



CC Company

온라인 마케팅의 올바른 선택

2021.11.28

Copyright © CCCOMPANY All Rights Reserved.





Index



CC COMPANY INTRODUCTION

1. ABOUT CC

2. CC 상품 소개

- 바이럴 마케팅
- 퍼포먼스 마케팅
- 디스플레이 AD
- 오프라인 마케팅
- CPS 마케팅

4. REFERENCE

About CC Company

'Correct Choice'

마케팅의 '올바른 선택' CC와 함께하세요.

마케팅에 정답은 없습니다. 그러나 선택의 기로에서
보다 '정답에 가까운 선택'은 있을수 있습니다.
저희 CC컴퍼니는 고객사에게 '정답에 가까운 선택'을 제안합니다.

With CC



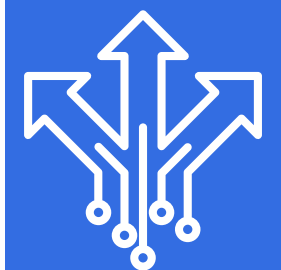
Condition
Check



Brand
Study



Planning



Growth



VIRAL MARKETING



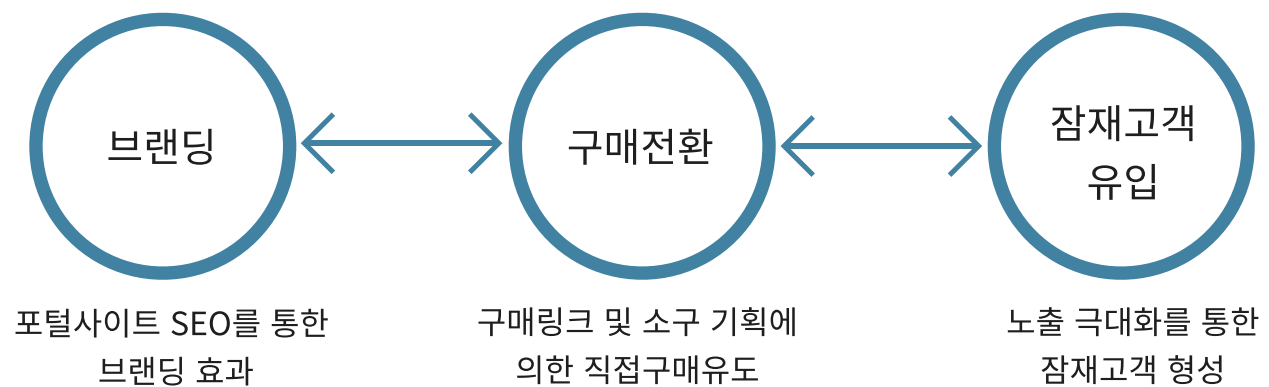
CC COMPANY VIRAL MARKETING

- 검색노출 마케팅 (N사 SEO)
- 브랜드 블로그
- 브랜드 포스트
- 브랜드 카페
- 카페/커뮤니티 게시글 바이럴
- 마켓/어플 리뷰 바이럴
- 인플루언서 마케팅
- 언론홍보
- 방송 PPL

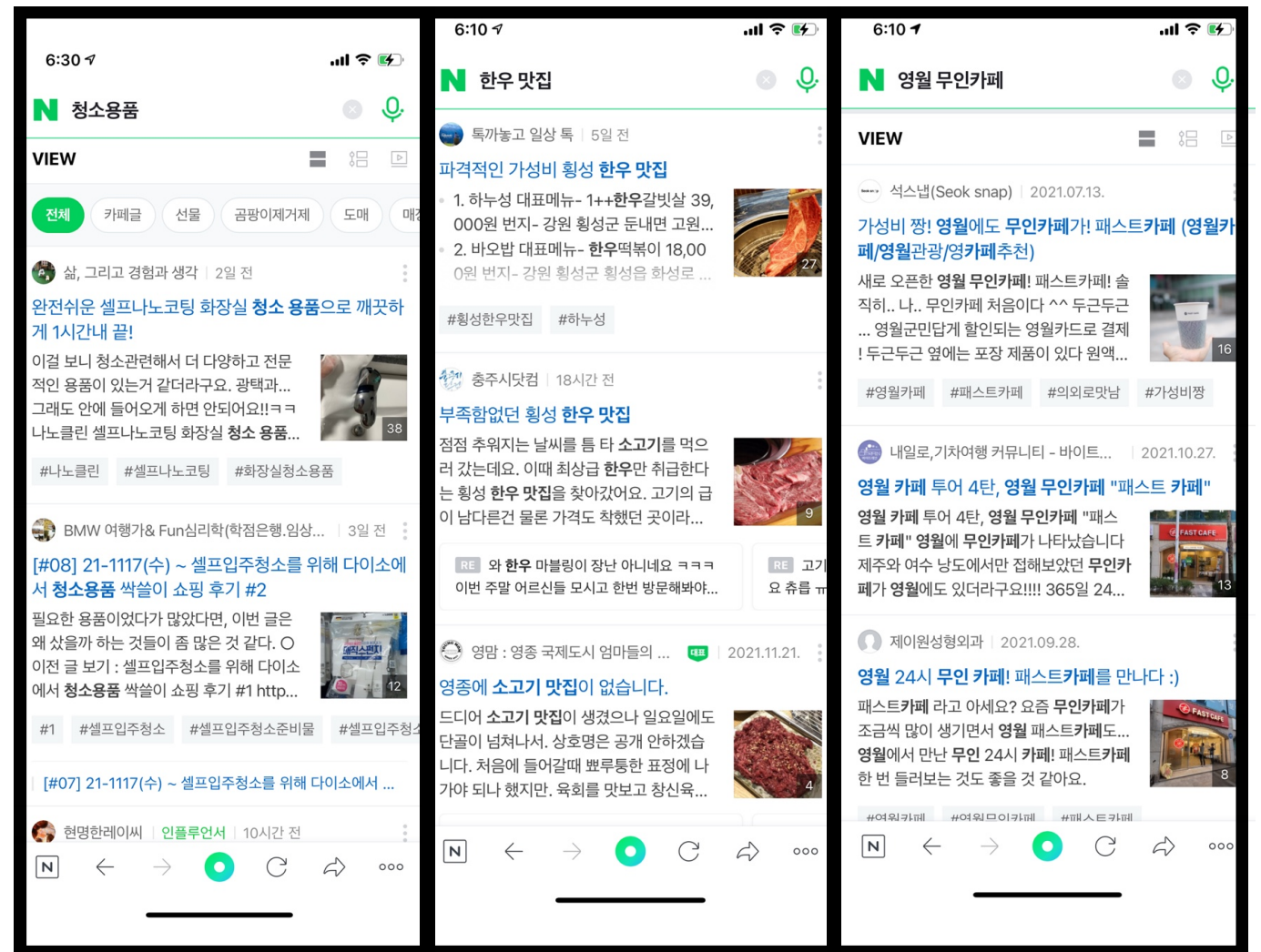
검색노출 마케팅

- N 포털 사이트 통합검색 SEO 작업
- 자사 콘텐츠의 상위 반영을 통한 CTR 극대화 (클릭률 극대화)
- 목표 및 현황에 따른 콘텐츠 기획

검색노출 마케팅이란, 포털 사이트 내에 자사 콘텐츠를
상위에 노출시켜 조회수를 극대화 시키는 형태의 마케팅입니다.
많은 온라인 마케팅 회사에서 진행하고 있는 기법이나,
저희 CC 컴퍼니는 모든 콘텐츠에 '기획'이 들어갑니다.
기획없이 양산된 원고는 상위노출 되는 것이 오히려 독입니다.
제품의 특성 및 타겟고객층을 분석하여 정확한 소구점을 찾아
판매전환까지 일으키는 전략을 보여드립니다.



* N 포털 작업 예시 이미지

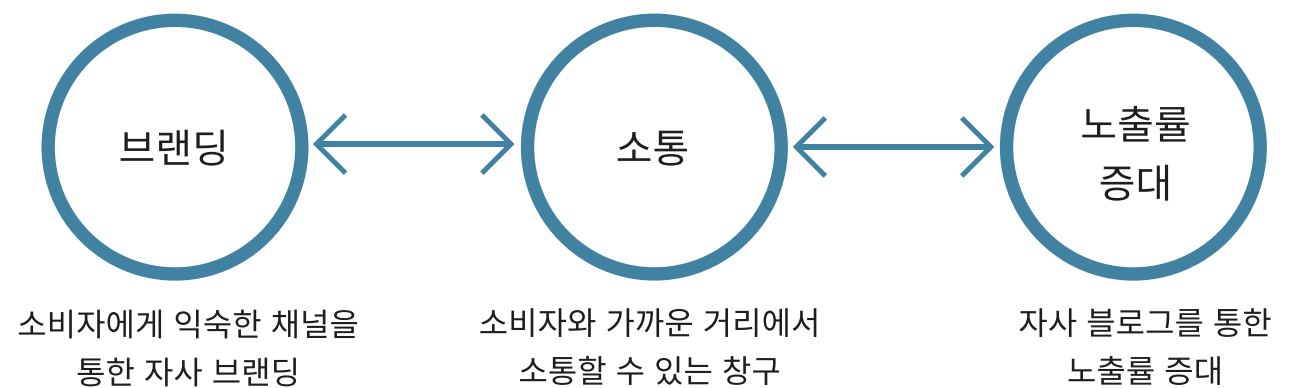


CC Company

브랜드 블로그

- 기업 브랜드 채널 활용 마케팅
- 소비자와 직접적인 소통가능
- 콘텐츠 업데이트에 용이하여 꾸준한 고객 유입 유도
- 홈페이지와 대등한 신뢰도

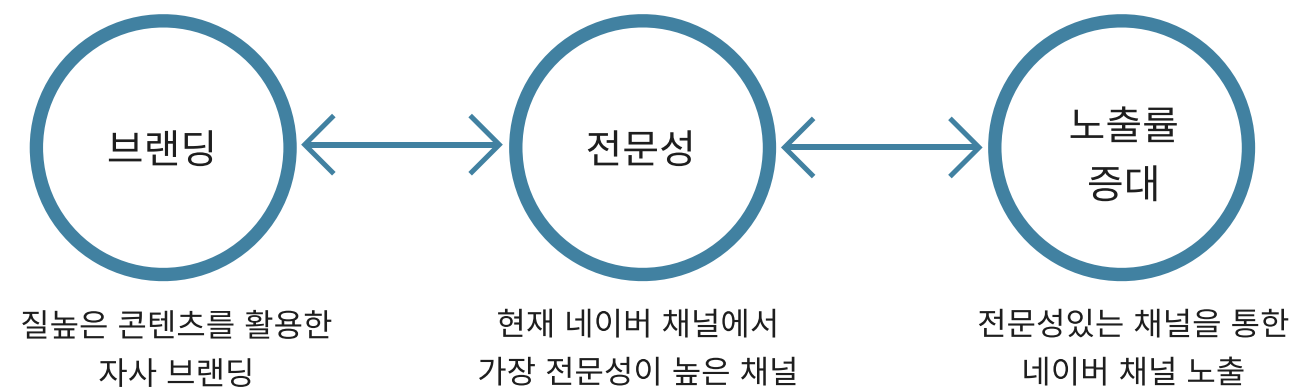
브랜드 채널은 홈페이지와 같이 대표성을 지니며, 홈페이지보다 고객과 더 가까운 위치에서 소통이 가능하다는 장점이 있습니다. 즉각적인 효과를 목표하기 보다는 꾸준한 관리와 창의적인 콘텐츠를 통하여 소비자 트렌드를 읽어가는 것이 중요합니다. 디자인적인 요소, 콘텐츠 기획적 요소 모두 고려해야 하는 다소 어려운 작업이라고 볼 수 있습니다.



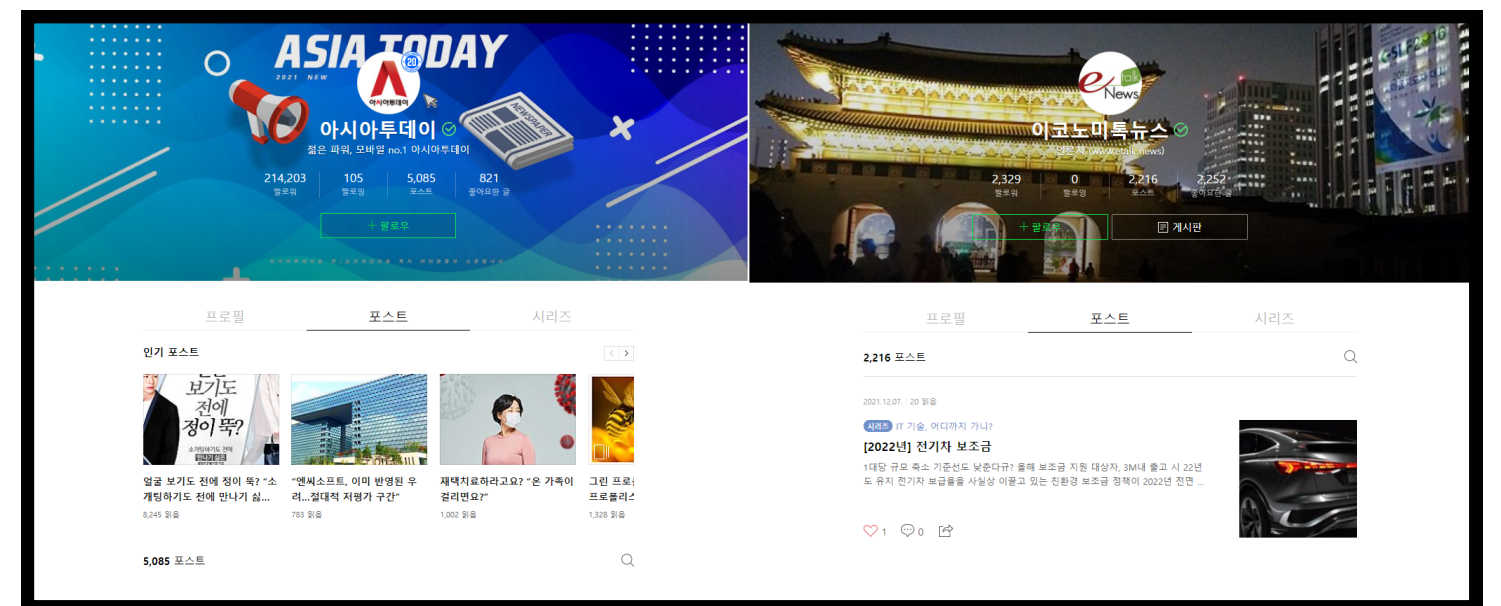
CC Company

브랜드드 포스트

- 모바일 최적화 콘텐츠
- 가독성, 신뢰성 높은 매체
- 포털 공식 포스트 인증을 통한 SEO 마케팅 효과
- 홈페이지와 대등한 신뢰도



포스트 채널의 경우 현존하는 N 포털 사이트의 다양한 채널 중 모바일에 가장 최적화 되어 있는 채널입니다. 별도 설정없이 좌우 슬라이딩을 통하여 페이지를 넘길 수 있는 모바일 활용도가 높은 채널이기도 합니다. 마케팅적 측면에서의 장점은 장기적으로 꾸준히 운영이 될 경우 포털 공식 인증 포스트로 자리매김 하여 상위노출 마케팅에 유리한 위치를 점할 수 있다는 점이 있습니다. PC에서 역시 일반 블로그보다 전문적이라는 인식을 줄 수 있다는 장점이 있는 채널입니다.

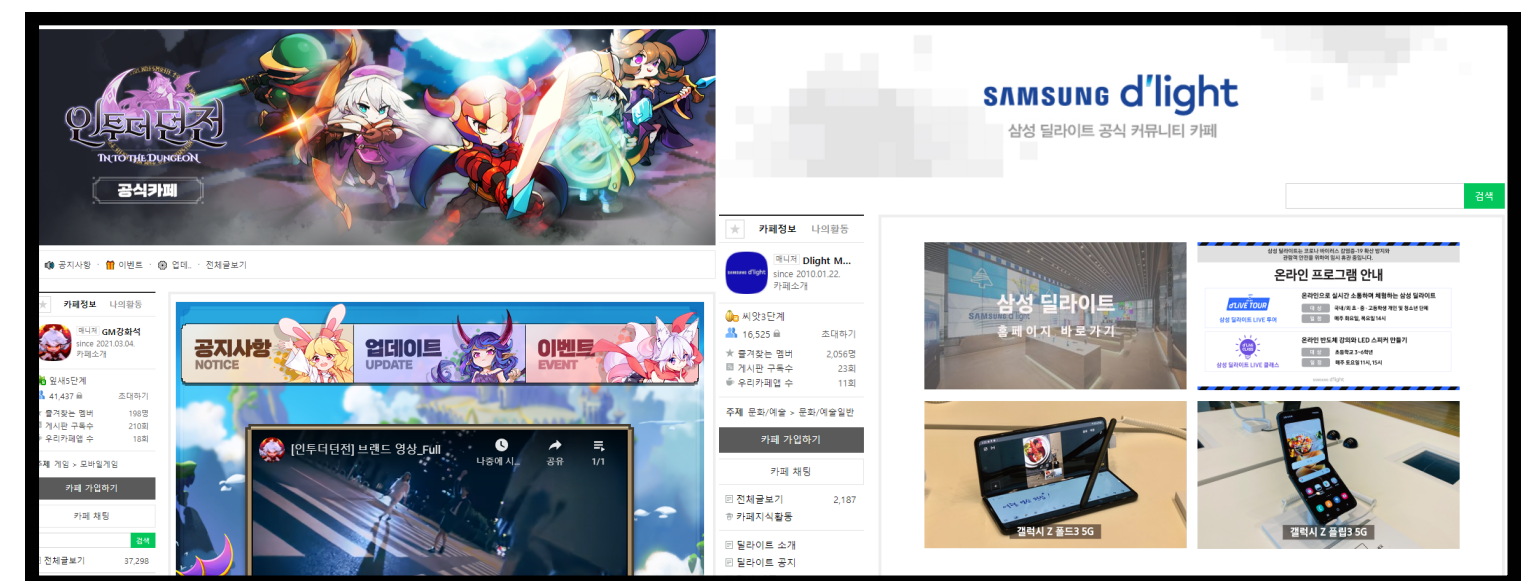
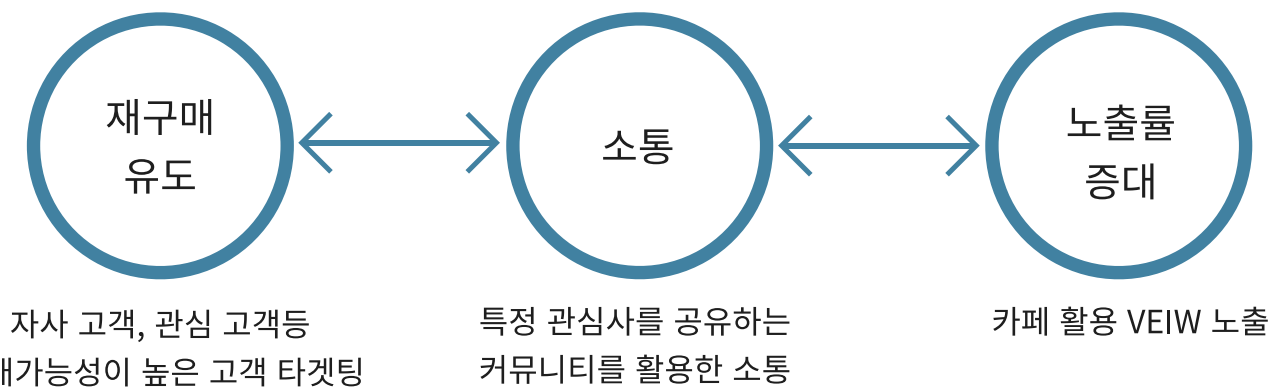


CC Company

브랜드 카페

- 고객 간, 고객과 회사 간 커뮤니티 활성화
- 제품 및 서비스 후기 공유
- 고객 충성도 제고

브랜드 카페는 단순 홍보나 노출목적이 아닌 고객들 간의 커뮤니티 형성, 그리고 회사와 고객 간 커뮤니티를 형성한다는 특징점이 있습니다. 포스트나 블로그에 비해 쌍방향 소통능력이 뛰어난 매체이며 이러한 장점을 통해 신뢰도를 상승시킬 수 있습니다. 또한 각종 이벤트 등을 활용하여 충성도 높은 고객 풀을 형성하기도 합니다. 최종적으로는 카페 지수를 높여 별다른 마케팅 없이 순수 콘텐츠가 포털 상위에 노출되는 효과도 있습니다.

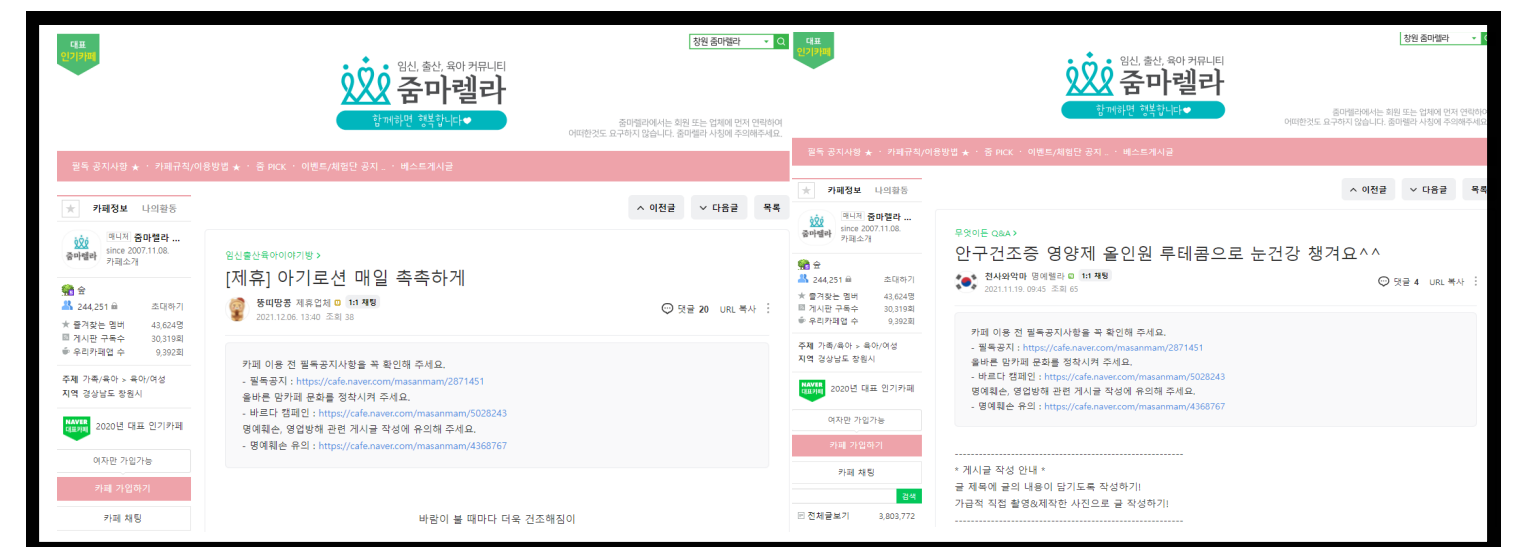
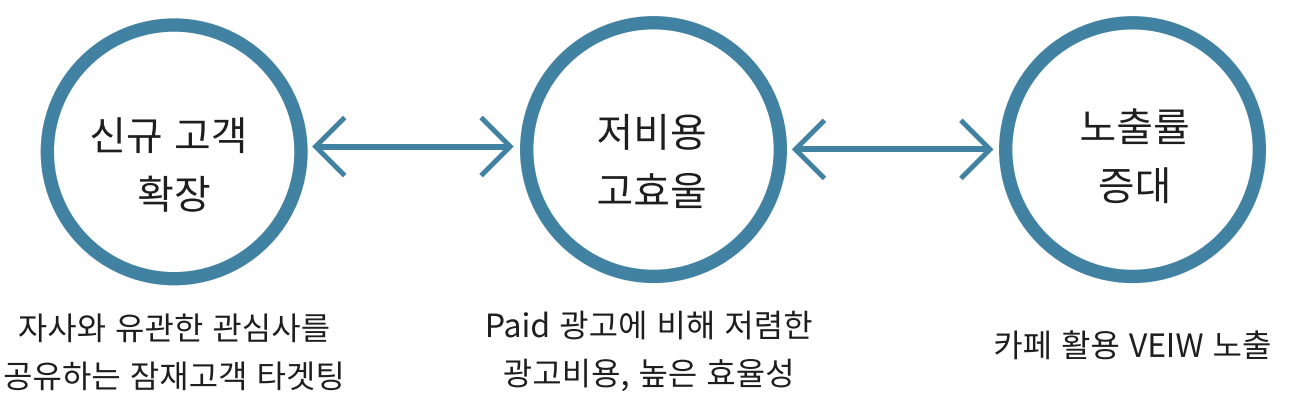


CC Company

카페 & 커뮤니티 스토리 마케팅

- 게시글 기획과 댓글 유도를 통한 관심도 제고
- 제품 및 서비스의 지역별, 성향별 타겟팅
- 단기간 폭발적인 매출 상승에 기여

포털 사이트 상위에 랭크하여 많은 인원에게 노출시키는 검색노출 마케팅과는 달리 비교적 폐쇄적인 채널입니다. 카페&커뮤니티는 특정 관심사를 공유하는 집단으로 여론 형성을 통하여 단기간에 매출을 견인할 수 있는 장점이 있습니다. 폐쇄적인 채널에서의 여론형성은 마케팅 집행 종료 이후에도 지속적인 효과를 일으킵니다.



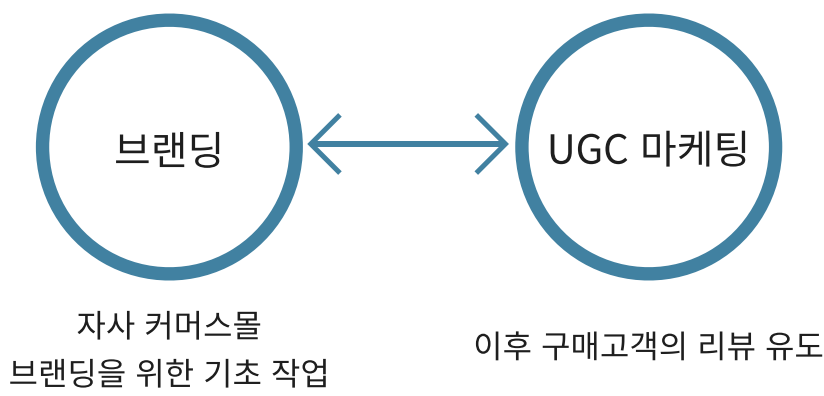
CC Company

마켓 & 어플리뷰 바이럴

- 긍정적 후기를 통한 신뢰도 형성
- 구매 직전 단계의 잠재 고객 구매 전환에 큰 효과
- 상세페이지 판매포인트 활용 가능

각종 오픈마켓과 어플들에 긍정적인 후기를 양산하는 마케팅 기법입니다.
'스마트스토어'부터 '화해'등의 어플까지 다양하게 작업 가능하며, 온/오프라인 매장 구분 없이 모두 적용될 수 있는 마케팅입니다. 부정적 후기 밀어내기, 고객 신뢰 확보등의 다양한 목표를 가지고 진행되며 브랜딩의 개념으로 진행되기도 합니다.

*실제 구매 리뷰만 가능하며, 체험 고객에 한하여 진행가능합니다.



The screenshot shows a product review page with a grid of reviews. Each review includes a star rating (5 stars), a username, a date, and a short text review. Some reviews include small images of the product. Below the grid, there is a section titled '방문자 리뷰 340' (340 visitor reviews) and a '나도 참여' (I also participate) button. To the right, there is a '공정 상품평 BEST' (Fair product review BEST) section featuring a user named '아디나' (Adina) with a 5-star rating and a detailed review. The review text mentions '1월 1일부로 특허인자이전된 하루 평균성취량' and '어항물론 매우 좋았던 시력이 내이가 돈다'.

CC Company

인플루언서 마케팅 (체험단, 기자단, 셀럽 등)

- 소비자와 가장 가까운 마케팅 기법
- 'UGC 마케팅'(사용자 제작 콘텐츠) 초기 작업으로, 실 고객의 순수 콘텐츠 유도
- 검색노출 마케팅과 병행하여 진행 가능

제품 및 서비스에 대한 광고를 진행할 때 전통적인 방식은 연예인 등의 유명인의 이미지를 활용하는 것이 일반적이었으나, 요즘은 일반인과 연예인의 경계에 있는 인플루언서를 활용하는 온라인마케팅이 필수가 되었습니다. 소비자로 하여금 '나와 비슷한 사람이 사용하는 제품'이라는 생각을 하게 하고, 연예인보다 비교적 저렴한 비용으로 효율적인 마케팅이 가능하다는 장점이 있습니다. 또한 매우 트렌디한 마케팅 기법인 'UGC 마케팅' 기법의 초석을 만드는 마케팅이기도 합니다. (User Generated Content)

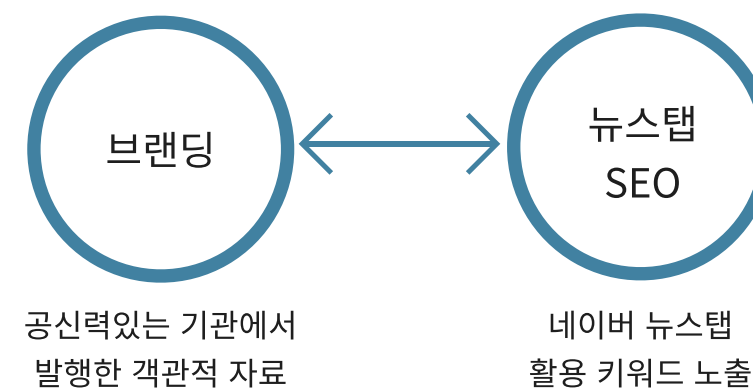


CC Company

언론홍보

- 공신력있는 기관의 콘텐츠를 활용
- 특정기관만의 작업이 가능하여 높은 보존성
- 언론사별 구독자의 성향을 통한 효율적 마케팅

전통적 매체에 비해 온라인 영역에서는 언론사의 파워가 조금 떨어진다고는 하나, 그럼에도 불구하고 많은 사람들이 기사를 읽습니다. 블로그 등의 채널과는 다르게 개인의 생각이 담긴 주관적인 글이 아니기 때문입니다. 이러한 공신력있는 기관의 이미지를 통해 브랜드 이미지 상승을 도모할 수 있고, 동시에 브랜드나 제품에 대한 신뢰도 역시 높일 수 있다는 장점이 있습니다. 누구나 글을 쓸 수 있는 영역과는 달리 언론홍보 마케팅의 경우 사실에 입각한 정보라고 판단하기 때문입니다.



경향신문 경향신문	국민일보 국민일보	노컷뉴스 노컷뉴스	NewDaily 뉴데일리	뉴스타파 뉴스타파	NEWSIS 뉴스시스	데일리안 데일리안	동아일보 동아일보
머니투데이 머니투데이	석간 문화일보 문화일보	미디어오늘 미디어오늘	B BLOTTER 블로터	서울경제 서울경제	서울신문 서울신문	세계일보 세계일보	스포츠동아 스포츠동아
시사인 시사인	아시아경제 아시아경제	아이뉴스24 아이뉴스24	연합뉴스TV 연합뉴스TV	OmyNews 오마이뉴스	이데일리 이데일리	일간스포츠 일간스포츠	전자신문 전자신문
The JoongAng 중앙일보	Net Korea 지디넷코리아	JJ.COM 지지통신	The Korea Herald 코리아헤럴드	파이낸셜뉴스 파이낸셜뉴스	프레시안 프레시안	한겨레 한겨레	한국경제 한국경제
JTBC JTBC	KBS KBS	KBS WORLD KBSWORLD	MBC MBC	MBN MBN	OSEN OSEN	SBS SBS	YTN YTN

CC Company



PERFORMANCE

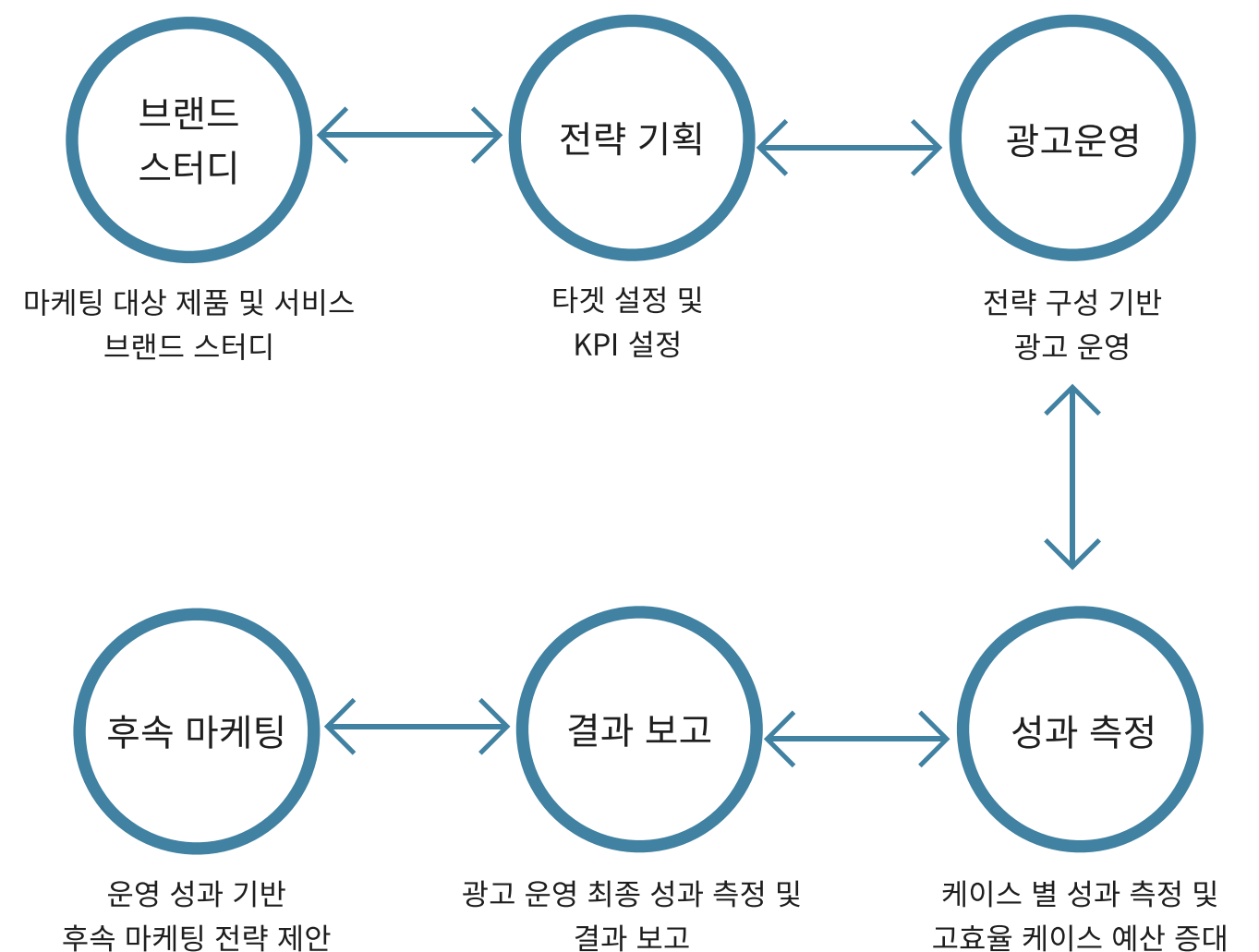


CC Company
**PERFORMANCE
MARKETING**

퍼포먼스 마케팅

- 세밀한 타겟팅을 통한 구매전환
- 유저 트래킹 데이터를 활용한 향후 마케팅 기획 가능
- 주요 관심사 카테고리에 따른 선택적 광고 노출

퍼포먼스 마케팅의 정의는 '소비자 행동 데이터를 통한 단계적 맞춤 전략 마케팅'입니다. 성과중심의 정량적인 마케팅 기법으로, 데이터 기반의 단기적 매출 성장을 이뤄낼 수 있다는 장점이 있습니다. 또한 측정 가능한 데이터를 통해 매출과 직결되는 부분을 직접 관리할 수 있다는 장점이 있습니다. 기존 마케팅 기법들의 단점인 '성과 측정'이 가능하다는 점이 가장 큰 차별점입니다.



CC Company



DA & CONTENT

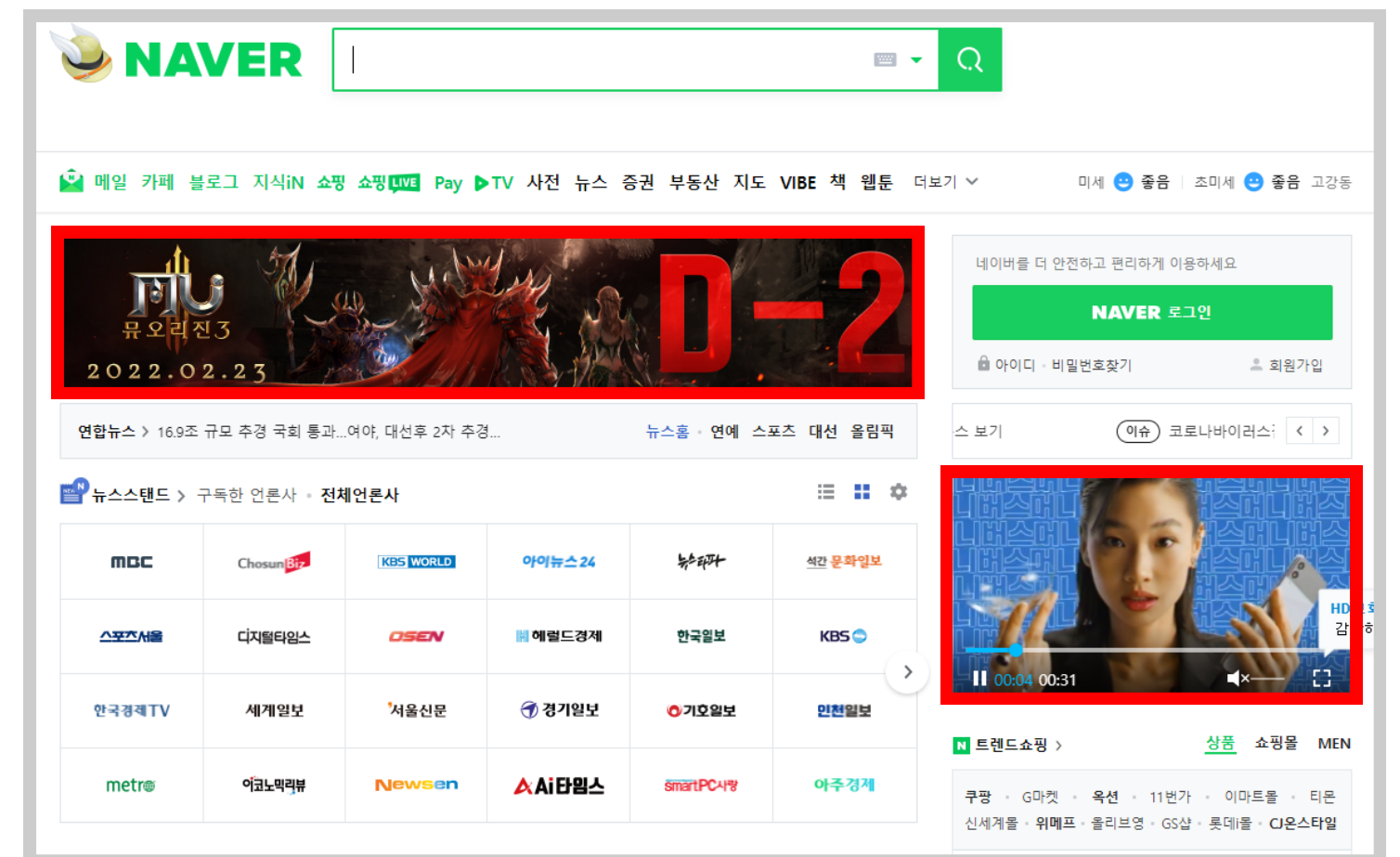
CC Company DISPLAY AD

- 온라인 포털사이트 배너광고
- 다중 네트워크 지면광고(GDN 등)

온라인 포털사이트 배너광고

- 대표 포털사이트 메인페이지 배너광고
- 제품 및 서비스에 적합한 지면 선정
- 유저 노출률이 높아 다양한 형태의 마케팅 시도 가능

온라인 포털 사이트 배너광고의 경우 네이버, 다음 등을 비롯하여 다양한 채널을 선택할 수 있습니다. 카카오 비즈보드도 배너광고의 일종입니다. 메인페이지 배너 활용 마케팅은 많은 기업이 활용중이며, 단기적 이벤트 홍보부터 장기적 목표를 가지고 브랜드 이미지 제고를 위해 활용되기도 하는 마케팅 기법입니다.



CC Company



다중 네트워크 지면광고(GDN 등)

- 다수 웹사이트 지면 활용 배너광고
- 리타겟팅 가능, 주제 및 키워드에 따른 타겟팅
- 통합 네트워크 서비스 제공, 성과측정 리포트 결과보고

다양한 채널에 고객사의 광고 내용이 배너형태로 게재됩니다. 물론 고객사와 협의된 타겟에만 배너가 노출되며, 트래킹 데이터를 리포트 형태로 측정, 보고드립니다. 여러 지면을 활용하여 진행되는 배너광고이기 때문에 포털사이트 메인을 활용하는 것 보다 세밀한 타겟팅이 가능하며 소재가 제한적인 포털사이트 메인에 비하여 조금 더 여유로운 콘텐츠 마케팅이 가능합니다.

CC Company



▲ 최하위의 어깨를 다독이는 금메달리스트 이보 니스카넨, 연합뉴스



존중

크로스컨트리 남자 15km 클래식.

가장 먼저 끝인한 리보 니스카넨(핀란드)은 추위 속에서도 결승선 주변을 떠나지 않았다. 선수들이 하나둘 들어올 때도 누군가를 기다렸다. 그리고 카를로스 키타나(콜롬비아)가 마지막으로 결승선을 통과하자 활짝 웃으면서 안아줬다. 최하위를 꼭 안아주는 진정한 챔피언이었다.

니스카넨은 "올림픽에 출전한 모든 선수는 올림픽을 위해 많은 땀을 쏟았다. 모두 최고의 성적을 낼 수 있도록 지원받는 것이 아니다. 선수로서 서로 존중해야 한다"고 말했다.

스노보드 남자 슬로프스타일 결선.

쑤이밍(중국)은 오심으로 금메달을 놓쳤다. 국제스키연맹(FIS)도 오심을 시인했다. 중국 팬들은 심판을 향한 비난을 퍼부었다. 하지만 쑤이밍은 오히려 "심판에 대한 비난을 멈춰달라"면서 오심 속 은메달을 받아들였다.

금메달을 딴 맥스 패럿(캐나다)에게도 축하 인사를 전했다. 패럿은 2018년 12월 림프계 암 일종인 호지킨 림프종 진단을 받았지만, 암을 이겨내고 금메달을 목에 걸었다.



CPS MARKETING

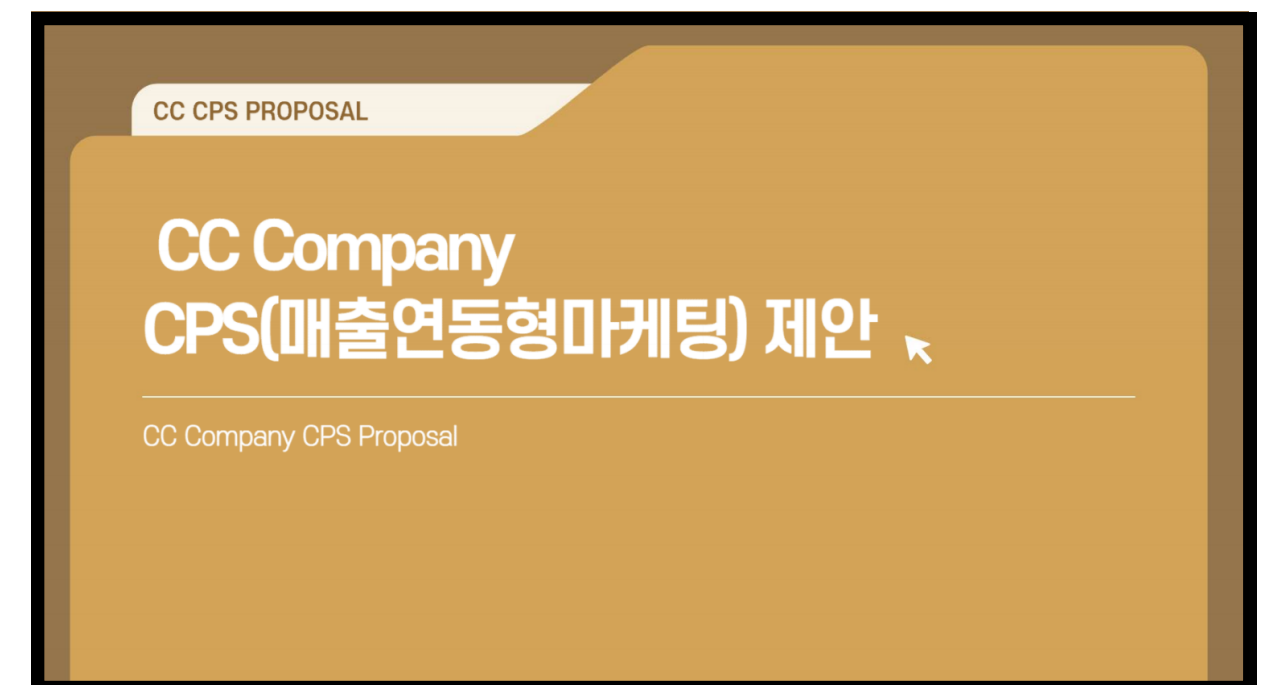
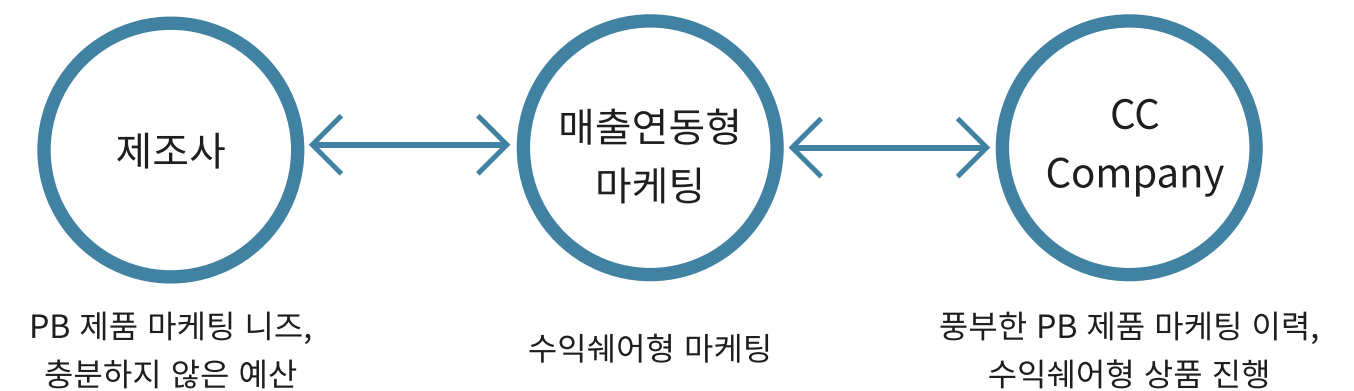
CC Company CPS

- 매출 연동형 마케팅
- PB 제품이 있는 고객사만 진행 가능

CPS - 매출연동형 마케팅

- 국내 유일 무과금 매출쉐어형 마케팅
- 'PB 제품 제조사 한정 그로스해킹'

CPS(매출 연동형 마케팅)은 저희 CC컴퍼니에서 소기업을 대상으로 함께 성장하기 위해 착안한 마케팅 상품입니다. 고객사는 마케팅에서 가장 중요한 리스크인 비용적인 부분에서 리스크관리가 필요하며, 광고사에서 그 리스크를 분담합니다. 조금 더 먼 미래를 보며 함께 성장하는 것이 매출 연동형 마케팅의 가장 큰 목표이며, CC컴퍼니의 목표입니다. 매출 연동형 마케팅의 경우 현재 PB 제품이 있는 제조사를 대상으로만 진행중이며 전 고객 모두 상담 후 진행중입니다. 상담 연락은 소개서 최하단 연락처를 통해 부탁드립니다.



CC Company



OTHERS

CC Company OTHERS

- 라이브 커머스
- 공동구매
- 옥외광고
- 오프라인 캠페인

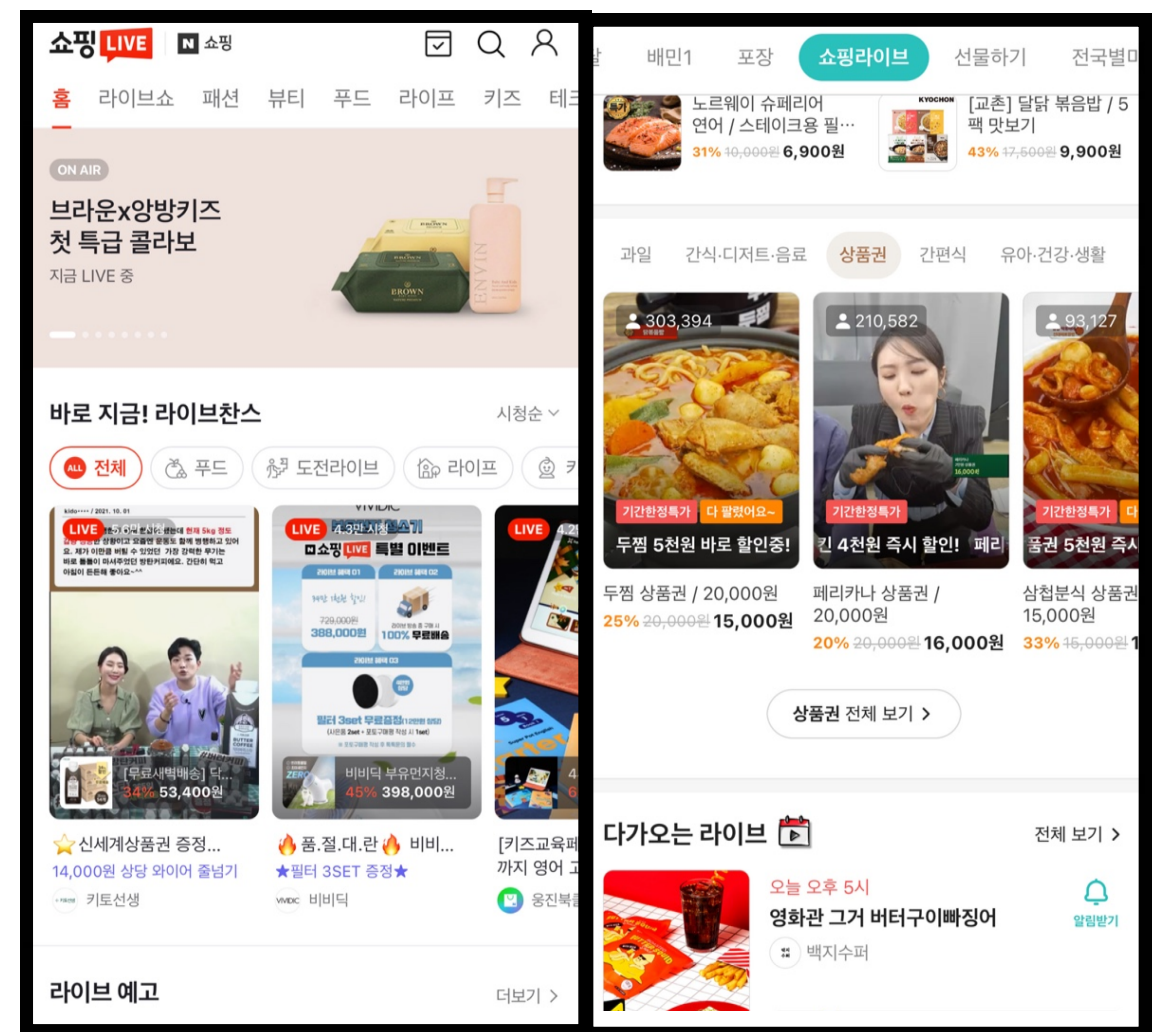
라이브 커머스

- 단기적인 매출 향상
- 사전 홍보/사후 마케팅 활용 데이터 축적 등 다각적인 전략 보유
- 쇼호스트, 연예인 제휴

최근 수년간 홈쇼핑의 대체재로서 급부상한 매체입니다.

홈쇼핑 대비 훨씬 저렴한 단가로 고효율을 낼 수 있는 매체로 촉망받았던 매체이나, 현재에는 단기적인 목표보다 중장기적인 목표를 가지고 접근하는 것을 추천합니다. 여전히 단기적으로 폭발적인 매출을 일으킬 수 있는 방법이긴 하지만 최근 라이브커머스의 진입장벽이 너무 낮아져 경쟁업체가 많아졌기 때문에 중장기적인 전략을 추천드립니다.

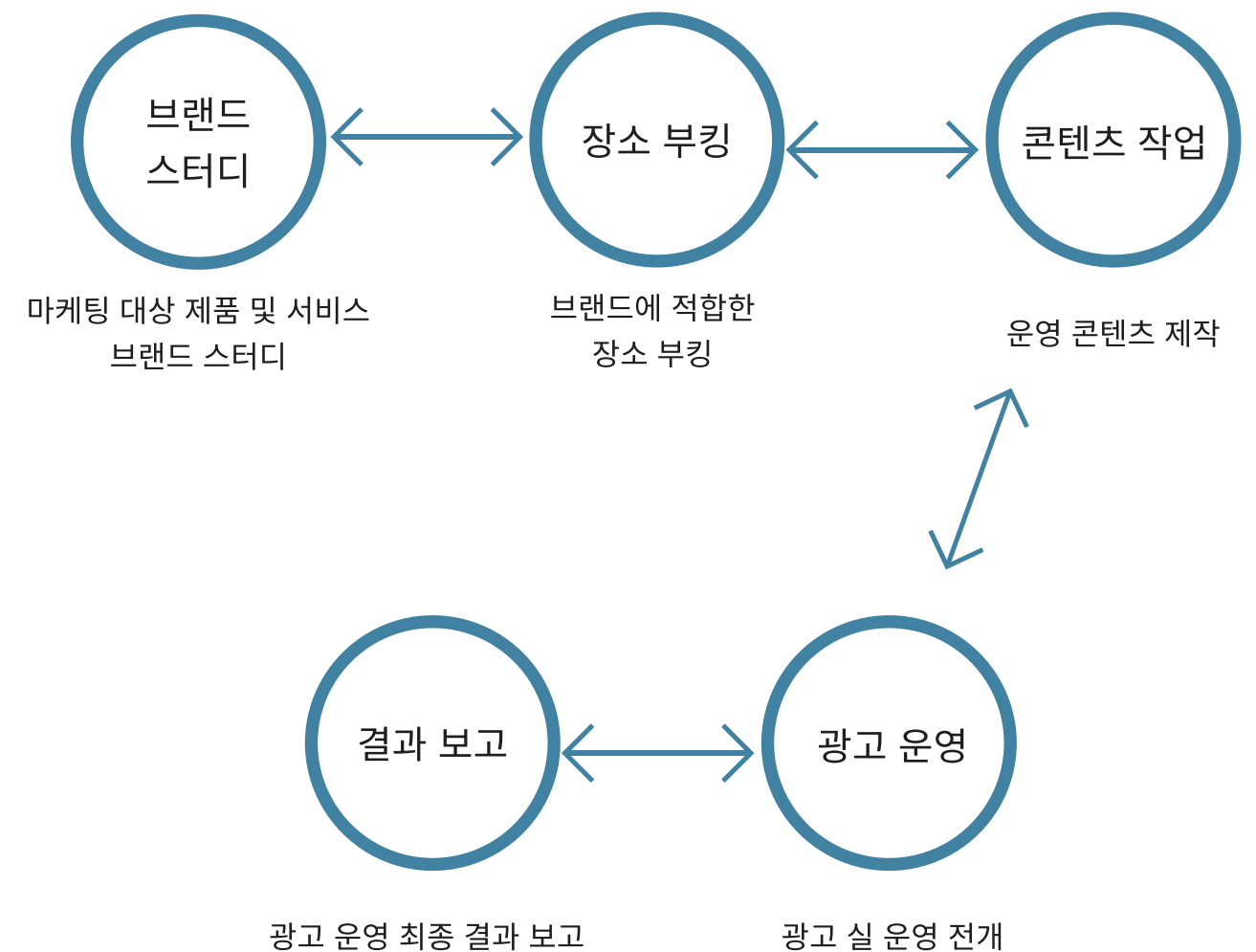
CC Company



옥외광고

- 버스, 지하철, 극장 등 다양한 위치에 진행가능
- 유동인구가 많은 지역, 상습 정체구간 위치 확보
- 구간 별 중복 진행을 통한 각인효과

오랜기간 전통적인 광고 채널로 활용된 오프라인 광고기법입니다. 온라인 마케팅과 적절히 배합하여 진행할 경우 단순히 고객사의 제품이나 서비스를 오프라인 채널을 통해 알리는 것 이상의 효과를 볼 수 있으며, 온라인 타겟 그 이상의 사람들에게 광고를 노출시킬 수 있다는 장점이 있습니다. 이전에는 B2C 기업을 대상으로 하는 광고였지만, 최근에는 온라인 마케팅과 함께 B2B 기업에서도 많이 활용하고 있는 광고채널입니다.

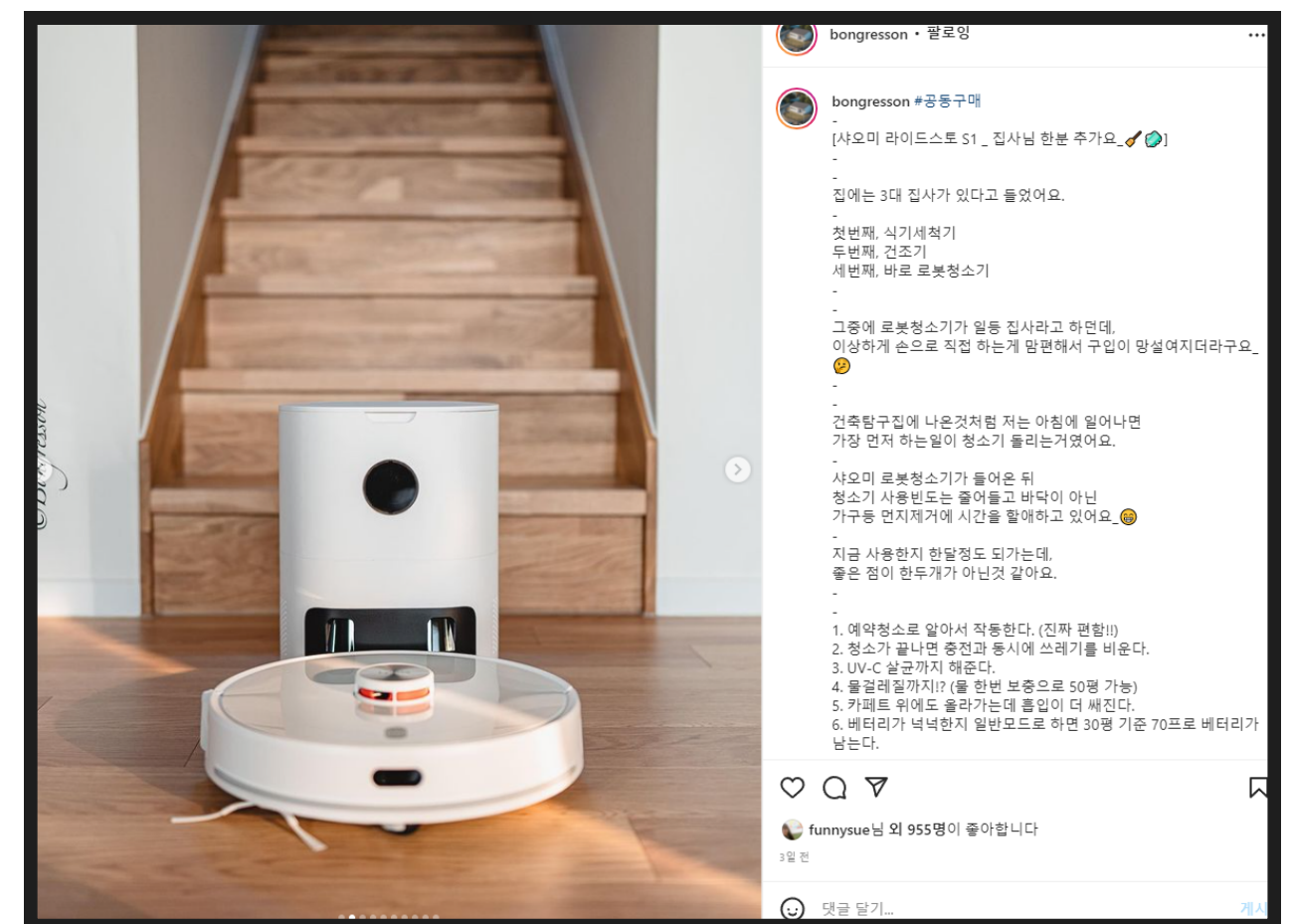
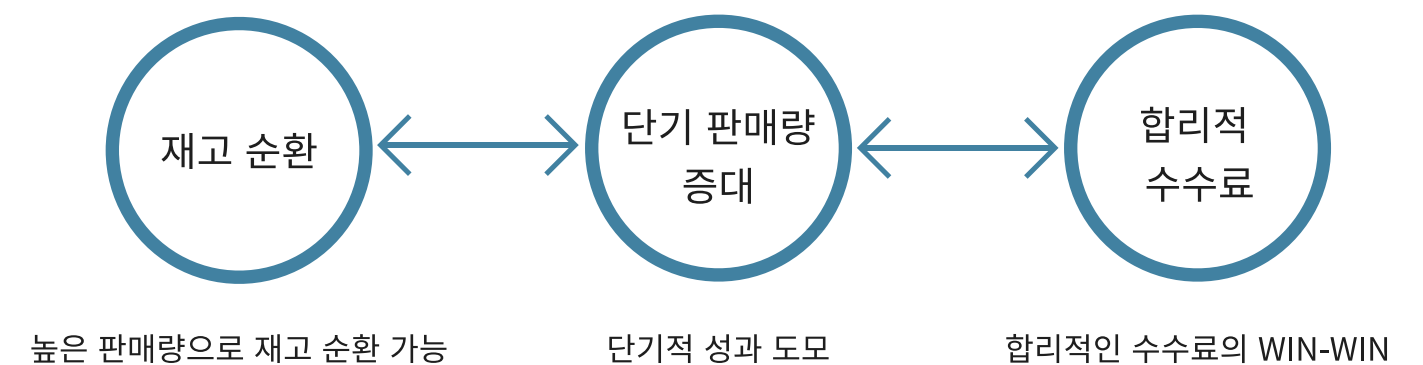


공동구매

- 단기적인 매출 향상
- 재고 순환, 폭발적 판매 등 목표에 따른 전략기획
- 진행 인플루언서 별 다양성으로 꾸준한 진행 가능

공동구매는 진성팔로워가 많은 인플루언서를 섭외하여 그들의 팔로워를 통해 구매를 일으키는 방식입니다. 라이브커머스 보다 폐쇄적인 매출 증대 마케팅이며, 일시적인 이벤트성 판매이기 때문에 온라인 최저가가 무너지는 걱정을 하지 않아도 된다는 장점이 있습니다. 라이브 커머스와 동일하게, 제조/유통사의 큰 걱정거리인 '재고 순환'을 해소해 줄 수 있는 방법입니다.

낮은 수수료율을 통해 합리적인 단가로 진행할 수 있게 도와드립니다.

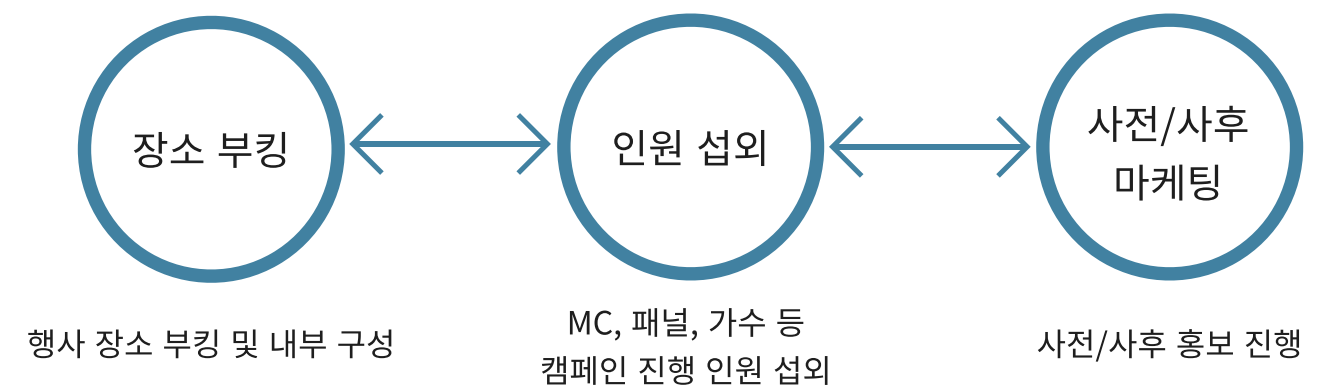


CC Company

오프라인 캠페인

- 오프라인 행사, 콘서트 진행
- 콘티 제작부터 행사기획까지 원스톱 진행
- 사전/사후 온라인 마케팅

온/오프라인 캠페인을 동시 진행할 수 있는 기획사는 많지 않습니다. 전문 인력의 효율적 배치로 온/오프라인 매체를 동시 컨트롤 할 수 있는 전문기업에서 오프라인 행사를 진행하는 것이 사전/사후 마케팅 비용을 효율적으로 사용 할 수 있습니다.



CC Company

CC Company

감사합니다.

2021.11.28

Copyright © CCCOMPANY All Rights Reserved.

