

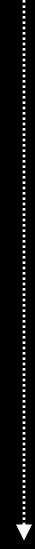
UDM

마케팅투자사업 제안서.

2024

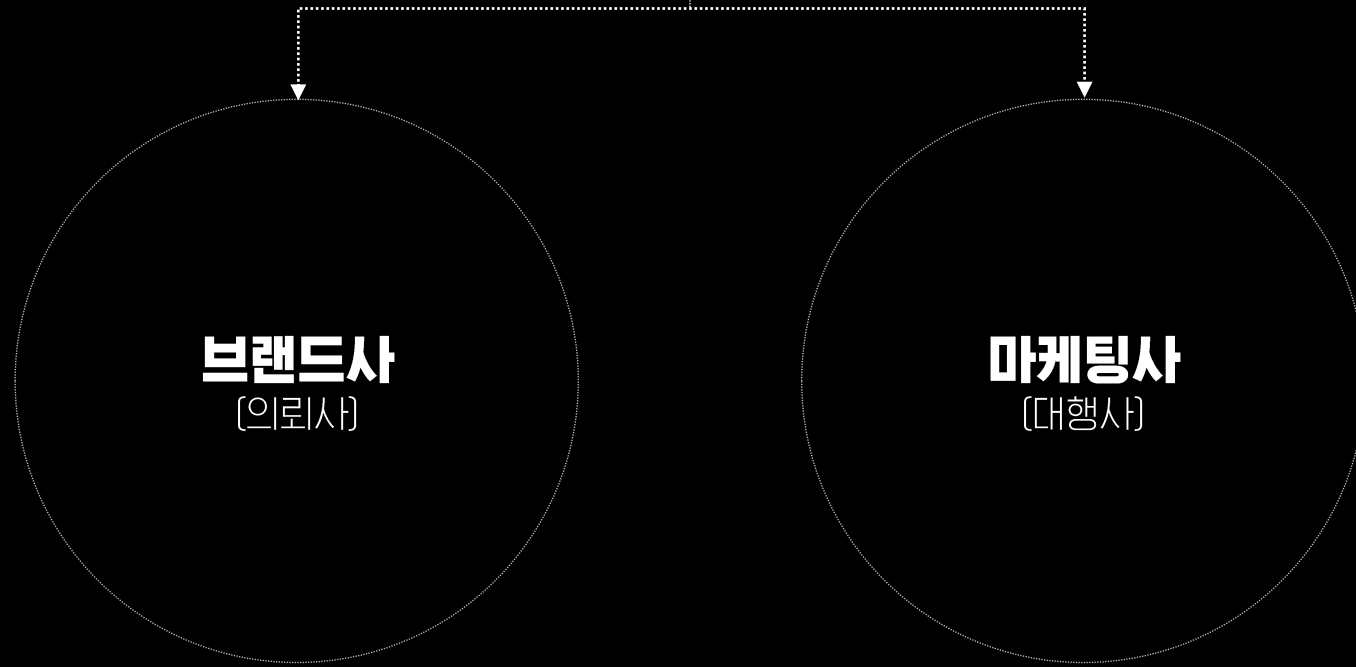
UDM은
이렇게 생각합니다





마케팅의 성패는
매출이 좌우한다

고객사의 마케팅을 대행하는 회사라면
매출에 대한 책임 의식을 가져야 합니다

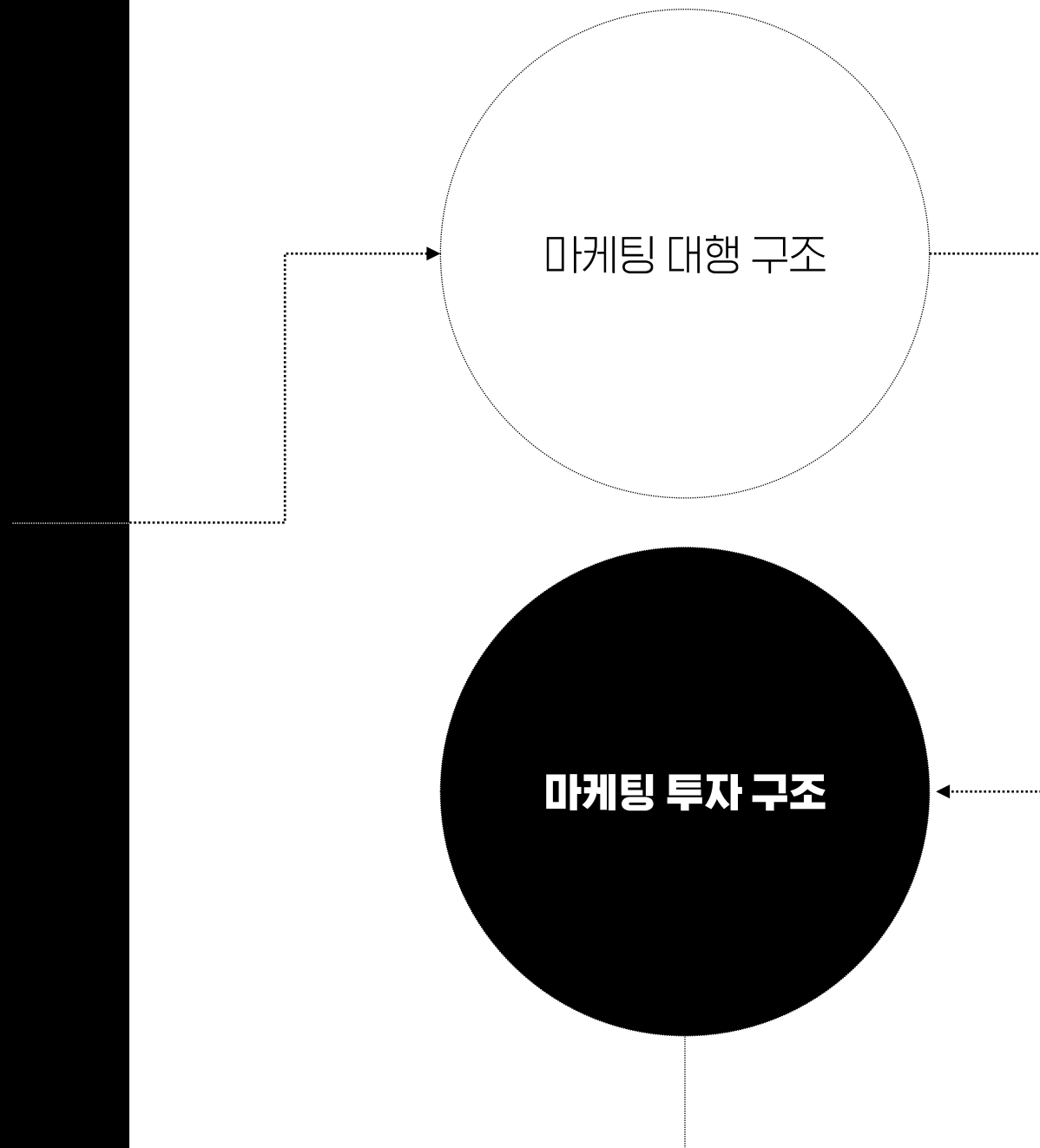


대행사에 매출 성과 요구의 한계
자체적인 모든 마케팅 자원 내재화 한계
설정된 예산 외 유동적 마케팅 비용 활용 한계

자원 투입 및 활용 한계
프로젝트 별 수입의 한계
용역 수행 사업 구조의 한계

그래서, UDM은 고객사의
매출을 책임지면서 동반 성장할 수 있는
새로운 접근 방법에 대해 고민했습니다.

그래서, UDM은 고객사의
매출을 책임지면서 동반 성장할 수 있는
새로운 접근 방법에 대해 고민했습니다.

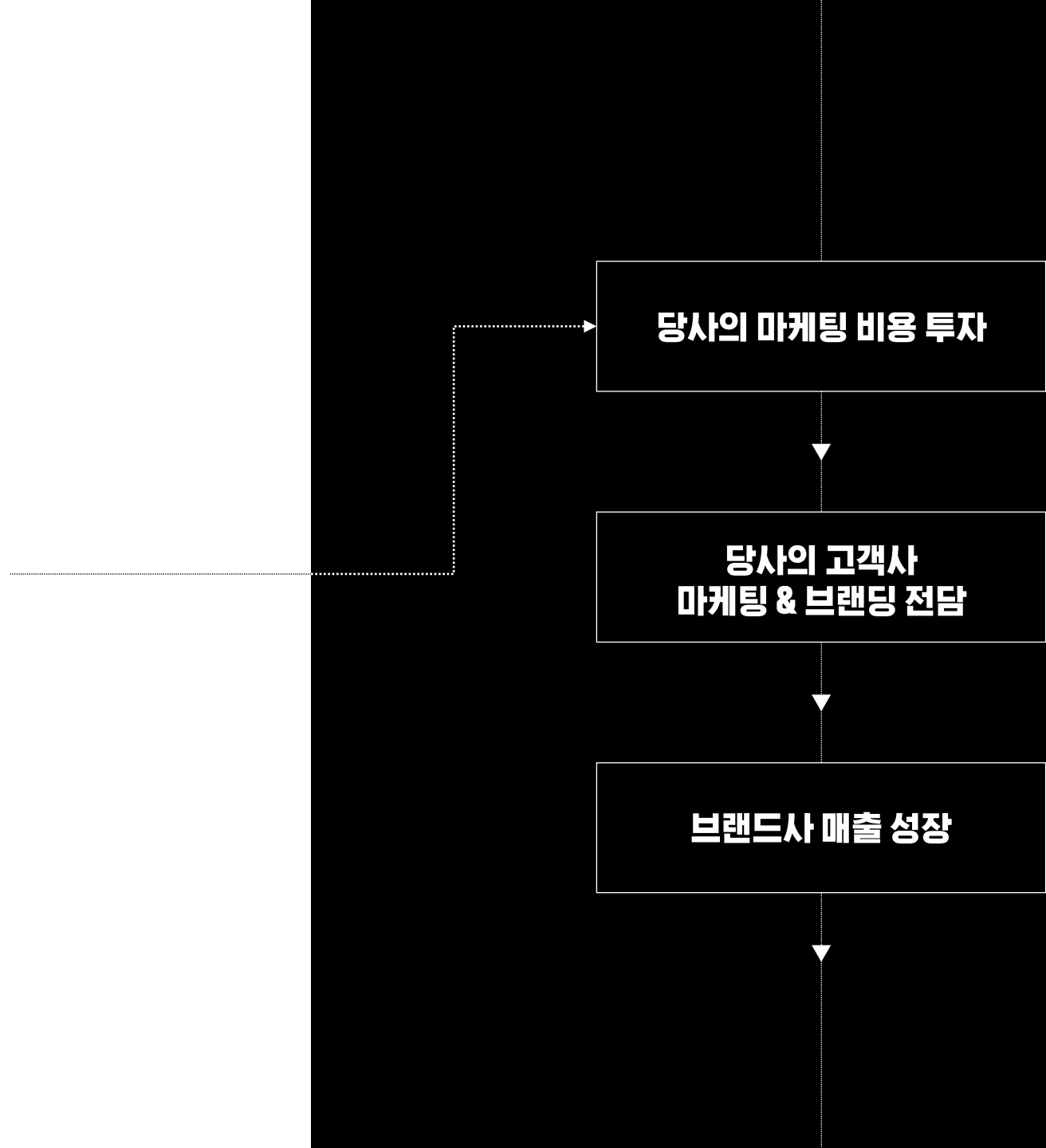


UDM의
마케팅투자사업 모델은 단순히
유통 총판사 개념이 아닙니다

당사의 마케팅 비용 투자

당사의 고객사
마케팅 & 브랜딩 전담

브랜드사 매출 성장



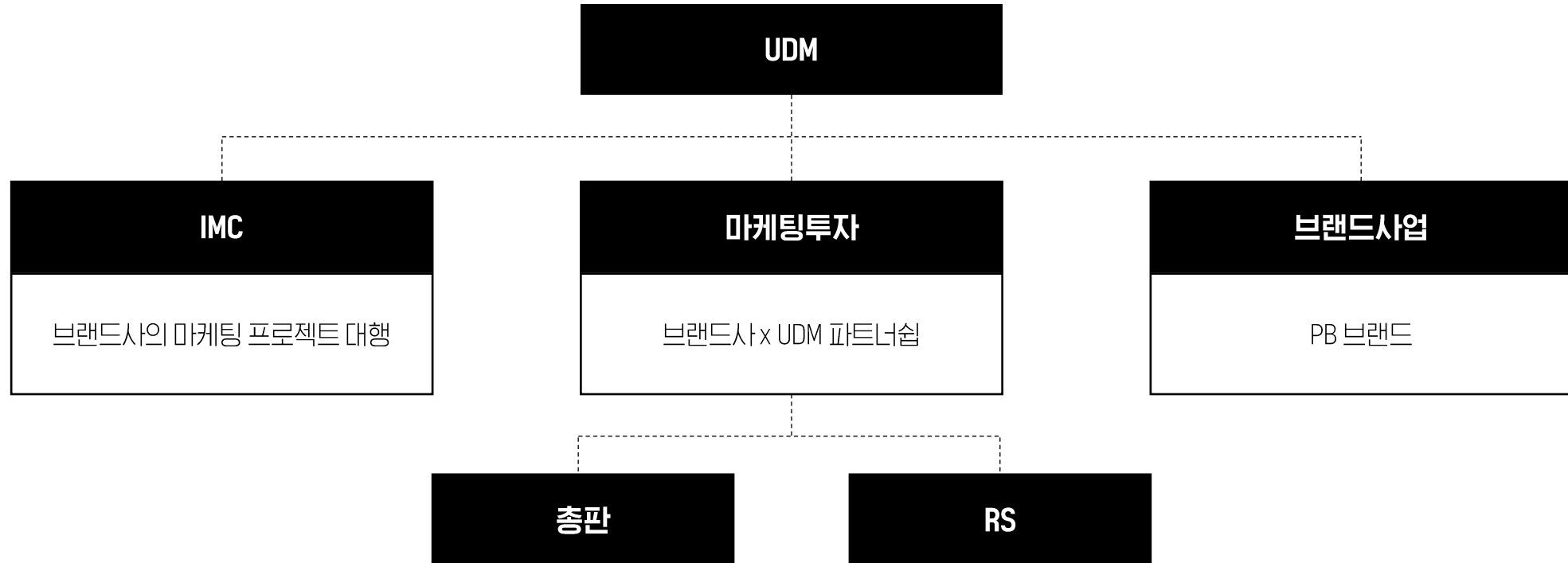
일반 유통사와는 차별적 모델로
고객사와 투자사의 한계를 보완해
동반 성장을 이끌어 낼 수 있습니다



이. 비즈니스 모델

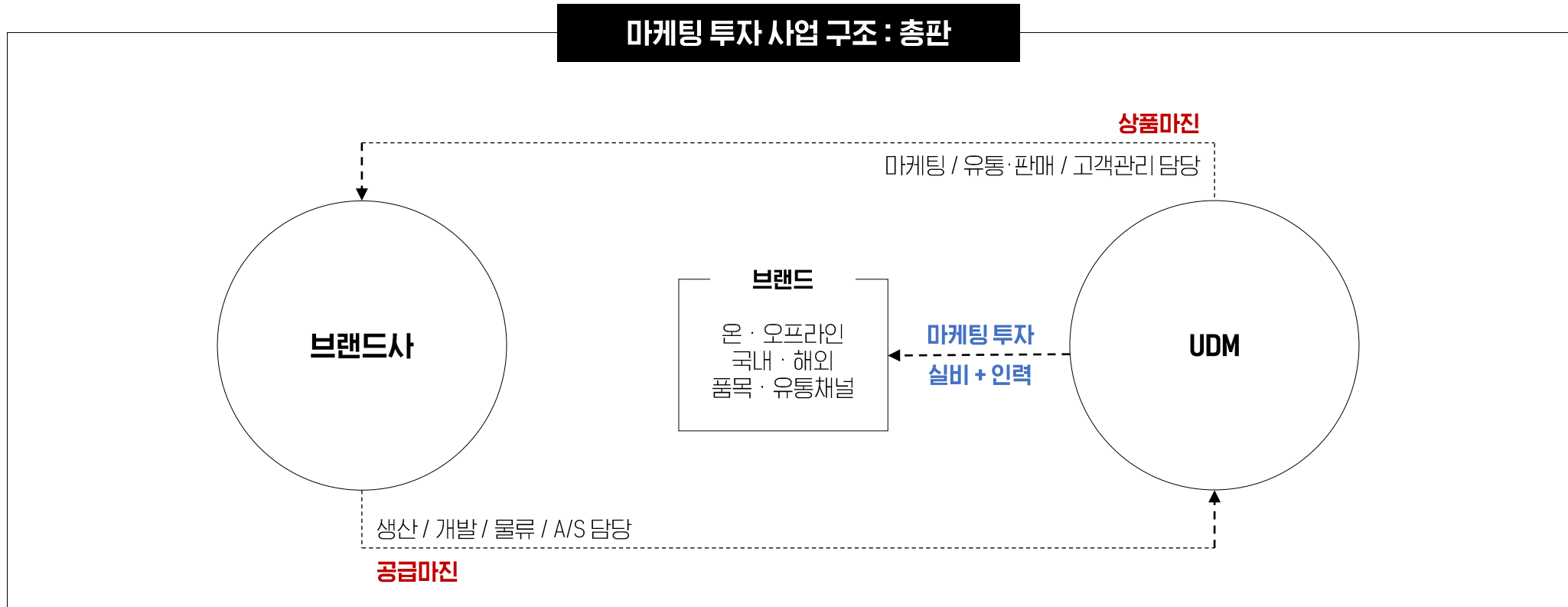
UDM 비즈니스 모델

- UDM은 디지털마케팅을 기반으로 3가지 비즈니스 모델 구축.
- 브랜드사의 마케팅대행(IMC)을 넘어 마케팅투자(리소스)를 통해 양사가 동반성장할 수 있는 파트너십 구축.



마케팅투자 : 총판

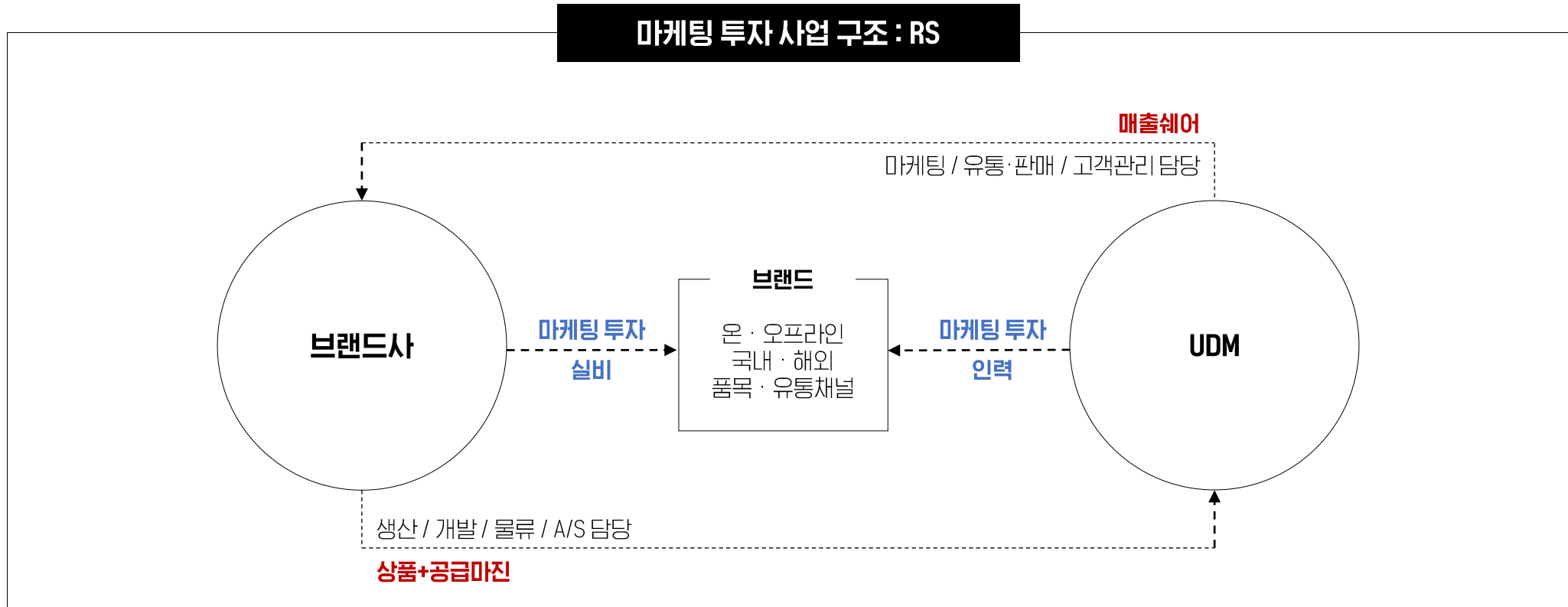
- 브랜드사의 총판권을 통해, 당사(UDM)에서 마케팅 리소스를 투자하여 독자적으로 마케팅과 유통판매를 총괄 진행.
- 당사는 당사의 유통채널을 통해 상품을 판매하여 상품매출에 대한 수익을 만드는 사업방식.
- 총판의 범위는 (1)온·오프라인 (2)국내·해외 (3)품목·유통채널별 구분하여 협의.



1. 비즈니스 모델

마케팅투자 : RS (Revenue Share)

- 브랜드사의 마케팅 비용을 통해 마케팅을 수행.
- 브랜드사의 유통채널에서의 상품판매를 통한 수익의 일정 비율을 분배 받는 방식.



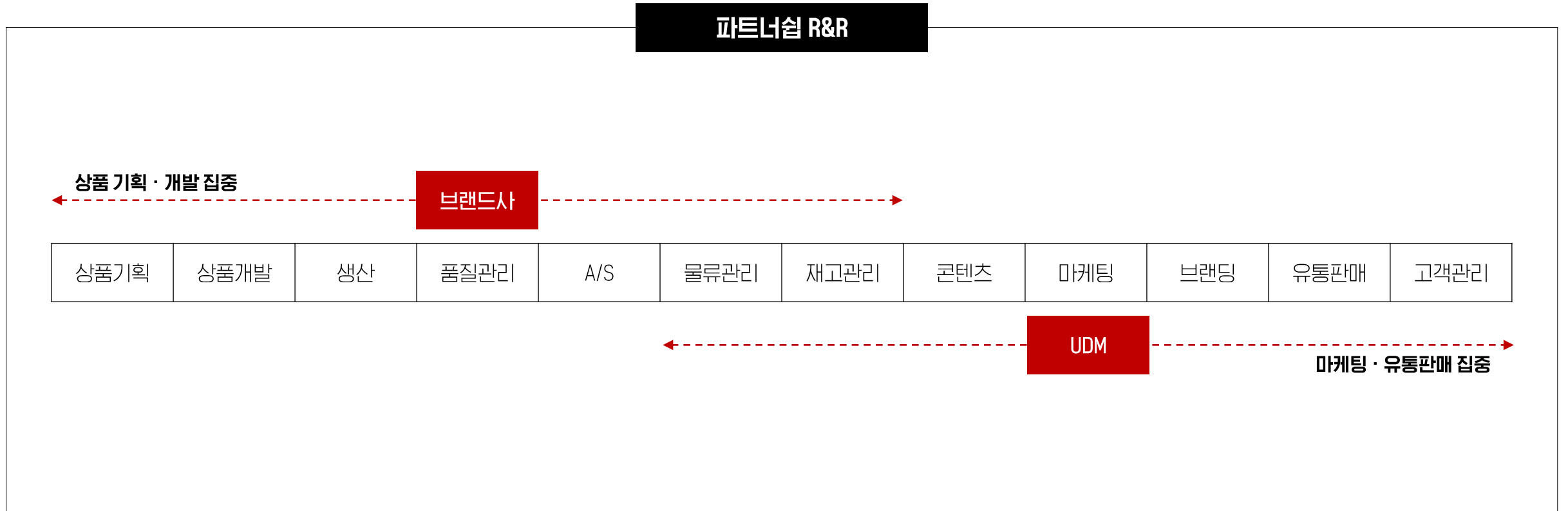
이. 비즈니스 모델

파트너십 R&R

- 양사는 브랜드 성장 및 수익창출을 최우선 목표로 설정하여 파트너십을 구축.
- 양사는 보유하고 있는 전문성을 기반으로 리소스를 투입 및 집중하여 동반 성장(Win-Win)을 목표로함.

** 브랜드사: 상품 기획 및 개발 집중

** UDM: 마케팅 및 유통판매 집중



02. 마케팅투자사업 업무범위

IMC 마케팅 (Integrated Marketing Communication)

구분	내용
브랜드마케팅	브랜딩을 위한 전방위 마케팅 활동 지원 관리
퍼포먼스마케팅	검색광고(SA), 디스플레이광고(DA), 영상광고(VA), SNS광고, 플랫폼(판매채널) 광고, 데이터분석, 그로스해킹, 마케팅퍼널설계 등
인플루언서 마케팅	인플루언서 협업, 브랜드 콘텐츠, PPL 등
바이럴 마케팅	인플루언서 바이럴, 리뷰어, 체험단 등
언론홍보 PR	언론보도, PR 등
ATL	TVC 제작 & 편성, 라디오, 신문, 잡지 등
오프라인	OOH 포함, 디지털사이니지

02. 마케팅투자사업 업무범위

유통판매 및 물류배송

구분		내용
유통판매 관리	채널 입점 관리	㉠옴니채널 ㉢오픈마켓(쿠팡,네이버,카카오,이베이 등) ㉡전문몰 ㉣종합몰 등
	상품 리스팅	SCM 연결 및 콘텐츠 등록 및 가격지도 형성
	프로모션	판매채널별 기획전, 행사, 딜, 프로모션 기획 · 운영
물류배송 관리	물류배송대행	물류배송대행
	재고관리	물류 및 창고 · 재고 관리
	고객관리	고객 및 회원관리, C/S 운영 관리
관측 활동	라이브커머스	라이브커머스 기획, 운영, 진행 대행 및 관리
	공동구매	인플루언서 셀러, 플랫폼 협업, 개인·법인셀러 협업 공동구매 진행 관리

02. 마케팅투자사업 업무범위

콘텐츠 제작

구분	매체	내용
콘텐츠 제작	영상 촬영	TVC 영상, 디지털 영상, 홍보 영상, 바이럴 영상, 모션그래픽 등
	이미지 촬영	제품 촬영, 모델 촬영
	그래픽 제작	디지털 콘텐츠, 디지털 광고 소재 제작 등
	인쇄물 제작	리플렛, 카달로그 제작 등
	패키지 제작	상품, 포장 패키지, MD 등
홈페이지 제작	퍼블리싱	워드프레스 및 CMS를 활용한 퍼블리싱
	자사몰[공식몰]	카페24, 고도몰을 통한 홈페이지 제작
	SEO	검색엔진 등록 및 SEO(Search Engine Optimization)

03. 파트너십 제안

마케팅투자사업 검토 프로세스

- 당사는 마케팅투자사업 대상 브랜드에 대한 선정 기준을 기반으로 파트너십 체결 예정.

투자 대상 선정 기준

#01.

제품 및 서비스

- 차별성 · USP
 - 가치의 명확성 · 가능성
 - 디지털 트랜지션 여부
 - 디지털 환경 친화성
- *디지털 환경에서 표현가능

#02.

시장 · 산업군 카테고리

- 시장규모 예측 가능성
- 시장 및 산업군 잠재력
- 온 · 오프라인 잠재력
- 국내 · 외 잠재력
- 법률적 이슈 여부
- 당사 브랜드와 시너지 여부

#03.

파트너사 역량

- 생산개발 · 품질관리 인프라
- 개발 · 오퍼링 · 성장비전 여부
- 임원진 신의 · 사업구조 이해도
- 명성 · 재무구조 · 자본력

#04.

성과

- 매출 성과 및 신뢰성
- 마케팅 활동 및 신뢰성
- 문제점 도출 및 해결 가능성

#05.

파트너십

- 총판권 · 품목 · 유통채널
- 공급률 · 시장 형성가
- 임직원 R&R 이해도
- 임직원 리소스 및 역량 평가

마케팅은
UDM에
맡기시고

훌륭한
제품 개발에
집중해주세요

UDM = 세일즈컨버전 전문 마케팅 기업

브랜드의 매출신장을 최우선 목표로 두며
Marketing Full-Solution을 제공하는
Digital IMC Expert Company 입니다.



* 세일즈컨버전(Sales Conversion) = 매출전환 최적화
* IMC(Integrated Marketing Communication) = 통합마케팅커뮤니케이션

'21 마케팅 회사 최초 제도권 투자유치(2회)



| 마케팅투자(MI) 통해 브랜드사와 공동성장 파트너십 모델 구축



© 뉴스1

(서울=뉴스1) 김수정 기자 = 통합 디지털마케팅 기업 (주)어반디지털마케팅(대표 박종욱)이 KB증권, UTC인베스트먼트로부터 20억 원의 투자 유치에 성공했다고 밝혔다. 이는 마케팅회사로서는 이례적인 투자 유치 성과다.



한글과컴퓨터(대표 김연수·변성준)는 통합 디지털마케팅 전문기업 어반디지털마케팅(대표 박종욱)의 지분 63%를 인수한다고 19일 밝혔다.

한컴은 어반디지털마케팅 인수를 통해 B2B, B2G 중심이던 사업구조에 변화를 줘 B2C 시장을 확대할 방침이다. 한컴이 추진 중인 '한컴오피스'의 클라우드 서비스화 확대와 미래 신사업으로 추진 중인 신규 서비스까지 B2C로 확대할 수 있도록 지원할 예정이다.

어반디지털마케팅은 2011년 설립된 통합 디지털 마케팅 전문기업으로, 400건 이상의 디지털 브랜딩 및 마케팅 프로젝트를 진행했다. 최근에는 브랜딩부터 마케팅, 세일즈까지 직접 진행해 수익을 창출하는 마케팅 인베스트먼트 분야에서 급격한 사업적 성장을 보여주고 있다.

또 아마존의 마케팅 외부 서비스 사업자로 활동하고 있으며, 수출바우처사업의 파워수행기관으로 3년 연속 선정되는 등 글로벌 비즈니스도 활발하게 전개하고 있다.

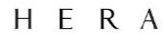
특히 이번 인수 건은 투자자금 대부분을 신주 인수에 활용, 해외 디지털마케팅 기업 인수를 통한 해외 진출을 적극 시도하는 등 어반디지털마케팅의 글로벌 사업 확장에 집중 투자할 계획이다.

김연수 한글과컴퓨터 대표는 "한컴이 그동안 생산성 도구에만 집중해왔다면, 앞으로는 정보의 생산뿐만 아니라 정보의 소화에 이르는 정보 소비의 전체 흐름 내에서 사용자 입장의 '편리·다임'을 제시하는 기업이 되고자 여러 시도를 시작했다"며 "기존 B2B-B2G 사업 중심이었던 한컴에게 어반디지털마케팅 인수는 B2C 시장에서의 성장에 큰 기반이 될 것"이라고 말했다.

04. APPENDIX

UDM PORTFOLIO

최고의 마케팅 전문가들과 함께
400건 이상의 대기업 디지털 마케팅 프로젝트를 성공적으로 수행했습니다.



WHY UDM?

검증된 마케팅 역량 & 인프라 보유

아마존 공식 마케팅 파트너

- 파트너사에 대한 적극적인 업무지원.
- 아마존 셀러 리스트 제공 및 공동 프로모션.
- 상시 업무해결을 위한 전담 핫라인.
- 글로벌 결제, 물류, 인증 회사와의 얼라이언스.

풍부한 글로벌 마케팅 성과

- 국내 최대 규모 글로벌마케팅 조직 보유.
- 300여 글로벌마케팅 프로젝트 성공적 진행.
- 수출바우처사업 200개 수행기관 중 1등.
- 글로벌 크라우드펀딩 성공사례 보유.

고도화된 데이터 활용 및 솔루션화

- 아이템 발굴시 데이터 분석통한 철저한 시장검증.
- 그로스마케팅 성공사례 데이터 축적.
- 퀴리/버즈분석, 웹분석, 타겟분석, 매체분석 최신 솔루션 도입.

최적화된 팀/시스템

- 마케팅 전문역량 역대 최고.
- 전략/퍼포먼스/브랜딩/유통/컨텐츠 등 분야별 전문 팀.
- 성과관리/인사평가 자체시스템 구축.

체계화된 업무 템플릿 구축

- 아이템 소싱을 위한 템플릿.
- 제조사 계약을 위한 템플릿.
- 아이템 성장관리를 위한 템플릿.
- 업무 효율 및 비용 최소화.

유통/소싱 인프라 확대

- 위메프 전체 1위 판매업자 달성기록.
- 하이마트, 쿠팡로켓배송 외 100여개 온라인몰 입점.
- 국내최대 B2B몰 회사와 마케팅협업 MOU 체결.
- 체계적인 유통/물류 관리 위한 ERP 시스템 도입.

WHY UDM?

검증된 마케팅 역량 & 인프라 보유

마케팅 인프라

- 데이터분석(GA,GMP,Maderi)
- 온라인광고(SA,DA,VA)
- 타게팅광고(DMP, GMP)
- 리타게팅광고(크리테오, 모비온)
- 인플루언서(FB,IG,YT)
- 언론보도
- 소셜미디어 운영(FB,IG,YT)
- 검색엔진최적화
- 바이럴(커뮤니티,카페,포럼)

국내 유통 인프라

- 자사몰(카페24, 고도몰, shopify)
- 소셜커머스(쿠팡,티몬,위메프)
- 오픈마켓(g마켓,스마트스토어)
- 종합몰(Cjmall,롯데온)
- 폐쇄몰(인터파크비즈마켓)
- 홈쇼핑(현대,CJ,롯데)
- 오프라인(하이마트, 올리브영, 현대백화점)

해외 유통 인프라

- 자사몰(카페24, 고도몰, shopify)
- 아마존(US, JP, EU)
- 이베이(Global)
- 월마트(US)
- 뉴에그(US)
- 라자다(SEA)
- 쇼피(SEA)

Global Partners



BUY2KOREA



THANK YOU.



Digital IMC Experts Group
URBAN Digital Marketing

THE CONTENTS OF THIS DOCUMENT IS PROTECTED BY COPYRIGHT LAW. ALL RIGHT TO THE DOCUMENT AND ITS CONTENTS REST WITH UDM CO.,LTD.
THE CONTENT OF THIS PRESENTATION MAY NOT BE COPIED IN PART OR AS A WHOLE, PUBLISHED, ALTERED, TRANSLATED,
SOLD OR USED WITHOUT THE PRIOR WRITTEN CONSENT OF UDM CO.,LTD.
THE INFORMATION, IDEAS AND CONTENT ON THIS DOCUMENT MAY NOT BE PASSED ON THE THIRD PARTIES WITHOUT OUR PERMISSION.

본 문서에 표기된 모든 정보, 아이디어 및 저작물의 권리는 유디엠에게 있습니다.
협의되지 않은 용도의 이용, 전달될 수 없음을 명시합니다.