

[메디필_미국] 바이럴 영상 기획안

(주)제리와콩나무_2025.03.12

Selling Point

제품명

히알루론산 유브이 클리어 선스크린



제품명

레드 락토 콜라겐 랩핑 마스크



[소구 포인트]

- 단순한 차단을 넘어, 보습·진정·항산화·장벽 강화까지 한 번에 케어하는 OTC 올인원 비건 선크림
- 히알루론산을 함유하여 촉촉하며 민감한 피부도 걱정없이 사용 가능

[소구 포인트]

- 바르는 팩으로 흘러내림의 걱정없이 사용할 수 있으며 1회 사용만으로도 즉각적인 물광효과를 선사.
- 콜라겐의 영양을 피부에 채워 모공 리프팅과 피지 케어가 동시에 가능

Campaign Summary

Content	Content Creation Direction	#HashTag
1. Sunscreen Explorer	소비자들이 선크림을 선택 할 때 중요하게 생각하는 포인트들을 하나씩 언급. 이후 포인트들을 이야기하며 제품의 장점을 소구하는 형태.	*필수 해시태그 추천 #mdp #mdpsunscreen #sunscreen #vegansunscreen #spf #skincare #sunsafety #kbeauty
2. I put on sunscreen, but...	선크림을 사용하는데 불편했던 점에 대해 리뷰하는 콘텐츠. 이전에 사용했었던 제품의 단점과 메디필 제품의 장점을 연결시켜 소구하는 형태.	
3. Peel off the skin.	피부 탄력을 한번에 관리 할 수 있는 제품의 장점을 보여주는 콘텐츠. 썸네일에 팔꿈치 또는 발꿈치에서 떼어내는 모습 연출하여 제품에 대한 호기심 강조.	*필수 해시태그 추천 #mdp #mdpcollagenmask #collagenmask #dewyglow #glowyskin #glassskin #kbeauty #kskincare *4번만 추가 #mdpchallenge
4. Glass Skin	화면전환을 극대화하는 포맷으로 제품의 장점인 ‘물광’을 강조하는 콘텐츠. 짧은 시간 안에 시선을 집중시키고 제품에 대한 궁금증을 가질 수 있도록 함.	
공통사항	아마존 구매 가능 언급	

Contents - Sunscreen Explorer



[기획 내용]

선크림 제품을 고르는 방법을 소개해주는 콘텐츠.

소비자들이 선크림을 사용할 때 중요하게 생각하는 포인트를 하나씩 언급하고, 그에 대한 설명을 통해 제품의 장점을 자연스럽게 강조하는 형태.

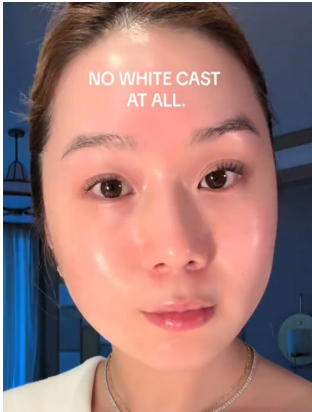
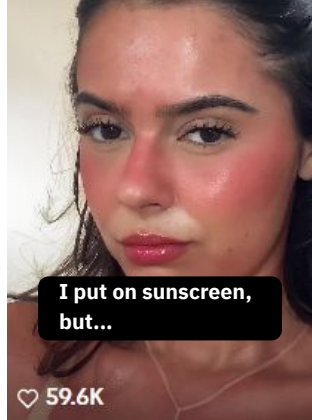
[영상 제작 방향]

- 최초 썸네일에 “**Sunscreen Explorer**”이라는 타이틀과 함께 가지고 있는 선크림 제품들을 쏟아 붓는 모습을 노출.
- “아직도 집에 다 쓰지 않고 쌓아둔 선크림 하나씩 있지않아?”
- “왜 그럴까 생각을 해봤는데 하나씩 마음에 들지 않은 부분이 있어서 그랬던 것 같아.” 라고 하며 5가지를 하나씩 짧게 설명하며 언급.
 1. UVA와 UVB 두 가지 자외선을 모두 차단 가능 여부
 2. SF 30 이상
 3. Oxybenzone-free
 4. Vegan Formula
 5. 건조하지 않고 촉촉함
- “이 모든 것을 충족하는 제품은 바로 이거야.” 라고 하며 제품 소개.
- 이후 1~5번을 제품에 빗대어 소구 “이 제품은 단순한 자외선 차단을 넘어, 보습과 진정, 항산화, 장벽 강화까지 한번에 케어가 가능한 올인원 비건 선크림이야.”
- 본인의 사용 후기와 함께 아마존에서 구매 가능하다고 언급.

[제품 소구 방향]

- **히알루론산 유브이 클리어 선크림** : 단순한 차단을 넘어, 보습·진정·항산화·장벽 강화까지 한 번에 케어하는 OTC 올인원 비건 선크림.

Contents - I put on sunscreen, but...



[기획 내용]

선크림을 사용하는데 불편했던 점들을 언급하며 제품의 장점과 연결시켜 소구하는 형태.

[영상 제작 방향]

- “나는 선크림을 발랐는데...” 라는 자막과 함께 불편했던 장면을 썸네일로 시작.
ex)
 1. 타서 붉게 변한 얼굴이나 팔을 보여줌
 2. 메이크업이 건조해서 갈라진 얼굴을 보여줌.
 3. 백탁 때문에 하얗게 된 얼굴을 보여줌.*위 3가지 중 1가지 택하여 진행 / 영상 초반에서 시선을 잡을 수 있는 장면으로 배치.
- 불편 상황에 대한 설명과 그에 맞는 제품 장점 소구.
ex)
 1. 자외선 차단 지수 관련 내용
→ 지금까지 SF 30이상으로 사용했었는데 진짜 필요한건 SF50이었어.
 2. 나는 선크림을 쓰는데 너무 건조해.
→ 내가 지금까지 썼던 선크림은 바르면 항상 건조했는데 이 선크림은 바르고 메이크업을 해도 건조함이 없었어.
 3. 나는 메이크업 전에 선크림을 쓰는데 얼굴이 하얘지는게 너무 싫어.
→ 이 제품은 백탁이 없고 비건 제품이라 민감한 피부에도 사용이 가능해.
- MDP+ 선크린의 추가 장점과 함께 아마존 구매 가능 언급.

[제품 소구 방향]

- **히알루론산 유브이 클리어 선크린** : 단순한 차단을 넘어, 보습·진정·항산화·장벽 강화까지 한 번에 케어하는 OTC 올인원 비건 선크림.

Contents - Peel off the skin.



[기획 내용]

피부 탄력 관리를 위해 이 제품을 쓰고 있다는 점으로 제품력 강조.
썸네일에 얼굴에서 바로 떼어내는 장면이 아닌 팔꿈치나 발꿈치에서 떼어내는 모습을 먼저 보여주며 시선을 사로 잡고 궁금증 유발.
이후 얼굴에서 떼어내는 장면을 보여주며 광채 강조.

[영상 제작 방향]

- 영상 시작시 (택 1)
 1. 팔꿈치 또는 발꿈치에서 떼는 모습으로 시작.
 2. 양 발에 랩핑마스크를 사용하여 유리구두를 신은 것 같은 모습으로 시작.
(얼굴에서 떼어내는 모습은 이미 많이 소비되어 새로운 후킹 포인트로 관심도 확보)
- 이후 얼굴과 목에 바른 모습(이미 건조가 완료되어 광이 나는 모습)으로 등장.
- 팔꿈치와 발꿈치에서 떼어낸 마스크를 보여주며 “사실 이게 각질이 아니고 내가 사용하고 있는 팩이야” 라며 설명 시작.
- “나는 피부의 탄력을 위해 얼굴과 몸에도 이 제품을 쓰고 있어.”라고 말하며 제품 소개.
- 건조가 된 얼굴과 목에 있는 팩을 떼어내며 광나는 모습 연출, 제품의 장점 언급.
**떼어낸 즉시 얼굴에서 광채가 나는 모습 강조 필수.
- 아마존에서 구매 가능하다는 점을 언급하며 마무리.

[제품 소구 방향]

- **레드 락토 콜라겐 랩핑 마스크** : 바르는 팩으로 흘러내림의 걱정없이 사용할 수 있으며 1회 사용만으로도 즉각적인 물광효과를 볼 수 있으며, 세로 모공과 피지 케어가 가능함.



[기획 내용]

화면전환을 극대화하는 포맷으로 제품의 장점인 ‘물광’을 강조하는 콘텐츠.
음악에 맞춰 화면전환을 하면서 제품을 사용했을 때의 모습을 노출하여
짧은 시간 안에 시선을 집중시키고 제품에 대한 궁금증을 가질 수 있도록 진행.

[영상 제작 방향]

- 연출 순서
 1. 아무 것도 바르지 않은(광이 나지 않은) 모습.
 2. 마르기 전 팩이 얼굴에 도포되어 있는 모습. (반투명색)
 3. 마른 팩의 모습. (조명 활용하여 강조)
 4. 마른 팩을 떼어내는 모습.
 5. 조명과 함께 얼굴에 광이 나는 모습.
- K-Beauty 콘텐츠를 인지할 수 있도록 K-POP 음원 활용
“IVE- REBEL HEART” or “aespa - Whiplash” 제안
**화면전환에 어울리는 다른 음원으로 대체 가능

*레퍼런스 영상

https://www.tiktok.com/@elnaz_golrokh/video/7475221749311868190

<https://www.tiktok.com/@karla.dtsm/video/7391011845307501856>

[제품 소구 방향]

- 레드 락토 콜라겐 랩핑 마스크 : 1회 사용만으로도 즉각적인 물광효과를 볼 수 있음.

E.O.D