

2022 하반기 디지털 사업전략 설명회

2022. 09. 27

Cheil

유의사항(Disclaimer)

- 본 자료는 투자자에게 제일기획(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.

진행 순서



16:05 ~ 16:15

경영환경 및 하반기 사업 전망

경영관리 본부장 신재호 상무



16:15 ~ 16:50

닷컴 등 플랫폼 사업 현황 및 전망

디지털 플랫폼 본부장 김규철 상무



Q & A

I 경영환경 및 하반기 사업 전망

팬데믹 영향 이후

소비자

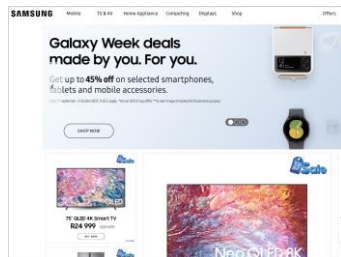
- 라이브커머스, 소셜커머스 등 소비자의 구매 채널이 다각화
* 네이버 쇼핑라이브, 카카오톡딜라이브 등
- 오프라인 보다 온라인과 기업의 직거래 채널에서 구매 니즈 강화
- MZ세대는 AR/VR 등을 통한 실감형 콘텐츠 경험



< MZ 타겟의 삼성동 갤럭시 스튜디오(~10/10日) >

광고주

- 디지털 중심의 성과에 기반한 퍼포먼스向 마케팅 요구 증대
* 매출 성과 측정을 위해 데이터 확보/분석 요구
- 소비자 직거래(DTC) 마케팅이 기업들의 핵심전략으로 부상
* 유통비용 절감, 소비자 신속대응, 고객 데이터 확보 등을 위해 자사 웹사이트에서 직접 제품 판매
- Web3.0 변화로 메타버스/NFT 등을 활용한 마케팅 활동 증가



< 삼성전자 이스토어, DTC >



< 쉐보레 NFT >

광고 업계

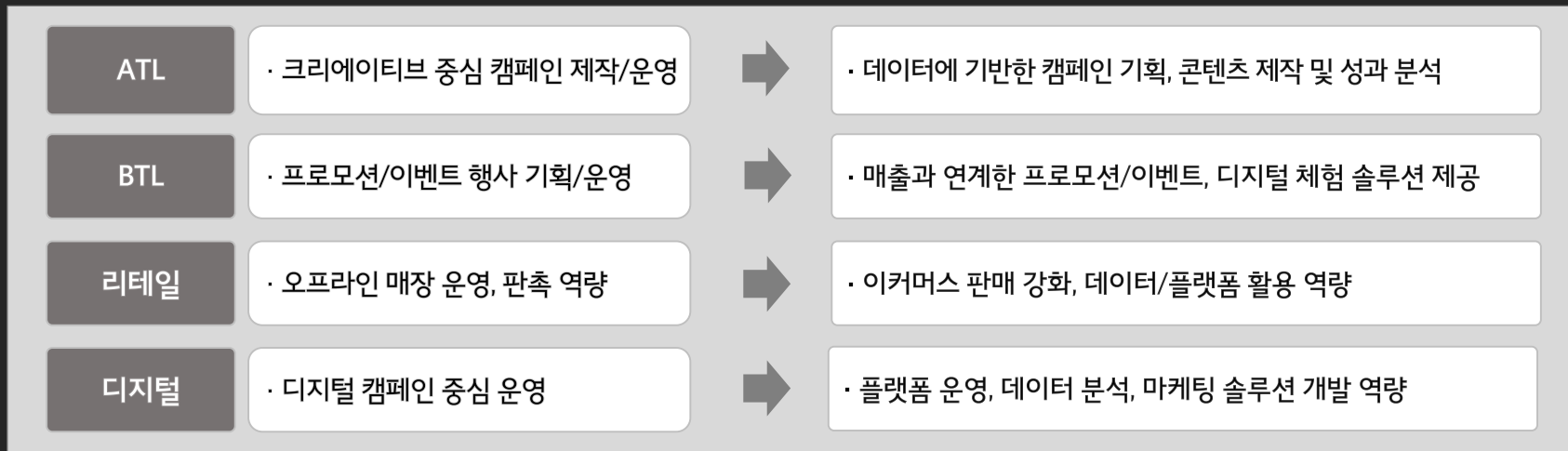
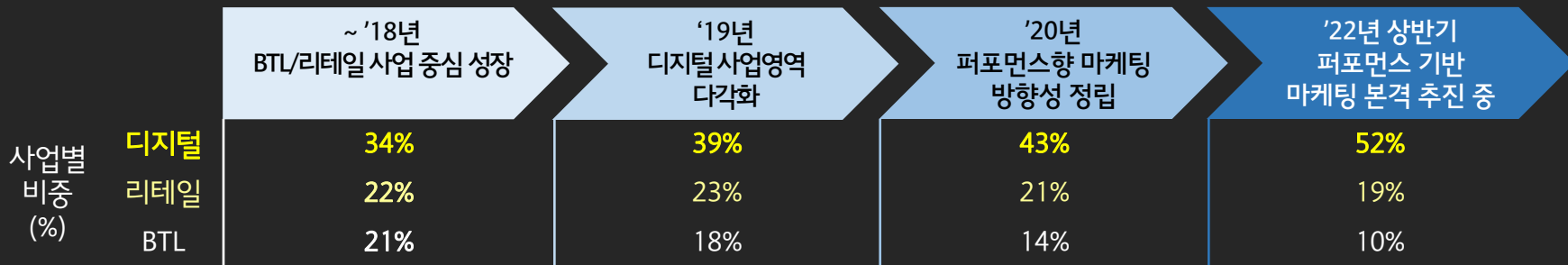
- 글로벌 광고비 시장은 디지털을 중심으로 성장
* 글로벌 : '20년 $\Delta 4\%$ \rightarrow '21년 $+11\%$ \rightarrow '22년 $+8\%$
디지털 : '20년 $+9\%$ \rightarrow '21년 $+19\%$ \rightarrow '22년 $+13\%$
- 이커머스 사업과 Web3.0 관련 역량 강화를 위한 M&A 및 전문조직 구축 등 적극 투자
* (이커머스) 퍼블리시스 Profitero社(데이터), 엑센추어 The Stable社(플랫폼) 인수
(Web 3.0) WPP Metaverse Foundry(콘텐츠), Dentsu VI(버추얼휴먼) 전문조직 신설



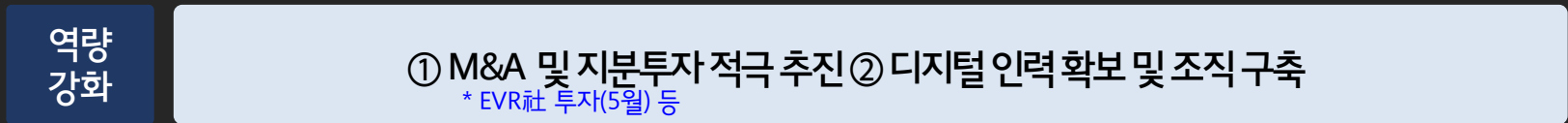
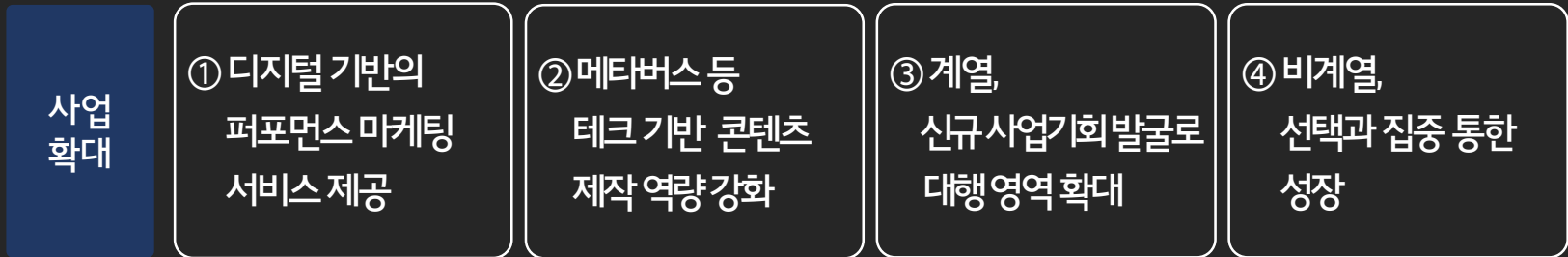
< WPP(콘텐츠)와 덴츠(버추얼휴먼)의 메타버스 전문조직 >

02. 당사 사업 현황

전 사업영역의 디지털화를 지속 추진 중으로 제일기획은 더 이상 과거의 전통 광고회사가 아닙니다



Web3.0 및 DTC 비즈니스를 신성장 동력으로 퍼포먼스 마케팅 사업 확대



사회적
책임 경영

- ① ESG 경영 체제 확립 * ESG 리포트 발간 (6월)
- ② 리스크 대응 관리 강화

① 클라이언트 비즈니스에 구체적 성과를 내는 디지털 기반의 퍼포먼스 마케팅 서비스 제공

커뮤니케이션

캠페인, 콘텐츠, 미디어

- * 글로벌 디지털 미디어 비즈니스 확대 추진
- * 디지털 미디어와 닷컴 등 플랫폼 데이터 연계

익스피리언스

전시/이벤트 等

- * 몰입감 높은 경험 제공을 위한 테크 연계 확대

커머스

이커머스, 옴니채널

- * 커머스 대항영역 확대(콘텐츠→UX/UI, CRM 등)
- * DTC 옴니채널 서비스 개발, FFM 디지털화

디지털 전환

- * 기존 사업방식에 디지털 기술을 적용하여 클라이언트에 새로운 가치와 차별점을 제공

성과 예측 및 입증

- * 제공하는 솔루션에 대한 성과를 미리 예측하고 효과를 증명

운영 혁신

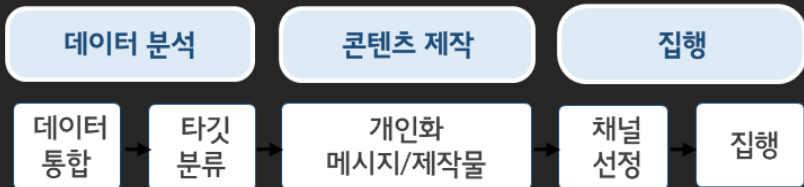
- * 품질/수익성을 유지하면서 클라이언트의 자원 절감, 효율성 추구 니즈에 적합한 운영방식 채택

② 메타버스 등 테크 기반의 콘텐츠 제작 역량 강화 및 신규 비즈니스 발굴

테크 기반의 콘텐츠 제작 역량 강화

- 개인화 콘텐츠 제작을 위한 분석 시스템 개발
 - 과거 광고 집행물을 분석하여 연령별로 선호하는 영상/이미지/카피 등의 데이터베이스 구축
- 솔루션 기반으로 제작 프로세스 디지털화
 - 소셜/라이브커머스 등 플랫폼 맞춤형 콘텐츠 확대

< 콘텐츠 제작 업무 프로세스 >



메타버스向 신규 콘텐츠 비즈니스 확대

- 광고주 메타버스 플랫폼 개발 등 신규 서비스 확대
 - 기존 제페토(네이버) → 로블록스/포트나이트 등 글로벌 메타버스 플랫폼으로 확장
- 광고주 메타버스 플랫폼 개발 등 신규 비즈니스 확대



[Z폴드 출시 이벤트 - 포트나이트]



[메타버스向 버추얼 캐릭터 제작]

③ 계열 : 신규 사업기회 발굴로 대행 영역 확대

본사 : 클라이언트 현안 집중 공략

- 삼성전자는 사업부별 현안에 대응한 퍼포먼스 마케팅과 메타버스/MZ向 서비스 중심 집중 공략

이스토어
활성화
캠페인

메타버스
실감형
콘텐츠

MZ공략
캠페인
선제안

친환경,
ESG/CSR
캠페인

- 금융 계열사는 공동브랜드 마케팅 적극 지원



[삼성금융네트웍스 론칭 캠페인]



[통합앱 캠페인 선제안]

해외 : 퍼포먼스向 디지털 사업 확대

- 이커머스, 디지털 미디어 중심의 디지털 사업을 확대하고 증동구 등 신규 거점 설립 추진

	구분	사업 확대 방향
이커머스	북미/구주/중국	이커머스 서비스 업그레이드
	기타 지역	콘텐츠, UX/UI 등 서비스 확대
디지털 미디어	기대행 거점	대행 물량 확대, 성공사례 창출
	기타 지역	북미, 동남아 등 신규 수주 추진
신규거점	중동구/마그레브	거점 설립 및 서비스 기반 구축

④ 비계열 : 선택과 집중을 통한 성장

본사: 성장업종 타겟 신규 광고주 개발

- 상반기 온택트 서비스(온라인+비대면) 업종 중심 신규 광고주 개발 성과
 - * 헤이딜러, K뱅크, 직방, 네이버웹툰, 밀당영어 등
- 엔데믹에 따른 회복 기대업종, ESG 중심의 기업PR 등을 중점 공략
 - * 캠핑, 숙박, 여행, 외식 등 엔데믹 회복 기대업종
 - * ESG 관련 컨설팅, 기업PR 등 마케팅 서비스 개발

< 상반기 신규 개발 광고주 >



해외: 미국/구주/중국 중심으로 선택과 집중

- 북미/구주는 현지 비계열 전담조직(Connect+) 중심으로 중대형 비계열 광고주 개발 추진
- 중국은 전문분야(자동차/헬스케어/뷰티 등)에서 비계열 대행물량 지속 확대
 - * 상반기 장안/장성자동차 수주로 총 9개 자동차 브랜드 대행
 - * 정관장/LG생활건강/피자헛 등 대행 영역 지속 확대

< 상반기 신규 개발 광고주 >



M&A/지분투자 추진 및 내부 전담조직 구축 등으로 디지털 역량 지속 강화

M&A/지분투자 적극 추진

- 메타버스/인플루언서/디지털 미디어 등 디지털 역량의 신속 보강을 위한 M&A 추진
* 전사 대규모 M&A와 지역 경쟁력 확보 목적의 로컬 M&A 병행
- 메타버스/NFT 등 디지털 기술을 활용한 콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 외부 파트너십 지속 확대

< 본사, 메타버스/NFT 관련 투자 현황 >

EVR EVR STUDIO

* 메타버스 콘텐츠 제작사

메타버스向 신사업 강화 투자 (5월)

HTAMZ

* NFT 콘텐츠 제작사

NFT 콘텐츠 기획/제작 MOU (6월)

GROUND X

* 카카오 블록체인 자회사

NFT 사업협력을 위한 얼라이언스 (7월)

CYPHR·LY

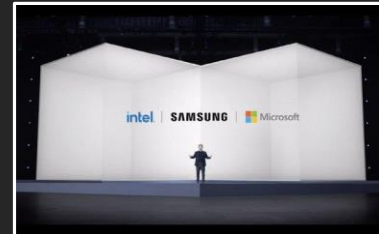
* 글로벌 NFT 거래소

NFT 상품개발 및 IP사업 MOU (8월)

디지털 경쟁력 확보를 위한 조직 구축

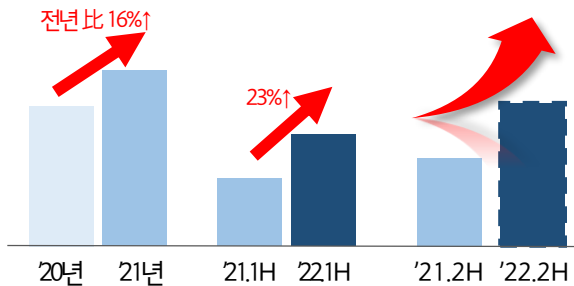
- 해외 삼성전자 대상의 데이터 전담조직 구축으로 퍼포먼스 마케팅 대응역량 강화
* UAE, 인도, 멕시코 등
- 국내 버추얼 스튜디오 구축을 통해 테크 기반 콘텐츠 제작 역량 확보 및 성공사례 창출
- 디지털 신규 서비스 개발을 주도할 전담조직 구축 및 전문인력 확보, 육성

< 버추얼 스튜디오 >

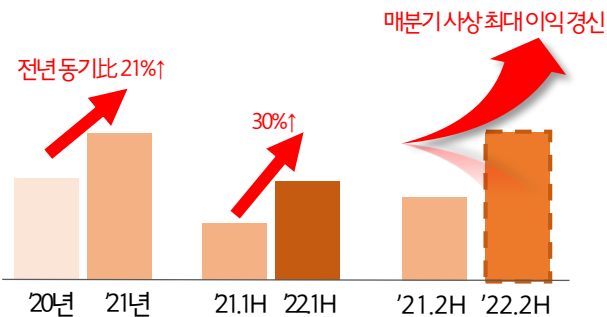


05. 하반기 사업 전망

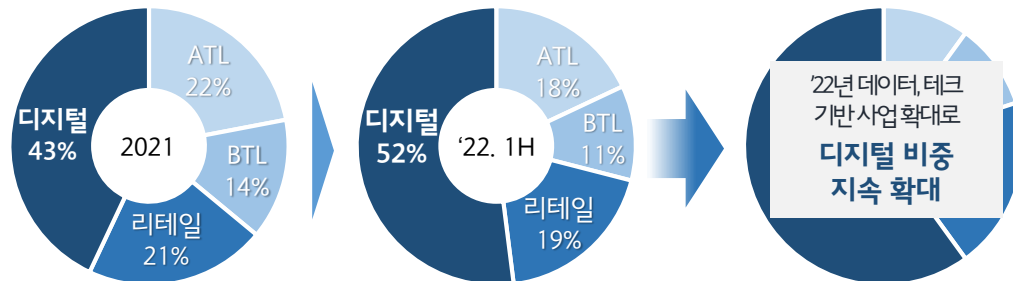
□ 두 자릿수 이상의 매출총이익 성장 지속



□ 효율경영 지속 통한 영업이익률 개선



□ 서비스별 : 데이터, 테크 기반 디지털 사업 증가로 디지털 비중 지속 확대



□ 지역별 : 지역별 상황에 맞는 성장전략으로 외형의 지속 성장

지역	성장 전략
본사	주요 광고주 미대행 영역 적극 개발 및 메타버스 등 디지털 신사업 추진
북미	주요 광고주 디지털 콘텐츠 및 운영/분석 등 플랫폼 사업영역 확대
유럽	디지털/BTL 대행 확대, 중동구 지역 커버리지 확대, 비계열 신규 개발
중국	이커머스 고도화, 디지털 사업영역 확대, 비계열 신규 개발
신흥시장	이커머스 대행 영역 확대, 디지털 미디어 등 디지털 통합 마케팅 대행

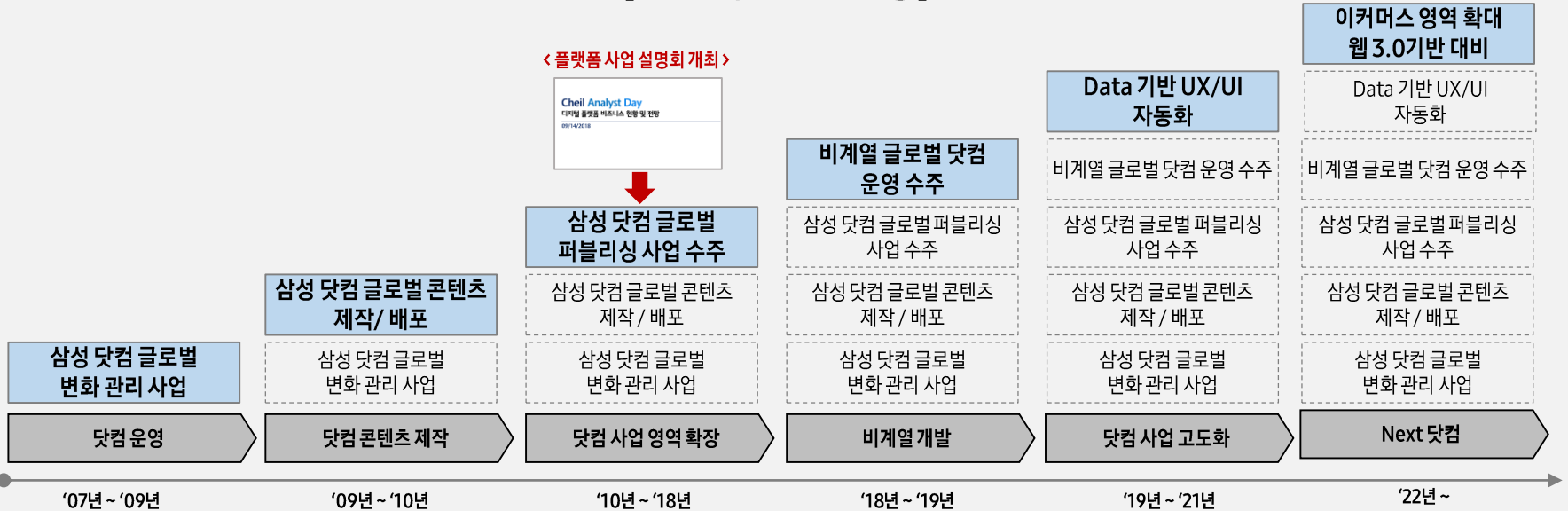
II 닷컴 등 플랫폼 사업 현황 및 전망

제일기획 닷컴 운영 사업은 BPO 사업에 기반하여 지속 발전 중

* BPO : Business Process Outsourcing

- 삼성 닷컴 운영을 기반으로 콘텐츠, 퍼블리싱으로 사업 영역 확장 중
- 팬데믹 이후 닷컴의 이커머스 기능 강화로 B2B등의 영역으로 전문성 확대
- 웹 3.0 시대 대비를 위해 웹 2.0 기반 웹 3.0 서비스로 오피 개발 중

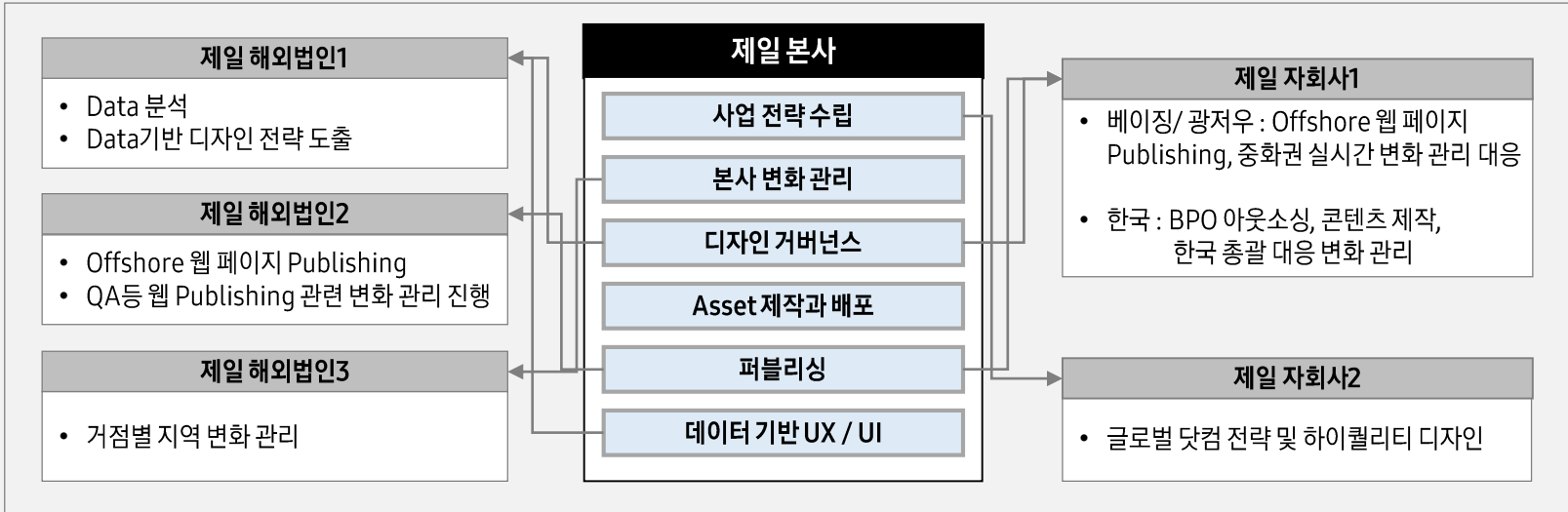
[제일기획 닷컴 사업 현황]



제일기획 본사의 플랫폼 본부가 전사 조직 중 BPO 사업의 Core 역할을 수행하고, 제일기획의 자회사 및 네트워크를 리소스로 활용하는 모델을 지향

- 제일기획 본사를 중심, 글로벌 네트워크의 강점을 바탕으로 글로벌 분업 실행 중
- 각 제일 네트워크의 강점 및 전문성을 바탕으로 고객 니즈에 대응

[제일기획 닷컴 사업의 BPO 역량 및 네트워크 역할]



글로벌 Full Stack BPO 비전을 목표로 사업 확대 추진

- 글로벌 크리에이티브 에이전시로서의 콘텐츠/디자인 등의 장점을 살려 닷컴 운영의 BPO 비즈니스 확대
- 비즈니스 확대를 위해 데이터 기반 Tech 역량 보강 중

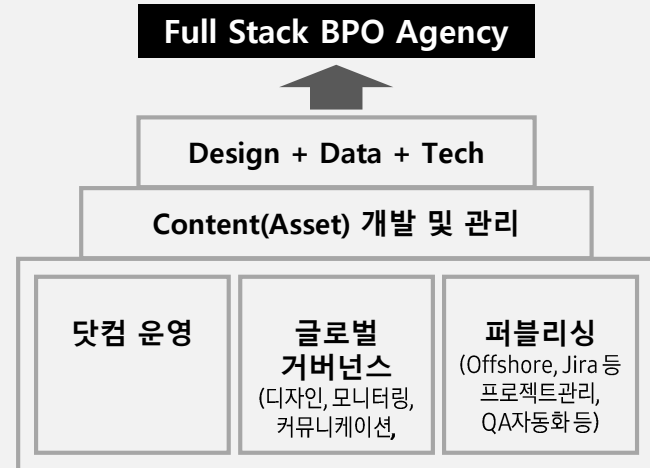
[제일기획 닷컴 사업의 BPO 역량 및 네트워크 역할]

Strength(장점)

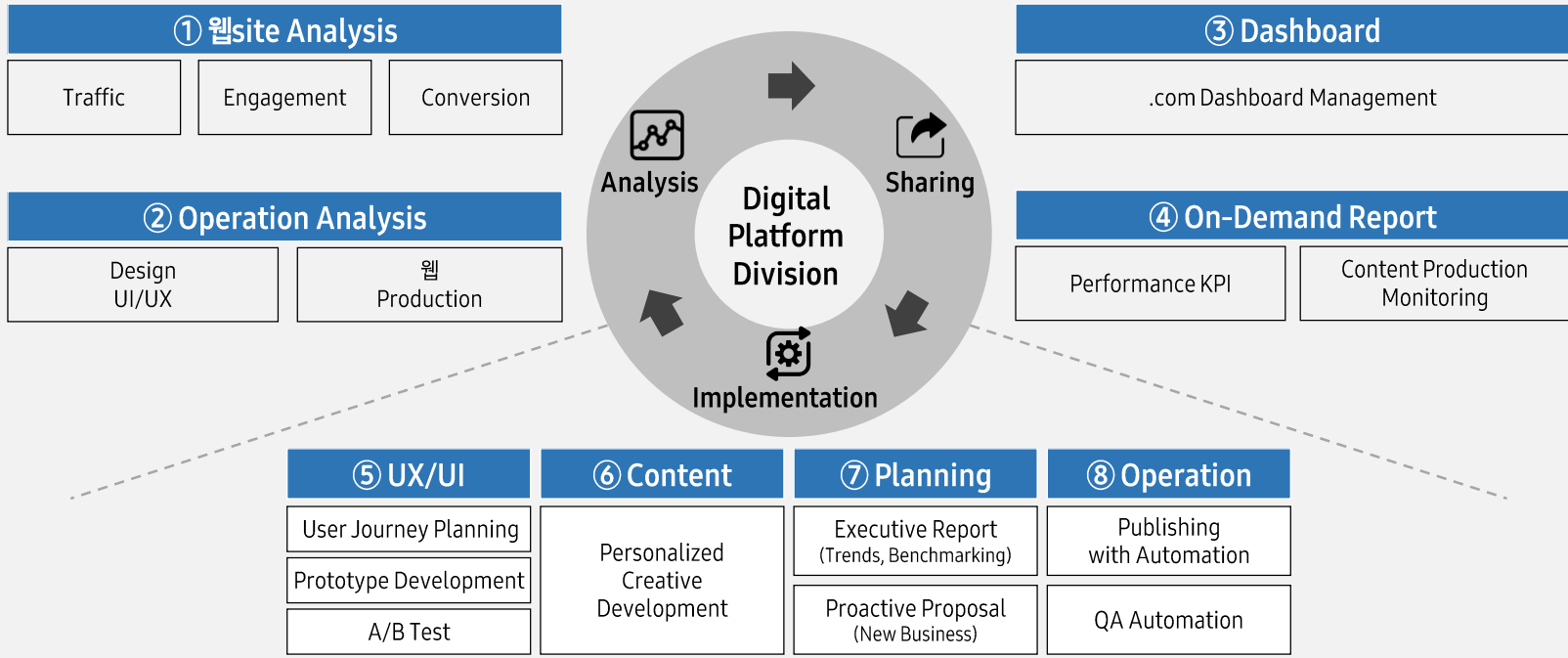
- 디자인 거버넌스
- 글로벌 운영 노하우
- Offshore Centers
- Operation Agility
- AEM 등의 Tech 역량

Opportunity(기회)

- Untact 디지털 마케팅 확대
- 전자 서비스 업체로서의 후광 효과



제일기획 닷컴의 사업 영역은 핵심 3대 영역 내 8개 항목으로 구성되어 있음



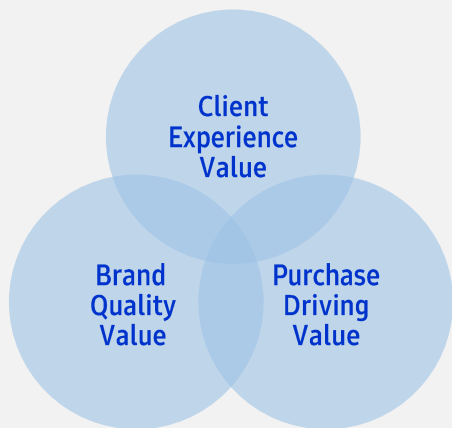
디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ① Website Analysis

- User의 Website 이용 Traffic, Engagement, Conversion을 분석하여 Website 개선 Insights를 도출함



디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ② Operation Analysis

- Publishing, QA 자동화 수행 관련 Performance Data를 분석하여 효율성 높일 수 있는 Insights를 도출함



Target & items		Key KPIs
Design UI/UX	Client Experience	• On-time Request management
	Brand Quality	• Consumer Satisfaction Survey
	Purchase Driving	• Targeted page Conversion
웹 Production	Client Experience	• Request Lead time
	Brand Quality	• Production Error Rate
	Purchase Driving	• Sales related page on-time production

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ③ .com Dashboard Management

Website Analysis data

Traffic

Engagement

Conversion

Operation Analysis data

Design UI/UX

웹 Production

.com 대시보드



디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ④ On-Demand Report

- 광고주 맞춤형 Performance KPI 및 콘텐츠 제작 모니터링 관련 리포트를 정기적으로 발행함

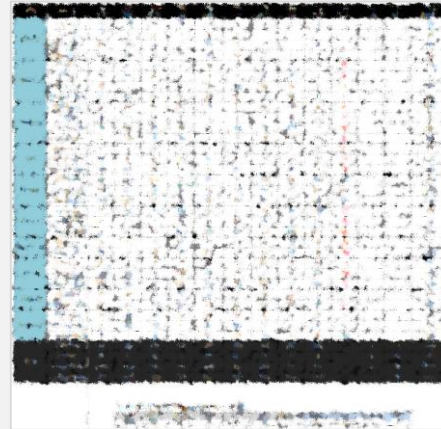
Performance KPI



Proprietary Only

- Natural Traffic부터 Re-visit까지의 Consumer Journey 단계 별 세부 KPI 수립 및 Performance를 측정함

Content Production Monitoring

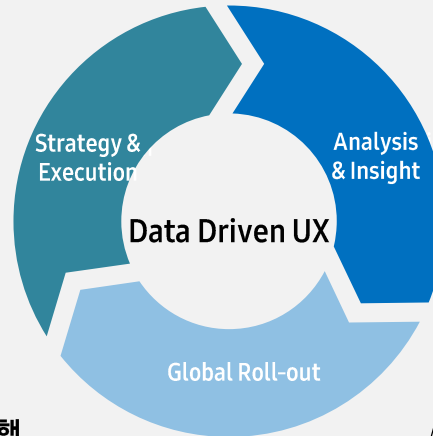


- .com 관련 Know-how와 경험을 토대로 전반적인 콘텐츠 production 모니터링 및 분석을 수행함

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ⑤ UX / UI

Data Driven UX(DDX) 프로그램

- 데이터 기반의 UX 혁신 및 의사결정을 위한 UX 운영 모델 구축
- 지속적인 UX 혁신을 효과적으로 관리하기 위한 새로운 프로세스와 거버넌스 수립
- 사용자 행동 데이터를 바탕으로 UX Recommendation 및 Insights 도출 및 제공
- 검증된 Best Practice의 Global Roll-out 수행



UX/UI 주요 업무

User Journey Planning

- UX planning 단계부터 data 분석 Insight 기반으로 한 User Journey를 설계함

Prototype Development

- 신속한 Prototyping을 통해 개발 전 Design 시뮬레이션을 수행함

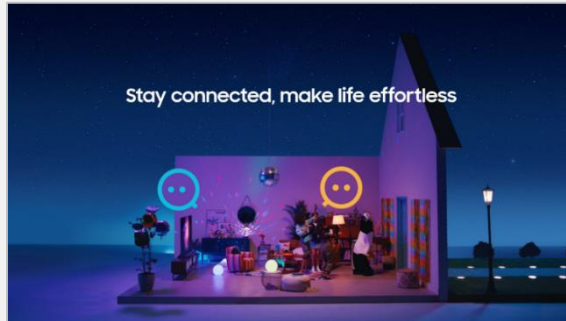
A/B Test

- A/B Test 결과 분석을 통해 data 기반 최적의 UX 개선안을 도출함

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ⑥ Content

Personalized Creative Development

타겟 유형에 맞춘 콘텐츠 최적화



- Global-standard, locally-adaptable content creation
- Purpose-driven, social-aware content creation
- Key interest of target audience (brand, health, wellness, CSR)
- Channel agnostic content for dotcom, social, DOOH, etc.

제품 Keywords & Unique한 Selling Points를 Creative에 적용



- SEO verified seed terms
- Product USP and feature naming
- Copywriting to engage customers

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ⑦ Planning

- Global 경쟁사 벤치마킹을 통한 Insights 발굴, 현 웹사이트 개선 관련 선 제안 도출 등을 수행 제안 강화

Executive Report (Trends, Benchmarking)



- UX/UI 관련 최신 Global Trends 조사 및 Global 경쟁사 벤치마킹을 통한 Insight 발굴

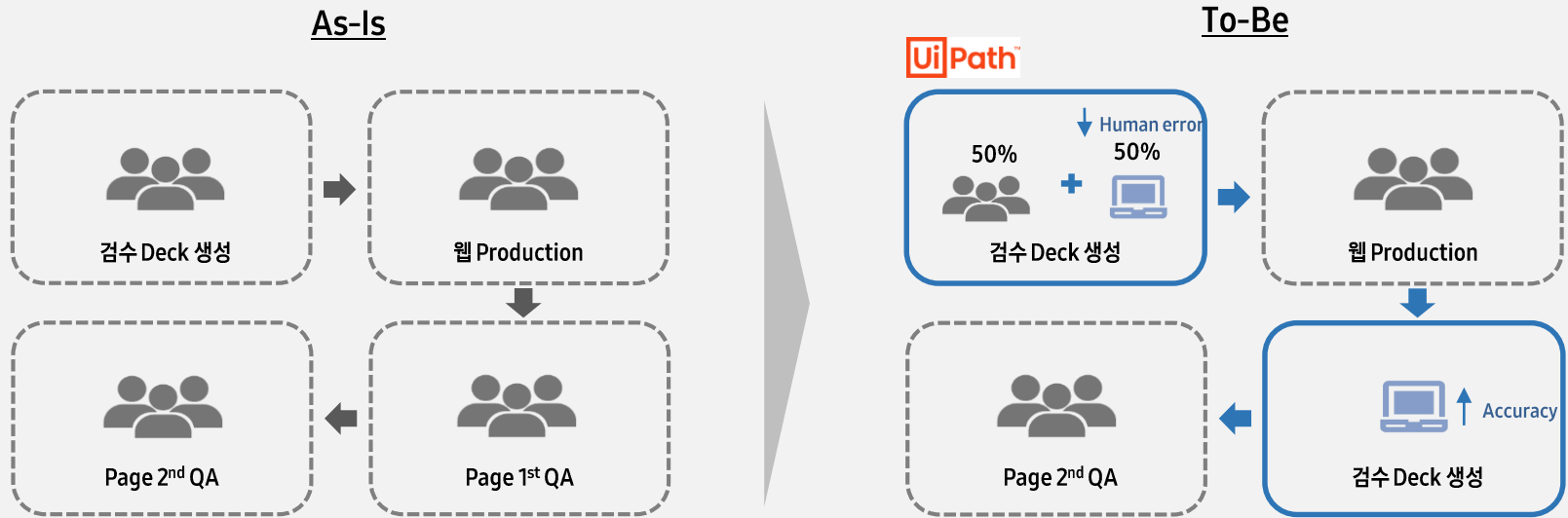
Proactive Proposal



- 광고주가 인지하지 못한 문제점을 파악 후, 이에 대한 개선 방향을 선제적으로 제안

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ⑧ Operation : QA Automation

- RPA 솔루션인 UiPath 도입을 통한 Roll-out QA 자동화로, 콘텐츠 제작 시 발생하는 오류 최소화 및 정확도를 높임
※ Robot Process Automation

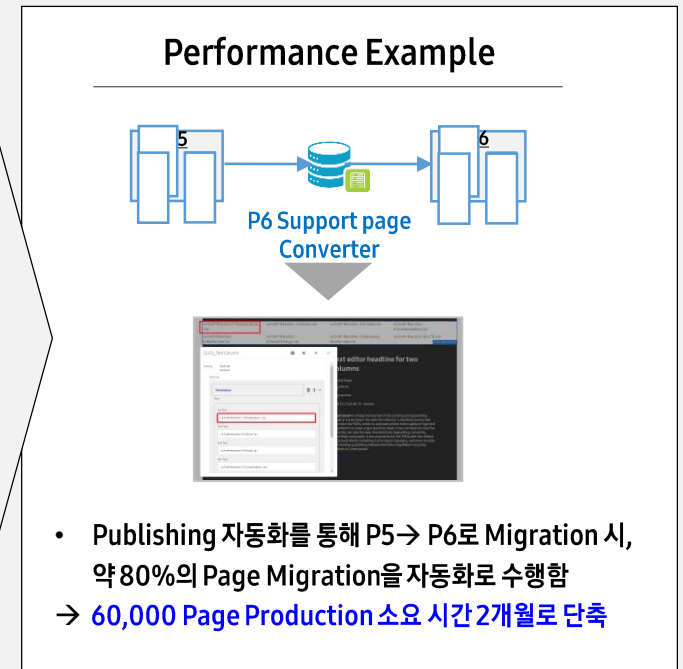
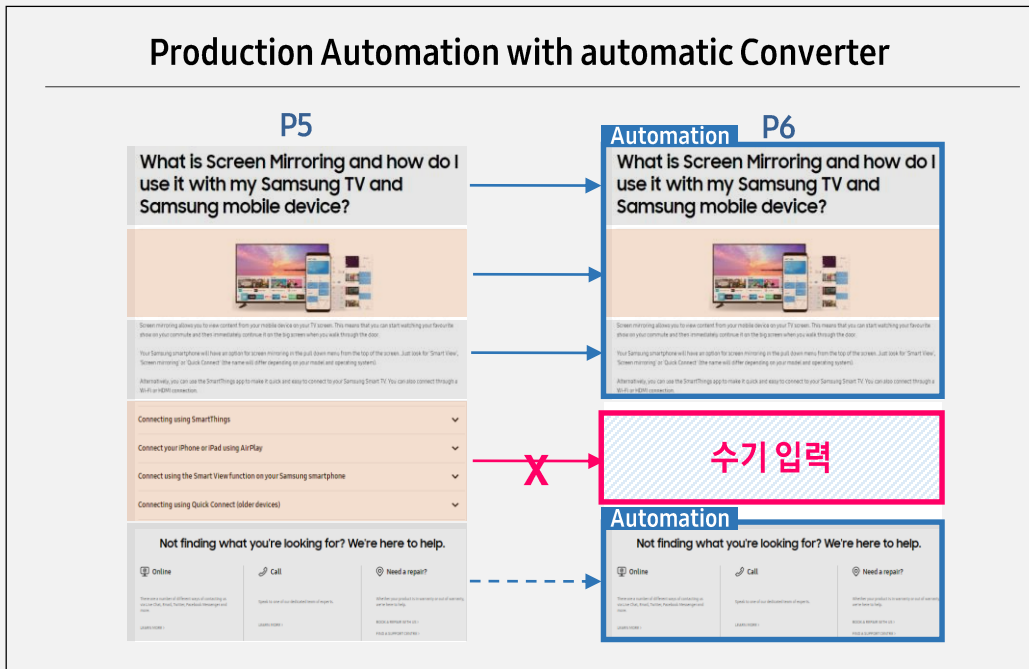


- 수기로 QA 진행함으로 인해 잠재적인 오류 및 정확도 관련 Risk 존재

- 자동화 도입을 통한 인력 효율화 및 업무 생산성 강화
- RPA를 통한 로봇의 작업 분담으로 오류 최소화, 정확도 향상 등 서비스 품질 향상

디지털 플랫폼 퍼포먼스 마케팅 Framework - ⑧ Operation : Publishing Automation

- HiveLab과 협업을 통한 Publishing 자동화로 Global Roll-out 수행 시, page 개발 시간을 단축함



Summary : 닷컴 운영 사업은 **안정적이고 지속적으로 성장하는 사업 구조로 진화 中**

□ 데이터 기반의 CX 를 중심으로 역량 강화 중

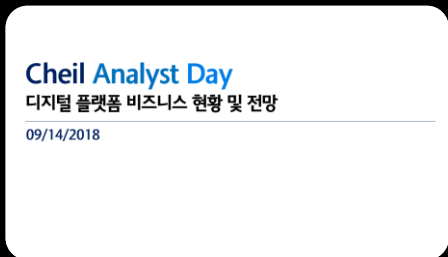
□ 자동화 Tool 개발 및 글로벌 확산 등 New 비즈니스를 개발을 위한 기반 구축 중

□ 기존 비즈니스의 효율화 및 B2B, Web 3.0 등의 확장성 향상

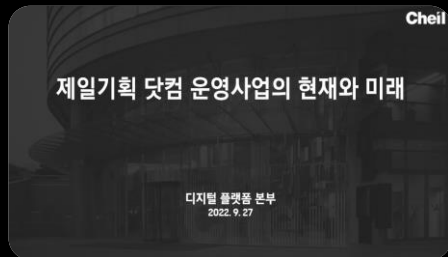
향후
제일기획
닷컴 사업은

제일기획의 디지털 사업의 성장을 주도
제일기획의 글로벌 일류기업 달성에 기여

[2018년 애널리스트 데이]



[2022년 디지털 사업설명회]



Web 3.0 시대
디지털 성장엔진

Cheíl

THANK YOU