

HOITcomms.

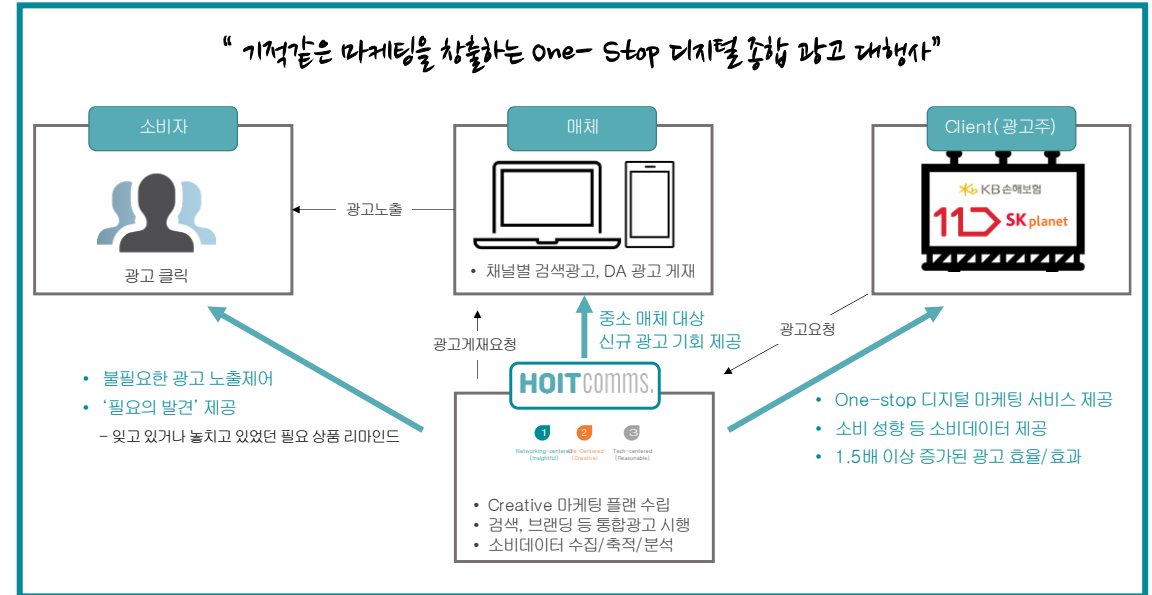
2023.06

COMPANY OVERVIEW

Fast Facts

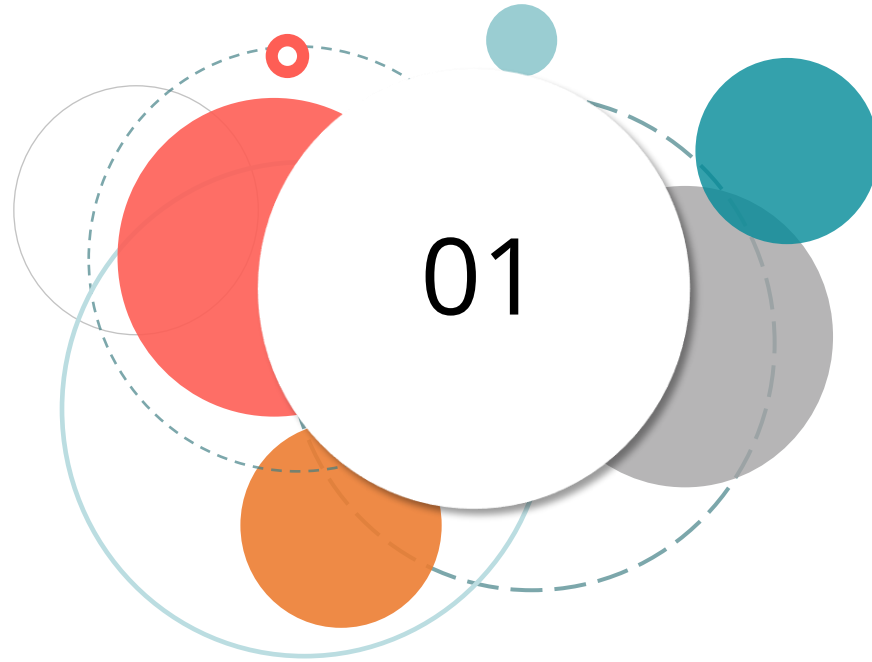
회사명	(주) 호잇 커뮤니케이션즈
대표이사	이석호
법인설립일	2023년 4월 5일
주요사업	종합광고대행, 온라인 광고
임직원 수	25명

Vision & Goal



Competitive Edges

- ✓ 인적 네트워크를 기반으로 한 다양한 제휴 마케팅
- ✓ 전문가 집단 분석 및 설계를 통한 브랜딩, 퍼포먼스 등 통합 마케팅(IMC)
- ✓ 광고주 자사 데이터를 기반으로 소비자 타겟 적중율을 높여, 광고 효율/효과를 높여주는 Ad-Tech

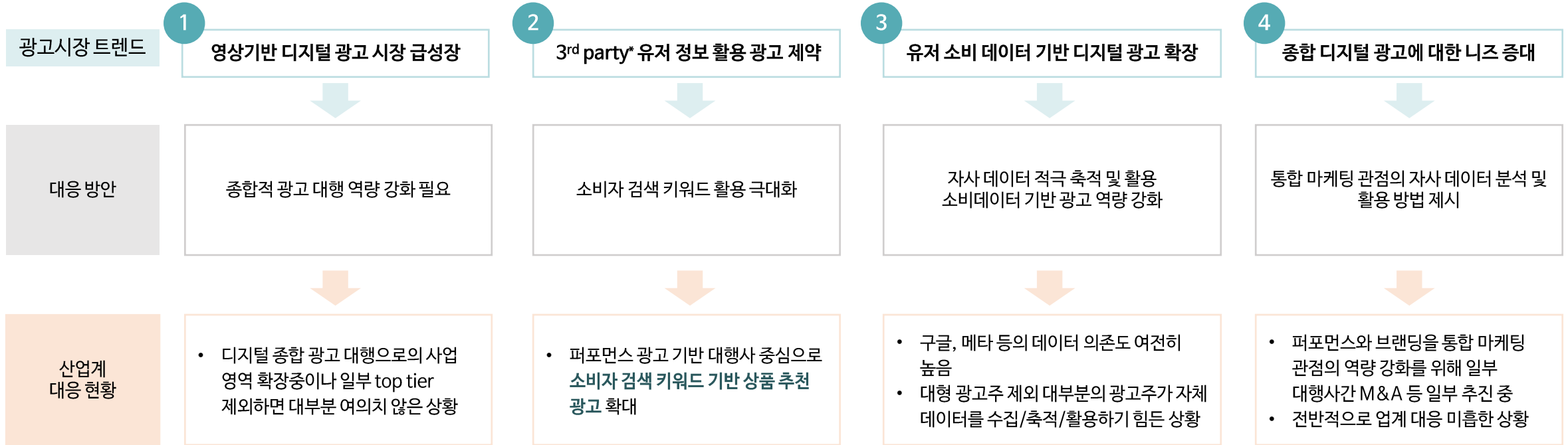


광고 시장 전망과 변화



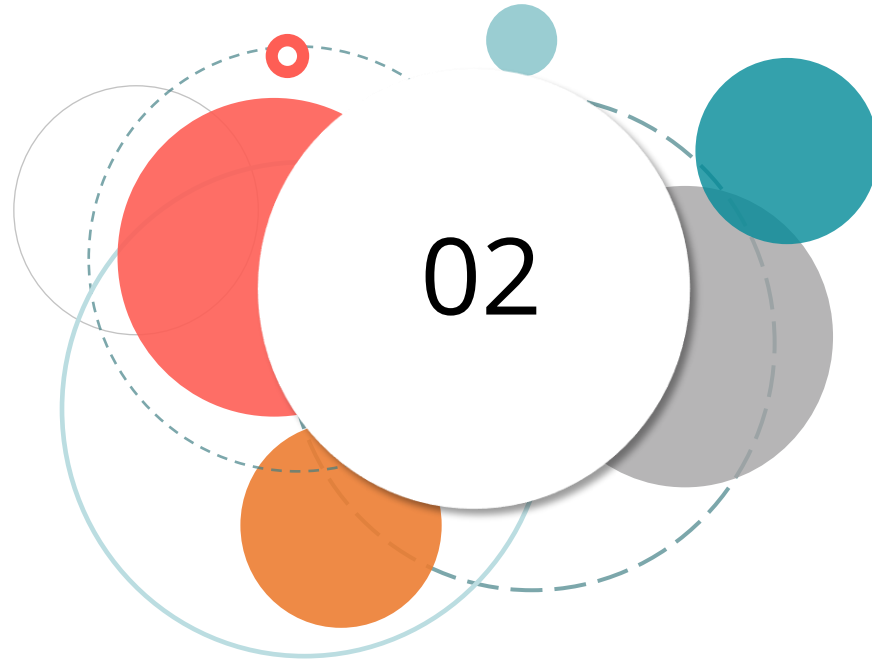
HOITcomms.

광고시장 변화



- 끊임없이 변화 하는 유저들의 미디어 소비 형태 , 활용 데이터의 제약들로 인해 소비데이터 수집/활용 및 통합적 관점에서의 마케팅 사고와 능력이 요구되고 있음
- **HOITCOMMS**는 현재 이러한 변화에 빠르게 대응할 수 있는 광고 대행사입니다.

* 3rd party : 소비자의 행동을 추적하여 광고 또는 마케팅을 진행하는 광고주, 광고주 대행사 등 소비자의 행동 Data를 이용하는 모든 대상을 의미, 애플과 구글의 제한이전 광고대행사/광고주 등은 애드테크 플랫폼 등을 활용해 소비자 행동을 추적해 왔음



호잇의 강점



HOITcomms.

우리는 한 사람의 소비자로부터 출발합니다.

익숙한 방법을 경계하고 필요의 타당성을 생각하여 마케팅의 확장을 위해 새로움을 선택하였습니다.
모두에게 적용가능한 일률적인 안이한 마케팅을 지양하고
도전과 혁신을 통해 소비자 한 사람 한 사람을 감동시킬 수 있는 차별화된 마케팅을 지향합니다.

STARTS with WHY?

호잇(HOIT)은 3가지 관점으로 어떠한 미션이든 가장 근본적인 질문인 “**Why?**” 에서 시작하여
진정한 소비자 관점에서 심도 있는 마케팅을 하겠다는 철학으로 서비스를 제공합니다.

Always with effective & efficient

호잇(HOIT)은 누구에게나 적용가능한 마케팅을 하지 않습니다.
광고주 KPI 달성에 최적화된 방법을 찾아,
차별화된 **가장 효과적이고 효율적인 마케팅을 설계하고 실행**합니다.

?

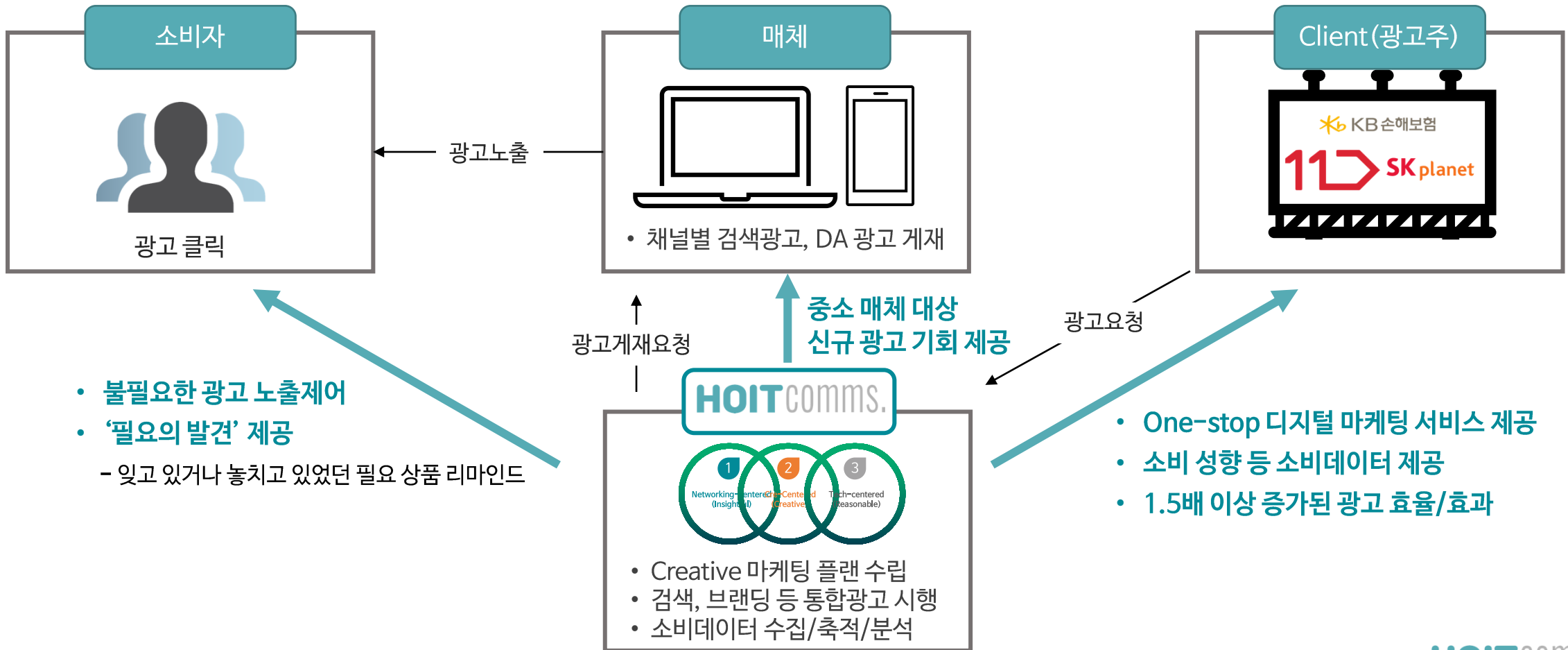
?

?

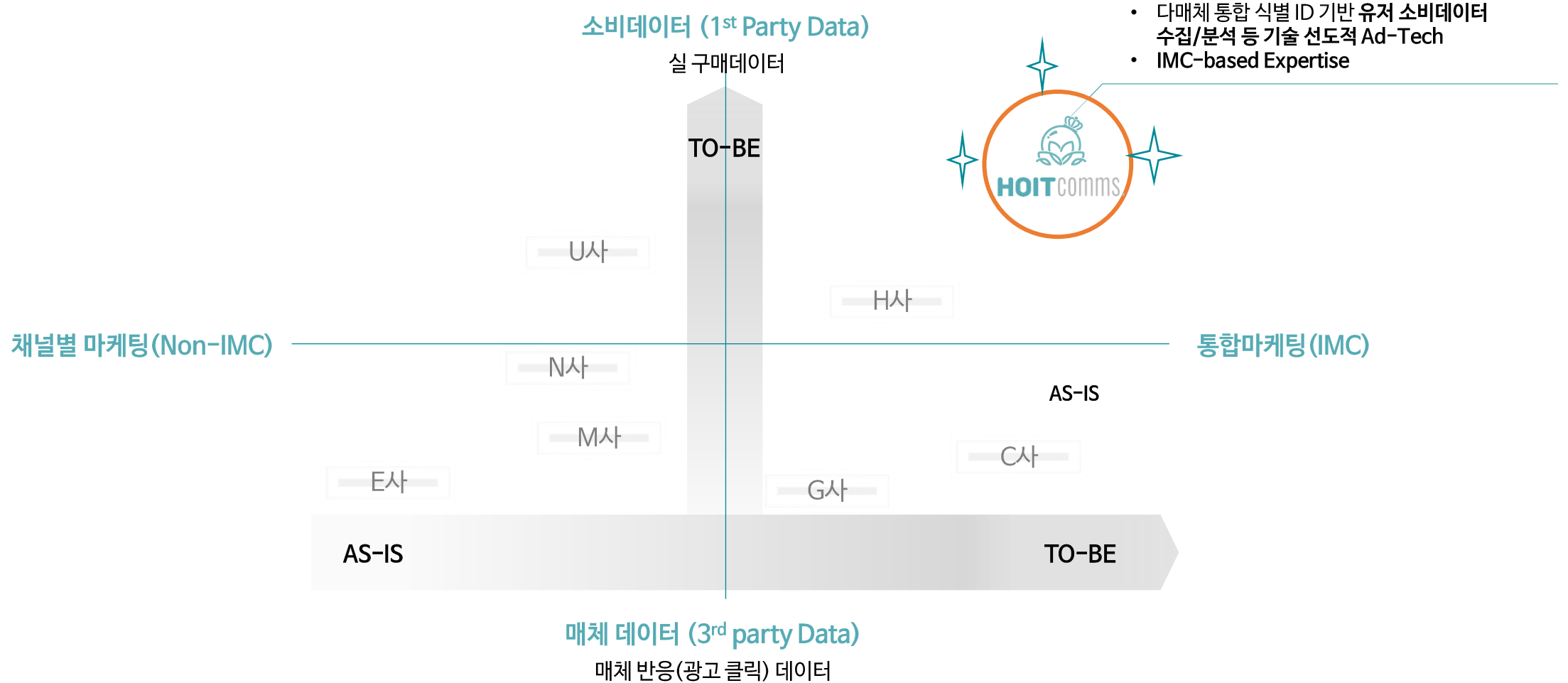
“마법의 주문을 걸어 기적같은 마케팅 효과를 창출한다.”



“기적같은 마케팅을 창출하는 One- Stop 디지털 종합 광고 대행사”



Direction 호잇의 추진 방향



광고대행사 확장 추진 방향 (TO-BE)

- 검색, 브랜딩 등 개별 마케팅에서 부서확장, 인수 등을 통해 통합 마케팅 추진
- 소비자의 매체 반응(광고 클릭) 데이터 활용 제어로 소비(결제) 데이터를 수집/축적하기 위한 플랫폼 개발 등을 추진

HOIT KFS (Key Factor for Success)

호잇은 **Networking, Creative, Tech** 등의 분야에서 차별화된 강점을 가지고 있습니다.

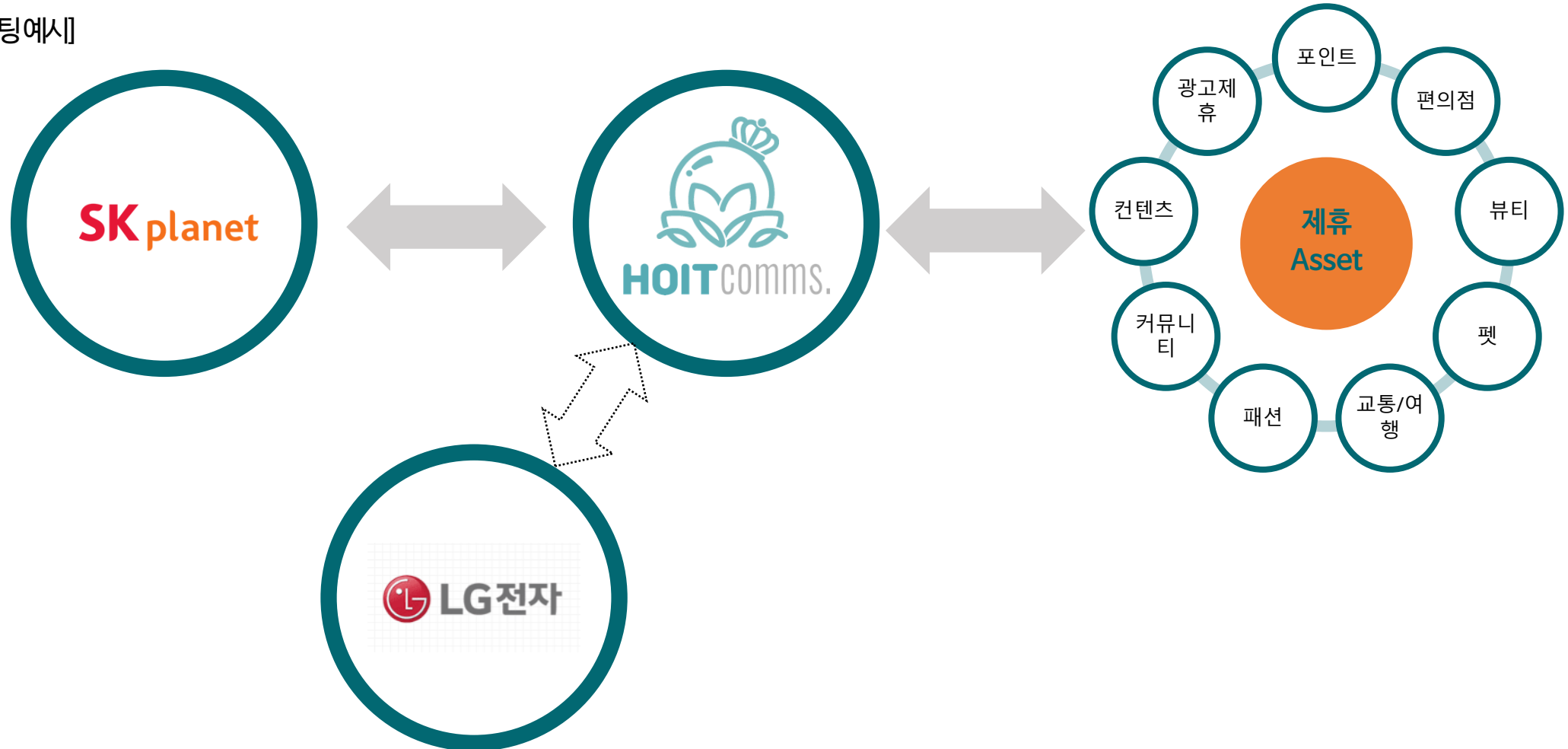


다양한 제휴마케팅이 가능한 인적 네트워크

브랜드간 자산을 이용하여 신규 회원 유치 회원, 서비스 가입/구매 등을 유도하는 마케팅으로

HOIT COMMS의 Network을 활용 F&B, 뷰티, Household Goods(가전, 가구), 금융산업 등 동종 및 이종 산업간 연결이 가능

[제휴마케팅 예시]



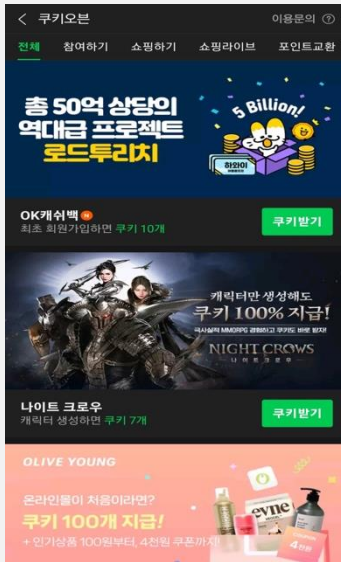
SK Planet OK캐쉬백 / UPTN 회원가입 제휴

:: 애드네트워크 및 제휴 매체를 활용한 OK캐쉬백 / UPTN 회원가입 앱 마케팅 제휴 추진

:: 매체별 전환 효율 분석을 통한 광고 최적화 및 매체 영업 / 운영 / CS 처리 등 앱 마케팅 전반적인 업무 대행

OK캐쉬백

네이버 웹툰



• 6월 현재 진행 중

에디슨 오퍼월



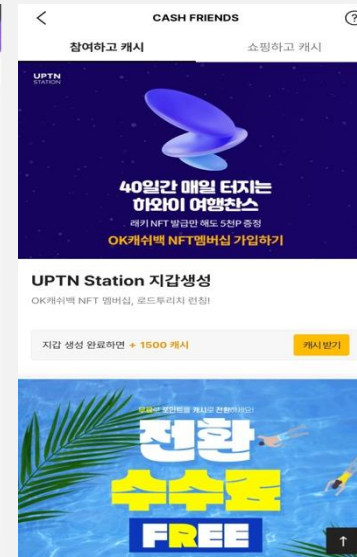
UPTN

컬처랜드

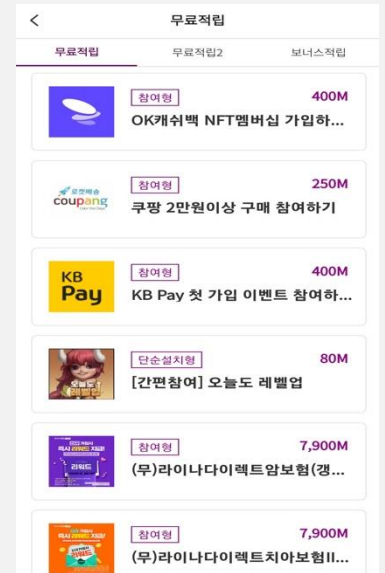


• 6월 현재 진행 중

카카오페이지



모바일티머니



SK Planet OK캐쉬백 NFT멤버십 제휴

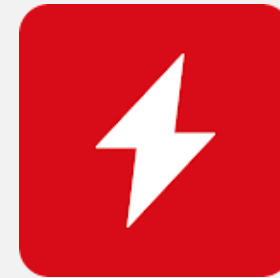
:: OK캐쉬백 NFT 멤버십 제휴 혜택 제공을 위한 제휴 추진

:: 생활밀착형 / 온라인 콘텐츠 등 MZ세대가 주로 이용하는 기업 제휴 추진 중

OK캐쉬백 NFT 멤버십



제휴사 리스트



LGE.COM 회원가입 제휴 마케팅

:: 주요고객군 관련 이슈/트렌드 선별부터 프로모션 이후의 관리까지 AtoZ 운영

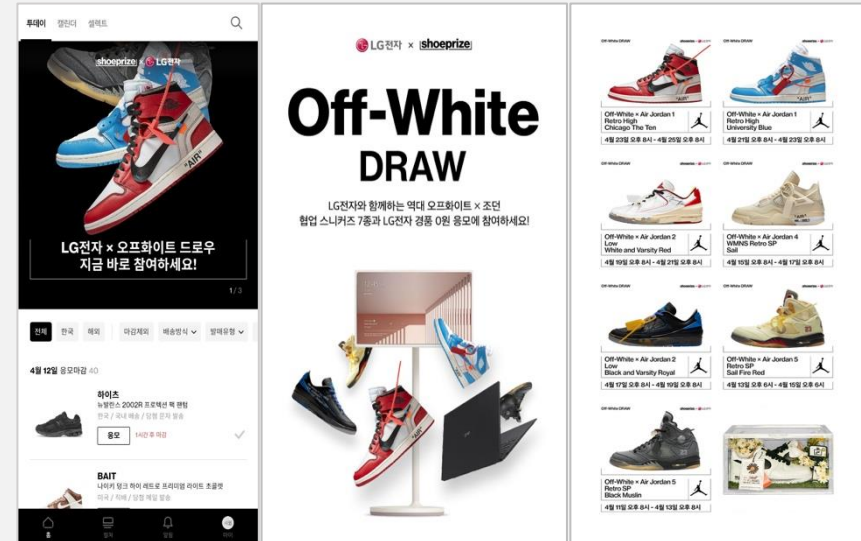
:: 프로모션 기획뿐 아니라 웹페이지 개발, 고객CS 관리까지 전방위적인 마케팅 진행

LG전자 & 컬처랜드



- 목적: LG전자 신규 회원 확보 및
- 제휴사의 혜택을 강조한 경품 구성
- 회원 16,300명 가입 (1개월)

LG전자 & Shoeprize



- 목적: LG전자 신규 회원 확보 및 LG전자 제품 브랜딩
- 리셀열풍을 고려한 경품(나이키 오프화이트X에어조던 10족)
- 회원 7,200명 (3일), MZ 세대 이슈화

전문가 집단의 분석 및 설계를 통한 브랜딩, 퍼포먼스 등 통합 마케팅(IMC)

| OUR GREAT TEAM |



이원주
CXO

- 디지털 마케팅 15년
- (주) 코마스인터랙티브
CX 본부장
- SK Planet HCI 팀장
- SK Planet Syrup 마케팅



오승민
CMO

- 디지털 마케팅 18년
- 코마스인터랙티브 브랜드 마케팅 담당
- U+, 쥬비스 브랜딩
- 아이스크림 홈런 퍼포먼스 광고
- 코카콜라, 현대캐피탈 브랜딩

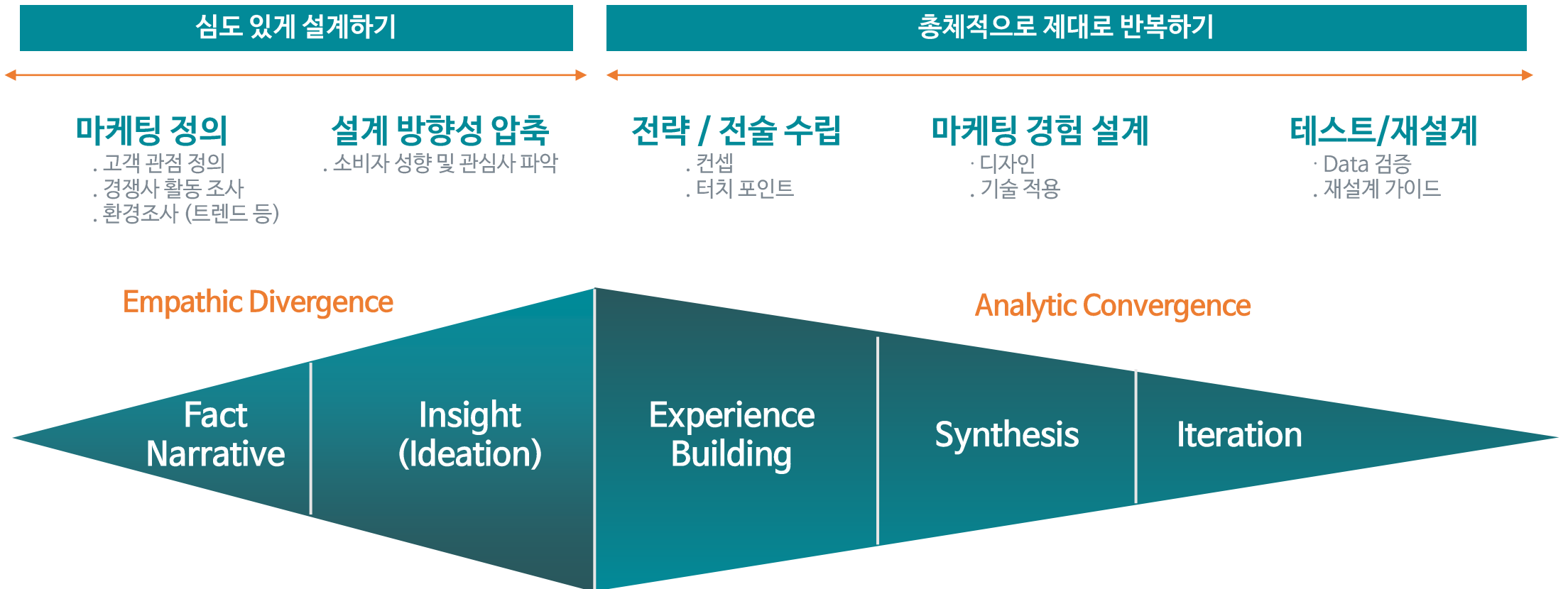


임명식
CTO

- 디지털 마케팅 15년
- 인크로스 광고 플랫폼 개발
- 이노에이스 기술 팀장
- 정부 국책과제 수행
- 퍼포먼스 특허 다수 보유

전문가 집단의 분석 및 설계를 통한 브랜딩, 퍼포먼스 등 통합 마케팅(IMC)

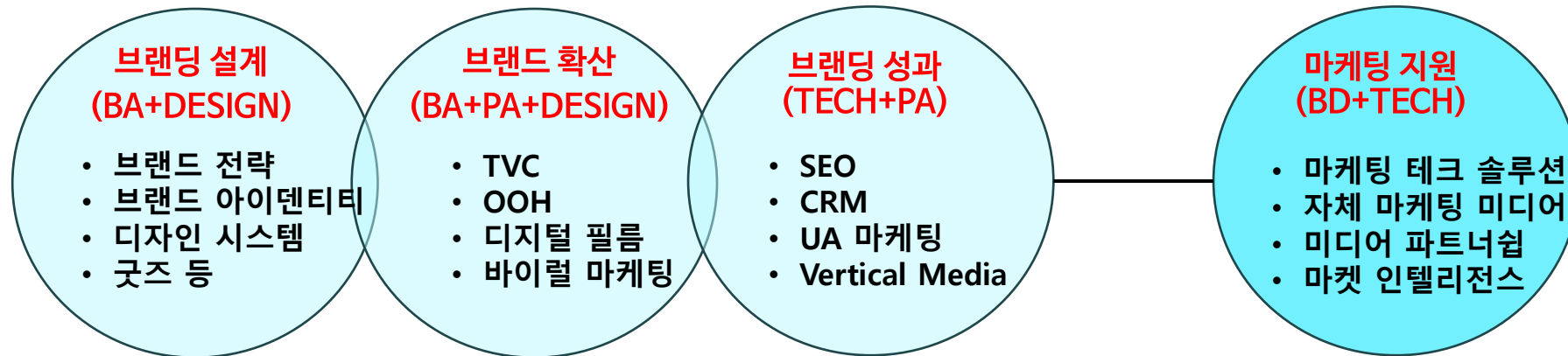
자유로움과 무한한 상상력으로 준비가 된 각 분야 전문가들이
 강도 높은 조사와 분석을 통해 소비자의 성향 및 관심사를 파악하고 이를 기반으로 심도 있는 통합 마케팅 컨셉과 전략을 수립,
 디자인과 기술적 구현을 통해 소비자 니즈에 최적화 된 소비자 경험을 설계, 통합 마케팅을 시행합니다.



전문가 집단의 분석 및 설계를 통한 브랜딩, 퍼포먼스 등 통합 마케팅(IMC)

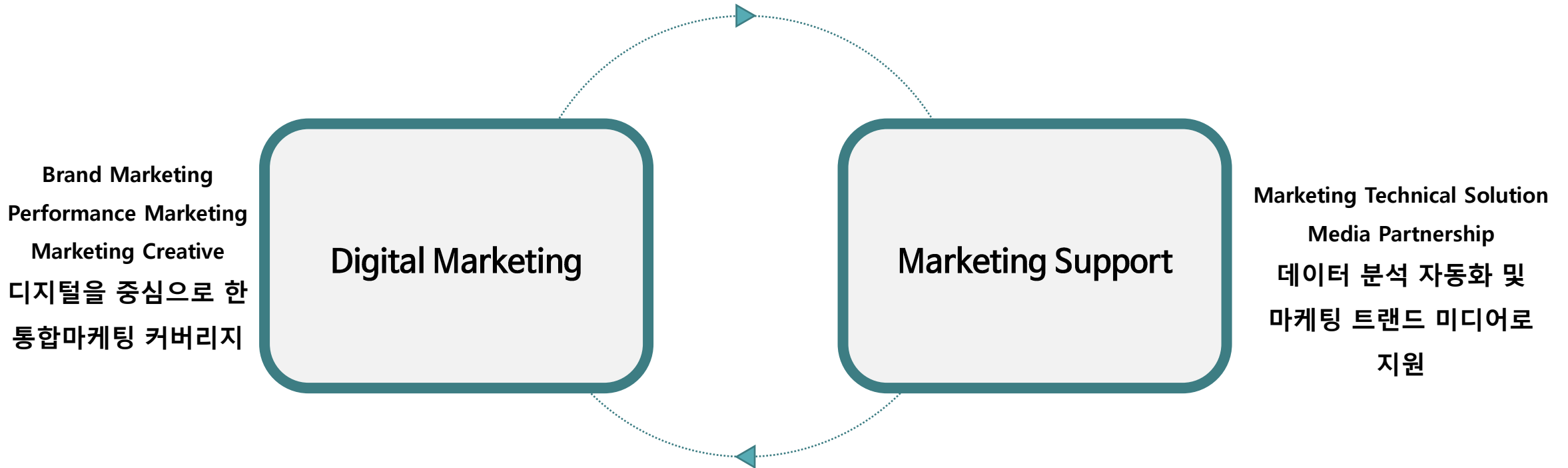
소비자 성향 파악을 통한 브랜드 설계, 파트너십 등 네트워크 및 광고 플랫폼을 통한 확산 등 브랜드 형성, 확산, 성과 등의 선순환 구조가 이루어질 수 있도록 브랜딩 전략을 수립/실행합니다.

[브랜딩빌딩전략]



전문가 집단의 분석 및 설계를 통한 브랜딩, 퍼포먼스 등 통합 마케팅(IMC)

브랜드 형성, 확산, 성과 등 브랜딩 선순환 구조가 이루어질 수 있도록
브랜드 설계 부터 브랜드 퍼포먼스까지 필요한 모든 마케팅 액션 플랜을 내부에서 수립하고 진행합니다.



Portfolio Branding Performance

대신증권 크레온 계좌개설 캠페인

:: 23년 7월 대신증권 크레온 계좌개설 캠페인 수주 / 08월 01일 캠페인 런칭 예정

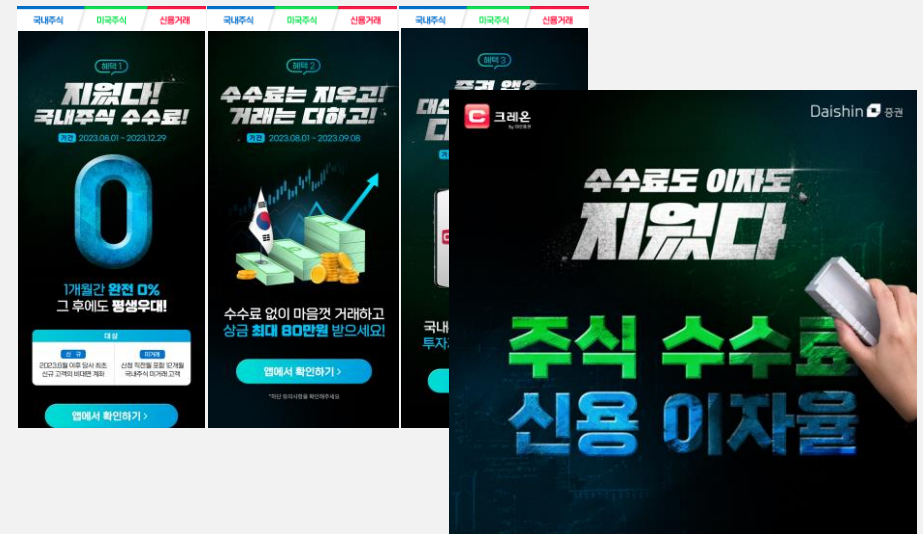
:: 브랜드 인지도 향상을 위한 브랜드 필름 제작 / 노출 및 ON&Off 연계 프로모션 진행을 통해 대신증권 크레온 계좌개설 유치

Digital Film Creative



멀티모델을 활용한 브랜드 영상
모델 특성 활용

Promotion



대신증권내/외부 프로모션 진행 및 DA 광고 대행
브랜드 동영상 제작 및 집행 예정

<https://www.youtube.com/watch?v=dF02sMvia8U&t=1s>

<https://www.youtube.com/watch?v=BYtpztsydy>

<https://www.youtube.com/watch?v=jgxgqeUnKfw>

OK캐시백 NFT 런칭 캠페인

- :: 23년 4월 SK플래닛 'OK캐시백'의 신규 NFT 런칭 마케팅을 수주/운영
- :: 브랜드 필름 제작 및 노출을 비롯하여, 신규 NFT의 인지도 증대를 위한 다양한 활동을 전개하고 있으며, NFT 연계 App 다운로드 및 NFT 신규 발급 등 실질적 고객 참여를 위한 활동도 병행중.

인지도 증대 캠페인



NFT 런칭/세계관 인지도 증대를 위한 브랜드 필름 기획/제작
유튜브 범퍼/숏츠, 메타릴스, 기타 DA 등 노출 극대화를 위한 소재 운영



<https://www.youtube.com/@RoadToRich512/videos>

앱다운로드 캠페인



고객 행동 흐름을 고려한 매체 설계/운영으로 NFT 발급 hurdles 최소화
3rd party Solution을 활용한 트래킹/모니터링으로 참여 극대화

KB국민은행 스타뱅킹

- :: 금융의 패러다임이 바뀌면서 경쟁사에게 물리는 이슈를 대대적인 App 개편을 맞아 리텐션 강화
- :: 신규고객유입을 통해 MAU NO.1 탈환

퍼포먼스 캠페인

- 페러다임의 변화에 따른 고객의 Funnel, CD과정을 분석하여 재 정의하고 최적화 과정 수행
- DMP / DSP / 1st Data를 적극 활용, 8개 카테고리 타겟팅을 세분화하여 고도화
- 내, 외부 AD-Tech 광고 솔루션을 통해 광고 소재 및 매체, 비용 최적화
- 분석을 통한 인사이트를 기반으로 주간/월간 단위 운영 최적화

결과

- ✓ 2021 증권사 브랜드 가치 1위 (* 2021. BSI(BrandStock Top Index) 평가 기준)
- ✓ 독보적 실적 1위 - 영업이익/순이익/자기자본 3관왕 (* 2021. 증권사 보고서 기준)
- ✓ 신규계좌개설 539% 증가, 2021년 상반기(~6월) 신규계좌개설 KPI 300% 초과 달성 (* 2021. 모바일인덱스 신규개설 기준)
- ✓ 동기간 청년희망적금 가입율 1위 달성

20대 남성 사용자 수 급상승 TOP10
[안드로이드OS + iOS 2월 MAU 기준]

20대 여성 사용자 수 급상승 TOP10
[안드로이드OS + iOS 2월 MAU 기준]

순위	앱명	사용자 수	증가율
1	KB국민은행 스타뱅킹	156,254	12.31%
3	Yu-Gi-Oh!	79,541	532.01%
4	카카오톡	70,272	1.48%
5	에브리타임	67,488	10.05%
6	YouTube	66,685	1.40%
7	NH스마트뱅킹	61,667	7.57%
8	하나원큐	61,333	13.90%
9	쿠방	58,081	1.90%
10	한국과학재단	47,473	19.04%

순위	앱명	사용자 수	증가율
1	KB국민은행 스타뱅킹	211,924	12.52%
3	신한울	83,909	5.37%
4	하나원큐	78,319	10.26%
5	오늘의집	69,781	6.67%
6	ZOOM	47,765	8.21%
7	닥터나우	45,481	99.41%
8	에브리타임	43,786	5.70%
9	포켓CU	42,043	24.57%
10	유안타증권 티레아티 M	37,739	113.28%

브랜딩 캠페인

:디즈니플러스는 유플러스에서 라는 메시지를 통해 유플러스 TOM 순위제고

2022년 3월 신규 런칭 - MZ세대 아이콘 '영지'를 모델로 공감과 유쾌함을 통해 U+디즈니플러스 인지도 제고

Digital Film Creative



▶ Watch편 크리에이티브1



▶ 그리드편 크리에이티브1



▶ Subscribe 편 크리에이티브1



▶ 그리드편 크리에이티브2

Promotion



브랜딩 캠페인

::유플러스의 구독서비스인 '유독' 출시로 유독서비스 인지도 강화

2022년 7월 신규 런칭 - U+ 메인 캐릭터인 무너를 통해서 서비스 인지도 제고

Digital Film Creative



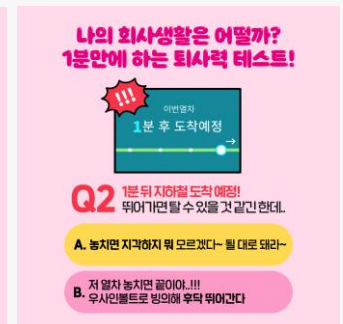
▶ 유독서비스 크리에이티브



▶ 무너쏙2 뮤비



Promotion



■ 브랜딩 캠페인

:: 2022년, 와이즈윅스글로벌의 닭가슴살 브랜드 “아임닭”의 첫 브랜딩 캠페인 수주

:: 고관여 타겟뿐만아닌, 대중적인 인지도 확산을 위해 TVC 및 OOH 광고 등 전방위적 브랜딩 집행

:: 성과 - 영상 라이브 1개월 128만, 류승복귀 화제

SLOGAN

“닭은 배신하지 않아”

국가대표 닭가슴살

아임닭



꾸준한 루틴으로 건강을 관리하는 메인 타겟들에게
건강 관리 루틴의 필수품으로의 브랜드 이미지 각인

MODEL



2010년대 광고계 최고의 블루칩이었던 류승룡 배우를 섭외하여
신뢰감 있는 중저음의 보이스와 진중한 이미지 강조



<https://www.youtube.com/watch?v=rNp39KSg44g>

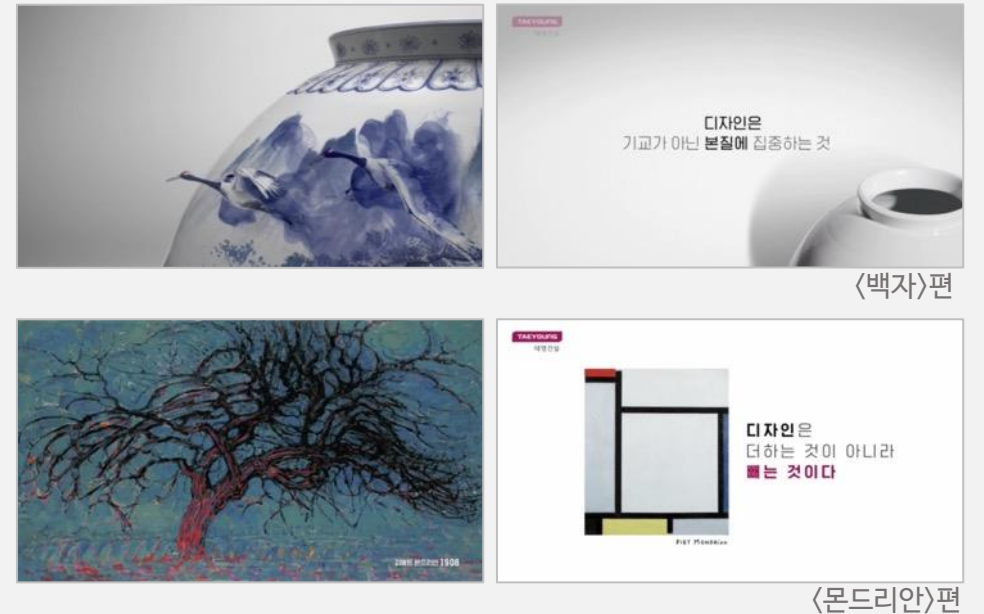
■ 브랜딩 <디자인, 당신을 생각하다>

- :: 2019년 태영건설 데시앙 브랜드 캠페인에 이어서 데시앙의 디자인 철학을 이야기 하는 크리에이티브 제작
- :: TVC 제작 및 지상파 등 종합 광고 대행, 디지털 마케팅 활동 진행
- :: 성과 - 유튜브 조회수 약 1,300만 회 기록, 보조인지도 상승(4위)

TVC Creative



TVC Creative



2019 A.N.D AWARD
Digital AD&Campaigns WINNER



<https://www.youtube.com/watch?v=T3wxNcEYmzw>

<https://www.youtube.com/watch?v=5KlyPvEJcF4>

<계란이, 맥도날드 행복의나라에 가다!>

::맥도날드 신메뉴 인지도 확산을 위해 캐릭터를 활용한 영상 캠페인

TVC Creative



Promotion



2019 소셜아이어워드
유튜브 혁신대상 WINNER



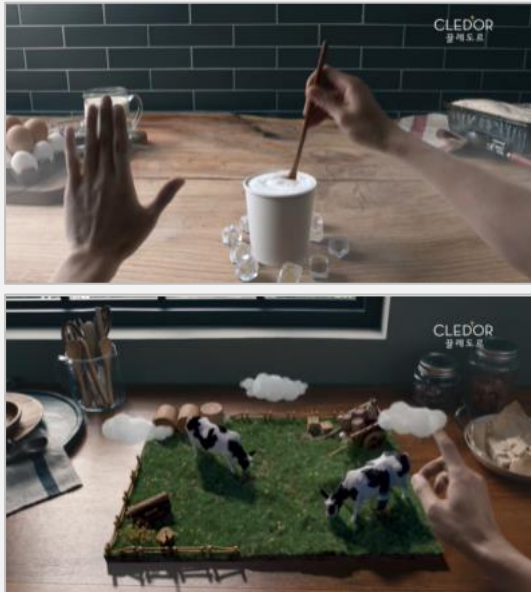
https://www.youtube.com/watch?v=NLOgY4ad_E

<https://www.youtube.com/watch?v=N5ZCcUbLcEo>

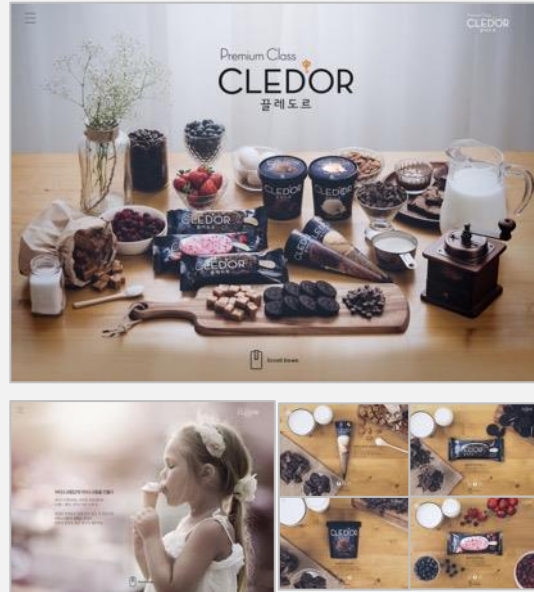
▶ 플레도르 캠페인 <Well-made ice-cream '플레도르'>

::프리미엄 브랜드 이미지 형성을 위한 브랜딩 캠페인으로, 재료의 신선함과 올바른 제조 과정에 대한 메시지를 전달
TVC 집행과 동시에 오프라인 행사 및 굿즈 제작으로 브랜드 이미지 제고

TVC Creative



MicroSite



Event



Goods



제14회 서울영상광고제
작품상 부문 은상

제14회 서울영상광고제
CRAFT 편집 부문 금상

제14회 서울영상광고제
CRAFT 시각 효과 부문 금상

2016 대한민국 온라인광고대상
Creative 부문 우수상

<https://www.youtube.com/watch?v=zAKewDTEeFo>

아카페라 사이즈업 캠페인

::프리미엄 브랜드 이미지 형성을 위한 브랜딩 캠페인으로, 빙그레 아카페라 사이즈업 x 풀킴 광고 영상 제작
TVC 집행과 동시에 굿즈 제작, 풀킴 라이브(콘서트), 프리퀀시 이벤트 등 프로모션 활동 강화 프라인 행사 및 굿즈 제작으로 브랜드 이미지 제고

TVC Creative



Event



<https://www.youtube.com/watch?v=0hKLHPzHucY>

마비노기_신의기사단

::휴먼 유저 및 신규유저에게 마비노기 신규제널레이션 부활을 이슈화시키고,
업데이트 내용을 효과적으로 알리기 위해, 유저풀이 집중되어 있는 온라인 및 오프라인 매체 적극 활용

오프라인



Event



메이플스토리_전국소통 프로모션 '너의 목소리를 들려줘'

:: 전국 유저와 직접 만나 실질적으로 소통할 수 있는 캠페인을 시행하여 유저 친화적
메이플로 Brand Rebuilding을 할 수 있는 온/오프라인 통합 캠페인 진행

오프라인



Event



일렉스_클래시오브킹즈(COK)

:: 런칭 이후 지속적인 유저 유입을 위한 통합 마케팅 진행
빅모델(소지섭, 손예진)을 활용하여 국내 유저 신규 유입 및 활성화율 통해 매출 1위 달성

TVC



<https://www.youtube.com/watch?v=iD6NSBQZh8s>

<https://www.youtube.com/watch?v=azDz7eW0-gE>

<https://www.youtube.com/watch?v=xBkUCNhE9SQ>

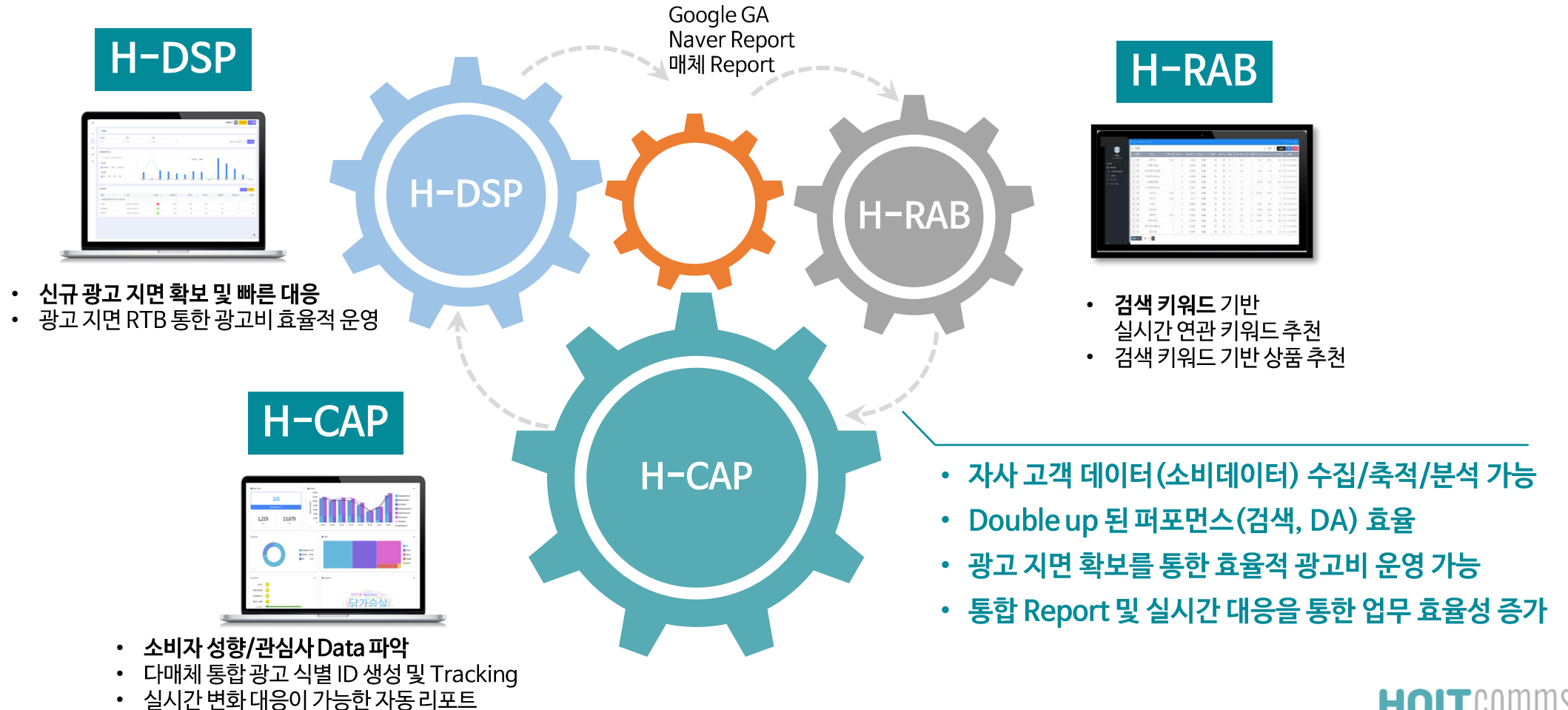
Event



HOIT
Ad-Tech
Solution

매체 정책변화에 대응 및 소비 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

소비자에게 최적화된 개인형 광고 솔루션 **H-CAP, H-RAB, H-DSP** 등을 통해 소비자 성향/관심사 파악이 가능하고, 다양한 매체 및 매체 정책 변화에도 대응이 가능합니다.



매체 정책변화에 대응 및 자사 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

H-CAP

- Context-based Advertising Platform으로 수집된 데이터를 통해 소비자 행동정보를 분석,
- 광고주별 최적화 된 광고 집행 및 실시간 분석을 통한 광고 효율 극대화가 가능하며 다매체 통합 식별 ID Script를 통한 매체 정책 변화에도 대응이 가능

퍼포먼스 마케팅과 캠페인 관리에 최적화된 통합 광고 플랫폼

- 실시간 광고 효율 측정 및 운영을 통해 효율적인 광고비 운영이 가능
- 소비 성향 데이터 분석을 통한 최적화된 타겟팅으로 효과적인 퍼포먼스 광고 집행
- 광고주의 상황에 맞춘 Data 자동 생성으로 업무 효율성 극대화



매체 정책변화에 대응 및 자사 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

H-CAP (Auto Report)

마케팅 환경 및 실적 등 변화에 대응 가능한 실시간 자동 생성 리포트

- ✓ 리포트 자동 생성 및 업데이트로 업무 효율성 극대화
- ✓ 매체별 리포트를 통한 효율적 광고예산 배분 및 실시간 수치 확인을 통한 캠페인 효율 관리



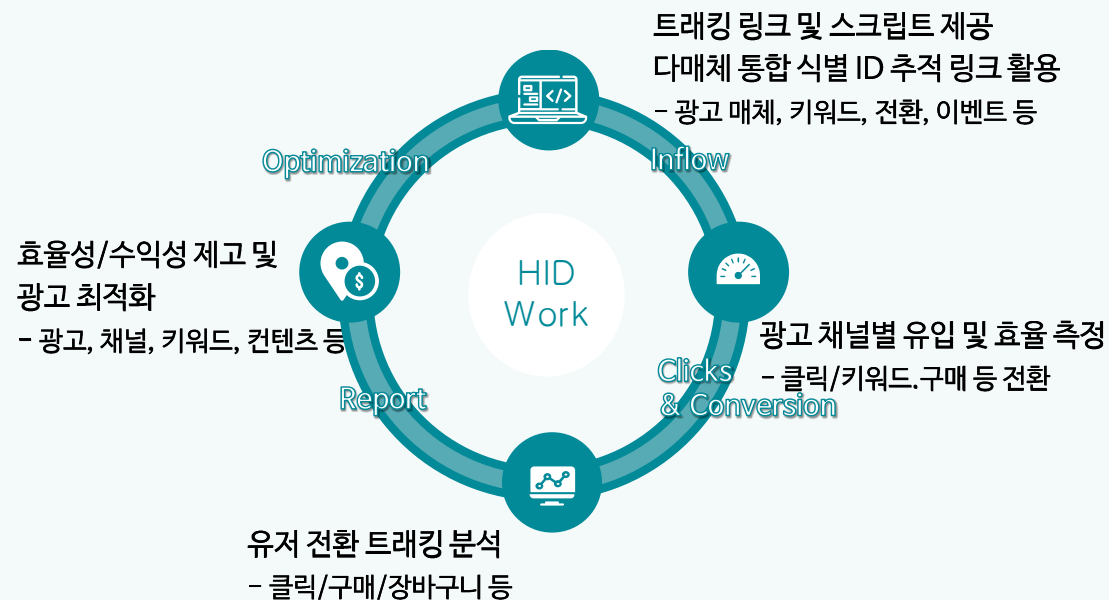
매체별/광고별 효과/효율 분석

클릭/구매/장바구니 등 유저 행동 분석

H-CAP (HID)

매체 정책 변화에 대응 가능한 다매체 통합 식별 ID(HID)로 다양하고 정확한 유저 전환 추적 데이터 수집/분석

- ✓ 최적화된 타겟/매체 매칭을 통한 광고 효율성 제고
- ✓ 실시간 트래킹 및 분석을 통한 효율 최적화로 광고 효과 증대



매체 정책변화에 대응 및 자사 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

H-CAP

• 광고주의 상황 및 니즈에 맞는 맞춤형 상세 통계 및 분석 데이터 제공



다매체통합식별D(HD)기반광고플랫폼의효용성

구분	차별점	자사플랫폼	G사서비스	M사서비스
고객	소비, 관심사(성향)기반 상품 추천을 통해 불필요한 광고 노출 제어	O	X (제한적 노출)	X
매체	트래킹을 통한 명확한 타겟팅을 통한 광고 효율 제고로, 광고 수주율이 향상되어 다양한 광고 수주 가능	O	X (제한적 노출)	X
광고주	트래킹 데이터 전수 제공	O	X (샘플링 데이터 제공)	X
	신규 지면에 대한 리뷰 후, 짧은 시간 내에 광고 노출이 가능	O	X (제한적 노출)	X
	퍼스트 파티 기반 소비자 성향 패턴 등의 데이터 제공	O	X	X

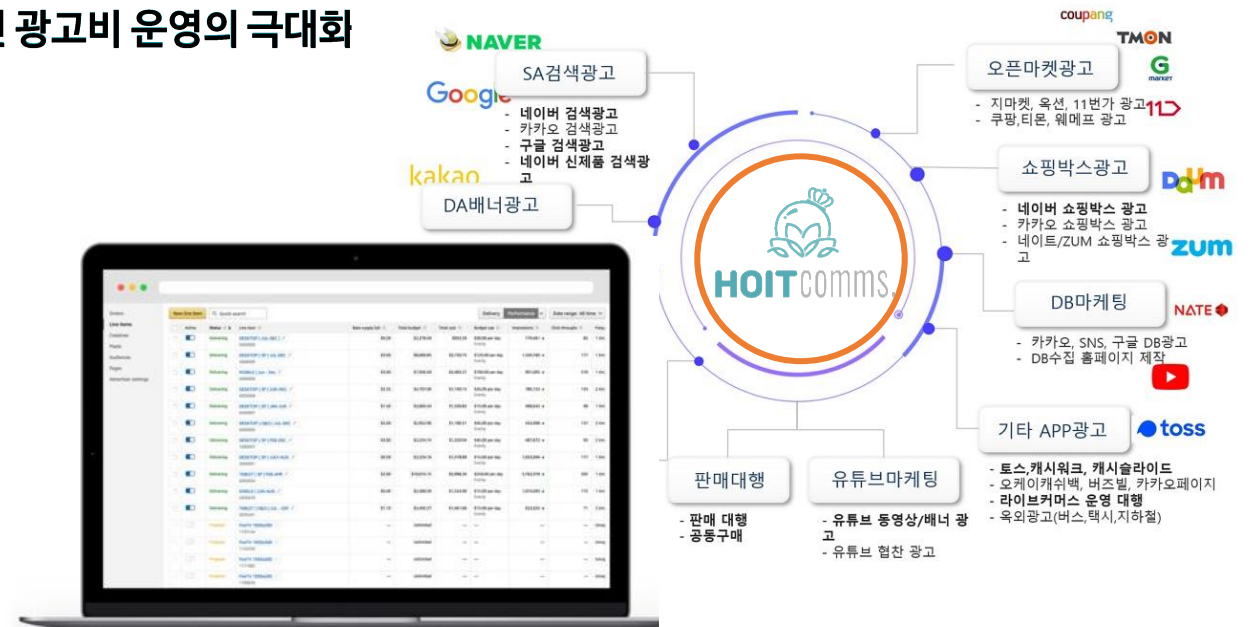
매체 정책변화에 대응 및 자사 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

H-DSP

- Demand side Platform으로 광고 구좌를 보유하고 있는 매체에 실시간 광고 지면 입찰을 통한 광고 운영
- 실시간 지면 입찰 및 리뷰 등 분석을 통해 효율적 예산 분배가 가능

퍼포먼스 마케팅과 캠페인 관리에 최적화된 통합 광고 구매 플랫폼

- 실시간 지면 입찰 및 매체/지면별 효율적 예산 배분을 통한 **효율적인 광고비 운영의 극대화**
- 소비 성향, 관심 기반 상품 추천을 통해 **불필요한 광고 노출 제어**
- 타겟/매체 최적화로 **인지도 낮은 중소 매체 광고 노출이 가능**



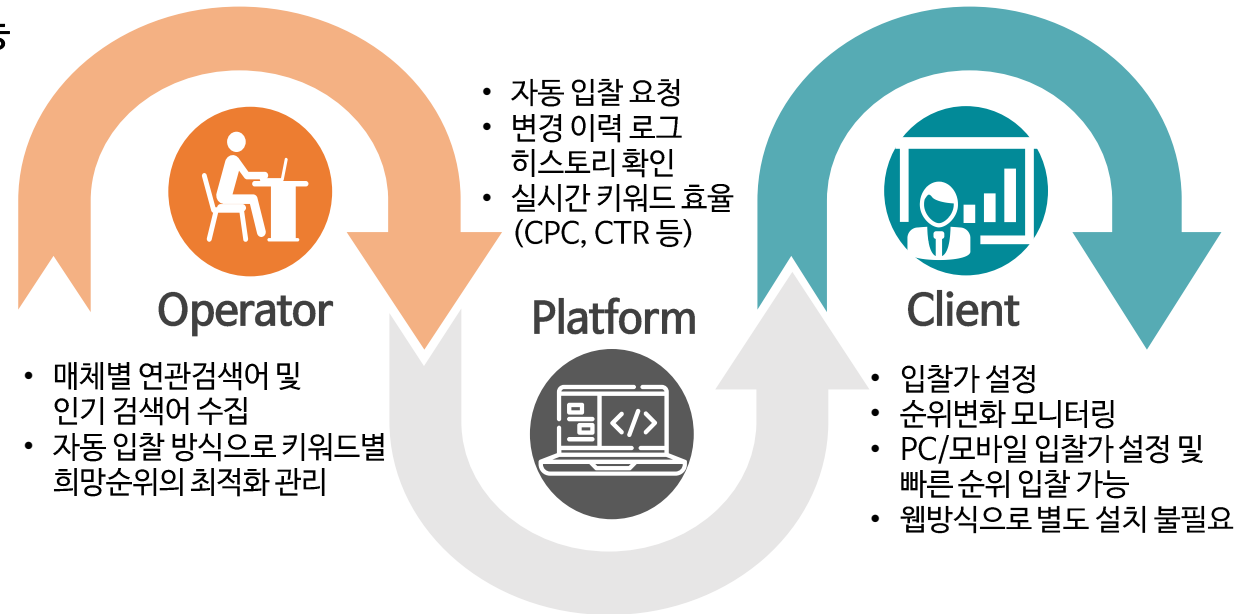
매체 정책변화에 대응 및 자사 데이터 수집/축적/활용이 가능한 광고 플랫폼

H-RAB

- Context-based Real time Auto Bidding 시스템으로 API를 활용하여 실시간 연관 키워드 추천, 목표순위 입찰 및 예산, 스케줄, 미디어 등의 실시간 관리 및 운영이 가능

실시간 키워드 및 연관 키워드 추천/자동 입찰 솔루션

- 검색 광고 입찰가 실시간 대응으로 효율적 광고 비용 집행이 가능
- 웹방식으로 별도 설치가 필요 없어 업무 적용이 용이
- 검색어 자동 수집 등 검색어 확장이 쉬워, 낮은 단가에 노출 빈도/양이 증가로 ROAS *증대



* ROAS: Return on AD Spend)으로 광고비 대비 매출액을 의미하며, 키워드 광고의 주요 평가 지표임

Thank You