





그룹메가는 광고대행사 출신이 만든 회사가 아닌
그룹메가는 광고주 출신이 만든 회사입니다

국내 10대 광고대행사의 PT를 100번 넘게 받던
바로 그 광고주 출신들이 만든 회사

그래서 그룹메가는 타 광고대행사들에 비해
광고주들의 니즈를 잘 아는 차별화된 회사입니다

멋진 광고를 만드는 만족감보다
깊진 성과를 만드는 그룹메가^주

광고는  EGA 약이다!

그룸메가는 16년 업력의 광고대행사입니다.

2003년 종합광고대행사 메가미디어 설립 이래
16년차 통합 광고마케팅 전문 기업으로
국내외 최정상 식음료/메디컬 브랜드와 파트너십을 유지하고 있습니다.

COMPANY.	그룸메가(주)(GROUPMEGA)
SINCE.	2003.8.31(MEGAMEDIA)/2013.06.06(GROUPMEGA)
CEO.	서현수
EMAIL.	groupmega@group-mega.co.kr
HOMEPAGE.	www.group-mega.co.kr
ADDRESS.	서울시 강남구 도산대로 78길 14 JSTORY B/D 4F(청담동 12-16)
TEL.	1599.5752

맥심커피, 카누, 스타벅스, 티오피, 오레오, 리츠, 하림 등 국내외 푸드&베버리지 브랜드부터
365mc, 클린업피부과, 사과나무치과그룹 등 국내 최정상 메디컬 브랜드까지
온라인, SNS, APP서비스 및 각종 캠페인, 프로모션을 통해 종합적인 IMC활동을 진행하고 있습니다.



그룹메가는 평균 7.4년 이상의 장기간 거래처가 많은 회사입니다.

다양한 업종의 광고주를 만나 파트너의 넓이를 키우는 것도 좋지만
동반 성장한 파트너들과 신뢰의 깊이를 키우는 것도 우리의 기쁨입니다.
우리는 파트너들의 외부직원입니다.

2003~2007

다음, 네이트, 에이스카운터, OVERTURE, GOOGLE,
리얼클릭, 아이라이크클릭 GOOGLE, NAVER 광고 대행 계약 체결
CA대행사 선정

208~2011

앙드레김, 워샤 연간 홍보대행
위메프, 슈퍼리어그룹 연간 캠페인 계약
르까프, (주)리홀 (쿠펜), 광동제약 (V라인 옥수수수염차) TVC 제작
CJ월드스, CGV, 샤프항공, 탐투어, 여수엑스포 마케팅 계약

2012~2014

KCC 정관장 온라인 광고
롯데리아 핫초버거 페이스북 캠페인 진행
야쿠르트 세븐 온라인 광고 진행
자색옥수수차, 루이보스보리차 런칭 캠페인 진행
하림 연간 온라인 마케팅 진행, 하림 자연실록 광고 공모전 진행
오레오, 리츠, 필라델피아크림치즈 온라인 캠페인 진행

2015~2018

맥심 커피 서포터즈 커피라이터 1기~2기 진행
맥심 카누 온라인 캠페인 총괄 및 오프라인 샘플링, 제휴 프로모션
벤츠 C-class 풀체인지 런칭 프로모션 및 갈라 디너쇼 진행
티오피(심플리스무스, 티오피컵) 신제품 출시기념 BTL 프로모션 진행
티오피 콜드브루 타겟 샘플링 프로모션 진행
맥스웰하우스 BTL 프로모션 진행
미떼, 제티 BTL 프로모션 진행



그룹메가는 업무의 스펙트럼이 넓은 회사입니다.

kickoff 미팅을 통한 RFP 수립 후 키메세지, 키킷셈, 크리에이티브 도출을 통한 브랜딩부터 온/오프라인, SNS, APP, DIGITAL을 포함한 수요자 중심의 온디멘드 멀티 솔루션을 바탕으로 통합 IMC 전략의 성과를 극대화하고 기업의 NEEDS를 소비자의 WANTS로 접목시킵니다.



RFP
BRAND conception
Restage strategy



O2O MARKETING
WET SAMPLING
DRY SAMPLING



ONLINE AD
MEDIA MIX
VIRAL MARKETING
SNS MARKETING
CAMPAIGN



VIRAL FILM
BRAND FILM



PROMOTION
PPL
PRESS
PRINT

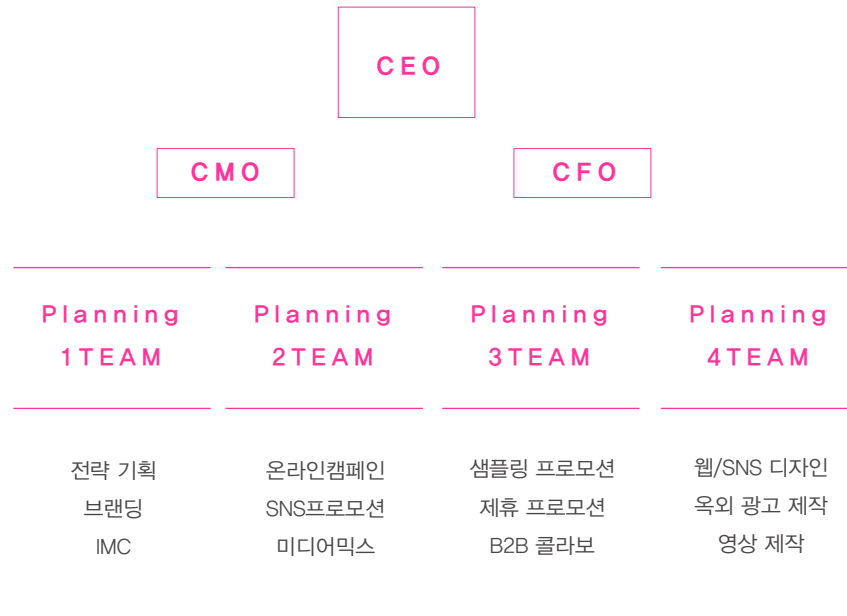


HR
KEYWORD AD
CRM MARKETING



그룹메가는 마켓의 ing를 선도하는 마케팅(Market+ing) 회사입니다.

급변하는 시장 속, 단순한 온/오프라인 광고 상품 대행에 머무르지 않는 회사
 팔릴 수 있는 기획을 통해 팔리는 광고를 지향하는 시장의 흐름을 선도하는 회사
 그래서 그룹메가에는 영업사원이 없습니다. 우리의 성공사래가 우리의 영업사원입니다.



그룹메가는 업계의 리더들이 먼저 찾는 회사입니다.

성공한 리더들이 먼저 찾는 회사는 그 이유가 있는 회사입니다.
 성공한 리더들이 계속 찾는 회사는 그 이유가 있는 회사입니다.
 성공한 리더들과 상생 하는 회사는 그 이유가 있는 회사입니다.

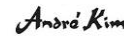
Food&Beverage



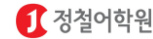
Medical



Fashion



Education



그룹메가는 말합니다. 매출 고민엔 **MEGA** 약이다.

매출 고민에 머리가 아프신가요?
기업 홍보에 걱정이 많으신가요?
광고주들의 고민엔 MEGA약입니다.

7.4

광고주
평균
거래년수

807

광고주
누적
대행수

241

식음료
샘플링
대행수

109

오프라인
프로모션
대행수

3.6억

광고주
평균
취급액

31억

광고주
최고
취급액





그룹메가는 **영업사원이 없습니다.**
그룹메가의 **성공사례가 바로 영업사원입니다.**

16년간 한결같이
기업의 성장세를 이끌어 왔습니다.

평균 7.4년 이상의
장기간 거래한 광고주들이 그렇게 말합니다.

하지 못하는 일과 하기 어려운 일들을
웃으면서 해내는 바로 그런 회사.

광고는  **MEGA 약이다!**



캠페인명 : 맥심커피 서포터즈 맥심커피라이터



맥심커피를 즐기고, 맥심커피에 관한 전문적인 콘텐츠를 작성하는 서포터즈

• MISSION

사람들은 맥심커피를 어떻게 즐기고 있고, 또 어떤 생각들을 하며 마실까? 맥심커피다운 콘텐츠를 만들고 맥심커피를 발전시킬 아이디어를 공유하며 더욱 맥심커피를 알려보자는 취지로 시작된 동서식품 그 첫 번째 커피 서포터즈

• IDEA

커피(MAXIM)를 즐기고 카피(COPY)를 작성하다!
맥심커피 서포터즈, 커피라이터가 되어 맥심커피에 관한 정성적/정량적 콘텐츠를 확산하고 예비고객을 충성고객으로 전환시켜 보자!

• RESULT

신제품 포함 10개의 제품 서포트 활동 (신제품, 메이저, 마이너, 시즌제품) 모카사진관 포함 8번의 브랜드 경험(온라인, SNS 바이럴 서포트) 1기와 2기와의 유대감 강화 (1기 우수 서포터즈와의 멘토링 프로그램) TPO에 맞는 맥심커피 레시피 제작 (타겟, 장소, 상황, 시즌 레시피 제작) 약 38만건 이상의 자발적인 입소문 콘텐츠 확산.



맥심



2016~17



Supporters 17기~27기

2017 KANU 오피스 위시 박스 EVENT

열심히 일한 보스,
카누와 함께 떠나라!



카누 오피스 캠페인(시즌1~시즌3)

바쁜 회사 생활에서 힐링이 필요한 직장인들에게
카누가 스트레스 릴리프의 매개체가 될 수 있는 지속적인 페이스북 캠페인 진행

오피스 위시 박스라는 크리에이티브 아래
BUYER(직장상사)와 USER(사원)들이 제품에 대한 체험을 공유하고
커뮤니케이션 함으로써 브랜드 정체성 강화 및 충성고객을 확보 및 탕비실 입점 성공적!



카누



2016~2018



ONLINE / FACEBOOK



카누



2018



ONLINE / SAMPLING

부드럽고 따뜻한 봄을 위한 선택

책 그리고
커피



카누 X 교보문고 콜라보 프로모션

취준생, 대학생, 2030 직장인 (셀러던트)을 대상으로
독서하며 지속적으로 카누 라떼를 떠올리게 만들자라는 취지로 콜라보 프로모션 진행

국내 최대 북스토어 교보문고 온라인몰을 통해 총 2만명에게 카누 체험 기회 제공.
이벤트를 통해 특정 고객에게 카누 정품 기회 및 경품 증정함으로써 타겟 트라이얼 유도!

2017 KANU ICE SUMMER EVENT

세상에서 가장 COOL한 선택



카누 써머 에디션 출시 캠페인

한정판 카누 아이스 블렌드 아메리카노와 카누 아이스라떼 출시 기념 여름엔 언제 어디서나 TPO에 관계없이 2가지 맛의 카누를 즐길 수 있다는 KEY컨셉 전달.

선택형 이벤트와 시음후기를 통한 입소문 증대라는 뚜렷한 목적성을 지닌 이벤트 활동을 전개 하여 자발적 참여 유도 및 바이럴 효과 창출.



카누



2016~17



ONLINE / FACEBOOK



카누 크리스마스 에디션 출시 캠페인

참여자들의 다양한 크리스마스 메시지와 제품 연관 이벤트가 카누 크리스마스 트리 팬보드로 노출됨으로써 LTE 제품 출시 사실 전달.

카누를 매개체로 한 시즌 이슈 스토리보드 제작이 가능하였고 크리스마스 시즌 타겟들과의 공감대 형성 및 브랜드의 가치 상승.



카누



2015~17



ONLINE / FACEBOOK

오레오 가족오락관

오레오오락관

오레오~뽑기

온 가족 모두 모여
우유에 풍당~빠진 오레오~뽑기에 도전해보세요



캠페인명 : 오레오 가족오락관

온 가족이 모두 모여
우유에 풍당~빠진 오레오 뽑기에 도전하세요!

MISSION

추석, 온 가족이 함께 오레오레~ 오레오 쿠키로 즐기자
남녀노소 누구나 맛있게 즐기는 패밀리 쿠키 정체성 강화
오레오와 함께하는 가족오락관, 오레오오락관 캠페인 LIVE.

IDEA

남녀노소 누구에게나 인기있는 인형뽑기 TOOL 적용
온 가족이 먹고 싶은 오레오 뽑기에 도전
재미있고 자연스럽게 오레오의 다양한 맛 라인업 정보전달
오리지널팬층부터 마니아층까지 제품 커버리지 확대.

RESULT

응모 허들을 대폭 낮춰 남녀노소 누구나 쉽게 참여할 수 있는 뽑기이벤트를 통해
총 3천명의 유저들을 대상으로 오레오 모바일 쿠폰 증정하고, 즉석경품 이벤트에 당첨되지
못한 유저들의 위로책으로 재응모 가능성을 열어둬과 동시에 추천경품 제공.

비당첨자들을 포함하여 참여고객 중 추첨을 통해
총 100명에게 기프트 박스 증정하여 클린브랜딩을 통해
온 가족이 즐기는 대표 브랜드 오레오 인지도 확대
약 100명에게 가까운 참여를 기록한 성공 캠페인.



캠페인명 : 하림 자연실록 엄마닭 캠페인

대한민국 행복 프로젝트 엄마닭 캠페인! 엄마의 마음을 담아 하림 자연실록이 찾아갑니다!

• MISSION

취약한 인지도를 보인 2030 타겟들의 브랜드 인지도, 호감도 증대,
제품체험은 물론 다수의 체험 후기 확산과 노출을 통한 구매 전환을 유도해보자!

• IDEA

1인가구 500만시대, N포세대의 시의성을 담아
하림 자연실록이 엄마의 집밥 매개체로써 소비자들의 감성을 어루만지다 기획 의도를
살린 바이럴 영상 제작으로 단순한 일회성 이벤트가 아니라
하림 자연실록 이라는 브랜드가 가진 따뜻한 메시지를 전달.

• RESULT

시의성을 반영한 바이럴 영상으로 전 세대를 어우르는 공감대를 형성하였고
하림자연실록 엄마닭 캠페인을 힐링의 매개체로 만들어
바이럴 유도 및 긍정적인 인사이트를 강화.

대국민 행복 프로젝트의 개념을 인사이트하여 30만명 이상의 참여를 자발적 유도함.



캠페인명 : 하림 자연실록 제 1회 마케팅 공모전

실록홈즈가 되어 하림 자연실록을 알릴 단서를 찾아라!
제 1회 하림 자연실록 마케팅 공모전

• **MISSION**

하림 자연실록 및 제품이 담고 있는 건강,친환경,입맛 등의 장점을 소비자들에게 자발적으로 알리고 확산시킬 마케팅 공모전 진행.

• **IDEA**

실록홈즈(하림 자연실록 닭고기를 집에서 즐기며 건강한 입맛의 단서를 찾는 사람들)를 캐릭터라이징하여 더욱 친근하게 브랜드 인사이트 및 트라이얼 유도.
 UCC/전략기획/레시피 부문으로 나누어 전 세대가 참여 가능한 마케팅 공모전을 진행하기로 했고 1차 서류 심사 → 2차 현장 심사를 통하여 국민들의 잃어버린 건강과 입맛을 찾는 최종 실록홈즈를 선정.

• **RESULT**

하림 자연실록 공식 홈페이지와 공모전 메인 페이지, 공모전 사이트, 커뮤니티, 매체를 통해 마케팅 공모전에 대한 관심과 참여를 유도하였고 하림 자연실록이라는 접근성이 높은 브랜드로 10대 학생부터 50대 주부까지 세대 구분 없이 참여 가능한 공모전을 진행

참가자들의 참신한 아이디어를 하림 자연실록 광고로 활용하여 그간 하림이 취약했던 영상 콘텐츠 확보를 통한 브랜드 인지도를 증대시켰습니다.
 또한 마케팅 공모전으로써의 입소문 향상을 통해 프로젝트로서의 성공적인 입지 구축.



하림



2017



ONLINE/ OFFLINE

듬뿍 발라 더 맛있게!

필라델피아 크림치즈

프로바름러

STAGE 01
바쁜 아침에도 간편하게!
새싹바름러

← 베이글을 좌우로 움직여보세요! →

응모하기

캠페인명 : 필라델피아 크림치즈 #프로바름러 이벤트

바쁜아침, 오후 간식, 늦은 저녁에도 더 맛있게!
필라델피아 크림치즈를 듬뿍 발라 진정한 #프로바름러 도전!

- MISSION**
시장 90% 이상을 차지하고 있는 필라델피아 크림치즈의 브랜드 파워 증대 및 '듬뿍 발라 더 맛있다' 는 Key Value의 쉽고 명확한 메시지 전달을 위한 온라인 이벤트.
- IDEA**
2030세대를 겨냥한 프로00러 라는 메인 워딩과 '듬뿍 발라먹는' 필라델피아 크림치즈의 키메세지를 합쳐 '프로바름러' 라는 타이틀을 통해 참여도 증대 및 콘텐츠 확산을 목표로 했으며 베이글을 좌우로 움직여 떨어지는 필리치즈를 듬뿍 바르는 게임 이벤트와 실제 필라델피아 사진을 찍어 인증하는 댓글 이벤트를 기획.
- RESULT**
빵 위에 '필라델피아 크림치즈' 가 쌓이는 모양 연출로 듬뿍 발라먹는 필라델피아 크림치즈의 키메세지를 전달하고 4가지 Flavor 중 자신이 좋아하는 맛을 선택하게 함으로써 취향에 따라 골라 먹는 필라델피아 크림치즈의 다양성을 어필.

듬뿍 발라 올린 인증샷을 통한 직접적인 제품 노출 및 구매욕구를 자극해 매출 향상에 기여하고 2030 SNS유저들을 대상으로 필라델피아 크림치즈와의 접점을 강화.

판타스틱 인증샷 이벤트

캠페인명 : 오레오 판타스틱 이벤트

오레오 웨하스스틱 판타스틱 타임세일 마켓기반 온라인 샘플링

- MISSION

오레오 웨하스 스틱 FGI에 의해 소비자의 니즈 파악
오후 3시 2030여성들의 간식으로 인사이트 하기 위해
오픈마켓 3시에 타임 세일 샘플링 및 체험후기 이벤트 연계.

- IDEA

1STEP 한시적 타임세일을 진행
2STEP 타겟 300명에게 2가지 맛 타입 체험 유도
3STEP 체험후기 리워드 이벤트를 통해 SNS 확산 프로세스로 단계별 바이럴 마케팅 진행.

- RESULT

총 2주간 타겟 3천명에게 제품 체험 기회 제공 및 제품 인지도 재고
판타스틱 박스 제작을 통해 총 100명에게 오레오의 다양한 제품 체험 기회 제공.



오레오



2017



ONLINE / OPENMARKET



캠페인명 : 우리아이 등굣길 준비물 동서루이보스보리차

환절기 자녀들의 건강걱정
엄마들의 간간한 마음을 재미있게 전달해보자!

- **MISSION**
돌아온 새학기(입학시즌)에 맞춰 등굣길 준비물 프로모션 시즌1~3 진행.
엄마의 마음이자 우리 자녀들의 건강을 위한 매개체로써 동서 루이보스보리차 입소문 증대.
- **IDEA**
자녀 이름이 새겨진 네임 보온병 굿즈를 제작하여 긍정적 리뷰를 유도하고
초등학생 자녀를 둔 주부들의 대표 커뮤니티와 맘카페를 주 체험단으로 선정하여 주부들과
자녀들에게 동서 루이보스 보리차 제품 트라이얼을 유도.
또한 시즌제를 통한 지속적인 커뮤니케이션으로 브랜드와 프로모션에 대한
신뢰도를 상승시키는 것을 목표로 진행.
- **RESULT**
자녀연령, 성별, 이름을 체험단 신청 시 접수 받아 타겟과 취지에 맞는
체험단 선정 후 체험 활동 진행.
네이밍마케팅 결과 평균 80%이상의 리워드율을 달성
우리아이등굣길 필수품으로 주부 및 맘카페에 입소문 효과 창출.

츠맥 주문하기 이벤트



캠페인명 : 리츠 크래커 츠맥 캠페인

“치맥보다 맛있는 츠맥주세요!”
2030세대의 혼술의 매개체로 리포지셔닝 제안!

- **MISSION**
연령대 폭이 좁았던 크래커라는 제품군의 타겟층 증대
주 소비 타겟층인 2030 세대와 시의성에 맞는 브랜드 인지도 및 인사이트 확보.
- **IDEA**
1인가구가 500만명을 돌파한 지금! 혼밥, 혼술 열풍이 꾸준히 증가하는 가운데
2030 라이트한 맥주안주로의 리포지셔닝 전략 계획.
맥주 안주로서의 정체성 강화를 위해 2가지 맛의 어트리뷰트를 알려면서도
츠맥 박스라는 굿즈를 통해 FUN&UNIQUE한 브랜드 체험을 유도.
- **RESULT**
츠맥박스를 통해 후킹 요소를 강화하고 치킨, 맥주컵, 제품의 베리에이션을 통해
츠맥 기획 의도를 효과적으로 전달

특히 온라인, SNS 영역에 리츠와 맥주의 접점을 강화한
다수의 츠맥 패러디 콘텐츠가 확산 되어 맥주 안주의 뉴패러다임을 제시
“치맥보다 맛있는 츠맥주세요!” 키메시지 인사이트.



리츠



2017



ONLINE / FACEBOOK

포스트 그레놀라운 선택



포스트 그레놀라 IMC

그레놀라만의 어트리뷰트인 “두 번 구워 어떻게 먹어도 맛있는 제품” 을 박보영 VS 조정석, 요맥 VS 우맥 대결 구도로 인테렉션이 가능한 쌍방향 커뮤니케이션 형태의 바이럴 영상을 통해 고객과 영상이 직접 소통하며, 유저의 선택에 따른 전혀 다른 결과물의 엔딩 영상이 공개됨으로써 제품이 전달해야 할 메시지를 더욱 자연스럽게하면서도 확실하게 인사이트.



포스트



2015



ONLINE / FACEBOOK / SAMPLING



포스트 허니오즈 출시기념 이벤트

엄지척~! 올라오는 꿀 맛!” 이란 메시지를 통해 제품이 갖고 있는 맛에 대한 궁금증을 어필하면서도 1030세대들이 참여할 수 있는 엄지척 컨테스트를 진행

TVC의 메인 모델의 “엄지척 나오는 꿀미소 순간” 을 캡처함으로써 제품이 곧 “엄지척 올라가는 맛” 이라는 어트리뷰트를 강력히 전달했고 패키지 속 캐릭터 틀린그림찾기 게임을 활용함으로써 소비자들로 하여금 제품 패키지를 숙지할 수 있도록 유도



포스트



2015



ONLINE / FACEBOOK / SAMPLING



포스트 그레놀라 체험권



★ 골라먹는
황금같은 아침

★ 골라먹는
환상적인 아침

포스트 그레놀라 체험권 이벤트

신제품 포스트 그레놀라 후르츠 제품 리뷰를 통해, 정량적 컨텐츠를 확보하고, 포스트 그레놀라 정식 체험권 활동을 통해 세분화된 타겟(미혼, 기혼 여성)의 스토리와 레시피를 자발적으로 확산시킴으로써 대표 시리얼 브랜드의 정체성 강화.



포스트



2016~17



ONLINE / FACEBOOK / SAMPLING

포스트 리뉴얼 기념 Post 그레놀라 체험 이벤트



블루베리

몸에도 좋고 맛도 좋은 슈퍼푸드 블루베리가 영양만점 그레놀라에 통당해서 더 맛있게 즐길 수 있는 시리얼

크랜베리 이몽드

바삭하고 달콤한 그레놀라와 새콤달콤 크랜베리, 고소한 이몽드까지 넣은 영양만점 시리얼

키키오 호두

통곡물을 풍차만든 그레놀라에 향신료 열매라 불리는 키키오, 몸에 좋은 호두를 넣어 더 건강한 프리미엄 시리얼

포스트 그레놀라 리뉴얼 체험단 이벤트

건강한 아침식사 포스트 그레놀라! 더욱 새로워진 그레놀라 리뉴얼 패키지 기념 체험단. 2030 여성 코어 타겟에게 건강한 아침식사의 매개체로서 인사이트, 제품 리퍼키지 정보전달 및 제품 체험 확대 프로모션 진행.



포스트



2017



ONLINE / SAMPLING



포스트 라이트업 X 오케이 캐쉬백

오케이캐쉬백과 연계한 포스트 라이트업 구매인증 소문내기 이벤트를 통해 제품 구매를 확대하고 시즈널 브랜드의 홍보 활성화.



라이트업과 영풍문고가 함께하는

새해! 새결심! *5인1처럼
1인1만하게!*
 건강한 다이어트하자!



포스트 라이트업 새해 새출발 다이어트 캠페인

새해 새출발 건강 다이어트 캠페인을 영풍문고와 제휴하여 다이어트 건강서적 구매고객에게 포스트 라이트업 증정 샘플링 프로모션 진행. 코어타겟인 2030 여성의 적극적인 참여와 구매를 이끌어냄.



찬바람 불때 미떼 이벤트

찬바람 부는 시즌 11월~2월

제품 구매 고객들을 위한 구매인증이벤트를 통해 판매 활성화.

패션브랜드와의 적극적인 콜라보 프로모션을 통해 식음료 브랜드의 한계를 넘어서고 캐릭터라이징을 통해 지속적인 커뮤니케이션 활성화.



제티 캠페인

파우더, RTD드링크, 스트로우 등 제품 특성에 맞는 온/오프라인 체형 프로모션 진행.

제품의 특성을 유저(영유아~미취학아동)와 바이어(부모)가 함께 인지한 뒤

시식 및 소개함으로써 유치원, 키즈카페 기반 네이티브 마케팅의 시초를 열었다 평가됨.



미떼



2013~18



ONLINE / FACEBOOK / SAMPLING



제티



2013~18



ONLINE / SAMPLING



포스트 뮤슬리 출시기념 캠페인

포스트 뮤슬리 출시기념 온가족이 즐기는 시리얼 제품을 인지도킬수 있도록 리빙 앤 인테리어 스타일 샵 한샘 플래그십과 제휴 샘플링 진행. 오픈마켓 기반 세일즈 프로모션 완판.



포스트



2015



ONLINE / SAMPLING



포스트 고소한 현미 출시기념 캠페인

포스트 고소한 현미 출시기념 건강한 아침의 매개체로 포스트 고소한 현미와 함께하는 고소한 교체프로젝트 진행. 잘 차려지지 않은 아침 밥상 인증샷을 올리면 신제품 제공해주는 퍼니 이벤트 진행을 통해 남녀노소 다양한 타겟들의 판촉을 유도함.



포스트



2016

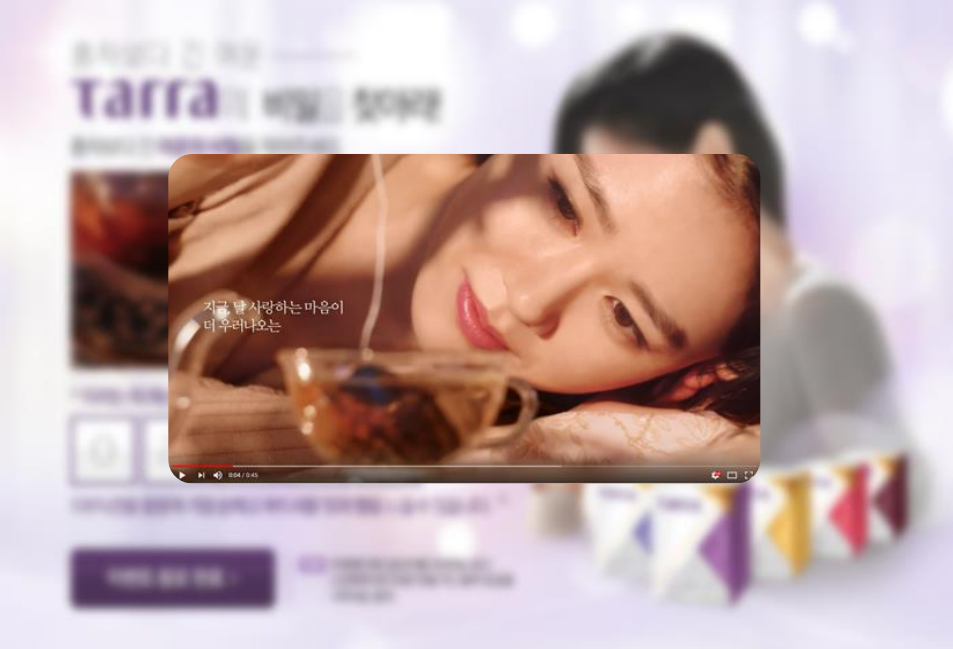


ONLINE / FACEBOOK



타라 런칭 캠페인

홍차보다 긴 여운, Tarra
 소비의 주체이자 명확한 타겟인 2030여성들과 SNS 및 Co-marketing(제휴 샘플링)을 통해
 프리미엄 홍차 브랜드, TARRA 런칭 정보 전달 및 체험 유도.



타라의 비밀을 찾아라 이벤트

TVC 감상 이벤트를 통해
 손예진(모델 콘텐츠)과 TARRA영상(TVC) 감상을 유도하고
 제품특성(오렌지페코)을 홍보.



무지방우유 함유 프러마 42.3%
유통기한 확인하여
식품선택 올바르게

맥심 화이트골드 캔들 머그

겨울 시즌 화이트골드 감성과 부합하는 캔들 머그 굿즈를 통해 판매활성화를 위한 판촉 프로모션 진행.



맥심



2016



ONLINE / OPEN MARKET

올여름 맥심 아이스를 가장 맛있게 마시는 방법

한정판
맥심 아이스 쿨핸즈보틀 기획세트

COOL
HANDS
BOTTLE



맥심 아이스 판촉 프로모션

여름 시즌 맥심아이스로 즐길수 있는 시원한~ 다양한 레시피 정보가 담긴 쿨핸즈보틀 개발 및 판촉 프로모션 진행.



맥심



2016



ONLINE / OPEN MARKET



티오X빅스 몸으로 놀자 캠페인

여름 시즌 1020 타겟에게 어필하고자 아이돌 그룹 빅스와 함께 몸으로 놀자 몸플 댄스를 개발. 하여 누구나 쉽게 따라하고 티오를 즐길수 있도록 아이스티 티오 몸으로 놀자 UCC 콘테스트 진행.



쿠첸 TVCF

이호리 '밥한번먹자' 쿠첸 TVCF 제작. 밥 한 번 먹자라는 친근함을 강조한 키메시지를 내세워 명품밥술의 대중화라는 시너지 효과를 만들어내고 자연스럽게 브랜드가 가진 이미지 밸류의 상승을 도모.



티오



2015~16



ONLINE / FACEBOOK / OFFLINE



쿠첸



2013



TVCF



자색 옥수수차 런칭 캠페인

눈에 좋은 차라는 제품 어트리뷰트를 매개체로 반짝반짝 동안으로 돌아가자! 라는 키메세지를 발굴하여 온라인 캠페인 및 신제품 체험 프로모션 진행.
전국 안과와 제휴 하여 제휴 샘플링 및 눈에 좋은 동안 댄스를 개발하여 명동, 강남역 플래시몹을 진행하여 이슈 확산.



자색 옥수수차



2013~14



ONLINE / OFFLINE / SAMPLING



유아용 보리차 리뉴얼 캠페인

소중한 우리아이의 첫번째 물!
가장 안전하고 건강한 보리차를 고르는 기준을 인사이트 할 온라인 유아용 보리차 리뉴얼 캠페인 진행.



유아용 보리차



2016~17



ONLINE



한국야쿠르트 세븐 프로야구 실시간 검색

한국 야쿠르트 세븐 프로야구 온라인 실시간 검색 마케팅 진행.
언론홍보 및 다양한 블로그, SNS 채널을 통해 탄력적이고 능동적인 이슈업.



한국
야쿠르트



2017



ONLINE



맥심 카페 온라인 판촉 프로모션

맥심 카페 4종 출시 기념 오픈마켓 판촉 연계 프로모션.
제품의 특성과 소비자의 감성을 접목한 다채로운 세일즈 프로모션 진행.



맥심



2015



ONLINE



캠페인명 : 맥심 심플라떼 아이유 콘서트 프로모션

설탕을 빼고 고소함만 남긴 모카골드 심플라떼 아이유와 함께하는 신제품 샘플링 프로모션!

- **MISSION**

신제품 모카골드 심플라떼의 긍정적인 브랜드 체험 및 정보 전달 모델 경쟁력 활용한 이벤트를 통해 온/오프라인의 자발적인 입소문 증대.

- **IDEA**

아이유 콘서트장 초입에 부스를 설치하여 주요 팬덤 층인 1020 남성, 20대 여성을 대상으로 맥심 심플라떼 출시 정보 전달과 신제품 무료 샘플링을 진행하였습니다. 또한, 10~20대 타겟들의 적극적인 참여 유도를 위한 SNS 포토인증 이벤트를 통해 바이럴을 유도하였으며 그로인한 프로모션 관심 증대와 함께 자체적인 바이럴 효과로 클린브랜드를 시도.

- **RESULT**

프리(무료증정) 샘플링 진행으로 참여도가 상승하였고 날씨 영향으로 따뜻한 샘플링 증정에 긍정적인 현장 분위기를 연출할 수 있었습니다. 모델 이미지와 이벤트 존을 강화한 구성으로 1020타겟의 호감을 높일 수 있었으며 이벤트 존에서 아이유 팬들의 자발적인 인증샷 참여로 바이럴 효과와 동시에 QR코드를 삽입하여 TVCF 감상까지 유도한 성공 사례.



맥심



2017



OFFLINE / SAMPLING



맥심 T.O.P 심플리스무스 홍대 버스킹데이 프로모션

T.O.P BUSKING DAY!

티.오.피와 함께 가장 부드러운 버스킹이 시작된다!

홍대에 방문한 2030 남녀에게 샘플링&트라이얼 유도.
프로모션을 통해 SNS 채널로 노출 및 확산 유도.



심플리
스무스



2017



OFFLINE / SAMPLING

신제품 티오피컵 출시기념 프로모션

홍대 라이브 버스킹 데이에 방문한 코어 타겟(2030 남녀)에게
신제품 샘플링&트라이얼 유도.
이벤트 존 2개 운영으로 EVENT & 업그레이드 된 GOODS에 집중 강화.



티오피



2017



OFFLINE / SAMPLING



콜롬비아나 부산유니브엑스포 샘플링

맥스웰하우스 콜롬비아나 출시 유니브 엑스포 제휴 프로모션.
 2017 Univ Expo Busan 방문한 코어 타겟(2030 남녀) 에게 무료 신제품 샘플링.
 제품 모델의 경쟁력을 활용한 이벤트 참여도 증대&트라이얼 유도.



콜롬비아나X아이린 KMF 프로모션

2017 코리아 뮤직페스티벌 in 고척 스카이돔 증정 프로모션.
 코리아 뮤직페스티벌에 방문한 1030 팬덤을 활용한 제품 샘플링.
 제품 모델의 경쟁력을 활용한 이벤트 참여도 증대 & 트라이얼 유도.

Maxim

T.O.P

동호회 티오피 콜드브루 증정 이벤트

외쳐라!
콜드브루!



Maxim
에스프레소
티오피
열정의 에스프레소
Maxim
T.O.P X KYOBO 교보문고

교보문고 티오피 증정 이벤트!



외쳐라 콜드브루! 증정 이벤트

코어 타겟(2040 남녀)이 밀집한 마라톤대회 모바일 앱을 통한 온라인 SNS 동호회, 직장인 접점강화 헤어샵, 필라테스와 제휴하여 빠르고 폭넓게 제품 체험 확대 및 입소문 유도.

티오피 증정 이벤트

2030 남녀를 대상으로 도서(영풍문고), 공연(악어컴퍼니), 운동(마라톤) 제휴처에서 현장 증정 및 체험유도, 입소문 강화.



티오피



2017



ONLINE / OFFLINE



티오피



2017



OFFLINE / SAMPLING



타라 & 디저트 샘플링

디저트 카테고리화 제휴를 통해 소비의 주체인 2030 여성에게 타라 제품 체험 및 트라이얼 유도 샘플링 제품에 부착된 QR코드를 통해 타라 온라인 이벤트 및 SNS로 연계.



벤츠 X 카누 프로모션

벤츠 C 클래스 풀체인지 기념 벤츠 전시장 내 세상에서 가장 작은 카누 카페 오픈. 방문고객에게 카누 증정 및 계약고객에게 카누 선물세트 증정을 통해 카누와 벤츠 긍정적인 브랜딩.



서울365^{mc}병원

365mc 지방흡입 특화병원 통합마케팅

브랜드마케팅, 브랜드컨셉팅, 이벤트기획, 온/오프라인 통합마케팅
바이럴 영상, 패러디 영상(금연광고), 원내 홍보영상 제작.



365mc



2016~17



ONLINE / OFFLINE



클린업피부과

피부과 전문의가 임상실험의 결과를 위해 모여 만든 클린한 브랜드 이미지를 바탕으로
브랜드 마케팅 진행.



클린업
피부과



2016



ONLINE



사과나무 치과그룹

키워드광고, 온라인 마케팅 (파워블로그, 바이럴 마케팅), 언론보도



사과나무
치과그룹



2015~17



ONLINE / OFFLINE



서울 | 부산 밝은세상안과의원

국내안과 최초 JCI 인증획득

당신의 눈, **최고**에게 맡기세요.
최적화 의료서비스 고객만족 3type 솔루션을 제공합니다.



밝은세상안과

CPA/CPS마케팅



밝은세상
의원



2016~17



ONLINE



KYURIM
근본치료의美 규림한의원

규림한의원

브랜드마케팅, 온라인마케팅, 신조어키워드 발굴



규림
네트워크



2015



ONLINE

행복한
척추관절!

NANOORI HOSPITAL
나누리병원

나누리병원

온라인마케팅(홈페이지 기획/바이럴마케팅/온라인뉴스)



나누리병원



2013



ONLINE



서울연세병원

내부마케팅(팸플릿, 게시판 기획)
온라인마케팅 (홈페이지 제작, 키워드광고, 언론보도)
오프라인마케팅(신문광고, 버스광고)



서울
연세병원



2013



ONLINE / OFFLINE



엠디병원 가습성형클리닉

브랜드 블로그 운영, 언론홍보 외



엠디병원



2013



ONLINE / OFFLINE



삼성라인성형외과
SAMSUNG LINE PLASTIC SURGERY



삼성라인성형외과

온라인마케팅, 언론홍보 외



삼성라인
성형외과



2014~15



ONLINE



동백미즈



동백미즈한의원

동백미즈한의원

키워드광고, 바이럴마케팅, 키메시지, 키비주얼, 방송출연 등



동백미즈
한의원



2015~16



ONLINE

THANKYOU



THAT's Write!

THAT's RIGHT라고 말하고
THAT's WRITE라고 임하는
그룹메가와 당신의 성공적인 매출곡선을 그려보세요!

광고는  EGA 약이다!

