

COPY-WRITER CONCEPT-LIGHTER

카피라이터로 시작해
컨셉라이터를 거쳐
지금, 크리에이티브 디렉터





안녕하십니까,
크리에이티브 디렉터
김태환입니다

크리에이터 김태환의 취향

다재다능함을 위한 다양한 무기



01. MUJI

심플하게 보이는 건 결과다
수많은 복잡함을 경험한 후에
심플함은 선물처럼 찾아오기에
글을 쓰는 일도
브랜드를 생각함도
일상을 살아가는 방법도
무인양품의 철학과
닮아있기를 원한다



02. EMBRACE

사랑은 국경을 넘는다면
론 마음속의 장벽조차 넘지
못하는 것이 사람이다
사랑이란 존재는
누구에게도 레이블을 붙이지 않았건만
이름표 없이
컬러도 없이
존재 그 자체로 사
랑하고자 한다



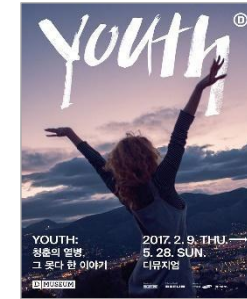
03. CLASSIC

내 호흡만이 중요한 게 아니다
타인의 호흡과 활시위,
음표를 대하는 각자의 태도
이 모든 것의 총합이
제대로 된 연주를 완성한다
악보로 표현되지 않는
협동이라는 작품,
이것이 내가 클래식을
사랑하는 이유



04. ESSENCE

아메리카노보다
에스프레소원샷
시원한 소맥보다
달콤쌉시름한 에일
관점의 차별화만큼
깊이도 중요하다고 믿기에
본질에 대한 탐구에
늘 배고프다



05. YOUTH

수식어 하나 없이도
반짝반짝 빛나는 단어
억지로 가지려 해도
가질 수 없는 단어
그렇지만
마음속에서는
늘 USE 하는 단어,
YOUTH



06. FAN OF PEN

플러스펜 블랙잉펜슬
스테틀러 색연필
플레이컬러사인펜
카웨이코 스포츠 만년필
그리고 몽블랑 마이스터티프
카피라이터라면
이정도 필기구 덕력은 기본

크리에이터 김태환의 명함
ATL부터IMC,디지털까지 경계를 아우르는 커리어



크리에이터 김태환의 흔적

국내브랜드에서글로벌브랜드커뮤니케이션까지 폭넓게



We are all #PhotoShapiens



Volkswagen BIG FAN

폭스바겐과 빅팬들이 만들어가는 소중한 이야기



11 YEARS

크리에이터 김태환,
차곡차곡 쌓아 올린
11년간의 디지털 크리에이티브

모빌리 오일장

모빌리 오일장

국내 브랜드 및 수입 브랜드가 치열하게 다투고 있는 엔진오일 시장,
모빌 코리아는 고객들에게 친근하게 각인될 수 있는 트리거가 필요했다

이에 엔진 '오일' 장인들이 모이는 친근한 장터, '모빌리 오일장'의 컨셉을 제시했고
유명한 한국의 '오일장'에 들러 오일을 교환하고 지식을 쌓아가는 외국인의 모습을
재미있게 표현한 바이럴 영상을 제작해 클라이언트의 긍정적인 피드백을 이끌어 냈다

또한, 오일장 캠페인은 모빌 인스타그램은 물론 '스마트스토어'로 유입까지
고려한 DA 매체 집행으로 세일즈 측면까지 챙겼던 사례이다



“Rulebreakers”

We are Rulebreakers

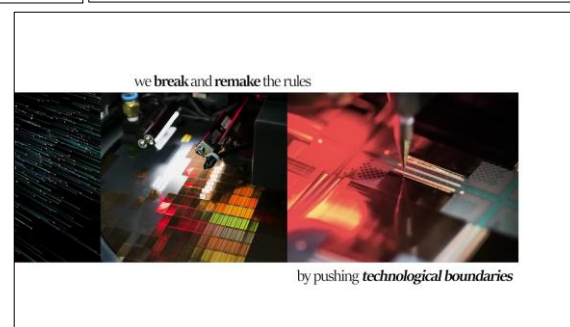
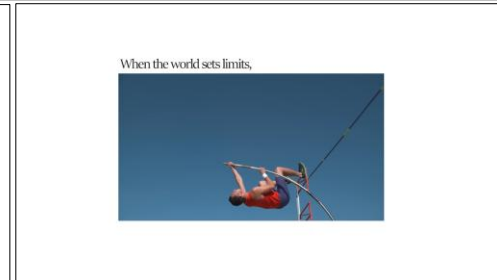
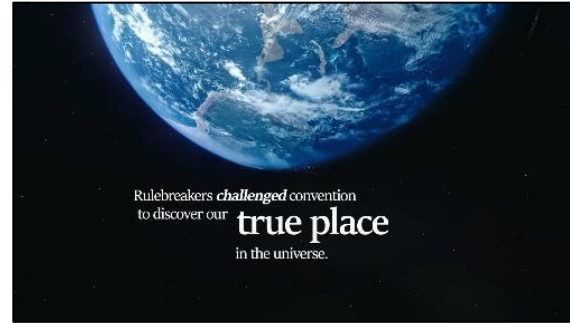
글로벌 메모리 반도체 업계에서 1등을 다투는 SK하이닉스
기존 마케팅 부서에서 제작한 국내 마켓팅 영상은 브랜드 인지도를
끌어올리는데 상당한 역할을 하였으나, 글로벌 시장에서의 존재감은
매출 및 규모에 비해 매우 낮은 상황이었다

이에 글로벌 PR영상에서는 글로벌 No.1 메모리 반도체 기업으로서 선도적
이미지를 구축하기 위해 기존과 단절한다는 ‘룰브레이커’ 컨셉을 선택했다

영상에서는 인류 역사상 관습을 깨려고 했던
갈릴레이, 피카소, 라이트 형제 등의 이미지 = SK하이닉스를 공식으로 놓고
매니페스토 형식의 제작물을 시도하였다

감각적인 편집감 및 자신감 있는 톤앤매너의 카피/그림 들을 통해
PR 부서에서 시도하지 않았던 영상을 완성했으며,
마케팅 임원의 높은 관심과 만족을 이끌어 PR영상 시리즈를 제작할 수 있었다

“Rulebreakers”





어도비 코리아 포토샵 캠페인

We are all
#PhotoSho^{piens}

포토샤피엔스

포토샵은 여전히 이미지 편집툴의 대명사이지만, 저가형 툴들의 등장으로 그 존재감이 위협받고 있는 현상 Z세대의 새로운 유입 및 브랜드 이미지를 공고히 하는 미션이 주어졌다

이에 사진을 찍고 포토샵을 이용해 편집하고, 올리는 등 24시간 사진과 함께하는 타깃들의 모습을 포토샵하는 인류, 즉 '포토샤피엔스'라고 정의하고 인플루언서를 활용한 디지털 캠페인을 진행하였다

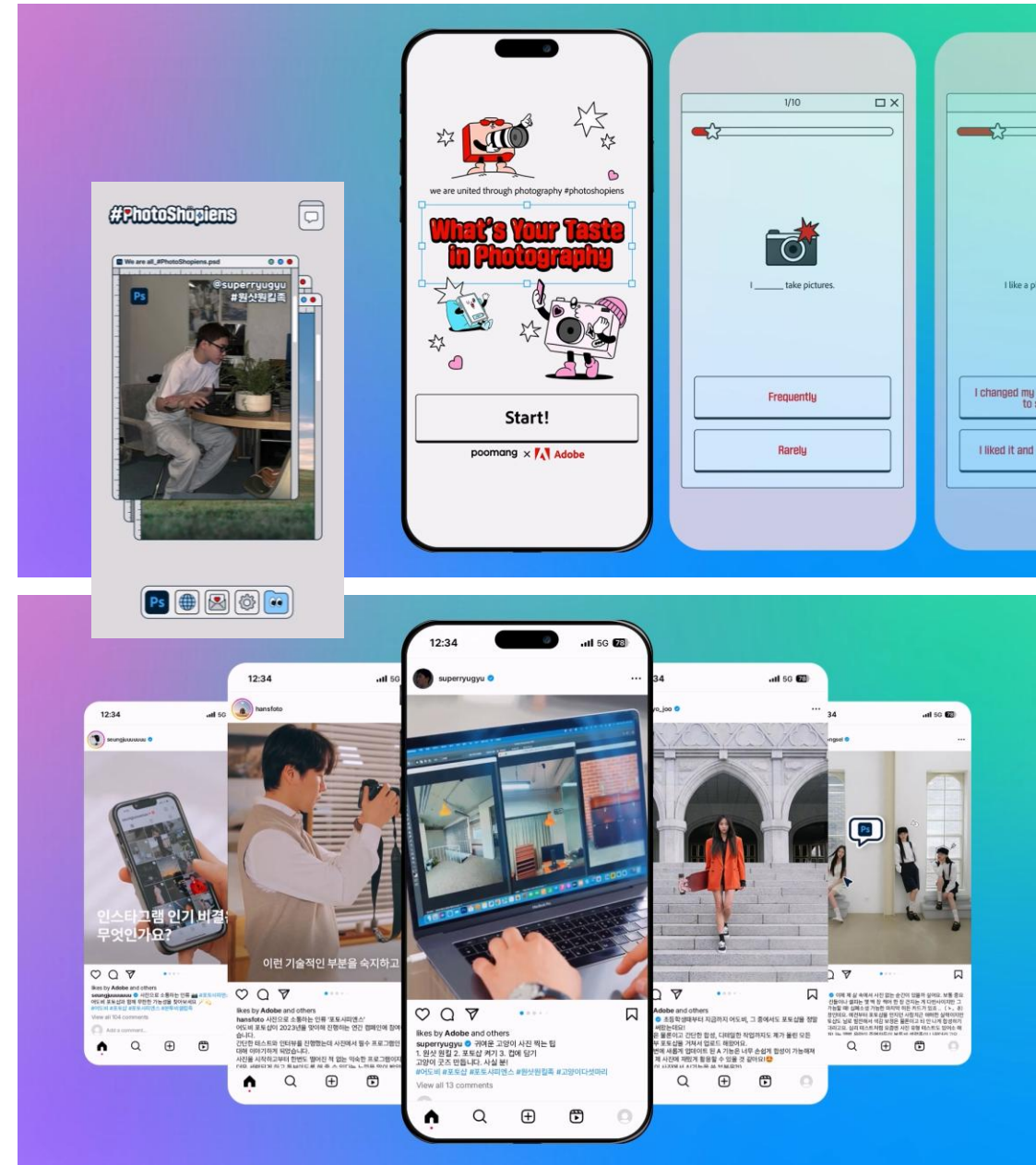
포토샤피엔스는 우리 주변의 평범한 사람들이기도 하고 키크니, 롱보드 여신 오호주 등 유명 인플루언서이기도 했다

이 캠페인을 통해 클라이언트가 제시한 KPI를 2배나 상회하는 수치를 달성했으며, MBTI형식을 반영해 나는 어떤 포토샤피엔스인지 매칭시켜주는 '나만의 사진 유형 테스트'는 7만회 가까운 참여자수를 획득하였다



2024 Sabre Awards APAC 지역 2개 부문 수상
*Best Use of Visual Social Platforms / Web-Based Business

절미는 촬영



포토샵피렌스의 성공 이후 그래픽, 영상 디자이너를 넘어 더 많은 분야의 크리에이터들을 어도비 플랫폼(인스타그램)으로 불러들이는 캠페인 진행



각기 다른 분야의 잠재력을 가진 아티스트가 만나 크리에이티브 시너지를 만들어 내는 듀오

- 포토샵 크리에이터 + 뮤지션이 함께 만드는 앨범 자켓
- 포토샵 크리에이터 + 패션 디자이너가 함께 제작하는 웨딩 드레스 제작
- 모든 캠페인 제작물은 어도비 코리아 IG채널에 업로드

옳은 멈춤

REC

오른멈춤=옳은멈춤

인천광역시는 대한민국 물류의 거점 도시로서 수많은 화물차가 지나다니고 있으며, 횡단보도내에서 교통사고 및 사망률 또한 전국 최고 수준을 기록하고 있었다

마침 2022년부터 도로교통법 개정으로 교차로 내 우회전 시 무조건 멈춤 후 보행자가 있는지 살펴야 하는 의무 조항이 생겼다

이를 도시 차원에서 홍보하기 위해 바이럴 영상을 제작하게 되었고 교통안전에 관한 대한민국 최고의 인플루언서인 한문철 변호사를 섭외, 차량 블랙박스를 보며 해설하는 한 변호사 특유의 포맷을 차용해 재미요소 및 신뢰도를 동시에 잡을 수 있었다.

해당 영상은 인천광역시 공식 및 한문철 변호사 유튜브 채널에 동시에 업로드 되었으며 그 외 우회전 일시멈춤 차량 스티커 제작/배포 이벤트 등 영상 연계 프로모션도 직접 진행하면서 새로운 지자체 마케팅 방법론을 제시하였다



2022 대한민국 광고대상 공공광고부문 특별상 수상





보도자료 작성 및 배포



스티커3000장 제작 및 배포

소문을 믿지 마세요 진짜 전문가를 믿으세요

일반 금융 고객들에게 낯선 SC제일은행,
하지만 알고 보면 전 세계 60개국 네트워크에 기반을 둔
'글로벌 자산 관리 명가'인 점을 어필해야 하는 상황

투자 시, 아는 사람들의 말이나 카더라하는 소문 대신
냉철한 분석과 조언을 제공하는 진짜 전문가를 신뢰하라는 메시지 전달,
영상 기법은 '꼬리에 꼬리를 무는 소문'이 전해지는 과정을 유머러스하게 풀었다

클라이언트의 긍정적인 평가를 받아 하반기 TVC 까지 제작하게 되었으며
광고 평론 사이트에서 은행 부문 광고 1위에 선정되었다



2021 AP 광고 평론 - 상반기 금융, 은행권 광고 1위 선정



- 조우진씨, 뭐 좋은 일 있으세요?
- 아니, 들어봐요!



이번에 우리 유치원 학부모가 그러는데...
리면서들은 애길 하는 거예요



우리 회사 과장 별명 이재테크의 신인데,
이번에 대박!



엄청난 정보를 줬거든 하면서
그 얘기를 하는데



이번에 그 회사가 엄청 오를 거야
이거 너한테만 주는 비밀이다?



이랬대요 어때요? 난
대박날 거 같은데



그건 정보가 아니라 소문이지요
SC제일은행의 진짜 자산관리 들어보시겠어요?



60여 개국의 글로벌 네트워크로
안정적인 리스크 관리



전담 PB와 투자 전문가
그룹이 함께 하는 자산관리



디지털 상담으로
더 편리하게!



글로벌 자산관리 명가
SC제일은행

그래! 어디서 자산관리 할지 감 잡았어.

자산관리, 소문을 믿지 마세요
진짜 전문가를 믿으세요!



[광고평론 300회 특집] ⑦ 은행 · 보험 · 증권 베스트광고 TOP3

권세리 승인 2021.05.20 10:01 | 최종 수정 2021.05.20 10:29 의견 0



[편집자 주] AP 광고평론 기사가 5월 6일 300회를 돌파했습니다. 그동안 AP신문은 광고 평론가 여러 명의 평가를 토대로 매주 5개의 광고를 선정하여 평론을 해 왔습니다. AP신문은 작년 광고평론 100회, 200회 특집을 맞아 그간의 광고를 평가하여 특집을 선보인 바 있습니다. 이번에도 300회 특집을 맞아 광고평론가의 평가를 토대로 다양한 특집을 마련했습니다.

[AP신문=권세리 기자] 광고평론 300회 특집을 맞아 201회부터 300회까지 평론한 광고 중 AP신문이 선정한 은행, 보험, 증권 부문 베스트3를 각각 소개한다.

먼저, 은행광고 베스트 TOP3부터 소개한다.



1위: SC제일은행-'소문을 믿지마세요. 진짜 전문가를 믿으세요'

2위: KB국민은행-KB스타뱅킹 '킹헤택'

3위: 신한은행-'SOL PB'

★ 1위: SC제일은행-'소문을 믿지마세요. 진짜 전문가를 믿으세요' 편



식당에서 들은 소문에 대해 이야기하고 있는 조우진. <사진 유튜브 캡처>

은행 부문 1위는 SC제일은행의 '소문을 믿지마세요. 진짜 전문가를 믿으세요' 편이 차지했다.

먼저 배우 조우진이 등장하여 재테크와 관련해 여기저기에서 들은 뜬소문을 이야기하며 부정확한 정보에 취약한 고객의 모습을 보여준다.

"그건 정보가 아니라 소문이지" 라는 대사와 함께 전문가가 등장해 비대면 디지털 자산관리 서비스를 선보인다.

광고는 "자산관리, 소문을 믿지마세요. 진짜 전문가를 믿으세요" 라는 메시지와 함께 마무리된다.


CERAGEM

세라젬연간디지털캠페인운영


집에서. 누워서. 매일.

건강가전의 대세였던 세라젬 연간 디지털 캠페인 비딩(연간 40억 규모)에 참여해 수주, 매달 GDN/네트워크 등 소비자의 디지털 접점에 노출되는 제작물 산출

매달 프로모션 카피 100%, 비주얼 50% 디렉팅에 관여하며
시시각각 변하는 세일즈 환경에 맞춰 세라젬 마케팅 부서와 긴밀한 협업 진행
(이정재 - 오징어 게임 활용한 시안, 신민아 - 갯마을 차차차 이미지 활용 시안 등)



주는 게 좋다는 부모님께
받는 즐거움을
선물해 보세요.



CERAGEM Master V4

세라젬 마스터 V4
보상판매 이벤트

오래된 안마 의자는
GIVE & TAKE
세라젬 + 로봇청소기 세라봇까지



CERAGEM



같은 안마 의자로
옆그레이드?
의료 가전 세라젬으로!

UP GRADE

세라젬 마스터 V4 보상판매



CERAGEM

이제 신혼가전도 나답게.
예술적 안마의자 P A U S E



CERAGEM

스타일리시한
해택 확인! >

무뚝뚝한 아버지의
마음을 녹이는 시간

40분



오월의 혜택
마스터 V4 구매 시
로봇청소기 세라봇 증정

CERAGEM
Master V4

어머니의 손길처럼
따뜻한 허리 마사지

65도.



오월의 혜택
마스터 V4 구매 시
로봇청소기 세라봇 증정

CERAGEM
Master V4

빠박한 마감, 복잡한 관계, 고단한 일상

잠시, PAUSE!



휴식의 자유를 디자인하다

PAUSE

파우체 구매 혜택 확인 >

CERAGEM

건강부터
챙기는
부부의 세계



CERAGEM
Master V4

GIFT

지속 가능한
효도가
대세입니다



단 하루? NO!
10일간 누리는 홈케어 서비스

FDA
510k Clear

마스트북2 홍지은

CERAGEM

더블보다
트리플로
강력하게! x3

국내 최초 3개 밀착 걸레 탑재!



안심 살균수 로봇 청소기
CERAVOT

CERAGEM

놀러가자! 마운티아

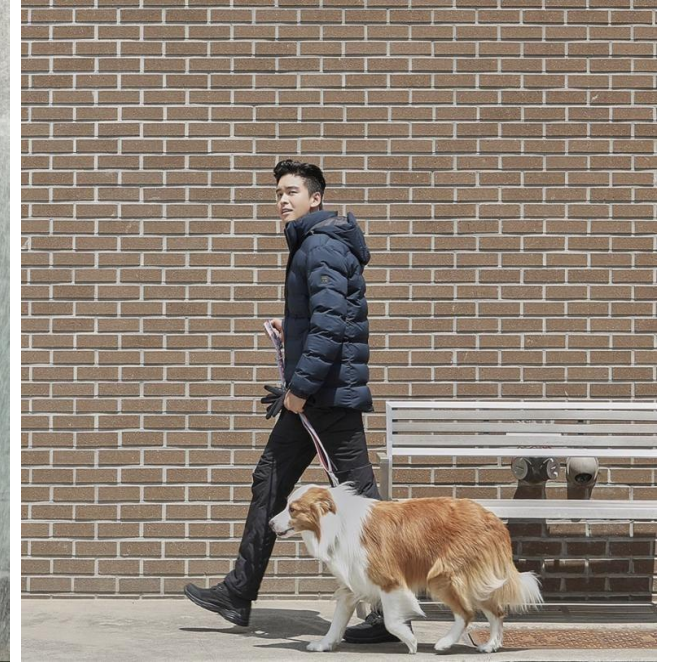
마운티아는 기존 GO OUT & PLAY 라는 컨셉으로
윤계상을 모델로 화보와 SNS 게재 위주로 연간 콘텐츠를 운영했다

하지만, 4050실타깃과는 거리감 있는 멋진 캠핑, 도심 산책 등의 컨셉으로 인해
공감대 형성에는 어려움을 겪고 있었다

이에 한층 친근한 모델, 이장우를 모델로 기용해 약수터, 낚시, 꽃구경 등 타깃의
데일리한 모습을 담고자 노력했고 '놀러가자, 마운티아' 라는 컨셉을 제안했다

'놀러가자' 는 매달 포스터 및 짧은 동영상 들로 인간적이고 친근한 모습을 담아냈으며
자사 유튜브, 인스타그램은 물론 매장 윈도우 시트, X배너 등 오프라인에서도 활용되어
세일즈에도 기여했다

또한 150만원 상당의 상하의, 스틱, 신발 등의 제품을 박스에 담아 제공하는
1달짜리 체험키트 제공 이벤트 '마운티아 한달놀이' 를 성공리에 진행했으며,
하반기까지 3차로 이어지는 연중 캠페인으로 자리 잡았다





STELLANTIS

스텔란티스 연간 디지털 마케팅

푸조 / 시트로엥 / DS오토모빌

한불 모터스 주요 브랜드인 푸조, 시트로엥, DS 오토모빌 등의 SNS 및 월간 프로모션, 캠페인 등의 핵심적인 아이디어 제안 및 크리에이티브 총괄

마켓 내외부의 트렌드 변화와 세일즈 추이에 발빠르게 대응하고, 한불 마케팅 팀과의 주요 회의에 참석하는 등 핵심 역할을 담당했다

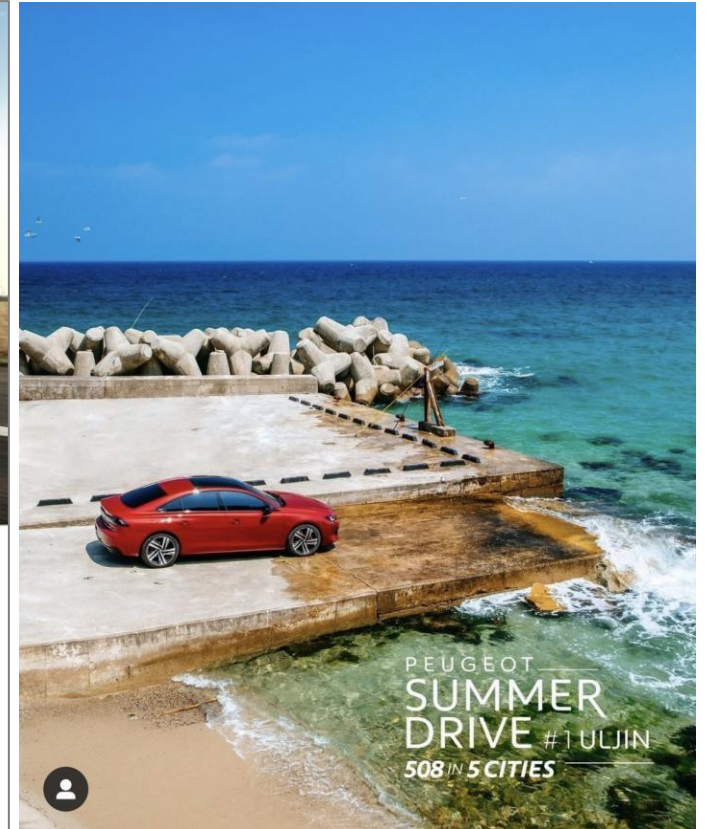




글로벌 광고 영상 로컬화 작업 (카피라이팅, 영상 편집)



3008 페이스리프트 출시 기념
3008분 시승 이벤트 진행



여름 휴가 시즌에 맞춰 5가지 도시의 아름다움과 함께하는
508 모델의 화보 제작

COMFORT THERAPY

CITROËN

C3 에어크로스 SUV
알뜰하3!
뛰어난 연비로 경제성을 실현하다



최상급의 편안함을 선사하는 SUV

CITROËN

편아아아안함!



C5 에어크로스 SUV 시승하기 >

시트로엥은 올 여름도
편안하모니CAR
COMFORT DRIVE IN SUMMER



그랜드 C4 스페이스투어러

CITROËN

CITROËN COMFORT

루프샷콘테스트


#컴포트루프샷콘테스트 #시트로엥
#Comfort #C3에어크로스SUV



1/5

DS 3 CROSSBACK / DS 7 CROSSBACK / DS 3 CROSSBACK E-TENSE

**우아함을
우와!하게**



2021 CITROËN

편안한 시트로엥 SUV 타면,
20만원 상당 프렌치 레스토랑 식사권을!

**편안하고메
고급지고메
프렌치고메**

투어이벤트



나나위크 론칭

손님 하나하나의 꿈을 이루어주는 주간 프로모션,
나나위크 네이밍 제안부터 그래픽 영상 제작 전 과정에 디렉터로 참여

프로모션의 취지를 알리고 브랜딩의 매력을 더하는 1분 여의 소개 영상을 제작해
클라이언트 내부 전사에 공유되는 등 시작부터 좋은 반응을 얻었다

제1회

나나위크





르노코리아 XM3 론칭 캠페인

설득이 필요 없는 매력

르노삼성자동차에서 3년 만에 출시한 신차 XM3

대한민국 첫 쿠페형 SUV의 날렵한 디자인과 가공할만한 퍼포먼스는 고민할 필요 없이 '경험해 보면 안다' 라는 전제로 실구매자의 인사이트를 반영한 제작물을 완성했다

프로젝트 컨셉 및 영상 디렉팅은 100%, 이외 웹사이트 및 배너 카피 등 디지털 캠페인 전반 기획에 참여해 사전계약 실시 2일 만에 3,000대, 12일만에 5,500대의 계약 건 돌파 그 중 약 30%가 온라인을 통해 구매 체결한 놀라운 성과를 거두었다



전형적인 자동차 티징 광고 촬영 현장, 멋진 실루엣을 보여준다



조감독)라이트켜주세요~(실내조명)



잘못 알아들은 스탭이 헤드라이트 조명을 켜다

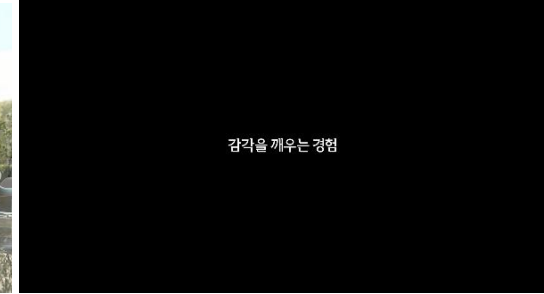


화난 감독이 질책하려고 하는데, 환한 조명에서 보는 XM3가 너무 예뻐 어리둥절한 모습



감독)좋은데???





운전자) 유후!!!

딜러) 고객님의? 고객님의!(운전자 깨우는 딜러)

카피) 각각을 깨우는 경험



스토리:
드라이빙의 재미에 폭 빠져 환호하는 남자,
알고 보면 쇼룸의 시승차에 앉아서 상상하던 짜릿한 감정이었다



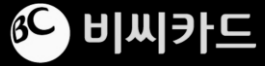


CARS | 29 APRIL 2020

XM3 : SUCCESSFUL LAUNCH IN KOREA FOR RENAULT SAMSUNG MOTORS

 3 MIN



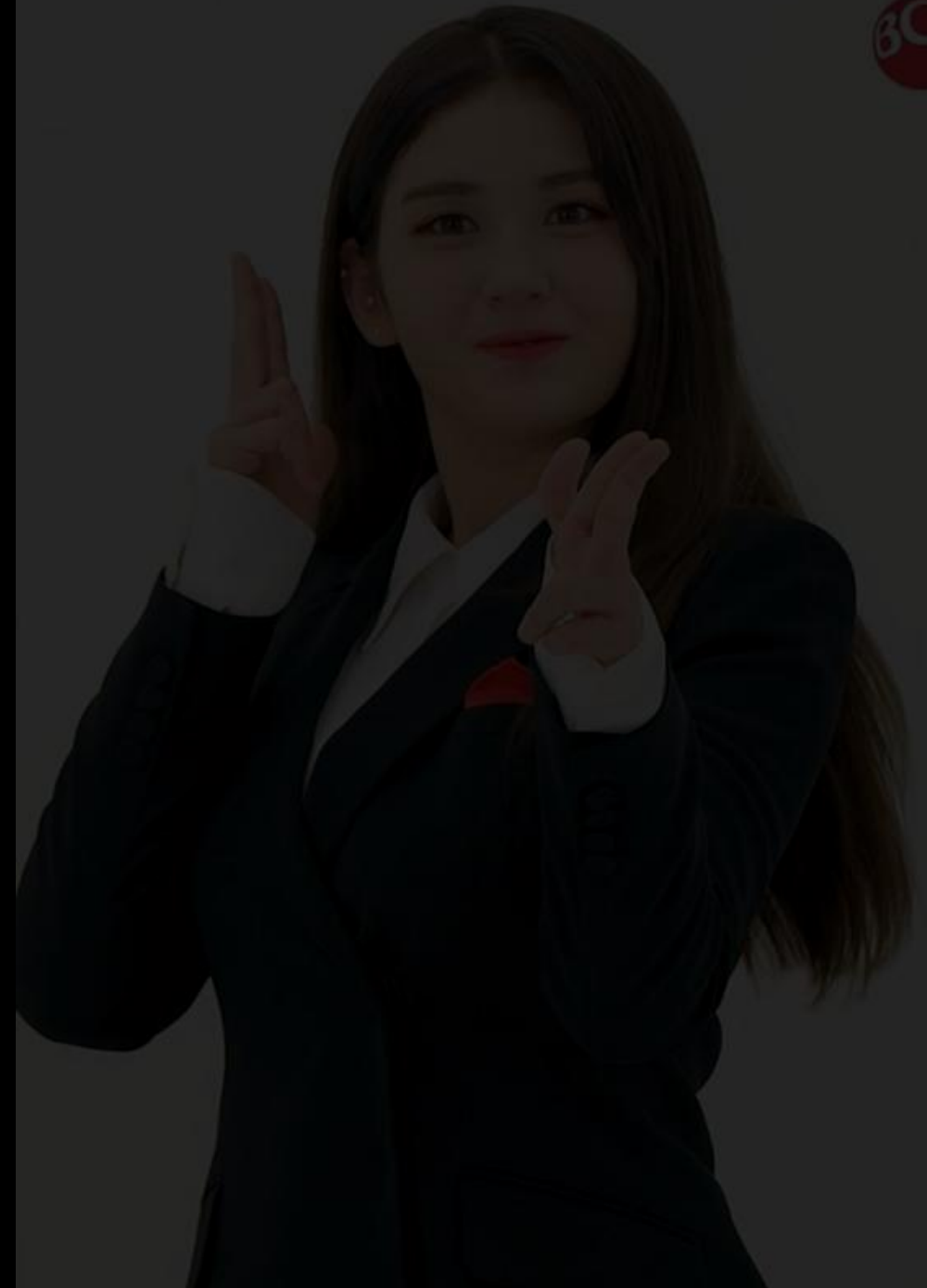


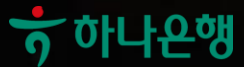
BC카드 특별혜택영상제작

두번받는 **TWO머치 혜택!**

기존 카드가 주는 혜택에 BC카드만 있으면 받는 두 번째 혜택,
투머치라는 유행어를 TWO머치로 치환해
혜택을 두 번 받다/풍성하게 받는다는 중의적 의미를 잘 살렸고
비딩 수주부터 영상 제작까지 폭넓은 지지를 얻었다

디지털 영상은 2019년 BC카드 모델인 전소미의 별명인 '썸'을 활용,
투머치 혜택을 쓰는 메신저로서 소미의 발랄한 모습을 담았다





하나은행원더카프로그램바이럴영상

비싼금리에까다로운조건에 **차였다**

기존 1금융 자동차대출이 어렵고 비싸다는 고정관념,
그래서 정말 사고 싶었던 차를 놓친 상황을
연인에게 차인 남녀의 상황에 비유해 표현했다

컨셉/카피 및 영상 제작물이 클라이언트의 인정을 받아
유튜브 광고로 시작해 극장광고 및 옥외까지 확장해 송출되었다

차
였
다



차였다



내 것이라 믿었던



차였다



숨막히는 금리에



제자리인 한도에



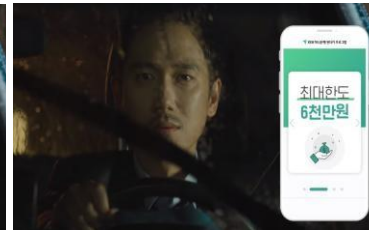
차였다



아... 원더카를 만났더라면
진짜에 살 수 있는 차였다



어떤 상황이나 조건에서도



차 때문에 차일일 없도록



내 차를 원한다면 원더카하라!



하나은행 원더카 프로그램



차였다



내 모든 걸 걸었던



차였다



118개월 남은 할부와



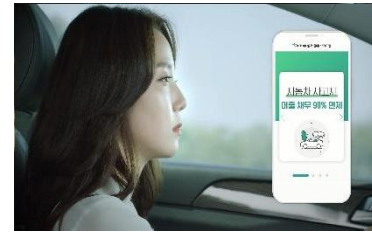
2천만원 남은 잔금에



차였다



아.. 원더카를 만났더라면
부담없이 탈수 있는 차였다



어떤 상황이 발생해도



차때문에 차일일 없도록



혜택을 원한다면 원더카하라!



하나은행 원더카 프로그램

☺ KEB 하나은행

금융맛집 KEB하나은행이 쓴다!

#맛있게숨이벤트

10만원 식사지원금 받기 >




위식 상품권
100,000원

☺ KEB 하나은행

나는 오늘 차렸다..

**두남녀가
차인 이유는?**



Ⓞ [지금 확인하기](#)

☺ KEB 하나은행 원더카

내차살때, 탈때, 팔때,
이제 하나면 돼!

[KEB 하나은행 원더카 >>](#)



☺ KEB 하나은행

경품주는 금
하나

투머치혜택

고민은 달라도 정답은 QM6

잘 나가는 SUV QM6가 소비자에게 어필하는 것은
가솔린 - 정속성, 디젤 - 연비, LPG - 트렁크 공간이라는
확실한 USP가 있어 가능했다

이를 크리에이티브로 풀어

가솔린 - 차가 너무 정속해 미안한 상황

디젤 - 기름이 닳지 않아 주유소를 마구 지나치는 상황

LPG - 트렁크 공간에 가스통이 없다는 것을

'이런 SUV는 QM6밖에 없다'로 유머 있게 표현





여기도지나



저기도지나



계속지나~치게좋은연비



지나치게좋은동급최고연비



고민은달라도정답은QM6



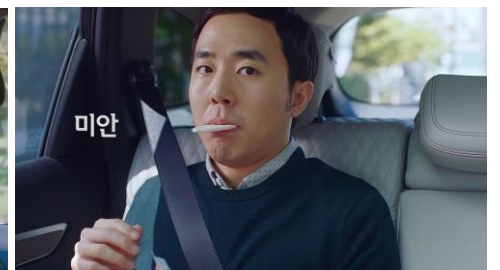
(부스럭부스럭)



미안~



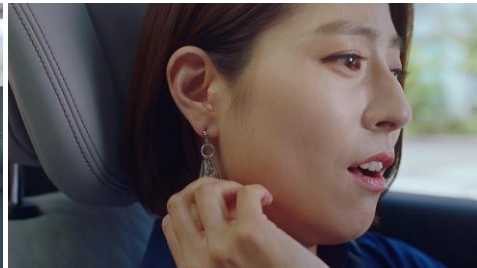
여보요~(애깨졌네)



미안~



부스럭.. 뭐지?



미안~(내귀결이네..)



더 정숙해진 가솔린 SUV

더정숙해진가솔린SUV



고민은 달라도 정답은 QM6
더 정숙해진 가솔린 SUV

고민은달라도정답은QM6




우리 아기도 잘자는
ASMR급 조용함

QM6 가솔린 >



지나~치게 좋은 연비
동급 최고 14.4km/l

QM6 디젤 >



우리 아기도 잘자는
ASMR급 조용함

< QM6 가솔린



고민은 달라도
정답은 QM6

QM6 자세히 보기 >



LPG탱크, 꼭꼭 숨었다!
SUV의 넓은 트렁크를 그대로

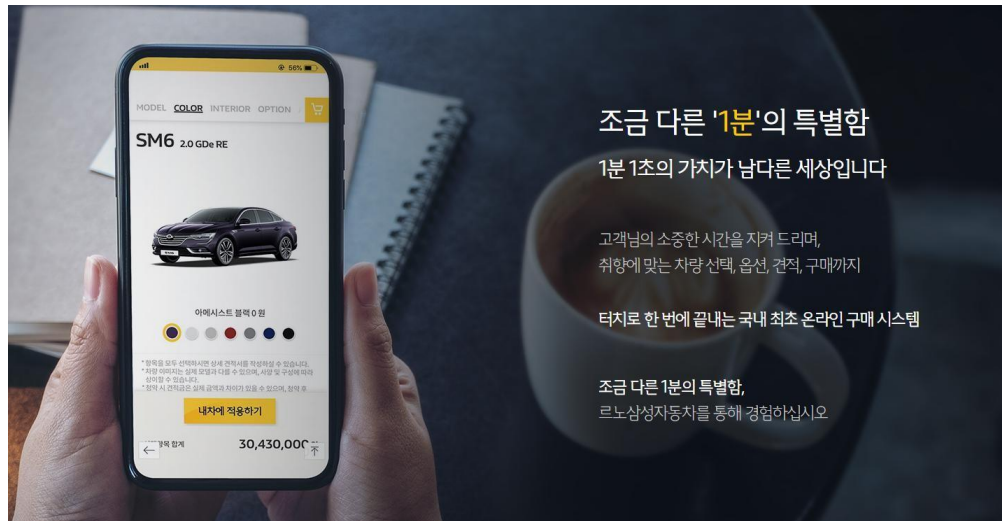
QM6 LPG >

조금 다른 특별함

우리에게 익숙한 자동차와 사람, 환경에 대한 근본적인 물음
그 속에서 디테일함을 찾아내고 개선하는 르노삼성자동차의
철학을 담아낸 디지털 브랜딩 캠페인

컨셉의 시초부터 카피까지 극찬을 받아
당시 모든 브랜드 사이트의 카피를 책임졌으며,
박효신을 모델로 한 ATL카피까지 함께 담당하게 되었다





조금 다른 '1분'의 특별함 1분 1초의 가치가 남다른 세상입니다

고객님의 소중한 시간을 지켜 드리며,
취향에 맞는 차량 선택, 옵션, 견적, 구매까지

터치로 한 번에 끝내는 국내 최초 온라인 구매 시스템

조금 다른 1분의 특별함,
르노삼성자동차를 통해 경험하십시오



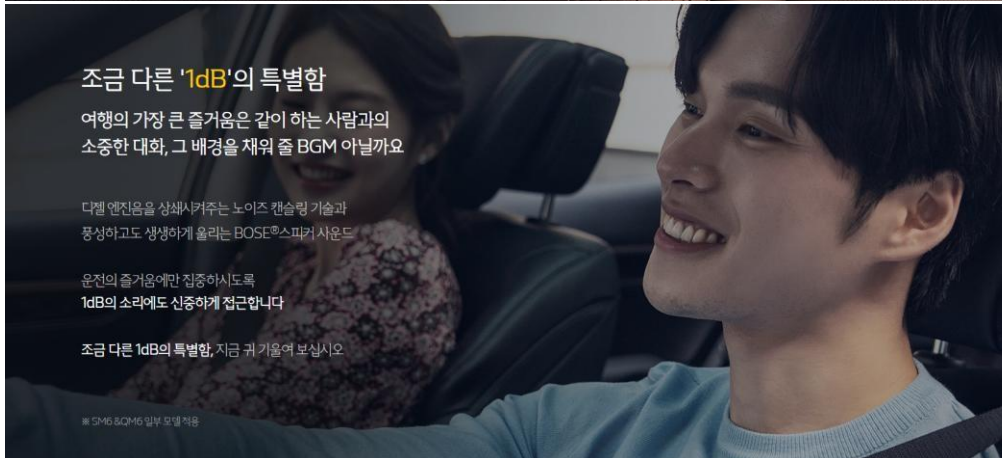
조금 다른 '1땀'의 특별함

당신이 매일 앉아 드라이브를 즐기고
풍경을 감상하고 오늘을 돌아보는 공간

그래서 소홀히 할 수 없습니다

한 땀 한 땀 정교한 마감과
일곱 번의 박음질로 완성되는 섬세한 디테일
SM6의 프리미엄 나파 가죽 퀼팅 시트

조금 다른 한 땀의 특별함, 그 특별한 디테일을 느껴보십시오



조금 다른 '1dB'의 특별함

여행의 가장 큰 즐거움은 같이 하는 사람과의
소중한 대화, 그 배경을 채워 줄 BGM 아닐까요

다들 엔진음을 상쇄시켜주는 노이즈 캔슬링 기술과
풍성하고도 생생하게 울리는 BOSE[®]스피커 사운드

운전의 즐거움에만 집중하시도록
1dB의 소리에도 신중하게 접근합니다

조금 다른 1dB의 특별함, 지금 귀 기울여 보십시오

※ SM6 & QM6 일부 모델 적용

르노삼성자동차 브랜드 사이트 캡처본

조금 다른 특별함 르노삼성자동차

당신은 당신의 생각보다 조금 더 특별합니다

르노삼성자동차의 **조금 다른 특별함**을 지금 만나보세요

비즈니스 HD화면 영상물 감상

비즈니스의 '조금 다른 특별함' 영상 자료

www.Clova

내아이 클로버와 함께하는 조금 다른 특별함

조금 다른 특별함 르노삼성자동차

연인의 변신은 무죄

더 이상 기념일을 챙기지 않는다

매일 새로운 곳을 탐방하고 멋진 음악을 공유하며 근사한 맛집 데이트까지

우리에게 매일매일이 기념일이니까

QMG

조금 다른 특별함 르노삼성자동차

르노삼성자동차의 조금 다른 **20가지 특별함**을 확인해보세요.

01 1분의 혁신	02 함 없이라도 더 만족하는 서비스	03 르노삼성의 새로운 디자인 언어	04 쾌적한 드라이빙 공간
05 트렁크 공간의 혁신	06 한 땀의 프리미엄	07 오디오 조작의 발전	08 운전자 취향 연구
09 운전자 피로까지 케어	10 국내 최초, 유일 도장기법		

조금 다른 특별함 르노삼성자동차

현재 **3,500** 건의 조금 다른 특별함이 등록되었습니다.

최고의서비스
MY르노삼성 평생무료견인서비스
정속임
BOSE-사운드 시스템
세단형전기차
고객지향적
국내가솔린SUV판매1위 프리미엄형SUV 알파서마시지 가능

르노패밀리룩
패시브세이프티풀라즈마루프
잔고장없는자동차
완전함
에어케어시스템
프리미엄
프리미엄
R-EPS 파워난전동장
가성비결판왕
튼튼한내구성
힐링드라이브
박효신
다테일괄판왕

참여 기간 2019년 5월 8일(금) ~ 4월 30(화)
당첨자 발표 2019년 5월 7일(화)

참여 경품

- 제주 신라 호텔 100만원 상품권 (당첨)
- 롯데 시그니얼 호텔 1박2일 2명 (당첨)
- GS칼텍스 50만원 상품권 (당첨)

이벤트 후원사명 확인

조금 다른 특별함 찾기 +

PEOPLE STORY 확인하기

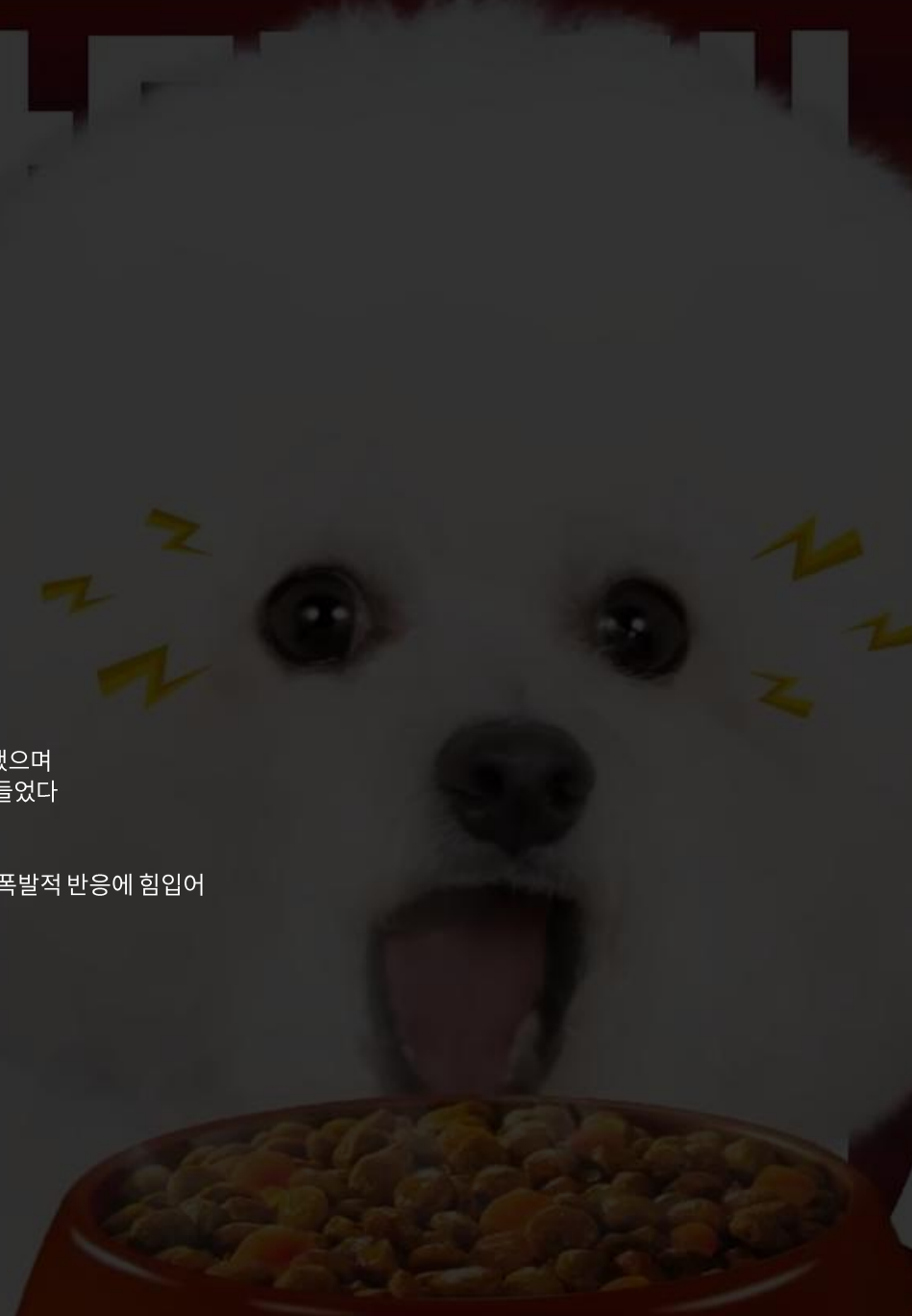


LG생활건강 견사료 풍미모락바이럴영상

#전자레인지 #10초 #풍미모락

전자레인지에 10초만 데우면 풍미가 폭발하는 신개념 사료, 제품의 인지도를 높이기 위해 몇 해전 센세이션을 일으켰던 G마켓 하드캐리 광고를 패러디해 중독성 있는 BGM송을 제작했으며 난이도 있는 강아지 촬영 및 B급 감성을 살린 그래픽 광고를 만들었다

초반 디지털 매체만 활용하기로 해 인스타그램에서 시작해 유튜브에 업로드 되었으나 시청자들의 폭발적 반응에 힘입어 이후 TVC 예산까지 확대 송출할 수 있었다



SIRIU
XIII
시리우스





비어K칭다오IMC캠페인

술자리재미소생엔 맥가이버

프리미엄을 앞세우는 수입 맥주 광고들에 맞서 재미있는 맥주라는 독특한 포지셔닝을 가진 칭따오 맥주

'칭다오가 가진 재미 바이러스를 퍼뜨려 재미 없는 술자리의 흥을 되살리자!' 이에 일상의 재료로 기발한 물건을 제작, 노잼위기를 탈출하는 '맥가이버'라는 캐릭터를 창조했다

술자리 재미를 살리는 맥가이버의 활약상을 다룬 TVC와 다이아TV와의 콜라보를 통한 MCN컨텐츠 및 각종 술자리에서 재미있게 활용할 수 있는 칭따오 병따개, 호출벨 등의 굿즈 아이디어까지 제안되었다

맥가이버





회식재미없어~



회식의 재미를 살려라!



맥가이버



재미소생엔



칭따따따따오!



원주율3.14의풍선과



나일론빨래줄



병뚜껑의빛반사율을살리면



회식의신바람



회식의아드레날린



칭따오사이키!



회식의 재미를 그대에게!



재미있게 살려라!
칭따오



그렇지 온다..5센차..3센차..



아악~



아나간만에썸타는데...



알담해진썸을살려라!



맥가이버



전력이없다면해답은인력



아직은썸을태우기엔역부족



칭따따따따오!



120병칭따오를굴비처럼쥘어뜨우면



썸리프트



썸의판타지아



칭따오상들리에!



재미있게 살려라! 칭따오

Tarra

동서식품타라바이럴영상

타라 &

동서식품에서 출시된 프리미엄 홍차, Tarra
하지만, 마켓은 홍차에 대한 관심 자체가 전무
특히, 현대인의 필수인 커피에게 어떤 도전장을 낼 지도 고민

이에 단순히 맛을 얘기하는 대신
홍차와 어울리는 마들렌, 타르트, 스콘 등을 활용해
여유로운 티타임을 매력적으로 표현했다

또한, 메인 타겟(2-30대 여성)에게 어필하고자 티테이블, 음용컷의 미장센에도
공을 들여 마치 한 장의 SNS 포스팅처럼 보이게 제작하였다

티마스터가
추천하는

홍차 Tarra 스타일





타라&스콘



타라&마카롱



타라&타르트



티마스터가 선택한
부드러운 홍차, Tarra

SKY

팬택 스카이 IM-100 론칭 영상 제작

I'm back. SKY

벤처의 신화, 팬택 스카이 시대의 흐름을 이끌었던
광고의 흐름을 제시했던 스카이의 재도전

이를 이끌 강력한 무기는 추억 소환,
10년 전 장안의 화제였던 맷돌춤과
모델이었던 박기웅이 다시 돌아왔다

그리고, 조용히 외친다
I'm back
IM-100



2016 서울영상광고제 - Craft 부문 동상 & 네티즌 선정 올해의 광고상 수상



I'm back, SKY



I'm back, SKY

불어라, 놀라운 일이 벌어진다



폭스바겐 빅팬 캠페인

Volkswagen
BIG FAN 

폭스바겐과 빅팬들이 만들어가는 소중한 이야기

BIG FAN CAMPAIGN

2015년 말 디젤 게이트로 인해 추락한 브랜드 이미지,
차량을 판매하지 않는 상황에서도 향후 무브를 위해 브랜드 관리는 필요한 상황

실망스러운 상황 속 신뢰를 보여주는 고객들에게
폭스바겐 본사 방문이라는 감사의 표시를 전함과 동시에
일상 속 브랜드를 사랑하는 분들의 모습을 아카이브로 만들어
브랜드 자산으로 만들 수 있었다

Volkswagen
BIG FAN

폭스바겐과 빅팬들이 만들어가는 소중한 이야기

#vwbigfan STORY



“ 함께해서 행복했던 기억, 즐거운 추억, 일상의 이야기
폭스바겐과 함께한 여러분의 소중한 이야기를 들려주세요. ”

Story 읽는 기간 ~ 2017년 11월 30일

*이벤트기간의 경우 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

Story 올리는 방법

✓ 사진과 스토리 직접 올리기

스토리 올리기 > Big Surprise 확인하기 >

✓ 인스타그램 참여



사진찍기 인스타그램 게시하기 #vwbigfan @vwkorea #vwbigfan #vwbigfan #vwbigfan #vwbigfan

* 필수 조건사항
#vwbigfan이 붙은 사진을 등록하는 것을 권장합니다. 등록한 사진은 5주 후 빅팬이 직접 촬영된 사진을 선정할 수 있습니다.
* 영상은 2016년 12월 31일 23:59:59까지 업로드 가능합니다.

Volkswagen
BIG FAN

#vwbigfan FILM

2016 BEST #vwbigfan과 함께한 폭스바겐 본사, 독일 아우토슈타트 투어
그 생생한 현장을 영상 통해 만나보세요



#vwbigfan 참여하기

Volkswagen
BIG FAN

폭스바겐과 빅팬들이 만들어가는 소중한 이야기

#vwbigfan 2016

2016 BEST #vwbigfan



박기노님의
#vwbigfan STORY

“캠핑 추억들이”



윤경환님의
#vwbigfan STORY

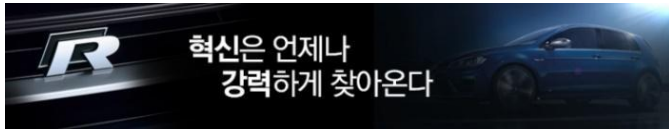
어떤 길맞춤



윤광영님의
#vwbigfan STORY

Detail car wash

MEDIA : 페이스북 20-30대타깃을위한폭스바겐의소셜미디어관리 / 아이디어 및 카피제작



골프 모델 중 상위 버전인 골프R 론칭.

제로백 5.1초의 성능을 강조하는 배너광고 및 소셜 미디어 이벤트를 통해 단 3일 만에 단일 포스팅 70만 조회 달성.

이후 YouTube를 통한 VR 콘텐츠 업로드로 기대감 조성

Volkswagen
2015년 9월 17일

압도적인 5.1초의 경험
혁신은 눈 깜짝할 사이 찾아온다.

<참여 방법>

1. The new Golf R의 제로백 '5.1초' 확인
2. 영상을 보고 정확한 타이밍에 스팀을 누름
3. 스크린샷을 찍고 댓글을 통해 응모 (*정확히 5.10초를 맞추어야 정상적으로 응모 됩니다.)

✓ 이벤트 기간: 9/17(목) ~ 9/20(일)
✓ 당첨자 발표: 9/22(화)
✓ 경품: Golf R 스페셜 킷 증정(200명)

조회 70만회

좋아요 댓글 달기 공유하기

폭스바겐코리아(Volkswagen Korea)
5월 25일

Who am I?
비틀린 듯 비틀 아닌 비틀 같은 너.
#폭스바겐 #Volkswagen #SpecialEdition #Club

Who am I?
비틀린 듯 비틀 아닌 비틀 같은 너.

폭스바겐코리아(Volkswagen Korea)
5월 20일

도심에서는 효율적인 전기차 모드
외곽에서는 강력하고 빠른 GTE 모드
파워는 물론, 연비까지 좋은 너란 차
이걸 감히 반칙이라고 말하고 싶다... 더 보기

좋아요 댓글 달기 공유하기

영섭, 김세봄, 김선아님 외 332명이 좋아합니다. 관련성 높은 댓글

MEDIA : 카카오토리 30-40대가족타깃을중점으로한아이디어및카피제작

폭스바겐코리아

압도적 카리스마로 달리는 블랙
순수한 매력으로 빛나는 화이트
당신의 걸러는 어느 곳을 향하고 있습니까?

#폭스바겐 #블랙앤화이트 #더비틀클럽 #시로코 #투아렉 #파사트 #Volkswagen #BlackandWhite #TheBeetleClub #Scirocco #Touareg #Passat

The Beetle Club VS Scirocco

Touareg VS Passat

+14

폭스바겐코리아

TV속의 스타 셰프를 부럽지 않다!
각자의 개성을 첨가한 레시피로 주가 상승 중인
The Flavor 셰프들을 소개합니다.

6월에는 The Flavor 레스토랑의 특색 있는 요리는 물론
#The_Flavor의 다양한 이벤트도 놓치지 마세요.
+ 자세한 내용은 인스타그램 #VolkswagenKorea 검색!

✓ 이벤트 자세히 보기
- 웹: <http://bit.ly/1MohVYS>
...더보기

The new Polo. The Flavor.
Volkswagen The new Polo. The Flavor.이 함께하는 특색 있는 요리셰프를 소개합니다.

Stonehill
김수민 셰프

Le Comptoir
김민우 셰프

소년상회
김민우 셰프

Laurent
김민우 셰프

폭스바겐코리아

과거는 현재에 영감을 주었다.
현재는 미래의 영감이 될 것이다.
폴로의 40년이 언제나 그랬듯이

#Volkswagen #Polo #40th #폭스바겐 #폴로

느낌 24 댓글 2 공유 9

5 YEARS

카피라이터 김태환,
5년간의 ATL 크리에이티브

모두가 가는 길은
트렌드가 되지만
내가 가는 길은
장르가 된다

장르

CHRYSLER 300C

3.6L V엔진 300 CRD 4WD 대형 엔진
440마력 200km/h 최고속, 0-100km/h 7.9초
ParkView-패시enger 보조석 방향 시야 확보
오일링 엔진시트는 24개월간 100,000km까지 보증

문의 02-080-365-0000 | chrysler.co.kr

www.chrysler.co.kr

CHRYSLER
STAY DRIVEN

오늘의
내가
내일의
나를
만든다

CHRYSLER 300C

3.6L V엔진 300 CRD 4WD 대형 엔진
440마력 200km/h 최고속, 0-100km/h 7.9초
ParkView-패시enger 보조석 방향 시야 확보
오일링 엔진시트는 24개월간 100,000km까지 보증

문의 02-080-365-0000 | chrysler.co.kr

성공이란
대일의 나를 만나기 위한
끝없는 질주

성공을 꿈꾸는 사람들의 꿈은, 도전
그 기쁨은 승리를 만나 보십시오

CHRYSLER 300C

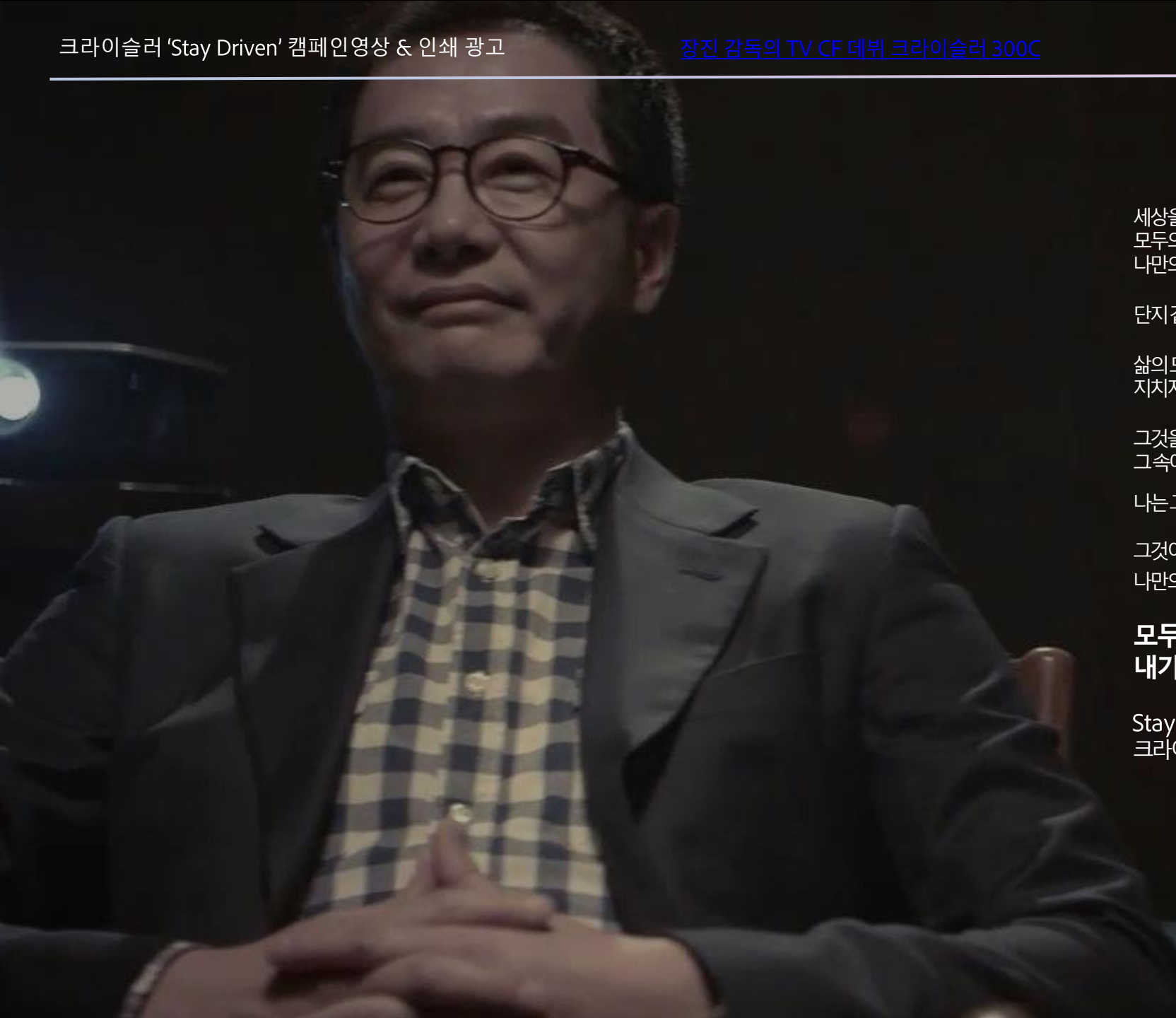
3.6L V엔진 300 CRD 4WD 대형 엔진
440마력 200km/h 최고속, 0-100km/h 7.9초
ParkView-패시enger 보조석 방향 시야 확보
오일링 엔진시트는 24개월간 100,000km까지 보증

문의 02-080-365-0000 | chrysler.co.kr

남들과 같은 방식이 아닌
자신만의 철학을 통해 성공한 사람들의 차로
포지셔닝 하고 싶었던 크라이슬러 300C

이에 자기 분야에서 독특하게 길을 개척해 온 장진
감독을 섭외해 바이럴 영상을 제작하였고, 전시장
및 오프라인 인쇄물로도 활용했다

특히 광고주와 매장 방문 소비자들로부터
카피에 대한 좋은 피드백을 받았던 프로젝트였다



세상을 바라보는 방법은 두 가지입니다
모두의 시선을 쫓아가느냐
나만의 시선을 찾아가느냐

단지 겉으로 보이는 것들이 아닌

삶의 모든 순간 속에 담긴
지치지 않는 열정과 의지

그것을 놓치지 않고 바라보며
그속에서 최고의 명장면을 찾는 것

나는 그 장면을 끊임없이 찾아갈 겁니다

그것이 성공이라는 영화를 만드는
나만의 방식이니 까요

**모두가 가는 길은 트렌드가 되지만
내가 가는 길은 장르가 된다**

Stay Driven
크라이슬러 300C

The road is your runway

한국에 론칭 시 BMW 미니와 맞대결 할 운명이었던 피아트 500.

하지만, 글로벌 마케팅에서 키워드로 뽑은 'FUN 카'의 지위는 미니가 확고히 선점한 상황

이에 새로운 전략 수립 필요성이 대두 되었고, 외형이 가진 패션카로서의 매력을 담기로 했다.

패션 피플들이 많은 홍대와 가로수길, 청담에서 행인들에게 500을 같이 찍어 페이스북에 올리는 이벤트를 실시해 최고의 like를 받는 사람에게 잡지 모델로 데뷔하는 선물을 선사했다.





작지만 큰 행복을 즐겨보세요

한국 맥도날드는 미국의 '1\$ 메뉴'와 같은 저가 메뉴 플랫폼을 출시하기로 결정했다.

어려운 경제 상황 속에서 쌘짓돈으로 구매 가능한 메뉴의 이점을 소비자들이 직접 참여한 TVC로 만들어 순차적으로 방영했다.

직장인, 학생, 군인, 인디밴드 등 브랜드 정서와 어울리는 모델 및 현장감 있는 멘트 등이 좋은 평가를 받았고, 맥도날드의 저가 메뉴들은 1년 전과 비교해 무려 192%의 매출 상승 효과를 누릴 수 있었다.



호주산 패티와 특유의 바비큐 소스를 기반으로 한 버거.
그 팩트를 강조하기 위해 버거의 각 부분을
호주의 자연으로 비유한 영상을 제작했으며,
당시 파일럿 제품이었지만 조기 완판 되는 기록을 썼다



아빠,호주는뭐가맛있어?



음,호주?



대자연에서 자란 신선한 야채와



광활한대지에서



구워먹는



정통바비큐



와!맛있겠다



지금, 호주를 맛보러 갑니다!





당신은 지금, 아카데미 시상식 최우수 작품상의 수상소감을 보고 계십니다

준준형 세단 No.1 브랜드 아반떼
치열한 경쟁 속에서 차별화 전략으로 삼은 무기는
미국의 자동차 품질지수 J.D.Power 1위 수상!

이를 아카데미 수상을 한 스타의 모습으로 비유
피겨 스케이팅의 커플 연기를 수행하듯이 아반떼 두 대가
무대를 미끄러져 가고 스포트라이트는 그들을 비춘다



남자의 시간에는 변하지 않는 가치가 있다

갤럭시 피어스 브로스넌 모델 광고가 큰 성공을 거둔 후
캠브리지 멤버스는 이에 대응하는 광고를 제작하기로 했다.

브랜드가 영국의 중후한 면을 강조 했었기에 광고모델 및 톤&매너도 그에 매치 시켜야 했다

결국 British suit라는 슬로건에 어울리는
영국배우 제레미 아이언스를 섭외하고 영국 펍과 사립 학교 로케이션에서
본질적인 영국 문화를 보여주는 영상과 화보가 제작되었다

카피라이터로서 최초로 영상 제작물의 메인 카피를 쓰고 채택된 기억에 남는 프로젝트였다



& MORE TO COME.

저도 아직 모릅니다
제 끝이 어디인지

함께 일하면서 알아갔으면 좋겠습니다
감사합니다