



우리머릿속에 얹혀 있는 뇌 신경 세포들, 거대하고 복잡한 우주 구조,
그리고 가장 효율적으로 먹잇감을 찾아 뻗어가는 단세포 생명체 '블롭'.

이 세 가지는 스케일에 상관없이 놀라운 유사성을 보여주는 동시에 모두를 관통하는 단 하나의 원리가 있습니다.

극한의 가성비.

가장 경제적이고 효율적인, 가장 짧은 최적의 경로(optimal path)를 추구한다는 점입니다.

미로 문제를 마주한 '블롭'은 놀라운 기억력과 학습 능력을 바탕으로
가장 효율적인 탈출 경로를 빠르게 찾아냅니다.

이러한 복잡한 문제는 컴퓨터 알고리즘은 물론이고 인간이 해결하기 어려운 문제입니다.

- Oskar Elek (UC Santa Cruz)

DigitalBlob, Brand Accelerator & Digital MKT Agency

현재 넘쳐나는 브랜드 홍수 속에서 소비자의 관심을 사로잡기는 점점 어려워지고 있으며
극소수의 브랜드만이 고객의 로열티를 확보하고 있습니다.

DigitalBlob은 정확한 시장 분석과 고객의 니즈 파악을 통해 브랜드의 본질적 가치를 발견하고
브랜딩과 퍼포먼스를 아우르는 마케팅과 일관성 있는 여정 설계를 통해
고객이 브랜드에 열광할 수 있는 최적의 경로를 찾아줍니다.

DigitalBlob은 다양한 산업의 디지털마케팅 경험과 성공 노하우를 보유한
각 분야별 스페셜리스트들로 구성되어 있으며
디지털 주요 매체의 운영은 물론 크리에이티브 기획, Data 기반의 컨설팅 등 폭넓은 디지털 마케팅을 수행합니다.

Digital Marketing Specialist group

DigitalBlob은 정확한 시장 환경 분석을 통해 캠페인 기획부터 집행까지 마케팅 전반을 아우르는 Digital Marketing을 수행합니다.
데이터 기반의 의사결정과 매체 관리로 매출 및 전환 성과 극대화를 위한 퍼포먼스 마케팅 서비스를 제공합니다.

Marketing Planning

시장과 경쟁상황 분석을
통한 인사이트 도출과
효율적인 마케팅 전략 및
플랜 기획

Campaign Operating

캠페인 목표와 KPI 달성을
위한 최적화 진행
셀프서브 매체&트래킹 플랫폼
운영 및 컨설팅

Data 기반 컨설팅

캠페인 성과에 영향을 주는
타겟 고객, 소재, 매체 효율 등
전반에 거쳐
데이터 기반의 의사결정

Creative Planning

공략할 시장과 고객, 플랫폼의
특수성에 기반한 최적의
크리에이티브 기획, 제작

인플루언서 협업 마케팅

먹방, 뷰티, 금융 등
각 분야별 인플루언서를
활용한 마케팅 기획

Media Operation & Data Insight

DigitalBlob은 고객 구매 여정의 전 과정에서 고객들과 만날 수 있는 대부분의 매체를 직접 운영합니다.
매체 데이터와 분석 솔루션 데이터를 활용한 Plan-Do-See 모델을 실행하며 브랜드의 지속적인 성장을 만들어냅니다.

주요 포털 & SA

소셜 미디어

리타겟팅 매체

애드 네트워크&DSP

버티컬 매체



MMP & Solutions



Digital Marketing Capabilities

DigitalBlob은 디지털마케팅 전 영역을 아우르는 업무 수행 능력을 갖추었으며, 타이트한 운영과 데이터 기반의 인사이트로 브랜드의 성공을 이끌어냅니다.

Growth Marketer Group

단순히 캠페인 퍼포먼스 향상만이 목적이 아닌
매체, 크리에이티브, 운영을 중심으로
마케팅 컨설팅 관점에서 성장 방법론 제시

Integrated Digital Mkt Agency

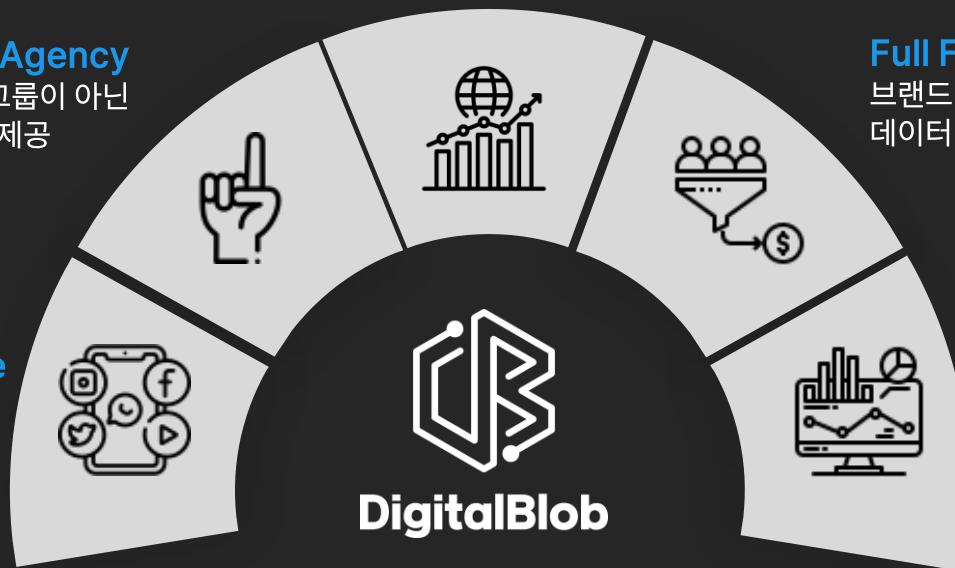
기획, 제작, 운영 등 어느 한 분야 전문성을 갖춘 그룹이 아닌
하나의 팀으로 One Stop Mkt Solution 제공

Full Funnel Mkt Solution

브랜드 인지와 전환 유도, CRM 관리까지 고객 여정 전 과정에서
데이터 기반의 디지털 기술을 활용한 최적의 Mkt Solution 설계, 실행

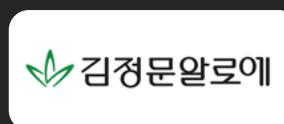
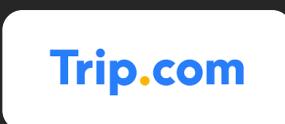
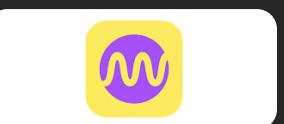
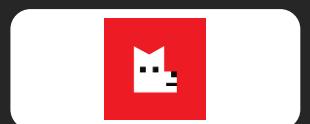
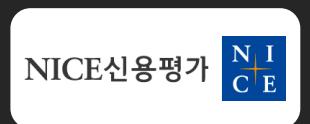
Media Coverage

Self-Serve 기반 Mkt Specialist로 구성된 Man Power
Media Operating & Optimization에 대한 다이렉트 핸들링



브랜딩부터 퍼포먼스, CRM 마케팅까지.

디지털블롭은 다양한 분야의 클라이언트와 함께 성공적인 디지털마케팅 캠페인을 만들어 가고 있습니다.



미래에셋그룹 연간 브랜딩 캠페인

- 배경 : 해외주식 투자 열풍 속 미래에셋증권의 브랜딩 제고를 위해 Youtube를 통한 브랜딩 캠페인 집행
- 전략 : 실제 증권/투자 활동을 하는 타겟 도달 목적으로 다양한 타겟 옵션을 활용하여 타겟 고도화

01 앱 사용성 기반 타겟

삼성 m.pop, 키움 영웅문 등 증권 MTS 앱 사용자를 타겟하여
실제 증권 투자 활동하는 유저 공략

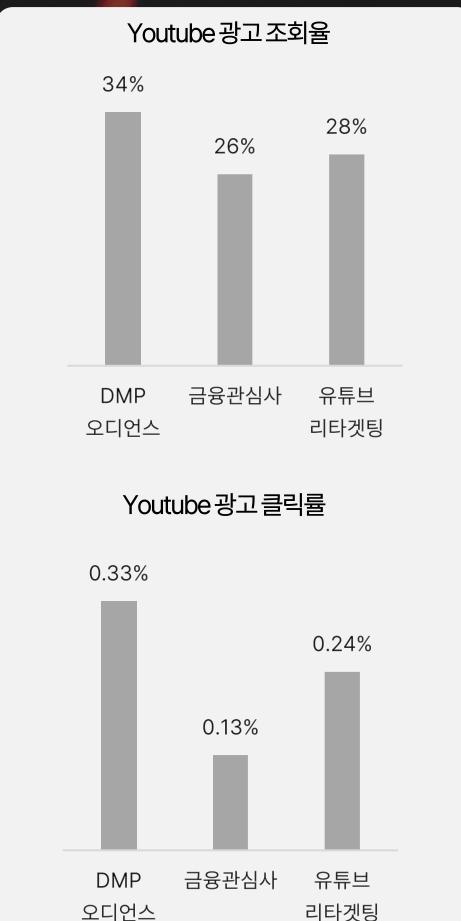


02 금융 투자 관심 유저 타겟

구글 시스템 내 활동 내역을 기반으로 생성된 금융 투자 콘텐츠에 관심이
높은 유저들을 꼭人群中 공략

03 유튜브 자사 채널 리타겟팅

유튜브 자사 채널에서 확보된 영상 조회자 중 광고 조회자는 제외하는 방식으로
금융 투자 콘텐츠에 자발적으로 시청하는 유저들을 공략



펄어비스 <검은사막 모바일> 연간 UA 캠페인

- 배경 : 기출시된 모바일 게임의 신규/복귀 유저 증대와 매출 확보를 목적으로 UA 캠페인 집행
- 전략 : 시기별 캠페인의 KPI를 따라 운영 매체/상품 차별화

01 모객 극대화를 위한 운영

신규/복귀 유저 모객 극대화를 위해 Ace, AC, MAIA, AAA상품에 예산 집중
기존 운영 레퍼런스를 바탕으로 고효율 캠페인 집중 운영

02 고효율 소재 운영

복귀 유저 대상, 업데이트 이슈를 반영한 소재 중심으로 게임 플레이 욕구 자극
Meta 각 지면별 소재를 개별 세팅하여 각 노출 위치에 최적화된 소재 노출 되도록 운영

03 최적화 기준 테스트 제안

앱 설치, 인앱 이벤트 등 최적화 기준을 MMP와 Firebase, 2개 도구 간 성과 테스트(동일 조건 2주간)
테스트 결과, 안정적인 단가와 광고 확장성에 유리한 MMP 기반의 최적화 활용

04 요일별 성과 특성 고려한 운영

신규/복귀 유저의 모객 단가가 우수하고 광고비 확장이 유리한 주말에 일 예산 20% 증대하여 운영
ROAS 목적의 캠페인은 평일-주말 간 성과 편차가 없어 최적화 영하 최소화를 위해 일 예산 균등 운영



최적화 기준 테스트 결과



CPA (캐릭터 생성 단가)
21% 하락



ROAS
72% 증가

네오위즈 <트리플판타지> 글로벌 UA 캠페인

- 배경 : 기출시된 모바일 게임의 글로벌 권역 대상 UA 캠페인 집행
- 전략 : 캠페인의 CPI, CPA와 소재의 CTR, CVR을 기준으로 각 권역별 최적화 진행

[Google AC 국내 상시 캠페인]



[Google AC 국내 열혈강호 콜라보 캠페인]



[Google AC 일본 권역 캠페인]



[Google AC 대만 권역 캠페인]



SSF SHOP 구매 증대 캠페인

- 배경 : 캠페인 목표가 단기 ROAS 달성을 위해 구매와 매출 규모의 고착화 발생
- 전략 : 교차 판매를 통한 객단가 상승 유도 목적의 마케팅 실행

01 GA 고객 데이터 분석 기반 크로스 셀링 유도

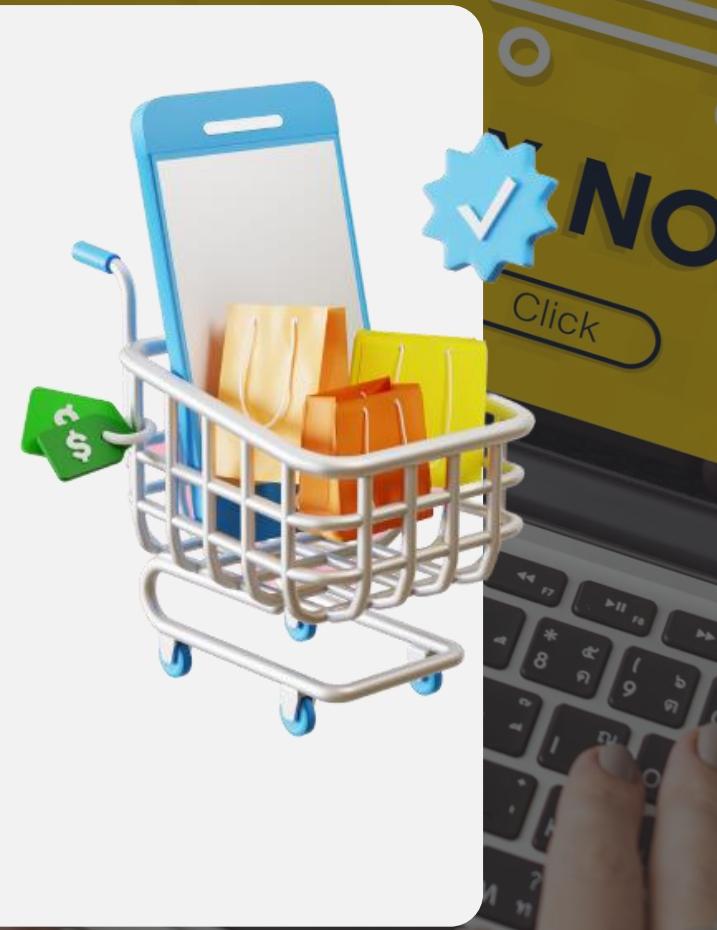
GA Data를 기반으로 각 제품별 구매 연관도가 높은 상품 목록화
특정 상품 탐색 시 관련 상품들을 노출시킴으로써 크로스 셀링 유도

02 시장 점유율 증대 목적의 캠페인 집행

단기적 효율 달성이 아닌 효과성에 집중
평균 마진 분석 후 목표 ROAS 하향 조정, 유입 확보 목적의 캠페인 집행

03 LTV 개념의 도입

초기 ROAS가 낮은 매체, 고객군에게도 구매 유도 목적의 A/B 테스트 진행
효율 필터링 기준 변경 : 주간, 월간 단위 필터링 → 2개월 or 적정 테스트 예산



캠페인 집행 결과



평균 객단가
2.5배 증가



매출 규모
4배 상승
(ROAS 유지)

종근당건강 구매 증대 캠페인

- 배경 : 디지털 판매 채널 확장과 자사 데이터 활용을 위한 자사몰 구축 및 구매 증대 캠페인 집행
- 전략 : 자사몰 구매 혜택 강조 및 제품별 타겟 오디언스 설계, 맞춤 소재 기획/활용
- '22년 2분기, 구글 펀딩 캠페인 선정 / 구글 마당 성공사례 등재 (리타겟팅과 고객일치타겟팅의 구매 효율 실험)

[종근당건강 자사몰 구매 캠페인 활용 소재]



식음료 커머스 자사몰 K의 '구매 / 회원가입 / 유료 구독' 동시 증대 캠페인

- 배경 : 월별로 3가지 KPI를 모두 달성하고자 하는 니즈가 있어, 복합적인 캠페인 운영 필요
- 전략 : 매출액의 경우 빅 미디어 활용, 회원가입의 경우 CPA 매체 단가 협의하여 한정적인 예산의 합리적 활용

01 META 어드밴티지 쇼핑 캠페인 위주의 구매 전환 캠페인 운영

META 커머스 관리자 내 다양한 상품을 등록 할 수 있는 K사 특성을 고려한 매체 운영
컬렉션 소재 위주의 A+SC 캠페인 운영을 통하여 효율적인 머신러닝 유도



캠페인 집행 결과(~24년 6월)



23년 4분기 대비
분기별 ROAS
1.5배 상승



유저 획득 관련 지표
매달 5~10% 개선

02 회원가입 KPI 달성을 위하여 CPA 상품 집행

빅 미디어 운영으로는 확보할 수 있는 회원가입 수 한계가 있어 CPA 캠페인 운영
매체별 회원가입 CPA 단가는 협의하여 한정적인 예산을 최대한 방어하며 리딩

03 월별 상시 소재 기획하여 캠페인 효율 개선 도모

실 운영 데이터 및 '밈' 등의 트렌드 활용하여 월별 5종 이상 소재 기획
소재 필터링 매주 진행 : 내부 기준을 마련하여 '우수' <> '효율 저조' 소재 구별하여 광고 효율 개선

주류업체 K 브랜드 인지도 증가 캠페인

- 배경 : 런칭 초반 인스타그램 인플루언서 협업 영상을 게시하여 잠재고객에 보다 쉽게 도달하여 브랜드 인지도를 제고하고자 함
- 전략 : 초반 잠재고객 도달 확장 및 영상 조회 강화 목적으로 Reach 고효율 상품인 META Video View 상품 운영

[광고 세트, 지면별 효율에 따른 최적화 진행]

광고세트

연령대별 세트 구성

Action

실 지표에 따른 일자별 조정

- A : Broad 타겟 (MF 20~44)
- B : 관심사 타겟 (MF 20~65+)

상세 타겟 옵션 캠핑, 여행, 외식 등 적절히 MIX

*관심사 타겟의 연령대별 효율 분석하여 일자별로 재조정 진행

[일자별 CPV 개선 추이]



식품 당일 배송 서비스 플랫폼 O의 런칭 캠페인

- 배경 : 초신선식품 배송을 위한 플랫폼의 원활한 운영을 위해 유저획득비용 단가 개선 필요
- 전략 : 신규 매체 발굴, 지면확장, 소재 3가지 측면의 다양한 운영으로 유저획득 단가 70% 개선

[활용 매체]

네이버 GFA, 네이버 타임보드, 카카오, GDN, Youtube 버즈빌,
Cashslide, Cauly, Moloco, 페이스북, 인스타그램



[매체별 활용 소재]

카카오톡



다음 DA 지면



네이버 GFA



네이버 GFA 파트너 매체



네이버 타임보드



밀키트 브랜드, 주식당 런칭

- 배경 : B2B 대상으로 제품 생산, 공급하던 업체와의 파트너쉽으로 B2C 시장 진출을 위한 신규 브랜드 런칭
- 전략 : 밀키트 시장 주요 고객과 판매 제품을 토대로 브랜드 네이밍/패키지 디자인 기획, 스마트스토어 구축, 인플루언서 콜라보 마케팅 등 브랜딩, 구매 증진 마케팅 수행 중
- 스토어 런칭 3개월, 파워 등급 달성

[신규 브랜드 런칭 관련 디지털블롭 업무 범위]

기획

브랜드 네이밍
브랜드 로고
스토어 상세페이지
패키지 디자인
광고 소재/카피

마케팅

디지털 매체 운영
바이럴 마케팅 기획
유튜버 콜라보 마케팅
인플루언서 협찬/공동구매

주식당

Contact & Location

A. 서울특별시 서초구 서초대로 398 BNK 디지털타워 6층, 패스트파이브 635호
E. help@digital-blob.com





All rights to the content contained in this document are reserved by DigitalBlob