

STRATEGIC MARKETING STUDIO

# ADCODE

# MARKETING PROPOSAL

고객의 유입부터 선택까지, 전환을 설계하는 마케팅

# 목차

1

## I. Overview

- 회사 소개
- 연혁
- 핵심 정의
- 핵심 서비스/사업영역

2

## II. Market & Issues

- 시장 환경 분석
- 시장 변화 흐름
- 문제 정의

3

## III. Approach

- 기본 방식의 한계
- 의사결정 구조
- 성과구조 / 기대결과
- 운영 안정성 및 관리 기준

4

## IV. Operations

- 조직 구성
- 실시간 운영 및 위기 대응
- Contact

# 회사소개

## 광고는 하고 있지만, 고객이 늘지 않는 이유

**ADCODE는 단순히 채널을 운영하는 회사가 아닙니다.**

브랜드가 고객에게 발견되고, 이해되고, 신뢰받고, 결국 선택되기까지 유입 이후 전 과정을 설계합니다. 유입 이후의 구조를 바꾸지 않으면 성과는 반복되지 않지만, 구조가 바뀌면 마케팅은 비용이 아니라 자산이 됩니다.

→ **핵심은 '유입 이후 전환 구조'입니다.**

**ADCODE는 단순 광고 대행사가 아닙니다.**

노출을 만드는 것이 아니라, '문의로 이어지는 흐름'을 설계합니다. 유입 이후 고객이 머무르고, 이해하고, 신뢰하고, 문의까지 이어지는 구조를 만듭니다.

→ **마케팅의 핵심은 노출이 아니라 '전환'입니다.**



# ADECODE

전환 구조를 구축하고 확장해온  
실행 중심의 성장 과정입니다.

전환 구조를 만들고,  
확장해온 실행의 기록

1,000+ PROJECTS

## 2022~2024

### PRE-ADCODE

- 커머스·핫딜 기반 마케팅 운영
- 판매 중심 퍼포먼스·바이럴 경험 축적
- 전환 중심 실무 기반 확보

## 2024

### ADCODE 설립

- 전환 중심 마케팅 조직 구축
- 통합 운영 구조 기반 서비스 시작

## 2026~

### 확장

- 병원 마케팅 영역 확장
- 고관여 업종까지 구조 적용 확대

## 2025~현재

### 통합 구조 확립

- 바이럴·광고·리뷰·디자인 통합 운영
- 다양 업종 프로젝트 수행
- 전환 중심 운영 체계 고도화

# ADCODE의 관점

우리는 유입을 만드는 회사가 아니라, **유입이 성과로 이어지게 만드는 회사**입니다.

고객은 클릭 이후에도 검색·비교·검증 과정을 거쳐야 행동합니다.  
ADCODE는 이 전 과정을 설계해, 유입이 실제 상담과 예약으로 이어지도록 만듭니다.



## 정보확인

유입 후 정보를 확인합니다.  
후기와 사례로 판단 기준을 만듭니다.



## 비교검토

다른 선택지와 비교합니다.  
근거가 쌓이면 신뢰가 형성됩니다.



## 상담·문의

신뢰 후 행동을 고려합니다.  
상담이나 문의로 이어집니다.



## 전환

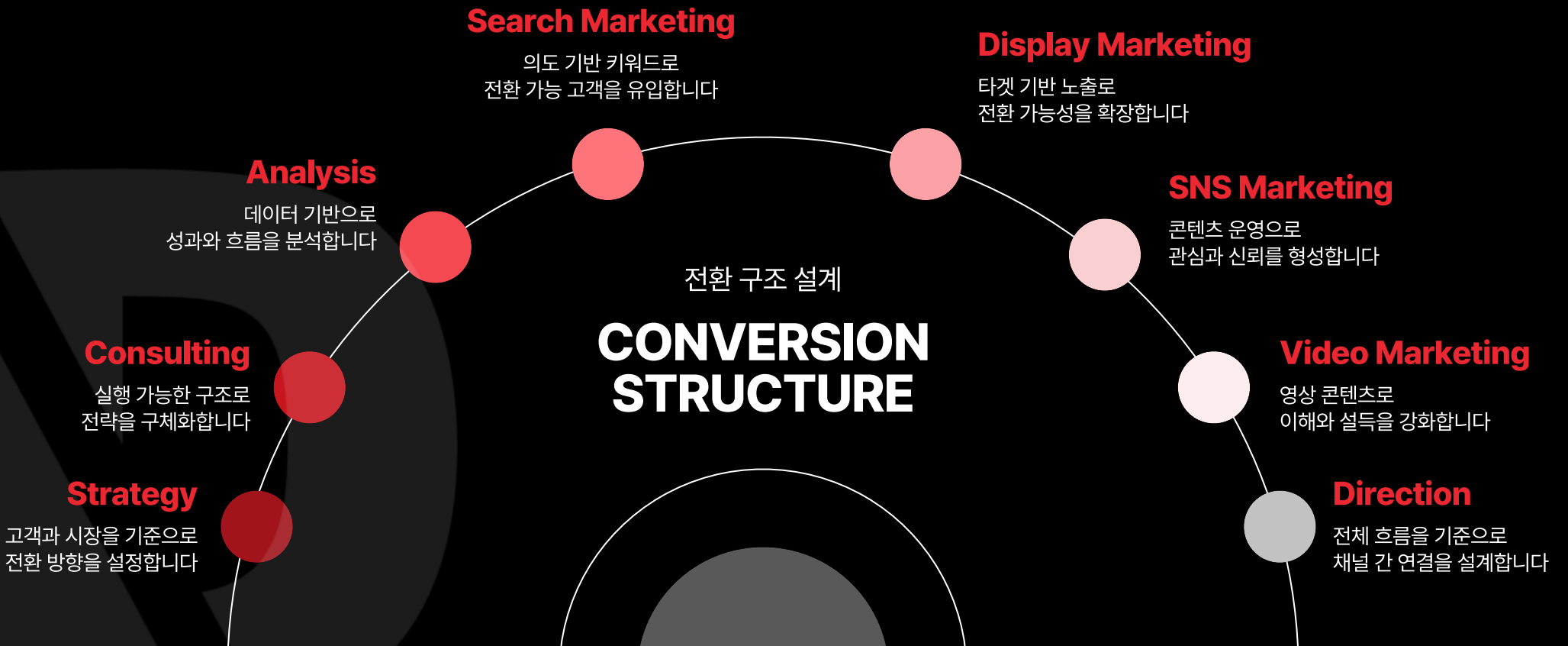
최종 결정을 내립니다.  
예약·구매로 전환됩니다.

ADCODE는 유입이 아닌 **전환**을 설계합니다. 고객이 끝까지 움직이도록 **흐름**을 만듭니다.

# 서비스 연결구조

ADCODE의 서비스는 채널 단위가 아닌, **고객의 의사결정 흐름 안에서 설계**됩니다.

유입부터 신뢰, 비교, 행동까지 모든 과정이 하나의 구조로 연결될 때  
마케팅은 실제 전환으로 이어집니다.



# ADCODE의 실행 체계

ADCODE는 각 채널을 분리하지 않고, **전환 흐름 안에서 설계**합니다.

콘텐츠, 광고, 랜딩은 개별 실행이 아닌 전환 흐름 기준으로 통합 운영됩니다.  
각 채널은 유입, 신뢰, 행동 단계에 맞춰 역할이 설계되며 성과 흐름 안에서 유기적으로 연결됩니다.

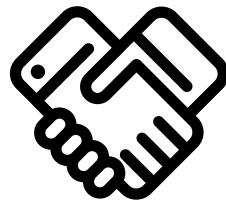
## Experience(경험)



### 실무 중심 4년+

실제 운영을 통해 축적된 실무 경험  
이론이 아닌 현장 중심의 노하우 보유

## Trust(신뢰)



### 고객 기반 운영

단기 성과가 아닌 관계 중심의 운영  
지속적인 관리로 신뢰 구축

## Results(성과)



### 1,000+ 프로젝트

다양한 프로젝트 수행 경험 보유  
검증된 실행력으로 결과를 만들어냄

## Versatility(확장성)



### 다양한 산업 대응

업종별 특성에 맞춘 전략 적용  
다양한 시장 환경에 유연하게 대응

# 채널별 운영프로세스

## 전략 설계

KPI 설정 / 채널 전략 / SEO 구조 설계  
유입부터 전환까지 전체 흐름 기준 구조 설계

## 콘텐츠 운영

기획 · 제작 · 발행 / 채널 관리  
채널별 역할에 맞는 콘텐츠 흐름 지속 운영

## 성과 분석

데이터 분석 / 리포트 / 개선 최적화  
전환 기준으로 성과 진단 및 전략 지속 보정

01

### NAVER

- 검색 기반 유입 설계
- 콘텐츠·리뷰로 신뢰 형성
- 플레이스 운영으로 방문 유도

02

### Meta

- 콘텐츠와 광고로 유입 확장
- 타겟·소재 테스트로 효율 개선
- 댓글·DM으로 상담 유도

03

### YouTube

- 영상으로 이해·관심 유도
- 사례 중심으로 신뢰 강화
- 콘텐츠 흐름으로 전환 연결

# 운영 역할 구조

단순 광고 집행이 아닌, 전환 구조 전체를 설계하고 운영합니다.

## ALTERNATIVE

전환 구조에 맞춰 각 영역별 전문 인력을 구성하고 채널 간 유기적인 협업 체계로 운영

외부 실행(광고/매체)

매체 광고 운영  
트래픽 확보 및  
퍼포먼스 최적화



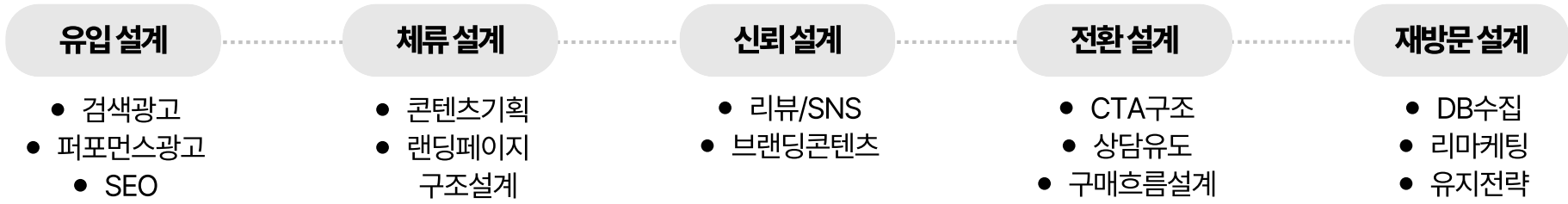
SNS채널/콘텐츠·바이럴  
SEO·검색/영상채널/커머스 운영

- 인스타그램·스레드 채널 운영
- 블로그·SEO 기반 검색 노출 관리
- 맘카페·커뮤니티 바이럴 운영
- 유튜브 콘텐츠 기획 및 운영
- 랜딩페이지 및 상담 전환 구조 설계

⋮

# 사업영역

ADCODE는 전환 구조를 중심으로 다음 영역을 통합 설계합니다.  
 유입부터 신뢰, 비교, 행동까지 모든 과정을 연결해  
 실제 전환으로 이어지는 구조를 만듭니다.

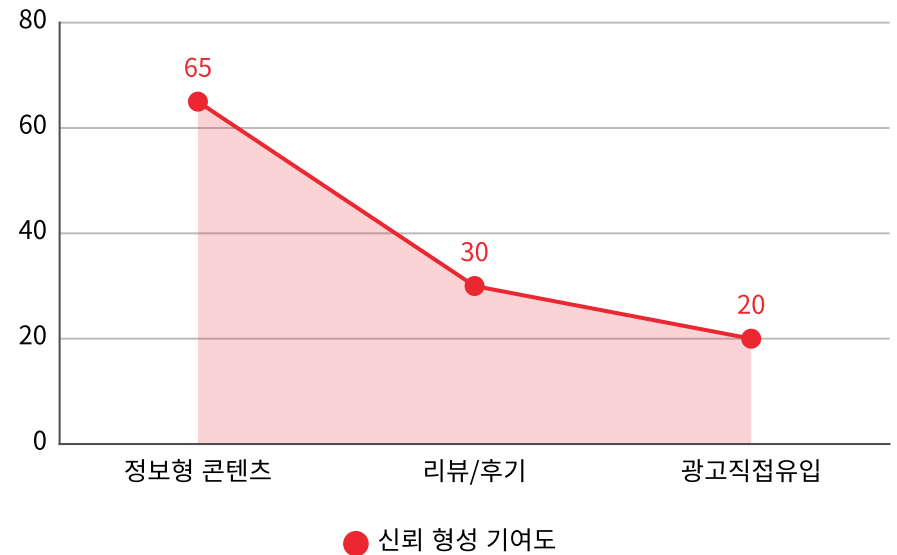


## 바이럴 마케팅

Organic Viral Marketing

### 진행상세

- 정보형 콘텐츠 기획 및 채널 발행(블로그, 커뮤니티, SNS)
- 맘카페·커뮤니티 기반 바이럴 운영 및 후기 확산
- 키워드 기반 검색 노출 설계 및 흐름 관리
- 랜딩 및 상담 구조 연결을 통한 전환 유도



# 로컬 검색 마케팅

## Local SEO Marketing

### 진행상세

- 플레이스·리뷰·콘텐츠 기반 매장 정보 구조 설계
- 방문 전 의사결정 흐름 기준 콘텐츠 및 정보 구성
- 리뷰 최신성 및 정보 정합성 관리
- 선택 전환 중심 운영 및 방문 유도 구조 설계

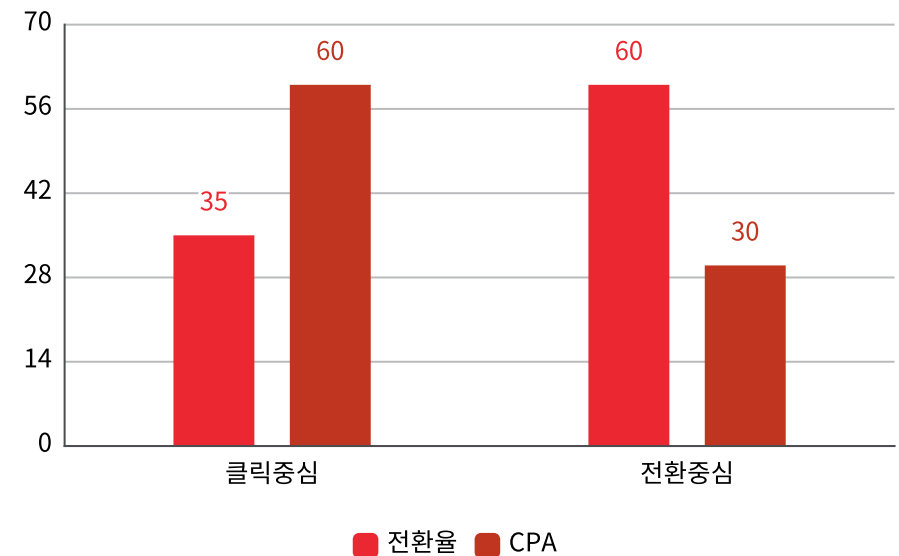
요소	영향
리뷰 최신성	방문 확률 증가
리뷰 수	신뢰도 상승
정보 적합성	이탈률 감소
콘텐츠 활성화	선택 확률 증가

# 퍼포먼스 마케팅

## Performance Marketing

### 진행상세

- 전환 가능성이 높은 고객 타겟 선별 및 광고 구조 설계
- 키워드·타겟·소재 기반 유입 구조 운영
- 랜딩 연결을 통한 전환 흐름 설계
- A/B 테스트 및 데이터 기반 성과 최적화



# 디자인

## Conversion Design

### 진행상세

- 고객 행동 유도를 위한 랜딩 구조 설계
- 첫 화면 메시지 및 정보 흐름 설계
- 신뢰 요소 및 콘텐츠 배치 최적화
- CTA 중심 전환 유도 구조 구축

요소	역할	전환영향
첫화면 메시지	관심 유도	이탈률 감소
정보 배치	이해 및 신뢰 형성	체류시간 증가
신뢰 요소	불안 해소	상담 전환율 상승
CTA 위치	행동 유도	클릭률 및 전환 증가

# 병원 마케팅

## Medical Marketing

### 진행상세

- 후기·사례·의료진 정보 기반 신뢰 구조 설계
- 병원 특성에 맞는 정보 탐색 흐름 구성
- 상담 및 예약 전환 중심 콘텐츠 설계
- 고객 의사결정 단계별 전환 흐름 관리

구분	일반업종	병원업종
초기판단	가격/혜택	신뢰/전문성
콘텐츠 역할	정보전달	불안해소+비교기준
전환방식	구매/방문	상담/예약
핵심요소	이벤트/가격	후기/사례/의료진/응대

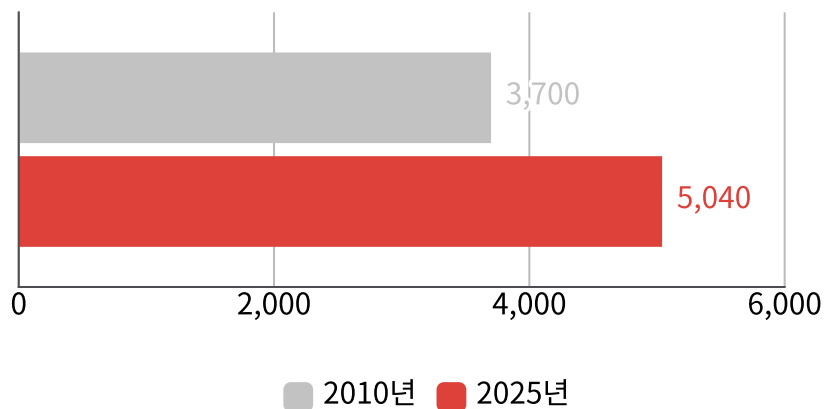
# 시장 환경 분석

대한민국은 대부분의 고객이 온라인에서 **탐색·비교·판단을 완료하는 구조**입니다.

구매와 문의, 예약까지의 의사결정이 디지털 환경에서 이루어지고 있습니다.

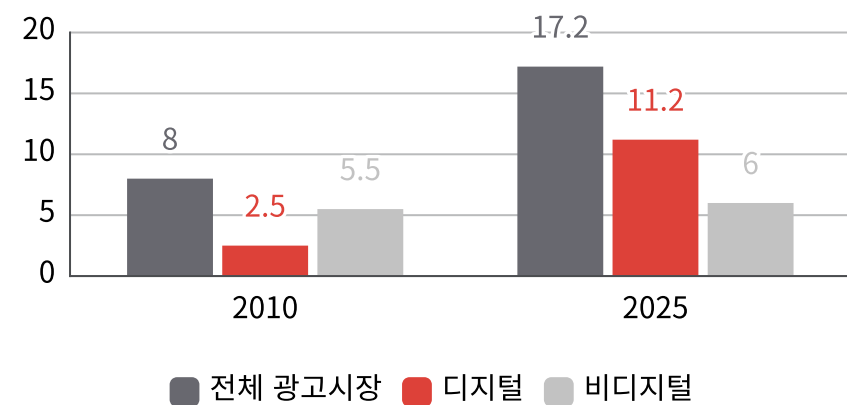
이제는 단순 노출보다 유입 이후의 정보 흐름과 설계가 더 중요합니다.

## ● 인터넷 이용자/보급률



2010년 약 3,700만 명(약 77%) → 2025년 약 5,040만 명(97.4%) 수준으로 확대

## ● 광고 시장 구조 변화(디지털 중심 재편)



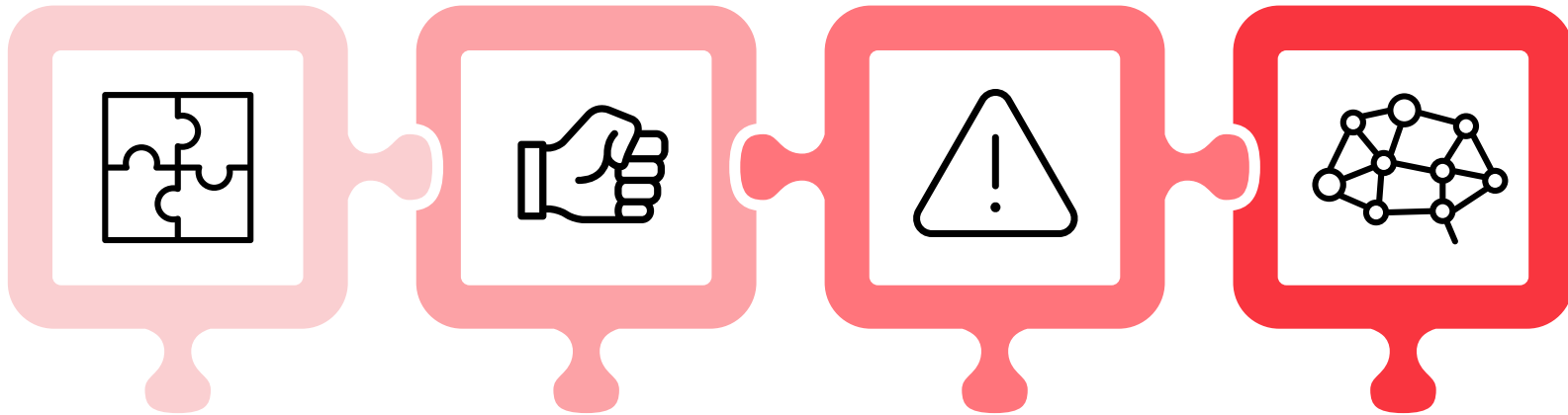
전체 광고 시장은 성장했지만, 성장의 중심은 디지털 광고로 이동

대한민국은 고객의 탐색부터 의사결정까지 디지털에서 이루어지며, 성과는 유입 이후 구조 설계에 따라 결정됩니다.

# 시장 변화 흐름

고객은 하나의 채널만 보고 **바로 결정하지 않습니다.**

검색, 리뷰, SNS, 홈페이지 등 여러 접점을 통해 정보를 비교하고 신뢰를 확인한 뒤 행동합니다.  
이제 마케팅은 단순 노출이 아니라, 비교와 선택까지 이어지는 구조를 설계해야 합니다.



## 접점 확대

고객 접점 다양화  
단일 채널만으로 선택 어려움

## 경쟁 심화

동일 채널 내 경쟁 심화  
노출만으로 차별화 어려움

## 단순 노출 한계

유입 발생 ≠ 전환 발생  
단순 노출 효과 한계

## 전환 구조 필요

유입 이후 흐름 중요  
전환 구조 설계 필수 요소

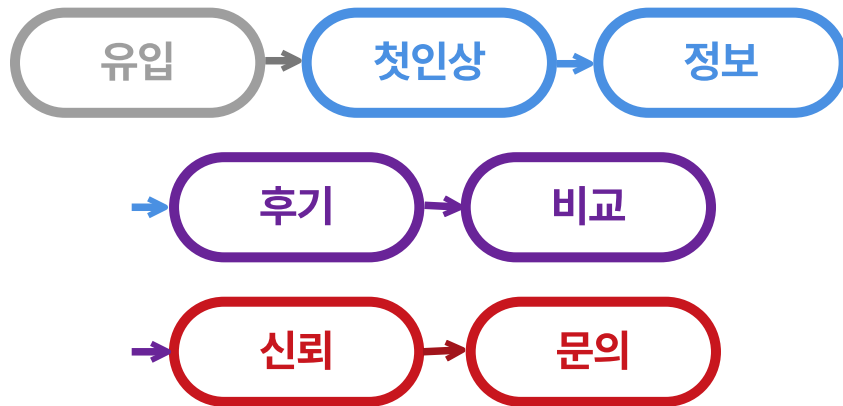
"광고 효율은 노출이 아니라, **전환 구조에서 결정됩니다.**"

# 문제정의

광고와 콘텐츠를 운영해도 **채널 간 흐름이 연결되지 않으면 전환은 발생하지 않습니다.**

유입은 있지만 이해와 신뢰, 행동으로 이어지는 구조가 부족한 경우가 많습니다.  
결국 문제는 채널이 아니라 유입 이후의 '전환 구조'에 있습니다.

## ● 고객 행동 흐름



고객은 단계별로 판단하며, 한 단계라도 막히면 바로 이탈합니다.

## ● 전환 손실 원인

단계	문제	결과
첫인상	메세지 약함	즉시 이탈
정보	핵심 내용 부족	체류 감소
신뢰	후기·사례 부족	비교 단계 이탈
전환	CTA약함/동선불편	문의 미발생

실제 전환은 위 단계에서 대부분 이탈합니다.

"문제는 유입이 아니라, **전환까지 이어지지 않는 구조**입니다."

# 기본 방식의 한계

광고는 하고 있지만, **전환은 관리되지 않고** 있습니다.

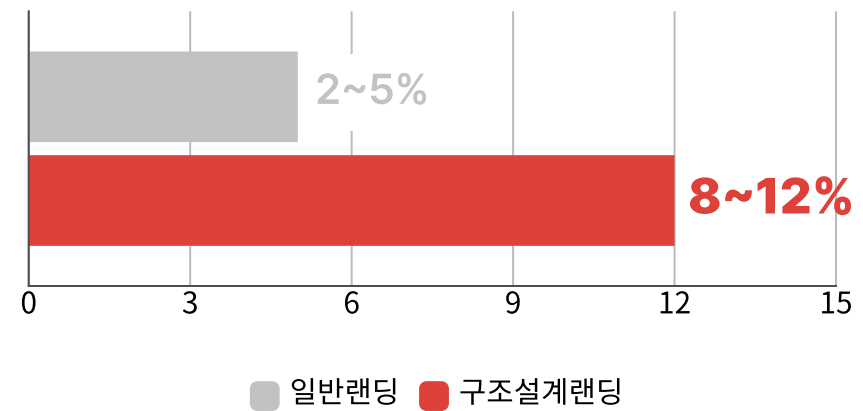
채널별로 분리된 운영 구조에서는 성과는 일부 발생하지만 전환까지 연결되지 않습니다.  
결과적으로 유입은 있어도 문의·예약으로 이어지는 비율은 낮게 형성됩니다.

## ● 전환 단절 구조



결과: 유입은 발생하지만 전환은 낮음

## ● 전환율 개선 예시(운영 구조 기준)



구조가 없는 상태에서는 전환율이 낮게 형성됩니다.

**"문제는 실행 부족이 아니라, 이어지지 않는 과정입니다"**

# 의사결정 구조

고객은 흐름 안에서 결정하고, 성과는 **그 흐름을 설계하는 순간** 만들어집니다.

고객은 단일 채널이 아니라, 여러 접점을 거쳐 비교·판단한 뒤 행동합니다.  
하나의 단계라도 설득되지 않으면, 고객은 다른 선택지로 이동합니다.

## ● 고객 의사결정 구조



**62%** 구매 전 정보 탐색

멀티 접점 여러 채널 비교

고객은 비교·검토 후 신뢰가 형성되면 행동합니다.

## ● 전환 중심 접근방식

기존	개선 후
전환 끊기는 구조	전환 이어지는 구조
<p><b>+200%</b> 전환율</p> <p><b>↓ 30~50%</b> 이탈률 감소</p> <p><b>1~3% → 4~7%</b> 문의율 상승</p>	

구조가 바뀌면, 성과는 이렇게 달라집니다.

"결정은 한 번에 이뤄지지 않고, **흐름 속**에서 만들어집니다."

# 성과구조/기대결과

성과는 한 번에 끌어올리는 것이 아니라, **단계별 손실을 줄이면서 누적**됩니다.

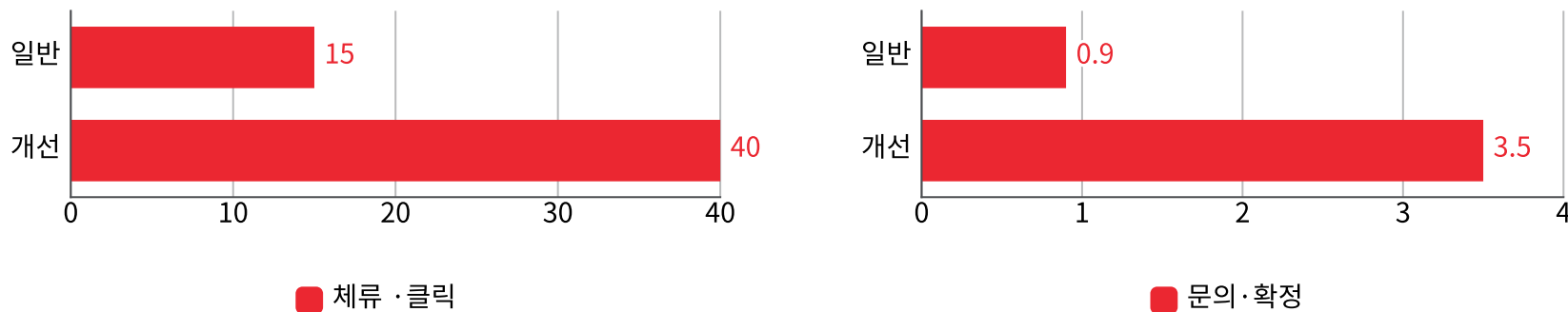
전환은 하나의 결과값이 아니라, 유입 이후 체류·클릭·문의·확정까지 이어지는 누적 결과입니다.  
각 구간의 손실을 줄이면 전체 성과는 구조적으로 상승합니다.

## ● 전환 흐름



유입부터 상담 확정까지, 단계별로 전환이 이어집니다.

## ● 전환 성과



※ 단계별 전환율을 기반으로 산출한 내부 목표 추정치입니다.

# 운영 안정성 및 관리기준

마케팅은 실행보다 **이후 관리**에서 결과가 갈립니다.

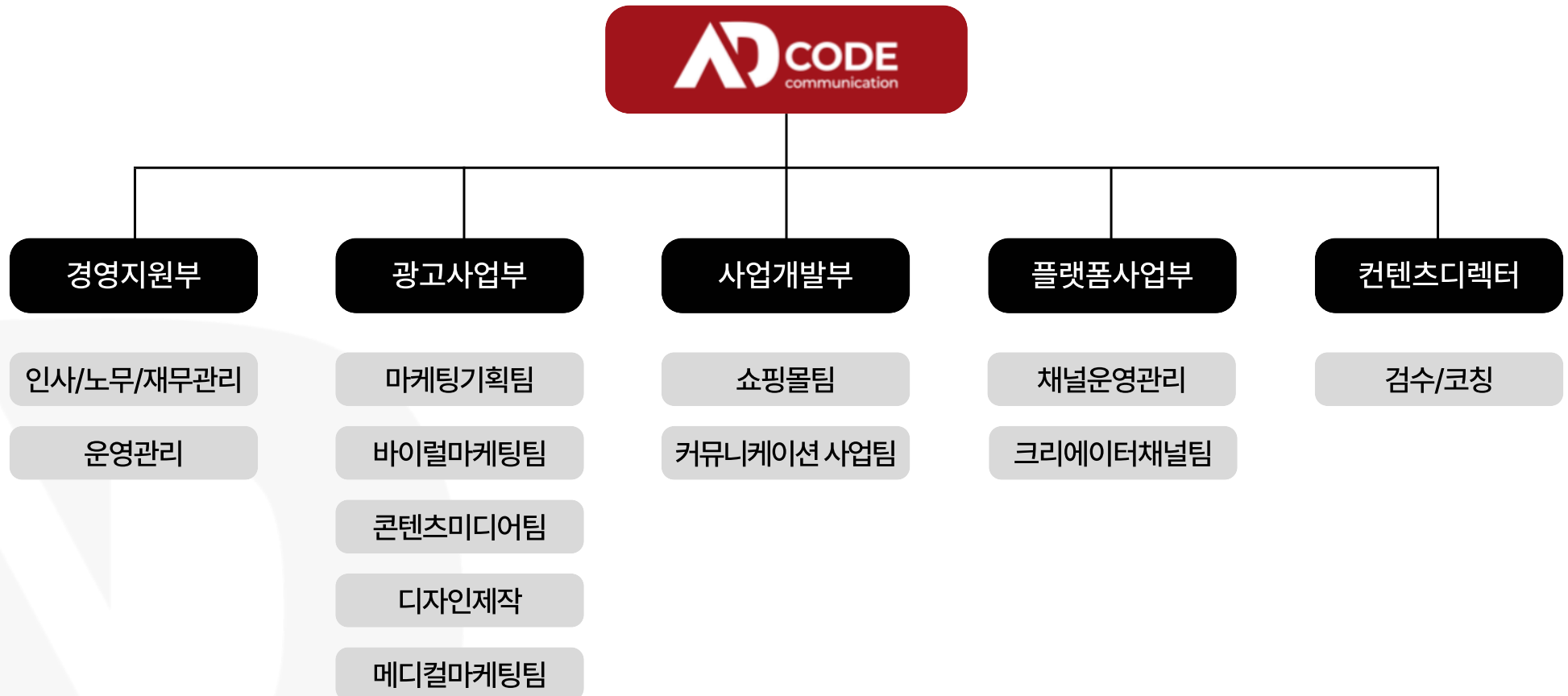
광고와 콘텐츠는 시작일 뿐, 성과는 이후 흐름을 어떻게 관리하고 개선하느냐에 따라 달라집니다.  
ADCODE는 단순 운영이 아닌, 지속적으로 관리되고 개선되는 구조를 만듭니다.



“성과는 실행이 아니라, **관리 구조**에서 반복됩니다”

# 조직구성

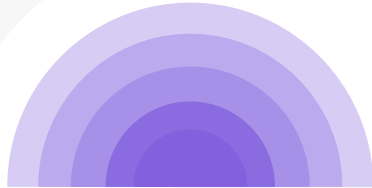
ADCODE는 전환을 개인이 아닌, 구조와 팀으로 만듭니다.  
각 단계별 역할을 분리해 실행부터 결과까지 함께 책임집니다.



# 실시간 운영 및 위기대응

실시간 대응은 관리가 아니라, 전환 손실을 막는 구조입니다.  
응답 지연, 부정 댓글, 잘못된 정보는 고객 이탈로 직결됩니다.  
ADCODE는 이슈를 '관리'하지 않고, 전환 손실 기준으로 대응합니다.

53 %



## 모니터링

이슈 탐지 및 반응 확인  
댓글·리뷰·문의 실시간 체크

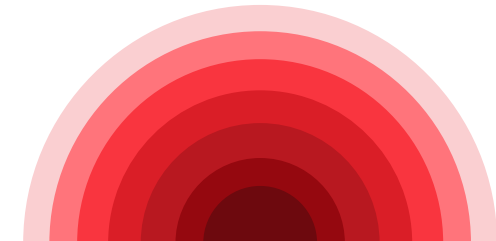
70 %



## 일반대응

이슈 발생 이후 단순 응답 처리  
일회성 대응으로 흐름 단절 발생

100 %



## ADCODE 대응

영향도 기반 선제 대응  
확산 차단 + 메시지 재설계 + 전환 구조 반영

대응의 차이는 속도가 아니라, **전환 손실을 얼마나 통제**하느냐에 있습니다.

# Contact

성과는 우연이 아니라, 구조에서 만들어집니다.

유입 이후 흐름까지 설계하지 않으면, 마케팅은 반복되지 않습니다.  
ADCODE는 전환 구조를 설계하고, 실제 성과로 이어지게 만듭니다.

**대표번호**

053-721-6061

**이메일**

usarmy0220@naver.com

**웹사이트**

<https://adcode.co.kr/>

**카카오톡 채널**

@주식회사 애드코드