

---

# SHERLOCK

Company

COPYRIGHT 2016 COMPANY SHERLOCK | ALL RIGHTS RESERVED.

# Contents Overview

## 01. About Sherlock

당신의 고민이 무엇이든,  
셜록은 셜록스럽게

## 02. Overview

셜록컴퍼니 현황

## 03. Our Clients

## 04. Our Reference

## 05. Service

셜록이 제공하는 주요 서비스 소개

## 06. Our Works

# Welcome to Sherlock !



## 셜록같은 셜록이 되고 싶어서

이상한 괴짜면서도 자신의 신념이 확고한 셜록.  
하지만 불가능해 보일 사건도 그의 손에만 들어가면 해결이 됩니다.

셜록컴퍼니는 그런 셜록이 되고 싶어서 만들어진  
종합광고에이전시입니다.

셜록이 그랬듯, 클라이언트의 문제를 정확히 분석하고 고객에게  
최적화된 셜록의 독특한 크리에이티브가 녹아있는 맞춤형 마케팅  
솔루션으로 고객의 고민을 해결해드리겠습니다.

*Baeunji* CEO of Sherlock Company

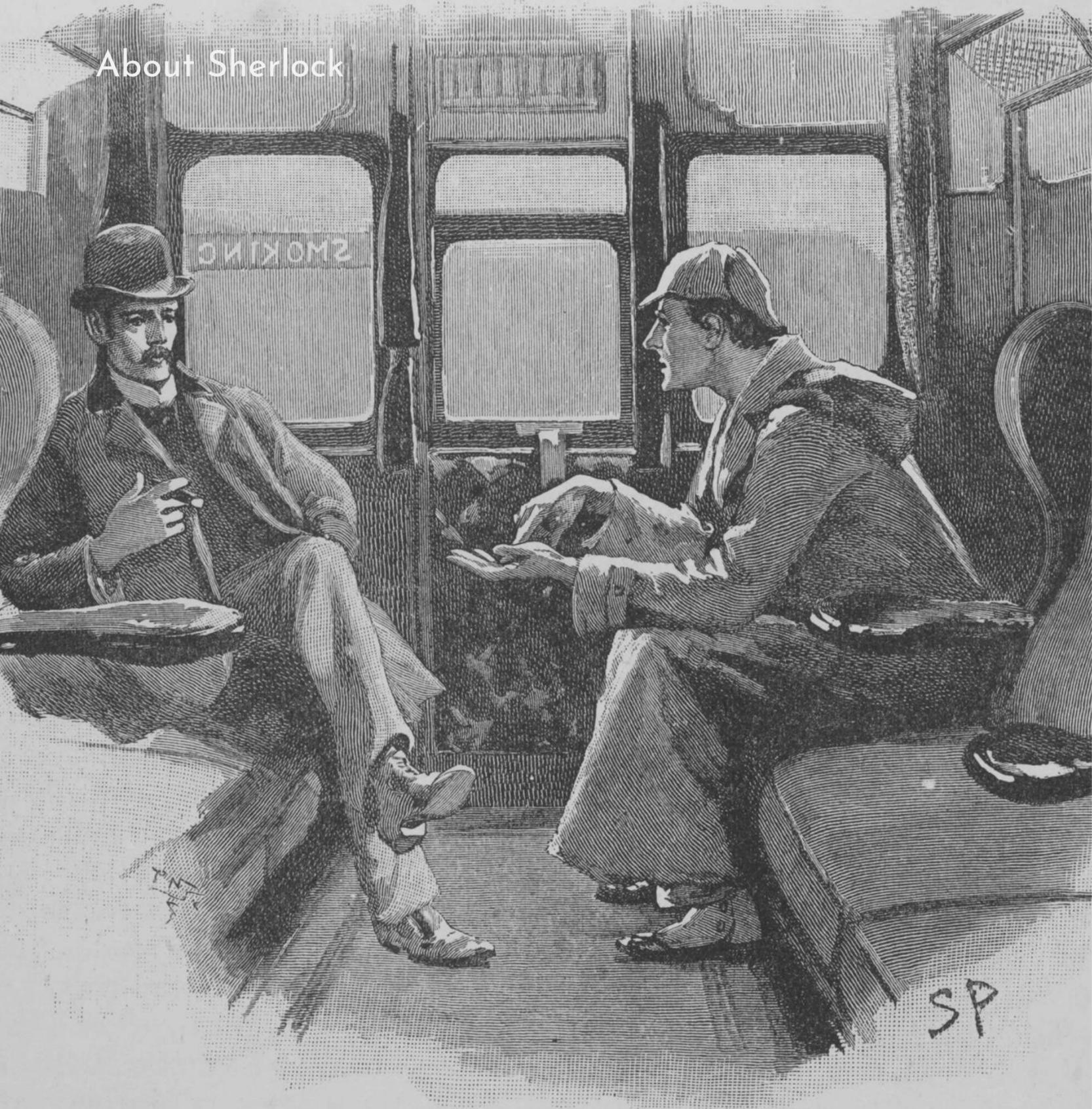
“ 나에게 문제를 던져주게.  
가장 난해한 암호, 가장 복잡한 분석 과제를 던져주게.  
나는 무미건조한 일상을 혐오하네.”

*Sherlock Holmes*

“My mind,” he said, “rebels at stagnation. Give me problems, give me work, give me the most abstruse cryptogram or the most intricate analysis, and I am in my own proper atmosphere. I can dispense then with artificial stimulants. But I abhor the dull routine of existence. I crave for mental exaltation. That is why I have chosen my own particular profession, or rather created it, for I am the only one in the world.”

About Sherlock

SHERLOCK



“HOLMES GAVE ME A SKETCH OF THE EVENTS.”

모든 탐정들의 알파이자 오메가

# Sherlock,

색다른 시선, 유쾌한 에너지로  
셜록만의 강력한 브랜딩 에피소드가 탄생됩니다.

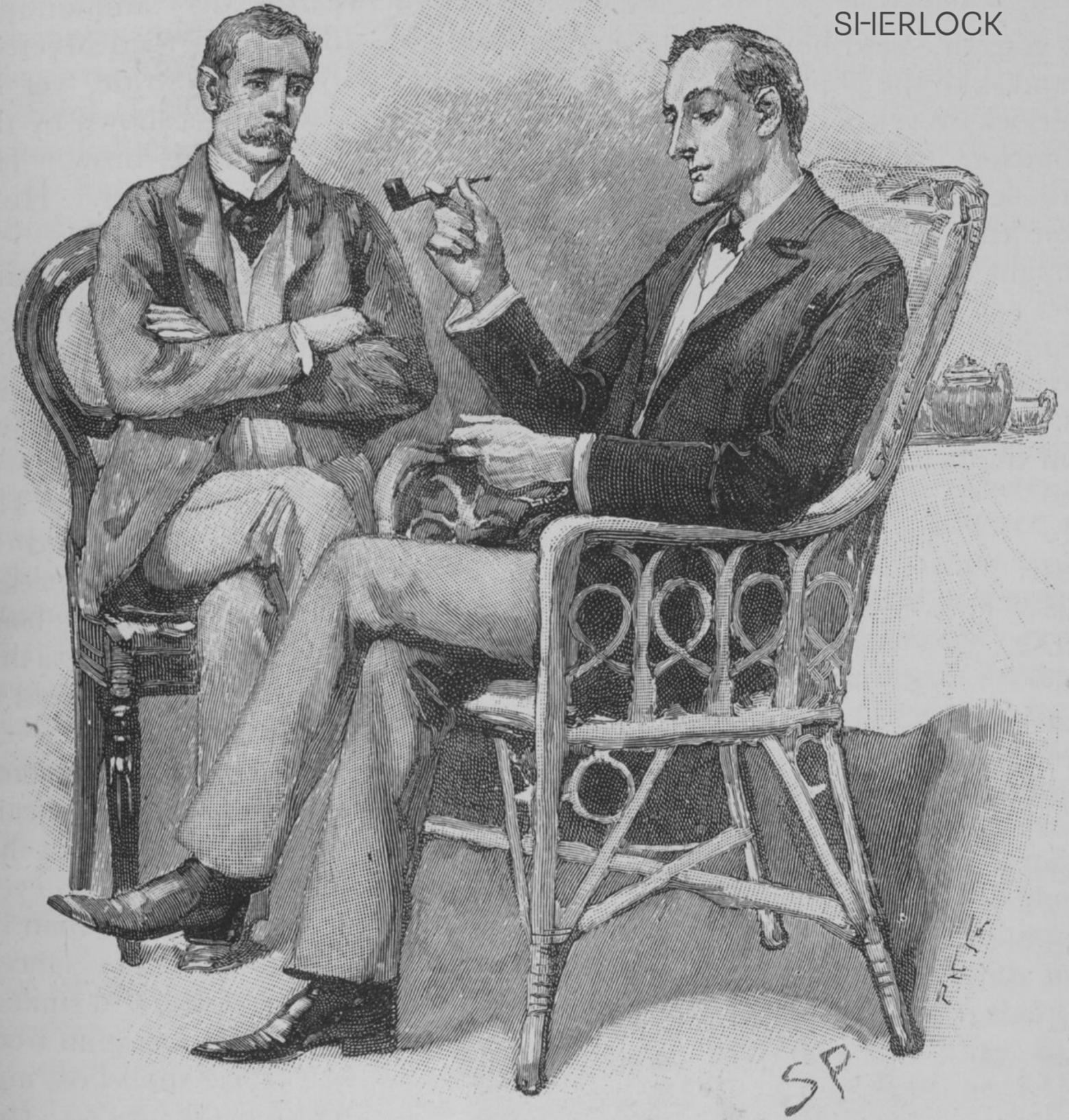
체계적이고 철저한 타겟 분석을 기반으로 소비자 UX에 맞는 최적화된  
미디어믹스를 통해 세상 어디에서도 볼 수 없었던 새로운 크리에이티브를  
최상의 효율로 달성합니다.

— 왜 셜록이어야 하는가?

## Why Sherlock?

셜록은 색다른 시선, 유쾌한 에너지를 가진 크리에이티브 기반 종합 광고/홍보 대행사입니다. 셜록은 독특하고 창의적인 아이디어를 기반으로 프로젝트를 진행합니다.

셜록은 타겟팅에 최적화된 톤앤매너를 찾아 프로젝트를 진행합니다. 프로젝트 성격에 따른 최적의 팀을 꾸려 프로젝트를 완성합니다.



“HOLMES PULLED OUT HIS WATCH.”

# VISION

## 누구보다 빠르게 남들과는 다르게

회사 설립일 2년, 회사 구성원 평균 나이 29살, 공식적으로 진행한 총 프로젝트 67개.

누구보다 빠르고 남들과는 다르게 성장해온 셜록컴퍼니입니다.

기존에 있던 마케팅 공식을 답습하지 않습니다.

누구보다 트렌디하고 남들과는 크리에이티브한 아이디어로 남들과는 차별화된 셜록입니다.

# MISSION

## 셜록은 셜록하게

날 선 아이디어와 세상을 유쾌하게 비틀어 보는 시선으로  
어떤 클라이언트가 오시더라도 '셜록스럽게' 일을 하는 것이  
셜록컴퍼니의 미션입니다.

# History

**2022**



**01~**

라네즈 글로벌 유튜브 계정 Beauty Chatty 운영

웹케시그룹 유튜브 개설

옥소폴리틱스 전체 홍보 광고 캠페인

**2021**

**01~12**

웹케시그룹 SNS 운영

**12**

대한간호협회 광고 캠페인

**2020**

**12**

대한간호협회 광고 캠페인

**05**

대한민국정부 유튜브 디지털 캠페인 진행

**03**

Newyork Festivals Advertising Award Environmental Effort부문 파이널리스트

Newyork Festivals Advertising Award Integrated Marketing부문 파이널리스트

NH투자증권 글로벌주식부 디지털 캠페인

**01~12**

웹케시그룹 SNS 운영



# History

2019



10

SK텔레콤 <동물 없는 동물원> 후속 캠페인 진행  
일자리위원회 <사람투자> 바이럴 영상 제작

09

프레시지 디지털 마케팅 전략 수립 및 진행  
뉴발란스 <리버서블 다운> 디지털 캠페인 바이럴 영상 제작  
LG생활건강 <빌리프 텅처> 바이럴 영상 제작

08

SK텔레콤 <동물 없는 동물원> 캠페인 진행

05

모노랩스 언론홍보 대행사 선정

02

한국프로축구연맹 <2019 K리그 미디어데이> 진행

01

오렌지희망재단 2019년 디지털 홍보 용역 수주



**2018**

**11**

NH투자증권 SNS 공식 운영 대행사 선정  
문화체육관광부 캠페인 바이럴 영상 제작 수주

**10**

메디컬오 디지털 캠페인 바이럴 영상 제작 수주

**09**

오렌지희망재단 2018년 디지털 홍보 용역 수주

**08**

한국건강증진개발원 건강인식 확산 대국민 홍보용역 수주  
네오젠커뮤니케이션 캐딜락 스튜디오 프로모션용 앱 솔루션 및 행사 기획 수주

**07**

서울도시가스 바이럴 영상 제작대행 수주

**06**

구글코리아 개인정보보호및보안캠페인 수주  
파라독스 온라인 SNS 운영 대행 수주  
오란씨 온라인 SNS 운영 대행 수주

2018

05

서울특별시 '아이서울유 프렌즈 3기' 대학생 서포터즈 운영 수주

04

CJE&M - Mnet '더콜' 바이럴 영상 제작 수주  
나이키코리아 디지털 콘텐츠 기획 및 영상 제작 수주  
서울테크노파크 홍보콘텐츠 제작 대행 수주  
한국문화관광연구원 2018년 관광지식정보시스템 홍보 및 SNS 운영 용역 수주

03

제4회 대한민국 산업대상 서비스혁신 대상 수상  
2018 상반기 유튜브 인기광고 선정 - 요기요 '우주배달'

02

한국프로축구연맹 <2018 K리그 미디어데이> 수주  
(유)알지피코리아 요기요 온라인 캠페인 영상 제작 수주  
(유)알지피코리아 요기요 대학생 서포터즈 운영 관리 수주

01

(주)위시켓 언론홍보 수주

2017

12

한국콘텐츠진흥원 <진짜친구 캠페인> 온라인 종합 홍보 수주  
(유)알지피코리아 '요기요' TVCF 제작 수주

11

네오미오 '잔스포츠' 바이럴 영상 제작 수주

2017

10

비브라스 미디어데이 수주  
(주)더부스콜드체인 언론홍보 수주  
(주)콜린스 콜린스그린 언론홍보, 온라인 영상 캠페인 수주

9

아시아문화원 2017 국립아시아전당 시즌 마케팅 수주

6

BAIE 'YUFIT' TVCF 제작 수주

5

LG생활건강 공식 대행사 선정

3

ING생명 공식 대행사 선정  
중앙선거관리위원회 영상 공모전 수주

2

한국프로축구연맹 <2017 K리그 미디어데이> 수주



**2016**

**08**

ING생명 애드버토리얼 홍보 수주

**06**

(주)셜록컴퍼니 법인 전환

**04**

홍대 서교예술센터 <응가대전> 전시 진행

**03**

신길동 '카페 셜록' 개시

**12**

매출 1억 달성

**11**

용산 열정도 사무실 근무  
<니하오 한귀> 자체 앱 개발 기상청장상 수여

**09**

스마트창작터 프로젝트 선정

**2015**

08

유엔젤 토모키즈 홍보 수주

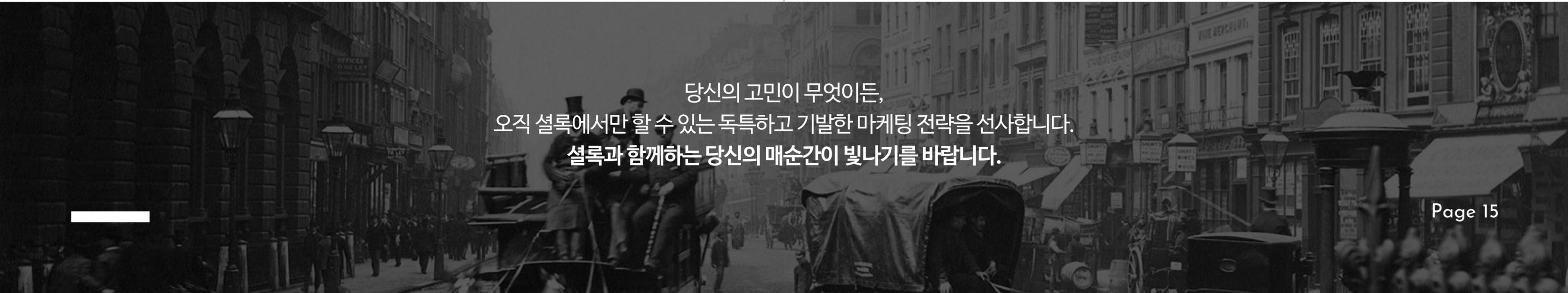
06

한국콘텐츠진흥원 수주

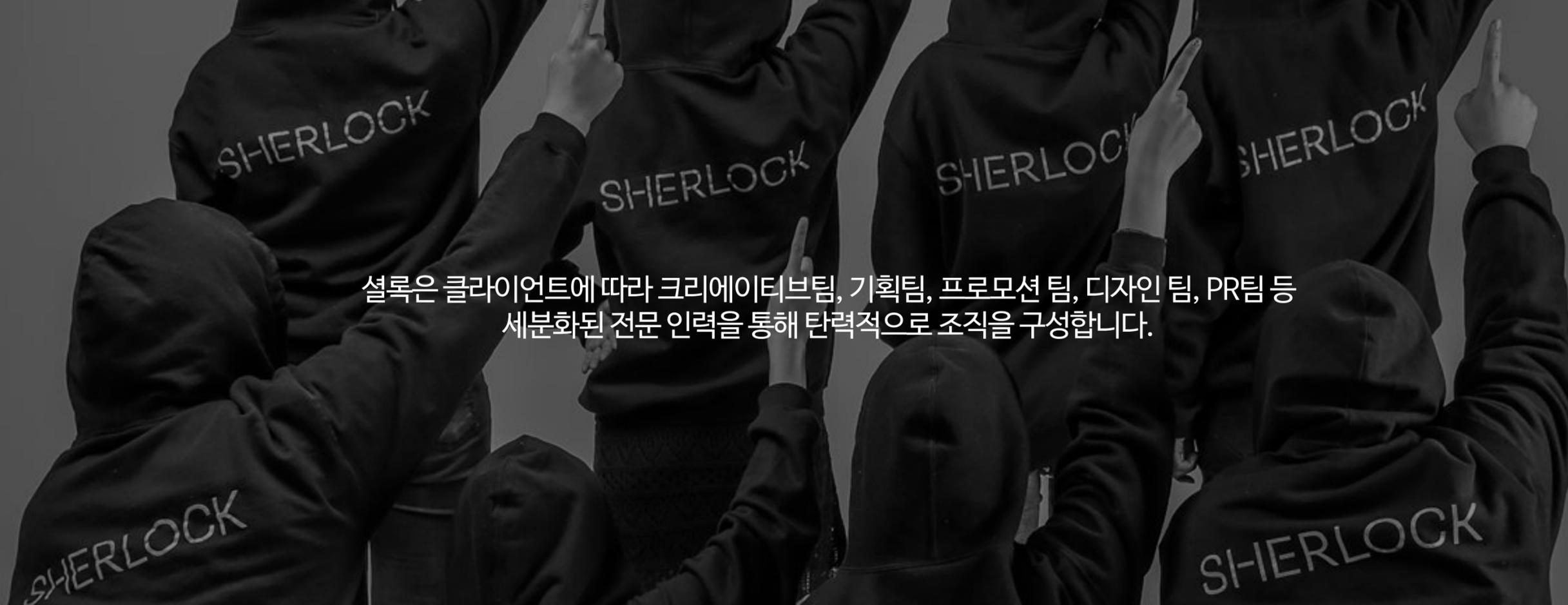
04

셜록컴퍼니 설립

— 2015



당신의 고민이 무엇이든,  
오직 셜록에서만 할 수 있는 독특하고 기발한 마케팅 전략을 선사합니다.  
셜록과 함께하는 당신의 매순간이 빛나기를 바랍니다.



셜록은 클라이언트에 따라 크리에이티브팀, 기획팀, 프로모션 팀, 디자인 팀, PR팀 등  
세분화된 전문 인력을 통해 탄력적으로 조직을 구성합니다.

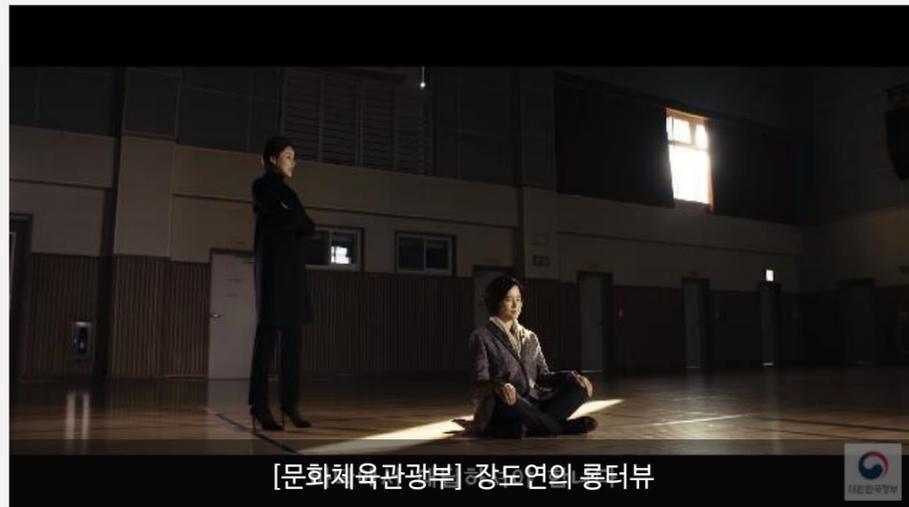
# Overview

회사명	주식회사 셜록컴퍼니
설립일	2016년 06월 15일
사업영역	바이럴 마케팅 / 온라인 마케팅 / 인플루언서 마케팅 / PR / 캠페인
홈페이지	sherlocks.co.kr
주소	서울특별시 중구 청계천로 100 (시그니처타워) 서관 1036호
Contact	02-713-8999 / contact@sherlocks.co.kr



셜록은 정부기관, 공공기관, 대기업, 교육기관 등 다양한 클라이언트와 함께 프로젝트를 진행하고 있습니다.


# 영상



**오프라인** **오프라인** **서포터즈 운영**



[비브라스] 비브라스 미디어데이



[한국프로축구연맹] k리그 미디어데이



[서울시청] 2018 아이서울유 프렌즈



[(유)알지피코리아] 유기요 유스타

온라인 콘텐츠 채널 운영



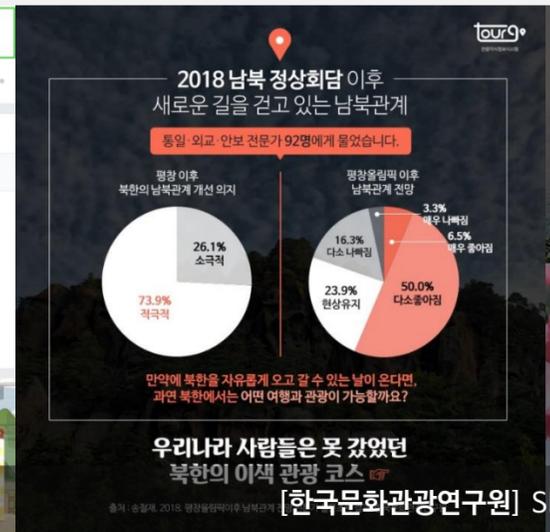
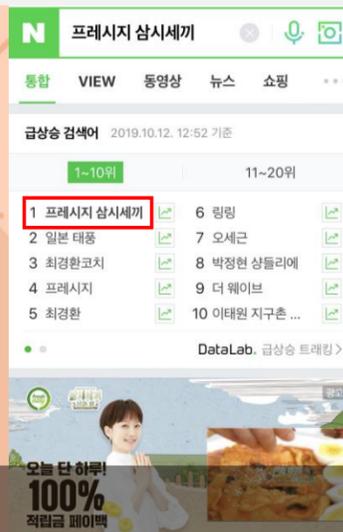
[NH투자증권] 온라인 SNS



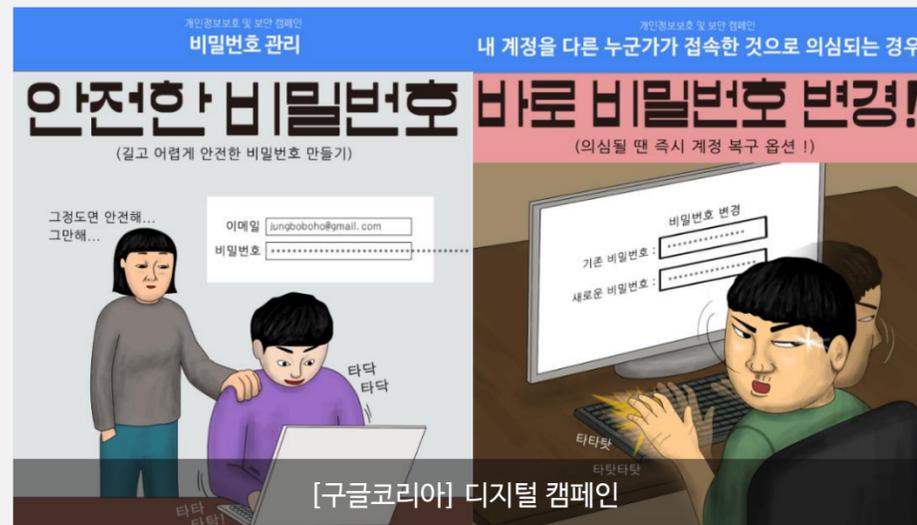
[ING생명] 온라인 SNS



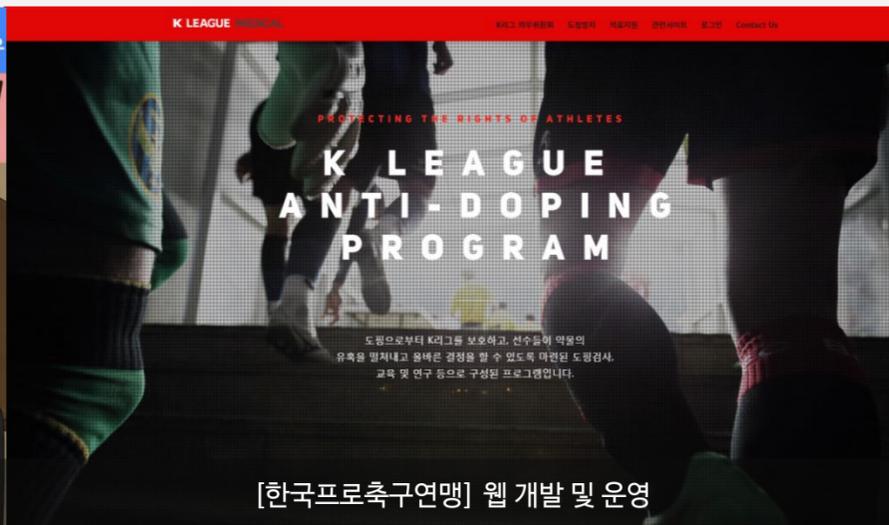
[프레시지] 디지털 마케팅



[한국문화관광연구원] SNS 운영



[구글코리아] 디지털 캠페인



[한국프로축구연맹] 웹 개발 및 운영



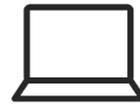
[서울스텝] 페이스북 운영



## viral marketing

설득의 유쾌한 크리에이티브를 살린 바이럴 마케팅,  
그리고 과학적이고 체계적인 미디어믹스

#바이럴영상 #유튜브광고 #TVCF



## Online marketing

풍부한 경험을 바탕으로 전략적인 온라인 마케팅  
솔루션 제공. 철저한 소비자 분석을 위해 연구 조사를  
실시하며, 해당 결과 기반으로 UX에 적합한  
브랜드 아이덴티티 개발 및 컨셉 제안

#SNS운영대행 #디지털마케팅 #콘텐츠



## Influencer marketing

인플루언서를 이용해서 신제품 광고나  
기존제품의 이미지 제고 등의 목적을 위한  
마케팅 실행 솔루션

#유튜브인플루언서 #파워블로거 #카페바이럴  
#마케팅실행솔루션



## PR

신뢰도 제고를 위한 언론 PR 활동, 트렌드에 맞는  
다양한 디지털 PR 활동 앵글 제안,  
파급력있는 홍보를 위한 미디어간담회

#언론홍보 #기획기사 #프레스투어 #미디어간담회



## Campaign

보다 확실한 브랜드 이미지 제고를 위한  
킬링 콘텐츠 발굴 및 개발을 통한 BUZZ 마케팅,  
크로스 마케팅 등 통합적 마케팅 캠페인 제안

#디지털캠페인 #CSR캠페인 #크로스마케팅 #제휴마케팅

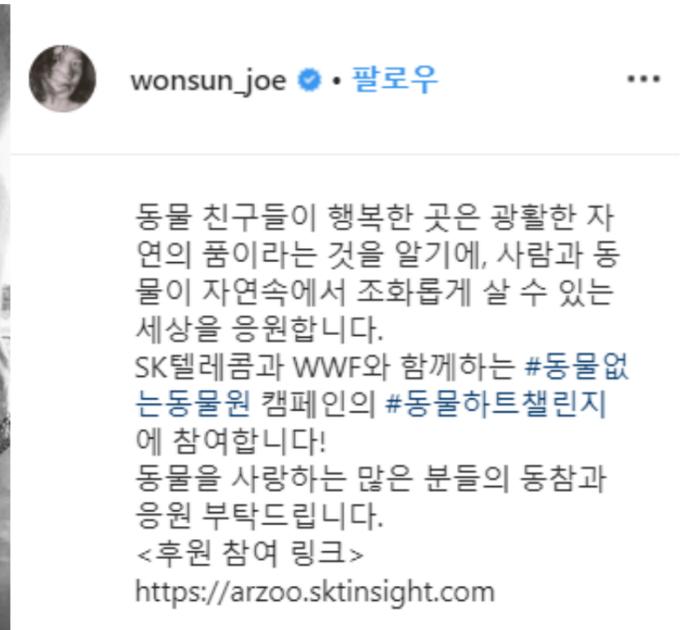
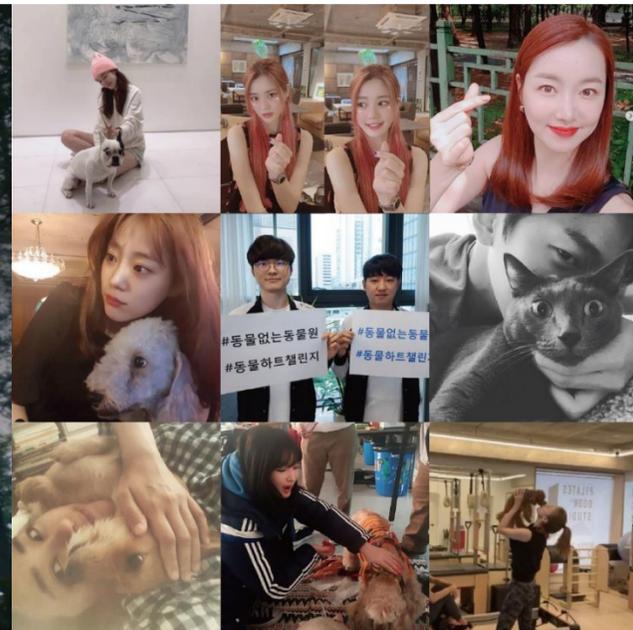




# SK텔레콤 <동물 없는 동물원> 캠페인

2019.08 ~ 2019.10

SK텔레콤 5GX 기술 편익을 알리기 위한 IMC 마케팅  
바이럴 영상 & 해시태그 챌린지 캠페인 진행



동물과 사람의 공존을 근미래 시점에서 풀어낸 바이럴 영상 론칭 및 WWF(세계자연기금)과 함께 #동물하트챌린지 #동물없는동물원 해시태그 인스타그램 챌린지 캠페인 진행

### 전략

1. SK텔레콤의 5GX 기술을 '상상력'으로 풀어낸 바이럴 영상 론칭
2. 인스타그램 해시태그 챌린지를 통해 <동물 이슈> 자연스럽게 확산
3. 인플루언서 챌린지 참여를 통해 효과적인 확산 (이유비, 허영지, 김효진, 성유리, 소이현, 율희, 정인, 김용준 등)
4. WWF(세계자연기금) 콜라보레이션 캠페인을 통해 기부금 모금

### 결과

1. 유튜브 조회 수 156만 달성(19. 10 기준)
2. 유튜브 CPV 33 미만 달성
3. (총 해시태그 개수: 23,189/ 좋아요 개수: 125만 개)
4. <동물 없는 동물원> 시즌2 후속 캠페인 수주



## 뉴발란스 <리버서블 다운> 바이럴 영상 제작 2019.09 ~ 2019.11

뉴발란스 F/W 시즌 <리버서블 다운> 2030 타겟의 직장 웹드라마



<뒤집어라! 완전 새로운 세상이 펼쳐진다!>를 슬로건으로 내세워, 리버서블 다운의 셀링포인트 양면성을 드러낼 수 있는 타임랩스 웹드라마 제작

### 전략

1. 누구나 공감할 수 있는 상황 설정을 통한 웹드라마
2. 제품의 셀링포인트 '양면성'을 소비자들이 쉽게 접할 수 있도록 제작
3. 유튜브 댓글 이벤트 집행으로 확산 UP

### 결과

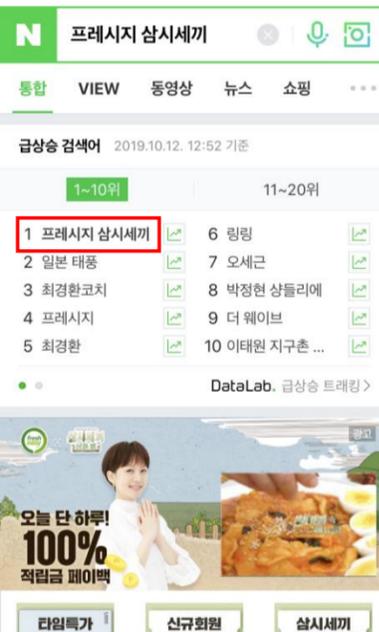
1. 총 바이럴 조회 수 82만 달성(19.11 기준)
2. 유튜브, 페이스북 총 매체 평균 CPV 24 미만 달성
3. 유튜브 댓글 NNNN개 달성



## 프레시지 디지털 마케팅 전략 수립 및 진행

2019.08~2019.11

프레시지 브랜드 인지도 제고와 신규 고객 유입을 위한 디지털 마케팅 전략 수립  
실시간 검색어 광고부터 바이럴 영상까지 디지털 기반 캠페인 진행



### 디지털 캠페인 기획 및 집행

#### 전략

1. 삼시세끼 PPL 들어간 제품 판매 증진을 위한 바이럴 진행
2. 버스 옥외광고, 방송 푸티지 광고 및 온라인 바이럴 진행
3. 실시간 검색어 마케팅으로 브랜드 인지도 확산 및 신규고객 유입
4. 제품 USP를 강조할 수 있는 바이럴 영상 제작 및 확산



## LG생활건강 빌리프 <팅쳐> 신제품 바이럴 영상 제작 2019.09 ~ 2019.10

새롭게 선보이는 제품의 성능을 전달할 수 있는 인터뷰 형식 영상과 내부 교육용 영상 기획 및 제작  
고급스러운 톤앤매너로 제작



브랜드 필름 형태와 인터뷰 형태, 두 가지 버전의 영상 기획 및 제작

### 전략

1. 제품의 성분과 기능을 강조한 영상
2. 셀링포인트를 시각적으로 전달할 수 있는 컷 구성
3. 제품 개발자들의 인터뷰 영상으로 전문성 전달

### 결과

1. 내부 교육용으로 단순납품 형태였으나 이를 편집하여 바이럴 광고 진행



# 문화체육관광부 바이럴 영상 제작 2018.11 ~

문화체육관광부와 함께, '장도연의 롱터뷰'를 기획  
각 부처와 정책 활동을 트렌디하고 재치 있게 소개하는 바이럴 영상 제작



**정부 정책 홍보 온라인 바이럴 영상**  
효과적으로 바이럴 하기 위해 인기 인터뷰 콘텐츠 '숏터뷰'를 패러디하여  
개그맨 장도연을 MC로 설정해 각 부처 장관과의 인터뷰 바이럴 영상 제작

- 전략**
1. 셀럽을 활용한 주목도 향상
  2. 최신 이슈 및 드라마/예능 패러디를 통해 어려운 정부 정책을 쉽고 재미있게 2040에 전달
  2. 정부 부처의 장관들이 직접 출연해 인터뷰를 진행하여 신뢰성 확보

- 결과**
1. 총 바이럴 조회 수 326만 달성(19.1.10 기준, 3개 영상)
  2. 유튜브, 페이스북, 인스타그램 총 매체 평균 CPV 15 미만 달성
  3. 2019 상반기 추가 프로젝트 수주



## NH투자증권 온라인채널 관리 2018.11 ~ 2019.10

NH투자증권 SNS 채널 관리 및 운영 대행  
공식블로그/인스타그램/유튜브/페이스북



### NH투자증권 블로그, 인스타그램, 유튜브 콘텐츠 제작 및 운영 페이스북 월별 이벤트 관리

#### 전략

1. 매달 정기적인 콘텐츠 업로드 및 채널 관리
2. 시의성 있는 소재 및 쉽고 재미있게 소비할 수 있는 스펙 콘텐츠 개발
3. 월 별 모니터링을 통한 온라인 전략 컨설팅
4. 인스타그램 신규 운영 제안

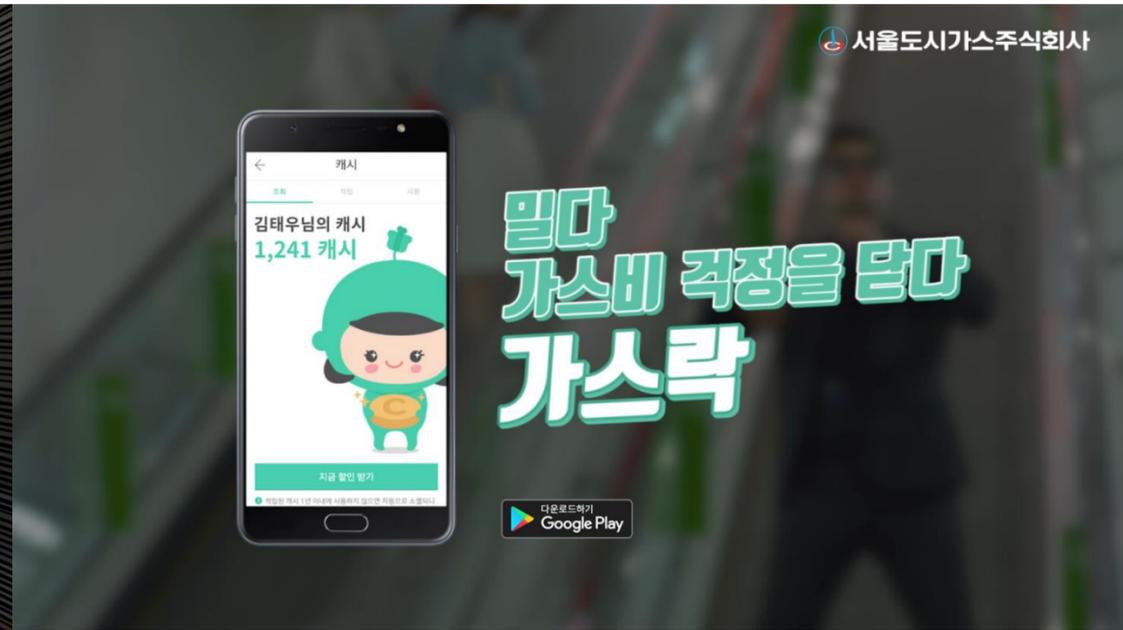
#### 결과

1. 블로그 운영 3개월 후 조회 수 약 22만 회 증가
2. 유튜브/인스타그램 카테고리 신설 운영



## 서울도시가스 가스락 앱 바이럴 영상 제작 2018.09 ~ 2018.10

서울도시가스 가스락 잠금화면 적립형 어플리케이션 홍보를 위해 김태우의 '사랑비'를 패러디·개사한 유머러스한 바이럴 영상 제작



가스락 앱 론칭 및 다운로드 홍보를 위한 온라인 바이럴 영상  
앱 론칭 초기 붐업을 위한 GOD 김태우 출연 및 '사랑비' 개사를  
활용한 유머러스한 바이럴 영상 제작

### 전략

1. 온라인에서 이슈가 된 바 있는 '가성비가 내려와' 패러디를 '가스비가 내려와'로 원곡자가 직접 개사 및 출연
2. 가스비가 '내려간다'는 이야기를 직관적으로 전달
3. 총 2편의 시리즈물로 진행(주차장/마트)

### 결과

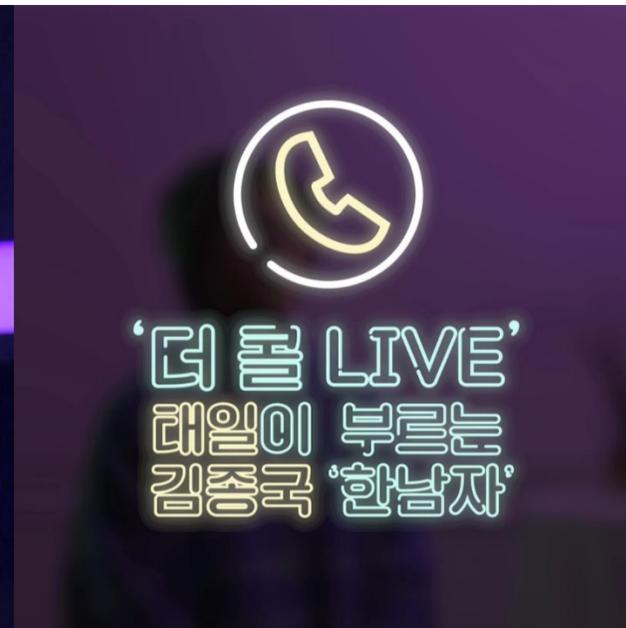
1. 2018년 10월 한 달간 유튜브 릴리즈 (CPV 29원)



# Mnet '더콜' 바이럴 영상 4종 제작

2018.04~ 2018.05

Mnet 신규 음악 예능 '더콜' 바이럴 영상 4종 제작  
컨셉 및 메시지 발굴, 촬영 & 제작 & 편집 등 통합 마케팅



Mnet 신규 음악 예능 '더콜' 바이럴 영상 제작  
아티스트와 아티스트 간의 '전화' 라는 장치를 통해 조합되는 콜라보레이션 프로젝트

### 전략

1. 유세운/이상민님의 특징을 살릴 수 있는 페이스 다큐 스토리 구성  
→ 프로그램 룰/구성을 재미있게 설명하는 B급 코드 영상 제작
2. 프로그램 소개, 1인 2역의 바이럴, 아티스트의 음악 라이브 콘텐츠 제작을 통한 다방면의 프로그램 노출(입문편, 실전편, 더콜 라이브 2종 영상 제작(총4종))

### 결과

1. Mnet 공식 SNS채널 릴리즈
2. 아티스트(이상민/유세운/더이스트라이트/블락비 태일) 공식 SNS 릴리즈



## 오렌지희망재단 2018.04~ 2019.12

오렌지희망재단 활동 바이럴 영상 제작  
온라인 블로그 운영



오렌지라이프의 사회공헌사업인 오렌지희망재단의 연간 온라인 홍보 대행  
정기 활동의 바이럴 영상 제작 및 블로그 운영을 통한 오렌지희망재단의 사업을  
소개하는 온라인 프로젝트

### 전략

1. 오렌지라이프 임직원들의 친근하고 적극적인 모습 어필
2. 다양한 사회공헌 사업을 소개하여 일반인들에게 오렌지희망재단의 사업뿐 아니라 전반적인 사회 문제에 관심을 갖도록 함

### 결과

1. 오렌지라이프 사내 방송 송출 및 온라인 릴리즈
2. 임직원들의 봉사활동에 대한 인식개선



# 요기요 2018년 상반기 통합 광고 캠페인 (TVCF, 바이럴, 극장광고, 옥외광고)

2018.01 ~ 2018.05

요기요 2018년 상반기 TVCF&바이럴&극장광고 제작 및 송출  
컨셉 및 메시지 발굴, 촬영&제작&편집 등 통합 마케팅



### 전략

1. Key Copyright 발굴 → “혜택의 스케일이 다르다” → 압도적인 할인을 제공하는 배달앱 강조
2. 광고 Creative 진행 → 우주인 울프 슈뢰더가 화성에서 부대찌개를 시로 배달시켰는데 번역이 잘못돼 경기 화성으로 배달이 잘못된 내용
3. 광고 제작 및 촬영, 편집
4. 버스, 지하철, 대형매체 옥외광고 진행

### 결과

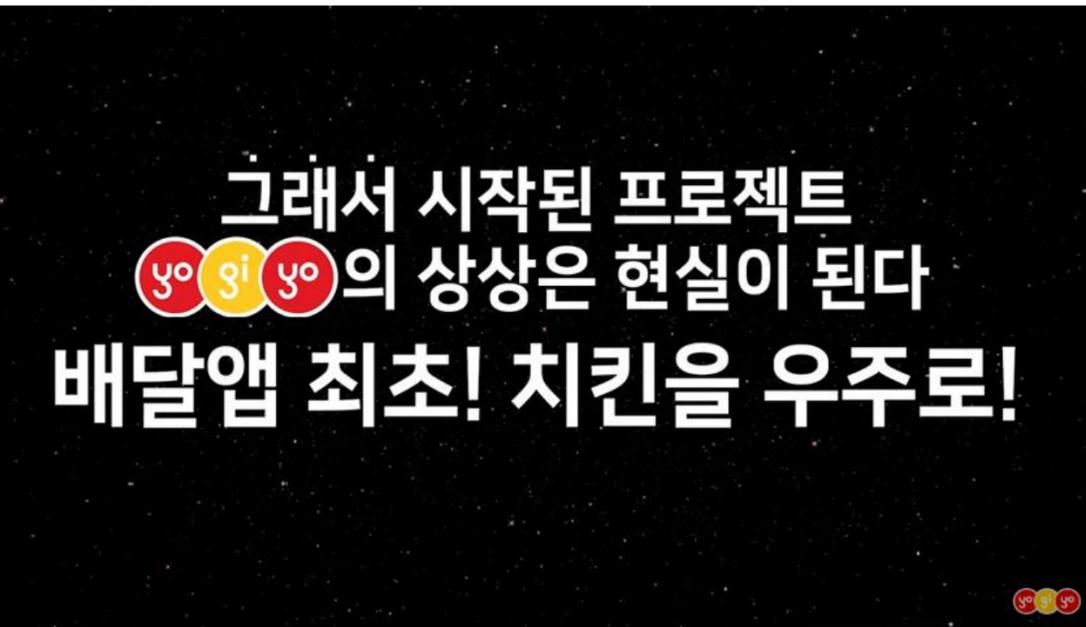
1. Youtube → 536만 뷰 이상 달성 / TVCF → 진행 중 / 옥외광고 → 서울시내 버스 정류장, 지하철, ifc몰 진행 등
2. 요기요 ‘부대찌개 우주배달’, 2018 상반기 Youtube 대한민국 인기 광고 영상 선정



## 요기요 바이럴 캠페인 ‘치킨 우주 배달 프로젝트’

2018.01 ~ 2018.02

배달앱 최초, 치킨을 우주로 보냈다!  
TVCF 소재인 음식을 우주로 보내는 내용을 실제로 실현한 영상 기획 및 제작

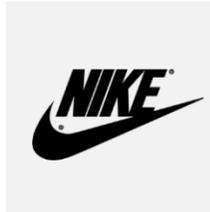


### 전략

1. TVCF 붙업을 위한 우주 배달 프로젝트 기획
2. 고프로, 헬륨 풍선을 활용하여 실제로 우주로 보낼 수 있는 방법 고안
3. 실제로 치킨을 우주로 날려 바이럴 영상 제작
4. 광고 모델 울프가 크리에이터 형식으로 ‘우주 배달 프로젝트’를 리뷰하는 형태로 해당 내용 영상 중계

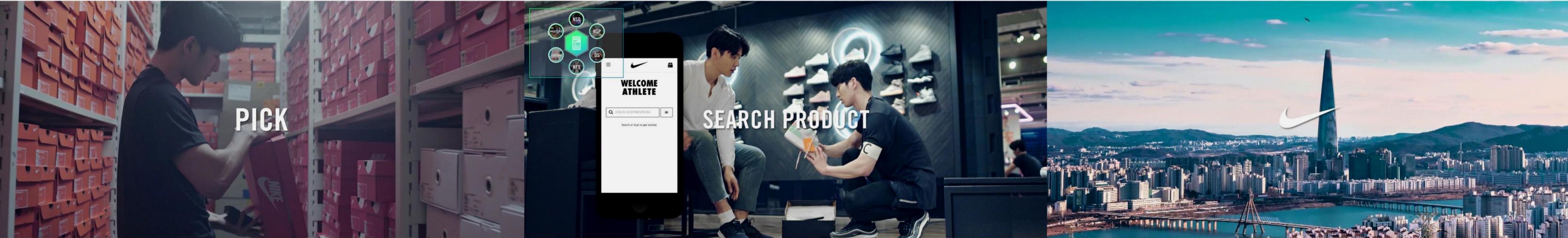
### 결과

페이스북 조회수 20만회 기록



# 나이키 코리아 CTM 사업 영상 기획 및 제작 2018.04 ~ 2018.05

NIKE KOREA의 전략 사업인 CTM(Connect The Marketplace) 프로젝트 설명 영상



## 전략

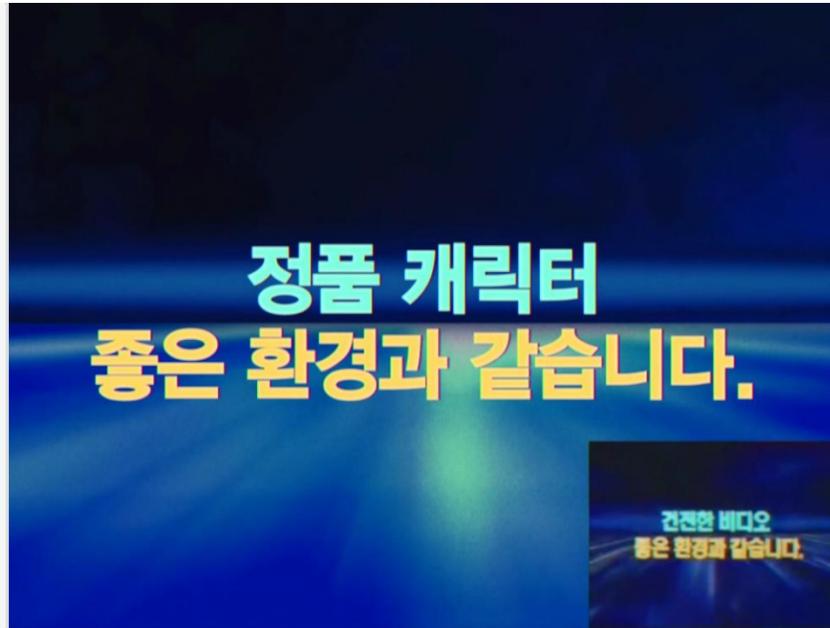
1. CTM (Connect The Marketplace) 프로젝트 이해를 위한 영상 기획
2. 역동적인 컷 전환 등으로 영상 템포에 변화를 주어 '나이키'다운 영상미를 유지하며 명확히 프로젝트 설명 진행
3. 서울을 대표하는 영상을 함께 넣어 글로벌 클라이언트에게 한국의 정체성 전달
4. 명확한 사업 이해를 위한 2D 인포그래픽 이미지를 활용
5. 글로벌 사업 전략 설명을 위해 영어로 제작 진행



# 한국콘텐츠진흥원 국산캐릭터 유통 및 소비환경 개선 바이럴 캠페인

2017.12 ~ 2018.07

캐릭터 산업의 호황과 함께 늘어난 불법/복제 캐릭터 상품 유통 개선을 위한 바이럴 캠페인 진행



## 전략

1. 오프라인뿐만이 아닌 온라인 매체를 적극 활용한 캠페인 홍보 프로그램 전개
2. 바이럴 파급 효과를 위해 2030 세대가 좋아하는 유머코드로 캠페인 영상 제작
3. SNS 콘텐츠 제작 시 단편적인 캠페인 메시지 전달이 아닌 시의성이 담긴 캐릭터 정보를 함께 전달하여 콘텐츠 도달률 제고
4. 인터넷 라디오 광고 집행을 통한 전국적인 캠페인 메시지 전달

## 결과

1. 1차 바이럴 영상 조회수 약 312,442회 기록. 유튜브 채널의 경우 목표치 대비 View수 309%, 도달률 230% 초과 달성
2. 5월~6월 인터넷 라디오 '미니', '콩' 라디오 광고 집행



## 잔스포트 바이럴 영상 제작 및 광고 캠페인 진행

2017.12 ~ 2018.03

2018 신학기 잔스포트 브랜드 홍보 바이럴 영상 제작  
컨셉 및 메시지 발굴, 촬영&제작&편집 및 릴리즈



### 전략

1. 첫 사랑에 대한 감성과 추억을 순정만화와도 같은 드라마타이즈로 스토리텔링
2. 첫 사랑 = 시작 = 새학기를 맞이하는 주요 타겟의 설레는 마음 자극
3. 누구나 공감할 수 있는 소재와 가방이라는 매개체를 활용하여 자연스러운 제품/브랜드 노출
4. 공식 홈페이지, 매장 디스플레이 릴리즈 및 신학기 이벤트 연계 활용

### 결과

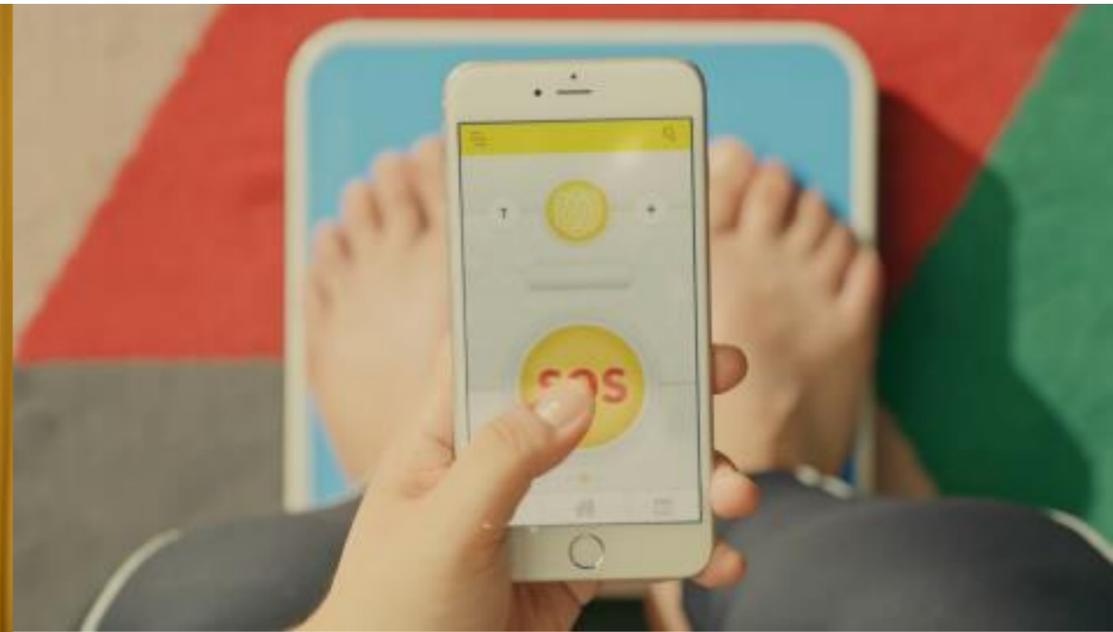
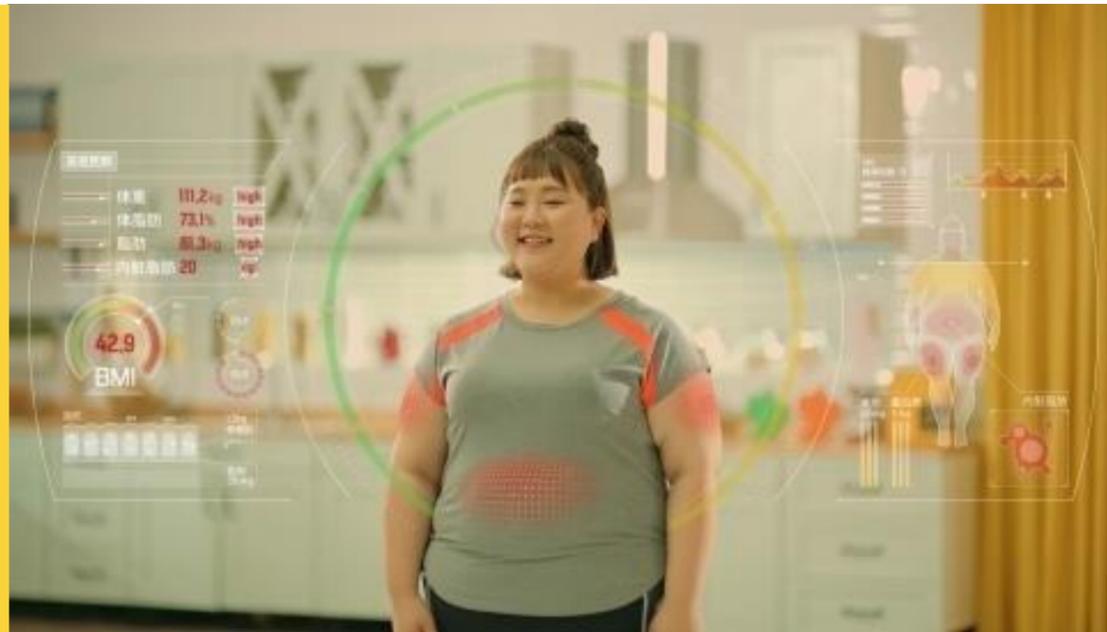
1. 잔스포트 코리아 공식 SNS 릴리즈
2. 영등포 타임스퀘어 오프라인 팝업스토어 디스플레이



# YUFIT 중국 다이어트 쿠키 업체 3D TVCF 제작

2017.06 ~ 2017.08

대형 의료 분야 중 모바일 소셜 비즈니스 플랫폼에 초점을 맞춘 중국 IT 기업 Bai-e International의 다양한 제품군 중 다이어트 쿠키 YUFIT 3D TVCF 제작  
유пит: 중국의 체형 불균형인 현대인들을 위한 건강한 다이어트 쿠키



## YUFIT 3D TVCF(중국 광고 제작)

### 브랜드 정보

‘인간이 더 건강할 수 있도록 더 열심히 일한다’는 비전 아래 세계 최대 모바일 소셜 건강 플랫폼을 구축하려고 하고 있다.

### 전략

1. 3D캐릭터 개발
2. 중국문화에 맞는 직관성 있는 스토리텔링
3. 체형 불균형 해결 솔루션 제공
4. 다이어트에 효과적인 제품 인지
5. 친근감, 스토리텔링, 캐릭터 활용
6. YUFIT제품을 통한 체형 개선 메시지



# LG 생활건강 튼에이지 바이럴 영상 ‘프로 두들러(Pro Doodler)’ 2016.12 ~ 2017.01

LG생활건강 튼에이지 세라믹 리프터 기기 인지도 제고를 위한 바이럴 영상 ‘두드리는’ 제품 특성을 살려, ‘프로 두들러’ 라는 포지셔닝 강화



**영찬** 3주전  
LG는 광고하나 잘찍는듯??  
파돌리기의 제이슨시스템도 잘봤는데  
이런 깨알같은 유머러스한 광고라니ㅋㅋㅋ  
답글 · 18

**병** 4주전  
신 보면 짓는 개 병  
광고 미친거 아니ㅋㅋㅋㅋ광고주가 보너스 더 얻어줘야겠다ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ  
답글 · 17

**성준** 3주전  
ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 이런 게 끝까지 보게 만드는 광고지  
답글 · 16

**호** 3주전  
약빨았다 열직ㅋㅋㅋㅋ퀄리티 개굿이네 ㅋㅋㅋㅋ광고대행사 어디냐 ㅋㅋㅋㅋ  
답글 · 16

## LG생활건강 ‘프로 두들러(Pro Doodler)’ 바이럴 영상

### 전략

1. 인지도를 높이기 위해 2030 타겟 강화를 통한 바이럴 집중
2. ‘두들기면 > 피부가 좋아진다’의 메시지 전달
3. 인기 공포 영화 ‘술가락살인마’ 패러디
4. 바이럴 영상 목적에 맞는 뷰티 SNS채널 위주의 미디어 집행방식

### 결과

1. 페이스북 바이럴 집계된 영상만 800만 뷰 달성
2. 해당 바이럴 집행 기간 동안 키워드 BUZZING 3배 증가



# LG 생활건강 튠에이지 바이럴 영상 '피지의 왕국' 2016.07 ~ 2016.08

LG생활건강 클렌징기기 튠에이지 듀얼스핀스파의 인지도 제고 및 효과적인 SNS 바이럴 홍보를 위해 스탱모션 애니메이션 제작  
저예산에 메추리알, 계란 등으로 표현한 <피지의 왕국> 이야기로 SNS 500만뷰 달성



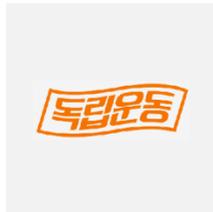
## LG생활건강 튠에이지 <피지의 왕국> 바이럴 프로젝트

### 전략

1. 클라리소닉, 아모레퍼시픽 메이크온 등 럭셔리 클렌징기기와 차별화
2. 여름 시즌성 이슈를 고려해 '피지 제거' 스토리 라인에 집중
3. 2030여성이 좋아하는 파스텔톤의 이미지 구현
4. 바이럴 영상 목적에 맞는 뷰티 SNS채널 위주의 미디어 집행방식

### 결과

1. 페이스북 바이럴 집계된 영상만 500만 뷰 달성
2. 해당 바이럴 집행 기간 동안 해당 제품 매출 4배 증가



# 스타트업 '독립운동' 서비스 온오프라인 광고홍보 총괄

2016.06 ~ 2017.05

O2O 헬스 스타트업 "독립운동" 과 진행하고 있는 프로젝트.  
온라인 홍보를 전담하여 페이스북 런칭 2달만에 1만명 돌파 후 5개월만에 2만 돌파 예정



## 온오프라인 광고홍보 총괄

### 전략

1. 온라인 평판관리 및 SNS 홍보 총괄
2. 서비스 멤버서더 운영을 통해 개선 진행
3. FGI, FGD 등 서비스 고도화를 위한 데이터 구축
4. 콘텐츠 발굴 & 디자인 & 광고 진행

### 결과

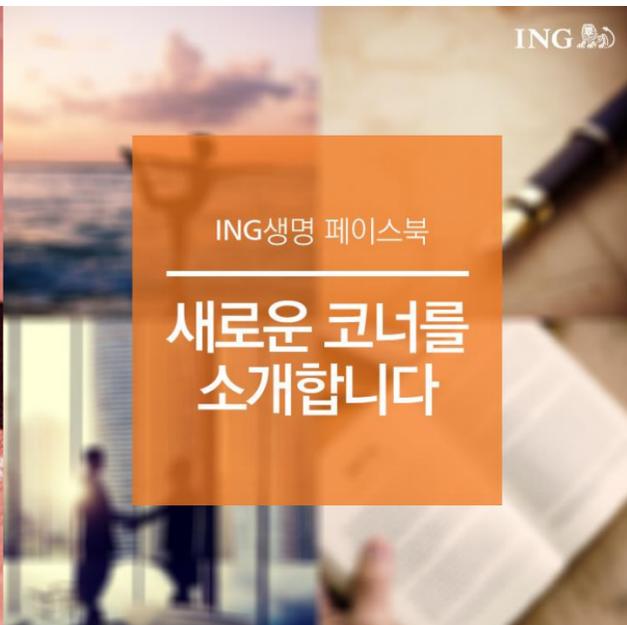
1. 2개월 운영 만에 자연 도달로 1만명 좋아요 기록
2. 광고비 6,000원 지불 상태-좋아요 수 5,639/공유 25,096회 달성
3. 광고비 지불하지 않은 상태-좋아요 수 751/공유 2,023회 달성



# ING생명 공식 온라인 채널 관리

2017.04 ~ 2018.03

ING생명 페이스북 페이지, 인스타그램 운영, 유튜브, 네이버TV캐스트 및 브런치 칼럼 게재



## ING생명 공식 온라인 채널 관리

### 전략

1. 주 4~5회 SNS 콘텐츠 제작 및 업로드
2. ING생명 대표 FC '오렌지 크루' 브런치 칼럼 게재
3. 온라인 SEO 평판 관리
4. 월 별 모니터링을 통한 온라인 전략 컨설팅

### 결과

1. 페이스북 팬 수 104,563명 기록
2. 페이스북 팬 활성화 지수 2.4배 증가
3. 인스타그램 팔로워 441% (5,286명) 증가
4. 인스타그램 평균 좋아요 수 570개로 8% 이상 참여율 기록
5. 브런치-카카오톡 메인 채널 노출 50%이상



# ING생명 13일의 금요일 캠페인 2017.01

강남역 11번 출구에 갑자기 나타난 불길한 집!  
불길함의 상징, 13일의 금요일, 사람들의 불길한 패러다임을 즐겁게 바꾸어주는 ING생명의 깜짝 캠페인



## ING생명 기업 브랜딩 <13일의 금요일 캠페인>

### 전략

1. ING생명의 '즐겁고 안전한' 메시지를 전달하기 위해 불길한 집 설치
2. 오렌지 앰블런스를 두어 '안전함'에 대한 메시지 소구 어필
3. 'Are you well insured?' 메시지 안전 팻말을 통해 사람들에게 브랜딩 소구
4. 페이스북 라이브를 통한 깜짝 캠페인 안내
5. O2O 바이럴 효과를 위해 해시태그 이벤트 진행

### 결과

1. 사진 기사 13개 커버리지 달성
2. 약 10시간 운영 기준, 126개의 해시태그 발생
3. 페이스북 라이브 약 1만뷰 달성



# 구글코리아 개인정보보호 및 보안 캠페인

2018.04~ 2018.05

구글코리아와 한국인터넷진흥원이 함께 진행한 인식 개선 캠페인  
다양한 개인정보보호 이슈를 직관적이고 유머러스하게 바이럴 진행



### 전략

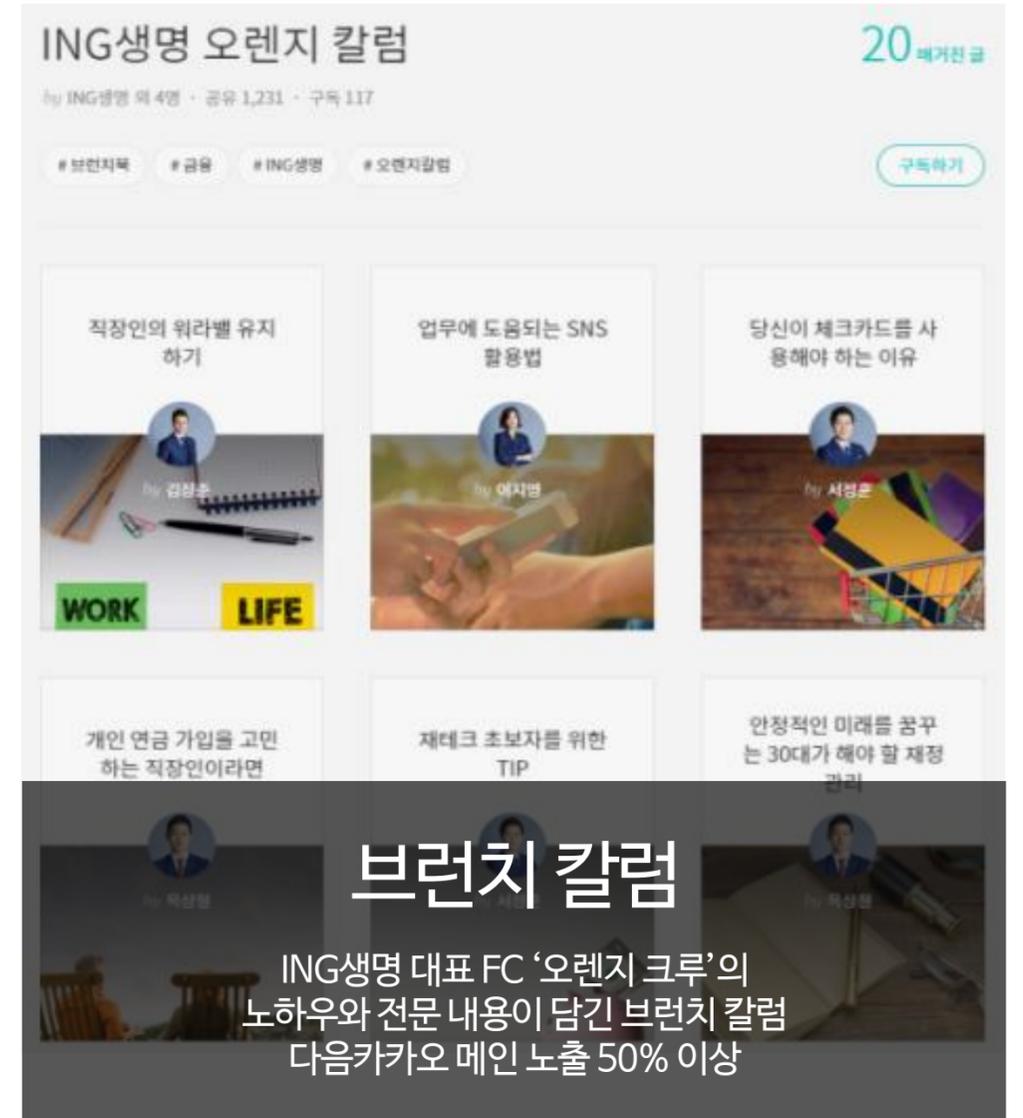
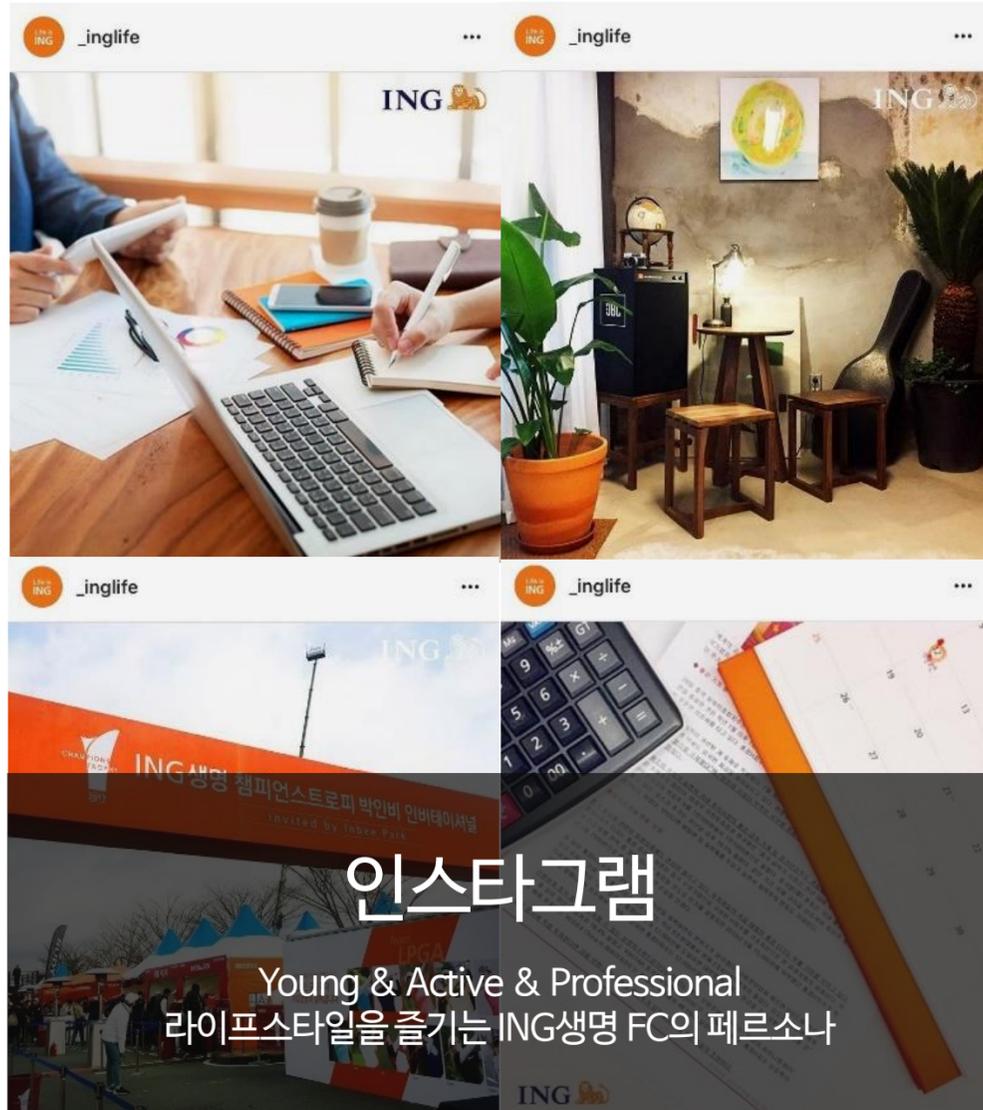
1. 강력한 메시지 개발이 가능한 작가와 콜라보
2. 일러스트뿐 아니라 SNS에서 선호하는 단편 영상을 제작하여 파워페이지 및 구글공식 페이지 바이럴 진행

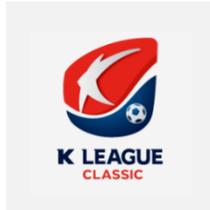
### 결과

1. 긍정적인 결과로 구글 글로벌에서 추가적인 국가 캠페인 제안
2. 책자 제작하여 구글 오프라인 행사 진행 시 배포

## ING생명 온라인 브랜딩 총괄

ING생명 페이스북 페이지, 인스타그램 운영, 유튜브, 네이버TV캐스트 및 브런치 칼럼 게재

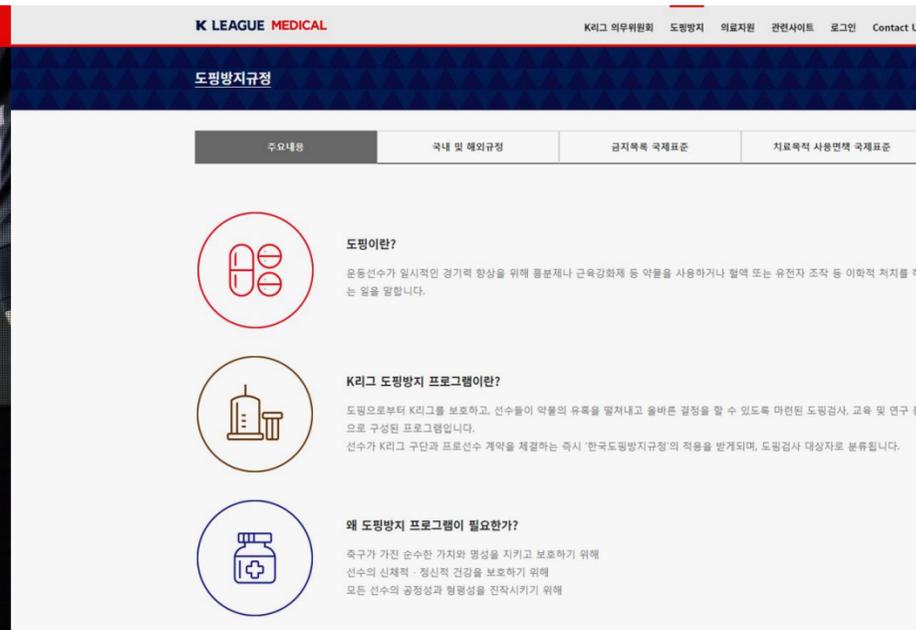
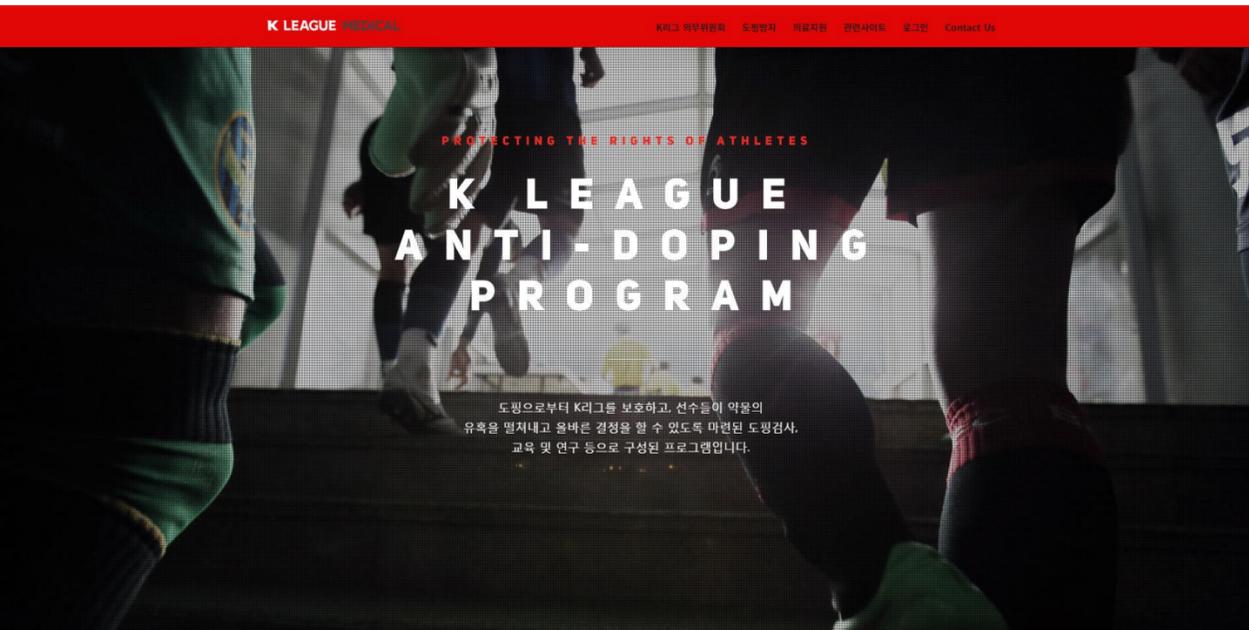




# K리그 2016 도핑방지 캠페인 총괄 (한국프로축구연맹)

2015.01 ~ 2019.12

한국프로축구연맹과 진행하고 있는 프로젝트.  
워드프레스를 이용한 도핑방지 캠페인 홈페이지 구축 및 운영으로 UI/UX 측면 내부에서 호평을 받고 있다.



## K리그 2016 도핑방지 캠페인 총괄

### 전략

1. 마이크로 사이트 제작 (설록 자체 디자인 및 개발)
2. 모바일 반응형 웹 제작 (설록 자체 디자인 및 개발)
3. 교육 웹 브로슈어 디자인 및 개발
4. 동영상 업로드 및 관련 사이트 연계

### 결과

1. 반응형 웹 마이크로 사이트 제작
2. 도핑예방 의료진과 교육 웹 브로슈어 제작



## 오란씨 인스타그램 기획 및 운영 2018.05 ~ 2018.08

오란씨의 톡톡튀고 상큼한 이미지를 전달할 수 있는 콘텐츠 기획  
오란씨걸 모집 및 UCC 공모전 붐업을 위한 홍보 운영



@oranc\_official / @oranc\_girl 두 채널을 목적에 따라 운영  
오란씨 브랜드 이미지 구축을 위한 공식 계정과 오란씨걸 공모전 운영을 위한 공모전 계정 동시 운영

### 전략

1. 오란씨걸 공모전 모집 운영을 위한 콘텐츠 기획
2. 효과적인 바이럴을 위한 재미있는 온라인 이슈를 시의성있게 활용

### 결과

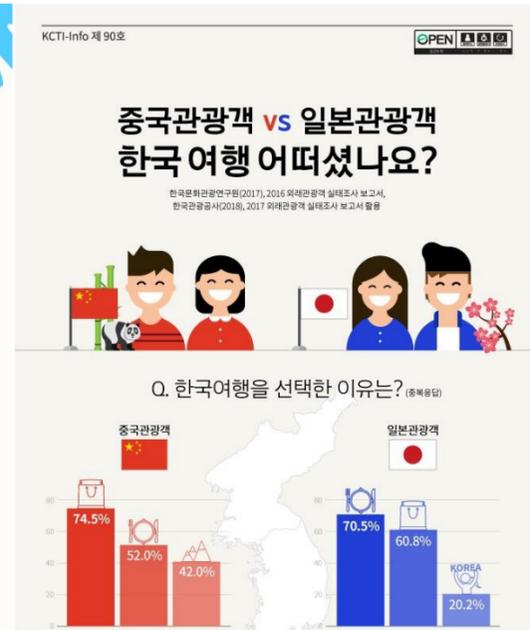
1. 오란씨 계정 팬 945명 달성
2. 47개 콘텐츠 기획 및 게재 (총 좋아요 수: 8,980)
3. 오란씨걸 약 200명 지원으로 KPI 달성
4. 오란씨 계정을 따라하는 오란씨 FAN 계정 등장



# 관광정보시스템 홍보 및 SNS 운영

2018.04 ~ 2018.12

한국관광문화연구원의 전문 자료 및 통계 자료를 재가공하여 인사이트 발굴  
관광 전문 콘텐츠를 대중화하여 공식 SNS에서 배포 및 확산



**제2화 SHOW ME THE CARD-NEWS**  
소미카드뉴스 (2018.10.01 ~ 11.11)

본화만 보자! > 1. 2018년 10.01 ~ 10.08 11.11  
2. 2018년 10.15 ~ 10.22 11.11  
3. 2018년 10.29 ~ 11.05 11.11

본화만 보자! > 1. 2018년 10.01 ~ 10.08 11.11  
2. 2018년 10.15 ~ 10.22 11.11  
3. 2018년 10.29 ~ 11.05 11.11

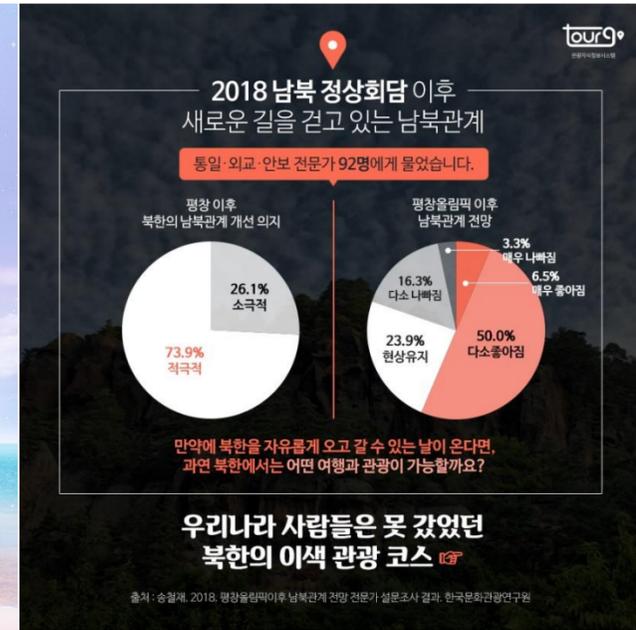
**관광**  
무엇이든 물어보세요!  
[관광통계, 관광트렌드, 관광정책 등]

참여기간 8월 14(화) ~ 20일(월)  
당첨자 발표 8월 21일(화)

“관광”  
“관광”과 관련된 “관광지식”  
“관광”과 관련된 “관광지식”  
“관광”과 관련된 “관광지식”

[일하는 분야] “여행사 지원”  
[공급한 것들] 나홀로족 여행이 많아지고 있는데, 이와 관련된 관광정책이 있나요?

10명 5명 25명



**나만의 컨셉을 잡아 떠나는 여행 기획하기**  
여행자가 읽자

봄 여행이 더욱 특별해진다  
2018 봄여행주간

**관광과 지식을 잇는다**  
관광지식정보시스템 콘텐츠 사례집 Contents Book

**관광과 경험을 잇는다**  
관광지식정보시스템 공모전 수상작 모음집 Contest Book

**전략**

1. 한국문화관광연구원의 전문성을 갖춘 톤앤매너를 유지하면서도 일반인들에게까지 어필 할 수 있는 콘텐츠 기획
2. 시의성을 놓치지 않는 월간 기획 운영
3. 일반 대중을 대상으로한 일반 콘텐츠와 전문지식을 갖춘 구독자를 대상으로 한 전문 콘텐츠 병행

**결과**

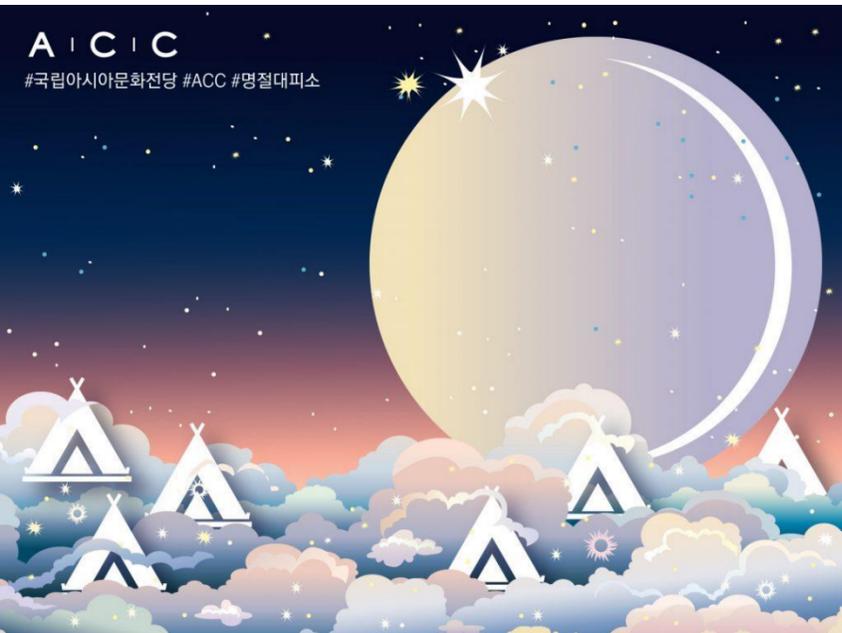
1. 한국문화관광연구원 공식 홈페이지, SNS 릴리즈
2. 관광지식정보시스템 페이스북과 블로그 활성화



# 국립아시아문화전당 온오프라인 시즌 마케팅

2017.08 ~ 2017.12

개관 2주년을 맞이하는 국립아시아문화전당의 방문객 모객을 위하여 대중 친화적이고 젊은 기관으로서의 이미지 구축



## 2017 국립 아시아 문화전당 시즌 마케팅

### 전략

1. 시즌 별 이슈를 활용하여 핵심 키워드를 활용한 홍보 프로그램 전개  
-추석<명절 대피소>, 수능<문화 성인식>, 크리스마스 <문화충전 100%>
2. 시즌 별 타겟 분석을 통한 트렌디한 콘셉트 및 전략 수립
3. 실질적인 방문객 수를 늘리기 위한 시즌에 맞는 영상 콘텐츠 제작 및 홍보 진행
4. 긴 연휴로 광주를 찾은 여행객을 위해 온라인 커뮤니티 4곳 바이럴 진행

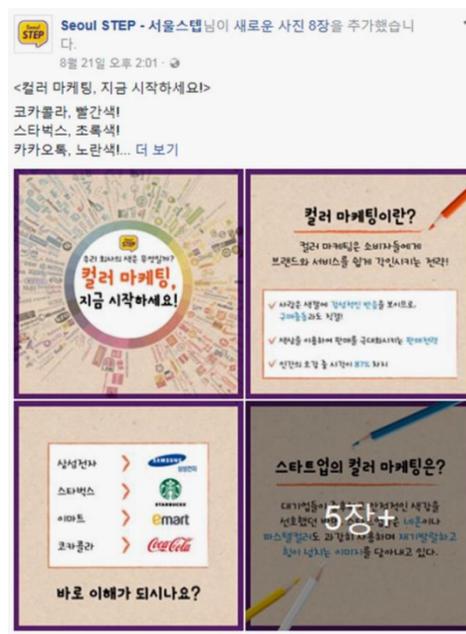
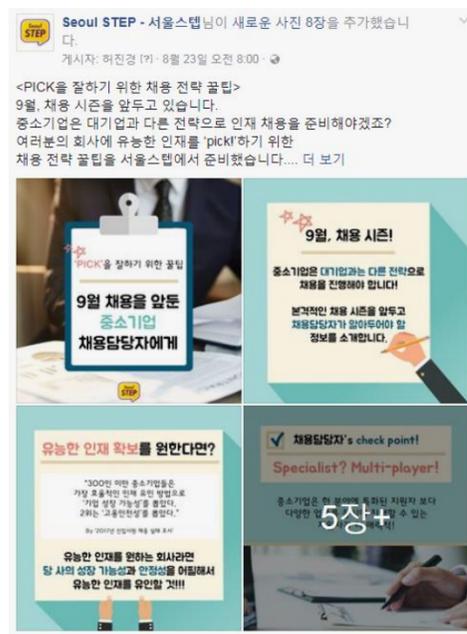
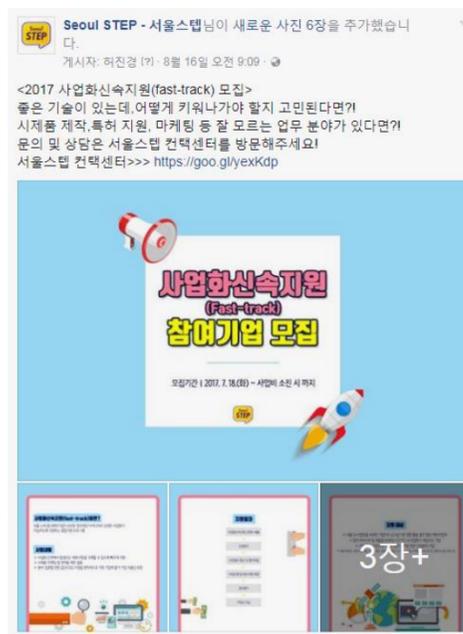
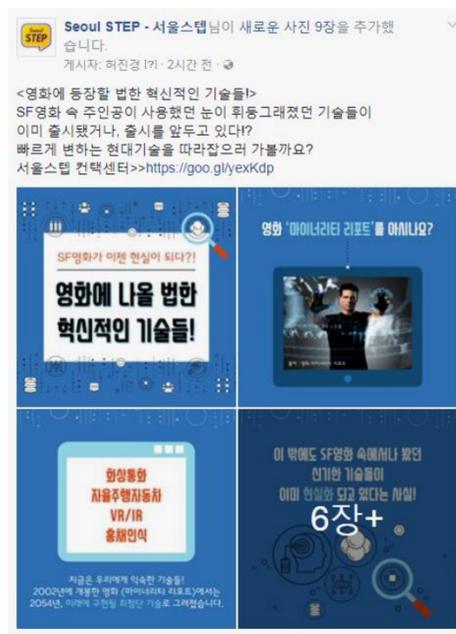
### 결과

1. 총 콘텐츠 도달 393,692 명, 총 콘텐츠 및 영상 조회수 126,496 회, 좋아요 및 반응 총 13,710 회



# 서울스텝 페이스북 운영 2017.07 ~ 2017.12

서울지역내 중소기업 애로사항 상담창구 서울스텝 페이스북 운영



## 서울스텝 페이스북 운영

### 전략

1. 페이스북 페이지 로고 리디자인
2. 지원 사업, 시즈널 이슈, 중소기업 맞춤 정보 등 다양한 콘텐츠의 카드 뉴스 제작
3. 온라인 평판 관리
4. 시즈널 이벤트 운영으로 페이지 활성화

### 결과

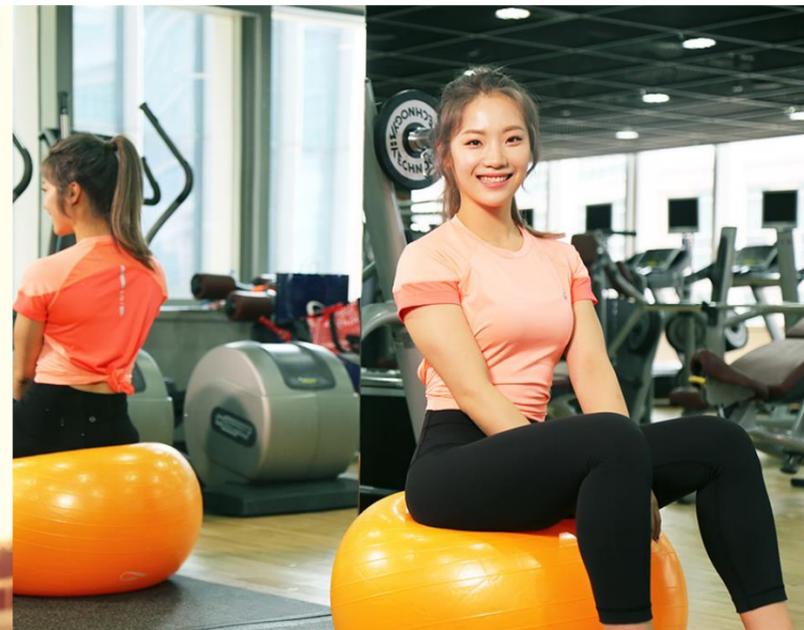
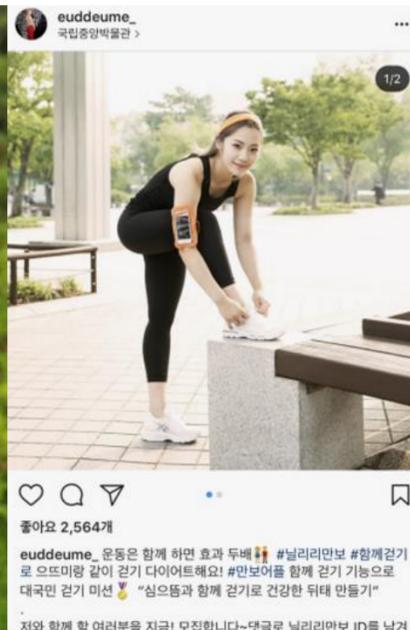
1. 가독성을 높인 콘텐츠 제작으로 매월 도달률 및 팬 수 KPI 초과 달성
2. 두 달 간 팬 수 1.4배 증가



# ING생명 닐리리만보 어플리케이션 홍보

2017.06 ~ 2017.09

걷기 앱 '닐리리만보' 온라인 마케팅 진행



## ING생명 공식 홍보대사 운영

### 전략

1. 온라인 캠페인 '닐리리만보' 관련 라이브 방송 진행
2. 스포츠스타 심으뜸 활용하여 건강 앱으로 홍보
3. 페이스북 라이브 방송 기획 및 연출
4. 심으뜸 개인 SNS 계정을 통한 앱 홍보(4건)

### 결과

1. 페이스북 라이브 방송 조회수 4.1만 명 달성
2. 라이브 방송 인스타그램 현장 동영상 조회수 33,364회 달성
3. '닐리리만보' 2017 IBA에서 올해의 기업 분야 보험부문 동상, 모바일앱 분야 건강부문 은상, 여행부문 동상 수상



# VIVLAS Media Day 진행

2017.10 ~ 2017.12

중국의 뷰티브랜드 한국 런칭을 위한 초대형 미디어 데이 진행



### 전략

- 1. 양일간의 미디어 데이 사전 온라인 바이럴
- 2. 현장 기자 케어
- 3. 보도자료 작성 및 배포
- 4. 현장 파워블로거 및 인플루언서 케어

### 결과

- 1. 약 250개 커버리지 달성 (1일)
- 2. 네이버 포털 메인 상단 노출 (2일 간)



# 2018 K리그 미디어데이 2018.02

## KEB하나은행 K리그 2018 미디어 컨퍼런스



### 전략

- 1. 새로워진 K리그에 대해 감독 & 선수 & 미디어가 함께 소통할 수 있는 자리 마련
- 2. K리그 1/2 감독 및 선수의 미디어 인터뷰(퀴즈), 홍보대사 위촉식 진행
- 3. 신규 매체 아프리카TV 생방송을 통한 신선한 접근

### 결과

- 1. MEDIA 및 기타 관계자 약 200명 참석
- 2. 온라인 1,310건 / 지면 41건 / 방송 6건 총 1,357건의 미디어 커버리지 송출



# 캐딜락 하우스 론칭 프로모션용 앱 솔루션 및 현장 세팅 2018. 08

캐딜락 하우스 NEW 오픈 론칭 파티에 맞춘 '나만의 뮤직비디오 만들기' 프로모션용 앱 솔루션 및 Tech zone 세팅



캐딜락 하우스에서 고객이 시승 뮤직비디오를 촬영할 수 있는 Tech zone 마련  
컨셉카인 에스칼라를 탑승하여 도시를 주행하는 듯한 M/V를 촬영하고  
영상을 공유할 수 있는 전용 앱 솔루션 개발 및 현장 세팅

### 전략

- 1. 고객과 캐딜락 브랜드의 점점 강화를 위한 오프라인 프로모션
- 2. 온/오프라인 연계 캠페인 기획

### 결과

- 1. 200명 이상의 고객 참여
- 2. 김희정, 전소미 등 유명 연예인 체험



# 아이서울유 프렌즈 3기 서포터즈 운영 및 관리 2018.06~ 2018.11

아이서울유 브랜드와 서울시정을 알리는 150명의 서울시민 서포터즈 기획/모집/운영



시민이 만들고 시민이 키우는 '서울브랜드' 서포터즈 운영 및 관리 '아이서울유'의 정체성과 서울 시정을 많은 시민들에게 온·오프라인 활동을 통해 널리 알리는 서포터즈 운영

### 전략

- 1. SNS 운영 및 콘텐츠 기획 능력이 있는 경험자 선정
- 2. 1~2기에서 발전된 톡톡튀고 젊은 서포터즈 운영 방향성 수립
- 3. 많은 수의 서포터즈를 효율적으로 운영하기 위한 팀제 운영
- 4. 오프라인 활동을 바탕으로 한 온라인 콘텐츠 제작

### 결과

- 1. 150명 중 126명 잔류(이전 기수의 경우 약 30% 잔류)
- 2. 팀 콘텐츠 40개/개인 콘텐츠 300개 이상 제작 및 SNS 게재
- 3. 활동 영상 3개 제작 및 서울시 홈페이지 게재
- 4. 언론 자체 보도 35건
- 5. 인스타그램 #아이서울유프렌즈 해시태그 385건



# 요기요 대학생 서포터즈 '유스타' 운영 대행

2018.03 ~ 2018.12

요기요 대학생 서포터즈 유스타 1기 기획, 모집, 관리 대행  
대학생 서포터즈의 콘텐츠 파워 제고, 공식 SNS 릴리즈



## 전략

1. 대학생들 메인 타겟으로 한 서포터즈 기획, 모집, 운용
2. 서포터즈 활동에 대한 정보 안내 뿐만 아니라 팀워크를 다질 수 있는 발대식 프로그램 구성
3. 시의성을 최대한 반영한 트렌디한 미션 기획 및 운영

## 결과

1. 약 10:1의 모집 경쟁률
2. 장기 서포터즈 활동임에도 불구하고 이탈율 최소화
3. 요기요 공식 SNS에 유스타 서포터즈 콘텐츠 릴리즈



# 유엔젤 유아교육 어플리케이션 <토모키즈> 온라인 브랜딩 홍보

2015.10 ~ 2017.12

유엔젤 유아교육 어플리케이션 <토모키즈> 카카오토리 SNS 운영 및 바이럴 마케팅 진행, 추후 PPL 광고 등 다각적 활동 진행



## 온라인 홍보 운영 총괄

### 전략

1. 맘스마케팅 전략 제안 및 실행
2. SNS 전략 기획 및 운영을 통하여 주부 대상 브랜딩 진행
3. 타겟 맞춤 정보 전달 카드뉴스, 웹툰 제작 및 이벤트 운영

### 결과

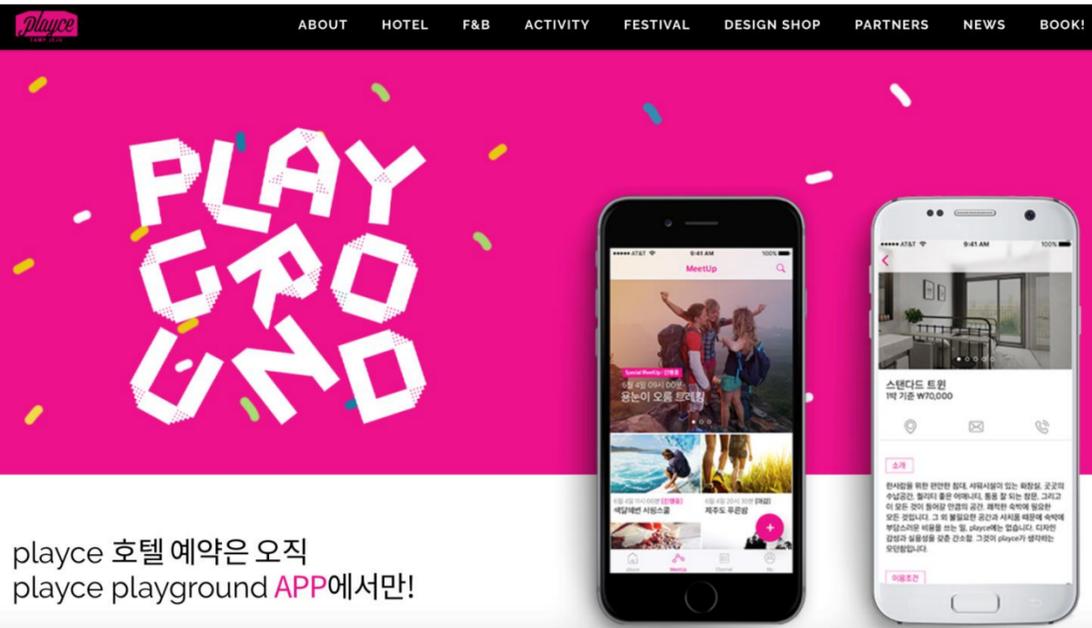
1. 스토리 채널이 부진을 보이는 가운데 활발히 운영되고 있는 대표적인 채널로 자리매김
2. 매월 도달률 및 팬 수 KPI 초과 달성
3. 구독자 수 1만 명 이상의 파워페이지로 성장



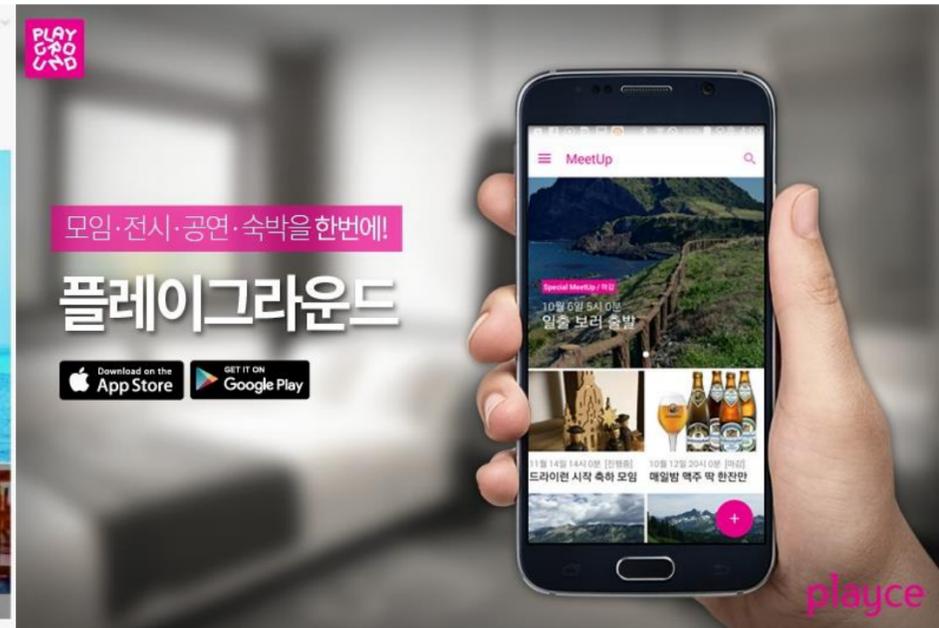
# 복합문화공간 제주 호텔 PLAYCE 종합 컨설팅 및 홍보 진행

2016.10 ~ 2017.03

16년도 10월 말부터 진행된 프로젝트  
다양한 F&B, 액티비티 등을 기획, 전체 홍보 전략 컨설팅 및 운영 전담



playce 호텔 예약은 오직 playce playground APP에서만!



## 복합문화공간 X 호텔 그랜드오픈 홍보 컨설팅

### 전략

1. 그랜드오픈 포지셔닝을 위한 주요 일간지 퍼블리싱
2. 온라인 평판 관리 및 주요 SNS 채널 운영 컨설팅
3. 오프라인 프로모션을 통한 초기 모객 전략 컨설팅
4. 파워 페이지/MCN 등 뉴미디어 광고 전략 및 실행

### 결과

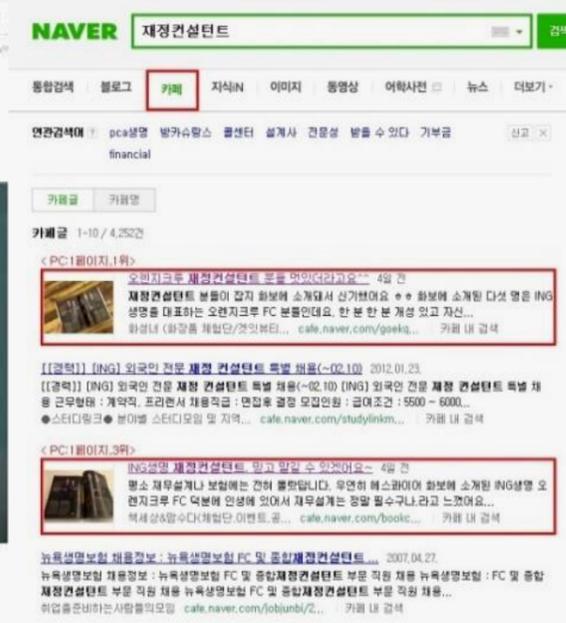
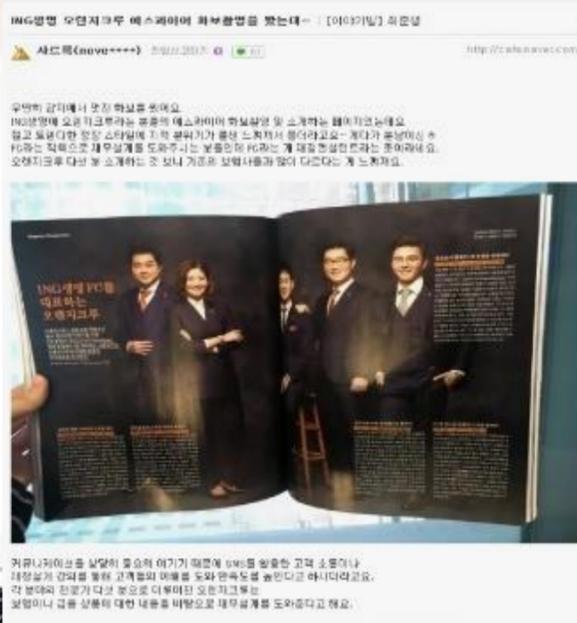
1. 신규 오픈 프로모션을 통한 전 객실 매진 기록
2. 보도자료 30개 커버리지 달성



# ING생명 브랜드 강화 프로그램 오렌지크루 1기 운영

2017.02 ~ 2018.03

ING생명의 공식 홍보대사 '오렌지크루'의 퍼스널브랜딩을 통한 기업 이미지 강화



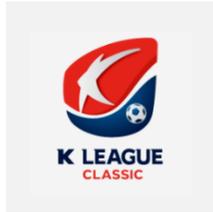
## ING생명 공식 홍보대사 운영

### 전략

1. 브랜드 이미지 강화 애드버 진행
2. ING생명 홍보대사 선발 및 프로그램 진행
3. 온/오프라인 활동 운영 및 피드백
4. 보도자료, SNS를 통한 PR, 광고시안 작업

### 결과

1. 기업 공식 사내 홍보대사 이미지 제고
2. 브랜드 활동 대표 모델로 활용
3. 에스콰이어 잡지 AD
4. 블로그, 카페 등 포털 SEO검색 상위 노출
5. SNS 관련 영상 콘텐츠 송출



# 2017 K리그 클래식 미디어데이 2017.02.23

2017년 K리그 클래식 미디어데이 진행  
평범한 기자간담회가 아닌 유니폼 패션쇼 형태로 기획 신선한 호평을 받은 바 있음



## 2017 K리그 클래식 미디어데이

### 전략

1. K리그 클래식 미디어데이를 알리기 위한 기자간담회 기획
2. 새로운 유니폼을 알릴 수 있도록 패션쇼 형식으로 기획
3. 선수/모델 간의 조화로 패션 워킹 앵글 주도
4. 다양한 포즈, 콘텐츠로 이슈 발굴

### 결과

1. 지상파 3사, 전체 매체 총 2,000여 개 기사 발생
2. 네이버 '그 날의 화제 키워드' 게재
3. 주요 포털 사이트(네이버, 다음, 카카오) 게재



# 보건복지부 한국건강증진개발원 <일상이 운동이 되다> 캠페인 in 제주도

2016.06 ~ 2016.12

제주도 초등학생 전국 비만율 1위 기록 (부모들이 학생을 차로 데려다 주는 것이 원인)  
'게이미피케이션' 방법으로 교내에서라도 체육활동의 놀이 유도하는 <일상이 운동이 되다> 캠페인



## <일상이 운동이 되다> 제주도 캠페인 실시

### 전략

1. 제주도청, 제주교육청과 협의를 통해 초등학교 섭외
2. 신제주초등학교 섭외 후 디자인, 교수 등 전문가들과 연구 진행
3. 게이미피케이션 방법으로 아이들의 행동유발 설치 미술 진행
4. 전통놀이 등으로 아이들의 신체활동 유도

### 결과

1. 제주 지역 공중파 방송 포함 언론 12개 커버리지 기록
2. 제주도지사 원희룡 캠페인에 적극 동참
3. 일본 오키나와 다큐멘터리 취재, 일본정부 모범 사례로 채택
4. 2017년 전국 제주도 초등학교로 확장 예정
5. 캠페인 만족도: 신제주초등학교 학부모 96.3% 기록, 학생 95% 기록



# 보건복지부 한국건강증진개발원 <일상이 운동이 되다> 캠페인 in 부산

2016.06 ~ 2016.12

지자체 캠페인 동참을 위해 서울 다음으로 가장 큰 도시 '부산' 선정  
부산시청과 적극적인 연계로 부산역사에 캠페인 진행



## <일상이 운동이 되다> 부산시청

### 전략

1. 부산시청과 긴밀한 협의를 통해 부산역, 부산시청에 캠페인 노출
2. 디자인, 교수 등 전문가들과 운동 실효성에 대한 연구 진행
3. 게이미피케이션 방법으로 직장인 대상 캠페인 메시지 발굴
4. 적극적인 캠페인 노출로 메시지 강화

### 결과

1. 부산시청 보도자료 10개 이상 커버리지 기록
2. 부산시청 직원 만족도 93% 기록



# 미래창조과학부 X 한국과학창의재단 대학생 마케팅 해커톤

2016.07 ~ 2016.08

미래창조과학부와 한국과학창의재단의 주관으로 진행된 대학생 대상 마케팅 해커톤. 국내 최초로 진행된 다양한 스타트업 마케팅 해커톤으로 스타트업계 관계자 및 대학생들의 관심을 모은 프로젝트



## 행사 온오프라인 운영 총괄

### 전략

1. 선발된 대학생들 대상 무박2일 마케팅 해커톤 진행
2. 국내 유명 스타트업 임원진이 직접 홍보마케팅 강의 진행
3. 국내 유명 스타트업의 실무진이 직접 1대1 멘토링 진행
4. 상위 팀에게 직접 기획한 프로젝트 진행 기회 부여

### 결과

1. 국내 유수의 스타트업 대표 및 실무진 멘토링
2. 스타트업에 관심 있는 200명 가량의 대학생 참여
3. 대상 팀 미래창조과학부 장관상 수여 외 우수상 6팀에게 한국과학창의재단상 수여

과자전

2016 과자전 기획 운영 총괄 2016.05

코엑스의 제작 지원을 받아 코엑스 2016 C- 페스티벌의 대표 행사로 운영 총 300여 곳의 과자 소상공인 및 브랜드 참가, 일 관객 3천명 이상 모객



전시 기획 및 홍보 운영 총괄

전략

- 1. 전체 전시 컨셉 기획 및 전략 방안 도출
- 2. 시즌제 캐릭터 도입 및 컨셉 도출
- 3. 굿즈 기획을 통한 전시 바이럴 활성화
- 4. 행사 기업 제휴 방안 마련 및 컨택 / 스폰 운용

결과

- 1. 제과제빵 소상공인 250여 곳 이상 참가 및 도레도레 등 대형 프랜차이즈 20여 곳의 참가로 행사 호황
- 2. 서울 주요 거점 지역인 코엑스 대형 컨퍼런스 강당 진행 (일 관객 3천명 이상 돌파)
- 3. 과자전 종료 후 굿즈 판매 요청으로 인한 추가 주문 제작 및 판매 진행



# ING생명 오렌지 비어위크 캠페인 2016.09 ~ 2016.10

보험회사로서 2030 세대와 트렌디한 소통의 니즈를 갖는 클라이언트 ING생명에게 ‘피맥’으로 유명한 스타트업 ‘더부스’와의 콜라보레이션을 제안. ING생명의 브랜드 가치 ‘오렌지’와 ‘맥주’의 이색 콜라보레이션으로 ‘오맥’의 독특한 조합 선사.



## ING생명 오렌지 비어 위크 캠페인 기획/운영 총괄

### 전략

1. 타겟이 좋아하는 스타트업 ‘더부스’ 컨택
2. 더부스 ‘경리단 힙스터에일’ 맥주와 ‘오렌지’의 이색 콜라보레이션 페어링 조합 개발
3. SNS 매체 바이럴 및 잡지 기획 및 피칭
4. O2O 바이럴 효과를 위해 해시태그 이벤트 진행

### 결과

1. 위키트리 기사 게재 (좋아요 2,202개, 댓글 수 502, 도달 수 43만)
2. 잡지 <인스타일> 지면 게재 및 페이스북, 웹 매거진 게재
3. 캐릭터 개발 및 ING 오렌지 비어 위크 전용
4. 인스타그램 해시태그 열흘간 포스팅 716개, 전체 좋아요 수 38,073, 댓글 수 1,535 기록



# 더부스 브루잉 컴퍼니 언론홍보 및 바이럴 진행

2016.06 ~ 2018.12

## 수제 맥주 전문 '더부스' 종합 홍보 진행



### 캠페인 온오프라인 운영 총괄

#### 전략

1. 주요 일간지 퍼블리싱
2. 월 3회 보도자료 배포
3. 네이버 파워블로거 바이럴 마케팅 진행 및 SEO 작업

#### 결과

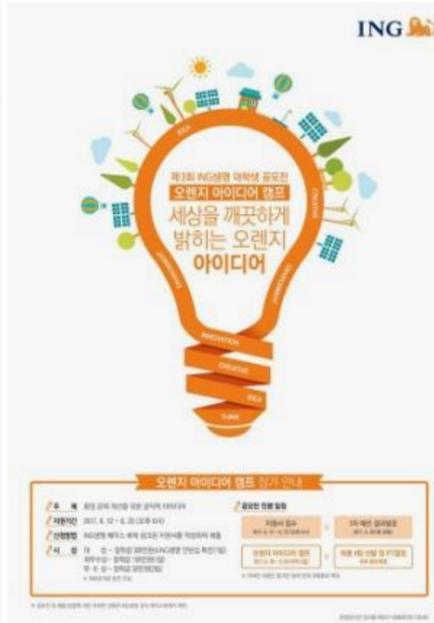
1. 2016년 매출 100억 돌파
2. 다양한 브랜드와 마케팅 콜라보레이션 진행
3. 계약 1개월 만에 중앙일보, 세계일보 전체 지면 커버리지 점유
4. 한 달에 평균 10건 이상 커버리지 달성
5. 네이버 검색 결과 상단 노출



# ING생명 세상을 바꾸는 오렌지 아이디어 캠프 진행

2017.05 ~ 2017.08

ING 대학생 공모전 <세상을 바꾸는 아이디어, 오렌지 아이디어 캠프> 마케톤 진행



## ING생명 대학생 공모전 진행

### 전략

1. 공모전 주제 선정
2. 공모전 예선 기획 및 진행 (참가자 150 팀 이상)
3. 무박2일 마케톤 기획 및 진행
4. 본선 아이디어 운영 방안 기획 및 실행
5. 마케톤 및 아이디어 실행, 결과 영상 제작

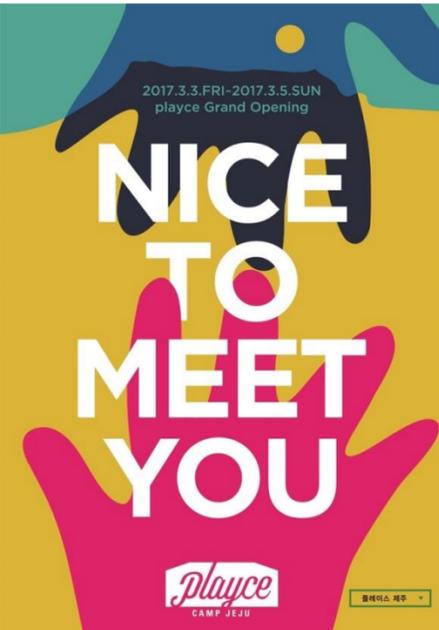
### 결과

1. 보도자료 13개 커버리지 달성
2. 행사 관련 SNS 게시물 30개 이상 발생
3. 마케톤, 실행 영상 조회수 총 8,100회 / 좋아요 수 1,121달성 (업로드 24시간내 기준)



# 제주 호텔 PLAYCE 그랜드 오픈 캠페인 진행 2017.02~2017.03

제주 호텔 그랜드 오픈 론칭 홍보를 위한 페스티벌 개최 및 바이럴, 언론홍보 등 홍보 캠페인 운영



## 제주 호텔 PLAYCE 그랜드 오픈 캠페인

### 전략

1. 주요 일간지 및 온라인 매체 퍼블리싱
2. SNS 파워페이지, 네이버 파워블로거, 커뮤니티 활용한 바이럴 마케팅 진행

### 결과

1. 페이스북 파워 페이지 <여행에 미치다> 라이브 영상 조회수 5만 5천 회 이상 달성
2. 페스티벌 모객 2,000여 명 달성
3. 행사 관련 검색 키워드 포털 상위 노출

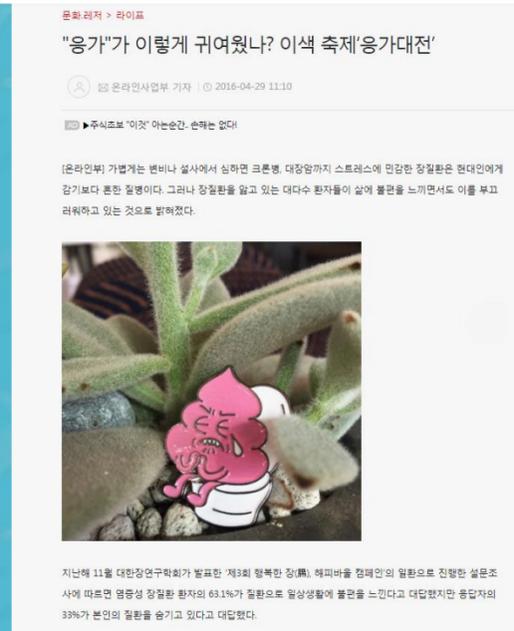


SHERLOCK

# 장질환 매니지먼트 어플리케이션 응가의 노예 기획/개발

2015.06 ~ 2015.10

장질환관리 어플리케이션 <응가의 노예> 기획/개발 제작, 배변활동 기록 어플리케이션 응가대전이라는 전시 기획 진행



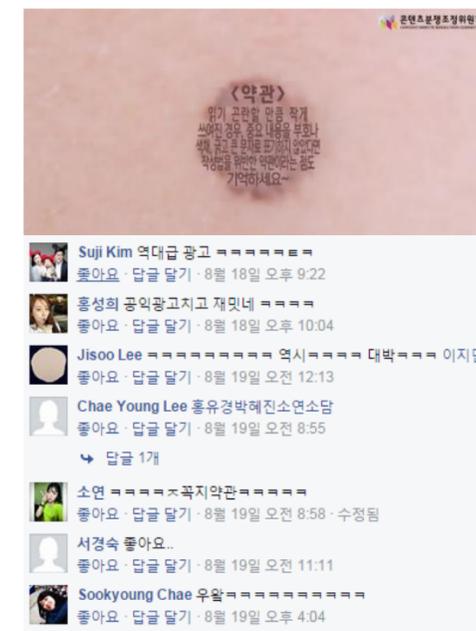
## 모바일 어플리케이션 서비스 기획 및 개발 서비스 내용 기반 전시 기획 및 운영

1. 내부 축제 기획의 일환으로 홍대 서교예술센터에서 <응가대전> 실시
2. 카카오 스토리펀딩으로 2주만에 300만원 조기 달성, 지면 기사 1건, 온라인 기사 5건, 네이버 건강 카테고리 메인노출 기록
3. 캐릭터 '응블리' 굿즈 제작으로 다각적 캐릭터 사업에 활용 예정



# 한국콘텐츠진흥원 공정한 약관 확인법(공략법) 캠페인 총괄 2015.06 ~ 2015.11

셜록컴퍼니가 수주한 첫 프로젝트로 주요 미디어(신문, 라디오 등) 광고 제작 및 운영과 온라인 홍보 활동을 병행하며 공중의 관심을 환기하고 긍정적인 캠페인 바이럴을 이끌어냄.



## 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 캠페인 총괄

### 전략

1. 동아일보 기획 기사 2회 진행
2. 김나훔 작가와 함께 일러스트 작업 진행, 넥슨 모바일 광고, PC방 광고 집행
3. 유세운 <광고100>과 바이럴 영상 기획 및 제작
4. 육지담과 함께 공중파 라디오 광고 제작/집행
5. 서울/경기 초등학교 교사 및 타겟 오프라인 교육

### 결과

1. 동아일보 문화 지면 2회 게재 및 지면 광고 집행
2. 김나훔 작가네이버 그라폴리오 게재 및 넥슨 모바일 광고 뷰 460만 명 달성(2주 집행)
3. <광고 100> 페이스북 동영상 16,903뷰 기록, 유튜브 4,158뷰 기록
4. 라디오광고, 커뮤니티 50개 바이럴을 통해 10,000뷰 이상 조회 및 200 이상 댓글 달성
5. 서울교원연수원 교육 및 자료 배포
6. 대학생e스포츠협회 ECCA 오프라인 교육

# 교보핫트랙스 퍼블리시티 & 언론홍보 진행 2016.06 ~ 2017.05



교보 핫트랙스는 설록컴퍼니의 장기 클라이언트 중 하나. 빠른 보도 대응과 주요 지면 게재로 신뢰를 얻고 있다.



## 교보핫트랙스 언론홍보

### 전략

1. 주요 일간지 기획기사 및 퍼블리시티 진행
2. 일일 클리핑 진행
3. 주요 일간지 퍼블리싱
4. 월 1회 기획기사 작성 / 월 3회 보도자료 배포
5. 주요 일간지 기자미팅 대행 결과

### 결과

1. 월 평균 커버리지 10회, 지면 기사 총 11회 달성
2. 10대 일간지 기자관리 진행 (산업부, 문화부, 연예부)
3. 주간지, 잡지와 미디어레이션 구축
4. 임직원 미디어트레이닝

SHERLOCK

THANKS FOR WATCHING!

[WWW.SHERLOCKS.CO.KR](http://WWW.SHERLOCKS.CO.KR)

COPYRIGHT 2016 COMPANY SHERLOCK | ALL RIGHTS RESERVED.