㈜더피알 회사소개서

www.t-pr.co.kr | © 2019 THEPR corporation All Rights Reserved

더피알은

브랜드를 소비자의 마음 속에 심고,

키워가는 **Brand Relation Agency** 입니다

Contents

01 ABOUT THE PR

02 CORE SERVICE

03 OTHER SERVICE

04 CLIENT

THE PR SUCCESS STORY / TOP 14

01

ABOUT THE PR

OVERVIEW

HISTORY

ORGANIZATION

BRAND RELATION'S

PR을 넘어 BR로

더피알은 'PR(Public Relation)' 영역을 넘어 기업 혹은 제품에 대한 이미지를
소비자의 머리 속에 심는 'BR(Brand Relation)'을 표방하는 에이전시로
브랜드를 만드는 작업에서부터 컨셉과 메시지를 추출하고
다양한 홍보 툴을 믹스해 효율성이 높은 프로그램을 제시하고 실행하는 회사 입니다.

사 명	㈜ 더피알
대 표	김 진 희
설 립	2007년 1월
인 력	30명 (2019년 5월 기준)
주 소	서울시 강남구 언주로 135길 32-14 더피알 B/D

Brand Relation Company
connect brands and consumers!

더피알은 언론홍보, SNS 채널 구축 및 운영, 바이럴 마케팅, PPL, 광고 제작 및 매체 운영,
동영상 제작, 유통, 플랫폼 개발 및 운영까지 가능한 종합 마케팅 회사입니다.

언론홍보

SNS

프로모션

영상

광고제작

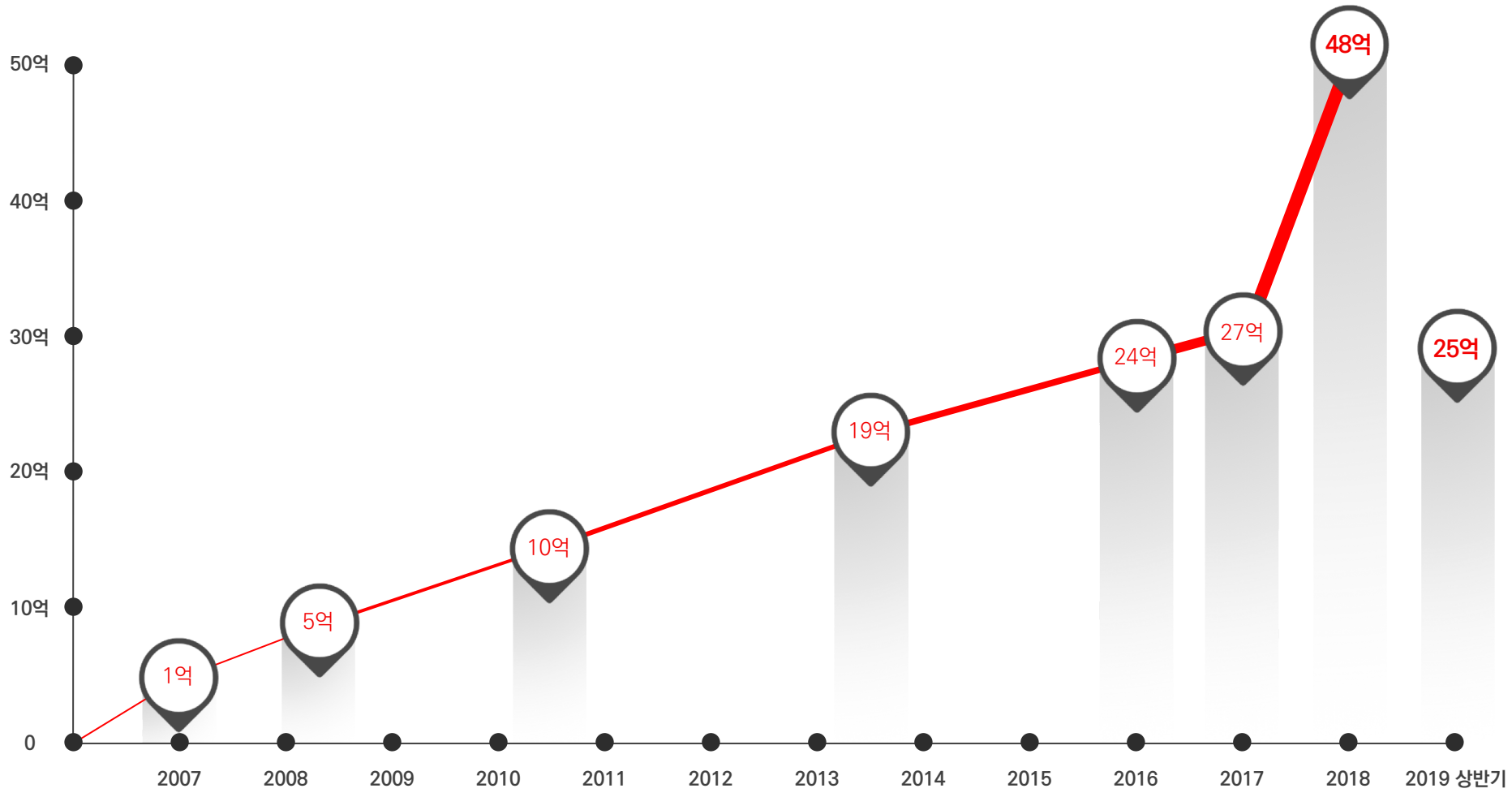
Build up, The PR

더피알은 다양한 업계의 클라이언트과 함께 성장했습니다.

상반기 매출 25억 달성	2019	메디힐 | 한세예스24홀딩스 | 아이허브 | 브레빌 | 콜러노비타 | 한성대학교 | 제일펫푸드 | 모스킹 | 메가텐
제 3회 마케팅톡 개최 / 자체 동영상 제작 서비스 시작	2018	트위터코리아 | 코카콜라 | 콜맨코리아 | SBS+ 외식하는날 | 제이에스티나 | 미즈노코리아 | 보미라이 | 창조경제타운 | 한국도자기리빙 | 코스토리
브랜드릴레이션 연구소 설립 박재현 소장 영입 제 2회 마케팅톡 개최 / 서울 강남구 논현동 더피알B/D 사옥 이전	2017	빙그레 | 신분당선 | 일레트로룩스 | 롯데 가나초코렛 | 스마트카라 | 유라 | 코스토리 | A+E코리아 | 호주청정램 | 지엘 카멜, 프렙, 하치카
제 1회 마케팅톡 개최	2016	해양수산부 | STX | 레알마드리드 | 아이소이 | 데코뷰 | 피치항공 | 뉴트리바이오텍 | 타임투프라이스 | 컬비 | 지엘 리얼테크닉스
한국방송광고공사(KOBAKO) 공식 대행사 등록 광고 집행 서비스 시작. 웹사이트 리뉴얼	2015	tvN | 셀트리온 | 한국인삼공사 | 직방 | 복음자리 | 솔가 | 자연원 | 애니닥터 헬스케어 | 새롬현대 | 치아씨드 | 르포지 | 오제끄
코리아테크 리파캐럿 외 TV CF 제작 서비스 시작 강남구 논현동 이전	2014	롯데헬스원 | 유한킴벌리 그린핑거 | 메가스터디교육 | 서울국제도서전 | EBS중학프리미엄 | LIFE캠페인
서울 종로구 가회동 이전 보건복지부 등 공기업 PR 시작	2013	보건복지부 | LG전자 | 아모레퍼시픽 | 일동후디스 | 세종사이버대학교 | 아크앤팬컴 | 내츄럴엔도텍
온라인 바이럴 서비스 시작. 동영상, 디자인, 광고제작 서비스 시작 더피알 공식 웹사이트 오픈	2012	롯데 자일리톨 | 롯데제과 드림카카오 | 타파웨어브랜즈코리아 | 코리아테크 리파, 식스패드, 이지K
롯데제과 등 마케팅 IMC 서비스 시작	2011	KT | 국민카드 | 풀무원건강생활 | NS홈쇼핑 | 한성대학교 | 대선주조 | 갤럭시아 | 커뮤니케이션즈
서울 종로구 팔판동 사옥 이전 LG전자 SNS 대행 서비스. 아모레퍼시픽, 오설록 IMC 대행	2010	롯데제과 | 서강대학교 | 바믹스 | 소다스트림 | 밀텍산업
방송 PR 서비스 시작. 메디컬, 파이낸스, IT 서비스 시작 위기관리, 미디어트레이닝 서비스 시작	2009	풀무원 샘물 | BC카드 | 자연원 | 알콘 | 캘리포니아피자치킨
유통, 교육 등 산업별 전문 PR팀 구성	2008	동아제약 | 서강SLP | 핫썬치킨 | 소쿠리패스
에스엠 커뮤니케이션 설립	2007	면사랑 | 에코포유

Grow up, The PR

더피알은 업계에서 인정받고 있는 루키스마트로 클라이언트와 함께 성장하고 있습니다.



CEO

브랜드 릴레이션 연구소

CCO

Business Management Group

–

경영지원실

사업개발팀

Marketing Group

3본부 5팀

–

PR 1팀

PR 2팀

PR 3팀

PR 4팀

PR 5팀

Content Group

–

디자인제작팀

영상제작팀

스토리제작팀

Media Planning Group

–

미디어 플래닝본부

Integrity, Flexibility, Passion

3가지 Core Value를 통해 직원들의 성장과 클라이언트(브랜드)의 성장을 돕습니다.

The Client

클라이언트를 심층적으로 이해하기 위해 소비자, 제품, 시장, 트렌드 등을 **360도 밀착분석** 합니다.

The Creative

창의적 문제해결 방법인 트리즈(TRIZ) 이론을 기반으로 클라이언트의 커뮤니케이션 문제를 찾아내고 **최적화된 솔루션을 제시**합니다.

The Network

고객의 요구에 원스탑 솔루션 제시가 가능하도록 다양한 분야의 **전문가 그룹과 파트너십을 구축**하고 있습니다.

The Work

'정성스런 커뮤니케이션이 나와 세상을 바꾼다'는 신념으로 더피알은 정성을 다해서 일합니다.

더피알은 매년 고객사 여러분들을 모시고

Brand Relation 교육을 통해 함께 성장하고 있습니다.

02

CORE SERVICE

Brand Relation Service

Publicity

Interview

Press Conference

Promotion

Crisis Management

Digital Marketing

SNS Service

Viral Video

Influencer Marketing

Native AD

Promotion 100인 체험단 CEM

CORE SERVICE

Brand Relation Service

마케팅 분야의 다양한 경험을 바탕으로 **브랜드와 소비자 접점을 극대화, 온 · 오프라인을 넘나드는 최적의 Marketing Solution을 제공**합니다.

CORE SERVICE Brand Relation Service

더피알은 브랜드가 시장에서 경쟁력을 가질 수 있도록 **업계 최초의 특화된 360도 마케팅 서비스를 지속 개발**하고 있습니다.

전문성 있는 언론홍보

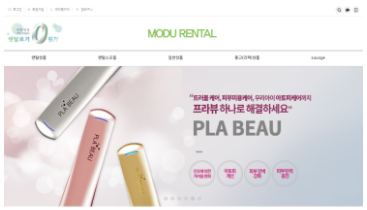
- 언론 전문가의 정확한 계획 수립 및 효율적 미디어 관리
- 브랜드와 소비자, 언론을 잇는 다양한 미디어 앵글 발굴
- 급변하는 미디어 환경에 대한 정확한 이해를 바탕을 전략 제안

기자 인플루언서 간담회 세일즈 연계

- 기자, 인플루언서, 영업담당, 왕홍 등 초청을 통해
  한번 행사로 세 가지 이상의 효과 기대
- 언론보도, SEO, 컨텐츠 메이킹, 영업채널 확보, 해외시장 창출 등

디지털 캠페인 (타겟 마케팅) 서비스

- display Ad 및 온라인·SNS 광고 통합 집행
- 캠페인 목표에 맞는 정확한 타겟 설정과 타겟에 따른 효율적 광고 믹스



성과형 체험단 CEM 서비스

- 단순 체험단이 아닌 브랜드와 소비자가 깊이 있게 소통하는 장을 마련
- Before와 after를 참여자가 경쟁 시스템으로 양질의 컨텐츠 유도,
  소비자가 만든 진성 컨텐츠가 핵심

CORE SERVICE Publicity

2000여개 언론사와의 강력한 Media Relation을 바탕으로

언론홍보(보도자료, 기획기사), Photo event, Column, Media co-op, Advertorial, Media Training, 위기관리 등 강력한 PR 솔루션을 제시합니다.

보도자료

매일경제

식이섬유에 과즙믹스… 대장암 예방

한국코카콜라 '미닛메이드 식이섬유'

서울경제

'BTS 마스크팩' 메디힐, 화성 물류센터 오픈

아시아투데이

집에서 피부관리… 뷰티 디바이스 시장 급성장

기획기사

아시아투데이

섹쉬하면서 세표 제생 도와 탄력·미백 효과…얼굴, 한결 밝고 맑아져

한세실업, 친환경 원단의류 판매수익 10% 기부

아시아투데이

미세먼지 차단 '안티더스트' 제품 뜬다

한국경제

음성·앱으로 물 온도·조명 조절 … 욕실 '스마트 바람'

Media Co-op

칼럼

게임 마케팅에서 트위터 대화량이 중요한 이유

'리타깃팅 마케팅'의 교과서

CEO 칼럼

잘 팔리는 화장품에는 소비자가 담겨있다

CORE SERVICE Interview

브랜드 비전과 철학, 전략, 방향성 등을 녹일 수 있는 인터뷰 앵글 적극 발굴하고,
지면과 온라인 등 다각도로 인터뷰를 노출해 **브랜드 신뢰도**와 **이해**를 높이는 접점을 마련합니다.

트위터

진영 R&S

HLI

A+E 네트웍스

코리아테크

CORE SERVICE Interview

브랜드 비전과 철학, 전략, 방향성 등을 녹일 수 있는 인터뷰 앵글 적극 발굴하고,
지면과 온라인 등 다각도로 인터뷰를 노출해 **브랜드 신뢰도**와 **이해**를 높이는 접점을 마련합니다.

사우디아라비아 컬처위크

사우디 문화 체험해봐요 서울 서초구 그랜드힐튼서울에서 열리는 '사우디아라비아 컬처위크'에서 지난 29일 사우디 전통 의상을 입은 어린이들이 동대문 포토존 앞에서 기념촬영을 하고 있다. 내년 3월까지 열리는 컬처위크는 사우디의 역사와 현재를 연출한 문화체험 공간으로 꾸며진다. 아라비아 게임 시음회, 국악 협연 공연 등이 펼쳐진다. [사진 사우디아라비아 컬처위크]

코리아테크 파오

내일신문 2018년 01월 11일 목요일 017면 산업 15.4 x 23.9 ㎝

돈·시간 절약 … 셀프 피부관리 인기

파오 LG프라엘 등 다양한 미용기기 출시

집에서 간단히 피부관리를 할 수 있는 셀프 미용기기들이 속속 출시되고 있다. 비용과 시간이 절약되고 젊은 피부도 유지할 수 있다는 점 때문에 각광을 받고 있다.

10일 코리아테크(대표 이동범)는 신라호텔에서 얼굴 미용기구 '파오' 소개 기자간담회를 개최했다.

'파오'는 노화로 처지고 굳어진 얼굴 속 근육을 단련시켜 리프팅 효과를 높이는 얼굴 근육 운동기구다. 몸을 훈련하는 트레이닝 보조기기는 많지만 얼굴 근육을 전문적으로 다루는 기구는 없다는 점에서 착안해 개발했다.

코리아테크는 파오를 8주간 하루 2회씩 30초 동안 사용한 사람들의 얼굴 근육과 두께 결과를 제시했다. 또 파오를 활용해 효과적으로 얼굴 근육을 자극시키는 운동법도 소개했다.

이동범 코리아테크 대표는 "파오는 노화로 인해 처지고 굳어진 얼굴 근육을 끌어올려 줄 뿐만 아니라 턱 밑 처진 살까지 잡아 올려 준다"며 "얼굴 비대칭이나 안면노화, 표정개선을 고민하는 소비자들에게 탁월한 효과가 있다"고 말했다.

코리아테크는 파오의 전속 모델로 싸이월을 발탁했다. 파오는 현재 입소문을 타고 선주문 이상 판매했다. 파오는 해외시장 진출도 고려하고 있다.

얼굴 피부를 관리하는 셀프 전자기구도 등장했다.

LG전자는 지난해 9월 피부미용 전자기구 'LG 프라엘'을 선보였다. 배우 아나운서를 모델로 발탁해 공격적인 마케팅도 진행 중이다.

10일 신라호텔에서 모델들이 얼굴 운동기구인 파오 사용법을 시연하고 있다. 서울경제신문

이 제품은 120개의 LED를 통한 피부 미백과 탄력을 동시에 관리할 수 있고 제품이라는게 LG전자측의 설명이다.

서경제 LG전자 홈엔터테인먼트(HE)사업부 상무는 "AI와 빅데이터 등 기술을 탑재한 제품 등 다양한 기기도 선보일 계획"이라며 "5년 여를 준비해 시장에 뛰어든 만큼 유의미한 성과를 내겠다"고 말했다.

트리아에서 선보인 '트리아 스킨리뉴 레이저'는 가정에서 사용하는 피부 레이저 의료보조기기다.

피부에 대고 부드럽게 움직이면 레이저 빛이 피부 속까지 투시되어 눈가 주름 및 피부 결을 개선해 준다.

사용시간이 다 되면 자동으로 작동이 멈춰 편리성이 높고, 전원 버튼 하나만으로 조작이 가능해 간편하게 사용 가능하다.

피부미용업계 관계자는 "여성뿐 아니라 피부관리에 관심을 갖는 남성 소비자도 늘고 있어 성장 잠재력이 크다"며 "눈에 띄는 혁신적인 제품이 없는 만큼 차별화된 뷰티기기 개발이 필요하다"고 말했다.

정혜용 기자 syjung@maeil.com

한성대학교

'동화책에 문화를 그리다'라는 주제로 벽화 그리기 봉사활동에 나선 한성대학교 학생들이 5일 오전 서울 성북구 삼선동 북고 앞 골목길 담벽에 벽화를 그리고 있다. 김명선 기자 littleprince@hani.co.kr

코스토리

서울경제 2017년 08월 01일 화요일 A19면 산업 15.5 x 9.5 ㎝

파파레서피 메이크업라인 나왔어요 김현균(왼쪽) 파파레서피 대표와 홍보 모델이 31일 서울 강남구 청담동 디브릿지에서 파파레서피 메이크업라인인 '컬러 오브 스프링' 을 소개하고 있다. 컬러 오브 스프링은 ㅅ파파레서피 대표 제품인 '봄비 하나 모이스트'와 핵심 성분을 더한 '쿠션 ㅅ폰얼 크림 등 메이스 메이크업 제품과 팀 ㅅ이이 포인트 메이크업 제품 등 총 14종으로 구성됐다. /연합뉴스

오설록

'심다연' 구매하고 제주여행 기회 잡으세요 8일 차(茶) 브랜드 '오설록'이 서울 중구 명동점에서 열린 '다연이라 떠나는 제주여행' 이벤트에서 모델들이 심다연 제품을 선보이고 있다. 오설록은 오는 하절기까지 홈페이지와 매장에서 심다연 라면 혜는 제품을 구매한 후 응모한 고객을 대상으로 6명을 추첨해 1인 2장 제주도 설록 항공권과 오설록 티스톤 체험 기회를 제공한다. 이종원 선임기자 jongwon@seoul.co.kr

리얼테크닉스

문화일보 2016년 11월 04일 금요일 019면 경제

다양한 '메이크업 브러쉬' 3일 서울 강남구 모스 스튜디오 가든에서 모델들이 메이크업 툴 전문 브랜드 '리얼테크닉' 의 신제품 '메이크업 브러쉬' 라인별 대표 제품을 선보이고 있다.

CORE SERVICE Press Conference

더피알은 기자간담회 뿐 아니라 **B2B 고객, Influencer(유투버, 블로거, 인스타그래머), 왕홍 초청, Conference 개최에 특장점**을 가지고 있으며
200명 이상의 브랜드 론칭 및 브랜드 이슈화에 강합니다.

트위터

트위터 잭도시 CEO 방한 기자간담회
신라호텔 150명 규모

코리아테크

리파 미인낯 런칭쇼
신라호텔 200명 규모

코리아테크

파오 학술발표회
신라호텔 150명 규모

코스토리

색조런칭 & 6주년 기념 파티
기자, 파워인플루언서, 왕홍 초청
디브릿지 200명 규모

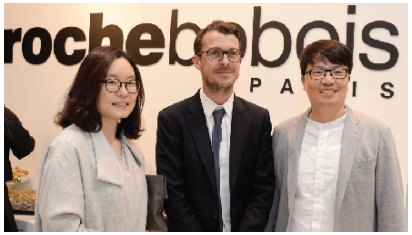
A+E networks

A+E networks 기자간담회
포시즌스 호텔 100명 규모

팩토리얼

초음파세척기 이지시리즈 런칭
기자, 인플루언서, 왕홍, B2B고객
신라호텔 200명 규모

한국가구



로쉐보보아 런칭 기자간담회
기자, 건축 디자이너 초청
로쉐보보아 매장 80명 규모

지엘커뮤니케이션즈

리얼테크닉 기자간담회 & 이사배 뷰티쇼
기자, 인플루언서, B2B고객 초청
모스스튜디오 200명 규모

CORE SERVICE Promotion

더피알은 고객사와 **브랜드에 최적화한 프로모션을 기획, 실행**하고 있으며
일회성 프로모션으로 그치지 않고 언론홍보, SNS 확산, 바이럴 등을 통해 프로모션 효과를 극대화 합니다.

롯데제과 가나초콜렛 박보검 팬사인회

파오 플래쉬몹 / 랩핑버스

팩토리얼 이지시리즈 론칭쇼

팩토리얼 키메스 전시 부스

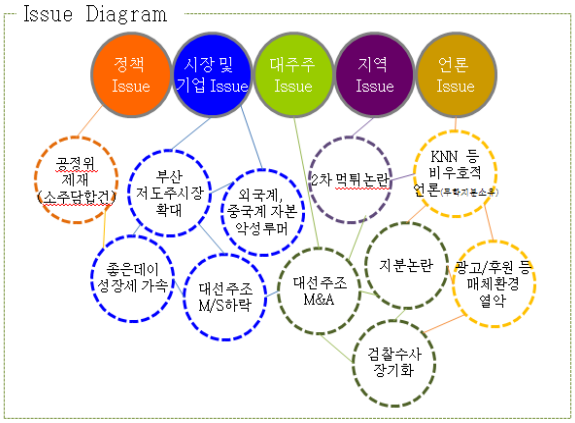
코리아테크 카사업 88 왕홍데이

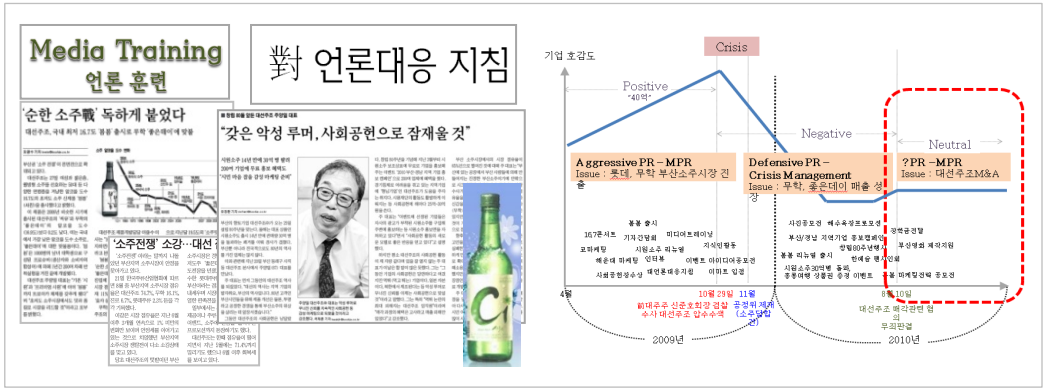
CORE SERVICE Crisis management

고객사 **위기**시 **Monitoring, Issue/Crisis Management Consulting, Mdbia training** 등을 통해
신속하고 최적화된 위기관리 **솔루션을 제시**합니다.

트위터 Media Training

C1_위기관리

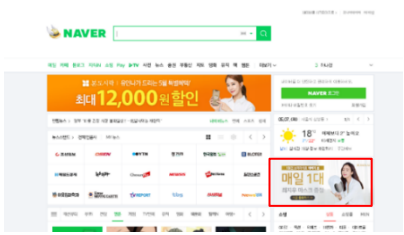




CORE SERVICE Digital Marketing

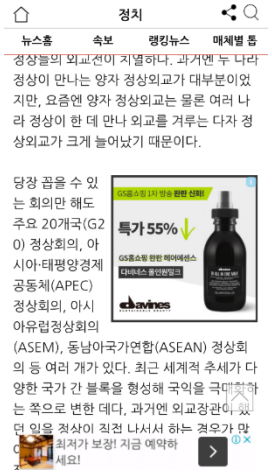
광범위한 디지털 광고 영역, 더피알은 고객사 **목표**에 따른 **정확한 타겟을 설정하고**
Display Ad 및 리타게팅, 온라인, SNS 등 **모든 영역**에 걸친 **광고**를 **커버**해 **효율적인 광고 믹스**안을 만들어 내고 있습니다.

디스플레이 AD



브랜드 검색

리타게팅 광고



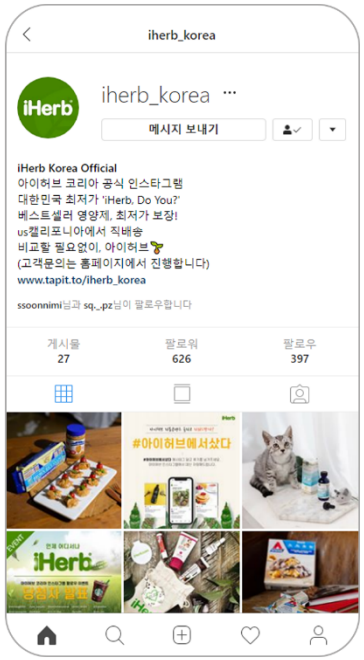
SNS 이벤트

CORE SERVICE

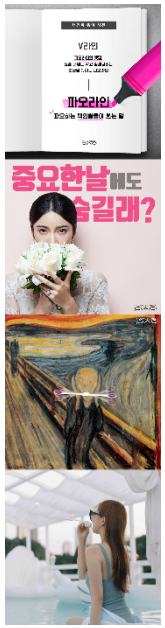
SNS Service – Instagram 채널개설 / 운영 / 해시태그 관리 / 광고운영

Image 기반의 **20-40대 관심사 SNS 서비스 인스타그램을** 통해 브랜드와 소비자를 잇는 최적의 Solution을 제시합니다.
자체 전문 촬영 팀을 통해 맞춤 기획 및 제작을 하고 있습니다.

The Client 아이허브



The Client 파오



The Client 카사업

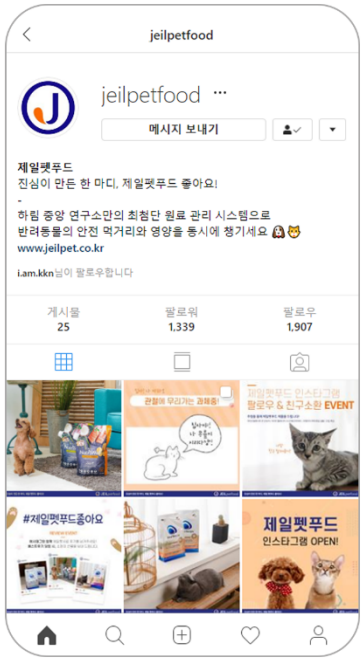
CORE SERVICE

SNS Service – Instagram 채널개설 / 운영 / 해시태그 관리 / 광고운영

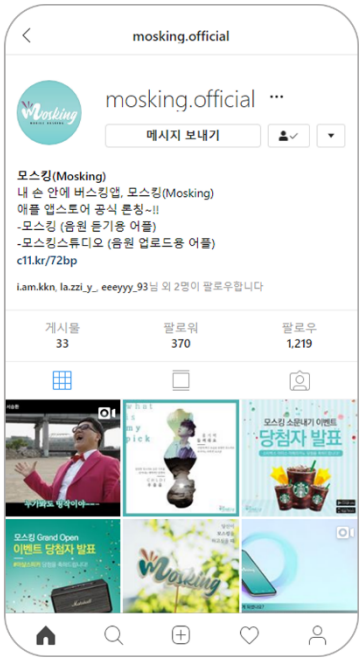
Image 기반의 **20-40대 관심사 SNS 서비스 인스타그램을** 통해 브랜드와 소비자를 잇는 최적의 Solution을 제시합니다.
자체 전문 촬영 팀을 통해 맞춤 기획 및 제작을 하고 있습니다.

The Client 리파

The Client 제일펫푸드



The Client 모스킹

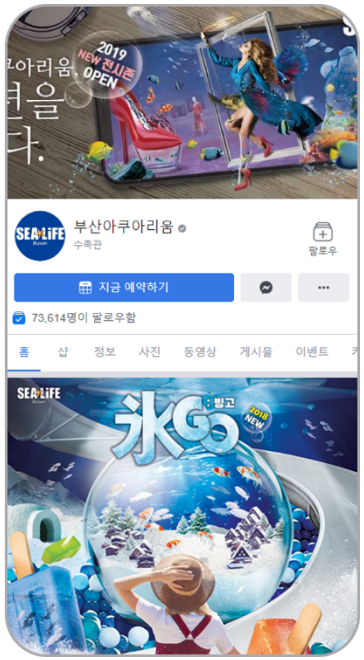


CORE SERVICE

SNS Service - FaceBook 채널개설 / 운영 / 관리 / 광고운영

더피알은 전 세계에서 가장 많은 사람들이 사용하는 소셜 네트워크인 페이스북에 1,000여개 이상의 콘텐츠를 제작·운영해오고 있습니다.
페이스북 광고, 이벤트, 인플루언서 페이지 연계 홍보 등을 통해 페이지 유입을 강화 시킵니다.

The Client 부산아쿠아리움 씨라이프



The Client 솔가

The Client 오설록

브랜드 이미지, Tone & Manner 분석 image, 콘텐츠 기획, 제작

팬들이 쉽게 참여, 공유, 확산 할 수 있는 이벤트 기획 및 고객 참여 유도 통한 페이지 활성화

CORE SERVICE Viral Video

영상의 시대, **더피알 디지털콘텐츠팀**은 **Mobile에 적합한(SNS, 행사 스케치, 제품소개, 레시피 등)**
콘텐츠를 개발, 제작하고 다양한 시도를 통해 도달을 높이는 클라이언트 **콘텐츠를 기획, 제작**하고 있습니다.

The Client 트위터 행사 스케치

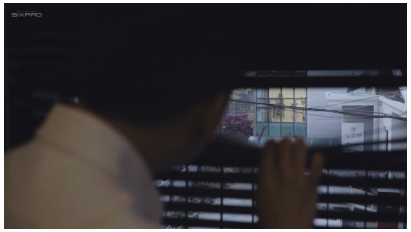
The Client 콜맨_우아캠 스케치

The Client 리파 모션그래픽

The Client 제일펫푸드 서울고양이

The Client 식스패드 웹드라마_엄마

The Client 식스패드 웹드라마_직장인



The Client 카사업 브이로그

The Client 파오 인터뷰

The Client 아이허브 캠페인 영상

The Client 씨라이프 행사 스케치

The Client 씨라이프 인터뷰

The Client 모스킹 론칭 프로모션

CORE SERVICE Influencer Marketing

더피알 인플루언서 프로그램,
‘더플루언서’

전문 분야 인플루언서 1,000여명 확보

뷰티, IT, 생활용품 등 다양한 분야의 인플루언서 섭외
고객 프로모션에 적합한 인플루언서를 매칭

최적화 콘텐츠 가이드라인 제시

브랜드 컨셉과 인플루언서 성격에 맞는
콘텐츠 및 키워드(해시태그) 기획을 통해 SEO 추구

지속적인 댓글 관리

제품 특징, 구매방법 등에 대한 관리를 통해 구매 연결 유도

CORE SERVICE Native AD

"광고인 듯 광고 아닌 듯 그러나 광고!"
더피알은 소비자 친화적 광고, 콘텐츠 같은 네이티브 애드로 소비자의 거부감을 줄이고 광고 효과를 높이고 있습니다.

The Client 제이에스티나 (로만손)

The Client 한세실업

The Client 엘엔피코스메틱 (메디힐)

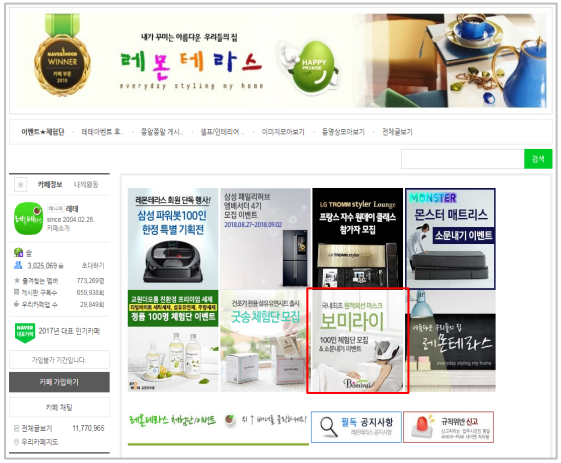
The Client 메가텐

CORE SERVICE

Promotion 100인 체험단 CEM (Customer Experience Management)™

더피알은 자체의 성과 관리형 고객 체험단 프로그램 CEM (Customer Experience Management)을 개발, 제품 Review 형식의 단순 체험단을 넘어 체험단 **참가자들이 체험 Kit 통한 Mission 수행, Quality 높은 진성의 영상, 블로그 등 컨텐츠를 개발** 하는데 역점을 두고 있습니다.

The Client 보미라이 100인 체험단



100인 체험단을 통해 SNS 콘텐츠, 홈쇼핑 활용 콘텐츠, B&A 영상 등 다양한 콘텐츠 확보

The Client 파오 체험단

The Client 오설록 워터플러스 체험단

03

OTHER SERVICE

AD service

AD & Advertorial

방송 PPL

Celeb Marketing

Model

Web field Management

Maximize home shopping sales

OTHER SERVICE AD service _ 공중파 CF 제작

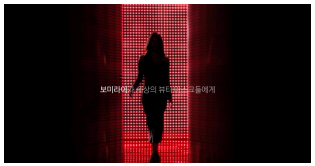
모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

smart cara

The Client 스마트카라

OTHER SERVICE AD service _ 공중파 CF 제작

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.



BOMIRAI

The Client 보미라이

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

Body Make Seat

Style

The Client 스타일

OTHER SERVICE AD service _ 공중파 CF 제작

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

easy·W
Factorial

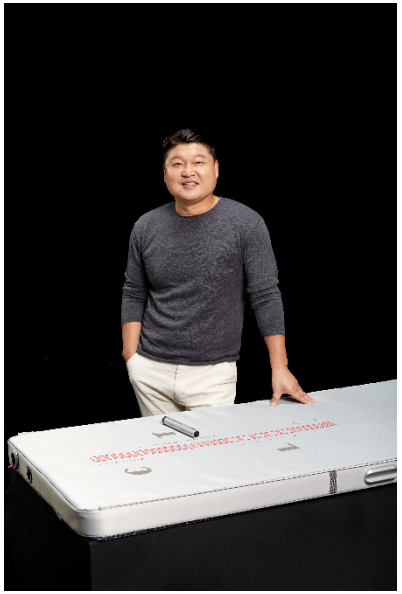
The Client 이지 더블유

OTHER SERVICE AD service _ 지면 광고

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

The Client 스타일

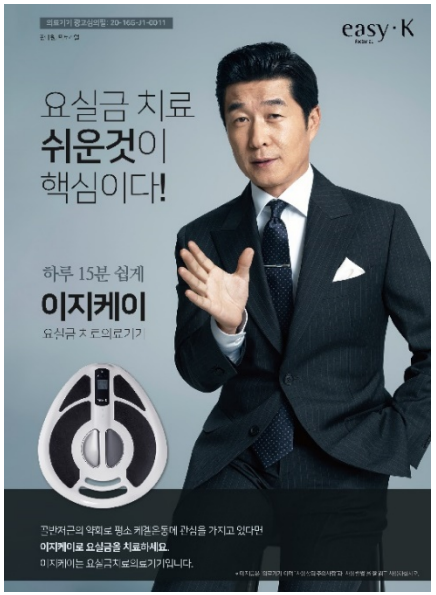
The Client 이지에스 푹잠



OTHER SERVICE AD service _ 지면 광고

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

The Client 이지케이



The Client 이지에스

The Client 이지 더블유

OTHER SERVICE AD service _ 지면 광고

모델 선정 제안, 크리에이티브 컨셉 추출, 촬영팀 섭외, 광고 촬영, 후반작업, 제작까지 가장 강력한 크리에이티브 솔루션을 제시합니다.

The Client 보미라이

The Client 스마트카라

OTHER SERVICE AD service _ 매체 대행 (공중파 TV, IPTV, 라디오, 유튜브, SMR 네이버)

더피알은 코바코, 미디어 크리에이트 등의 **매체 직거래 등록사**로 공중파 TV, Cable TV, IPTV, 온라인매체에 있어
Media Planning Marketing Mix, **광고효과 분석**에 이르기까지 비용 대비 가장 효율적인 매체 운영을 제안, 운영합니다.

The Client 파오

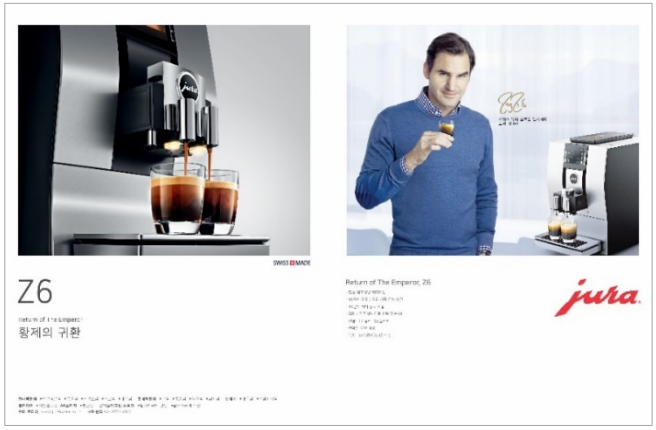
The Client 카사업

The Client 식스패드

The Client 스마트카라

The Client 콜러 노비타

The Client 유라



The Client 타파웨어

OTHER SERVICE 방송 PPL _ 공중파, 종편, 교양, 예능 다큐멘터리, 드라마 PPL

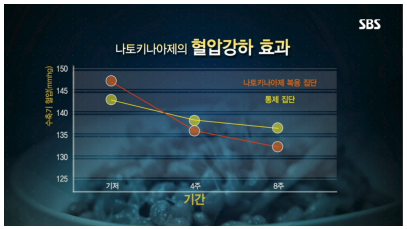
더피알은 최근 3년간 200여 건의 공중파 PPL 실적을 가지고 있습니다.

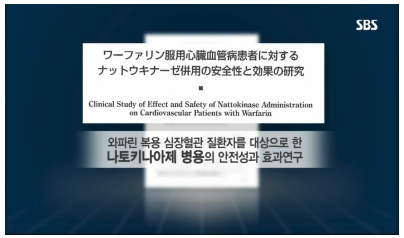
PPL + 바이럴 홈쇼핑 연계 프로그램으로 홈쇼핑 론칭 브랜드의 매출 증폭에 대한 다수의 성공경험을 보유하고 있습니다.

마테 SBS 모닝와이드

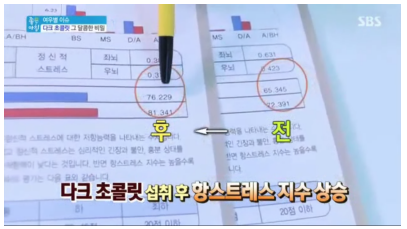
마테 JTBC 닥터의 승부

나토키나제 SBS 다큐스페셜





드림카카오 SBS 좋은 아침



OTHER SERVICE 방송 PPL _ 공중파, 종편, 교양, 예능 다큐멘터리, 드라마 PPL

더피알은 최근 3년간 200여 건의 공중파 PPL 실적을 가지고 있습니다.

PPL + 바이럴 홈쇼핑 연계 프로그램으로 홈쇼핑 론칭 브랜드의 매출 증폭에 대한 다수의 성공경험을 보유하고 있습니다.

유라 SBS 나도 엄마야

유라 SBS 서른이지만 열일곱입니다

유라 SBS 시크릿 마더

OTHER SERVICE 방송 PPL _ 공중파, 종편, 교양, 예능 다큐멘터리, 드라마 PPL

더피알은 최근 3년간 200여 건의 공중파 PPL 실적을 가지고 있습니다.

PPL + 바이럴 홈쇼핑 연계 프로그램으로 홈쇼핑 론칭 브랜드의 매출 증폭에 대한 다수의 성공경험을 보유하고 있습니다.

사우디아라비아 컬쳐위크 MBN 생생정보

아이소이 JTBC 서핑하우스

코리아테크 SBS 정글의 법칙

VIP, 셀럽행사, 팬사인회

The Client 메디힐 모델 현빈 팬사인회

The Client 보미라이 최지우의 뷰티톡톡 행사

OTHER SERVICE Celeb Marketing

VIP, 셀럽행사, 팬사인회

The Client 이서진 팬사인회

The Client 이사배 메이크업쇼

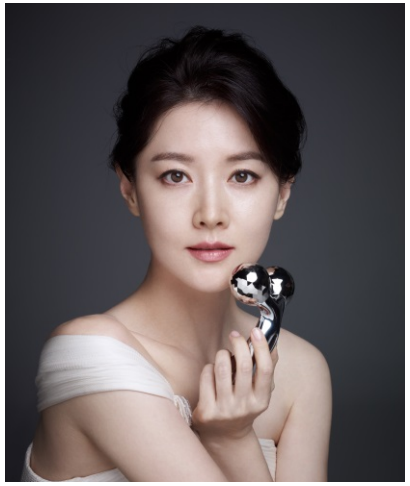
The Client A+E 네트웍스 런칭행사

The Client 이상민 팬사인회

OTHER SERVICE Model

브랜드에 최적화한 **광고 모델**을 추천해 드립니다.
광고모델, 홈쇼핑게스트, 브랜드 인플루언서 등 **모델 선정, 계약진행, 활동 일정관리, 광고 촬영** 까지 ONE STOP으로 **관리**합니다.

The Client 리파 이영애 섭외



The Client 스마트카라 이서진 섭외

The Client 보미라이 최지우 섭외

The Client 스타일 한혜진 섭외

The Client 미라클톡스 박은혜 섭외

The Client 행사 게스트 섭외

The Client 행사 게스트 섭외

The Client 사회자 섭외

OTHER SERVICE Maximize home shopping sales

웹필드 통합 관리

Direct Channel

- 키워드 광고
- Blog
- 카페
- 뉴스
- 지식쇼핑
- 파워링크
- 자동완성
- 연관검색어

Indirect Channel

- 커뮤니티 공략
- 체험단 운영

구매결정

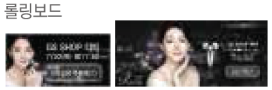
미리주문 유도

자사몰

백화점
온라인 몰

홈쇼핑
미리 주문 확보

- 롤링보드



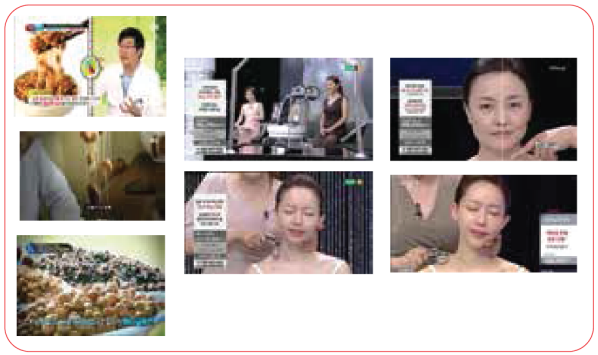
- 모바일 배너

- SMR (영상 광고)

자사 SNS 고지
(인스타그램,
페이스북 광고)

소비자 교육
방송 PPI
(나토키나제 예시)

홈쇼핑 방송



실시간 급상승 검색어

사전/사후
보도자료 포스팅

04

CLIENT

Main client

Other clients

CLIENT Main client

Coca-Cola

iHerb

BOMIRAI

The Miracles of Optimism
KOREA TECH

HANSAE YES24 HOLDINGS

MEDIHEAL

novita
A KOHLER COMPANY

MIZUNO

jura
SWISS MADE

Breville

Factorial

isoi

JEILpetfood

복음자리

CLIENT Other Clients

롯데제과	LOTTE 헬스원	LOTTE DUTY FREE 롯데면세점	롯데물산	OSULLOC	EBS 중학	SBS Plus
Tupperware Brands	ReFa CARAT	TRAINING GEAR SIXPAD	FACIAL FITNESS PAO	easy·K	KB 국민은행	비씨카드
진심의 작품 복음자리 true to the original	Jayson Jone	Le Posy	Ci Rose	유한킴벌리	동보감	STAR 28
Nātuur	NATURALENDO TECH INNOVATION FOR BETTER QUALITY OF LIFE	NS홈쇼핑	동아제약	Samlip	HansungID	SPEAKER AGENCY INFLUENTIAL
Pulmuone 풀무원건강생활	(주)홍가F&B HONGGA F&B.CO.,LTD	ILDONG 일동후디스(주)	Woman's Style 핫선치킨	면사랑	FUNDACIÓN Realmadrid	해양수산부
HYPOXI design your body	직방	VIELTA	KGC 인삼공사	(주)애니닥터헬스케어	A+E NETWORKS	보건복지부 MINISTRY OF HEALTH & WELFARE
지니어스	대한출판문화협회	UNIVERSITY OF ABERDEEN	넨도솔루션	카드의 길을 생각하다 신한카드	한국투자 증권	GEN3
Froli BED SYSTEM	Coleman The Outdoor Company	SEA LIFE Busan	Health Balance 헬스밸런스	MERLIN	Seoulin Medi Care	HANSAE fashion worldwide

CLIENT Other Clients

KIRBY
Electrolux
DECOVIEW TOTAL HOME STYLING & DESIGN
하우슬립 howsleep HOME & BEDDING
DR.GLODERM Better Prescription, Better Beauty
kt
LG전자
LOGONA NATURKOSMETIK
stx
REAL TECHNIQUES by Sam & Nic
GL COMMUNICATIONS
kinder
COSTORY
NOVIS
OSÈQUE
ESTÉE LAUDER
MEGA TEN
GLOBON
smart cara
Reverie
Mosking MOBILE BOOKING
호주정향
VALENCIA TIGERNUTS
peach
네오트랜스주식회사 NEO TRANS CO., LTD
BY JUDITH LEIBER
텐마인즈
jura
rochebobois PARIS
빙그레
PUMA
SOLGAR Since 1947
galaxia COMMUNICATIONS
TIME2PRICE
COSTEL
MODU RENTAL
LG U+
tplus 티플러스
megastudy
SLP
HSU 한성대학교
CKN CORE KNOWLEDGE NETWORKS
사이냅소프트
WIDER PLANET (주)와이더플래닛
세종사이버대학교
EBS Speaking
한국장학재단 Korea Student Aid Foundation KOSAF
ipsi korea 입시코리아
KCIA 사단법인 한국컨설팅산업협회 Korea Consultancy Industry Association
현대메디칼 HYUNDAI MEDICAL
Alcon
SOCURI PASS
Interbrand
DX LINE
창조경제타운
FUTURE ROBOT

05

The PR SUCCESS STORY TOP 14

트위터

코카콜라

보미라이

코리아테크 리파

아이소이

한세 예스24 홀딩스 & 한세실업

유라

아이허브

아모레퍼시픽 오설록

tvN 시그널

브레빌

스마트카라

A+E 네트웍스

코스토리

트위터 언론홍보

Publicity, Interview, Column, Blog Media Co-op
Media Relation, Media Monitoring

더피알,
지는 트위터에서 뜨는 트위터로
SNS 판을 바꾸다

K-POP, Year on twitter, Politic Issue marketing 전략을 통한 유저 증가
S&M 활동지원 부정이슈 최소화

- 조선, 중앙, 동아 등 메이저 언론사 기획 기사, 인터뷰 등을 통해 긍정적인 트위터 기사 노출, 트위터가 대세 SNS임을 입증
- 트위터, '화제의 키워드'를 통한 Issue marketing
- 트위터의 Sales service 및 세미나 기사화
- 본사 한국대표 CEO(Jack Dorsey)인터뷰 arrange
- 임직원 대상 Media training service
- 더피알 마케팅 Talk에 Twitter Session 진행

중앙일보

2018년 02월 02일 금요일 B02면 경제 30.3 x 10.2 cm

"방탄소년단 일상 궁금하면 트윗하세요"

신창섭 트위터 코리아 대표
검색 기능 강화 다른 SNS와 차별화
파트너십 넓혀 콘텐트 확장 보장

세이블즈(한국)와 파이스페이스·프렌드스터(미국)의 공통점은 소비자들의 외면을 받고 순식간에 몰락한 소셜미디어라는 점이다. 소셜미디어 시장은 새로운 기능을 갖춘 경쟁사들이 속속 생겨나기 때문에 기존에 시장 우위를 점하고 있던 사업자도 단시간에 사용자를 현격한에 잃을 수 있는 특징이 있다. 신창섭(사진) 트위터 코리아 대표는 최근 중앙일보와의 인터뷰에서 "지진 같은 재난이 일어났을 때, 특정 기업·제품에 대한 소비자들의 생생한 반응을 보고 싶을 때 트위터만 한 것이 없다"며 "강력한 검색 기능까지 갖췄다는 점에서 트위터는 다른 소셜미디어와 차별화되는 경쟁력을 가지고 있다"고 설명했다.

2006년 미국에서 처음 생긴 트위터는 설립 후 13년째 월활성사용자수(MAU)를 계속 늘리왔다는 점에서 페이스북과 다불어 몇 안 되는 '장수 소셜미디어'로 꼽힌다. 페이스북·인스타그램 등 경쟁사들의 활약이 이어지는데도 사용자 수가 꾸준히 증가하고 있다. 도널드 트럼프 미국 대통령(팔로워 4700만 명)과 국내 아이돌 그룹 방탄소년단(팔로워 1200만 명)은 하루에도 여러 건의 트윗을 올리며 소통한다.

"모든 흥하는 소셜미디어에는 사람들이 '나 좀 봐줘'(look at me)라는 욕망이 강한 콘텐트들을 많이 올린다. 트위터는 이와는 다르게 '저걸 봐줘'(look at that)라는 의미가 강하다. 트위터에서는 자신의 개인 사보다도 정치·스포츠·문화 등 공공재의 성격이 강한 콘텐트들을 많이 올린다."

신 대표는 "트위터는 자신이 원래 알고 있던 지인 네트워크를 강화하는 것보다는 모르는 사람들과 같은 주제에 대해서 의견을 나누는 데 방점이 찍혀 있다"고 설명했다. 신 대표는 "전 세계에서 가장 많이 언급되는 트위터 계정 순위에 방탄소년단(19위)·세븐틴(29위)·몬스타엑스(94위) 등 한국 아이돌 그룹들이 포진해있다"며 "유명 인사들의 일상을 실시간으로 지켜볼 수 있다는 것도 트위터의 매력"이라고 설명했다.

테러나 지진 같은 재해 상황에서 가장 빠르게 정보가 전파되는 곳도 트위터다. 지난해 11월 15일 포항에서 지진이 났을 때도 2분 만에 '#방금지진' '#재난문자'와 같은 해시태그와 함께 지진 상황을 공유하는 트윗들이 올라오기 시작했다. 같은 시간 포털들의 실시간 검색어 1위는 아직까지 '수능 예비소집'이었다.

일본은 그동안 동일본 대지진 이후 트위터를 쓰는 사람들이 많이 증가했다. 한국과 달리 일본에서는 페이스북보다 트위터 사용자가 더 많은 이유이기도 하다.

연화·음식·게임 등 세부 주제에 대한 콘텐트가 고르게 올라오는 것도 일본 트위터 사용자들의 특징이다.

"많은 일본 사람들은 라면을 먹으러 갈 때 트위터에서 '베스트 라멘집'을 검색해 본다. 트위터에 리뷰를 많이 쓰니 믿을 만큼 데이터베이스가 많아지고 선순환이 이뤄졌다."

국내에서 트위터의 인기가 예전보다 못하다는 반응에 대해서 신 대표는 "2천등만 사용자를 꾸준히 유지해오고 있는 데다 영향력 있는 파워 유저들이 트위터를 계속 쓰고 있다는 점에서 의미가 있다고 본다"며 "콘텐트가 따랑 분야를 매우기 위해 여러 기관과 파트너십을 맺고 있다"고 설명했다. 하선영 기자

dynamic@joongang.co.kr

매일경제

2018년 02월 10일 토요일 A08면 국제 19.0 x 12.2 cm

트위터 날았다

글자수 제한 2배 늘린후
작년 4분기 순이익 992억
사상 첫 분기 흑자 기록

트위터가 글자 수 제한을 확대하면서 회사 설립 후 처음으로 분기 흑자를 기록해 업계의 이목이 집중됐다. 트위터의 약진으로 그동안 소셜미디어 업계 광고 시장을 점령해온 페이스북과 구글이 바짝 긴장하고 있다.

트위터는 8일(현지시간) 작년 4분기에 9100만달러(약 992억8100만원)의 순이익을 기록했다고 발표했다. 트위터가 2013년 상장된 이후 분기 흑자를 낸 것은 이번이 처음이며 2016년 4분기 때 1억6700만달러 적자를 기록한 것과 비교했을 때 놀랄 만한 성적을 거둔 것이다.

해당 분기 매출액도 전년 동기 대비 2% 상승한 7억3200만달러로 시장 예상치인 6억8600만달러를 웃돌았다. 지난해 일일 이용자 수와 월간 이용자 수는 각각 전년 동기 대비 12%, 4% 증가한 것으로 집계됐다.

실적이 발표되자 뉴욕 증시 급락세에도 트위터 주가는 한때 29%가량 급등했다. 종가도 전날보다 12.11% 상승한 주당 30.18달러를 기록했다.

이 같은 트위터의 재도약은 글자 수 제한을 두 배로 확대하며 더 많은 이용자를 끌어모은 것이 광고수익 증가로 이어진 데서 비롯됐다는 분석이 우세하다. 트위터는 지난해 기존 140개 글자 수 제한을 280개로 늘렸다.

파이낸셜타임스(FT)는 "트위터의 글자 수 제한 확대 정책이 광고주에게 매우 좋은 소식으로 작용했다"고 전했다. 이용자들이 더 많은 시간을 트위터에서 보내게 되면서 그만큼 광고에 더 노출됐기 때문이다.

잭 도시 트위터 최고경영자(CEO)는 "글자 수 제한을 늘린 뒤 트윗 분량이 길어진 것도 있지만 전체 트윗 글, 리트윗 개수와 폴로어 수도 급격하게 증가했다"며 "트위터 플랫폼을 이용하는 사람이 더 많아지고 있다는 것"이라고 말했다.

FT는 전날 또 다른 소셜미디어 스냅이 광고 매출 확대로 인한 깜짝 수익을 발표한 것에도 주목했다. 트위터, 스냅 등이 예상외로 광고 매출에서 선전하면서 그동안 소셜네트워크서비스(SNS) 광고 시장의 75% 이상을 차지했던 구글과 페이스북의 지위가 흔들리고 있기 때문이다.

실제로 구글과 페이스북은 투자자들의 광고 수익 감소에 대한 우려가 커지자 주가 하락세를 면치 못하고 있다. 김하경 기자

'트위터' 잭도시 방한 기념 PRESS EVENT 진행

PR EVENT

잭도시,
문재인 대통령 만남 이어
국내 기자들 만나다!

문재인 대통령, 여성단체, ,K-POP스타, 국내 언론사 등
다양한 각계각층과의 만남을 통해 트위터코리아의 위상을 알리다

- 조선, 중앙, 동아 등 메이저 언론사 기사 및 JTBC, KTV, 연합뉴스 등 방송을 통해 잭도시 방한 소식과 함께 긍정적 트위터 기사 노출
- 행사 기획 및 운영
- 기자 초청 및 방송 어레인지
- 여성단체, K-pop 스타와의 만남 운영 및 기사화

朝鮮日報

2019년 03월 23일 토요일 A25면 사람들 24.7 x 17.4 ㎝

"K팝은 트위터 부활의 주역… 작년 트윗만 53억건"

트위터 창업자 잭 도시 CEO
지난해 4분기 사상 최대 매출
"빠른 소통, 공론의 장으로서 기능
부적절한 계정은 AI로 차단하기도"

"트위터의 부활은 K팝 스타들과 팬들이 '하드캐리(Hard Carry·주인공 한 명이 승리를 주도했다는 뜻의 게임 용어)' 했다고 해도 과언이 아닙니다."

22일 오전 서울 중구 신라호텔 영빈관. 덥수룩한 수염에 검은색 모자를 쓰고 기자 간담회장에 나타난 잭 도시(43) 트위터 창업자는 "K팝이 트위터를 젊고 활기찬 플랫폼으로 만들었다"며 이같이 말했다.

트위터는 2006년 창업 뒤 승승장구하다가 2010년대에 하락기를 맞았다. 페이스북과 인스타그램 같은 경쟁 업체가 치고 올라왔고, 자체 수익 모델 개발에 실패한 탓이다. 도시는 요가에 심취하고 패션 모델로 활동하면서 일을 소홀히 한다는 이유로 2008년 CEO 자리에서 쫓겨났다가, 경영난이 심화된 2015년 복귀했다.

도시는 "K팝 팬들이 트위터를 사랑하는 이유는 그 어떤 소셜미디어보다 훨씬 빠르게 소통할 수 있기 때문"이라고 말했다. 트위터 특유의 짧은 문장으로 대화하는 형식이 스타와 팬 사이를 더욱 가깝게 만들어준다는 것이다. 작년 트위터에서 발생한 K팝 관련 트윗은 53억건이었다. 같은 해 러시아 월드컵 관련 트윗(6억7000만건)의 8배다. 작년 세계에서 트윗이 가장 많은 계정은 방탄소년단이었다.

박상훈 기자

22일 서울 중구 신라호텔 영빈관에서 가진 기자간담회에서 잭 도시(43) 트위터 창업자는 "K팝 덕분에 트위터에 젊은 이용자들이 늘어났다"며 "K팝 스타와 팬들이 트위터의 부활을 이끌었다"고 말했다.

트위터는 지난 2017년 4분기에 창업 12년 만에 첫 흑자를 냈고, 지난해 4분기엔 사상 최대 매출인 9억900만달러(약 1조원)를 기록했다. 트위터는 올해 K팝 가수와 함께하는 생방송을 작년 34회에서 50회로 늘릴 계획이다.

도시는 "트위터는 결국 여러 사용자에게 공론의 장을 펼쳐주는 게 주된 기능"이라고 했다. 최근 한국에서 소셜미디어를 사용해 학교 내 성폭력 사태를 고발하고 실제 수사로도 이어진 '스쿨 미투'를 사례로 들며 "트위터가 불의에 맞서는 통로로 이용된 점이 자랑스럽다"고도 했다.

또 "도널드 트럼프 미국 대통령과 같이 트위터를 많이 사용하는 정치인에 대해 어떻게 생각하느냐"는 질문에 대해 "세계 지도자들의 목소리를 솔직하게 들을 수 있는 점을 중요하게 생각한다"며 "문재인 대통령도 트위터를 통해 열린 대화를 하고 있는 것으로 알고 있다"고 대답했다. 또 트럼프 대통령이 트위터를 통해 부적절한 발언을 하는 데 대한 입장을 묻자 "정치인과 연예인들이 어떤 내용을 트윗할지 강요할 수 없다"고 답했다.

도시는 "온 회사가 가짜 뉴스와 악성 트윗을 검열하는 데 힘을 쏟고 있다"고 했다. 트위터는 지난 16일 뉴질랜드에서 총기 테러 사건이 일어난 직후 이를 옹호하는 내용이 올라오며 곤욕을 치렀고, 북한 관련 가짜 뉴스를 생성하는 계정이 버젓이 활동하는 문제들이 지적돼 왔다. 그는 "AI(인공지능)를 사용해 불쾌한 내용을 잡아내는 속도를 늘리겠다"고 말했다. 트위터는 매주 부적절한 계정을 800여만개씩 차단하고 있다.

오로라 기자

Coca-Cola

'코카콜라' 브랜드 언론홍보

Publicity, Media Relation, Media Monitoring

아데스, 미닛메이드 식이섬유&플라워 론칭, 성공적!

공격적인 언론홍보로 단기간 론칭 이슈화!
트렌디한 음료로 자리매김

- 보도자료 및 다양한 기획자료로 다수의 지면, 온라인 매체 커버리지 확보하는 등 공격적 론칭 PR 진행
- 신제품 특성에 따른 다양한 기획 앵글 개발
- 활발한 미디어 미팅으로 지속적 관계 유지
- 일간지, 경제지, 온라인지 비롯 매거진 등 매체에 제품 샘플링 진행

朝鮮日報 2019년 7월 16일 화요일 C07면 특별기획 28.3 x 34.5㎝

코카콜라 신제품 음료들

풍부한 맛과 향은 기본 영양에 기능성 원료 더해

"우리는 소비자와 함께 시작해야 한다.
소비자를 중심에 두고 브랜드 포트폴리오를 다양하게 확장해야 한다는 사실은 분명하다.
소비자가 움직인다면, 우리 역시 움직여야 한다."
제임스 퀸시 코카콜라 컴퍼니 최고경영자(CEO)는 종합음료회사로서의 도전과 혁신을 강조한다.
전 세계적으로 500여개 브랜드와 4300여개 제품을 보유한 코카콜라는
지난해에만 600여개의 신제품을 선보였다.
코카콜라는 사람들의 다양한 삶의 모습과 트렌드를 반영한 제품을 내놓으면서
새로운 형태의 음료 문화를 만들어가고 있다.
풍부한 맛과 향은 기본이고 현대인의 음식문화에서 결핍되기 쉬운 영양소를 더하거나
기능성 원료를 첨가해 건강까지 챙긴다.
맛과 시원함을 강조하는 데에서 더 나아가 음료를 마셔야 하는 이유까지 제시하는 것이다.

◇상쾌한 하루의 시작은 식이섬유 한 컵으로

변비로 고민하는 사람이 가장 먼저 찾는 식이섬유는 채소, 과일, 해조류에 많이 들어 있는 섬유질이다. 포만감이 크고 음식물의 흡수를 더디게 해 과식을 예방하고 콜레스테롤을 걸러내는 역할을 한다. 필수 영양소는 아니지만, 대장 운동을 촉진해 배변 활동을 돕는 등 건강에 이롭다. 평소 식이섬유 섭취가 부족하다고 느낀다면, 아침마다 식이섬유가 함유된 음료를 섭취하는 것이 도움된다.

코카콜라는 최근 세계 1등 주스 음료 브랜드인 '미닛메이드'의 신제품 '미닛메이드 식이섬유'를 출시했다. 일상생활 속에서 잘 챙겨 먹기 어려운 식이섬유를 과일 믹스와 함께 간편하게 섭취할 수 있는 제품이다. '미닛메이드 식이섬유'의 300㎖ 페트형 제품에는 식이섬유 5g이 들어 있다. 하루 권장 섭취량의 20%에 달한다. 제품은 '오렌지&망고'와 '사과&크랜베리'의 2종으로 구성돼 취향에 따라 골라 마실 수 있다. 주요 과일 원료 외에도 청포도, 배 등을 넣어 상큼한 맛을 더했다.

코카콜라 제공 '미닛메이드 식이섬유' 300㎖ 제품.

◇아몬드·비타민 E로 출출할 때마다 든든하게

아침 식사는 뇌에 에너지원을 공급해 활력을 더한다. 바쁜 일상 때문에 아침 식사를 걸러야 한다면 간편하게 영양소를 챙길 수 있는 음료를 추천한다. 식물성 음료 시장의 성장 가능성에 주목한 코카콜라는 지난 2017년 브라질, 멕시코, 아르헨티나 등 남미 지역에서 식물성 원료 음료로 잘 알려진 브랜드 '아데스(AdeS)'를 인수했다. 지난해 아몬드로 만든 동명의 씨앗 음료 브랜드를 우리나라에 선보였다. 캘리포니아산 아몬드를 사용한 아데스는 아몬드의 고소한 맛을 즐길 수 있는 제품이다. '아데스 아몬드 오리지널'과 초콜릿의 달콤한 맛을 더한 '아데스 아몬드 초콜릿' 2종으로 구성됐다. 아몬드 영양소와 비타민 E 등 성분이 함유돼 있다. 열량 부담이 적어 바쁜 아침이나 늦은 밤 출출한 시간에 식사 대용, 간식으로 적당하다. 식물성 원료를 주원료로 활용해 우유 알러지가 있는 사람도 부담 없이 즐길 수 있다.

'아데스 아몬드 오리지널' 제품.

◇난소화성말토덱스트린, 식후 혈중 중성지질 개선에 도움

서구화된 식생활로 인해 높은 혈당, 혈중 지방 농도, 비만, 성인병 등이 우려된다면 식후에 차를 챙겨 마시는 것이 좋다. 녹차, 우롱차, 홍차 등이 콜레스테롤과 혈당을 낮추는 효과가 있는 것으로 알려졌다. 코카콜라의 '태양의 신체건강 W 난소화성말토덱스트린'은 식후에 간편하게 즐기기 좋은 건강기능식품 음료다. 주원료인 난소화성말토덱스트린은 배변 활동과 혈중 중성지질 개선, 식후 혈당 상승 억제 등 기능성을 인정받은 성분이다. 하루 권장 섭취량의 51%에 달하는 12.7g의 식이섬유가 들어 있다. 부원료로는 녹차, 우롱차, 홍차 등 세 가지 차 성분이 들어 있어서 식사 이후 가볍게 마시기 좋다.

'태양의 신체건강 W 난소화성말토덱스트린' 제품.

◇맹물 싫다면 저칼로리 워터로 수분 보충

신체 활동에 필수적인 물은 건강뿐만 아니라 다이어트와도 밀접하게 관련돼 있다. 갈증을 느끼기 전에 미리 수분을 보충하는 것이 중요하다. 만약 맹물을 계속 마시기가 부담스럽다면 은은한 향이 있는 차 제품이나 열량이 낮은 워터 음료가 대안이 될 수 있다.

코카콜라사의 '토레타!'는 피부 미용과 건강에 관심이 많은 젊은 소비자층을 겨냥해 로즈힙 추출물을 더한 '토레타! 로즈힙워터'를 새롭게 선보였다. 500㎖. 기존 32㎖에 불과해 기존 '토레타!'보다 열량이 낮다. 로즈힙 추출물 특유의 상큼한 맛 덕분에 물 대신 부담 없이 마실 수 있으며 수분이 손실되기 쉬운 여름철, 건강관리에도 도움을 준다.

'토레타! 로즈힙 워터' 500㎖ 제품.

◇상큼한 맛과 향기로 오후에도 활력 있게

지치고 늘어지기 쉬운 오후 시간, 활력을 높이고 싶다면 맛이 풍부하고 향기도 좋은 블렌딩 음료를 추천한다.

'미닛메이드 플라워'는 상큼한 과즙에 꽃향기를 더해 바쁜 일상 속에서 기분을 전환하는 데 도움을 줄 수 있다. 꽃과 과일을 블렌딩한 음료로 가벼운 청량감을 즐길 수 있으며 은은한 꽃 내음과 달콤하고 상큼한 과일 맛을 동시에 즐길 수 있다. 벚꽃 추출물과 사과 과즙이 블렌딩된 '미닛메이드 플라워 벚꽃&사과', 장미향과 포도 과즙이 블렌딩된 '미닛메이드 플라워 장미&포도'의 2종으로 출시됐다. 향과 맛을 직관적으로 표현한 화려한 색감의 포장이 보는 재미를 더했다.

장지훈 기자

'미닛메이드 플라워 장미&포도' 350㎖ 제품.

BOMIRAI

‘보미라이’ IMC 캠페인

Publicity, Interview, TV CF, Digital AD, Viral/Buzz Marketing,
Event Promotion, Consumer Experience, Media Relation, Media Monitoring

—

뷰티 마스크의 시장을 흔들다 신흥강자 ‘보미라이 마스크’

기존 뷰티 마스크 시장의 2강 구도를 3강 구도로 정립

- 주요 언론사 원적외선 보미라이 마스크 론칭 기사 다량 노출을 통해 브랜드 이슈화
- 모델 섭외 및 TVC, 지면 광고 촬영과 온에어로 소비자 대상 브랜드 인지도 확산
- 기획 기사 피칭을 통해 후발주자 보미라이를 뷰티 마스크계 3강 구도로 정립
- 대표 인터뷰 arrange로 기업 및 브랜드 인지도 제고, 기술력 확산
- 소비자 100인 체험단 진행을 통해 자발적인 제품 효과 확산
- 주요 포털 온라인 DA 집행
- 모델 오프라인 행사 진행
- 소비자 대상 대규모 온라인 프로모션 진행

2019년 1월 30일 수요일 015면 조선 24.3 x 22.7㎝

연 5000억… 판 커진 ‘뷰티 기기 전쟁’

파나소닉코리아도 출사표

파나소닉, 신제품 4종 출시
이만정 앞세워 공격 마케팅 예고

다기능 뷰티마스크 판매 경쟁 속
최지우·이나영·강소라 등
톱 여배우 모델 경쟁도 후끈

에스테틱 효과를 집에서 누릴 수 있는 뷰티 디바이스 시장이 연초부터 뜨겁다. 파나소닉코리아가 국내 시장에 출사표를 내면서 본격적인 경쟁에 불을 지폈다. 파나소닉코리아는 배우 이미정을 모델로 내세워 공격적인 마케팅도 예고했다. 뷰티 마스크로 성장한 국내 뷰티 디바이스 시장에 선문이 강림고 있다.

뷰티 디바이스 시장 매년 10% 성장

29일 업계에 따르면 파나소닉코리아는 최근 뷰티 디바이스 신제품 4종을 출시했다. 클렌징 브러시·페이셜 스팀기·이온 이어테크·초음파 리프팅 등으로 메이크업 제거나 불룬 피부 톤 조절과 보습, 리프팅 등의 효과도 볼 수 있다. 신제품 출시 현장에는 모델 이민정이 등장해 힘을 싸아냈다.

20.6년 기업이 온라인 스토어를 운영하며 뷰티 디바이스 시장에 뛰어든 이두리 멕시코는 제품 수출 지난해 2개에서 6개까지 늘리며 국내 시장 사수에 전력을 다하고 있다.

뷰티 디바이스는 오픈마켓 옥션이 집은 올해의 쇼핑 인기 아이템 중 하나다. 옥션은 홈뷰티(홈) 전기로 뷰티 디바이스가 강세를 보일 것으로 분석했다. 실제 국내 뷰티 디바이스 시장은 2013년 800억원에서 지난해 5000억원으로 커졌다. 연간 10%가량 고성장을 거듭한 셈이다.

뷰티 디바이스 시장을 이끌고 있는 품목은 뷰티 마스크다. 뷰티 마스크는 뷰티케어 종소기업 '부자기'가 2015년 뷰티 박람회에 '셀리턴' LED 마스크를 출품하면서 인지도를 끌기 시작했다. 2017년 본격적으로 인기를 끌면서 그해 300억원의 매출을 기록했다. 한번 쓰고 버리면 약 3만원 가량한 수치다.

전자파 걱정 없는 '원적외선 마스크'도

뷰티 마스크 시장의 불씨를 키운 건 LG전자다. 2017년 9월 대기업으로는 최초로 '미라 LED 마스크'를 출시하며 시장에 불기를 불러왔다. 이후 LED 마스크는 물론에 마스크를 장으면 발광다이오드(LED)에서 뿜어 나와 피부를 관리하는 방식이다. 미라 LED 마스크는 작년 11월 이베이코리아가 G3옥션 죽전에서 진행한 연중 최대 쇼핑 축제 '빅스마일데이'에서 약 12억원의 매출을 올리기도 했다.

보미라이는 국내 최초로 원적외선을 사용하면서 차별화를 꾀했다. 원적외선을 활용해 민지피부 적정이 없는 것이 특징으로 LED 제품과 남리 차원 서 눈부심 현상이 없어 안전하고 간편하게 피부 관리를 할 수 있는 것이 특징이다.

뷰티 마스크의 인기가 높아지면서 모델 경쟁도 치열하다. 아나운서 강소라, 최지우 등 국내 대표라 하는 톱 여배우들이 모델로 활동하고 있다. LG전자의 미라 LED 마스크는 '강소라 마스크'는 별명으로 불리기도 한다. 최지우는 보미라이의 모델로 활동 중이다.

업계 관계자는 "뷰티 마스크는 가격이 비싼 편으로, 고가제품 대안을 찾기 늘어 다수에 찾는 소비자들이 많지 않았지만 최근 다양한 기능을 추가하면서 수요가 늘고 있다"며 "소비자들 는 늘어를 충족하는, 다양한 신기술을 접목한 뷰티 디바이스 출시가 가속될 것"이라고 말했다. 송학호 기자 junhi@

이투데이 2019년 4월 11일 목요일 012면 송기/엔치 12.5 x 30.4㎝

‘홈뷰티 마스크’ 전쟁

홈 뷰티 산업이 급성장하면서 뷰티 기기 시장에서 중소기업 간 경쟁이 치열하다. 여기에 사업 다각화 고민이 빠진 가전, 뷰티 업체들도 뷰티 기기 시장에 속속 발을 들이고 있다.

10일 LG경제연구소에 따르면 국내 가정용 뷰티 기기 시장은 지난해 4500억 원 규모로 성장했고 최근 3년 동안 매년 약 10%씩 성장했다. 올해도 10% 이상 성장해 5000억 원을 가뿐히 뛰어넘을 전망이다.

관련 업계에 따르면 뷰티 기기 시장의 약진이 뚜렷한 가운데 중소기업들이 두각을 나타내고 있다. 시장 1위는 LG전자가 차지하고 있다. 이에 맞서는 2위 업체는 중소기업 셀리턴이다. 셀리턴 LED 마스크는 2017년 1월 정식 출시돼 그해 9월 LG전자의 LG프라엠보다 출시일에선 앞섰다. 셀리턴은 출시 1년이 넘은 지난해 3월 배우 강소라를 모델로 기용하며 늦깎이 마케팅에 나섰고, 지난해 매출액은 650억 원을 기록했다. 2017년 309억 원에서 두 배 넘게 성장한 규모다. 올해 매출액은 1000억 원을 넘길 것으로 보고 있다.

일명 '최지우 마스크'로 알려진 보미라이는 자동차 부품업체 진영R&S가 만든 원적외선 마스크 브랜드다. 지난해 10월 출시된 보미라이는 국내 최초 원적외선 마스크다. 원적외선 빛은 인체 온도에서 90.2%의 방사율로 피부 진피층까지 흡수돼 피부 재생을 돕는다. 보미라이는 "기존 2강 구도의 뷰티 기기 마스크 시장 판도를 흔들고 3파전 형성에 불을 지피고 있다"고 자평했다.

보미라이는 최근 유통 채널 확대에 집중하고 있다. 지난달 신세계의 오프라인 면세점 3곳과 온라인 면세점에 입점했고, 신라 인터넷 면세점에도 입점했다. 이달에는 롯데하이마트 온라인 쇼핑몰에 입점해 전자제품 전문 쇼핑몰까지 유통망을 넓혔다.

셀리턴 LED 마스크(위)와 보미라이 원적외선 마스크.

‘셀리턴’ 배우 강소라 모델 기용
작년 매출액 650억 두 배 껑충

‘보미라이’ 원적외선 마스크
온라인 면세점 등 유통망 확대

지난해 12월 진출 ‘자이글’은
국내 첫 산소케어 마스크 개발

적외선 가열조리기 '자이글 그릴'로 유명한 자이글도 지난해 12월 뷰티 산업에 진출했다. 자이글은 국내 최초 산소뷰티케어 마스크인 'ZWC 산소뷰티 마스크'를 개발·출시했다. 이 제품은 산소를 피부에 직접 분사하는 방식으로 집에서 15분 정도만 투자하면 산소테크미를 할 수 있다.

지난해 매출의 97.9%가 자이글 그릴에서 발생한 자이글은 지난해 매출액이 전년보다 32% 줄어든 558억 원을 기록했다. 영업이익도 2017년 59억 원에서 적자 전환해 64억 원의 손실을 냈다. 이 같은 부진에서 벗어나고자 자이글은 뷰티 마스크 출시와 함께 올해에는 화장품 단독 론칭도 준비하고 있다.

교원그룹의 건강가전 브랜드 교원웰스도 이달 '웰스 LED 마스크'를 출시하며 홈 뷰티 시장에 출사표를 던졌다. 셀리턴과 전략적 제휴를 맺은 교원웰스는 웰스 전용 LED 마스크 모델을 개발해 선보인다. LED 마스크 출시를 시작으로 웰스는 홈 뷰티 기기 렌털 라인업을 새롭게 구축하며 홈 뷰티 시장 공략에 나설 것이라고 포부를 밝혔다.

바디프랜드도 올해 상반기 내로 LED마스크를 출시한다. 지난해 기준 바디프랜드의 안마의자 매출은 3874억 원으로 전체 매출의 82% 차지한다. LED 마스크는 사업구조의 다각화 방편이 될 것으로 보인다. 이시민 기자 aaaa3469@

ReFa

'리파' IMC 캠페인

TV CF, Publicity, Press Conferences, Magazine AD, Digital AD, Mobile AD, SNS Management(Blog, Facebook, Kakao), Viral/Buzz Marketing, Media Co-op, Media Relation

리파하면, 나도 이영애?

이영애 롤러, 단일품목 800억 매출 (홈쇼핑 뷰티 신화 Item)

- 페이스 롤러 리파 캐럿 런칭 홍보전략 수립 및 미디어간담회 진행
- 홈쇼핑 매출 극대화 전략 수립 및 온/오프라인 프로모션, 광고 집행
- 배우'이영애'모델 섭외 및 TV CF 지원
- 보도자료 개발/배포 및 기획기사 피칭, CEO 인터뷰 등 언론홍보
- 방송, 매거진 등 다각적 매체 활용 PPL/애드버토리얼
- 페이스북, 블로그, 카카오 옐로 페이지 운영 및 바이럴 컨텐츠 관리
- 블로거 초청 간담회 등 바이럴/버즈 마케팅
- '이영애' 리파 캐럿 인지도 제고, 페이스 롤러 대표 브랜드로 자리매김

isoi

'아이소이' 언론홍보

Publicity, Media Relation, Media Monitoring

아이소이 = 착한성분 = 효과 다각적으로 알린 더피알

일간지/경제지/매거진 등 파급력있는 주요 매체에
브랜드 이슈 및 아이덴티티를 알리는 기사 노출 확대

- 주요 일간지/경제지/온라인 언론사 보도 기사를 통해 아이소이의 긍정적 기업 이슈 및 신제품, 주요 행사 등 기사 노출 多
- 시즌/트렌드 이슈 활용 다양한 기획기사 발굴로 수많은 뷰티 브랜드 중 아이소이 입지 강화
- 주요 제품 리뷰 기사 피칭을 통해 아이소이의 천연성분 및 효과 부각
- 주요 패션지/여성지 등 타깃 매거진 매체 미디어라운딩 및 기획 코너 제품 협찬 피칭을 통해 아이소이 신제품 및 주력제품 노출 다각화

HANSAE YES24 HOLDINGS HANSAE fashion worldwide

‘한세예스24홀딩스 & 한세실업’ 언론홍보

Publicity, Media Relation, Media Monitoring

더피알, 한세그룹에 대한 인식을 바꾸다

언론사와의 긴밀한 릴레이션쉽 강화를 통한
기업 긍정이슈 극대화, 부정이슈 최소화

- 주요 메이저 언론사 기획 기사 피칭 및 취재 arrange를 통한 한세그룹 긍정 이슈 확대
- CSR, 채용, 행사 등 기업 이슈 보도 기사 노출 확대
- 부정 이슈 대응 프로세스 통한 위기 관리
- 네이티브 애드 기획 콘텐츠를 통한 긍정적 기업 이미지 구축

東亞日報

한세실업, 친환경 원단의류 판매수익 10% 기부

“유해물질 배출 줄여
지속가능 경영 박차”

글로벌 패션 의류기업 한세실업이 국내 패션업계 처음으로 친환경 원단 의류 판매 수익 일부를 친환경 단체에 기부하는 캠페인을 벌여 는 길을 끌고 있다. 한세실업은 지난달부터 국제 인증을 받은 친환경 원단으로 제작한 의류 판매 수익의 10%를 기부하는 '10% FOR GOOD' 캠페인을 벌이고 있다.

한세실업은 국제적인 친환경 섬유 인증기관 BCI와 오코텍스 스텐더드 100 인증을 받은 섬유, 그리고 컨트롤 유니언 등의 인증기관에서 재활용, 유기농 인증을 받은 원단으로 만든 의류 판매 순수익의 10%를 친환경 관련 단체에 기부하고 있다.

가장 먼저 기부를 진행한 곳은 네덜란드 비영리 재단인 오션클린업. 이 재단은 하와이와 미국 캘리포니아주 사이 태평양 해상의 거대 쓰레기섬에 떠다니는 플라스틱 쓰레기를 수거하는 프로젝트를 진행 중이다. 김익환 한세실업 대표는 “소비자들에게 오랫동안 신뢰받는 기업이 되기 위해 유해 물질 배출과 물, 전기, 석탄 사용을 줄이는 지속 가능 경영에 박차를 가할 계획”이라며 “앞으로 고객, 파트너사와 협력할 수 있는 혁신적인 방법을 계속 모색하겠다”고 밝혔다.

한세실업은 국내 패션업계 처음으로 친환경 원단 의류 판매 수익 일부를 친환경 단체에 기부하는 '10% FOR GOOD' 캠페인을 벌이고 있다. 국제 인증을 받은 친환경 원단으로 제작한 의류 판매 수익의 10%를 기부하는 캠페인이다. 한세실업 제공

의류 기업의 친환경 캠페인은 국내만의 일이 아니다. 친환경 글로벌 아웃도어 브랜드를 표방하는 '파타고니아(Patagonia)'는 4월 친환경적인 기업에만 플리스 조끼를 팔겠다고 밝혀 화제가 됐었다. JP모건, 체이스 등 미국 월스트리트 기업 로고가 새겨진 파타고니아 조끼는 입고 다니는 자체만으로 미국 금융인들의 자부심으로 통했다. 매년 매출의 1%를 환경 보호를 위해 기부하는 파타고니아가 친환경 기업에만 제품을 판매한다는 방침을 밝히면서 월스트리트저널(WSJ)은 “파타고니아 조끼를 구매하려면 각 회사는 친환경 기업임을 증명해야 하는데, 이는 월가를 패닉 상태로 만들었다”고 보도하기도 했다.

주성원 기자 swon@donga.com

‘유라’(JURA) IMC 캠페인

Publicity, AD, SNS Management(Instagram), Magazine AD, Viral/Buzz Marketing, Media Co-op, Naver Brand AD

테니스의 황제, 로저페더러가 유라의 글로벌 앰배서더?

- 주요 메이저 언론사 기획 기사 피칭 및 취재 arrange를 통한 한세그룹 긍정 이슈 확대
- CSR, 채용, 행사 등 기업 이슈 보도 기사 노출 확대
- 부정 이슈 대응 프로세스 통한 위기 관리
- 네이티브 애드 기획 콘텐츠를 통한 긍정적 기업 이미지 구축

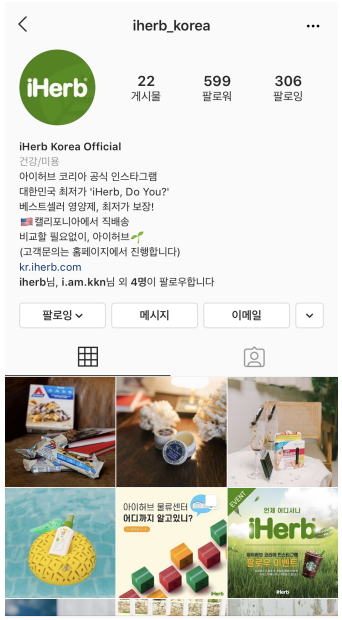
iHerb

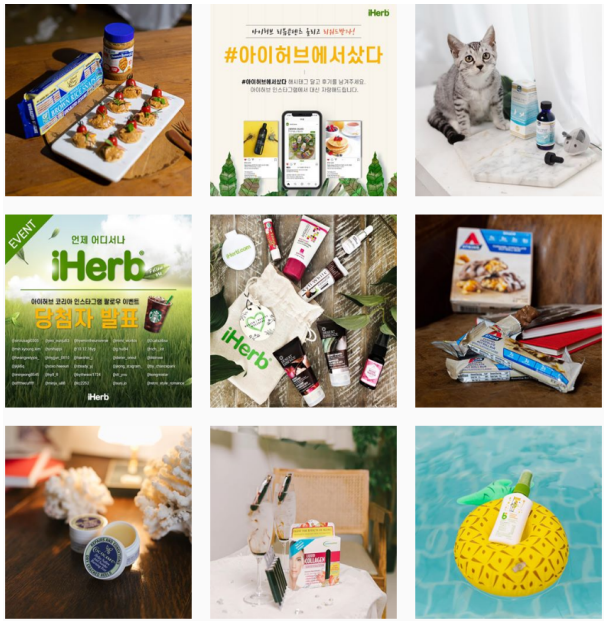
‘아이허브(iHerb)’ 마케팅 캠페인

Publicity, Media Relation, Media Monitoring, Campaign viral video making, SNS advertisement, Official Instagram organization, SNS Evnet

iHerb, Do You?
아이허브 바이럴 캠페인으로 한국 소비자의 이목을 잡아라!

바이럴 영상 컨셉 기획부터 모델 섭외, 제작 및 편집까지
SNS채널 맞춤 타겟팅으로 효율적인 바이럴 영상 광고 집행





- iHerb(아이허브) 바이럴 영상 기획 및 제작
- 페이스북, 인스타그램 내 바이럴 영상 광고 운영
- 주요 일간지, 온라인지 언론홍보 진행 및 미디어 관리
- iHerb Korea 공식 인스타그램 운영 및 콘텐츠 제작

AMOREPACIFIC

아모레퍼시픽 차(茶) 브랜드 '오설록' IMC 캠페인

Publicity, Photo Event, Event Promotion, Image Production, Viral/Buzz Marketing, SNS Management(Cafe, Facebook), Magazine AD, PPL, Press FAM Tour

올드한 차(茶)의 이미지를 젊게 바꿔라

티하우스 20개 〉 46개로 증가, 매출 20% 이상 증가

- 대한민국 대표 차 브랜드 포지셔닝 강화를 위한 홍보전략 수립 및 온/오프라인 통합 홍보 실행
- 보도자료 개발/배포 및 기획기사 피칭 등 언론홍보
- 소비자 제품 경험 강화를 위한 체험단 기획/운영
- 신규 티하우스 오픈 연계 프로모션 기획/실행
- 페이스북, 카페 등 SNS 채널 활용 홍보 기획/운영
- 파워블로거, SNS(페이스북, 인스타그램) 파워 유저 등 온라인 인플루언서(Influencer)를 활용한 바이럴/버즈 마케팅
- 방송, 매거진 등 다각적 매체 활용 PPL/애드버토리얼
- 베스트셀링 제품을 위한 TV CF 기획/제작

tvN

휴먼드라마 '시그널' 온라인 마케팅

Online Viral, SNS Management, Publicity

드라마의 성공 뒤에 SNS 매복 마케팅?

'좋아요!' 34,228명, 팔로워 33,900명, 백상예술대상 드라마 작품상, 최우수 연기상(김혜수), 극본상(김은희) 3관왕 수상

- 해당 프로그램의 SNS(페이스북, 카카오스토리)페이지 운영 및 언론홍보 이벤트 진행 다양한 각도의 이슈를 활용한 온라인
- SNS 프로모션 진행

Breville

브레빌

영상 contents

브레빌 제품의 와우 포인트를 레시피 영상에 담아라

더피알 디콘팀 56편 직접 제작

- 브레빌 스마트 오븐, 스테이크 그릴, 주서기, 블렌더, 아이스크림 메이커, 시트러스프레스, 티메이커, 커피머신 등의 제품을 활용한 레시피 영상 56편 제작
- 브레빌 제품들의 와우포인트를 전략적으로 살린 영상을 통해 브레빌 제품 구매자가 제품 활용이 용이하도록 함
- 예비구매자에게 브레빌 만의 USP 전달

smart cara

‘스마트카라’ IMC 캠페인

TV CF, Publicity, SNS Management(Blog/Facebook/Instagram),
Out door AD, Magazine AD, Digital AD, Buzz Marketing

요리의 끝은 스마트카라

이서진 처리기 00억, 2017년 180억으로 매출 증가

- 스마트카라 런칭 홍보전략 수립, ‘요리의 끝’이라는 제품 Concept 제시
- 배우 ‘이서진’ 모델 섭외 및 1/2차 TV CF, 지면광고 제작
- 보도자료 개발/배포 및 기획기사 피칭, 인터뷰 기사 등 언론홍보, 방송, 매거진 등 다각적
- 아파트 엘리베이터 광고 진행
- ‘이서진 처리기’ 스마트카라 인지도 제고, 음식물 처리기 대표 브랜드로 자리매김

A+E Networks

Press Conference

글로벌 미디어 그룹, 에이앤이 네트웍스 한국 진출을 이슈화하라

일시 2017년 10월 12일(목) 10:00-12:00
장소 포시즌스 호텔 서울 누리 볼룸I 6F

A+E Networks Korea가 한국에 히스토리와 라이프타임 채널을 론칭합니다.

귀한 분들을 모시고 앞으로의 브랜드 비전과 채널 컨텐츠를 선보이고 함께 만들 수 있는 새로운 가치에 대해 이야기하려 합니다.

발걸음 하셔서 저희의 첫 시작을 빛내 주시기 바랍니다.

A+E Networks Korea 대표 소영선

AGENDA

09:30-10:00	등록
10:00-10:05	오프닝
10:05-10:10	인사말 - A+E Networks 인터내셔널&디지털 총괄 사장 션 코헨(Sean Cohen)
10:10-10:25	A+E Networks Korea 소개 - A+E Networks Korea 대표 소영선
10:25-10:55	Q&A Session - A+E Networks 인터내셔널&디지털 총괄 사장 션 코헨(Sean Cohen) - A+E Networks 인터내셔널 부문 사장 에드워드 세인(Edward Saban) - A+E Networks 아시아-태평양 총괄 사장 앨런 호지스(Alan Hodges) - A+E Networks 북아시아 총괄 사장 소가토 바너지(Sougato Banerjee) - A+E Networks Korea 대표 소영선
10:55-11:05	Photo Session
11:00-12:00	행사 종료 및 점심 식사

INFORMATION

행사관련 문의는 아래로 연락 주시기 바랍니다.

- 더피알 어혜영 차장 hyeo@theprcg.com | 070-7727-5556
- 더피알 김민경 과장 mksty@theprcg.com | 070-4900-0571

A+E H lmn fyi. VICELAND

- A+E Networks 기자간담회
- TV 조선, 한경 TV, 조선일보 인터뷰 Arrange
- SBS 모닝 와이드에 '히스토리 채널' 을 모티브로 한 대규모 방탈출 게임 컨벤션
- '히스토리 방탈출콘' 방송 PR
- '라이프타임'의 브랜드 엠베서더 김유정 외 런칭 행사 참석 셀럽 포토 세션 진행

COSTORY

코스토리 색조런칭 기자 간담회 & 6주년 기념 파티

Press conference, Viral, VIP Party, Celeb MKT

기자, 인플루언서, 거래처 한번에 사로 잡는 방법은?

- 코스토리 6주년 기념 파티 'Play Like 6th' 컨셉 기획
- 400명 초청 행사 진행 및 코디네이션
- 아시아권 뷰티 Influencer 70명 참석 브랜드의 개성을 살린 브랜드 체험존 운영으로 중국 뷰티 유투버 '왕홍' 현장 생중계
- 알리바바 외 국내외 바이어 참석으로 주요 세일즈 계약 성사

더피알은

브랜드를 소비자의 마음 속에 심고

키워가는 Brand Relation Agency가 되겠습니다.

THEPR

www.t-pr.co.kr
Tel. 6223-5556 / Fax. 6223-5559 / E-mail. contact@theprcg.com
© 2019 THEPR corporation All Rights Reserved