

Realme mirror

PART.1

마케팅 전략 방향

첫 광고캠페인의 시작.
우리의 목표는 무엇일까요.

Q. 우리의 목표,

A1. 리얼미 브랜딩?

A2. 제품 세일즈?

A3. SNS 채널 활성화?

리얼미 브랜딩
제품 세일즈
SNS 채널 활성화

모두 옳은 대답이지만...

브랜드의 중장기적 관점에서
우리는 어떤 이야기를 담아야 할지
생각해 봐야합니다.

나이키를 떠올리면

에어맥스가 아닌
'스포츠 정신'이 생각나고.



애플을 떠올리면

단순 스마트폰이 아닌
‘혁신’이라는 단어가 떠오르듯.



Realme mirror

남이 보는 내 모습.
무반전거울이 아닌,

자사 제품이 다양해지고
유사 제품이 미친 듯 생겨나도,

변하지 않는
핵심가치를 찾는 것이
이번 제안의 핵심.

더 나아가

제품 교체주기가 제한적인
‘거울’이라는 제품 특성을 고려한다면,

향후,
제품 라인 다각화 및 확장까지 이룰 수 있는
범용적인 세일즈 키워드 필요.

Ex.

무반전거울 → 전신&미니 무반전거울 → 제품 카테고리 확장



리얼미를 위한 무반전거울에 새로운 생각.

시장 분석 결과 #1

One of them

조금 다른 제품 &
또 하나의 metoo브랜드들



시장 분석 결과 #2

거울=내 모습=무반전거울

경쟁 제품과 포지셔닝 차이 미비,
1차적 제품 해석으로 메시지 컨셉 유사

무반전 리얼미거울
Sponsored · 🌐

남이 보는 진짜 내 모습 무반전 리얼미거울

누구나 남에게 잘 보이고 싶은
순간이 있으니까

Realme.
무반전 거울

REALMEMIRROR.COM
무반전 리얼미거울 세컨드 에디션

지금 구매하기

👍 10명 💬 11개 ➦ 8회

👍 좋아요 💬 댓글 달기 ➦ 공유하기

무반전 리얼미거울
Sponsored · 🌐

사용 2시간 안에 얼굴의 분위기가 달라집니다. 리
남이 보는 모습 그대로 꾸미세요. 이미 3만
명의 사람들이 효과를 경험하고 있습니다.

REALMEMIRROR.COM
메이크업 필수템 무반전 리얼미
거울

더 알아보기

👍 🗨️ 🔄 154명 💬 440개 ➦ 249회

👍 좋아요 💬 댓글 달기 ➦ 공유하기

시장 분석 결과 #3

카테고리 인지 불분명

‘무반전거울’에 대한 저관여/저인식,
보편화된 ‘거울’ 시장에서 **제품 필요성** 저하

연관키워드 ②	월간검색수 ②		월평균클릭수 ②	
	PC ⇅	모바일 ⇅	PC ⇅	모바일 ⇅
거울	8,220	31,000	78.7	877.8
반전거울	230	1,800	1	2.3
무반전거울	380	3,200	1	10.8

*네이버 월 검색량 기준, 상대적으로 저조한 카테고리 키워드

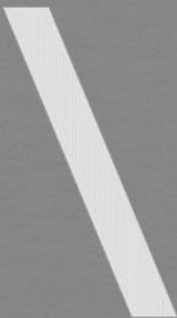
~~거울~~

~~VS~~

~~무반전거울~~

* 고정관념
프레임 벗어나기.

기존 거울과는 다른 무반전거울
남이 보는 진짜 모습을 보는 거울
제품 카테고리 관점에서 해석이 아닌



더 나은 스타일링을 위한 거울
자기다움을 가꾸는 이들을 위한 필수템
스타일링 관점으로 브랜드 재해석

[Background]

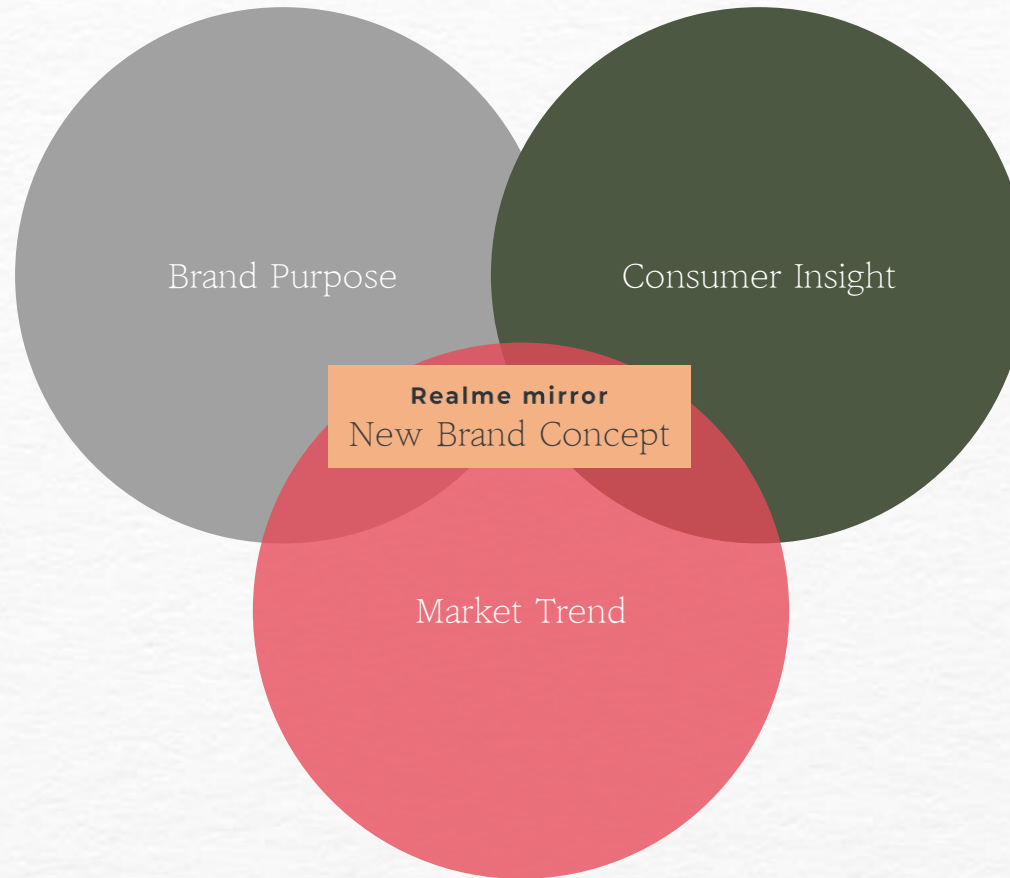
매년 뷰티 제품 증가 그리고 매출 상승
셀프케어족을 넘어 홈뷰티케어 시대
변치 않는 외모 투자에 대한 관심

One of them

일반 거울에서 볼 수 없는
'남이 보는 내 모습'을 보는 거울이 아닌,

Grouping Strategy

거울을 보며, 메이크업, 헤어스타일링 등
자신을 스타일링 할 때 함께 떠올릴 수 있는
필수 아이템이 될 수 있도록-



Brand Purpose

Consumer Insight

Realme mirror
New Brand Concept

Market Trend

더 나은
스타일링을
돕습니다.

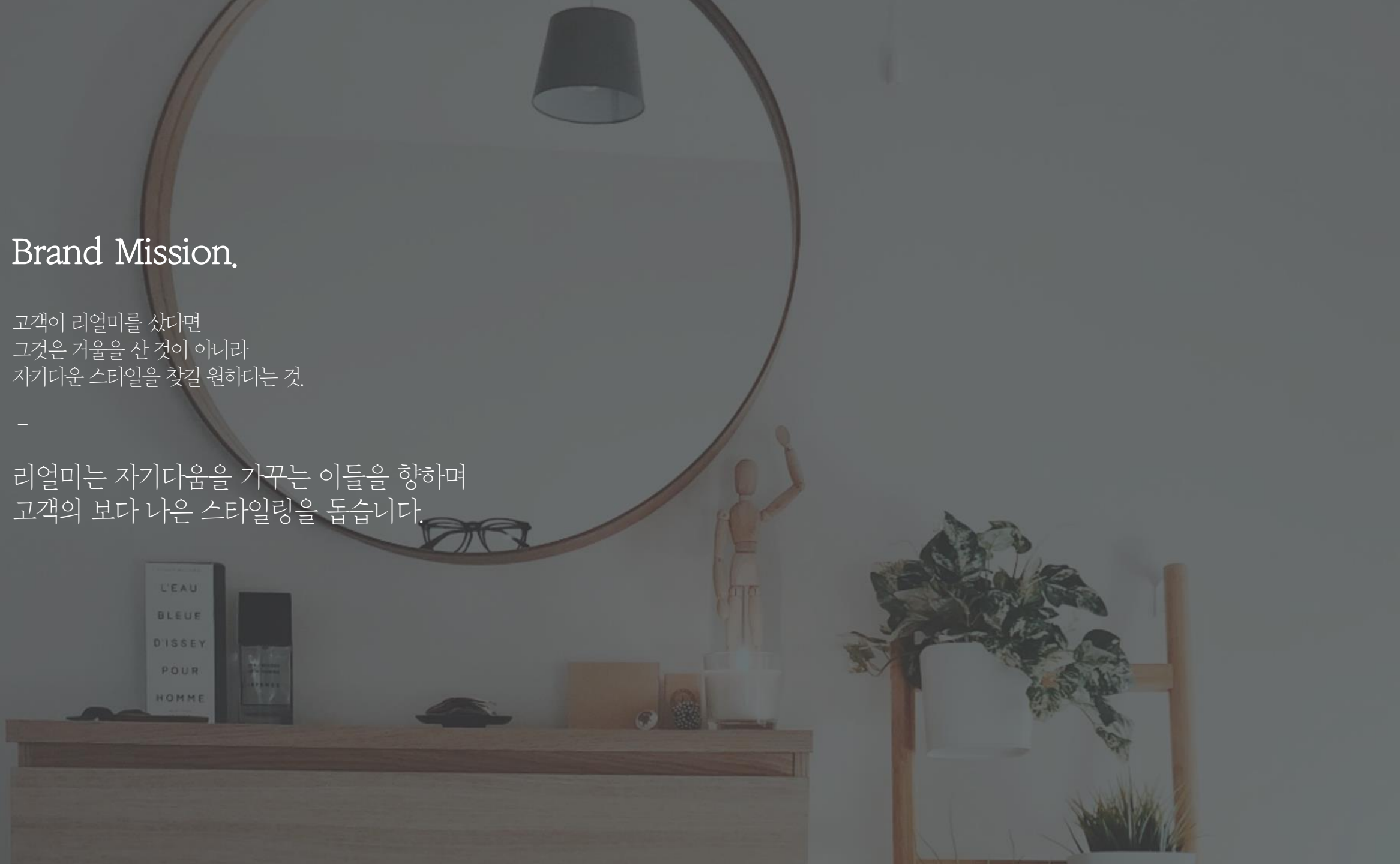
Realme
스타일링 무반전거울

Brand Mission.

고객이 리얼미를 샀다면
그것은 거울을 산 것이 아니라
자기다운 스타일을 찾길 원하다는 것.

—

리얼미는 자기다움을 가꾸는 이들을 향하며
고객의 보다 나은 스타일링을 돕습니다.



Brand Roadmap.

지속적으로 개개인의 라이프스타일과 취향에 어울리는 상품들을 엮어
자신만의 스타일링을 찾을 수 있도록 전문 스타일링 브랜드로 진화

2019~ Realme_mirror

리얼미 무반전거울이 생활 속,
스타일링 필수템이 될 수 있도록
브랜드 포지셔닝.

Realme_beauty

헤어, 메이크업, 뷰티 서비스 등
리얼미 브랜드 카테고리 확장

Realme_studio

헤어, 메이크업 전문 스튜디오 오픈
전문 스타일링 브랜드 강화.

이게 다 가능할까?

오늘의 제안은,
리얼미의 **내일의**
밋그림을 그리는 자리.

“스타일링에 관심 있는 모든 이들이
가져야 할 MUST HAVE ITEM 될 수 있도록”

전술보다는 전략이 중요.

PART.2

채널별 콘텐츠 전략

‘리얼미는 더 나은 스타일링을 돕습니다’

=

‘리얼미 거울은 스타일링 필수템 이에요!’

타겟1.
메이크업
관심 높은 고객

[세부 관심사]
아이라인, 짙눈, 색조화장품,
메이크업꿀팁, 뷰티신상품,
면접메이크업, 증명사진,
연애인 메이크업
...

타겟2.
헤어스타일
관심 높은 고객

[세부 관심사]
남자가르마펌, 짧은머리스타일
레이어드컷, 단발펌, 연예인헤어
남자머리, 여성머리, 여자숏컷
투블럭, 포머드
...

*네이버 키워드 검색량에 따른 타겟별 관심사 분류

타겟 관심사에 리얼미가 보일 수 있도록,

바이럴 광고

타겟팅 소재 및 유튜버를
활용한 리얼미 바이럴
콘텐츠 기획 및 제작.

인플루언서

전문아티스트 부터,
일반인 사용후기까지
네이티브 콘텐츠 확산.

콘텐츠이벤트

리얼미 사용방법 및
뷰티 관련 고민 등
시리즈 이벤트로 관계구축.

네이버 검색영역

리얼미를 사용하는
유저들의 다양한
HOW-TO 콘텐츠 발행.

우연히,
스마트폰을 봤더니

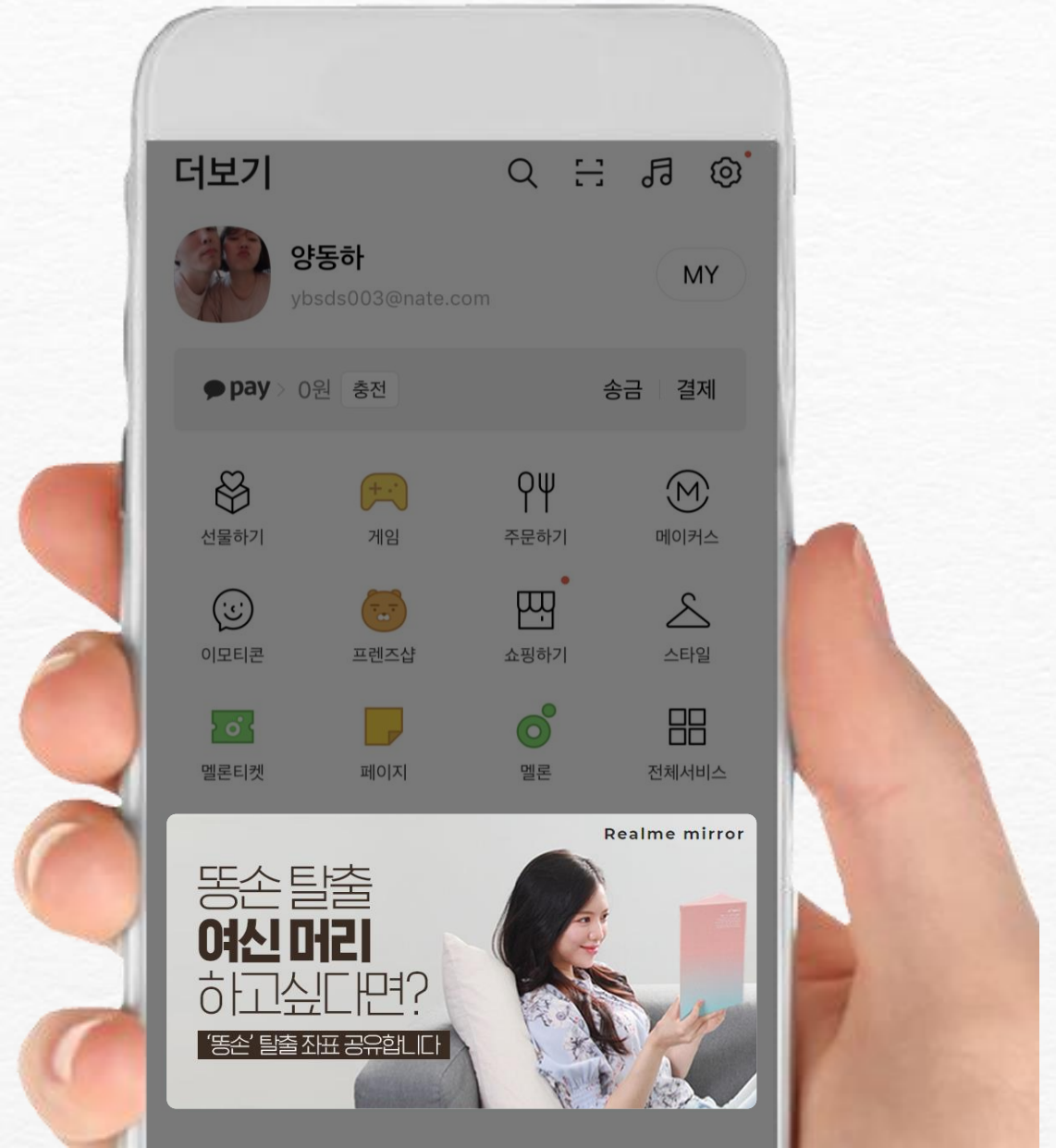
*스타일링 고민 관련 소재 제작

인스타그램 피드에서



*스타일링 고민 관련 소재 제작

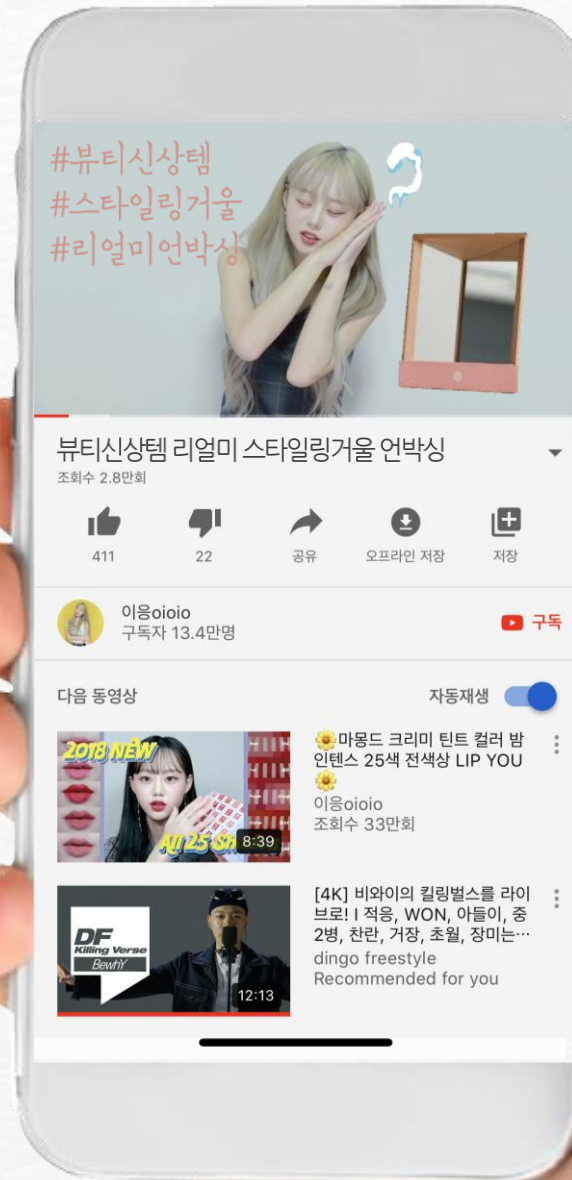
카카오톡에서



평소 즐겨보는
관심사 콘텐츠 채널을 보니,

구독자 13만명 보유
뷰티 크리에이터

#뷰티신상템
#스타일링거울
#리얼미언박싱



내가 팔로우한
핫한 인스타그램
피드에서도



그리고
이런 흐름에 맞춰,

#뷰티스타그램



#코덕



#코스메틱



#화장품추천



#미용스타그램



#헤어스타일



#단발머리



#헤어



#미용스타그램

#헤어스타일

#단발머리

#헤어

‘뷰티&헤어’ 관련 인기 해시태그 중심으로
리얼미와 함께하는 SNS 콘텐츠들이 보여지고,

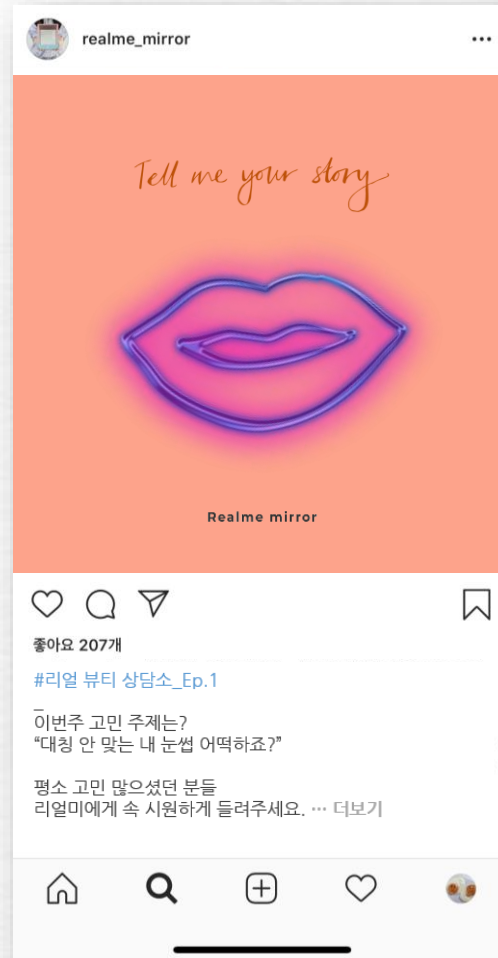


이렇게 리얼미에
관심이 생겼을 즈음.

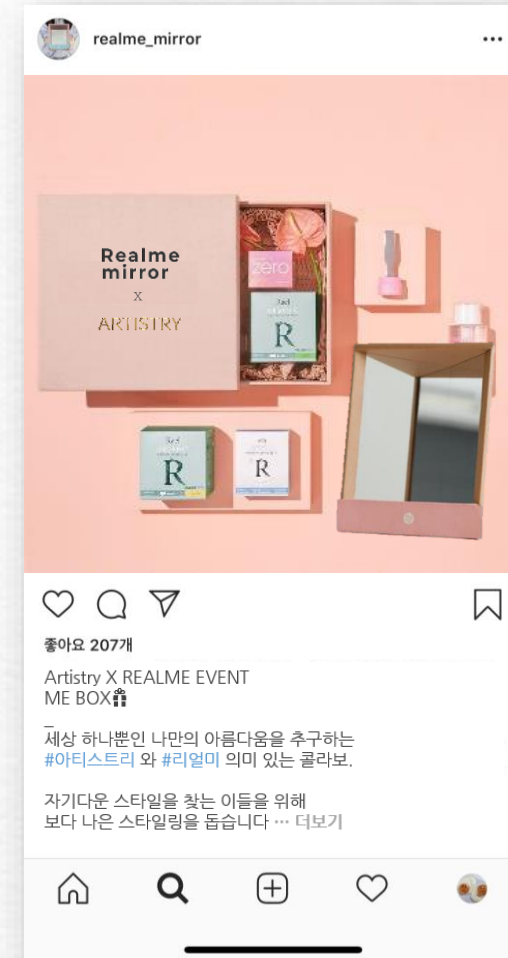
스타일링무반전거울 RTB 중심
리얼미 사용법 이벤트



스타일링 고민 관련
리얼 뷰티 상담소 이벤트



자기다운 스타일을 지향하는
브랜드 콜라보 이벤트



이쯤 되니,
흥미를 갖고 검색을 하니



그동안 몰랐던 신세계가 펼쳐지는
스타일링무반전거울의
다양한 How-to 콘텐츠

“오 이럴 때 유용하게 쓸 수 있구나~” 공감가는 일반인 사용후기 콘텐츠부터



리얼미로 아이라인 초보탈출하기

왼쪽이 길었다가 오른쪽이 길었다
출근 전 바빠죽겠는데,
아이라인 그리기는 왜 매번 어려울까:)

좌우 눈 모양을 정확히 보여주는
리얼미를 쓰고부터는
메이크업 시간이 빨라졌어!
진심 메이크업 필수템:)



네췌렐헤어 & 리얼미의 꿀조합

집에서 열심히 공들인 헤어,
근데 그런거 있잖아
집에서 보면 괜찮았는데
밖에서 보면 뭔가 이상한 느낌!!!

이거 하나면, 그런 기분은 없어지더라고
남이 보는 내 모습을 보여주니까
헤어 스타일링 할 때 더 마음이 편해~

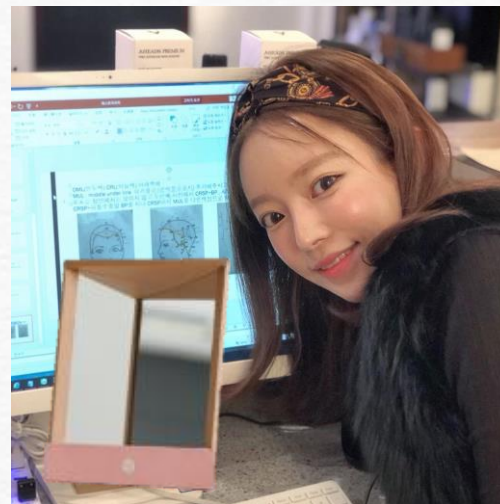
전문 아티스트들의 신뢰가는 활용 콘텐츠까지



청담동 차홍아르더 본점 부원장
@Won850318 | 팔로워 25,227



청담동 OOAF 실장
@Keemme_ | 팔로워 13,307



엘샘 개인 유튜브 운영
@Aheadman_1 | 팔로워 24,431

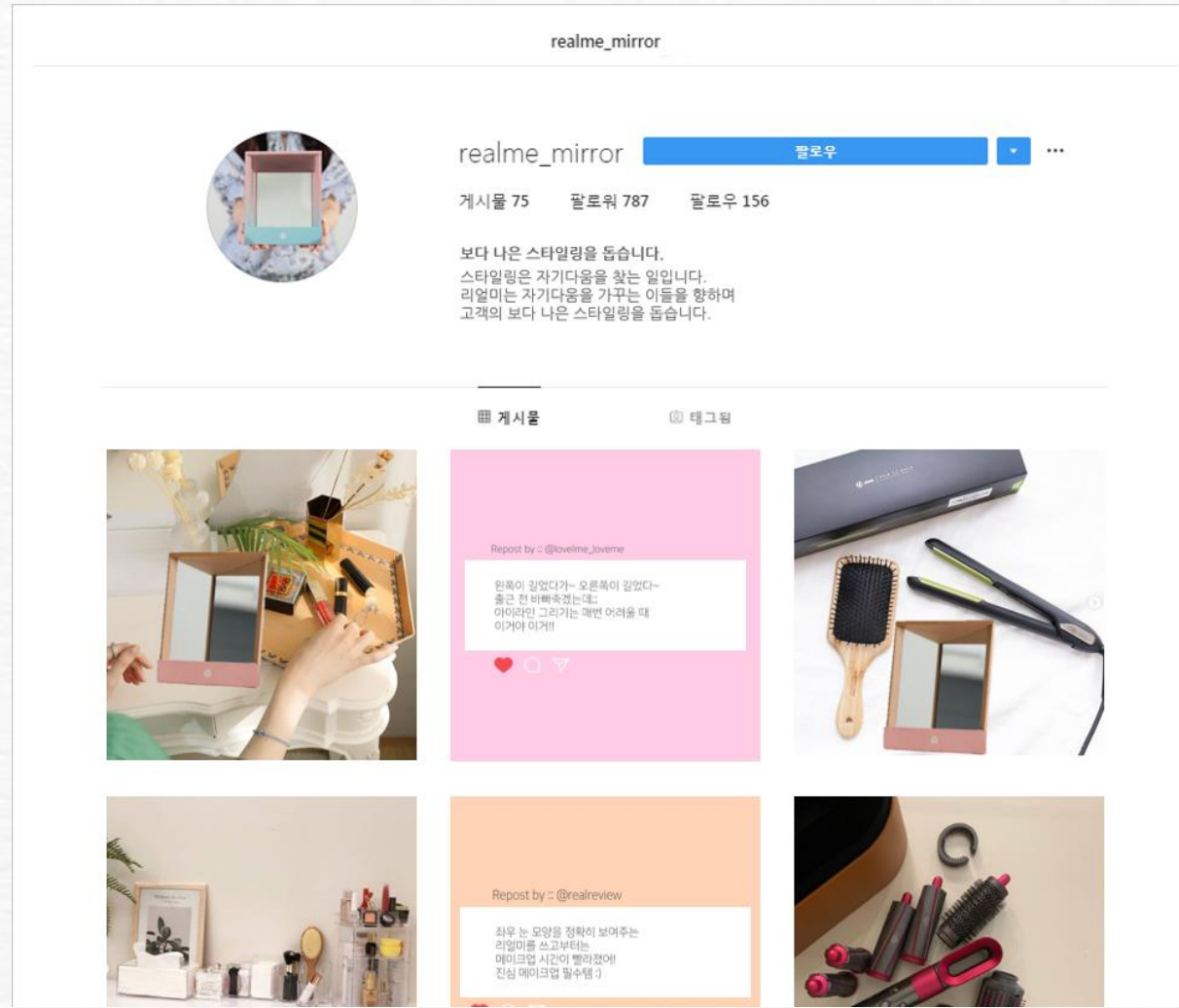


목동 메종드아이디헤어 부원장
@Beauty_virus_ | 팔로워 5,171

더 나아가

지속적으로 브랜드와
친숙한 관계형성을 위해,

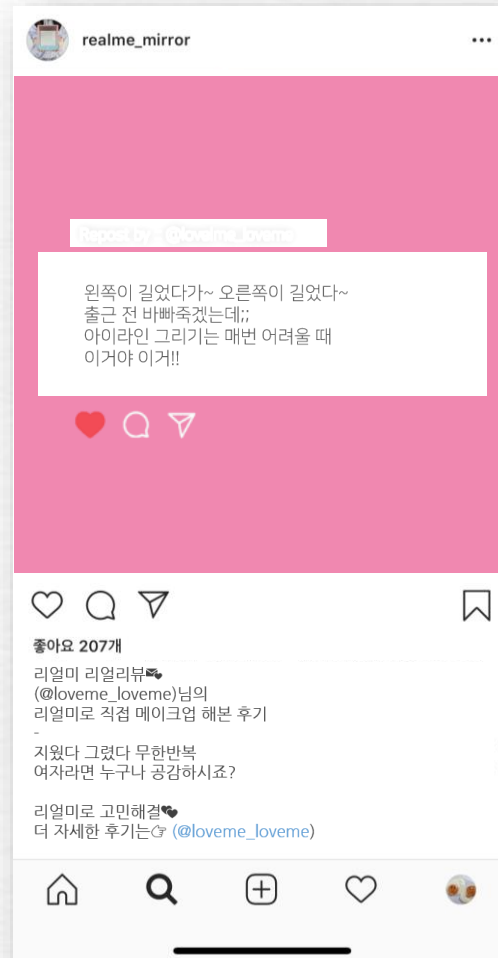
세 가지 테마로 주 3회 브랜디드 콘텐츠 발행.



메이크업 관심사 타겟을 위한
메이크업 그루핑 콘텐츠



브랜드 신뢰 형성을 위한
리얼 사용후기 콘텐츠



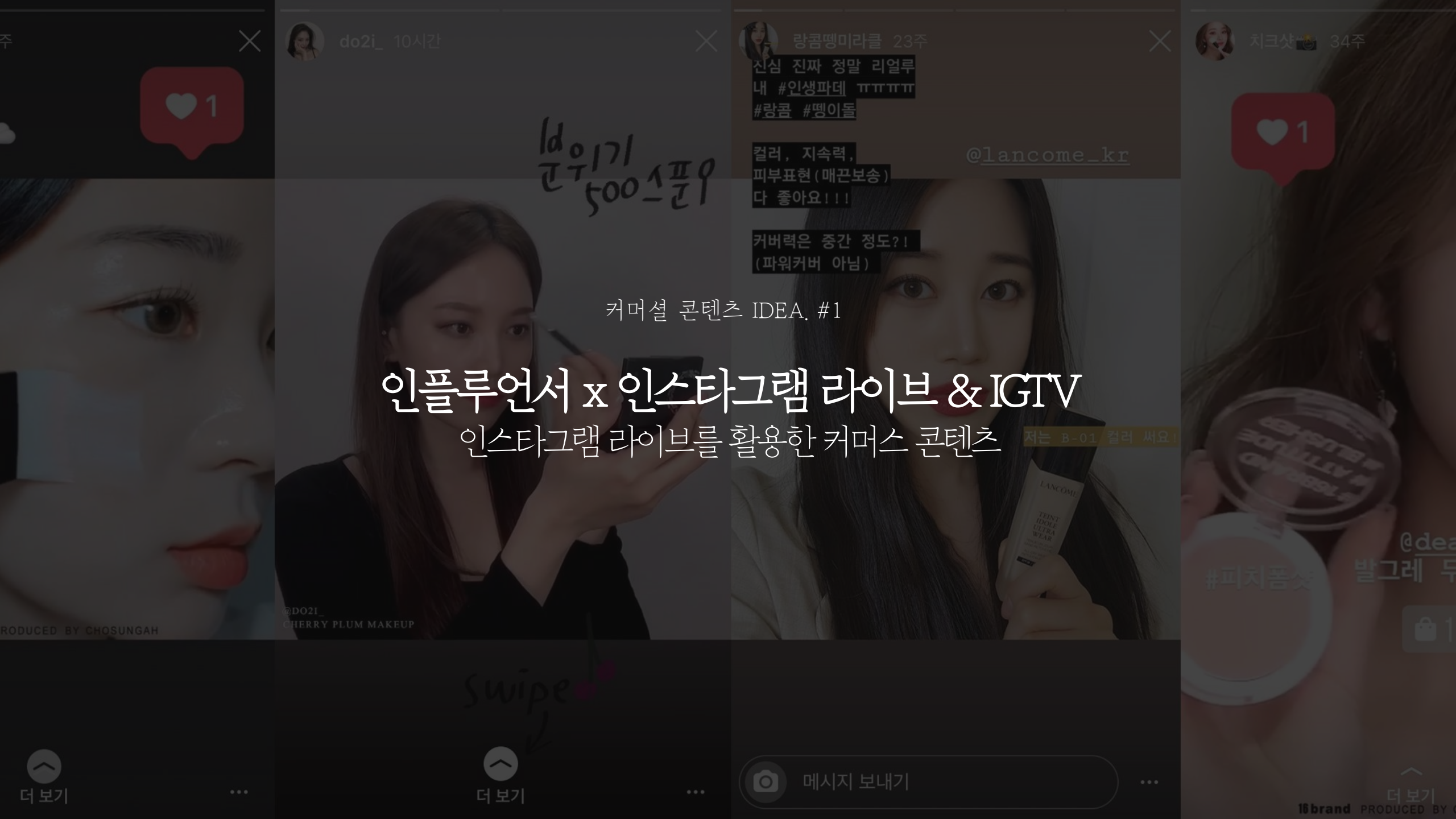
헤어스타일링 관심사 타겟을 위한
헤어스타일링 그루핑 콘텐츠



그리고

여기서 멈추는 것이 아닌

리얼미 세일즈 강화를 위해
커머스 콘텐츠 진행.



커머셜 콘텐츠 IDEA. #1

인플루언서 x 인스타그램 라이브 & IGTV

인스타그램 라이브를 활용한 커머스 콘텐츠

swipe



프로모션 이슈를 기반으로

인플루언서X브랜드
팔로워를 대상으로 공동구매 진행



인스타그램 live로 제품 홍보/추후 공구진행예정



인스타그램 live로 제품 홍보/리뷰진행



인플루언서 리뷰콘텐츠에
구매연계요소를 반영하여
브랜딩 및 커머스 강화

Step 1.
라이브 기능을 통한
리뷰 리얼리티 강화.

Step 2.
인플루언서 스토리 및 프로필에
구매 URL 삽입을 통한 유입 유도.



'LEADERS x 대도서관'

ON 쇼핑

6월 29일(금) 22:00 ~

현대홈쇼핑
품질직전

디바제시카

쇼핑호스트
도전!

어머나

선고객! 조건없이! 정품 21종!!

커머스 콘텐츠 IDEA. #2

1인 크리에이터 X 온라인 홈쇼핑

1인 크리에이터의 신뢰를 바탕으로 홈쇼핑 포맷의 콘텐츠 등장

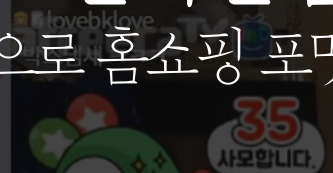


에뛰드하면 색조!

개강 여신을 만들어 줄

컬러풀 드로잉

맑고 생생한 컬러가
수채화처럼 컬러풀하게!



초밥머리형(snh15)
별풍선35개 선물!

정수미,(jsmjsm11)

오도

jin740***
저녁 많이 먹었다니깐 운동시켜주네
ㅋㅋㅋ

gudru***
오늘 푸각방송이네

kml7***@naver.com
이태리넵생ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ



리뷰의 진정성을 높여
믿고 사는
1인 크리에이터
홈쇼핑 콘텐츠 제작

이러한 커머스 형태는

기존의 리뷰형 PPL 콘텐츠의 간접구매효과를 보완할
온라인 홈쇼핑의 직접 구매유도 효과 기대



롯데홈쇼핑 x 크리에이터 대도서관



현대홈쇼핑 x 크리에이터 다바제시카



에뛰드 X 뷰티 크리에이터 혜성

바이럴 광고

관심사 광고 소재 & 유튜브
바이럴 영상 기획 및 제작

인플루언서

일반인&전문가
바이럴 콘텐츠 생성

인스타그램 콘텐츠

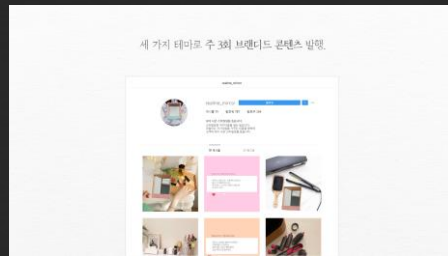
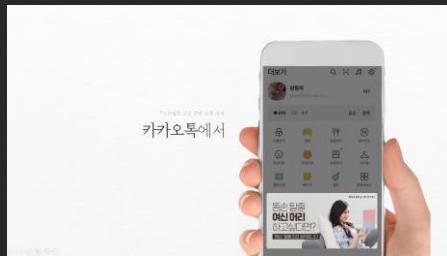
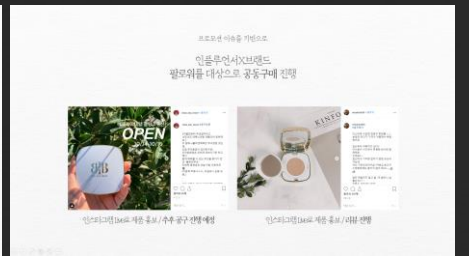
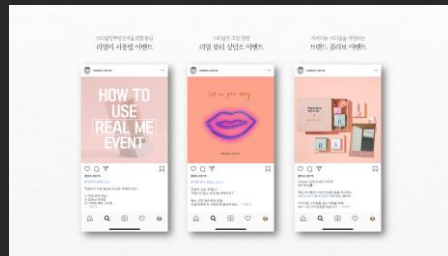
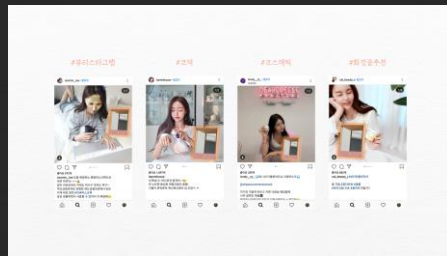
인지도 증진을 위한 이벤트,
관계형성을 위한 고정 콘텐츠

네이버 검색영역

검색영역, 블로그 등
How-to 콘텐츠 발행

커머셜 콘텐츠

인스타그램 라이브 공동구매,
크리에이터 홈쇼핑 콘텐츠



월간 캠페인 견적서

캠페인 내용	항목	세부사항	단가	단위	청구금액	비고 / VAT별도
리얼미 캠페인	기획 /운영	프로젝트 총괄 / 캠페인 기획 - 캠페인 기획 및 매체 커뮤니케이션 - 캠페인 운영 / 관리 - 캠페인 운영 / 관리 - 캠페인 모니터링	3,000,000	1	3,000,000	
	제작	인스타그램 콘텐츠 제작	5,000,000	1	5,000,000	*주 3회 콘텐츠 제작 - 고정 콘텐츠 - 이벤트 콘텐츠
		인스타그램 콘텐츠 베리에이션				
		이벤트 콘텐츠 기획 및 제작				
		DA 배너 소재 제작				
	광고비	DA / 인스타그램 광고	6,000,000	1	6,000,000	
	바이럴	전문 인플루언서 (메이크업/헤어 관련 종사자)	200,000	11	2,200,000	
		일반인 인플루언서	150,000	10	1,500,000	
		네이버 파워블로거	230,000	10	2,300,000	
	소계 (a)				20,000,000	
	유튜버	브랜드 콘텐츠 제작	-	-	-	
	커머셜 콘텐츠	인스타그램 라이브 공동구매 콘텐츠	-	-	-	
		크리에이터 1인 홈쇼핑 콘텐츠	-	-	-	
	소계 (b)				*별도협의	
합계 (VAT 별도)					20,000,000	

E.O.D