

인퍼블릭

서비스 소개서 — ver.2020



인퍼블릭 상품 Brief

Instagram 인플루언서 체험단

감각적인 콘텐츠로 이야기하는
인스타그램의 인플루언서를 통해
진행하는 체험단
인플루언서가 제작한 네이티브
이미지(영상) 콘텐츠 생산



YouTube 크리에이터 체험단

폭발적인 성장세로 '매스 미디어'로 자리한
유튜브의 크리에이터를 통해 진행하는 체험단
캠페인의 목적에 따라 브이로그/PPL/브랜드 중
원하는 형태로 콘텐츠 생산

IN:FUBLIC

#인퍼블릭 #인스타그램 #인플루언서 #해시태그



인스타그램 팔로우 기준

인스타그램을 이용하는 소비자들은 본인이 관심을 갖고 있는 분야 및 정보를 제공해주는 인플루언서를 팔로우 합니다.



31.5% 내가 관심을 갖고 있는 분야인지

22.7% 내가 보고 싶은 사진(영상)이 많은지

18.1% 내가 원하는 정보가 많은지

8.3% 유명한 사람(브랜드)인지

8.3% 내가 좋아하는 브랜드인지

2.8% 전문적인 정보를 제공하는지

⋮

인플루언서의 영향력

때문에 소비자들은 그들이 팔로우 한 인플루언서의 콘텐츠에 공감 및 신뢰를 갖고 있으며, 그들의 행동으로부터 큰 영향을 받습니다.

95%

인플루언서가 전달하는 정보는 신뢰가 간다

92%

인플루언서와는 내 관심분야에 대해 공감대가 형성된다

88%

인플루언서의 (해당분야) 행동을 따라해보았다/ 하고싶다

86%

인플루언서들은 일반 연예인보다 가깝게 느껴진다

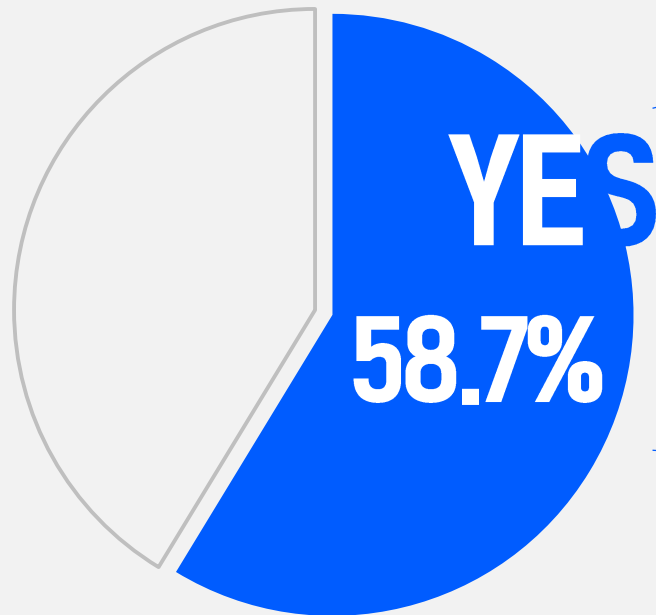
69%

인플루언서의 영상을 지인에게 공유하거나 추천한적있다

인플루언서의 영향력

실제로 인플루언서의 브랜드 콘텐츠를 시청한 후 소비자들의 행동이 제품 구매까지 이어지는 경우도 있었습니다.

인플루언서의 브랜드 콘텐츠를 시청한적이 있나요?



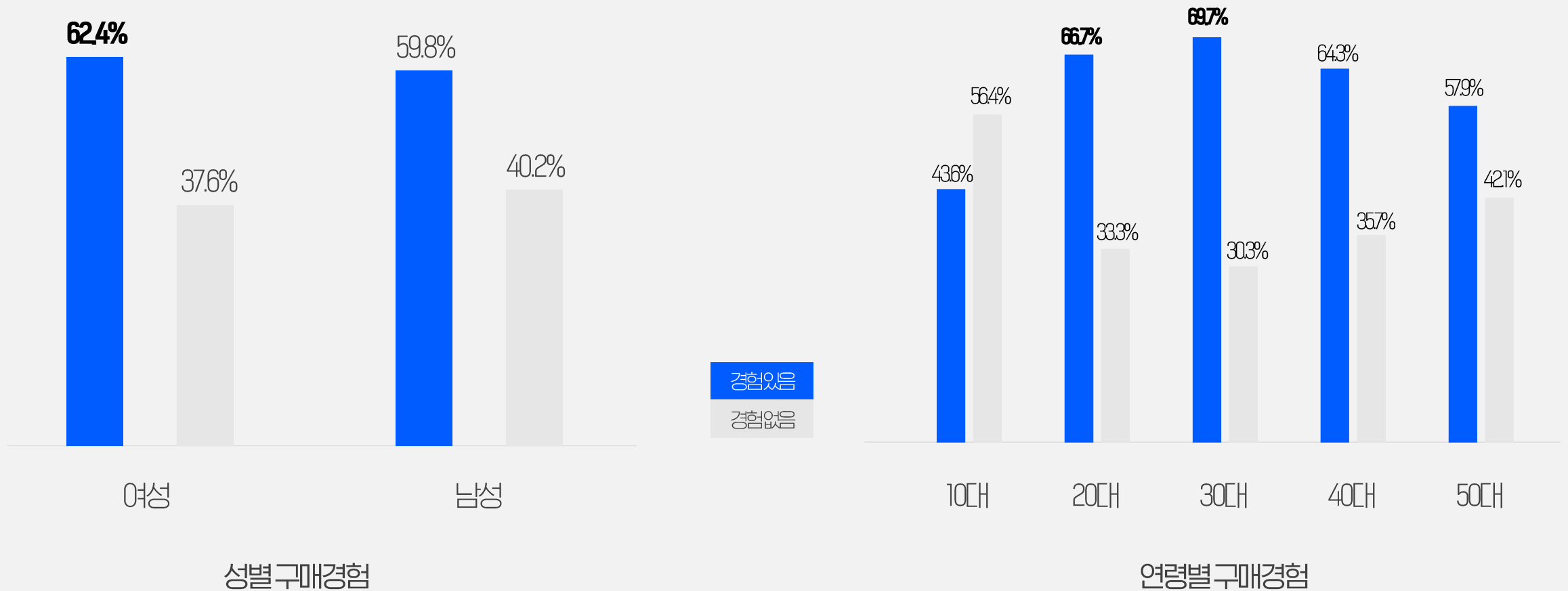
34.0%



제품을 구매한 경험

인플루언서의 영향력

구체적으로 이러한 제품 구매 경험은 남성 보다는 여성, 2030 세대에서 가장 높게 나타났습니다.



인플루언서 마케팅 이슈

이에 따라 스토리 커뮤니케이터로서 진정성 있는 콘텐츠를 만드는 인플루언서의 확보가 중요하게 대두되고 있습니다.



내부 판매 인력



장기적인 플랜으로 협력 플랫폼을 구축해 비즈니스 파트너로 삼을 것

- 인플루언서에게 브랜드 이미지 부여
- 인플루언서 각자의 자율성을 부여하는 장치 마련
- 고객들과 친밀한 관계를 형성하도록 지원



스토리 커뮤니케이터



진정성 있는 콘텐츠를 만드는 이들을 다수 발굴할 것

- 소비자 중심 콘텐츠를 만드는 데 익숙한 인플루언서 활용
- 순수하게 본인이 좋아하는 콘텐츠로 팬을 확보한 인플루언서 주목
- 이들을 통해 진정성 있는 '브랜드 콘텐츠' 생산



인플루언서 비즈니스 생태계 구축



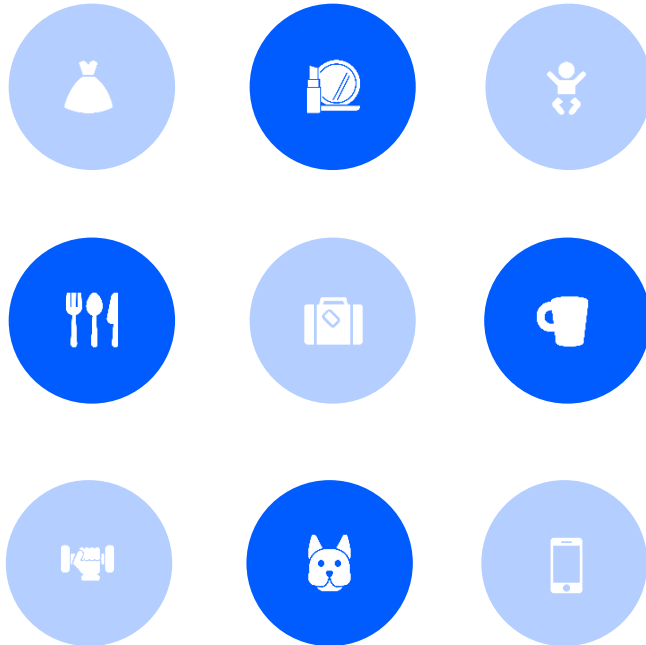
인플루언서들에게 끊임없는 금전적&심리적 보상을 할 것

- 수익을 낼 수 있는 비즈니스 생태계를 만드는 것이 목표
- 창의적인 보상 시스템 구축
- 시청자들과 인플루언서의 교감 시스템 구축

인파블릭

BRAND + LIFE STYLE

브랜드에 인플루언서의 라이프 스타일을 더하다



브랜드를 모르는
사람에게 인지

브랜드를 인정한
사람이 방문

브랜드를 사용한
사람이 다시 사용

인퍼블릭 장점 1:

인퍼블릭은 인플루언서의 콘텐츠를 통해 그들의 라이프 스타일을 파악하고 그룹으로 분류하여 세분화 된 카테고리로 관리하고 있습니다.

Beauty

- 기초전문
- 색조전문
- 메이크업전문
- 헤어
- 네일

Life

- 개인중심
- 가족중심
- 제품경험리뷰

Fashion

- 여성패셔니스타
- 남성패셔니스타
- 액세서리매니아

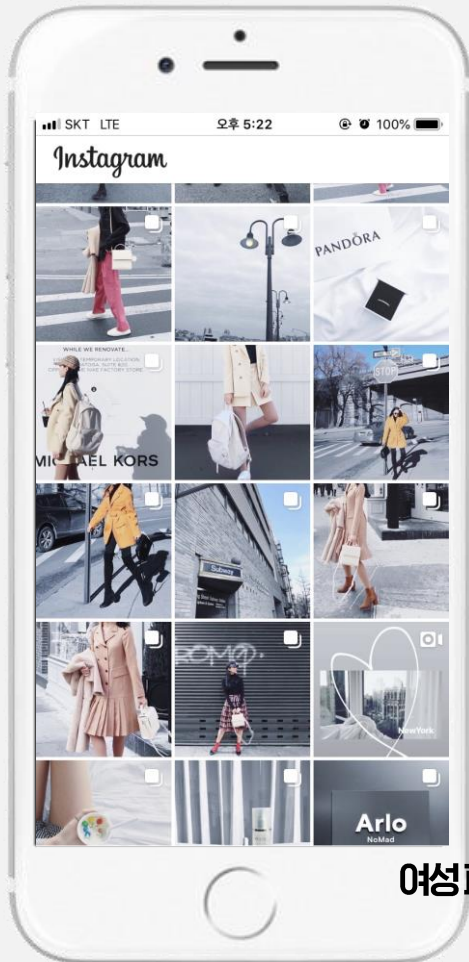
Food

- 맛집탐방가
- 레시피공유
- 카페스타그램

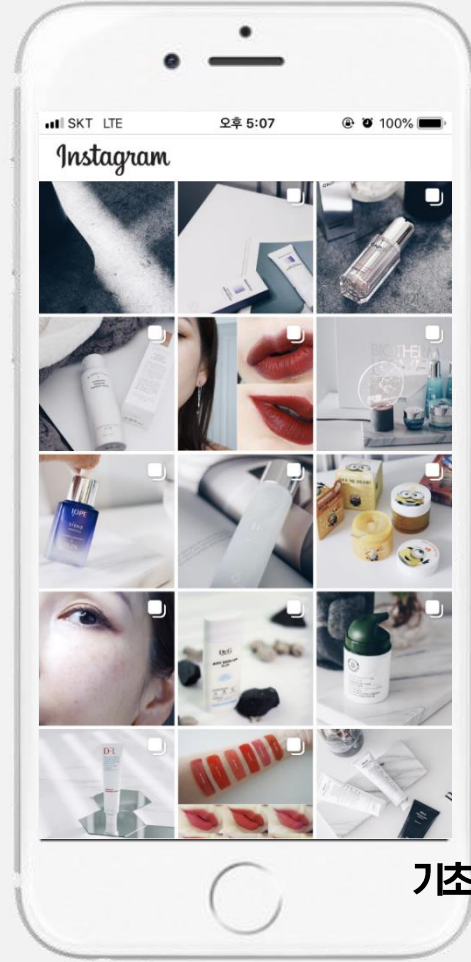
...

인퍼블릭 장점 1:

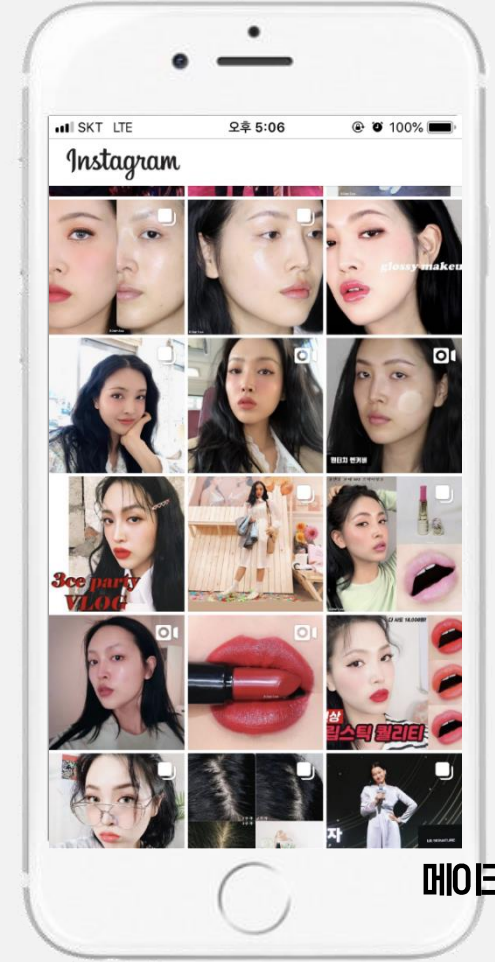
브랜드와 밀접한 관계의 라이프 스타일을 보유한 인플루언서를 통해 그들의 팔로워에게 자연스럽게 브랜드를 노출할 수 있습니다.



여성패션스타



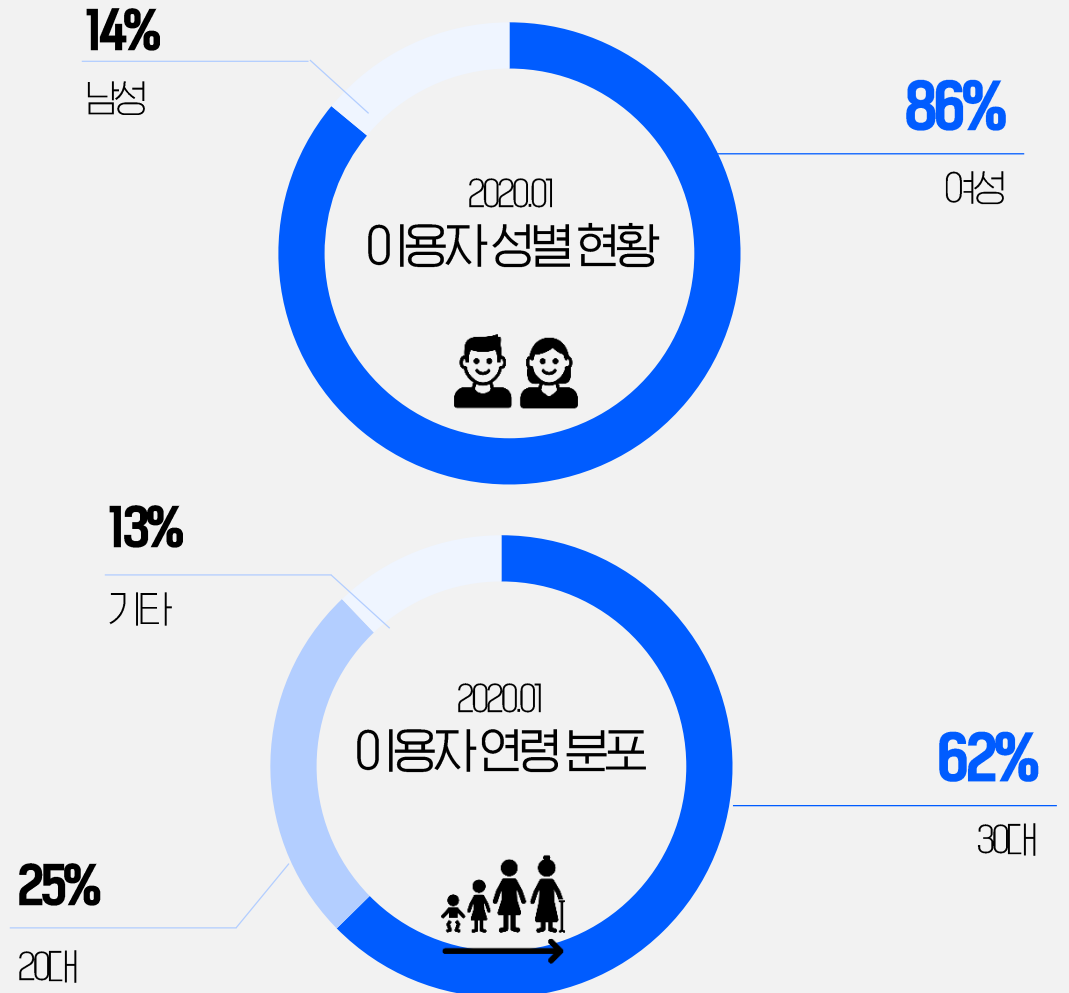
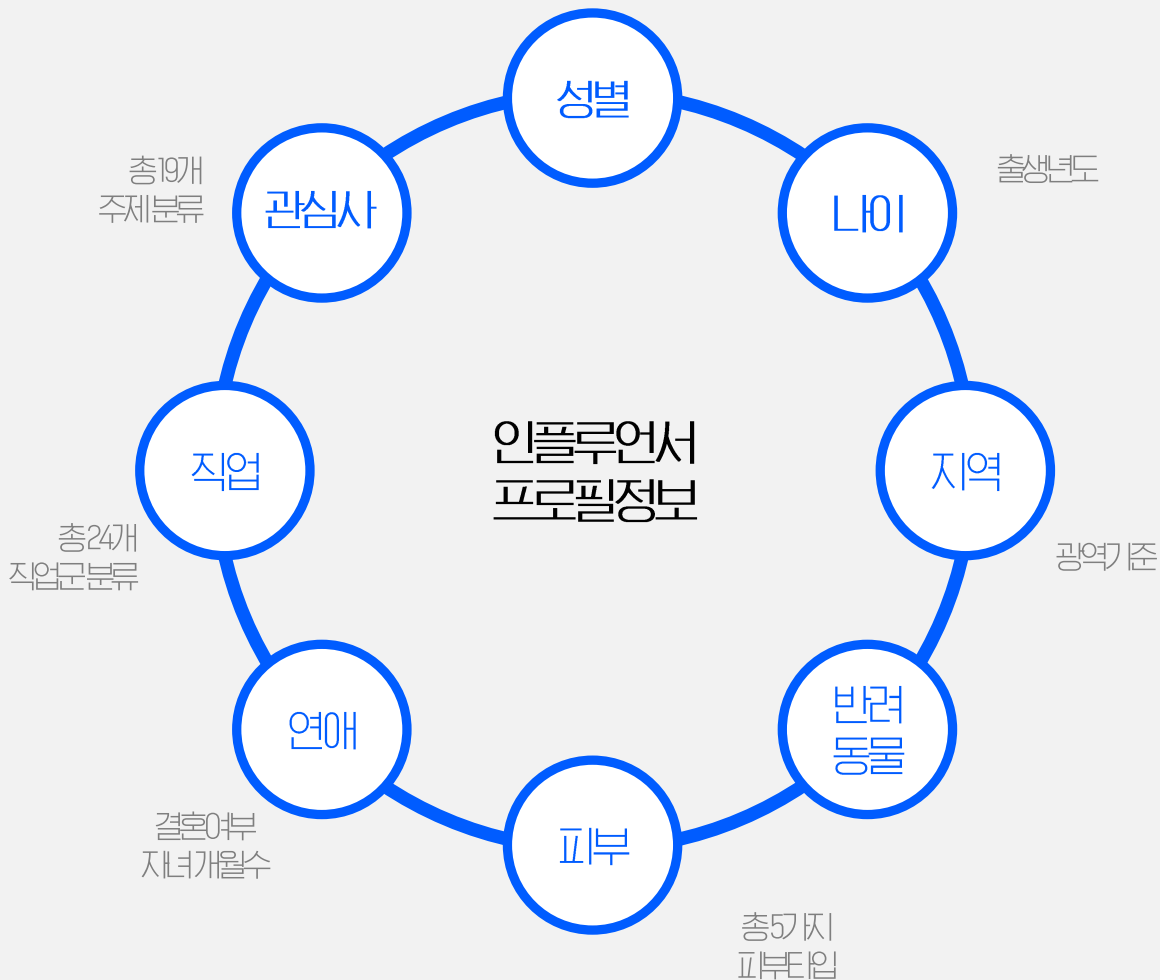
기초우주뷰티



메이크업우주뷰티

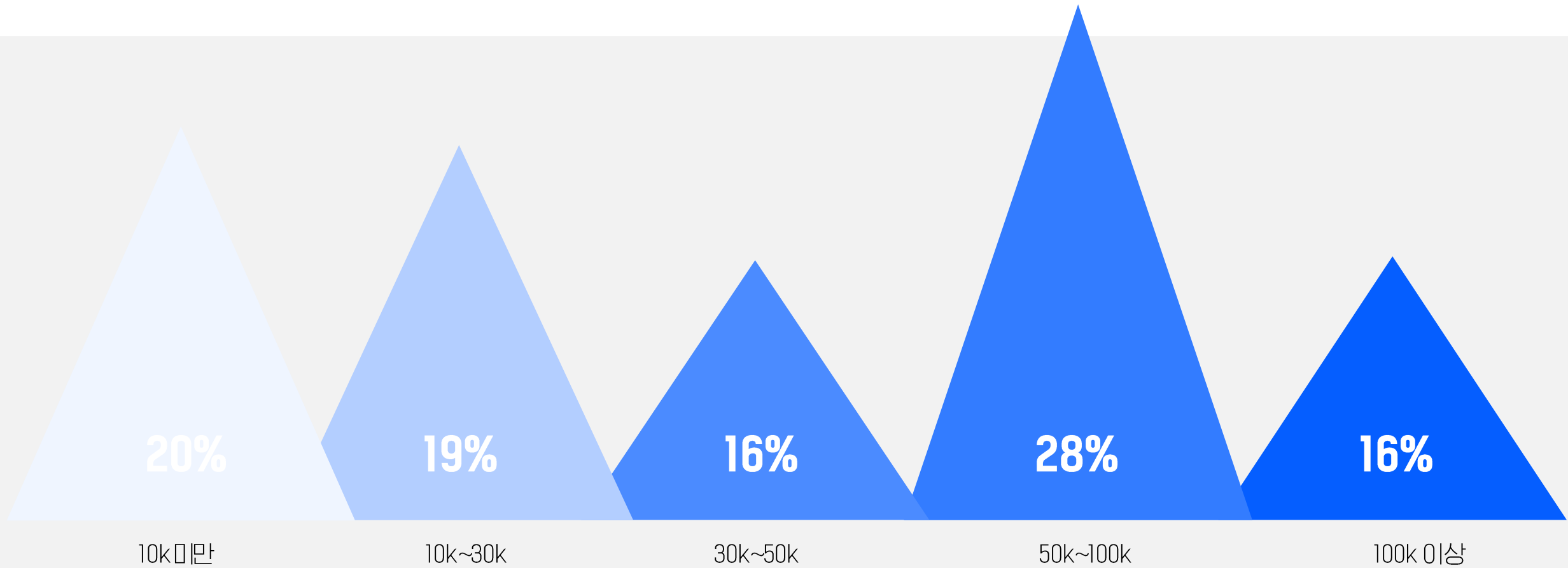
인퍼블릭 장점 2:

인플루언서의 프로필 정보를 통해 사용자 특성을 파악하고 있으며, 여성/30대 인플루언서를 다수 보유하여 구매 경험이 높은 여성 대상 타겟팅이 가능합니다.



인퍼블릭 장점 3:

다양한 팔로워 구간의 인플루언서를 보유하여 캠페인 목적(ex.콘텐츠 도달, 인게이지먼트 확보 등)에 적합한 인플루언서 대응이 가능합니다.



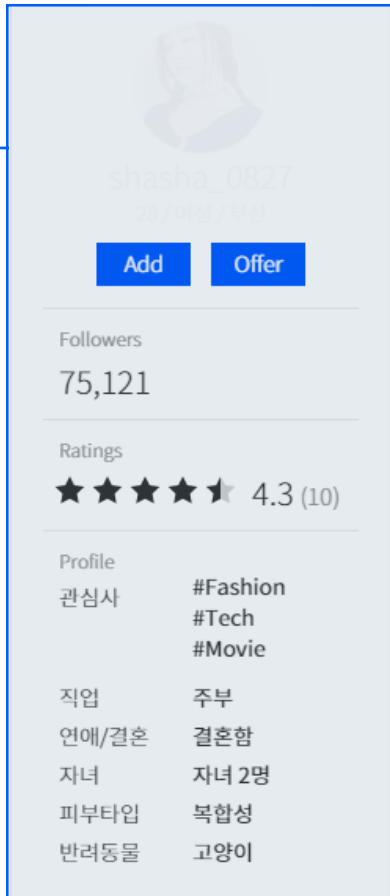
2020.01 인스타그램 팔로워 분포 현황

인퍼블릭 장점 4:

인플루언서의 정보 및 퀄리티를 직접 확인하고, 마음에 드는 인플루언서를 선택하여 캠페인을 진행할 수 있습니다.

인플루언서 정보

- 나이/성별/지역
- 팔로워
- 평판(브랜드평점/점수)
- 프로필



shasha_0827
28 / 여성 / 부산

Add Offer

Followers
75,121

Ratings
★★★★★ 4.3 (10)

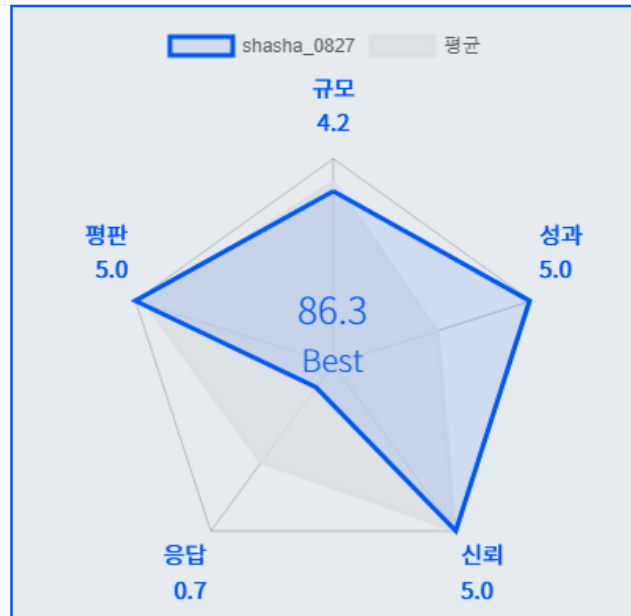
Profile
관심사 #Fashion #Tech #Movie
직업 주부
연애/결혼 결혼함
자녀 자녀 2명
피부타입 복합성
반려동물 고양이

Metrics

Campaigns 10

shasha_0827 채널의 영향력 지수는 **Best** 입니다. 캠페인 진행시 예상되는 성과는 인게이지먼트 기준 **3,008회**이며, 동일한 팔로워 구간의 채널 평균보다 **▲1,017** 입니다.

채널 인사이트 (Pentagram Chart)



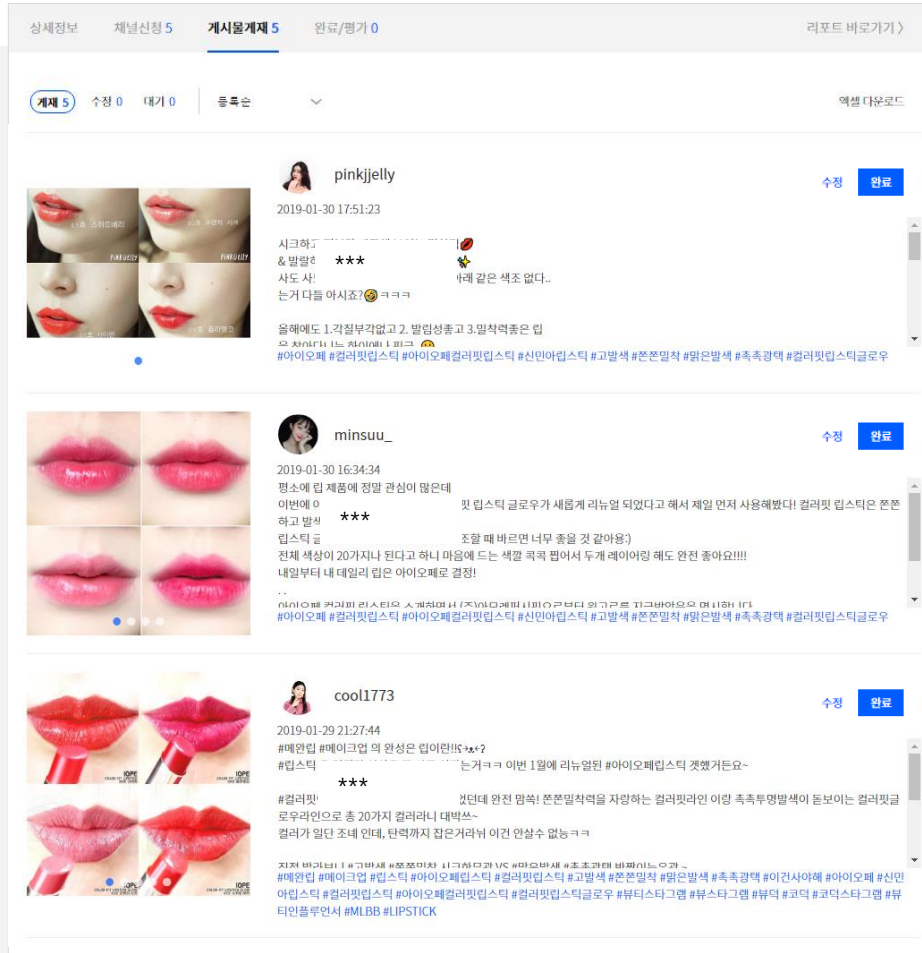
인플루언서 설명

인플루언서 퀄리티

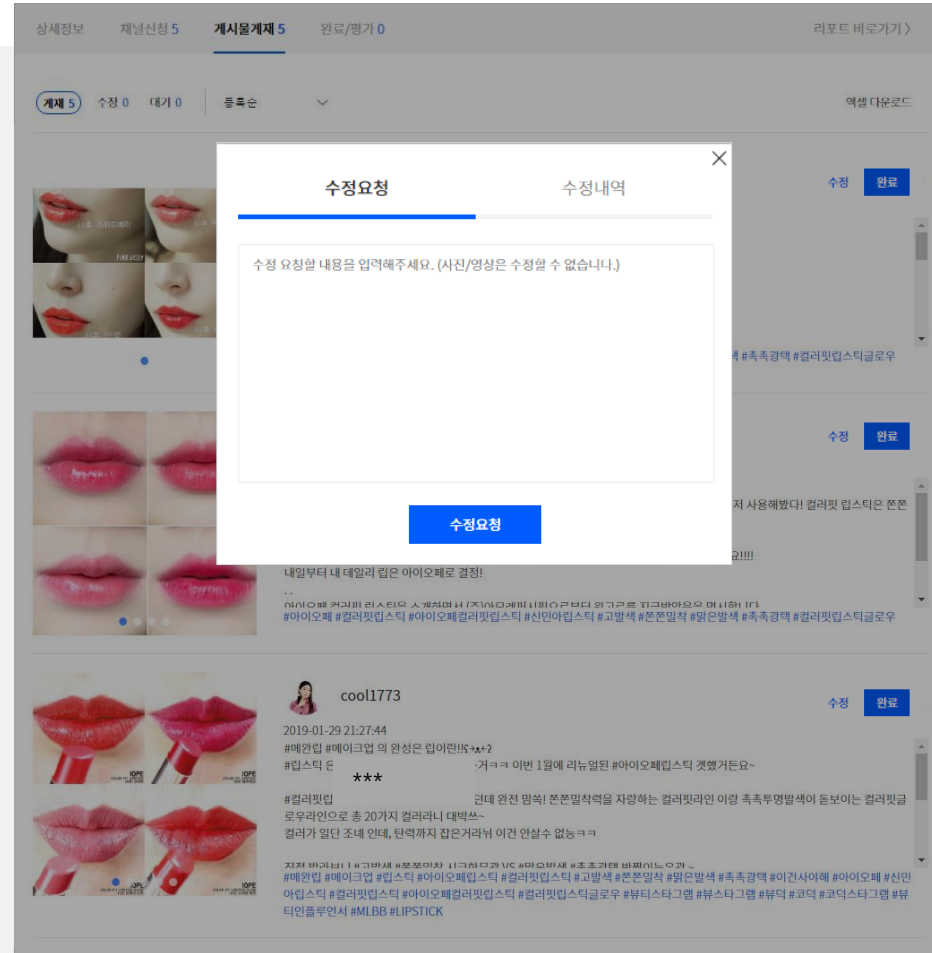
- 규모: 팔로워 및 성장도
- 평판: 브랜드 인지도
- 성과: 인게이지먼트 달성도
- 응답: 요청 사항의 응답 속도
- 신뢰: 기이 드 인준수도

인퍼블릭 장점 5:

캠페인 내 다수의 인플루언서가 게재한 게시물을 인퍼블릭 내에서 피드 형태로 한 눈에 확인이 가능하고, 직접 수정요청이 가능합니다.



게시물리스트



게시물수정

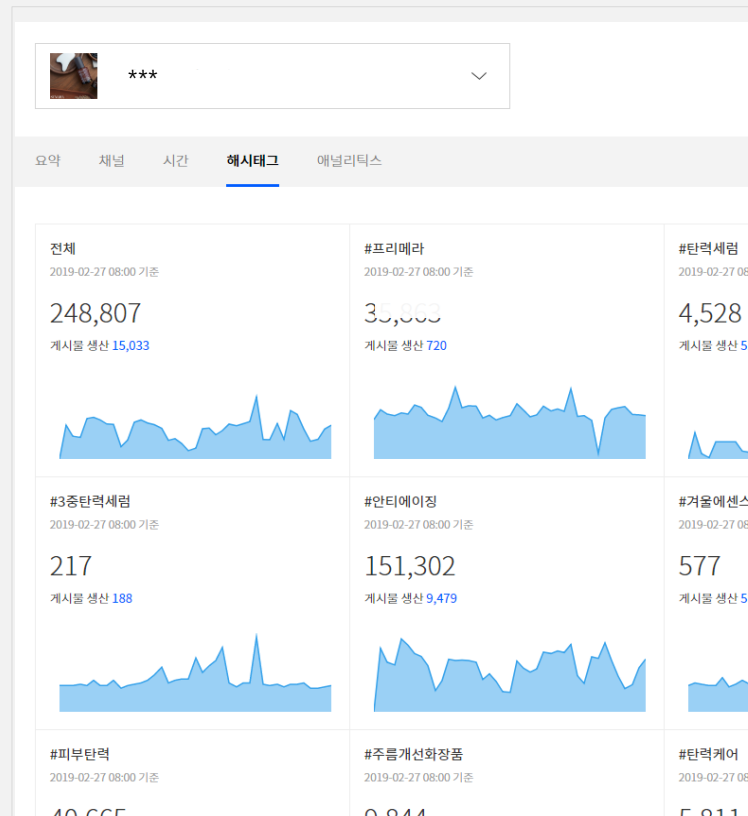
인퍼블릭 장점 6:

실시간 데이터 처리를 통해 채널, 해시태그, 인기게시물 점유도 등 시각화 된 세부적인 리포트를 확인할 수 있습니다.

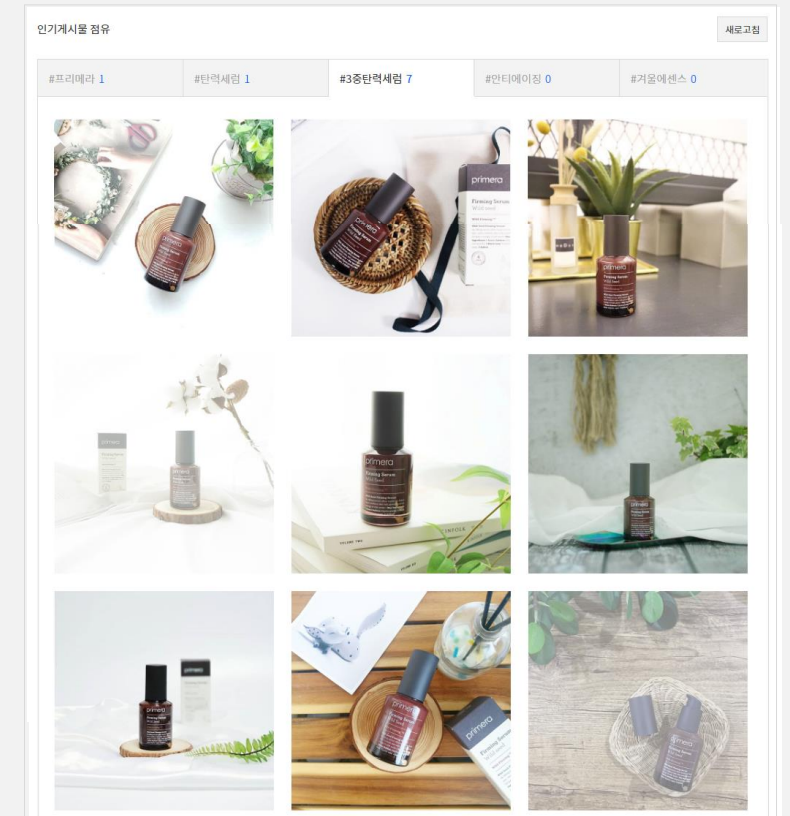
Follower avg.	Engagement avg.	Like avg.	Comment avg.
108,732	3,038	3,001	37

Profile	Followers	Engagements	Likes	Comments
*** -/ /경기	70,160	2,230	2,199	31
*** -/ /서울	38,856	1,022	1,018	4
*** 37 / 여성 / 경기	121,801	3,857	3,856	1
*** -/ /경기	115,336	4,270	4,235	35
*** 27 / 여성 / 경기	93,197	3,025	3,024	1
*** 37 / 여성 / 서울	116,481	3,348	3,326	22
*** -/ /경기	138,492	4,418	4,401	17
*** -/ /서울	131,523	4,056	3,996	60

채널리포트

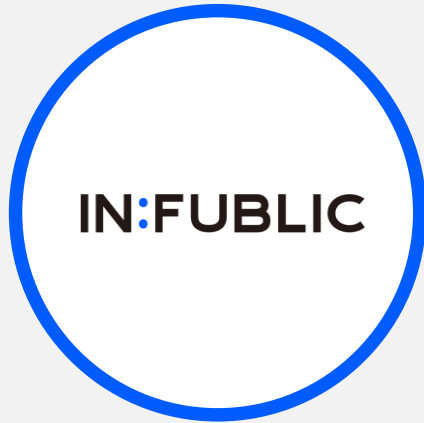


해시태그별게시물변화량



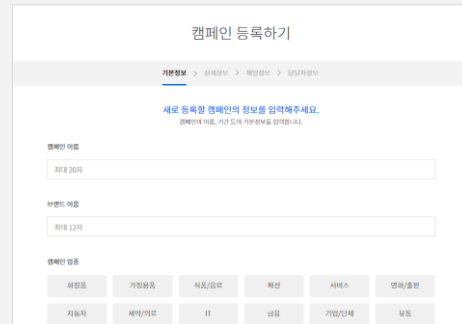
인기게시물점유도

인플루언서 마케팅의 시작부터 끝까지,



01 Create

마케팅 방향에 맞춰
캠페인을 등록합니다.



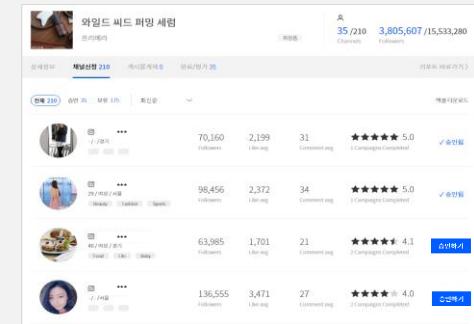
02 Invite

진행조건에 맞는
인플루언서를 모집합니다.



03 Approve

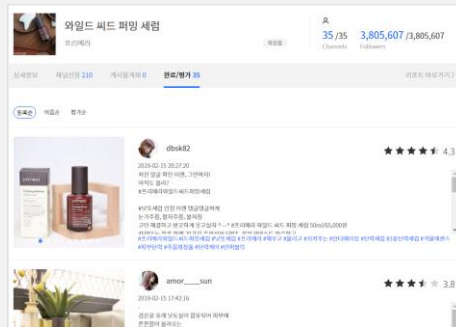
인플루언서를 검증하여
적합한 인원을 선정합니다.



이제 인퍼블릭 해시면 충분합니다.

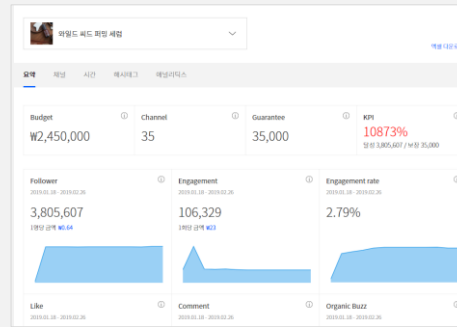
04 Post

인플루언서가 게재한
게시물을 확인합니다.



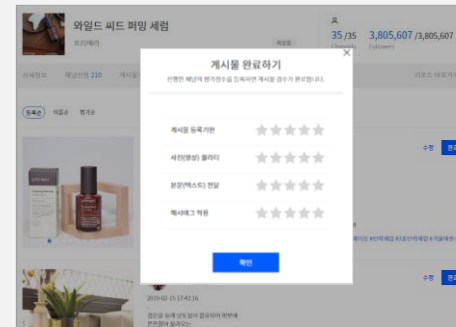
05 Report

캠페인성적을 측정하고,
다양한 결과를 분석합니다.



06 Complete

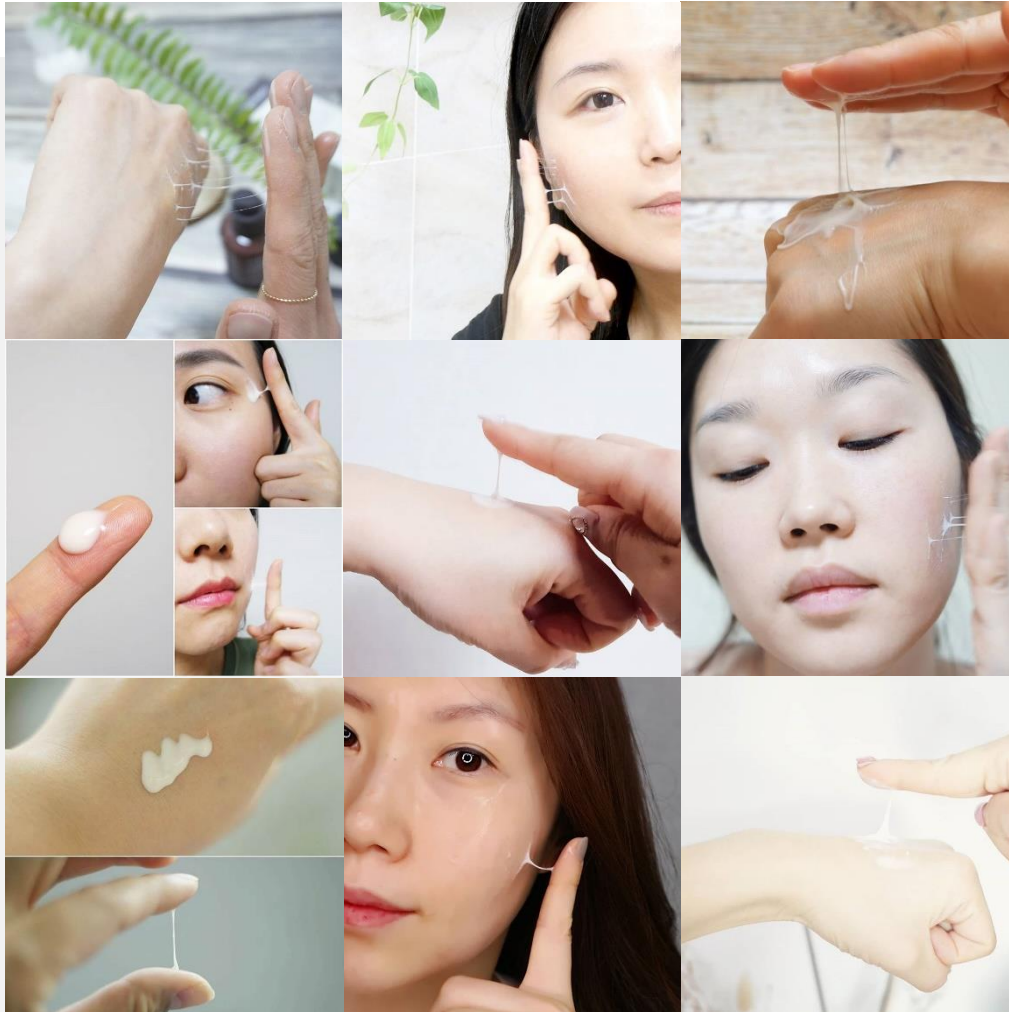
게시물에 대한
만족도를 평가합니다.



레퍼런스 1:

코스메틱 브랜드 P

뷰티 인플루언서를 활용, 제품 특징점을 소구할 수 있는 퀄리티 높은 사진 다수 확보



Follower

2019.01.18~2019.03.14

3,785,910

Engagement

2019.01.18~2019.03.14

104,273

Engagement Rate

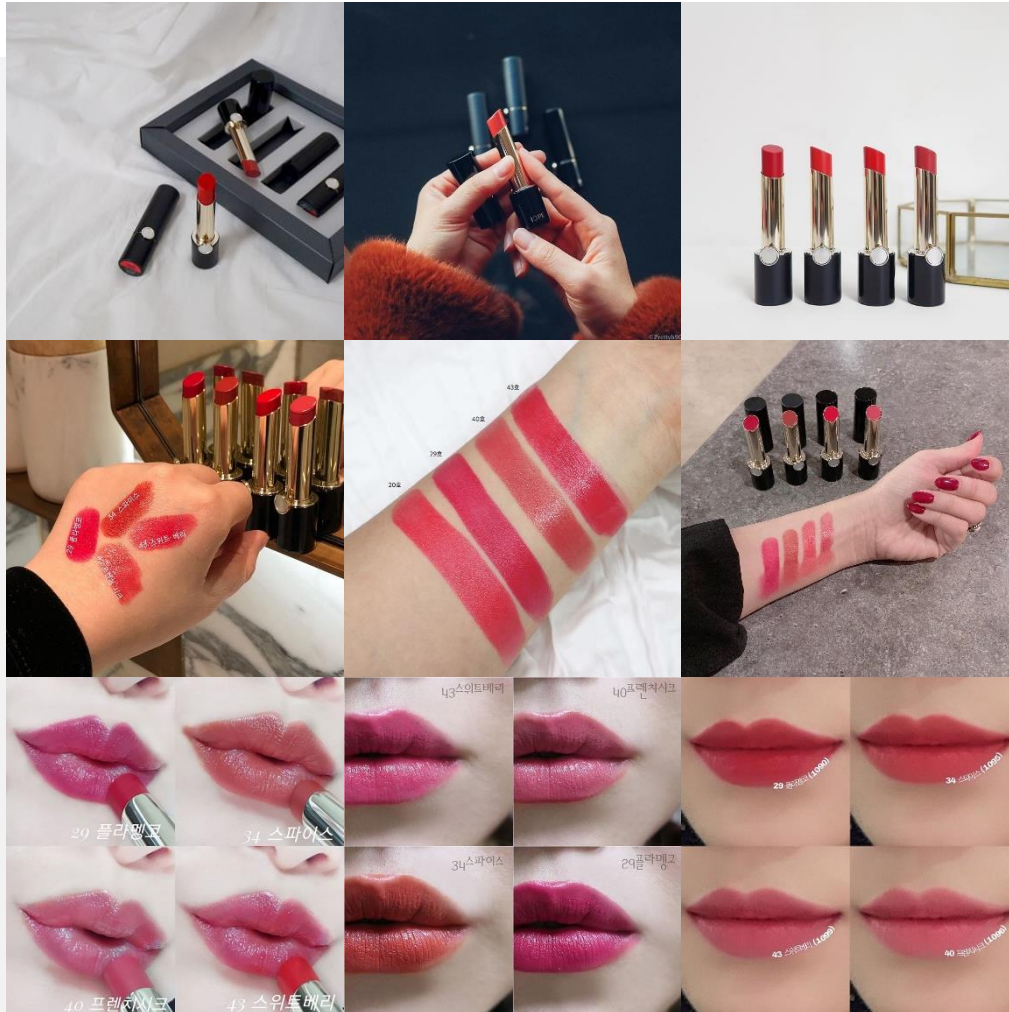
2019.01.18~2019.03.14

2.75%

레퍼런스 2:

코스메틱 브랜드 I

마이크로(1~3만), 매크로(5~10만) 인플루언서 믹스 방안으로 노출과 인게이지먼트를 모두 확보



Follower

2019.01.09~2019.02.27

1,429,588

Engagement

2019.01.09~2019.02.27

42,724

Engagement Rate

2019.01.09~2019.02.27

2.99%

레퍼런스 3:

숙박 앱 서비스 Y

컨셉별 인플루언서 그룹화를 진행하여 높은 조회수 및 인게이지먼트 기록



Follower

2019.01.24~2019.03.10

1,070,580

View

2019.01.24~2019.03.10

348,491

Engagement Rate

2019.01.24~2019.03.10

3.30%

레퍼런스 4:

생활용품 브랜드 Z

설날이라는 시즌 이슈에 맞춰 주부 인플루언서를 활용한 콘텐츠로 높은 인게이지먼트 달성



Follower

2019.01.07~2019.02.25

1,677,178

View

2019.01.07~2019.02.25

62,664

Engagement Rate

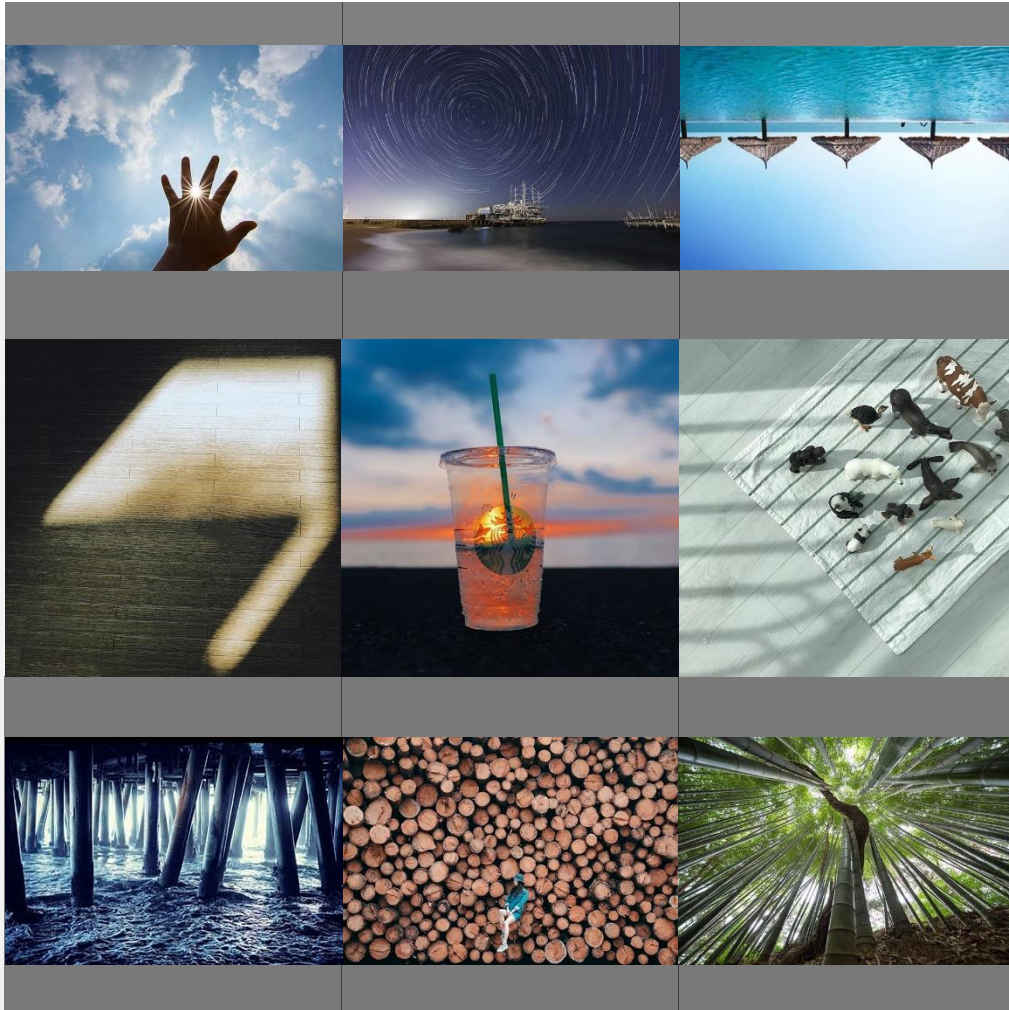
2019.01.07~2019.02.25

2.95%

레퍼런스 5:

카메라 브랜드 C

공모전 정보 게시물 업로드 후 실제 참가하는 콘텐츠를 업로드 하여 신뢰감 있게 이벤트 참여 유도



Follower

2018.11.27~2019.01.03

475,253

View

2018.11.27~2019.01.03

17,217

Engagement Rate

2018.11.27~2019.01.03

3.25%

레퍼런스 6:

생활용품 브랜드 P

제품을 활용하여 부모와 아이가 함께 양치하는 영상 콘텐츠를 통한 긍정적 이미지 확보



Follower

2019.03.05~2019.04.24

2,083,050

View

2019.03.05~2019.04.24

66,354

Engagement Rate

2019.03.05~2019.04.24

2.70%

IN:FUBLIC

마이크로크리에이터를 만나다

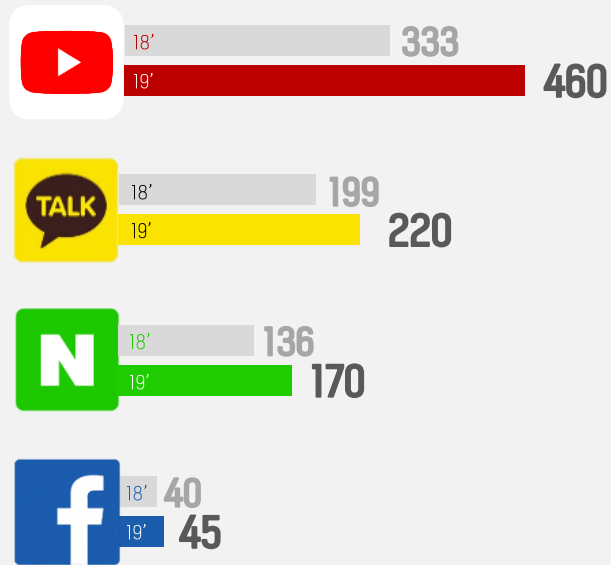


유튜브 마케팅이 필요한 이유

Z세대를 넘어 전 연령대가 시청하는 유튜브 크리에이터에 대한 신뢰도는 연예인을 뛰어 넘었고, 소비 역시 그들의 콘텐츠를 따라가고 있습니다.

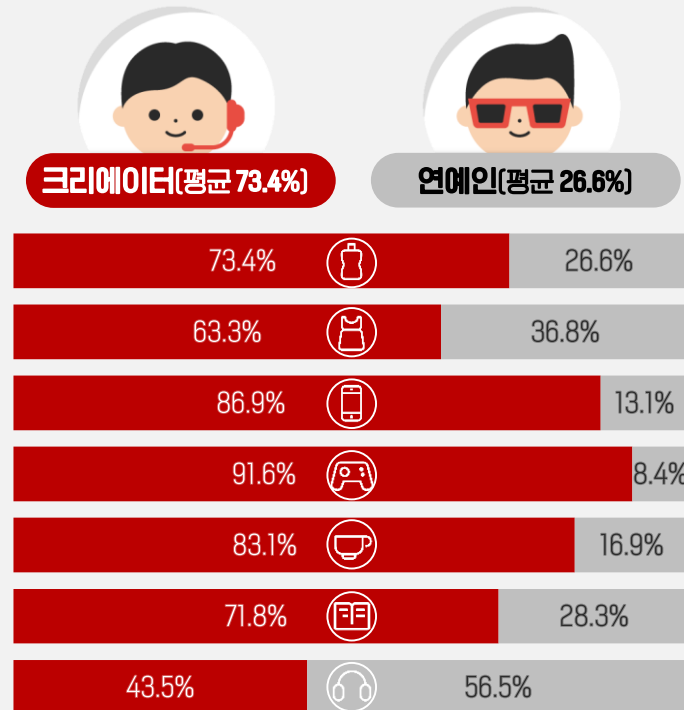
한국인이 오래 사용하는 APP

2019년 8월 (단위: 억분)



출처: 와이즈앱
조사기간: 2019년 8월 1~31일
전국 만10세 이상 40,000명 안드로이드 스마트폰 사용자 표본조사

제품구입 및 서비스 이용 분야별 정보신뢰도 비교



출처: 대학내일, 밀레니얼 그리고 Z세대가 말하는 유튜브의 모든 것

소셜 스낵 영상 속 제품 및 서비스 구매 경험

41.3%

YES



출처: 대학내일
1934세대 온라인 영상 콘텐츠 및 광고 시청 행태 조사

이제는 **‘왜’** 유튜브 마케팅을 하는가가 아닌
‘어떻게’ 해야 하는가를 고민해야 할 때입니다.

누구나 아는 '메가 크리에이터'

뷰티, 먹방, 게임 등 유튜브를 즐겨보는 사람이라면 누구나 알 만한 '메가 크리에이터'
수십만 명의 구독자를 보유한 이들을 활용하면 좋은 성과를 얻을 수 있을까요?



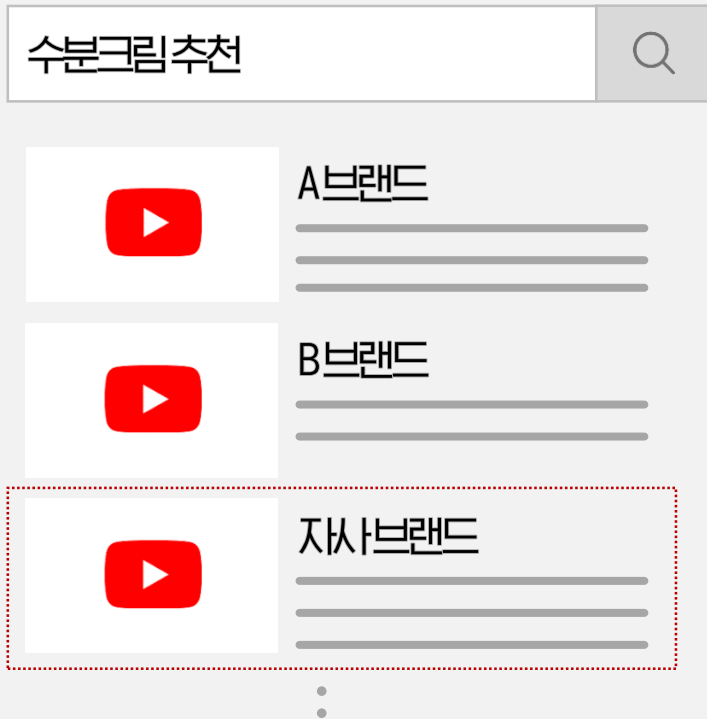
‘메가크리에이터’의 장점

‘메가크리에이터’를 활용한다면 그들이 보유한 수십만의 구독자에게 브랜드(제품)을 알릴 수 있고, 그들의 유명세를 통해 이슈화가 가능합니다.

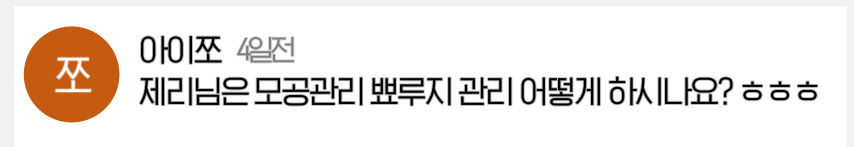
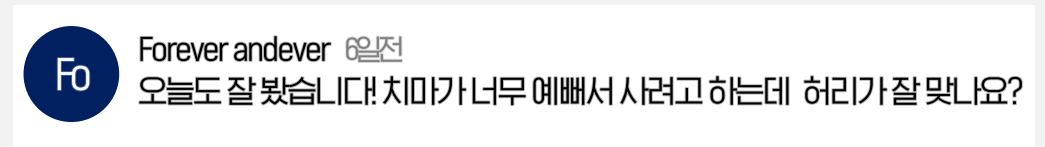
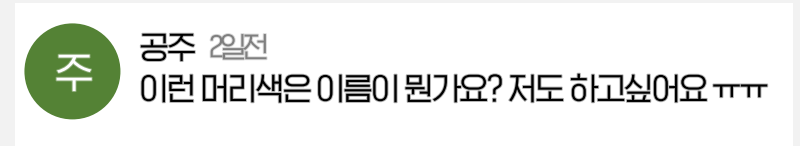
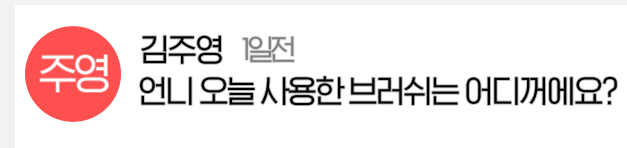


'메가 크리에이터'의 한계

하지만 이들을 이용한 마케팅은 높은 예산으로 운영할 수 있는 인원의 한계가 있으며, 대중적 영향력은 확보했으나 1:1 커뮤니케이션에는 어려움이 나타납니다.



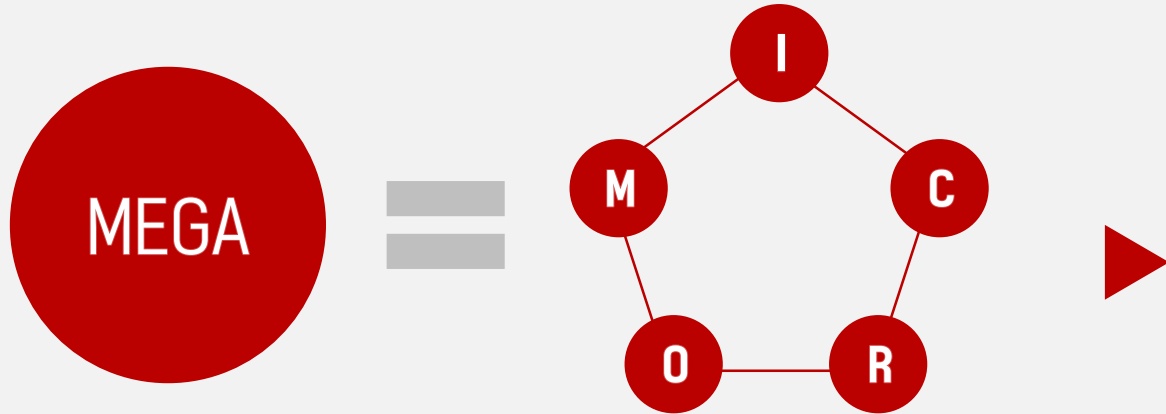
높은 예산으로 운영할 수 있는 인원의 한계가 있어
구독자 이외의 키워드 검색 대응 부족



구독자의 질문 등에 응답이 어려워
브랜드(제품)에 대한 정서적 커넥션 어려움

주목! '마이크로 크리에이터'

'메가 크리에이터'의 약점을 보완하고, 함께 활용했을 때 시너지를 일으킬 수 있는 '마이크로 크리에이터'에 대한 주목이 필요한 시점



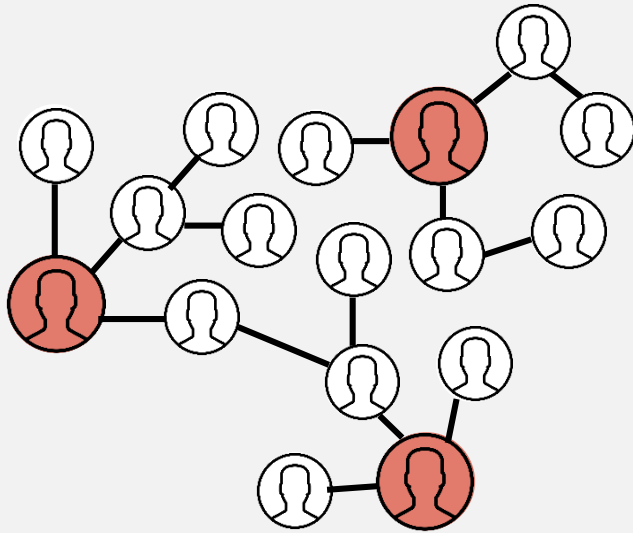
- ✓ 메가 크리에이터 대비 저렴한 비용으로 동일 예산일 경우 다수의 마이크로 크리에이터 활용 가능

The screenshot shows a search bar with the text '수분크림추천' (Moisturizer Recommendation) and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are three search results, each enclosed in a red dashed border. Each result features a red play button icon on the left and text on the right. The first result is '지사 브랜드' (Zisa Brand), the second is 'A 브랜드' (A Brand), and the third is '지사 브랜드' (Zisa Brand). A vertical ellipsis (three dots) is positioned below the third result, indicating more results are available.

- ✓ 콘텐츠 수량 확대 로 키워드 검색 대응 강화

주목! '마이크로 크리에이터'

'메가 크리에이터'의 약점을 보완하고, 함께 활용했을 때 시너지를 일으킬 수 있는 '마이크로 크리에이터'에 대한 주목이 필요한 시점



✓ 보다 친밀한 관계를 바탕으로
구독자와의 1:1 커뮤니케이션 가능



닌 닌뉴닌 2일전
유자님! △△△누디즘 제품명 정확히 궁금해요. 색상도!

유자TV 2일전
닌뉴닌 △△△누디즘 수분 커버쿠션 02 란제리에용 😊

민 김민경 5일전
피부타입이 어떻게 되세요? 건성이신가요?

유기릿 2일전
지복합성이예요! 사용한 제품은 모든 피부용이에요~

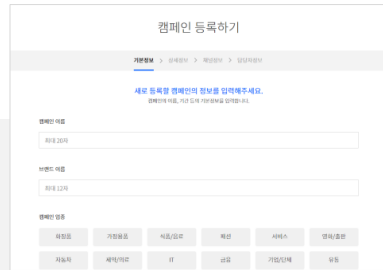
✓ 브랜드(제품)에 대한 정서적 커넥션 강화

IN:FUBLIC 

**MICRO
CREATOR**

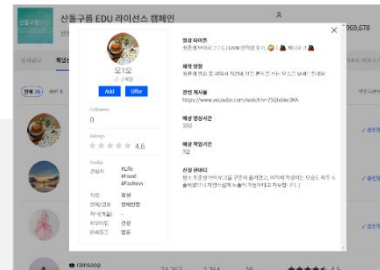
구독자 1k~30k의 마이크로 크리에이터를 합리적인 비용으로
복잡한 절차 없이 만나 볼 수 있는 인퍼블릭의 유튜브 체험단 서비스

인퍼블릭 유튜브 캠페인 프로세스



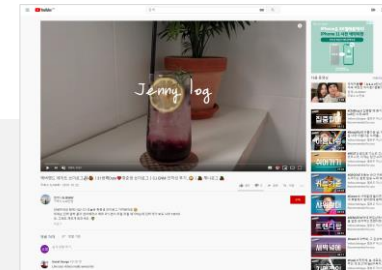
01 Create

마케팅 방향에 맞춰 캠페인을 등록합니다.



03 Approve

크리에이터의 영상기획안을 확인하여 적합한인원을 선정합니다.



05 Post

크리에이터가 게재한 콘텐츠를 확인합니다.

02 Invite

진행조건에 맞는 크리에이터를 모집합니다.

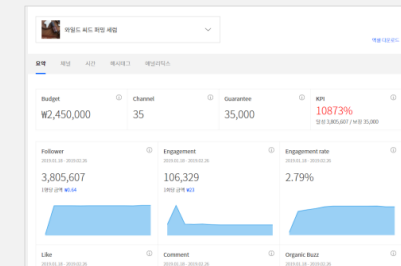
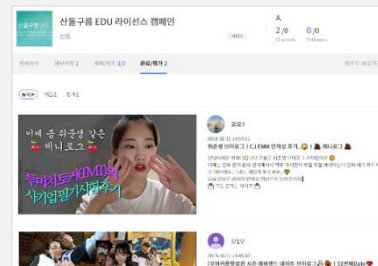
04 Review

크리에이터가 제작한 영상을 검수합니다.

06 Report


캠페인 성과를 측정하고, 다양한 결과를 분석합니다.

산동구품 EDU 라이선스 캠페인	
주요 정보	<ul style="list-style-type: none"> 플랫폼: YouTube 예산액: 3000 최소 구독자: 1,000명 이상 주요 소재: 영양 서비스종류: 교육용 EDU 라이선스 최대 시청: 100만회, 100만회 이상 영상유형: 영양관련
진행 일정	<ul style="list-style-type: none"> 캠페인 신청: 2023.08.10 채널 선정: 2023.08.10 영상 제작: 2023.08.10 영상 게시: 2023.08.10



크리에이터 섭외:

직접 유튜브에 검색해가며 적합한 크리에이터를 찾을 필요 없이
인퍼블릭에 가입된 다양한 카테고리의 크리에이터가 캠페인에 신청합니다.






다이어트 푸드 체험 캠페인
A브랜드 가정용품

8/5 Channels 1,969,469 Subscribe

상세정보 **채널신청 8** 게시물게재 0 완료/평가 0 리포트 바로가기 >

전체 8 승인 0 보류 0 | 최신순 엑셀 다운로드

 <p>31 / 여성 / - Food Life Pet</p>	23,699 Subscribe	372 View avg	23 Like avg	★★★★★ 4.8 1 Campaigns Completed	승인하기
 <p>31 / 여성 / - Travel Art Life</p>	23,904 Subscribe	1,640 View avg	30 Like avg	★★★★★ 4.5 1 Campaigns Completed	승인하기
 <p>27 / 여성 / 부산 Food Date Life</p>	13,675 Subscribe	2,372 View avg	134 Like avg	★★★★★ 5.0 1 Campaigns Completed	승인하기

• 크리에이터 정보 확인

↳ 구독자 / 평균 조회수 / 평균 좋아요 수 확인 가능
(평균 조회수 / 좋아요 수는 인퍼블릭 진행 이력 있는 경우에 해당)

• 채널 바로가기

↳ 채널명 클릭시 해당 채널 바로가기 기능 제공

• 크리에이터 평가

↳ 이전 진행 캠페인에 대한 브랜드의 평가 확인 가능

영상 기획안 검토:

캠페인에 신청한 크리에이터가 제출한 영상 기획안을 통해 콘텐츠 방향을 미리 확인할 수 있어 브랜드에 적합한 인원을 선별하는데 도움이 됩니다.

The image shows a user interface for reviewing a creator's video plan. A modal window is open over a creator's profile. The profile includes a profile picture, name, age (31), gender (female), and a rating of 4.8 stars. The video plan details are as follows:

영상 타이틀	제작 방향	관련 게시물	예상 영상시간	예상 작업기간	신청 한마디
다이어트 도시락 6일동안 먹은 후기 (몸무게 공개?) 포켓도시락 리뷰	6일간 도시락 두끼와 일반식 한끼를 먹는 모습을 촬영하고 이를 편집해 간단한 비로그 형식으로 보여줄 예정입니다.	https://www.youtube.com/watch?v=9ZsgcbT8c_Q/	10분	9일	평소 식단 관련 비로그를 자주 올렸습니다. 이번 캠페인에서 상세하게 도시락 리뷰가 가능합니다!

The modal also shows a 'Profile' section with the following information:

Profile	관심사	직업	연애/결혼	자녀(개월)	피부타입	반려동물
	#Food #Life #Pet	직장인	연애안함	없음	건성	없음

• 영상기획안 검토

↳ 영상타이틀/제작방향/관련 게시물/
예상영상시간/예상작업기간/신청한마디

• 크리에이터프로필 확인

↳ 채널관심사및직업, 피부타입등확인가능
(프로필정보입력 크리에이터에 한함)

콘텐츠 사전 검수:

유튜브에 공개하기 전 크리에이터가 제작한 영상을 확인하고 수정을 요청할 수 있습니다.
사전에 안내한 가이드라인과 다른 내용이 있는지 미리 확인해보세요.

다이어트 푸드 체험 캠페인
A브랜드
기정용품
8/5 Channels
1,969,469 Subscribe

상세정보 채널신청 2 **게재/제출 0/2** 완료/평가 0 리포트 바로가기 >

게재 0 **제출 2** 수정 0 대기 0 등록순 ▼ 엑셀 다운로드

라멜
2019-10-08 15:21:17
다이어트 도시락 6일동안 먹은 후기 (몸무게 공개?!) | 포켓도시락 리뷰
안녕하세요 라멜이에요
다이어트 도시락 먹었어요..
저는 하루에 도시락 두개만 먹거나 도시락 두개 + 일반식 작게 이런식으로 먹었습니다..
소화불량이나 위액 역류 등 지금은 많이 괜찮아 졌습니다..
(말투 왜이런진 나도 몰라용..)

레 레

• 콘텐츠재생기능

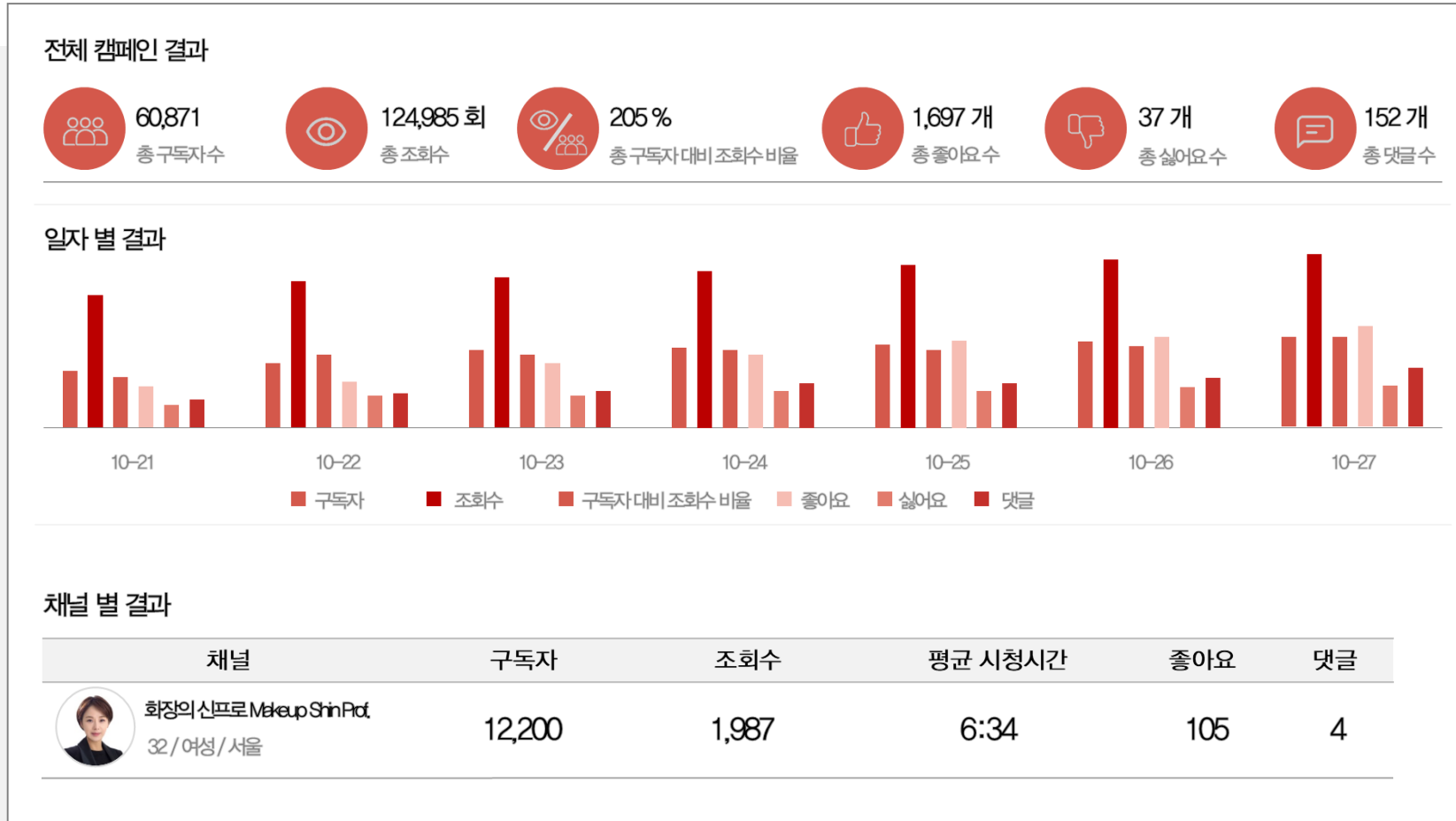
↳ 유튜브접속없이인퍼블릭사이트내에서영상
확인가능/채널명클릭시유튜브에서도확인가능

• 제목및텍스트확인

↳ 실제유튜브와동일하게제목및텍스트를포함한
전체콘텐츠확인가능

성과 데이터 확인:

유튜브 API 연동을 통해 콘텐츠 데이터를 수집하고 처리하여 다수의 크리에이터를 진행하더라도 간편하게 성과를 확인할 수 있습니다.



- **결과보고 다운로드**

- ↳ 엑셀 결과보고 다운로드 가능

- **일자별 Engagement**

- ↳ 최소 2일 데이터 확인 가능

- **채널별 Engagement**

- ↳ 크리에이터 프로필 정보

- ↳ 채널 별 Engagement

- ↳ 콘텐츠 방문하기

인퍼블릭 X 마이크로 크리에이터 상품 소개

콘텐츠 성격에 따라 상품을 세분화 하여 원하는 콘텐츠로의 진행이 가능합니다.

VLOG

크리에이터의 기존 콘텐츠 내용에
브랜드를 일부 노출.
영상의 10% 내외 브랜드(제품) 노출

- PPL, 브랜드 대비 저렴한 가격으로 마케팅 진행 가능
- 기존 콘텐츠 내에 노출되어 광고성 느낌 최소화

PPL

브랜드와 관련된 내용의 콘텐츠
해당 브랜드가 주가 되며,
타 브랜드도 함께 노출. 영상의
30% 내외 브랜드(제품) 노출

- 제품/서비스에 대한 상세한 메시지 전달 가능
- 타 브랜드와 함께 언급되어 자사 제품 어필 가능

BRANDED

브랜드와 관련된 내용의 콘텐츠
해당 브랜드만 노출되며,
타 브랜드는 노출되지 않음
영상의 70% 내외 브랜드(제품) 노출

- 영상 내 브랜드 제품을 집중적으로 소개하여 광고 효과 높음
- 브랜드의 목적과 크리에이터의 특성에 맞게 콘텐츠 제작 가능

유튜브 브이로그 레퍼런스:

코스메틱 브랜드 E

GRWM 콘텐츠를 통해 타겟 대상으로 자연스러운 제품 노출 및 긍정적 이미지 확보



이미지 클릭 시 해당 영상으로 이동합니다.

크리에이터
2020.03 기준

20명

구독자 수
2020.03 기준

89,550

조회수
2020.03 기준

31,274

구독자 대비 조회수
2020.03 기준

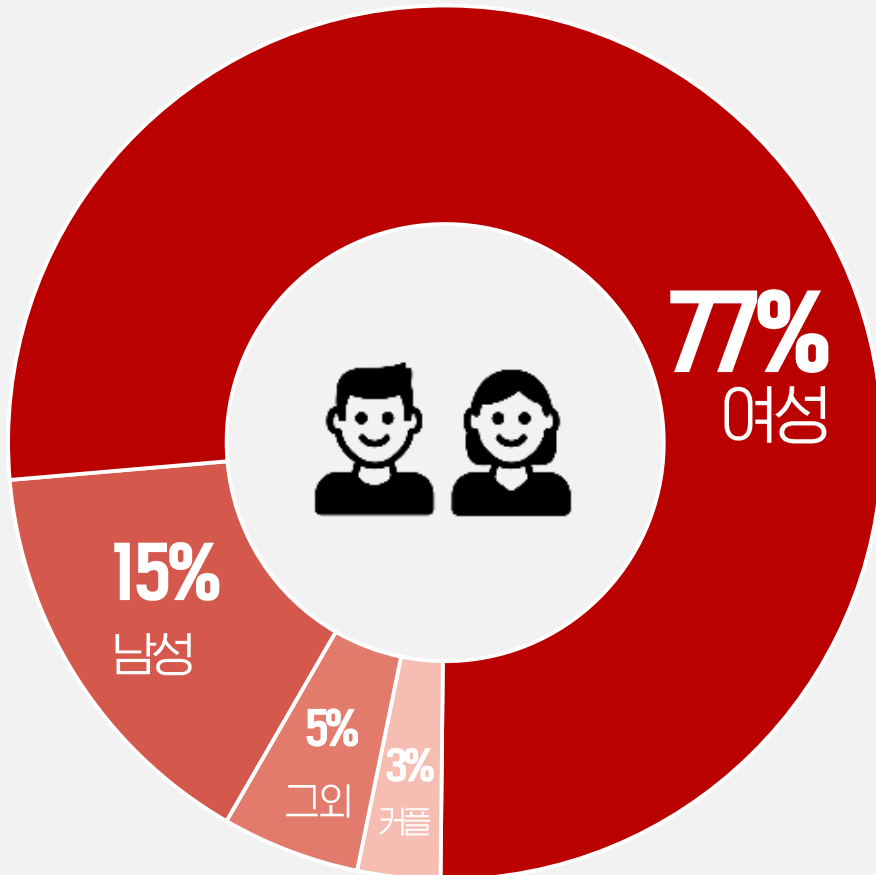
34.92%

조회수 대비 반응
2020.03 기준

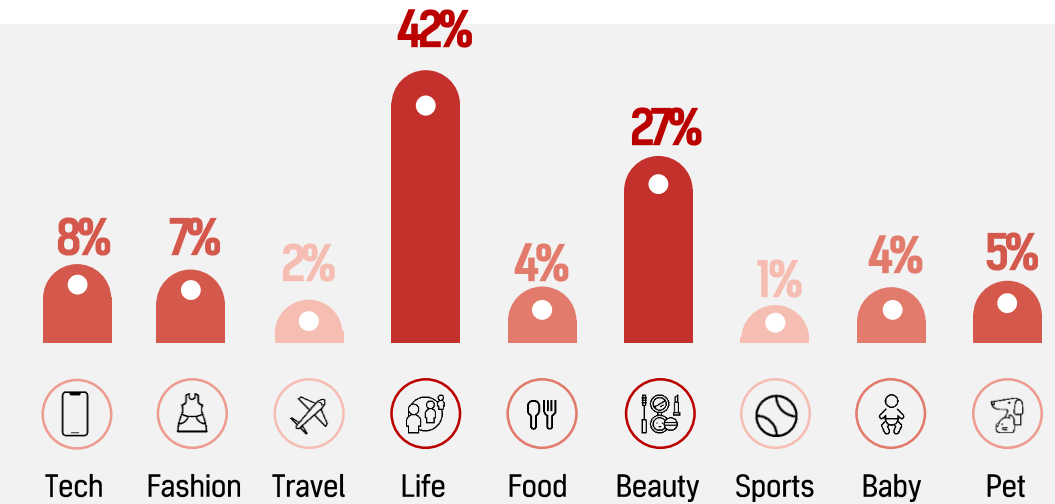
2.93%

인퍼블릭 보유 크리에이터 현황

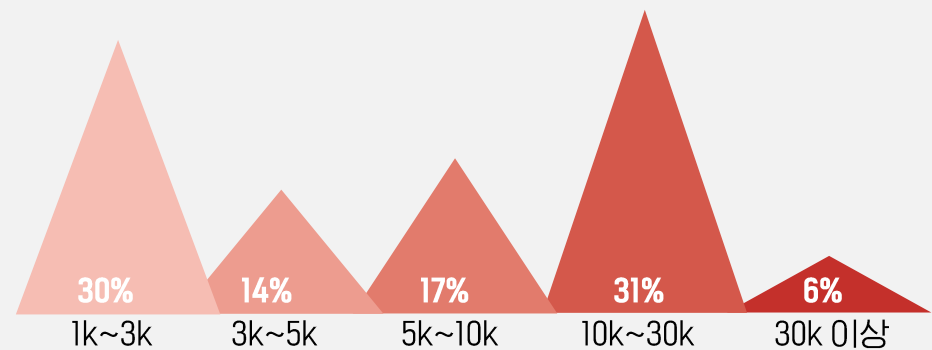
크리에이터 성별 분포 현황



크리에이터 주제 분포 현황



크리에이터 구독자 분포 현황



인퍼블릭은
브랜드의 **성공**과 함께합니다.

Infublic Team

[인퍼블릭바로가기 >](#)

TEL 070-4365-7334 | E-mail help@infublic.com

10:14 AM
Loading...
iPad
Done
YouTube™