유의사항(Disclaimer)

- 본 자료는 투자자에게 제일기획I(이하 회사)의 경영목표, 사업전략 등 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

- 본 자료에 포함된 예측 정보는 과거가 아닌 미래의 사건에 관계된 사항이며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바, 회사가 통제할 수 없는 시장환경의 변동 및 위험 등의 불확실성으로 인해 회사의 실제 영업실적 결과와 일치하지 않을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.

- 마지막으로 본 자료는 투자자들의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며, 당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.

Cheil Transformation

2022. 04. 21

광고산업 = 사양산업

광고산업
사양산업

글로벌

디지털 중심의 새로운 약진

전체 시장 중 디지털 비중 58%
테크, 컨설팅 기반 디지털 전문社들의 약진

(Ad-age 발표 기준)

순위	'17	'18	'19	'20
1	WPP	WPP	WPP	WPP
2	Omnicom	Omnicom	Omnicom	Omnicom
3	Publicis	Publicis	Publicis	Publicis
4	IPG	IPG	Accenture	Accenture
5	Dentsu	Dentsu	IPG	IPG
6	Accenture	Accenture	Dentsu	Dentsu
7	PwC	PwC	Deloitte	Deloitte
8	Deloitte	Deloitte	PwC	PwC
9	Cognizant	IBM	IBM	BlueFocus
10	IBM	Cognizant	BlueFocus	IBM

국내

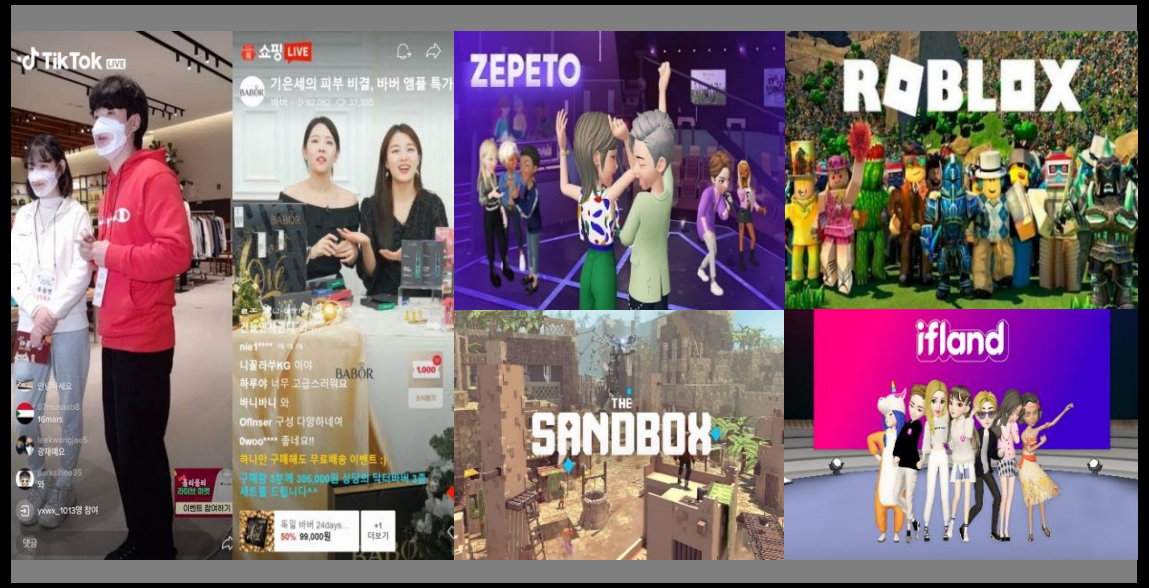
디지털 성장폭 大

국내 광고시장은 최근 5년간 “전체 3.4% vs 디지털 9.7%” 성장
MZ세대 겨냥 신규 디지털 플랫폼 등장

(億원)

	'17	'18	'19	'20	'21 (E)	CAGR ('17~'21)
국내	105	111	118	112	120	3.4%
(글로벌내 비중)	(1.9%)	(1.9%)	(1.9%)	(1.9%)	(1.8%)	-
ATL (비중)	65 (62%)	62 (56%)	63 (53%)	58 (52%)	62 (52%)	△1.2%
디지털 (비중)	40 (38%)	48 (43%)	55 (47%)	54 (48%)	58 (48%)	9.7% -

(메타버스 향 신규 디지털 플랫폼)

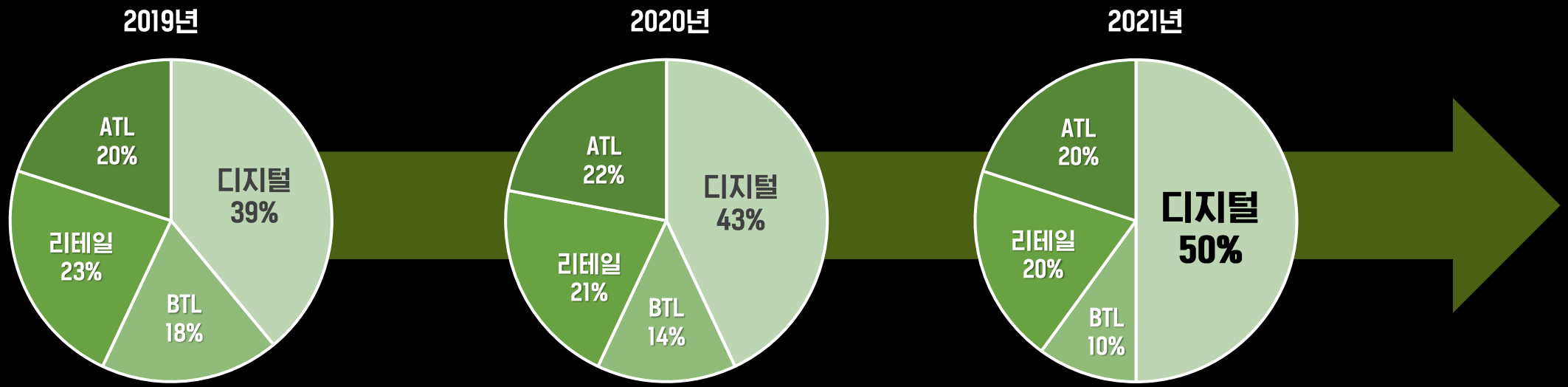


제일기획도 디지털 중심으로 사업구조 재편, 성장

디지털 비중 : '19년 39% → '21년 50%

〔* 매출 총이익 기준〕

〔 제일기획 사업 영역별 비중 변화 〕

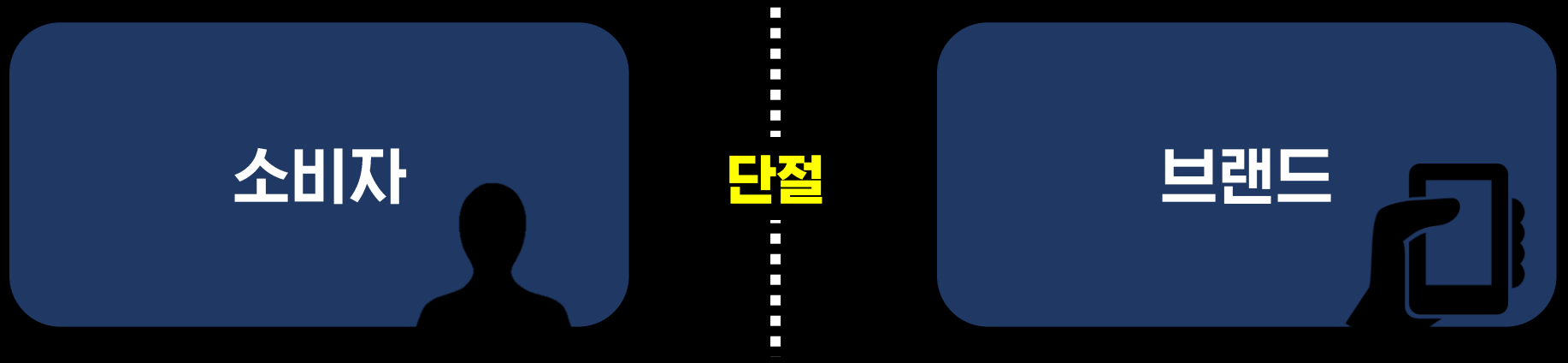


디지털 트랜스포메이션은
광고산업, 그리고 제일기획에
어떤 의미를 가지는가?

디지털 트랜스포메이션은
단순히 미디어의 변화만을 의미하는 것이
아니라

대행사 비즈니스를 획기적으로
변화 및 확대시키고 있다

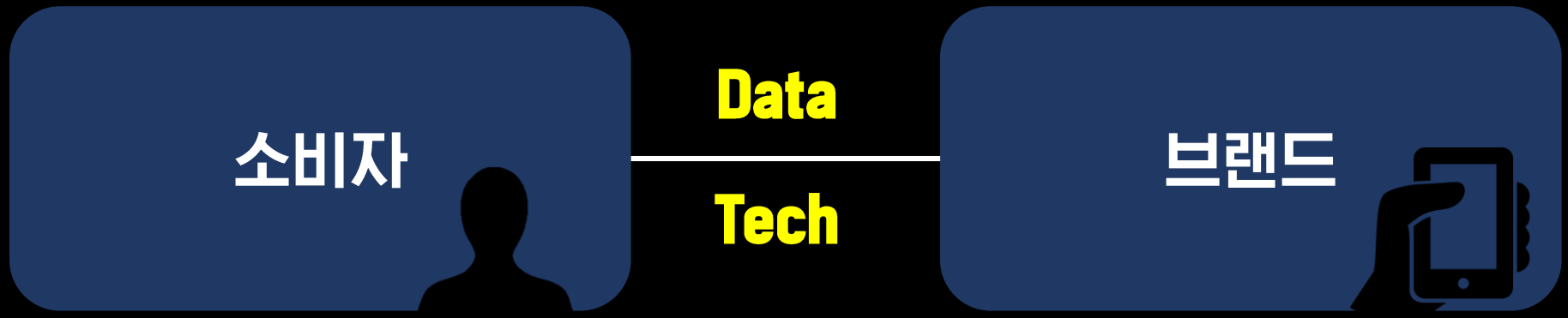
아날로그 시대



Agency의 역할은 광고로 국한

→ 마케팅 지원

디지털 시대

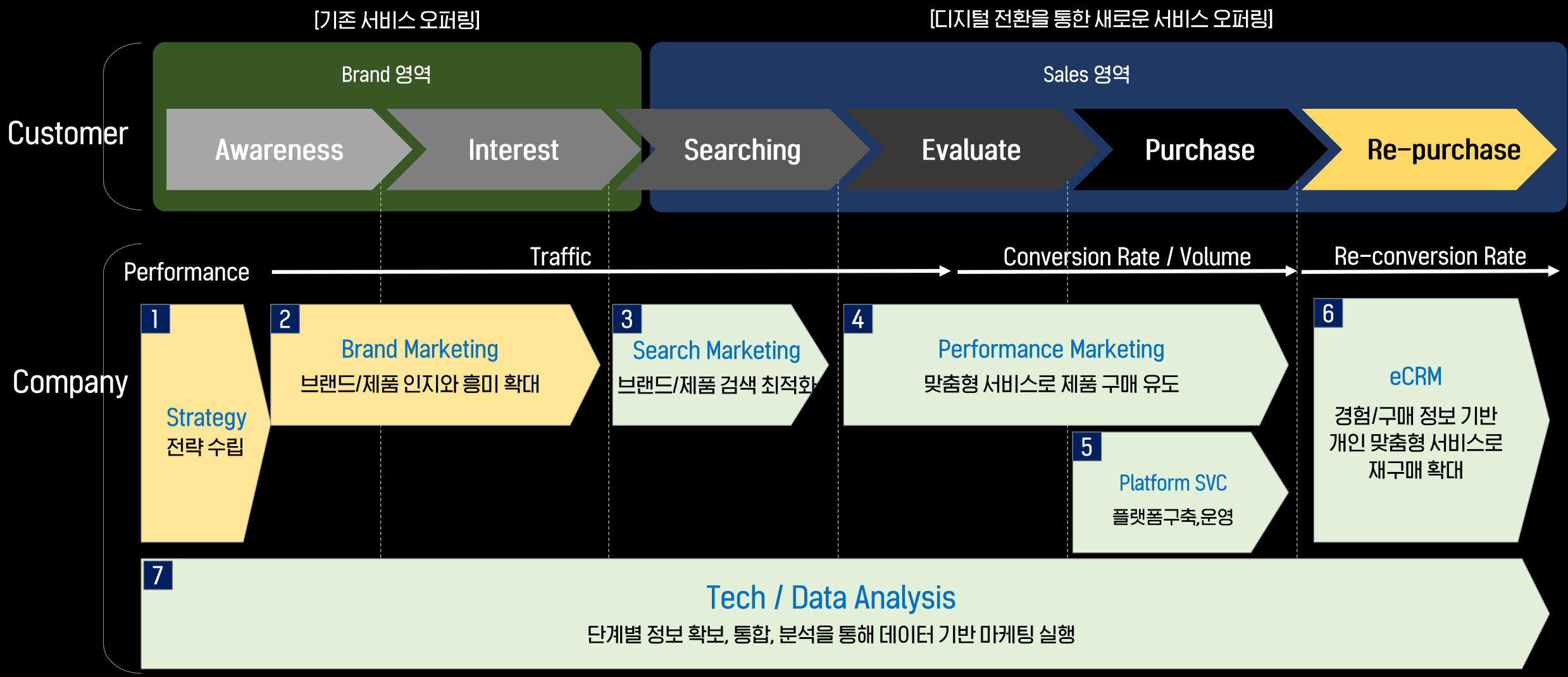


Agency의 역할이 마케팅 전반으로 확대

→ 마케팅 최전방

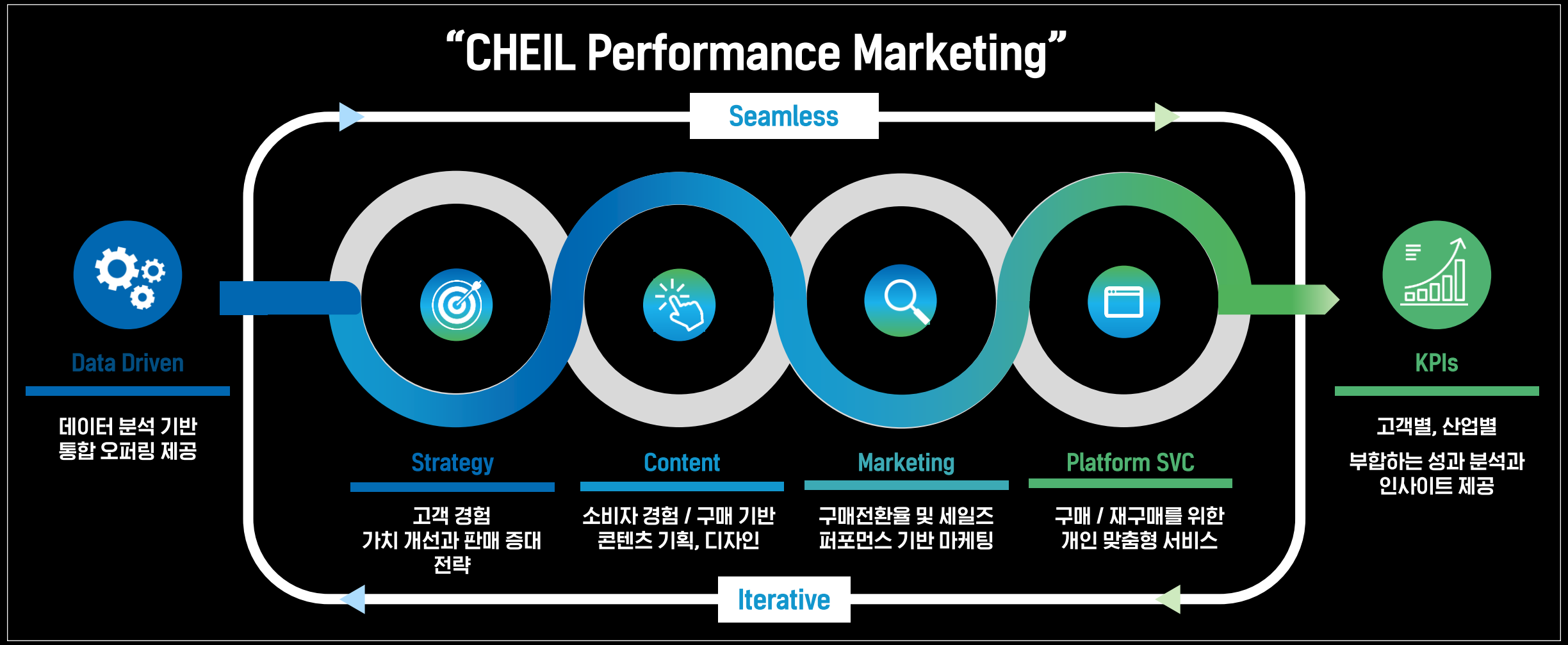
테크와 데이터 중심의 서비스 오퍼링

: 마케팅의 수직적 프로세스 전반에 걸친 대행의 확장



제일기획은 무엇을 하였는가?

클라이언트의 비즈니스 솔루션 능력을 배양하여
이른바 퍼포먼스 마케팅 파트너로서 자리매김



퍼포먼스향 마케팅 고도화를 위해 각 영역별 전문 역량 구축

고객 경험가치 개선과 판매 증대를 위한 Seamless 통합 서비스 제공

Strategy

고객경험
가치 개선과 판매 증대 전략

- Ecommerce Biz. Evaluation
- Ecommerce Transformation Strategy
- Customer Experience Innovation (Content, IA, UI/UX, Call-to-Action)
- Sales Driven Marketing Strategy & Action Planning
- KPI / Data Analysis Strategy

Content

소비자 경험 / 구매 기반
콘텐츠 기획,디자인

- Content Planning (Yearly Calendar, TPO…)
- Content Production & Operation
- Content A/B Testing & Optimization
- Branding/Sales Driven Content Curation & Personalization

Marketing

구매전환율 및 세일즈
퍼포먼스 기반 마케팅

- Seamless Marketing Planning (Yearly Calendar, TPO* …)
- PPC** (Media, Social, Influencer…)
- Search Marketing (SEO, SEM)
- Data Driven Marketing (Performance, CRO, CDM)

* TPO : Time-Place-Occasion
** PPC : Pay-Per-Click

Platform svc

구매 / 재구매를 위한
개인 맞춤형 서비스

- Customer Experience Design (IA, UI/UX Design)
- Loyalty / Membership Program
- Platform Operation Optimization
- Merchandising Support

Analysis

데이터 분석 기반
통합 오퍼링 제공

- KPI Analysis & Management
- Performance Analysis Management
- Data Analysis & Management (Traffic, Funnel, Campaign, Segment)
- Insight & Action Item (Marketing, Segment, Target)

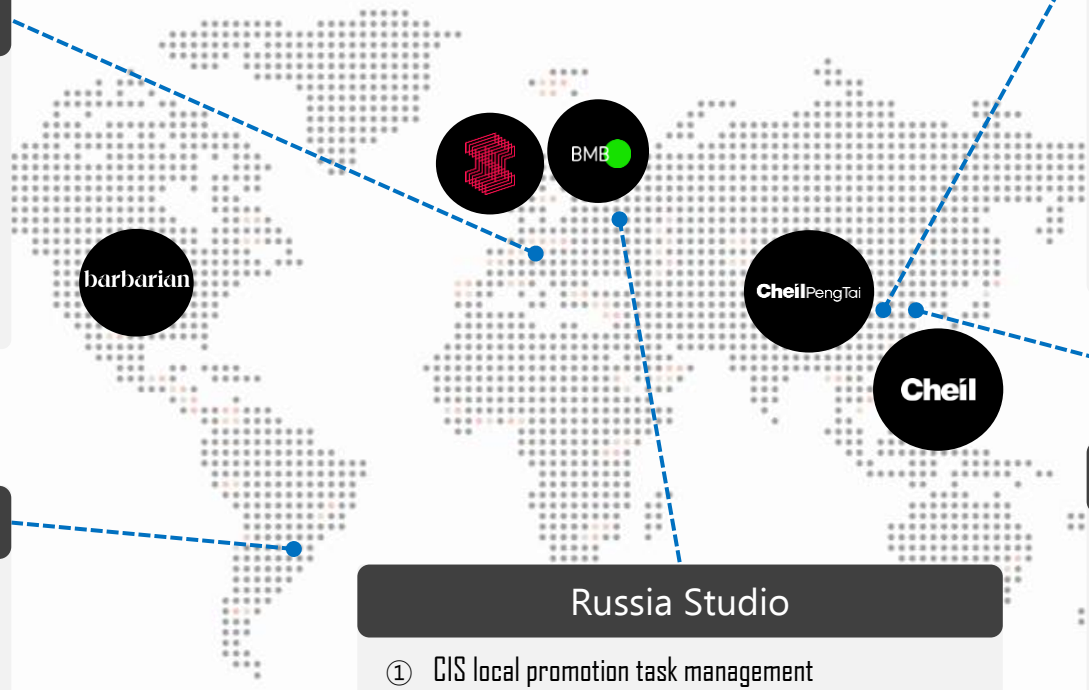
거대 플랫폼을 통한 글로벌 디지털 오퍼레이션 시스템 구축

Poland Center

① EU/NALA/MENA daily operation task management
② EU Flagship content management
③ Additional project management (EU/MENA)
④ Auto Tool (Athena) management

China Center

① APAC/IN/CIS daily operation task management
② APAC/IN/CIS Flagship content management
③ Additional project management (APAC/IN/CIS)
④ Auto Tool (UiPath) supports



Brazil Studio

① NALA Flagship content management
② NALA local promotion task management
③ Additional project management (NALA)

Russia Studio

① CIS local promotion task management
② Additional project management (CIS)

Seoul Studio

① Master page creation for global requests
② Global request leading/management
③ QA tool management (UiPath/Athena)
④ Additional project lead/management

역량 중심의 제일 CONNEC+ 그룹 (자회사 포지셔닝)

Marketing Tech & Platform Group	Performance & B2B Marketing Group	Content & Production Group	Tech & Commerce Group	Retail Experience Group
Marketing Tech	Data Analytics	Content	Tech	Design
Platform	B2B	Social	Platform	Production
Digital / Tech Production	Digital Media	Production	Commerce	Retail Strategy

CoE 구축을 통한 전문역량 전파

Data / Tech	Cheil DiA, PMC
Contents	CYLNDR, MINT
Retail	shop:tect, MDLab

다양한 솔루션 및 플랫폼 구축

AdTech Campaign	Data Driven Marketing	Global Platform Operation	Omni-Channel Commerce	Retail Management
4 Screen Optimizer	AI Optimizer	Contents Management System	Digital Signage	Field Force Management Tool
CYLNDR IGNITION	DMP	Control Tower	Digital Spec Card	Asset Management Tool
Digital Panel	Sales Tracker	Global Publishing Center	Digital Wall Bay	Data Platform
Marketing Mix Model		Space & Log	eCombus	Training Platform
Media Dashboard				
Private DMP				

향후에는, 5대 중점 영역을 중심으로

퍼포먼스향 비즈니스 확장 및 디지털 트랜스포메이션 가속

[디지털 트랜스포메이션 5대 중점 영역]

1	성과예측/입증을 위한 디지털 기반 구축
2	퍼포먼스 기반 미디어 비즈니스 확대
3	플랫폼 기반 커머스 비즈니스 확대
4	전시/이벤트/리테일의 디지털 전환
5	컨텐츠 제작방식의 혁신 및 프로덕션 내재화

디지털 트랜스포메이션이
시장의 깊이를 깊게 했다면

디지털 트랜스포메이션이
시장의 깊이를 깊게 했다면

메타-포메이션은
(Meta-formation)

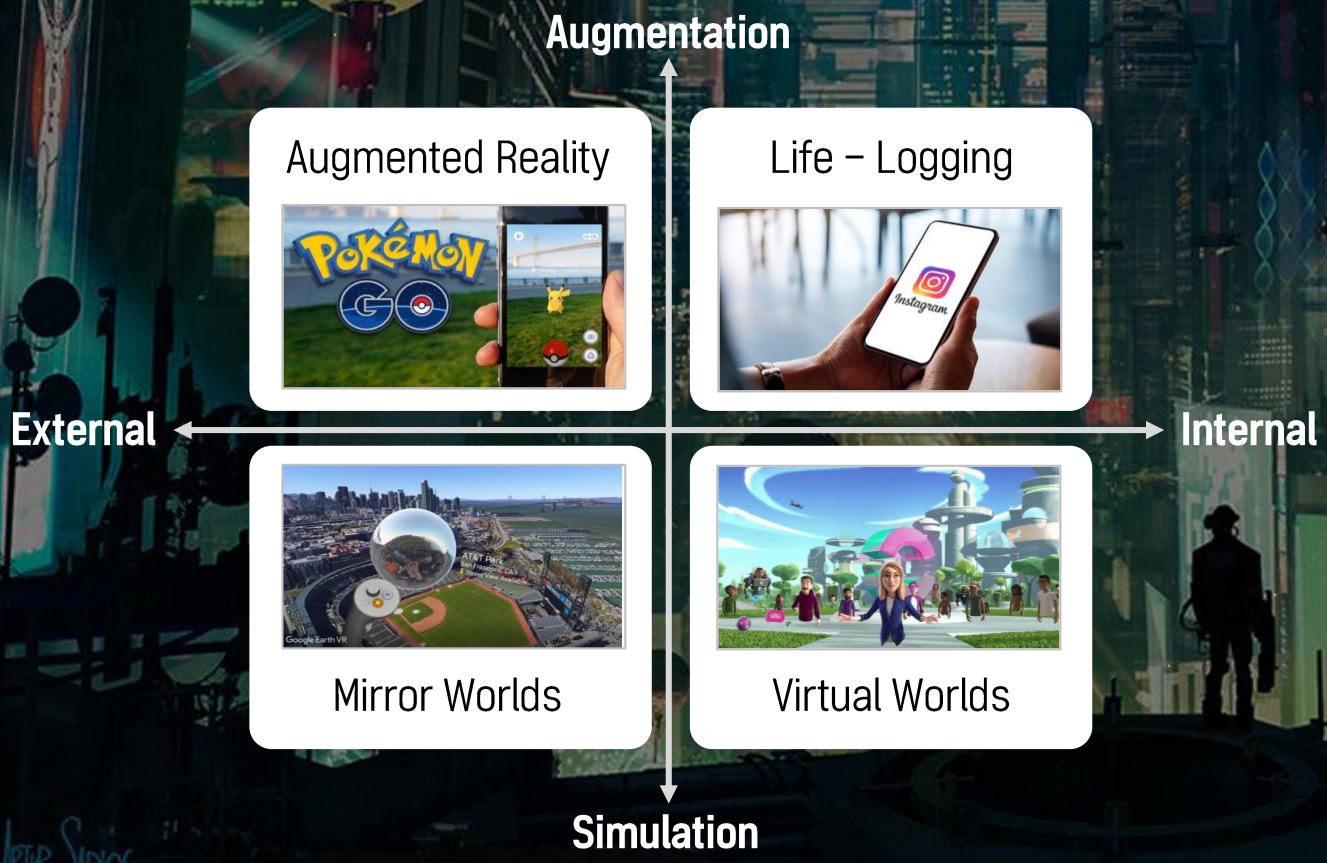
시장의 넓이를 극적으로 확대

팬데믹이 비대면 세상을 열었고
새로운 공간에 대한 열망을 일으킨 결과

메타버스 시대 개막

우리가 맞이하는 현실과 가상의 세계가 Meta(초월)의 단계로 진화

Metaverse



로깅부터, 증강현실, 가상 현실까지 –
게임부터 쇼핑, SNS, 업무까지

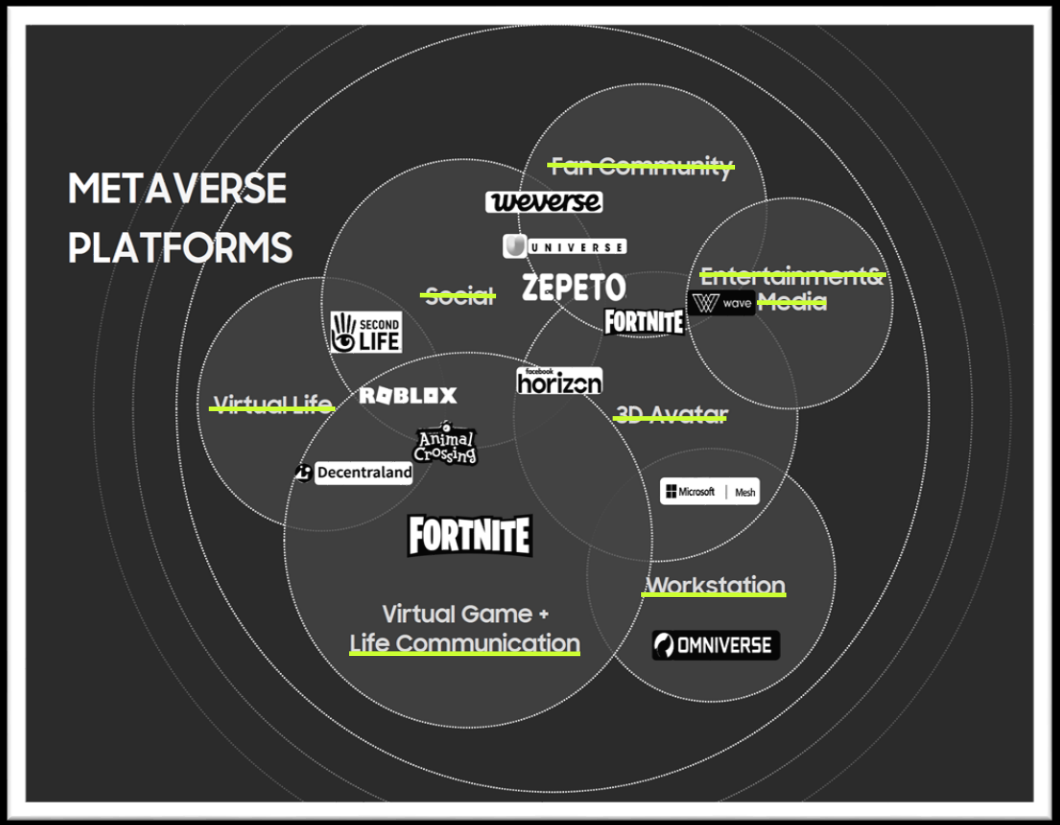
생활 전반의 모든 영역이 구축 가능한
새로운 공간이자 기회

Metaverse

고객의 일상 생활 뿐만 아니라
기업 활동의 모든 영역이 메타버스로 구성

소비자 뿐만 아니라 기업의 다양한 활동까지
새로운 사업 기회化

**제일기획의 활동이 電子/非계열,
글로벌 커버리지의 한계를 넘어
클라이언트의 모든 사업으로 확장 가능**



지금 제일기획은
Digital Trans-formation의 가속화와 함께
모든 정형화된 틀을 벗어나는

Meta-formation을 동시에 시작

Meta-formation 시작 (조직)

메타버스에 대한 당사의 선제적 대응

콘텐츠 유형 다변화, 제작방식 혁신에 따른 경쟁 우위 확보

전사 대응조직 구축 및 전담조직을 통한 대응 강화

1	메타버스 위원회 구성 ('21年)
2	디지털테크본부 신설 ('21年)
3	메타버스 사업팀 신설 ('22年)
4	메타버스 크리에이티브팀 신설 ('22年)

Meta-formation 시작 (역량 & 오퍼링)

신대륙으로 향하는 'Meta-formation'을 위해 먼저, 메타버스向 콘텐츠 제작 역량 확보에 총력

국내
선행연구와 메타버스 프로젝트들을 함께 할 수 있는 전문사와 파트너십 체결 준비 중

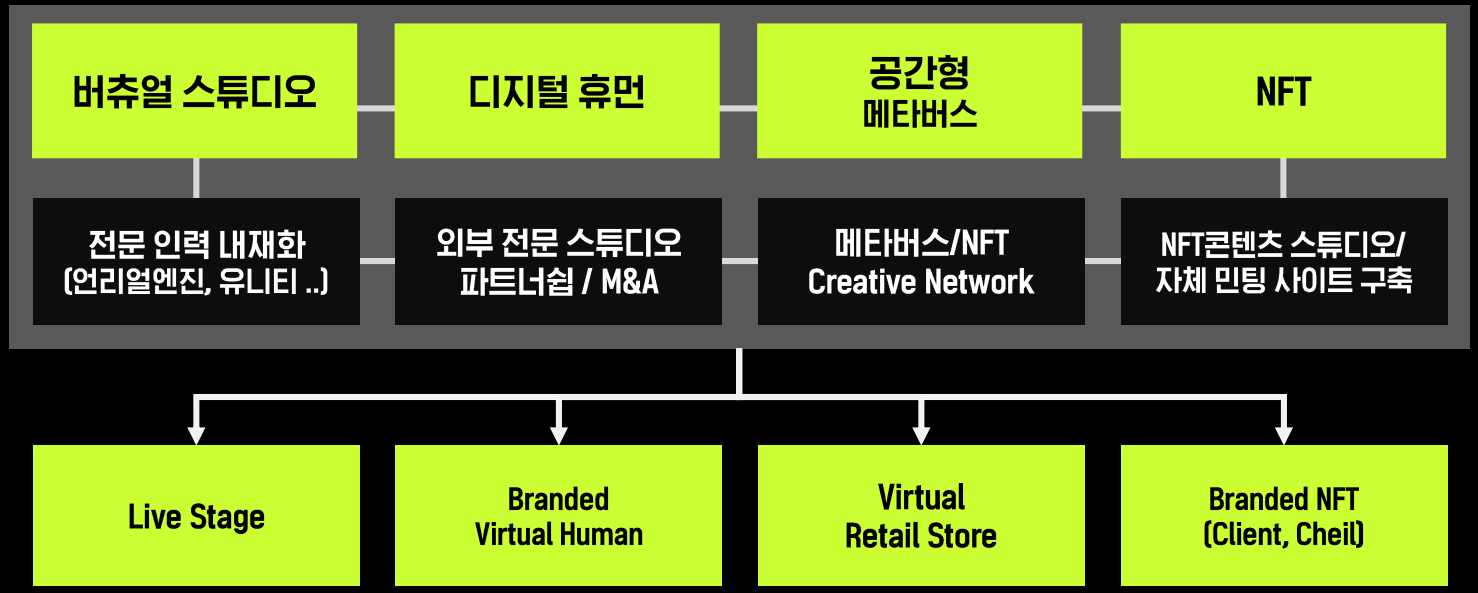
해외
앞선 기술력의 메타버스向 콘텐츠 제작 능력을 갖춘 해외 프로덕션 인수 추진 중

메타버스 프로젝트를 통한
서비스 오퍼링 확대에도 이미 착수

- 버추얼 휴먼
- 버추얼 스토어
- 초실감형 콘텐츠

중장기적 전략하에
4대 기회 영역에서 Meta-formation 추진

[Meta-formation 기회 영역 및 전개 전략]



이를 위한 과감한 투자와 M&A 검토 중

지금 제일기획은

Cheil

지속적인 글로벌 거점 확대
(북서부아프리카, 중동구지역 등 개발)

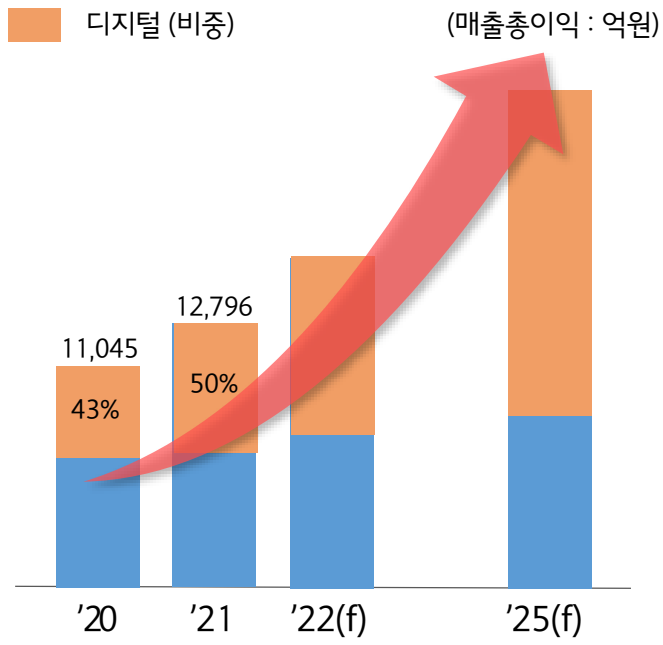
디지털 트랜스포메이션을 통한
마케팅 프로세스 전반에 걸친 영역 확대

메타포메이션을 통한 기업활동
전반에 걸친 비즈니스 영역 확대

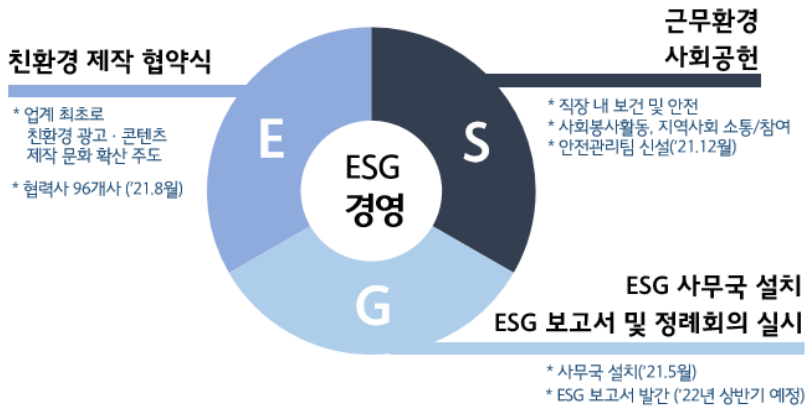
3년 후
제일기획은,

Meta-formation의 성과를 통해 차원이 다른 글로벌 일류기업

매년 두 자리수 이상 외형 성장 & 수익성 지속 개선



ESG 경영체제 강화



주주환원정책 지속

투자 재원을 감안함과 동시에 최대한의 주주 환원 실시

고맙습니다