

저마다 **다른** 피부고민을 위한
남 **다른** 해결 솔루션

디퍼 런트

ANM
×
Dr.Different

저마다의 피부 타입도 다르고, 피부 고민도 다른 소비자들,
다르게 만들었기 때문에 **그들의 피부도 달라질 수 있음**을 알려줄
마케팅 캠페인 전략이 필요합니다.

ANM은 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC)을 통하여 각기 다른
피부고민을 가진 소비자들에게 **‘놀라운 것을 누구나 누릴 수 있도록’**하는
닥터디퍼런트의 마음이 전달될 수 있도록 하겠습니다.

ANM Company Brief

ANM
회사소개서

ANM Corp.

10F World Tower, Gyeonggi-ro 1108,
Paju-si, Gyeonggi-do, Korea, 10908

1811-1512
ashist@naver.com
www.ashist.co.kr



C O N T E N T S

회사소개 03

Partners 05

Search AD 06

상품소개 09

- 마케팅 목표 10
- 광고 핵심 전략 11
- 매체 선정 12
- ANM 인력구성 13
- 예산 편성 14



Best effect

[명사] 어떤 목적을 지닌 행위에 의하여 드러나는 보람이나 좋은 결과.

ANM 마케팅은 효과가 있는 마케팅이 진짜 마케팅이란 생각으로
고객을 분석하여 기업의 이익을 가져올 수 있는 방법만을 생각합니다.

Viral marketing,
if not effective,
is not advertising

효과가 없는 광고는
광고가 아니다.



Business Area

효과가 있어야 광고다.



“ 오늘날의 광고는 디지털 기술과 창의성이 접목된
새로운 커뮤니케이션 플랫폼을 통해 색다르고 다양하게 변하고 있다. ”

요즘 지하철이나 카페 등지에서 스마트폰에 집중하는 사람들을 많이 만나곤 합니다. 이제는 우리의 일상과 스마트폰, 컴퓨터는 떼어놓을 수 없는 관계가 되어버렸는데요. 인터넷과 모바일이 뿌리 깊게 보급화 되어 있는 현 시점에서는 그만큼 온라인 광고의 중요성이 대두되고 있는 것도 사실입니다.

때문에 가장 쉽고 편하게 접근할 수 있는 포털사이트를 통한 홍보는 이제 선택이 아닌 필수라고 할 수 있습니다. 저희 ANM 마케팅에서는 고객이 쉽게 접근할 수 있고 또한 뚜렷한 홍보효과를 낼 수 있는 방향에 집중하고 있습니다! ANM 마케팅에서는 성공적인 창업과 홍보를 위해서 고객을 분석하여 최고의 이익을 가져올 수 있는 방법만을 생각합니다.

ANM 조직도



ANM VISION



Partners

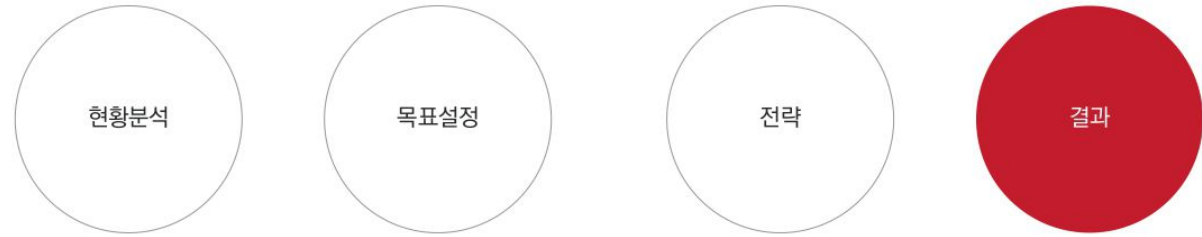
ANM은 파트너와 함께하는 시간을 소중히 여기며,
지속적인 피트니스 성장을 위해 향후 과제를 도출하고
실현 가능한 방법들을 제시합니다.



Search AD

오픈마켓 A사 광고캠페인

광고주 Needs에 맞춰 솔루션을 내재화 시켰고,
최적화된 솔루션 활용으로 ROAS를
개선하였습니다.



현황분석 ROAS 증대 필요

목표설정 ROAS 개선

전략

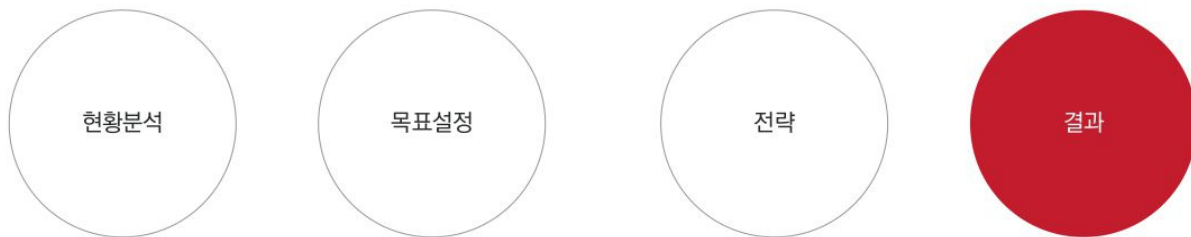
- ADSSOM 사이트 내재화
- 광고주 특성상 매출 보안 필요 > 이를 위해 솔루션 내재화 > 광고주를 위한 솔루션 운영
- 광고 상품 기능 적극 활용
- 다음 카카오 '확장검색' > 450만개의 방대한 키워드 분석(비료율,세부K) > '확장검색' 전략 운영으로 기존보다 낮은 CPC로 노출량 확보

결과 235% ROAS 증가

Search AD

종합쇼핑몰 B사 광고캠페인

고도화된 매체 운영 전략으로 목표를 달성하였고,
전체 유입 확대 및 회원가입을 증대시켰습니다.



현황분석

- 매체별 운영 효율 개선 필요
- 전체 유입 증대 및 어플리케이션 실 사용자 유입 증대 필요

목표설정

- 사이트 유입 확대 및 회원가입 증대
- 매출효과(ROAS) 개선

전략

- 키워드 최적화 > 효율/비효율 키워드 필터링 > 활용가능한 키워드 풀 확보
- 키워드별 회원가입 효율에 따른 운영
- 매체 구조 변경 > 매체별 유입/회원가입 최적화
- 매체별 매출효과(ROAS) 분석 > ROAS 효율 높은 기획전 중심의 매체 운영

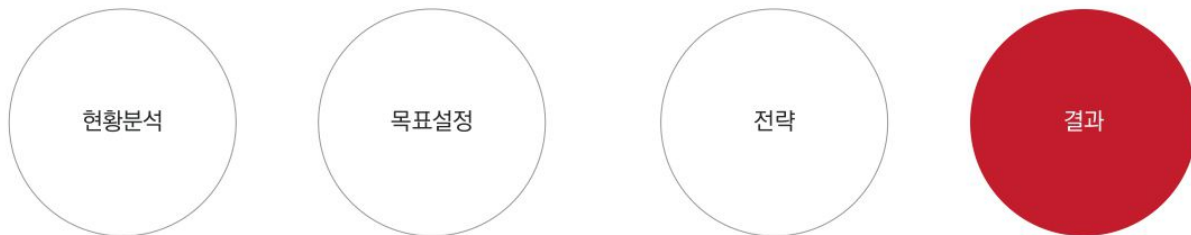
결과

- 기존 대비 회원가입 수 157% 증가 (신규 회원가입 200% 증가)
- 자연유입 제외 최초 실행 82% 달성 (앱 실사용자 ▲)
- ROAS 40% 개선

Search AD

화장품·뷰티 C사 광고캠페인

여러 브랜드를 보유한 뷰티 광고주에게
브랜드별로 적절한 KPI 제시와 각 브랜드에 맞는
운영 전략을 통해 브랜드별 ROAS를
개선하였습니다.



현황분석

- 기존 브랜딩 중심의 브랜드 운영에 변화 필요
- E-Commerce 보유 브랜드의 매출 전환 증대
- Non-ECommerce 브랜드의 브랜딩 강화 필요

목표설정

- 노출 및 유입 증대
- 브랜드별 ROAS 상승 및 전환비용 개선 (CPC 최적화)

전략

- 주요 키워드 커리 추이에 따라 이벤트 및 프로모션 진행
- 트렌드 키워드별 T&D 효율 테스트 적용 및 실시간 모니터링
- 계열사 브랜드 별로 동일 업종에 따른 중복 키워드 입찰관리
- 맞춤형 솔루션 '트렌디 리포트 구현' 및 GA툴을 통한 고객 반응을 실시간 모니터링
- 카테고리별 효율 분석 > 필터링 된 카테고리 중심 키워드 확장 운영 및 경쟁적 입찰 진행

결과

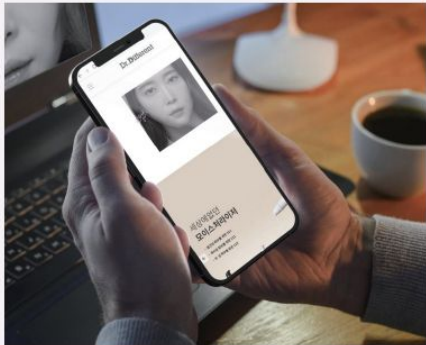
- E-Commerce 보유 브랜드 ROAS 44.6% 개선
- Non-Ecommerce 브랜드 노출 및 유입 증가
- 브랜드별 검색 쿼리 전년 동기간 대비 전체적 개선

Works × Dr.Different

광고목표
광고핵심전략
매체선정
예산설정 및 분배
인력구성

AD Goal

Dr.Different Marketing Goal



브랜드 채널별 전략개선을 통한 ROAS 개선

현재까지 진행된 닥터디퍼런트 마케팅 캠페인을 브랜딩 영역과 구매전환 영역 부분으로 나누어 분석하여 잘 진행이 되고 있는 매체에 대해서는 유지 및 상승, 개선이 필요 시 되는 매체에 대하여는 문제점을 분석하고 이를 보완할 수 있는 프로세스를 구축하여 운영하도록 하겠습니다.

광고목적

- 닥터디퍼런트 브랜드 및 인지도 상승
- 온라인 주요 채널로의 유효 유입을 위한 마케팅/홍보 활동 및 운영
- 이벤트 프로모션과 외부 채널 홍보를 통한 신규 회원가입 활성화
- 충성도 있는 고객유치 및 유지/관리
- 온·오프라인 채널 시너지를 통한 매출 증대

POINT

SA

주요 키워드 별 노출 행태(노출순위/주제)는 어떠한가?

DA/영상

매체의 선정과 성격은 어떠한가? 광고 소재는 적절한가?

바이럴/SEO

주요 키워드에 노출은 잘 되는지, 내용은 적절한지?

SNS

컨텐츠의 내용 외 반응, 혁신의 정도는 어떠한가?

앱/네이티브

광고 목적에 맞게 진행되고 있는가?

기타

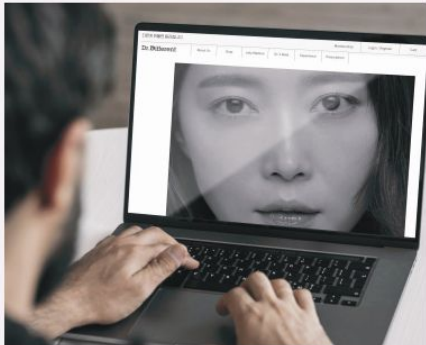
그 외 진행하는 매체는 어떤 것들이 있으며, 매체 선정이 올바른가?

“

닥터디퍼런트가 가진 장점과 특색이 **소비자들에게 잘 전달되고 있는지** 주기적으로 체크하겠습니다.

”

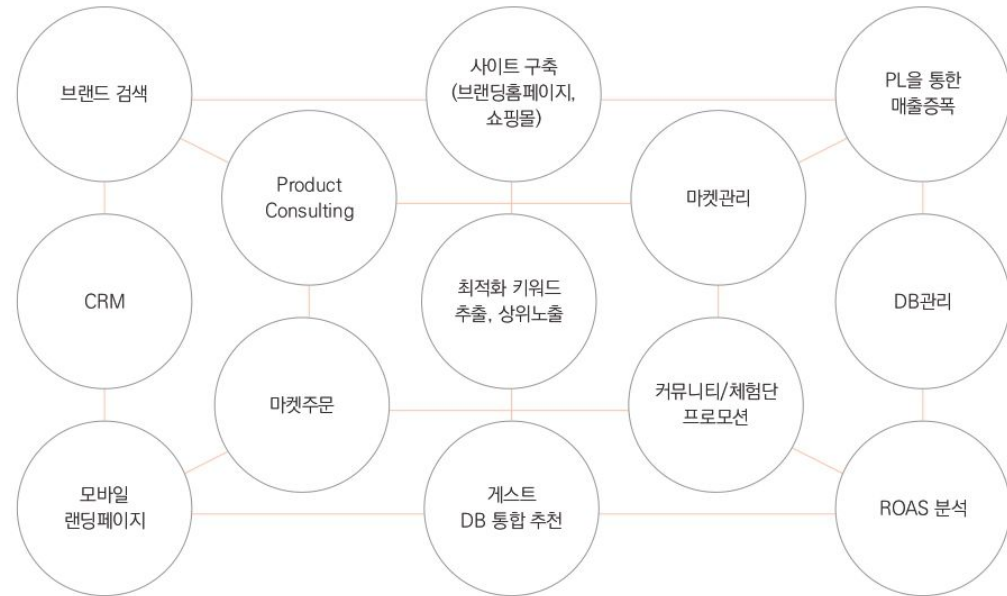
Point Strategy

광고
핵심전략옴니채널 마케팅
커뮤니케이션
계획 수립 및 실행

유통구조의 중심은 일찌감치 고객 중심으로 옮겨져 갔습니다. 고객의 경험을 최대한 충족하기 위하여 온라인과 오프라인 사이의 경계가 불분명해졌습니다. 이렇게 급변하는 온라인 시장 환경 속에서 닥터디퍼런트가 추구하고 구축하여야 하는 채널의 방향성은 무엇인지 고민하고 함께 수립해나가며 실행할 수 있도록 하겠습니다.

POINT

“ ANM은 **Brand Impactive Channel**을 추구합니다. ”



Media Selection

매체 선정

“ ANM은 Brand Impactive Channel을 추구합니다. ”

Direct Channel

키워드 광고
Blog
카페
뉴스
지식쇼핑
파워링크
검색어
디스플레이

구매결정

Indirect Channel

커뮤니티 공략
체험단 운영

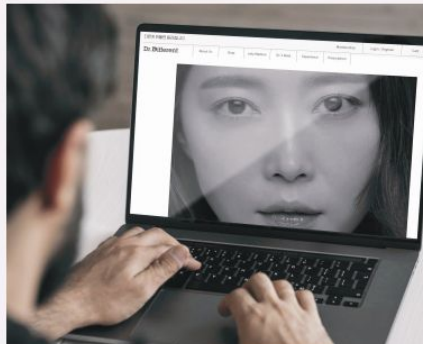


고객유입 유도

자사 SNS 고지(광고)

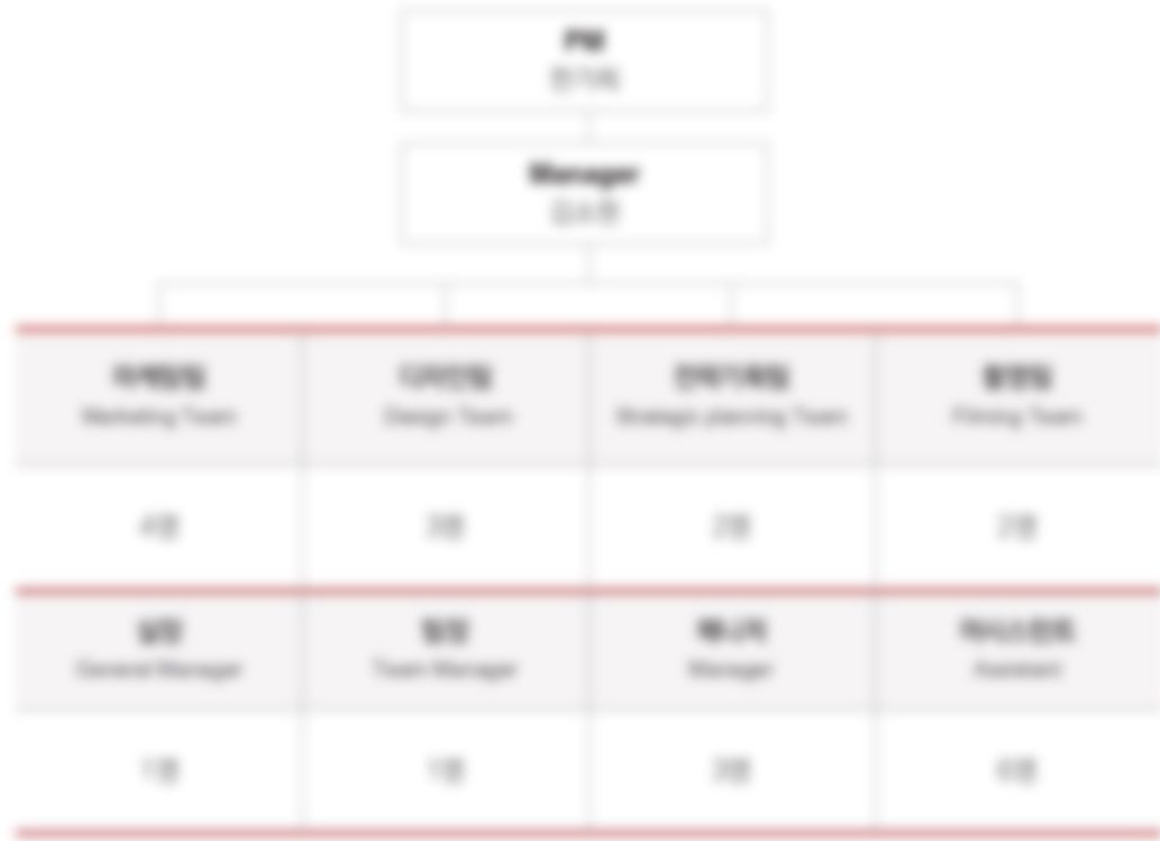


+



ANM Team

인력 구성



Budgeting

예산편성



닥터디퍼런트 홍보 예산안 편성

구분	내용		예산내역
브랜딩	프로세스 계획 및 일정 수립, 환경 구축		-
	마케팅 전략수립	시장조사 / 요구사항 / 범위 / 트렌드/ DB	-
	컨텐츠 제작	디자인 제작 및 편집, 보정	-
	크리에이티브 제안	브랜드 아이덴티티에 맞는 크리에이티브 전략 수립 및 제안	-
매체전환광고	DA	GDN	매체전환광고비용
		크리테오, 카카오AD	1. 크리테오/매체전환
	SA	구글, 카카오	2. 세컨드/매체전환
		네이버	3. 세컨드/매체전환
유튜브	유튜브 크리에이터 시딩 및 PPL		4. 세컨드/매체전환
SNS	페이스북/인스타그램 컨텐츠 제작 및 운영		매체전환/매체전환
	카카오플러스친구 운영 및 메시지 발송		매체전환/매체전환
PR	미디어 기사 릴리즈, 매거진 시딩		매체전환/매체전환
기타	신제품 출시 이벤트 및 기타 프로모션 진행		1. 매체전환/매체전환
소계			1. 매체전환/매체전환
기간			매체전환
합계			매체전환/매체전환

**We're
Delivering
Happiness**

Thank you

ANM Corp.

10F World Tower, Gyeonggi-ro 1108,
Paju-si, Gyeonggi-do, Korea, 10908

02-3123-1111
anm@anm.co.kr
www.anm.co.kr

