

블랙야크 SNS 활동사항 및 분석

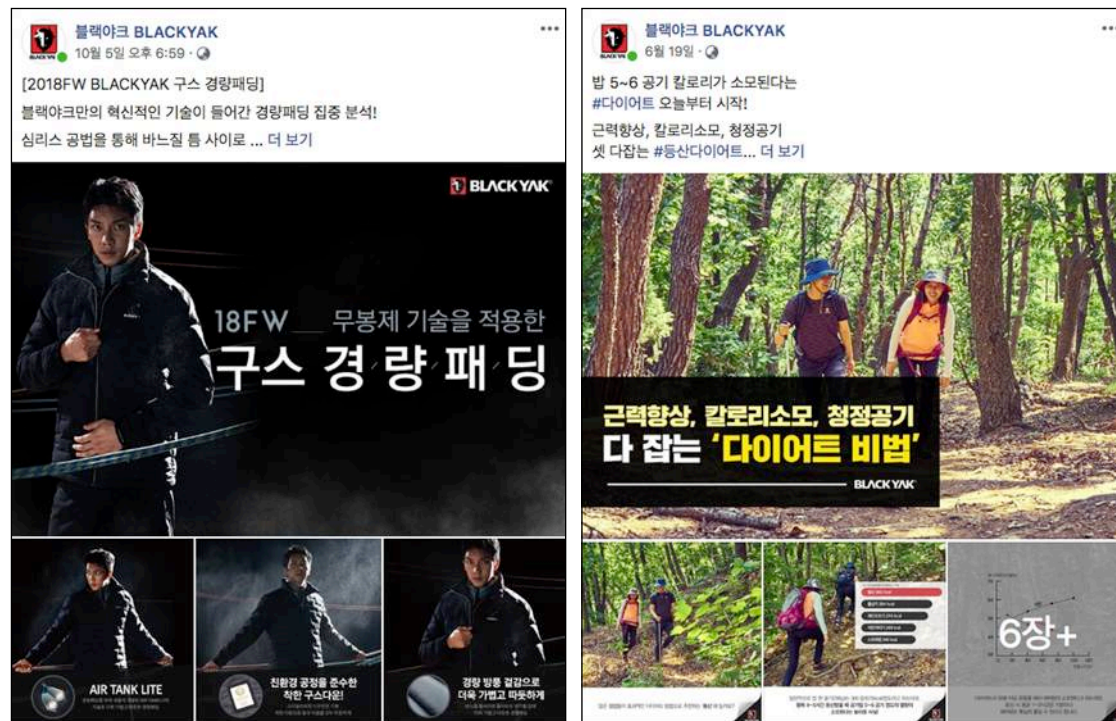
| 블랙야크 브랜드 채널

1) 페이스북 팔로우 16.5만명

<https://www.facebook.com/BLACKYAK/>

- 게시물 월평균 6~8개 업로드
- 아웃도어 / 나들이 관련 게시물
- 제품 관련 게시물
- 이벤트 진행

****이벤트 게시물이 제품&일반 게시물 대비 2.5 ~15배 이상 좋음**



최근 3개월 게시물 분석 8월 ~ 10월

8월

- 게시물 총 8개
- 제품홍보글 4개 / 브랜드 게시물 3개 / 이벤트 게시물 1개
- 장마철 시기에 맞춰 제품 홍보글 게시
- **가장 반응 좋은 게시물**
: 이벤트 게시물 (좋아요 650개 + 댓글 250개)

9월

- 게시물 총 6개
- 브랜드 게시물 2개 / 이벤트 게시물 3개 / 설문 게시물 1개
- **가장 반응 좋은 게시물**
: 신발 경품이벤트 게시물 (좋아요 약 5천개)

10월

- 게시물 총 7개
- 제품홍보글 3개 / 브랜드 게시물 2개 / 이벤트 게시물 1개 / 페스티벌 홍보글 1개
- **가장 반응 좋은 게시물: 이벤트 게시물 (좋아요 2약 3천개)**

| 블랙야크 브랜드 채널_ 페이스북

가장 반응이 좋은 콘텐츠 - 이벤트 게시물

8월 게시물

- 좋아요 650개
- 댓글 287개



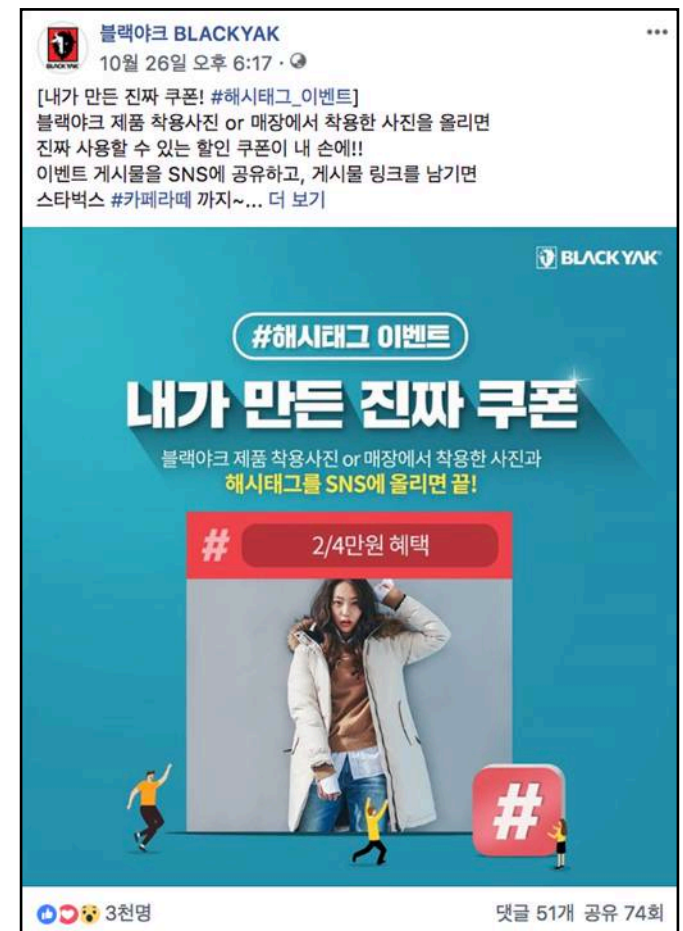
9월 게시물

- 좋아요 4,900개
- 댓글 320개



10월 게시물

- 좋아요 3,000개
- 댓글 51개



| 블랙야크 브랜드 채널_ 페이스북

제품 홍보 게시물

- 텍스트는 기능성 위주 정보 제공
- 사진은 설명 추가하여 직관적 이미지 제공



브랜드 관련 게시물

- 텍스트는 브랜드&캠페인 정보 위주
- 링크를 통해 캠페인 영상 & 사이트 유입 유도
- 댓글반응은 거의 없는편



| 블랙야크 브랜드 채널_ 페이스북

시즌 연계 게시물

- 8월 장마철에 관련한 게시물 게시
- 모델 착용&제품 정보 제공
- 하단 링크를 통해 홈페이지 유입 & 구매 유도



설문조사 게시물

- 이벤트 형식으로 진행
- 좋아요 700개, 댓글 326개로 댓글 반응이 높은편

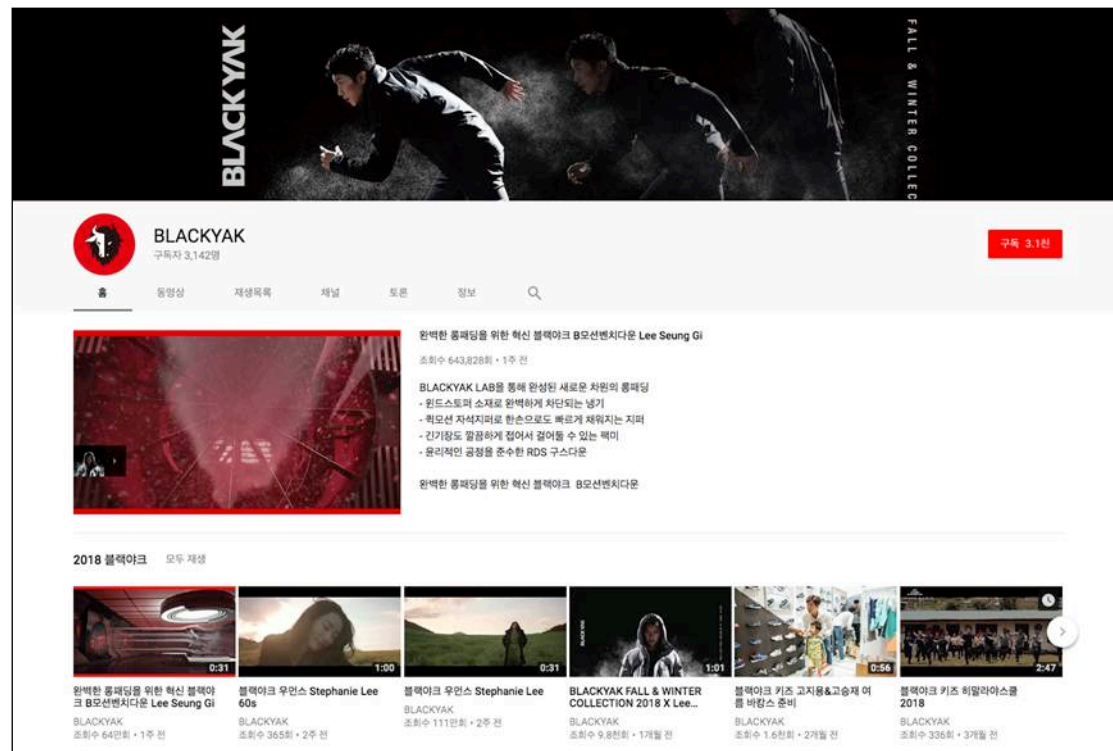


| 블랙야크 브랜드 채널

2) 유튜브 구독자 3.1천명

<https://www.youtube.com/user/blackyakbrand/featured>

- 별도의 유튜브용 콘텐츠 없음
- 모든 채널에 업로드 되는 영상 아카이브 형식으로 운영



전체 게시물 분석

운영 기간 약 7년

채널 내 총 동영상 200여개 이상

- 가장 반응이 좋은 동영상
- 이승기 벤치파카 광고 영상 (185만회)
 - 블랙야크 우먼스 캠페인 영상 (209만회)
 - 블랙야크 엠티다운 X 뉴이스트W (224만회)
 - 블랙야크 엠티다운 X 지코 영상 (545만회)

****일상&캠페인 영상에 비해 연예인 모델의 제품 홍보 영상이 반응이 압도적**

- 콘텐츠 종류
- 제품 홍보 영상
 - 캠페인 영상
 - 브랜드 필름
 - 등산&캠핑 관련 영상
 - 다큐멘터리 & 메이킹 필름

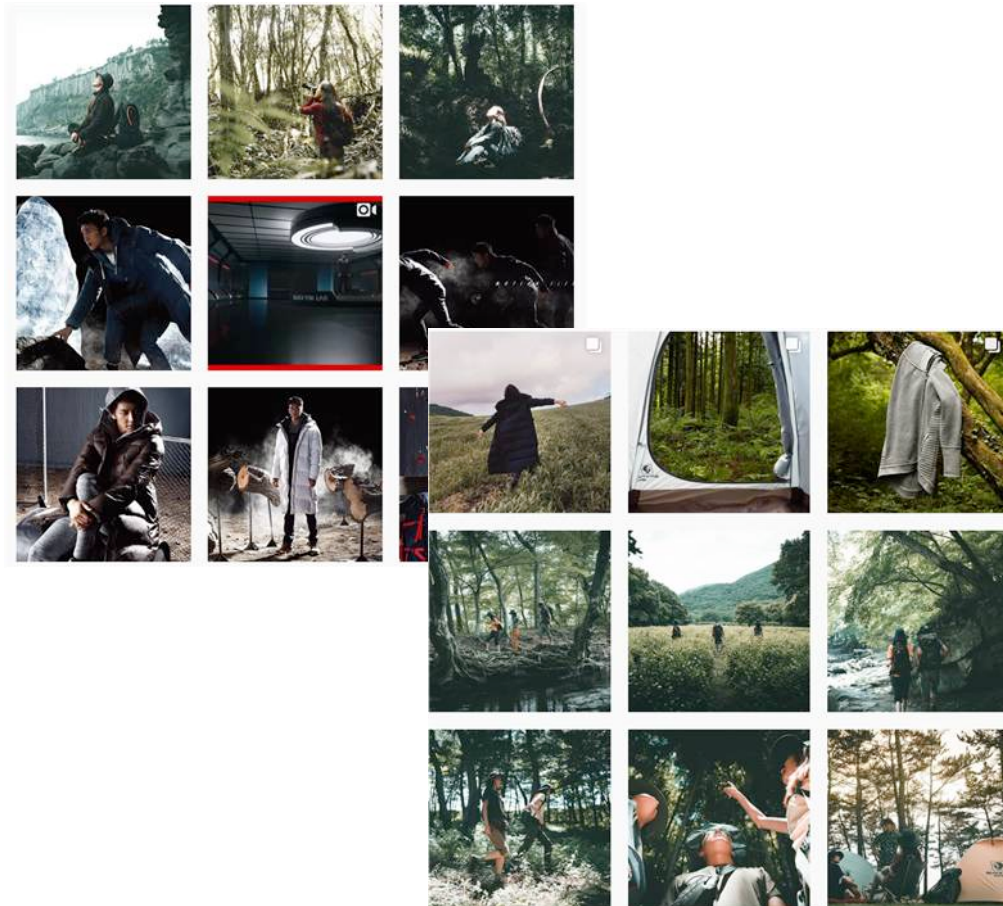
****등산&캠핑 관련 영상반응은 거의 없는 수준(조회수 1천 회 미만)이며, 연예인 모델의 영상도 이전 게시물(3년전)보다 최근 게시물이 반응이 높은편**

| 블랙야크 브랜드 채널

3) 인스타그램 라이프테크 팔로우 13.4천명 <https://www.instagram.com/blackyak.LIFETECH/>

- 페이스북보다 업로드가 잦은 편
- 자연, 등산 관련한 사진 소재에 아웃도어 관련한 텍스트로 업로드 진행
- 평균 좋아요 수 100~200개 가량

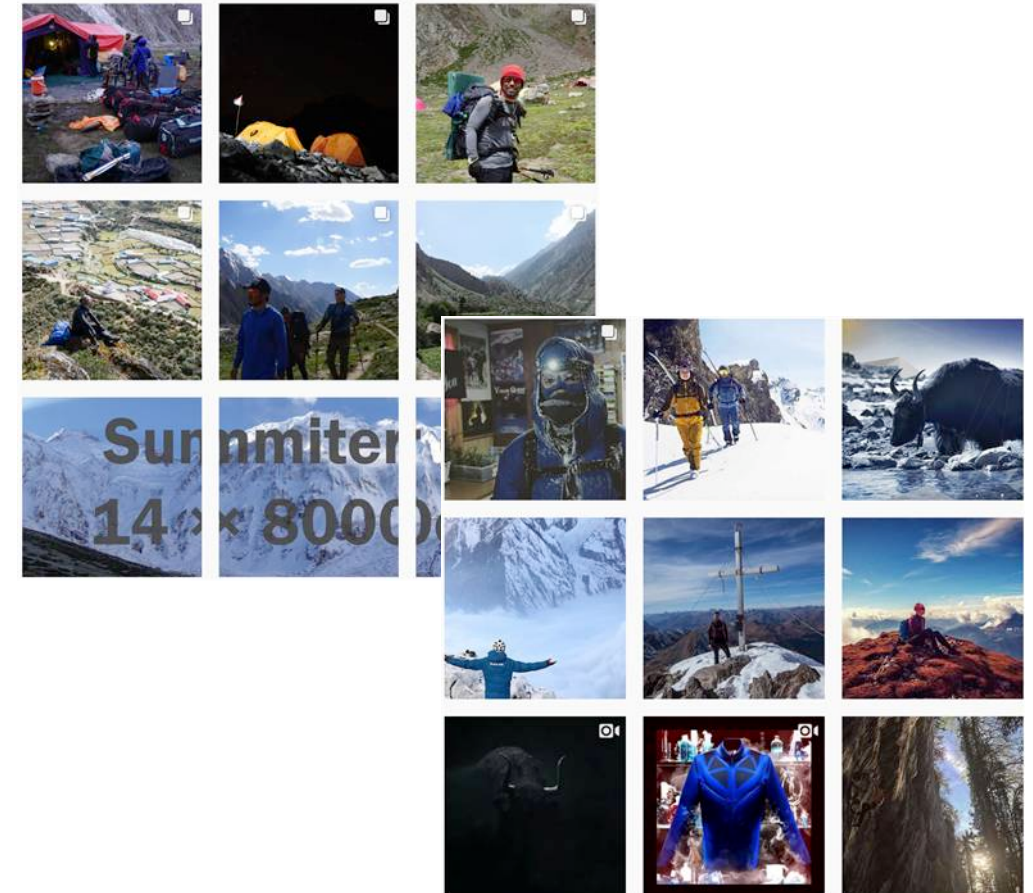
****제품&모델 이미지보다는 아름다운 자연 이미지가 반응이 좋음**



4) 인스타그램 익스트림 팔로우 1천명 <https://www.instagram.com/blackyak.extreme/>

- 등산관련 사진 업로드 계정
- 등산관련 이슈가 있을때 주로 업로드(2018년 기준)

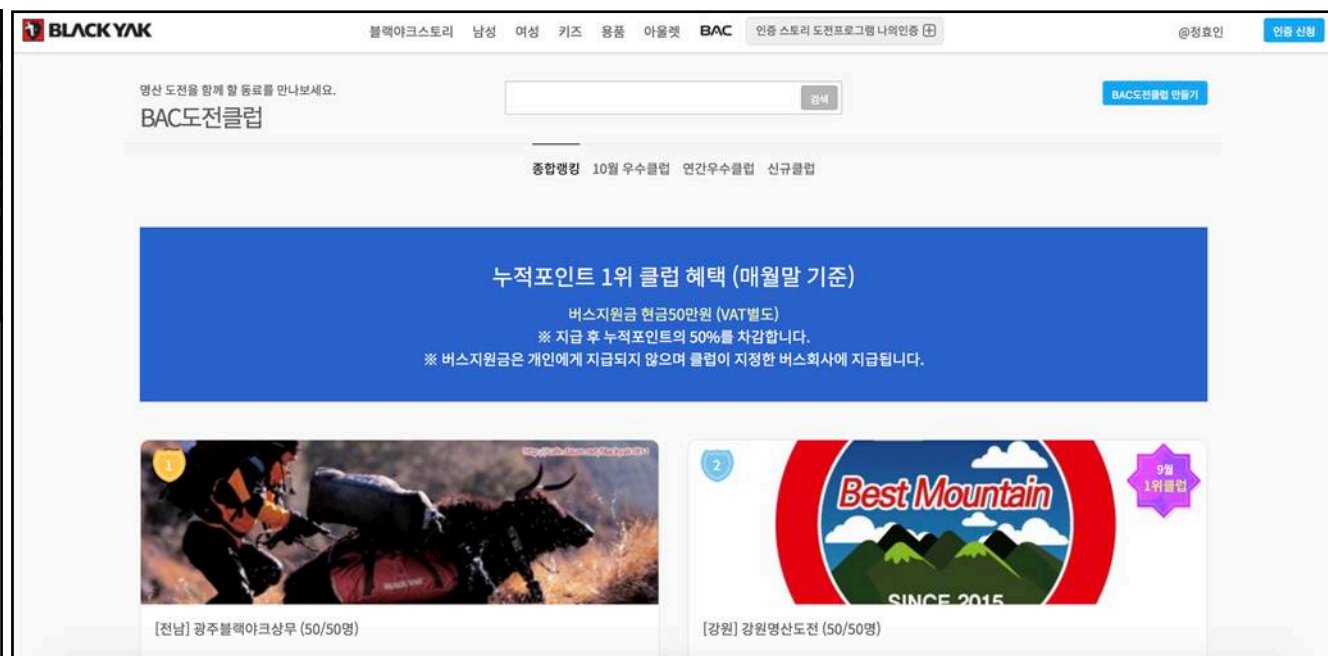
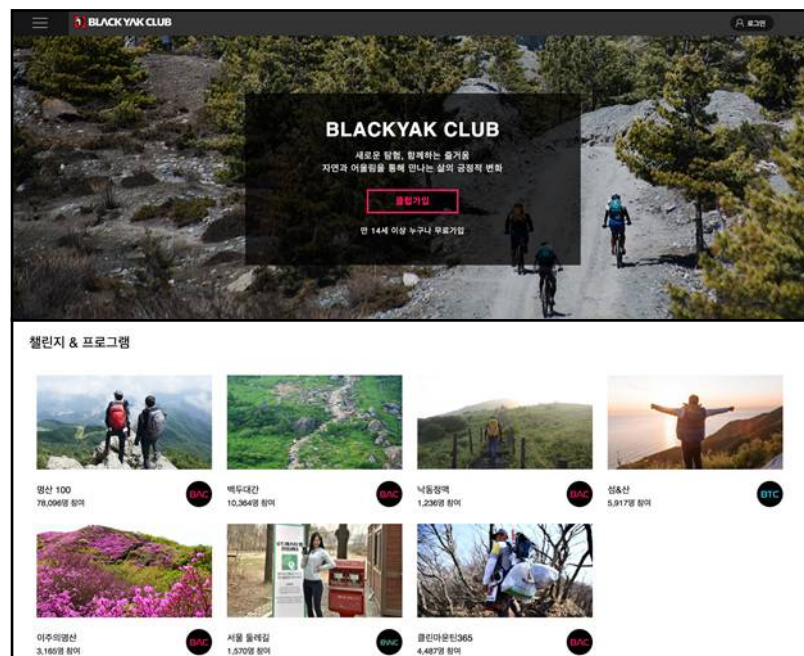
****전체적으로 반응이 매우 저조**



5) 블랙야크 공식 홈페이지 알파인 클럽(BAC)

스포츠 연계형 브랜드 캠페인(레저 소셜라이징)으로 등산을 매개로 공식 홈페이지에 커뮤니티를 형성, 이를 활용하여 명산 100 / 블랙야크 클럽데이 / 클린 마운틴 365 등 다양한 캠페인 진행 및 혜택 제공

- 등산 및 캠페인 관련 공지사항, 카풀, 문의 게시판 운영
- 현재 BAC에 등록된 도전자 약 8만명, 인증횟수 약 92만 회
- 50명 정원의 클럽을 자발적으로 만들어 등록할 수도 있으며,
인증시마다 클럽포인트를 부여, 매달 우수 클럽 선정하여 혜택 제공
- BAC 클럽샵을 별도로 운영하여 도전자만을 위한 기념품&의류 판매
- 별도의 **BAC** 어플 운영중이며, 인증위주 콘텐츠에 나머지 기능들은 홈페이지와 동일



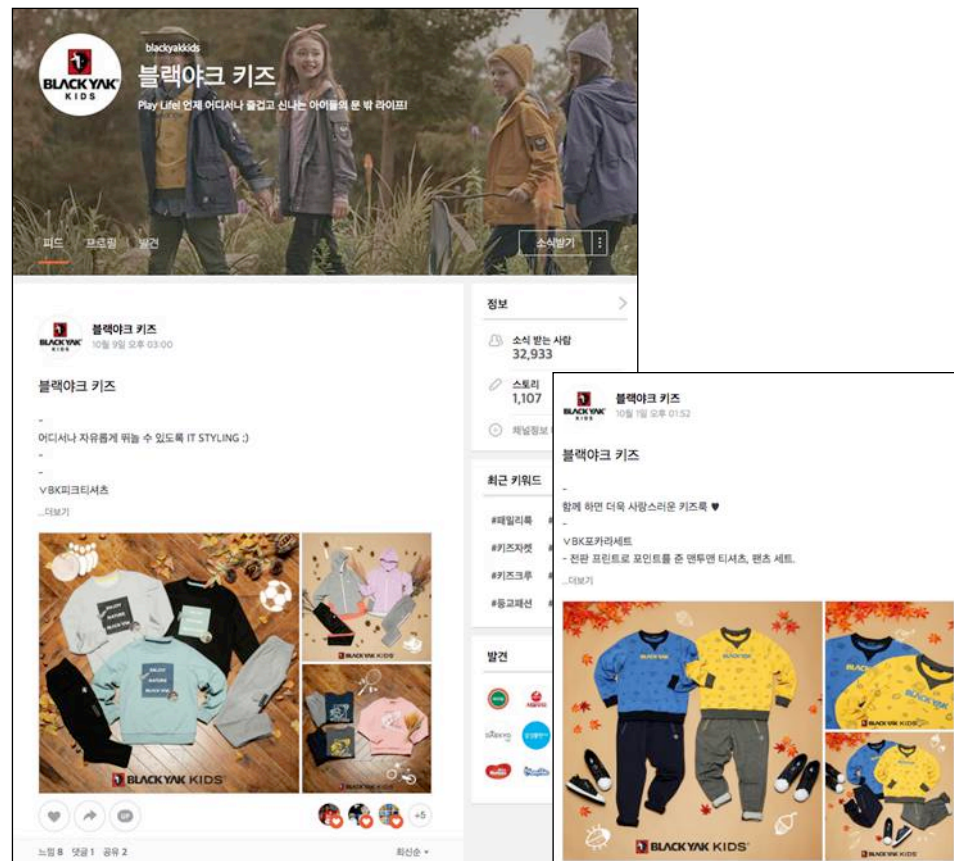
| 블랙야크 브랜드 채널

1) 카카오토리 팔로우 3.2만명

<https://story.kakao.com/ch/blackyakkids>

- 엄마들을 대상으로 진행
- 옷사진들을 업로드하여 실질적 구매 유도

****전체적으로 반응이 아예 없는 수준이나, 이벤트 게시물의 반응은 높음**



2) 인스타그램 팔로우 11.7천명

<https://www.instagram.com/blackyakkids.official/>

- 카카오토리와 비슷한 방식으로 업로드 진행 (거의 동일한 소재)

****평균 좋아요 200개 수준이며 댓글반응은 거의 없음**

