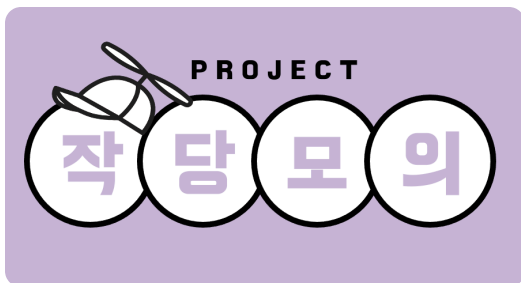


What's your project?

글로벌 브랜드의 한국 마케팅 본부
전략부터 실행까지, 브랜드 비즈니스를 이끕니다



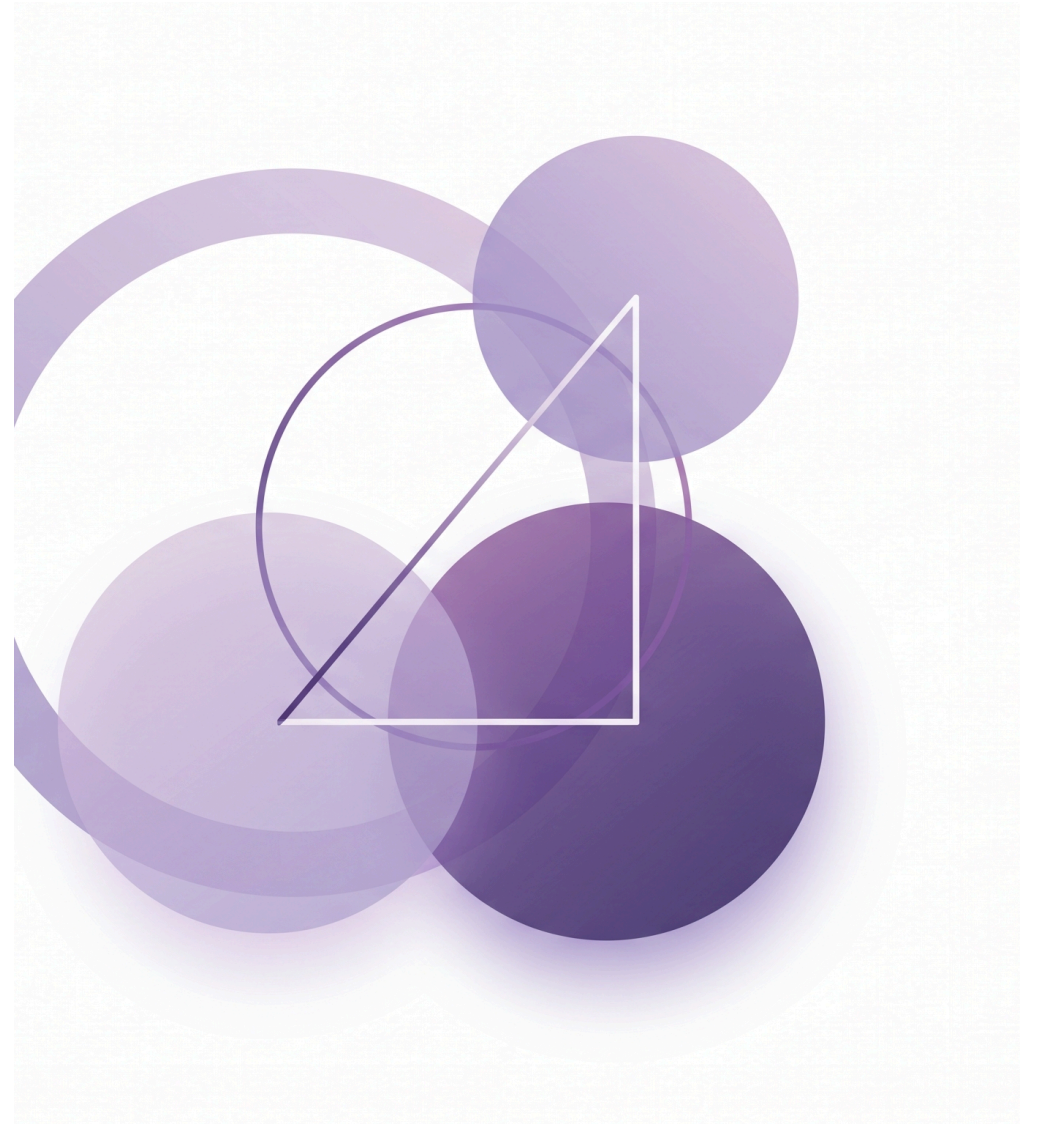
프로젝트 작당모의
LEAD BRAND STUDIO

2026 · ISSUED BY RAMI CHO

01 · ABOUT

글로벌 브랜드의 한국 마케팅 본부

전략·콘텐츠·미디어·이커머스를 통합해
브랜드의 한국 비즈니스를 이끄는 리드 에이전시



왜 작당모의 인가

무리지어 모여, 뜻을 함께 꾸미다

브랜드의 **브랜딩 및 비즈니스**를

영역별 전문가들이 한 팀처럼 모여 설계하고,

실행까지 끝까지 가져가는 — **그게 우리가 하는 작당입니다.**

作 작
만들다, 짓다

黨 당
무리, 함께 도모하는 사
람들

謀 모
꾀하다, 깊이 계획하다

議 의
의논하다, 함께 결정하다

함께 모여, 깊이 생각하고, 의논해, 만들어내는 한 팀



RAMI CHO

조미람

03 · FOUNDER

Founder & Brand Director

FMCG · 이커머스 · 브랜드 매니지먼트 12년+
글로벌 브랜드의 한국 런칭과 운영을 직접 경험한 브랜드 빌더

2022 ~ 2025

Jack Link's Korea

Sales & Marketing Manager

2017 ~ 2024

Duracell · MQ Networks

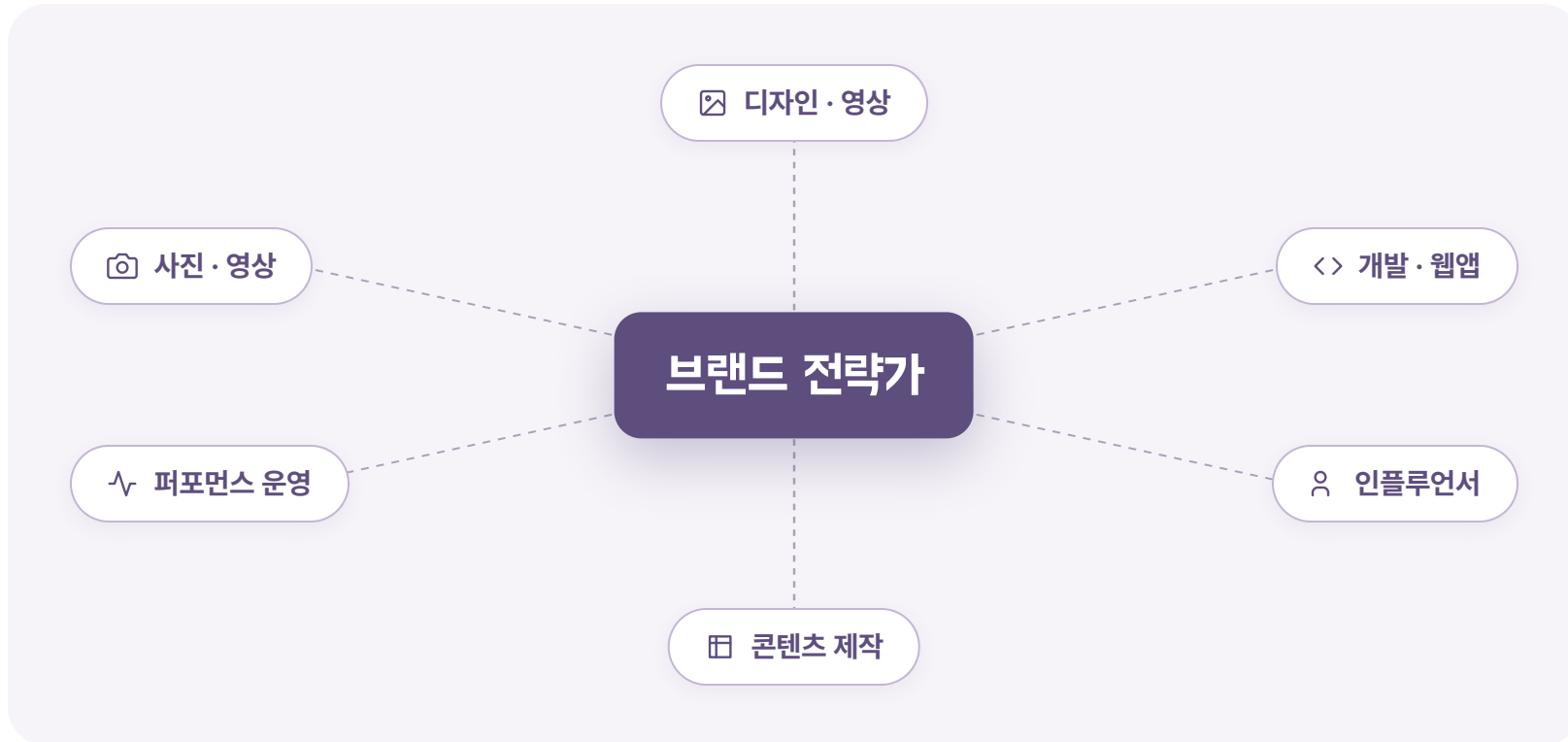
Brand Manager · Online Market Strategic & Planning

2014 ~ 2017

(주) 깨끗한나라

브랜드 매니저 · 생활용품 제조업

브랜드 전략가와 영역별 전문가가 함께 합니다



01
브랜드 매니저가
전략 리드

02
영역별 전문가
프로젝트 매칭

03
12년 운영 경험,
실행까지 연결된 안목

하이라이트

8x

이커머스
매출 성장

#1

쿠팡 카테고리
점유율

1,100%+

쿠팡 광고 ROAS

(카테고리 평균 700%)

Awards

YouTube Works

대한민국광고대상

고객만족 대상

한국기술표준원 표창

핵심 역량 & 대행 범위



브랜드 전략

01

시장에서 차지할 자리를 정의하고
모든 활동의 일관성을 설계

시장조사 포지셔닝 키 메시지 태그라인



브랜드 에셋 제작

02

브랜드 메시지를 형상화한
시각 자산을 설계·제작

키비주얼 상세페이지 영상 디자인 시스템



온드 미디어 구축/운영

03

브랜드 자산이 축적되고 발견되는
공식 채널을 구축·운영

SNS 브랜드존 카카오톡채널



퍼포먼스 마케팅

04

인지부터 전환까지
미디어 전략과 운영을 통합

네이버 쿠팡 키워드 광고 디스플레이 광고
메타 인플루언서



이커머스 전략기획

05

카테고리 진입과 매출 성장 액션을
설계·실행

쿠팡·네이버 진입 프로모션 리뷰 체험단



디지털 서비스 구현

06

랜딩페이지부터 운영 자동화까지
디지털 서비스를 직접 빌드

랜딩페이지 웹업 자동화 운영 도구

단발성 캠페인이 아닌, 단단한 시스템으로



**브랜드 전략
정립**

시장조사 → 포지셔닝 → 메시지



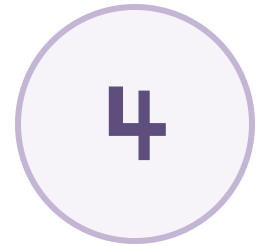
**채널 · 자산
구축**

브랜드존 · SNS · 상세페이지



**콘텐츠
추적**

검색되고 전환되는 자산



**캠페인
확장**

탄탄한 기초 위 임팩트 캠페인



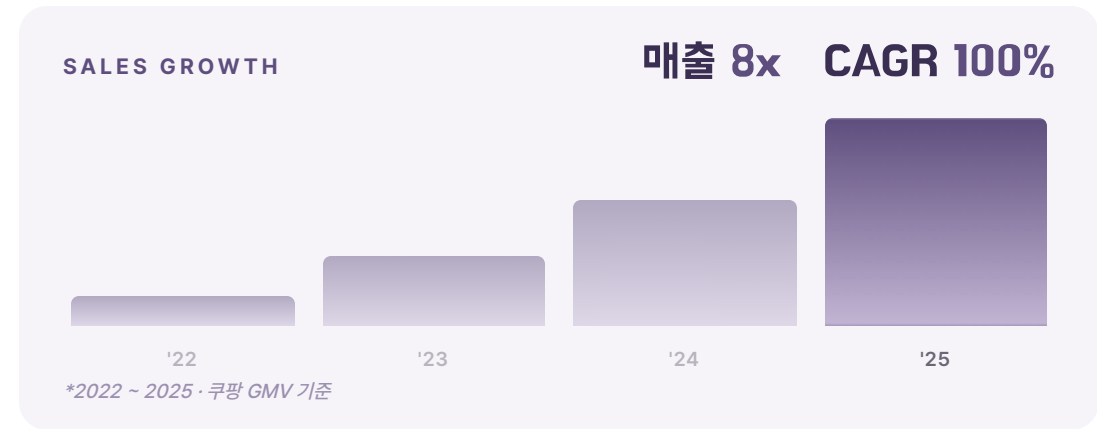
JACK LINK'S

CASE 01 · 한국 신규 런칭 · 운영

잭링크스

Jack Link's Korea

글로벌 육포 1위 브랜드의 한국 신규 런칭 총괄
시장조사 · 브랜드 빌드업 · 미디어 송출까지



#1

쿠팡 카테고리 MS

온라인 전략기획 기반 카테고리 1위 탈환 및 유지

1,200%+

쿠팡 키워드 광고 ROAS

퍼포먼스 마케팅 · 카테고리 광고 효율 1위

HERO SKU

온라인 전용팩 기획·런칭

이커머스 메인 매출 견인 · 차별화 상품 개발

잭링크스 · 미디어 캠페인 시리즈



CAMPAIGN #1 · 2023 시리즈
YouTube · SMR · Meta 통합 송출



CAMPAIGN #2 · 2024 시리즈
YouTube · SMR · Meta 통합 송출



CAMPAIGN #3 · 2025 시리즈
YouTube · SMR · Meta 통합 송출

MAJOR DIGITAL MEDIA

Wide-reaching · 광범위 노출

YouTube

SMR

Instagram

X (Twitter)

Coupage

Naver

SUB DIGITAL MEDIA

Targeting · 세그먼트 타게팅

TVING

치지직

Webtoon

120M+ 누적 미디어 노출 도달 · 3년간 통합 캠페인 (YouTube · SMR · Meta · Coupang · Naver)

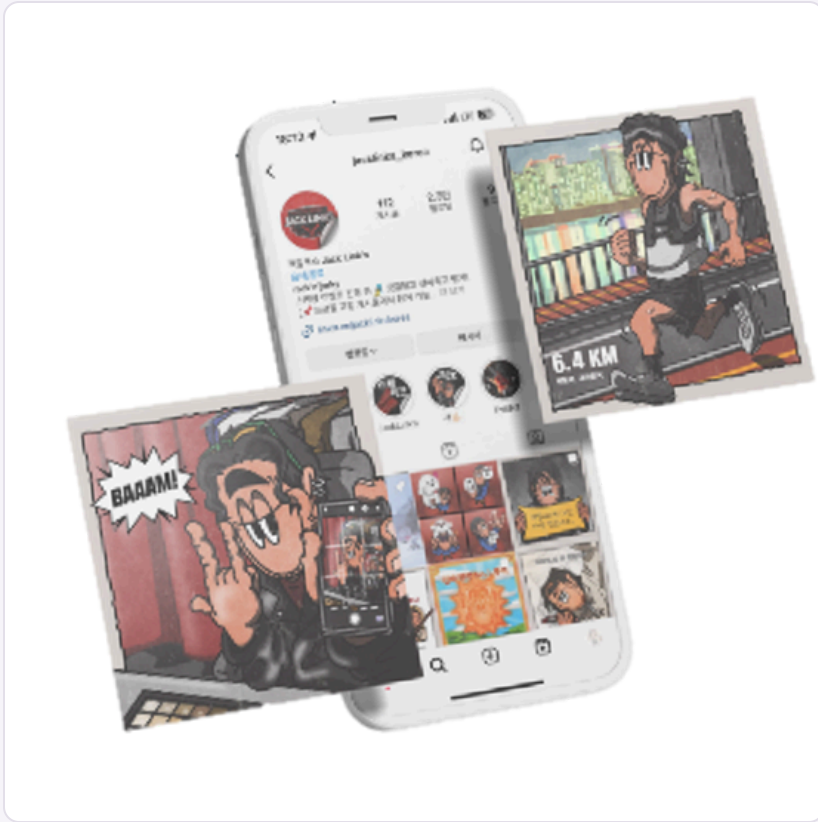
인스타그램 운영 & 인플루언서 마케팅

자체 캐릭터 '잭(Jack)' 운영
Macro → Micro 인플루언서 전환

INSTAGRAM · @JACKLINKS_KOREA

캐릭터 '잭(Jack)'이 운영하는 잭링크스의 일상

Jack 캐릭터로 팬덤 빌드업 · Receipts · Meme · 이마트24 협업 · 브랜드 콜라보



21K+
FOLLOWERS

300K+
ENGAGEMENT

23M
IMPRESSION

19M
VIEW

INFLUENCER MARKETING

Macro → Micro, BIG → Shorts / Reels로 진화

26M+
TOTAL VIEW

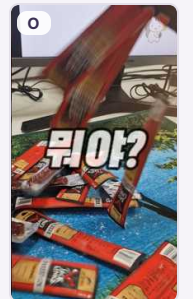
20+
INFLUENCERS

3+
SHORTS SERIES

BIG · 가로 영상



SHORTS · 세로 영상 (PAID / ORGANIC)



오프라인 브랜드 경험 확장



FESTIVAL ACTIVATION

Let's Rock Festival

국내 최대 규모 록 페스티벌 부스 운영 · 와이드 스크린 광고 · 포토 스팟 · 20-30대 코어 타겟 도달

35,000+ Young Target



BAR & SPIRITS

Wild Turkey × Seoul Bar & Spirits Show

위스키 페어링 시음 부스 · 프리미엄 안주 이미지 강화



BRAND COLLABORATION

Harley-Davidson Korea 콜라보

같은 코어 타겟을 가진 두 브랜드 팬덤을 연결,
오프라인 이벤트에서 로열 팬층을 함께 확장

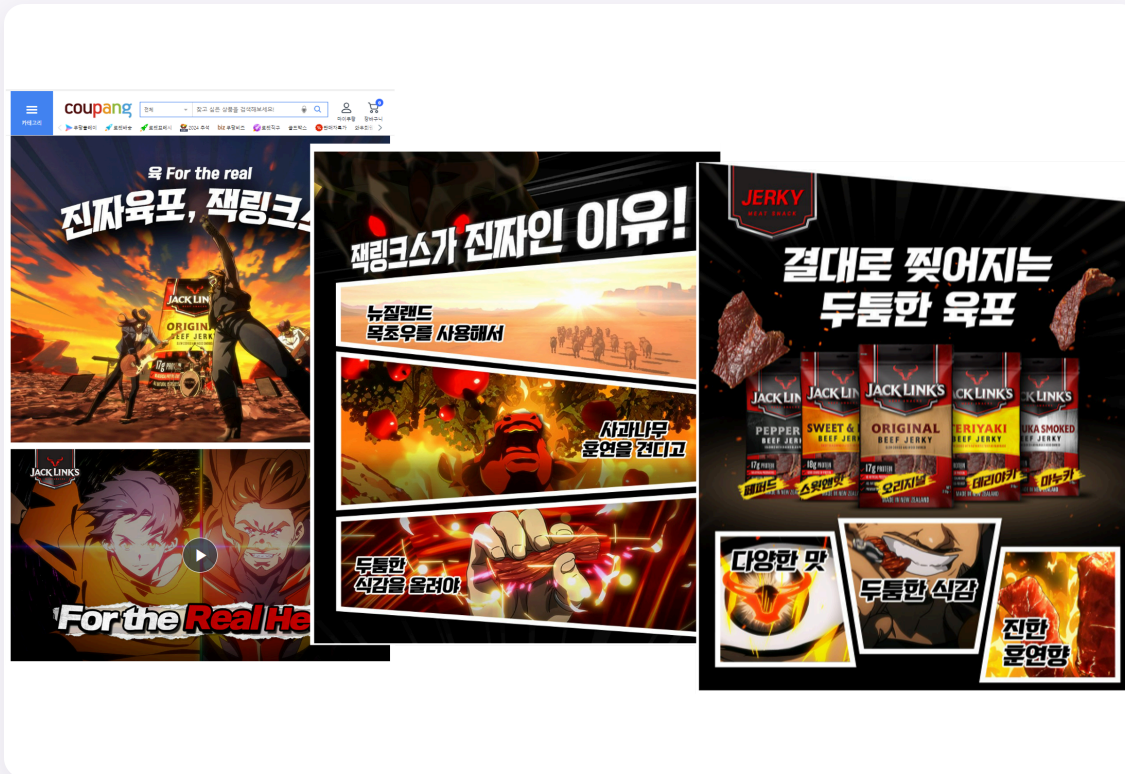
CASE 01 BRAND DESIGN ASSETS

브랜드 메시지를 형상화한 디자인 에셋

"진짜" 라는 한 단어로 브랜드와 소비자를 연결한 비주얼 시스템

COUPANG BRAND ZONE

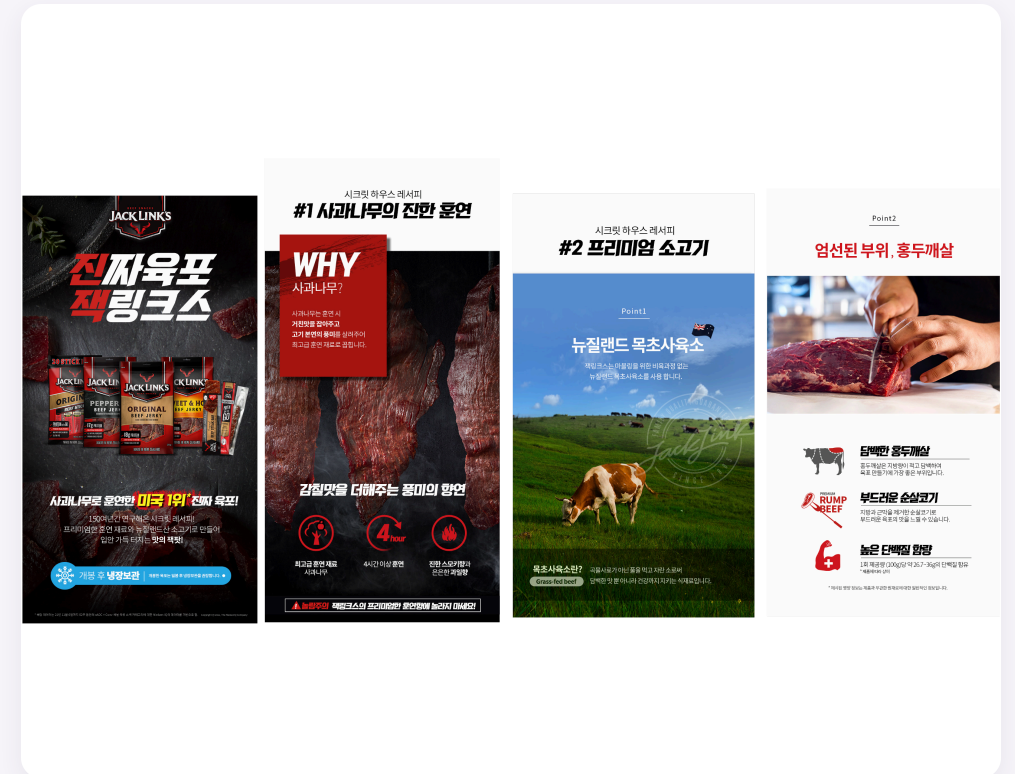
잭링크스 육포가 가짜 육포에 맞서는 히어로 만화 형식으로 친근감 있게 브랜드를 스토리텔링



For the Real Hero Narrative 친근한 톤

DETAIL PAGE (SDP)

"왜 잭링크스인가"를 한 스크롤로 납득시키는 원료·공정·부위 중심 커뮤니케이션



Reason to Believe Origin Story Premium Cut

BRAND AWARENESS

54%



브랜드 인지도 2배 이상 상승

CASE 01 RESULTS & AWARDS

탄탄한 성장을 만든 캠페인 임팩트

전략·미디어·콘텐츠·이커머스가 매출·채널·어워드까지 통합된 누적 성과

SALES GROWTH

8x

세일즈 성장

쿠팡 GMV 누적 8배 (2022→2025)

AD PERFORMANCE

1,200%+

쿠팡 광고 ROAS

카테고리 광고 효율 1위 유지

NEW CHANNELS

NEW

신규 채널 입점

이마트24 ·마켓컬리 입점 확대

DOUBLE AWARD · 광고 소재

YouTube Works
AWARDS KOREA



YouTube Works · 대한민국광고대상

Best Branding · Bronze (Audio) · 2023

BEST SELLING · 이커머스



쿠팡 베스트셀링 No.1

음포 카테고리 · 2024

빛나는 크리스마스

오래가는 듀라셀과

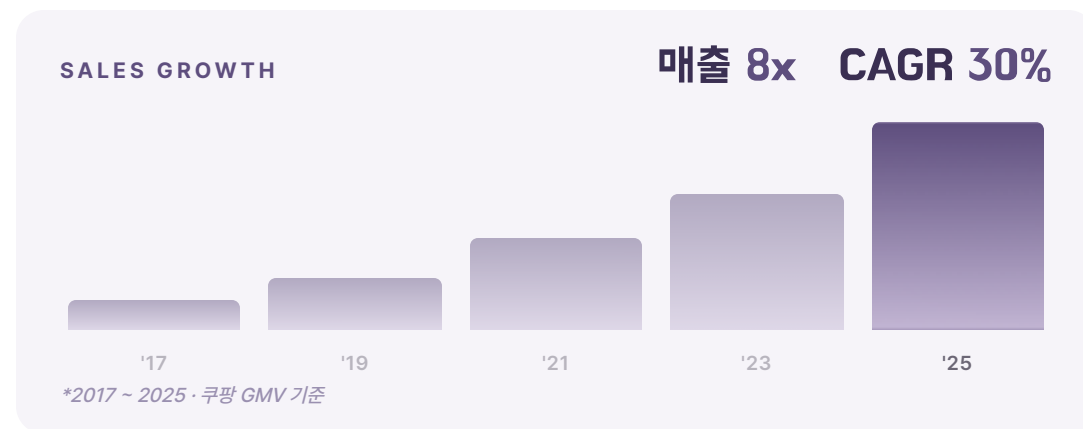


CASE 02 · 6.5년 장기 운영

듀라셀

Duracell Korea

글로벌 건전지 1위 브랜드의 인하우스 이커머스 구축과 운영
시즌 캠페인 · 디지털 광고 · CRM 채널 일괄



#1

쿠팡 카테고리 MS

시장 점유율 1위 탈환 및 유지 (런칭 3~4년 후)

ROAS 1,200%+

쿠팡 키워드 광고 효율

카테고리 광고 효율 1위 유지

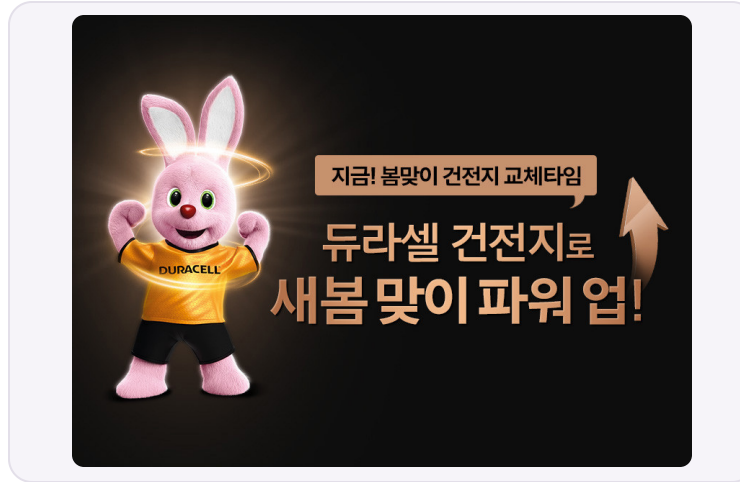
HERO SKU

온라인 전용팩 기획 · 런칭

이커머스 메인 매출 견인 · 차별화 상품 개발

듀라셀 · 시즌 캠페인 자산

시즌별 테마로 일상의 파워가 되는 브랜드 이미지를 꾸준히 전달 — 가이드 안에서 다양한 활동을 전개



CASE 02 PUBLIC CAMPAIGN

한국소비자원과 함께한 어린이 건전지 안전 캠페인


단추형 리튬 전지 삼킴 사고를 예방하기 위해 한국소비자원(KCA)과 공동 기획·실행한 #POWERSAFELY 캠페인 — 캠페인 기획에서 오프라인 협업, 사회공헌까지 연결한 통합 프로젝트

어린이들의 안전을 지키기 위한 협력

리튬동전 건전지 안전 캠페인

#POWER SAFELY 한국소비자원 DURACELL

5가지 방법을 함께 실천하여
어린이 삼킴 사고로부터
우리 아이를 보호하세요



한국소비자원 콜라보
KCA · DURACELL 공동 캠페인 배지
#POWERSAFELY



롯데마트 오프라인 협업
매장 디스플레이 강화 · 어린이 보관 교육 안
내판 설치

보호대상아동을 위한 아동지립지원프로젝트

디딤씨앗통장 후원금 전달식



CU 협약 · 아동자립 기부
디딤씨앗통장 후원금 전달 — 아동권리보장
원 · BGF리테일

우리집 단추형 전지 안전지수 테스트
TAKE THE TEST

PUBLIC AWARD
'제품안전의 날' 한국기술표준원 표창
단추형 리튬 전지 안전 캠페인 공로 인정

일상 곳곳에서 만나는 듀라셀 브랜드 경험

시즌·문화·라이프스타일 IP와 결합해 오프라인에서 브랜드를 살아 움직이게 한 캠페인 컬렉션



CINEMA
CGV 콜라보

영화관 라이프스타일 접점에서 만나는
듀라셀 브랜드 경험 캠페인



SPORTS · IP
마블런

파워·에너지 IP와 결합한 러닝 페스티벌,
달리는 모든 순간을 함께한 듀라셀



CITY FESTIVAL
서울 빛초롱 축제

밤하늘을 밝히는 듀라셀의 파워,
소비자들과 함께한 도심 축제 현장



CAMPING · OUTDOOR
오크밸리 캠핑 페스티벌

야외활동에 오래가는 파워를 더하는 듀라셀,
다양한 라이프스타일을 함께 체험하는 현장

BRAND AWARD



4년 연속 고객사랑 브랜드 대상
2021 · 2022 · 2023 · 2024 건전지 부문
산업통상자원부 후원 · 중앙일보 이코노미스트 주관

CASE 02 RESULTS & AWARDS

캠페인을 성과로, 성과를 브랜드 자산으로

전략·실행·콘텐츠가 매출 성장과 외부 어워드까지 이어진 통합 성과의 결과물

E-COMMERCE PERFORMANCE

런칭 3년 후 카테고리 1위 달성 및 유지 · ROAS 1,100%+
전 채널 어워드 다관왕

E-COMMERCE · CHANNEL AWARDS

11ST



11번가 우수 파트너
4년 연속 수상 (2021~2024)

EBAY



이베이 베스트 파트너
G마켓 · 옥션 · G9 통합 어워드

COUPANG



쿠팡 베스트셀링
건전지 부문 2023 · 2024

캐스케이드

P&G Cascade

P&G 글로벌 신제품의 한국 시장 진입 마케팅 전략 풀제안
시장 분석 → 커뮤니케이션 도출 → 액션 플랜까지



시장 분석

소비자 · 경쟁사 · 자사 분석
3C 프레임 기반 진입 기회 도출

커뮤니케이션

STP · 포지셔닝 도출
타겟 정의 → 키 메시지 설계

액션 플랜

단계별 마케팅 실행안
Pre-Stage · Launch · Stage 1~2

캐스케이드 · 마케팅 제안 구성

01 시장 / 소비자 분석 카테고리 · 경쟁 · 페인 포인트 진단

02 포지셔닝 브랜드의 자리와 메시지 정의

03 액션 플랜 미디어 · 채널 · 콘텐츠 통합 실행

프리미엄 식기세척기 세계 캐스케이드 마케팅 제안서

Created by Rami Cho
글로벌 마케팅팀
Apr. 2024

목적

1. 시장 분석
2. 3C 분석 (Consumer, Competitor, Company)
3. STP 전략 (Segmentation, Targeting, Positioning)
4. 마케팅 전략
5. 예산
6. 스케줄

1. 식기세척기 세계 시장 분석

시장은 25년 기준 약 450억의 식기세척기 보급을 함께 성장하는 데 기여...
시장 규모 예측 (100억)

2-1. 3C 분석 : Consumer 소비자

2-1. 3C 분석 : Consumer 소비자
2-2. 3C 분석 : Competitor 경쟁사

2-3. 3C 분석 : Company 자사 (캐스케이드)

2-3. 3C 분석 : Company 자사 (캐스케이드)

2-4. Practical Take Away

2-4. Practical Take Away

3. STP Strategy

3. STP Strategy

4-1. 마케팅 전략

4-1. 마케팅 전략

4-2. Pre-Stage : 브랜드 컨텐츠

4-2. Pre-Stage : 브랜드 컨텐츠

4-3. 사용자 경험 컨텐츠 구축

4-3. 사용자 경험 컨텐츠 구축

4-3. Pre-Stage : 액션 플랜

4-3. Pre-Stage : 액션 플랜

4-4. Stage 1 : 타겟 소비자 노출 강화 플랜

4-4. Stage 1 : 타겟 소비자 노출 강화 플랜

4-5. 런칭 전후 활동 로드맵

4-5. 런칭 전후 활동 로드맵

4-5. 기대 효과

4-5. 기대 효과

4-6. 전체 스케줄 요약 (사전예약 추가)

4-6. 전체 스케줄 요약 (사전예약 추가)

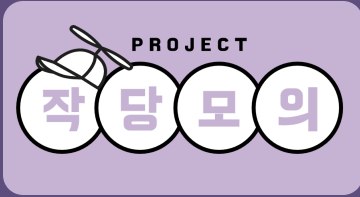
4-7. 세부 일정 (납품 기준)

4-7. 세부 일정 (납품 기준)

5. 예산

5. 예산

E.O.D



프로젝트 작당모의
PROJECT PLOT

함께 작당하실래요?

FOUNDER

조미람 · Rami Cho

ROLE

Brand Director

EMAIL

rami@jakdangmoi.kr