

목표에 기반한 전략 수립, 데이터에 기반한 가설 도출, 검증에 기반한 크리에이티브 발휘
무한한 성장을 위해 도전하는 마케터, 홍세훈입니다.



MARKETER Portfolio

Sehoon Hong

15 Feb, 1999



■ ■
성장하고 싶은
마케터
홍세훈입니다.

INFO.

1999.02.15
홍세훈

010.3607.6763
sehoonhong99@gmail.com
경기도 안산시 단원구 한양대학로 130

EDUCATION

17.03 - 22.02
서울예술대학교
예술경영(영상콘텐츠기획) 졸업

CERTIFICATION

GAIQ
검색광고마케터 1급

EXPERIENCE

22.09 - 23.10
디블렌드
미디어본부 2팀

22.01 - 22.07
디자인피버
브랜드 큐레이션 2팀

STRENGTH

01. 기획적 사고

레퍼런스를 통해 얻은 인사이트를 나만의
크리에이티브로 도출할 수 있는 사고

02. 기술 축적에 대한 욕심

성장을 위한 모든 경험에 열려있고
새롭게 배운 기술에 집요하게 파고드는 태도

03. 능동적인 커뮤니케이션

소통에서 주도권을 잡고 필요한 협력을
구하거나 이슈를 풀어나가는 유연함

04. 말은 바 이상을 욕심내는 태도

기대받는 역할을 다하고자 개인의 이익을
포기할 수 있는 책임감과 팀에 대한 기여심

my best practices

종근당건강
METACORE, games
혼마골프
SPC삼립
자코모
청정원
SUPERCCELL

Performance Marketing

E-Commerce 캠페인과 UA 프로젝트

목표에 기반한 전략을 수립하여 크리에이티브와 성과를 고도화,
광고주의 KPI를 달성한 퍼포먼스 마케팅 경험

지속적으로 소재와 매체 효율을 고도화하여 전환 KPI를 달성한 E-Commerce 캠페인

종근당건강은 안정적인 매출을 유지할만한 브랜드 인지도를 지녔으며 락토피, 프로메가 등 1등 건식 식품의 포트폴리오까지 보유한 건강기능식품 제조기업입니다.

광고주는 2023년 5월, 자사몰 '종근당건강몰'을 리뉴얼 런칭하면서 후발주자로서의 리스크를 극복할만한 브랜딩 캠페인과 함께 꾸준히 매출을 높이고 있던 스마트스토어의 ROAS 개선을 요구하였습니다.

기여도 50%

종근당건강몰 신규 런칭 캠페인



기여도 80%

종근당건강X올리브영 파워팩 캠페인



기여도 100%

네이버 스마트스토어 광고 운영



Overview

프로모션별 소재 기획부터 매체 제안 및 운영, 보고[일간/주간/월간]까지 퍼포먼스 마케팅을 담당하여 광고주 및 미디어렐과 직접 커뮤니케이션 하였습니다.

KEY Performance

KPI[ROAS 200%대] 달성 및 유지 | 고효율 매체 테스트 완료 후 상시 운영

Performance Marketing

종근당건강 연간 퍼포먼스 캠페인 | 2023.03 ~ 2023.10

개선을 위한 정기적인 보고

일간/주간/월간 단위의 데이터 보고 및 소재 성과와 효율에 대한 지속적인 모니터링을 유지하며 제안 및 보고를 진행하였습니다. 추가로 매주 경쟁사 모니터링을 통한 동향 보고를 진행하였습니다.

테스트 기반의 매체 운영

고효율의 광고 상품을 확인하기 위하여 지속적으로 매체 테스트를 거듭하고 광고주에게 직접 보고 및 제안하였습니다. 또한 미디어믹스를 끊임없이 업데이트하며 예산 관리를 하였습니다.

퍼포먼스 DA소재 기획

월평균 7-8개 프로모션을 광고하기 위한 소재를 기획하였습니다. 프로모션별 혜택을 캐치하여 소구할 수 있는 카피를 제안하고, 디자인팀과 커뮤니케이션을 통해 배너 이미지를 제작하였습니다.

소재 A/B TEST 진행

도착보장관, 원별딜 캠페인 등 정기적으로 진행되는 프로모션의 소재 효율을 고도화하기 위하여 캠페인 종료 이후 트래픽/전환 성과 면에서 인사이트를 도출하여 보고하였습니다. 또한 다음 소재 제안 시 이를 반영한 새로운 크리에이티브를 제안하였습니다.

카카오톡 채널 메시지 발송

종근당건강물 신규 런칭 캠페인 당시 카카오톡 채널 추가를 목적으로 리워드형 매체를 집행하였습니다. 또한 이후에는 정기적으로 발송 메시지를 기획하고 셋팅하는 등 전반적인 운영을 담당 하였습니다.

할인율보다 제품 구성
오브젝트를 활용할 때
성과가 우수한 것을 확인

종근당건강 오늘만 15% 쿠폰!
메가세일 브랜드별 사은품까지 >



종근당건강 오늘만 15% 쿠폰!
메가세일 브랜드별 사은품까지 >

*소재 A/B 테스트 사례

1. GFA카탈로그를 상시 운영하는 경우 ROAS가 상승하는 것을 확인
2. 데모 타겟 라인의 경우 브랜드 구매모수 타겟 라인보다 전환 효율은 낮지만 알림받기 신규 고객 층대에 기여하는 것을 확인



*매체 테스트 사례

PHASE별 운영 전략을 다르게 하여 국내 매체 및 크리에이티브 효율을 테스트한 머지맨션 UA 캠페인

2020년 9월 METACORE, games에서 출시한 모바일 퍼즐 게임 '머지맨션'은 1000만 다운로드를 기록하며 글로벌 단위의 흥행을 거두었습니다.

하지만 상대적으로 한국에서의 인지도가 낮아 다운로드 수가 적은 상황이었고 광고주는 국내 유저를 획득하기 위하여 어떤 퍼포먼스 매체와 크리에이티브 전략의 효율이 우수한 지 테스트를 요구하였습니다.

기여도 70%

머지맨션 국내UA 캠페인 PHASE 1-3



Overview

소재 기획부터 PHASE별 매체 성과 분석과 소재 A/B 테스트까지 어떠한 매체 및 크리에이티브 전략이 유의미한 지 확인하고 광고주에게 한국 내 퍼포먼스 마케팅 전략을 제안하였습니다.

KEY Performance

캠페인 이전 대비 MAU 100% 상승 | 검색량 150% 증대

PHASE별 크리에이티브 기획

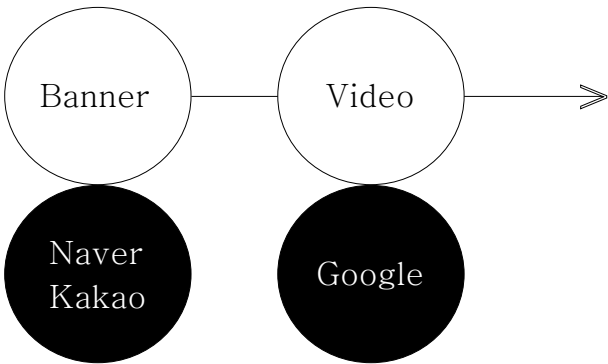
2개월 단위의 PHASE를 총 3번 구성할 수 있도록 제안 되었으며 DA 광고 소재와 구글 미디어 집행 소재로 분류하여 크리에이티브 전략을 수립하였습니다. PHASE 집행 전 아이디어션을 통해 새롭게 제안할 크리에이티브를 준비하였습니다.

PHASE별 매체 성과 개선

이전 PHASE에서 확인된 매체 지표표를 바탕으로 다음 PHASE의 미디어 플랜 및 매체 테스트를 진행하였으며 발견된 이슈를 개선하고 성과가 좋은 매체 및 소재에 집중하였습니다.

소재 A/B TEST 진행

소재 별 A/B 테스트를 진행하기 위해 다양한 크리에이티브 전략을 시도하였으며 고효율 컨셉을 유지하고 외의 카피 및 형식은 즉각적으로 대체하며 소재 테스트를 진행하였습니다.



소재 A/B 테스트를 통해서 국내에서 트렌디한 주제 혹은 방송이나 커뮤니티에서 유행하는 밈을 활용한 카피라인이 가장 우수한 효율을 보여주는 것을 확인



*크리에이티 개선 사례

PHASE1에서 성과가 저조하였던 스마트채널을 OFF하고 네이버 웹툰 빅배너 상품을 대체하여 동예산 대비 클릭 효율을 500% 이상 개선시킴



*매체 테스트 사례

Media Planning

브랜드 디지털 캠페인 및 SNS 캠페인

데이터에 기반한 가설 도출과 효율 검증을 위한 지속적인 테스트로
브랜드의 목표를 달성한 미디어 플래닝 경험

지속적인 타겟 발굴을 통해 골프 타겟에게 브랜드 인지도를 높인 혼마골프 디지털 캠페인

혼마골프는 프리미엄 골프 용품을 전문으로 판매하는 글로벌 골프 브랜드입니다.

광고주의 연간 브랜딩 캠페인을 담당하면서 신규 소재를 활용하여 브랜딩과 제품에 대한 유입을 강화하고자 하는 광고주 요청이 있었고 광고 상품, 타겟팅 및 소재에 대한 테스트를 통해 조회 및 도달 목적의 KPI 달성이 필요하였습니다.



Overview

신규 소재를 운영하기 위한 상품, 타겟팅에 대한 성과 테스트를 진행하고 기호율 매체와 지면을 활용하여 트래픽을 확보하였습니다. 또한 검색량 높은 키워드 선점 후 브랜드 검색에 추가 운영하여 지속적으로 클릭수 높은 키워드를 발굴하였습니다.

KEY Performance

기준 소재 대비 CPV, VTR 개선 기록 | 제안 클릭수 대비 150% 초과 달성

신규 브랜드 런칭캠페인에 적합한 매체 제안으로 도달 및 유입을 최대화한 빌드 디지털 캠페인

SPC삼립은 삼립호빵, 보름달 등 이미 국내에서 다수의 식품을 흥행시킨 종합식품기업입니다.

광고주는 2023년 1월, 신규 건기식 브랜드 Build의 런칭 캠페인에서 도달 및 트래픽을 최대화할 수 있는 미디어 전략을 요구하였고 KPI를 달성하기 위해 안정적으로 캠페인을 운영하여야 했습니다.



Overview

조회와 노출 모두 안정적으로 KPI를 달성하기 위하여 트루뷰 인스트림/트루뷰와 범퍼애드
를 병행 집행하였으며 IG_컬렉션 상품을 통해 상품 페이지로의 유입을 유도하였습니다.

KEY Performance

제안 대비 노출, 클릭, 조회 모두 150% 이상 초과 달성

소파 전문 브랜드로써 시장 내 포지셔닝을 하고 브랜드 인지도를 증대하는 자코모 디지털 캠페인

자코모는 프리미엄 소파 전문 브랜드입니다.

광고주의 연간 브랜딩 캠페인을 담당하여 GFA를 운영하였으며 기고효율 소재의 장기 운영을 통해 누적된 피로도를 해소하고 신규 모델 교체에 따른 원소재 발굴과 노출량을 확대해야 하는 미션이 있었습니다.



Overview

매월 GFA를 운영하면서 소재 피로도에 따라 상승한 유입 단가를 소재 A/B 테스트를 통해 개선하였으며, 브랜드 서치 시너지 리포트(CBT)를 통해 브랜드 검색과의 시너지 성과를 확인하여 광고주에게 보고하였습니다.

KEY Performance

소재A/B 테스트 진행 이후 기운영 소재 대비 유입 당 비용 60% 이상 절감

청정원 공식 인스타그램 계정의 콘텐츠 도달 및 참여를 활성화하는 정원이 SNS 캠페인

청정원은 가정간편식(HMR) 식품을 비롯한 여러 식품을 판매하며 국내 소비자들의 사랑을 받아온 라이프 푸드 브랜드입니다.

광고주의 공식 인스타그램 계정인 정원이 SNS를 운영하기 위하여 내부 콘텐츠 마케팅 팀과 협업하여 콘텐츠를 발행하였으며 팔로워 확보 및 광고 반응 유저들의 도달 및 참여를 활성화하여 자사물에 대한 유저 유입을 확보하여야 했습니다.



Overview

매월 15개 전후로 발행되는 IG 콘텐츠를 광고하여 콘텐츠 도달 및 참여 KPI를 달성하고 타겟팅을 고도화하여 도달 달성률을 개선하는 등 안정적으로 캠페인을 운영하였습니다.

KEY Performance

도달 및 참여수 제안 대비 150% 이상 초과 달성 | 타겟 그룹 추가 생성 이후 도달 달성률 50% 개선

Content Marketing

디지털 캠페인 운영과 크리에이티브 기획

검증에 기반한 크리에이티브를 발휘하여 국내 유저들에게
브랜드의 메시지를 전달한 콘텐츠 마케팅 경험

국내 유저의 ENGAGEMENT와 RETENTION을 향상시킬 슈퍼셀 Clash Royale 연간 디지털 캠페인

SUPERCELL은 2010년 설립 이후 브롤스타즈, 클래시 로얄, 클래시 오브 클랜과 같은 인기 모바일 게임을 비롯한 총 5개의 게임을 런칭하여 흥행시킨 글로벌 게임 브랜드입니다.

광고주는 글로벌 유저들에게 전달하고자 하는 브랜드 메시지를 한국 유저들에게도 정확하게 전달하여 국내 유저들의 retention을 향상시키고자 하였고 소셜 미디어 및 커뮤니티 매니징을 통해 국내 유저와의 스킨십을 유지하고자 하였습니다.

기여도 70%

클래시 로얄 런칭 6주년 글로벌 캠페인



기여도 80%

국내 커뮤니티 매니징 및 콘텐츠 기획



기여도 100%

E-SPORTS 운영 및 마케팅



Overview

모바일 게임 '클래시 로얄'의 한국 디지털 마케팅 업무를 담당하여 공식 소셜 미디어 계정 및 커뮤니티를 매니징하였으며 로컬라이제이션, 로컬 콘텐츠 제작 및 UA 캠페인을 기획하였습니다.

이외에도 핀란드 현지 클라이언트 및 아시아 파트너사, 국내 크리에이터와 커뮤니케이션하며 e-sports 대회를 진행하고 참여 활성화를 위해 마케팅 활동을 진행하였습니다.

KEY Performance

단일 영상으로 조회수 26만회 기록 | 유튜브 커뮤니티 활성화 통해 기존 대비 댓글 참여율 300% 개선

Content Marketing

슈퍼셀 연간 디지털 마케팅 | 2022.01 ~ 2022. 07

국내 커뮤니티 매니징

FGI(Focus Group Interview)를 진행하여 국내 유저들의 동향을 정기적으로 파악하고 이를 반영하여 인게임 및 소셜 커뮤니티에 이벤트와 콘텐츠를 발행하였습니다. 또한 GA 및 App Ape, Youtube Studio를 통해 이벤트별 데이터를 분석하고 이를 기반으로 운영 전략을 도출하였습니다.

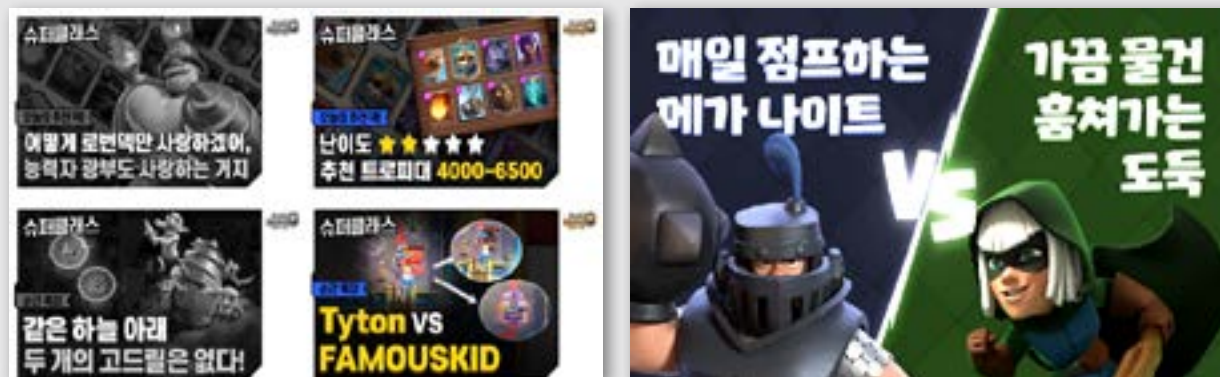
소셜 비디오 및 커뮤니티 콘텐츠 기획

기존 채널 영상의 뷰어십을 개선하고자 썸네일 및 장초수, 릴리즈 시점 등의 문제점을 진단하여 개선 방향을 잡았으며 새로운 컨셉의 커뮤니티 콘텐츠를 기획하여 유저 참여율을 향상시켰습니다.

글로벌 단위의 프로젝트 로컬라이제이션

글로벌 단위로 발행되는 인게임 메시지 및 영상 소재와 브랜드 이슈를 한국 유저들에게도 동일한 시간과 내용으로 전달될 수 있도록 로컬라이제이션하였습니다. 이를 위하여 각국 마케팅 담당자와 시차와 언어의 한계를 뛰어넘어 커뮤니케이션하며 안정적인 운영을 매니징하였습니다.

썸네일 전략 수정 및 쇼츠 활용으로 기존 시리즈 동영상 평균 조회수보다 **500%** 높은 뷰어십을 평균적으로 기록, 클릭률 및 시청 지속 시간을 개선



*콘텐츠 개선 사례

인플루언서와의 협업

로컬 콘텐츠 제작 및 유튜브 라이브 이벤트 등을 진행하기 위하여 구독자 60만명의 크리에이터 JUNE 등 여러 인플루언서와 커뮤니케이션하며 콘텐츠를 발행하였습니다.

E-SPORTS 국내 마케팅

매월 10개 국가 이상이 참여하는 E-Sports 토너먼트의 한국 중계를 관리하고 선수 및 대회 일정을 홍보하기 위해 각국 담당자 및 크리에이터와 커뮤니케이션하며 대회 전반의 홍보를 담당하였습니다.

글로벌 단위 프로젝트를 홍보하기 위한 유튜브 라이브 방송을 제안 및 기획하여 인플루언서와 협업하였고 **동시 시청자 3000명 유지** 및 **누적 조회수 15만 회를 달성**하며 성공적으로 마무리하였습니다.



*인플루언서 협업 사례

E.O.D.

SEHOON HONG