

the **DIGILOG**
CREATIVE & MARKETING LAB.



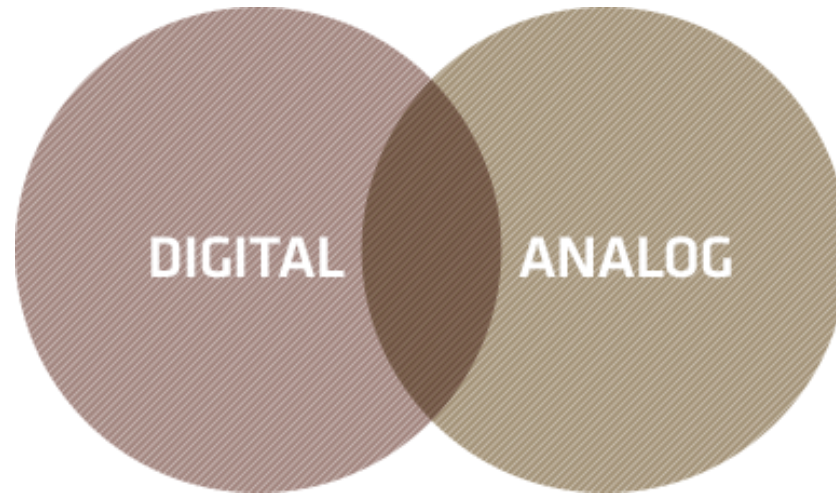
under **IDE**Ation

Digital + Analog



‘Digilog Marketing’

About Us



DIGITAL + ANALOG
DIGILOG Marketing

the DIGILOG는 디지털과 아날로그 사이의 영역을 구분 짓지 않습니다.

브랜드와 소비자가 만나는 모든 접점에서 진정한 Interaction을 이끌어 낼 Insight로

the DIGILOG만의 가장 효과적인 Solution을 제공합니다.

I. the DIGILOG

Overview

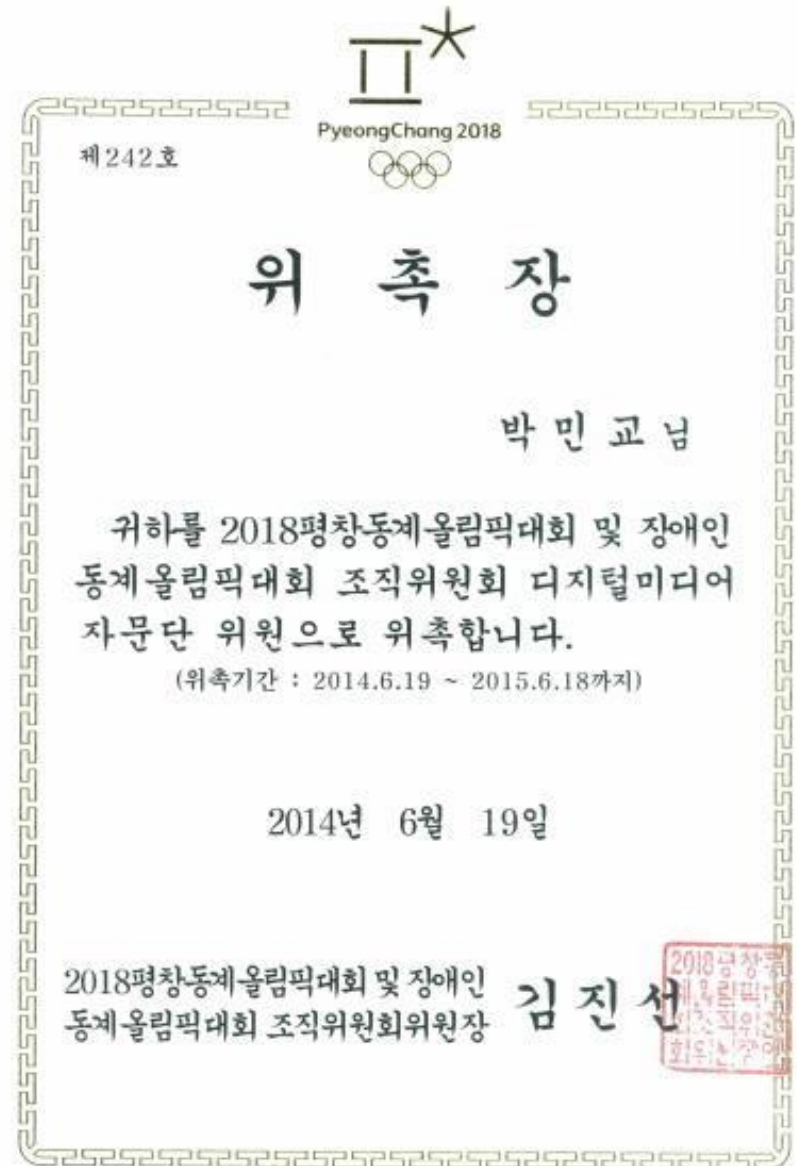


회사명	(주) 더 디지로그 (the DIGILOG)
대표자	박민교
주소	서울특별시 성동구 독성로1길 31 서울숲 M타워 1306호, 1307호
대표 전화 / 팩스	070-4351-0213 / (Fax) 070-4351-0217
대표 메일	digilog@thedigilog.co.kr

CIO (Chief IDEA Officer) 소개

❖ 박민교 대표

- 現, the DIGILOG 대표
- 前, 2018 평창동계올림픽 디지털 미디어 자문 위원
- 前, BRIDGE Laboratory 부사장
- 前, Lee & DDB 기획팀 국장
- 前, Welcomm 기획팀



CIO (Chief IDEA Officer) 소개

➤ 진행 Project

- 삼성생명, 매일유업, 롯데주류 처음처럼, **Fitz**, 넥센타이어, **CJ**, **Reebok**, **olleh KT**, 종가집, 시디즈, 에이스침대, 일룸, **Standard Chartered Bank**, 굽네치킨, 뚜레쥬르, 동서식품, 후지필름 일렉트로닉 이미징 코리아, 한국 토요타 자동차, 빙그레, **Philips**, **unicef**, **Unilever**, 삼성전자, 한국**HP** etc.

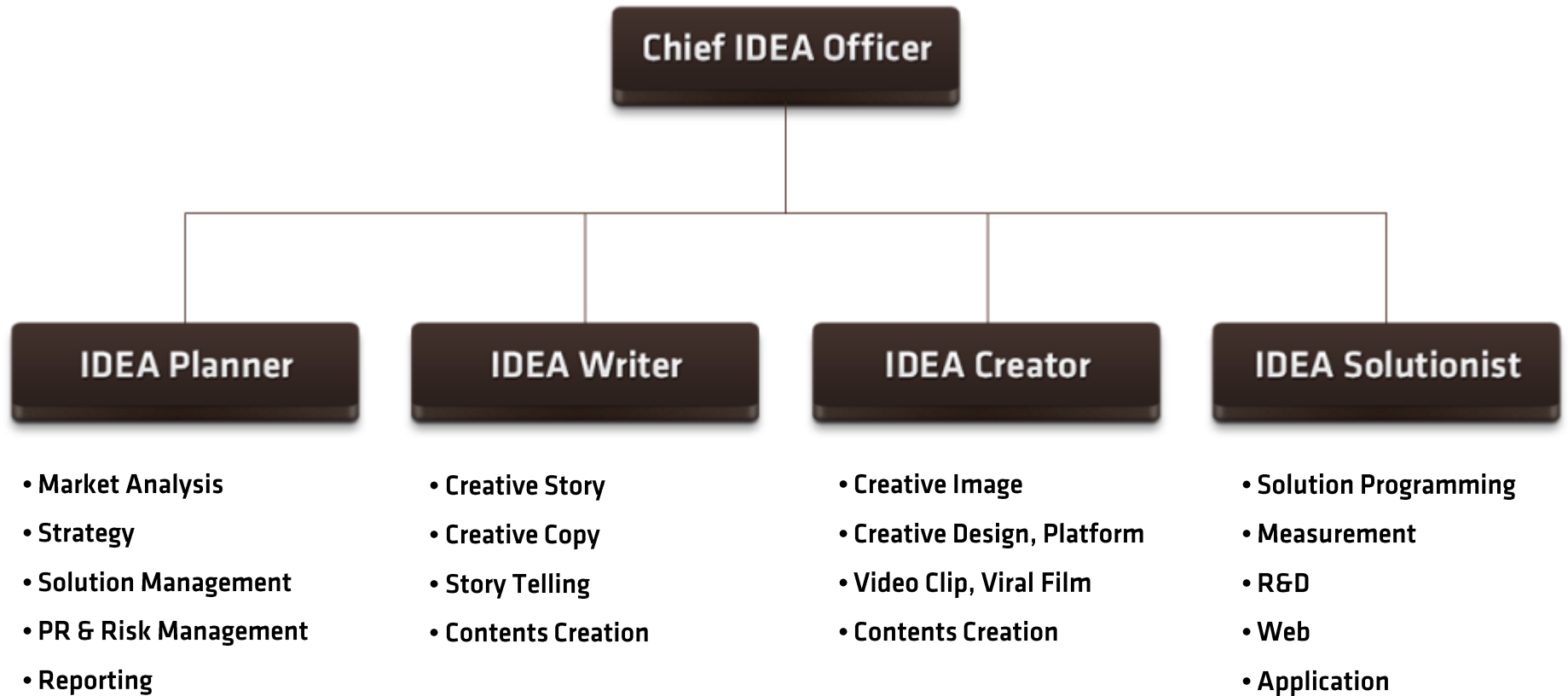
- Digital Marketing

- **SONY** - 'like.no.other' 캠페인
- 대웅제약 - '생활의 힘' 캠페인
- 위니아 덤채 - '발효과학' 캠페인
- 한국 **GM** - 소리가 차를 말한다 '싯! 레간자' 캠페인

➤ 강의 및 기고

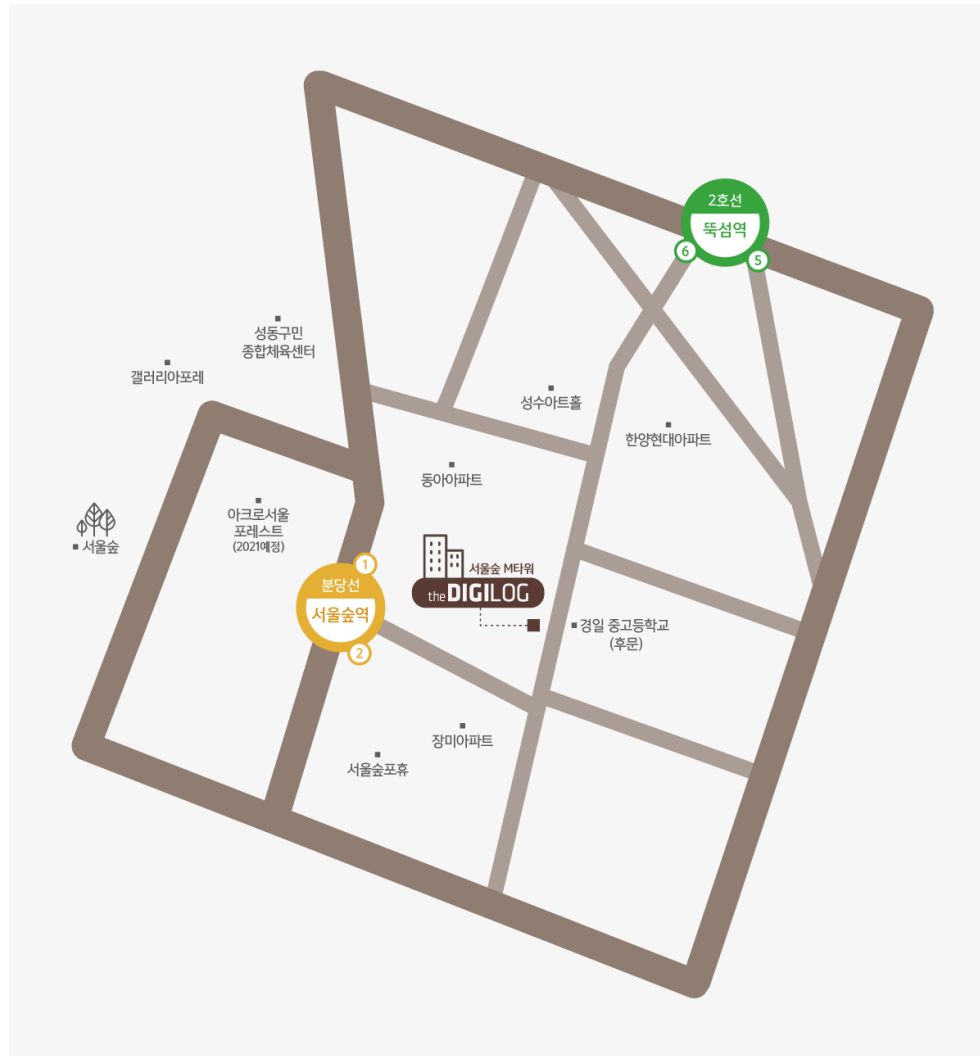
- 前, <단국대학교> 강의
 - 광고 기획(**Advertising Strategy**)
- 前, <한겨레 교육문화센터> 강의
 - **New Media** 시대의 쌍방향 커뮤니케이션
- 前, <KOBACO> 강의
 - **New Media**에 대한 이해와 활용 사례
- 前, <중소기업 마케팅 기반 조성 사업단> 강의
 - 가난하지만 지혜로운 마케터의 선택, **Digital Marketing**

Organization



Location

서울특별시 성동구 독섬로1길 31
서울숲 M타워 1306호, 1307호(성수동1가)



Clients

NEXN
넥센타이어

SBI
저축은행

Maeil

KOLON

ACE
ACE AVENUE

FURTERER
PARIS

처음
처럼

순하리
처음
처럼

Fitz
SUPER CLEAR

종가집
JONGGA

SAMSUNG
삼성생명

빙그레

slou.

Goobne
No.1 Oven Roasted Chicken

NEXON

SIDIZ

TOUS les JOURS

TOYOTA

kt

ERICSSON | **LG**

**Standard
Chartered**

FUJIFILM

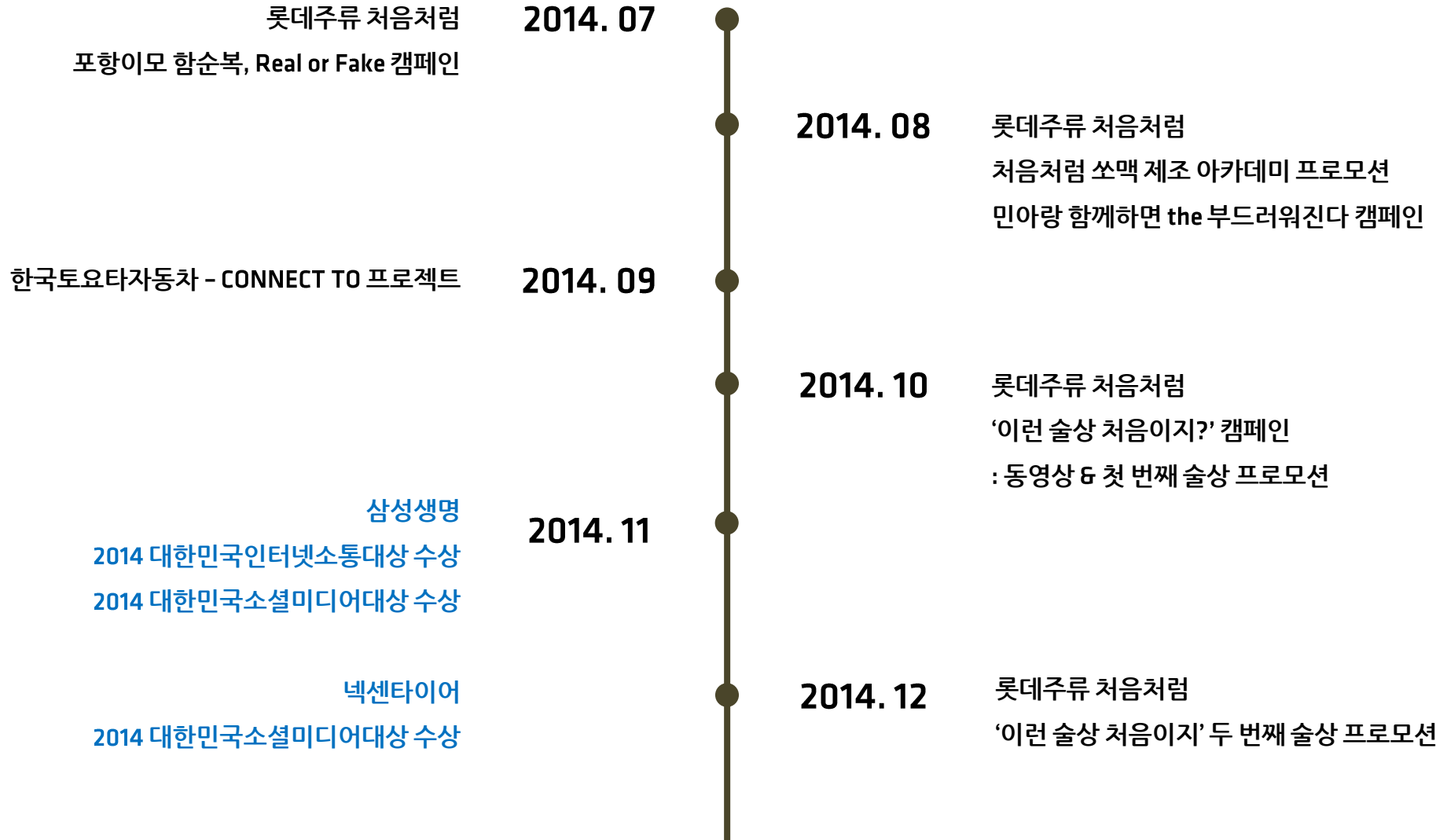
History - 1) Client & Campaign



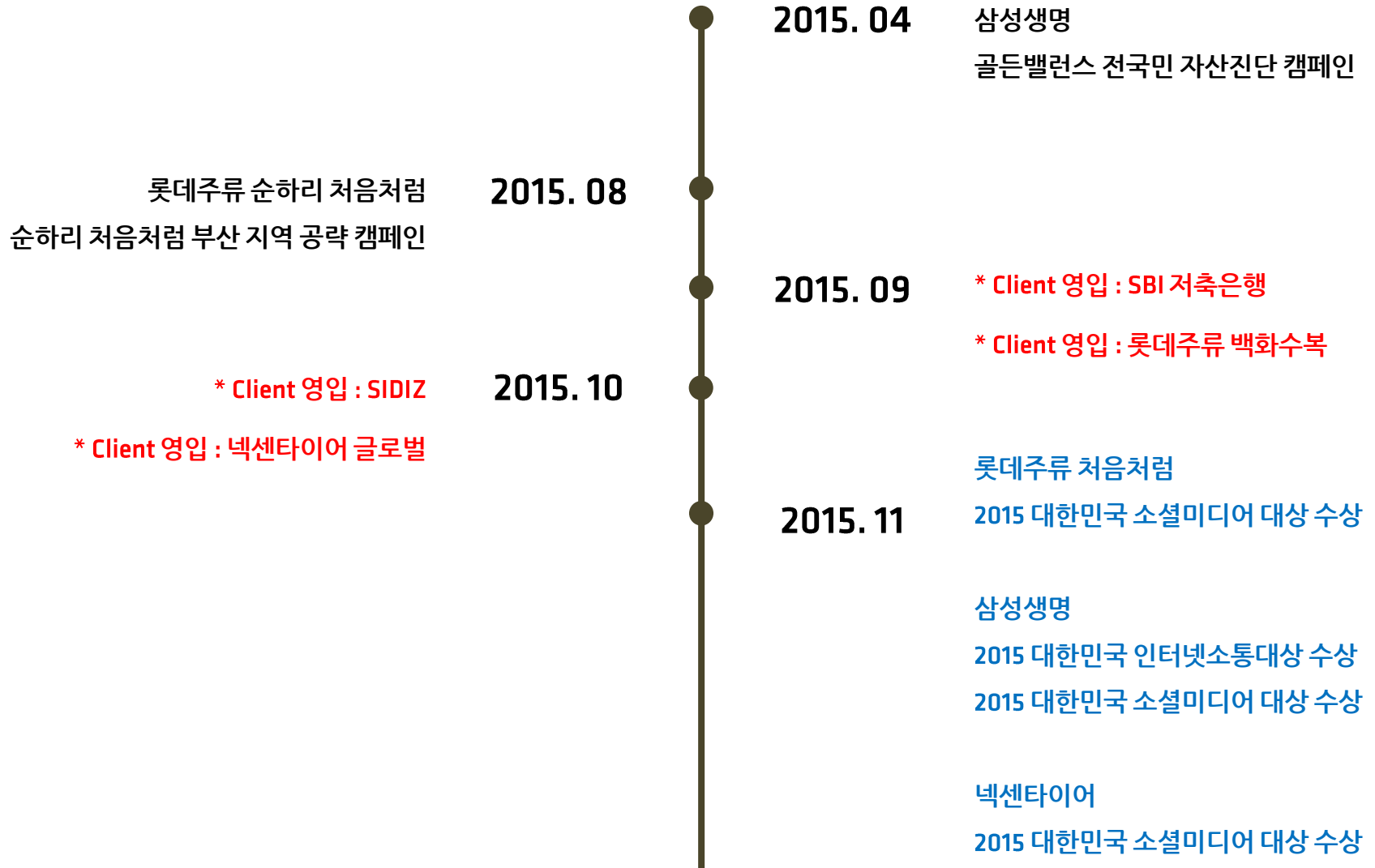
History - 1) Client & Campaign



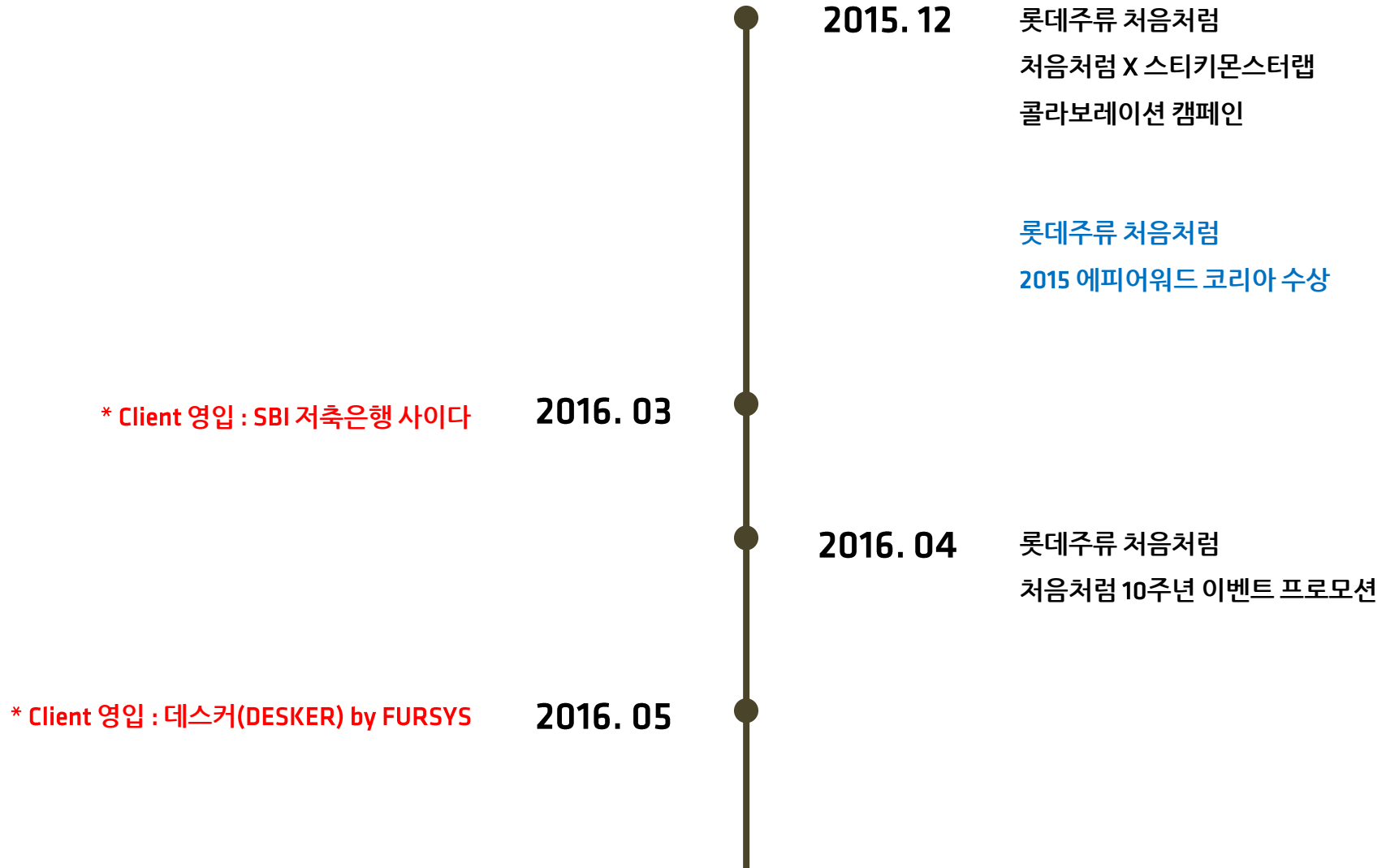
History - 1) Client & Campaign



History - 1) Client & Campaign



History - 1) Client & Campaign



History - 1) Client & Campaign



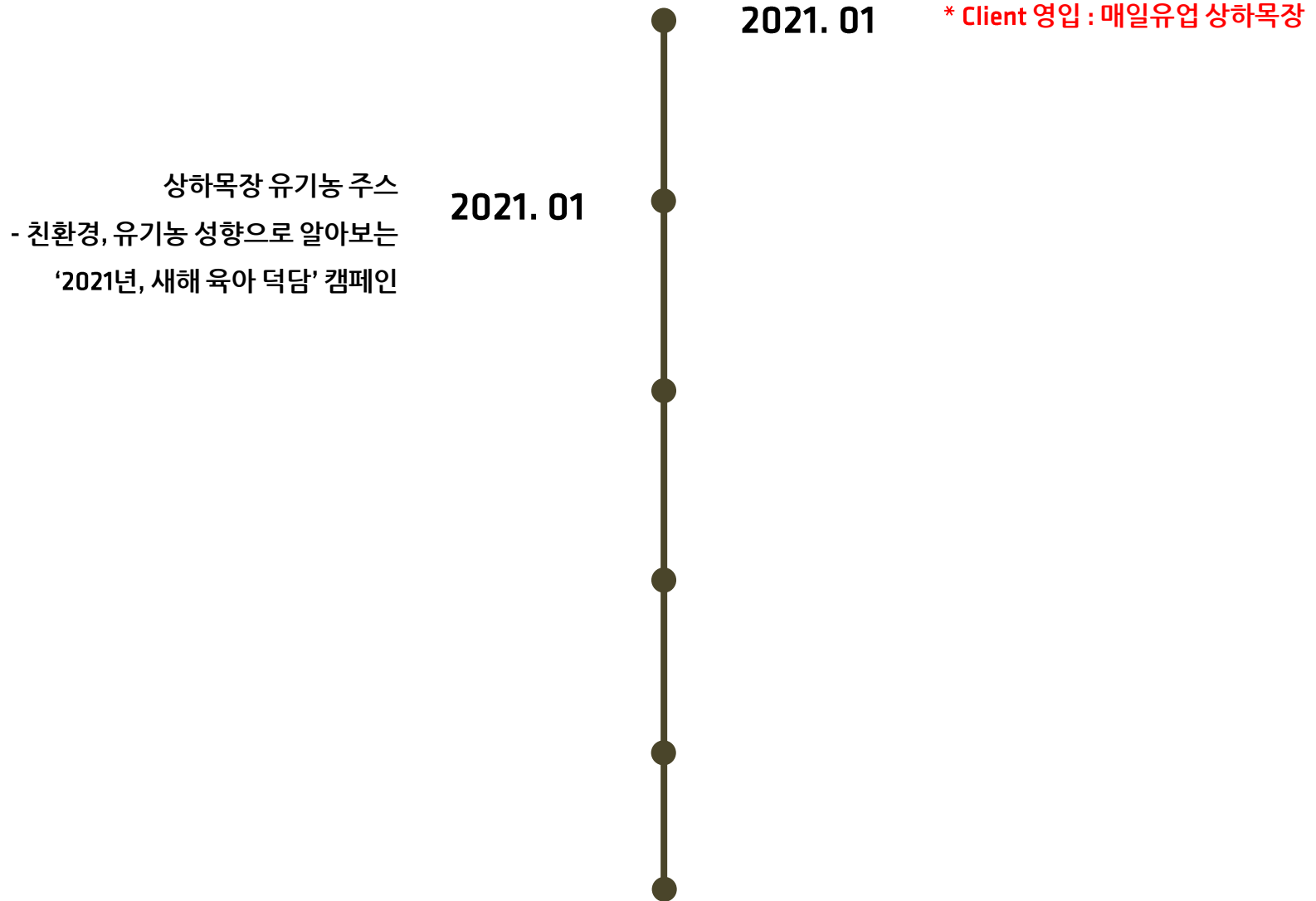
History - 1) Client & Campaign



History - 1) Client & Campaign



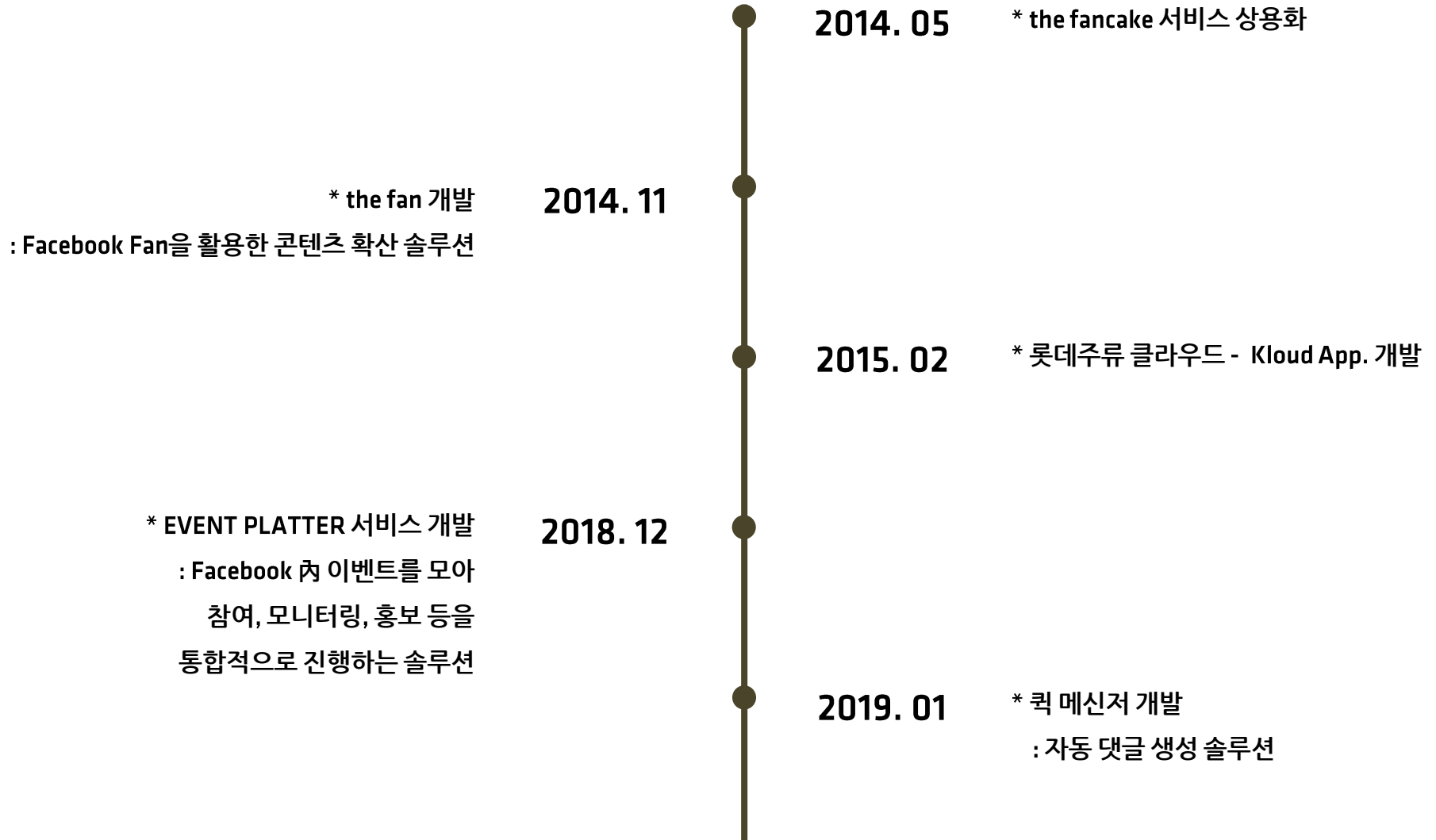
History - 1) Client & Campaign



History - 2) Digital Solution



History - 2) Digital Solution



History - 2) Digital Solution

* Social Meter 개발
: SNS 채널의 순위 조회 및
협업 가능 채널 서칭 솔루션

2020. 04

2019. 03

* the fancake Form 개발
: 온라인 상 간편한 설문 제작 및
정보 수집/관리 솔루션

2020. 11

* My Dashboard 개발
: 보고용 자료와 그래프 제작,
원하는 데이터의 정기적 푸시 솔루션

II. 'the DIGILOG' Marketing

Marketing Service



SNS Contents Create

브랜드 및 디지털 전략을 바탕으로
소셜 미디어 채널을 운영하며
각 플랫폼에 적합한
콘텐츠를 제작합니다.



SNS AD Management

효과적인 브랜드 콘텐츠 어프로치를
위해 디지털 플랫폼 광고를 직접
집행하며 페이스북 핫라인도
보유하고 있습니다.



Viral Film / Clip

클라이언트 마케팅 목표에 부합하는
Viral Film / Clip 등 동영상 콘텐츠를
기획 및 제작합니다.



Influencer

다양한 접점에서
브랜드의 목소리가 되어줄
인플루언서, 파워블로거, 체험단,
유튜버, 크리에이터 등과 협업하여
양질의 **WOM**을 창출합니다.



Website / Microsite / App.

브랜드의 공식 채널인 웹 사이트 및
마이크로 사이트, 모바일 어플리케이션
등을 제작, 개발 및 운영합니다.



S.O.V & S.E.O

타깃들의 공감대를 자극하는 다양한
형태의 콘텐츠를 생성, 주요 거점에
전략적으로 노출합니다.



DA / Brand Search AD

타깃에 최적화된 미디어에서 브랜드
메시지를 직접적으로 전달,
브랜드 거점으로서의 유입을 유도합니다.



Target Area Promotion

타깃 밀집 지역에서 브랜드에 관한
선호 이미지 및 경험을 제공하는
프로모션 및 이벤트를 기획, 운영합니다.

III. Success Case

Client

롯데주류 처음처럼

‘해피 라벨 만들기’ 캠페인

일상에서 자주 접하지만, 고정적인 이미지에 사로잡혀있던
‘소주’ 제품의 속성을 감성적으로 확대하고
고객과의 Interaction을 증대시킬 수 있는 캠페인을 기획했습니다.

‘처음처럼 해피 라벨 만들기’ 캠페인은 ‘00처럼’으로
자신이 원하는 이름을 적용하는 것뿐만 아니라 정형화된 라벨 곳곳에
자신이 원하는 문구를 새겨 넣고 제작된 라벨을 선물 받는
프로세스로 운영되었습니다.

이는 ‘처음처럼’이라는 브랜드와의 친밀도를 높이고, 브랜드 로열티를
높이는 계기가 되었으며 해피 라벨을 받아 본 고객들의 인증샷을 통한
자연스러운 2차 Viral 효과도 얻어 냈습니다.

1차~6차까지 회식, 명절, 승진, 가족, 웨딩 등을 테마로 한
시즌 캠페인으로 운영되었으며, TVC의 메인 소재로도 활용되는 등
고객들에게 높은 호응과 자발적인 반응을 이끌어 냈습니다.



Client

롯데주류 처음처럼

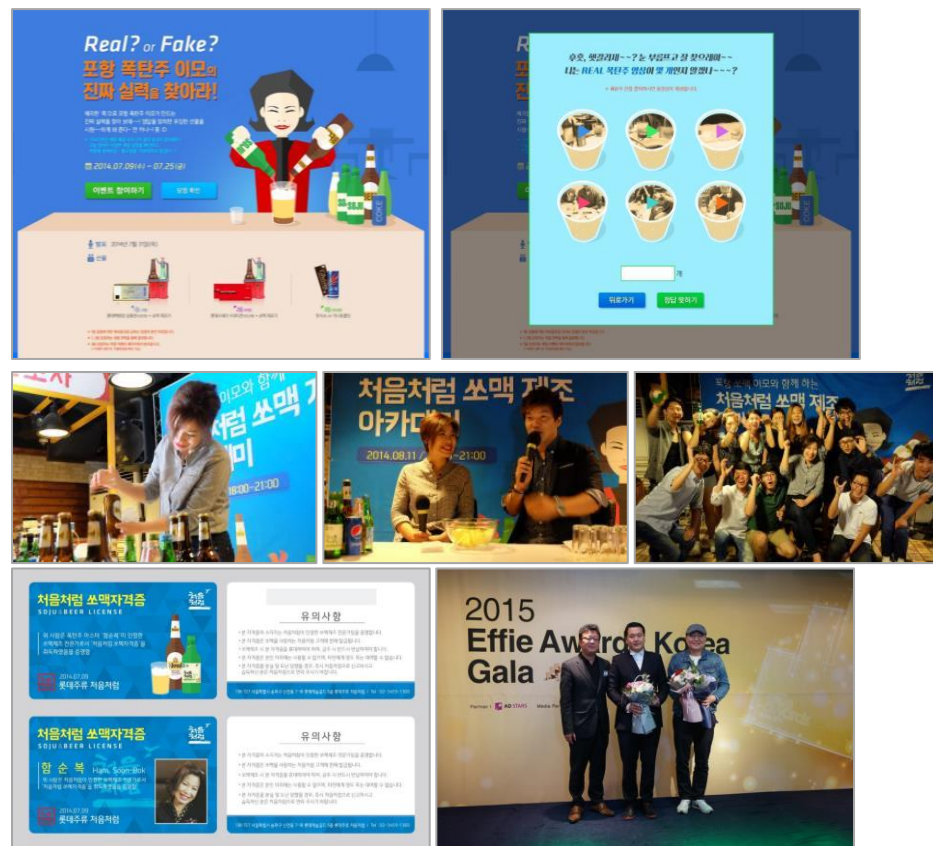
포항 이모 함순복, 'Real or Fake' 캠페인

온라인 상에서 소맥 달인으로 유명했던 '포항 이모, 함순복'씨와 함께
처음처럼 콜라보레이션 캠페인을 진행했습니다.

처음처럼로 소맥을 제조하는 다수의 영상 속에서
진짜 소맥 제조 영상을 찾는 방식으로 브랜드가 공략하는
젊은 소비자들의 호기심을 자극했습니다.

처음처럼 페이스북 공식 페이지를 중심으로 'Real or Fake' 캠페인을
진행한 결과 총 559만 View 이상의 반응을 얻었으며,
타겟 접점에서의 '처음처럼 소맥 제조 아카데미' 행사도
성공적으로 개최하였습니다.

특히, 에피 어워드 코리아에서 금상을 받는 등
Mass 마케팅의 한계를 뛰어넘어 타겟 관심사를 브랜드에 접목,
저예산으로 매출 성과 제고 및 브랜드 이슈화에 기여하는 효과를
얻어 냈습니다.



Client

빙그레

‘빙그레 플레EAT’ 캠페인 운영 및 굿즈 제작

빙그레의 메인 타깃인 밀레니얼 세대들의 관심을 끌 수 있는 재미있는 장난감(굿즈 2종)을 제작하여 빙그레 플레EAT 캠페인을 진행했습니다.

캠페인 사이트를 개설하여 총 2회에 걸쳐 참여자를 모집하고, 자사 채널에서 콘텐츠 및 페이스북 & 인스타그램의 광고 집행을 병행하였을 뿐만 아니라 타깃 관련 제휴 커뮤니티 소개, 사전 소문내기 이벤트, 메인 이벤트, 우수 후기 선발 이벤트 등을 통해 밀레니얼 세대들의 적극적인 소통을 이끌어 냈습니다.

1차 빙그레 나노블록과 2차 바나나맛우유 코스튬 모자를 받기 위해 약 50,000여 명이 참여하였고, 사후 자발적인 바이럴로 콘텐츠가 확산되며 온, 오프라인이 자연스럽게 연계되는 긍정적인 반응을 얻었습니다. 이를 통해 메인 타깃인 밀레니얼 세대들에게 빙그레의 즐거운 이미지를 인식시켰고 SNS 채널의 역할을 단순 제품 홍보가 아닌 함께 즐기고 놀 수 있는 채널로 인식시켰습니다.



Client

SBI저축은행

‘SBI 저축가요’ 캠페인 - 뉴트로 트렌드

‘저축합시다’라는 기업 브랜드 테마를 타깃들에게 효과적으로 전달하고자 뉴트로 트렌드를 활용한 ‘SBI 저축가요’ 캠페인을 진행하였습니다.

‘SBI 저축가요’는 모든 세대에게 인지도가 있고, 호감과 인기를 끌었던 과거의 노래를 저축을 장려하는 가사로 개사하여 리메이크했으며, ‘월급은 흘러갑니다’, ‘너나랑비해 나는저축해’, ‘영원한 저축’, ‘토요일은 뱅킹 좋아’, ‘당신은 모으실거야’ 등 총 5곡을 제작했습니다.

현재, 유튜브에서 활발히 활동하고 있는 싱어송라이터 ‘요요미’와 ‘내일은 미스트롯’에 출연하며 ‘탤버린 신기술’, ‘홍진영 닮은 꼴’로 이슈가 된 가수 ‘박성연’이 함께한 SBI 저축가요는 유튜브에서 큰 이슈를 만들었습니다.

특히, 해은이의 제3한강교를 개사한 ‘월급은 흘러갑니다’ 뮤직비디오는 온라인에서 화제를 일으키며, 500만 이상의 유튜브 조회 수를 기록하였고, 뒤이어 2탄으로 출시한 ‘당신은 모으실거야’ 뮤직비디오도 런칭 20여 일 만에 160만 이상의 유튜브 조회 수를 기록, 이례적인 성공을 거두며 저축은행 업계 최초로 ‘2019 대한민국 광고대상’에서 오디오 부문 은상을 수상했습니다.



Client

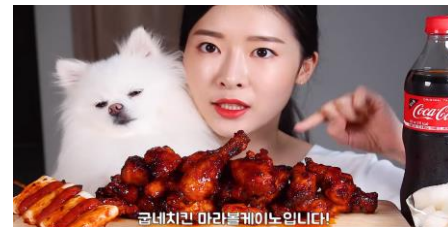
굽네치킨

굽네치킨 X 유튜버(인플루언서 & 크리에이터) 콜라보 캠페인

굽네치킨의 메인 타깃인 1020 세대들에게
가장 영향력이 있는 유튜버(인플루언서 & 크리에이터)들과
협업 캠페인을 진행하였습니다.

먹방을 비롯해 시즌 이슈를 활용한 상황극, 식감을 자극하는 ASMR 등
다양한 형태의 영상 콘텐츠를 1020 세대의 눈높이에 맞게 제작하여
신제품(굽네 허니멜로, 굽네피자 3종, 굽네 시카고 피자 등)을
효과적으로 인지시키고 직접적인 혜택을 주는 이벤트를 병행해
주문 유도를 극대화했습니다.

현재, 인기 있는 크리에이터뿐만 아니라
매월 새롭게 등장하는 신인 크리에이터들도 적극 섭외하고
MCN 회사들과의 긴밀한 협업을 통해
효과적인 브랜드 콘텐츠를 생산하고 있습니다.



Client

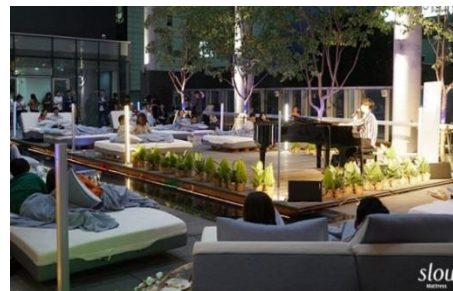
슬로우(Slou)

‘슬로우 트라이브(Slou Tribe)’ 캠페인

슬로우가 지향하는 ‘느린 삶’의 가치에 공감하는 브랜드, 사람, 문화 콘텐츠, 콜라보레이터들과 함께 현대인들의 바쁜 일상 속에
오롯한 쉼과 휴식의 의미를 전하는 큐레이션 프로젝트로,
‘가고파. 그. 집’, ‘글래드 호텔’ 등과 함께 느리게 쉴 수 있는 공간을 제공했으며,
피아니스트 윤한과 함께한 ‘루프탑 눕콘서트’,
옥상달빛과 함께한 ‘쉬어가도 괜찮아, 수고했어 오늘도’ 버스킹 공연 등을
진행했습니다.

피아니스트 윤한과 함께 진행한 ‘슬로우, 루프탑 눕콘서트’와
옥상달빛과 함께한 ‘쉬어가도 괜찮아, 수고했어 오늘도’ 버스킹 공연은
공연 현장의 객석을 슬로우 매트리스, 토퍼, 방석, 베개 등으로 꾸며
가장 편안한 자세로 공연을 즐길 수 있는 특별한 경험을 제공했으며,
공연 관람과 제품 체험의 기회를 자연스럽게 함께 제공하는
새로운 브랜드 체험 콘서트의 사례를 남기기도 했습니다.

바쁘고 빠르게 살아가는 일상에 지쳐 있는 현대인들이
휴식, 쉼의 중요성과 느림의 가치를 느끼고 체험할 수 있는 시간을 통해
슬로우 브랜드의 가치를 공감하고 이를 선호하는 팬덤 층이 될 수 있도록
‘슬로우 트라이브 캠페인’은 지속될 것입니다.



Client

롯데주류 피츠 수퍼클리어

국내 최초 릴레이 맥방, 'Fitz LIVE' 캠페인

롯데주류의 맥주 신제품, 피츠 수퍼클리어의 성공적인 런칭을 위해
국내 최초 릴레이 맥방, Fitz LIVE를 진행했습니다.

적극적인 티징 콘텐츠와 전략적인 광고 노출로

단기간에 피츠 페이스북 공식 페이지의 팬을 확보한 후, 진행한

Fitz LIVE는 국내 최초 6시간 릴레이 라이브 방송으로

소비자들에게 노출되었으며, 다원화된 영상 송출 팀과의 협업,

그리고 실시간 모니터링을 통한 댓글 커뮤니케이션 활동으로

약 600만 건의 도달 및 175만 건의 영상 조회 수 등

폭발적인 반응을 끌어냈습니다.



Client

삼성생명

‘골든밸런스, 전국민 자산진단’ 캠페인

소비자들에게 개인에게 꼭 필요한 4대 자산 현황을 분석하고,

인생자산의 황금비율을 컨설팅 해주는

‘골든밸런스 전국민 자산진단 캠페인’을 소개하고,

직접 자산진단을 받아보도록 유도하였습니다.

우선, 기본적인 SNS 홍보 콘텐츠 제작과 더불어 삼성생명의

공식 블로그에 컨설팅 상담 및 계약 건수에 따라 연탄을 기부하는

‘CSR 현황’ 위젯을 개발하여 블로그 방문자들의 관심을 환기시켰습니다.

또한, 삼성생명의 페이스북 공식 페이지에서는 소비자들이 캠페인을

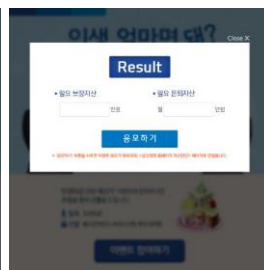
보다 쉽게 이해하고 ‘골든밸런스 자산진단 컨설팅’을 신청할 수 있도록

‘인생자금 간단 계산기’ 어플리케이션을 개발, 적용했습니다.

더불어, 캠페인 내용을 활용해 전략적으로 집행된 페이스북 광고는

삼성생명의 신규 팬 유입을 제고하고 캠페인 참여를 독려하는데

크게 기여했습니다.



Client

스탠다드차타드은행

‘몰랐던 재물운(돈)의 진실’ 캠페인

스탠다드차타드은행의 주요 상품에 대한 USP를
고객들에게 전달함과 동시에 외국계 은행의 낮은 인지도를 제고하고
신규 통장 개설 및 고객 DB 확보를 위한 Interaction 강화가 목표였습니다.

이에 따라 ‘진실의 입’이라는 특별한 Tool을 활용하여 시즌 1에서는
은행 거래 시 몰랐던 ‘돈’의 진실과 상품 USP를 Quiz로 맞히는 캠페인을,
시즌 2~3에서는 자신의 손금을 통해 지금까지 몰랐던 ‘재물운’의 진실을
알려주며 상품의 USP를 전달하는 캠페인을 진행했습니다.

시즌1 결과, 전국 26개 지점에서 1천 건 이상의 신규 고객을 유치하고
낮은 인지도를 개선하는 데 기여했으며,
시즌 2~3에서는 약 2만 5천 명 이상이 오프라인 캠페인에 참여하며
단기간에 약 3천 건에 이르는 신규 통장을 개설하는 등
눈에 띄는 성과를 이끌어 냈습니다.



IV. 'the DIGILOG' Solution

1. the fancake

페이스북/인스타그램 콘텐츠의 댓글 & 메시지 수집, 페이지 팬 활동 평가 및 분석 솔루션



• 페이스북/인스타그램 콘텐츠의 댓글 & 메시지 수집

페이스북/인스타그램 콘텐츠의 댓글 수집

페이지 팬 여부 확인 및 체리피커 필터링 등의 정보 수집과

페이스북 메시지의 내용 수집

• 페이스북 팬 활동 평가 및 분석

페이스북 팬의 좋아요, 댓글 작성, 공유하기 등의

활동 내용 평가 및 분석

인스타그램 인사이트 분석

1. the fancake

< 페이지 콘텐츠 통계 >



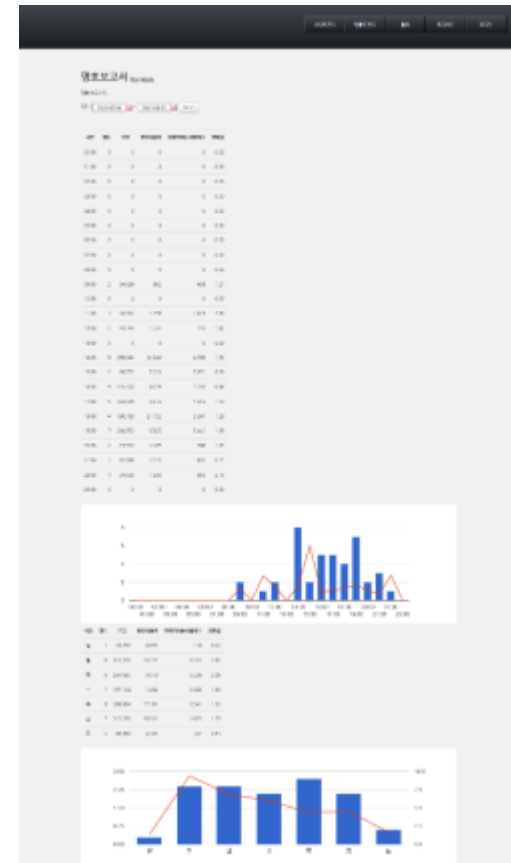
< 페이지 인기 콘텐츠 통계 >

페이지 인기 콘텐츠 통계

페이지 인기 콘텐츠 통계

콘텐츠 ID	제목	조회수	좋아요	댓글	공유	추천
10001	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	10000	500	100	20	10
10002	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	9000	450	90	18	9
10003	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	8000	400	80	16	8
10004	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	7000	350	70	14	7
10005	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	6000	300	60	12	6
10006	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	5000	250	50	10	5
10007	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	4000	200	40	8	4
10008	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	3000	150	30	6	3
10009	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	2000	100	20	4	2
10010	가장 인기 있는 콘텐츠 제목	1000	50	10	2	1

< 페이지 Insight 통계 >



2. the fancake Form

온라인 상에서의 간편한 설문 제작 및 정보 수집/관리 솔루션

- 손쉬운 설문지 제작 기능

다양한 형태의 설문 항목을

복잡한 작업 없이 간단하게 만들어낼 수 있음

다양한 설문지 포맷을 제공하며

새 주소 입력 기능과 약관 입력 기능을 제공

the fancake 과 연동하여

참여자를 쉽게 필터링 할 수 있으며,

제작한 설문지는 반응형으로

모바일과 PC 양쪽 모두에서 사용이 가능

2. the fancake Form

[illegible]

- 수집된 정보의 관리

설문 페이지에 접속하여 수집된 정보는

기존 솔루션인 **the fancake**과 연동하여

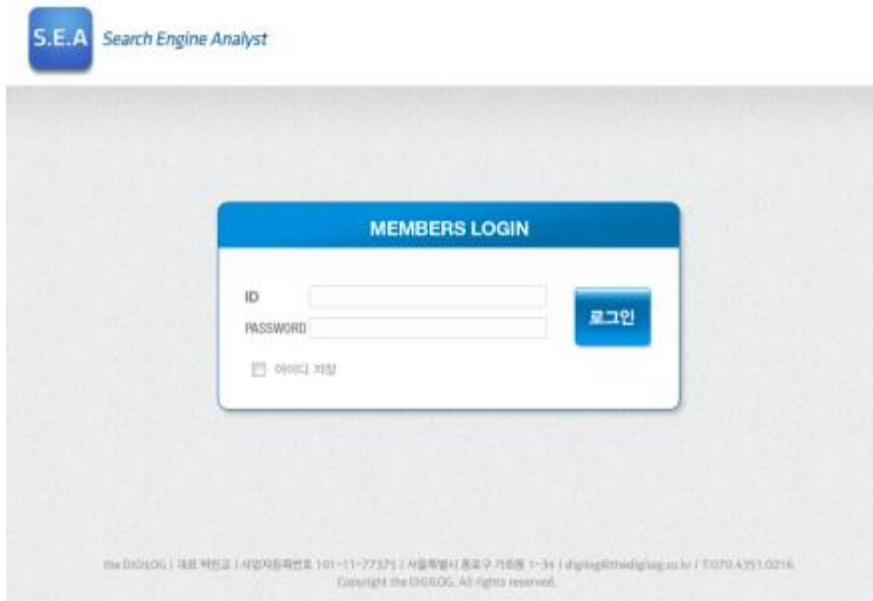
엑셀 등으로 쉽게 다운로드 할 수 있음

수집된 정보는 실시간으로

관리 페이지에서 확인이 가능

3. S.E.A – Search Engine Analyst

컨텐츠별 실시간 조회수의 통계 측정을 통한 검색 엔진 최적화 솔루션



- 콘텐츠별 조회수 통계 측정
 - 채널별, 시간별, 유형별, 키워드별 반응 등 정교한 통계 측정을 통해
 - 각 콘텐츠의 반응을 효과적으로 분석하여
 - 마케팅 전략 및 실행방안 수립
- 실시간 조회수 측정
 - 실시간으로 콘텐츠의 조회수를 측정하여
 - 소비자의 반응에 따른 콘텐츠 제작 및
 - 확산 전략 수립이 가능

3. S.E.A – Search Engine Analyst

< 통계 데이터 >



4. Drl.kr

다양한 채널을 통해 유입되는 사용자의 성향을 분석해 효과적으로 사용자를 유입 시키기 위한 솔루션



• 고유 URL 수정 기능

- 인지하기 쉬운 단축 주소로 교체하여 링크 페이지에 대한 인지도와 신뢰도 제고

• QR코드 생성

- PC 웹 페이지에서 모바일 웹 페이지로 쉽게 이동할 수 있는 QR코드의 생성이 가능

• 실시간 클릭수 통계 측정

- 클릭을 통한 페이지로의 유입 시, 실시간 측정되어 빠른 대응 및 전략 수정이 용이



- **Referer 분석을 통한 효과 측정**

- 소비자의 페이지 유입 경로를 파악하여
최적화된 경로에 비용을 집행하는 것이 가능

- 동일한 URL의 채널 구분을 통한 A, B 테스트

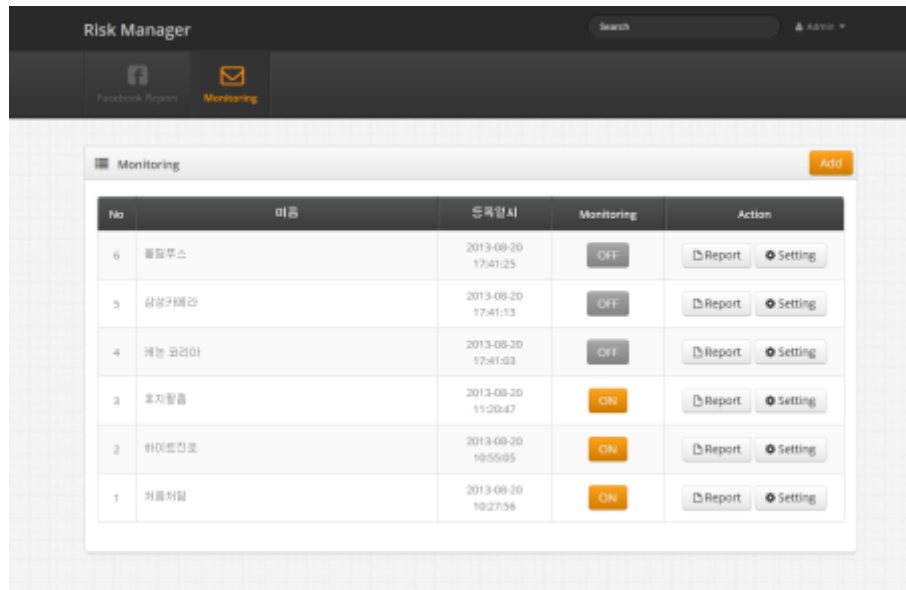
- 다양한 채널에서 유입되는 소비자에게 각각 통계를 제공하여
보다 소비자 친화적인 전략 수립이 가능

- 모바일과 PC를 구분하여 통계 측정

- 소비자가 페이지로 유입될 때, 모바일 또는 PC 중 어느 곳을 통해 유입되는 지까지 세밀한 측정이 가능

5. Risk Manager

온라인 상에서 발생하는 부정 이슈 및 위기 관리를 위한 솔루션



The screenshot shows the 'Risk Manager' interface with a 'Monitoring' tab selected. It displays a table of monitored items with the following data:

No	이름	등록일시	Monitoring	Action
6	물류뉴스	2013-08-20 17:41:25	OFF	Report Setting
5	삼성카드	2013-08-20 17:41:13	OFF	Report Setting
4	캐논 코리아	2013-08-20 17:41:03	OFF	Report Setting
3	후지필름	2013-08-20 11:20:47	ON	Report Setting
2	하이츠건설	2013-08-20 10:55:05	ON	Report Setting
1	처음처럼	2013-08-20 10:27:56	ON	Report Setting

- 콘텐츠 모니터링 및 e-mail 수신

- 매일 새롭게 생성되는 콘텐츠 리포트의

- 주기적인 **e-mail** 수신을 통해

- 언제, 어디서 발생할지 모르는 온라인 부정 이슈의

- 모니터링 및 현황을 실시간으로 대응하는 것이 가능

- 다양한 채널에서의 모니터링

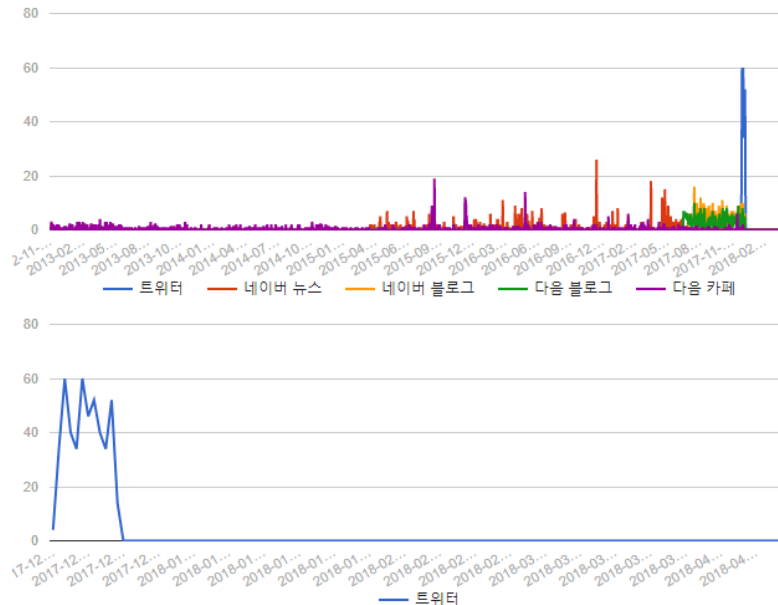
- 네이버, 다음, 트위터, 페이스북, 커뮤니티 등

- 소비자들이 주로 이용하는 다양한 채널을 모니터링하여

- 부정 이슈 및 위기에 정교하게 대응

6. Radar

각 제품 카테고리별 또는 토픽별로 온라인 상에 언급되는 브랜드의 비율을 측정하는 솔루션



• 온라인 콘텐츠 모니터링

- SNS와 포털 검색에 노출되는 소식 모니터링

현재 브랜드 또는 제품에 대해

어떠한 이야기, 평가 등이 있는지

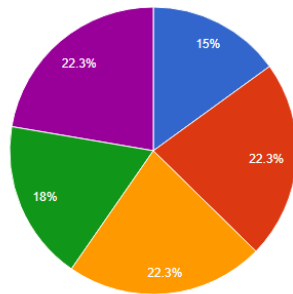
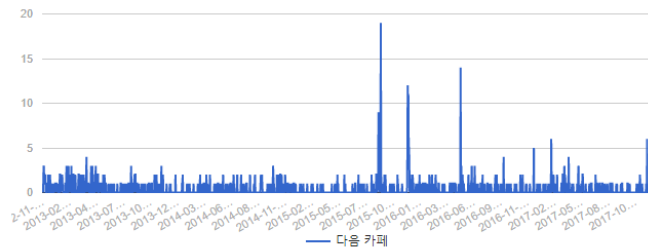
모니터링을 통해 분석할 수 있음

- 채널별로 콘텐츠의 발생 빈도를 확인하여

어느 채널에서 가장 많은 이야기가 발생하고 있는지

혹은 이슈가 퍼지고 있는지 측정할 수 있음

6. Radar



● 트위터 ● 네이버 뉴스 ● 네이버 블로그 ● 다음 블로그 ● 다음 카페

• 다양한 채널에서의 모니터링

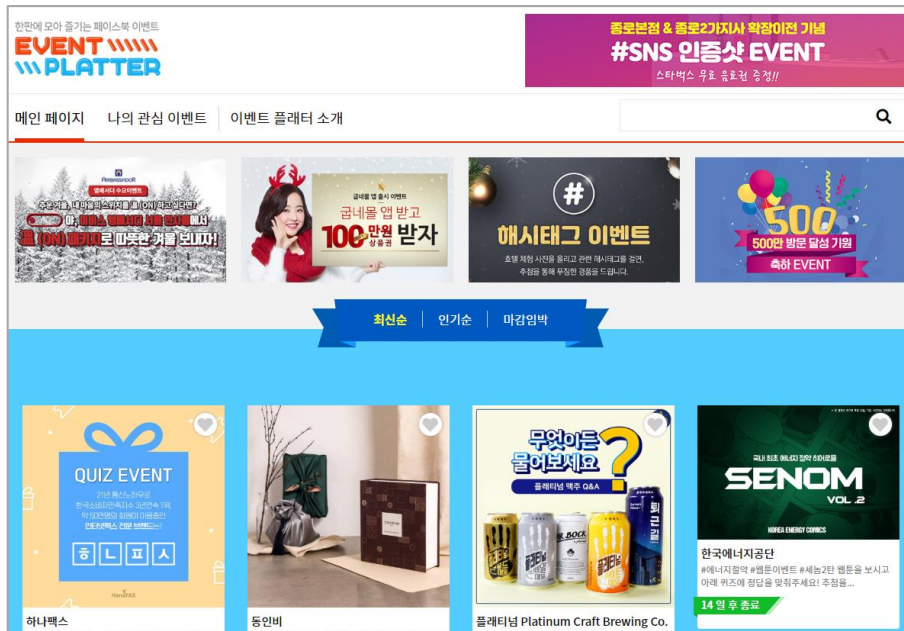
- 네이버, 다음, 페이스북, 인스타그램, 트위터 등

소비자들이 주로 이용하는 다양한 채널을 모니터링하여

소비자의 반응을 빠르게 측정, 분석할 수 있음

7. EVENT PLATTER

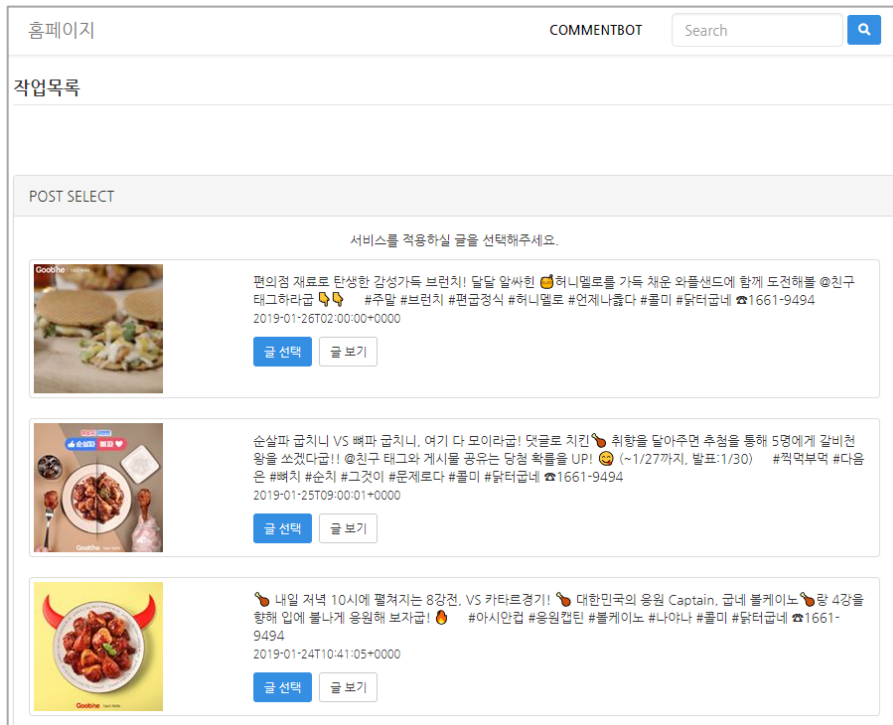
페이스북에서 진행되는 이벤트를 모아 참여, 모니터링, 홍보 등의 관리를 통합적으로 진행하는 솔루션



- 페이스북 이벤트 수집
 - 매일 새롭게 생성되는 이벤트 콘텐츠를 모아 사이트 노출
- 내가 참여한 이벤트 관리
 - 참여하고 잊고 있었던 이벤트의 당첨자 발표까지 체크
- 페이스북 이벤트의 효과적인 홍보
 - 광고 상품을 통해 이벤트 홍보를 위해 사이트 상단 배치 제공

8. 킷 메신저

운영 채널의 게시물에 지정된 키워드의 댓글이 작성되면,
10초 내 자동 댓글을 남겨 소비자와 실시간으로 소통을 하는 솔루션



• 페이스북 인게이지먼트 증대

- 고객의 댓글에 자동으로 답변을 달아주어 고객의 반응을 이끌어내 인게이지먼트를 증대할 수 있음

• 효과적인 댓글 이벤트 진행

- 정답 힌트제공, 랜덤 댓글 작성 등과 같이 이벤트 진행에 효과적
- 키워드와 내용을 지정하면 관리자의 행동 없이 자동으로 댓글을 달아 관리작업을 최소화함

9. Social Meter

SNS(페북, 인스타, 유튜브) 채널의 구독자나 친구 수 등을 파악하여
각 채널의 순위 및 카테고리별 순위를 알 수 있는 솔루션



- 경쟁사 대비 자사 채널의 순위 및 인지도 확인
 - 경쟁사 보유 채널의 수치와 자사 보유 채널의 수치를
직접 한 눈에 비교하여
자사 보유 채널의 운영 현황의 확인이 가능함
- 효과적인 협업 채널 검색
 - 협업하고자 하는 카테고리의 유튜브 채널 중
효과적인 채널을 손쉽게 찾아볼 수 있음

10. My Dashboard

보고용 자료와 그래프를 쉽게 제작하고 원하는 데이터를 주기적으로 보고해 주는 솔루션



- 자사 채널과 경쟁사 채널의 손쉬운 모니터링
 - 다양한 **SNS** 채널의 데이터를 확인하기 위해
 - 여러 채널을 번거롭게 모두 방문할 필요 없이
 - 하나의 페이지에서 정리된 데이터의 확인 가능하며
 - 원하는 형식과 포맷의 그래프를 작성할 수 있음
- 사용자가 지정한 데이터는 메일을 통해 주기적으로 확인 가능

저희 'the DIGILOG (더 디지로그)'는
'Analog Platform'에 'Digital Solution'을
'Digital Platform'에 'Analog Solution'을 접목하는
'감성과 이성'이 조화된 '소통 Marketing'을 통해
가장 효과적이고 최적화된 '결과'를 제공해 드릴 것입니다.

Thank You