

PORTFOLIO

기획 업무

(1) SA, DA 소재 기획



다수 매체 통해 캠페인 집행하며
SA,DA 광고 소재 기획 및 운영

(2) 랜딩 페이지 기획

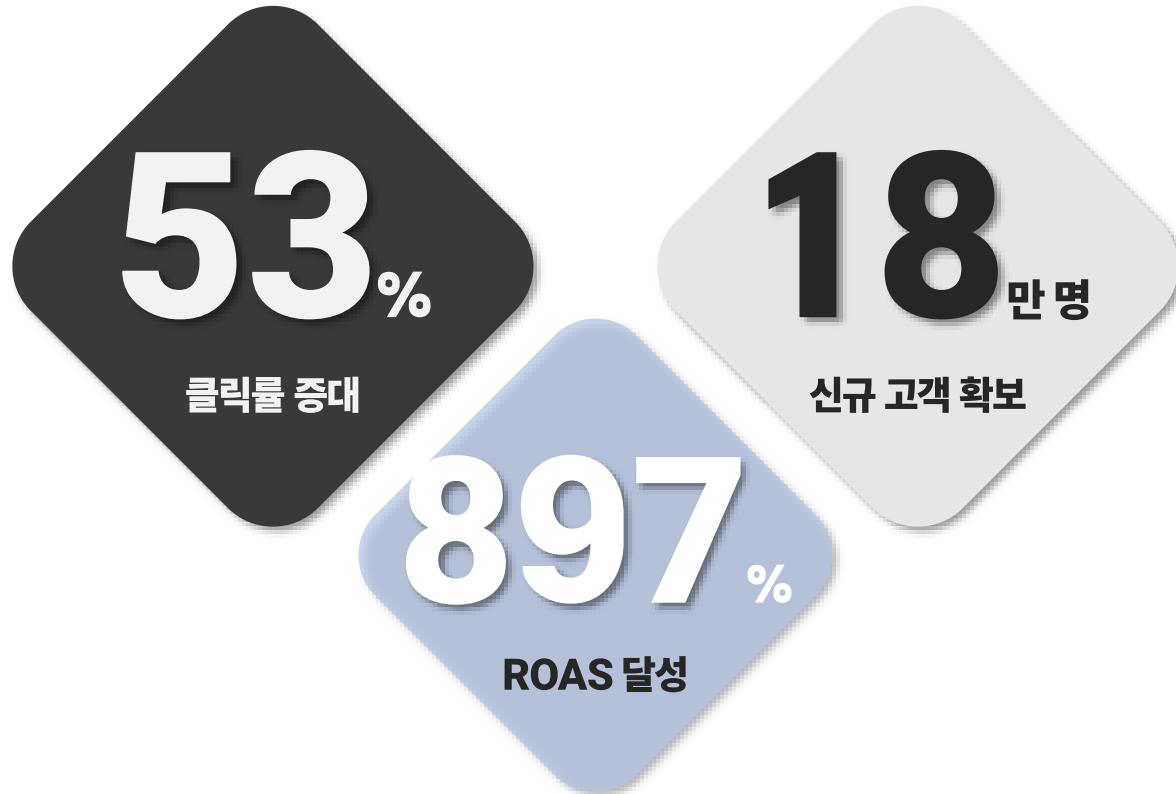


톤 앤 매너, CTA 등의 LP 내 요소
고객 관점에서 기획/분석하며 퍼널 최적화

(3) CRM 소재 기획



고객 방문 유도 및 리텐션 증대를 위한
메시지 기획하며 전환율 개선에 기여



프로젝트 성과

(1) 외국계 생명보험사 퍼포먼스 마케팅 캠페인 (메인 담당자, 프로젝트 기여도 95%)

: 유입-전환 퍼널 데이터 분석을 통해
고객 니즈에 따른 맞춤형 광고를 기획함으로써
소재 클릭률 53% 및 상품 전환율 44% 개선을 이끌었습니다.

(2) 가전제품 브랜드 마케팅 캠페인 (메인 담당자, 프로젝트 기여도 90%)

: 가전제품 브랜드의 음식물처리기 출시 프로젝트를 담당하였습니다.
시장 및 고객 분석을 통해 제품의 USP를 발굴하고,
이를 반영한 광고를 기획하고 운영함으로써 평균 ROAS 897%를 달성하였습니다.

(3) 아파트 관리 앱 마케팅 캠페인 (메인 담당자, 프로젝트 기여도 80%)

: 앱 가입 증대 및 활성화를 위한 광고 캠페인을 기획하였습니다.
리텐션 증대를 위한 출석체크 이벤트 기획 및
신규 고객 확보를 위한 디타겟팅 CRM 전략을 제안하며
카카오톡 채널 친구 18만 명을 추가 확보하는 데 기여하였습니다.

1. 생명보험사 마케팅

유입키워드 분석을 통해 전환율 저조한 키워드 운영 방법 모색하여
판매하지 않는 [실손보험] 상품을 활용한 효율 증대 전략 구상

1. 문제점



키워드

광고

실비보험이 궁금한 30대 남성

실비보험

[보험의 시작 ㅇㅇㅇ생명]
간편하지만 든든한 보장!
무료 상담으로 내 보험료
바로 확인 가능!



페이지 탐색



이탈

판매하지 않았던 [실손보험] 상품
관련 키워드 쿼리량 많으나
광고 효율 저조한 점 확인

[실손보험] 연관 키워드 검색 시 특별한 소구점 없는 소재 노출되고,
광고 클릭 시 보험사 메인 페이지로 연결되어
고객의 이탈율 높아진 것으로 판단

1. 생명보험사 마케팅

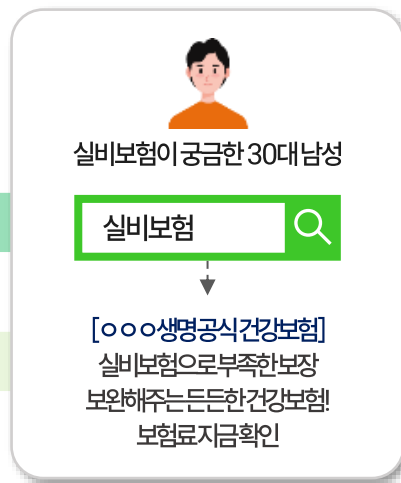
보장내역 유사한 [건강보험] 상품을 활용한 고객맞춤형 광고 기획하며
네이버 광고 영역 효율 개선을 위한 3가지 방안 제안

2. 과정



[실손보험] 연관 키워드 분석하여
'중복 보장', '한도', '보험금' 등
보장 관련한 고객의 니즈를 파악

1. 광고 소재



[건강보험] 상품 활용하여
키워드 검색 고객 맞춤형
광고 소재 기획

2. 랜딩 페이지



맞춤 메시지 노출되는
랜딩 페이지로 연결하여
유입된 가망 고객 이탈 최소화 관리

3. 파워컨텐츠



파워컨텐츠 구좌 추가 운영으로
고객 유입 창구를 확대하고,
[실손보험] 키워드 활용한 콘텐츠 통해
고객 반응 유도

1. 생명보험사 마케팅

키워드에 Fit한 고객맞춤형 콘텐츠 광고 운영으로
소재 클릭률 53% 및 상품 전환율 23% 증대

3. 결과

1. 광고 소재

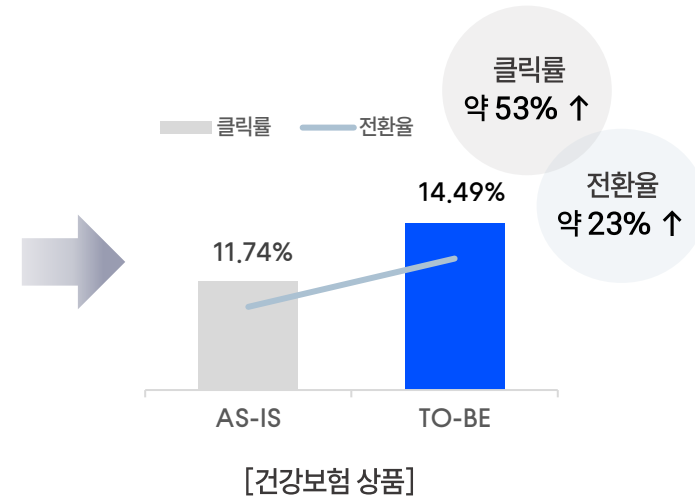
AS-IS	[보험의 시작, ○○○생명] 간편하지만 든든한 보장! 무료 상담으로 내 보험료 바로 확인 가능!
TO-BE	[○○○생명 공식 건강보험] 실비보험으로 부족한 보장 보완해주는 든든한 건강보험! 보험료 자금 확인

2. 랜딩 페이지

AS-IS	
TO-BE	

3. 파워콘텐츠


발상 생활 속 병원비 부담을 줄여 주는 실손의료보험은 2022년 3월 기준 39.77만 명이 가입하며 국민보험이라고도 불리고 있는데요, 그만큼 과연 실비보험만 들어 두어도 충분할까요?

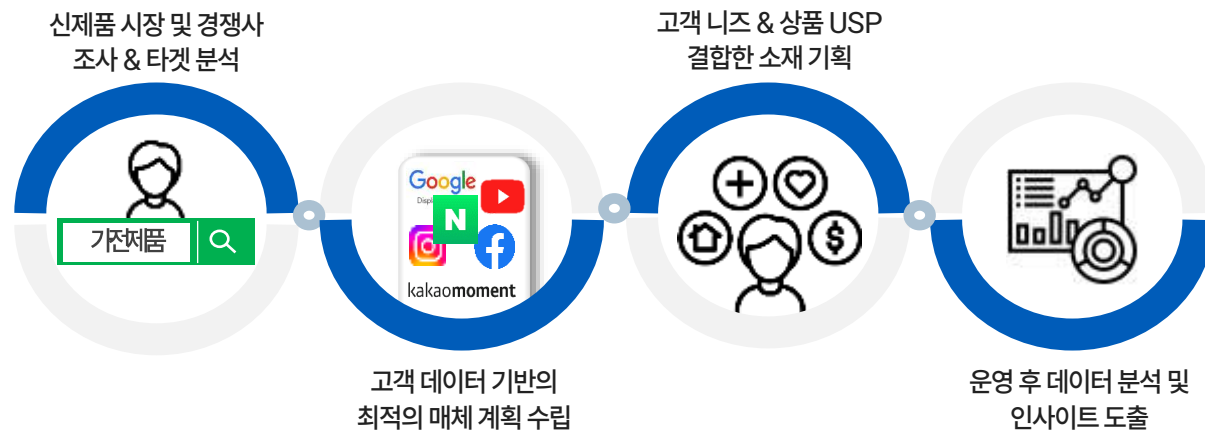


- ▶ 신규 소재 2주간 TEST 운영한 결과 클릭률 약 53% 증대
- ▶ 랜딩 페이지 내 맞춤형 메시지 함께 노출하여 소재-페이지 간 연결성 부여 및 상품 페이지 이탈률 감소에 영향
- ▶ 고객 맞춤형 콘텐츠를 기획하고 상품화함으로써 신규 고객 유입 및 전환율 23% 증가에 기여
- ▶ 운영 후 지속적으로 효율 모니터링 통해 소재 A/B TEST 등 디벨롭 방안 제안

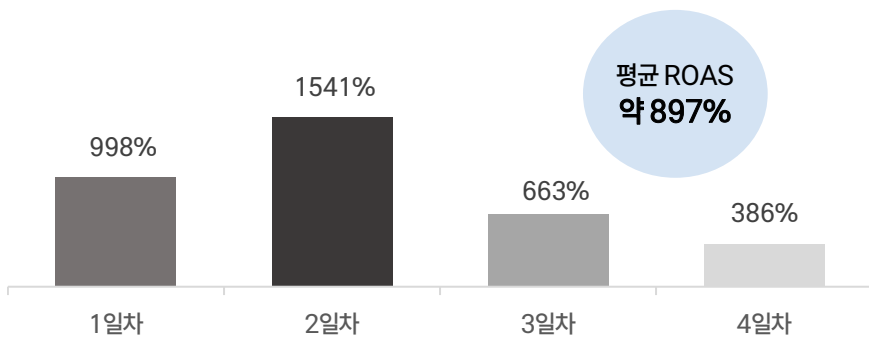
2.가전제품 마케팅

브랜드 인지도 제고를 위한 최적의 매체 계획 수립하며
프로모션 기간 평균 ROAS 897% 달성

운영내용



결과



- ▶ 프로모션 실시간 모니터링 통해 매체 유동적으로 운영함으로써 효율 극대화
- ▶ 브랜딩 매체와 트래픽 매체 동시 운영하며 고객 유입 확보 및 전환 유도
- ▶ 구매 데이터 분석을 통해 타겟 인사이트 도출하며 2차 프로모션 전환율 개선

3.아파트 관리 앱 마케팅

카카오톡 채널 활용한 CRM 전략 제안하며
앱 가입자 ADID 활용한 디타겟팅으로 신규 고객 확보

기획과정

[앱 특징]

아파트 단지과 제휴를 맺어,
해당 단지 입주민은 앱을 사용하지 않더라도
소방 점검, 입주민 투표 등 기능을 활용하기
위해 앱 카카오톡 채널을 추가해야 함

[고객 특징]

- 1. 카카오톡 채널은 추가했지만
앱에 가입하지 않은 고객
- 2. 카카오톡 채널을 추가하고
앱에 가입 후 실제로 사용하고 있는 고객



고객 특성을 고려하여,
광고 메시지의 도달 및 유입 증대를 위해
세분화된 타겟팅으로 별도 캠페인 운영 제안

[미가입자 대상 소재]



채널 친구 중 기회원과 카카오톡 로그인 이용자 디타겟팅 후
USP 활용한 메시지 발송하여
진성 고객 추가 확보

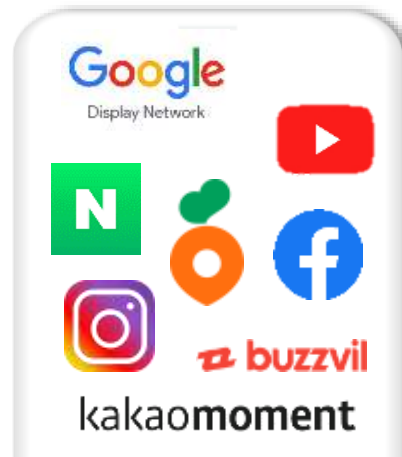
3. 아파트 관리 앱 마케팅

앱 활성화를 통한 고객관계강화전략제안하며
앱 DAU 및 체류 시간 증대에 기여

운영내용

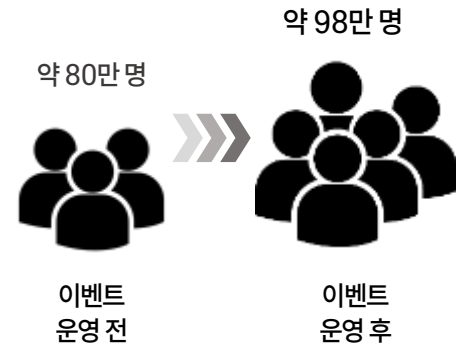


카카오톡 채널 연계하여
신규 고객 확보 및 앱 활성화 기대할 수 있는
다양한 이벤트 운영 제안



고객 데이터 기반으로 매체 선정하여
유입량 많은 트래픽 매체 및 SNS 등
다수 채널 연계한 광고 전략 수립

카카오톡 채널 추가
2개월 간 약 18만 명 ▲



카카오톡 채널 친구 수 확보하고
앱 체류 시간 증대에 기여

E.o.D

감사합니다.