Global Influencer Digital Marketing Proposal

JnJ interactive

What is
Global Influencer Marketing

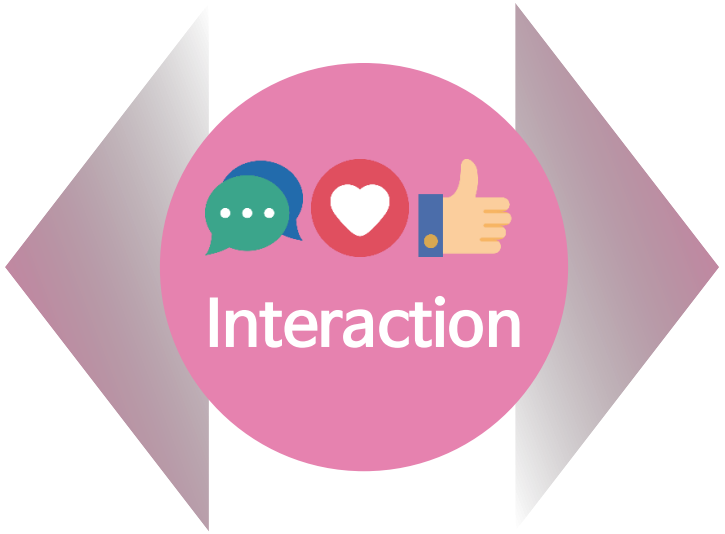
인플루언서 마케팅의 이해

What Is Global Influencer Marketing?

: 인지도가 있는 Social Media Influencer를 이용하여
이들과 함께 브랜드를 홍보하고, 광고 콘텐츠를 함께 만드는 일련의 과정

SNS를 활용해 Target Audience와 소통 가능한 것이 큰 특징

Influencer



Audience

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

What Is Global Influencer Marketing?

일상을 공유하는 친근한 Celebrity로의 의미 확장

Traditional Influencer

배우, 모델, 유명전문가등

SNS Celebrity

블로그, Youtuber,
인스타그램상의유명인등

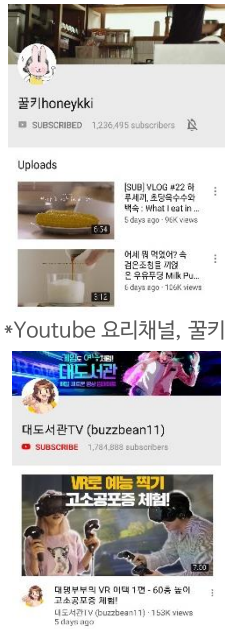
*Youtube 영국남자 Vlog채널, JOLLY

Youtube에서의 Vlog를 통해 구독자와 일상을 공유하는 SNS Celebrity들이 증가

*Vlog: Video Blog

다양한 분야의 콘텐츠 크리에이터와 트렌드 세터로서의 역할을 수행

Contents Creator



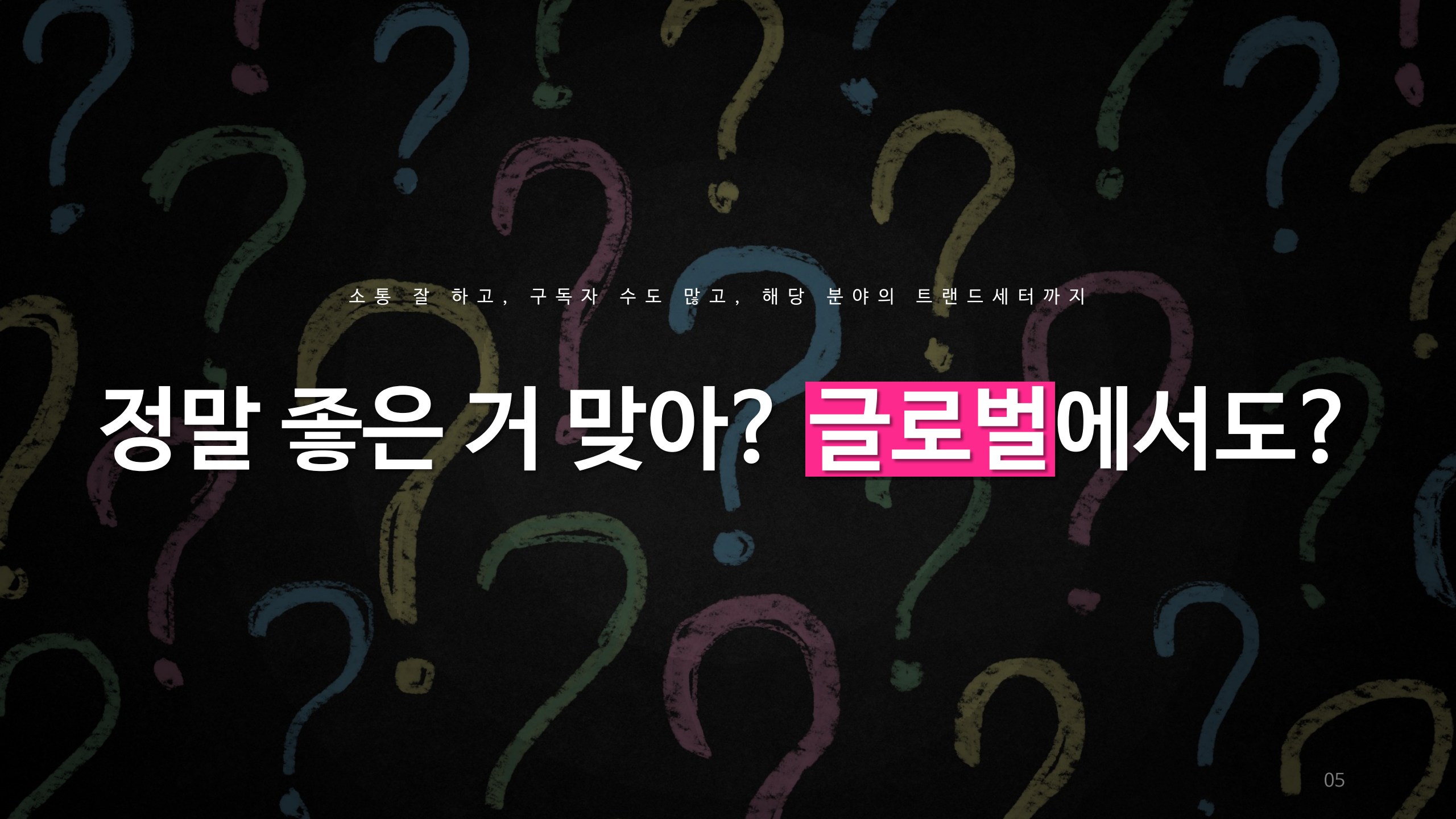
*Youtube 요리채널, 꿀키

*Youtube 게임채널, 대도서관

Trend Setter

*Instagram 뷰티 인플루언서, 이사배

*Instagram 패션 인플루언서, Sophie Roe



소통 잘 하고, 구독자 수도 많고, 해당 분야의 트랜드세터까지

정말 좋은 거 맞아? 글로벌에서도?

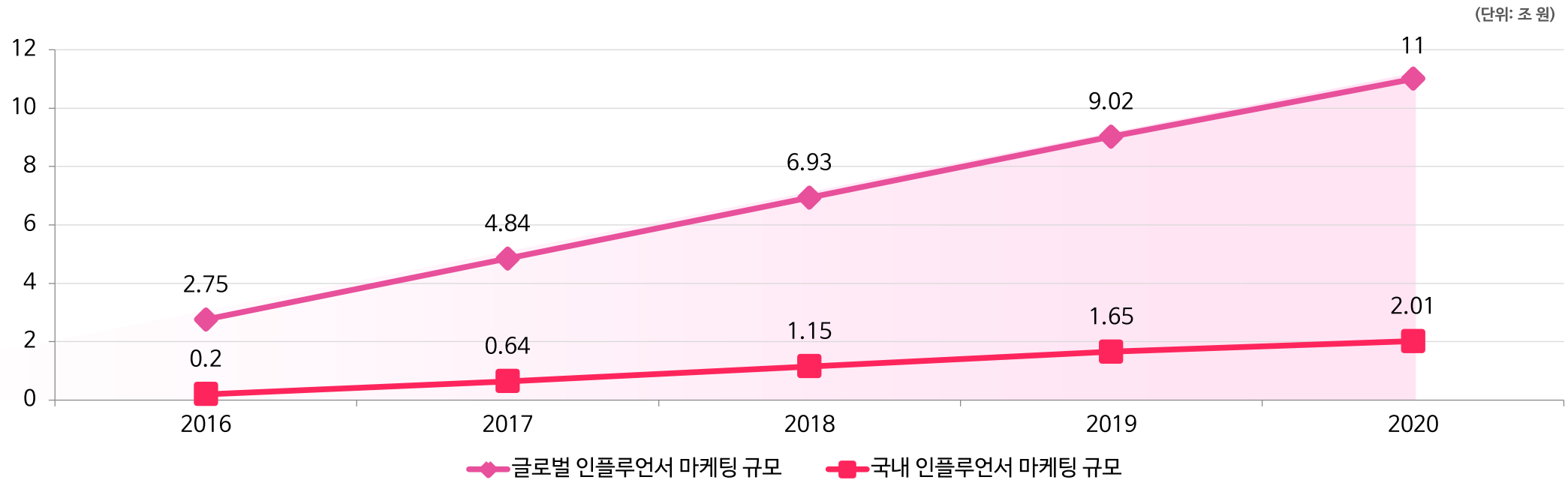
정답은

YES!

FACT Check

인플루언서 마케팅의 규모는 글로벌에서 더욱 급성장 중

글로벌&국내 인플루언서 마케팅 규모 비교



인플루언서 마케팅 시장 규모는 2020년 까지 한화로 최대 11조원 규모까지 성장할 것으로 예상되고

국내 인플루언서 마케팅 시장은 2조원 규모를 달성 할 것으로 예측

출처: Global market report 2018 by Kotra' 2018 Influencer marketing seminar by hahmshout

JnJ interactive

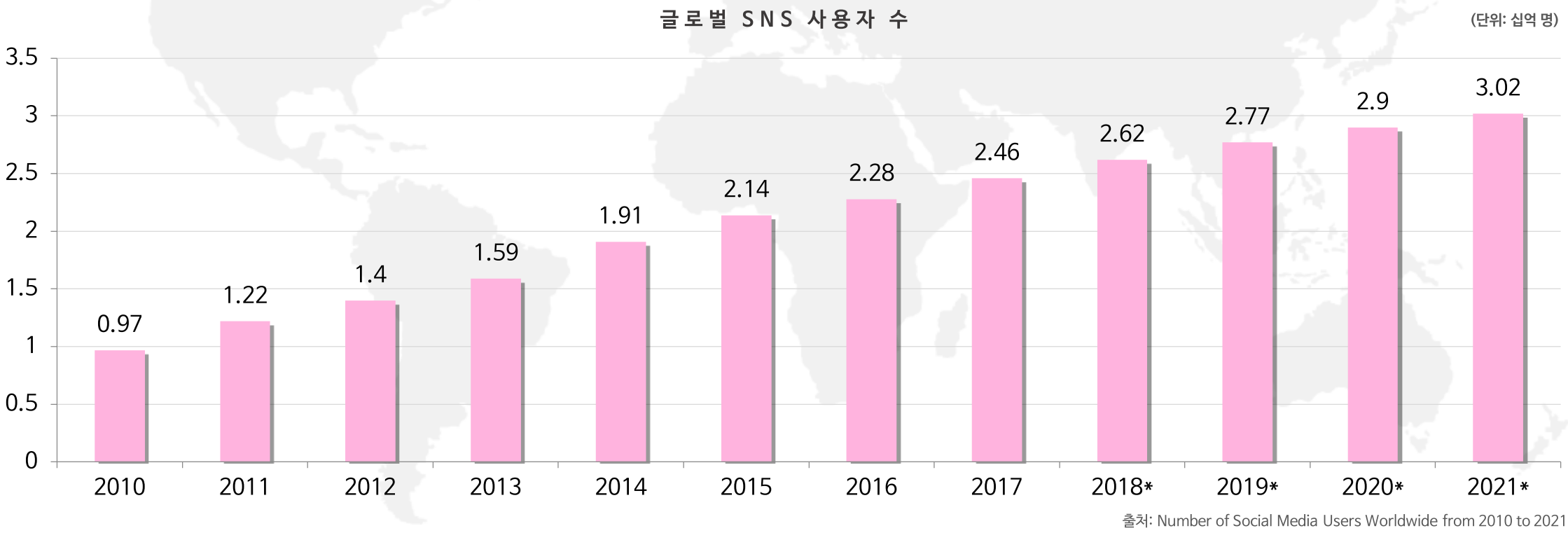
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

Reasons for the Popularity of Influence Marketing

인플루언서 마케팅의 인기 이유

소셜미디어의 시장과 성장

글로벌 SNS 사용자, 2021년까지 30억 명 이상의 유저 수 확보 예상



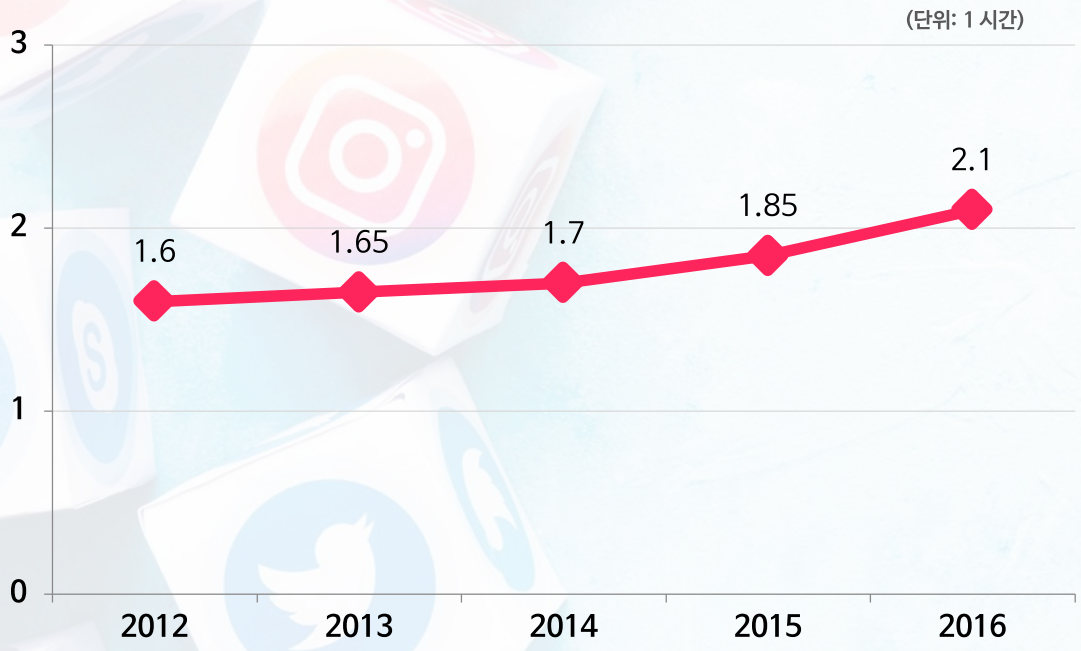
출처: Number of Social Media Users Worldwide from 2010 to 2021

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

소셜미디어의 시장과 성장

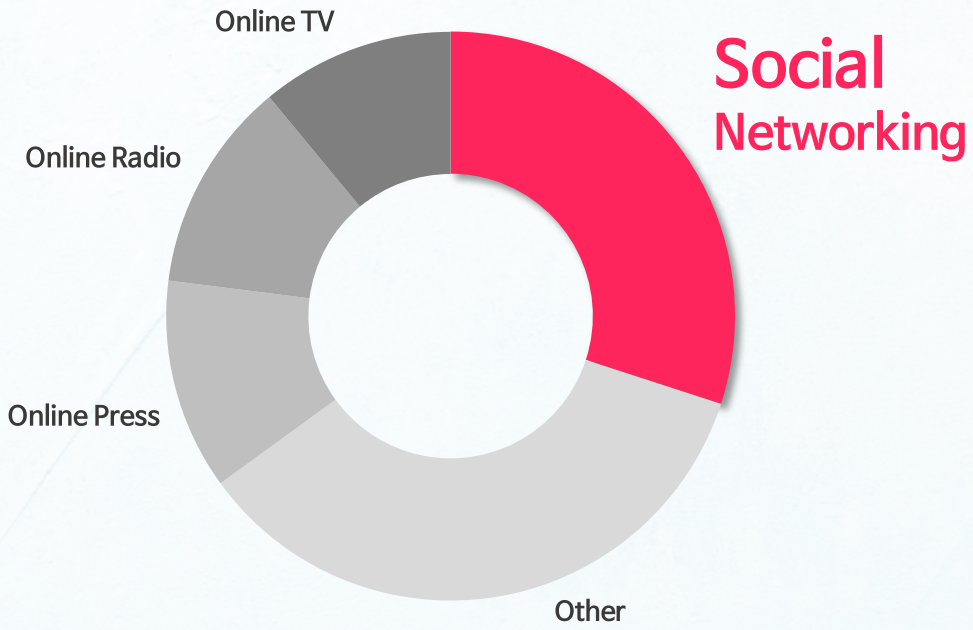
SNS 사용시간의 꾸준한 증가, 전체 사용시간의 30% 사용 중

하루 SNS 사용 시간



출처: Daily Time Spent on Social Networks Rises to Over 2 Hours

분야별 온라인 사용 비중



출처: Social Networking as a Share of Online Time

소비자의 소비결정에 높은 영향력을 끼침

‘인플루언서가 전달하는 정보는 신뢰가 간다’

95%

‘인플루언서의 행동을 따라 해봤거나 하고 싶다’

88%

‘인플루언서 영상을 지인에게 공유 또는 추천한 적이 있었다’

69%

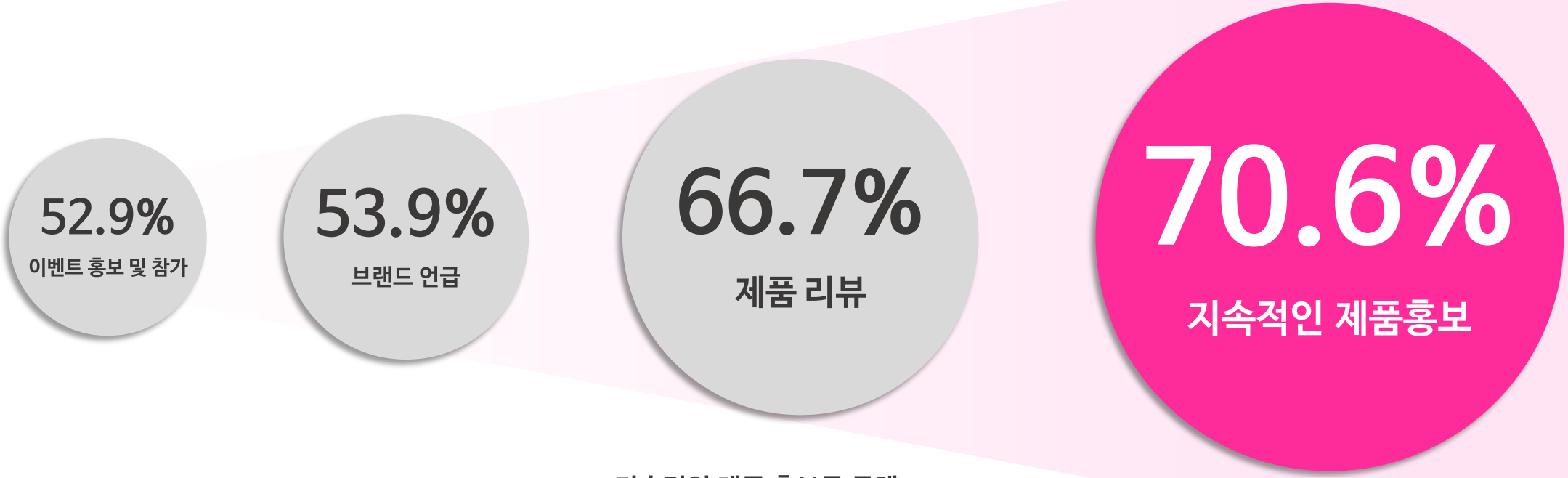
- 인플루언서는 소비자와의 소통을 시도 한다는 점에서 비교적 쉽게 소비자와 신뢰 형성 가능
- 정보 전달자가 자신과 비슷한 일반인이라는 측면에서 유대감이 형성되어 정보 전달과 설득력 향상에 긍정적 영향
- 인플루언서의 콘텐츠에 유저들이 반응하는 이유는 제품 만을 중심으로 한 광고가 아닌 일상을 바탕으로 한 스토리 중심이기 때문

출처: CJ E&M ‘DIA TV’, 1인 크리에이터 구독자 1만 2,774명 조사 (2016)

Copyright © 2

지속적인 인플루언서 마케팅이 효과적

효과적인 인플루언서 마케팅 전략



지속적인 제품 홍보를 통해

인플루언서의 이미지를 브랜드에 투영하는 것이 가장 효과적

출처: eMarketer, KOTRA_소셜인플루언서를 활용한 미국 시장 전략

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

Performance

of Influence Marketing

성과 향상 확인

소비자 구매에 인플루언서 콘텐츠가 미치는 영향

64% 인플루언서콘텐츠를통한 상품/서비스인지여부

- 인플루언서를 통해 제품/서비스를 1차적으로 인지하게 되는 소비자들이 증가
- 새로운 제품/서비스 출시에도 인플루언서 마케팅이 효과적인 전략이 될 수 있음

84% 인플루언서콘텐츠를통한 상품/서비스추가정보탐색여부

- 인플루언서를 통해 1차 정보를 얻은 후에 제품에 대해 10명 중 8명이 추가로 정보 검색
- 추가적인 정보 탐색의 과정에서 브랜드 인지도 증가

76% 인플루언서콘텐츠에서정보획득후 실제제품/서비스구매여부

- 인플루언서를 통해 정보를 얻은 후 실제 구매로 이어지는 비율이 높은 편
- Link Ad 등과의 연계를 통해 인플루언서 마케팅의 효과를 극대화를 통해 매출 증가 기대

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

인플루언서 마케팅의 효과. 01
금전적 측면

투자 수익률

인플루언서 1인에게 1달러를 투자했을 때

6.85배의 투자대비 수익 (ROI)을 거둠

투자 대비 수익(ROI)

Influencer Marketing은 다른 방식의

전통적 광고 방식에 비해

연간 11배에 달하는 투자 수익률 달성

소비자 구매 유도

인플루언서 마케팅을 접한 1,000명이

그렇지 않은 1,000명보다

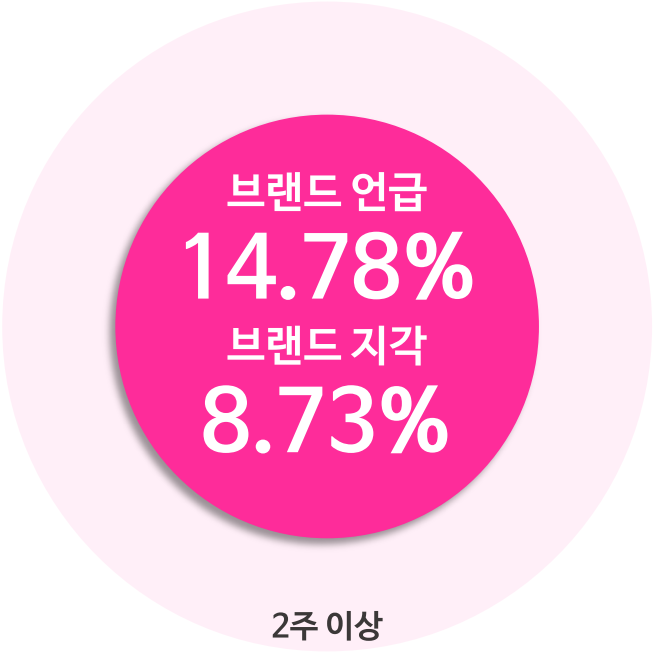
285달러를 더 소비하는 것으로 나타남

출처: DMC REPORT. (2018). 2018 인플루언서 마케팅 현황 및 전략 트렌드

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

인플루언서 마케팅의 효과. 02
성장 가능성 측면

브랜드
바이럴



2주 이상
인플루언서 마케팅 운영 시
효과적

신규 온라인 고객 창출
비용 효율성

신규고객 창출을 위한
온라인 마케팅 방법 중
가장 효율적

AD Block으로 사라지는
디지털 광고 규모

애드블록에 대한
온라인 마케팅의 대체제로
관심 증가

출처: Tomson, KOTRA_소셜인플루언서를 활용한 미국 시장 전략

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

인플루언서 마케팅에 대한 마케터들의 언급

전세계 84%의 마케터
1개 이상의 **인플루언서를 포함한 마케팅 캠페인 준비중**

84%

51%

마케터들의 절반 이상이
다른 마케팅 수단과 비교했을 때
인플루언서 마케팅을 통해 높은 품질의 고객을 확보

59%의 마케터들이 **제품 출시와 콘텐츠 제작**을 위해
인플루언서 마케팅 전략을 이용

59%

67%

67%의 마케터들이 **콘텐츠 홍보**를 위해
인플루언서를 활용

2015년 – 디지털 마케팅에서의 중요성에 두각을 보임

2018년 – 실무자들의 높은 지지를 받는 마케팅 수단으로 자리잡음

출처: Newsweek.(2018).2018년은 인플루언서 마케팅의 해

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

Global trend

Micro Influencer

글로벌 트렌드, 마이크로 인플루언서

마케팅 목적에 따른 인플루언서 선택적 활용 필수

규모에 따른 인플루언서 분류 및 ER지수

메가 인플루언서: 광범위한 타겟에 도달 가능하지만, 비용이 많이 들고 인게이지먼트가 떨어짐

마이크로인플루언서: 노출 커버리지는 낮지만, 비용이 적게 들고 유저의 관심과 행동 유도에 유리함

출처: KOTRA_Global market report 2018, 함샤우트_Content matters 2018

JnJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

팔로워 수가 적을수록 친밀감을 느끼는 마이크로 인플루언서

Mega Influencer

- 연예인, 스타급 유튜버 / SNS 셀럽
- 전문 콘텐츠 생산 / 브랜디드 콘텐츠 제작
- 약 100만 이상 팔로워

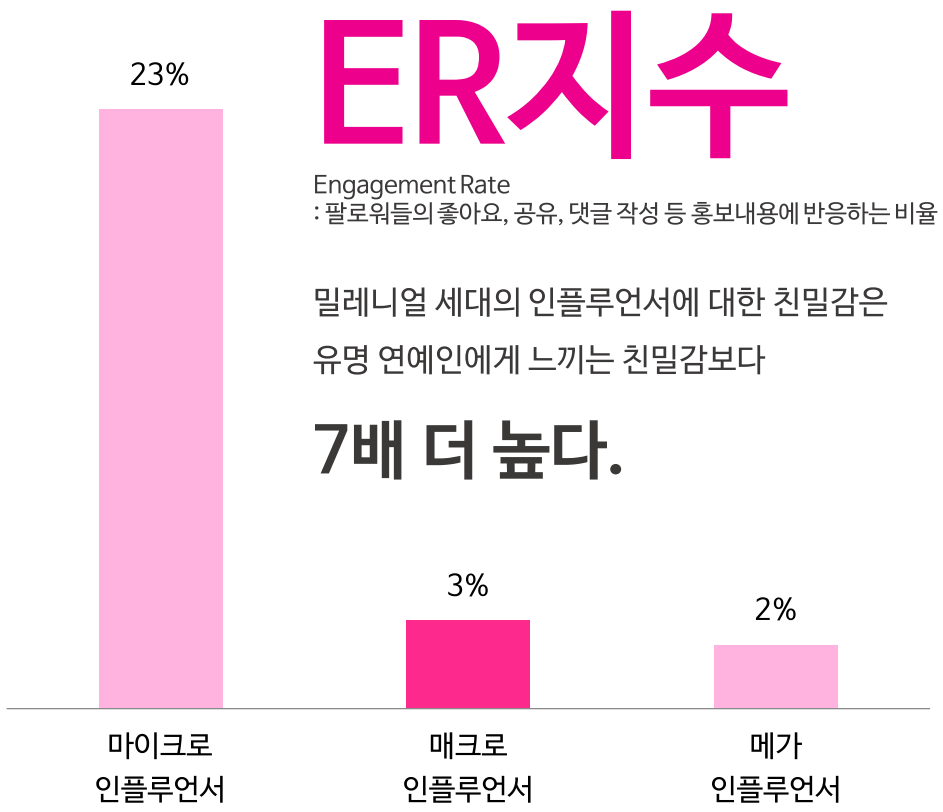
Macro Influencer

- 기자, 블로거 등
- 콘텐츠 제작 및 가공
- 약 1만~100만 명 팔로워

Micro Influencer

- 일반 SNS 운영자 및 브랜드 직원
- 일상, 브랜드 제품 리뷰 및 평가 콘텐츠
- 약 500 ~ 1만 명 팔로워

인플루언서 별 팔로워들의 ER지수



ER지수

Engagement Rate
: 팔로워들의 좋아요, 공유, 댓글 작성 등 홍보내용에 반응하는 비율

밀레니얼 세대의 인플루언서에 대한 친밀감은
유명 연예인에게 느끼는 친밀감보다

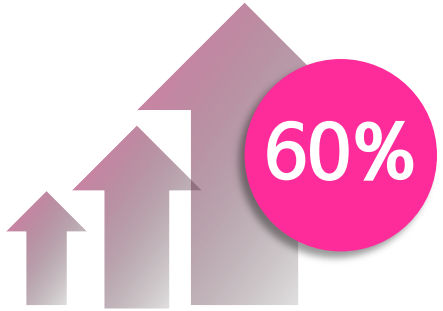
7배 더 높다.

JNJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

이유 01. 소비자들과 더 많은 소통을 유도

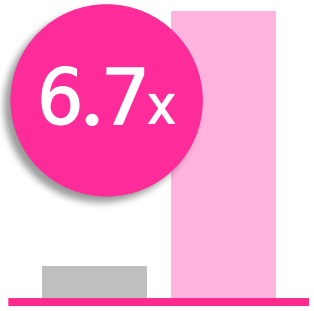
메가 인플루언서와 마이크로 인플루언서의 비교

캠페인 참여율



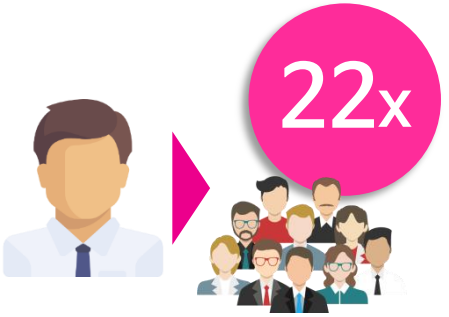
타 인플루언서 대비
캠페인 참여율

캠페인 참여 당 효율



많은 팔로워를 보유한 인플루언서 보다
6.7 배 효율적

소비자와 소통 유도

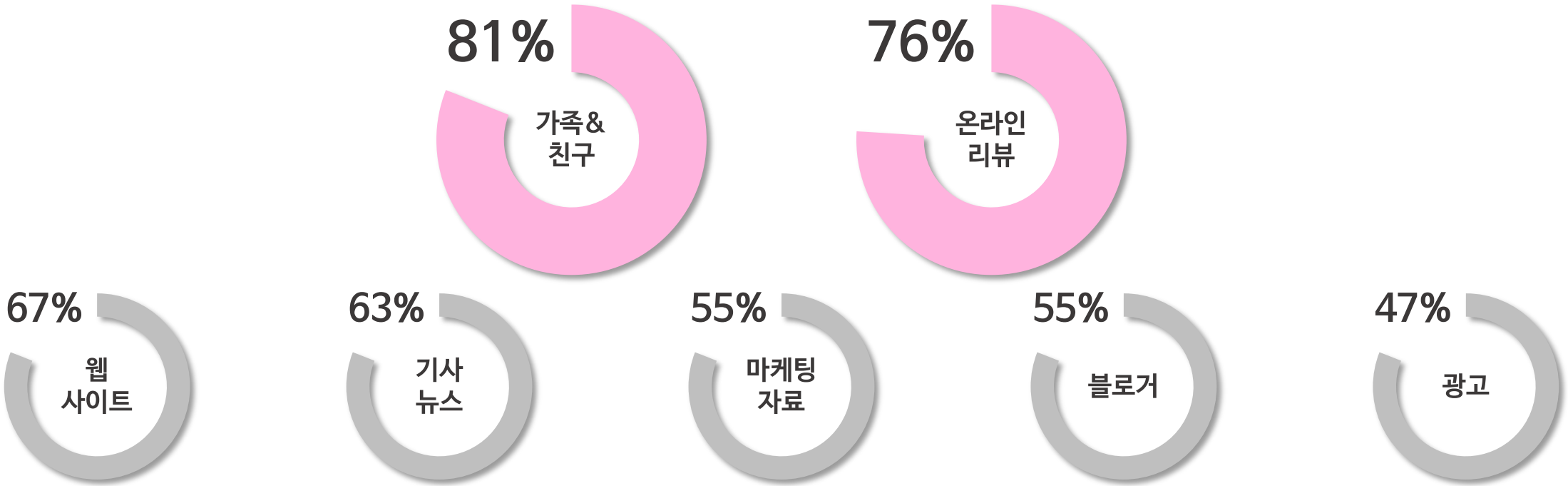


평균 소비자보다
주당 22.2배 많은 소통 유도

JnJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

이유 02. 친밀할수록 더 높은 신뢰도를 가지는 소비자 특성

소비자들이 구매 결정 과정에서 가장 신뢰하는 정보



광고보다는 친밀감을 높게 가지는 곳의 정보를 더욱 신뢰

JnJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

그만큼 더 효과적이지만

10 명의 마이크로 인플루언서

=

10배의 시간

10배의 노력

10배의 지속 관리

그만큼 더 어렵다

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE

성공적인 글로벌 인플루언서 마케팅을 위해 필요한 것

현지 사정을 잘 아는
전문 인플루언서 회사와

다이렉트 연결

JnJ는 가능합니다

현지 사정을 잘 아는 전문 인플루언서 회사와의
다이렉트 연결을 통한 효율적인 캠페인 집행

현지
트렌드 파악
이슈 신속 대응

원활한
현지
커뮤니케이션

영향력 있는
인플루언서
탐색 가능

Influencer Marketing

Global Agency

글로벌 마케팅 에이전시

글로벌 인플루언서 에이전시 (U.K/U.S/Europe)

Socially Powerful

영국에 지사를 두고 있는 인플루언서 마케팅 에이전시로서
영국, 미국, 유럽, 아시아, 호주 등을 아우르는 글로벌한 네트워크

Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Youtube의 Social Media 채널에서
펩시, 화웨이, 폴스미스 등의 글로벌 회사에서부터 스타트업까지 다양한 규모의 클라이언트 소유

- * 한꺼번에 많은 인플루언서와 협력할 경우에도 전담 팀과의 커뮤니케이션을 통해 업무 간소화
- * 최소 집행 금액 $20,000 (광고주와 캠페인마다 상이함)

Comments:
61,000개

Engagement:
130만

총 도달 수:
2천8백만

인플루언서 활용예시

NTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

글로벌 인플루언서 에이전시 (MENA)

THE INFLUENCER

중동, 북아프리카 지역 전문 인플루언서 마케팅 에이전시
사우디아라비아, UAE, 쿠웨이트, 레바논, 이집트, 모로코, 요르단 등을
포함한 72개 국가들을 커버

미디어 관련 검열에 기반한 제약이 많은 MENA 지역의 에이전시를 통해
현지 실정에 맞는 캠페인 집행가능

The Influencer의 플랫폼을 이용한 Influencer Marketing

The Influencer 소속 Influencer 프로필 검색

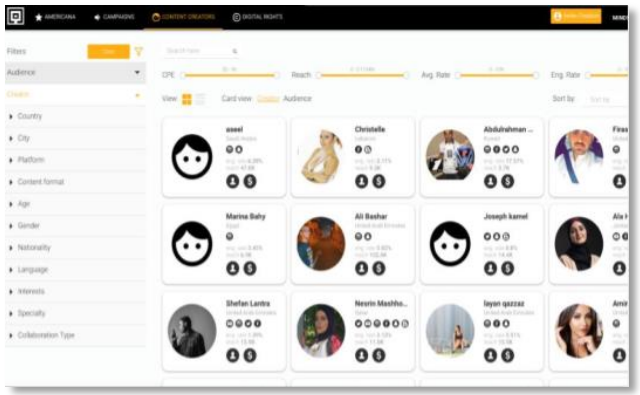
연령, 성별, 국적, 사용 언어들에 기반한 검색 가능

Influencer별 퍼포먼스 데이터 확인

Influencer 별 팔로워들의 Demo 정보 확인

(*Influencer별 가능한 정보는 상이할 수 있음)

플랫폼 예시화면



NTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

글로벌 인플루언서 에이전시 (South East Asia)

Indahash

동남아 내 싱가폴, 인도네시아 자카르타에 지사를 두고 있는 인플루언서 마케팅 에이전시

대형 인플루언서 뿐만 아니라 마이크로 인플루언서도 섭외 가능

성별, 나이, 지역 등의 타게팅 옵션도 가능

- **광고주:**
  - Sephora (글로벌화장품전문멀티스토어)
- 캠페인 목적:
  - Sephora입점브랜드인KatVonD의브랜드인지도향상
- 참여 인플루언서:
  - 36명
- **Engagement Rate :**
  - 4%
- 총 도달 수:
  - 1,000,000회이상

소재예시화면

NTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

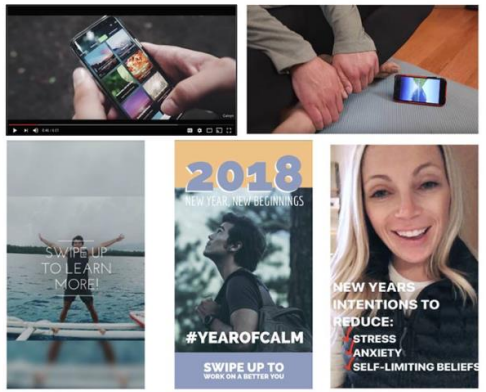
글로벌 인플루언서 에이전시 (Canada&USA)

Viral nation

2019 Top 200 Marketing Agency 중 한 곳으로 선정
5만 5천명의 인플루언서 풀 보유
제작된 콘텐츠에 대해 라이선스 제공

빅 클라이언트와 인플루언서 마케팅 진행 이력 보유
(BUD LIGHT, ROVID_Angry Bird 2, Apple 등)
Instagram Story, Facebook, YouTube 인플루언서를 통해 캠페인에 적합한 콘텐츠 제작

소재예시화면



전체 인터렉션

16.6 M

클릭 수

126.9K

NTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

글로벌 인플루언서 에이전시 (Vietnam)

CREATORY

베트남 호치민에 위치한 MCN (Multi-channel network)
누적 라이브 뷰 60 억, 유튜브 월 조회수 2억 회
유튜브 팔로워 120만 명 , 라이브 스트리밍 인터렉션 5만 건

아수스, 엔비디아, 코카콜라, 샤오미, LG 등 글로벌 브랜드 협업 진행
게임, 라이프스타일 ,엔터테인먼트, 교육 등 다양한 분야의 인플루언서 마케팅 진행 중

보유인플루언서활용사례

NTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

Appendix

글로벌 마케팅 인사이트

인플루언서 마케팅의 종류와 프로세스

Influencer Marketing

Global Insights

인플루언서 마케팅 글로벌 인사이트

글로벌에서 영향력 있는 대표 지역

인터넷 보급률과 소셜미디어 시장의 성장으로

인플루언서 마케팅의 영향력이 높음

JnJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

미국, 가장 발전되고 성숙된 인플루언서 시장

시장 전망

400%

최근 3년간
인플루언서 마케팅 시장
급성장

수익성

x6.5

기업 마케팅 담당자들의
인플루언서 마케팅을 통한
투자 대비 추가 매출액

신뢰도

74%

미국 소비자
페이스북, 유튜브 등
소셜 네트워크를 통해 구매결정

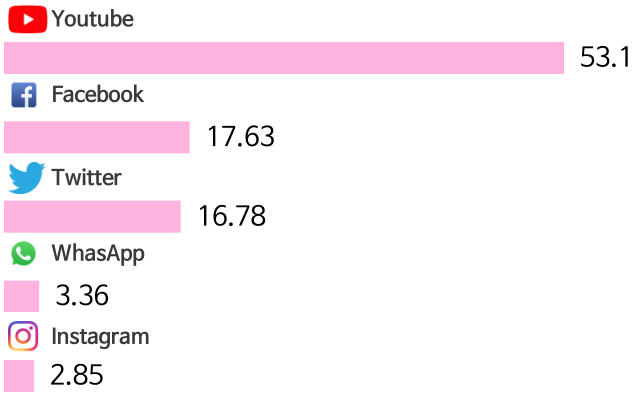
JnJ interactive
Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

중동, SNS를 통한 활발한 구매 결정

전자상거래 업체 접속 경로 중 SNS가 차지하는 비율

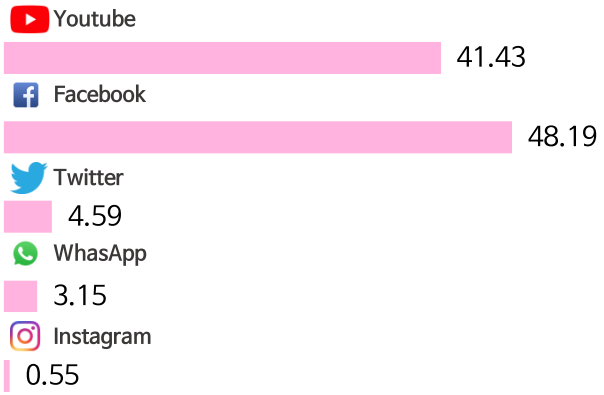
패션 전문

NAMSHI



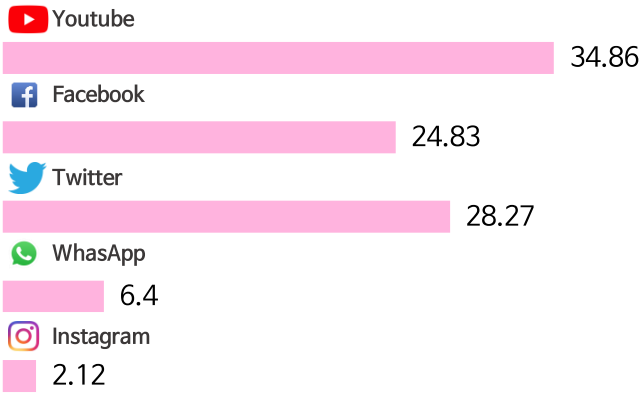
종합 유통

SOUQ an amazon company



종합 유통

noon



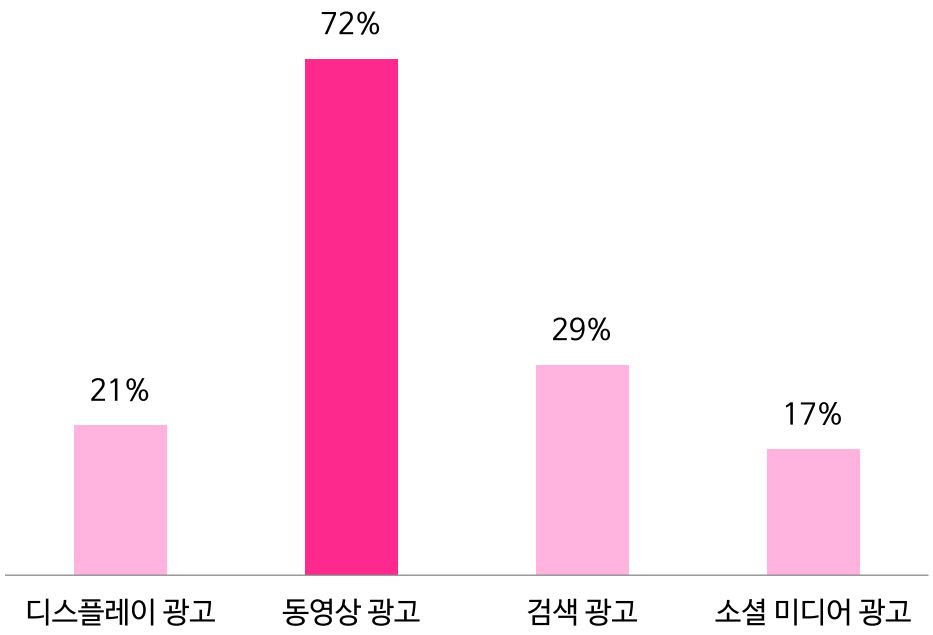
출처: Similarweb, 2019. 1월 기준

JnJ interactive

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

인플루언서의 영향력으로 성장하는 베트남

각 광고 유형의 광고 성장률



출처: 2018, 오픈애즈, 매조미디어, 지금 우리는 베트남으로 떠난다

베트남의 주요 MCN 기업

기업명	설명	대표 크리에이터 및 채널
yeah1	월간 영상 조회수 기준 세계 7위, 아시아 1위 MCN 사업자 기술 지원, 시청자 분석, 음악 라이브러리 등의 서비스 제공	Ouynh Anh Shyn, An Coong Piano, Justa TeeMusic, Hari Won
pops	자체 플랫폼 Pops kids TV, Pops TV 보유	Hoai Linh, Dma Vinh Hung Dan Trung, Cam Ly, CaubBeNguNgo Binh Ga
metub	지적재산권, 음악 라이브러리, 컨설팅 서비스 제공	ViruSs, Hieu Orion
BroadbandTV	채널 아트 디자인, 음악 라이브러리 등 제공	Tho Nguyen, Zombie V4, MaxChannel
CREATORY	한국계 MCN 사업자(게임 방송 특화) 시청자 분석, SNS 관리, 스튜디오 등의 종합 서비스 제공	Oops banana, Misthy PewPew Studio

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

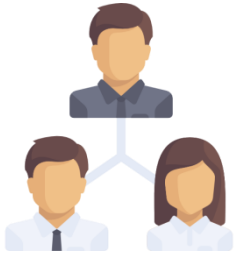
소셜미디어의 영향력이 막강한 인도네시아

소비자의 주요 결정 요인

Facebook, Twitter 등
SNS를 통한 구매결정

74%

인터넷 사용시간 대비 SNS 사용시간 비율



2018년 기준
3시간 23분

38%

인터넷 유저들의 인터넷 사용 형태

전체 인터넷 사용 시간 중
소셜에 할애하는 비중이 높음
(세계 TOP4)

국가별 소셜미디어 할애 시간(일)

필리핀	4시간 12분
브라질	3시간 34분
콜롬비아	3시간 31분
인도네시아	3시간 26분
아르헨티나	3시간 18분

세계적으로
소셜 이용 증가 유저수
높은 국가 (TOP 3)

2019년 기준

20,000,000

(2천 만 명)

JnJ interactive

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

Types and processes

of Influencer marketing

인플루언서 마케팅의 종류와 프로세스

주로 쓰여지는 인플루언서 마케팅의 종류

Discount Codes

인플루언서마다 각각의 할인코드를
부여하여 콘텐츠와 함께 공유

캠페인 목적이 세일즈 증가일 경우
자주 활용되는 형태

소비자가 충동구매를 할 만큼의
좋은 조건의 할인혜택을 제공할 경우 더욱 효과적

Giveaway (Sampling)

제품을 해당 인플루언서가
팔로워들에게 나눠주는 형식

마케팅 캠페인 목적이 브랜드 인지도 증가인 경우 사용

인플루언서의 팔로워를
늘리는데도 효과적이라
윈-윈 전략이 가능함

Sponsored Post

Social Media나 Blog에 광고 글을
인플루언서가 게재하는 형식

Blog 포스트의 경우, 검색엔진 결과에도
계속 노출이 가능하기 때문에
Social Media 대비 장기간 유지가능

Event

이벤트에 대한 콘텐츠를
제작하여 팔로워들과 공유

여러 인플루언서들을 한데 모아
초대하여 브랜드/캠페인 컨셉을
경험할 수 있는 이벤트를 준비

긍정적 후기를 위해 행사 진행이 원활하도록 주의

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

인플루언서 마케팅의 프로세스

1. 인플루언서 마케팅 전략 수립
2. 인플루언서 분석
3. 인플루언서와 컨택 후 조건 협상
4. 인플루언서와 계약
5. 인플루언서에게 마케팅 전략 브리핑
6. 캠페인 진행
7. KPI 및 캠페인 진행 성과 리뷰

- Influencer와 협력하기 위해서는 보통 인플루언서 마케팅의 단계를 대행해 주는 에이전시를 이용
- 에이전시는 브랜드나 캠페인에 맞는 인플루언서를 추천해주고 Set Strategies 이후의 단계의 업무를 대행
- 주로 인플루언서가 받게 되는 커미션의 일부분을 에이전시가 나눠 갖는 형식으로 진행

Copyright © 2019 JNJ INTERACTIVE Inc., All Rights Reserved.

E.O.D

감사합니다

마케팅 기획팀 E. mp@jnjinteractive.com T. 02-6000-8413

©2019 JNJ INTERACTIVE. All content of this document is exclusive property of JNJ INTERACTIVE. It may not be modified, and disclosed to third party without JNJ INTERACTIVE's written consent.