



2026 COMPANY PROFILE

(주)엠피디컴퍼니 회사소개서

마케팅을 디자인하고, 기술로 완성합니다.

Marketing Producer × AI & Data Technology

브랜드 기획 · 디자인 · TV 드라마 · 예능 PPL · 유튜브 & 인플루언서 · AI 광고 영상 제작
CF 제작 · 매체 집행 · 언론 PR · OOH · IT 솔루션 개발

Marketing Producer Group · Since 2011



2026. 09

CONTENTS

브랜드 기획부터 방송 PPL, AI 광고 제작, 유튜브·인플루언서, IT
솔루션까지 —

엠펙디컴퍼니가 브랜드를 위해 하는 일을 한 권에 담았습니다.

M.PD
COMPANY

2026 Company Profile · ver. 2026.09

01

Company

About Us · 대표이사 인사말 · IMC · 12대 핵심 역량 · Why M.PD · 헤리티지 · 마케팅 PD 시스템

02

Integrated Marketing

브랜드 기획부터 사이트 · 판매 페이지 · e-카탈로그, IR까지 — 통합 마케팅 10단계 · 세라퀀즈 케이스

03

Planning

광고 기획 · 플랜 설계 · 통합 캠페인 설계

04

Broadcast PPL

TV 드라마 · 예능 · 시사 PPL 레퍼런스 · KBS2 주말극 4편 연속 케이스 · 가상광고 소재 · Key Success Stories

05

CF & Media

CF 제작 · 방송광고 매체 설계/집행 · AI 광고 영상 제작 결과물 · AI 광고 포스터 · 키비주얼

06

Media Technology · IT

IT · AI 미디어 기술 · 리워드 앱 "알람머니" IT 솔루션 · 언론 보도

07

PR

언론 플레이 — 보도자료 시리즈와 기사 확산

08

YouTube & Influencer

유튜브 · 인플루언서 PPL 200편+ · 유튜브/메타 광고 집행

09

OOH · Support · Network

OOH 집행 · 방송사/정부 지원사업 연계 · 인적 네트워크

10

Clients & Contact

함께한 브랜드 · 기관 200+ · 연락처

다른 것을 생각하든, 다르게 생각하든 — 관점을 디자인하라.

Consider another one, or think about it differently.

(주)엠펙디컴퍼니(Marketing ProDucer Company)는 광고와 드라마·예능 제작 현장에서 활동해 온 프로듀서와 크리에이터가 2011년 설립한 통합 마케팅 전문 기업입니다. 국내 처음으로 "마케팅 PD 시스템"을 도입해 정착시켰고, 방송 엔딩 크레딧에 마케팅 프로듀서의 이름을 올리는 회사로 25년의 현장을 지나왔습니다.

우리는 광고를 대신 집행하는 대행사가 아니라 마케팅을 디자인하는 회사입니다. 사실만 나열하기보다 감성을 전달하고, 노출을 파는 대신 노출이 매출로 이어지는 구조를 설계합니다. 그리고 지금은 생성형 AI 제작과 데이터 기반 매체 운영, IT 솔루션 개발을 더해 "마케팅 PD × 테크놀로지"로 일하는 방식을 다시 정의하고 있습니다.

Marketing ProDucer Company

마케팅 PD 시스템 국내 최초 도입

방송 엔딩 크레딧 마케팅 프로듀서

AI 제작 × 데이터 운영 × IT 솔루션



우리는 광고를 디자인합니다 — 그 속에 있어서 보이지 않는 것들이 있습니다. 밖에서만 볼 수 있는 것들이 있습니다.

대표이사 인사말



최무영

(주)엠피디컴퍼니 대표이사 · 총괄 마케팅 프로듀서

AI 시대에도 마케팅은 계획을 가지고 디자인되어야 합니다.

안녕하십니까. (주)엠피디컴퍼니 대표 최무영입니다. 25년 동안 방송 마케팅 현장에서 이름만 들어도 알 만한 클라이언트들과 마케팅을 진행해 왔습니다. 그동안 많은 분들이 마케팅을 광고(Advertising)나 홍보(Publicity)로 이해하셨지만, 엄밀히 말하면 광고는 마케팅의 일부이고 마케팅은 전략입니다. 소비자에게 왜 이 제품을 사야 하는지, 왜 이곳을 이용해야 하는지에 대한 인식을 바꾸고 가치를 심어주는 활동 — 그래서 마케팅은 반드시 계획(Plan)을 가지고 디자인되어야 판매와 브랜드 가치가 함께 오른다는 것을 다년간의 경험으로 배웠습니다.

지금은 AI의 시대입니다. 생성형 AI가 키비주얼과 콘티, 영상까지 만들어내면서 광고 제작의 속도와 비용, 표현의 한계가 완전히 달라졌습니다. 엠피디컴퍼니는 이 변화를 가장 먼저 현장에 적용해 왔습니다. AI 영상 생성 도구로 30초 CF와 숏폼 소재를 직접 제작하고, 실사와 3D CG를 결합해 캠페인 소재로 확장하며, 픽셀·GA4·닐슨 포스트바이 데이터로 매체 성과를 검증합니다. 리워드 앱 "알람머니"를 직접 기획·개발·출시하며 IT 솔루션을 만드는 경험도 쌓았습니다.

그러나 기술이 바뀌어도 변하지 않는 것이 있습니다. 사람의 마음을 움직이는 이야기, 그리고 그 이야기가 방송과 유튜브, 매장과 매출로 이어지도록 설계하는 마케팅 PD의 역할입니다. 저희 (주)엠피디컴퍼니(Marketing ProDucer Company)는 단순히 광고를 대신해 주는 대행사가 아니라, AI와 데이터라는 새로운 도구로 마케팅을 디자인하고 브랜드 기획·디자인부터 콘텐츠 제작, PPL, 매체 집행, 언론과 IR 까지 한 팀이 책임지는 통합 마케팅 파트너입니다.

일회성 홍보나 광고만으로는 지속적인 매출을 기대하기 어렵습니다. 브랜드 가치를 높이면서 성장과 매출을 극대화하는 길, 지금 바로 저희 MPD Company를 통해 마케팅 전략을 디자인해 보시기 바랍니다.

(주)엠피디컴퍼니 대표이사 최 무 영

우리가 하는 일 — IMC, 그리고 그 너머

광고 기획·제작 / 매체 전략 / 인지도 상승 전략 — 세 개의 원으로 출발해 다섯 개의 축으로 확장된 IMC 모델



브랜드 기획 · 디자인

BI · 로고 · 상품 기획 · 상세페이지 · 사이트 · 판매 페이지 · e-카탈로그 · IR 자료

광고 제작

TV CF · AI 광고 영상 · 숏폼 · 키비주얼 · 3D CG

콘텐츠 · PPL

드라마 · 예능 · 시사 PPL · 유튜브 · 인플루언서 · 언론 PR

매체 · 데이터

TV · 유튜브 · 메타 · 네이버 · OOH 집행 · 픽셀 · GA4 · 닐슨

IT 솔루션

리워드 앱 · 커머스 · 광고 플랫폼 기획 · 개발 · 운영

광고 기획·제작, 매체 전략, 인지도 상승 전략이라는 세 개의 원으로 출발한 엠피디컴퍼니의 통합 마케팅은, 이제 브랜드 기획·디자인과 AI 제작, 데이터 운영, IT 솔루션까지 다섯 개의 축으로 확장되었습니다.

엠피디컴퍼니는

2011년 설립 · 광고 · 드라마 · 예능 현장에서 25년, 마케팅 프로듀서(Marketing PD)가 직접 움직이는 IT · AI 기반 통합 마케팅 전문 기업

(주)엠피디컴퍼니는 광고와 드라마·예능 제작 현장에서 활동해 온 프로듀서와 크리에이터가 설립한 통합 마케팅 전문 기업입니다. 브랜드 기획·디자인, 광고 기획과 매체 설계, TV 드라마·예능 PPL, 유튜브·인플루언서 콘텐츠, AI 광고 영상과 CF 제작, 방송광고 집행, 언론 확산, IT 솔루션까지 **하나의 팀이 처음부터 끝까지 책임집니다.**



최무영 대표이사 · 총괄 마케팅 프로듀서

마케팅 프로듀서 25년차 — 광고주와 직접 소통하고, 작가·감독과 현장에서 노출을 조율합니다.

BUSINESS SCOPE

브랜드 기획·디자인·IR

광고 기획·플랜 설계

TV 드라마·예능·시사 PPL

AI 광고 영상 제작

CF 제작·방송광고 집행

유튜브·인플루언서 PPL

유튜브·메타 광고 운영

OOH

언론 PR

IT 솔루션 개발

방송사·정부 지원사업 연계

25년

마케팅 PD 경력
광고 · 드라마 · 예능 현장

70+

드라마 · 예능 마케팅 총괄
마케팅 프로듀서 크레딧 작품

300+

방송 프로그램 PPL 계약
지상파 · 종편 · 케이블 · OTT

600+

누적 PPL · 협찬 계약 건
드라마 · 예능 · 시사 · 유튜브

200+

유튜브 · 인플루언서 콘텐츠
누적 조회 8,255만+

200+

협업 브랜드 · 기관
F&B · 패션 · 뷰티 · 헬스케어 ·
테크 · 기관

ON-AIR → ON-LINE → ON-SITE

TV PPL로 만든 브랜드 서사를 유튜브·숏폼·언론으로 확산하고, 매장·자사몰의 매출로 연결하는 IMC 설계가 엠피디컴퍼니의 일하는 방식입니다.

12대 핵심 역량

기획부터 집행, 확산, 성과 보고, 그리고 브랜드 디자인과 IT 솔루션까지 — 광고주가 필요로 하는 모든 단계를 한 팀이 수행합니다

01  광고 기획 · 플랜 설계 목적 버킷 예산 설계, 규칙 기반 운영, 매체사 검증	02  TV 드라마 · 예능 · 시사 PPL 직업군·장소·에피소드 PPL, 제작지원·가상광고	03  CF 제작 · 매체 설계/집행 기획·제작·심의·청약, 닐슨 포스트바이 리포트	04  AI 광고 영상 제작 AI 키비주얼·콘타·숏폼 소재 개발, 실사·3D CG 결합	05  언론 플레이 단계별 보도자료 시리즈, 기사 확산 설계	06  유튜버 · 인플루언서 협업 200편+ 콘텐츠, 130+ 채널 DB, 맞춤 대본
07  유튜브 · 메타 광고 집행 VVC·디맨드젠·릴스, 픽셀/GA4 측정 체계	08  OOH 광고 집행 공항·지하철 DOOH, 게첨 실사·송출 보고	09  방송사 · 정부 지원사업 연계 KOBACO 제작비 지원, 방송사 프로모션 패키지	10  인적 네트워크 · 커뮤니케이션 작가·연출·제작사·매체사·셀럽 직접 소통	11  브랜드 기획 · 디자인 · IR BI · 로고 · 상품 기획 · 상세페이지 · 사이트 · 판매 페이지 · e-카탈로그 · 투자 IR 자료	12  IT 솔루션 개발 리워드 앱 알람머니 기획 · 개발 · 출시, 앱 · 커머스 · 광고 플랫폼 설계

Why M.PD — 우리가 다른 이유

많은 대행사가 "노출"을 팝니다. 엠피디컴퍼니는 노출이 매출로 이어지는 구조까지 설계합니다



01

PD가 직접 움직입니다

마케팅 PD가 광고주와 직접 소통하고, 작가·감독과 현장에서 대사와 씬을 조율합니다. 중간 담당자의 필터링 없이 광고주 요청이 허용 가능한 최대 수준까지 노출로 반영됩니다.

대사 직접 수정 · 현장 반영



02

방송 다음날 오전, 보고서가 도착합니다

회차별 광고보고서를 방송 익일 제출하고, 종영 시 시청률·노출 캡처·온라인 클립·기사까지 담은 최종 누적 보고서를 드립니다. 타사의 "종영 후 보고"와 다릅니다.

익일 회차 보고 + 최종 누적 보고



03

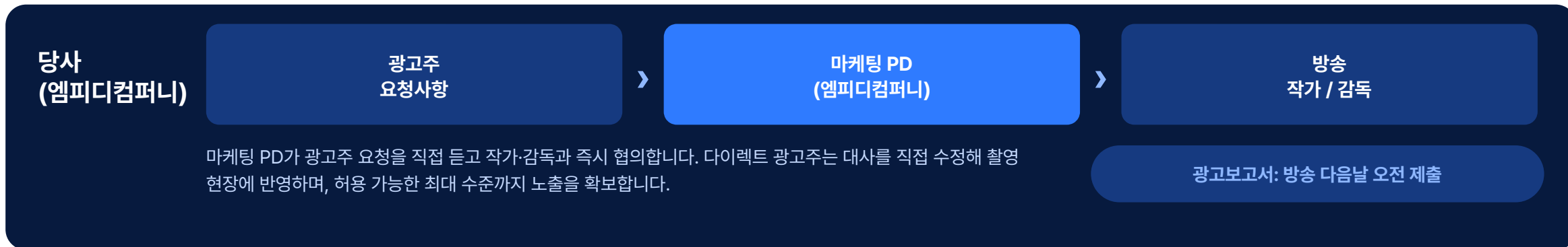
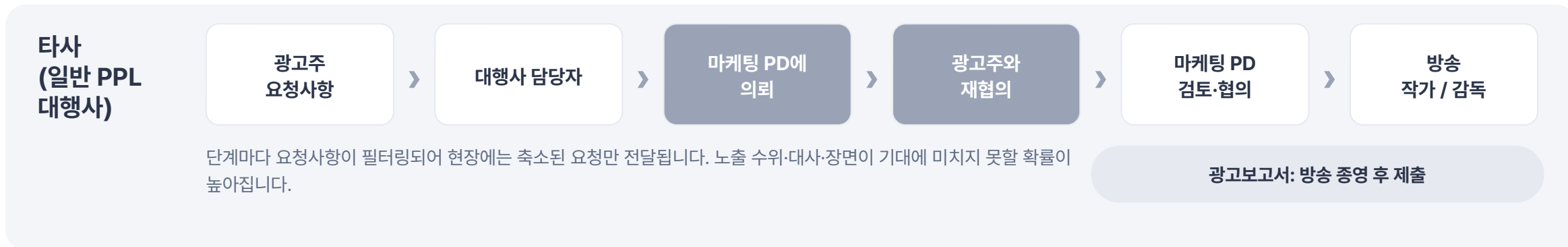
On-Air에서 On-Line까지 한 흐름으로

TV PPL로 만든 서사를 유튜브·숏폼으로 확산하고, 보도자료로 기사화하며, 밀키트·쿠폰·자사몰 이벤트로 매출과 방문에 연결합니다. 매체가 바뀌어도 한 팀이 설계합니다.

PPL → 유튜브 → 언론 → 커머스

업무 프로세스 — 타사와 무엇이 다른가

프로세스가 길어질수록 광고주의 요청은 걸러지고 노출 수위는 기대에 미치지 못합니다. 엠피디컴퍼니는 단계를 줄입니다



필터링 0단계

광고주 요청이 작가·감독에게 그대로 전달

대사 직접 수정

촬영 현장에서 대사·씬 즉시 반영

익일 오전 보고

시청률·노출 캡처·기사까지 회차별 보고

5개 프로그램 동시 운영

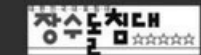
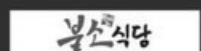
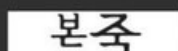
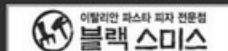
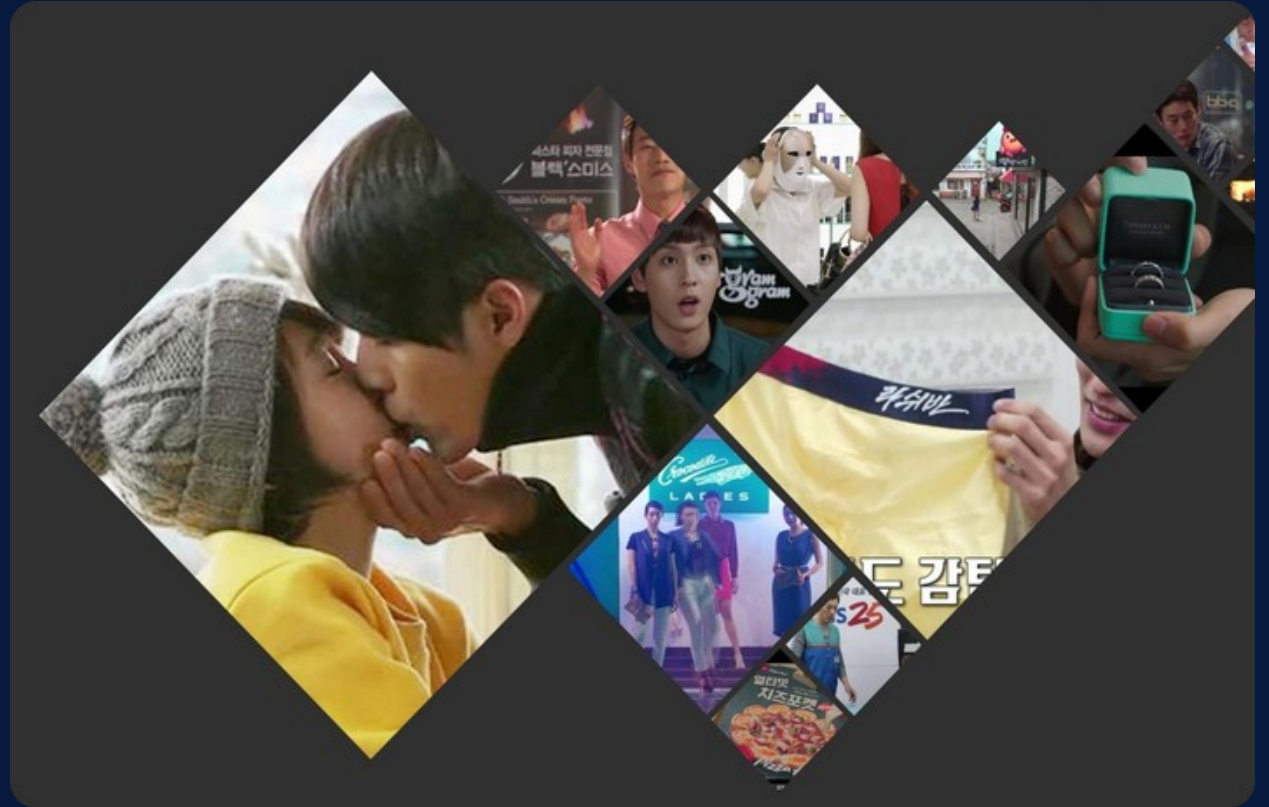
2025.9 기준 병행 관리 (회의록)

HERITAGE · SINCE 1ST GENERATION

기억하시죠?

대한민국 방송 마케팅의 1세대. 성공 마케팅의 교과서가 된 카페베네 · 블랙스미스 · 그램그램 · 자이글 · 티파니앤코 · 종근당 등 브랜드 초기부터 전략적 독점 마케팅을 진행했습니다.

한 브랜드의 런칭 CF에서 드라마 직업군 PPL, 예능, 지면·OOH까지 같은 서사로 이어가는 방식은 2010년대 초반부터 엠피디컴퍼니가 만들어 온 일하는 방식입니다. 그때의 브랜드들이 지금의 레퍼런스가 되었습니다.



카페베네 · 블랙스미스 · 그램그램 · 임팩타민 · 본죽 · GS25 · 뽕뜨락피자 · 불소식당 · 자이글 · 라쉬반 · 땡땡치킨 · bbq 올리브치킨카페 · 티파니앤코 · 셀리턴 · 종근당 · 장수돌침대

마케팅 PD 시스템 국내 최초 도입 · 정착 — 드라마·예능 마케팅 총괄 70여 편 · 방송 프로그램 PPL 계약 300여 편 · 누적 PPL·협찬 계약 600여 건

마케팅 프로듀서 총괄 주요 작품

99억의 여자 봄밤 붉은 달 푸른 해 계룡선녀전 미스티 파수꾼 사랑은 방울방울 부탁해요 엄마 트로트의 연인
 가쪽끼리 왜이래 연애의 발견 참 좋은 시절 태양은 가득히 미스코리아 풀하우스2 아들 녀석들 반짝반짝 빛나는 애정만만세
 욕망의 불꽃 부자의 탄생 파스타 스타일 시티홀

마케팅 지원 주요 작품

공작도시 부부의 세계 이태원 클라쓰 슈츠 세상에서 제일 예쁜 내 딸 왜그래 풍상씨 나쁜형사 하나뿐인 내편 같이 살래요

황금빛 내 인생 아버지가 이상해 도깨비 쌤 마이웨이 귓속말 김과장 월계수 양복점 신사들 합부로 애틋하게 태양의 후예

별에서 온 그대 내 딸 금사월 여왕의 꽃 왔다 장보리 최고다 이순신 다섯손가락 추적자 해를 품은 달 넘볼래 굴러온 당신

2019 ~ 2026 최근 작품

사랑이 온다 다리의 패밀리 화려한 날들 사랑을 처방해 드립니다 친밀한 리플리 은수 좋은 날 컨피던스맨 KR 모범택시
 펜트하우스 VIP 더 킹: 영원의 군주 편의점 샛별이 저너 같이 드실래요 결혼작사 이혼작곡 1:2 모범형사 키마이라
 구해줘 2 설렘주의보 피도 눈물도 없이 오케이 광자매 대박부동산 한 번 다녀왔습니다 본 어게인 오! 삼광빌라 비밀의 집
 빨강구두 사랑의 파배기 동네변호사 조들호2 끝까지 사랑 천상의 약속 미생 검색어를 입력하세요 WWW 멜로가 체질



방송 엔딩 크레딧에 이름을 올리는 마케팅 PD

드라마의 엔딩 크레딧에 "마케팅 프로듀서 최무영"이 옵니다. 작가·연출과 같은 제작 스태프의 위치에서 브랜드 노출을 설계했다는 증거입니다.



SBS · KBS · MBC · JTBC 드라마 엔딩 크레딧 캡처 — 마케팅 프로듀서 최무영 (99억의 여자 · 봄밤 · 붉은 달 푸른 해 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 사랑은 방울방울 · 트로트의 연인 등)

M.PD COMPANY

감성이 가치를 만든다

사실만을 나열하는 것보다 감성을 전달하는 것이 기능 이상의 가치를 합니다.



브랜드 기획부터 IR까지 — 한 팀이 브랜드의 전 과정을 운영합니다

요즘 가장 비중 있게 진행하는 일 — 브랜드 기획 · 디자인 · 광고 영상 제작 · 마케팅 플랜을 하나로 묶은 통합 마케팅, 로고 한 장에서 투자 유치 자료까지



CASE — 담가화로구이 : 런칭 보도자료에서 밀키트 상품화까지

브랜드 런칭 보도자료 → KBS2 주말극 4편 연속 직업군 PPL → 편스토랑 300회 우승 메뉴 → 밀키트·매장 신메뉴 → 미스트롯4 → AI 키비주얼 · CF 캠페인까지, 20개월간 한 팀이 브랜드의 마케팅 전 과정을 이어갔습니다.

세라퀸즈 (CÉRA QUEEN'S) — K-뷰티 브랜드의 마케팅팀이 되다

"피부는 볼륨이다" — 로고 디자인부터 상품 기획, 인스타그램, 언론, 광고 영상, 유튜브 · TV PPL, CF 집행, IR까지 브랜드 운영 전 과정을 관리



CÉRA QUEEN'S — "피부는 볼륨이다 / SKIN IS VOLUME" 브랜드
키비주얼 · 패키지

로고 디자인부터 상품 기획, 인스타그램 피드 생성 및 관리, 언론 기사, 광고 영상 제작, 유튜브 PPL, TV 드라마·예능 PPL, CF 광고 집행, 그리고 투자를 위한 IR 설계까지 — 세라퀸즈의 브랜드 운영 전 과정을 엠피디컴퍼니가 관리합니다.

브랜드 포지셔닝

"피부는 볼륨이다 / SKIN IS VOLUME" — VOLUME 한 단어를 브랜드가 소유하도록 브랜드 바이블(Quiet Luxury 톤 · 페르소나 서아 · 세라)을 설계

상품 · 디자인

EGF 독스 볼륨 리프팅 크림 · 세럼 · 선크림 라인업, 상세페이지 · 골프대회 현수막 · 광고 포스터 33종 · 8개 언어 e-카탈로그

콘텐츠 · 인스타그램

주간 9-그리드 캘린더, 카드뉴스 4유형, AI 페르소나 모델 기반 피드·릴스·스토리 제작 및 운영

언론 · PR

CEO 명의 뷰티 칼럼 주 2편(카드뉴스형 · 보도자료형), 기능성 화장품 규제 표현 사전 점검

광고 영상 · 매체

AI 30초 CF 콘셉트·샷 리스트 제작, 유튜브 PPL · TV 드라마·예능 PPL · CF 매체 집행 설계

IR · 글로벌

아마존 US 진출 전략 보고서(22p) · 중국 왕홍 라이브커머스 협업 구조 · 투자 파트너십 설계

광고 기획 · 플랜 설계 — 감이 아니라 규칙으로 운영합니다

2026 라쉬반 여름 캠페인 실제 산출물 기준 — 설계안 → 매체사 검증 → 광고주 의견서 → 월간 성과 보고의 완결형 프로세스

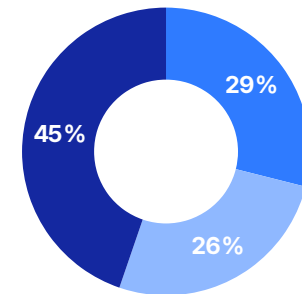
4단계 문서 프로세스



목적 버킷 예산 설계

"어느 매체에 얼마"가 아니라 "어떤 목적에 얼마"로 예산을 나누고, 버킷별 주간 KPI로 관리합니다.

신규 획득	CAC · 첫 구매 전환율 — 메타 릴스, 디맨드젠, 비즈보드
재구매·전환	ROAS · 재구매율 — 메타 지면, 네이버 ADvoost
브랜드 확장	검색량 · 신규 유입 — TV, 유튜브 VVC/VRC



■ 신규 고객 획득 ■ 재구매 · 즉시전환 ■ 브랜드 확장

규칙 기반 운영 (Rule-based Operation)

ROAS 300% ↑

즉시 증액

250~300%

유지 · 소폭 증액

180~250%

소재 개선 후 유지

180% 미만

축소 · 중단 · 타겟 재설정

한계 ROAS 180% 이상일 때만 증액 · 주차별 예산 비중 25 / 25 / 28 / 22 · 1주차 소재·타겟·매체·메시지·랜딩 테스트 후 집중 · TV 방영 요일·시간대에 디지털 일예산 가중

통합 캠페인 설계 사례 — 담가화로구이 CF 캠페인 (2026)

드라마·예능 PPL로 쌓은 인지 자산 위에 공식 CF를 얹어 "숙성 전문점" 리포지셔닝과 전국 매장 매출 상승을 동시에 설계



매체 구조 (2개월 집중 · 성과 확인 후 단계 확대)

지상파 KBS	메인 30초 — 신뢰·공신력 (지원사업 송출 조건 고정)
케이블·종편	요리·예능·뉴스 인접 도달 확대, 빈도 3회+
유튜브	범퍼 6초 · 메뉴컷 30초 — 도달 + 전환
메타·인스타	반값·식감 전환 — 숏폼·릴스
네이버	검색·플레이스·파워링크 — 길찾기·지역 타겟
숏폼·OTT	바이럴 · 도달
매장 TV 140개	Owned media — 방문객 100% 도달, QR 전환 브리지

"140개 대형 매장, 그 자체가 매체다"

외부 CF(인지) → 방문 → 매장 TV(재강화) → 추가 주문 → 입소문의 폐쇄 루프. CF·매장 TV 엔딩의 QR·검색 CTA로 첫 방문 체험권을 발급해 신규 방문만 순증 계층합니다. "1만 원 체험권이 11만 원 객단가를 부르는 구조"

KPI & CF 라인업

KPI 브랜드 검색량 · 네이버플레이스 조회/길찾기 · 매장 POS 매출(전년·전월 동기 대비) · 체험권 발급/사용 · 신규 방문 테이블 — 주간 리포트

메인 30초

서브 15초

범퍼 6초

메뉴컷 30초

매장 TV 루프 60초

숏폼 9:16

TV 드라마 · 예능 · 시사 PPL — 노출이 아니라 서사를 설계합니다

장소 PPL에 머물지 않고 인물의 직업군과 에피소드로 브랜드를 이야기 안에 심습니다. 심의 가능한 대사로 바꾸는 것까지 당사의 일입니다

 제품 PPL 섭취·착용·사용 장면, 출연자 리액션 대사	 장소 PPL 매장이 극의 무대 — 간판·내부·메뉴판 노출	 직업군 PPL 인물이 브랜드를 창업·운영하는 설정	 기획 에피소드 회식·신메뉴 개발·본사 방문·2호점 오픈	 가상광고 · 자막 가상광고, 제작지원 자막, 협찬 고지	 시사 · 정보 프로그램 성분·기능 소개형 노출 (엄지의 제왕 등)
---	--	---	---	---	---

PPL 진행 프로세스

01	02	03	04	05	06	07
프로그램 선정 · 구좌 협상 편성·시청률·타깃 데이터, 구좌 현황, 경쟁 업종, OTT 정책까지 정리해 광고주가 결정만 하도록	작가 브리핑 자료 에피소드·소구 포인트·대사 예시·희망 배우·대체안. 심의 불가 표현 사전 고지	대본 · 씬 단위 확보 회차·씬 번호 단위 노출 계획, 유니폼 로고 앞/뒤까지 체크표로 관리	세트 · 현장 지원 세트 진입 소품(식기·키오스크·현수막), 촬영 매장 선정, 현장 대사 조율	방송 익일 회차 보고 시청률(TNMS·AGB) + 노출 캡처 + 기사, 방송 다음날 오전 제출	최종 누적 보고 전 회차 노출 아카이브(다리미 패밀리 100p · 친밀한 리플리 130p)	2차 확산 네이버TV·카카오TV·유튜브 클립, 보도자료, 숏폼, 상품화(밀키트)

* 브랜드명 직접 대사, 할인율 · 숙성 일수 등 심의 불가 표현은 사전에 고지하고 심의 가능한 대사로 치환해 제안합니다.

드라마 PPL 레퍼런스 — 55편

지상파 · 종편 · 케이블, 주말연속극 · 일일극 · 미니시리즈 전 편성 — 제품 · 장소 · 직업군 · 제작지원 · 가상광고

KBS

30편

사랑이 온다

다리미 패밀리

화려한 날들

사랑을 처방해 드립니다

친밀한 리플리

은수 좋은 날

피도 눈물도 없이

99억의 여자

김과장

태양의 후예

오케이 광자매

대박부동산

왜그래 풍상씨

한 번 다녀왔습니다

세상에서 가장 예쁜 내 딸

본 어게인

오! 삼광빌라

비밀의 집

빨강구두

사랑의 궤배기

동네변호사 조들호2

끝까지 사랑

아버지가 이상해

부탁해요 엄마

천상의 약속

가족끼리 왜이래

넝쿨째 굴러온 당신

최고다 이순신

트로트의 연인

참 좋은 시절

SBS

8편

VIP

모범택시

펜트하우스

더 킹: 영원의 군주

편의점 샛별이

아버님 제가 모실게요

돈의 화신

아들 녀석들

MBC

5편

저녁 같이 드실래요

봄밤

신과의 약속

투윅스

애정만만세

tvN · OCN · JTBC

9편

미생

도깨비

검색어를 입력하세요 WWW

구해줘 2

키마이라

미스티

멜로가 체질

공작도시

모범형사

TV조선 · MBN

3편

결혼작사 이혼작곡 1:2

컨피던스맨 KR

설렘주의보

직업군 PPL 성공사례

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜이래 · 넝쿨째 굴러온 당신 · 최고다 이순신 · 빨강구두 · 사랑의 궤배기 · 비밀의 집 · 다리미 패밀리 · 화려한 날들 · 친밀한 리플리

가상광고 · 제작지원 자막

설렘주의보 · 구해줘 2 (가상광고) / 키마이라 · 공작도시 · 모범형사 · 은수 좋은 날 · 컨피던스맨 KR · 친밀한 리플리 (제작지원)

예능 · 시사 PPL 레퍼런스

지상파 3사와 종편 전 채널 — 토크·리얼리티·오디션·서바이벌·연말 특집·정보 프로그램까지 장르 전방위

방송사	프로그램	브랜드	노출 방식	핵심 성과
SBS	미운 우리 새끼 336회 (2023)	프로메가	허경환 · 마흔파이브 선물 + 섭취	시청률 14.4% (AGB 전국)
MBC	나 혼자 산다 436회 (2022)	임팩타민	김아랑 섭취 + 전현무 대사 + 자막	8.3%, 분당 최고 10.1%, 2049 금요 전체 1위
MBC	나 혼자 산다 514회 (2023)	노모어피자	박나래 배달 먹방 + "빵이 쫄깃" 대사	추석 특집, 3플랫폼 클립 확산
MBC	전지적 참견 시점 264·282회	데이팩 · 노모어피자	민우혁 섭취 에피소드 2회 연속	동일 출연자 반복 집행, 3049 타겟 리포트
MBC	2022 가요대제전	땅땅치킨	케플러 · 템페스트 섭취	연말 200분 특집 생방송
채널A	강철부대 (2021)	라쉬반	3·11·15·16·17회 제품 + 에피소드 대사	2049 지상파 포함 1위, 화제성 3위, PPL 장면 기사화
채널A	강철부대W 4회 (2024)	노모어피자	우승 부대 특권 섭취	종편 서바이벌 시즌 연속 참여
KBS2	신상출시 편스토랑 298~300회	담가화로구이	제작지원 자막 + 가상광고 + 우승 메뉴 상품화	밀키트 · 매장 신메뉴 출시 (Media-to-Menu)
TV조선	미스트롯4 1~12회 (2025~26)	담가화로구이	장소 PPL 2회 + 자막 · 가상광고 전화차	최고 18.1%, 사전 구성안 그대로 실현
MBC	태어난 김에 세계일주 4	세라일론	제품 PPL	4.4%, 네이버TV · 카카오TV 클립
MBN · 채널A	엄지의 제왕 586회 · 티쳐스2	우루사(UDCA) · 말해보카	성분 노출 · 서비스 PPL	정보 · 교육 예능 카테고리

이전 집행 예능

- 동상이몽
- 불타는 청춘
- 집사부일체
- 무한도전
- 런닝맨
- 연예가중계
- 네고왕2 (웹예능)
- 나 혼자 산다 (자이글 · 대응계약)
- 미운 우리 새끼 (자이글)

KBS2 주말연속극 4편 연속 — 담가화로구이 직업군 PPL

한 브랜드의 창업 서사를 네 작품, 186부에 걸쳐 이어갑니다. 계약한 에피소드는 방송으로 구현되고, 다음 작품의 제안 근거가 됩니다.

4편 · 186부

주말연속극 연속 집행 (2024.09 ~ 2027.01 예정)

112개 회차

매장 · 직업군 노출 회차 (29 + 31 + 36 + 16 방영 중)

최고 20.5%

AGB닐슨 전국 (화려한 날들 최종회) · 사랑이 온다 16회 16.6%

5건 → 5건

작가 브리핑 기획 PPL 전량 반영 (화려한 날들)

KBS2 주말연속극 <다리미 패밀리>

2024.09.28 ~ 2025.01.26 · 36부 · 극본 서숙향 / 연출 성준해

- 주인공 부부(남기동·배해자)가 담가화로구이를 운영하는 직업군 설정 + 유니폼 로고 노출
- 계약 에피소드 3회 → 18부 회식 · 22부 가맹 문의 · 31부 2호점 오픈식(구리토평점 실촬영) 실현
- 29개 회차 노출 · 최고 19.7% · 평균 16.4%
- 방영 후 매장 방문·가맹 문의 급증 → 촬영지 보도자료로 재확산

KBS2 주말연속극 <화려한 날들>

2025.08.09 ~ 2026.01.25 · 50부 · 극본 소현경 / 연출 김형석

- 순희(김정영) 직업군 설정, 기획 PPL 5회 + 매장 노출 30회 이상 계약
- 작가 브리핑 기획 에피소드 5건 — 추가 주문 혜택 · 신메뉴 개발 · 본사 방문 · 2호점 · 지인 창업 — 전량 방송 반영
- 31개 회차 노출 · 최종회 20.5% / 수도권 19.2%
- 펀스토랑 우승 메뉴(양념 LA갈비)를 드라마 신메뉴 에피소드로 크로스 연결

KBS2 주말연속극 <사랑을 처방해 드립니다>

2026.01.31 ~ 2026.07.19 · 50부 · 극본 박지숙 / 연출 한준서

- 동숙의 창업 서사 — 아르바이트 면접 → 본사 교육 → 개업 → 추가 주문 → 신메뉴 시식 → 2호점 오픈 (최종회)
- 프랜차이즈 "본사 교육 시스템" 자체를 스토리로 만든 직업군 PPL
- 36개 회차 · 119컷 노출 · 최고 18%대 · 평균 14%대
- 1~50회 최종 누적 광고보고서 제출

KBS2 주말연속극 <사랑이 온다>

2026.07.25 ~ 2027.01 예정 · 50부 · 극본 이경희 / 연출 홍석구

- 하석진 · 안희연(하니) 주연 — 전 회차 제작지원 자막 + 매장 노출 (1~16부 보고 기준)
- 3부 재회 · 7부 · 9부 프로포즈 고백 · 11부 · 13부 — 핵심 감정 장면을 담가화로구이 매장에서 전개
- 16회 시청률 16.6% (최고) · 매회 제작지원 자막 노출
- 방영 중 — 회차별 광고보고서 익일 제출, 최종 누적 보고 예정

공통 제안 포맷 — 직업군 설정 / 기획 PPL n회 / 매장 노출 n회 이상 / 전체 간접 + 에피소드 · 소구 포인트 · 대사 예시 · 희망 배우 · 대체안 · 심의 불가 표현 사전 고지 · 레시피 및 감탄사 예시 별첨

KBS2 저녁 일일드라마 <친밀한 리플리> × 담가화로구이

101부 전 회차 제작지원 자막 + 30부 이후 서브 주인공(조미향)의 창업 설정으로 74회차 동안 매장이 극의 무대가 되었습니다

101부

전 회차 제작지원 자막 (2025.09.22 ~ 2026.02.20)

55개 회차 · 113컷

매장 노출 (28부 ~ 101부)

최고 10.7%

AGB닐슨 전국 · 후반부 10%대 안착

기획 에피소드 → 방송 실현

- 39부 담가화로구이 가맹 계약서 — 창업 결심
- 40부 첫 방문 · "시키면 시킬수록 이득" · 키오스크
- 45부 개업식 — 현수막 · 풍선 · 줄 선 손님
- 54부 회사 팀원 회식 (추가 주문 혜택 에피소드)
- 58부 신메뉴 "쌀누룩 숙성 LA양념갈비" 개발 · 시식
- 85부 지인이 오픈한 매장에서 단체 회식



45부 개업식 에피소드 · 40부 첫 방문 · 54부 회식(야간 외경) · 하단: 매장 내부 · 58부 신메뉴 LA갈비 ·화로 위 큐브 스테이크 (출처: KBS2 <친밀한 리플리> 광고보고서 캡처)

KBS2 <신상출시 편스토랑> 300회 특집 — Media-to-Menu

방송이 신메뉴가 되고, 신메뉴가 다음 드라마에 등장합니다. PPL 계약부터 IP 상품화 라이선스, 출시 홍보까지 당사가 전 과정을 대행했습니다

 01 PPL · 협찬 계약 간접광고 1회 + 엔딩 가상광고 7초×3회 + 제작지원 자막 3회. KOBACO 공식 간접광고 거래 구조 대행	 02 레시피 제공 · 촬영 모니터링 담가의 숙성 LA갈비 레시피를 방송 문법(가정용 간편 레시피)으로 조정, 중간 촬영 보고	 03 300회 특집 우승 장민호 "쌀누룩 · 식혜 숙성 LA 양념갈비" 우승 — 담가 유니폼 심사위원 참여, 3회차 연속 노출	 04 IP 상품화 라이선스 편스토랑문화산업전문회사와 상품화권 · 라이선스권 계약 조율(제호 · 로고 · 방송 화면 활용)	 05 밀키트 · 매장 신메뉴 출시 12월 6일 밀키트 + 전국 매장 신메뉴 동시 출시, 출시 프로모션	 06 드라마 재노출 · 언론 확산 <화려한 날들> · <친밀한 리플리> 신메뉴 에피소드로 재등장, 보도자료 6종 배포
--	---	---	---	--	---

"방송 콘텐츠 자체가 메뉴 개발의 출발점" 노출을 파는 대행이 아니라, 방송 IP를 광고주의 상품과 매장 경험으로 확장하는 미디어커머스 모델입니다. 방송 → 상품 → 매장 → 사회공헌 → 가맹 모집까지 하나의 서사로 언론에 전달했습니다.	3회차 연속 노출 (298 · 299 · 300회)	2건 계약 구조화 (PPL + 상품화 라이선스)	6종 출시 · 반응 · 협업 모델 보도자료
---	---	---	--

예능 PPL — 구성안이 그대로 방송이 되고, 장면이 기사가 됩니다

오디션 · 서바이벌 예능에서도 심의 규정을 계산한 사전 구성안과 출연자의 자연스러운 리액션으로 브랜드를 노출합니다

TV조선 <미스트롯4> × 담가화로구이

2025.12.18 ~ 2026.03.05 · 12부 · 목요 예능 · 최고 시청률 18.1% (AGB 전국)

- 사전 장소 PPL 구성안(12/5) — 간판 크기 1/4 규정, 심의 가능한 메뉴판 사전 셋팅, "여긴 더 시켜야 이득이야" 대사 설계 → 5회 · 11회 회식 장면으로 그대로 실현
- 제작지원 자막 · 가상광고 전화차 + 장소 PPL 2회 패키지
- 디지털 확장판 · VIVO(송은이) 유튜브 매장 방문 콜라보 · 갈라쇼 티켓 · 세일즈 라이선스 3개월을 협상 베네핏으로 확보
- OTT(넷플릭스 · 웨이브 · 티빙) 편성 시 가상광고 · 자막 미노출 정책까지 사전 고지
- 제작지원 확정 보도자료 3종 → 누적 레퍼런스로 재인용

최고 시청률 18.1%

장소 PPL 2회

자막 · 가상광고 전화차

VIVO 유튜브 콜라보

디지털 확장판

보도자료 3종

채널A <강철부대> × 라쉬반

2021 · 화요 예능 · 최고 6.8% · 9~10회 2049 지상파 포함 전체 1위 · 비드라마 화제성 3위

- 11회 "제작진이 준비한 선물" — 통조림에 담긴 야광 언더웨어 공개, 출연진 "완전 맛있는 팬티다" 자연 반응 대사
- 해당 장면이 별도 언론 기사("육준서, 제작진이 선물한 야광 속옷에 감탄")로 2차 확산 → 광고보고서에 수록
- 3 · 11 · 15 · 16 · 17회 5개 회차 노출, 4회 방송 당일 날짜의 회차 보고서 제출
- 동일 광고주 예능 → 드라마 연속 집행: VIP · 99억의 여자 · 모범형사 · 결혼작사 이혼작곡 1·2 · 강철부대 · 은수 좋은 날 (2019~2025)
- 2024 시즌 <강철부대W>에는 노모어피자로 재참여

최고 시청률 6.8%

2049 지상파 포함 1위

비드라마 화제성 3위

5개 회차 노출

PPL 장면 기사화

당일 회차 보고

드라마 PPL 성과 하이라이트 (2017 ~ 2021)

화제작을 고르는 안목과 한 작품에 여러 광고주를 동시에 집행하는 세일즈 역량 — 시청률 · 화제성 · 노출 시간으로 증명합니다

KBS2 <김과장> 2017

리얼야구존

장소 PPL — 18부 스크린야구장 단일 씬 3분 54초

18회 17.0%, 15회 연속 동시간대 1위 · 씬 전체가 기사로 묘사

SBS <VIP> 2019

라쉬반 · 알리바바 커피앤도넛 · 하루엔소쿠

한 드라마에 3개 광고주 동시 집행

최종회 15.9%, 분당 최고 20.7% · 2019 월화극 전 채널 1위 · 화제성 1위

KBS2 <99억의 여자> 2019~20

알리바바버거 · 라쉬반 · 와이프펀딩

3개 광고주 동시 집행, 회차별 누적 노출 보고

최고 11.6%, 방송 3일 만에 10% 돌파 · 지상파 수목극 1위 중영

TV조선 <결혼작사 이혼작곡 1·2> 2021

라쉬반

시즌 연속 집행 (S1 5·12회 / S2 4·13·16회)

S2 최종회 16.6% — TV조선 역대 최고 · 지상파 포함 동시간대 1위

JTBC <모범형사> 2020

라쉬반

제작지원 자막 1~9부

2회 방송 당일 날짜의 광고보고서 — 익일 보고 체계의 근거

<저녁 같이 드실래요> · <편의점 샷별이> 2020

피자헛

MBC 월화 · SBS 금토 에피소드형 제품 PPL — 9분 38초 / 4분 51초 노출, 신메뉴 시식 대사

협찬 대비 광고효과 환산 8.3배 · 4.8배(자체 산정), 재방 57회, 댓글 30만

광고보고서 · 효과 측정 체계

방송 다음날 회차 보고, 종영 시 최종 누적 보고 — 광고주가 "어떤 장면에서, 어떤 시청률 환경에서, 어떤 반응 속에" 노출됐는지 한 문서로 확인합니다

표준 광고보고서 구성

01 프로그램 개요

방송사 · 편성 · 회차 · 연출/작가 · 출연진 · 노출 담당

02 시청률

TNMS + AGB닐슨 2개 기관, 전국/수도권, 2049 · 3049 타겟 시청률

03 노출 캡처

회차 · 씬 단위 캡션이 달린 방송 화면, 제작지원 자막 · 가상광고 캡처

04 온라인 클립

네이버TV · 카카오톡 · 유튜브 공식 클립 추적

05 언론 기사

방송일별 시청률 · 화제성 · PPL 장면 기사 아카이브

2단계 보고 + 집행 관리 도구

익일 회차 보고 → 종영 최종 누적 보고(다리미 패밀리 100p · 화려한 날들 96p · 친밀한 리플리 130p) · PPL
체크표로 계약 조건 → 회차·씬 번호 → 촬영 완료 → 방송 실현을 추적 (유니폼 로고 앞/뒤 위치까지)

광고효과 최종보고서 — 3축 ROI 산정

광고효과 환산

동시간대 CF 15초 단가 × 노출 시간 × 보정계수(시청률 · VOD/OTT 확산 · CF 대비 직접성)

콘텐츠 가치

푸티지 저작권 + 출연 배우 초상권 라이선스 환산 — 매장 · 자사 채널 재활용 가치

바이럴 효과

공식 클립 조회, 실시간 댓글, 광고주 이벤트 반응(댓글 30만 건 사례)

외부 조사 근거 인용 (KOBACO · SBS M&C)

54.5%

PPL 브랜드 호감도 긍정

53.9%

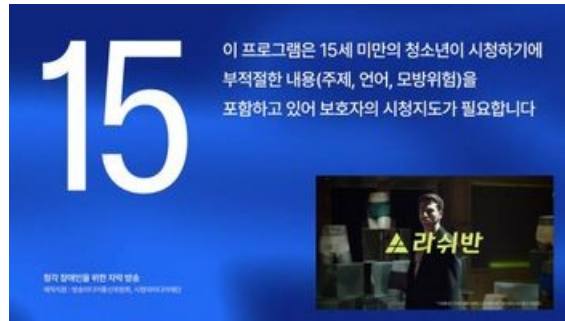
PPL 노출 상품 구매 의향 긍정

1/3

지상파 PPL, 시청자 3명 중 1명 기억

가상광고 소재 — 방송 화면 안에 브랜드를 심습니다

프로그램 등급 고지 화면과 본편 화면에 삽입되는 가상광고 소재를 직접 기획·제작합니다. 방송 심의 기준(노출 크기·시간·표현)을 지키면서 브랜드 메시지를 그래픽 모션으로 전달합니다.



16:9 · 등급 고지 화면 삽입형

라쉬반 — 채널A <신랑수업 2> 가상광고

프로그램 시작 등급 고지 화면에 "시스템으로 작동하는 웨어기어의 시작" 카피와 라쉬반 로고·제품 그래픽을 가상광고로 삽입

담가화로구이 — 가상광고 메인 소재

7초 · 세로형 패널 · 모션 그래픽



"추가 주문 시 특별 혜택 → 결마다 터지는 육즙 → 마늘을 품은 갈비살 → 맛은 프리미엄, 부담은 반으로" 7초 모션 그래픽

담가화로구이 — 가상광고 밀키트 소재

7초 · 세로형 패널 · 모션 그래픽



"편스토랑 300회 특집 우승 메뉴 양념 LA갈비 → 밀키트로 만나보세요 → 지금 바로 확인하세요" 7초 모션 그래픽

브랜드별 통합 마케팅 레퍼런스 — 방송 화면으로 보는 성과 (1/5)

CF · 드라마 · 예능 · OOH까지 한 브랜드를 같은 서사로 이어간 기록 — 브랜드 초기부터 진행한 전략적 독점 마케팅

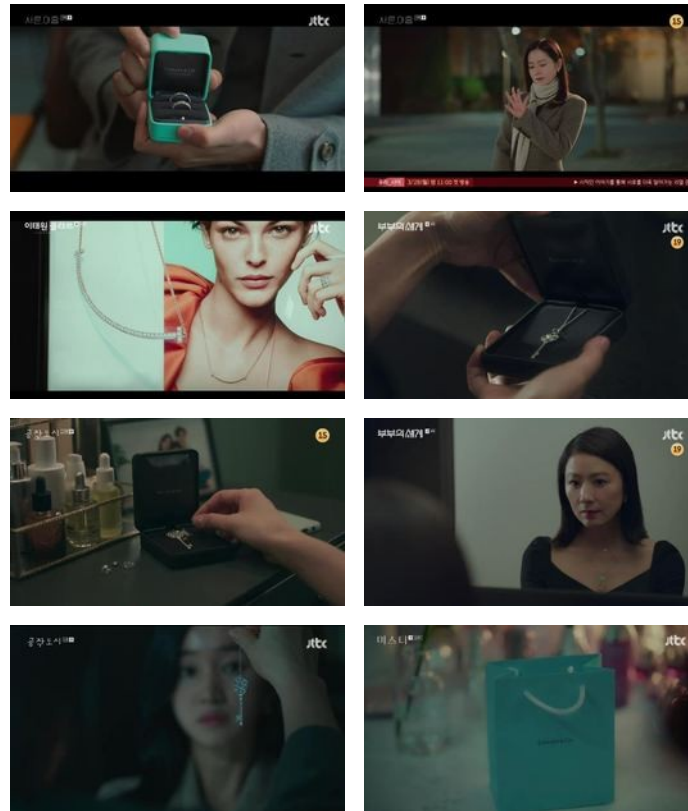
가히 (KAHI)

TV CF · 브랜드 캠페인 · 5컷



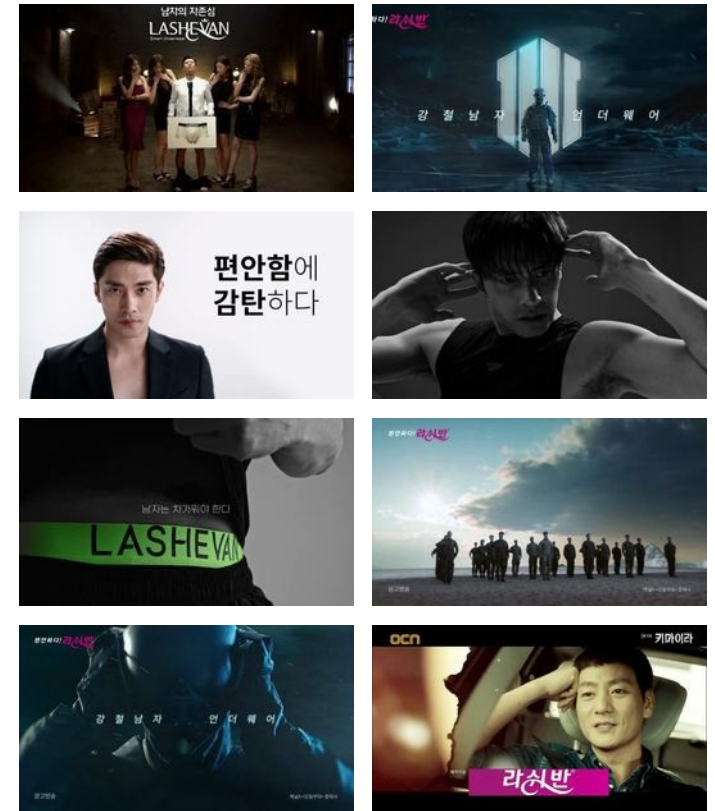
티파니앤코

드라마 PPL · 23컷



라쉬반

TV CF · 드라마 · 예능 PPL · 13컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

브랜드별 통합 마케팅 레퍼런스 — 방송 화면으로 보는 성과 (2/5)

CF · 드라마 · 예능 · OOH까지 한 브랜드를 같은 서사로 이어간 기록 — 브랜드 초기부터 진행한 전략적 독점 마케팅

카페베네

TV CF · 드라마 · 예능 PPL · 13컷



블랙스미스

드라마 PPL · 6컷



그램그램

드라마 PPL · 7컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

브랜드별 통합 마케팅 레퍼런스 — 방송 화면으로 보는 성과 (3/5)

CF · 드라마 · 예능 · OOH까지 한 브랜드를 같은 서사로 이어간 기록 — 브랜드 초기부터 진행한 전략적 독점 마케팅

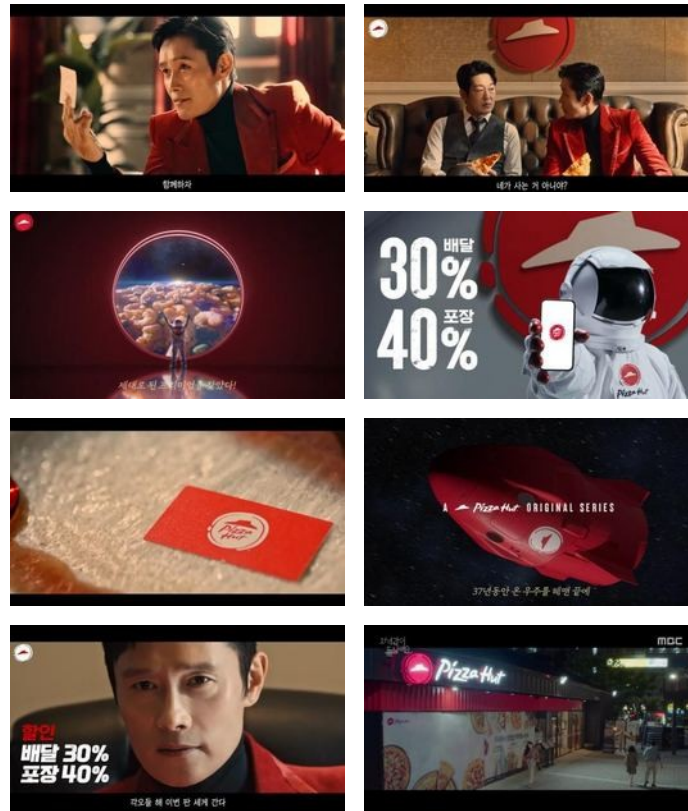
자이클

TV CF · 드라마 · 예능 PPL · 13컷



피자헛

TV CF · 드라마 · 예능 PPL · 13컷



종근당

드라마 PPL · 6컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

브랜드별 통합 마케팅 레퍼런스 — 방송 화면으로 보는 성과 (4/5)

CF · 드라마 · 예능 · OOH까지 한 브랜드를 같은 서사로 이어간 기록 — 브랜드 초기부터 진행한 전략적 독점 마케팅

종근당건강

드라마 PPL · 7컷



대웅제약

드라마 · 예능 PPL · 6컷



정관장

드라마 · 예능 PPL · 드라마 PPL · 13컷



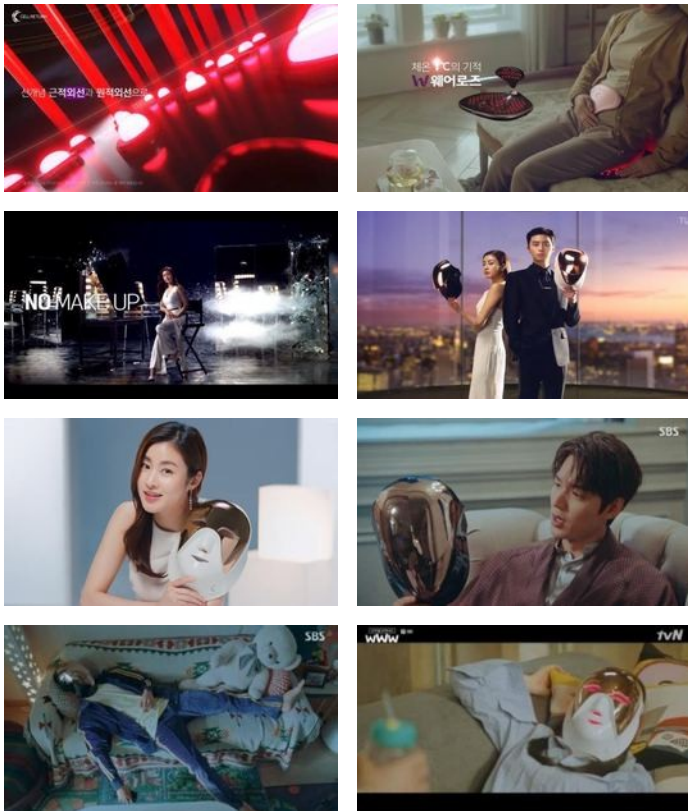
* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

브랜드별 통합 마케팅 레퍼런스 — 방송 화면으로 보는 성과 (5/5)

CF · 드라마 · 예능 · OOH까지 한 브랜드를 같은 서사로 이어간 기록 — 브랜드 초기부터 진행한 전략적 독점 마케팅

셀리턴

TV CF · 드라마 PPL · 11컷



아모르파티 요양원

TV CF · 드라마 PPL · 13컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (1/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

봄밤 × 임팩타민

직업군 PPL · 9컷



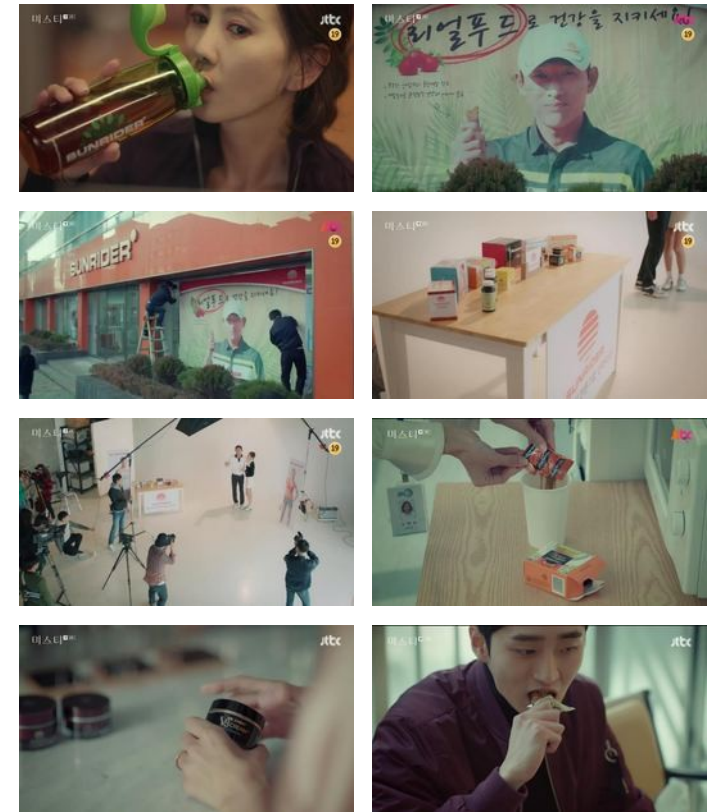
봄밤 × BBQ

직업군 PPL · 9컷



미스티 × 썬라이더

직업군 PPL · 9컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (2/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜 이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

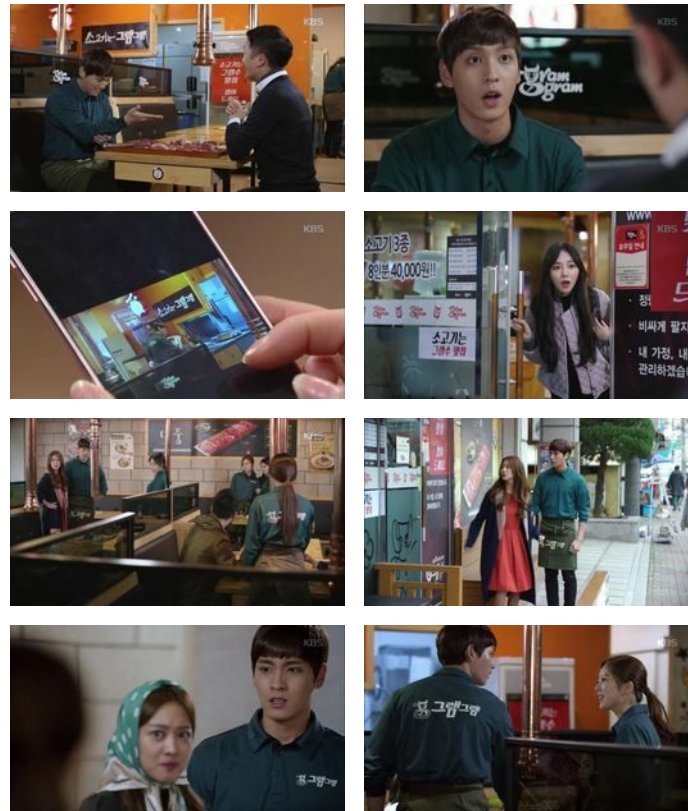
미스티 × 데코르테

제품 PPL · 10컷



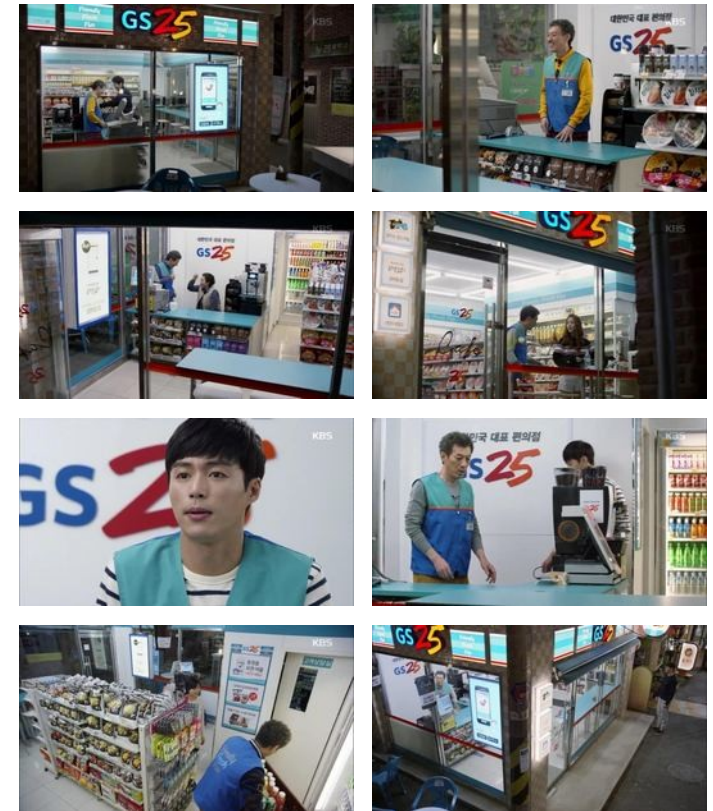
부탁해요 엄마 × 그램그램

직업군 PPL · 9컷



부탁해요 엄마 × GS25

직업군 PPL · 9컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (3/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

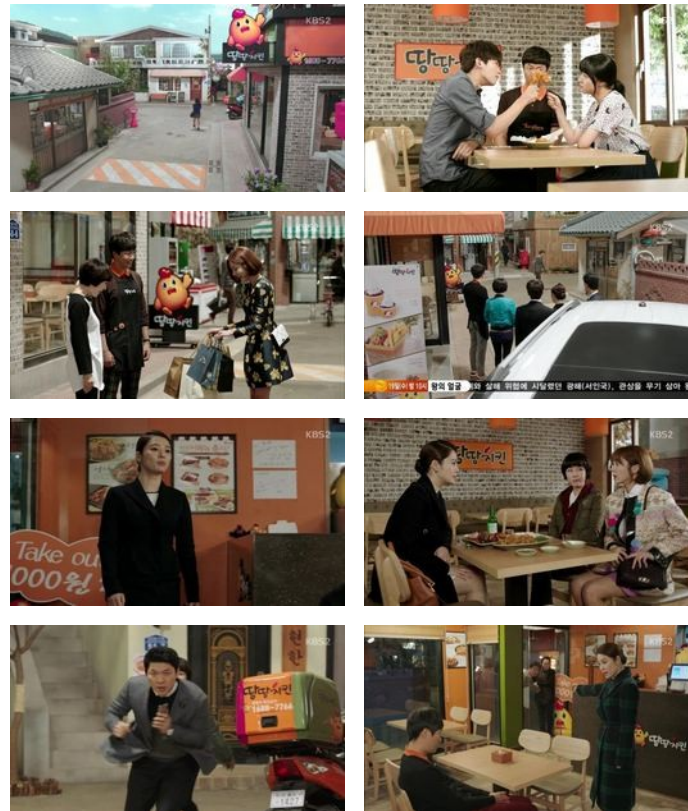
천상의 약속 × 불소식당

직업군 PPL · 9컷



가족끼리 왜이래 × 땡땡치킨

직업군 PPL · 9컷



가족끼리 왜이래 × 하루엔소쿠

직업군 PPL · 9컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (4/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜 이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

닝쿨째 굴러온 당신 · 최고다 이순신 × 블랙스미스

직업군 PPL · 4컷



트로트의 연인 × 담소사골순대

직업군 PPL · 9컷



트로트의 연인 × 엠리밋 · 투웬스 × 밀레

제품 PPL · 9컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (5/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

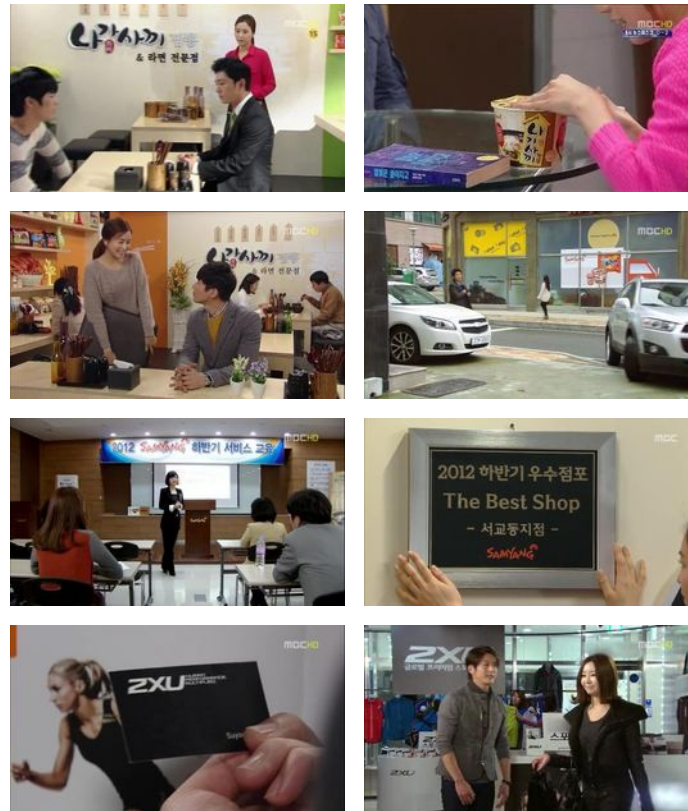
돈의 화신 × 크로커다일레이디 · 블랙스미스

직업군 PPL · 9컷



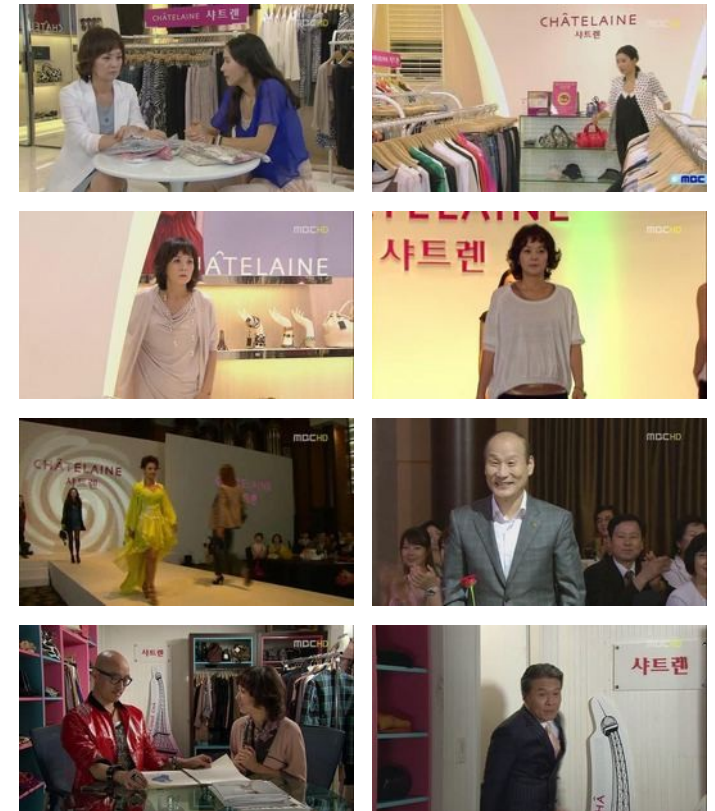
아들 녀석들 × 삼양 · 2XU

직업군 PPL · 9컷



애정만만세 × 샤트렌

직업군 PPL · 9컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

직업군 PPL 성공 사례 — 인물이 브랜드를 운영하는 드라마 (6/6)

봄밤 · 미스티 · 부탁해요 엄마 · 천상의 약속 · 가족끼리 왜 이래 · 트로트의 연인 · 애정만만세 등 — 주인공의 직업과 일터가 곧 브랜드가 되는 직업군 PPL

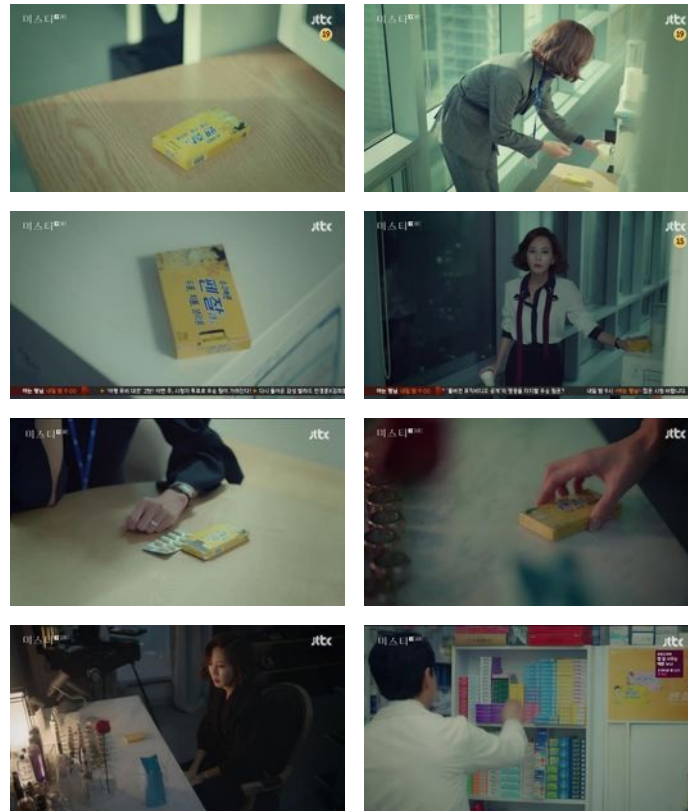
애정만만세 × 죽이야기

직업군 PPL · 9컷



미스티 × 펜잘

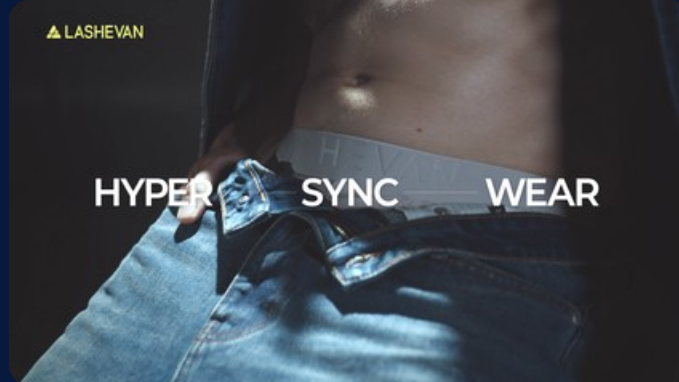
제품 PPL · 11컷



* 방송사 · 광고보고서 캡처 화면 기준 — 전체 컷은 웹 회사소개서(HTML)에서 확인하실 수 있습니다.

CF 기획 · 제작 — 라쉬반 2026 CEO 캠페인 "HYPER SYNC WEAR"

창업주가 직접 출연하는 브랜드 캠페인을 기획·제작하고, 소재별 매체 운용 설계와 심의·청약까지 한 번에 진행했습니다



CEO 30초 편 스틸 — "수만 번의 / 보이지 않는 기술의 격차까지 / 집요하게 / HYPER SYNC WEAR" (2026.06 완성 · 7월 온에어)

캠페인

LASHEVAN "집요하게" 편 — HYPER SYNC WEAR (0.1mm의 오차까지 집요하게, 무중력의 편안함 33.3°)

소재

6종 — 티저 15초 · CEO 15초 · CEO 30초 · 토미 30초 · 소재편 30초 · 재단편 30초 + 9:16 세로 · 6초 범퍼 변형

출연

창업주 백경수 CEO 직접 출연 · 실사 + 3D/CG 제품 렌더 · 연구실(LASHEVAN LAB) 세트

매체 매핑

지상파 KBS = CEO편(심의 통과 소재) / 유튜브·메타 = 재단편·소재편(열화상 연출, 디지털 전용) / 숏폼 = 티저·토미 9:16 / OTT = CEO 30초

성과

디지털 소재 A/B — 재단편 30초 조회율 45.9% · CPV 8원대(2개월 연속 1위), CEO 15초 조회 기여 1위, 티저 15초 노출 1위

+ 담가화로구이 CF 캠페인(2026) — 메인 30초 · 서브 15초 · 범퍼 6초 · 메뉴컷 · 매장 TV 루프 · 숏폼 라인업 기획 · "취조실 편" 스크립트 · 제작사(Pierce) 협업 건적 · 9~10월 온에어 설계

CF 제작 · 방송광고 레퍼런스

브랜드 캠페인부터 프랜차이즈 · 뷰티 · 헬스케어 · 요양 서비스까지 — 제목을 누르면 영상을 바로 확인할 수 있습니다



라쉬반

- ▶ [강철부대_박군 편](#)
- ▶ [자존심_이상민 편](#)
- 2026 CEO 캠페인 HYPER SYNC WEAR (6종)



카페베네

- ▶ [2009 한예슬 편](#)
- ▶ [2012 월드프랜차이즈 뉴욕 편](#)
- ▶ [2015 전국민 힘내 캠페인 편](#)
- ▶ [2016 새로운 베이글이 열린다 편](#)



가히 (KAHI)

- ▶ [누구나 쉽게 아름답게_엄마 편](#)
- ▶ [누구나 쉽게 아름답게_딸 편](#)



피자헛

- ▶ [케이준 더블쉬림프 포켓_티저 편](#)
- ▶ [립스테이크 바이트피자_보스의 귀환 편](#)



셀리턴

- ▶ [웨어즈_진짜 따뜻함은 몸 속부터 편](#)
- ▶ [LED 마스크_오직 피부로 말할 뿐 편](#)



자이글

- ▶ [ZWC 페이스 앤 바디마스크_피부톤업의 완성 편](#)
- ▶ [자이글_자이글하니까 좋다 편](#)



아모르파티요양원

- ▶ [김연자_입주 편](#)
- ▶ [문화봉사단모집 편](#)



담가화로구이

- 2026 CF 캠페인 — 메인 30초 · 서브 15초 · 범퍼 6초 · 메뉴컷 · 매장 TV · 숏폼 (제작 진행)

* tvcf.co.kr · YouTube 링크. 이 외 그램그램 · 블랙스미스 · 티파니앤크(OOH 광고 기획) 등 다수 브랜드의 광고 기획 · 지면 제작 · 방송광고 집행 진행

방송광고 매체 설계 · 집행 — 2026년 8월 라쉬반 집행 리포트

공식 방송광고 대행사로서 청약 · 심의 · 송출 · 닐슨 포스트바이까지 직접 수행합니다. 채널A 재배포분으로 코어 타깃 CPRP를 한 달 만에 52% 낮췄습니다

630회

TV 송출 (채널A 384 · KBS2 44 · MBC경남 202)

1,017만 명

전국 개인 도달 (도달률 21.0% · 평균 빈도 3.4)

-52%

코어 타깃(P4060) CPRP 전월 대비

3.4배

채널A 청약 112회 → 실송출 384회

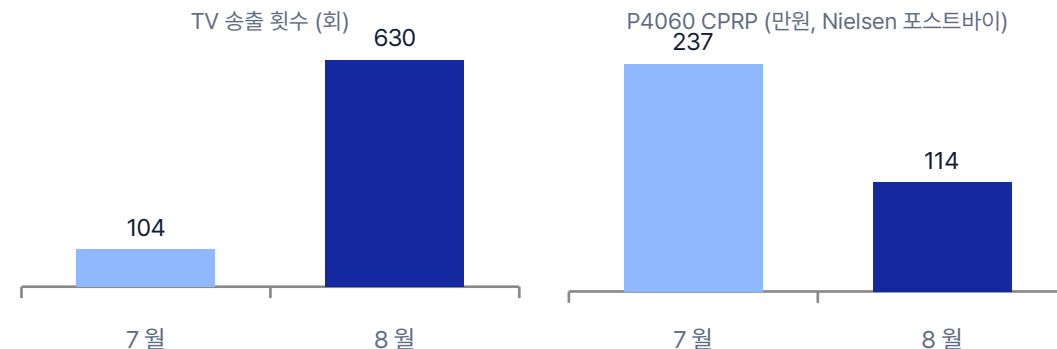
8.9배

TV 정가 환산 배수 (7월 4.8배 → 8월)

40.6%

유튜브 VVC 조회율 · CPV 9.2원 (8/1~8/7)

월별 TV 송출 횟수 · 코어 타깃 CPRP



01

설계안 (예산 시나리오 · 매체 믹스)

02

매체사 세부안 검증 (미디어렙)

03

광고주 의견서 (목적 버킷 재배포분)

04

심의 · 청약 (KOBAnet · 미디어렙)

05

송출 · 모니터링

06

월간 성과 보고 (닐슨 포스트바이)

매체 · 측정 파트너

KBS2 (KOBAnet 청약)

MBC경남 (지역 실험 설계)

채널A · 채널A플러스 (미디어렙 대행 계약)

JTBC · JTBC3 (2019 캠페인 제안·집행)

나스미디어 (디지털 세부 집행안)

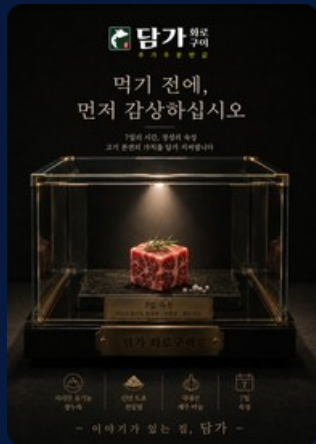
Nielsen 포스트바이 (GRP · CPRP · 도달 · 빈도)

OTT / CTV

유튜브 · 메타 · 네이버 · 카카오

AI 광고 영상 · 비주얼 제작

생성형 AI로 키비주얼 · 콘티 · 포스터 · 숏폼 소재를 당일 다중 시안으로 개발하고, 실사 · 3D CG와 결합해 캠페인 소재로 확장합니다



AI 제작 워크플로

- 1 브랜드 가이드 · 소구 포인트를 프롬프트로 설계
- 2 AI 키비주얼 · 무드보드 · 콘티 다중 시안
- 3 광고주 선택 → 실사 촬영 · 3D CG 결합 편집
- 4 TV · 유튜브 · 숏폼 · 매장 TV · SNS 소재 전개

담가화로구이 프리미엄 캠페인 AI 키비주얼 시리즈 (2026.08) — "시간이 만든 명품" · "먹기 전에, 먼저 감상하십시오" · "육즙이 대신 말합니다" · "오늘 가장 맛있는 건배" · "7일을 기다려, 불맛의 정점에" * AI 생성 시안

당일 시안

아이디어 → 키비주얼까지 하루 안에 다중 시안

시리즈 일관성

로고 · 태그라인 · 재료 아이콘 · 톤앤무드 통일

제작비 절감

스튜디오 촬영 전 콘셉트 검증, 소재 변형 비용 최소화

실사 + CG 결합

라쉬반 CF 3D 제품 렌더 · 원단 매크로 컷 등 CG 활용

AI 광고 영상 제작 결과물 — 라쉬반 — 2026 캠페인 AI CF 4편

"한계를 넘는 사람들의 기준" — CEO 출연 서사와 프리미엄 프로덕트 비주얼을 AI로 제작한 30초 CF 시리즈 (4K)

30초 · 3840×2160 · AI 생성

전 인류 언더웨어 체인지 프로젝트

"세상을 바꾸는 사람은 언제나 먼저 떠난 사람이었다" —
대항해의 CEO 서사로 브랜드 비전을 선언하는 30초



30초 · 3840×2160 · AI 생성

자기 몸을 아는 남자들

"한계는 몸이 아니라 스스로 그어놓은 선이다" — 드레스룸 · AIR FLOW 33.3°C · 프리미엄 패키지



30초 · 3840×2160 · AI 생성

성공은 그렇게 만들어진다

출근 준비 · 경기장 입장 · SEPARATION / AIR FLOW 기능
비주얼 → 프리미엄 박스 엔딩



30초 · 3840×2160 · AI 생성

성공한 사람들의 공통점

"작은 차이가 결국 큰 차이를 만든다" — 성공한 사람들의 루틴을
따라가는 브랜드 필로소피 편



AI 광고 영상 제작 결과물 — 세라퀸즈 — AI 광고 영상 3편

"피부는 볼륨이다" — 세계의 절경과 K-뷰티 제품을 잇는 브랜드 무드 필름과 제품 광고

30초 · 1280×720 · AI 생성

세라퀸즈 메인 광고 (30초)

올루루 · 그랜드캐니언 · 폭포 · 소금 사막 · 12사도 해안 —
세계의 절경 속 여성들에서 핑크 제품 엔딩까지



10초 · 1280×720 · AI 생성

세라퀸즈 광고물 1 — 무드 필름

억새 들판의 일출, 협곡, 무지개 폭포 — 자연광 속 인물로 브랜드
톤을 정의하는 10초 티저



12초 · 1280×720 · AI 생성

세라퀸즈 광고물 2 — 제품 광고

화이트 스튜디오의 EGF 톡스 볼륨 리프팅 크림 → 텍스처
클로즈업 → 사용 컷



AI 광고 영상 제작 결과물 — 담가화로구이 AI 영상 2편 · 한국 중증 피부장애 지원센터 공익 광고

신메뉴 CF · 가맹점주 스토리텔링 영상부터 기관 공익 캠페인까지 — 같은 AI 워크플로로 브랜드와 기관의 톤을 각각 살립니다

30초 · 1920×1080 · AI 생성 + 편집

담가화로구이 신메뉴 출시 CF "취조실 편"

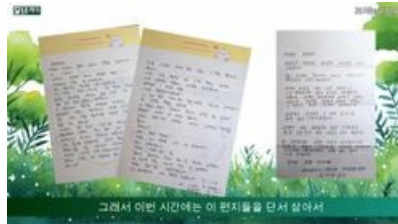
강력계 형사 × 절대 미각 용의자 — 수제 양념갈비 · 속성 삼겹살 신메뉴와 첫 주문 할인 CTA를 취조실 서스펜스로 풀어낸 30초



13분 · 보이는 라디오 포맷 · AI 생성 + 편집

가맹점주 감동 영상 "보이는 라디오"

가맹점주의 편지를 라디오 사연으로 풀어낸 13분 스토리텔링 영상 — 절망에서 매장 앞 가족의 웃음까지



30초 · 3840×2160 · AI 생성

난치성 중증 피부 장애 지원 안내 광고

"보이는 피부보다 보이지 않는 고통이 더 클 수 있습니다" — 발진 · 아토피 · 건선 등 난치성 피부질환 지원 안내와 상담 전화 CTA



AI 광고 영상 제작 결과물 — 남성 커버 로션 브랜드 런칭 CF 5편 (런칭 준비)

동일 소구를 다섯 가지 톤으로 변주한 컨셉 시리즈 — 브랜드 톤 확정 전 다중 시안 제작의 실제 사례

30초 · 1280×720 · AI 생성

프리미엄 테크 톤 A

카페 · 출근길 · 파우치 인서트에서 제품 엔딩까지, 브랜드 톤을 규정하는 첫 번째 컨셉



30초 · 1280×720 · AI 생성

프리미엄 테크 톤 B

엘리베이터 · 피부 클로즈업 · 오피스 — 같은 소구를 다른 인물과 장면으로 변주한 30초 버전



30초 · 1280×720 · AI 생성

"피부도 알림을 보낸다" 편

메신저 알림 버블 메타포로 피부 고민을 시각화 — 셀피 · 지하철 · 거리의 일상 컷으로 구성



30초 · 1280×720 · AI 생성

미니멀 프로덕트 편

암전 속 실루엣 리빌 → 용기 · 텍스처 클로즈업 → 사용 컷, 제품 중심의 미니멀 구성



30초 · 1280×720 · AI 생성

직장인 편

출근 · 회의 · 점심 — 직장인의 하루를 따라가는 데일리 스토리 컨셉



세라퀸즈 (CÉRA QUEEN'S) — 광고 포스터 32종 (1/2)

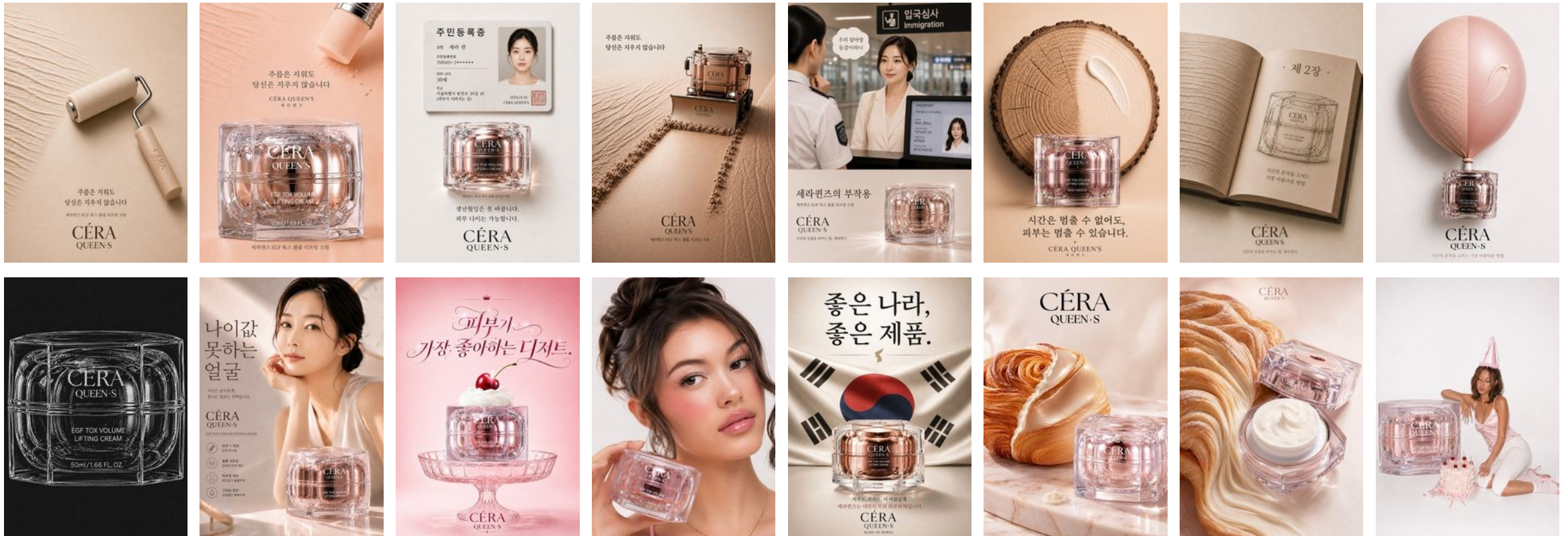
"피부는 볼륨이다" — Quiet Luxury 톤의 브랜드 바이블과 페르소나에 맞춰 제작. 나이 · 시간 · 피부 고민을 유틸리티 있는 한 줄 카피와 오브제로 풀어낸 시리즈



* 브랜드 바이블 · 페르소나 기준으로 생성형 AI가 제작한 광고 포스터 시안 — 카피 · 모델 · 제품 렌더링 · 레이아웃까지 당일 다중 전개, 인스타그램 · 상세페이지 · 매장 POP · 옥외 소재로 확장

세라퀸즈 (CÉRA QUEEN'S) — 광고 포스터 32종 (2/2)

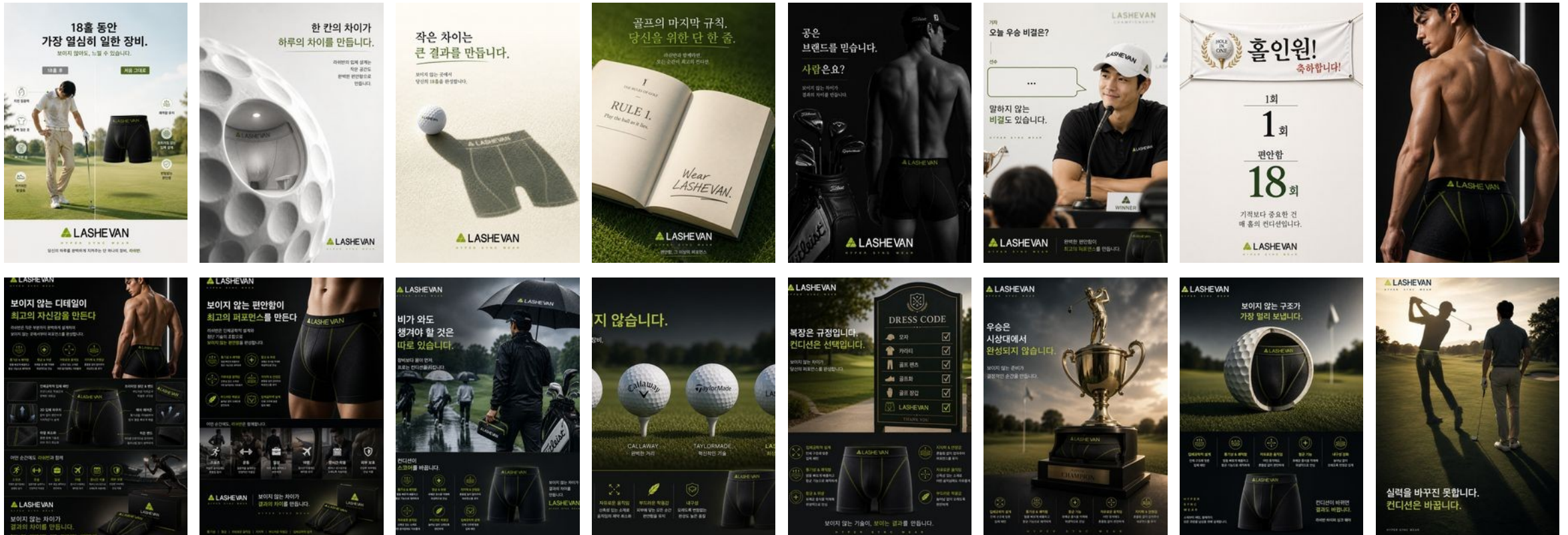
"피부는 볼륨이다" — Quiet Luxury 톤의 브랜드 바이블과 페르소나에 맞춰 제작. 나이 · 시간 · 피부 고민을 유틸리티 있는 한 줄 카피와 오브제로 풀어낸 시리즈



※ 브랜드 바이블 · 페르소나 기준으로 생성형 AI가 제작한 광고 포스터 시안 — 카피 · 모델 · 제품 렌더링 · 레이아웃까지 당일 다중 전개, 인스타그램 · 상세페이지 · 매장 POP · 옥외 소재로 확장

라쉬반 골프 캠페인 — 광고 포스터 26종 (1/2)

"HYPER SYNC WEAR" 골프 시즌 캠페인 — 골프공 · 그린 · 홀컵 · 스코어카드 등 골프 오브제와 제품의 입체 설계를 결합한 키비주얼 시리즈



* 브랜드 바이블 · 페르소나 기준으로 생성형 AI가 제작한 광고 포스터 시안 — 카피 · 모델 · 제품 렌더링 · 레이아웃까지 당일 다중 전개, 인스타그램 · 상세페이지 · 매장 POP · 옥외 소재로 확장

라쉬반 골프 캠페인 — 광고 포스터 26종 (2/2)

"HYPER SYNC WEAR" 골프 시즌 캠페인 — 골프공 · 그린 · 홀컵 · 스코어카드 등 골프 오브제와 제품의 입체 설계를 결합한 키비주얼 시리즈



* 브랜드 바이블 · 페르소나 기준으로 생성형 AI가 제작한 광고 포스터 시안 — 카피 · 모델 · 제품 렌더링 · 레이아웃까지 당일 다중 전개, 인스타그램 · 상세페이지 · 매장 POP · 옥외 소재로 확장

1등과 2등의 차이가 큰 시대입니다

살아남는 종은 가장 강한 종도, 가장 똑똑한 종도 아니다. 변화에 가장 잘 적응하는 종이 살아남는다.

IT와 AI를 접목한 첨단 미디어 기술 회사로

"광고는 보는 것에서 참여하는 것으로 바뀌어야 합니다." — TV 시청률이 낮아지고 광고 회피가 늘어나는 시대에 엠피디컴퍼니는 콘텐츠 기반 PPL, AI 광고 제작, 리워드 플랫폼, 데이터 매체 운영으로 광고의 방식을 다시 설계합니다.



AI 광고 제작

생성형 AI 영상 · 이미지(Seedance · TopView · Magnific 등)로 30초 CF · 숏폼 · 키비주얼을 당일 다중 시안으로 제작, 실사 · 3D CG 결합



데이터 매체 운영

픽셀 · GA4 · UTM 표준 측정, 닛슨 포스트바이(GRP · CPRP), 목적 버킷 예산과 ROAS 규칙 기반 운영



IT 솔루션 개발

리워드 앱 "알람머니" 기획 · 개발 · 출시 경험 — 앱 · 커머스 · 광고 플랫폼 설계



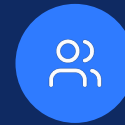
콘텐츠 기반 PPL

드라마 · 예능 · 유튜브 콘텐츠 안에 브랜드 서사를 심는 참여형 광고 — 600편+ 콘텐츠 경험



멀티 플랫폼 확산

유튜브 쇼츠 · 인스타 릴스 · 틱톡 · 네이버 클립 · OTT · 매장 TV 까지 하나의 소재를 플랫폼 문법에 맞게 전개

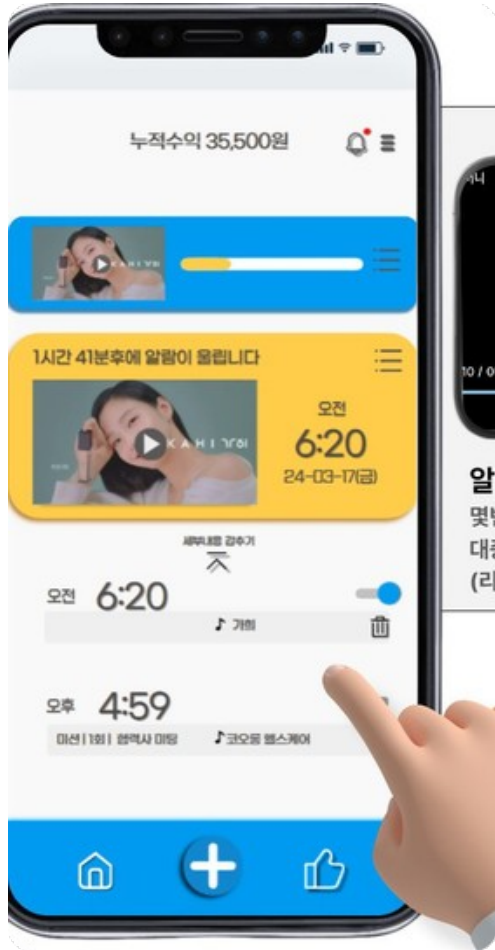


사람이 만드는 기술

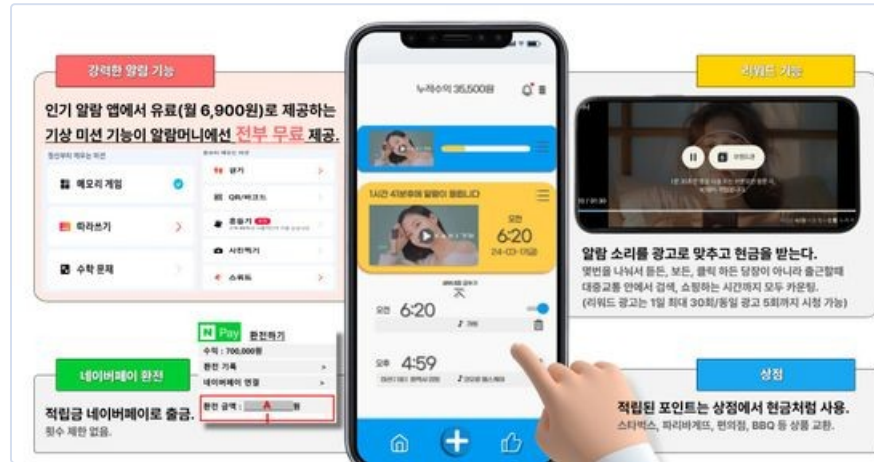
AI 도구를 다루는 마케팅 PD — 작가 · 감독 · 크리에이터와 현장에서 조율하는 사람의 역할은 그대로

IT 솔루션 개발 — 리워드 앱 "알람머니"를 직접 기획·개발·출시했습니다

알람 벨소리를 광고로 바꾸고, 알람을 끄면 리워드가 쌓이는 앱 — 서비스 설계 · UX/UI · 개발 · 서버 · 광고 상품 · 쇼핑몰 연동 · 출시 마케팅까지 직접 수행



메인 화면 — 알람 · 리워드 광고 · 누적 수익



주요 기능 — 기상 미션 · 리워드 알람 · 네이버페이 환전 · 상점



사용 방법 — CPM → CPV · CPC → CPI · Sell, 한 번의 알람으로 노출부터 구매까지



관심 분야 광고 보관함 · 광고 쇼핑



시청 → 검색 → 구매 → 쿠폰 — 매체의 모든 전달 방식을 한 앱에

알람머니 — 서비스 구조와 직접 수행한 IT 역량

"광고를 거부하는 시대에서, 광고를 쇼핑하는 시대로." · 광고주 100원 → 사용자 50원 : 플랫폼 30원 : 대행사 20원 — 단순하고 투명한 수익 구조

알람 = 광고

알람이 울릴 때 광고(CF)를 듣고 · 보고 · 검색하면 리워드 적립. 1분 30초 시청 기준, 네이버페이로 환전

광고 쇼핑 · 보관함

알고 싶은 분야의 광고를 미리 담아 알람으로 재생 — 브랜드 각인과 충성도를 높이는 구조

AI 맞춤 추천 "모니"

사용자 관심사 기반 광고 추천 모델 — 광고주에게는 CPM · CPV · CPC · CPI 통합 과금 설계

무료 기상 미션

메모리 게임 · 따라쓰기 · 수학 문제 · 걷기 · QR 스캔 · 흔들기 · 사진 찍기 · 스쿼트 — 타 앱의 유료 기능을 무료로

상점 · 자체 쇼핑물

적립 포인트를 상점(커피 · 편의점 · 외식 상품권)과 자체 쇼핑물에서 현금처럼 사용, 광고주는 광고비 회수

초대 · 크루 리워드

초대 링크로 연결된 사용자의 리워드 활동에 지속 적립되는 컨텍스트 마케팅 구조



단순한 수익 구조 — 광고주 100원 → 사용자 50원 · 플랫폼 30원 · 대행사 20원 (사업계획서 발체)

프로젝트 타임라인

- 2022.09** ● 주식회사 알리머 법인 설립 (정보통신업 · 소프트웨어 개발, 대표 최무영) — 85p 사업계획서 완성
- 2023** ● 디자인 · 개발 · 서버 구축 · 테스트, 광고 상품 제안서 · 미디어렙 파트너 설계
- 2024.02** ● 안드로이드 버전 출시 — "세계 최초 리워드 알람 앱" 언론 보도(넥스트데일리), 4월 네이버페이 실시간 교환
- 2025** ● 파이낸스투데이 대표 인터뷰(4월), 머니투데이 · 한국경제TV · 디지털조선일보 앱테크 보도(7월)
- 현재** ● 서비스는 종료, 기획 · 개발 · 운영 노하우는 광고주의 앱 · 리워드 · 커머스 솔루션 설계에 활용

직접 수행한 IT 역량

서비스 기획 · 사업계획서 · 손익 모델

UX / UI 설계 · 앱 디자인

앱 개발 · 서버 · 보안 · 유지보수 관리

광고 SDK · 리워드 · 포인트 시스템

네이버페이 · 결제 · 쇼핑물 연동

광고주 대시보드 · 성과 리포트

출시 마케팅 (CF · 유튜브 · 버스 · 언론)

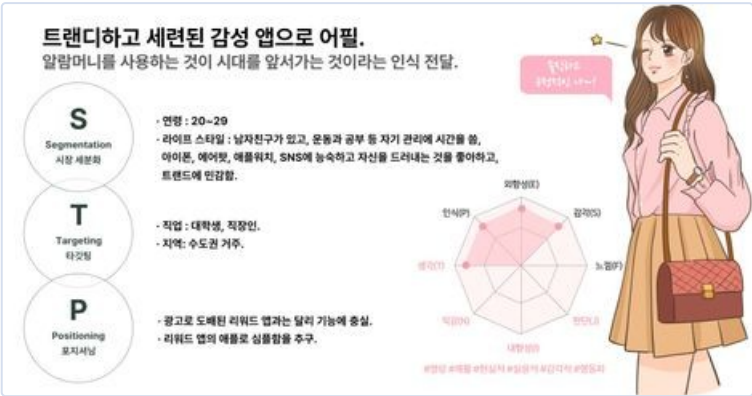
* 알람머니(주식회사 알리머, 대표 최무영)는 엠피디컴퍼니가 기획 · 개발 · 출시한 리워드 앱으로 현재 서비스는 종료되었습니다. 기획 · 개발 · 운영 노하우는 광고주의 앱 · 리워드 · 커머스 솔루션 설계에 활용합니다.

알람머니 — 자체 쇼핑몰 · 타깃 전략 · 확장 설계

앱은 종료되었지만, 서비스 기획부터 커머스 연동과 AI 기반 확장 설계까지의 경험은 광고주의 IT 솔루션 프로젝트에 그대로 쓰입니다



선순환 구조의 자체 쇼핑몰 — 적립금으로 광고주 제품을 구매, 광고비 회수



STP 전략 — 20대 트렌드 감성 앱으로 포지셔닝



향후 계획 — 아침을 여는 멀티 AI 기반 메타 서비스로의 확장 설계



앱 · 서비스 기획

사업계획서 · 손익 모델 · UX/UI · 기능 정의



개발 · 운영

앱 개발 · 서버 · 보안 · 유지보수, 광고 SDK · 포인트 시스템



커머스 · 결제 연동

네이버페이 · 자체 쇼핑몰 · 상점(상품권) 연동



광고주 대시보드

CPM · CPV · CPC · CPI 통합 과금과 성과 리포트

언론이 본 엠피디컴퍼니

대표 인터뷰와 알람머니 관련 보도 — 제목을 누르면 기사로 이동합니다

파이낸스투데이 · 2025.04.15 · INTERVIEW

[인터뷰] 엠피디컴퍼니 최무영 대표, "알람머니" 리워드 앱과 콘텐츠 기반 PPL로 광고 시장에 신선한 바람

- "광고는 '보는 것'에서 '참여하는 것'으로 바뀌어야 합니다."
- 매니저에서 드라마 제작 · 방송으로 이어진 20년 이상의 경력, 600편 이상의 콘텐츠 참여
- 카페베네 · 블랙스미스 · 자이글 · 티파니앤코 등 브랜드 초기부터 진행한 PPL 성공 사례
- 알람머니를 유튜브 쇼츠 · 인스타그램 릴스 · 틱톡과 연결되는 디지털 광고 모델로 확장

[인터뷰 기사 보기 →](#)

머니투데이 · 2025.07.17

"알람머니", 아침 알람이 "리워드"가 되는 구조...놀라운 앱테크

[기사 보기 →](#)

한국경제TV · 2025.07.15

시간 낭비에 지친 앱테크족...알람머니는 어떻게 해결했을까?

[기사 보기 →](#)

디지털조선일보 · 2025.07.16

"알람"만 끄면 돈 버는 "앱테크"가 있다? 리워드형 알람 앱 "알람머니"

[기사 보기 →](#)

넥스트데일리 · 2024.01.30

(주)알리머, 알람 벨소리 리워드 앱 "알람머니" 론칭 예정

[기사 보기 →](#)

언론 플레이 — PPL은 노출로 끝나지 않습니다

확정 → 방영 → 화제 → 상품 → 언론까지 하나의 흐름으로 설계합니다. 보도자료의 마지막 문장은 늘 광고주의 다음 액션(세미나 · 공식몰 · 신메뉴)으로 연결됩니다

4단계 릴리스 설계

01 제작지원 확정 릴리스

방영 전 — 프로그램 개요 · 극 중 역할 · 브랜드 스토리

02 현장 · 반응 릴리스

촬영장 배우 · 스태프 반응, 방영 후 매장 방문 · 가맹 문의 증가

03 회차 · 촬영지 릴리스

2호점 오픈식 등 특정 회차 장면과 실제 매장 연결

04 상품 · 누적 레퍼런스

우승 메뉴 밀키트 출시, 사회공헌, 누적 방송 레퍼런스 재인용

1 이슈 · 5 앵글

런칭 / 인물 스토리 / 트렌드 · 핫플 / 타깃(가족 · 청소년) / 창업 · 수익 구조 — 하나의 팩트 세트를 매체와 독자에 맞춰 나눠 씁니다. 사진 · 캡션 · 포스터 구성까지 패키지로 전달합니다.

담가화로구이 보도자료 시리즈 — 20개월 · 17종

- 2024.05 "격이 다른 프리미엄 소고기를 반값에!" 브랜드 런칭 — 모델 · 창업주 스토리 · 세미나 등 7종 시리즈
- 2024.08 "프리미엄 소고기 담가화로구이, KBS2 주말연속극 <다리미 패밀리> 제작지원" (방영 전 확정)
- 2024.10 "<다리미 패밀리> 방영 후 기대 이상의 반응" — 매장 방문 · 가맹 문의 급증
- 2025.01 "구리토평점, KBS <다리미 패밀리> 촬영지로 주목" — 31 · 33부 2호점 오픈식 장면
- 2025.07 "KBS2 새 주말연속극 <화려한 날들> 제작지원... 가족 드라마 속 중심 공간으로"
- 2025.11 "<편스토랑> 300회 우승 메뉴 장민호의 양념 LA갈비 밀키트 12월 6일 출시"
- 2025.12 "<미스트롯 시즌4> 제작지원 참여" + 우승 메뉴 반응 · Media-to-Menu 협업 모델 (6종)

유튜브 · 인플루언서 PPL — 200편 이상, 조회수에서 매출까지

대형 예능형 채널부터 여행 · 커플 · 헬스 · 먹방 크리에이터까지, 브랜드 소구를 채널 문법에 맞는 대본으로 바꿔 200편 넘게 진행했습니다

200+

진행 콘텐츠 (유튜브 · 인스타 · 페이스북 · 숏폼)

8,255만+

대표 레퍼런스 54편 누적 조회수

28편

조회수 100만 이상 (54편 중)

130+

채널 데이터베이스 (구독자 · 단가 · 평균 조회수 · 타겟)

39개

브랜드 (대표 54편 기준)

협업 채널 · 크리에이터

희철리즘 노빠꾸락재훈 짬한형 신동엽 끈대희 뜬뜬 (핑계고 · 강촌캉스) 위크맨 전과자 차린건 쥐뿔도 없지만 방탄TV 세븐틴 추성훈

자유부인 한가인 안녕하세요 최화정이에요 홍석천의 보석함 노홍철 선과 함께 이대호 A급 장영란 집대성 세계는요지경 은지랑 이은지 리쥬라이크

강밍경 지편한세상 입지않은 관종언니 활명수 조튜브 미호TV 에이미 마인드씨피알 잡재홍 비보TV 연기의 성 아침먹고 가 차박차박

웃기시네 레라괴롭히기 리틀조빅조 조준 김치와 바게뜨 하이픽션 아조씨 네고왕 TV조선 트롯 욕심사단

PLATFORMS

YouTube 롱폼 · 쇼츠 | Instagram 릴스 · 피드 | Facebook | TikTok | Naver 클립 | 방송사 유튜브 채널(TV조선) · 크리에이터 채널 직접 제작(비보TV) | 유튜브 · 메타 유료 광고 운영

유튜브 · 인플루언서 PPL 프로세스

구독자 수가 아니라 "단가 대비 평균 조회수"와 "브랜드 타겟 적합성"으로 채널을 고르고, 시청이 구매 · 방문으로 이어지는 장치까지 설계합니다



표준 제안 조건

브랜드 콘텐츠 / 기획 PPL 구분

노출 개런티 분 단위 명시

2차 라이선스 범위 별도 협의

쇼츠 · 릴스 · 틱톡 · 클립 2차 배포 조건

게스트 초상권 · 거마비 사전 정리

동일 카테고리 경쟁 브랜드 노출 간격 관리

업로드 가능일 · 촬영 소요 기간 명시

조회수 500만 채널도 "광고 어필이 성의 없으면" 비추천

대표 레퍼런스 — 조회수 200만 ~ 900만 콘텐츠

엠펙디컴퍼니가 기획 · 섭외 · 진행한 유튜브 PPL 콘텐츠 중 상위 12편. "영상 보기"를 누르면 노출 시점부터 재생됩니다

911만회 01 집대성 모에브 ▶ 영상 보기	696만회 02 차린건 쥐뿔도 없지만 푸라닭 ▶ 영상 보기	500만회 03 뜯뜯(깡촌캉스) 쿠크(음식물처리기) ▶ 영상 보기	498만회 04 방탄TV 노모어피자 ▶ 영상 보기
442만회 05 뜯뜯(핑계고) 멜론 ▶ 영상 보기	312만회 06 강밍경 이삭토스트 ▶ 영상 보기	268만회 07 추성훈 닛세린 ▶ 영상 보기	254만회 08 노빠꾸탁재훈 라쉬반 ▶ 영상 보기
217만회 09 워크맨 메가커피 ▶ 영상 보기	207만회 10 짬한형 신동엽 라쉬반 ▶ 영상 보기	205만회 11 세계는요지경 라쉬반 ▶ 영상 보기	204만회 12 끈대희 라쉬반 ▶ 영상 보기

※ 조회수는 리스트 정리 시점 기준, 이후 증가분 미반영. 전체 54편 리스트는 다음 페이지 참조

유튜브 PPL 레퍼런스 리스트 (1/2)

조회수 순 정렬 · 링크는 노출 시점부터 재생 · 대표 54편 (전체 진행 콘텐츠 200편+ 중 일부)

#	채널	브랜드	조회수	링크
1	집대성	모에브	911만회	▶ 보기
2	차린건 쥐뿔도 없지만	푸라닭	696만회	▶ 보기
3	뜬뜬(깡촌캉스)	쿠쿠(음식물처리기)	500만회	▶ 보기
4	방탄TV	노모어피자	498만회	▶ 보기
5	뜬뜬(핑계고)	멜론	442만회	▶ 보기
6	강명경	이삭토스트	312만회	▶ 보기
7	추성훈	넛세린	268만회	▶ 보기
8	노빠꾸탁재훈	라쉬반	254만회	▶ 보기
9	워크맨	메가커피	217만회	▶ 보기
10	짬한형 신동엽	라쉬반	207만회	▶ 보기
11	세계는요지경	라쉬반	205만회	▶ 보기
12	꼰대희	라쉬반	204만회	▶ 보기
13	차린건 쥐뿔도 없지만	리필드	204만회	▶ 보기
14	A급 장영란	리필드	155만회	▶ 보기

#	채널	브랜드	조회수	링크
15	자유부인 한가인	휴롬	148만회	▶ 보기
16	안녕하세요 최화정이에요	가시제거연구소	147만회	▶ 보기
17	노홍철	리드볼트	141만회	▶ 보기
18	노빠꾸탁재훈(탁스패치)	웰씨푸드	140만회	▶ 보기
19	집대성	오토오브맘	140만회	▶ 보기
20	짬한형 신동엽	바이탈플랜트 롤팬	139만회	▶ 보기
21	짬한형 신동엽(쓰는형)	노모어피자	128만회	▶ 보기
22	전과자	스킨푸드	128만회	▶ 보기
23	워크맨(워크돌)	약손명가	123만회	▶ 보기
24	세븐틴	노모어피자	112만회	▶ 보기
25	안녕하세요 최화정이에요	아르마니(뷰티)	112만회	▶ 보기
26	희철리즘	라쉬반	107만회	▶ 보기
27	지편한세상	헤이딜러	105만회	▶ 보기
28	선과 함께	로보락(미니 세탁건조기)	101만회	▶ 보기

유튜브 PPL 레퍼런스 리스트 (2/2)

조회수 순 정렬 · 링크는 노출 시점부터 재생 · 이 외 라쉬반 · 담가화로구이 · 가히 등 다수 콘텐츠 별도 리스트 제공 가능

#	채널	브랜드	조회수	링크
29	மிழ않은 관종언니	세라일론	95만회	▶ 보기
30	전과자(세입자)	클룩	92만회	▶ 보기
31	노빠꾸탁재훈(탁스패치)	지누스	89만회	▶ 보기
32	리쥬라이크	케라스타즈	89만회	▶ 보기
33	은지랑 이은지	쏘카	86만회	▶ 보기
34	전과자(의뢰자)	한끼통살	85만회	▶ 보기
35	세계는요지경	리드볼트	78만회	▶ 보기
36	활명수	스킨푸드	77만회	▶ 보기
37	희철리즘	슬룸 마사지기	71만회	▶ 보기
38	희철리즘	라쉬반	67만회	▶ 보기
39	조튜브	슬룸 마사지기	59만회	▶ 보기
40	세계는요지경	헤이딜러	59만회	▶ 보기
41	리쥬라이크	웰라쥬	58만회	▶ 보기
42	이대호	프링글스	56만회	▶ 보기

#	채널	브랜드	조회수	링크
43	희철리즘	말해보카	45만회	▶ 보기
44	மிழ않은 관종언니	어성초	43만회	▶ 보기
45	A급 장영란	라벨디어스	43만회	▶ 보기
46	은지랑 이은지	로보락	43만회	▶ 보기
47	홍석천의 보석함	노모어피자	34만회	▶ 보기
48	희철리즘	가히(선스틱)	31만회	▶ 보기
49	홍석천의 보석함	테무	24만회	▶ 보기
50	희철리즘	가히(선스틱)	21만회	▶ 보기
51	노홍철	슬리퍼	20만회	▶ 보기
52	에이미	비알머드	17만회	▶ 보기
53	미호TV	폴리오 마사지기	15만회	▶ 보기
54	미호TV	볼스원 디퓨저	14만회	▶ 보기

라쉬반 유튜브 캠페인 — 조회수가 매출이 되는 설계

동일한 4대 소구 포인트를 채널마다 다른 문법으로 풀고, 더보기 · 고정댓글 한정 이벤트로 시청을 구매로 연결해 편별 매출을 추적했습니다

1,044만회

대표 6편 누적 조회수 (노빠꾸탁재훈 254만 · 째한형 207만 · 세계는요지경 205만 · 끈대희 204만 · 희철리즘 107만 · 67만)

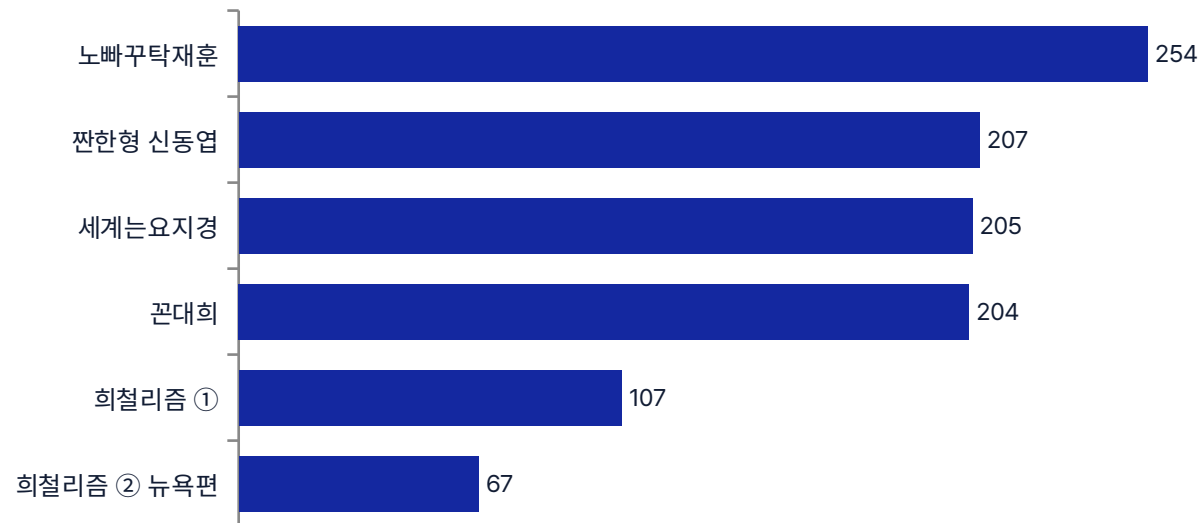
3.4억 원

2024년 상반기 7편 이벤트 기간 매출 (편별 추적, 총 조회 174만 시점)

2.1억 원

희철리즘 뉴욕편 단일 영상 — 조회 67만 · 3주 이벤트 매출

라쉬반 유튜브 PPL 대표 6편 조회수 (만회)



한정 이벤트 CTA

더보기 · 고정댓글 링크, 2~3주 한정 50% 할인, 채널 단독 최저가

편별 매출 추적

업로드일 · 이벤트 기간 · 조회수 · 매출을 시트로 관리, 완판 시 재집행

시리즈 · 재집행

마인드씨피알 1 → 2 → 4차, 희철리즘 5편+, 잡재홍 2회 — 장기 파트너십

신제품 런칭 활용

신소재 라인 "셀루켓" 런칭도 희철리즘 · 차박차박 채널로 선공개

크리에이터 맞춤 대본 · 기획 — 하나의 소구, 15개 채널의 문법

요청서가 아니라 촬영 가능한 대본을 드립니다. 씬 · 지문 · 인서트 · 3인 대사 · 촬영~업로드 일정표까지, 40건 이상의 대본 · 기획안 · 소구 가이드를 직접 작성했습니다

브랜드 4대 소구 포인트

자동 분리 구조 · 33.3°

스피드업 드라이 (분무기 시연)

나노캡슐 향균 · 소취

한정 할인 · 구독자 이벤트 CTA

↓ 채널 포맷 · 시청자층 · 시즌에 맞춰 화법을 바꿉니다

퍼포먼스 표준화: 손바닥 분리 제스처 · 분무기 벌집 시연 · 냄새 확인 · 착용 밴드 인증 + 자료화면 번호 지정 + 톤 가이드

토크쇼 · 예능

노빠꾸 탁재훈 · 찐한형(신동엽)

3인 대사 배분, 게스트 캐릭터 활용, 브랜드명 말장난, "아한 애드립 환영" 리액션 설계

먹방 코너

꼰대희 [밥묵자]

신봉선 게스트 귀환 구성, 구성안 → 촬영 → 21시 업로드 일정 관리

여행 브이로그

희철리즘 · 세계는요지경 · 마인드씨피알

하와이 후기 → 갭스터 설 선물 → 뉴욕 대표 아드님 인터뷰, 중국 등산 3단 노출, 영/한 이중언어 1·2·4차 시리즈

챌린지 리얼리티

잡재홍

"7일 무일푼 살아남기" Day별 타임라인에 착용 후기 삽입, 촬영~가편~업로드 일정표

콩트 · 시트콤

웃기시네 · 연기의 성(김의성 · 임형준)

시트콤 "어린이상사" 경쟁 PT 플롯에 제품 설명 내장, "투룸 시스템" 채널 전용 워딩 창작

헬스 · 정보형

조준 · 차박차박

11분 루틴 영상 타임코드 구성안, 신소재 셀루켓 정보형 대본

아침 토크 예능

아침먹고 가(장성규)

오프닝 PPL 박스 + 20초 중간광고 압축 카피

F&B 매장 방문

비보TV 연기의 성 × 담가화로구이

키오스크 "추가 주문 반값" 상황 대사, 감탄사 11종, 모바일 상품권 이벤트 연동

크리에이터 초안 ↔ 당사 보강본 양방향 편집 (세계는요지경) · 회차마다 3~4개 리비전 관리 (마인드씨피알) · 광고주 제공 자료화면 번호 지정 · 심의 고려 표현 가이드

인스타그램 · 페이스북 · 숏폼 확장과 커머스 전환 설계

롱폼 1편을 5개 플랫폼으로 배포하고, 시청자를 자사몰 · 매장 · 가맹 문의로 옮기는 장치까지 한 제안서에 담습니다



숏폼 · SNS 2차 배포

유튜브 롱폼 1편 → 1분 30초 편집본 → 유튜브 쇼츠 · 인스타그램 릴스 · 틱톡 · 네이버 클립 · 페이스북 업로드를 협상 조건에 포함합니다.

YouTube Shorts

Instagram Reels

TikTok

Naver Clip

Facebook

+ B2B 가맹 모집용 1분 쇼츠 시리즈 5편 제작안 ("이 매출, 진짜 실화인가요?" 등)



전환 장치 설계

더보기 · 고정댓글 한정 할인

D2C 자사몰 연동, 2~3주 한정 · 채널 단독가 → 편별 매출 추적

모바일 상품권 O2O

설문 + 휴대폰 인증 → 익일부터 7일 사용 · 테이블 1매 → 고객 DB 확보, 본사/가맹점 비용 분담 설계

참여형 리워드 캠페인

프양 "1억 먹방" 기획 — 접시당 1,000만 원 누적 쿠폰, 전국 가맹점 사용, 가맹점 참여 공문까지

TV + 디지털 번들

미스트롯4 협찬에 디지털 확장판 · VIVO 유튜브 · 갈라쇼를 베네팅으로 확보



직접 제작 · 채널 파트너십

비보TV <연기의 성> × 담가화로구이

당사가 제작 주체로 콘텐츠를 직접 제작 · 업로드 (콘텐츠 IP · 2차 저작물 권리 보유)

TV조선 유튜브 <트롯 욕심사단>

방송사 디지털 채널 PPL 정식 대행 계약

VIVO(송은이) 매장 방문 콜라보

TV 협찬 패키지에 유튜브 콜라보를 결합

크리에이터 장기 파트너십

희철리즘 · 마인드씨피알 · 잡재홍 등 반복 집행, "네고 가능한 관계"가 채널 DB의 비교란에 기록됩니다

유튜브 · 메타 광고 계획 · 집행

크리에이터 콘텐츠(오가닉)와 유료 광고(VVC · 디맨드젠 · 릴스)를 하나의 예산 프레임으로 운영하고, 픽셀 · GA4 · UTM 표준으로 측정합니다

40.8 ~ 51.4%

유튜브 VVC 조회율 (7~8월 실적)

8.9 ~ 9.9원

CPV (조회당 비용)

2.98%

디맨드젠 CTR · CPC 352원

137만 · 42.8만

8일간 노출 · 조회 (VVC + 디맨드젠 테스트 집행)

매체 · 상품별 역할

유튜브 VVC / VRC

조회 · 도달 — 브랜드 확장 (재단편 · 소재편 · 티저 6초)

유튜브 디맨드젠

구매 전환 — 머천트 센터 상품 피드 연동 (VRC = 도달 상품, 전환 기능 없음을 정정)

메타 릴스형

신규 고객 획득 — 숏폼 소재, 2주 단위 단계 증액

메타 지면형

재구매 관찰 — 구매자 제외 리타겟, Customer Match

네이버 ADvoost · 검색

재구매 · 즉시 전환 — 핵심 검색어 방어 (브랜드 · 카테고리)

카카오 비즈보드

신규 획득 보조

OTT / CTV · 숏폼

40~50대 도달 · 바이럴 — CEO 30초 · 9:16 소재

측정 · 운영 거버넌스

- 픽셀 · GA4 · UTM 표준 — 방송 · 외부 유입 분리 측정
- 데이터 자산(픽셀 · GA4 · 광고계정)은 광고주 명의 소유, 당사는 관리자 권한으로 운영
- TV 방영 요일 · 시간대에 디지털 일예산 가중 — "배분보다 연결"
- 매체사 리포트의 매출 미연동 ROAS · 예산 이중 표기 정정 요청
- 캠페인별 5개 지표(광고비 · 구매 수 · 매출 · 신규 구매자 · 구매당 비용) 분리 리포팅
- 학습 자산 승계 — 중단 후 재개 시 기존 캠페인 세팅 유지

OOH 광고 집행 — 공항 · 지하철 DOOH

매체 제안 · 계약, 심의 · 인허가, 소재 기획, 게첨, 점검 · 교체, 월별 관리보고서까지 OOH 집행 전 과정을 대행합니다



서울 지하철 2호선 전동차 내부 LED(METRO-LIVE) 라쉬반 게첨 실사 — 크리에이티브 3종 운영 (2023.04)

3.8배

계약 최소 35회/일 대비 4월 134회 송출 (5월 86회 · 2.5배)

2년 연속

제주국제공항 국내선 도착장 캐로셀 LCD · 라이트박스 연간 계약 (2021~2023)

월 1회

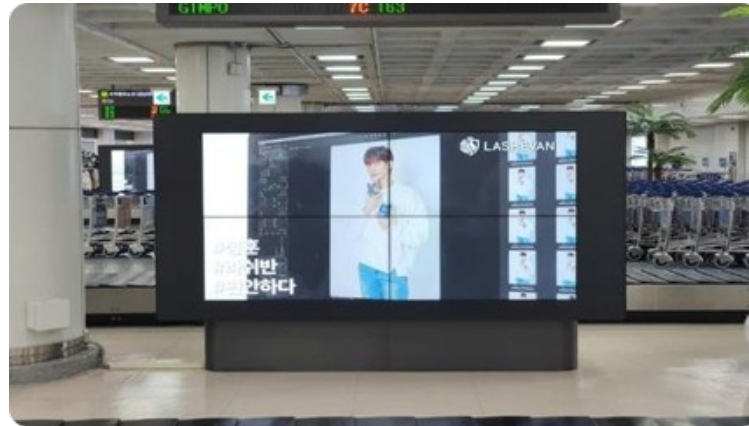
게첨 보고서 — 구좌 · 초 단위 송출 리스트 · 이용객 데이터 · 실사

연도	브랜드	매체	위치 · 규격	비고
2021	라쉬반	공항 디지털 사이니지 — 캐로셀 LCD 5기 10면	제주국제공항 국내선 1층 도착장	연간 계약 1차 · CJ CGV 공식 Agency
2022~23	라쉬반	캐로셀 LCD(30초 · 일 100회 · 16시간) + 라이트박스 3.8×1.5m	제주국제공항 국내선 1층 도착장	연장 계약 · 매체 추가 · 라이트박스 제작비 매체사 부담 특약
2023	라쉬반	전동차 내부 LED METRO-LIVE 15초	서울 지하철 2호선	4~12월 · 크리에이티브 3종 · 월별 실사 보고
—	티파니앤코 · 카페베네 · 그램그램 · 블랙스미스	OOH 광고 기획 · 집행	—	통합 마케팅 운영의 일부로 집행

- 매체 제안 · 연간 계약
- 심의 접수 · 인허가 행정
- 소재 카피 · 크리에이티브 기획
- 게첨 · 송출 증빙
- 수시 점검 · 하자 교체
- 월별 관리보고서

OOH · 스포츠 · 공항 레퍼런스 — 라쉬반

골프대회 협찬 · 야구장 전광판 · 제주공항 도착장 사이니지 — 방송 PPL과 같은 서사로 이어진 옥외 · 스포츠 노출 (2021~2023)



골프대회 티박스 · 홀 배너

야구장 전광판 · 펜스 (KBO 중계 노출)

제주국제공항 도착장 캐로셀 LCD · 라이트박스

지하철 2호선 METRO-LIVE

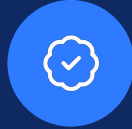
방송사 · 정부 지원사업 연계 — 같은 예산으로 더 많이 송출합니다

KOBACO 중소기업 방송광고 지원사업과 방송사 프로모션 패키지를 미디어 플랜에 내장해 제작비와 송출 효율을 동시에 확보합니다



KOBACO 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업

TV 광고 제작비 50% · 최대 4,500만 원 지원 + 제작 교육 · 1:1 컨설팅 · 벤처 · 이노비즈 · 메인비즈 인증 중소기업 대상. 신청서 기재 송출 금액 · 품목 준수 조건 → 지상파 송출 약정을 플랜의 고정 조건으로 설계



중소기업 방송광고 할인 · 방송사 프로모션

KOBACO 방송광고 할인 사업(별도 신청)과 지상파 · 종편 보너스 패키지 활용. 2026.8 채널A 한시 조건 — 실집행 대비 명목 보너스율 1,300%+ 확보, 청약 112회 → 실송출 384회



원스톱 연계 프로세스

자격 검토(인증 · 재무 요건) → 신청서 작성 → 선정 · 협약 → 신규 CF 제작 · 심의 → 청약 · 송출(KOBAnet) → 제작비 외부 검증 · 지원금 신청 → 효과평가까지 일정과 증빙을 당사가 관리

지원사업 연계 타임라인 (2026년 2차 기준)

01

신청 (5~6월)

02

선정 · 협약 (6~7월)

03

제작 계약서 제출 (협약 후 1개월)

04

CF 제작 (3개월)

05

청약 · 송출 (제작 후 1개월)

06

지원금 신청 · 검증 · 지급

07

효과 평가 (12~1월)

* 라쉬반 · 담가화로구이 2026 캠페인 플랜에 "지상파 KBS 송출 = 제작비 지원 조건"을 고정 항목으로 내장, KBS2 청약 · 송출 실행

인적 네트워크 · 커뮤니케이션 — 캠페인에 필요한 사람들과 직접 이야기합니다

작가 · 연출 · 제작사 · 매체사 · 셀럽 · 크리에이터, 그리고 광고주 조직 안까지 — 대행사가 아니라 마케팅팀처럼 움직입니다



동시 5개 프로그램 병행 관리

2025년 9월 — 편스토랑 · 친밀한 리플리 · 은수 좋은 날 · 컨피던스맨 KR · 화려한 날들을 한 팀이 동시에 운영 (회의록 기준)

방송사 세일즈 정보를 실시간으로

구좌 현황 · 경쟁 업종 · 결방 · 편성 변경 · 재방 · OTT 정책 · 가상광고 위치 규칙까지 광고주가 결정만 하면 되는 안건으로 정리

광고주 조직 안까지

가맹점 공문, 세미나 초대 영상 대본, 쇼츠 대본, 현수막 카피 7안, 밀키트 디자인, 상표 출원 체크까지 지원

심의를 아는 커뮤니케이션

브랜드명 직접 대사, 할인율 · 숙박 일수 등 불가 표현을 사전 고지하고 심의 가능한 대사로 치환

함께한 브랜드 · 기관 202+ (1/2)

방송 PPL · 유튜브 · CF · OOH · 언론 · 브랜드 기획 — 2011년부터 함께한 브랜드와 기관 (1세대 레퍼런스 포함)

F&B 프랜차이즈

38개

- 담가화로구이
- 카페베네
- 블랙스미스
- 그램그램
- 피자헛
- 노모어피자
- BBQ
- 교촌치킨
- BHC치킨
- 땅땅치킨
- 푸라닭
- 멕시코나치킨
- 돈치킨
- 이디야커피
- 메가커피
- 엔젤리너스커피
- 카페드롭탑
- 알리바바 커피&도넛
- 토니버거
- 본죽
- 본도시락
- 죽이야기
- 불소식당
- 하루엔소쿠
- 뽕뜨락피자
- 피자마루
- 파리바게트
- 서브웨이
- 퀴즈노스
- 유가네닭갈비
- 아딸
- 와플반트
- 이바돔감자탕
- 담소사골순대
- 이삭토스트
- 스텔라떡볶이
- 한끼통살
- 제주제돈

식품 · 음료

18개

- CJ
- 오뚜기
- 롯데그룹
- 서울우유
- 하이트맥주
- 크라운제과
- 해태제과
- 샘표
- 삼양식품
- 한국야쿠르트
- 고려인삼공사
- 정관장
- 썬라이더
- 바이오제닉스
- 프랑글스
- 웰씨푸드
- 멜론
- 네스카페 돌체구스토

패션 · 주얼리

24개

- 티파니앤코
- 라쉬반
- 까르띠에
- 스톤헨지
- 앙드레김 주얼리
- 패션그룹형지
- 세정
- 신원
- 인디에프
- 올포유
- 조셉앤스테이시
- 엘르골프
- 잭필드
- JDX골프
- 웨스트우드
- 와일드로즈
- 센터폴
- 폴메이저
- 밀레
- 디스커버리
- 샤트렌
- 크로커다일레이디
- 2XU
- 엠리밋

뷰티

24개

- 가히(KAHI)
- 셀리턴
- 세라퀸즈
- 아모레퍼시픽
- 에스티로더
- 아르마니 뷰티
- 고세 코스메 데코르테
- 코리아나화장품
- 스킨79
- 토니모리
- 스킨푸드
- 엠에스플러스
- 끌리메
- 스킨큐어
- 넛세린
- 웰라쥬
- 케라스타즈
- 리필드
- 라벨디어스
- 비알머드
- 어성초
- 세라일론
- 약손명가
- 투스

※ 2009년 이후 1세대 레퍼런스 포함 · 브랜드명은 진행 당시 기준 · 방송 PPL · 유튜브 · CF · OOH · 언론 · 브랜드 기획 · 지원사업 연계 포함

함께한 브랜드 · 기관 202+ (2/2)

방송 PPL · 유튜브 · CF · OOH · 언론 · 브랜드 기획 — 2011년부터 함께한 브랜드와 기관 (1세대 레퍼런스 포함)

헬스케어 · 제약

17개

- 종근당
- 종근당건강
- 대웅제약 (임팩타민 · 우루사)
- 프로메가
- 데이팩
- 바이탈플랜트
- 슬룸
- 폴리오
- 휴롬
- 오토오브맘
- 가시제거연구소
- 모에브
- 아모르파티요양원
- 잠원의료기
- 바디프랜드
- BK성형외과
- 편강한의원

전자 · 리빙 · 테크

21개

- 삼성전자 (갤럭시)
- LG전자
- 자이글
- 쿠쿠
- 로보락
- 지누스
- 웅진코웨이
- 한일전기
- 송월타월
- 애경 리큐
- 아토세이프
- 불스원
- 리드볼트
- 슬립퍼
- 영림몰딩도어
- 영림프라임샤시
- 영림키친바스
- 재영플로어
- 칼슈미트코리아
- 웰락
- 태양자동문

자동차 · 항공 · 모빌리티

18개

- 현대 · 기아자동차
- 벤츠
- BMW
- 볼보
- 재규어
- 렉서스
- 쉐보레
- 인피니티
- 크라이슬러
- 페라리 · 마세라티
- 대한항공
- 아시아나항공
- 진에어
- 티웨이
- 에어아시아
- 아이비 승무원학원
- 쏘카
- 헤이딜러

유통 · 플랫폼 · 서비스

19개

- GS25
- CJ오쇼핑
- 알라딘인터넷서점
- 교보문고
- 클룩
- 테무
- 말해보카
- 리얼야구존
- 와이프펀딩
- 좋은라이프
- 프리드라이프
- 리솜리조트
- 시원스쿨
- 토스잉글리쉬
- 빨간펜
- 동화세상에듀코
- 위즈덤하우스
- 시공교육
- 푸른숲

금융 · 건설 · 기관 · 대학

23개

- 기업은행
- 외환은행
- 외환카드
- 현대스위스저축은행
- 한화건설
- 문영건설
- 인천시
- 안양시
- 고양시
- 청주시
- 충북 청원군
- 진안군청
- 여성부
- 농림수산식품부
- 공무원노동조합
- 인천경제자유구역청
- 한국어촌어항공단
- 경기국제보트쇼
- 안양예술공원
- 연성대학교
- 청주대학교
- 협성대학교
- 한국교통대학교

장기 파트너십

라쉬반 2019 → 2026 JTBC 캠페인 제안 · 드라마/예능 PPL 7편 · 유튜브 100편+ · OOH 3년 · 2026 CF 통합 캠페인	담가화로구이 2024 → 2026 런칭 보도자료부터 주말극 4편 · 일일극 · 예능 · 오디션 · 유튜브 · CF · 밀키트 상품화까지	카페베네 2009 → 2016 TV CF 4편 · 무한도전 · 런닝맨 · 연예가중계 PPL · OOH	세라퀸즈 2025 → 2026 로고 · 상품 기획 · 인스타그램 · 언론 · AI 광고 영상 · PPL · CF 집행 · IR까지 통합 관리
--	--	---	---

M.PD
COMPANY

브랜드의 다음 이야기를 함께 설계하겠습니다.

브랜드 기획 · TV 드라마·예능 PPL · 유튜브 & 인플루언서 · AI 광고 제작 · CF · 매체 집행 · 언론 PR · OOH · IT
솔루션 — 기획부터 성과 보고까지 한 팀이 책임집니다.

회사	(주)엠펙디컴퍼니 (M.PD COMPANY Co., Ltd.)
대표	최무영 대표이사 · 총괄 PD
주소	서울특별시 강남구 도산대로26길 18, 5층 (논현동)
전화	02-6085-7708
팩스	040-4290-9744
이메일	01025309744@daum.net
웹	www.mpdcr.kr

본 자료의 레퍼런스 수치는 방송사 · 조사기관(AGB닐슨 · TNMS · Nielsen) 자료와 당사 광고보고서 기준이며, 조회수는 정리 시점 기준입니다.



Media Center · 리셉션 / 마케팅을
총괄한 드라마 포스터가 걸린 미디어센터 /
서울 강남구 논현동



Since 2011 · Marketing Producer Group

마케팅을 디자인하고, 기술로 완성합니다.

Marketing Producer × AI & Data Technology