EVER

에버 퍼포먼스 광고 / 마케팅 상품소개서

캠페인은 끝나도, 구조는 남습니다

한 번의 성과가 아니라, 계속 남는 구조를 만듭니다.

2026.07 ver.

CONTENTS

목차

01	ABOUT US	에버 · 3가지 원칙 · 일하는 방법	03
02	PRODUCT	개념 및 예시 · 광고 상품 · 마케팅 상품 · 단일 상품	07
03	OPERATE EXAMPLE	데이터 분석 · 리포트 · 콘텐츠 제작	17
04	PORTFOLIO	레퍼런스 5건 · 파트너사	23
05	CONTACT	마케팅 신청서	30

01

ABOUT US

에버는 어떤 회사인가

01 ABOUT | 에버

에버: 계속 남는 구조를 만드는 마케팅 펌



브랜드와 고객 사이를 잇는 구조를 설계합니다

마케팅은 구조이자 이익이고, 광고는 노출이자 비용입니다.

시장에서 **결핍을 발굴해 해결책을 제안**하고, 브랜드와 고객의 **접점을 구조로 남깁니다.**

회사명	대표	대표번호	이메일
에버 (EVER)	김혜지	010-7237-2191	aechi.h88@gmail.com

01 ABOUT | 3가지 원칙

에버가 다른 3가지

대행사를 고를 때 이 3가지만 확인하시면 됩니다.

01

구조를 남깁니다

전용 대시보드 구축 · 5A 퍼널 설계 · CRM 점검

캠페인이 끝나도 데이터 체계, 세일즈 퍼널, 콘텐츠 자산은
조직에 남습니다. 대행 종료 = 원점 복귀가 되지 않습니다.

02

숫자로 보고합니다

데일리 인사이트 · 위클리 · 먼슬리 리포트

"잘 나오고 있습니다"는 보고가 아닙니다.
CPA, ROAS, 전환율, 예산 재배분안까지 수치로 드립니다.

03

광고와 마케팅을 구분합니다

광고 상품 / 마케팅 상품 별도 운영

광고는 노출·인지·유입, 마케팅은 이익을 남기는 구조입니다.
섞어서 팔지 않고, 필요한 것만 제안합니다.

01 ABOUT | 업무 프로세스

우리가 일하는 방법

끊임없이 변하는 시장과 소비자에 맞춰, 브랜드와 고객이 **계속 연결되는 구조**를 만듭니다.



STEP 01

현황분석

시장/업종 분석
자사 및 경쟁사 분석



STEP 02

전략수립

목표/타겟/기준 설정
커뮤니케이션 메시지 설정
마케팅 액션플랜 작성



STEP 03

캠페인 운영

콘텐츠 기획/제작
페이드·온드·언드 미디어 운영
상품-플랫폼 핏 테스트
MCF / LMF 테스트



STEP 04

성과 측정 & 개선

캠페인/콘텐츠 개선 제안
플랫폼별 캠페인 개선
광고·마케팅 구조 개선 제안



STEP 05

인사이트 도출

종료 캠페인 결과 분석
성과 보고

OUR WORKS

02

PRODUCT

광고 상품과 마케팅 상품

02 PRODUCT | 개념

광고와 마케팅은 구분합니다

섞어 팔지 않습니다. 브랜드 상황에 필요한 것만 제안합니다.

ADVERTISING

광고

노출 · 인지 · 유입의 역할

- 비용으로 집행됩니다
- 매체 안에서 성과가 끝납니다
- 중단하면 유입도 멈춥니다

MARKETING

마케팅

브랜드와 고객이 지속적으로
상호 작용하여 이익을 남기는 것

- 구조로 축적됩니다
- 조직 안에 자산이 남습니다
- 중단해도 자연 유입이 남습니다

02 PRODUCT | 개념

고객 여정 지도부터 설계합니다



▲ 고객 경험의 흐름을 단계별로 나누고, 단계별 고객 행동과 브랜드가 어필해야 할 장치를 모두 설계합니다.

구매 행동	인지 → 호감 → 질문 → 행동 → 옹호
구매 패턴	목적구매 / 충동구매 — 상품 속성과 접점에 좌우됩니다
관 여 도	고관여 / 저관여

※ 광고 상품과 마케팅 상품은 다른 서비스입니다.

02 PRODUCT | 개념

관여도 × 구매패턴으로 분류합니다

분류 후 <유입 / 전환> 플로우에 따라 이익이 남는 마케팅 프로세스를 설계합니다.

관여도 高

충동

구매 패턴

목적

충동 고관여

사고 싶은 충동이 잘 들고
이것저것 비교해서 구매

ex. 숙소(호텔·펜션)

목적 고관여

검색해서 이것저것
비교해 보고 구매

ex. 숙소, 건강기능식품, 냉장고, TV

충동 저관여

보고 바로 구매

ex. 웹툰, 아이스크림

목적 저관여

필요한 것 검색해서
바로 구매

ex. 물, 휴지

관여도 低

02 PRODUCT | 예시

예시 — 건강기능식품

소비자는 어떻게 움직일까요?

"요즘 몸이 너무 피곤하고, 모니터를 오래 보니 눈이 침침한 것 같아
→ 비타민이랑 루테인을 한번 먹어볼까?"

구글·네이버에 검색합니다. 첫 번째 결과를 바로 사지 않습니다.
여러 브랜드가 나오면 구매수, 리뷰, 별점, 블로그 추천 글로 비교하고 따져본 뒤 구매합니다.

분류 결과

목적구매 **고관여**

→ 고관여 목적 구매로 분류하고, 이에 맞는 고객 구매 여정을 파악한 뒤 마케팅 액션플래닝을 진행합니다.

목적 고관여 상품의 고객 동선



마케팅 액션 플래닝 (SA > DA)

1. 페이드 미디어
SA : 파워링크, 쇼핑검색, 브랜드검색, 파워 콘텐츠
DA : SNS 네이티브/브랜디드 콘텐츠, 블로그 랜딩

2. 언드 미디어
SI : 블로그, 카페, 인스타그램 등 정보성/후기성 진행
콘텐츠 고도화

광고 / 마케팅 상품

모든 상품은 VAT 별도. 마크업은 광고비 소진액의 10%입니다.

상품유형	액션 (제공내역)	가격 (VAT 별도)	비고
매체 운영 대행	SA / DA 광고 운영 대행 네이버 / 카카오 / 당근 (국내 매체) 광고 운영 및 최적화	0원	(1) 월 실비 5,000,000원 이상 예산 집행 시 계약 가능 * 네이버 / 카카오 / 당근 플랫폼 한정 (2) 위클리, 먼슬리 보고서 제공
퍼포먼스 마케팅 (Lite)	광고 분석 및 운영 + 소재 기획/제작 이미지 콘텐츠 20건 제작 (비율 : AI 100%) ※ 콘텐츠 추가 제작 요청 시 별도 실비 청구	700,000원 + 마크업 10%	(1) 마크업 10% 수수료 (2) 실비 별도 (3) 데일리, 위클리, 먼슬리 보고서 제공 (4) 효율 나오는 소재를 찾으면 소재 제작 종료
퍼포먼스 마케팅 (Premium)	광고 분석 및 운영 + 소재 기획/제작 이미지 콘텐츠 기본 20건 ~ 최대 70건 (AI 8 : 디자이너 2) 숏폼 콘텐츠 최대 2건 기획/제작 ※ 콘텐츠 추가 기획/제작 요청 시 별도 실비 청구	2,000,000원 + 마크업 10%	(1) 마크업 10% 수수료 (2) 실비 별도 (3) 광고주 전용 데이터 대시보드 구축 (4) 데일리, 위클리, 먼슬리 보고서 제공 (5) 효율 나오는 소재를 찾으면 소재 제작 종료
토탈 마케팅 컨설팅	데이터 리모델링, 5A(퍼널) 설계 및 개선 LTV·CAC 계산 후 액션플래닝 / 인지·유입·전환 / 업·크로스 셀링 미디어 믹스 진단 및 재설계 페이드미디어(네이버·메타·구글 등) + 언드미디어 광고 분석 및 운영 + 소재 기획/제작 이미지 20~70건 / 숏폼 최대 10건 기획·제작	5,000,000원 + 마크업 10%	(1) 마크업 10% 수수료 (2) 실비 별도 (3) 브랜드 전용 세일즈 퍼널 구축 (4) 광고주 전용 데이터 대시보드 구축 (5) 데일리, 위클리, 먼슬리 보고서 제공 (6) 효율 나오는 소재를 찾으면 소재 제작 종료

02 PRODUCT | 마케팅 상품

유입 → 전환 → 관계 관리

마케팅 프로세스는 고객과 브랜드의 효과적인 관계 형성을 위해 설계합니다. 구매패턴(목적/충동)과 관여도(저/고관여) 개념을 활용해 구매 과정을 세분화합니다.

최종 목표는 조직에 마케팅 DNA를 남기는 것입니다.

KPI 설정 기준

목표에 따라 KPI와 중요 지표, 광고 집행 기준을 먼저 정하고 시작합니다.

기준 없이 집행하면 개선도 없습니다. 무엇을 성공으로 볼지 합의한 뒤 예산을 씁니다.

유입

- 상품 기획 · 고객 동선 설정
- 상품 유통 경로 테스트 · 커뮤니케이션 메시지 테스트
- 타겟 정의 및 테스트 (LMF/MCF/PMF) · 광고 집행 플래닝

▼

전환

- 타겟 확장 / 고도화 · 4P 확장 및 고도화
- 데이터 구조화 · 북극성 지표 발굴
- 상품·플랫폼·고객 언어 고도화 · 유입 이후 콘텐츠 기획
- 캐치프라이즈 설정 및 테스트 · AARRR 지표 개선

▼

관계 관리

- 상품 기획 · 브랜드 커뮤니케이션 메시지 정립
- 마케팅 선순환 구조 구축 및 동작 테스트 · 바이럴 루프 설계
- 타겟 정의 및 테스트 · CRM 시스템 점검 및 고도화

02 PRODUCT | 마케팅 상품

진행 플로우

최고의 효율을 위한 고객별 맞춤형 광고를 집행합니다. (메타 / 당근 / 네이버 성과형 디스플레이 동일)

STEP 01 Day 1	STEP 02 ~ Day 3	STEP 03 ~ Day 7	STEP 04 Day 30 ~
온보딩 & 기존 데이터 분석	**데이터 체계 확립 & 구조 재설계**	**A/B 테스트 & 고도화**	**안정화 & 매체 확장**
■ 광고별 성과 테이블 제공	■ 맞춤형 데이터 테이블 구축	■ 타겟별 메시지 핏 테스트	■ 광고·콘텐츠 베리에이션
■ 광고별 추세 진단	■ 일/주/월 공유 시스템 확립	■ 소재 제작	■ 콘텐츠 고도화
■ 예산 재배분 시뮬레이션 도출	■ 캠페인 재설계	■ 광고 효율 최적화	■ 매체 확장
■ 기존 소재 분석	■ 소재 기획 / 제작	■ 예산 증액	

Day 1 온보딩부터 Day 30 안정화까지, 각 단계 산출물을 문서로 남깁니다.

02 PRODUCT | 단일 상품

단일 상품

1천만 팔로워 채널 송출부터 콘텐츠 제작, 복잡한 등록 과정, 광고 집행, 관리까지.

유입 – SA



파워링크



쇼핑광고



브랜드검색

유입 – DA



SNS DR광고



GFA



인플루언서

전환 – 비광고



가구매&리뷰



상세페이지



콘텐츠 제작

유입 – SI



블로그



카페



뉴스(언론기사)



지식인



포스트

광고 단일 상품 단가표

VAT 별도. 매체사·컨셉에 따라 변동될 수 있습니다.

유입 – SA

파워링크	키워드 추출 및 세팅 최적화, 효율 관리	최소 500만원~ / 월
쇼핑광고	썸네일 제작·세팅·소재제작·관리 비용 포함	최소 500만원~ / 월

유입 – DA

GFA	콘텐츠 제작 20~50회, 운영 비용 포함	최소 500만원~ / 월
SNS	콘텐츠 제작 20~70회, 운영 비용 포함	500,000원~ / 월
SNS 스폰서드	DR 광고 관리	집행액의 10%

유입 – 인플루언서

인플루언서	인스타그램 내 파워 인플루언서 계정 송출	팔로워·컨셉별 문의

유입 – SI

블로그 STD	시딩 목적 / 최소 30건 이상	30,000원 / 건
블로그 PRE	블로그 지수 높은 프리미엄 블로거 / 최소 20건	50,000원 / 건
카페	카페 침투 바이럴	50,000원 / 건
뉴스	검색 키워드 제안 및 온라인 언론 기사 발행	150,000원~ / 건

전환 – 비광고

숏폼 제작	네이티브/브랜디드 · 기획·촬영·편집	300,000원 / 건
이미지 제작	네이티브/브랜디드 · 기획·편집	50,000원 / 건
상세페이지	1차 납품 후 14일 내 2차 완성본 추가 납품	700,000원 / 건

※ 단가표 기준이며, 브랜드 상황에 따라 상품 조합을 다시 설계해 드립니다.

OUR WORKS

03

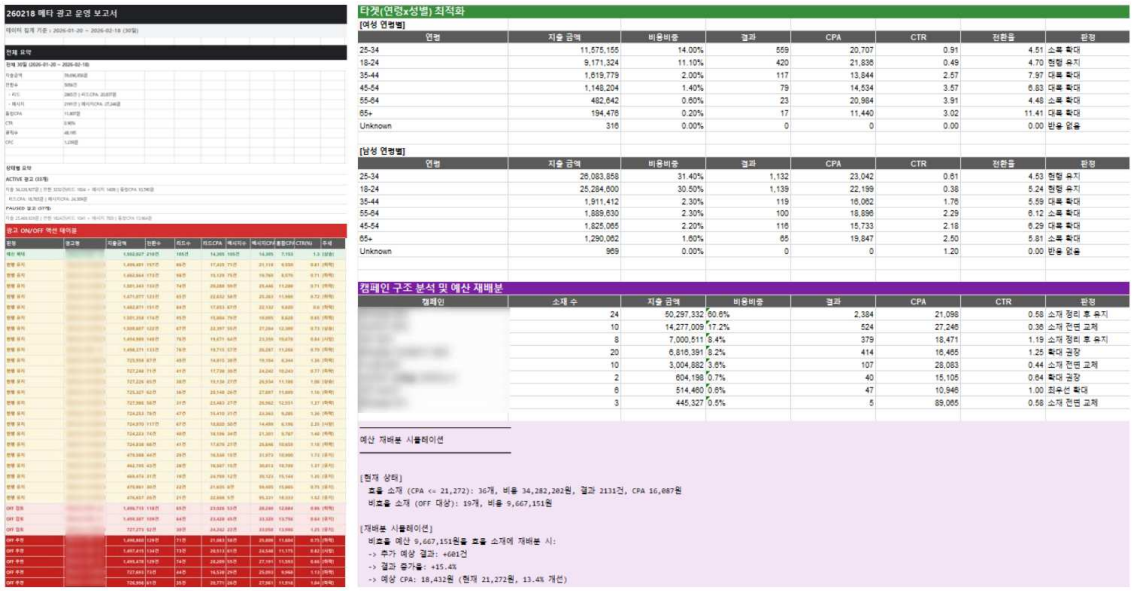
OPERATE EXAMPLE

실제 운영 산출물

03 EXAMPLE | 월간 데이터 분석

데이터 체계 확립 후 운영 반영

개선 결과	분석 단위	진단 범위	반영 주기
효율 3배 개선	**인구통계학 기반**	**광고별 효율 및 추세**	**월간 재설계**





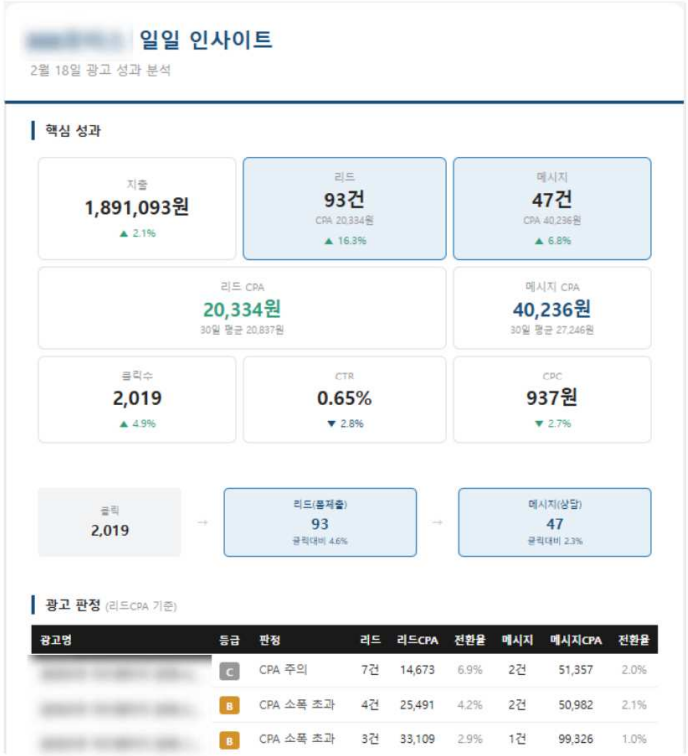
결과	결과당 비용	예산	지출 금액
1 잠재 고객(양식)	₩44,369 잠재 고객탕(양식)	₩50,000 일일	₩44,369
3 잠재 고객(양식)	₩14,042 잠재 고객탕(양식)	₩50,000 일일	₩42,126
— 잠재 고객(양식)	— 잠재 고객탕(양식)	₩50,000 일일	₩44,945
— 잠재 고객(양식)	— 잠재 고객탕(양식)	₩50,000 일일	₩43,335
1 Meta 잠재 고객	₩46,228 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩46,228
1 Meta 잠재 고객	₩45,616 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩45,616
3 Meta 잠재 고객	₩14,728 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩44,184
2 Meta 잠재 고객	₩21,941 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩43,881
2 Meta 잠재 고객	₩22,277 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩44,554
2 Meta 잠재 고객	₩22,396 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩44,792
6 Meta 잠재 고객	₩7,352 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩44,109
1 Meta 잠재 고객	₩46,702 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩46,702
2 Meta 잠재 고객	₩22,803 Meta 잠재 고객탕	₩50,000 일일	₩45,606
6 잠재 고객(양식)	₩9,095 잠재 고객탕(양식)	₩100,000 일일	₩54,567

* 단기 프로젝트의 경우 데이터 구축 없이 바로 광고가 진행될 수 있습니다.

03 EXAMPLE | 일일 인사이트

광고주 전용 데이터 대시보드

데일리 인사이트 및 전일 데이터 현황을 매일 공유합니다. 형용사가 아니라 CPA·CTR·전환율로 보고합니다.



종합 분석

1. 한줄 요약

전일 리드CPA 20,334원으로 30일 평균(20,837원)보다 503원 낮아 효율적인 성과를 기록했습니다.

2. 추세 진단

리드CPA는 최근 7일 평균 22,535원으로 직전 7일(21,450원) 대비 소폭 상승했으나, 전일 20,334원으로 개선 신호를 보였습니다. 메시지CPA는 최근 7일 46,242원으로 직전 7일(22,865원) 대비 크게 악화된 상태입니다. 2월 14일 이후 메시지CPA 상승세가 지속되고 있어 메시지 전환 효율 회복이 필요합니다.

3. 광고별 3일 컨디션

4. 전일 성과 브리핑

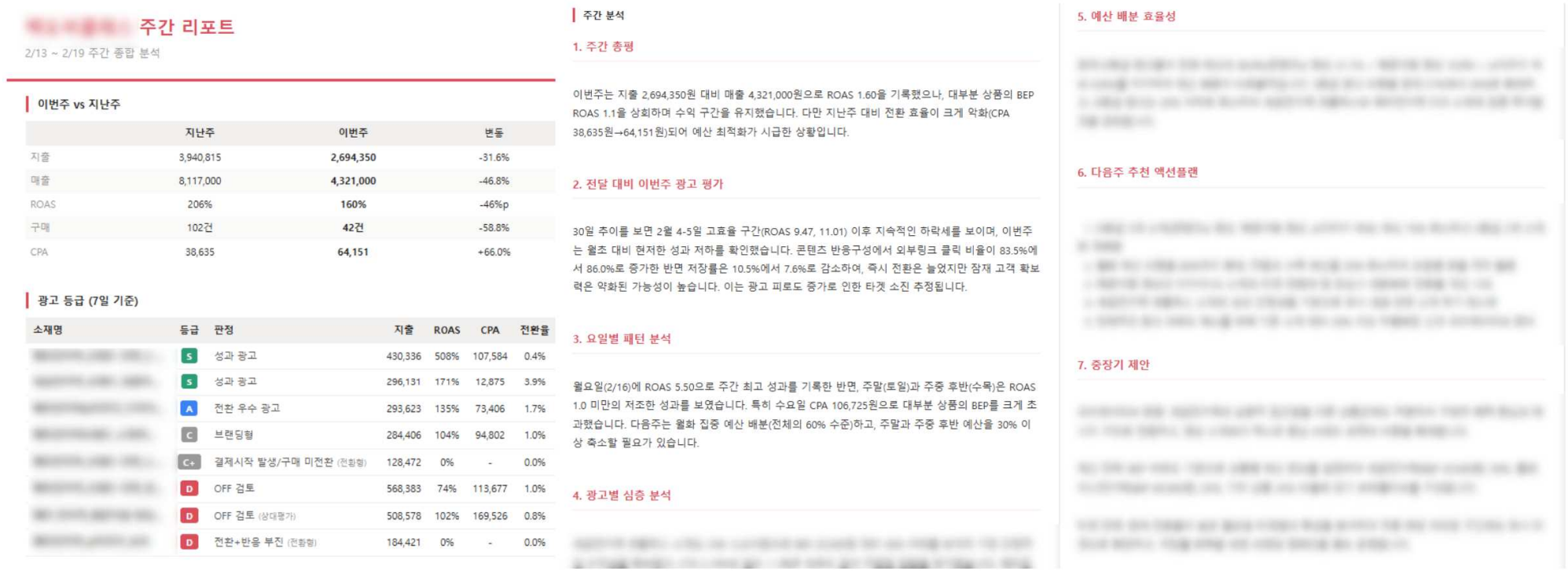


* 단기 프로젝트의 경우 데이터 구축 없이 바로 광고가 진행될 수 있습니다.

03 EXAMPLE | 주간 리포트

주간 종합 분석 리포트

주간 총평 · 전주 대비 평가 · 요일별 패턴 · 광고별 심층 분석 · 예산 배분 효율성 · 다음주 액션플랜까지 문서로 남깁니다.



[redacted] 주간 리포트

2/13 ~ 2/19 주간 종합 분석

이번주 vs 지난주

	지난주	이번주	변동
지출	3,940,815	**2,694,350**	-31.6%
매출	8,117,000	**4,321,000**	-46.8%
ROAS	206%	**160%**	-46%p
구매	102건	**42건**	-58.8%
CPA	38,635	**64,151**	+66.0%

광고 등급 (7일 기준)

소재명	등급	판정	지출	ROAS	CPA	전환율
[redacted]	S	성과 광고	430,336	508%	107,584	0.4%
[redacted]	S	성과 광고	296,131	171%	12,875	3.9%
[redacted]	A	전환 우수 광고	293,623	135%	73,406	1.7%
[redacted]	C	브랜딩형	284,406	104%	94,802	1.0%
[redacted]	C+	결제시작 발생/구매 미전환 (전환형)	128,472	0%	-	0.0%
[redacted]	D	OFF 검토	568,383	74%	113,677	1.0%
[redacted]	D	OFF 검토 (상대평가)	508,578	102%	169,526	0.8%
[redacted]	D	전환+반응 부진 (전환형)	184,421	0%	-	0.0%

주간 분석

1. 주간 총평

이번주는 지출 2,694,350원 대비 매출 4,321,000원으로 ROAS 1.60을 기록했으나, 대부분 상품의 BEP ROAS 1.1을 상회하며 수익 구간을 유지했습니다. 다만 지난주 대비 전환 효율이 크게 악화(CPA 38,635원→64,151원)되어 예산 최적화가 시급한 상황입니다.

2. 전달 대비 이번주 광고 평가

30일 추이를 보면 2월 4-5일 고효율 구간(ROAS 9.47, 11.01) 이후 지속적인 하락세를 보이며, 이번주는 월초 대비 현저한 성과 저하를 확인했습니다. 콘텐츠 반응구성에서 외부링크 클릭 비율이 83.5%에서 86.0%로 증가한 반면 저장률은 10.5%에서 7.6%로 감소하여, 즉시 전환은 늘었지만 잠재 고객 확보력은 약화된 가능성이 높습니다. 이는 광고 피로도 증가로 인한 타겟 소진 추정됩니다.

3. 요일별 패턴 분석

월요일(2/16)에 ROAS 5.50으로 주간 최고 성과를 기록한 반면, 주말(토일)과 주중 후반(수목)은 ROAS 1.0 미만의 저조한 성과를 보였습니다. 특히 수요일 CPA 106,725원으로 대부분 상품의 BEP를 크게 초과했습니다. 다음주는 월화 집중 예산 배분(전체의 60% 수준)하고, 주말과 주중 후반 예산을 30% 이상 축소할 필요가 있습니다.

4. 광고별 심층 분석

[redacted]

5. 예산 배분 효율성

[redacted]

6. 다음주 추천 액션플랜

[redacted]

7. 중장기 제안

[redacted]

* 단기 프로젝트의 경우 데이터 구축 없이 바로 광고가 진행될 수 있습니다.

03 EXAMPLE | 콘텐츠 제작

콘텐츠 제작 — 커머스 / 교육

이미지 콘텐츠는 AI와 디자이너를 혼합해 제작합니다. 효율 나오는 소재를 찾으면 제작을 종료합니다.



03 EXAMPLE | 콘텐츠 제작

콘텐츠 제작 — 자동차 / 프랜차이즈

업종별 소구점을 다르게 잡습니다. 같은 템플릿을 돌려쓰지 않습니다.



OUR WORKS

04

PORTFOLIO

레퍼런스와 파트너사

유입 사례 — 캐릭터 브랜드

저관여 충동구매 · SNS 파워채널 + DR 광고 + 인플루언서

평균 유입수

932% 증가

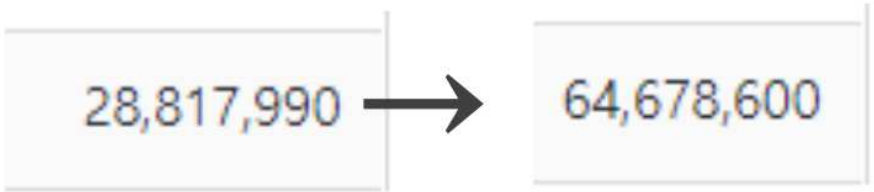
작년 대비 매출

230% 증가

평균 ROAS

600%

[광고 이전/후 매출 현황]



▾ 효자 콘텐츠로 일어난 구매 건 수 / 매출액

광고매체	상세보기	방문수	방문비율	구매건수	구매율	매출액
[U]상페_무선이어폰 플러스_에어팟한쪽	상세보기	4,689	44.35%	60	1.28%	3,946,800

유입

상품과 플랫폼의 핏 테스트
SNS 콘텐츠 제작 및 송출

유입/전환 증가

발굴된 상품을 중심으로
네이티브/브랜디드 콘텐츠 송출 · DR 광고

유입/전환 극대화

인플루언서 진행

유입 증대 사례 — 오프라인 요식업

저관여 충동구매 · 유입~전환 + 바이럴 루프 설계

브랜드 검색 수

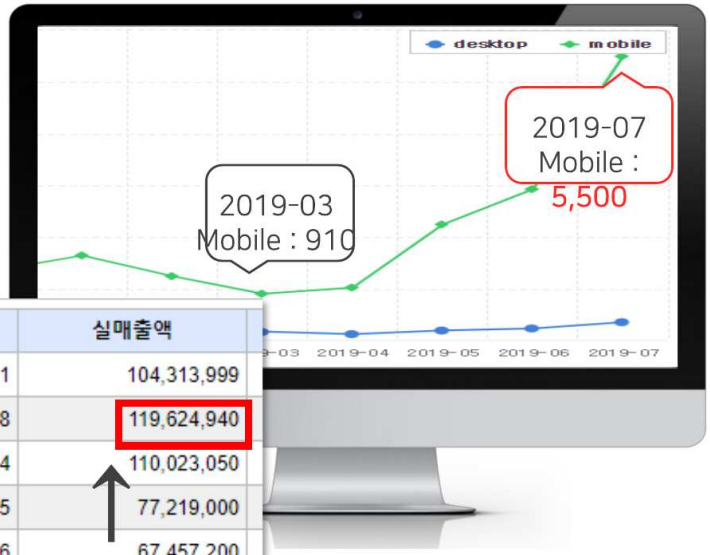
614% 증가

월 매출

222% 증가

인스타그램 포스팅

자연 증가 2,700건



[매출액 변화]

매출월	영수건수	실매출액
2019-07	2,111	104,313,999
2019-06	2,478	119,624,940
2019-05	2,284	110,023,050
2019-04	1,415	77,219,000
2019-03	1,236	67,457,200
2019-02	1,003	53,845,837

유입

상품과 플랫폼의 핏 테스트
SNS 콘텐츠 제작 및 송출

유입 극대화

Facebook·Instagram·Naver·Kakao
플랫폼 확장을 통한 다발성 노출

내부 상품 고도화

타겟 확장 및 객단가 향상 리패키징
캐치프라이즈 설정 · 고객 경험 일원화

전환 증대 사례 — 뷰티 브랜드

저관여 충동구매 · SNS 파워채널 + DR 광고 + 유입 이후 콘텐츠 기획

매출

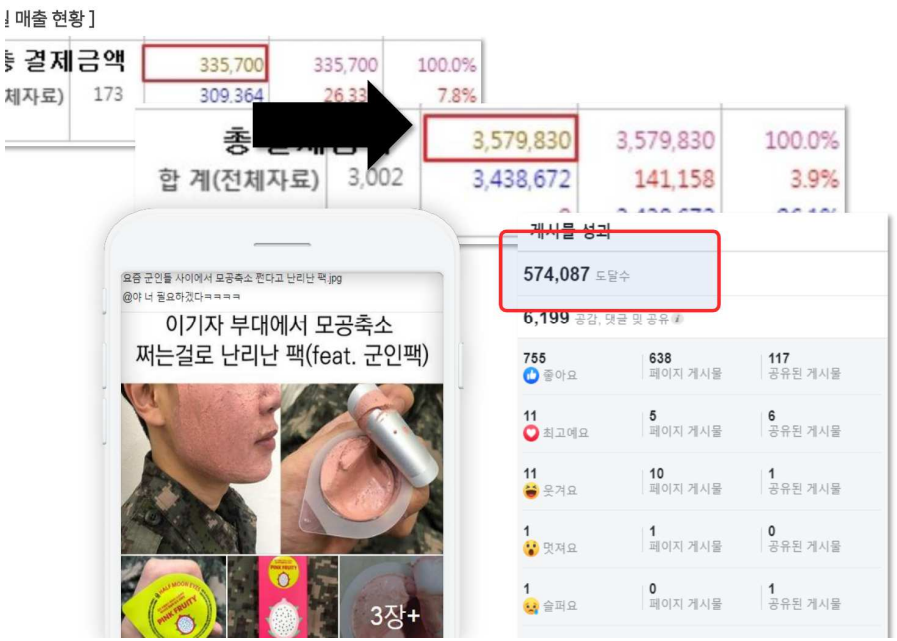
1,084% 증가

브랜드 검색 수

360% 증가

콘텐츠 도달

670만



유입

상품과 플랫폼의 핏 테스트
SNS 콘텐츠 제작 및 송출

유입/전환 증가

SNS 파워채널로 도달 극대화
인지 및 전환 유도 · DR 광고

전환 극대화

발굴 상품·타겟에 맞는 세트상품 기획
프로모션 진행 및 콘텐츠 송출

관계관리 사례 — 식품 브랜드

저관여 충동/목적 구매 · 페이드 / 온드 미디어 운영

자사몰 회원 수

11,000명 증가

브랜드 채널 팔로워

1,150명 증가

브랜드 검색 수

152% 증가



브랜드 계정관리

자체 콘텐츠 발행으로
진성팬 구축 및 재구매율 증가

신규고객 유입 증가

플랫폼 확장을 통한
다발성 브랜드 노출

유입/전환 극대화

브랜드 강점을 반영한 콘텐츠 송출
지역 타겟팅으로 신규 타겟 발굴

마케팅 프레임 설계 사례 — 도서 브랜드

저관여 충동구매 · 유입~관계 관리 마케팅 상품(온라인)

14일 집행 매출

3억 달성

작년 대비 매출

4,051% 증가

유통·촉진 방법 변경 이익율

30% 개선

[광고 이전 시즌 매출 현황]

2020-04-27	738	₩10,538,550
2020-04-28	601	₩7,477,800
2020-04-29	324	₩5,692,500
2020-04-30	1	₩14,850
2020-05-01	1	₩29,700
2020-05-02	4	₩89,100
2020-05-03	3	₩89,100
2020-05-04	1,687	₩28,819,725
2020-05-05	4	₩103,950
2020-05-06	1,218	₩20,474,850
2020-05-07	646	₩10,753,875
2020-05-08	1,747	₩22,034,100
2020-05-09	26	₩727,650
2020-05-10	42	₩1,113,750

[광고 이후 시즌 매출 현황]

2021-04-27	792	₩10,436,600
2021-04-28	125	₩3,047,850
2021-04-29	151	₩3,555,575
2021-04-30	288	₩6,321,900
2021-05-01	434	₩12,613,600
2021-05-02	594	₩17,097,900
2021-05-03	1,596	₩34,832,225
2021-05-04	1,763	₩44,211,425
2021-05-05	1,466	₩42,374,950
2021-05-06	2,958	₩67,922,450
2021-05-07	2,290	₩44,951,500
2021-05-08	172	₩4,819,050
2021-05-09	47	₩1,210,350
2021-05-10	192	₩2,664,825

내부 상품 점검 → 전략 수립

데이터 분석 · 타겟 정의
북극성 지표 정의 · 캐치프라이즈 설정

유입 및 전환 극대화

플랫폼 확장 · 상세페이지 기획/제작
SA / SEM · SNS 콘텐츠 고도화

관계 관리

고객 의견 반영한 내부상품 고도화
CRM 시스템 점검

함께 일한 브랜드



롯데 · 농협 · 한국관광공사 · 넷플릭스 · 올리브영 · 무신사 등 국내외 40여 개 브랜드와 함께 일했습니다.

CONTACT

EVER

캠페인은 끝나도, 구조는 남습니다

대표 김혜지

연락처 010-7237-2191

이메일 aechi.h88@gmail.com

상황과 예산에 맞는 광고 / 마케팅 구조를 설계해 드립니다.

마케팅 신청서

아래 내용을 메일 또는 전화로 보내주시면 24시간 내 회신드립니다.

마케팅을 희망하시는 사업내용과 예산을 알려주세요	
광고희망내용*	Ex) 식당 / 카페 / 호텔 / 펜션 / 워터파크 / 이벤트 등
예산*	원
희망 상품*	□ 광고 □ 마케팅 / 컨설팅
비고	희망하는 진행 및 콘텐츠, 브랜드의 상황을 자세히 알려주실수록 최적의 상품을 제안드릴 수 있습니다.
담당자 명*	
전화번호	
E-mail*	