

WFMG

**광고 대행사 선정을 위한
RFP**

2022. 2.23

INTRODUCTION

√ 회사 소개

- 우림 FMG는 국내 워치 & 주얼리 시장의 브랜드 빌더로 매출액 1,538억원을 달성한 우수 기업입니다.
* 매출 비중 : 주얼리 45%, 시계 34%, 하이엔드 럭셔리 21%

- 시계 분야 성과

글로벌 그룹인 '리치몬트, 스와치, 파슬'과 경쟁하는 유일한 국내 기업으로 아래와 같은 유통 파워를 가지고 있습니다.

- Salvatore Ferragamo 전세계 매출 1위 (2018 ~)
- Rosemont 전세계 매출 1위 (2010 브랜드 출시 이후부터 ~)
- Emporio Armani 전세계 매출 3위 유지 (국내 유통 기간 : 17년)
- D&G 전세계 매출 2위 유지 (국내 유통 기간 : 14년)

- 주얼리 분야 성과

주얼리 수입 수출, 라이선스 및 자체 브랜드 브랜딩 경험을 보유하고 있습니다.

- 2008년 자체 브랜드 STONEHENgE 런칭, 국내 최고의 주얼리 브랜드로 성장
- 2015년 Rosemont 브랜드 라이선스 취득, 자체 디자인 및 상품 개발을 통해 주얼리 브랜드로 자리매김

- 하이엔드 럭셔리 분야 성과

- 2010년 쇼파드 런칭
11년 동안 15~20% 지속적인 성장세 (2018년, 전 세계 매출 상위 5위 기록)
- 2011년 파텍 필립 런칭
국내 3개 부티크 중 매출 1위

√ 연혁

■ 1989	우림 T&C 설립 국내 최초 시계 편집샵 GALLERY O'CLOCK 런칭 (런칭 브랜드 : EMPORIO ARMANI, VERSACE, BURBERRY, FENDI, D&G, DKNY, DIESEL, KENZO 등)	■ 2010	CHOPARD, ROSEMONT, CITIZEN 런칭
■ 2007	'우림 Fashion Marketing Group'으로 사명 변경	■ 2011	PATEK PHILIPPE 런칭
■ 2008	면세 사업 시작 STONEHENgE 브랜드 런칭 FERRAGAMO, PAUL SMITH 런칭	■ 2015	ROSEMONT 라이선스 주얼리 런칭 TROISROIS 브랜드 런칭
		■ 2022	MOCHUISLE 코스메틱 브랜드 런칭 예정

√ 사업 운영 현황

- 202개의 직영 POS 보유를 통해 시장 커버리지 확보
시계 98 POS / 주얼리 85 POS / 하이엔드 럭셔리 19 POS (2021년 3월 기준)
- 국내 4대 백화점, 전 면세점, 주요 이커머스 등 유통 채널과 긴밀한 관계 유지
- 685명의 임직원 (본사 216명, 매장 468명 _ 21' 3월 기준)
유통, 브랜드 구축, 비즈니스 관리, 마케팅, 디자인, 생산, 라이선스, 서비스 및 수출 등 각 분야 특화된 전문가로 구성되어 있으며, 20여개의 브랜드를 동시 개발&관리하는 브랜드 관리 역량을 보유
- 마케팅 전문 인력 20명 보유 (크리에이티브 제작 포함)
참고. 마케팅 예산
2018년 및 2019년 : 약 100억원 / 2020년 : 약 72억 / 2021년 : 약 85억

√ 브랜드 포트폴리오

- 대중적인 브랜드에서 하이엔드 럭셔리 브랜드까지 다양한 브랜드 포트폴리오 보유

하이엔드 럭셔리					
Chopard			 PATEK PHILIPPE GENEVE		
주얼리					
			 Rosemont		
갤러리어클락 (시계 편집샵)					
Traditional			Fashion		
 CITIZEN BETTER STARTS NOW	 D1 MILANO WEAR YOUR ATTITUDE	 LUMI NOX	 Salvatore Ferragamo TIMEPIECES	 FENDI TIMEPIECES	
 Rosemont	 MICHEL HERBELIN	 JUNGHANS GERMANY SINCE 1851	 AIGNER	 Paul Smith WATCH	
F&B / 코스메틱 (런칭 예정)					
MOCHUISE					

Request For Proposal

√ 대행 내용

- 대행 기간

2022년 4월 ~ 2023년 3월 - 1년

- 대행 대상 브랜드

쇼파드 / 스톤헨지 / 로즈몽 / 갤러리어클락 브랜드 / 모쿠슈라

* 갤러리어클락의 경우, 편집 브랜드에 대한 브랜딩이 아닌 소속 브랜드들의 개별 캠페인 필요

집중 브랜드 : 시티즌, 디원밀라노, 루미녹스, 페라가모, 미셸에블랑, 아이그너

- 업무 범위

구분	내용
DIGITAL	- 브랜드 인지도 제고 및 세일즈 퍼포먼스를 KPI로 하는 미디어 전략 수립 및 매체 운영 (DA, SA, SNS, 영상 매체, 퍼포먼스 매체 등) - 구글 애널리틱스를 활용한 결과 분석 및 인사이트 도출
OFFLINE	- 타겟 커버리지를 최대화 할 수 있는 오프매체 운영전략 제안 및 매체 운영 (브랜드 비주얼 & 메시지를 효과적으로 어필 할 수 있는 특수 지면 포함) 주요 매체 : 케이블 및 IPTV, NPP, MAG, OOH - 디지털과 최대 효과를 낼 수 있는 오프라인 조합 제안 - New innovative media 제안 - 부킹 플랜 관리
공통 사항	- 월별 트렌드 리포트 및 경쟁사 분석 (ON - OFFLINE 포함)

참고. 2022년 주요 이슈

커머스 기능이 있는 자사몰 구축 (스톤헨지, 로즈몽, 모쿠슈라 코스메틱)

우림 통합 멤버십 런칭

√ 제안 요청 사항

1) 2022년 스톤헨지 온오프 미디어 운영 전략

- 온라인

매체 별 예산과 운영 전략 / 예산에 따른 상세 매체 제안 – 선정 이유와 최근 효과 등 근거 자료 포함
고객 인지, 관심 유도, 구매 전환으로 연계되는 효율적인 플래닝
애널리틱스 전략 – 광고 지표와 GA 데이터를 결합한 인사이트 도출안

* 가산점 사항

기존 운영 매체 외 뉴미디어 제안 시 가산점
자사몰 붐업을 위한 트래픽 & 퍼포먼스 물량 운영 전략 포함 시 가산점
CRM 데이터를 반영한 타게팅 전략 포함 시 가산점

- 오프라인

타겟 커버리지를 최대화 할 수 있는 오프 매체 운영전략 제안
브랜드 비주얼 & 메시지를 효과적으로 어필 / 디지털과 조화를 이루는 옥외 특수 매체 포함 시 가산점

2) 수수료 테이블

- 매체 별 수수료 테이블

3) 조직도 및 투어인력에 대한 인포메이션

- 회사 전체 조직도 (조직 별 디스크립션 포함)

- 우림 실무진 구성표

투어 인력의 그레이드 및 특징점
업무 프로세스 제안

√ 예산

- 연간 약 36.7억 (VAT 별도 / 마크업 포함, 총 예산 기준)
- 매출 신장으로 인해 연간 예산 증가세

BRAND	BUDGET	
	DIGITAL	OFFLINE
CHOPARD	760,000,000	210,000,000
STONEHENgE	1,170,000,000	160,000,000
Gallery O'clock (Rosemont 포함)	1,120,000,000	120,000,000
MOCHUISLE	130,000,000	
TOTAL	3,180,000,000	490,000,000

√ 스케줄

- 제안서 제출일
3월 15일 (화) PM 6시 까지
PPT 양식의 PDF 파일을 메일로 제출 (제출처 : ad@woorimfmg.com)
- PT
3월 17일 (목)
PT 당일 출력본 6부, 포인터 지참 요망 (기타 기자재 지참에 제한 없음)
- 확정 발표
3월 23일 (수)

OUR BRAND

Beautiful Moments
STONE
HENGE

브랜드 히스토리

스톤헨지는 클래식하고 우아한 브랜드 이미지를 선보이며, 변치 않는 클래식이라는 고유의 브랜드 아이덴티티를 유지하며 고객에게 사랑받고 있습니다.

브랜드 철학이 담긴 'Beautiful Moments (뷰티풀 모먼트)' 슬로건을 바탕으로 인생의 가장 아름다운 순간들의 감정을 다양한 시각의 캠페인으로 전개하고 있습니다.

또한 뛰어난 디자인과 국내를 대표하는 셀러브리티 모델을 기용한 마케팅 활동으로 많은 여성들의 워너비 브랜드로 자리매김하고 있습니다.

Target & Price Range

Core Consumer Group

20대 초반 ~ 40대 초반

합리적인 가격과 영속성 있는 디자인을 선호하는 고객

* 동일 연령대 남성 고객 - 기념일에 선물하기 좋은 브랜드로 인식

Price Range

14K Gold/Diamonds: 20만원 대 ~ 2,000만원 대

14K Gold/Cubic: 10만원 대 ~ 70만원 대

Silver/Cubic: 6만원 대 ~ 20만원 대



역대 뮤즈



2010
한채영



2011
신세경



2012
이민정



2013
제시카&크리스탈



2014 ~ 2016
신민아



2016 ~
전지현

슬로건

인생의 가장 아름다운 순간.. "Beautiful Moments "

스톤헨지는 2011년부터 매 시즌 'Beautiful Moments (뷰티풀 모먼트)'라는 슬로건의 비상업적 캠페인을 지속적으로 이어가고 있습니다.

뷰티풀 모먼트는 인생의 가장 아름다운 순간들과 그 순간의 감정을 다양한 시각으로 표현하고 있습니다.
소소하지만 따뜻하고 아름다운 일상의 순간은 그 무엇보다 소중하기에, 현실과 먼 이야기가 아닌 지금을 살아가는 모든 이들의 수많은 아름다운 순간을 스톤헨지가 함께하고 싶은 취지에서 브랜드 슬로건으로 삼았습니다.

스톤헨지는 삶의 '아름다운 순간'을 함께 합니다.

스톤헨지의 순간은 과거, 현재, 미래의 어느 한 순간에 규정되어 있는 것은 아닙니다.
이 시대를 살아가는 그녀들이 느끼는 다양한 감정의 모든 순간을 의미합니다.
삶을 살아가며 경험하게 되는 소소함, 때론 강렬함이 공존하는 그녀들의 모든 순간 자체를 아름다운 순간의 한 단편이라 바라보며 삶의 모든 순간을 함께하고자 하는 것, 이것이 바로 스톤헨지 주얼리의 Beautiful Moments 입니다.



2017
[#Begin Again]



2018
[#마이뷰티풀저니]



2018
[#뭐든 될 수 있을거야]



2019
[#Moment of Touch]



2020
[#꿈]



2021
[#Beautiful Moments with Heize]

2021년 메인 비주얼



2021 Spring



2021 Summer



2021 Fall



2021 Winter

컬렉션



Silhouette

스톤헨지 브랜드 감성이 가장 잘 표현된 컬렉션.

14K 골드와 진주, 큐빅 소재로 제작. 베이직한 디자인부터 하트, 꽃 모티브와 같은 다양한 주얼리를 만나볼 수 있습니다.



SHE

STONEHENG의 대표 이니셜 S와 H를 모티브로 한 시그니처 컬렉션.

세련되고 도시적인 여성들을 위해 이니셜을 모던한 감성으로 재해석, 미니멀한 디자인이 특징입니다.



Honeymoon

기념일과 프로포즈를 기념하기 위한 웨딩 컬렉션.

스톤헨지의 웨딩 컬렉션은 데일리 착용이 가능하도록 패션성과 실용성을 살린 디자인이 특징입니다.



Silver Tale

Sterling Silver 소재에 패션성이 가미, 골드 소재 디자인보다 크고 다양한 디자인.

레이어드 스타일을 연출하기에 적합합니다.



Watch

Classic & Feminine 컨셉트의 시계 컬렉션.

얇고 여성스러운 디자인을 선보입니다.

디자인



Silhouette



Lucky U



S-link



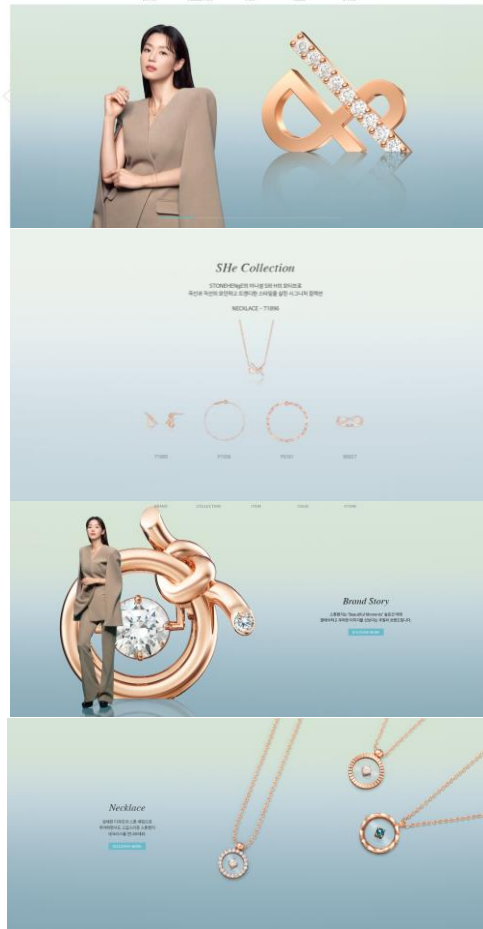
Love Knot



XOXO

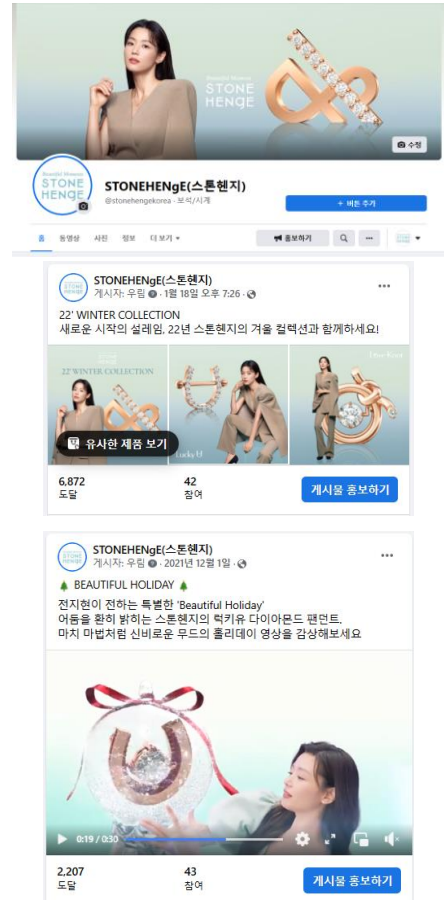
디지털 플랫폼

Homepage



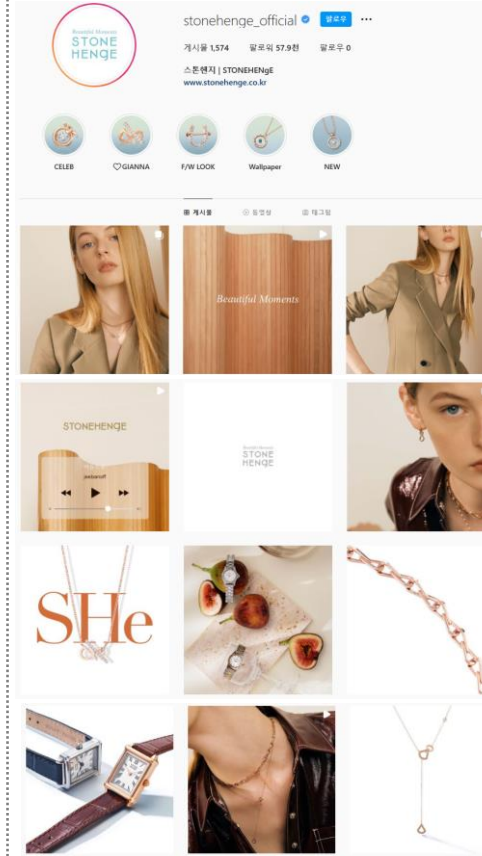
<https://stonehenge.co.kr>

Facebook



<https://www.facebook.com/stonehengekorea>

Instagram



https://www.instagram.com/stonehenge_official

Blog



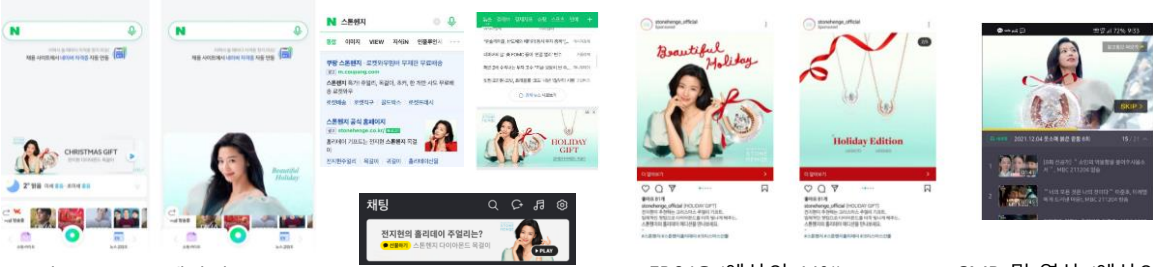
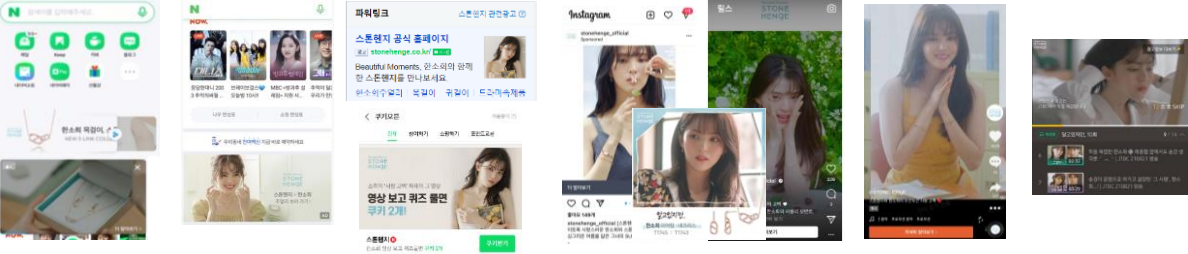
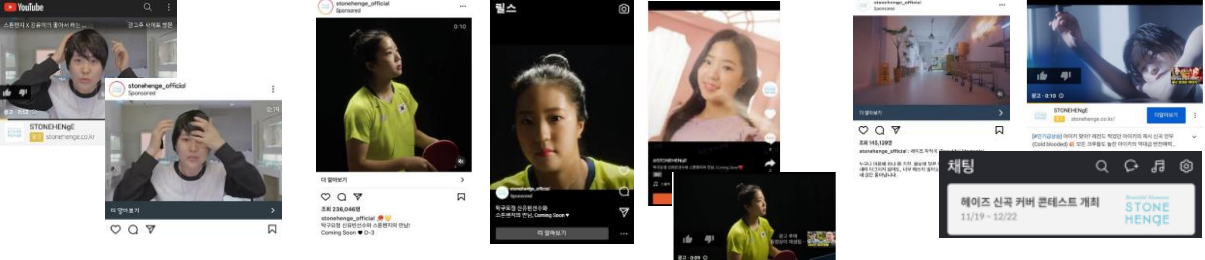
<https://blog.naver.com/stonehenge21>

Kakao

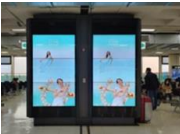
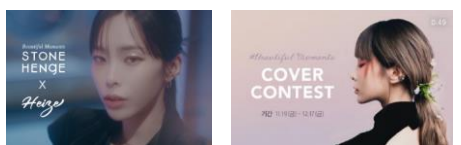


http://pf.kakao.com/_aswxm1

마케팅 액티비티 - 디지털

매체	내용	진행 상세
Digital	분기 별 메인 비주얼 분출 SPRING(3월) / SUMMER(5월) / FALL(9월) / HOLIDAY(12월) ↳ 디지털 전 매체 집행 (예산 : 캠페인 별 상이, 1.2 ~ 1.5억)	 포털 - DA, SA (예산의 46%) FB&IG (예산의 44%) SMR 및 영상 (예산의 10%)
	드라마 제작지원 콘텐츠로 분출 ↳ 드라마 '알고있지만' 영상 및 화보 소재 ↳ 디지털 전 매체 집행 (예산 : 2.4억)	 포털 - DA, SA, 오퍼월 (예산의 50%) FB&IG (예산의 41%) 틱톡 (예산의 2%) SMR (예산의 7%)
	브랜드 이슈 - 비정기 분출 ↳ 강유미 유튜브 콜라보 ↳ 신유빈 선수 영상 & 화보 ↳ 헤이즈 커버 콘테스트 - 2021년 뷰티풀 모먼트 캠페인	 강유미 캠페인 (IG, YT) 신유빈 캠페인 (IG, YT, 틱톡) 헤이즈 캠페인 (IG, YT, 카카오톡)

마케팅 액티비티 – 디지털 외

매체	내용	진행 상세
홍보 & 바이럴	분기 별 캠페인, 주요 이슈 발생 시 보도 자료 및 바이럴 배포	 Spring  Summer  Fall  Holiday
옥외	분기 별 캠페인 집행 시기에 옥외 집행 ↳ 공항, 올림픽 대로 LCD, 케이팝 스퀘어, S&S 타워 등	 Summer  Fall  Holiday
스타 마케팅	셀럽 PPL 상시 집행 JTBC 드라마 '알고 있지만' 제작지원 & 주연 배우 '한소희' 화보	 셀럽 PPL  드라마 '알고 있지만' 제작지원 & 주연 배우 한소희 화보
브랜드 콘텐츠	개그우먼 '강유미' 유튜브 콘텐츠 발행 올림픽스타 '신유빈' 공식후원 기념 영상 & 화보 촬영	 강유미 ASMR  신유빈 선수 영상 & 화보
콜라보레이션	비주얼 아티스트 '사키'와 콜라보 ↳ 아트웍 작업 및 시즌 DP, GWP 제작, 인스타그램 발행 싱어송 라이터 '헤이즈' 와의 커버 콘테스트 ↳ 2021년 뷰티풀 모먼트 캠페인	 아티스트 사키와의 콜라보레이션  싱어송라이터 헤이즈 커버 콘테스트

2022년 마케팅 목표

브랜딩 / 소통 & 공감 / 세일즈 → 3가지 KPI 포커스
⇒ 'Beautiful Moments' 브랜드 아이덴티티 강화

주요 이슈	목표
1. 분기 별 메인 비주얼 분출 SPRING(3월) / SUMMER(5월) / FALL(9월) / HOLIDAY(12월) ↳ 주요 매기 시즌에 진행	- 메인 비주얼 Push를 위한 노출 커버리지 확보 (옥외 포함) - 주요 SNS 커뮤니케이션 채널의 인게이지먼트 획득 - 고객 소통 이벤트 활성화 (인스타그램) / 디지털 채널 연계 - 시즌 세일즈 연계
2. 드라마 제작지원 콘텐츠로 분출 ↳ 작품 미정 브랜드 이미지와 어울리는 여성 셀럽 작품으로 선정	- 드라마 제작지원 이슈메이킹 - 노출 제품에 포커싱된 전략적인 매체 운영 (ex. 소재 교체 or 매체 구분 등) - 세일즈 연계
3. 뷰티풀 모먼트 ↳ 아트 공모전 진행	- 뷰티풀 모먼트 캠페인을 효과적으로 각인시킬 수 있는 매체 커버리지 확보 - MZ 세대에 어필 할 수 있는 커뮤니케이션 매체 선정 필수 - 캠페인 메시지 전달 - 자연스러운 후 바이럴 유도

Chopard

브랜드 히스토리

쇼파드는 혁신적인 디자인과 장인정신을 바탕으로 하이주얼리와 시계 분야에서 전 세계적으로 독보적인 위상을 지니고 있습니다.

해피 다이아몬드 컬렉션, 아이스 큐브 컬렉션, L.U.C 컬렉션 등을 선보이고 있으며, 150년 이상의 자체 생산 기반과 45가지 기술 분야의 전문력을 응집한 매뉴팩처에서는 매년 최상의 위치와 주얼리 컬렉션이 제작되고 있습니다.

또한 1998년부터 칸 국제 영화제의 공식 파트너로 활약하고 있으며, 폐막식에서 수여되는 황금 종려상을 포함한 모든 트로피를 수작업으로 제작하고 있으며, 레드 카펫스타를 위한 '레드 카펫 컬렉션'을 함께 선보입니다.

주요 타겟은 고급스럽고 품격있는 하이 주얼리 & 위치를 선호하는 고객이며, 성별 연령을 초월해서 사랑받고 있습니다.



2021 해피 다이아몬드 캠페인 글로벌 앰버서더
줄리아 로버츠



2021 해피 다이아몬드 캠페인 인플루언서
(7명의 Happy Women)

컬렉션 소개 - 여성 주얼리 & 워치



하이주얼리

쇼파드의 공동 대표이자 아트 디렉터인 캐롤라인 슈펠레를 중심으로 쇼파드의 장인들은 가장 아름답고 진귀한 스톤을 엄선하여 표현한 디자인으로 창의적이고 환상적인 세계를 표현합니다.



해피 다이아몬드

쇼파드의 시그니처 디자인. 최초로 다이아몬드를 스테인리스 스틸과 결합한 해피스포츠 컬렉션과 쇼파드의 상징적인 디자인인 하트를 접목시킨 해피 하트 컬렉션을 중심으로 자유롭고 유연하게 움직이는 다이아몬드로 삶의 기쁨과 자유로운 정신을 표현합니다.



다이아몬드

쇼파드의 장인 정신과 품격 있는 스타일을 갖춘 럭셔리 타임피스 다이아몬드.



아이스 큐브 컬렉션

작은 얼음 큐브의 기하학적 패턴에서 영감을 받아 탄생한 쇼파드의 베스트 셀러 주얼리 아이스 큐브



임페리얼 컬렉션

풍부하고 섬세한 디테일과 세련된 여성미가 특징인 고귀한 기품과 아름다움을 발산하는 임페리얼

컬렉션 소개 - 남성 워치



알파인이글

알프스와 강인하고 위풍당당한 독수리로부터 영감을 얻은 타임피스
현대적인 디자인에 세련미와 자신감이 넘치는
우아한 스포츠 워치, 알파인 이글



L.U.C

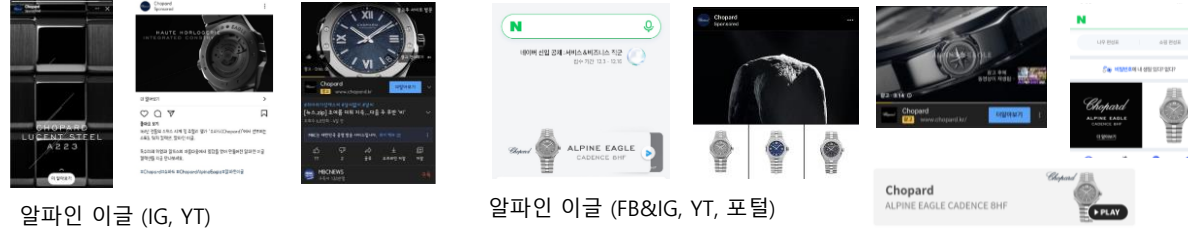
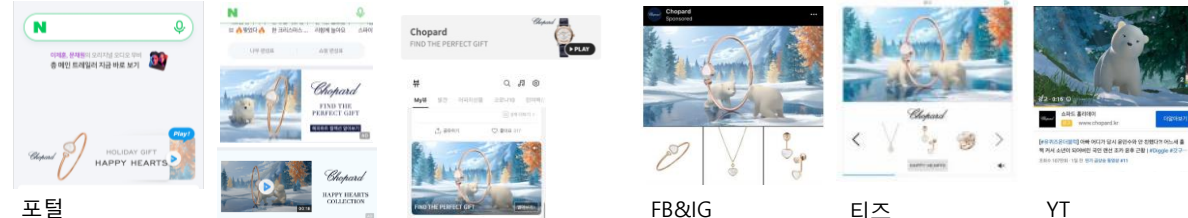
스위스 최고 수준의 전형적인
워치 메이킹 L.U.C
쇼파드 매뉴팩처의 뛰어난 장인들의 진
귀한 노하우가 빚어낸 특별한 타임피스



밀레밀리아

쇼파드의 레이싱 워치.
시간과의 관계, 정교한 기계 공학에 대한
열정, 고도의 집중력 등 레이싱과 워치의
두 세계가 지닌 공통적인 요소를 표현한
밀레 밀리아

마케팅 액티비티 - 디지털

매체	내용	진행 상세
Digital	해피 다이아몬드 캠페인 ↳ 글로벌 앰배서더 줄리아 로버츠 ↳ 인플루언서 러원	 줄리아 로버츠 (포털, YT, 티즈) 러원 (포털, FB&IG, YT, 티즈)
	남성 워치 컬렉션 분출 ↳ 6월, 9월 - 2회	 알파인 이글 (IG, YT) 알파인 이글 (FB&IG, YT, 포털)
	브랜드 추가 이슈에 맞춰 비정기 분출 ↳ 영화 '007 노타임투다이' 콜라보레이션 ↳ 하이주얼리 > 배우 고현정 화보	 007 노타임투다이 콜라보레이션 하이주얼리 - 배우 고현정 화보
	홀리데이 캠페인 ↳ 쇼파드 시그니처 캐릭터 '아티베어' 필름 분출	 포털 FB&IG 티즈 YT

GALLERY O'CLOCK
good watch store

Gallery O'clock은 국내 최초의 시계 편집샵으로
명품 패션 하우스의 감각을 반영한 디자인과 함께 전통성, 기능성, 퀄리티를 갖춘 브랜드의 시계를 한자리에 모았으며,
전국 89개 백화점 직영 매장, 면세점, 아울렛, 온라인에서 판매를 하고 있습니다.

<브랜드 구성>

Luxury, Chic, Stylish로 정의 되는 Fashion 브랜드군
정통성, 고품질, 기능성으로 정의되는 Traditional 브랜드군

시계의 기능을 넘어 스타일을 완성시킬 수 있는 합리적인 가격의 다양한 브랜드를 제시하고 있습니다.



대표 브랜드 : 로즈몽

로즈몽(Rosemont)의 어원은 로즈우드(자단)을 사용하여 시계를 제조한 것에서 유래되어 '장미의 시계'라는 의미를 지닙니다.

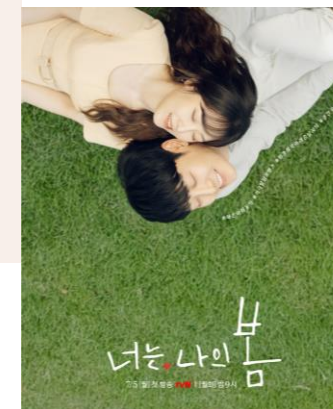
현재는 스위스 전통을 이어가면서 여성스러운 디자인의 워치로 각 방면에서 높은 평가를 받고 있으며, 로즈몽 특유의 아름답고 로맨틱한 무드를 담은 주얼리를 런칭하여 워치 & 주얼리를 아우르는 섬세한 여성들의 워너비 브랜드로 자리매김 하였습니다.

- 코어 타겟 : 25~40세 – 로맨틱하고 클래식한 아름다움을 추구하는 여성
- 가격대 : 평균 30~60만원 대
- 대표 컬렉션
 - 워치 : 노스텔지아 컬렉션 / 하이브리드 티 로즈 컬렉션 (탄생석)
 - 주얼리 : La Maison / La Belle / La vie en Rose



[2021년 단기 모델 서현진]

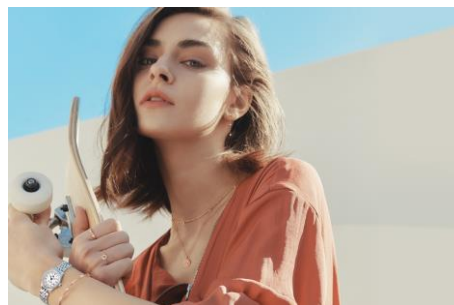
배우 서현진 출연 드라마
'너는 나의 봄' 제작지원



2021년 메인 비주얼



[2021년 SPRING]



[2021년 SUMMER]



[2021년 FALL]



[2021년 WINTER]

컬렉션 - 주얼리



La Maison

데일리로 착용하기 좋은 편안하고 심플한 감성의 디자인으로 모던하고 베이직한 스타일과 엔틱한 무드를 심플하고 깨끗하게 표현한 주얼리 컬렉션



La Belle

엔틱한 터치가 가미된 로맨틱한 무드의 디자인으로 전통적인 기법과 질감을 사용하고 섬세한 세공으로 세팅된 천연석의 아름다움이 풍부하게 느껴지는 주얼리 컬렉션



La vie en Rose

로즈몽의 시그니처인 장미 모티브와 브랜드 로고를 사용한 주얼리 컬렉션

워치 시리즈



NOSTALGIA

세련되고 우아하면서도 클래식함이 묻어나는 노스텔지아 컬렉션



ANTIQUE TOUCH

엔틱함과 베이직한 디자인을 모두 만족시키는 컬렉션



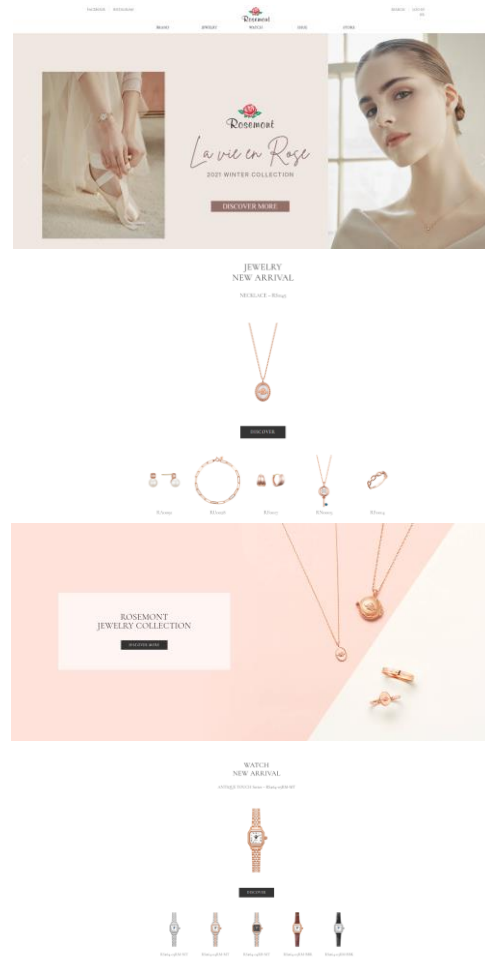
HYBRID TEA ROSE

얇은 베젤에 큐빅을 촘촘하게 파베세팅하여 클래식하면서 모던한 느낌을 두루 겸비한 컬렉션

디지털 플랫폼



Homepage



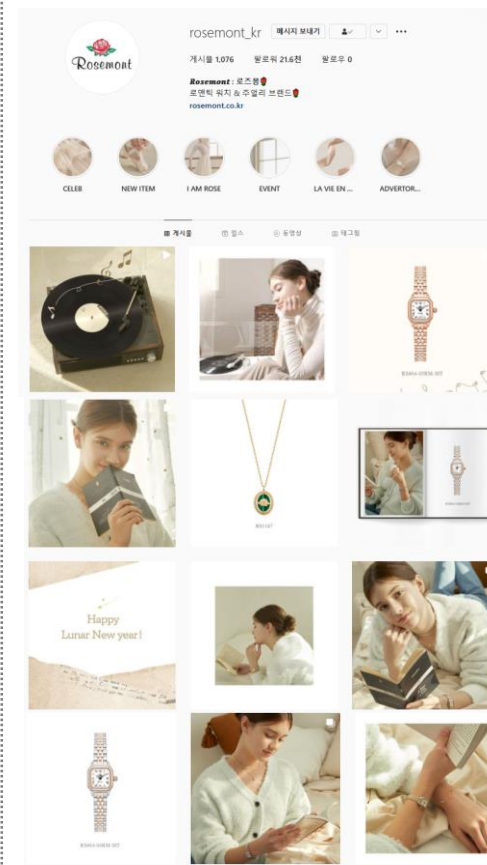
<https://rosemont.co.kr>

Facebook



<https://www.facebook.com/rosemont.kr>

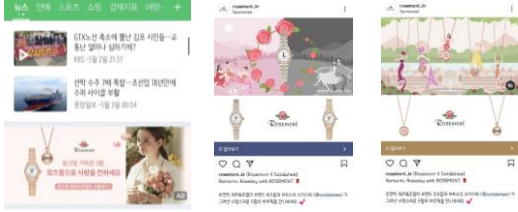
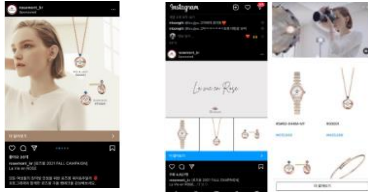
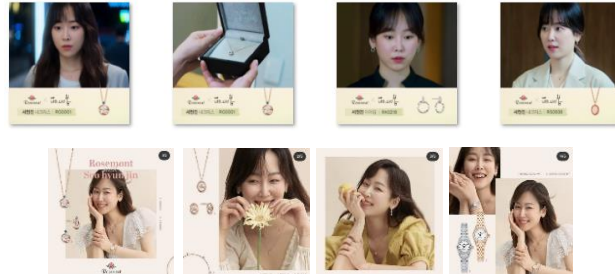
Instagram



https://www.instagram.com/rosemont_kr

마케팅 액티비티 - 디지털



매체	내용	진행 상세
Digital	브랜드 캠페인 '다양한 여성들과 함께하는 로즈몽' ↳ 4개 컨셉트를 시즌 별 분출 플로리스트 / 스케이트 보더 / 포토그래퍼 / 발레리나 - 4개 (예산 : 총 1.5억)	플로리스트  스케이트 보더  포토그래퍼  발레리나 
	드라마 제작지원 콘텐츠로 분출 ↳ 드라마 '너는 나의 봄' 영상 및 화보 소재 ↳ 디지털 전 매체 집행 (예산 : 1.6억)	포털 - DA (예산의 22%)  FB&IG (예산의 75%)  YT (예산의 4%) 

대표 브랜드 : 페라가모

이탈리아 패션 럭셔리 브랜드로 스위스 메이드의 워치.

최상급의 자재로 페라가모의 유산과 상징을 보여주는 우아하고 세련된 워치 컬렉션을 선보입니다.

- 코어 타겟 : 3049 여성
- 가격대 : 평균 80~130만원 대
- 대표 컬렉션 : 간치노 컬렉션 / 간치니 컬렉션 / 듀오 컬렉션 / 베가 컬렉션



[2021년 단기 모델 이다희]

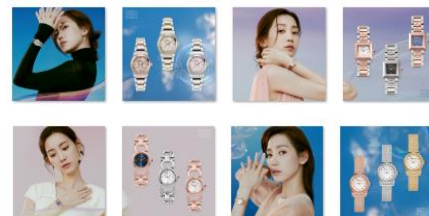


[2021년 단기 모델 신현빈]

디지털 캠페인



[이다희 캠페인]



[신현빈 캠페인]

대표 제품



[간치노 컬렉션]



[간치니 컬렉션]



[듀오 컬렉션]



[베가컬렉션]

대표 브랜드 : 시티즌

100년 역사를 가진 시티즌은 혁신적인 기술력과 완벽한 품질을 자랑하고 있습니다.

모든 빛으로 시계를 구동시키는 에코-드라이브 / 표준 시전파를 자동으로 수신하여 정확한 시간, 날짜를 나타내는 라디오 콘트롤 / 스테인리스 스틸 대비 40% 가볍고 경도가 5배 강한 슈퍼 티타늄 소재 등 다양한 기능을 보유한 위치를 합리적인 가격대에 선보이는 브랜드입니다.

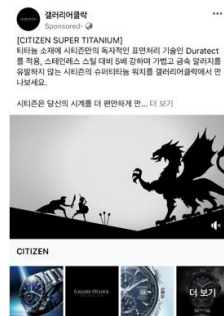
- 코어 타겟 : 2545 남성 - 정통 클래식 시계의 가치를 중요시하며 기능성 시계를 선호하는 고객
- 가격대 : 제품 별 상이
- 에코드라이브 : 40~60만원 대 / 라디오콘트롤 : 70~120만원 대 / 새틀라이트 웨이브 : 200~300만원 대
- 대표 컬렉션 : 라디오 콘트롤 위치



디지털 캠페인



[라디오콘트롤 캠페인]



[슈퍼 티타늄 캠페인]



[다이버 워치 캠페인]



[새틀라이트 웨이브 캠페인]

대표 제품



[BEST - AT8154-82L]

대표 브랜드 : 디원밀라노

이탈리아 오리진의 D1 MILANO는 'Wear your Attitude'라는 슬로건으로 다양한 시도를 통해 변화를 즐기는 밀라노 워치 브랜드입니다.

1970년대 이탈리아의 아름다운 미학에서 영감을 얻은 디자인으로 스타일을 중시하여 트렌드 세터들이 가져야 할 브랜드가 되었고 최고의 품질로 차별화된 컬렉션을 전개합니다.

- 코어 타겟 : 2545 남성
- 가격대 : 60~70만원 대
- 대표 컬렉션 : 울트라씬 컬렉션 / 크로노그래프 컬렉션



디지털 캠페인



[배우 정경호 컷]



[2021년 홀리데이]



[2022년 발렌타인 데이 캠페인]

대표 제품



[ULTRA THIN]

대표 브랜드 : 미셸에블랑

75년 헤리티지의 엘레강스 프랑스 워치 브랜드로 높은 퀄리티, 창의적인 디자인이 강점인 브랜드입니다.

'프랑스 엘레강스 워치', '여배우가 사랑하는 워치'라는 포지셔닝으로 고객과 커뮤니케이션하고 있습니다.

- 코어 타겟 : 2540 여성
- 가격대 : 50~80만원 대
- 대표 컬렉션 : 펄스 컬렉션 / 아르데코 컬렉션



디지털 캠페인



[려원 화보 캠페인]



[인플루언서 시딩 컷]

대표 제품



[펄스 컬렉션]



[아르데코 컬렉션]

대표 브랜드 : 아이그너

독일 지성의 명품 브랜드 아이그너입니다.
클래식하면서도 심플하고 아이그너의 시그니처인 편마를 담은 디자인의 제품들을 선보이고 있습니다.

행운을 의미하는 말 편자 컨셉트를 활용하여, '행운을 담은 시계'로 고객과 커뮤니케이션 하고 있습니다.

- 코어 타겟 : 2540 여성
- 가격대 : 60~90만원 대
- 대표 컬렉션 : MUGGIA 컬렉션



디지털 캠페인



[김지원 화보 캠페인]



[인플루언서 시당 컷]

대표 제품



[MUGGIA 컬렉션]



[Tivoli 컬렉션]



[ARTE III 컬렉션]



대표 브랜드 : 루미녹스

미국 특수부대 네이비실의 시계로 유명한 루미녹스는, 인덱스나 분침에 루미녹스 발광 테크놀로지를 이용한 트리튬 캡슐을 삽입하여 25년간 자체 발광이 가능한 것이 특징입니다.

축광 방식의 야광과 달리 어둠속에서 지속적으로 빛남을 유지하는 야광 방식이 전 제품에 적용, 폴리 카본 소재를 활용하여 가볍고 견고한 상품들을 선보이고 있습니다.

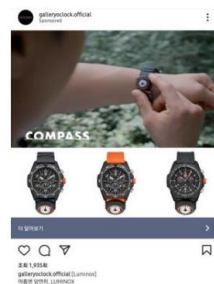
- 코어 타겟 : 아웃도어 라이프 스타일의 2030 남성
- 가격대 : 50~80만원 대
- 대표 컬렉션 : 베어그릴스 컬렉션, SEA 컬렉션



디지털 캠페인



[베어그릴스 캠페인]



[유튜브 콜라보레이션]

대표 제품



[XB.3741]



[XB.3749]



[XB.3723]



[XB.3729]

감사합니다.