

①

crevate

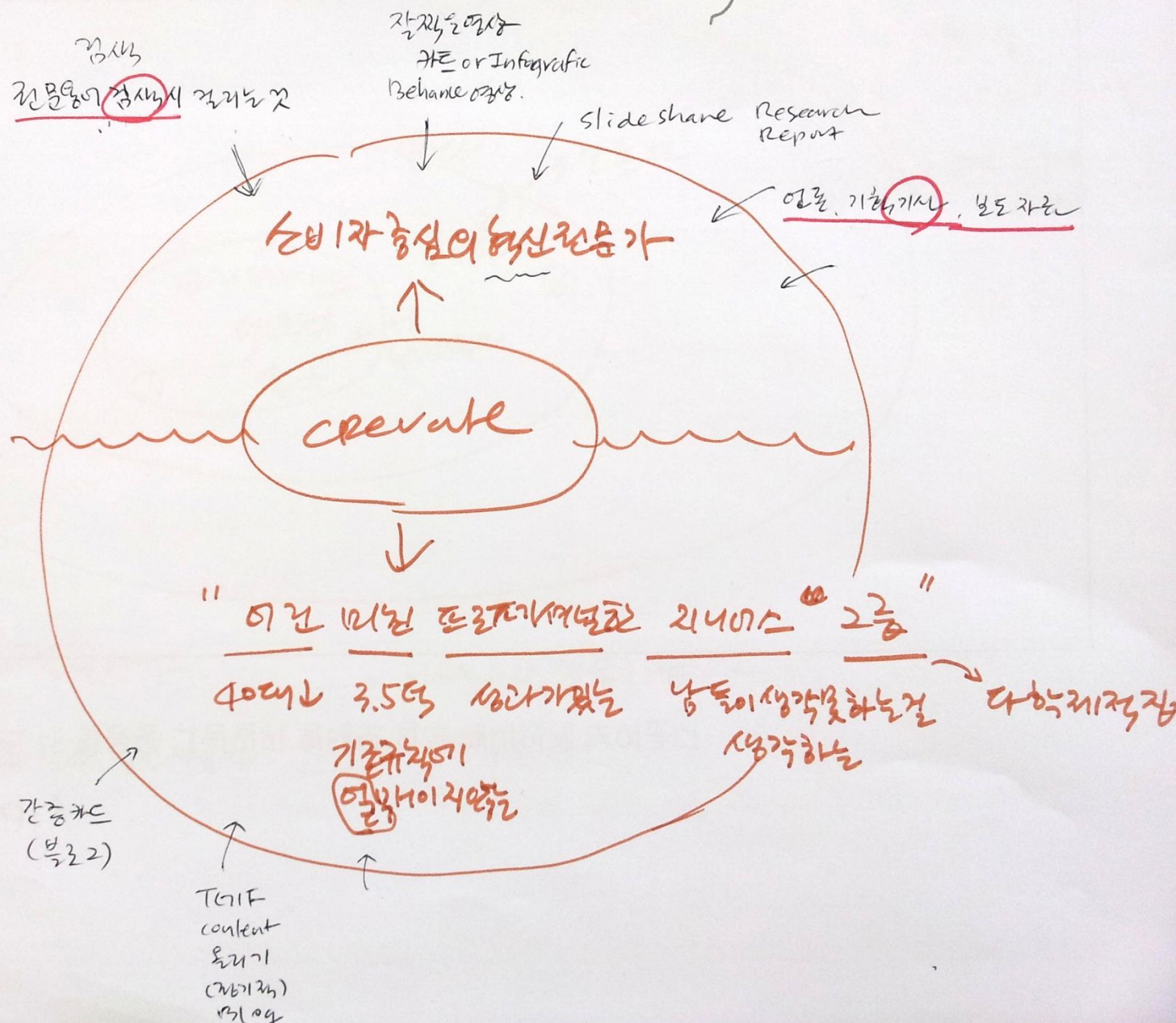
Project Kick-off



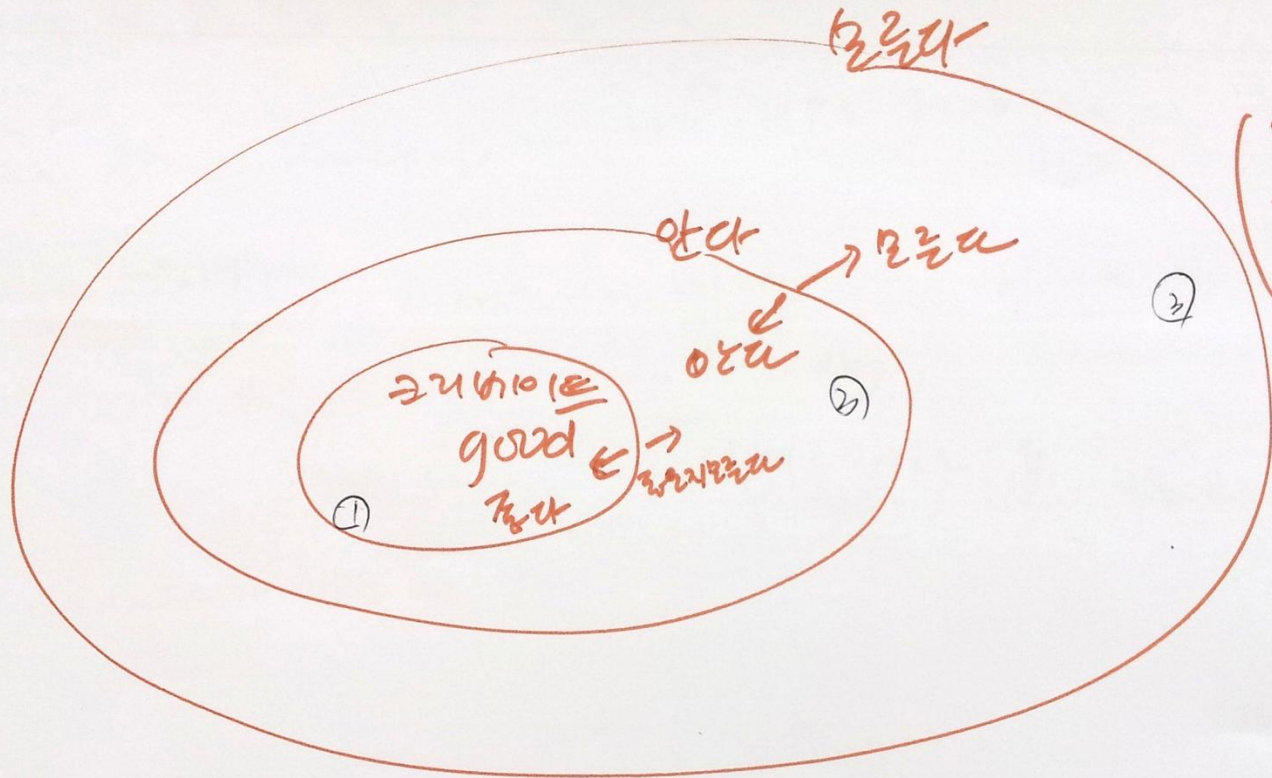
↑
2013년 1월 2일
2013

Title	이로그 캠페인 (41%)		Date	2013.1.2	R&R	PL <u>김민준</u> Writer <u>김민준</u>
Goal	Success		Fail			
	- 블로그 콘텐츠가 늘어났다. 2013년 2월 = 1월 - F.B like 수: $\text{367} \rightarrow \text{20,000}$ (5452% 성장)					
Output			Process & Schedule			
- 김민준 캠페인 → 컨텐트 (기시) - 기시 기시						
Archiving Scenario						

② Message의 문제. 커뮤니케이트 Brand. 어떤 이미지로 보여야 하는가?



③ 누가 우리의 고객인가?



- 글이랑 :
- up level 이 :
- insight : level

① 크리에이티브 좋게 한다

→ Home Page 잘 꾸미기

② 크리에이티브를 알아. 좋아 시켜준다.

크리에이티브 :

퀄리티 : Quality, Insight로 해설! → 비주얼을 만들어야.
눈을 뜨면 모르게 낫다.

③ 모른다

타겟 마케팅 :

Searching New :

④

Blog vs H.P. 검색자? 말자?



문장: Blog 보다 Homepage가 낫다. HP로 통칭하리

Why: 우리 만들려는
이미지가

conflict 생기면

Blog

friendly

Home

formal

시시콜콜한
이야기

genius 이미지 중요하게

보통 굳이 genius 할 거 없
게...

update가 너무 빠르다.