

Youtube 브랜디드 콘텐츠 소개서

디에이치미디어

sdh7184@naver.com

서울특별시 강남구 테헤란로128, 240호

담당자 신동희 대표

010-6690-6649

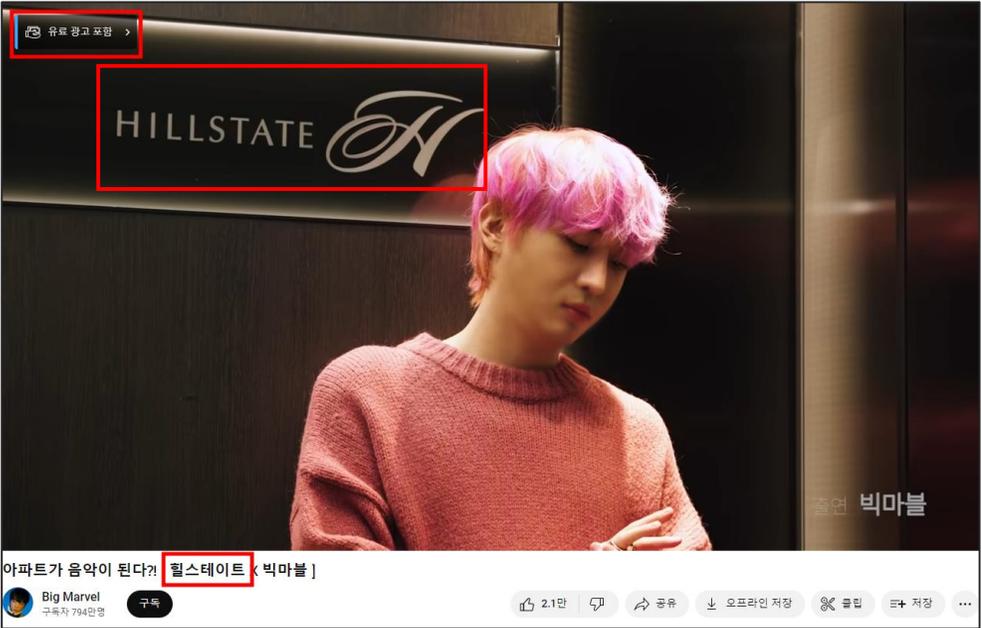
001 유튜브 브랜드 콘텐츠



캠페인 진행형태 : 크리에이터 채널 업로드 + 고정댓글 + 상세설명

먹방, 리뷰, 엔터테인먼트, 웹드라마, 예능 등 다양한 장르의 콘텐츠에서 브랜드사의 제품을 홍보할 수 있으며, 브랜드사의 제품과 니즈에 충족한 크리에이터들을 별도 선별하여 브랜드사의 제품을 직접적으로 시청 고객에게 영상으로 제공합니다. 영상 제공 시, 실제 브랜드 제품에 대해 더욱 정확한 전달력과 더욱 신뢰있는 전달력을 가질 수 있으며, 현재 수 많은 브랜드사들이 진행하고 있습니다.

브랜드 콘텐츠 제작의 예시



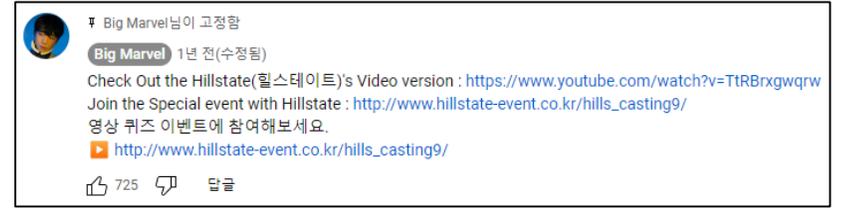
조회수 772,497회 2021. 2. 5.
 유튜브 채널 '힐스 캐스팅'을 구독하고,
 영상 퀴즈 이벤트에 참여해보세요.
 ▶ <http://www.hillstate-event.co.kr/hill...>

라이프스타일 리더 힐스테이트와
 800만 유튜버 빅마블이 함께한
 루프스테이션!

스타일리시한 힐스테이트 곳곳의
 다양한 무대 위에서 경쾌하게 흐르는
 사운드를 영상으로 만나보세요.

아파트, 라이프가 되다
 라이프스타일 리더, 힐스테이트

간략히



영상 상세 설명란 또는 고정댓글을 통해 브랜드에서 추구하는 내용을 담아 바로가기 링크 및 어필하고자 하는 내용 등을 추가로 진행하여 영상으로만이 아닌, 영상이 끝난 후에도 한번 더 잡을 수 있게 진행이 됩니다.

영상 '유료과고표시'를 필수로 하며, 제목 및 브랜드로고, 제품 등을 영상 속에서 노출 및 어필하며, 브랜드의 홍보를 진행합니다.

002 유튜브 레퍼런스

- 1
유튜브
브랜드드콘텐츠
- 2
유튜브
레퍼런스
- 3
추가 제공
서비스
- 4
클라이언트

캠페인 진행 브랜드 : 후라이드 참 잘하는 집

유명 먹방 크리에이터를 통해 '후라이드 참 잘하는 집' 브랜드의 제품을 직접 먹방을 하며, 광고주가 원하는 방향성 등을 어필을 합니다.
 활용 예산 대비 평균 판매량 증가와 더불어, 추가 가맹점 모집에 있어 더욱 쉽게 접근할 수 있었던 광고입니다.
 브랜드드 콘텐츠는 브랜드 기업 성장에 있어 가장 필요한 메인 광고입니다.

50여명의 업로드 **총** 4,000만뷰 의 시청기록

후라이드 참 잘하는 집 브랜드드 콘텐츠 진행사례



Eatingsnow
 조회수 620만회 · 1년 전

Eatingsnow
 조회수 111만회 · 1년 전

Eatingsnow [Fried Chicken]
 조회수 115만회 · 2년 전

허미노의 주 특기인 '병맥주 원샷'을 통해 광고 진행을 하였으며, 광고영상임에도 불구하고 620만회 라는 조회수를 기록하였습니다.

620만회 조회수 뿐만아닌, 광고영상에 대해서 기본 100만뷰 이상을 기록하며 광고주의 니즈에 완벽하게 충족이 되어 이후 추가적인 크리에이터들의 콘텐츠를 계속해서 배포가 되었습니다.

002 유튜브 레퍼런스

캠페인 진행 브랜드 : AIR-D

자동차 관련 카테고리의 유튜브 크리에이터와 협력하여 차량용 방향제 브랜드인 '에어디' 제품에 대해서 브랜드 콘텐츠를 진행합니다. 온라인 판매를 주로 이어오다가 유튜브 콘텐츠를 계기로 판매량이 최대치로 증가하며, 현재는 대형마트에도 오프라인 입점이 되었습니다.



10여명 의 업로드 차량용 방향제 1등 신기록

에어디 브랜드 콘텐츠 진행사례



순위	영상명	업로드 일자	업로드 채널	업로드 시간	업로드 길이	업로드 언어	업로드 지역	업로드 플랫폼	업로드 방식	업로드 상태	업로드 유형	업로드 목적	업로드 결과
1	성공률100% 여자가 좋아하는 방향제!	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
2	11번가	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
3	인터파크	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
4	G마켓	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
5	위메프	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
6	쿠팡	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000
7	터치워머	2023.02.28	AIR-D	18:00	1:31	한국어	대한민국	유튜브	업로드	완료	유튜브	판매	1,200,000

전체	소호몰	네이버페이
1 에어디	-	-
2 11번가	-	-
3 인터파크	-	-
4 G마켓	-	-
5 위메프	-	-
6 쿠팡	-	-
7 터치워머	-	+1

출처 : 우파푸른하늘 유튜브채널

차량 카테고리 1위 채널에서 직접 광고 진행하며, 본인이 판매중인 제품보다도 더 좋다고 홍보를 하였습니다. 해당 영상은 실제 채널 주인공이 느낀 리뷰를 담은 내용이며, 현재는 '우파몰' 에서도 해당 방향제를 판매하고 있습니다.

일 평균 판매량 383만원에서 일 평균 626만원으로 평균 165% 판매량이 증가하였습니다.

'차량용방향제' 카테고리 순위권 밖에서 유튜브 광고 이후, 1위 자리에 올라갔습니다.

002 유튜브 레퍼런스



캠페인 진행 브랜드 : 탐니크

“뿌리지 말고 바르세요” 바르는 고체향수 브랜드 [탐니크] 는 다양한 아프리카TV BJ들을 활용하여 광고를 진행했습니다. 기존 매출이 다소 낮은 상태에서 여성BJ부터 남성BJ까지 다양한 엔터테이너 콘텐츠를 진행하는 BJ를 통해 진행 결과, 성공적인 효과를 발생시켰습니다.

5명 의 방송+업로드 3,480% 의 매출상승

탐니크 브랜드드 콘텐츠 진행사례



유명 BJ 추정, 마이민, 남순 등 다양한BJ가 해당 광고에 참여하였으며, BJ윅박의 공격적인 마케팅 홍보로 판매량이 한순간에 올라가고, 구매서버의 트래픽 과부하로 접속불량까지 있을 정도로 크나큰 효과가 발생되었습니다.

일자	공제인원		
	주문수	품목수	상품구매금액
2021-01-22(금)	159	179	6,108,480
2021-01-21(목)	238	259	8,693,360
2021-01-20(수)	7	8	274,920
2021-01-19(화)	7	7	214,880
2021-01-18(월)	7	9	273,760
2021-01-17(일)	11	11	352,340
2021-01-16(토)	10	10	339,700
2021-01-15(금)	10	10	320,740
2021-01-14(목)	9	9	267,700
2021-01-13(수)	4	4	159,800
2021-01-12(화)	8	10	369,500
2021-01-11(월)	19	23	884,000
2021-01-10(일)	35	36	1,528,700
2021-01-09(토)	14	15	552,800
2021-01-08(금)	5	5	136,000
2021-01-07(목)	12	13	585,800
2021-01-06(수)	8	9	311,400
2021-01-05(화)	14	15	530,900
2021-01-04(월)	8	8	267,800
2021-01-03(일)	7	8	293,100
2021-01-02(토)	6	7	299,600
2021-01-01(금)	4	4	154,700
합계	602	659	22,913,880

2021-01-20(수)	7	8	274,920
2021-01-19(화)	7	7	214,880
2021-01-18(월)	7	9	273,760
2021-01-17(일)	11	11	352,340

탐니크 일 평균 매출 : 250,000원

2021-01-22(금)	159	179	6,108,480
2021-01-21(목)	238	259	8,693,360

유튜브 광고 진행 이후 판매 매출 (2일간 합산) : 약 1500만원

광고이후 3,480%이상의 매출이 상승하였으며, 이후 구매한 신규고객들의 평이 높아 재구매율로 인한 충성고객층을 형성 하였습니다.

002 유튜브 레퍼런스

캠페인 진행 브랜드 : 행복한짬닭

선한 영향력을 가진 먹방유튜버와 선한 인심을 가진 짬닭 브랜드 행복한짬닭의 대표님의 콜라보 콘텐츠가 진행되었습니다. 해당 브랜드는 최대 가맹점 100개를 초과하지 않겠다는 신념으로 지켜온 브랜드로, 매출과 가맹점 확장에 대한 니즈보다 착한 브랜드의 인식을 잡기 위해 유튜브 콘텐츠를 진행하였습니다.



7명 의 크리에이터 참여 500만원 의 기부금

행복한짬닭 브랜드 콘텐츠 진행사례



덕출TV, BJ츄정, 꽃돼지, 가르마, 인아짱, 찬소리 등 먹방, 몰카, 일상 크리에이터들이 모여 진행



먹방 크리에이터 : 야식이 평소 광고비를 받고 광고 진행할 경우, 소아암협회에 광고비를 기부하였으며, 해당 콘텐츠는 브랜드 대표님도 기부에 동참하였습니다. 착한 브랜드 기업으로 알려지며, 배달의 민족 '야식브랜드' 1위에 올랐었습니다.

003 유튜브 캠페인에 따른 추가 제공 서비스

외부 바이럴 지원

(주)셀럽매니아와 협력중인 언론사를 통해 외부 바이럴을 송출 지원해 드립니다.



브랜드 시상식 지원

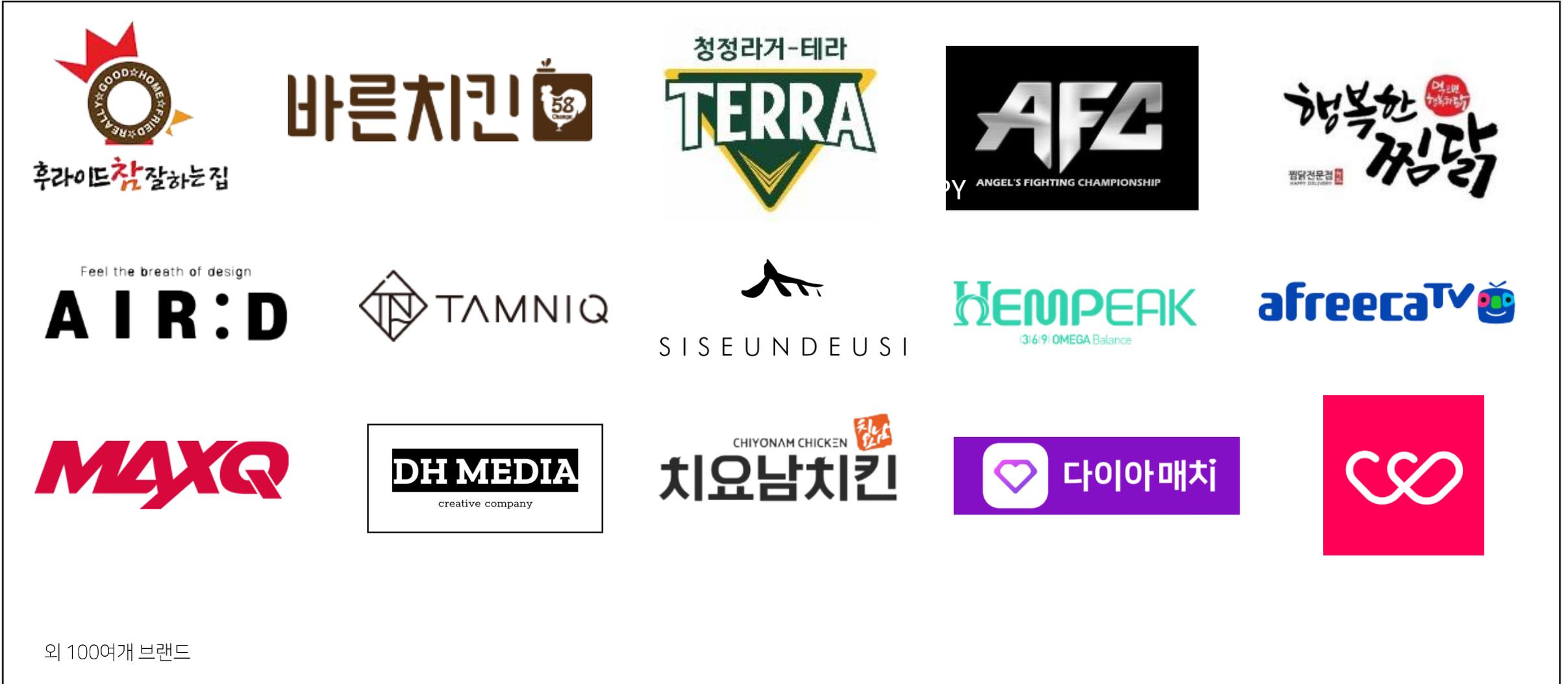


- 시상식 지원 내용**
- (1) 엠블럼 제공
 - (2) 상패 및 인증서
 - (3) 뉴스 지면 게재
 - (4) 인터뷰 영상 제작
 - (5) 뉴스기사 5회
 - (6) 블로그 마케팅 10회
 - (7) 시상식

004 클라이언트

- 1
유튜브
브랜드드콘텐츠
- 2
유튜브
레퍼런스
- 3
추가 제공
서비스
- 4
클라이언트

(주)셀럽매니아는 매니아그룹과 DH MEDIA와의 파트너사이며, 함께 활동하고 있는 기업입니다.



외 100여개 브랜드

Youtube 브랜드드 콘텐츠 소개서

감사합니다

디에이치미디어
sdh7184@naver.com

서울특별시 강남구 테헤란로128, 240호

담당자 신동희 대표
010-6690-6649