

#블랙야크 2019 SNS기획안



2019 블랙야크 마케팅의 목표

# KILLER CONTENTS & FANDOM

밀레니얼 & Z세대와 공감할 수 있는,  
블랙야크만의 핵심 가치를 담은 킬러콘텐츠를 개발하고  
이를 통한 브랜드 팬덤을 형성하는 것

결국 우리가 만들고자 하는 것은

# BLACKYAK FANDOM

이제는 브랜드 로열티를 넘어선 브랜드 팬덤의 시대.  
브랜드가 하나의 인격체가 되고,  
소비자와 블랙야크가 러브스토리를 그려갈 수 있게 해야한다.

---

브랜드의 팬덤은 브랜드를 통해 성취감을 느끼고 싶어한다.  
그들은 브랜드를 위해서 많은 시간과 에너지를 기꺼이 투자하여,  
브랜드의 이미지를 생성하고 변화시키고 유지시키는 역할을 한다.  
스스로 문화를 창조해나가는 크리에이터로서의 욕구를 가지고  
자발적으로 브랜드를 재생산하고 확산시킨다.  
또한, 브랜드가 나아갈 방향성에 대해 끊임없이 피드백한다.

---



갤럭시S9 팬파티



배달의민족 팬클럽 '배짱이'

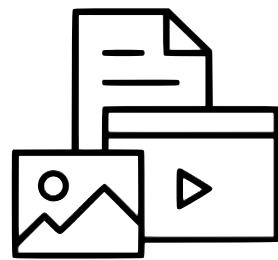


오로나민C 팬클럽 창단식

브랜드 팬덤을 위한 두 가지 조건,

출처 어도비 디지털 다이얼로그

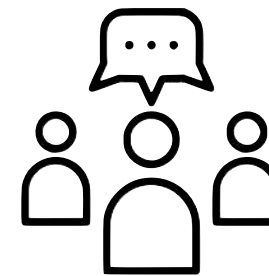
## 01 획기적이고 기발한 콘텐츠



제품과 소비자를 연결시키는 공감가는 콘텐츠를 통해  
고객이 브랜드에 대한 전에 없던 새로운 경험을 하게하고  
브랜드 연상과 생동감을 지속적으로 느낄 수 있어야함.

SNS 킬러콘텐츠 릴리즈

## 02 철저한 커뮤니티 관리



온/오프라인 커뮤니티 지원을 통해  
형성된 팬덤을 관리 및 유지

BAC / 매장 프로모션

WHAT TO SAY -

# KILLER CONTENTS

우리의 핵심가치인 아웃도어, 산 그리고 자연을 기반으로  
소비자가 공감하고, 즐길 수 있는 콘텐츠를 보여주는 SNS를 만들자

BLACKYAK KILLER CONTENTS

## 아웃도어에 관한 모든것

\* 콘텐츠를 세 카테고리로 나누어 릴리즈

아웃도어 활동이 이루어지는 곳  
**자연**

브랜드의 기반이 되는  
**아웃도어**

야크트립 콘텐츠  
**여행**

HOW TO SAY -

우리의 타겟들은 바라는 SNS의 모습은

체험하고 공감하며, 재미를 느낄 수 있는 곳을 원해

PLATFÜN

출처 컬처트렌드연구소 '2019 SNS 트렌드'

PLATFORM + FUN

기존의 플랫폼이 단순한 교류의 장으로 그친 데 반해,  
단순 공유를 넘어선 엔터테인먼트와 커스터마이징, 크리에이팅한 활동에 반응하는,  
'플랫폼'은 재미의 요소를 더한 콘텐츠로 사람들에게 차별적인 경험을 제공하는 것을 뜻한다.

유저들에게 즐거움을 주고, 그들의 생활 속 곳곳에서 밀착되어 이용되는 콘텐츠를 제공하자

# SNS 채널 운영

다양한 폼으로 제작되는 킬러콘텐츠를 채널의 특성에 맞게 역할을 분배하여 릴리즈





# 01 FACEBOOK

아웃도어에 관한 흥미를 유도하고, 정보전달, 이벤트 진행

## KILLER CONTENTS 1) 자연 - 배경화면 콘텐츠

- 해당 월의 다양한 자연의 모습을 배경화면 사이즈로 리사이징 하여 월 1회 업로드.
- 사진 속에서 자연스럽게 블랙야크 제품 노출
  - ex) 가을철 산과 들판의 모습 / 숲속 / 여름바다의 모습 / 야크트립 여행지 사진 등
- 유저들이 자연스럽게 블랙야크의 콘텐츠를 실생활에서 사용할 수 있게 함



\*콘텐츠 적용 예시



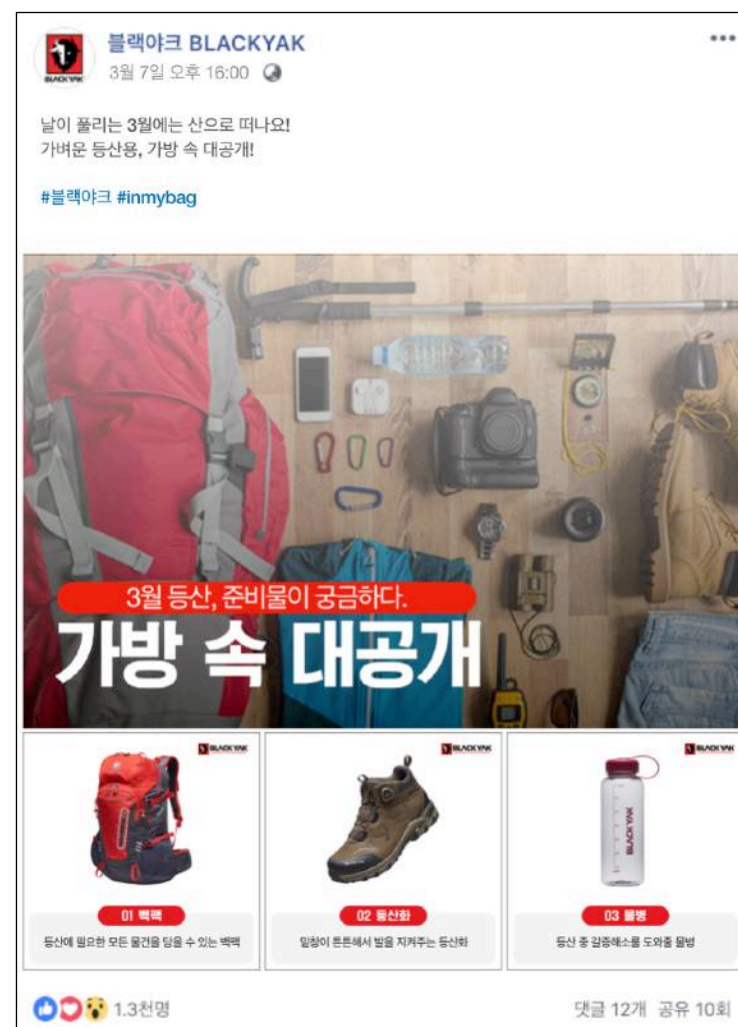


# 01 FACEBOOK

아웃도어에 관한 흥미를 유도하고, 정보전달, 이벤트 진행

## KILLER CONTENTS 2) 아웃도어 활동 - in my bag

- 아웃도어 활동에 필요한 물건들을 in my bag 콘텐츠로 제작하여 정보 제공  
ex) 여름 계곡용 in my bag / 간단한 캠핑용 in my bag 등
- 콘텐츠 내에 자연스럽게 자사 제품 노출



## KILLER CONTENTS 3) 아웃도어 활동 - 추천 코스

- 장소와 액티비티를 포함하여 다양한 아웃도어 추천.  
ex) 3월, 북한산에서 할 수 있는 모든 것 / 속초에서 할 수 있는 모든 아웃도어 추천
- 소비자들이 한 장소에서도 다양하게 아웃도어를 즐길 수 있도록 콘텐츠 제공

# 01 FACEBOOK

아웃도어에 관한 흥미를 유도하고, 정보전달, 이벤트 진행

## KILLER CONTENTS 4) 여행 - 야크트립 콘텐츠

- 야크트립에 관한 정보전달 및 흥미유발
- 액티비티/야크하우스/여행지 소개 세 파트로 나누어 진행

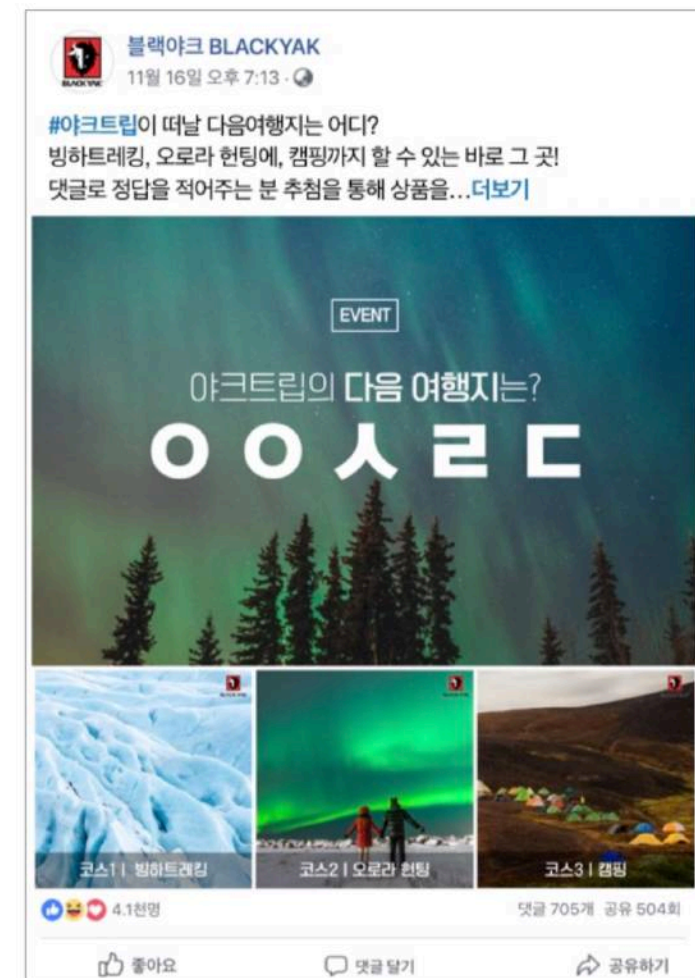
### 01 야크트립 여행지 액티비티 소개



### 02 야크하우스 소개



### 03 야크트립 여행지 소개 및 흥미유발



# 01 FACEBOOK

아웃도어에 관한 흥미를 유도하고, 정보전달, 이벤트 진행

---

## 게시물 업로드 가이드

- 주력제품 업로드 시 제품태그 사용
- 바디텍스트 간소화 / 해시태그는 주요 키워드만 진행



# 02 INSTAGRAM

피드를 통해 컨셉을 전달하고, 스토리 등으로 실시간 참여를 통해 자발적인 콘텐츠 생산 유도

---

## KILLER CONTENTS 1) 자연 - 아카이빙 및 업로드

- 페이스북에서 배경화면 이미지로 업로드 되는 이미지들을 아카이빙 하여 업로드
- 월별로 블랙야크의 인스타그램을 통해 자연의 무드를 느낄 수 있게 함

여름



가을



겨울

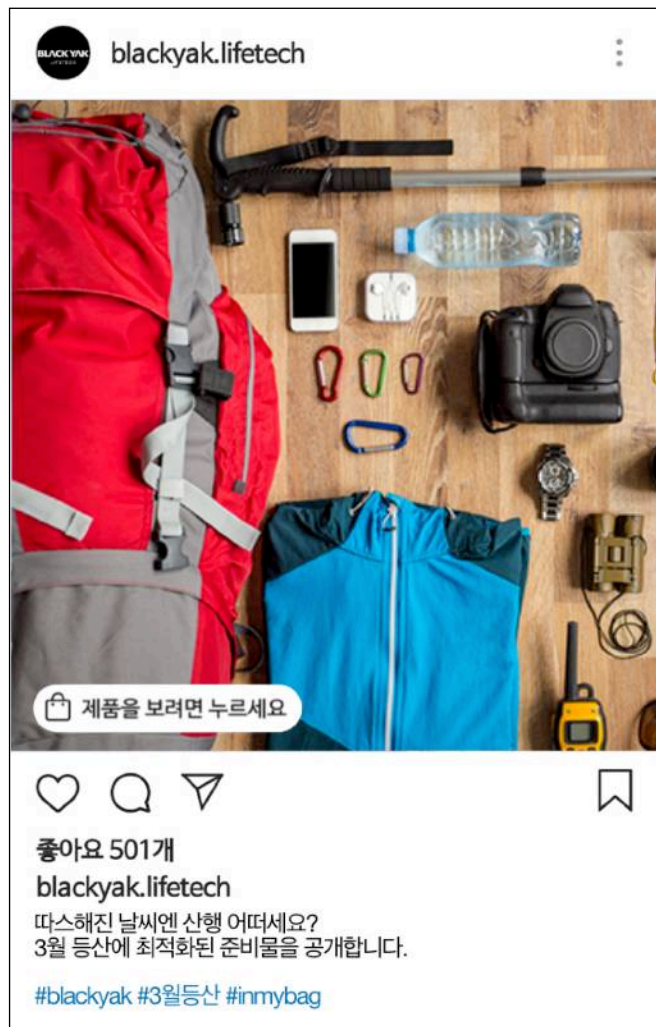


# 02 INSTAGRAM

피드를 통해 컨셉을 전달하고, 스토리 등으로 실시간 참여를 통해 자발적인 콘텐츠 생산 유도

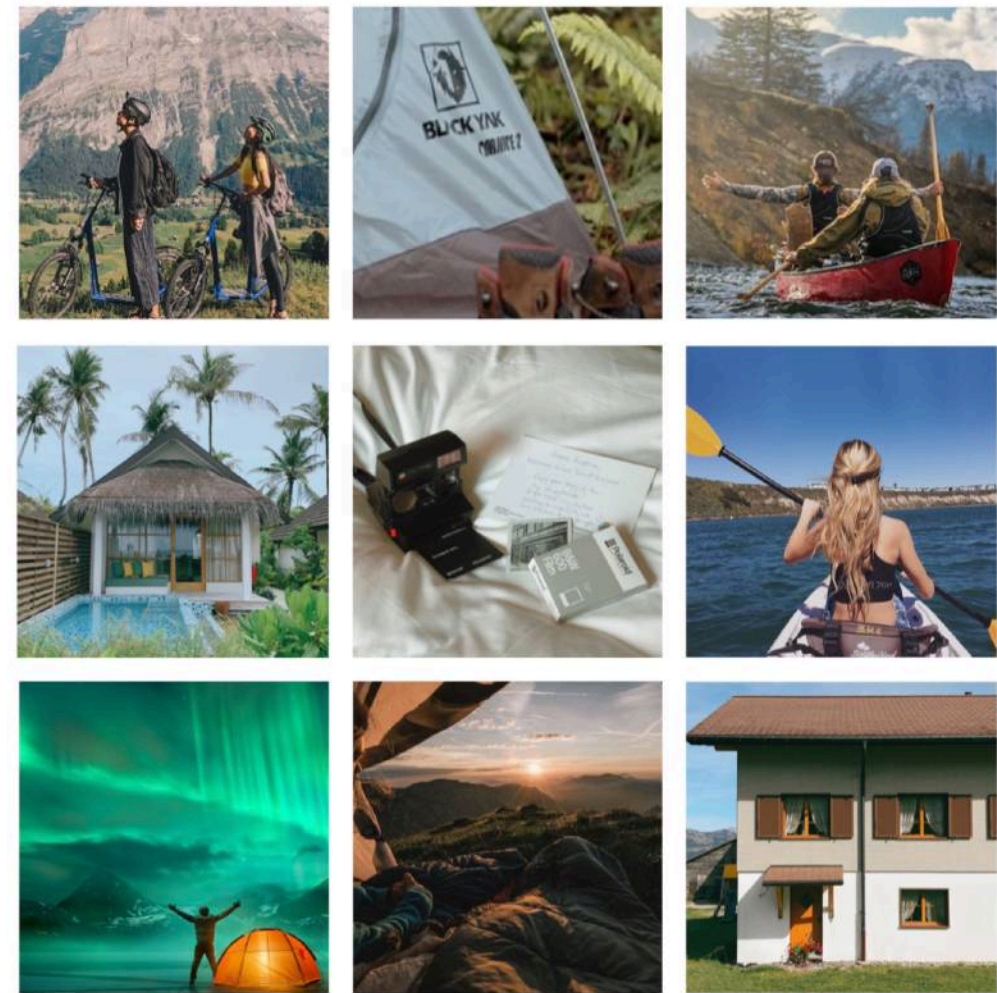
## KILLER CONTENTS 2) 아웃도어 활동 - in my bag

- 페이스북에 업로드 된 in my bag 콘텐츠를 가공없이 이미지원본으로 업로드
- 제품태그를 통해 자사제품 노출



## KILLER CONTENTS 3) 여행 - 야크트립 콘텐츠

- 야크트립의 모습을 아카이빙 하여 업로드





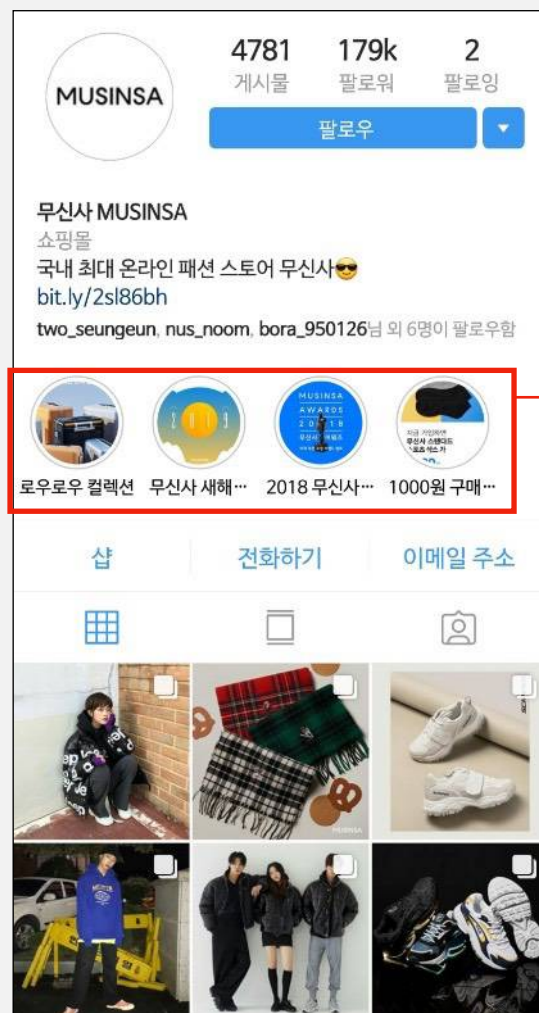
# 02 INSTAGRAM

피드를 통해 컨셉을 전달하고, 스토리 등으로 실시간 참여를 통해 자발적인 콘텐츠 생산 유도

## + 추가 제언1 : 스토리 및 하이라이트 운영

- 24시간 휘발성 콘텐츠인 스토리와, 이를 저장하는 하이라이트를 통하여 유저들과 실시간으로 소통?
- 단순 업로드 외에 '살아있는 계정'으로서의 자리매김

ex) '무신사' 인스타그램



무신사의 소식들을 하이라이트에 노출시켜  
전반적인 피드의 톤은 맞추되,  
이벤트 정보는 지속적으로 전달

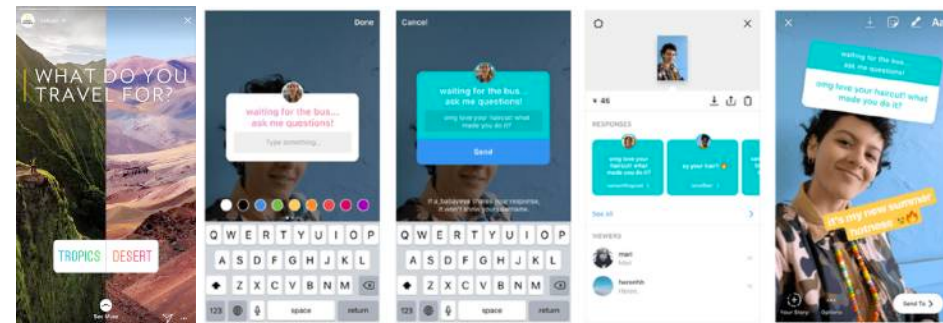


### a. 야크트립 이용자 콘텐츠

야크하우스 기간 중 하이라이트 개설 후  
유저 콘텐츠 실시간 릴리즈

### b. 스토리 설문조사 이용

월별 장소 액티비티 등을 스토리 설문조사로 투표를 받아  
하이라이트에 유저들의 답변 노출



### c. 주력제품 스토리 노출

판매사이트 페이지로 랜딩

# 02 INSTAGRAM

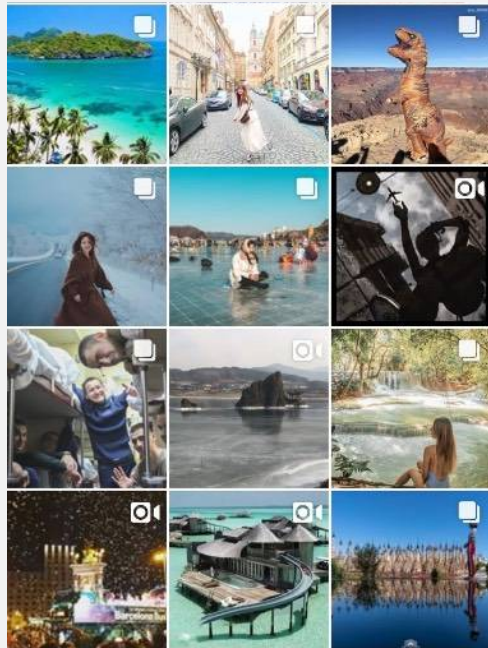
피드를 통해 컨셉을 전달하고, 스토리 등으로 실시간 참여를 통해 자발적인 콘텐츠 생산 유도

## + 추가 제언2 : 해시태그 개발

- 해시태그를 개발하여 팬덤이 만드는 피드 무드 확산.
- 블랙야크 공식 인스타그램 외에도, 블랙야크를 검색했을 때 유저/팬덤이 자발적으로 해시태그를 삽입하여 블랙야크 피드 무드를 생산

ex) '여행에 미치다' 인스타그램

여행에 미치다 인스타그램



여행에 미치다 해시태그 피드



- '여행에 미치다'에 업로드 되는 무드와 인스타그램 해시태그 피드무드가 거의 동일
- 유저들이 자발적으로 해시태그를 삽입하여 확산 (#여행에미치다 해시태그 약 440만개)

# 02 INSTAGRAM

피드를 통해 컨셉을 전달하고, 스토리 등으로 실시간 참여를 통해 자발적인 콘텐츠 생산 유도

---

## 게시물 업로드 가이드

- 제품 태그 사용 : 주력제품에 사용
- 주요 해시태그는 바디에,  
기타 대댓글로 진행하여 바디텍스트 간소화

# 03 YOUTUBE

유저들에게 다양한 형식으로 아웃도어에 관한 경험을 간접체험 할 수 있는 콘텐츠 제공

---

## KILLER CONTENTS 1) 자연 - ASMR 콘텐츠

- ASMR : autonomous sensory meridian response (자율 감각 쾌락 반응)  
뇌를 자극해 심리적인 안정을 유도하는 영상으로 유튜브 유저들이 주로 일상속에서 ASMR을 반복재생하여 들음.
- 자연과 아웃도어를 주제로 한 ASMR을 제작하여 자연스럽게 블랙야크에서의 재생을 유도

### a. 자연의 소리

- 빗소리, 산에서 나는 소리 등 자연에서 나는 소리



### b. 아웃도어 소리

- 캠핑하는 소리, 등산하는 소리, 산책하는 소리 등  
ASMR을 통해 아웃도어를 하지 않는 순간에도 간접경험





# 03 YOUTUBE

유저들에게 다양한 형식으로 아웃도어에 관한 경험을 간접체험 할 수 있는 콘텐츠 제공

---

## KILLER CONTENTS 2) 아웃도어 활동 - 백패킹 GRWM

- GRWM : Get Ready With Me 의 약자. 유튜버들과 함께 준비하는 콘텐츠
- 아웃도어 상황별로 백패킹 하는 것을 설명해주면서 함께 백패킹을 유도.





# 03 YOUTUBE

유저들에게 다양한 형식으로 아웃도어에 관한 경험을 간접체험 할 수 있는 콘텐츠 제공

## KILLER CONTENTS 2) 아웃도어 활동 - 명산 100 도전기

- 아웃도어 / 스포츠 분야가 아닌 Vlog 유튜버가 하는 명산 100 도전기
- 아웃도어와 관련없는 유튜버를 섭외함으로써 초보자부터 점점 성장해가는 모습을 보여주며, 등산하는 것 이외에도 산에서 즐기는 다양한 모습들을 노출.

ex)유튜브 채널 'ONT'의 채널목록 '아웃도어 레슨 프로그램 - 렛츠두잇'

**[아웃도어 레슨 프로그램-렛츠두잇] 클라이밍 편**    모두 재생

클라이밍 그냥 올라가면 되는거 아님? / 왕초보의 클라이밍 도전...	실내 클라이밍 준비물 두 개면 끝 / 왕초보의 클라이밍 도전기 2화 [...]	운동 전 스트레칭은 필수! / 왕초보의 클라이밍 도전기 3화 [렛츠두...	클라이밍의 기본 삼지점 잡기 / 왕초보의 클라이밍 도전기 4화 [렛...
ONT [아웃도어X여행] 조회수 6.9천회 · 8개월 전	ONT [아웃도어X여행] 조회수 5.3천회 · 8개월 전	ONT [아웃도어X여행] 조회수 4천회 · 8개월 전	ONT [아웃도어X여행] 조회수 4.8천회 · 7개월 전

# 03 YOUTUBE

유저들에게 다양한 형식으로 아웃도어에 관한 경험을 간접체험 할 수 있는 콘텐츠 제공

---

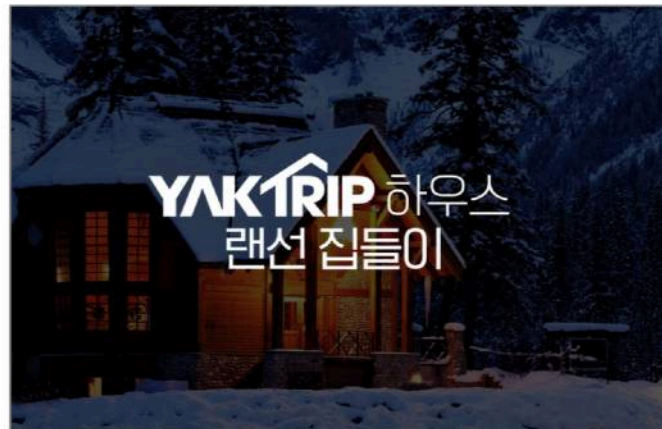
## KILLER CONTENTS 3) 여행 - 야크트립 콘텐츠

- 야크트립과 관련한 콘텐츠를 영상으로 제작하여 생생하게 전달

01 셀럽/인플루언서 라이브방송



02 세계의 야크하우스 소개 영상



03 아웃도어 액티비티 리뷰 에피소드



## + 인플루언서 마케팅

블랙야크가 인플루언서 마케팅을 해야 하는 이유

# 검색보다 신뢰할 수 있는 사람을 따르다

### 이모셔널 컨슈머

ASMR, 먹방, 브이로그 등  
간접경험을 통해 만족감을 얻음

### 팔로인

FOLLOW (따르다)  
+  
人 (사람)

### LAN 선구자

1인 크리에이터가 새로운  
소비시장의 흐름을 주도

우리가 만들고자 하는 이미지를, 블랙야크의 채널을 넘어  
잠재고객이 구독하고 있는 SNS/크리에이터 채널에서  
블랙야크와 아웃도어에 관련한 다양한 모습으로 콘텐츠 릴리즈

우리의 채널과 콘텐츠를 주도적으로 확산해줄 수 있는 영향력 있는 개인이 필요하다.

# 블랙야크 SNS 인플루언서

자연 / 액티비티 / 여행 분야의 인플루언서



띠예 67만  
ASMR



은하캠핑 5만  
아웃도어캠핑



유디니 20만  
여행



슬기 11만  
직장인 VLOG



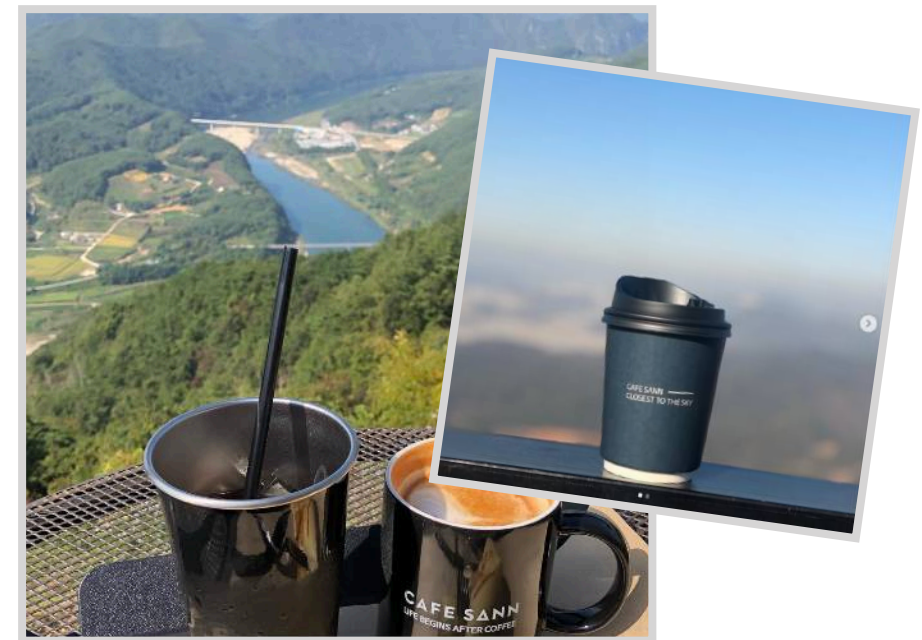
아넬리스 20만  
일러스트작가



한세 15만  
홈카페

추가적으로 확장할 수 있는 분야의 인플루언서

< 홈카페로 확장한 아웃도어의 모습 >



#산카페  
#블랙야크산카페

아웃도어를 더욱 매력적으로 보여줄 수 있는 다양한 분야의 인플루언서와의 협업을 통해,

아웃도어의 다양한 모습을 보여줌과 동시에 이러한 콘텐츠들이 마치 블랙야크의 것인양 선점하는 효과를 기대할 수 있다.



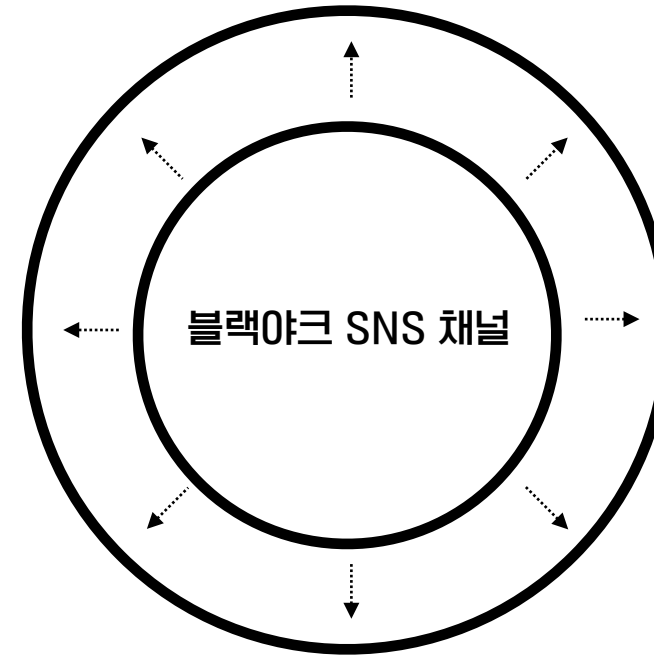
## / 인플루언서 마케팅 실행방안 /

블랙야크 SNS에 직접 올라도 이상하지 않은  
자연 / 아웃도어활동 / 여행 관련 인플루언서와  
협업한 콘텐츠는 블랙야크 채널에 직접 게시



아웃도어의 확장된, 다양한 모습들을 담은  
인플루언서 채널의 콘텐츠를 리그램&공유하기를 통해  
다양한 타겟들의 블랙야크 채널 유입을 유도

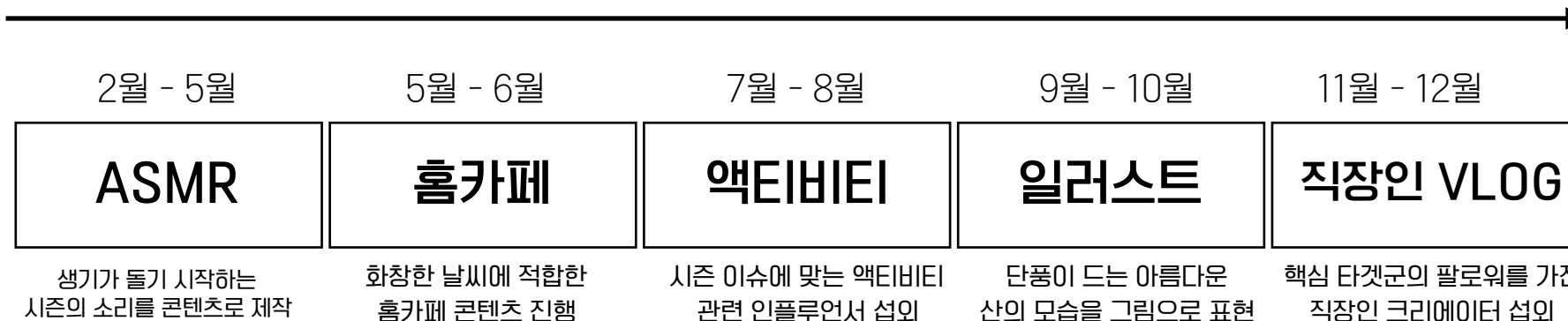
[콘텐츠 종류]  
영상 콘텐츠 - ASMR / 액티비티 / VLOG / GRWM 등  
이미지 콘텐츠 - 여행 / 그림 / 액티비티 / 홈카페 등



내부적으로는 아웃도어와 관련  
인플루언서와의 콘텐츠 협업으로  
채널 내 콘텐츠 다양화 추구

외부적으로는 아웃도어를 다양하게  
보여줄 수 있는 인플루언서들을  
활용한 색다른 콘텐츠 생성,

리그램 & 공유하기를 통해  
외부 콘텐츠를 블랙야크가 선점하고  
잠재고객 타겟층 확장



다양한 분야의 인플루언서와 협업하는 이유는  
아웃도어의 색다른 다양한 매력을 보여주기 위한 것

듣기만 해도 예상되는 아웃도어의  
시즌별 콘텐츠 기획이 아닌,

역으로 확장하고자하는 분야와  
아웃도어가 만났을 때 돋보일 수 있는 내용을  
우선적으로 고려한 콘텐츠 일정 기획



Flow

# 콘텐츠 소스 수급 & 릴리즈 프로세스

3가지 블랙야크 SNS에서 각각 보여줄 콘텐츠 소스를  
한번의 촬영으로 수급할 수 있는 프로세스 기획

## [콘텐츠 소스 수급 프로세스]



자연 / 아웃도어활동 / 여행  
카테고리의 현장 촬영 진행



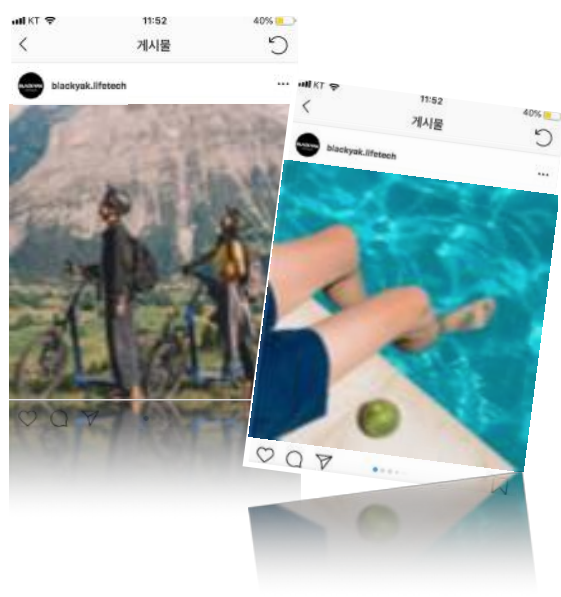
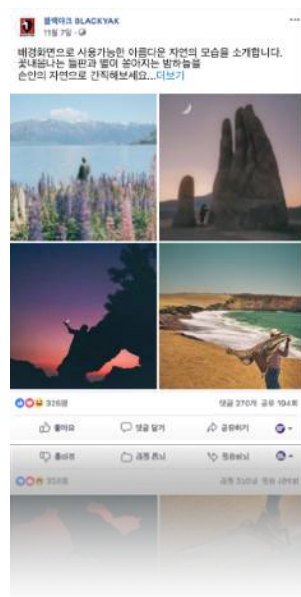
사진, 소리, 영상 소스 수급



내부 콘텐츠 제작



블랙야크 SNS 콘텐츠 릴리즈






## [콘텐츠 릴리즈]

제작된 콘텐츠를  
시즌 / 일정 / 채널의 특성에 맞게 릴리즈 진행

페이스북 - in my bag, 배경화면 콘텐츠  
인스타그램 - in my bag, 액티비티 활동 콘텐츠  
유튜브 - ASMR / GRWM / VLOG 영상 콘텐츠

# 2019 블랙야크 SNS 운영 로드맵

월별 콘텐츠    블랙야크 이슈    야크트립    인플루언서

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	월별 배경화면 / in my bag / 아웃도어 추천코스 콘텐츠 업로드											
			BAC 컬렉션	ECO THINK 캠페인	Z타겟 캠페인 - 컬쳐콘서트	다운 선판매			무신사 컬렉션 & 매장수선 프로모션		Z타겟 캠페인 - 컬쳐콘서트	
			야크하우스 / 액티비티 소개			야크하우스 / 액티비티 소개					야크하우스 / 액티비티 소개	
 Instagram	월별 톤에 맞춘 자연이미지 아카이빙 / in my bag / 아웃도어 활동 이미지 업로드											
			BAC 컬렉션	여행에 미치다 - 아이스티셔츠	씨어써커 썸머룩	다운 선판매			무신사 컬렉션		Z타겟 캠페인 - 컬쳐콘서트	
			야크하우스 / 액티비티 사진			야크하우스 / 액티비티 사진					야크하우스 / 액티비티 사진	
 YouTube	시즌별 ASMR / GRWM / 야크챌린지 / VLOG 콘텐츠 업로드											
				여행에 미치다	Z타겟 캠페인 - 컬쳐콘서트				무신사 컬렉션		Z타겟 캠페인 - 컬쳐콘서트	
			야크하우스 집들이 / 라이브 방송			야크하우스 집들이 / 라이브 방송					야크하우스 집들이 / 라이브 방송	
인플루언서	ASMR			홈카페		액티비티		일러스트		직장인 VLOG		