

# LINK AND BUSINESS



**LAB543**

173, Toegye-ro, Jung-gu, Seoul, Republic of Korea

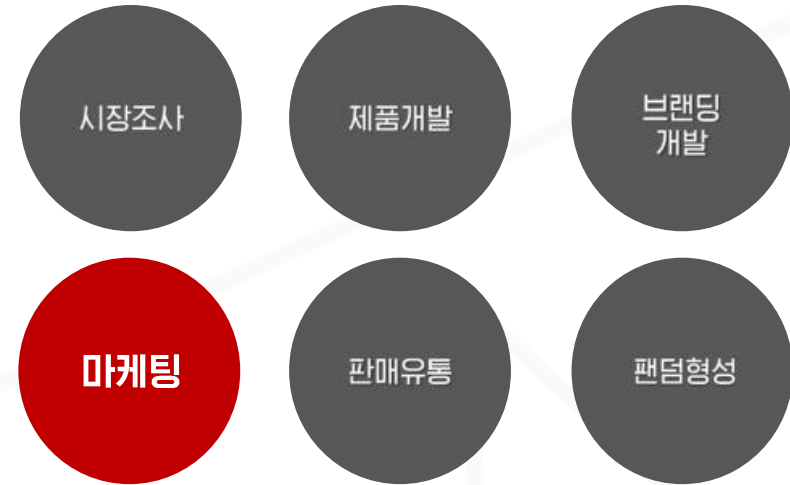
Tel. + 82 2 543 3779

[contact@lab543.com](mailto:contact@lab543.com)

[www.lab543.com](http://www.lab543.com)

# FULL VALUE CHAIN ADVICE

우리는 당신의 브랜드의 문제를 해결하기 위해  
시장조사, 제품개발, 브랜딩 개발, 마케팅, 판매유통, 팬덤형성 등  
수많은 방법들을 유기적으로 연결하여 솔루션을 제공합니다



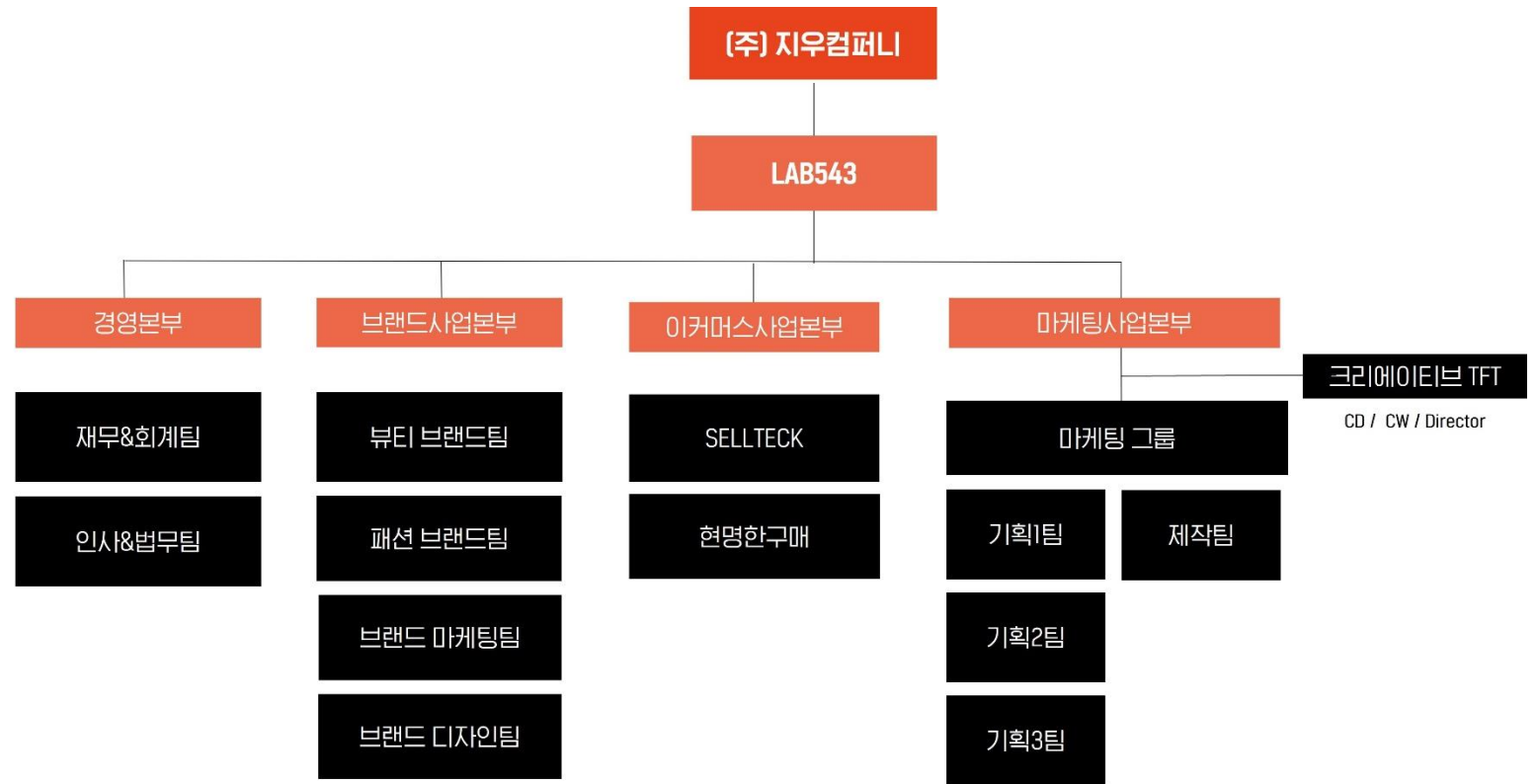
# ORGANIZATION

LAB543은 독특합니다.

디지털 전문가, 카피라이터, 포토그래퍼, 데이터분석가, 브랜드디렉터, 제품개발자, 컨설턴트등  
다양한 이력을 가진 이들이 함께 고민하고 있습니다

변화하는 마케팅 환경에 대한 끊임없는

스터디로 조직의 역량을 최상으로 유지합니다

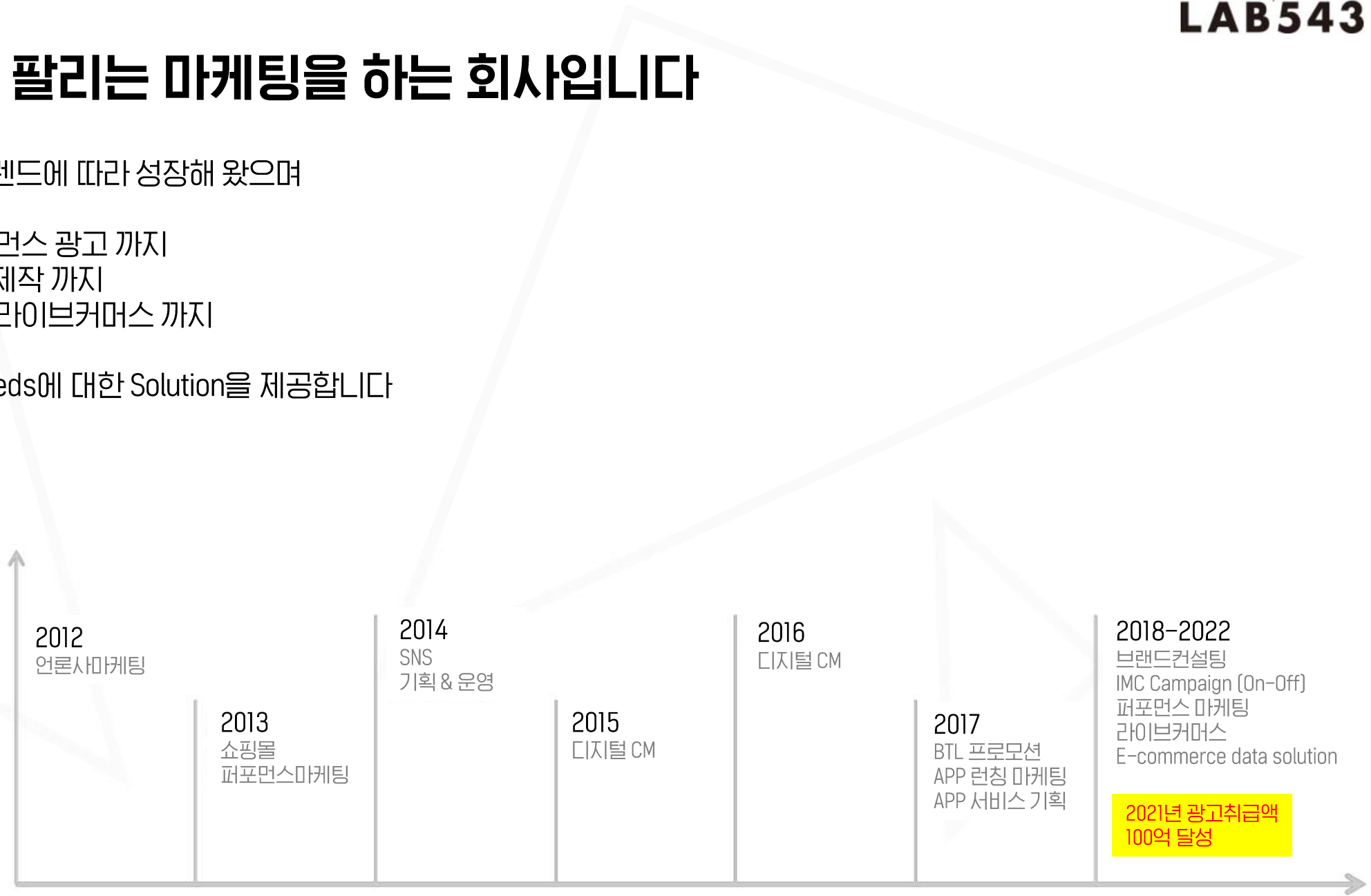


# LAB543은 잘 팔리는 마케팅을 하는 회사입니다

2012년부터 마케팅 트렌드에 따라 성장해 왔으며

브랜딩 광고 부터 퍼포먼스 광고 까지  
 SNS운영 부터 TV광고 제작 까지  
 인플루언서 마케팅 및 라이브커머스 까지

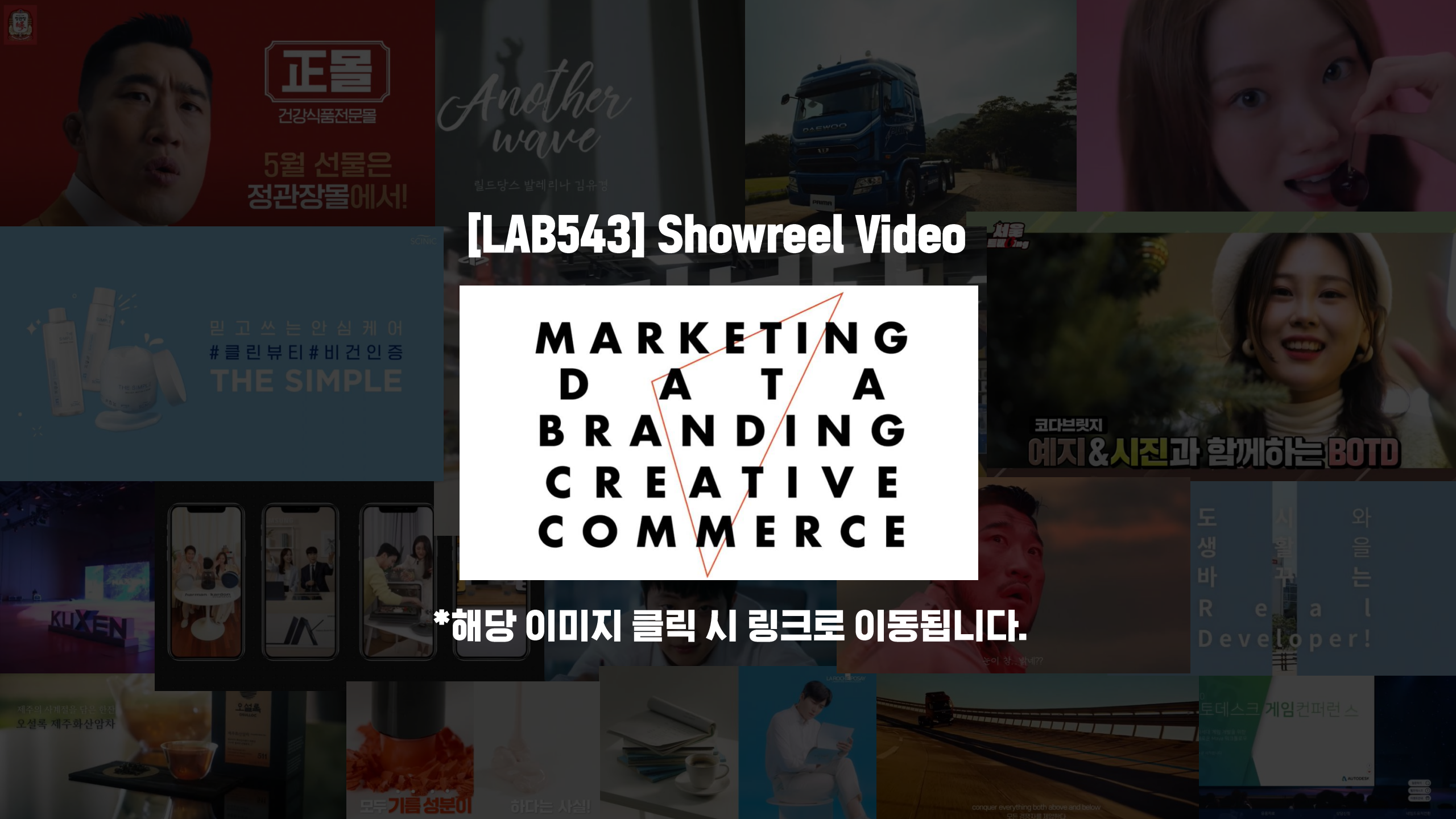
클라이언트의 모든 Needs에 대한 Solution을 제공합니다





# AWARDS

- 2021 Social i-Award 엔터테인먼트 인스타그램 분야 대상 - 다이아 티비 공식 인스타그램
- 2021 Social i-Award 영상콘텐츠 블로그 분야 대상 - 다이아 티비 공식 포스트
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Grand Prix - 정물 '정물의 법칙' 캠페인
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Winner - 타타대우 상용차 브랜드 필름 '인생트럭'편
- 2020 &Award 디지털 광고 & 캠페인 부문 Grand Prix - 페이코인 'CU: 페이코인으로 시원하게 깎았씨유~'편
- 2019 서울영상광고제 BITV 부문 파이널리스트 - PlayStation4 미니드라마 가족 - 아버지의 플레이스테이션
- 2019 서울영상광고제 BITV 부문 파이널리스트 - 오설록 제주 화산암차 '40년의 여정'
- 2019 서울영상광고제 Craft 부문 파이널리스트 - 한라그룹 만도 브랜드 필름 '순발력이 실력이다' 편
- 2019 &Award Entertainment 부문 Grand Prix - PlayStation4 미니드라마 가족 - 아버지의 플레이스테이션
- 2019 &Award Mid-Sized Company 부문 Grand Prix - 한라그룹 만도 브랜드 필름 '순발력이 실력이다' 편
- 2018 대한민국마케팅 대상 디지털 부분 1위 - SK 매직 SNS(페이스북, 인스타그램) 외 포스트, 블로그, 카페
- 2018 서울영상광고제 작품상부문 동상 - PlayStation4 허락을 위한 분명한명분캠페인 (1~3편)
- 2018 서울영상광고제 BITV부문 파이널리스트 - PlayStation 4 허락을 위한 분명한명분1편
- 2018 서울영상광고제 BITV부문 파이널리스트 - '오설록 윤한 그리고 제주 편' 캠페인
- 2018 &Award Social Media부문Grand Prix - 현대카드페이스북캠페인
- 2018 &Award ENTERTAINMENT 부문 Grand Prix - PlayStation4 허락을위한 분명한명분캠페인 (1~3편)
- 2017 대한민국온라인광고대상Creative부문 우수상 - PlayStation4 CM 허락보다용서가 쉽다 캠페인
- 2017 서울영상광고제작품상 부문 동상 - PlayStation4 Slim 런칭 CM : 유부남편
- 2017 서울영상광고제BITV부문 파이널리스트- PlayStation4 Slim 런칭 캠페인
- 2017 서울영상광고제BITV부문 파이널리스트- PlayStation4 Slim 런칭CM : 솔로남 편
- 2017 &Award DIGITAL AD Grand Prix - PlayStation4 Slim 런칭 캠페인
- 2016 &Award DIGITAL AD WINNER - 잇츠스킨페이스북캠페인



正물

건강식품전문물

5월 선물은  
정관장물에서!

Another  
wave

틸드탕스 발레리나 김유경



# [LAB543] Showreel Video

MARKETING  
DATA  
BRANDING  
CREATIVE  
COMMERCE



믿고 쓰는 안심케어  
#클린뷰티 #비건인증  
THE SIMPLE



\*해당 이미지 클릭 시 링크로 이동됩니다.

도생바 R e a l Developer!

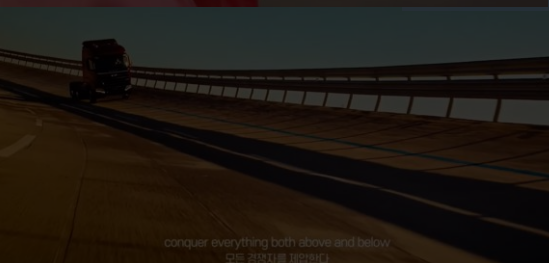
제주외 식재료는 물론 신선 오실록 제주화산암차

오실록

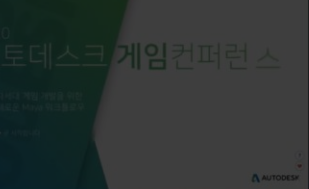


모두 기름 성분이다

하다는 사실!



conquer everything both above and below 모든 관망권을 이룬다



AUTODESK

www.autodesk.com

# IMC PORTFOLIO

# 크린토피아\_22년 브랜드 마케팅 대행운영

[Brand Design / Brand Film / Promotion / Media / OOH / SNS / Viral]

1. 크린토피아 명품세탁 서비스 신규 브랜드 로고, 브랜드 컨셉 및 명칭 제안 및 런칭
2. IMC 기반의 광고 홍보물 및 세탁택 등 부자재 디자인 - 홈페이지 서비스 소개 페이지, 서비스 소개서, 세탁택 디자인

Brand / Logo 디자인

<로고 및 컨셉 제안>



명품 세탁의 고급감과 세탁(케어)의 의미를 담아 리브랜딩 컨셉을 블랙(고급), 라벨(케어) 블랙라벨로 제안 및 런칭 캠페인 진행

Brand Film

<크린토피아 블랙라벨 브랜드 필름>



크린토피아의 세탁 기술력과 전문성이 명품 세탁 진행까지 발전한 것으로 표현한 런칭 영상 제작

Image

<서비스 소개 이미지 촬영>



서비스를 소개하는 보도자료 및 런칭 제작물 삽입용 이미지 촬영

\*이미지 클릭시 링크 이동



# 크린토피아\_22년 브랜드 마케팅 대행운영

[Brand Design / Brand Film / Promotion / Media / OOH / SNS / Viral]

1. 크린토피아 월 별 프로모션 컨셉을 반영한 인쇄 디자인 및 광고 소재 제작
2. 디지털 광고 매체 집행 진행

## Event Promotion



포스터 및 골프대회 출전 소재 제작

## Sales Promotion



서비스 할인 프로모션 제작

# 크린토피아\_22년 브랜드 마케팅 대행운영

[Brand Design / Brand Film / Promotion / Media / OOH / SNS / Viral ]

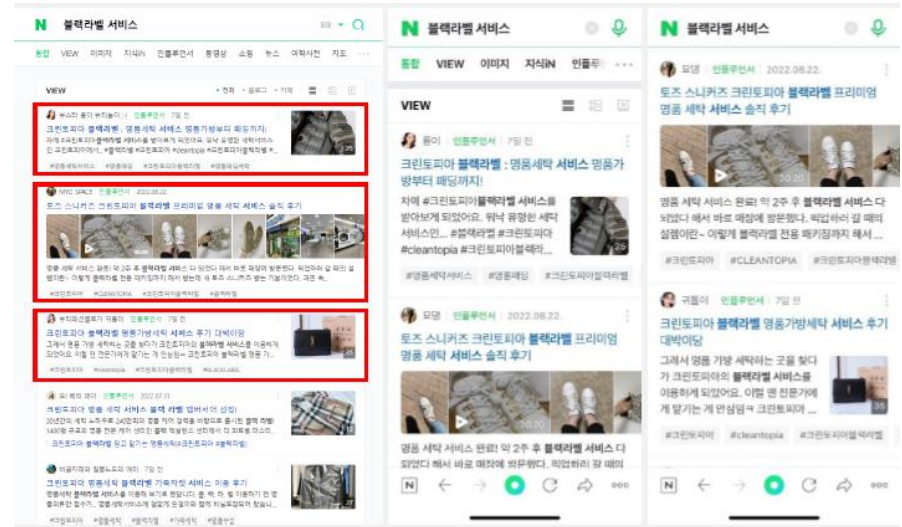
1. 크린토피아 월 별 프로모션 컨셉을 반영한 인쇄 디자인 및 광고 소재 제작
2. 디지털 광고 매체 집행 진행

SNS



인스타그램 콘텐츠 제작

Viral



신규 서비스 홍보 바이럴



# 정관장몰\_20/21년 디지털 캠페인

[Brand Film / SNS / Viral / Media / Collabo]

디지털 CM을 비롯해, SNS 채널 운영 / 서포터즈 / 콜라보 굿즈 / 매체 집행 등  
브랜딩&세일즈 목표의 통합 디지털 마케팅 진행

\*이미지 클릭시 링크 이동

Brand Film

## <정물의 법칙>



“해외직구 대신 정물에서 간편하게 구입하라”는 메시지를 담고 정물의 법칙 패러디를 통한 B급 코드를 가미해 브랜드 이미지를 젊게 만든 브랜드 필름 제작

## <2020 추석 매장배송편>

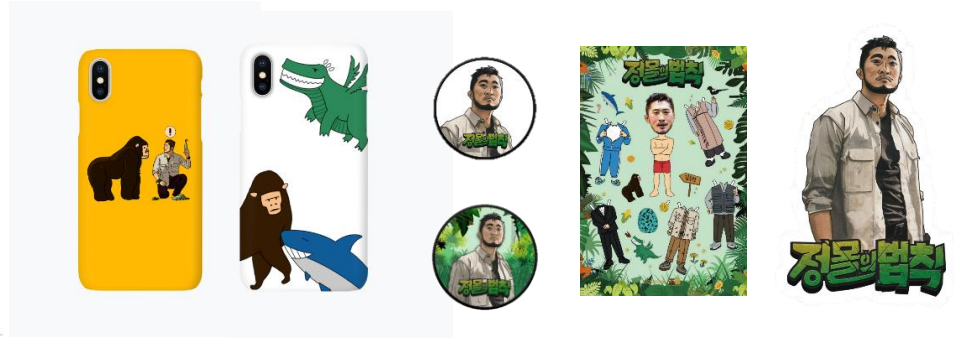
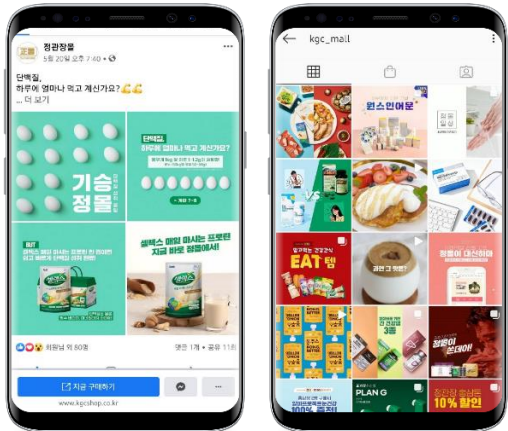


추석 선물도 정물에서 구매할 수 있도록 “정관장 매장 배송 서비스”를 김동현 모델을 활용해 직관적으로 알려줄 수 있는 브랜드 필름 제작

# 정관장몰\_20/21년 디지털 캠페인

[Brand Film / SNS / Viral / Media / Collabo]

디지털 CM을 비롯해, SNS 채널 운영 / 서포터즈 / 콜라보 굿즈 / 매체 집행 등  
브랜딩&세일즈 목표의 통합 디지털 마케팅 진행



페이스북, 인스타그램 채널 운영

인플루언서 섭외, 인스타그램 공구 이벤트 진행

브랜드 굿즈, 크리에이티브 아이콘 제작, 프로모션 공간 인테리어



# 타타대우\_20/21년 온·오프라인 IMC 캠페인

[Brand Film / Youtube / Media / BTL / OOH]

마케팅 AGENCY 역할이 아닌 내부 IMC 부서의 핵심 KEY 운영 체제로  
브랜드 필름 제작 / 신차발표회 / 온라인 매체 광고 집행 등 통합 마케팅 커뮤니케이션 진행

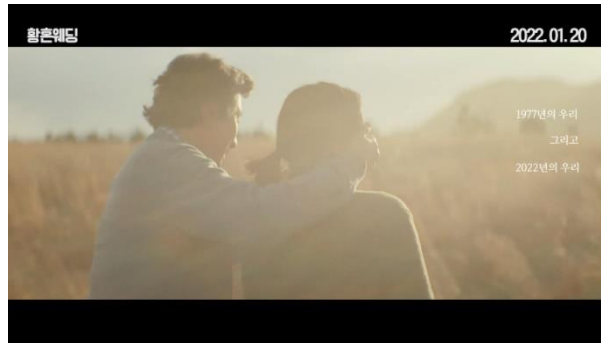
\*이미지 클릭시 링크 이동

Brand Film

<인생트럭>



<인생트럭 2편 - 황혼웨딩>



Launching Campaign

<신차홍보영상 - the CEN>



<신차홍보영상 - Mexen / Kuxen>



TATA DAEWOO의 브랜드 슬로건 '인생트럭'의 인식을 강화하기 위해 주요 타겟층인 중장년층에서 공감할 수 있는 시대적 배경과 드라마적 코드를 바탕으로 시리즈 형식의 영상 제작

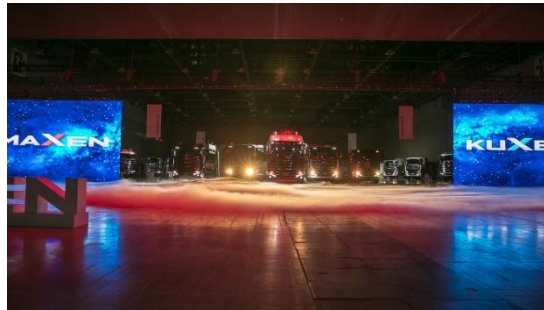
타 브랜드가 독점했던 준중형 트럭 시장에 'the CEN, 또 다른 대안'이라는 메시지를 내포했으며, 2022년에 신규 출시된 MAXEN, KUXEN의 신규 네이밍 로고, 브랜드 마스코트, 업그레이드 된 제품 USP를 한 편의 서부 영화를 보는 듯한 감각적인 연출과 미장센으로 신차 홍보 영상 제작

# 타타대우\_20/21년 온·오프라인 IMC 캠페인

[Brand Film / Youtube / Media / BTL / OOH]

마케팅 AGENCY 역할이 아닌 내부 IMC 부서의 핵심 KEY 운영 체제로  
브랜드 필름 제작 / 신차발표회 / 온라인 매체 광고 집행 등 통합 마케팅 커뮤니케이션 진행

## 신차 발표회



2020 the CEN  
신차발표회

2022 MAXEN / KUXEN  
신차발표회

버추얼 프레젠테이션 Ms.Xen  
\*이미지 클릭 시 링크 이동

# 타타대우\_20/21년 온·오프라인 IMC 캠페인

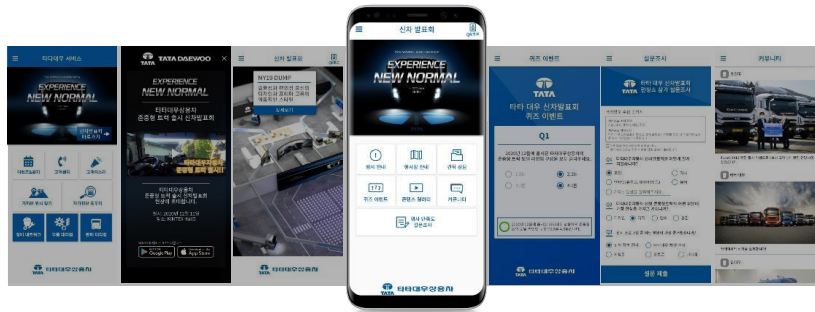
[Brand Film / Youtube / Media / BTL / OOH]

마케팅 AGENCY 역할이 아닌 내부 IMC 부서의 핵심 KEY 운영 체제로  
브랜드 필름 제작 / 신차발표회 / 온라인 매체 광고 집행 등 통합 마케팅 커뮤니케이션 진행

## 기타 마케팅 활동



회사소개서, 카탈로그, 리플렛



브랜드 어플리케이션 개편



SEMINAR



WEBINAR



NEWSLETTER



HIGH-TOUCH

내부고객사 마케팅 진행

# SK매직\_2018~2021 디지털 캠페인

[SNS / Media / Live-commerce / Supporters / Mall]

SNS 채널, 매직몰, 유튜브, 라이브 커머스 등  
브랜딩 및 퍼포먼스를 고려한 디지털 중심의 IMC 마케팅 운영

## SNS 운영



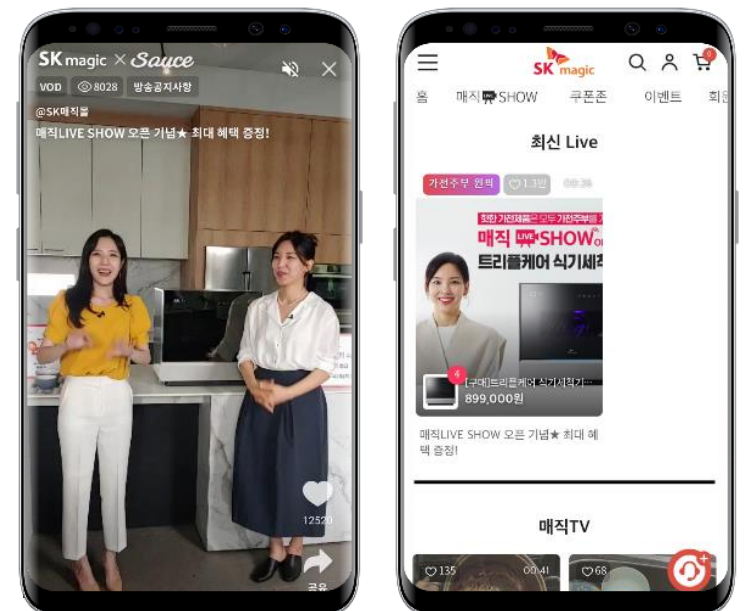
페이스북 / 인스타그램 / 유튜브  
채널 운영

## 서포터즈 / 캠페인



99인 매직크루 서포터즈 및  
친환경 캠페인 운영

## 라이브커머스



기획전/사전 불업 이벤트 및 리허설 촬영 등  
라이브커머스 총괄 진행



# 빙그레\_따옴 2021 디지털 캠페인

[Media / PPL / Viral / SNS]

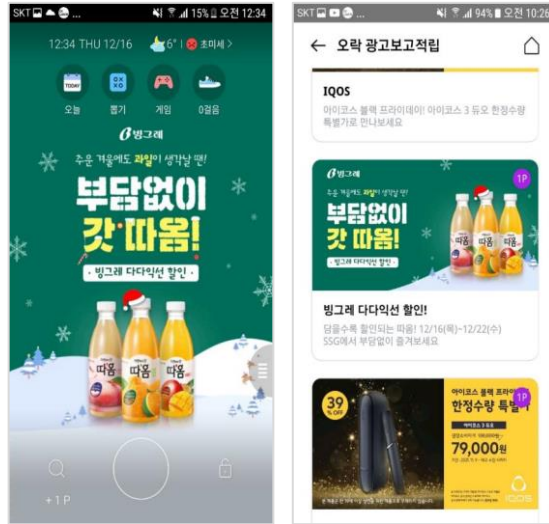
“과일이 생각날 때, 따옴”이라는 T.P.O 메시지 개발과 더불어 해당 컨셉을 기반으로 빙그레 음료 브랜드 “따옴”의 디지털 캠페인 진행

## 제품 지면 촬영



디지털 내 브랜드 이미지 구축을 위한  
제품 비주얼 촬영

## 퍼포먼스



이마트몰에서 할인받자!  
빙그레 따옴 최대 30% 할인중!



빙그레 따옴 오픈마켓 매출 증대를  
위한 퍼포먼스 마케팅 진행

## PPL / 바이럴



파급력 있는 인플루언서 및 연예인 활용 PPL 및  
SNS 바이럴 진행

# 현대카드\_2018 디지털 캠페인

[SNS / BTL / Web CM]

디지털 내 현대카드 브랜드 이미지 개선을 위한 온/오프 연계 소셜 캠페인 및 그린카드 런칭 IMC 캠페인 진행

## WEB CM

### <스튜디오 블랙 다름 그,이상>



개발과 테스트, 촬영까지  
STUDIO BLACK에서

### <스튜디오 블랙, 비즈니스 서포트 편>



스타트업을 위한 투자계약  
관련 법률의 이해  
2018. 03. 28.  
전문가의 컨설팅부터  
교육 프로그램까지  
STUDIO BLACK에서  
SIHUN LAW  
주성훈 변호사  
법무법인 시헌

현대카드가 운영하는 Co-Working Space인  
'스튜디오 블랙'의 특징 및 주요 서비스를 소개하는 방식의 Web CM 제작

## Launching Campaign

### <그린카드 런칭 캠페인>



엔트리 프리미엄 신용카드인 현대카드 the Green의 런칭 캠페인 진행.  
인스타그램 라이브, 해시태그 크로울링을 통한 홈페이지  
마이크로사이트 운영, Social 채널 운영

\*이미지 클릭 시 링크 이동

# 현대카드\_2018 디지털 캠페인

[SNS / BTL / Web CM]

디지털 내 현대카드 브랜드 이미지 개선을 위한 온/오프 연계 소셜 캠페인 및 그린카드 런칭 IMC 캠페인 진행

## Social Campaign

### <샘스미스 그리기, 한글이름 짓기 이벤트>



현대카드 슈퍼콘서트 <샘스미스>를 준비하며 Social 채널에서의 유저 콘텐츠 확보와 참여 확대를 위한 이벤트 진행

### <이적 커버곡 콘테스트>



현대카드 Social 채널을 통해 일반인 대상 커버곡 콘테스트 개최  
전체 조회수 125만건 달성



# 쿠팡플레이\_2021 콜드플레이 온라인콘서트 홍보 캠페인

[Media / SNS / Viral / BTL]

쿠팡플레이가 주관하는 콜드플레이 온라인 콘서트 홍보를 위한 디지털 캠페인 진행

## SNS



콜드플레이 온라인콘서트 포스터를 활용해 “나만의 콜드플레이 즐기기” 라는 컨셉으로 댄스/노래커버/포스터 팬아트 등 자유로운 콘텐츠를 유저들이 직접 제작하여 업로드. 추천을 통해 콜드플레이 신규 앨범 패키지 증정 및 서울/부산 내 영화관에서 콜드플레이 온라인 콘서트를 생동감 있게 관람할 수 있는 기회 제공

## Media



매체 집행



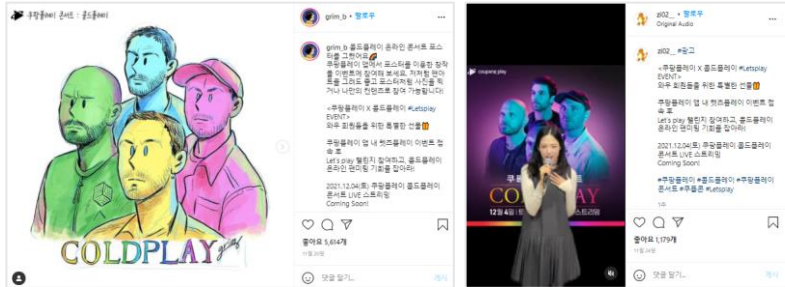
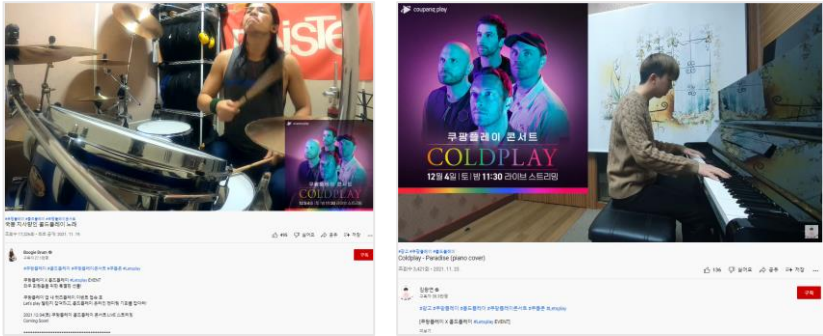
# 쿠팡플레이\_2021 콜드플레이 온라인콘서트 홍보 캠페인

[Media / SNS / Viral / BTL]

쿠팡플레이가 주관하는 콜드플레이 온라인 콘서트 홍보를 위한 디지털 캠페인 진행

## Viral

## Media



포토월 / X 배너 / 야광밴드 / 타월 / 앨범 패키징 등 오프라인 행사 제작물 작업

캠페인 붐업을 위한 인플루언서 바이럴 진행

NIICONCEPT

LOOKBOOK SHOP ABOUT

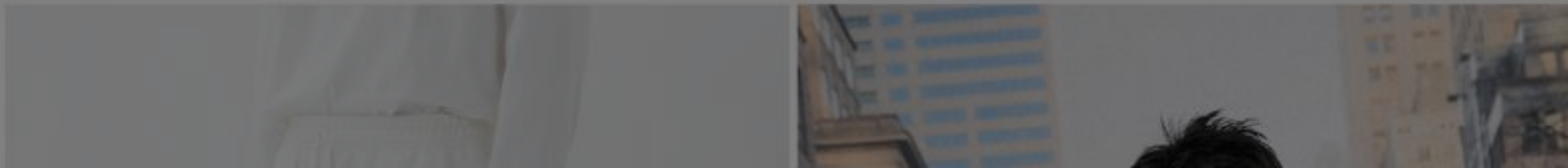


NIICONCEPT  
SPRING/SUMMER 2020

# 세정그룹 NI 리브랜딩 프로젝트

제조, 유통, 마케팅

want to be  
a comfortable  
friend who  
can always  
be with you





## 타겟 분석 & 프로모션을 통한 매출 증대

- 브랜드 매출 및 유통 구조 분석
- 웹사이트 사용자 활동 패턴 분석

10-20 타겟 소비자의 행동 패턴 및 관심사 분석

인플루언서 활용을 통한 직접적인 소비자 커뮤니케이션 진행

유통 채널 다변화로 기존 오프라인 채널 외 온라인 편집샵 위주 유통 제안

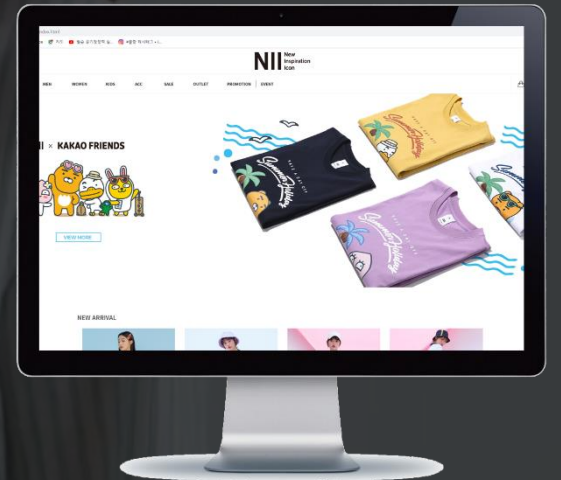
### · Result

캠페인 기간 인기상품

**50% 매출 상승**

이후 평균 매출

**38% 판매율 상승 기록**





# FILM PORTFOLIO

#Game

# Playstation

2014 - 2020 소니 플레이스테이션 디지털CM영상 제작



PlayStation®4 허락을 위한

## 분명한명분

제 1 화

PS4 런칭 디지털 CM

- from PlayStation

PS4 런칭브랜드 TVC

PlayStation. 미니드라마 (가족)

## 아버지의 플레이스테이션

바이럴 웹드라마



#Social Media

# Tik Tok

Tik Tok 사용자 확대를 위한 온라인 바이럴 디지털CM영상 제작



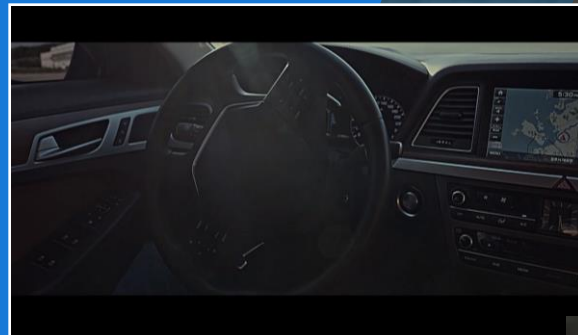
#Motors

# 한라그룹 만도

한라그룹 자동차부품 전문 기업 만도 디지털CM영상 제작



우리는 한 단계 더 진보된 자율주행 반응속도를 보여주려 한다.





#F&B

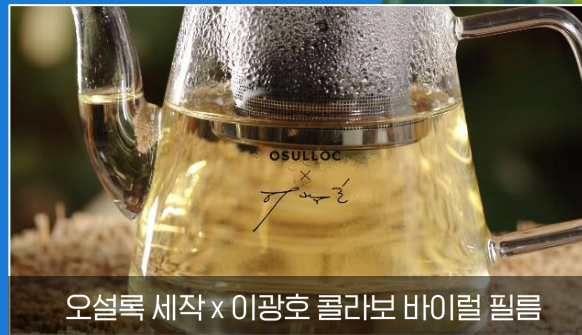
# 오설록

2018-2020 오설록 디지털CM영상 제작

흙, 물, 빛, 바람, 그 인고의 시간을 지나  
찾아온 뿌리내립니다.



제주화산암차 디지털 CM



오설록 세작 x 이광호 콜라보 바이럴 필름



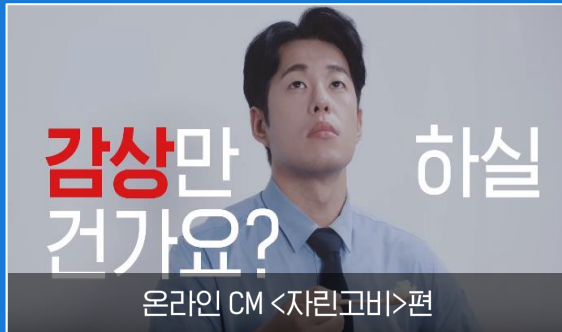
오설록 x 윤한 콜라보 바이럴 필름



#Cryptocurrency

# 다날 페이코인

2019-2020 다날 페이코인 디지털CM영상 제작



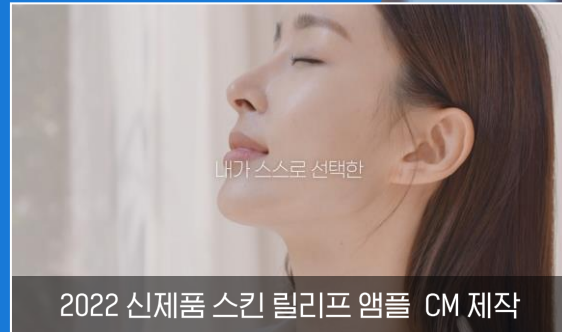
#Beauty

# SCINIC

2022 신제품 스킨 릴리프 앰플 CM 제작



2022 신제품 스킨 릴리프 앰플 CM 제작



내가 스스로 선택한

2022 신제품 스킨 릴리프 앰플 CM 제작

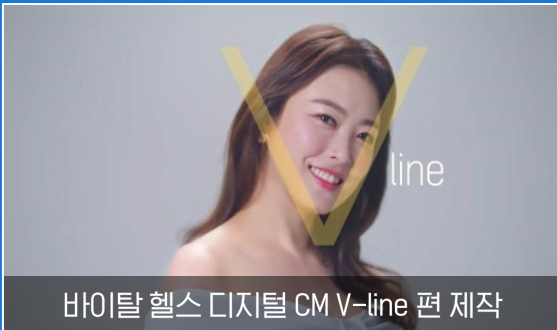
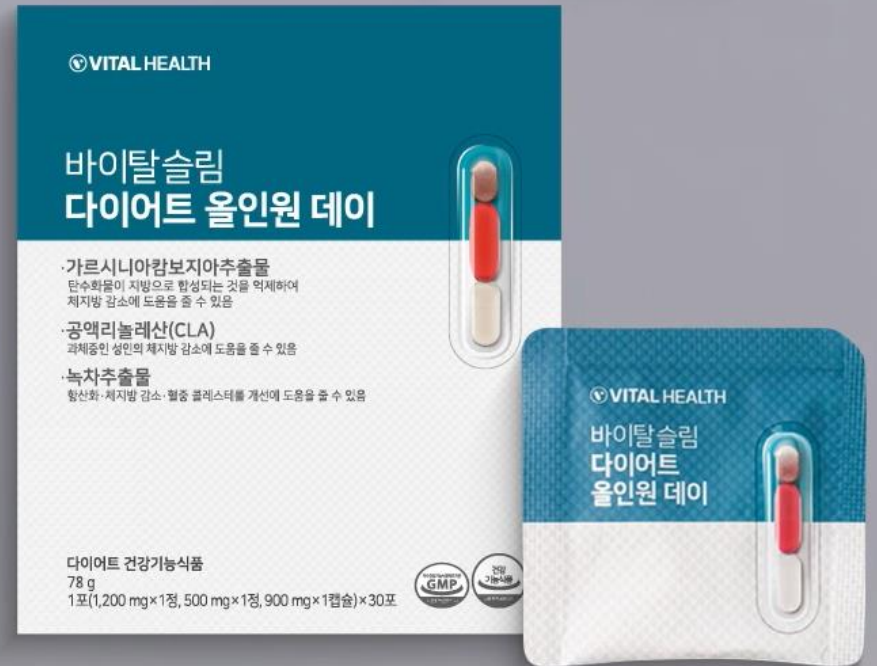
#Health&Food

# VITAL HEALTH

2021 바이탈 슬림 CM 제작



## 슬림한 진화 바이탈 슬림



바이탈 헬스 디지털 CM V-line 편 제작



바이탈 헬스 디지털 CM S-line 편 제작

세(주)에서 제조하고 주식회사메디쿼터스에서 판매하는 건강기능식품입니다.  
드시면 더욱 좋습니다.

#Beauty

# LA ROCHE-POSAY

2021 라로슈포제 디지털CM영상 제작





#Beauty

# LA ROCHE-POSAY

2020 라로슈포제 디지털CM영상 제작



100만셀러\* 시카플라스트 밤 B5의 비밀은



# PERFORMANCE PORTFOLIO

# 브랜드 인지도 개선 & 퍼포먼스 캠페인 진행

- GFA, 구글등 매체 집행으로 브랜드 인지도 & 유입 모수 확보
- 상시 / 프로모션 소재 세분화를 통한 광고 집행
- A/B테스트를 통한 광고 최적화

## · Result

광고주 KPI 대비

**28% 초과 달성**



# 신제품 홍보를 위한 노출 및 구매 전환 최적화

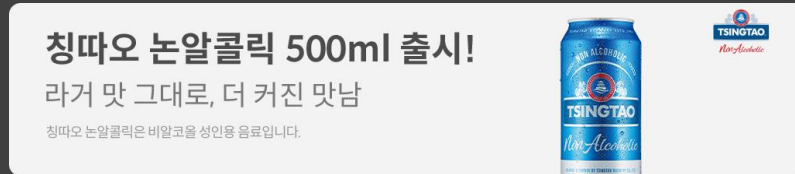
- 네이버GFA / 카카오비즈보드를 통한 구매전환 최적화
- 맨플러스 / 트레이딩웍스 등의 네트워크 매체 활용한 인지도 확보
- 소재 및 지면 A/B테스트를 통한 광고 최적화

칭따오 non알콜릭 맥주 500ml 용량 출시에 따른 DA 광고집행 최적화를 통한 네이버GFA 예산 비중 70% 설정으로 구매전환 광고 최적화



## · Result

구매전환 목표 KPI  
**150% 달성**





# 운영 카테고리 다각화를 통한 퍼포먼스 성과

- 브랜드 인지 / 트래픽 / 구매 전환 3개의 목표로 운영
- 각 목표를 강사향, 수강생향으로 다각화 하여 타깃 맞춤형 광고 운영

## · Result

도달 목표


**14,000,000건**

최종 도달

**44,410,750건(목표대비 300% 달성)**

# 누구든지 강의하고 누구든지

**철이 없었죠..**  
**Udemy**를 몰랐다는게..  
온라인 재능성장 플랫폼 **유데미**

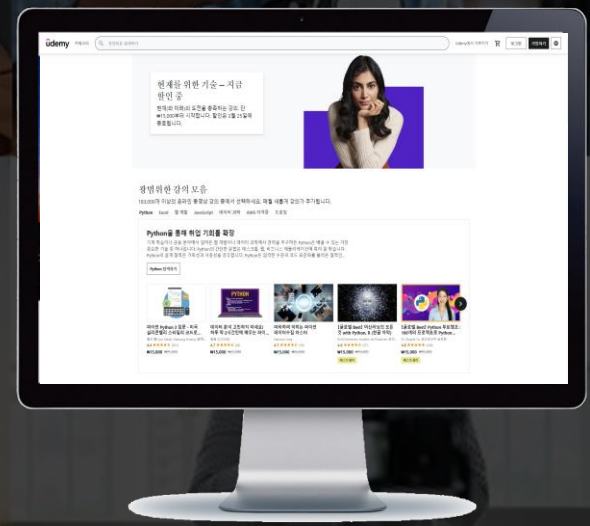
[더 알아보기](#) 

**강사도 학생도**  
**원-원!**  
온라인 재능성장 플랫폼

[더 알아보기 >](#) 

**UDEMY로**  
**돈버는 스펙 장착!**  
온라인 재능성장 플랫폼

[더 알아보기 >](#) 



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다



# GA분석을 통한 퍼포먼스 마케팅 최적화

- 콘텐츠 페이지내 행동 분석
- GA 성과수치를 통한 효율 분석 토대 정립
- A/B테스트를 통한 광고 최적화

ROAS 중심의 매체 선정 및 SA 예산 비중 증대(DA 6 : SA 4 -> DA 4 : SA 6)  
이를 통한 매체 재편성 및 광고 운영 진행

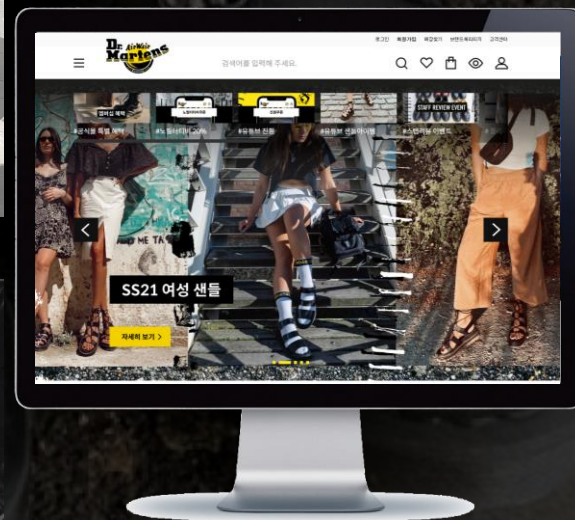
## · Result

계정 이관 후 검색광고 ROAS

**347% 증가**(GA수치 기준)

일 평균 신규 방문자

**1,500여명 상승**



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다



# 소비자 보이스 분석을 통한 컨셉 도출

- 화장품 후기 어플 속 소비자 보이스를 분석하여 인사이트 도출
- SNS 및 Portal Site / Community 버즈 데이터 분석을 통한 소비자 보이스 획득

키워드 분석을 통해 「비건 화장품」에 대한 소비자 핵심 관심도 파악  
이를 통해 공식몰로 유입을 위한 「동물 실험 반대 캠페인」 진행

## Result

공식 홈페이지 사용자 유입

**45% 증가**

캠페인 기간 내 ROAS

**1200% 달성**



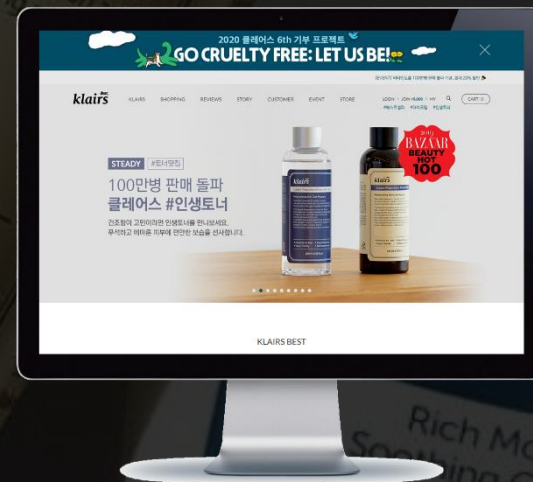
**클레어스 블랙프라이데이, BEST 제품 최대 50% 할인**  
전품목 10%할인+2만원 이상 구매시 무료배송



**피부에 더욱 편안한 클렌저**  
**젠틀 블랙 프레쉬 클렌징 오일**  
15%할인 + 클렌징퍼프 증정



**산뜻하고 깔끔한 데일리 클렌징**  
**저자극 비건 클렌징 오일**  
올리브영 단독 15% OFF



※위 이미지를 클릭하시면 해당 웹으로 연결 됩니다

## 체리피커 예측을 통한 성과 최적화

- 내부 로그 데이터 분석을 통한 사용자 특성 및 행태 분석
- 온라인 버즈 데이터 분석을 통한 브랜드 평판 모니터링

리워드 지급 인원 및 금액 시뮬레이션을 통해 손해도를 줄이고 최적 효율 이벤트 진행  
군집화, 거래 패턴, 사용자 분석을 통해 비정상 거래 사용자 선별 후 대응

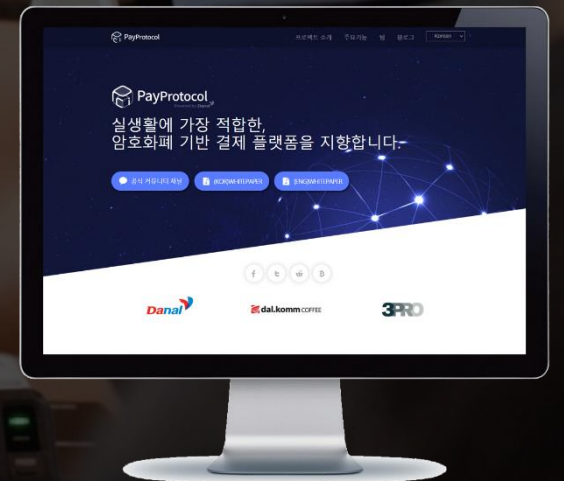
### · Result

장기간 캠페인을 통해

**가입자수 2500명에서  
현재 41만 3600명 증가**

코인 유통량

**1600만개 돌파**





## 사용자 행동 분석을 통한 기부 앱 다운로드 극대화

- 콘텐츠 및 사용자 행동패턴 분석
- Python을 활용한 Cohort 분석

높은 이탈률의 원인이 APP 유입 직후 나타나는 설문 단계임을 파악  
이를 개선하기 위해 기존의 “건너뛰기” 버튼의 UI 변경을 통해 이탈률 개선  
기부 콘텐츠에서 특정 카테고리 및 단체를 통한 모금액이 높은 것을 파악하고  
해당 분야 단체와 협업 및 홍보 추진

### · Result

구글플레이/앱스토어 이탈률

**35% 감소**

앱다운로드 전환률

**20% 증가**

## 웹 사용성 분석 및 메인 페이지 리뉴얼

- 콘텐츠 페이지내 행동 분석
- 퍼널 분석을 통한 이탈 포인트 탐색

이탈률 50% 내 주력 콘텐츠 위치를 변경하는 테스트 결과 도출  
이를 통한 메인 페이지 리뉴얼 진행

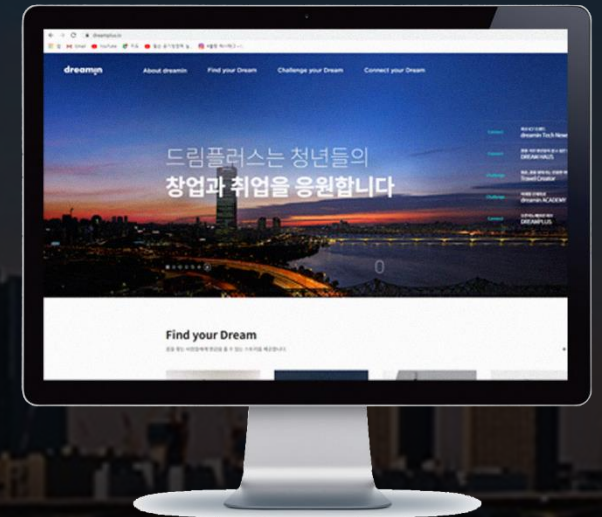
### · Result

웹페이지 리뉴얼 후 유입자 수

**13% 증가**

페이지 체류시간 / 주력 콘텐츠 전환율

**40% 증가 / 18% 증가**





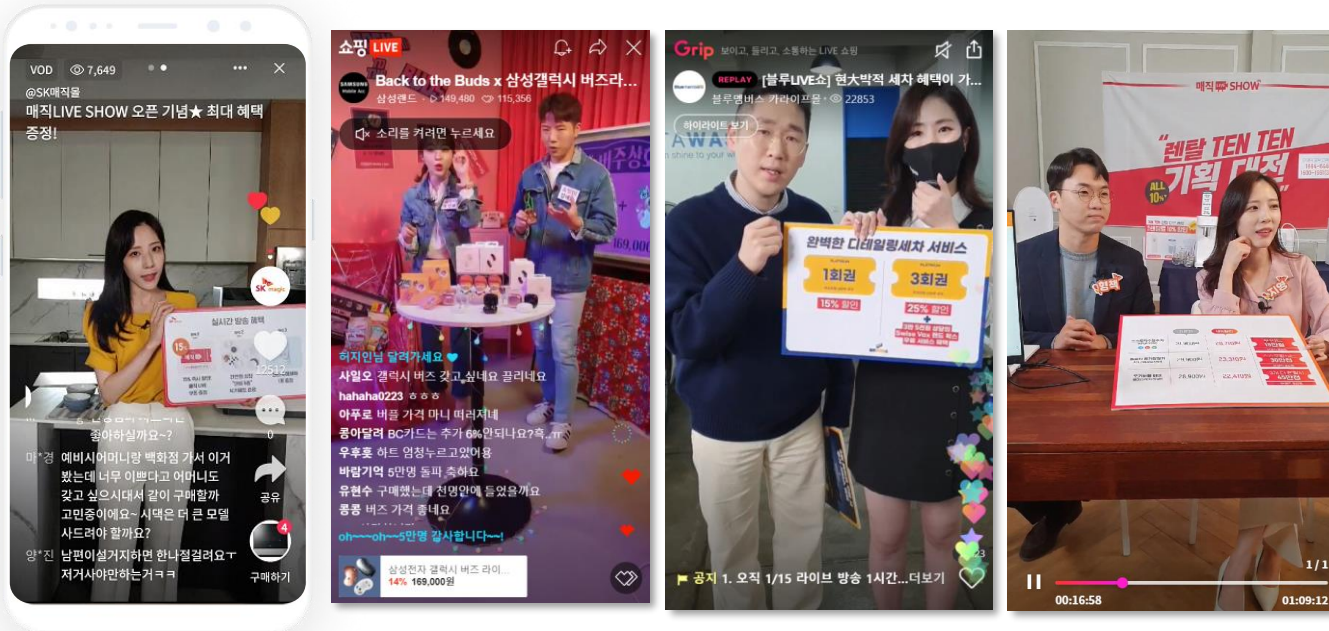
# LIVE COMMERCE



# #다양한 대기업 방송 경험 및 성공 사례

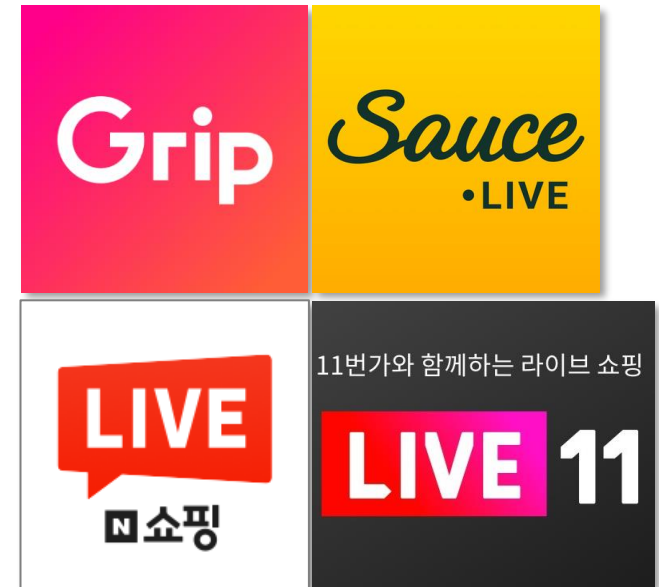
가전/뷰티/모빌리티/서비스 등 다양한 영역에 대한 방송 진행 경험

[ 내부 라이브방송 진행 사례 ]



1. SK매직 : 1차 방송 300대 이상, 2차 200대 이상 등 앵글 방송 진행 / 월 4번 방송 기준 안정된 판매율 및 매니아층 형성
2. 삼성전자 : BUZZ 이어폰 레트로 컨셉에 맞는 쇼호스트 및 무대 연출을 통한 다양한 컨셉 방송 진행
3. 현대자동차 : 라이브 방송 최초, 제품이 아닌 서비스 영역 판매
4. SK매직 : TENTEN 프로모션 이슈에 맞춰 단일 제품이 아닌 공기청정기/정수기/비데 등 다양한 렌탈 제품 판매 기획 방송 진행

[ 내부 라이브방송 진행 플랫폼 ]

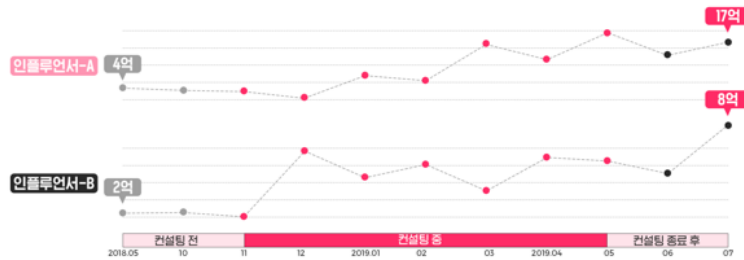


- 대표적 라이브커머스 플랫폼 다수 진행 경력 보유

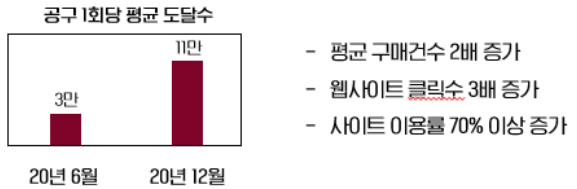


# #방송 이후 가전에 Fit한 인플루언서 Pool을 활용해 추가 매출 견인

매출 증가 사례



도달 수치 관리 사례



팔로워가 피드(콘텐츠)를 본(도달) 만큼 구매전환(매출)이 발생하는 알고리즘을 이해한 LAB543의 전문 분야

**soojung\_lee\_** 팔로우 ...

게시물 4,167 팔로워 110천 팔로우 225

크리스탈리  
CS카톡 📢 크리스탈리(디엠X)  
📢 링크그라미인스타킹 + 친구매자삭스중정!!

**lavie\_rim** 팔로우 ...

게시물 5,840 팔로워 91.1천 팔로우 290

리미미미미  
📢 링크 클릭  
📢 다이렉트답변안드려요🙏  
📢 고객센터 📞

**fashi\_liflover** 팔로우 ...

게시물 8,058 팔로워 20.6천 팔로우 1,992

Lee Jung Keum  
📢 Contents Production : @yazasoo\_creative  
📢 1월 공구 @yazasoo\_shop : 미국 프리미엄 단백질 바

인플루언서 마켓에 최적화된 메가/마이크로 인플루언서 다수 보유



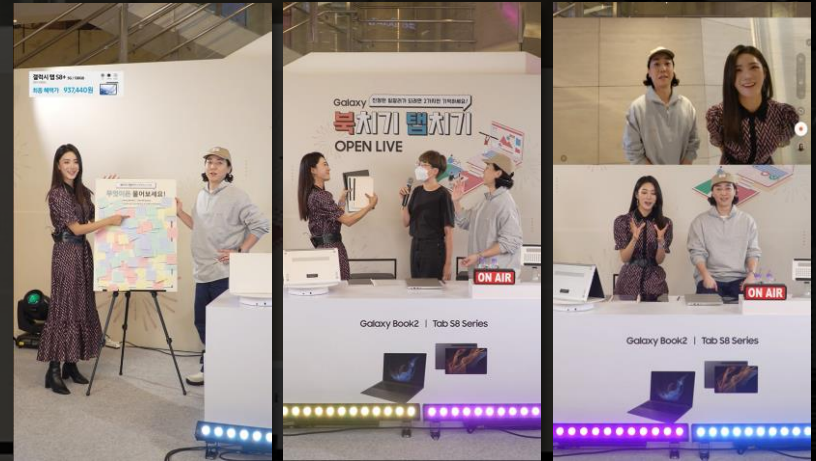
- 3040대 여성 대상 월 평균 약 25만 이상의 노출 효과  
- 인기 상품 N차 공구로 지속적인 홍보와 신뢰감 형성

타깃화된 팬덤(공감) 기반으로 제품 관심도(커뮤니케이션) 및 판매(매출)의 선순환 홍보효과 발생

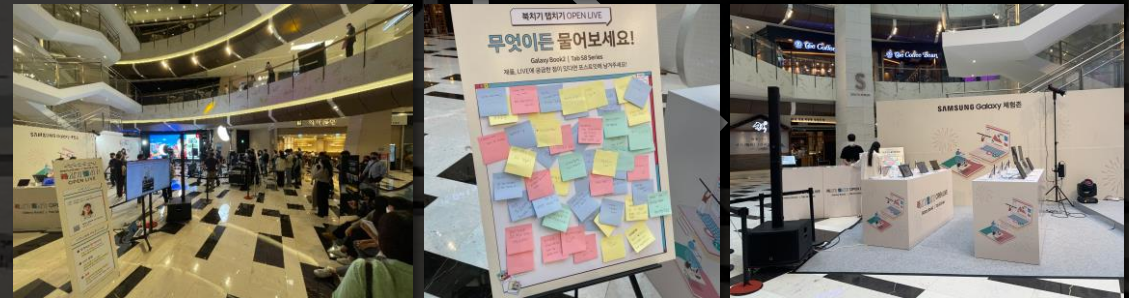
LAB543에서 보유중인 인플루언서들의 **팬덤 효과로 매출 및 홍보 효과 극대화**

# 삼성전자 「온/오프 오픈라이브 with 녹살」

- 홍보용 프로모션 캐릭터 기획 및 이미지/영상 제작
- 대형 쇼핑몰내 오프라인 매대 및 제품 체험존 제작 / 운영
- 연예인 셀럽 섭외 후 방송 관련 커뮤니케이션 진행
- 방송 준비를 위한 플랫폼 세팅  
(편성표 등록 / 판매 상품 확인 / 필요 이미지 / 공지사항 등)
- 출연진 / 스튜디오 부킹 / 시나리오 작성 등 방송 스케줄링
- 온라인 구매인증 및 오프라인 관객 참여 이벤트 기획
- 방송 사후 클라이언트 KPI 지표 토대로 결과 리포트 작성
- 사전 / 실시간 이벤트 경품 발송을 위한 대고객 Comm



연예인 셀럽과 함께한 온/오프 라이브로 누적 VIEW 수 47만 달성,  
라이브, 제품 체험, 이벤트 존 등 현장 운영으로 온/오프 동시 송출 진행



**온/오프를 넘나드는  
대규모 라이브커머스 진행 가능**



# 삼성전자 「 삼성닷컴 라이브커머스 」

방송 준비를 위한 라이브커머스 플랫폼(네이버 etc) & SOP Comm  
(방송 캘린더 등록 / 판매 상품 확인 / 확정 혜택 등)

사전/실시간 광고 집행을 위한 매체별 광고 소재 제작 및 세팅

출연진 / 스튜디오 부킹 / 시나리오 작성 등 방송 스케줄링

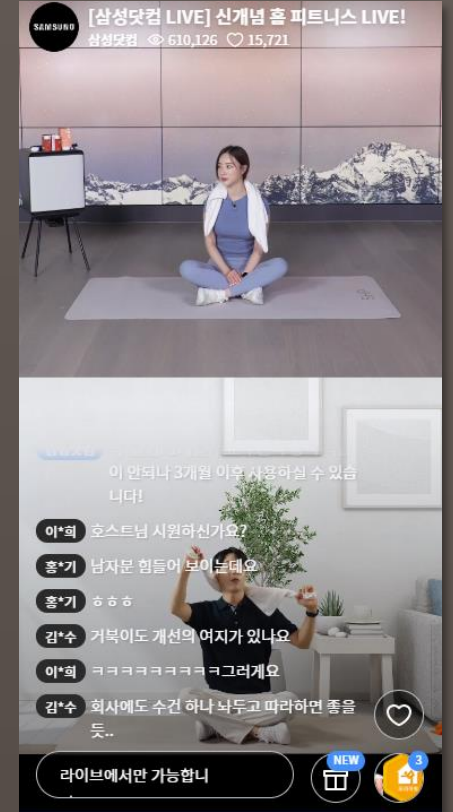
방송 사후 클라이언트 KPI 지표 토대로 결과 리포트 작성

사전 / 실시간 이벤트 경품 발송을 위한 대 고객 Comm

정기적인 플랜 안정화를 위한 전·중·후 프로세스 내재화

삼성 신규 런칭 방송 스케줄링 차질 및 방송 이슈 없이 진행

## 방송 제품 별 / 플랫폼 별 / 진행 흐름 별 인사이드 도출 다각화

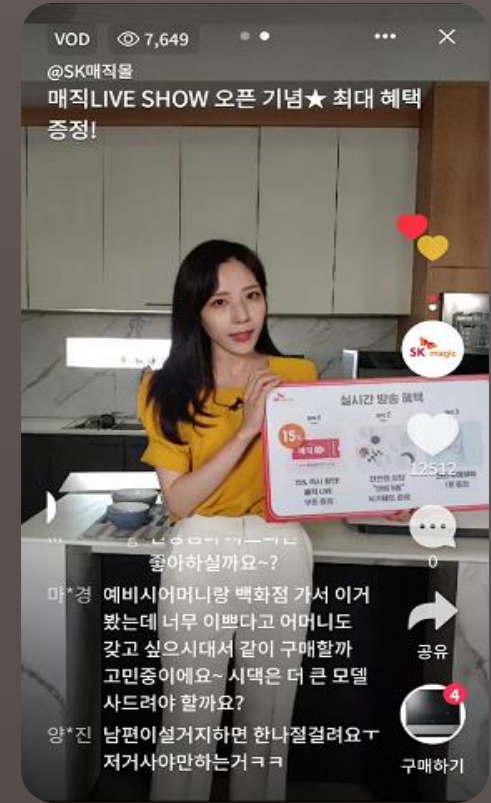


# SK매직 「매직 LIVESHOW」

사전 티징 페이지(기획전) 기획 및 이미지 제작  
 방송 준비를 위한 소스라이브 플랫폼 세팅  
 [편성표 등록 / 판매 상품 확인 / SK매직 BO 사용 등]  
 출연진 / 스튜디오 부킹 / 시나리오 작성 등 방송 스케줄링  
 방송 사후 클라이언트 KPI 지표 토대로 결과 리포트 작성  
 사전 / 실시간 이벤트 경품 발송을 위한 대고객 Comm  
 정기적인 플랜 안정화를 위한 전·중·후 프로세스 내재화

최대 동시접속 12000명 기록,  
 1차 방송 300대 이상, 2차 200대 이상 등 앵콜 방송 진행

**방송 월 4회 확대 편성에 따른 안정된  
 판매율 및 매니아층 형성**





# 현대자동차 「블루멤버스 카라이프몰」

- 사전 티징 페이지(기획전) 기획 및 이미지 제작
- 사전/실시간 광고 집행을 위한 매체별 광고 소재 제작 및 세팅
- 방송 준비를 위한 그림 플랫폼 세팅  
[편성표 등록 / 판매 상품 확인 / 필요 이미지 / 공지사항 등]
- 출연진 / 스튜디오 부킹 / 시나리오 작성 등 방송 스케줄링
- 방송 사후 클라이언트 KPI 지표 토대로 결과 리포트 작성
- 사전 / 실시간 이벤트 경품 발송을 위한 대고객 Comm
- 정기적인 플랜 안정화를 위한 전·중·후 프로세스 내재화

현대자동차-블루멤버스 카라이프몰-LAB543간 시범적인 라이브커머스 방송 운영 안정화 및 회차별 매출 증가

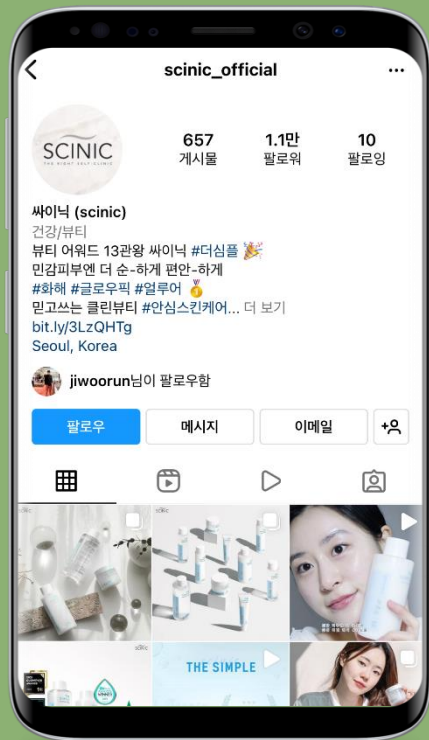
## 유의미한 방송 데이터 축적



# SNS & YouTube PORTFOLIO

# 싸이닉

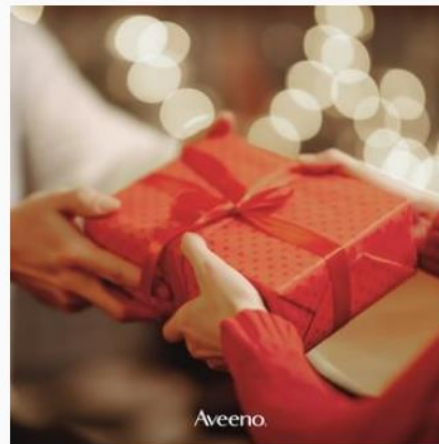
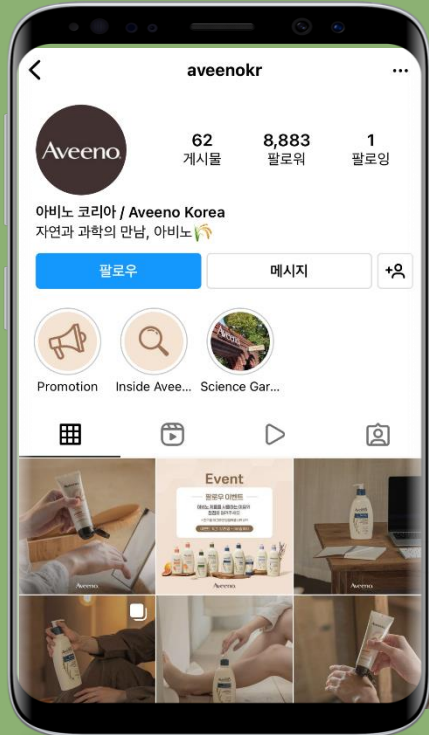
건강한 아름다움과 올바른 뷰티습관을 전달하는  
스킨케어 브랜드 SCINIC 연간 운영





# 아비노

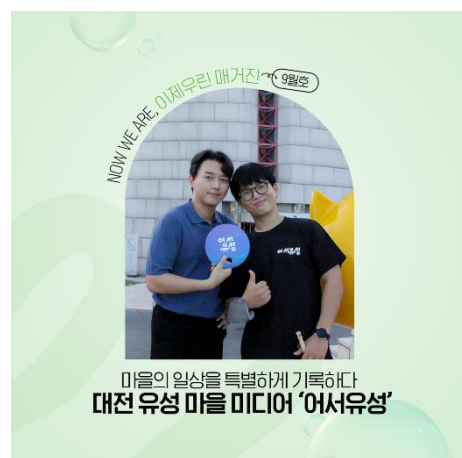
Instagram 채널 운영 및 관리





# 이제우린

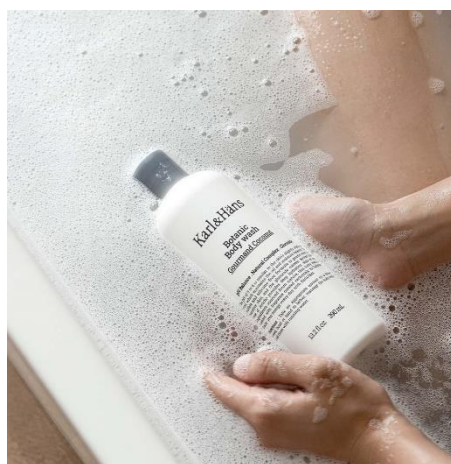
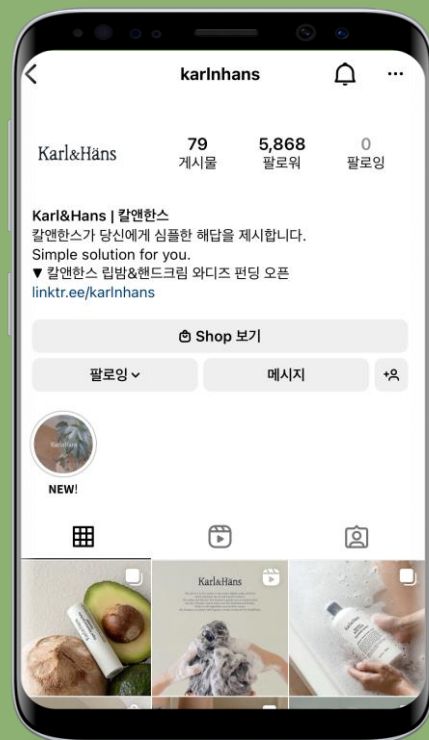
지역 연계 콘텐츠 발행, 소비자참여형 이벤트 진행 등  
인터랙션을 강조한 Instagram 채널 운영 및 관리





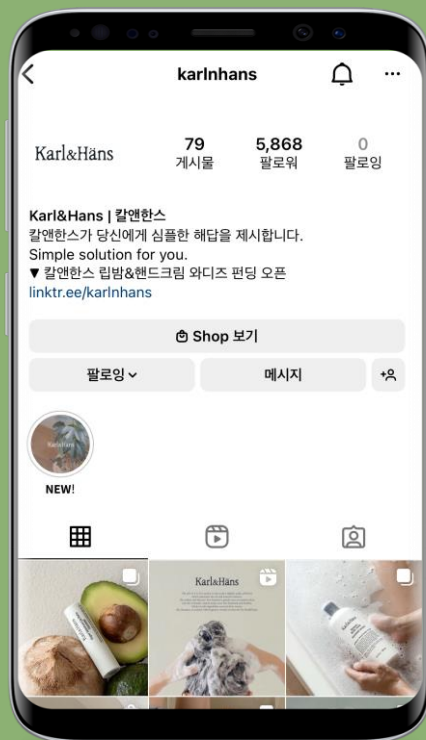
# 칼앤한스

Instagram / 제품 USP 및 ASSET 활용한 심플 케어 솔루션을 제안하는 자연유래성분의 데일리 퍼스널 케어 브랜드 Karl & Hans 연간 운영



# 칼앤한스

Instagram / 제품 USP 및 ASSET 활용한 심플 케어 솔루션을 제안하는 자연유래성분의 데일리 퍼스널 케어 브랜드 Karl & Hans 연간 운영



15 Sec Film :  
[샴푸 편]



15 Sec Film :  
[립밤 편]



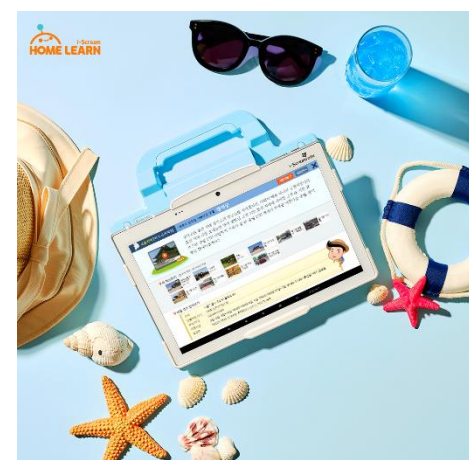
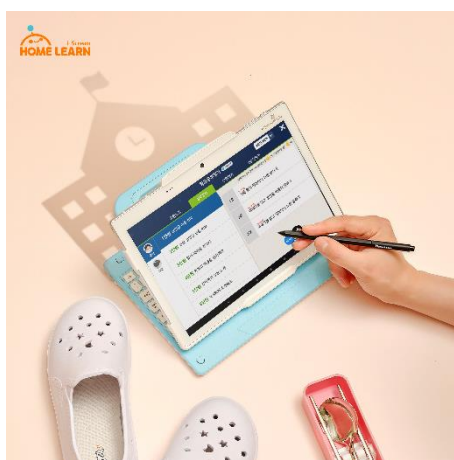
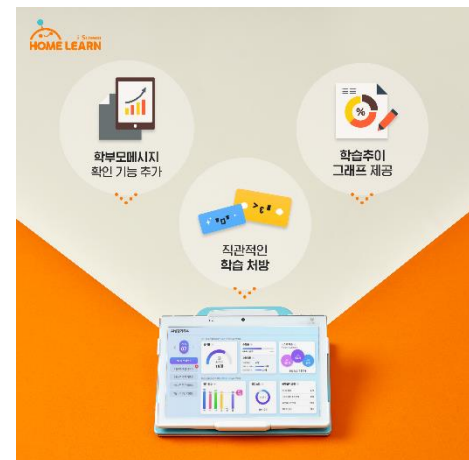
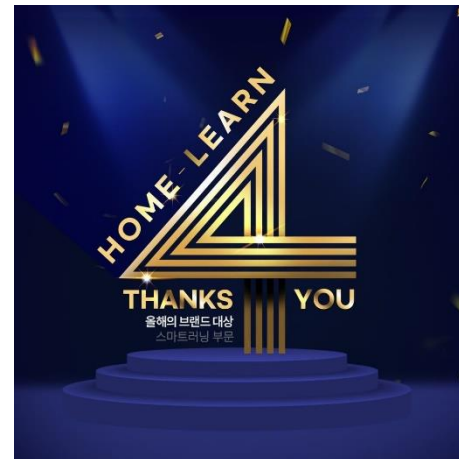
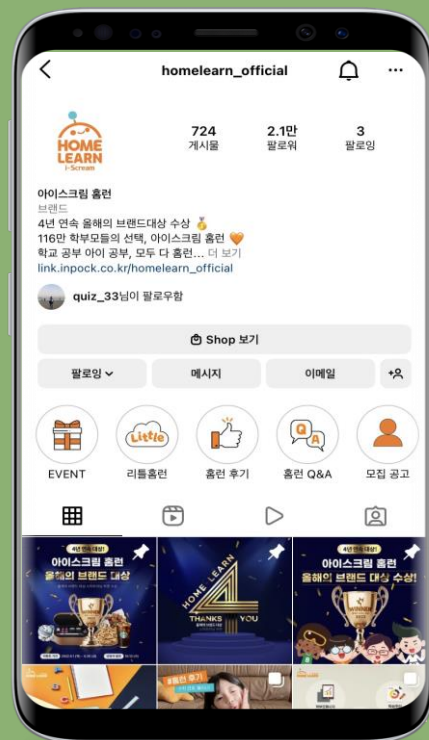
15 Sec Film :  
[핸드크림 편]





# 아이스크림 홈런

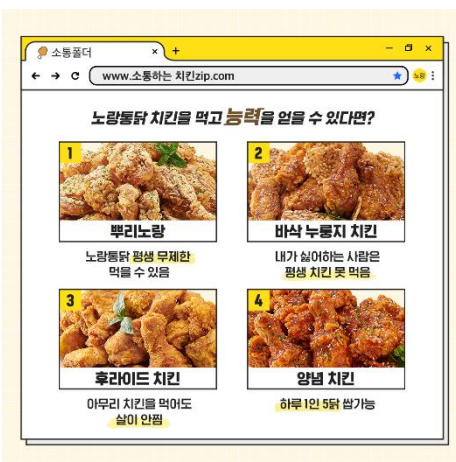
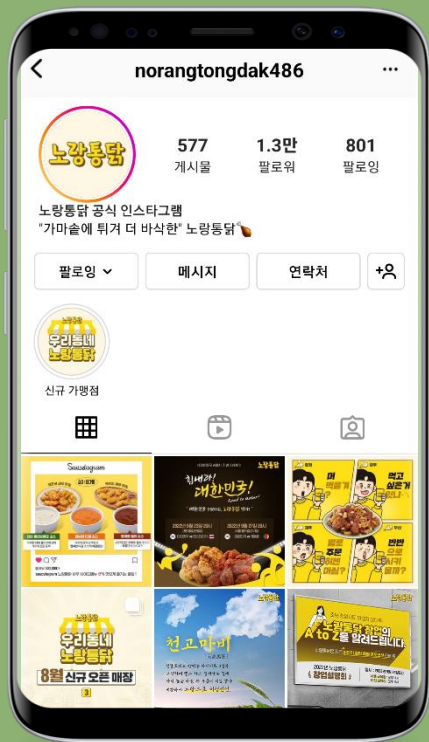
Instagram / 교육 카테고리의 특성에 맞춰  
피드 톤앤매너를 위한 연출컷 및 정보성 콘텐츠 위주 운영





# 노랑통닭

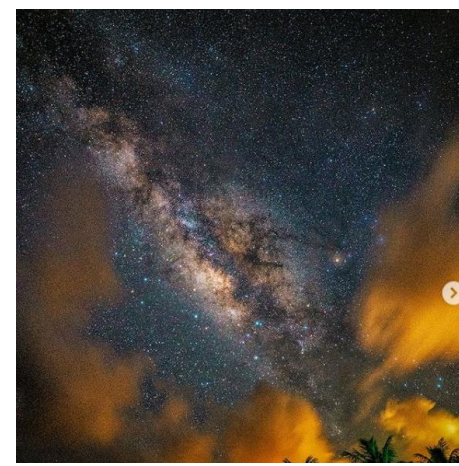
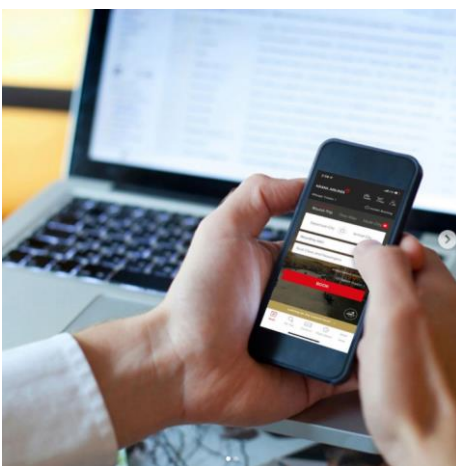
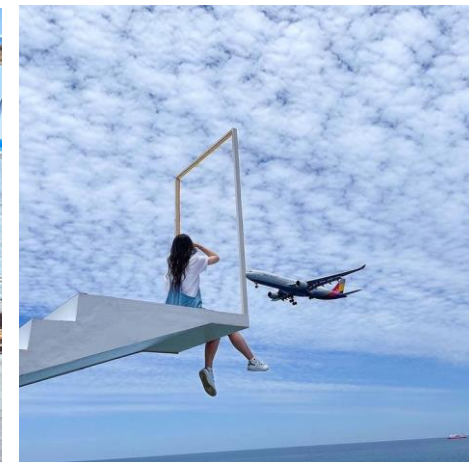
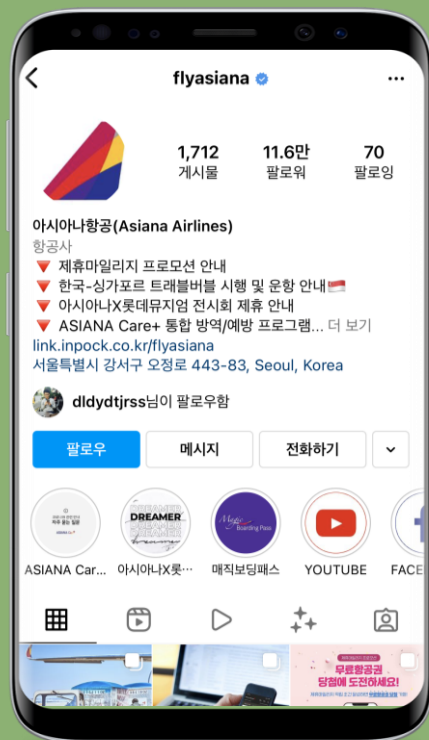
Instagram, Facebook, Twitter / 노랑통닭의 주요 USP와 시즌 이슈를 반영한 홍보성 콘텐츠 기획 및 운영





# 아시아나

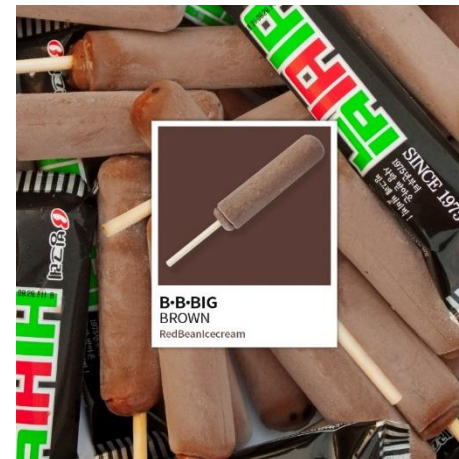
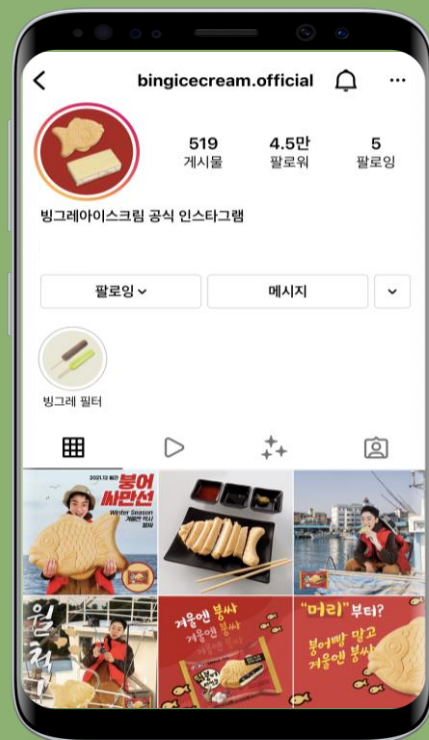
Instagram / AR 필터 개발과 같은 최신 트렌드 반영과  
지속적인 콘텐츠 개발을 통해 주요 팔로워 타겟을 확장하여 운영





# 빙그레 아이스크림

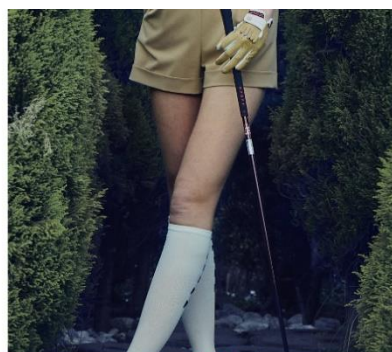
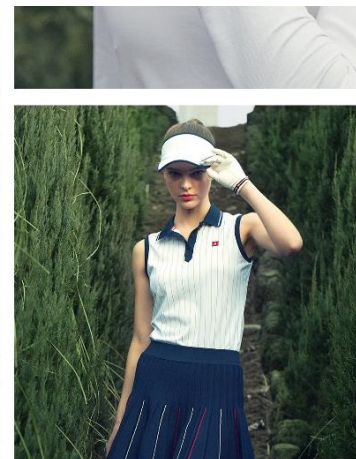
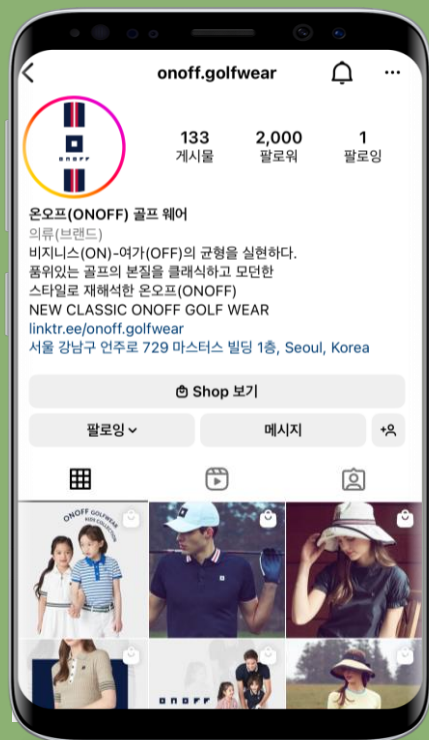
Instagram / 제품 ASSET 활용, 눈에 띄는 특징을  
감정, 이슈, 정보성 콘텐츠에 컨셉화하여 운영





# 온오프 골프웨어

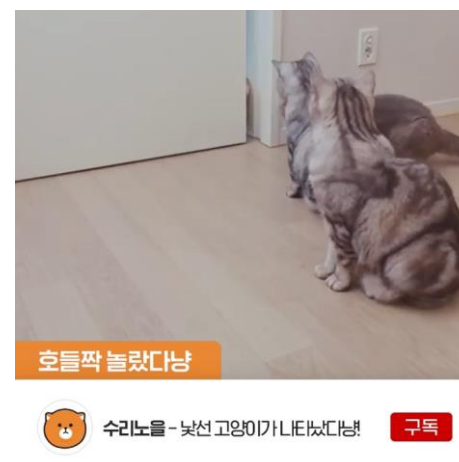
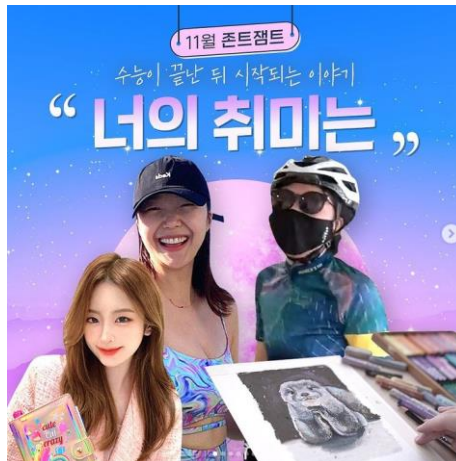
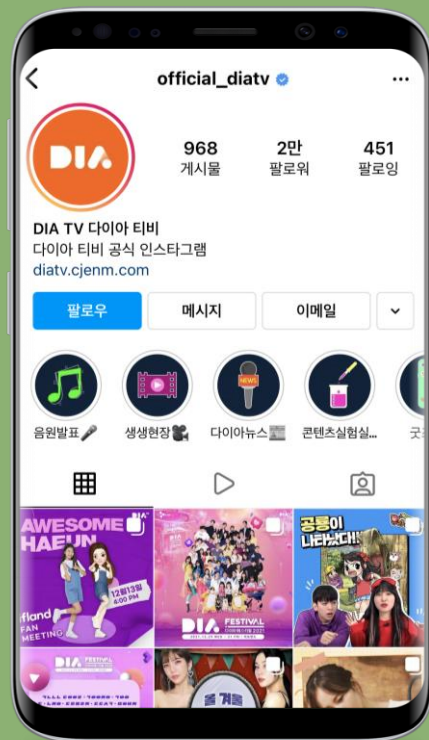
Instagram / ONOFF GOLFWEAR 브랜드의 아이덴티티를 반영한  
클래식하고 모던한 스타일의 골프웨어 디지털 룩북 채널 운영





# 다이아 TV

Instagram / 여러 크리에이터들이 모여 있는 MCN 플랫폼의 특성상 다소 난해할 수 있는 다양한 소재들을 카테고리이징화하여 콘텐츠별 아이덴티티가 드러나도록 컨셉화하여 운영  
\*소셜 | Award 대상

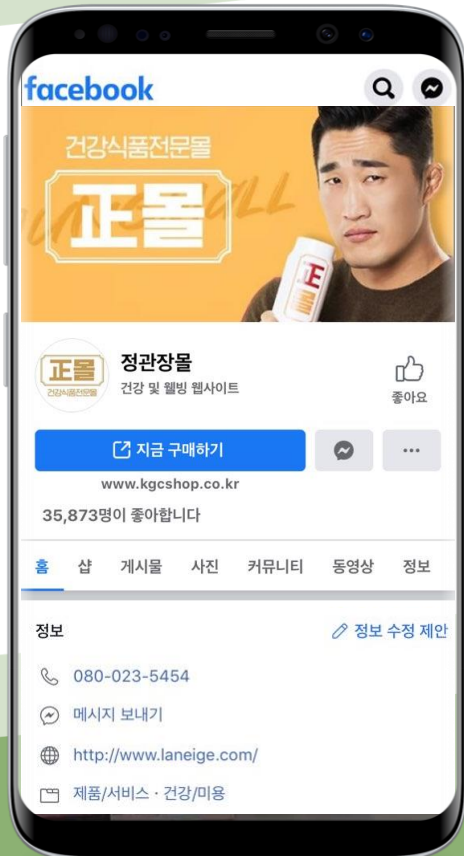




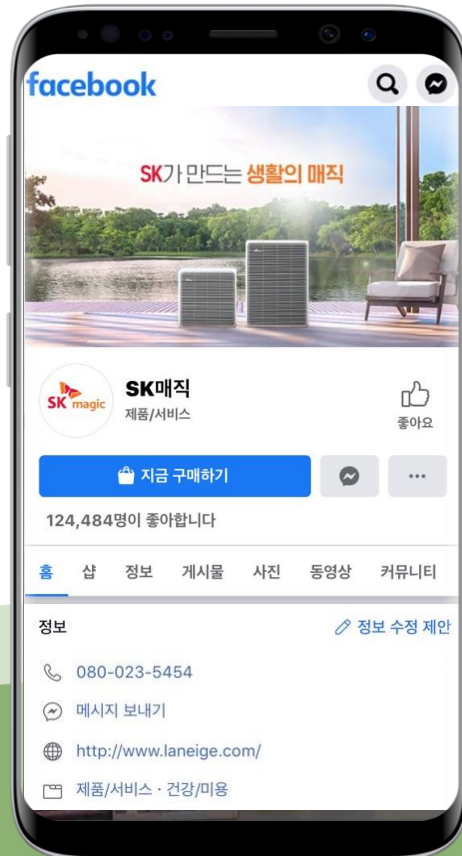
# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

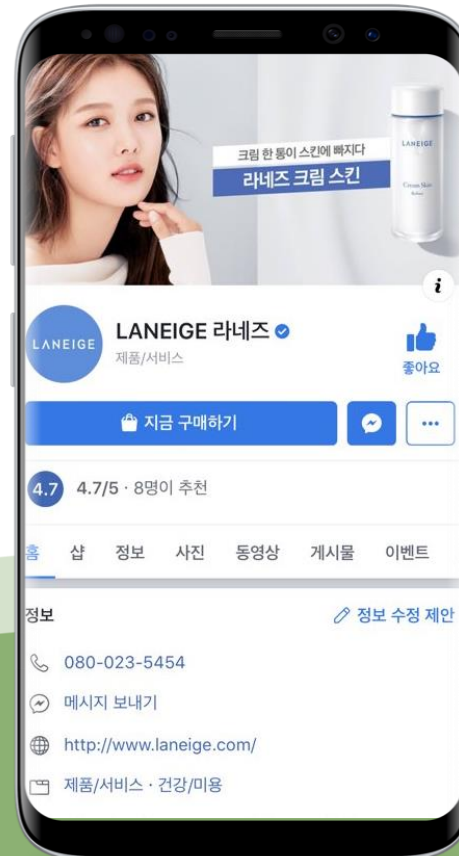
#정관장물



#SK매직



#LANEIGE



#오설록



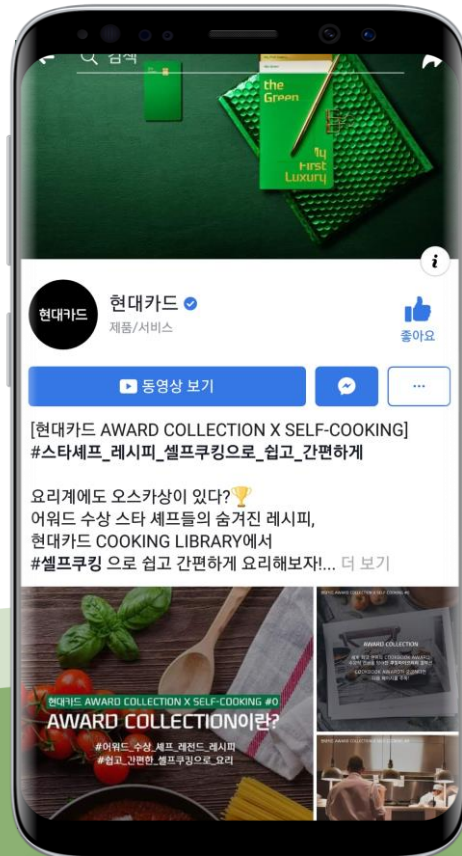
# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

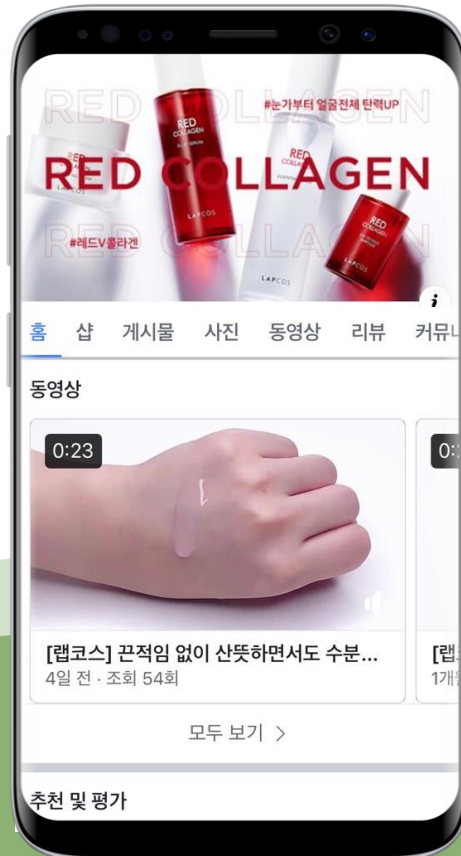
#아리따움



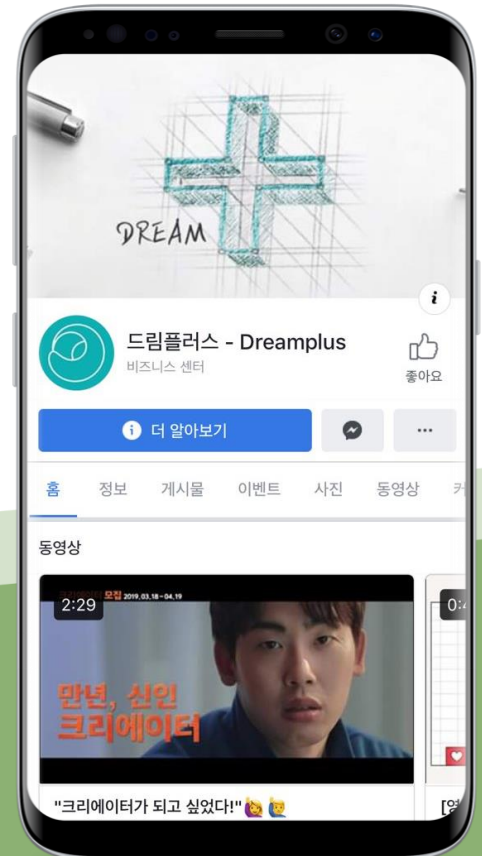
#현대카드



#LAPCOS



#드림플러스



# SNS CHANNEL

디지털 플랫폼에 맞는 콘텐츠 기획 및 솔루션 제공

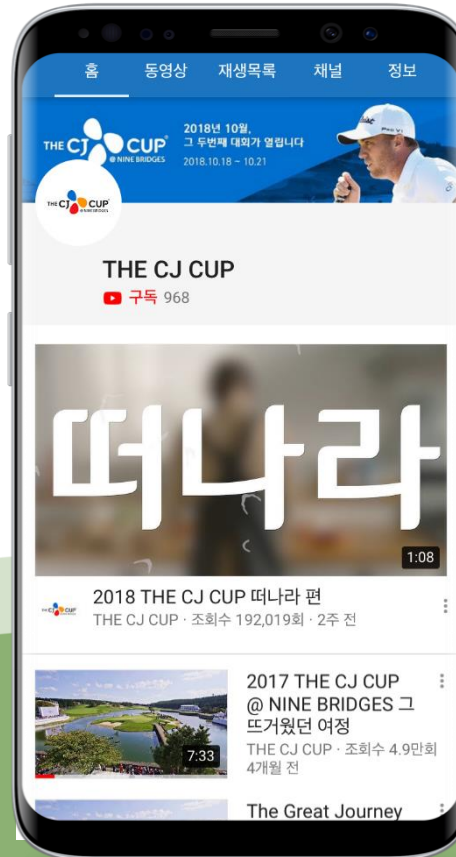
#라이나



#조니워커



#CJ CUP



#아시아나





## 플레이스테이션 유튜브 2022 연간 대행

게임 타이틀(소니 독점작 우선 기준)을 활용하여  
일상 속 상황과 게임의 소재를 접목한 웹드라마 형식의 정기 콘텐츠 발행



# Playstation

# 플레이스테이션 유튜브 연간 대행

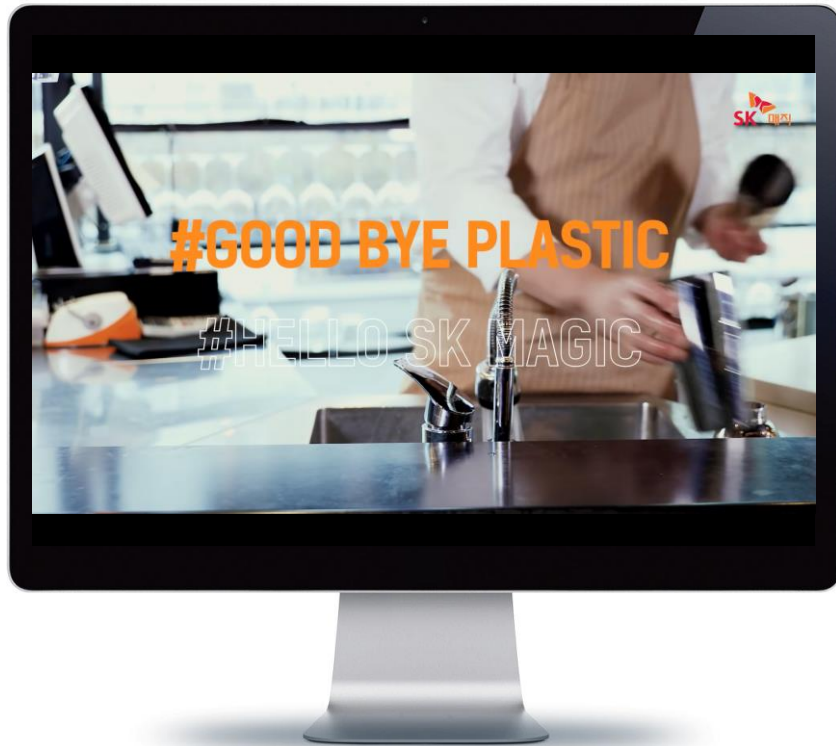
'드래곤 퀘스트@X 지나간 시간을 찾아서™' 한국어 버전 Web CM  
Reaction Video Series / 이 "세키로" 정했다 시리즈 외 다수



# Playstation



**SK매직 유튜브 연간 대행**  
 캠페인 바이럴 및 이벤트 영상 제작



**SK MAGIC**



# 에어서울 실험카메라 시리즈

항공사에어서울 유튜브 콘텐츠, 기내의 특징을 실험카메라 형태로 제작



**첫번째 실험 내용**

실제 키 : 190.4cm  
 실제 몸무게 : 약 0.1톤  
 직업 : 엄마 아들  
 꿈 : 100만 유튜버

과연, 편안하게 일반 좌석에 앉을 수 있을까?



# AIR SEOUL

**DATA ART**



# 브랜드 진단 : 소비자 인식 온라인 버즈 분석 케이스


## 1. 소비자, 기업 발신 브랜드 연관어 버즈 분석 :

거리별, 연관어, 긍부정, TPO 분석을 통한 브랜드 자산 확인.

### 트렌드 분석 및 소비자 인식 분석

#### 트렌드 기사 스크랩

**정수기, 숨으니까 더 잘 팔리네**  
2020-08-09



주방 가전의 필수품 정수기가 꼭꼭 숨었다. 주방 수납장으로 숨은 '빌트인 정수기'가 심플한 디자인과 넓은 공간 활용 등 다양한 장점을 앞세워 인기몰이에 나서고...

[더 보기 >](#)

**초겨울에도 판매 대박... '사계절 가전' 된 정수기**  
2020-12-13


렌탈업계의 11월 정수기 판매

코웨이	아이온 정수기 출시 분달 판매 판매량 2만 대 돌파
청호나이스	전년 동기 대비 18% 증가
SK매직	전년 동기 대비 10% 증가
쿠쿠	인앤아웃 100% 골연 물 정수기 판매량 전년 대비 20배 증가
현대렌탈케어	1주일 정수기 판매 1만 대 돌파

여름 가전'으로 인식돼온 정수기가 올해는 초겨울부터 이례적인 판매 증가세를 보이고 있다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 인한 홈 카페 ....

[더 보기 >](#)

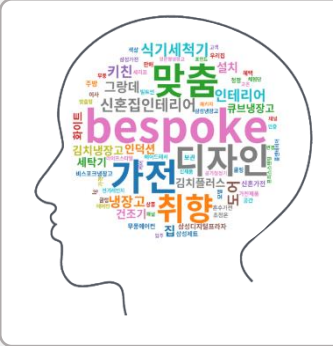
**삼성전자 비스코프 '마지막 퍼즐' 정수기...렌탈사를 '시장 더 커진다'**  
2021-02-04



삼성전자가 오는 9일 '비스코프 정수기'를 공개할 것으로 알려지면서 렌탈 업계의 이목이 쏠리고 있습니다. 국내 정수기 시장은 연간 3조원 규모로 렌탈 기업 코웨이, SK매직, LG전자, 쿠쿠, 청호나이스가 주도....

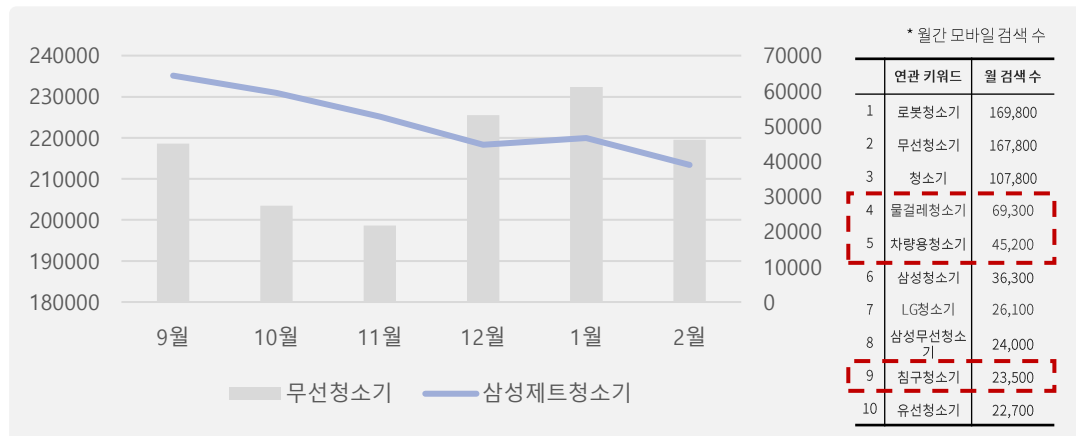
[더 보기 >](#)

#### 카테고리, 브랜드, 제품 관련 소비자 인식 분석

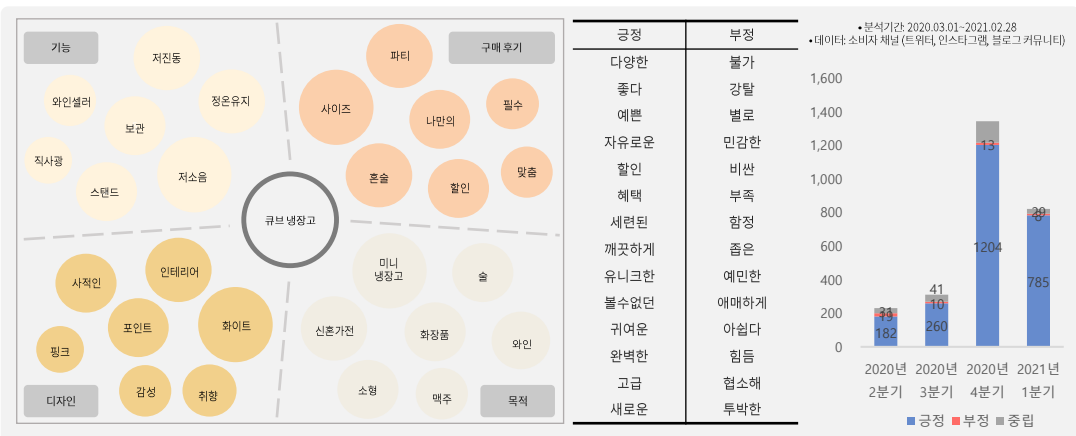


- 삼성 비스코프 제품이 디자인 측면에서 소비자들이 호평을 받음.
  - 삼성 비스코프는 디자인까지 이쁜 인터리어가전이니 더욱 탐나네요.
  - 너무 이쁜 나만의 비스코프 넘 가지고 싶네요.
- 신제품을 구매할 때 비스코프 제품을 꼭 집어 많이 구매함.
  - 비스코프 제품으로 계약했어요.
  - 스마트한 비스코프 제품 너무 좋네요.
- 초정 온, 고온 등 기능적인 측면에도 소비자들이 관심이 많음.
  - 메탈쿨링으로 초 정온을 유지해 주어 감치 맛을 더 해줘요.
  - 고온 직수 세척 살균 기능이 좋아요.

### 제품 카테고리 버즈량, 검색량 제공 및 분석



### 제품 속성 분석 및 감성 분석

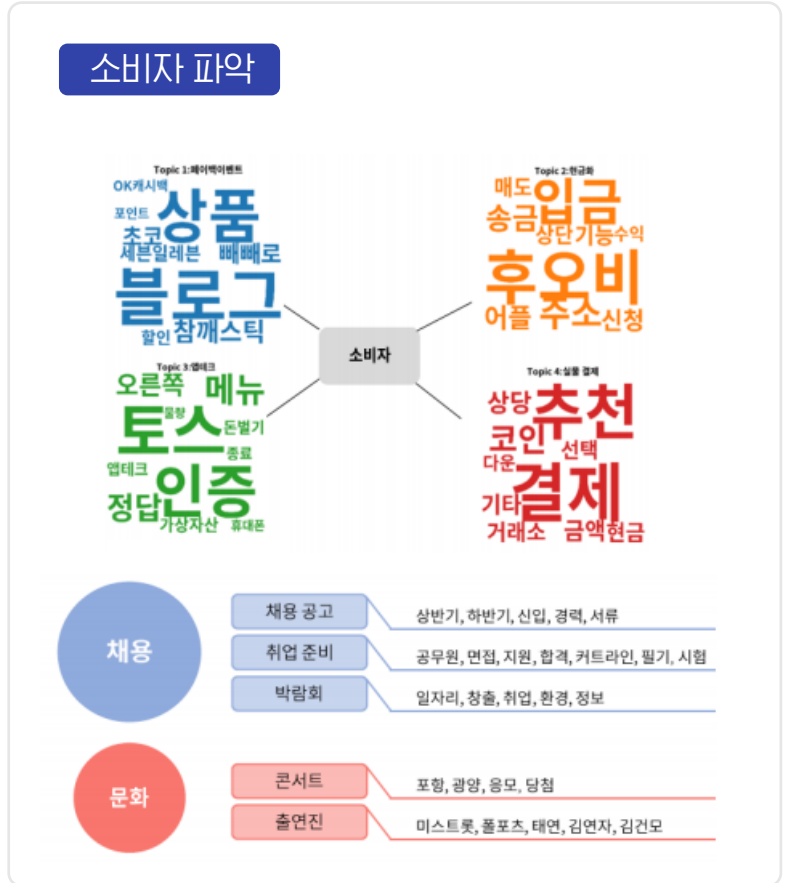
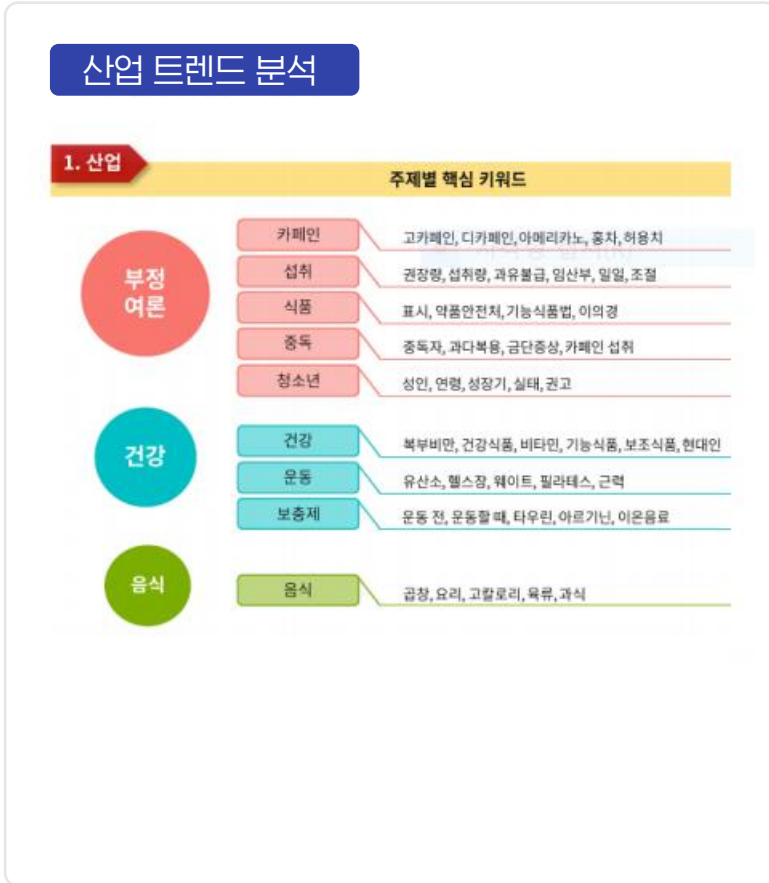




# 브랜드 진단 : 포지셔닝 확인 및 제안

## 2. LDA 토픽 모델링을 통한 콘텐츠 핵심 컨셉 파악

- 콘텐츠를 주제별로 분류하는 기법으로, 산업 시장의 트렌드 및 브랜드 / 경쟁사 / 제품의 구체적인 주제 파악이 가능함.
- 산업 시장에서 경쟁사가 명확하지 않을 경우, 소비자의 보이스를 주제별로 파악하고 싶을 경우 사용.



# 커머스 진단 : CRM

## 1. 인플루언서 계정 분석을 통한 셀러 포지셔닝 및 피드 분석 및 상품 매칭 제안 자료

### 인기 게시물 해시태그 분석

\* '좋아요' 기준 상위 100개 콘텐츠



- #셀스타그램, #selic, #얼스타그램 처럼 얼굴이 가깝게 노출된 셀카 사진이거나, #힙업운동, #다이어트, #요가복 과 같은 운동 게시물에 인기가 높음
- 게시물에 비해 해시태그 수가 높지 않아 게시물 당 해시태그 수를 높여야 될 필요가 있음

### 비인기 게시물 해시태그 분석

\* '좋아요' 기준 하위 50개 콘텐츠



- 전반적으로 다이어트 식품 게시물에 인기가 낮은 것으로 보임
- 또한, 제품 사진만 업로드한 빈도가 높았던 밴드프, 자별이 게시물에 인기가 낮은 것으로 보아 제품을 든 셀카 사진을 업로드하는 것을 추천 드림

### 인스타그램 내용 및 댓글 분석으로 셀러 포지셔닝 잡기

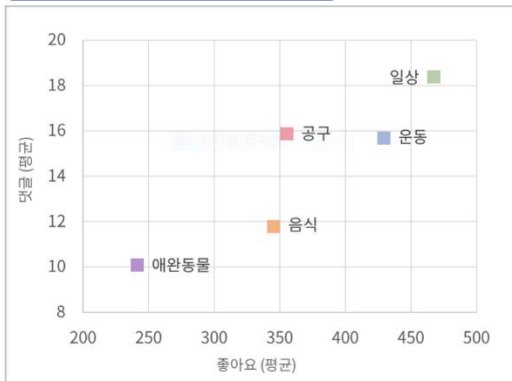
word	count
사용	88
예쁜	80
호소	77
피부	69
공구	67
주문	64
신크림	61
구매	60
추천	53
내일	46
좋아하	44
오른	43
쿠션	39
사진	37
바르	36
루이우이	36
가능	36
만나	34
제품	33
브이	31



word	count
언니	57
예쁜	46
이쁘	39
진짜	35
예리	17
구매	15
사랑	14
감사	13
알굴	11
어머	11
이열	10
귀엽	9
인형	9
머리	8
예뻐	8
드리	8
확인	8
오늘	8
증말	8
아름	8



### 주제별 게시물 반응 포지셔닝



- '일상', '운동' 주제의 게시물 반응도가 가장 높았음
- 대부분 얼굴이 가깝게 보이는 사진으로 좋아하고, 댓글 반응도 모두 높은 것으로 보임
- '공구' 게시물 중 댓글 이벤트를 진행했었지만, 제품만 노출된 게시물은 댓글 반응도가 낮아 평균 수치가 낮은 것으로 보임

### '일상' 게시물 분석

**일상**

눈코 뜰새없이 바쁜하루

"사랑스러워요" "넌 이뻐요" "웃 정도 알려주세요"  
"립 어떤 제품 바르세요?" "준예"

날씨 맑음

#셀스타그램 #selfie #대일리룩 #ootd

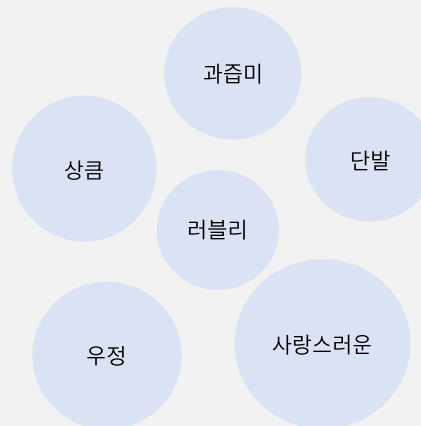
"이부세용" "웃는 모습이 짱" "좋은하루 보내요~"

어제 자 2020 첫 한강  
암것도 안하고 하늘만 보고있어도 행복해  
#셀스타그램 #selfie #피크닉 #대일리룩

"언니 저도 한강이었는데" "너무 예뵤요" "아름답습니다"

- '일상' 게시물의 대부분이 셀카 사진이며,
- 인플루언서의 외적 모습을 좋아하는 팔로워들에게 큰 관심을 받는 것으로 보여짐
- 인플루언서와 비슷한 연령대의 여성 팔로워들이 '일상' 게시물에 메이크업 정보를 요청하는 경우가 있음

### 인기 콘텐츠 기반 최적 스타일



### 인기 콘텐츠 기반 최적 카테고리



# 커머스 진단 : CRM

## 2. 추천 상품 분석 - 장바구니, 연속 구매 분석을 통한 매출 상품 예측

CaSe\_1 클렌징, 액세서리, 색조, 기초, 바디, 식품, 패션, 잡화.

* frequent_itemsets		
	itemsets_	support
0	기초	0.65
1	색조	0.36
3	액세서리	0.27
6	기초, 색조	0.23
5	클렌징	0.18
7	기초, 액세서리	0.17
4	잡화	0.15
8	기초, 클렌징	0.15
9	색조, 액세서리	0.14
2	식품	0.12
10	기초, 색조, 액세서리	0.11

* association_rules				
	antecedents_consequents	support	confidence	lift
4	기초 -> 클렌징	0.15	0.23	1.25
5	클렌징 -> 기초	0.15	0.81	1.25
6	색조 -> 액세서리	0.14	0.39	1.44
7	액세서리 -> 색조	0.14	0.52	1.44
8	기초, 색조 -> 액세서리	0.11	0.49	1.80
9	기초, 액세서리 -> 색조	0.11	0.65	1.80
10	색조, 액세서리 -> 기초	0.11	0.80	1.22
11	기초 -> 색조, 액세서리	0.11	0.17	1.22
12	색조 -> 기초, 액세서리	0.11	0.31	1.80
13	액세서리 -> 기초, 색조	0.11	0.42	1.80



- 기초 <-> 클렌징
- 색조 <-> 액세서리

간의 연관 관계가 가장 의미 있게 나타남.

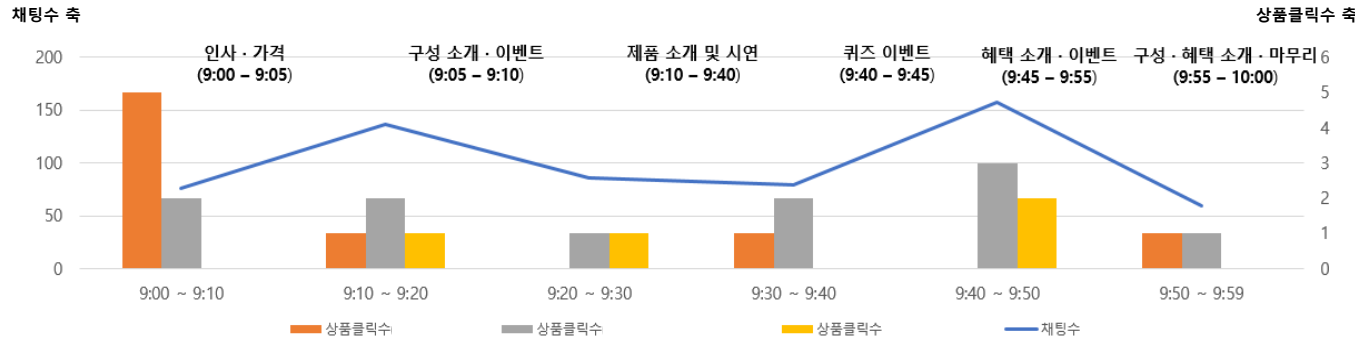


# 커머스 진단 : 모바일 라이브 커머스 (MLC) 진단

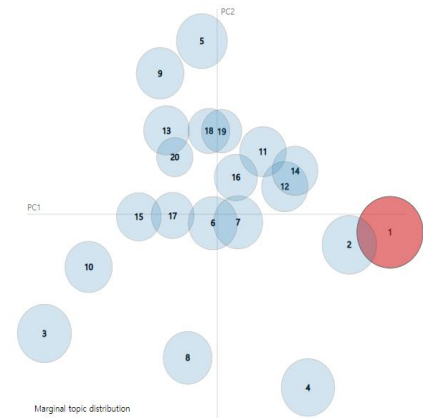
## 3. 라이브 커머스 진행자 멘트 분석을 통한 셀링 컨셉 분석

- 구간별 단어 언급 시각화.
- 멘트 - 매출 상관관계 분석.
- 멘트 구매 설득 전략 10요소 토픽 모델링 분석.

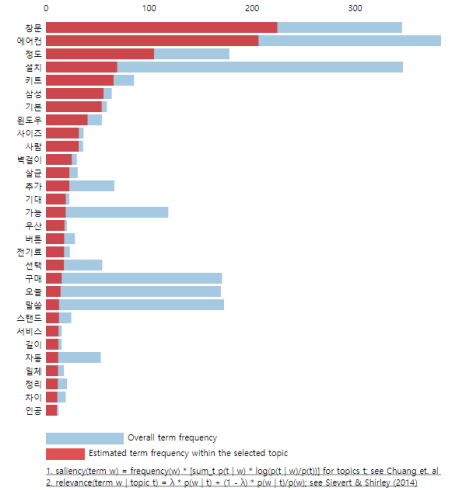
### 라이브 커머스 및 인스타 라이브 분석 보고서 예시



Intertopic Distance Map (via multidimensional scaling)



Top-30 Most Relevant Terms for Topic 1 (9.5% of tokens)



쇼호스트 멘트	
소비자 댓글	

화자명 | 인식 결과 신뢰도

타임라인 | 평내용 | 인식결과 편집 | 전체 보기

00:04 ~ 00:19 [Audio] **오** 오늘 쿠키 런칭 이벤트가 왔습니다. 정말. 지금 많은 분들이 참여해 주고 계시는데 오늘 엄청난 상품인 거 가져왔어요. 여러분들 고기 좋아하시나요. 저도 고기 진짜 좋아하는데요. 요즘 외식도 못한

00:19 ~ 00:37 [Audio] **오** 오늘 쿠키 런칭 이벤트가 왔습니다. 정말. 지금 많은 분들이 참여해 주고 계시는데 오늘 엄청난 상품을 가져왔어요. 여러분들 고기 좋아하시나요. 저도 고기 진짜 좋아하는데요. 요즘 외식도 안되고

00:19 ~ 00:37 [Audio] **그** 그렇다고 집에서 고기를 구워먹거나 기름 튀기고 뒷정리하는 게 그게 쉬운 일이 아니거든요. 그래서 저희가 준비했어요. 이제는 집에서 간편하고 빠르고 맛있게 해먹을 수 있는 저희 삼성에서 아주 완벽한 제품을 준비했습니다.

00:19 ~ 00:37 [Audio] **그** 그렇다고 집에서 고기를 구워먹거나 기름 튀기고 뒷정리하는 게 그게 쉬운 일이 아니거든요. 그래서 저희가 준비했어요. 이제는 집에서 간편하고 빠르고 맛있게 해먹을 수 있는 저희 삼성에서 아주 완벽한 제품을 준비했습니다.

**THANK  
YOU**

