

newturn group

TURNING INTO A WHOLE NEW CREATIVITY



About newturn group

Overview

Organization

Business Area

Awards

Contact Us

Portfolio

뉴턴그룹은 크리에이티브 전략 중심의 디지털 에이전시입니다.

풍부한 프로젝트 경험을 가진 실무인력을 바탕으로 프로모션 전략에서부터 매니지먼트까지

고객의 Needs에 맞는 e-Marketing Strategy Solution을 제시합니다.

소비자의 트렌드에 반 발짝 앞서 이해하고 설득력 높은 디자인 퀄리티로

다양한 디지털 크리에이티브를 제공합니다.

TURNING INTO A WHOLE NEW CREATIVITY



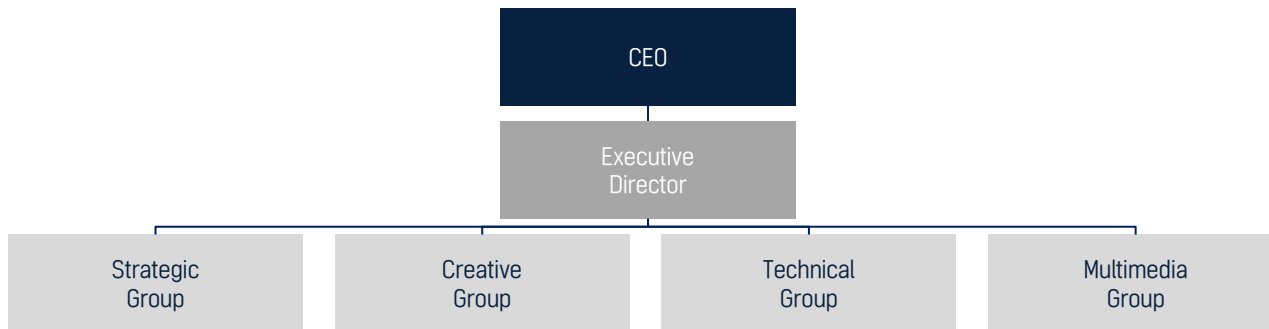


newturngroup Overview

Company	뉴턴그룹 newturn group
Ceo	조원희
Established	2004년 10월
Business Area	IMC, Web-Mobile Site, Digital AD, Film, Motion Graphics, Media Plan, PR
Adress	서울시 강남구 도산대로27길 33 (신사동, 자스미빌딩) 7층
Tel	02-3448-5991
Fax	02-3448-5998
Mail	newturngroup@nturn.com
Web site	www.newturngroup.com

고객사의 마케팅 효과 극대화를 위해 뉴턴그룹만의 노하우를 바탕으로

높은 디자인 퀄리티와 온라인 마케팅 기획을 제공하고 있습니다



- 웹 / 모바일 기획
- 캠페인 / 프로모션 기획
- 영상 기획
- 매체 집행

- 웹 / 모바일 디자인
- 온 / 오프라인 광고 디자인

- 웹 / 모바일 개발
- 시스템 개발
- 시스템 매니지먼트

- 영상 제작
- 모션 그래픽 디자인
- 3D 애니메이션





Cross Media Specialist

newturngroup

뉴턴그룹은 고객과 소비자 시장에 대한 전문적인 이해와
창의적인 디자인 개발, 신기술과 매체에 대한 끊임없는 연구로
브랜드의 독보적인 가치 상승을 추구합니다.

Business Area

Integrated Marketing Communication

온/오프라인을 연계하거나 경계를 넘나드는 소비자와의 커뮤니케이션 방안 제시

Web & Mobile

다년간의 경험을 바탕으로 하는 웹과 모바일의 전략, 디자인, 개발 및 퍼블리싱

Social Contents

디지털 트렌드와 소비자 언어를 활용한 퀄리티 좋은 소셜 콘텐츠 제작 및 운영

Media Plan

효과적인 마케팅 진행을 위한 매체 전략 수립 및 매체 대행 진행

Advertising & Public Relations

고객사와 소비자의 Needs와 Wants를 충족시키는 광고, PR 전략 제공

Video & 3D Animation

트렌디한 크리에이티브를 바탕으로 한 영상 및 모션그래픽, 3D 애니메이션 제작

뉴턴그룹은
매년 각종어워드에서 꾸준히
높은 평가를 받아왔습니다.



- 2020** & Award 중소전문기업 분야 Winner '포커스미디어코리아 웹사이트'
- 2019** Web Award korea 대상 한국관광공사 '2019 KTO 글로벌 캠페인 사이트'
Web Award korea 최우수상 아모레퍼시픽 설화수 '설화수 설린 디지털 팝업스토어'
- 2018** Web Award korea 대상 뉴턴그룹 '뉴턴그룹 웹사이트'
Web Award korea 최우수상 SK 브로드밴드 '옥수수 귀즈배틀' 캠페인
- 2017** Web Award korea 최우수상 삼성전자 '노트북9Always' 캠페인
Web Award korea 최우수상 남양유업 '블가리스위썬' 브랜드사이트
Web Award korea 최우수상 남양유업 '오미남오미녀' 런칭 캠페인
Web Award korea 최우수상 DB손해보험(동부화재) '가족사랑캠페인' 브랜드사이트
INTERNET ECO AWARD 디자인분야 대상
- 2016** & award Winner 삼성전자 'Bluesky'
Web Award korea 최우수상 올 뉴 낫산 무라노
- 2015** & award Grand Prix "Samsung Level On" 영상
Web Award Korea 대상 아벤느 "Skin Restart Project"
Web Award Korea 대상 이디디스 "Ultra Boost Running Crew"
Web Award korea 최우수상 삼성 "Bubble Shot Add Wash"
Web Award korea 최우수상 한화그룹 "Fireworks Relay"
Web Award korea 최우수상 광동제약 "Vita 500 수험생 응원 캠페인"
- 2014** & award Grand Prix JEJU Air "Refresh in JEJU"
& award Winner Unicef "나기서놀자"
& award Winner Korea Tourism Organization "K-Mice"
& award Winner Samsung Electronics "Notebook M"
서울 영상 광고제 Bronze Bingrae "Clear Sky Balloon Flower Tea"
- 2013** Web Award Grand Prize Samsung Galaxy S4
- 2012** Web Awards Final Winner LG Core tech
- 2011** 15th Webby Awards Official Honoree Newturngroup On-line Exhibition Site
- 2010** 대한민국 광고대상 우수상 Samsung HAUZEN Zero On-line Campaign
FWA Site of the Day / KDMF 대상 / Web Award Korea 우수상 Newturngroup On-line Exhibition Site
Web Award Korea 대상 YEPP Academy Festival
Web Award Korea 대상 / KDMF 대상 Korean Air SKY
Web Award Korea 최우수상 Samsung Electronics YEPP M1
KDMF 최우수상 HERA Homme MultiBB
KDMF 최우수상 DORCO PACE XL

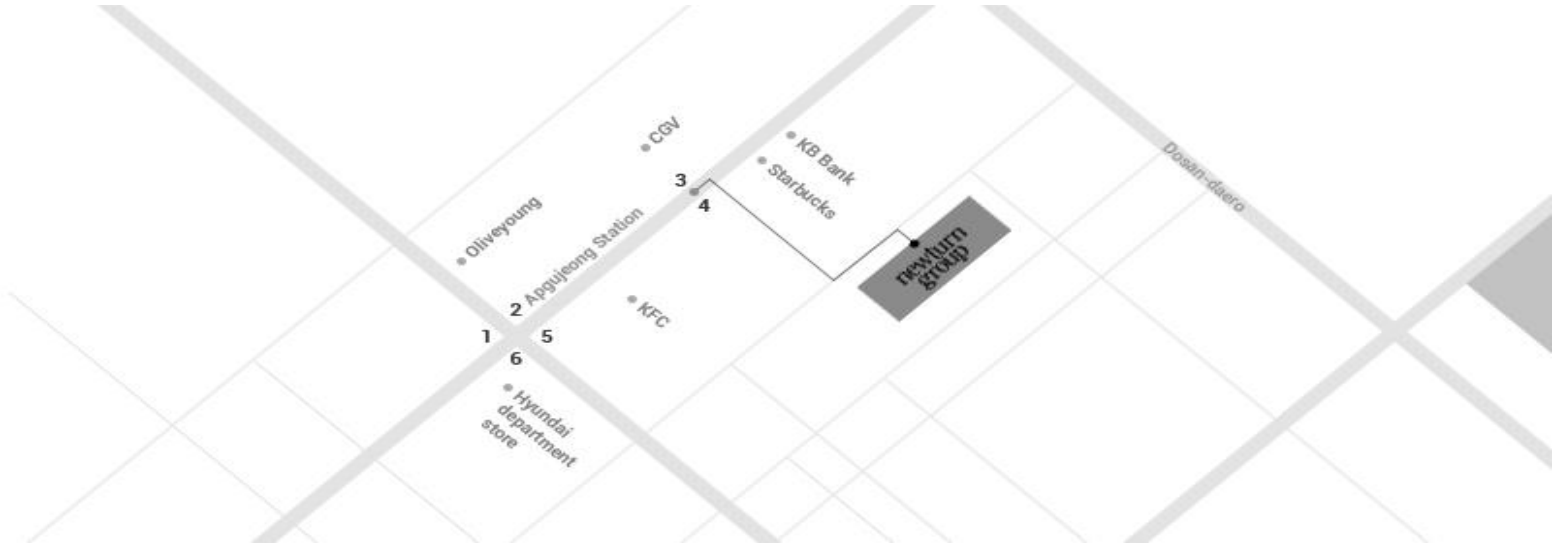
Address 7F, Jasmi blg 33, Dosan-daero 27-gil, Gangnam-gu, Seoul, Korea SEOUL, KOREA

Tel 02-3448-5991

Fax 02-3448-5998

E-mail newturngroup@nturn.com

Web site www.newturngroup.com



newturn
group

TURNING INTO A WHOLE NEW CREATIVITY



Portfolio



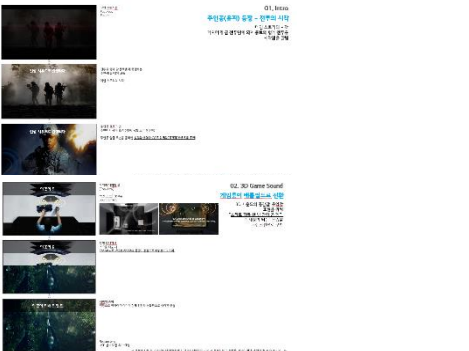
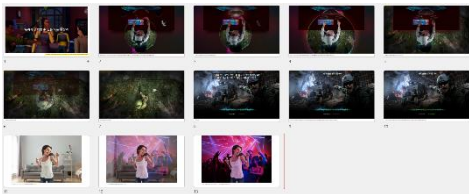
LG UltraGear™
Gaming Speaker



Portfolio

울트라기어 브랜드를 달고 출시된, LG의 첫 게이밍 특화 스피커 'LG 울트라기어 게이밍스피커', 헤드셋이 메인인 게이밍 오디오 시장에서 LG의 첫 게이밍 스피커는 많은 호기심을 갖게 하는 제품이었으며, 흥미로운 시선과 기대를 품고 제품의 전략 USP(제품 특징점 페이지)를 제작했습니다.





Ideation & Concept

스피커의 본질은 '사운드'지만, '게이밍'의 DNA도 함께 보여줘야 했습니다.
 여러 번의 아이디어 회의와 컨셉 스케치를 통해 "전투", "동료", "소통" 등의 키워
 드로 제작된 비주얼을 기반으로 USP의 네러티브를 잡아 나갔습니다.



LG전자

LG 울트라기어 게이밍스피커




1 | 1

비교하기 | 매장 상담 예약 | 전시 매장 찾기

제품 상세 | 스펙 | 리뷰 | 고객센터

LG UltraGear™ Gaming Speaker



게임의 완벽한 몰입감을 완성하는 마지막 퍼즐

현실과 게임의 경계를 지우는 놀라운 몰입감, 그 놀라운 경험은 사운드에서 완성됩니다

3D 게이밍 사운드

두 귀를 넘어 온몸으로 전율하다

어떤 상황과 장르에도 압도적 몰입감으로 게임의 중심에서 나를 느끼다




당신이 즐기는 모든 장르에 몰입감을 더합니다

FPS RTS

FPS 모드

사선에서 적의 위협을 간파하는 감각, 입체 사운드로 적의 위치나 움직임의 방향을 예민하게 파악하며 승리를 위한 감각을 깨워주세요



사운드를 지배하는 EQ* 커스터마이징

게이밍을 위해 특별하게 세팅 된 다양한 EQ 모드는 물론, 앱을 통해 유명 게이머의 EQ를 다룬 발음 수도, 친구와 나의 세팅을 공유하거나, 직접 세팅 할 수도 있습니다

EQ 셋업 다운로드

*EQ (Equalizer) : 이퀄라이저
*외장 사운드카드를 통해 App으로 공유받을 시, 사운드 플랫폼의 XG6 외장 사운드카드에서 편집/설정된 EQ Data만 App을 통해 설치 가능합니다.
*게이밍스피커용 App(LG XB00M)을 통해 편집/설정된 EQ Data는 동일 게이밍스피커 App(LG XB00M)을 사용하는 사용자에게만 공유 가능합니다.



세계 최초 보이스 채팅 게이밍 스피커

헤드셋 없이도 선명하게 전달되는 대화

클리어 보이스채팅은 예코캔슬링 기술로 게임사운드 등 주변 소음은 줄이고 게이머의 목소리를 선명하게 전달합니다. 헤드셋 없이도 빈틈 없는 팀플레이가 가능한 LG 울트라기어 게이밍 스피커를 만나보세요

Echo Cancelling

“12시 방향 적군”
중무장 차량 발견!
즉시 지원 발람!



Portfolio

d DAC

음악과 영화에서도 원음 그대로의 고품질 사운드

음악과 영화에서도 느끼는 감동, 게임일수록 사운드를 잘 다루는 기술이 바로 현실의 사운드를 잘 표현하는 기술입니다



32비트 Hi-Fi Quad DAC(ES9038Pro)은 원음에 가까운 고품질 사운드를 들려줍니다

*재생하는 음원의 품질에 따라 출력되는 음원의 품질이 달라질 수 있습니다.

GAME CINEMA MUSIC

게임 모드

현장감, 몰입감 높은 게이밍 사운드로 승리의 기쁨을 만끽하세요



*실제 사용 환경에 따라 달라질 수 있습니다.

최고급 오디오 사양

ESS ES9038PRO Hi-Res AUDIO

Hi-Fi Quad DAC ES9038Pro Hi-Res Audio

Dolby AUDIO DTS

Dolby Audio DTS

헤드셋을 위한 최고의 오디오 솔루션

보다 집중하고 싶은 때는 게이밍 스피커에 헤드셋을 연결해도 좋습니다. Hi-Fi Quad DAC과 DTS HEADPHONE:X®로 고해상도 음질로 업그레이드는 물론, 현장감 있는 입체 사운드를 즐길 수 있습니다

*3.5mm Aux 단자 전용 헤드셋 & 이어폰만 호환되며, 이어폰의 경우 단자 사양에 따라 호환 내용이 다를 수 있습니다.
*헤드셋 연결하기 또는 사용 환경에 따라 다를 수 있습니다.

나의 음향기기를 업그레이드하는 포터블 DAC 기능 더 알아보기

+ 더 보기



Dream Setup

꿈의 배틀스테이션을 완성하다

울트라기어 게이밍 모니터와 매칭되는 빛으로 당신만의 배틀스테이션을 완성하세요




RGB 라이팅 컬러로 완성하는 나만의 배틀 스테이션

내가 원하는대로 세팅하는 컬러라이팅, 역동적인 디자인의 스피커와 함께 감각적인 게이밍룸을 세팅해보세요. 1,670만 RGB컬러가 더 몰입감 넘치는 게이밍 환경을 만들어 드립니다

활용도 높은 연결성

PC, 콘솔게임기, 스마트폰 등 집안의 모든 사운드 플랫폼을 업그레이드하세요. (USB-C, Optical, Aux-out, 블루투스 지원) Aux-out 단자로 Hi-Fi 오디오 기기와 연결하여 사용할 수 있습니다

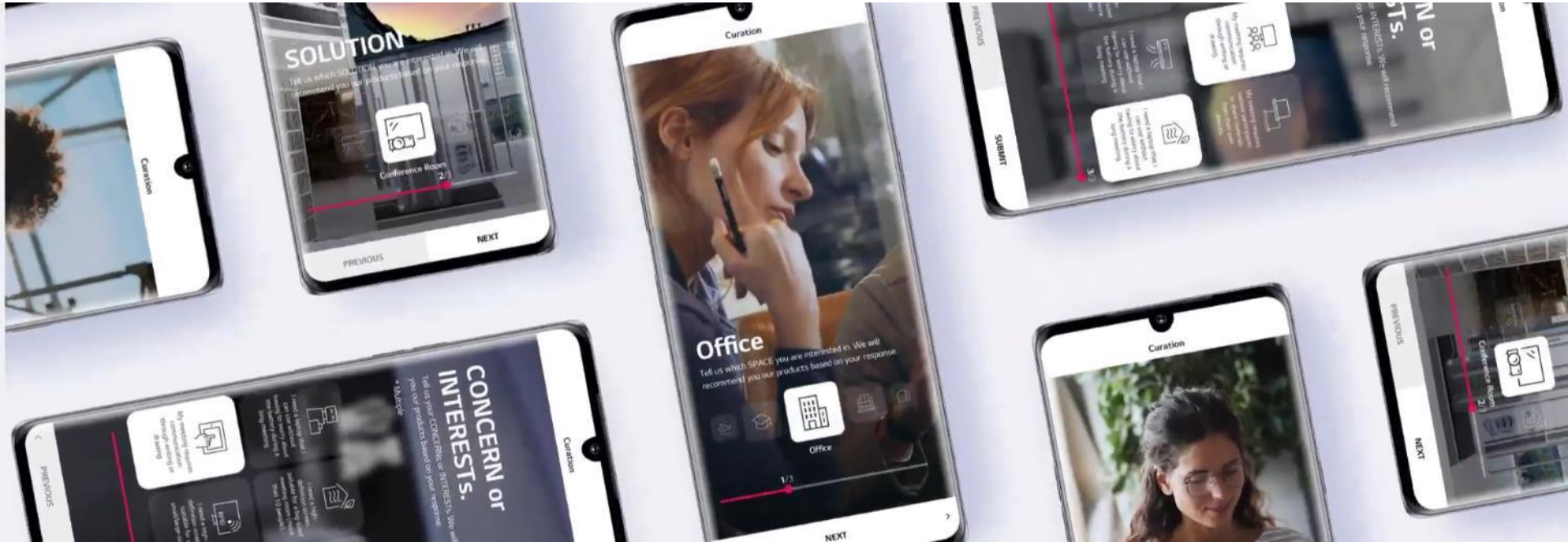
*일부 기기는 지원하는 연결방식에 따라 호환되지 않을 수 있습니다.
*지원 연결방식에 따라 콘솔기와 TV를 HDMI로 연결하고, TV와 게이밍스피커를 Optical 단자로 연결하여 사용할 수 있습니다



LGE B2B-Global Integrated Solutions

2021.07 [RENEWAL WEB / MOBILE]

LG전자가 가진 다양한 B2B 제품군들을 실제 고객의 니즈를 바탕으로 적합한 제품만을 한데 모아 추천하는 LG전자 글로벌 사이트의 Integrated Solution 페이지 개편 작업을 진행하였습니다.



SPACE

Tell us about the types of space you are interested in.



1/3

B2B Global Integrated Solutions 페이지는 각 제품들의 이해도가 깊지 않은 일반 기업의 구매 담당자를 위해 3단계의 큐레이션 과정을 거쳐 고객이 필요로 하는 공간 별로 추천 제품들을 '솔루션'으로 한데 묶어 제안합니다.

큐레이션 과정에서 고객 본인의 니즈를 손쉽게 정의하고 이에 최적화된 제품의 실제 활용/셋팅 신을 인터랙티브 하게 확인할 수 있도록 제작되었습니다.

SOLUTION

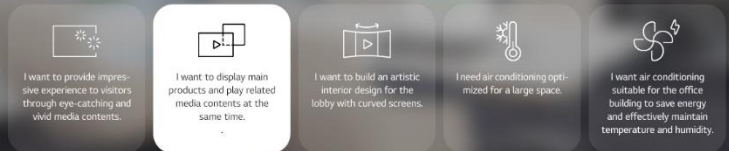
Tell us about the solutions you are looking for.



2/3

CONCERN or INTERESTS.

Select your interests or problems. (multiple selection possible)





Portfolio



제품 도입 시 예상되는 활용 신을 웹상에서 바로 확인하고 구입을 검토할 수 있도록 제품 별 상세 내용을 제공합니다. 이를 통해 제품 도입을 통해 얻을 수 있는 Benefit을 바로 연상할 수 있도록 하고 구매 문의 단계까지 다이렉트로 연결할 수 있는 역할을 수행합니다.



LGE MY COLLECTION

2021.05 [RENEWAL WEB / MOBILE]

LG전자의 한국사이트가 모든 접점에서의 고객 경험이 새롭게 디자인 된 하나의 통합 플랫폼으로 새롭게 개편되었습니다. 고객의 상황과 니즈에 맞춰 제품을 쉽고 편하게 찾고, 체험하고, 관리 받을 수 있는 끊임 없는 경험을 제공합니다.

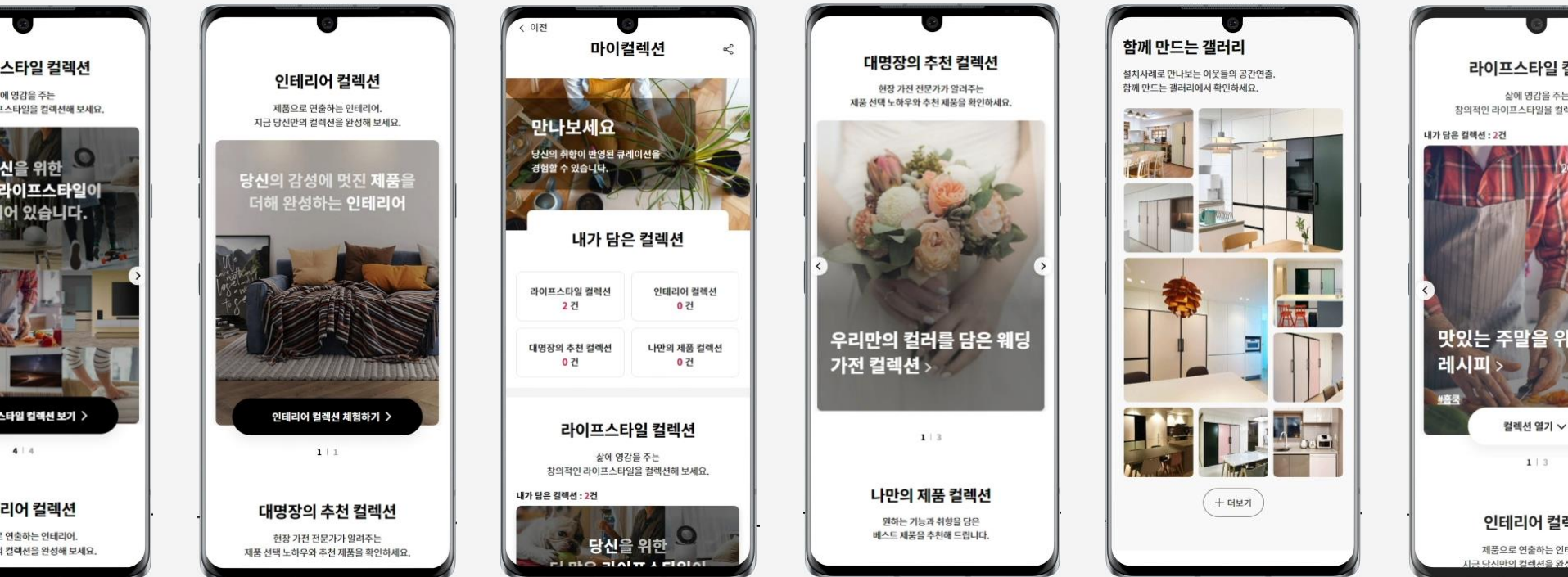
뉴턴그룹은 고객의 선택에 확신을 가질 수 있도록 행동과 콘텐츠 체험기반 데이터를 바탕으로 개인화 되어 제공되는 맞춤형 디지털 콘텐츠 '마이컬렉션'을 통합사이트 내에 구축하였습니다.








마이컬렉션 1.0

마이컬렉션은 고객의 제품 탐색/고려/구매 여정의 CX 최적화를 위한 맞춤형 터치포인트를 제공하는 목적에 맞춰 크게 2단계로 구축이 되었습니다.

1단계인 마이컬렉션 1.0에서는 구매 이전의 고객 경험에 초점을 두고 다양한 맞춤형 콘텐츠를 제공합니다.



제품 어때요?

 <p>LG 오브제컬렉션 냉장고</p> <p>25,762</p> <p>★ 4.9</p>	 <p>LG 퓨리케어 360° 공기청정기 알파</p> <p>27,418</p> <p>★ 4.7</p>	 <p>LG 코드제로 A9S 오브제컬렉션</p> <p>2,819</p> <p>★ 4.8</p>	 <p>LG 디오스 김치냉장고</p> <p>26,303</p> <p>★ 4.5</p>	 <p>LG 퓨리케어 360° 공기청정기 넷 플러스</p> <p>28,828</p> <p>★ 4.2</p>
---	---	---	--	--

놓치면 아쉬운 혜택

 <p>2021.06.01 ~ 2021.06.29</p> <p>LG.COM 서(4)심종족 잇템</p>	 <p>2021.07.02 ~ 2021.07.31</p> <p>LG 오브제컬렉션 등시구매 혜택 이벤트</p>	 <p>2021.06.01 ~ 2021.06.31</p> <p>인테리어의 완성 LG Object Collection</p>
---	---	---

마이컬렉션 2.0

내가 관심있게 본 제품과 관련된 제품과 이벤트 및 기획전, 같은 제품을 본 다른 사람들이 많이 본 콘텐츠 등 단순 추천이 아닌 **고객의 행동에 맞춰 유기적인 추천**으로 새로운 경험을 할 수 있도록 합니다.

제품을 구매한 고객에게도 다른 사람들이 같이 구매한 제품, 구매한 제품의 사용에 도움이 되는 다양한 콘텐츠를 제공하여 **맞춤으로 관리를 받는 경험을** 제공합니다.

제품을 체험하거나 구매하는 **다른 유저들의 트렌드도 시각적으로 전달하여 흥미를 유발하고 제품 체험을 유도**할 수 있도록 구성되어 있습니다.

최근 24시간 동안

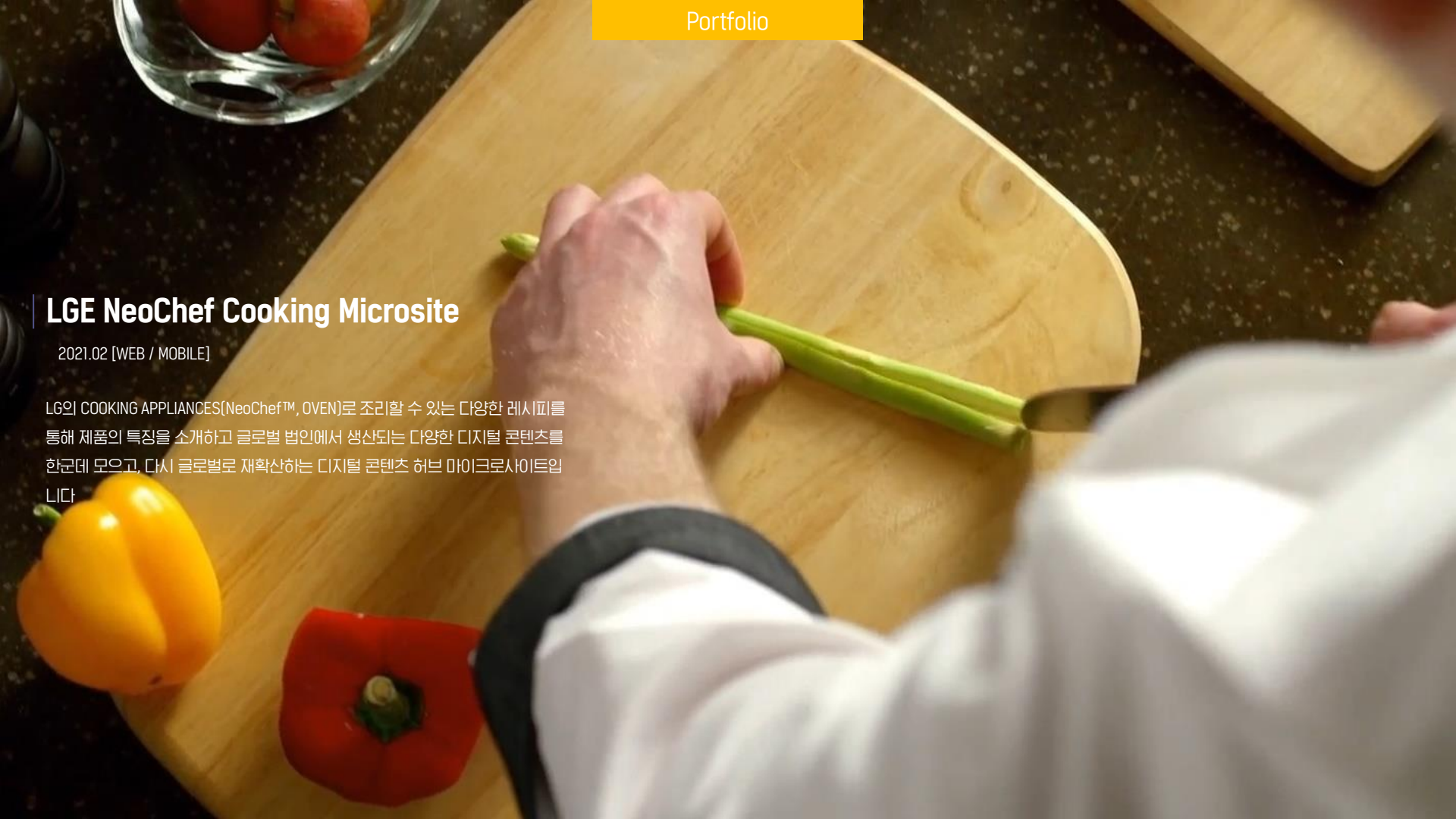
가장 많이 본 제품 ①

<p>36,587</p> <p>LG 나노셀 8K AI ThinQ</p> <p>★ 4.7</p>	<p>35,992</p> <p>LG 나노셀 TV (스탠드형)</p> <p>★ 4.6</p>	<p>32,213</p> <p>LG 워터 타워에어컨 (스탠딩)</p> <p>★ 4.8</p>	<p>31,746</p> <p>LG 디오스 얼음장수기 냉장고 오브제컬렉션</p> <p>★ 4.7</p>	<p>29,998</p> <p>LG 올레 HD TV (대형형)</p> <p>★ 4.8</p>
<p>TOP 1</p> <p>LG 나노셀 8K AI ThinQ</p> <p>★ 4.7</p>	<p>TOP 2</p> <p>LG 워터 타워에어컨 (스탠딩)</p> <p>★ 4.8</p>	<p>TOP 3</p> <p>LG 디오스 얼음장수기 냉장고 오브제컬렉션</p> <p>★ 4.7</p>		

LGE NeoChef Cooking Microsite

2021.02 [WEB / MOBILE]

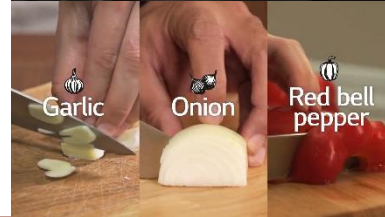
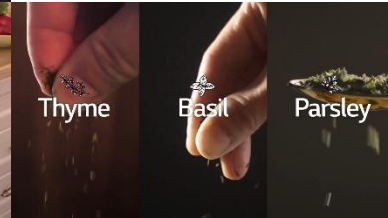
LGE의 COOKING APPLIANCES(NeoChef™, OVEN)로 조리할 수 있는 다양한 레시피를 통해 제품의 특징을 소개하고 글로벌 법안에서 생산되는 다양한 디지털 콘텐츠를 한군데 모으고, 다시 글로벌로 재확산하는 디지털 콘텐츠 허브 마이크로사이트입니다

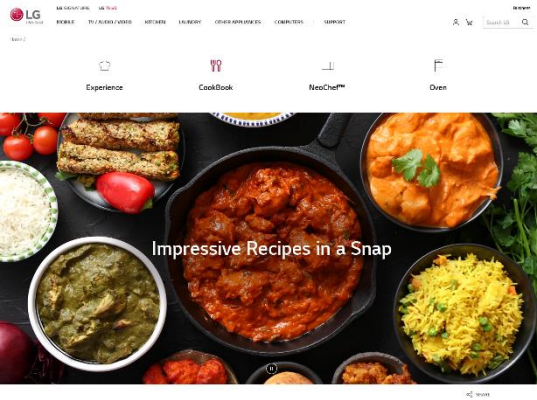


Cooking with the NeoChef™

인기영화에 등장하는 주요 음식을 직접 만들어 볼 수 있도록 레시피 영상을 제작하여 차별화된 콘텐츠를 제공합니다.

글로벌 법안에서 진행된 캠페인의 우수 콘텐츠를 선정, 별도 레시피 영상으로 제작하여 제공하며, 글로벌 캠페인이 1회성에 그치지 않고 다시 흥미로운 콘텐츠로 재탄생 및 글로벌로 확산되도록 선순환 시켰습니다.



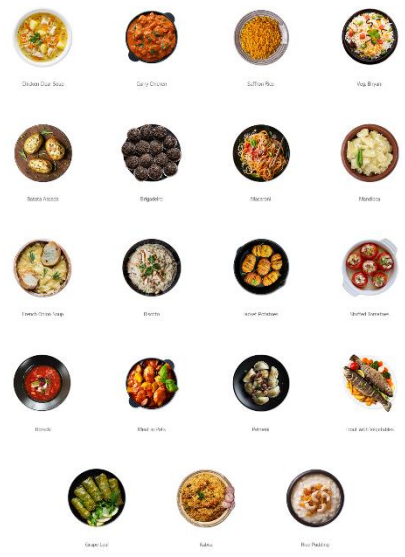


Portfolio

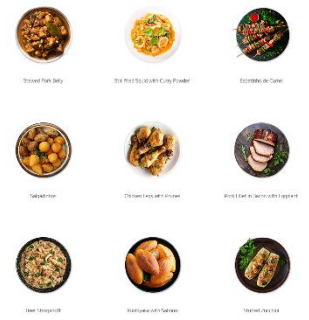
Impressive Recipes in a Snap

각 국가별 문화, 출시제품군에 맞춰 특화된 레시피를 제공하며, 기본 레시피와 함께 제품에 내장된 자동조리 기능을 활용한 레시피를 함께 제공하여 자연스럽게 제품의 기능을 어필합니다.

MICROWAVE ONLY



PLUS GRILL



*Set in the oven and grill. For more information, visit the website.

OVEN



*The image is for reference only. Actual appearance may vary.

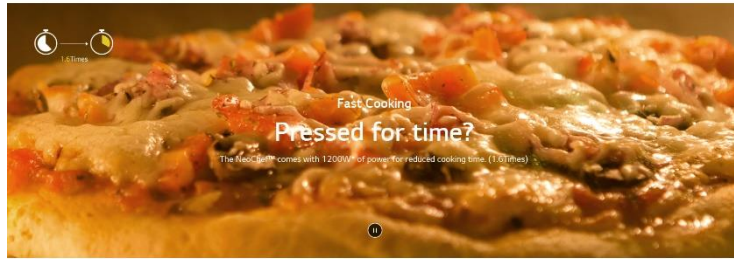
NeoChef™

제품의 주요 특징을 짧은 영상 및 시각화를 통해 간결하게 소개하여
 고객의 호기심을 자극합니다.

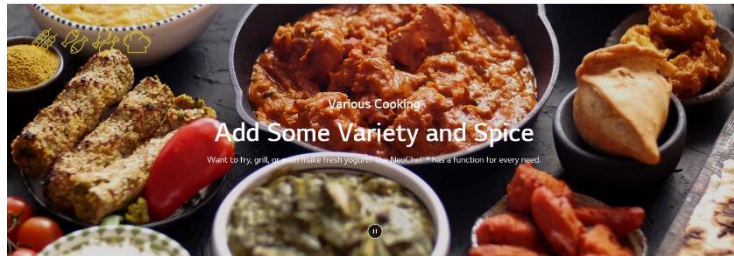
스낵커버블 콘텐츠로 부담 없이, 자연스럽게 요리를 매개로 제품으로
 연결을 시켜 줍니다.



*The real Samsung LG middle size size (NeoChef™ MG2200 Conventional MG4042)
 **Rated by kitchen.



*Middle size only.
 **Power: Electric Summer (S small size size (NeoChef™ MG2200) vs Conventional MG235)
 ***Electric Summer (S small size size (NeoChef™ MG2200) vs Conventional (MG3055)).



FOCUSMEDIAKOREA WEBSITE RENEWAL

2020.06 [RENEWAL WEB / MOBILE]

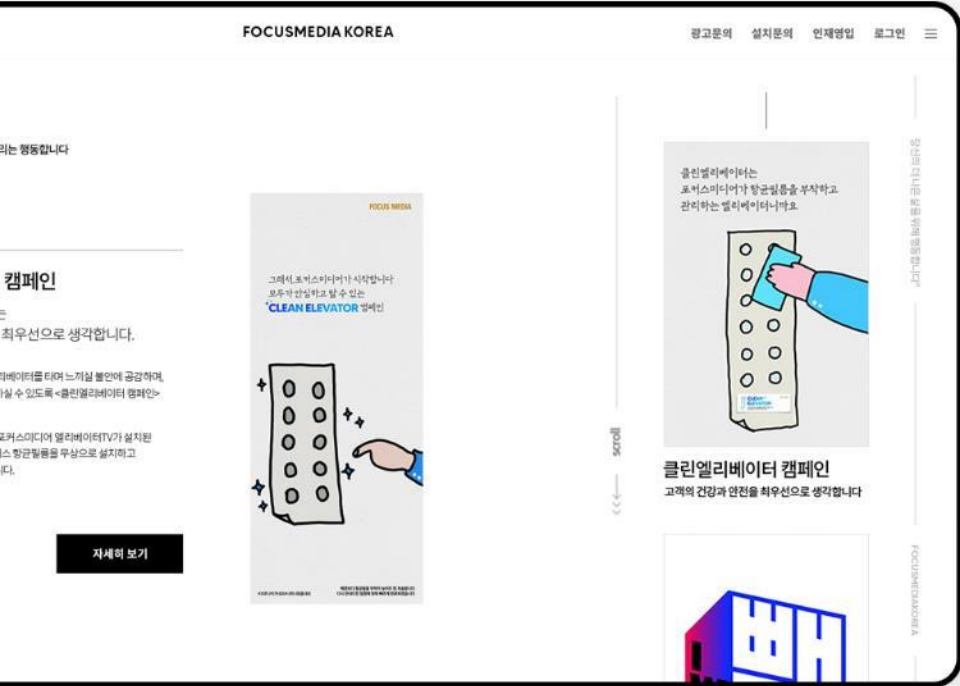
하루에 최소 두 번, 현대인이 하루도 빠짐없이 이용하는 **엘리베이터**를 통해 새로운 도시생활 문화를 만들어가는 포커스미디어코리아의 새로운 웹사이트를 제작했습니다.

FMK의 서비스를 직접 누리는 입주민들을 위한 **이벤트 플랫폼과 소통 창구**가 되어 줄 수 있는 새로운 역할을 수행하고자 하였습니다.



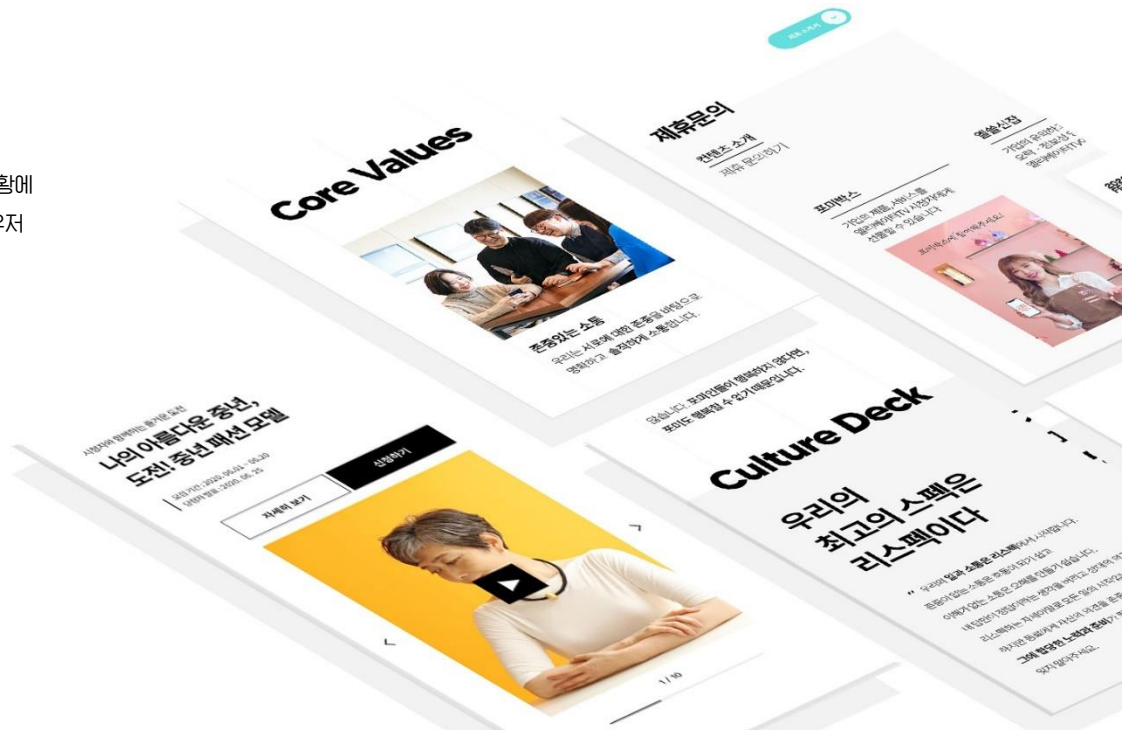
하루에도 몇 번씩 알게 모르게 반복적으로 마주치게 되는 엘리베이터TV의 형상을 사이트의 요소로 활용하여 서로가 자연스럽게 연상되도록 의도하였습니다.

이외에도 매일 다른 인사를 건네는 메인 KV 비주얼, 입주민을 가려내기 위한 QR인 증 서비스 등 운영사의 니즈를 충족시키는 다양한 기능들을 함께 구현해 유저와 좀 더 가까이 다가갈 수 있는 사이트로 거듭났습니다.



웹사이트 리뉴얼에 발맞춰 포커스미디어코리아의 매체에서는
사이트와 연계된 다양한 콘텐츠들이 연이어 재생되고 있습니다.

콘텐츠 내 QR코드를 촬영하는 방식으로 사이트 유입의 대부분을 유지하는 상황에
서 자체 매체의 커다란 확산력을 반증하듯 별 다른 광고 없이도 10여일 만에 유저
들과 활발히 소통하는 창구로 거듭나 앞으로의 성장을 기대하고 있습니다.

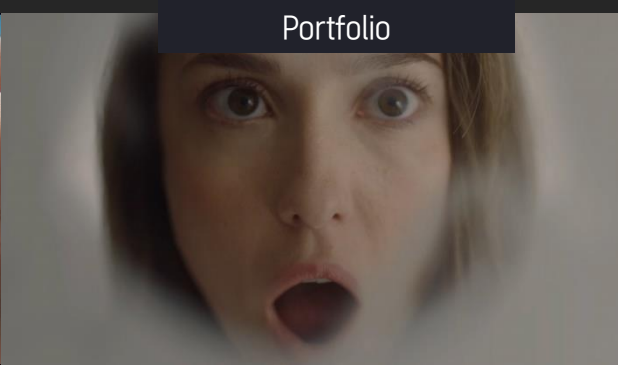
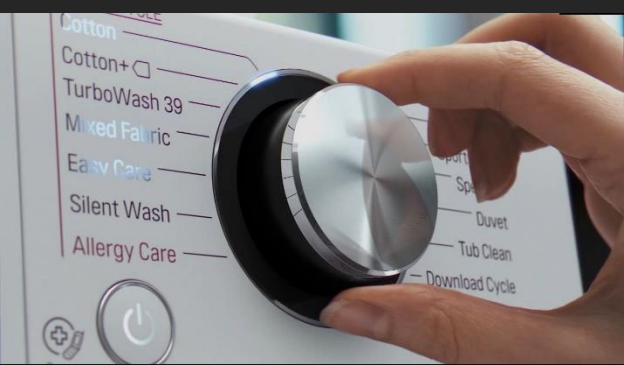


LG전자 – AI DD™ Washing Machine

2019.09 [Film & microsite Web/Mobile]

인공지능으로 세탁의 새로운 패러다임을 가져올
LG의 차세대 신기술 'AI DD™ WASHING MACHINE'을
뉴턴그룹이 소개합니다.
LG의 인공지능 세탁기술을 리드미컬한
Introduction Film과 함께 Microsite로 제작했습니다.





Utilizing
Big data technology



Bigger Capacity
in Same Size



세탁의 고정관념을 세탁하다

LG의 AI DD™ WASHING MACHINE 기술에 대한 사용자의 흥미를 높이기 위해 INTRODUCTION FILM으로 제작했습니다.

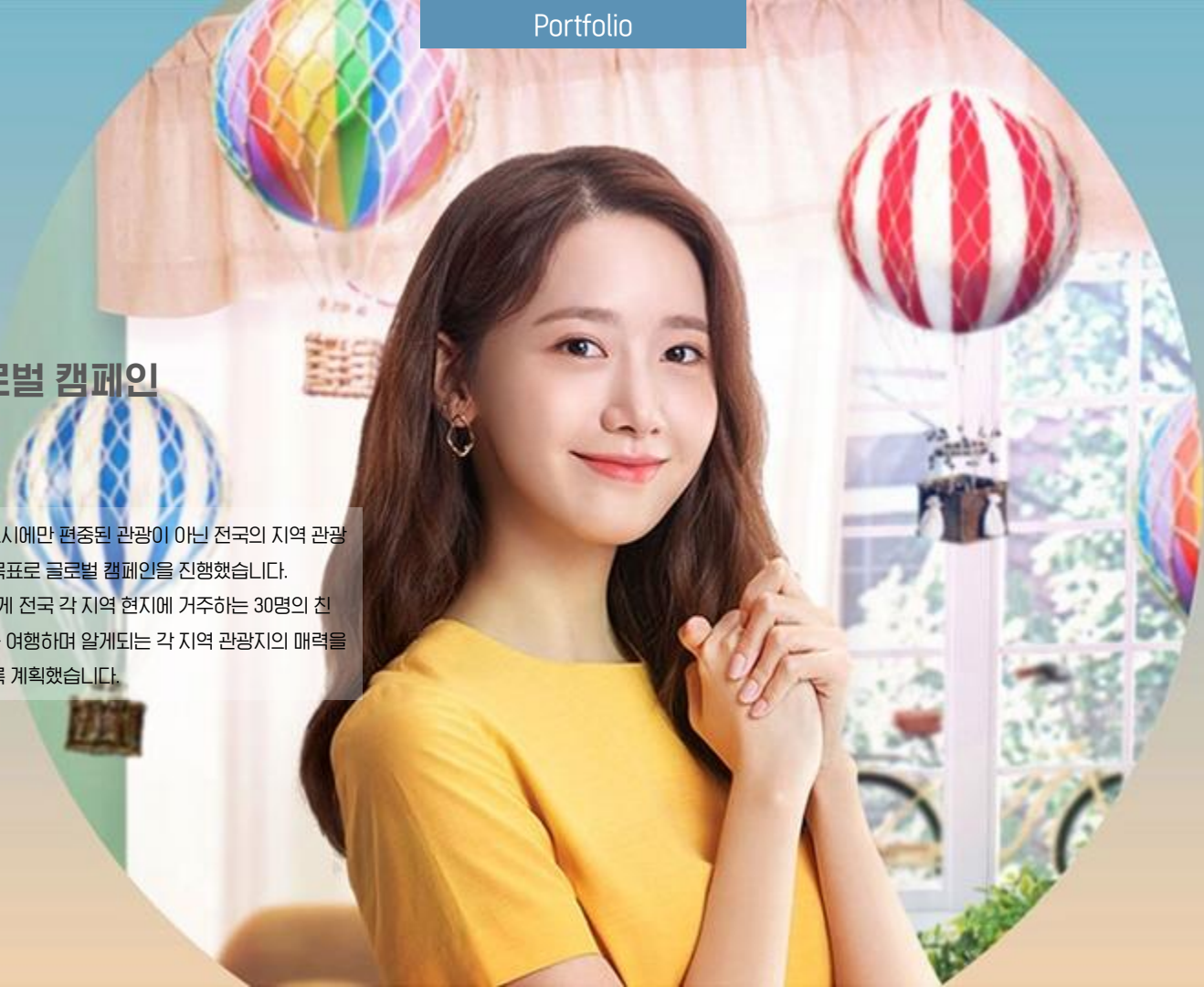
사용자의 공감을 불러 일으키는 일상적인 장면과 속도감 있는 타이포 전개로 이탈함을 막고, 빠른 비트로 이루어진 사운드로 임팩트를 더했습니다.

당연하다고 생각했던 세탁의 고정관념까지 깔끔히 세탁함과 동시에, LG의 BRAND IMAGE에 맞는 세련된 연출로 전체 페이지에서 전달하고자 하는 메시지의 티징역할을 효과적으로 표현했다는 평을 받았습니다.

| 한국관광공사 - 2019 KTO 글로벌 캠페인

2019.10 [Web/Mobile]

한국관광공사는 서울 등 대도시에만 편중된 관광이 아닌 전국의 지역 관광 확대와 지역 경제 활성화를 목표로 글로벌 캠페인을 진행했습니다. 한국에 방문하는 외국인들에게 전국 각 지역 현지에 거주하는 30명의 친구들을 소개하고 함께 현지를 여행하며 알게되는 각 지역 관광지의 매력을 다시 세계로 전파할 수 있도록 계획했습니다.



“한국 친구를 만들고 현지인처럼 살아가기”

로컬 여행과 체험을 가장 잘 할 수 있는 방법으로 '현지인 처럼 살아가기'라는 테마를 선정했습니다.

경기, 충청, 전라, 경상, 강원, 제주 지역에 거주중인, 지역의 특색을 어필할 수 있는
해녀, 웨프, 재단사, 청년농부, 전통주 장인, 요리연구가, 인디가수, 대학원생 등
30명의 현지 일반인으로 구성된 한국 친구를 선정했습니다.

선정된 다양한 직업과 연령대의 친구들과 방문하게 될 외국인들을 연결하여
현지에서 가장 한국적인 모습으로 현지의 리얼라이프를 경험할 수 있도록 했습니다.



Haenyeo



Tailor



Farming Youth



Art Space



Gong Grandma



Cafe



Rustic Life



Korean
Leather Art



Postgraduate



Hospitality Life



Unique
Books

Master of
Traditional Brewing



외국인 시청자들의 마음을 사로잡은 리얼리티 프로그램

tvN Asia 채널을 통해 방송되기도 한 "LIVE LIKE A KOREAN" 리얼리티 프로그램은 '해외 스타 크리에이터들의 한국 오감 여행기'라는 주제로 외국인 시청자들에게 뜨거운 반응을 얻으며, SNS를 통해 전세계로 공유 되었습니다.



I wanna go 2~~
looks fun!



So funny!



2:15 <<
Must Watch!



So funny!



DeLicioUS~



I wanna go 2~~
looks fun!



DAEBAK!!!



DAEBAK!!!



So funny!

neavily armed (?) in Haenyeo equipments
Rachel & Soft & Xicheng

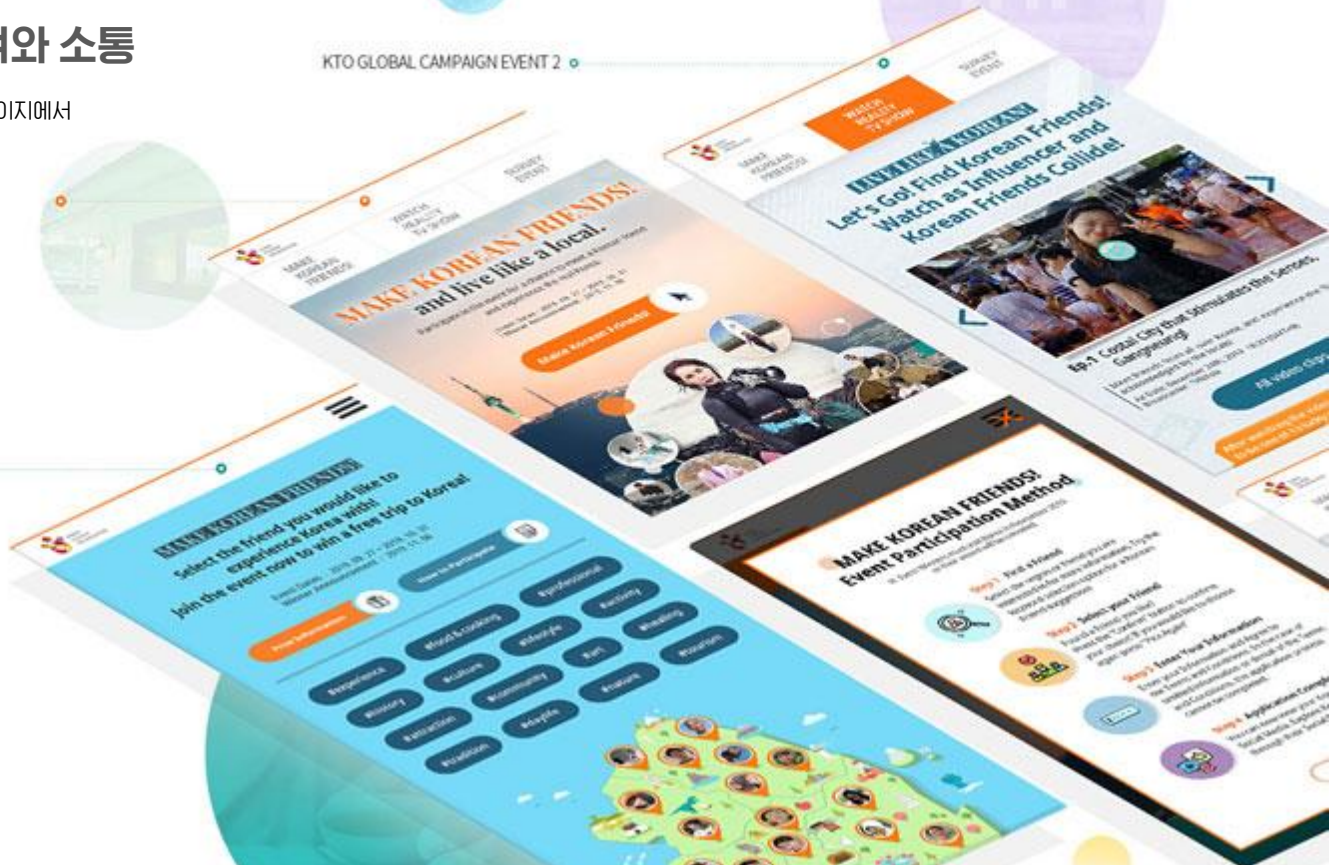
사이트를 통한 활발한 참여와 소통

영어, 중국어 (번체/간체), 일본어로 제작된 4개의 페이지에서
 한달간 약 1,800만 회의 방문자를 기록했고,
 약 19만회의 이벤트 참여 수치가 있었습니다.
 캠페인을 준비하여 처음 목표했던 수치를 뛰어넘는
 상당한 성과를 거두었습니다.

KTO GLOBAL CAMPAIGN
EVENT 1



KTO GLOBAL CAMPAIGN EVENT 2



NAVER

네이버 - 처음 프로젝트

2019.03~ [Campaign]

평범한 일상도 '처음'이라는 글자가 더해지면
 그 무게감은 달라집니다.
 누군가의 새로운 생각과 도전으로
 맞이하게 된 첫 순간들.
 그날을 기념하는 스페셜 로고-처음 프로젝트에
 뉴턴그룹이 함께했습니다.

첫 전차의 발견

첫 지퍼의 발명

첫 신화들의 발명

첫 혈액형의 발견

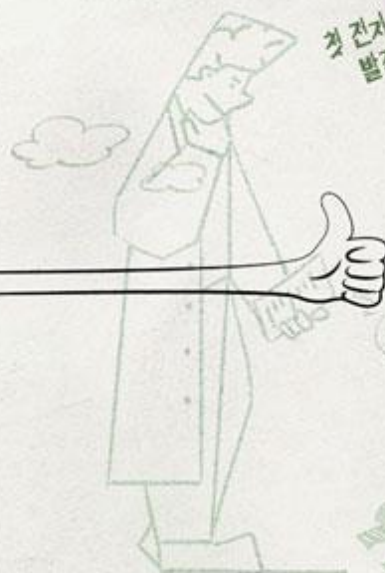
첫 현미경의 발명

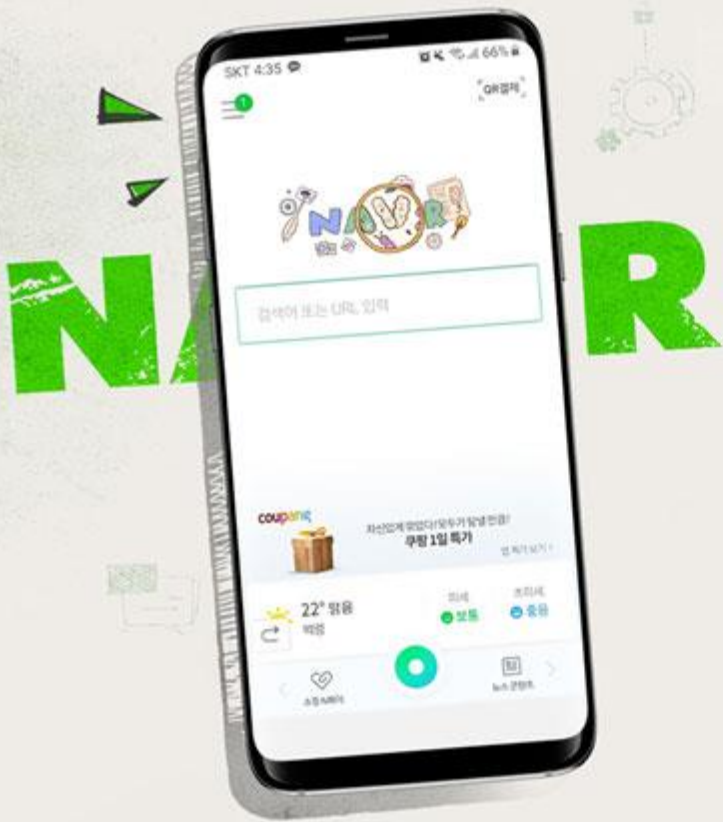
첫 엘리베이터 운행



IDEA

INNOVATION





NAVER × **newturn group** = *처음 project*
TURNING INTO A WHOLE NEW CREATIVITY

네이버의 미션, “처음” 프로젝트를 채워라!

처음프로젝트는 누군가의 새로운 생각과 도전으로 맞이하게 된 첫 순간들을 잊지 않기 위해 기념하고자 시작되었습니다. 평소 무심코 지나쳤던 주변 소재들의 첫 시작을 다시 조명하고 재치있는 콘텐츠를 통해 널리 알리고 있습니다.

처음에는 단순히 잘 알려진 기념일을 알려주는 정보 전달의 목적이었지만, 단순 정보전달을 넘어 사용자와 공감하는 것을 더 큰 목적으로 두었습니다.

여러 일러스트 작가들과의 협업을 통해 더욱 유익하고 친밀한 콘텐츠를 제작하여 더 많은 분들께 위트와 감동을 전달하기 위해 노력했습니다.



일러스트와 모션 이미지로 전달하는 '처음' 순간

처음 프로젝트는 네이버와 뉴턴그룹의 기획자들이 모여 다양한 아이디어를 모으고 어떠한 '첫 순간'을 표현할지 상의하고 결정합니다.

모든 '처음'이 된 날을 포함해 '뜻밖의 정보'를 알려줄 수 있는 날, '웃음을 선사할 수 있는 날' 등이 기준이 됩니다.

일러스트 이미지를 적극 활용하여 콘텐츠의 내용이 더욱 유익하고 친밀하게 전달 될 수 있도록 합니다.

실력있는 다양한 크리에이터들과 콜라보레이션을 통해 다양한 개성이 담긴 로고를 선보입니다.

처음 프로젝트는 앞으로도 지금까지와 같은 감동적이고 의미있는 '처음' 순간을 이용자와 함께 나누어갈 예정입니다.

현재까지 소개된 '처음' 순간 뿐 아니라 앞으로 함께 채워나갈 '처음' 순간까지, 세상의 모든 첫 순간을 네이버와 뉴턴그룹이 함께 응원합니다.

설화수 디지털 팝업스토어

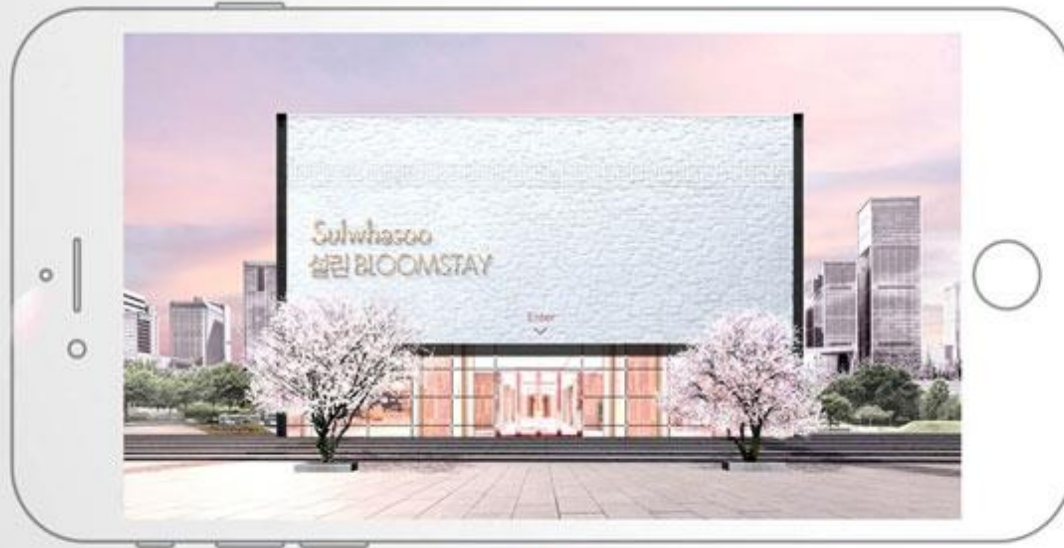
2019.03 [Web/Mobile]

설화수의 젊은 타겟 제품라인인 '설린'의 디지털 팝업스토어는 일반적인 프로모션 사이트와는 차별화되고 설린 제품에 대한 다양한 콘텐츠를 '공간'이라는 컨셉으로 재해석했습니다.



설린 BLOC

탈 인플루언서



Flag Shop entrance | PC, MOBILE 에서 즐기는 역동적인 공간

Users enter the building through the entrance.

설린 bloomstay 프로모션을 통해 다양한 브랜드 콘텐츠와 이벤트가 준비되었지만 관건은 참여자가 흥미롭게 이 사이트를 즐기도록 하는 방안이었습니다.

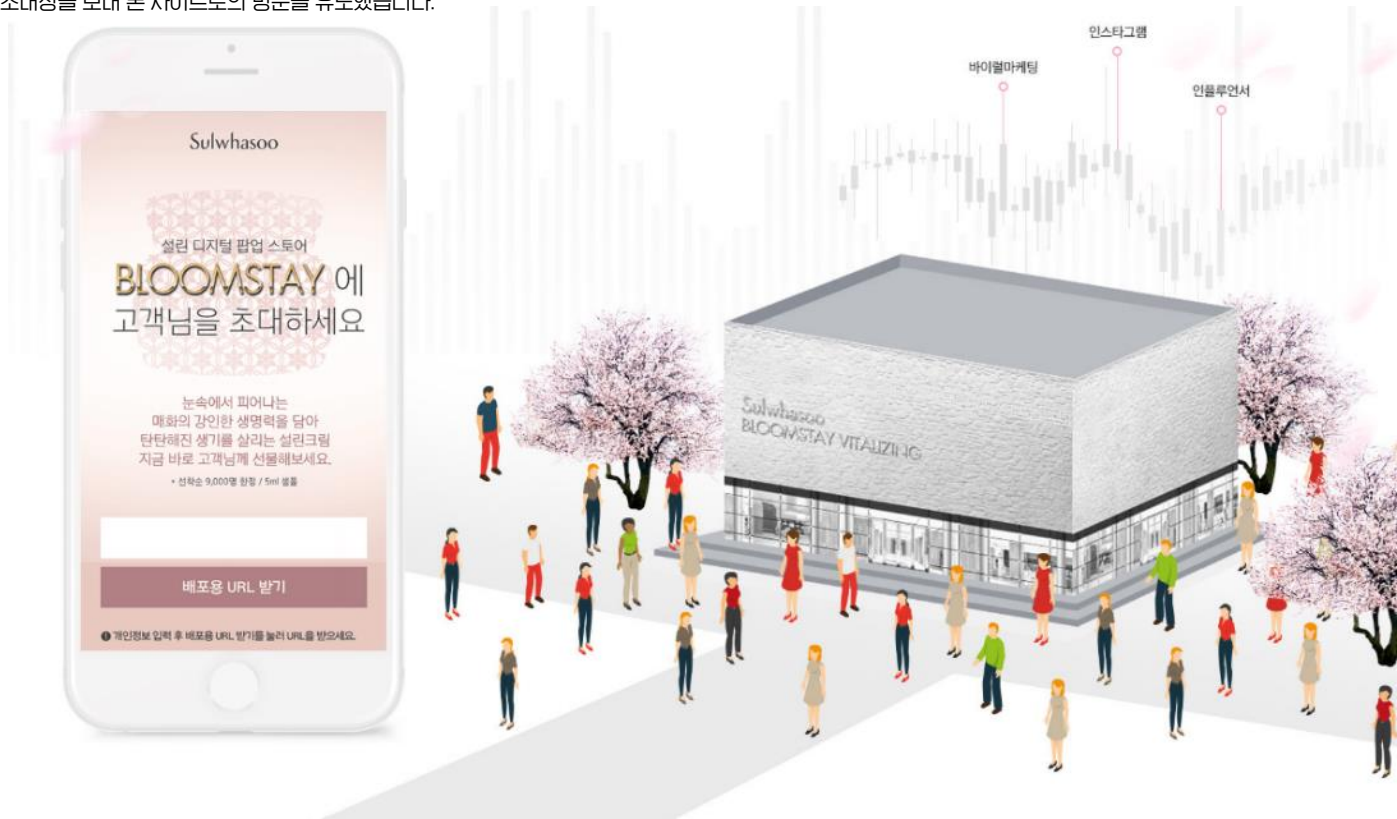
이 디지털 팝업 스토어에서 즐겁게 체험할 수 있도록 각 공간이 마치 살아있는 듯 끊임없이 움직임을 주는 2D, 3D 등 모션 작업과 함께 각 브라우저와 디바이스에서 안정적으로 구현되도록 심혈을 기울였습니다.

| 차별화된 브랜딩 사이트

디지털 팝업 스토어 '설린bloomstay'가 다른 프로모션 사이트와의 가장 큰 차별점이라고 한다면

디지털 공간을 설정해두고 그 안에서 참여자가 마치 실제 공간을 '체험'하는 듯한 무드를 제공한다는 점입니다.

라이브쇼, 갤러리, 랩, 라운지 등 각 공간마다 테마를 설정해 디지털 안에서 실제 공간에 온 듯 한 느낌을 선사한 것은 물론 제품 유통에 큰 비중을 차지하고 있는 브랜드 카운셀러와 백화점 매장의 고객에게 디지털 초대장을 보내 본 사이트로의 방문을 유도했습니다.



| 공간별 다양한 콘텐츠

설린 BLOOMSTAY 사이트에 들어오면 설린의 모티브인 매화꽃이 흐드러진 디지털 팝업 스토어를 만날 수 있습니다. 입장하기를 클릭하면 각 공간을 설명하는 엘리베이터 안내 표지판을 볼 수 있는데 원하는 층을 누르면 마치 실제 엘리베이터를 타고 내리는 듯한 모션과 함께 공간을 이동할 수 있도록 설계했습니다.

5F | 설린 타로 라운지



2F | 설린 BLOOMSTAY 라이브쇼



4F | 설린 매화 LAB

3F | 설린 매화 콜라보 갤러리



설린 매화 LAB



뉴턴그룹 2018 웨어워드 코리아 웹/광고에이전시분야 대상수상

WEB AWARD KOREA

광고에이전시분야대상

뉴턴그룹 – 뉴턴그룹 웹사이트

2018. 10 [Website]

17 DECEMBER 2018

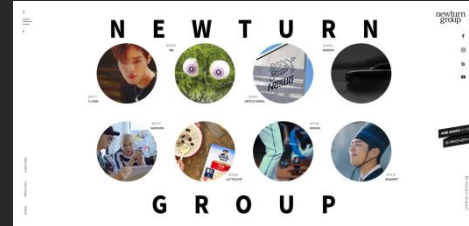
HI, GOOD AFTERNOON
WE HOPE SO
BRAND NEW BEGINNING

뉴턴그룹은 '끊임없이 샘솟는 크리에이티브' 그 자체입니다.

뉴턴그룹의 크리에이티브는 트렌디함과 통찰력을 바탕으로 고객의 니즈를 시원하게 해결하고, 소비자들의 공감을 만들어내는 것에 궁극적인 목적이 있습니다.

기존의 웹사이트는 제작된 지 오래되어 뉴턴그룹의 크리에이티브 표현에 한계가 있었으며, 콘텐츠 역시 최적화되어 있지 않아 뉴턴그룹의 최신 프로젝트 정보를 고객에게 충분히 전달하지 못하고 있었습니다.

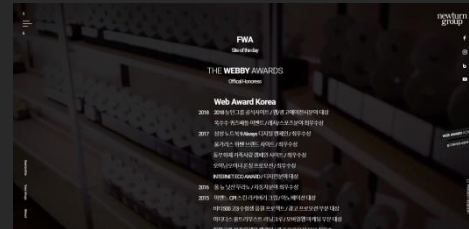
이에 적응형 웹 구현을 통해 모바일 접속자를 확대하고, 뉴턴그룹의 창의성과 트렌드를 반영한 디자인 개편을 진행하게 되었습니다.



이번 웹사이트 개편에는 크리에이티브한 디지털 웹 에이전시로서의 트렌디함과 통찰력을 표현하는 것, 그리고 고객사가 직관적으로 정보를 얻을 수 있는 레이아웃 및 UI를 구성하는 것에 많은 노력을 기울였습니다.

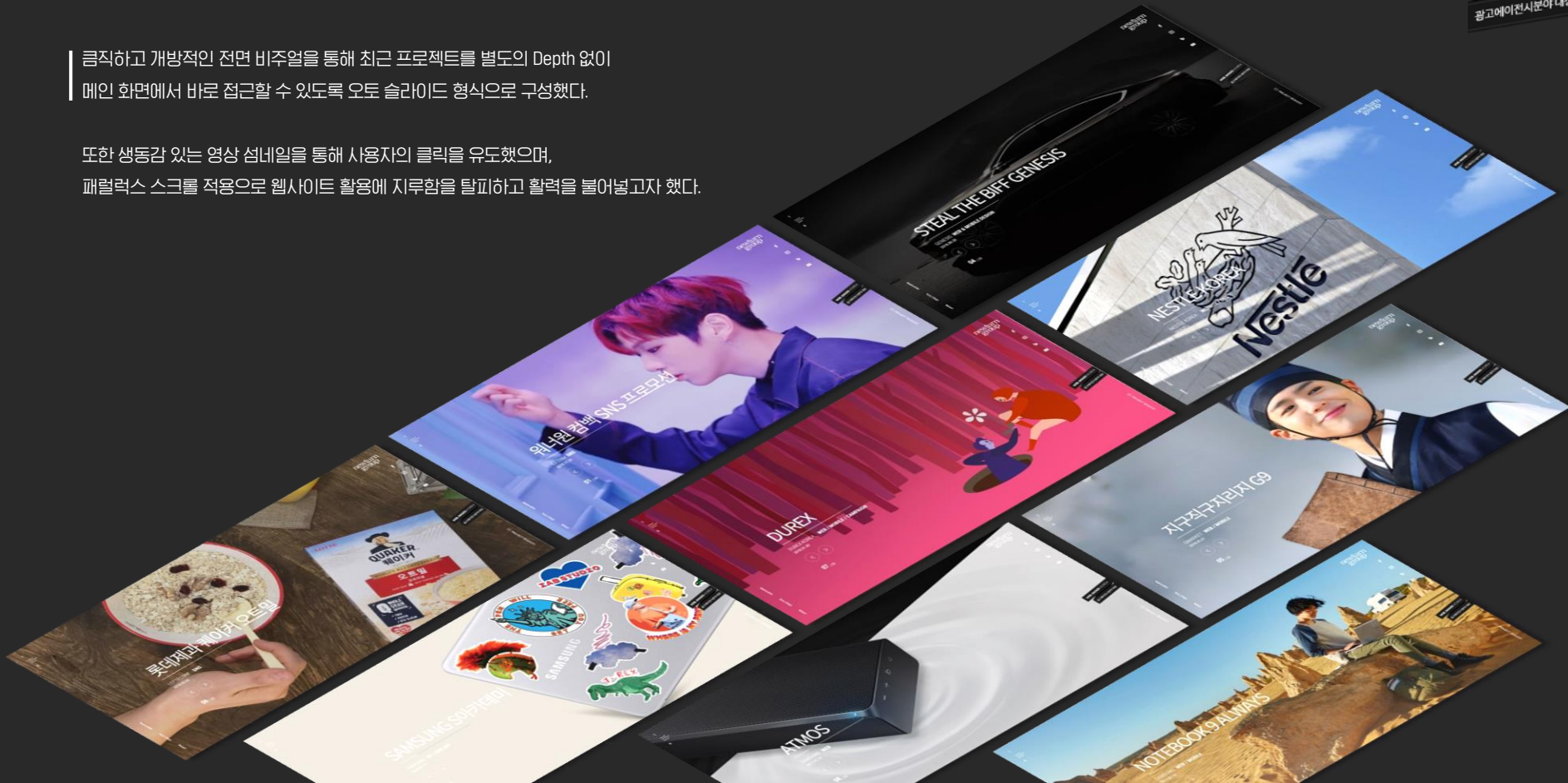
2018년 한 해 동안 뉴턴그룹이 진행해 온 전반적인 프로젝트를 한데 모아 뉴턴의 역량을 소개했으며, 젊고 활동적인 기업 이미지를 동영상으로 전달하고자 했습니다.

웹 에이전시의 사이트는 클라이언트에게 포트폴리오를 제공하는 목적 외에도 사이트 자체의 디자인적 감각, 기술적인 노하우, 철학을 어필하는 좋은 창구가 될 수 있기 때문에, 주 방문자인 클라이언트에게 개선된 레이아웃과 접근성을 토대로 편한 사용자 경험을 만들어주고, 사이트 자체의 높은 완성도를 통해 신뢰감을 전달하고자 하였습니다.



끔찍하고 개방적인 전면 비주얼을 통해 최근 프로젝트를 별도의 Depth 없이 메인 화면에서 바로 접근할 수 있도록 오토 슬라이드 형식으로 구성했다.

또한 생동감 있는 영상 섬네일을 통해 사용자의 클릭을 유도했으며, 패럴렉스 스크를 적용으로 웹사이트 활용에 지루함을 탈피하고 활력을 불어넣고자 했다.



| CJ ENM — 워너원 컴백 SNS 프로모션

2018.11.20 [SNS]

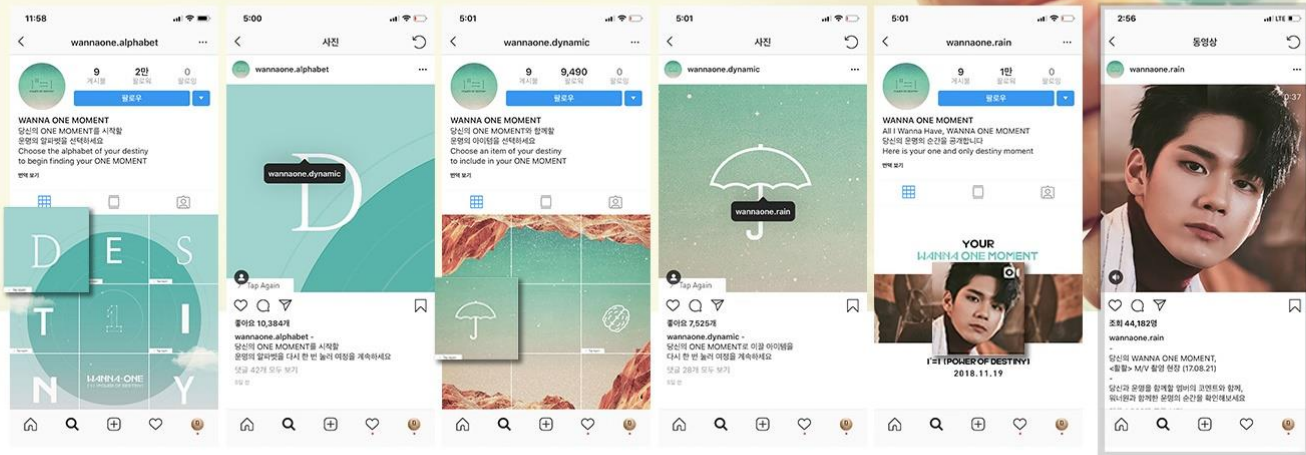
한국을 넘어 세계적인 팬덤으로 사랑을 받고 있는 워너원의 정규앨범 'Power of destiny' 발매 기념 인스타그램 프로모션을 CJ ENM과 함께 진행했습니다. 워너원의 마지막 정규 앨범이라는 의미에 맞는 독특한 프로세스의 분 인스타그램 프로모션은 오픈 직후부터 전세계 팬들의 반응이 뜨거웠습니다.

#Wanna_1_Moment



나만의 선택으로 완성된 '운명의 순간' 그리고, 멤버들의 시크릿 메시지

기호화 암호화 되어 있는 멤버들의 스토리를 선택해 나가면
유저가 고른 기호와 암호들이 하나의 영상으로 만들어지고
멤버들의 인사말을 들을 수 있는 콘텐츠가 만들어집니다.



이벤트참여



D.E.S.T.I.N.Y. 중 알파벳 선택



특정 아이템 선택



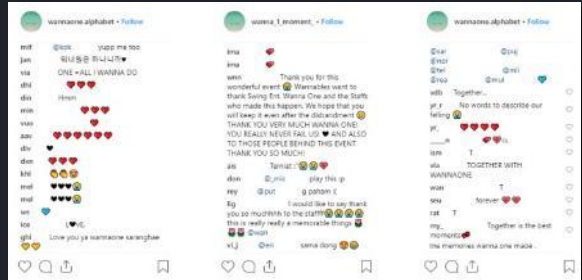
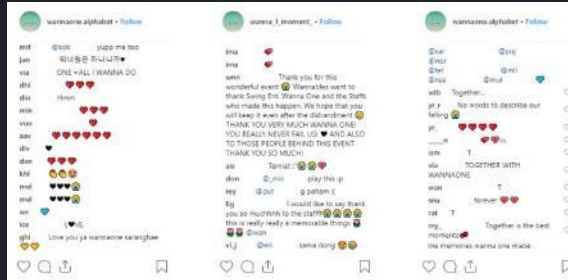
멤버 선택



나만의 선택으로 완성된 영상

워너원과 팬들의 운명의 순간을 찾아가는 여정

오픈 하루만에 약 4.8만여 명의 팔로우, 게시물 평균 1만여 개의 좋아요 & 댓글 반응
워너원 공식 계정을 중심으로 한 본 프로모션은 참여자들의 자체 바이럴로 2차 확산으로 이어졌습니다.



COLOR CONCEPT

MAIN COLOR



POINT COLOR



단계적 참여로 만나는 워너원 콘텐츠 큐레이션

캠페인 오픈 직후 전세계 팬들의 반응은 뜨거웠습니다.

오피셜 계정 외에 광고가 없었음에도 오픈 1시간도 안되어 캠페인 메인 계정의 팔로우 수는 1만이 넘어섰고,

팬들은 한 번의 프로세스를 완료 후에도 다른 선택지를 경험하며 1년 여간의 워너원 활동을 추억했습니다.

계정이 영원하길 바란다는 메시지들과 함께 워너원 관계자들과의 POWER OF DESTINY 의미를 되새기고 싶다는 생각에서 시작한

이번 프로모션은 지금도 팬들의 반응이 이어지고 있습니다.



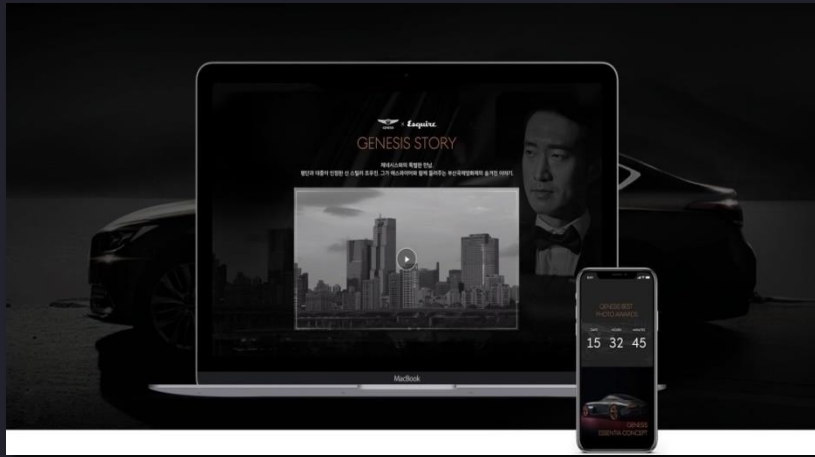
제네시스 — STEAL THE BIFF GENESIS 웹사이트 제작

2018.09.28 [Web & Mobile Design]

별들의 품격 제네시스가 함께하다

품격과 가치를 대변하는 제네시스가 부산국제영화제의 스타들과 함께했습니다. 뉴턴그룹은 이 프로젝트에 디자인 파트를 맡아 고급스러운 품격을 상징하는 브랜드의 아이덴티티를 비주얼 측면에서 잘 나타내고, 에스콰이어와 배우 조우진과의 접점을 자연스럽게 풀어나가는 것에 중점을 두어 작업했습니다.

이번 사이트는 티징 단계를 거쳐 본편을 오픈하는 2 step으로 진행되었습니다. 티징 단계에서는 티징 영상과 함께 카운트다운 영역을 구성하여 유저들의 기대감을 고취시킬 수 있도록 디자인했습니다.



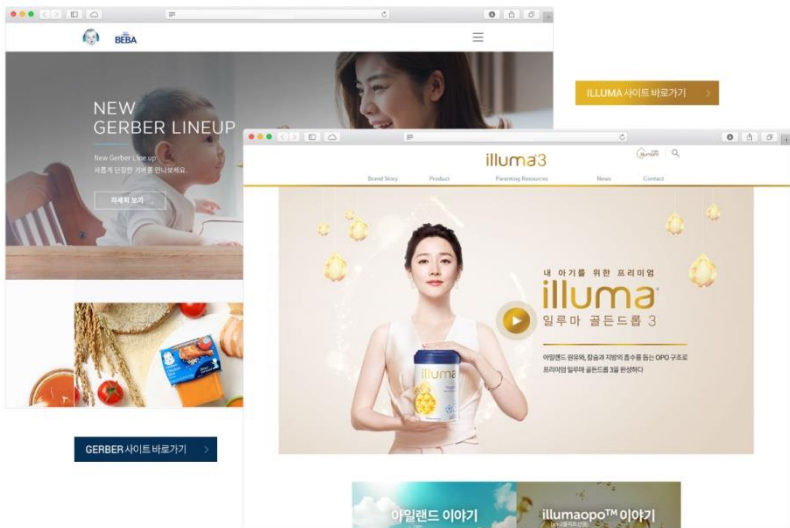
NESTLE KOREA – 웹사이트 상시운영 & SNS 마케팅 2018.07 ~ [WEBSITE/SNS]

뉴턴그룹이 2018년 7월부터 네슬레 코리아의 영유아 뉴트리션 라인업인 '일루마'와 '거버'의 SNS 및 웹사이트 유지·운영을 진행하고 있습니다.

고객사의 여러 OWNED MEDIA의 효율적인 운영을 위해 브랜드의 철학을 온전히 이해하는 것에서부터 시작하여 궁극적으로 'Selling'이라는 목표까지 다다를 수 있는 최적의 솔루션을 제시하고자 오늘도 끊임없이 고민을 하고 있는 뉴턴그룹입니다.

뉴턴그룹은 브랜드의 OWNED MEDIA를 운영하며 필요한 바이럴 마케팅도 병행해 진행하고 있습니다.

영향력있는 파워블로거, 인스타그램 인플루언서는 물론 카페, 온라인 디지털매체 등을 통한 바이럴 마케팅을 진행하고 있습니다.



SBI저축은행 – ‘SAVE A TREE WITH YOUR HUG’ 이벤트

2018.07.17 [Campaign]

SBI 저축은행과 송파구의 사회공헌 캠페인, 은행저축 프로젝트.

가을철 길거리 약취의 주범, 은행나무. 고약한 냄새를 풍기는 은행열매는 양나무에서만 열린다는 것, 알고 계셨나요?

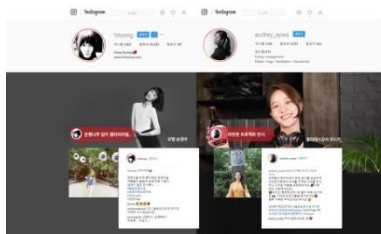
가을철이 되면 많은 민원의 주인공이 되는 은행나무들을 살리기 위해 SBI 저축은행에서 송파구의 도움을 받아 사회공헌캠페인의 일환으로 시작한 ‘은행저축 프로젝트’를 HSAD와 함께 진행했습니다. 오프라인 행사 진행과 함께 페이스북 파워페이지, 인플루언서, SNS 스낵비디오 등을 활용한 온라인 바이럴 마케팅이 함께 진행되었습니다.



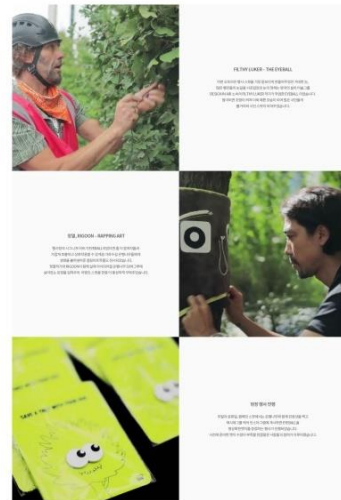
VIRAL – FACEBOOK POWERPAGE



VIRAL – INFLUENCER



OFFLINE CAMPAIGN SPOT



| SM C&C – 옥수수 퀴즈배틀 이벤트

2018.06 [Web/Mobile]

국내 최대 모바일 No.1 동영상 서비스 옥수수와 통신 3사가 고객 모두를 대상으로 야구 퀴즈배틀 이벤트를 진행하였습니다.
한국 야구의 살아있는 전설, 이승엽선수와 그의 절친 김제동 분을 모델로 oksusu플랫폼의 유입 증대를 노렸습니다.



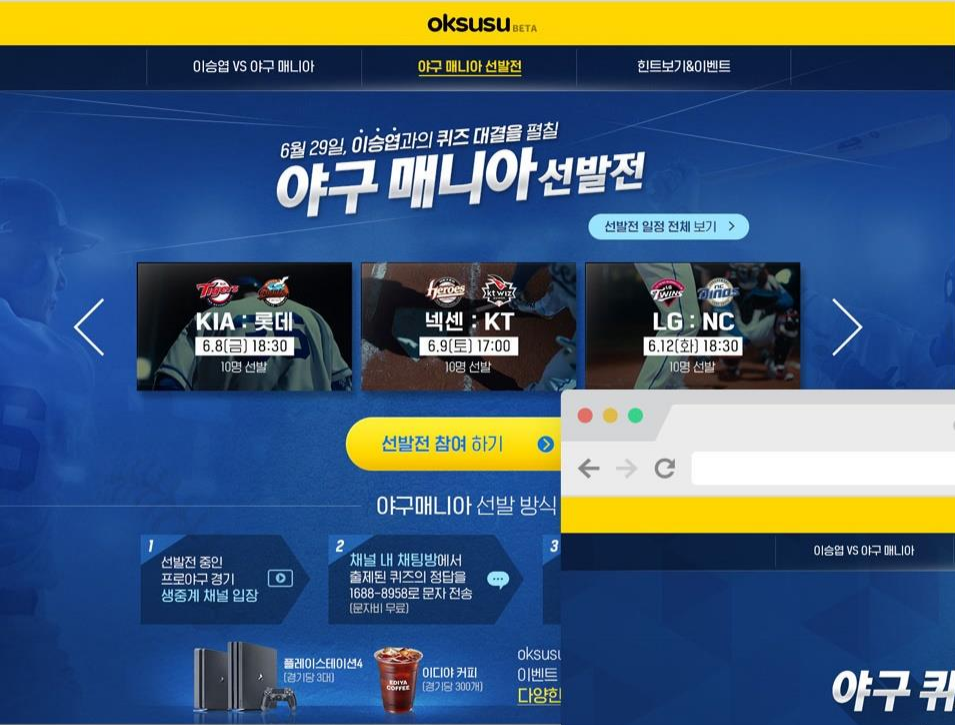
내가 맞힐거다! 옥수수 캠페인

옥수수 플랫폼의 특성을 살려 실제 프로야구 경기 7경기를 선정하여 실제 옥수수 생중계 채널에서 실시간 채팅창을 통해 퀴즈쇼를 진행, 매 경기 퀴즈 정답자 중 일정인원을 선발하여 총 99명의 선발대가 이승엽, 김제동과 오프라인 퀴즈쇼를 벌이고 이를 다시 옥수수를 통해 생중계하는 프로세스로 진행되었습니다.

OKSUSU MULTI EVENT

이벤트의 본질인 퀴즈쇼는 옥수수 플랫폼의 생중계채널을 이용하였으나, 프로야구 경기시간에만 진행될 수 있었습니다. 이벤트사이트는 해당 시간대에는 옥수수 플랫폼으로의 게이트 역할을 하지만, 퀴즈쇼가 진행되지 않는 시간대의 버즈 생성을 피할 수 있도록 웹 상에서 진행될 수 있는 여러 콘텐츠를 기획하였습니다.

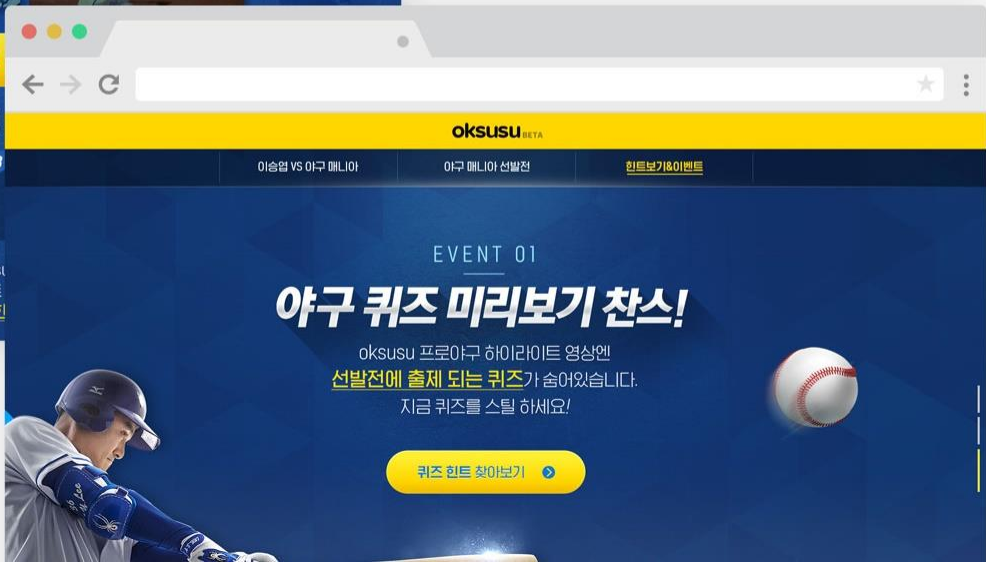




OKSUSU SUB PAGE

사이트에는 전반적으로 인터랙티브한 스크롤과 모션등을 통해 시각적 재미를 부여하였고, 퀴즈쇼와 관련된 힌트 영상, TVCF 영역 등을 구성하여 알찬 콘텐츠를 제공할 수 있도록 하였습니다.

또한 퀴즈문제 출제 이벤트를 통해 유저들이 직접 제보한 문제를 실제 퀴즈쇼에서 출제하여 양방향으로 소통할 수 있는 이벤트로 거듭날 수 있도록 하였습니다.





OKSUSU 대형 유입 대비

이번 옥수수 야구 퀴즈배틀 이벤트는 대형급 매체계획으로 사이트 유입량이 평소보다 큰 이벤트였습니다.

이에 더해 생중계와 연계된 퀴즈쇼 특성 상 특정 시간대에 집중적인 유입이 예상되었습니다.

이에 따라 로드밸런싱 서버를 구축하고 IDC간의 긴밀한 협조를 통해 동시접속자 10,000이상, PV수 총 20만부 이상의 서버부하를 처리하였습니다.

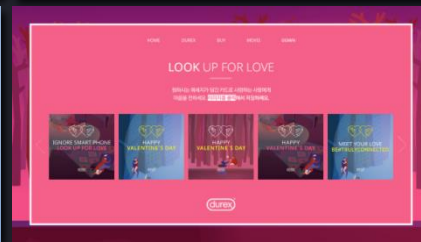
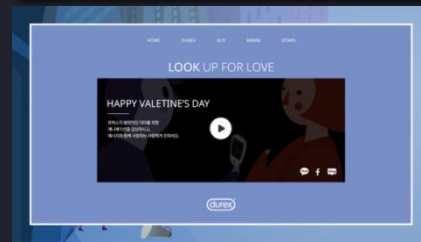
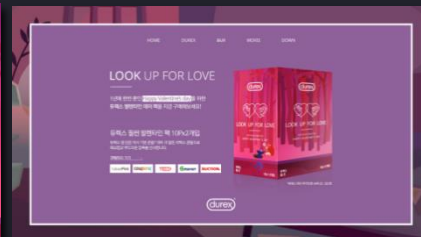
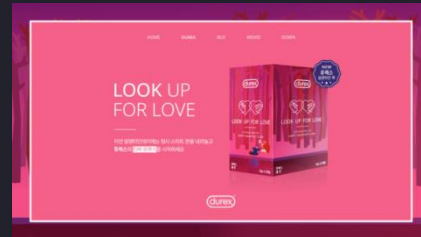
뉴턴그룹은 오랜 경험을 통해 다양한 기술적인 노하우를 가지고 프로젝트를 진행하고 있습니다.

Durex — 듀렉스 발렌타인데이 한정판 프로모션

2018.01.30 [Wep & Mobile / Microsite]

발렌타인 데이를 맞아 듀렉스에서 'Look up for love' 캠페인을 진행하였습니다. 스마트폰의 시대를 살고있는 연인들에게 이번 발렌타인 데이에는 스마트폰에서 고개를 들어 사랑을 찾아보자는 취지에서 시작된 이 캠페인은 듀렉스에서 제작한 애니메이션 영상을 중심으로 제품 특성상 핀포인트 타겟에게 어렵고 소심할 수 밖에 없었던 톤&매너에서 벗어나 퍼블릭한 타겟을 대상으로 경쾌하고 캐주얼하게, '친근한' 방법으로 고객들에게 다가갈 수 있도록 하는 데에 중점을 두어 진행하였습니다.

글로벌한 감각의 비주얼을 잡기 위해 캠페인 페이지가 가져가야 할 색깔을 잡는 데에 많은 공을 쏟았습니다. 내부적으로 '마치 해외사이트에서 볼 듯한 느낌을 보여주자' 라는 목표를 설정하고 제품퍼키지가 완성된 상황에서, 제품이 가지고 있는 본연의 톤을 해치지 않는 선에서 감각적인 비주얼을 확립할 수 있도록 노력하였습니다.



G.MARKET — 지구직구지리지 G9 2018.02.07 [Wep & Mobile / Microsite]

이베이코리아가 운영하는 큐레이션 종합쇼핑몰 G9와 브랜드 캠페인을 함께 진행하였습니다. '누구나 전세계의 재미있고 유용한 신문물을 즐길 수 있도록 G9가 선보이는 해외직구 지침서'라는 테마 아래 이번 캠페인을 통해 해외직구가 일상쇼핑의 대안이 될 수 있음을 직관적이고 실체적으로 전달하고자 하였습니다.

이를 위해 조선은 원래 직구의 나라였다는 황당한 가정을 바탕으로 제작된 TVC와 호흡을 맞추어 '탄생편', '실전편' 두차례에 걸쳐 캠페인 사이트를 오픈하였습니다.

캠페인의 핵심 키워드인 '지구직구지리지' 는 그 배경과 컨셉이 조선시대와 같은 사극적 배경 위에서만 제대로 살아날 수 있었습니다. 실제로 진행된 TVC와 마찬가지로 캠페인 사이트 역시 한지의 질감과 전통문양 등의 오브제를 활용하여 전체적인 분위기를 구축하였습니다.

자칫 진중하고 경직된 분위기를 가질 수도 있었지만 군데 군데 재치있는 카피를 통해 젊은 타겟층에게 친근히 다가갈 수 있는 보이스를 사이트 전반에 걸쳐 사용해 매력적인 사이트를 제작할 수 있었습니다



버거킹 - 디지털광고 2018.03~ [Online AD]

뉴턴그룹이 2018년 3월부터 버거킹 온라인 프로모션 배너 제작을 진행하고 있습니다. 버거킹의 화제작인 몬스터와퍼 런칭을 시작으로 다양한 프로모션의 배너들과 크리에이티브를 제작하고 있습니다.



카카오페이 - 오프라인 결제 활성화 캠페인 2018.07.04 [Online AD]

카카오페이 오프라인 결제를 활성화 하기위해 Online AD 캠페인을 진행하였습니다. 유튜브, 페이스북, 인스타그램, 다음 등 온라인 DA 배너 지면을 적극적으로 활용하여 카카오톡 내 카카오페이 서비스를 오프라인에서도 사용할 수 있다는 내용을 전달하고자 하였습니다.
또한 소상공인을 대상으로 각각 카카오페이를 통해 거래가 수월해지는 순간을 캐치하여 공감대를 이끌어낼 수 있도록 노력하였습니다.



“음식 장사 하는데
잔돈 만져야 하니까”



소상공인 사장님
수수료 걱정 없는
QR결제하세요

쉽고, 가벼운 요즘 현금
카카오페이 QR결제
수수료 없는 QR결제 키트를
무료 지원합니다.

요즘현금
pay
QR결제란

키트신청

찾아가는 일정

“수수료 아껴 장가 가야죠”
카카오페이 QR결제

이제 막 시작한 내 가게,
수수료 없는 카카오페이 QR결제

| **SAMSUNG** — 삼성 S아카데미 데칼 이벤트 2018.07.17 [CF/SNS]

삼성과 IAB Studio의 만남!

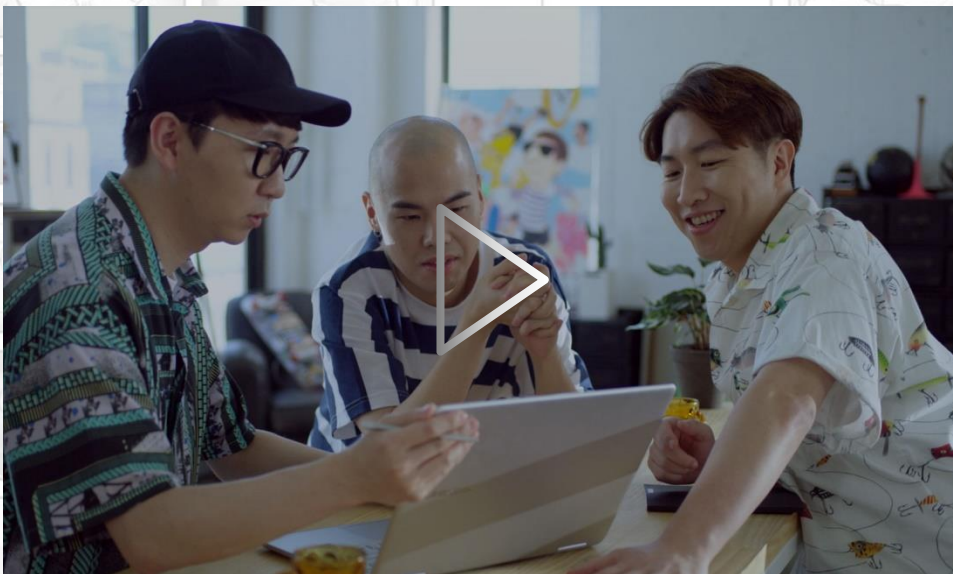
삼성 노트북 PEN과 9 ALWAYS가 2018 SUMMER 시즌을 맞이해 색다른 캠페인을 전개했습니다.

WHAT IS
YOUR
FAVORITE
THING?

삼성 노트북 9 x IAB STUDIO COLLABORATION OUTPUT : VIDEO

MY FAVORITE THING?

프로젝트 초기 단계에서 '아티스트와의 콜라베이션'이라는 큰 틀로 제품의 장점을 잘 살려줄 수 있는 다양한 아티스트 그룹들이 물망에 올랐고, 그중 다양한 브랜드와의 협업 경험에 있고 어느 한 분야에만 국한되지 않는 넓은 작업 스펙트럼을 가진 'IAB STUDIO'와 함께 SO카데미 데칼스티커 이벤트를 기획할 수 있었습니다.



facebook

IAB STUDIO 아티스트들이 직접 출연한 이 영상은 페이스북을 통해 공개되었고, 'MY FAVORITE THING?'을 주제로 아티스트들이 만들어 줄 데칼스�티커 주제를 댓글로 공모했습니다.



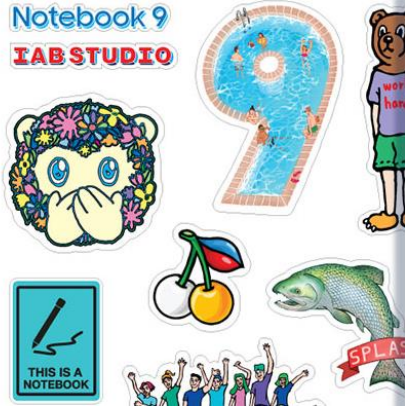
I A B
STUDIO
Collaboration
SAMSUNG

캠페인 기간동안 완성된 참여자들의 의견을 듣고 함께 제작된 38개의 데칼스티커는 총 1만 부의 실제 스티커팩으로 제작되어 참여자들에게 추첨을 통해, 또는 디지털프라자 매장에서 제품구매고객을 대상으로 배포되었습니다.

Notebook 5
IAB STUDIO



Notebook 9
IAB STUDIO



Notebook Pen
IAB STUDIO

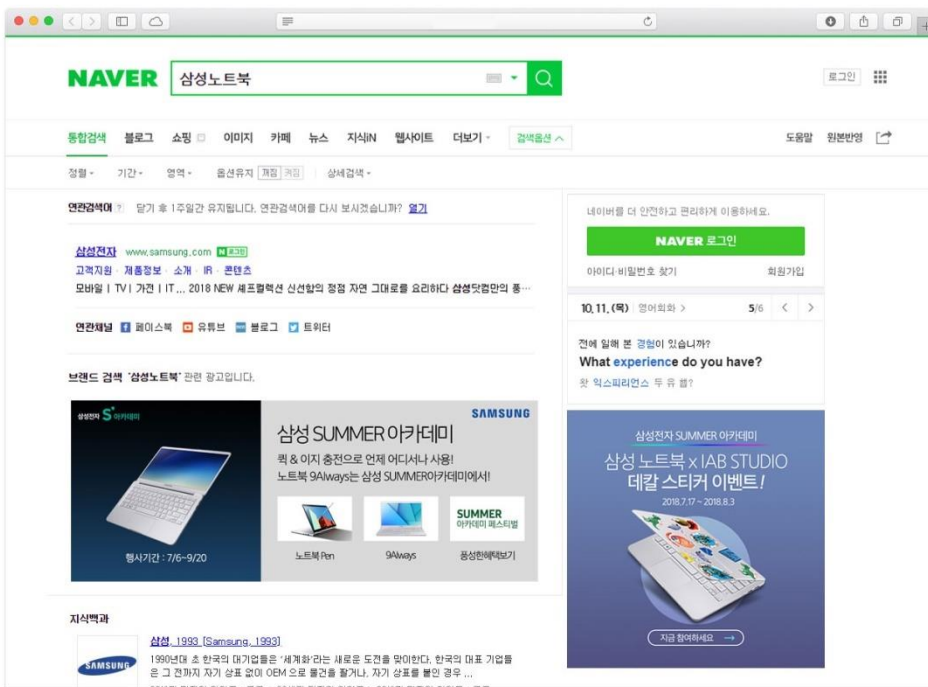


Notebook Odyssey Z
IAB STUDIO



삼성 노트북 9 x IAB STUDIO COLLABORATION OUTPUT : ONLINE AD

캠페인의 확산을 위해 온라인 매체도 적극적으로 활용하여 범업을 유도했습니다.



| SAMSUNG – 삼성 노트북 9 Always 디지털캠페인

2017.01.03 [Wep & Mobile/ Microsite]

세상엔 이제 셀 수 없을 만큼 많은 노트북들이 쏟아져 나오고 있습니다. 수많은 노트북들이 제각각 크기와 무게, 성능을 무기로 경쟁했지만 현재에 이르러서는 노트북들이 더 이상 경쟁하는 것이 무의미할 만큼 충분히 얇고, 가벼워졌으며 또 빨라졌습니다.

이번에 삼성에서 출시한 노트북 9 always는 기존의 무의미한 스펙경쟁에서 벗어나 실제로 사용자들이 노트북을 사용하며 느낀 불편함을 제대로 긁어주는 특색 있는 기능을 여럿 탑재하였습니다.



| 언제나 함께하는 삼성 노트북 9 ALWAYS

2단계의 연계 프로모션을 통한 BUZZ생성 극대화

이번 IMC는 총 2단계로 진행하였습니다.


본 캠페인이 시작하기 전, 티징 콘텐츠를 발행하여 유저들의 궁금증을 유발하고 이어서 TVC컨텐츠를 유저의 SNS에 공유하는 1차 이벤트를 통해 사용자들의 초기 관심을 계속해서 이어지도록 유도하고 동영상 콘텐츠 자체에도 제품의 소구점을 효과적으로 녹여내어 1차적인 타겟층을 확보하였습니다.

연이어 관심이 떨어지기 전, 이벤트 기간을 오버랩시키며 오픈한 2차 이벤트에서는 제품의 4가지 특징점을 토대로 다량의 이미지를 제작, 유저가 공유하고자 하는 이미지를 직접 선택할 수 있는 과정을 추가하여 단순한 공유이벤트와 차별성을 확보하고자 하였으며 더불어 간결하고 직관적인 인터페이스를 통해 이미지와 해시태그를 단 포스트를 누구나 어떤 환경에서든 쉽고 빠르게 공유할 수 있도록 제작하였습니다.

삼성 노트북 9 Always

#인생노트북 득템하기

당신이 꿈꾸던 #인생노트북을 득템 할 수 있는 기회!
삼성 노트북 9 Always 를 갖고 싶은 이유를 필수 해시태그와 함께 SNS에 공유하면
추첨을 통해 삼성 노트북 9 Always 를 드립니다.

 혁신적인 배터리

 뉴트럴 디자인

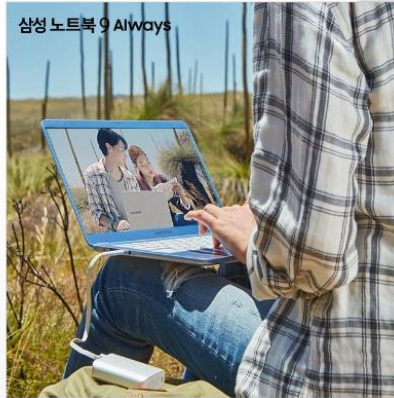
 지문인식 로그인

 799g 초경량

삼성 노트북 9 Always



삼성 노트북 9 Always

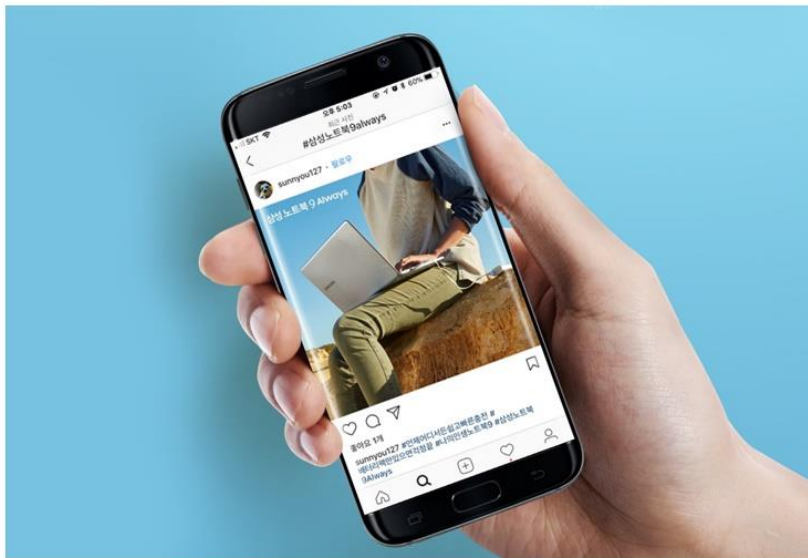


삼성 노트북 9 Always



EXPECTING A SUCCESSFUL CAMPAIGN CONCEPT DESIGN

뉴턴그룹은 캠페인의 파급력 있는 캠페인 효과를 위해
최선의 기획과 디자인을 하고 있습니다



SNS에 급 확산될 기획을 디자인하다

LET'S TAKE A LOOK AT THE IMAGE
I WANT YOU TO SHARE IT DIRECTLY WITHIN THE SITE
IT PRODUCED A HIGH BUZZ IN A SHORT TIME
삼성 노트북 9ALWAYS의 기능의 이미지를
사이트 내에서 바로 SNS 공유하게 하여
빠른 시간 안에 높은 BUZZ를 생성하였다

SAMSUNG — 삼성전자 홈페이지 제품 PDP 디자인 2016.06.01 [PDP Design]

삼성전자 제품의 얼굴이라고 할 수 있는 PDP 페이지의 디자인 작업을 진행했습니다. 삼성의 대표 TV와 사운드 바 일부 제품 PDP작업으로 제품의 특징점을 직관적으로 설명하는 데에 초점을 맞췄습니다. 특히 각각의 설명이 돋보이도록 하는 것은 물론 한 페이지 전체로 보았을 때에도 하나의 흐름으로 스토리텔링 되듯 보이도록 구성했습니다.



Powerful Octa Core processor for speedy performance

Operating multiple functions at once doesn't mean slower performance. We've upgraded the new Smart TV with the Octa Core Processor making it exceedingly faster than its predecessor. With even more speed, it's the ultimate upgrade that can handle all the old and new amazing capabilities of the Smart TV. The extra power makes your entertainment experience faster and more enjoyable, with less waiting and more viewing.



남양유업 — 불가리스 위센 브랜드 사이트 2017.08.25 [Wep & Mobile / Brandsite]

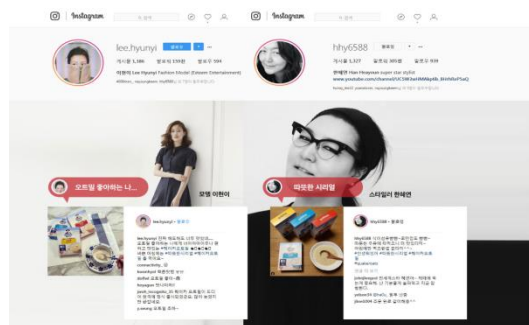
남양유업이 새로운 발효유 브랜드 위센을 출시하며 이를 알리기 위해 제품의 특징점을 시각화 하는 작업은 물론 오프라인과 연계된 각종 이벤트를 순차적으로 오픈하는 브랜드 사이트입니다. 불가리스 위센 브랜드 사이트의 구성은 제품 소개와 위건강 프로젝트로 되어있습니다. 제품의 특징점을 시각화 해 제품에 대한 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 하였습니다. 또한 위건강 프로젝트 시리즈로 관련한 프로모션을 함께 진행했습니다. 야근족 샵핑 이벤트는 케일라 형식의 오프라인 행사팀과 연계하여 이벤트 기간 내 저녁 시간대에 야근을 하는 직장인들에게 직접 찾아가 위센 제품을 증정했고, 공복타임 이벤트는 이벤트 기간 동안 특정 스팟에서 출근중인 직장인들에게 위센 제품을 시음토록 하는 이벤트로 온라인을 통한 이벤트 내용 홍보를 위해 힘썼습니다. 또한 위 건강상태를 자가진단하고 위센을 4주간 체험할 수 있도록 시음권을 제공하는 이벤트, 팀이나 단체를 대상으로 배우 이서진이 직접 찾아가 위센을 전달하는 이벤트와의 연계 등 현재까지 다양한 프로모션 운영을 진행하고 있습니다.



롯데제과 - 퀘이커오트밀 국내 런칭 SNS 및 바이럴 운영 2018.03.19 [SNS/Viral Maintenance]

140년 전통의 퀘이커 오트밀 국내 런칭에 맞춰 SNS운영과 바이럴을 진행했습니다. 몸에 좋은 귀리로 만든 간편건강식, 따뜻하게 먹는 핫시리얼 등의 대표적인 특징으로 건강을 생각하는 2-30대 싱글족과 직장인, 3-40대 주부 등을 타겟팅을 한 다양한 콘텐츠를 제작, 운영했습니다.

페이스북을 통해서 퀘이커 오트밀의 국내 런칭 소식을 시작으로 레시피, 식단 등 다양한 콘텐츠를 배포하고 인스타그램을 통해서 #모델들의아침식사 #셀럽건강만찬 #퀘이커오트밀 의 테마로 서클패션위크기간동안 모델 셀럽, 건강한 이미지와 피지컬 이상향의 셀럽 인물루어선들이 활동했습니다. 그 외 전통적인 검색어 관리와 블로그, 커뮤니티 등에서도 다양한 콘텐츠로 범람을 이어나갔습니다.

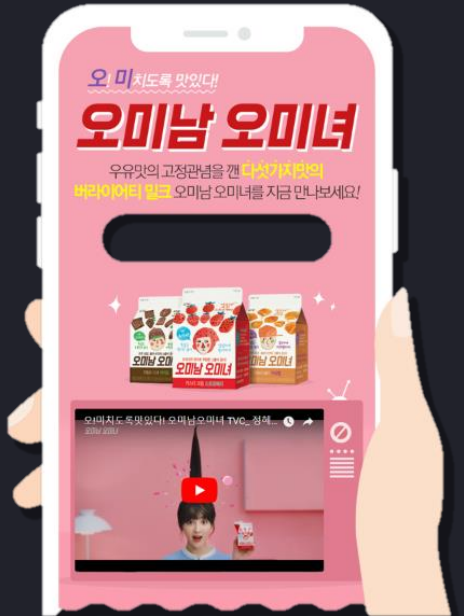
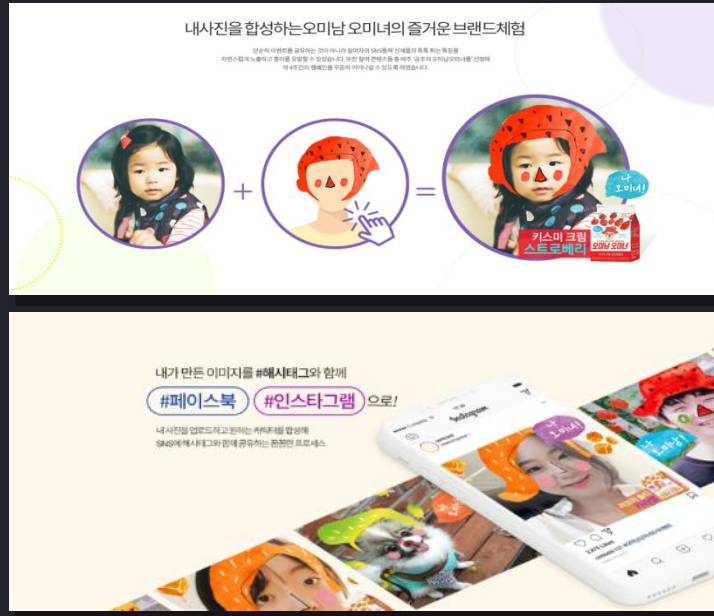


남양유업 — 오미남 오미녀 런칭 캠페인

2017.07.31 [Wep & Mobile / Microsite]

기존의 단맛 위주의 가공유에서 벗어나 독특한 다섯 가지 다양한 맛으로 탄생한 오미남오미녀의 런칭 프로모션 사이트입니다.

달콤함, 쓴맛, 신맛, 매운맛, 짠맛 등 우유 맛의 고정관념을 깬다는 제품 캐치프레이즈에 맞게 다양한 맛과 오미남오미녀 네임에 걸맞는 총 10가지의 맛 캐릭터를 선보이며 티켓 층에 초반 관심을 끌 수 있었던 만큼 마시는 행위에서 벗어나 '즐거움 브랜드 체험'을 할 수 있을 방향으로 진행했습니다.



Campaign Film



clio
2017.06.09

Campaign info

클리오 프리즈메어 / 이사배뷰티 라이브쇼

메이크업 브랜드 클리오의 프리즈메어 런칭 프로모션으로 인기 유튜버 이사배와 함께 1시간 40분 가량의 유튜브라이브쇼를 제작, 진행했습니다. 모델 이사배 채널을 통해 방영된 본 라이브쇼에서는 대표 색상을 이용한 두 가지 메이크업 제안과 클리오의 이탈리아 제작 담당 마케팅 담당자가 직접 출연해 심도 깊고 흥미로운 이야기를 풀어내 좋은 반응을 얻었습니다.

방송이 끝난 후에도 이사배의 메이크업 튜토리얼과 추천 제품, 방송 요약 등 다양한 편집물들을 통해 사후 프로모션에서도 활용했습니다.

Multimedia / Campaign Film



Mamonde 2017.05.17

Campaign info

Brightening Cover Powder Cushion 온라인영상

마몽드의 베스트셀러인 커버쿠션의 2017년 리뉴얼 버전 '마몽드 브라이트닝 커버 파우더 쿠션'의 프로모션 영상을 제작했습니다. 마몽드 커버 쿠션의 주 타겟인 2030의 뷰티 정보 습득 채널인 인기 뷰티 유튜브버와 제품에 대한 진솔한 이야기를 담은 영상 제작에 대한 브랜드의 요청이 있었습니다. 논의 끝에 특별한 설정 보다는 여행을 통해 제품을 체험하고 그들의 목소리로 솔직한 체험담을 듣는 컨셉으로 결정했습니다. 꽃을 모티브로 하는 마몽드 브랜드에 맞게 제품과도 관련있는 복숭아 꽃밭으로 평소 친분이 있는 '새벽'과 '강나' 두 유튜브가 제품을 직접 발라서 지속력 테스트를 하고, 기차 안에서 실제 인스타그램 라이브를 통해 참여자들의 궁금해하는 뷰티 팁은 물론, 제품에 대한 검증을 실시간으로 진행해 솔직한 소통의 시간을 가져 실제 라이브에서도 참여자들에게 좋은 반응을 이끌어냈습니다.

Social Contents 제작



삼성전자 PC 소셜 콘텐츠

2017.05.15

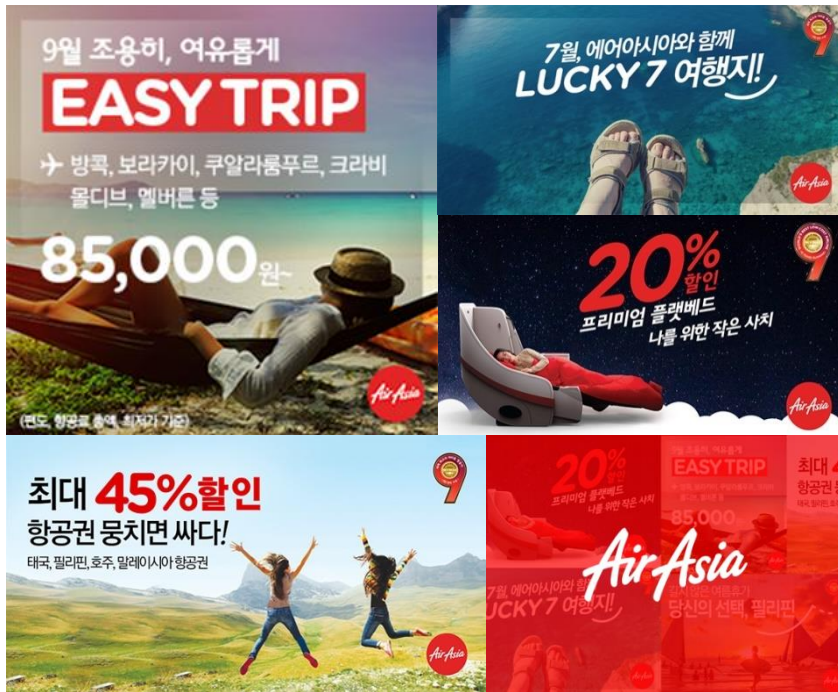
Campaign info

삼성전자 노트북 글로벌 페이스북 콘텐츠 제작

삼성전자 노트북 글로벌 페이스북의 소셜 콘텐츠들을 제작했습니다.
글로벌 콘텐츠인 만큼 텍스트 중심이기 보다 한 눈에 인지할 수 있는
시각화 작업이 중요했습니다.

제품의 특징점을 일러스트레이션과 실사 합성 등의 이미지,
간단한 모션 그래픽 영상 등 다양한 기법으로 표현해 재미를 주었습니다.

Digital AD creative guide 및 유지운영



Air Asia 2017 2017.05.01

Campaign info

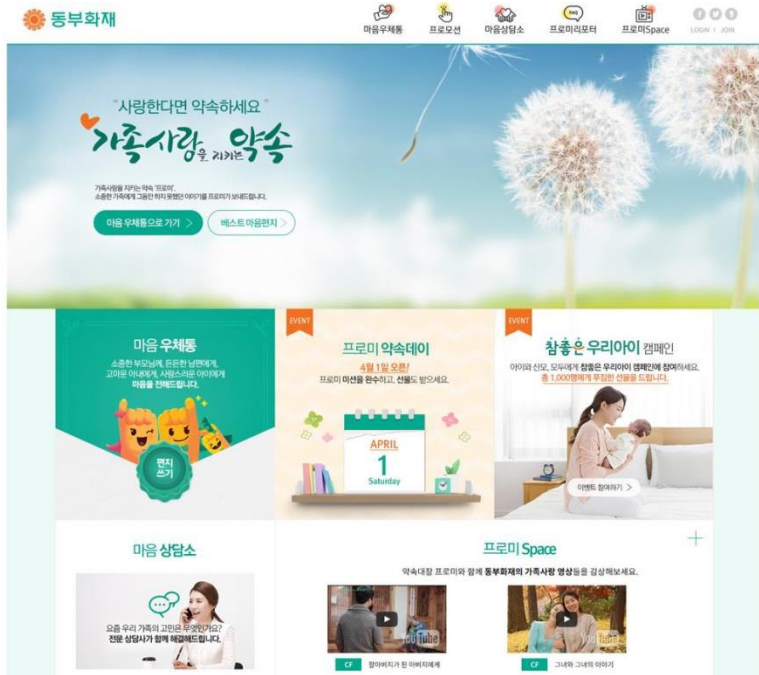
에어아시아 디지털 광고 크리에이티브 가이드 및 운영

글로벌 항공사 에어아시아의 한국 디지털 광고 제작을 운영하고 있습니다. 항공사의 특성상 디지털 광고에 주력하는 상황인 만큼 한 눈에 브랜드를 인지할 수 있는 디자인 가이드가 필요했습니다.

기존 진행하던 광고에 에어아시아의 컬러와 브랜드 철학을 표현할 수 있는 디자인 가이드를 만들고 다양한 매체에 어울리는 크리에이티브와 전략으로 전년 대비 높은 버즈량과 매출 증대에 도움이 되었습니다.



Web & Mobile / Brandsite



DB손해보험(동부화재) 가족사랑 캠페인 사이트 2017.04.28

Campaign info 동부화재 가족사랑 캠페인 사이트

기업 아이덴티티를 상징하는 캐릭터를 보유한 기업들은, 그 캐릭터를 모든 표현물에 최대한 활용하여 효율적으로 기업의 정체성을 고객에게 인지시키고 있습니다. 동부화재의 '프로미 캐릭터'도 마찬가지로 캠페인 사이트 전반에 걸쳐 활용하여 캠페인 사이트에 방문한 이용자들이 '프로미'와 프로미를 적극 차용한 대표 프로그램인 '마음 우체통' 까지도 명료하게 인지할 수 있도록 유도하여 대표 비주얼과 콘텐츠를 재정립하였습니다.

또한 킬러 콘텐츠인 마음우체통을 사이트 전면에 내세우고 프로세스를 직관적이고 소비자 입장에서 충분히 고려하여 누구나 쉽게 참여할 수 있도록 개선하는 방향으로 중간 이탈률을 줄이고 참여율을 증대시킬 수 있도록 기획하였습니다.

이와 함께 실질적으로 사용자들의 참여도를 끌어올리기 위해 각종 이벤트를 진행, 동시에 참여 혜택을 증대하는 방안도 함께 고려되었습니다.

Web & Mobile / Microsite

goodal

수분유목민
쿨터뷰

항염염·박진주의쿨터뷰!
대세양세형과함께하는

이벤트

제주청귤투어

난써봤다글! 제주에청귤따러가자글!
초록비타민이피워찬! 생기가득청귤수분크림으로
정직한수분유목민들은사용후기를등록하라글!
추첨을통해제주청귤투어등다양한경품을드린다글!

이벤트기간 2017년 03월 17일 ~ 2017년 04월 30일
당첨자발표 2017년 05월 00일

Goodal 청귤 수분 크림 2017.03.17

Campaign info

구달 청귤 수분 크림 런칭 이벤트

구달의 청귤 수분 크림 런칭 온라인 프로모션을 진행했습니다. 품질 자부심이 있는 신규 제품인 만큼 직접 써보고 솔직한 후기를 작성하고 확인하는 등 청귤 수분 크림에 대한 직접적인 커뮤니케이션 방향으로 설계했습니다.

청귤 수분 크림 이벤트는 크게 영상공유 이벤트와 제주 청귤 투어 이벤트로 진행되었습니다. 수분유목민 쿨터뷰 라는 타이틀로 진행된 영상공유 이벤트는 SBS모바일에능프 프로그램 '양세형의 숏터뷰'와 함께 제작한 영상을 자신의 SNS에 공유해 응모하는 형식이고, 제주 청귤 투어 이벤트는 포토후기를 작성하면 추첨을 통해 청귤 생산 지역인 제주 투어 패키지 티켓 등의 경품 증정 이벤트입니다. 자연 친화적인 제품의 특징을 살려 전체적으로 깨끗하고 심플한 레이아웃과 디자인 요소로 컨셉화 했습니다.

Thank you

감사합니다

newturn
group

TURNING INTO A WHOLE NEW CREATIVITY