품 > 프로바이오틱스 ×

ON/OFF	광고 그룹 이름 ↓	상태 ⓘ	개별 위치	광고 그룹 예산 ⓘ	열주가   결과 외 7개 ▾
<input type="checkbox"/>	C_트/이너/크리스마스 1523095	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	<input type="checkbox"/> ON/OFF   전체 ⓘ   상태 검수중 외 4 개 ⓘ   열주가   결과 외 7개 ⓘ
<input type="checkbox"/>	C_트/이너/크리스마스 1523094	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/다수/크리스마스/이너 1523093	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/다수/크리스마스/이너 1523092	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/다수/크리스마스/119 카테고리 1518293	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/다수/크리스마스/119 카테고리 1518258	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/이너/크리스마스 1518248	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/이너/크리스마스 1518232	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/래픽_놀프_다수 1499904	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 100,000 오늘 일예산 소진율 0%	
<input type="checkbox"/>	C_트/다수/놀프_~30 1493594	광고집행종료	네이버 > 배너 영역 > 네이버 메인	₩ 150,000 오늘 일예산 소진율 0%	

# 카카오 모먼트

## 상세 타겟팅, 입찰전략에 따른 성과 안정화

카카오톡 채팅 리스트의 메가 트래픽을 활용하여 최적의 광고 효율을 이끌어 낼 수 있는 매체로서 다양한 카카오 서비스를 이용하는 이용자들을 마케팅 목적에 맞게 선별적으로 광고 노출 가능

카카오 모먼트(SA/DA) 집행 브랜드



₩ 코코다음 REQ\*GEN

## What I DID

- ✓ 목적 별 캠페인 세팅(친구 수 확보, 전환/트래픽)
- ✓ 노출 지면/시간 및 타겟팅 설정
- ✓ 키워드 세팅 및 DA 소재 세팅

### 카카오 모먼트 세팅

캠페인 설정

광고 목표 설정

- 픽셀 & SDK로 광고 최적화 (선택)
- 카카오톡 채널로 광고 최적화

예산 설정

일 예산: +1만원 ~ +100만원, 미설정

캠페인 이름: ★cafe\_23.04.04-04.30 100만원 채널추가

광고그룹 수정

디바이스

- 모든 디바이스 노출
- 상세 설정 (선택)
- PC (선택)
- 모바일 (선택)
  - Android (선택)
  - iOS (선택)

디바이스 환경 설정

제작자연

- 모든 지역 노출
- 상세 설정 (선택)
  - 카카오톡 (선택)
  - 카카오스토리 (선택)
  - 다음 (선택)
  - 카카오서비스 (선택)
  - 네트워크 (선택)



# 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

## PROJECT PERIOD

2022.05 – 2022.09

## WORK PARTICIPATION

참여인원 1명

참여도 100%

## [BANNER]



## IDOL FANSIGN 랜딩페이지 및 배너

### ■ PROJECT SUMMARY

- 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



DAY6 (Even of Day)  
The Book of Us : Glou - Nothing can tear us apart  
발매기념 마지막  
VIDEO CALL EVENT

**VIDEO CALL EVENT**

본 행사의 아티스트가 모바일 애신저 채널을 통해  
방송동화 및 금강시 분야 사업을 진행하는 이벤트입니다.



슈퍼주니어 - 정규10집 [The Renaissance]

발매기념 VIDEO CALL EVENT

슈퍼주니어 - 정규10집 [The Renaissance] 빙대를 기념하여  
MUSICPLANT에서 VIDEO CALL EVENT가 진행됩니다.

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

**VIDEO CALL EVENT**

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

**VIDEO CALL EVENT 신청 안내**



Eyes wide open  
발매기념 VIDEO CALL EVENT



**VIDEO CALL EVENT 란?**

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



+ X +

+TOMORROW X TOGETHER  
Minisode 1 : Blue Hour



투모로우우바이투게더  
minisode 1 : Blue Hour

**발매기념 VIDEO CALL EVENT**

**VIDEO CALL EVENT**

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

## CONTENTS 02

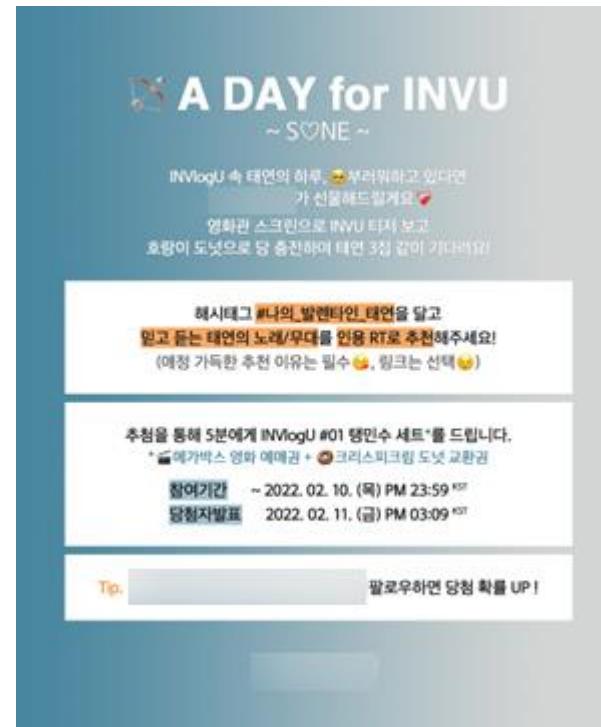
SNS 콘텐츠 제작

## **WORK PARTICIPATION**

- 참여인원 3명
  - 참여도 40%

#### ■ SNS 활성화를 위한 ‘시디씨가 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 04

### WORK PARTICIPATION

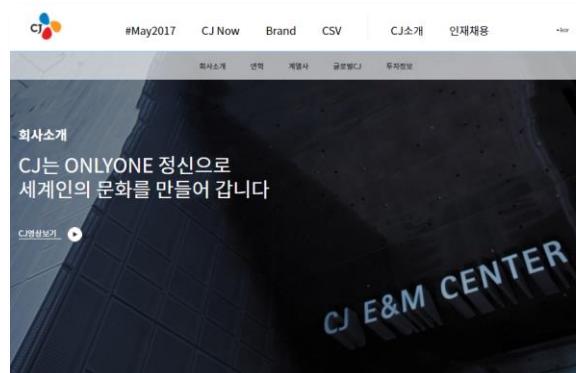
- 참여인원 1명
- 참여도 100%

### WEB 클론코딩 / 콘텐츠 제작광고

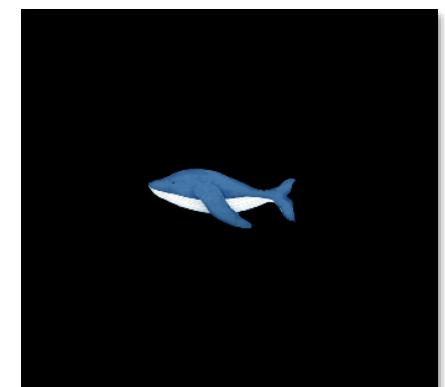
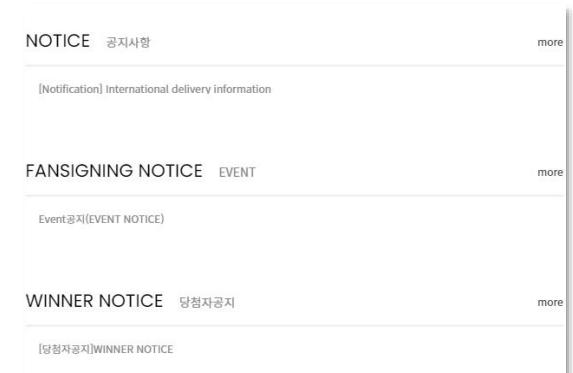
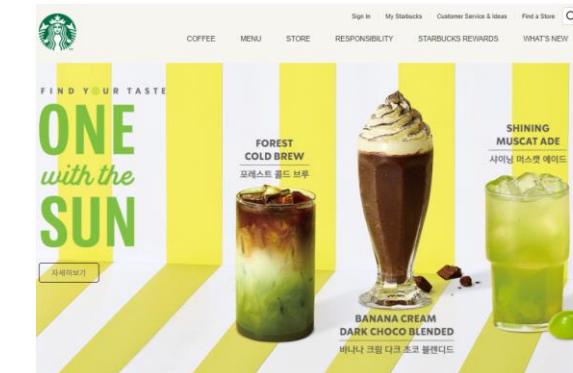
#### ■ HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE / PREMIRE PRO

- 웹 페이지 구성 능력 향상
- 개인 포트폴리오 영상을 제작

#### ● CODING



#### ● PREMIRE PRO



## CONTENTS 03

### WORK PARTICIPATION

- 참여인원 1명
- 참여도 100%

### 광고 소재 제작

#### ■ 브랜드 별 소재 제작

- 제품 USP를 반영한 SNS 소재 제작
- 기존 성과 소재 Develop을 통한 A/B 테스트 소재 제작



E.O.D