

Copyright @ AppWhole inc. All Right Reserved

2017 상반기 인스타그램 TREND

 ×  **gundolle.com**

2017.07.20



A laptop screen is the central focus, displaying the Instagram logo on the left and a black paw print icon on the right. The background of the laptop screen shows a blurred image of a person's hands holding a small animal. The laptop is placed on a table with a white cup and saucer on the left and a glass on the right. The background is a soft-focus indoor setting.

Gundolle.com is a partnership of instagram.
(community management part)

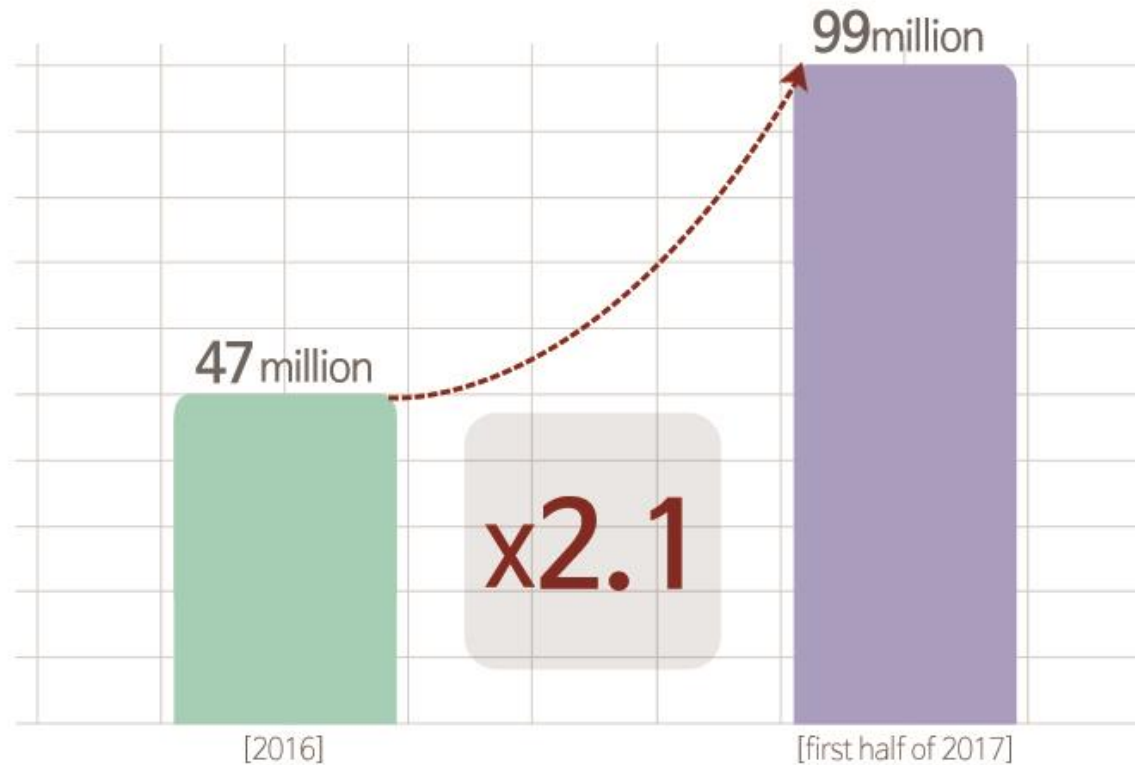
건돌이닷컴은 국내최초 인스타그램 파트너(커뮤니티 매니지먼트 부분)입니다.



🌐 인스타그램은 빠르게 성장하고 있습니다.

(Gundolle.com collection media registration standard)

2017년 상반기 등록된 미디어는 총 98백만 개로 2016년 전체 대비 6개월 만에 **2배 이상 성장**하였으며, 현재의 추세로 볼 때 2017년에는 전년대비 4배 가까이 성장할 것으로 예상됩니다.





📱 2017년 상반기 수집 미디어

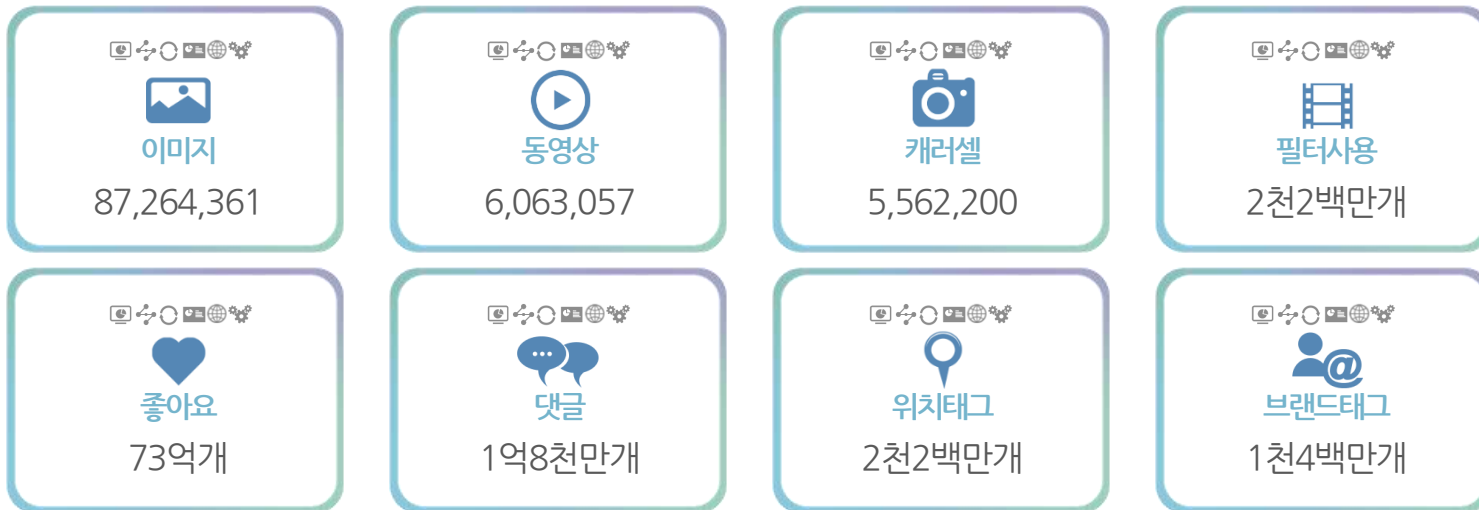
2017년 상반기 리포트 분석자료의 근거는 20170101-20170630 까지 건돌이닷컴에서 수집한 약 **98백만 개의 미디어** (이미지/동영상/캐러셀)를 기준으로 작성되었습니다.





요약

2017년 항목별 수집된 데이터는 아래와 같습니다.



Agenda

2017 Instagram Trend X Gundolle.com



What happened to 2017's Instagram?

- 2017 first half Trend
- #Hash Tag
- Brand & Location Tag
- Engagement
- Strategy of 2017



2017 Instagram Trend X Gundolle.com



by AppWhole

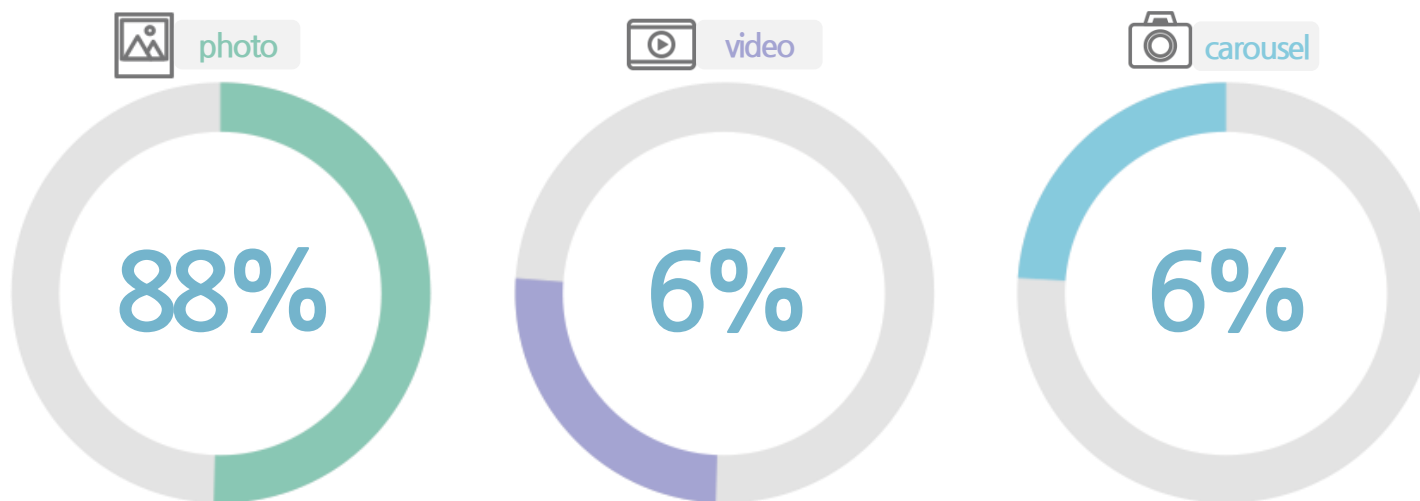




2017년 상반기 미디어 트렌드

2017년 상반기 인스타그램 미디어의 형태는 **단일이미지가 88%**로 가장 높았으며,
비디오와 캐러셀이 그 뒤를 이었습니다.

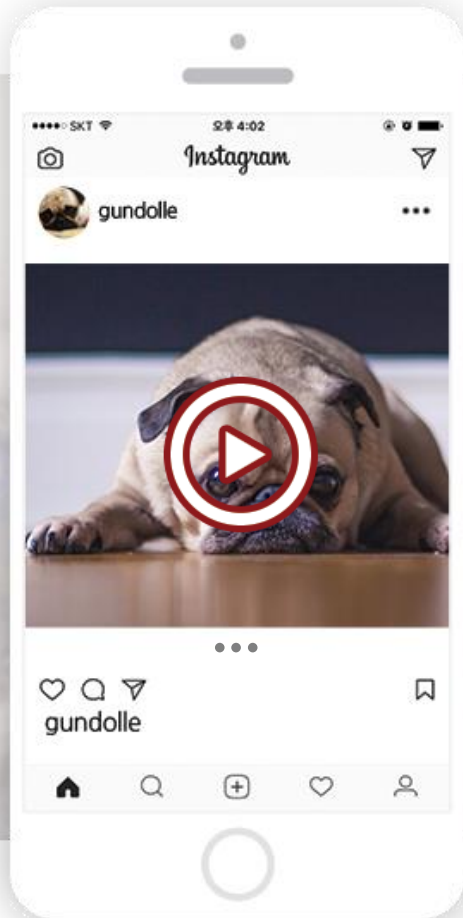
Cf) 캐러셀이란, 이미지와 비디오를 여러 개 등록하는 미디어 형태입니다.






Video & Carousel

2017년 상반기 트렌드에서 눈에 띄게 달라진 점은 **비디오 형태(캐러셀 포함)**의 미디어가 크게 증가한 것입니다.



X4

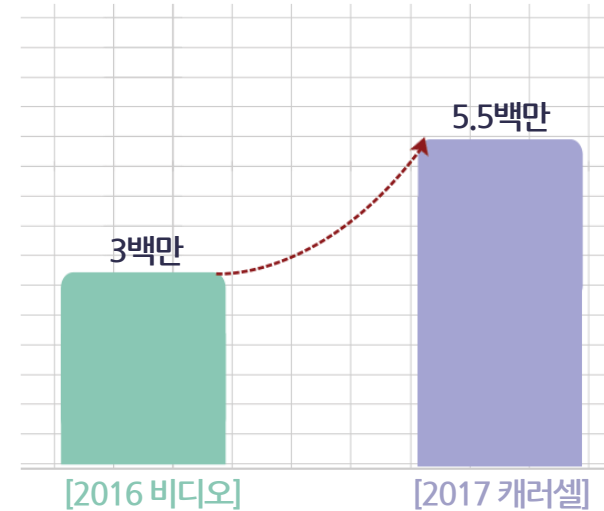
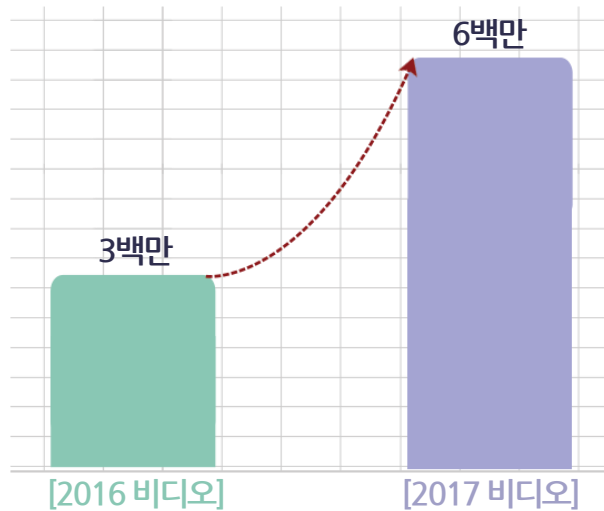


 2016년 대비 2017년 상반기 동영상/캐러셀 증가 추이



Media trend 2016' vs 2017'

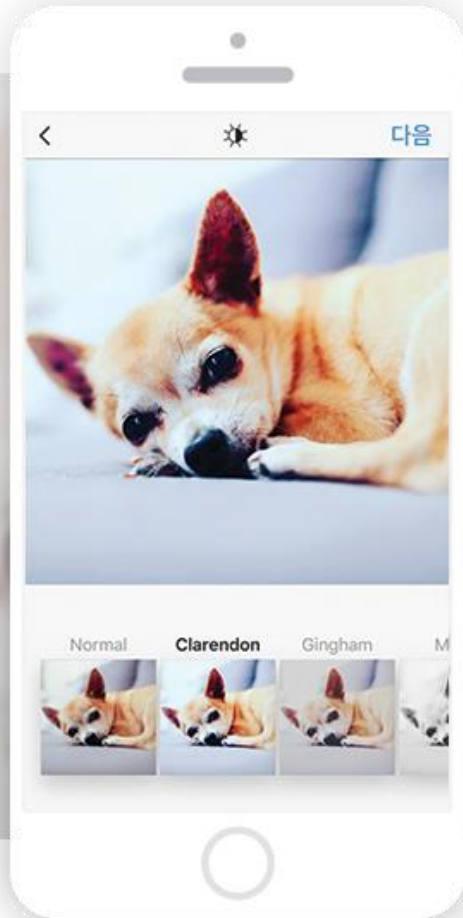
2016년 대비 2017년에는 단일 이미지의 등록 보다 비디오와 캐러셀 형태의 미디어가 눈에 띄게 상승했습니다. (캐러셀 개수는 2017년 2월 부터 수집된 기준으로 작성되었습니다.)





Filter

2017년 필터를 사용하여 등록된 이미지는 약 2천2백만개로 전년 대비 6% 가량 하락하였습니다.
이는 다양한 편집 어플 및 자연스러운 이미지를 등록하려는 사용자의 니즈가 반영된 것이라고 볼 수 있습니다.



22% [↓6%]

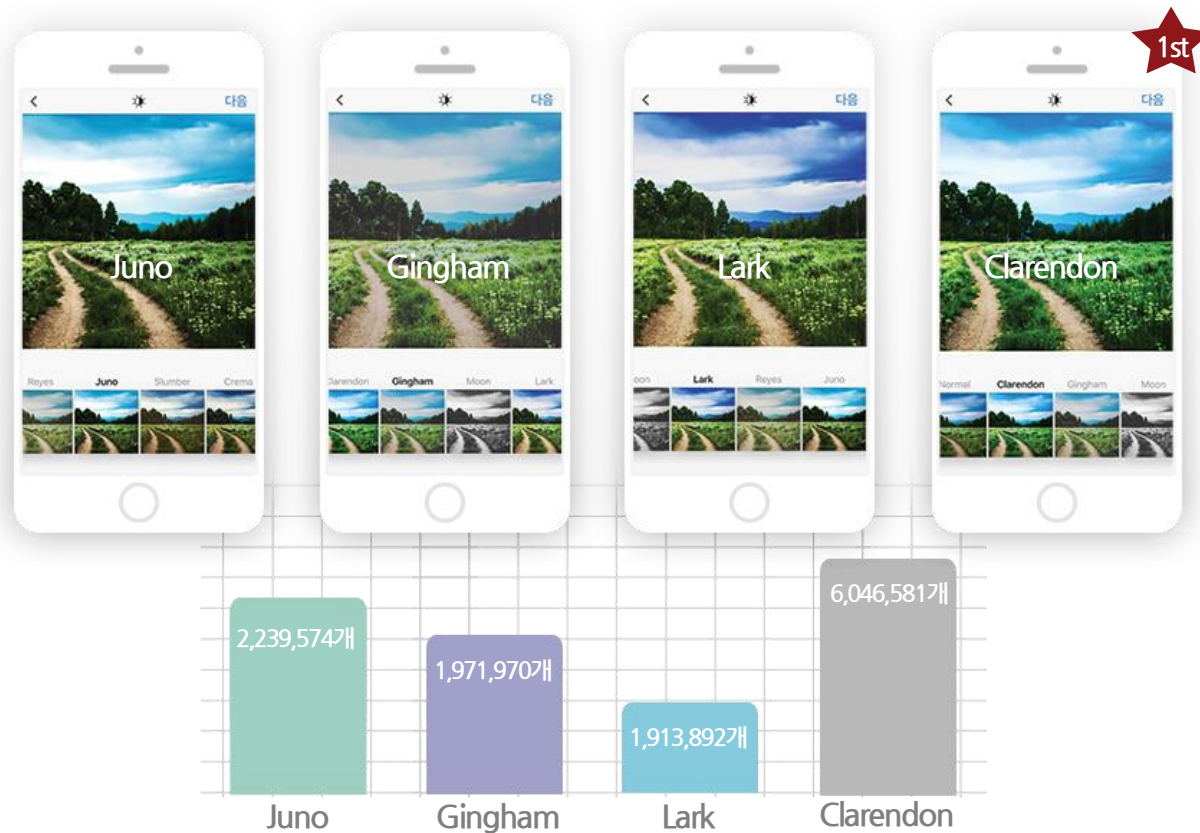


필터를 사용한 미디어 등록 비율



Filter

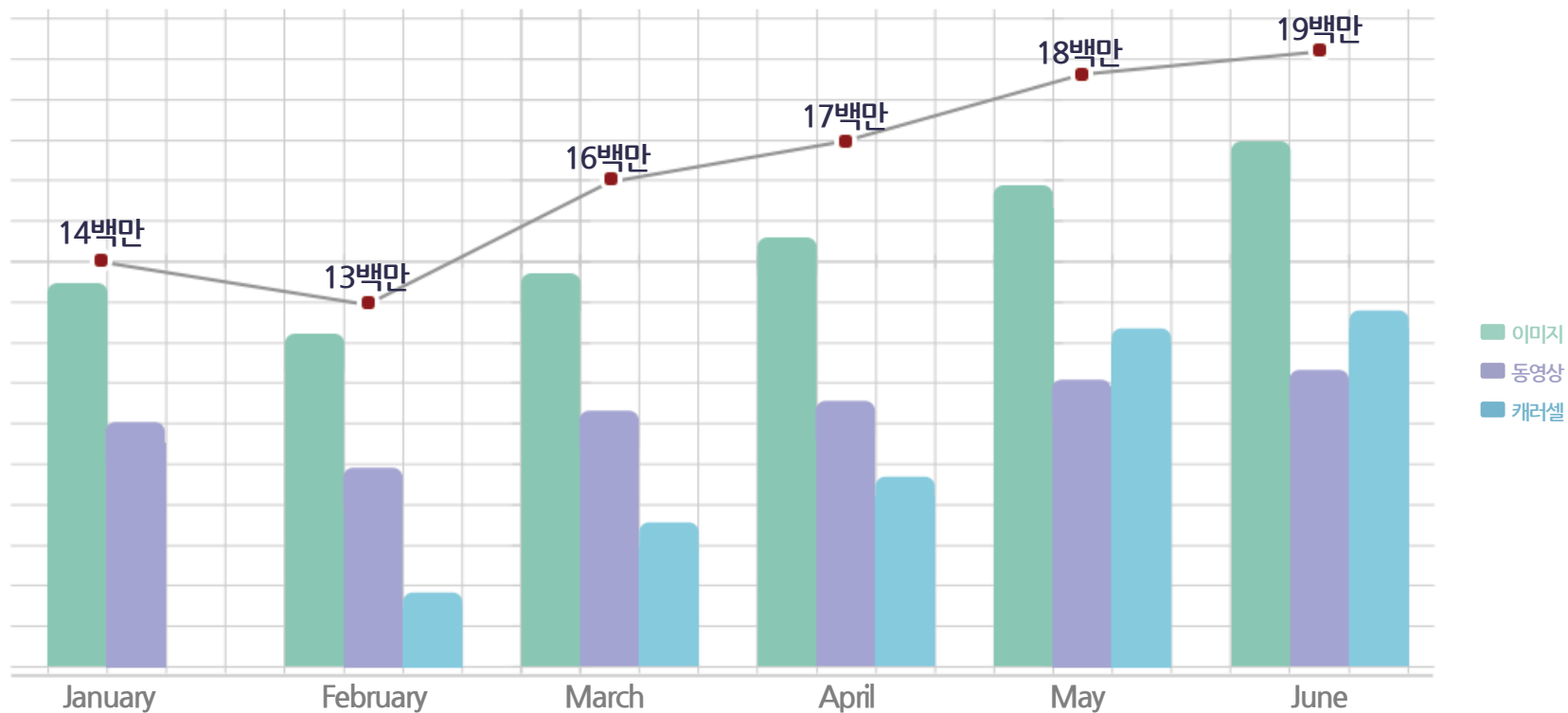
2017 필터 사용현황에는
새롭게 추가된 **clarendon** 필터가 가장 많이 사용되었습니다.





Monthly media

국내 인스타그램의 사용자가 증가함에 따라 미디어 등록 또한 매월 10% 수준으로 증가하고 있습니다.



캐러셀은 2017년 2월부터 반영되었습니다.



2017 Instagram Trend X Gundolle.com

2

#Hash Tag



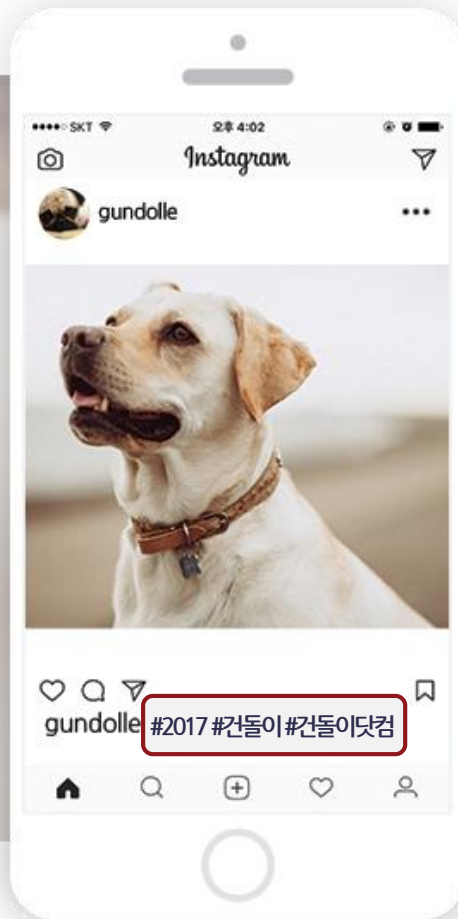
by AppWhole





#2017 상반기 해시태그 트렌드

2017년 수집한 미디어 중 해시태그를 사용한 비율은 99%로 집계되었습니다.
국내 인스타그램 사용자는 해시태그를 꼭 사용하여 등록하는 것으로 볼 수 있습니다.



99%



#전체 미디어 중 해시태그를 사용한 비율



#2017 상반기 해시태그 트렌드

2017년 상반기 사용된 해시태그는 약 17억개(중복 포함)로 집계되었으며, 한 개의 미디어에는 평균 17.5개의 해시태그가 사용된것으로 나타났습니다.

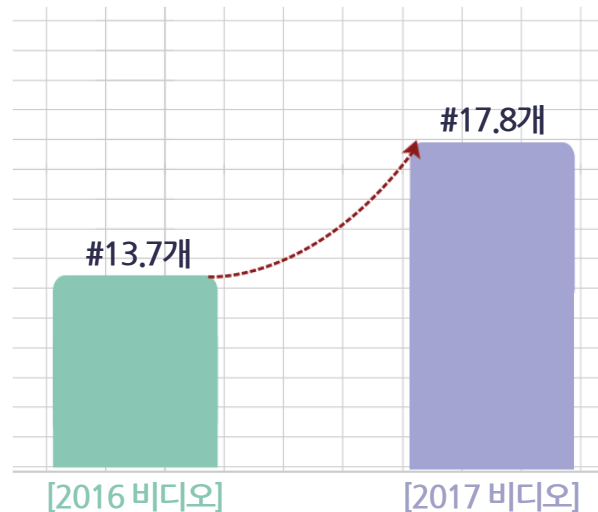
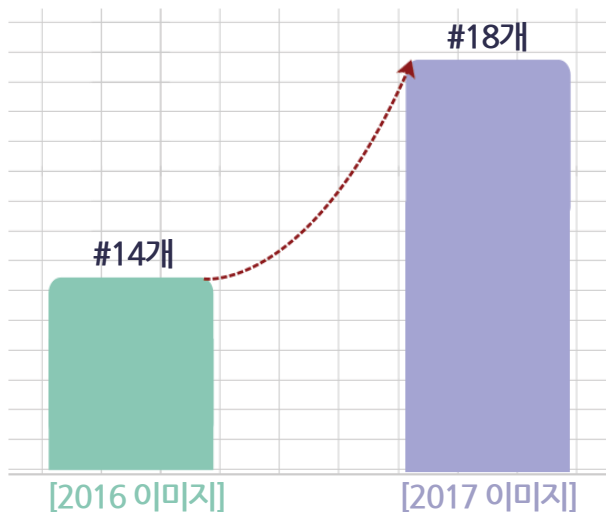




#2017 상반기 해시태그 트렌드

2017년 사용된 평균 해시태그는 2016년 대비 약 #3.7개가 증가한 #17.5개로 나타났습니다.
인스타그램의 사용자들은 아래 처럼 해시태그를 사용하여 일상을 공유하는 형태가 늘어난 것으로 판단됩니다.

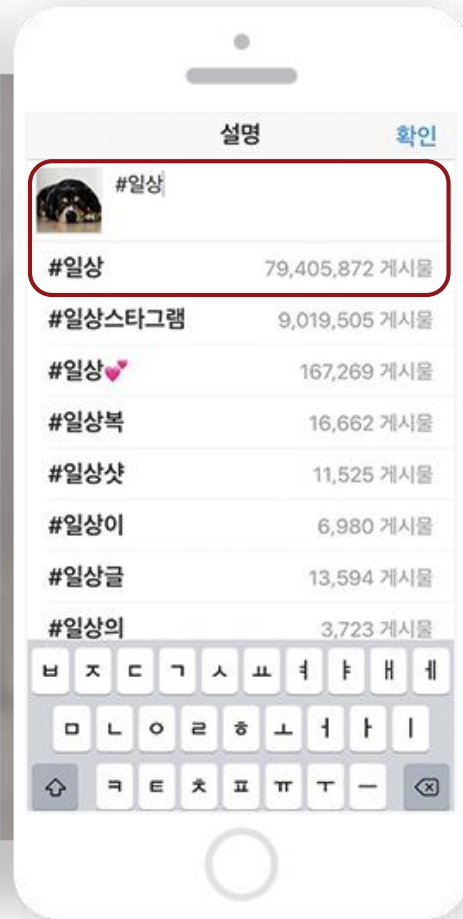
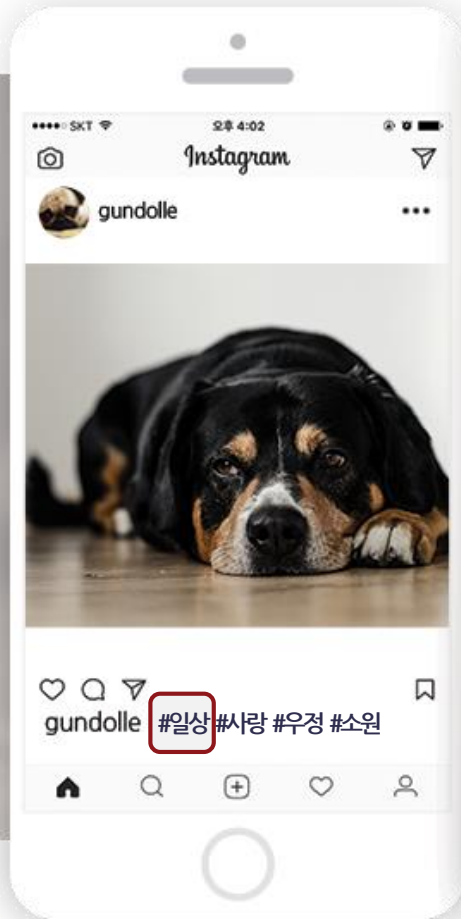
Ex) #오늘은 #건돌이닷컴 #트렌드 #발표 하는 날이에요!!^^





#2017 상반기 해시태그 트렌드

2017년 상반기 가장 많이 사용된 해시태그는 #일상이었습니다.



#일상

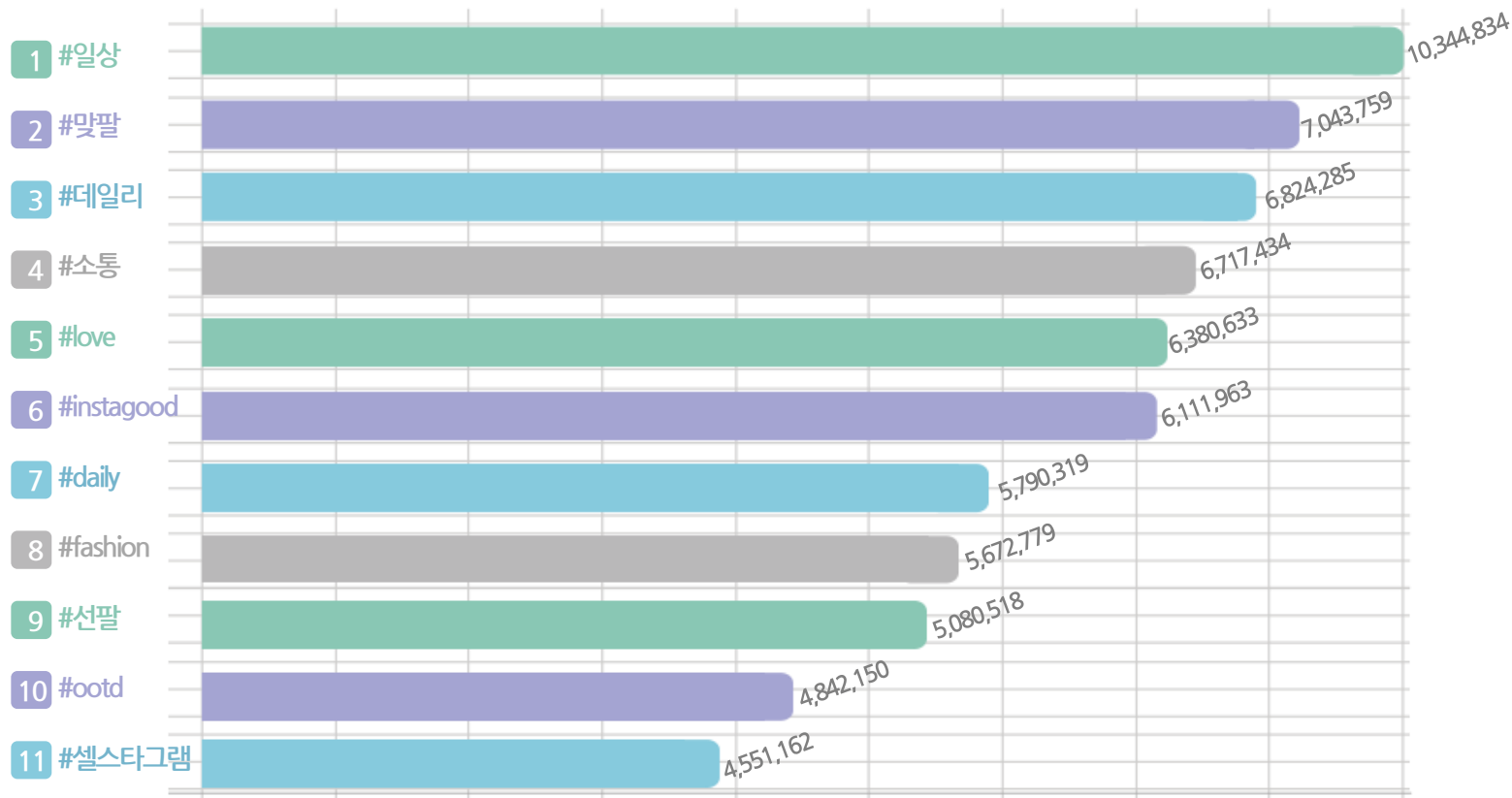


#가장 많이 사용된 해시태그

“인스타그램, 일상을 말한다.”



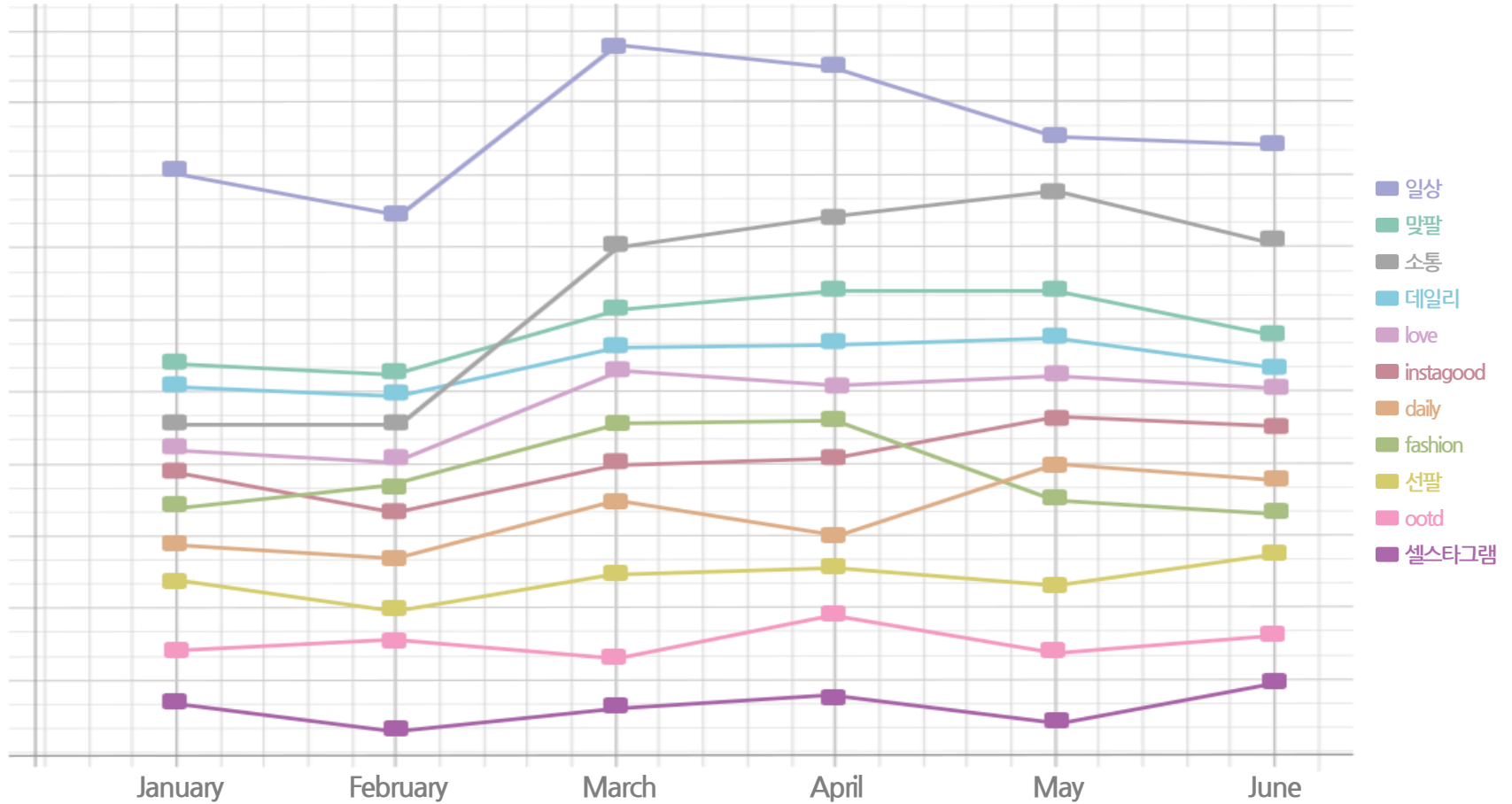
트렌드 2017 상반기 해시태그 트렌드



위 데이터는 영문/국문 해시태그를 포함하여 작성되었습니다.
영문 해시태그의 경우 국내사용자의 트렌드와는 다를 수 있습니다.



2017 상반기 해시태그 트렌드



위 데이터는 영문/국문 해시태그를 포함하여 작성되었습니다.
 영문 해시태그의 경우 국내사용자의 트렌드와는 다를 수 있습니다.



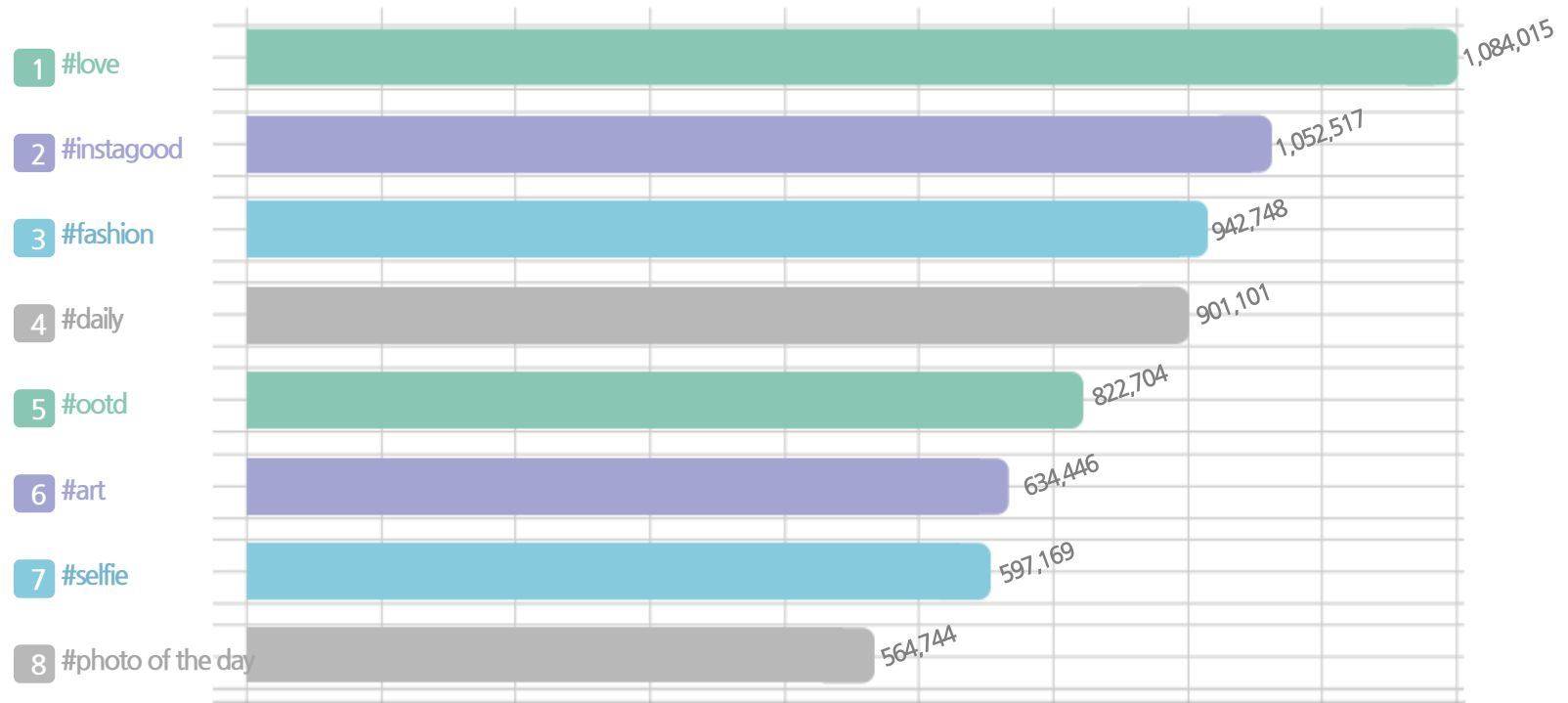
2017 상반기 해시태그 트렌드_국문



위 데이터는 영문/국문 해시태그를 포함하여 작성되었습니다.
영문 해시태그의 경우 국내사용자의 트렌드와는 다를 수 있습니다.



2017 상반기 해시태그 트렌드_영문

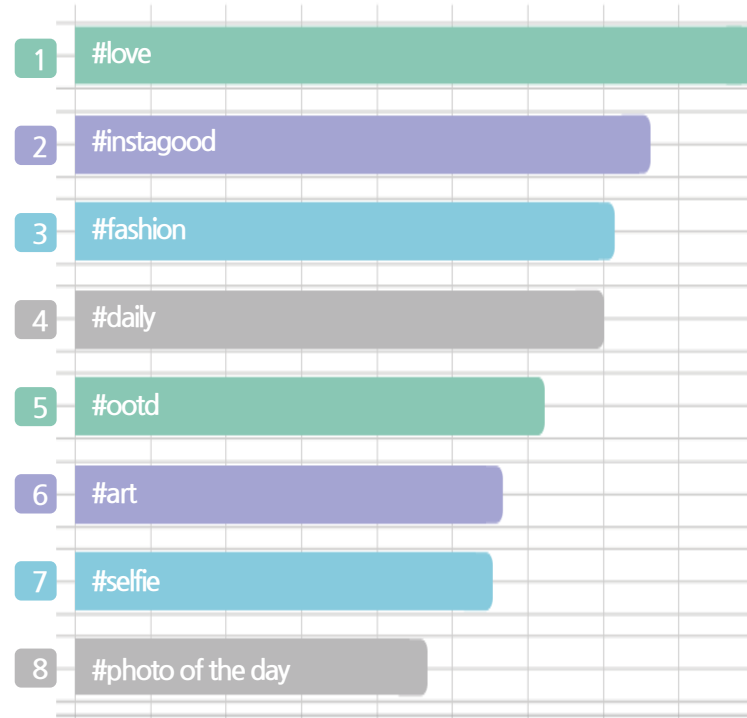
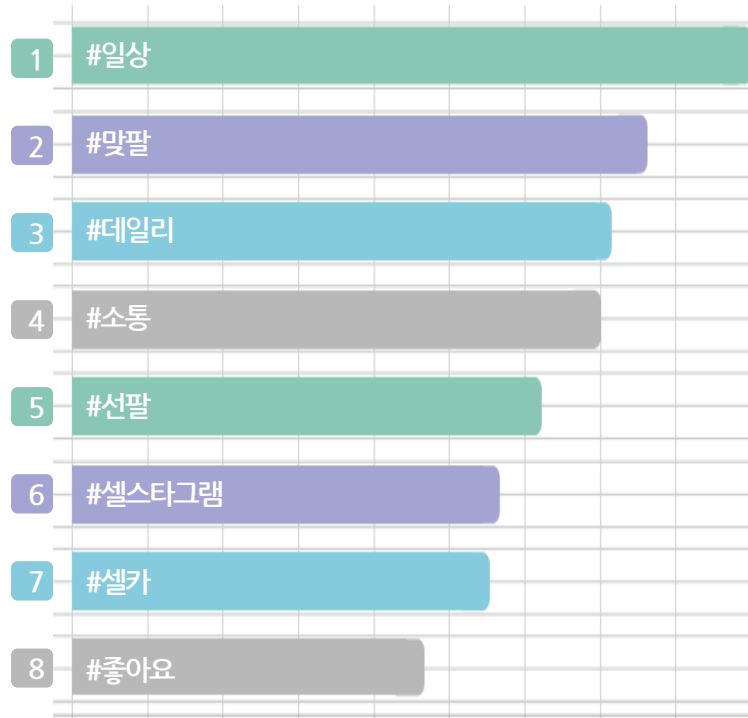


위 데이터는 영문/국문 해시태그를 포함하여 작성되었습니다.
영문 해시태그의 경우 국내사용자의 트렌드와는 다를 수 있습니다.



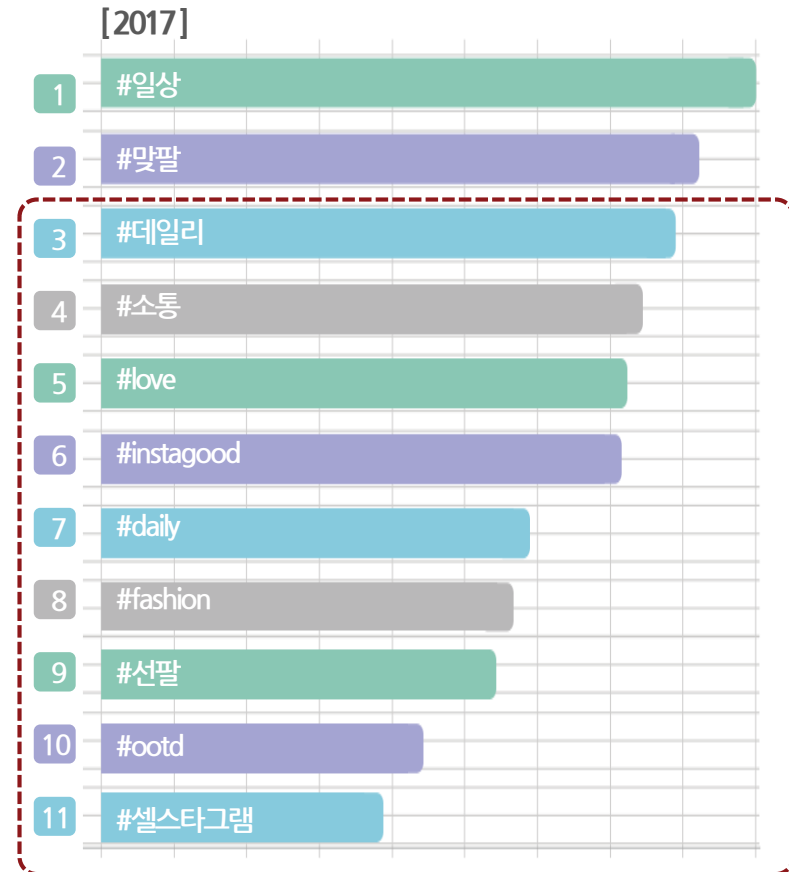
트 2017 상반기 해시태그 트렌드_국문/영문 비교자료

국내 해시태그는 일상,맛팔,데일리 의 해시태그가 높은 반면 영문 해시태그는 LOVE, instagood, fashion 등과 같은 해시태그가 높았습니다.



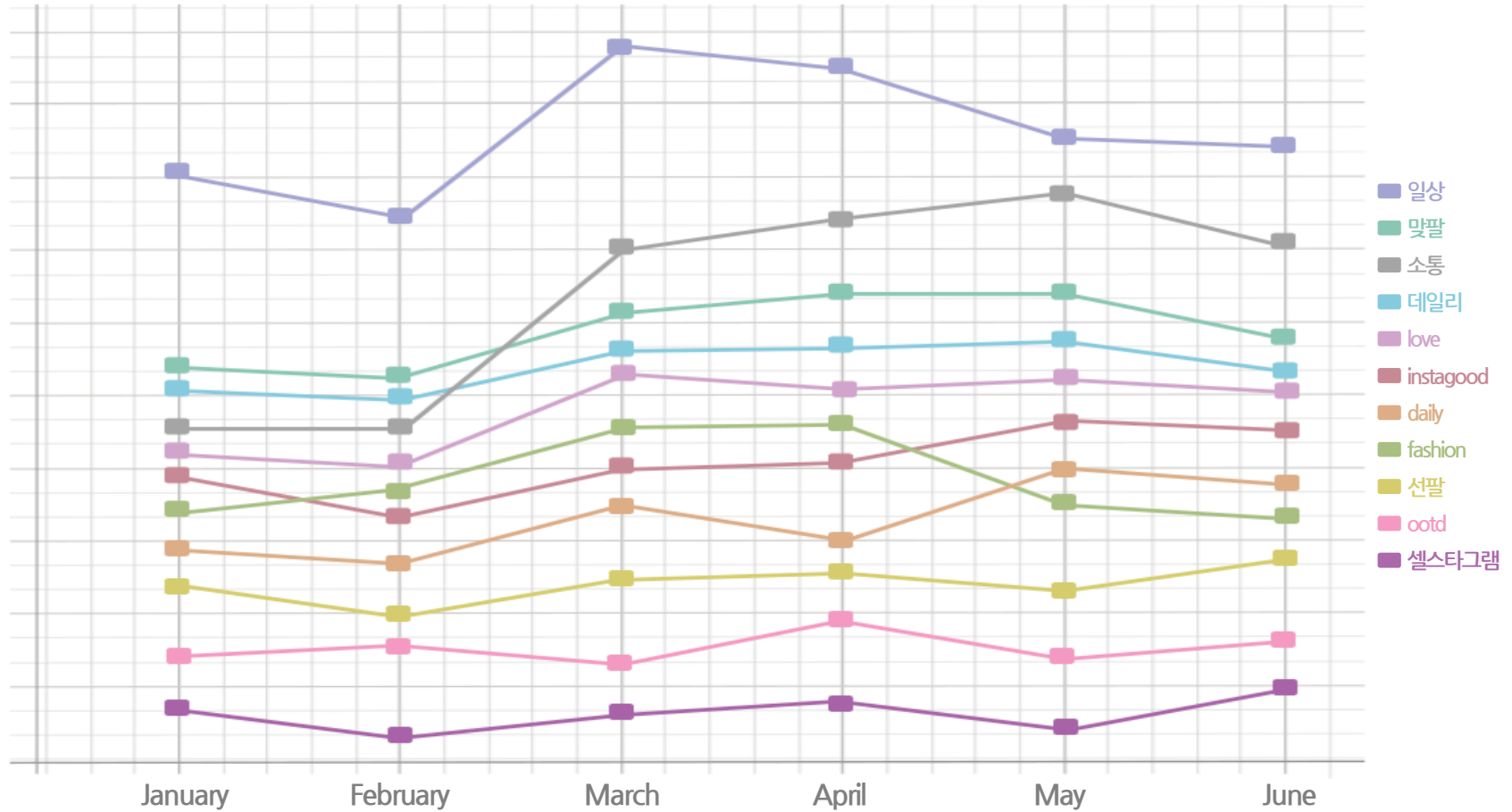


트 2017 상반기 해시태그 트렌드_이미지



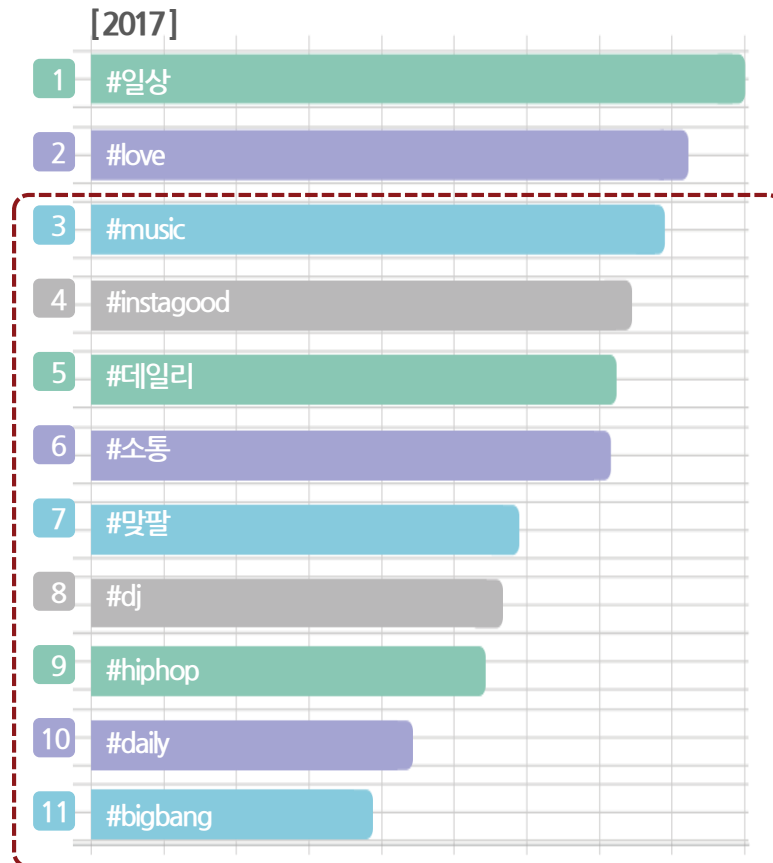
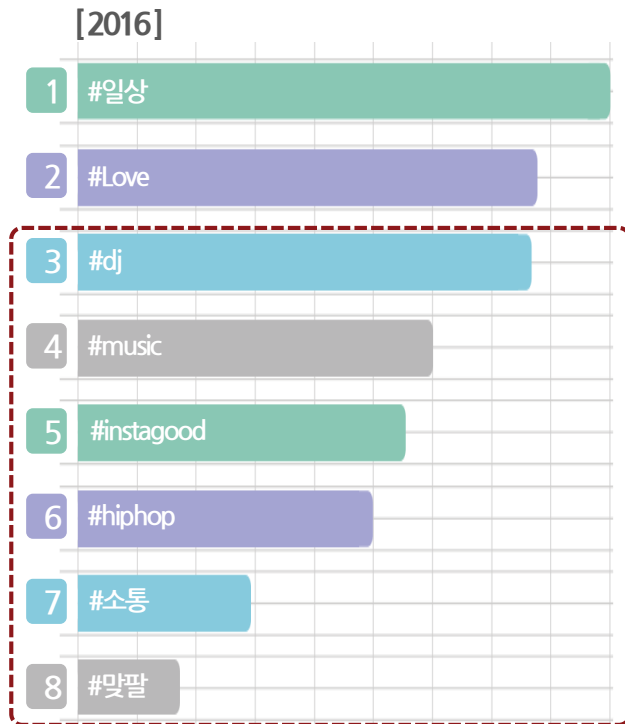


2017 상반기 해시태그 트렌드_이미지



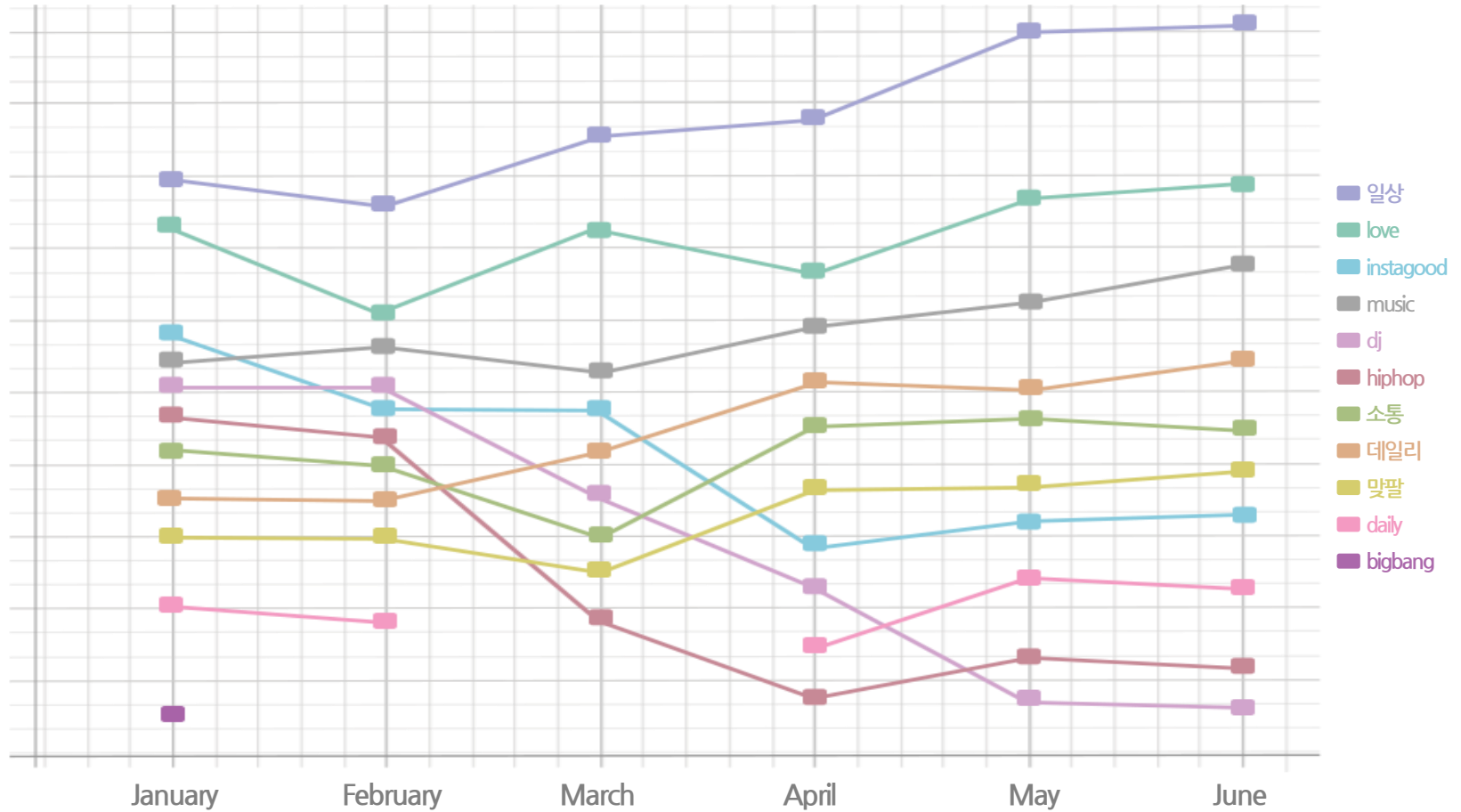


트 2017 상반기 해시태그 트렌드_비디오



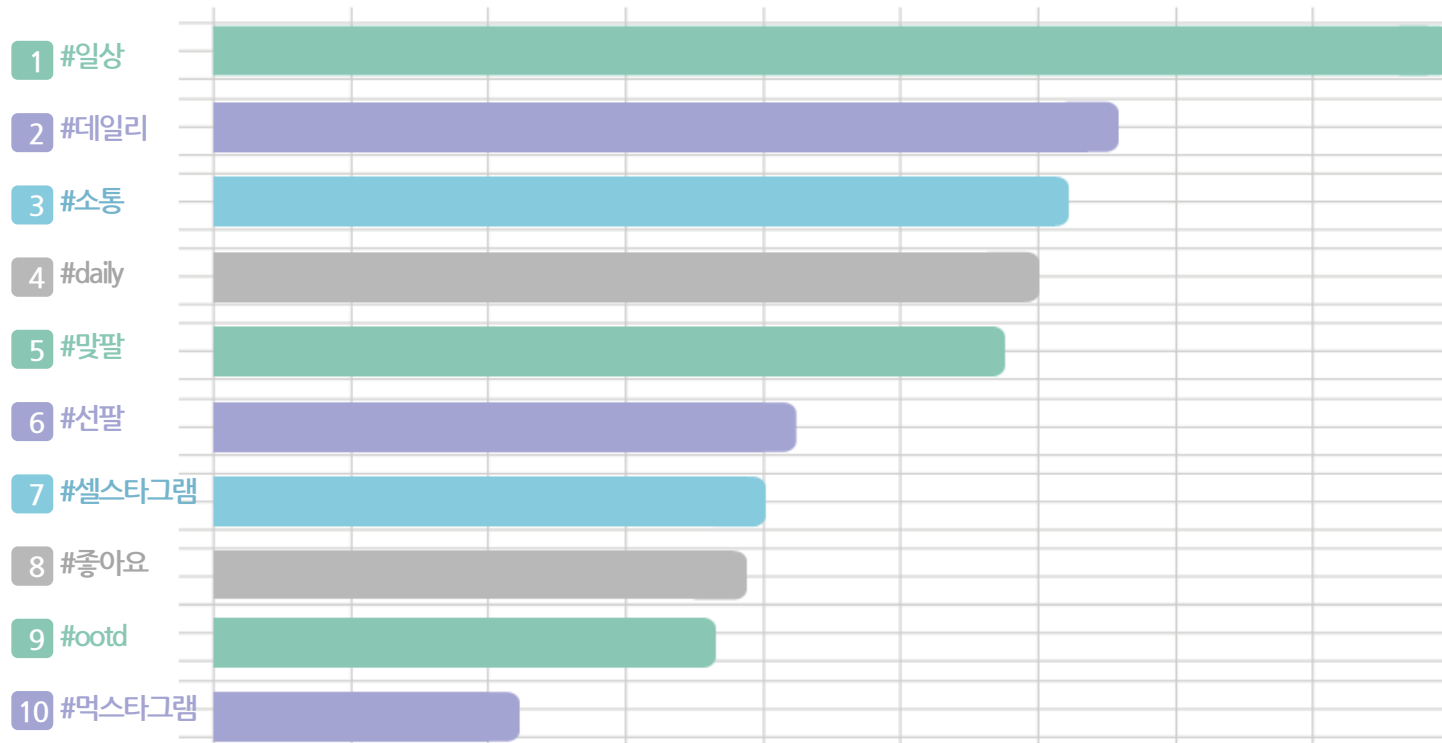


2017 상반기 해시태그 트렌드_비디오





트 2017 상반기 해시태그 트렌드_캐러셀

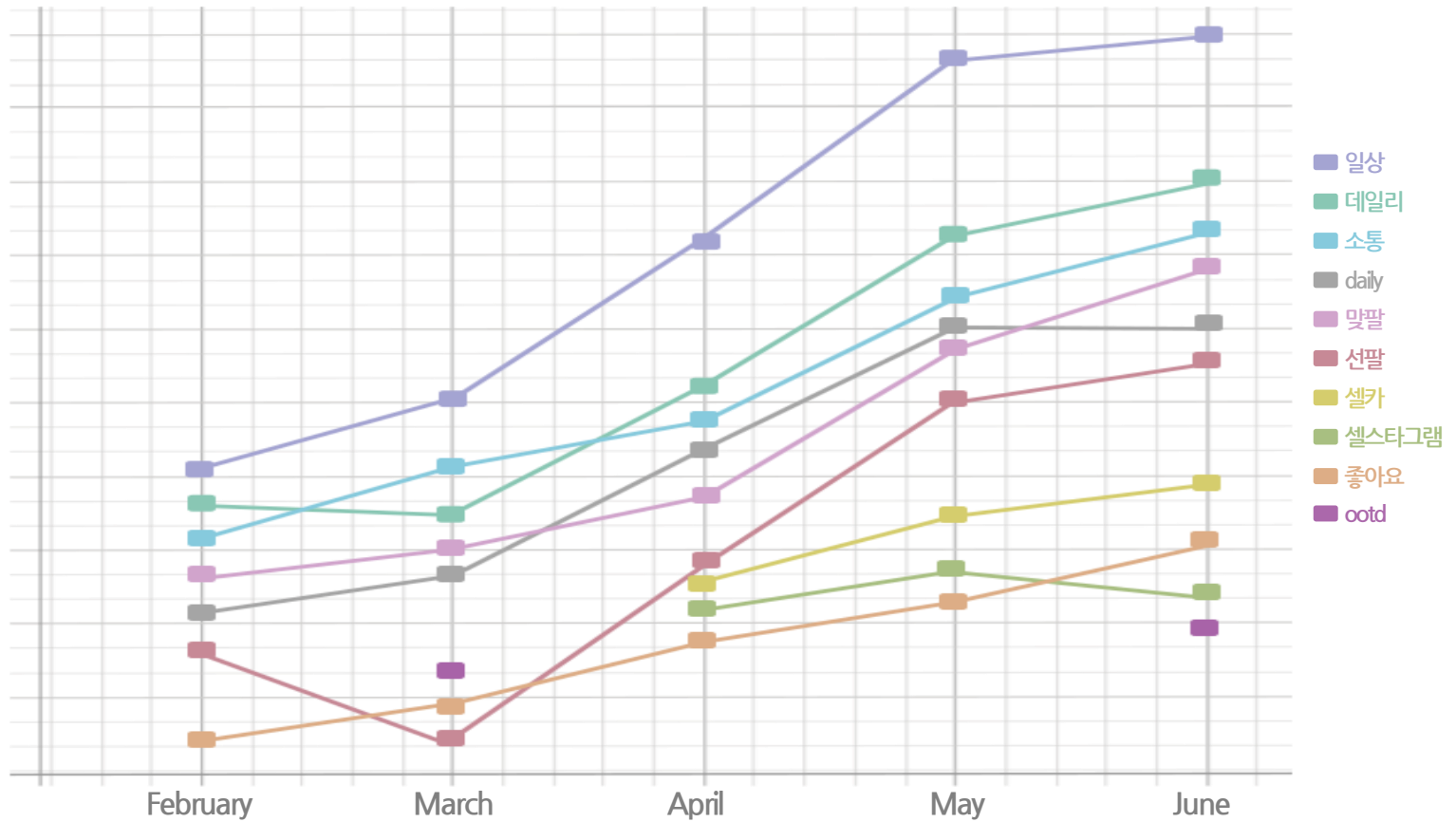




2017 상반기 해시태그 트렌드_캐러셀

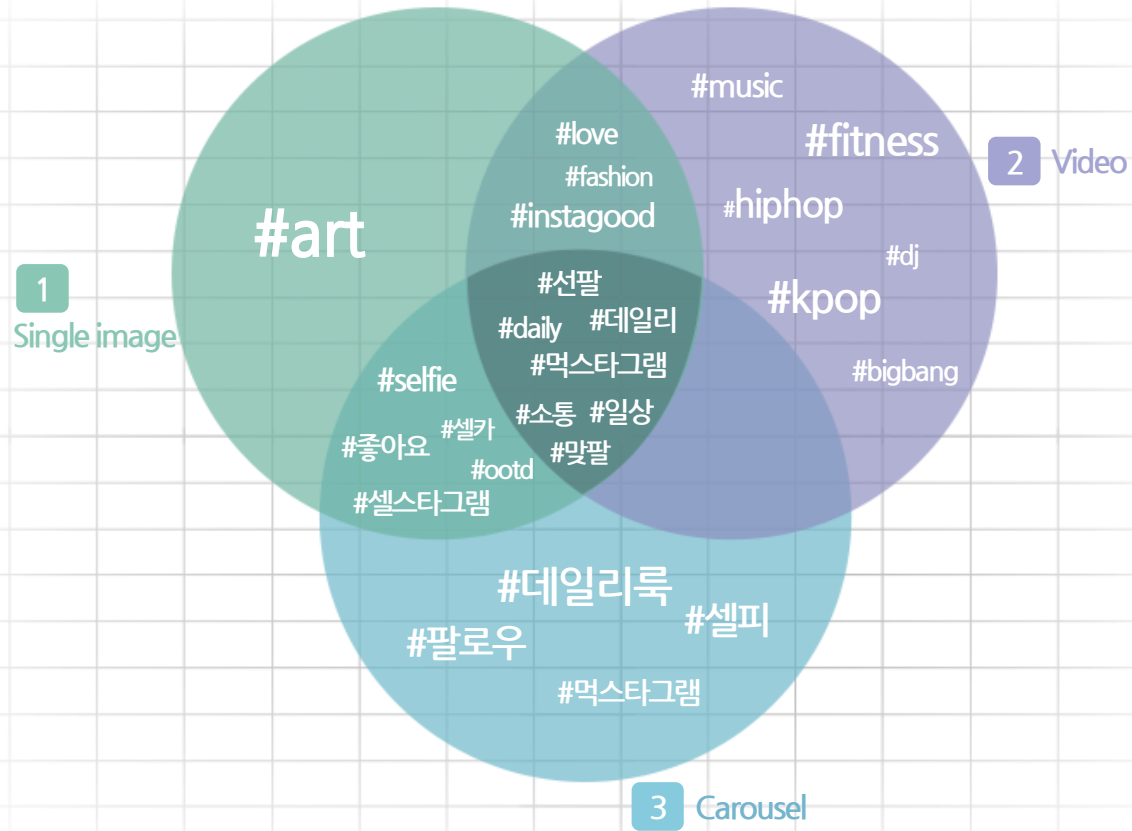
캐러셀에서는 단일 이미지와 유사하게 해시태그가 사용 되었습니다.

(캐러셀(여러장의 사진 또는 비디오)은 올해 초 론칭한 신규 기능입니다.)





#📷 2017 상반기 해시태그 트렌드

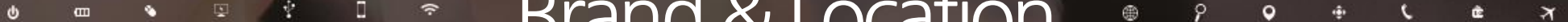




2017 Instagram Trend X Gundolle.com

3

Brand & Location

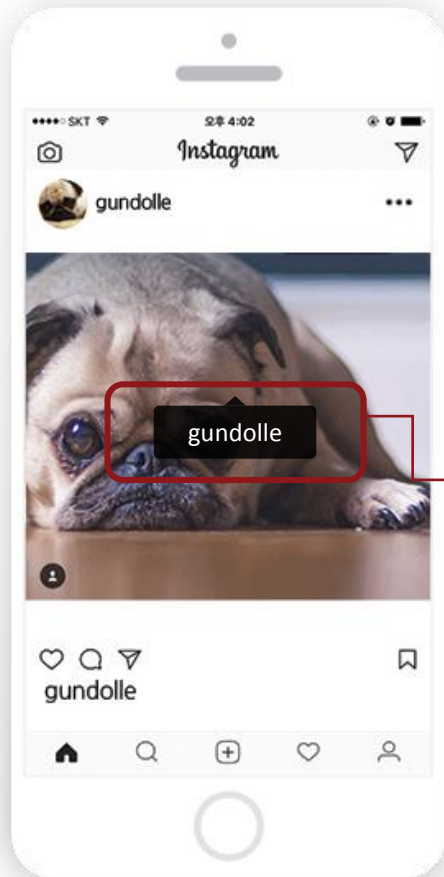


by AppWhole

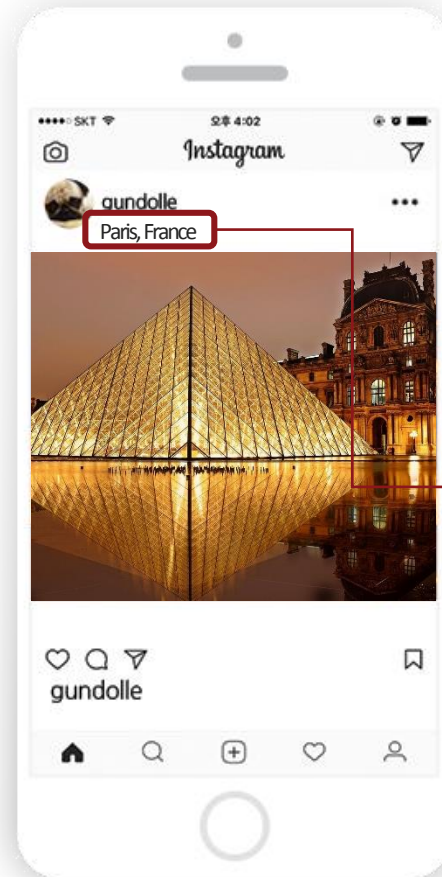




@📍 Brand (@user) & Location



브랜드 태그는 자신의 계정에 특정 사용자(브랜드)의 계정을 태그하는 것을 의미합니다.



위치 태그는 미디어 등록 시 위치를 등록하는 것을 의미합니다.



@2017 상반기 @사용자 태그(브랜드 태그)

2017년 등록된 미디어중 사용자를 태그한 미디어는 전체대비 14%(14백만개) 입니다.
2016년(6%) 대비 **두배 이상** 상승했습니다.

 gundolle
14%

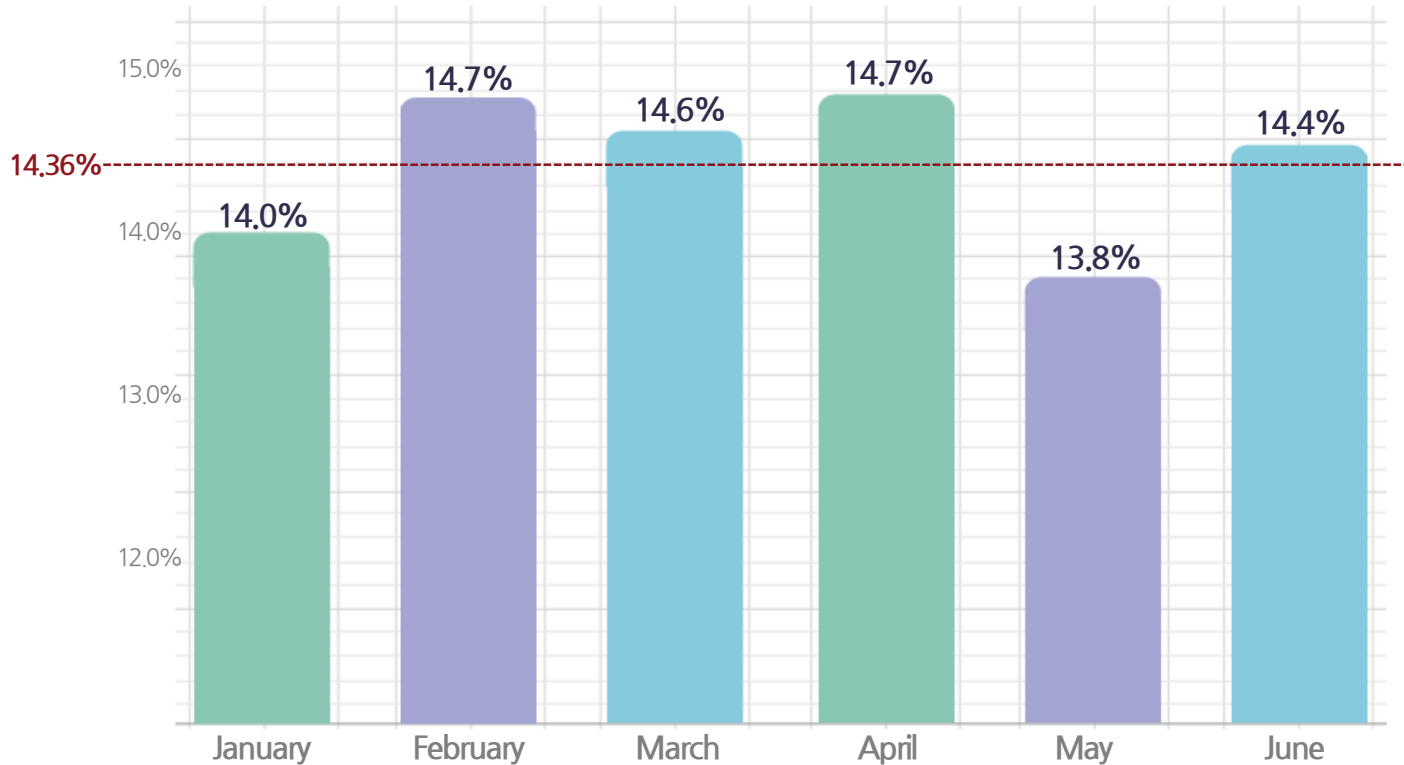



“다른 계정과의
연결고리”



▣ 2017 상반기 @사용자 태그(브랜드 태그)

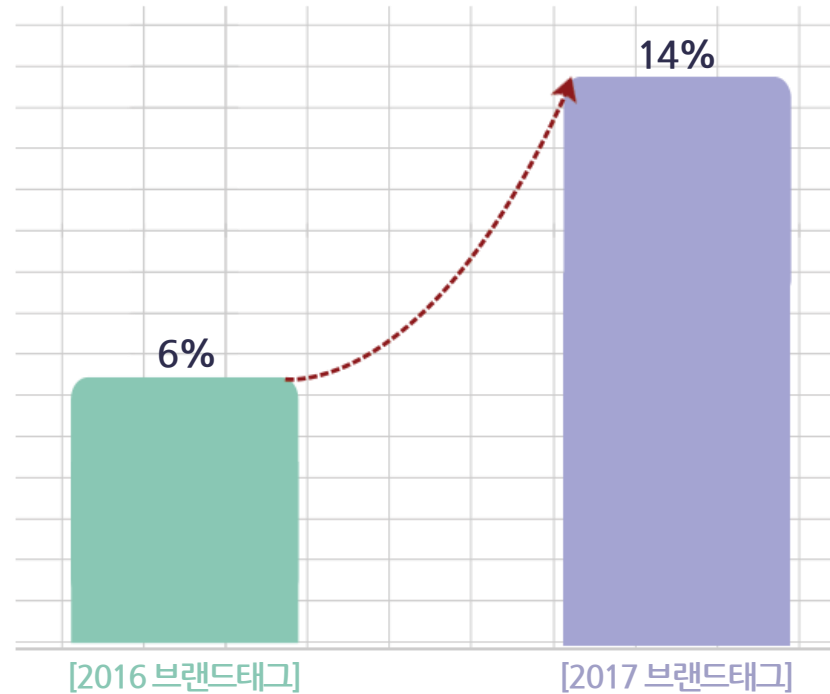
2017년 등록된 미디어중 사용자를 태그한 미디어는 전체대비 **14%(14백만개)** 입니다.
(사용자태그를 할 수 없는 비디오 미디어는 제외된 내용입니다.)





@2017 상반기 브랜드태그 트렌드

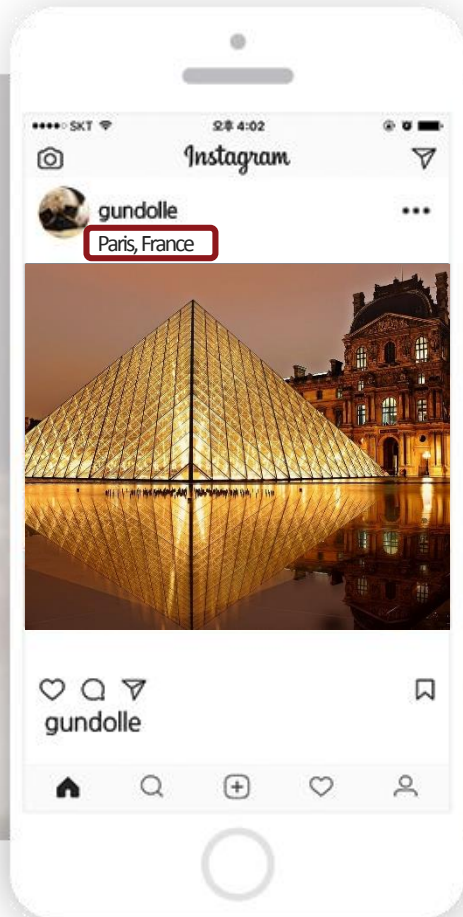
2017년 @사용자(브랜드)를 태그한 미디어는 전년대비 8% 상승한 14%로 나타났습니다.
브랜드(사용자) 태그는 전년대비 가장 많이 상승한 기능 중 하나입니다.
인스타그램 사용자들은 브랜드(사용자)를 함께 연결하여 자신의 생각을 표현하고 있습니다.





📍 2017 상반기 위치태그 트렌드

2017년 등록된 미디어중 위치를 등록한 미디어는 **전체대비 24%**(24백만개) 입니다.
이미지: 21백만 (24.4%) # 비디오: 1.5백만(25%) # 캐러셀: 1.6백만(27%)



24%

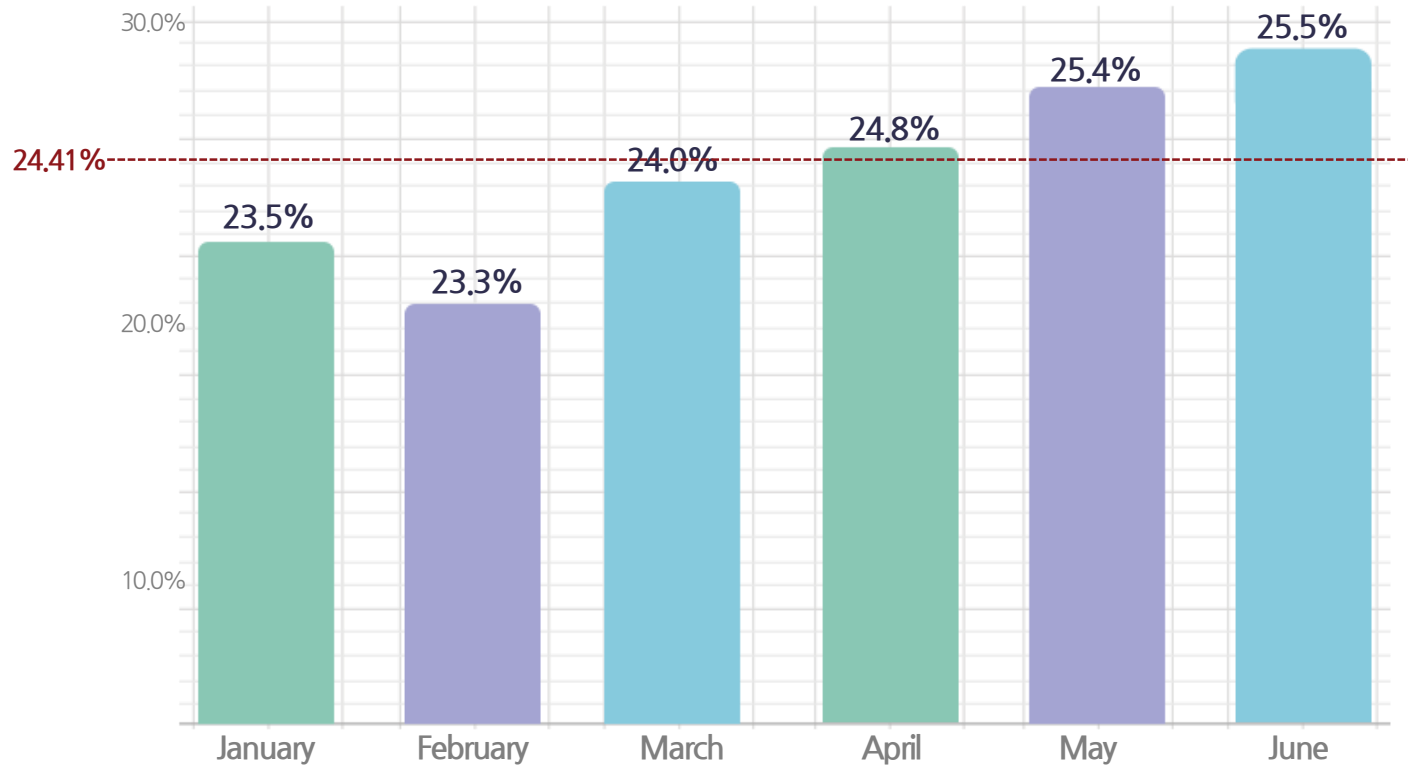


📍 나의 발자취를 남기다



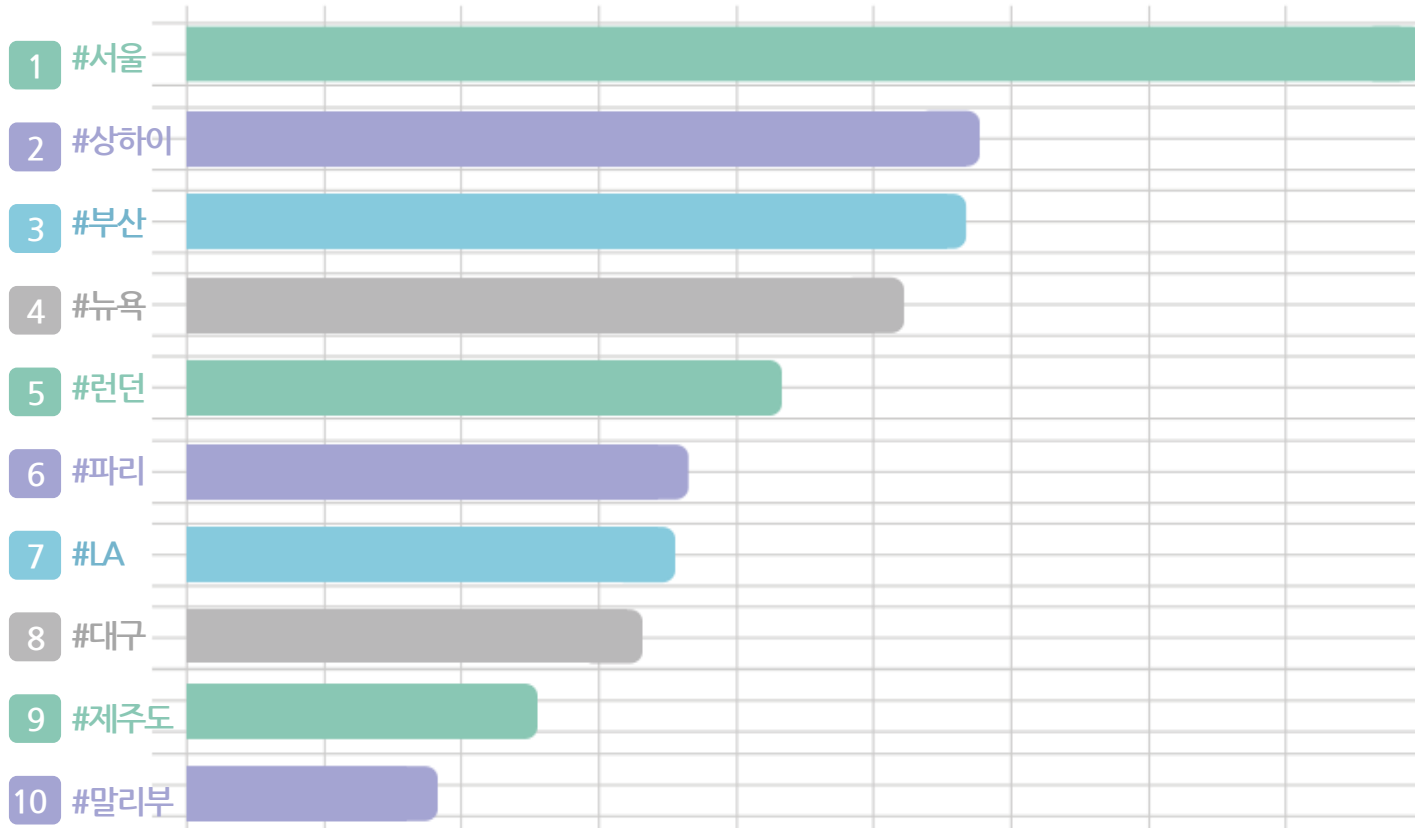
2017 상반기 위치태그 트렌드

평균 위치태그 등록 비율은 24%로 나타났으며, 날씨가 따뜻해지는 3월부터 위치태그의 사용이 급증 하였습니다.



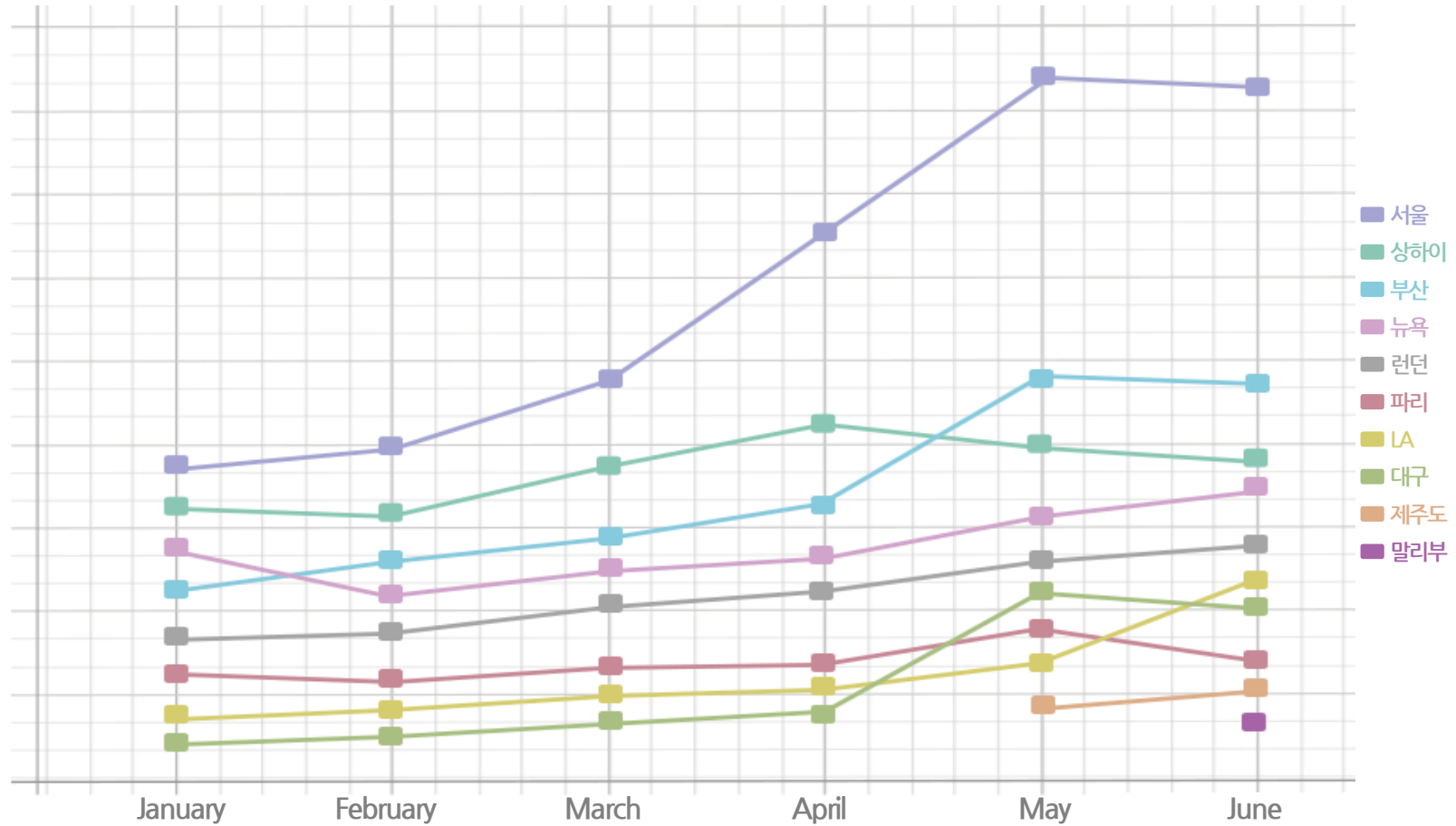


2017 상반기 위치태그 트렌드_전체



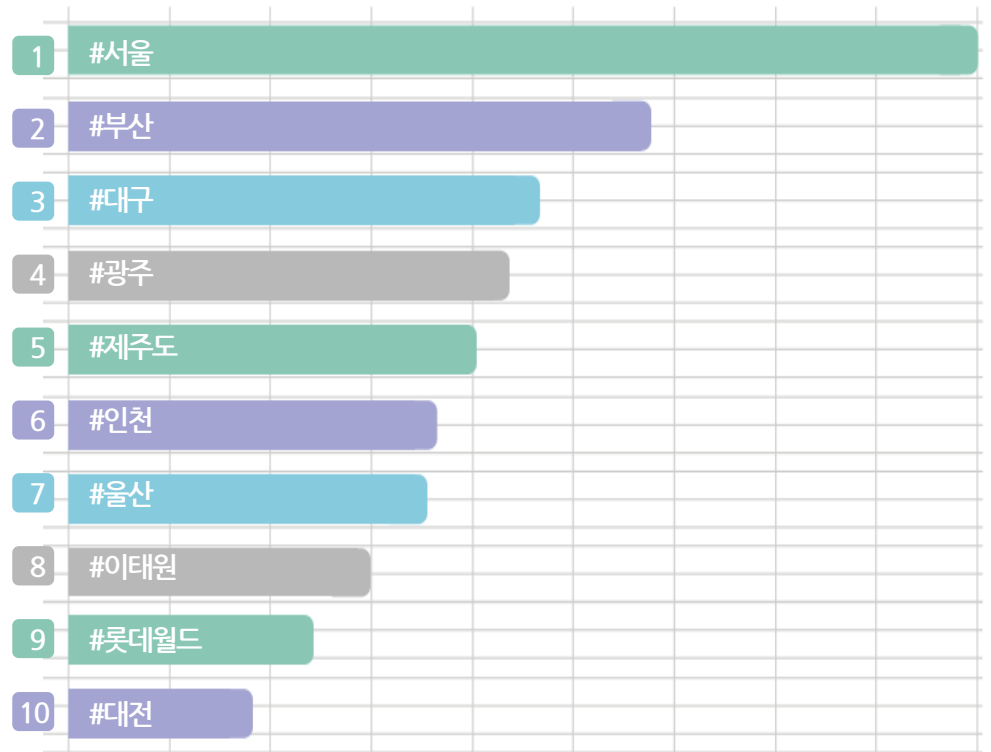
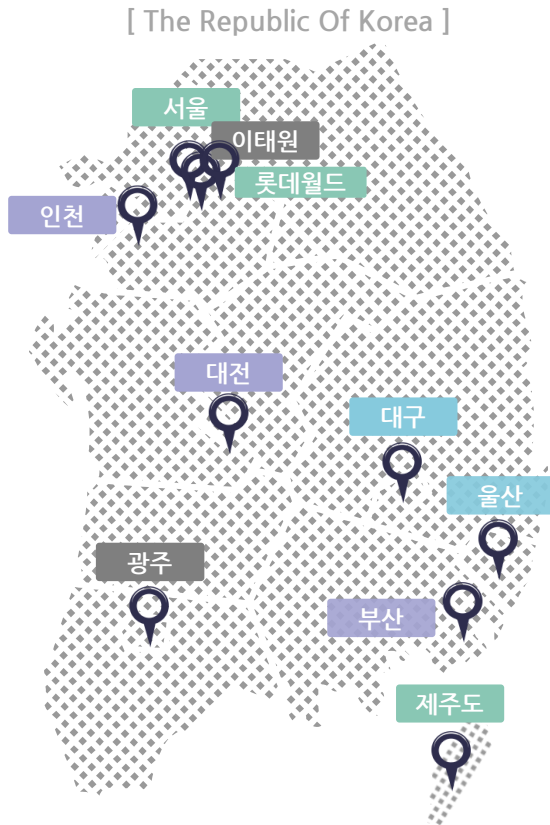


📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_전체



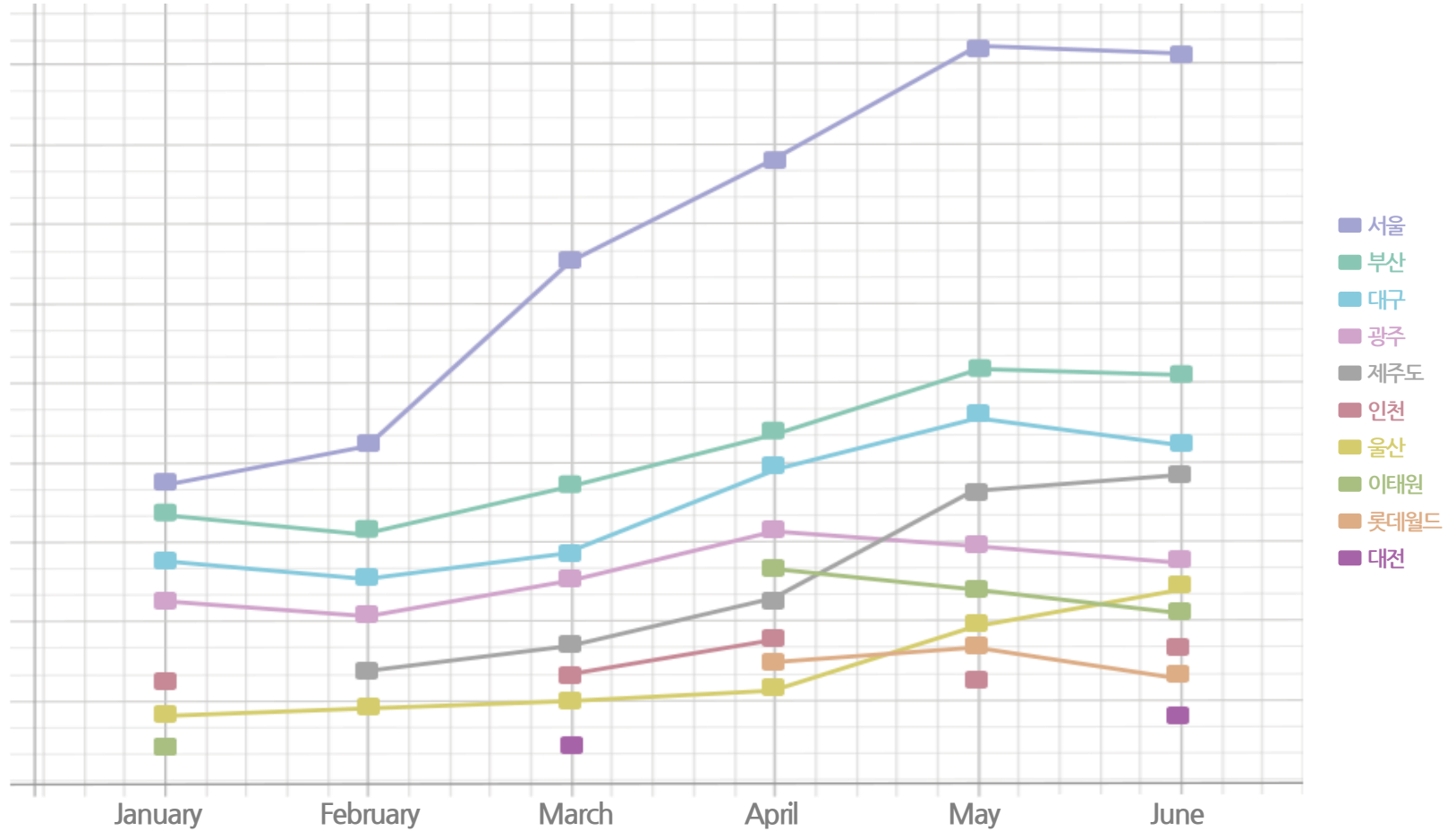


📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_한국





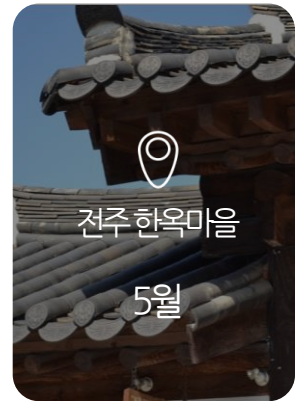
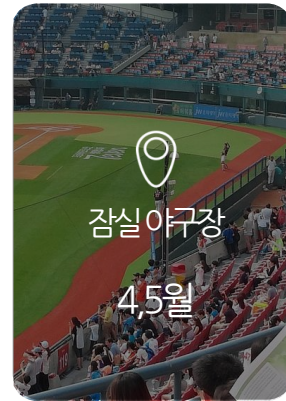
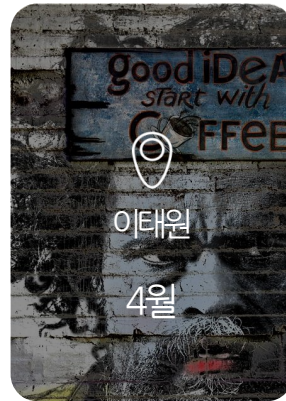
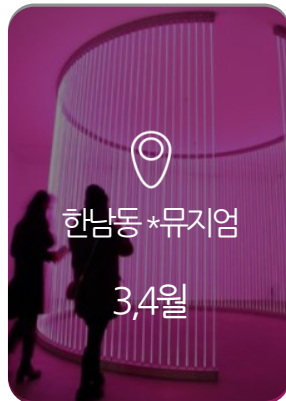
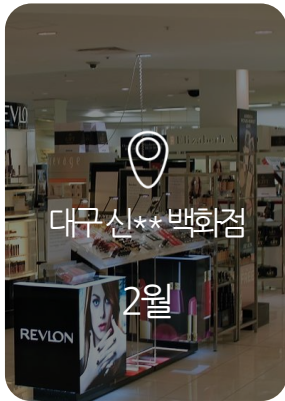
📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_한국





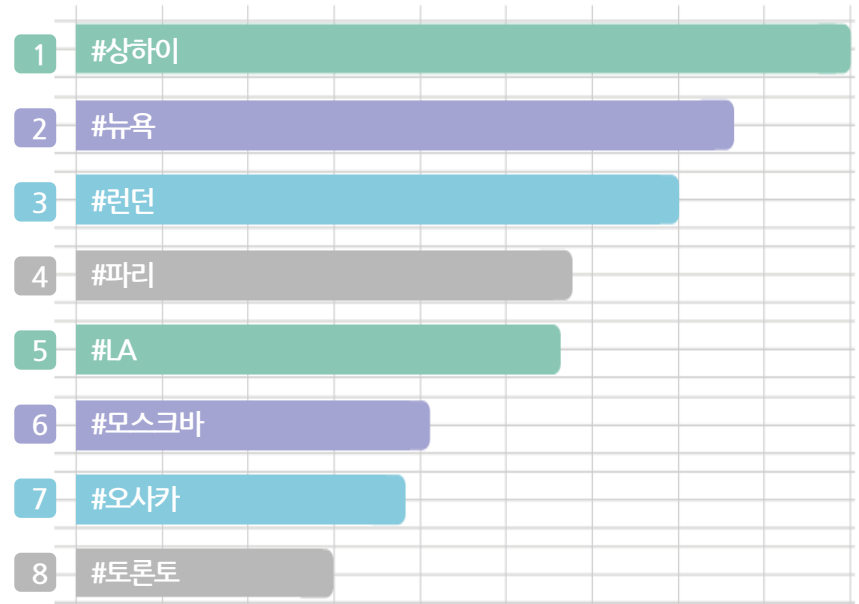
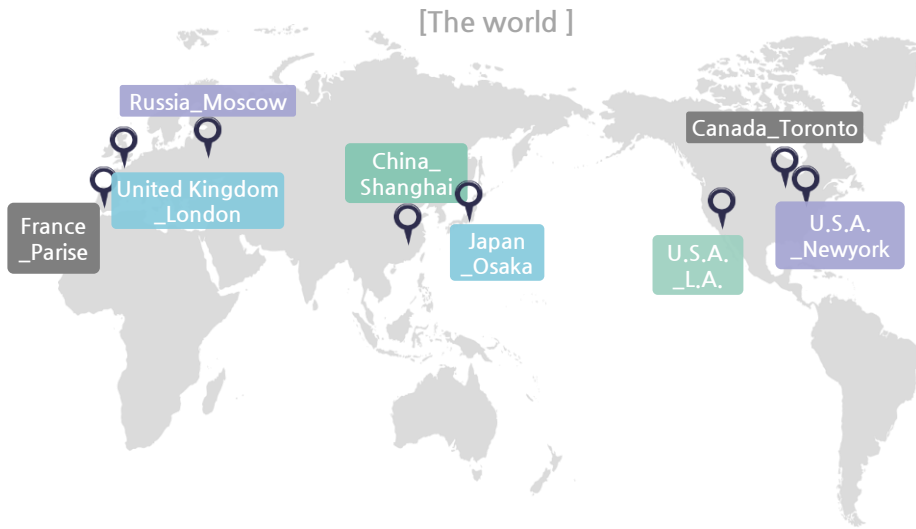
📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_한국

2017년 위치태그 사용 비중은 2016년과 유사하였으며, 국내 위치 태그 중 급 상승한 장소는 아래와 같습니다.
CF) 롯데월드타워 개장/야구 개막과 함께 **잠실주변의 지역**이 인기 위치태그로 눈에 띄게 증가하였습니다.



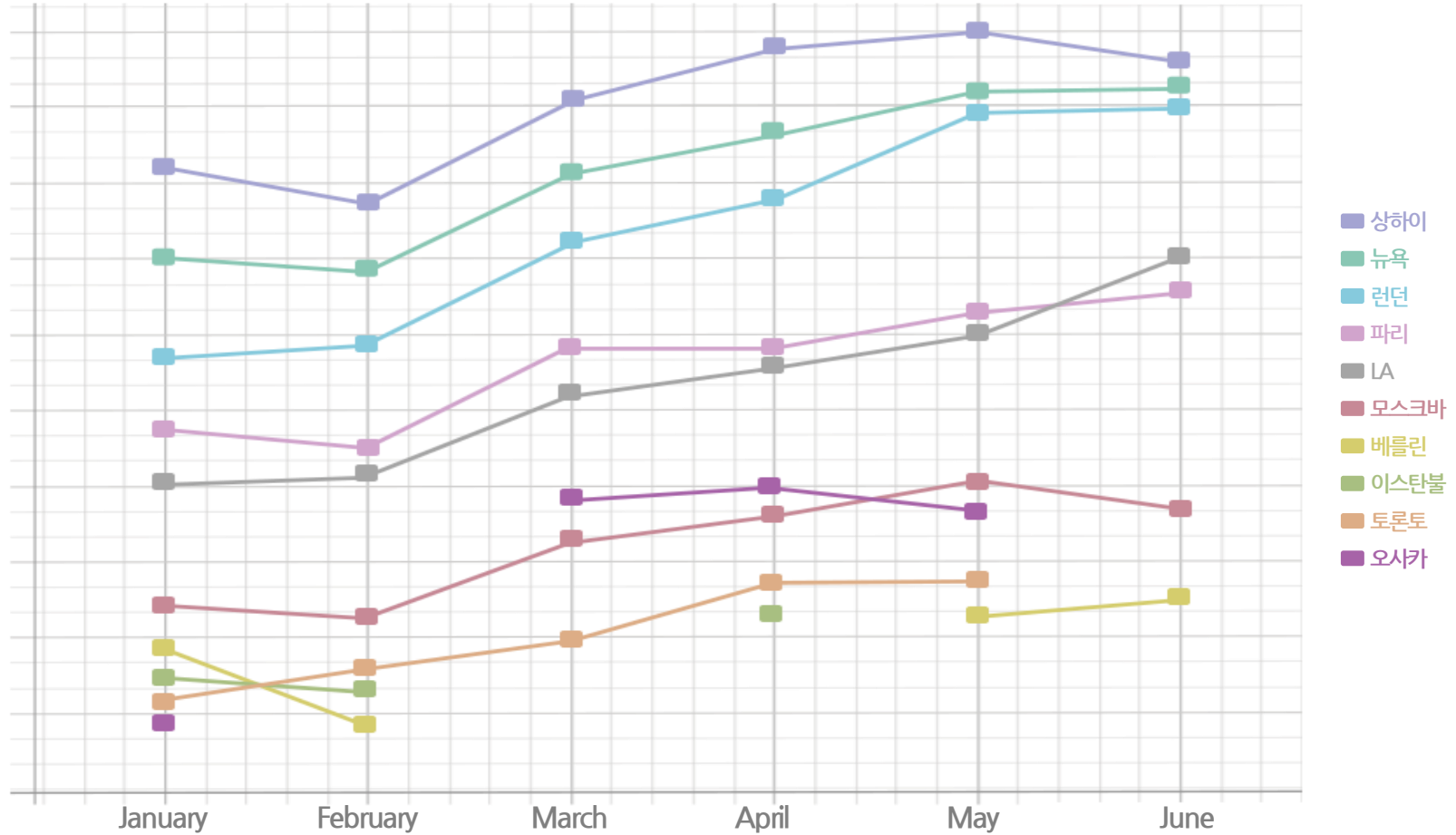


📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_해외





📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_해외

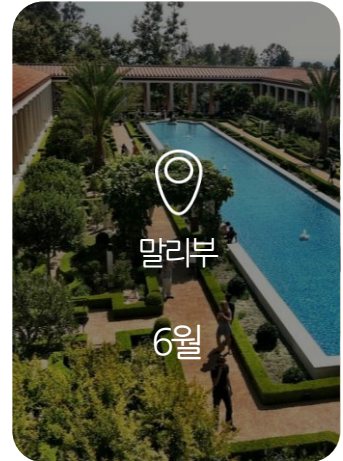
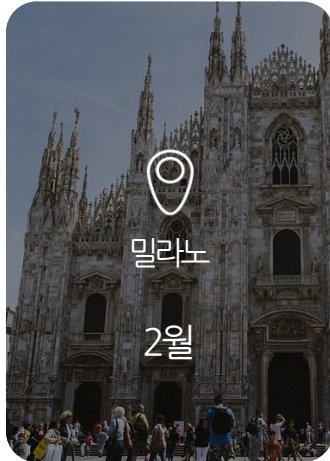




📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_해외

2017년 해외 위치태그는 상하이, 북미, 유럽, 일본에 집중 되었습니다..

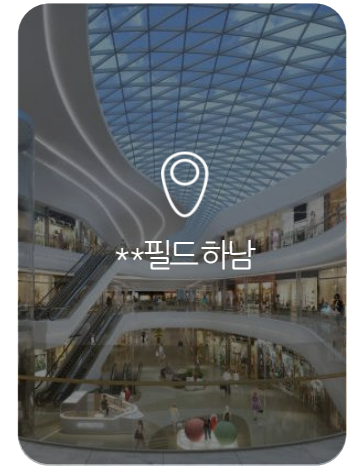
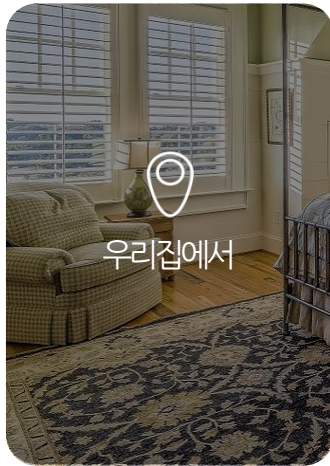
CF) 3,4월 일본의 오사카 지역(교토/고베/나라 등)의 위치태그가 급증하였습니다. 벚꽃놀이 및 여행사의 프로모션의 영향이 클 것으로 보입니다.





📍 2017 상반기 위치태그 트렌드_기타

2017년 상반기 기타 해시태그(위치를 지정하지 않거나 특정 브랜드를 태그)는 다음과 같은 순으로 나타났습니다.
CF) #우리집 과 연계한 해시태그는 주로 **추운날씨**인 1,2,3월에 집중된것으로 확인 되었습니다.



-롯데월드/디뮤지엄은 브랜드 지만, 많은 양의 미디어를 통해 트렌드를 반영 하였다고 판단되어 해당 페이지에서 제외 되었습니다.



2017 Instagram Trend X Gundolle.com

4

Engagement



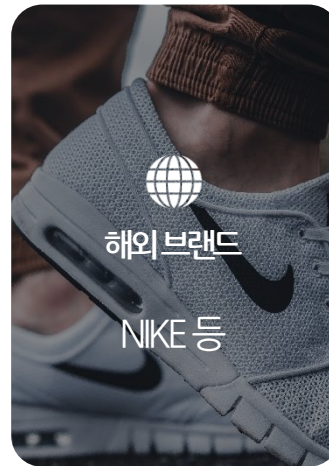
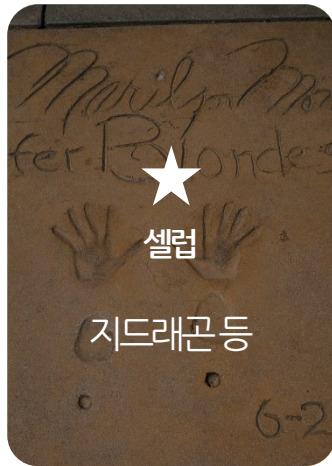
by AppWhole





👤 2017 인스타그램 참여 트렌드

건돌이 닷컴에서는 보다 정확한 인스타그램 참여를 조사하기 위하여 다음의 계정은 제외하였으며, 표본조사를 위해 **필터링한 계정은 약 4천여개**입니다.





2017 인스타그램 참여 트렌드

약 4천여개의 계정 팔로워 총 28백만 명을 통해 발생한 좋아요는 1.3억개이며, 댓글은 약3백만개로 나타났습니다. (계정당 평균 팔로워는 7천명 입니다.)

Like 

⇒ 1.3억 

댓글 

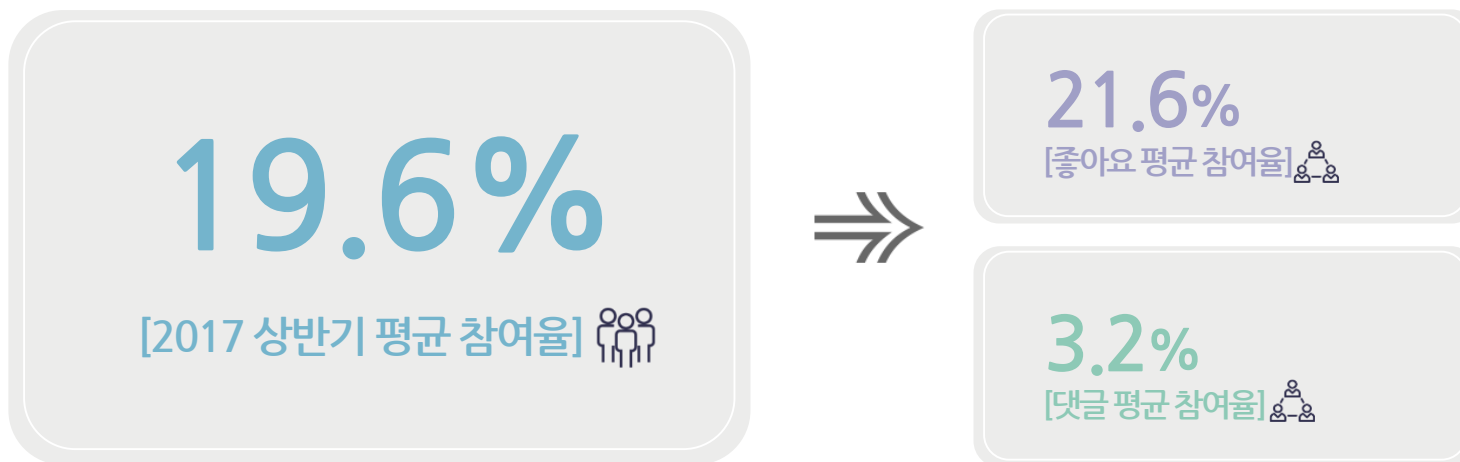
⇒ 3백만 

Cf) 등록된 미디어에 대한 참여를 전체팔로워 대비 나누어서 수집하였습니다.



👥 2017 인스타그램 참여 트렌드

2017년 상반기 평균 참여율은 약 19.6%이며, 참여 형태로는 좋아요 21.6% 댓글 3.2%로 나타났습니다. 상대적으로 쉽게 참여할 수 있는 **좋아요** 형태의 참여가 높은 것으로 나타났습니다.

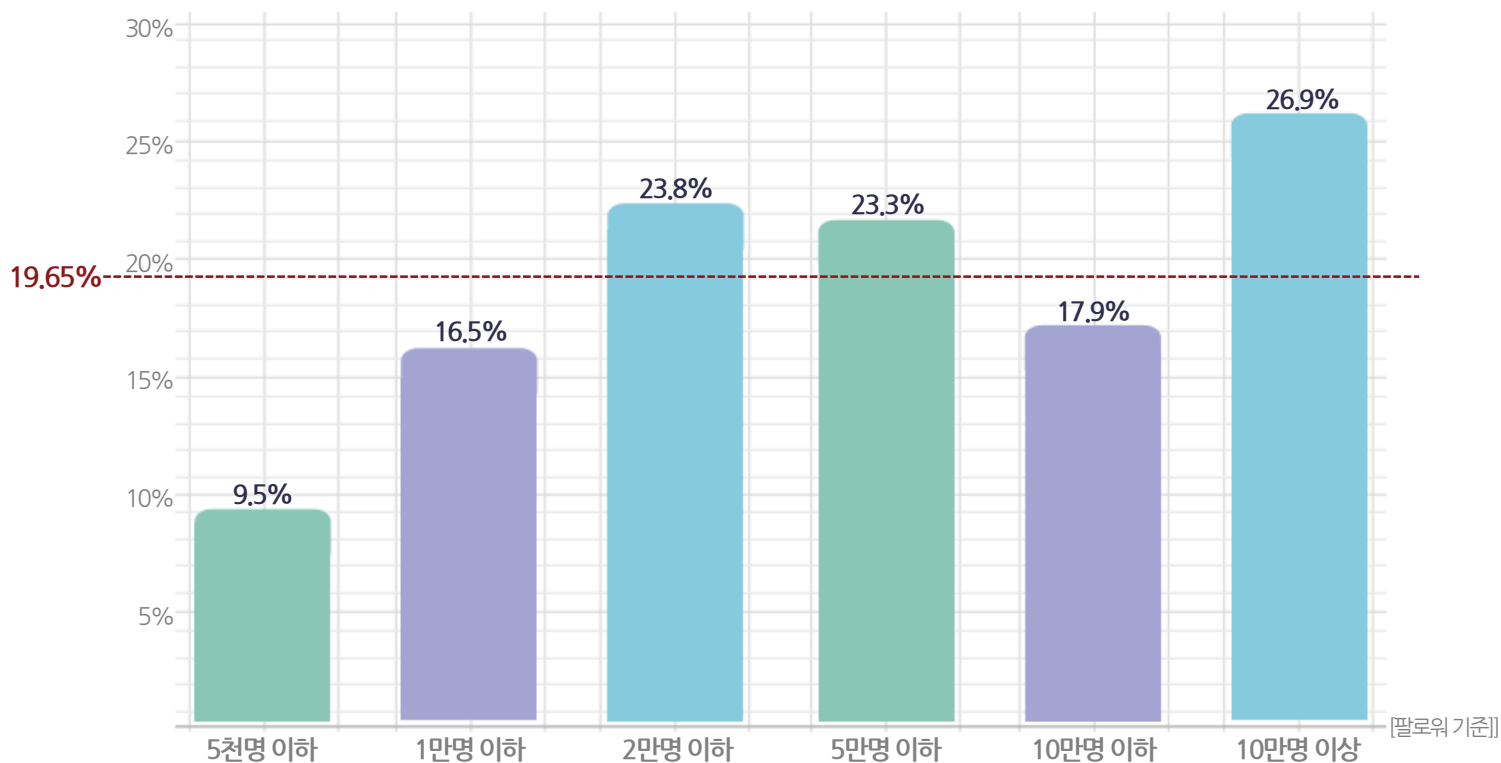


Cf) 등록된 미디어에 대한 참여를 전체팔로워 대비 나누어서 수집하였습니다.



2017 인스타그램 참여 트렌드

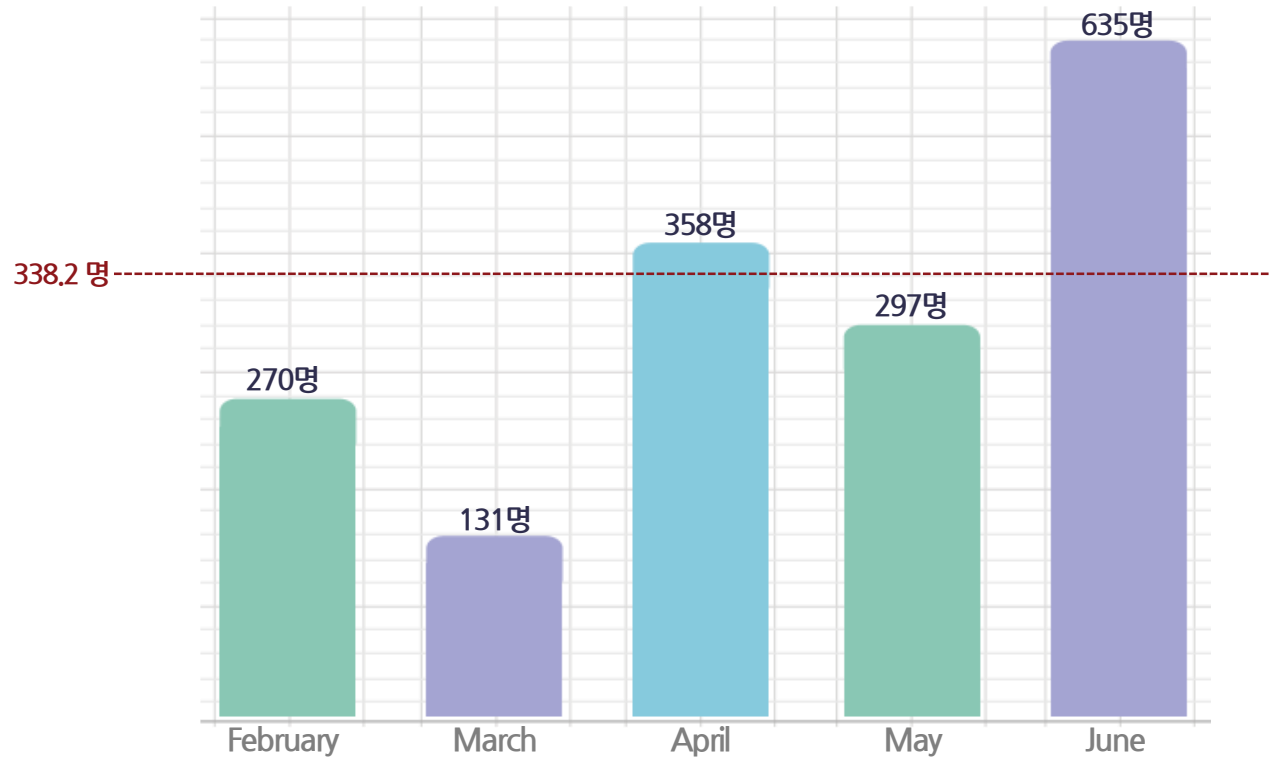
팔로워가 10만명 이상의 계정에서 가장 높게 참여하는 것으로 나타났으며, 약 2만~5만명의 그룹이 그 뒤를 이었습니다.





▮ 2017 인스타그램 참여 트렌드

2017년 1월을 기준으로 월 평균증가한 팔로워 숫자는 약 338.2 명이며 월별 증가추세는 아래와 같습니다.





👤 2017 인스타그램 참여 트렌드

2017년 상반기 인스타그램 참여 트렌드에서는 **이미지>캐러셀>동영상** 순으로 참여가 높게 나타났습니다. 인스타그램의 사용자들은 동영상과 캐러셀 처럼 많은 콘텐츠를 소비하는 형태에 비해 단순 이미지에 참여를 많이 하는 것으로 판단됩니다.



Tip. 참여 형태의 이벤트를 고민한다면, 캐러셀이나 동영상 보다는 단일 이미지를 고려하는 것이 좋습니다.



2017 Instagram Trend X Gundolle.com

5

STRATEGY

by AppWhole





2017 하반기 인스타그램 마케팅 전략

2017년 하반기 인스타그램 전략에 대해 **오가닉(자체운영)**과 **광고**로 구분하여 작성하였으며,
오가닉은 콘텐츠와 신규 기능 중심으로 광고는 인플루언서와 Paid 형태로 구분되었습니다.
(# 작성된 기준은 2017.06 기준이며, 이후 업데이트와는 상이할 수 있습니다.)

Organic ⇒

- Contents
- Tags(Hash/ Location/ Brand)
- Story
- Business profile

AD ⇒

- Influencer
- Paid
- Story
- Feed



Organic

Organic에서는 광고를 통하지 않은 자체 계정 운영 노하우 및 트렌드를 공유 드립니다.

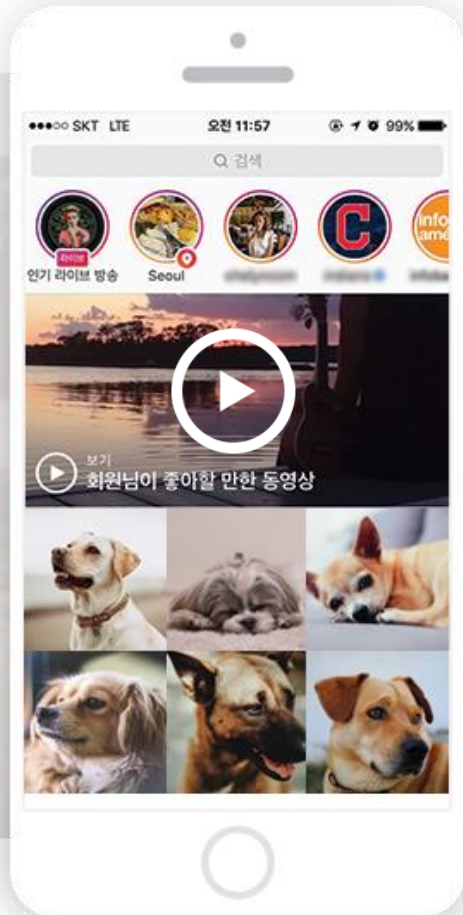


인스타그램 계정 운영 관련하여 현재 가장 중점적으로
체크해야할 부분에 대해서 알려 드리며,
몇가지 Tip 을 공유 합니다.





Organic_contents



“ Video first ”



- ▶ 인스타그램 뿐만 아니라 모든 소셜플랫폼의 중요한 전략입니다.

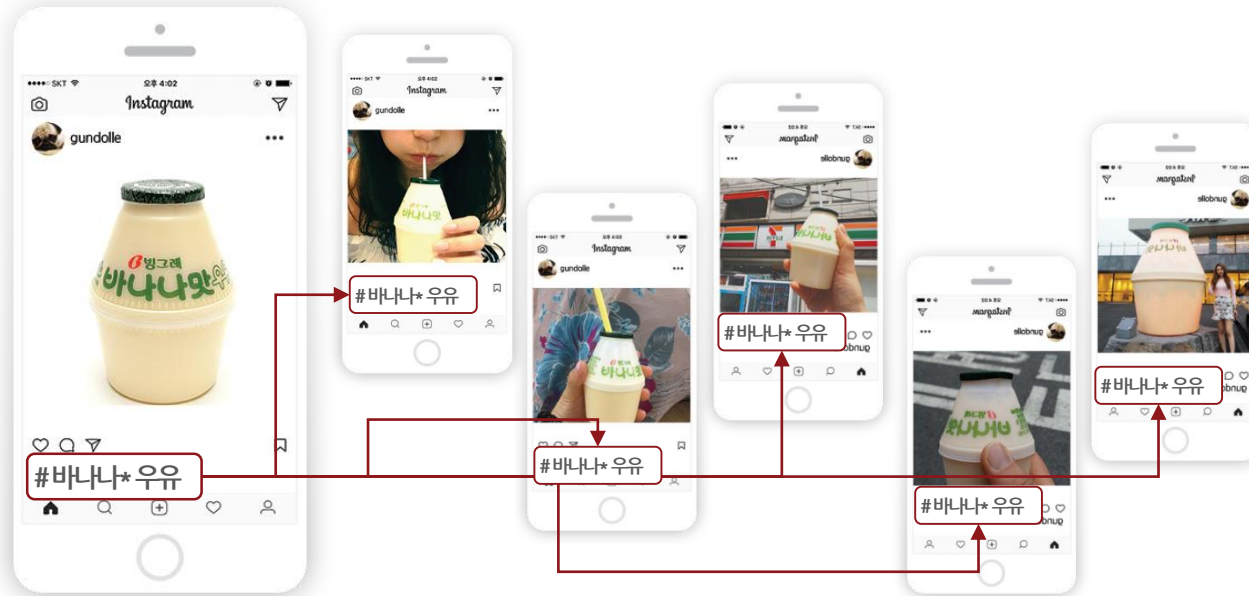
실제 2017년 상반기 동영상 미디어는 작년에 등록된 동영상 개수를 추월했습니다.

앞으로의 디지털 마케팅은 동영상 중심으로 이동할 것이 명확합니다.



Organic_tag(#Hash)

브랜드해시태그

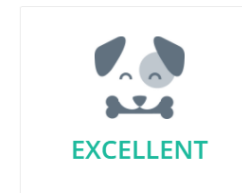


브랜드의 해시태그를 제품 또는 특정 이벤트와 연계하여 사용하는 경우 자연스럽게 사용자의 기억에 남을 수 있습니다.

브랜드 해시태그의 효과는 건돌이닷컴에서 확인 가능합니다.
(증감률 인기해시태그/경쟁사해시태그 등)

예시) "바나나*우유"

Ownerships

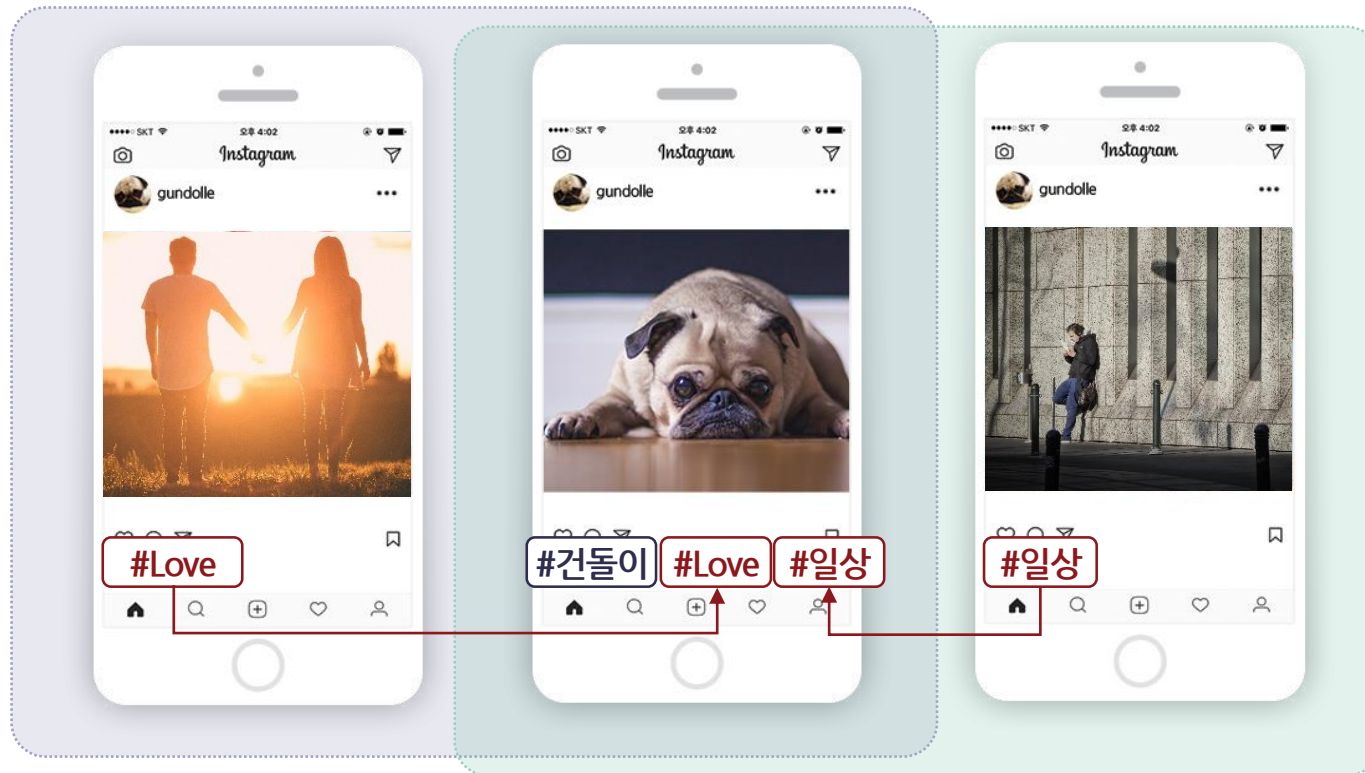




Organic_tag(#Hash)

베스트 해시태그와 함께 미디어를 등록할 경우 해당 미디어의 노출 확률이 높아지며, 이에 따른 팔로우도 자연스럽게 증가됩니다.

※인기 해시태그 함께 사용





Organic_tag(#Hash)

대중적인 인기 해시태그와 함께 제품의 특징을 살린 **연계 해시태그**를 함께 사용하면 더욱 효과적으로 마케팅이 가능합니다.



연계 #해시태그

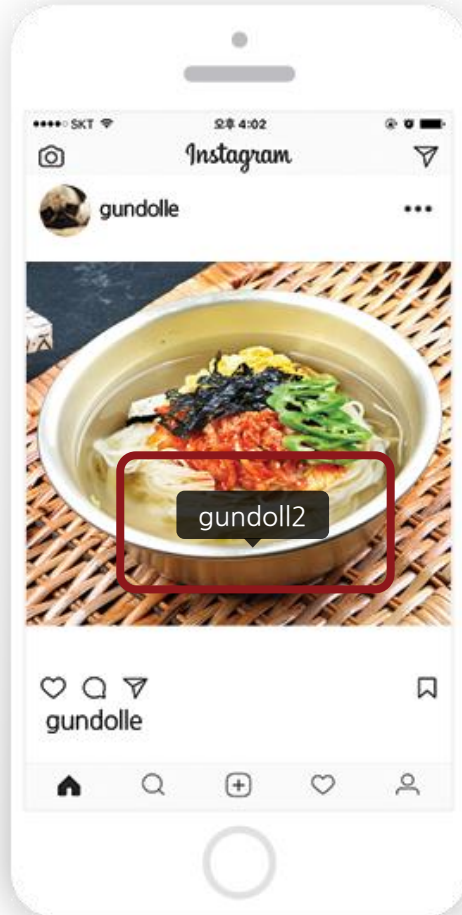
비즈니스의 성격을 간략하게 나타낼 수 있는 해시태그를 함께 사용하면 더욱 타게팅된 홍보 효과를 거둘 수 있습니다.

예시) 식당을 운영할 경우

#일상 #Love 등과 같은 대중적인 해시태그와 함께
비즈니스와 연계한 **#맛집 #먹스타그램** 등을 사용.



Organic_tag(#user_Brand)



user_Brand tag

사진에는 항상 사용자를 태그하여 등록합니다.

인스타그램의 사용자들이 가장 많이 이용하는 형태는 타임라인의 피드입니다.

따라서 콘텐츠를 등록할때(이미지만 가능) 계정을 태그하면 자연스럽게 브랜드의 계정으로 유입될 수 있습니다.

예시) gundoll2 계정에 미디어 등록 시 @gundoll2 계정 태그
(화면 참고)



Organic_tag(#Hash)

비즈니스에서 태그를 사용하는 경우에 대한 정리는 다음과 같습니다.

- a. 정확한 브랜드 해시태그 사용
- b. 인기해시태그와 함께 사용
- c. 비즈니스 연계 인기 해시태그 함께 사용
- d. 미디어(이미지)에는 항상 브랜드 계정을 태그하여 사용

예시)

카테고리: 음식점

상호: 건돌이네국수

사용해시태그

1) 브랜드 해시태그: #건돌이네국수

2) 인기 해시태그: #일상 #Love #맛팔

3) 연계 해시태그: #맛집 #먹스타그램

4) 브랜드태그: gundoll2





Organic_tag(#story)

인스타그램 스토리는 아주 강력한 마케팅 도구입니다. 인스타그램 스토리의 굉장히 높은 참여율을 나타냅니다.

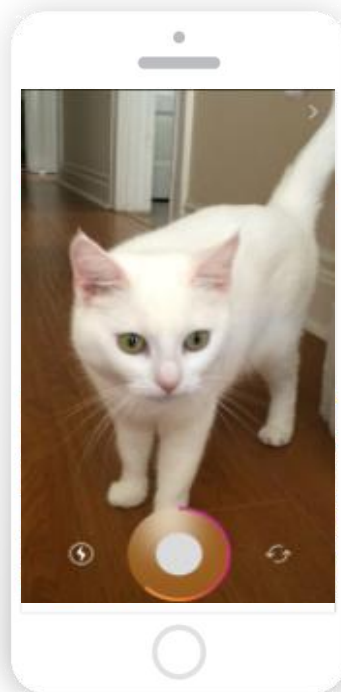
24시간동안 노출되기에 “지금” “순간”을 표현하는데 최적화 되어있습니다.

브랜드에서는 24시간 세일/오늘의 레시피(메뉴) 등과 같은 이벤트를 날씨, 위치 등과 함께 다양한 스토리텔링을 제공하고 있습니다.

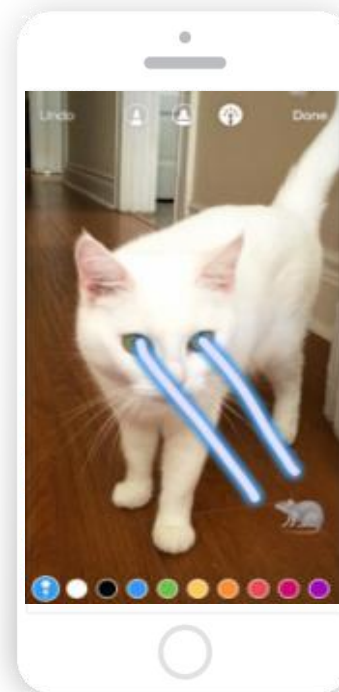
인스타그램 스토리의 체계적인 기획과 운영을 준비하면 보다 많은 마케팅 기회를 가질 수 있습니다.



[스토리 영역]



[스토리 등록화면]



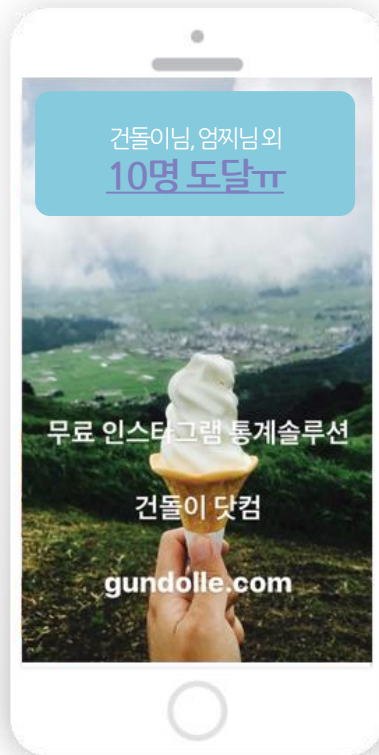
[스토리 필터]



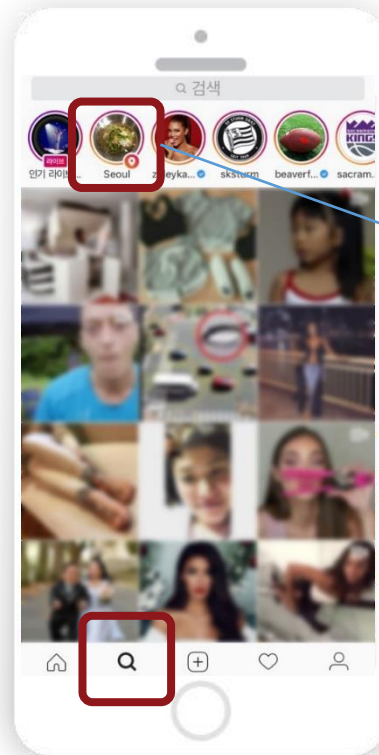
Organic_Story_Tip

인스타그램에서는 검색 탭(1번 이미지)에서 사용자의 지역_대부분 시 또는 구 단위_에서 일어나는 스토리를 모아서 보여주고 있습니다. 따라서, 지역태그를 함께 사용한다면 단순하게 스토리를 등록했을 때보다 높은 노출을 기대할 수 있습니다.

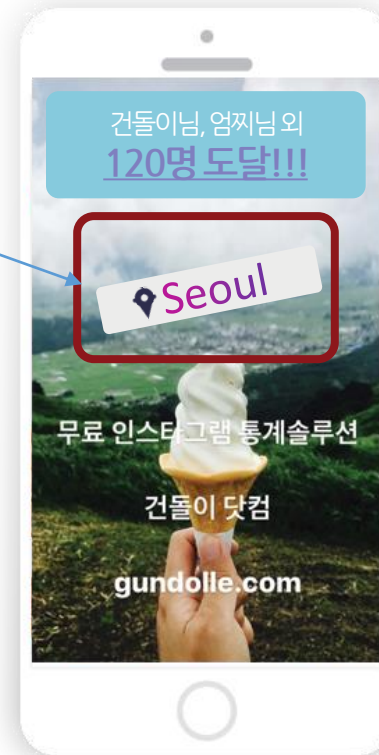
Ex) 스토리 등록 시 서울/부산/NYC 등 처럼 공식적인 지역을 함께 태그합니다.



[지역태그 없는 경우]



[지역스토리 노출 화면]



[지역태그 있는 경우]



Organic_Business profile

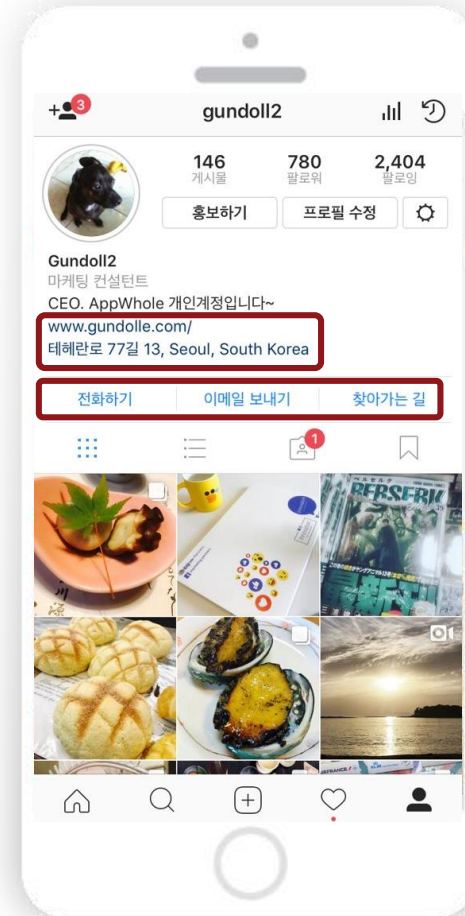
Business profile ⇒

통계를 확인할 수 있는 비즈니스 프로필

하루 동안 스토리와 홍보 게시물이 거둔 성과를 실시간 지표로 확인할 수 있습니다.

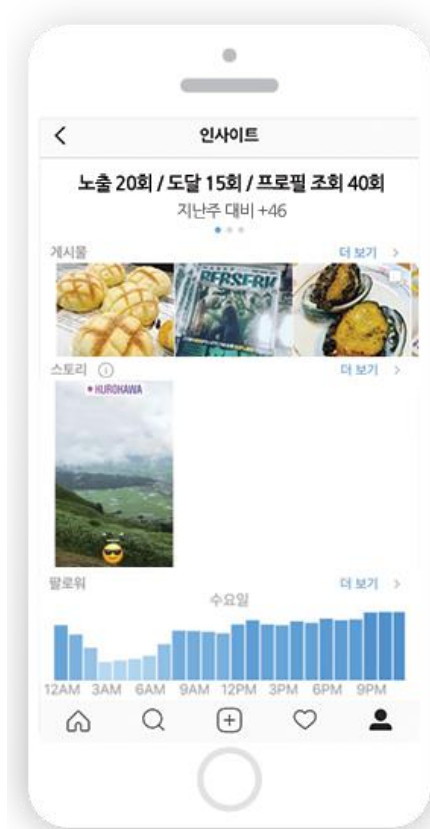
어떤 사람들이 여러분의 계정을 팔로우하는지, 팔로워들이 각 게시물과 스토리에 어떻게 반응했는지 파악할 수 있습니다.

또한, 영업시간, 매장 위치, 전화번호 등의 비즈니스 정보를 추가할 수 있습니다.





Organic_Business profile_insight



[통계 메인 화면]



[게시물 통계상세 화면]

Business profile insight

비즈니스 프로필 전환 후 우측 상단의 그래프를 클릭하시면 다양한 통계를 확인하실 수 있습니다.

비즈니스 계정의 노출/도달/프로필조회를 확인할 수 있으며, 게시물별로 도달된 횟수를 확인하실 수 있습니다.

최대 1년까지의 게시물의 통계를 제공합니다.
[사진/동영상/캐러셀 구분_노출/도달/참여/좋아요/댓글/저장_기간에 대해서 통계를 확인할 수 있습니다.]



Organic_Business profile

※비즈니스 프로필 만들기



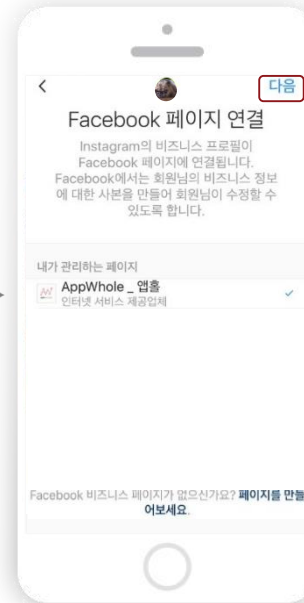
[계정 우측상단 설정 클릭 후 하단의 "비즈니스 프로필 전환" 클릭]



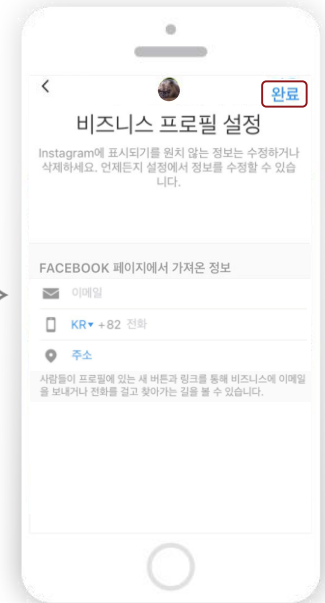
[내용 확인 후 "계속" 클릭]



[facebook 로그인 비즈니스 프로필을 만들기 위해서는 fb page 연결이 필수입니다.]



[연결할 페이지 선택]



[기본 정보 입력 후 완료]



Organic_Business profile

건돌이닷컴에서는 특정 브랜드 계정에 대해서 비즈니스프로필 관련 통계를 보다 효과적으로 제공하는 것을 테스트하고 있습니다. 곧 만나보실 수 있습니다!!

The screenshot displays the 'gundolle' Organic Business Profile interface. The top navigation bar includes 'MENU', 'Business', 'Profile', 'Media', 'Story', and 'Help'. The main content area is titled 'PROFILE' and features several key metrics: Impressions (314), Reach (2,380), Clicks (2,176), Profile View (57), and Follower (560). Below these metrics are three line graphs: 'Impressions / Reach', 'Follower per Period', and 'Profile view per Period'. A 'CLICKS' section provides a summary of various click types: total click (528), search click (1,273), email click (326), phone call click (10,697), text message click (1,169), and email share click (153). At the bottom, a '기간별 프로필 클릭 현황' (Profile Click Status by Period) graph shows trends for Email Clicks, Phone Call Clicks, Text Message Clicks, Email Share Clicks, and Website Clicks. A central blue callout box contains the text '건돌이닷컴 비즈니스 프로필 통계 화면' (Gundolle.com Business Profile Statistics Screen).



AD

instagram AD.(influencer & Paid AD)



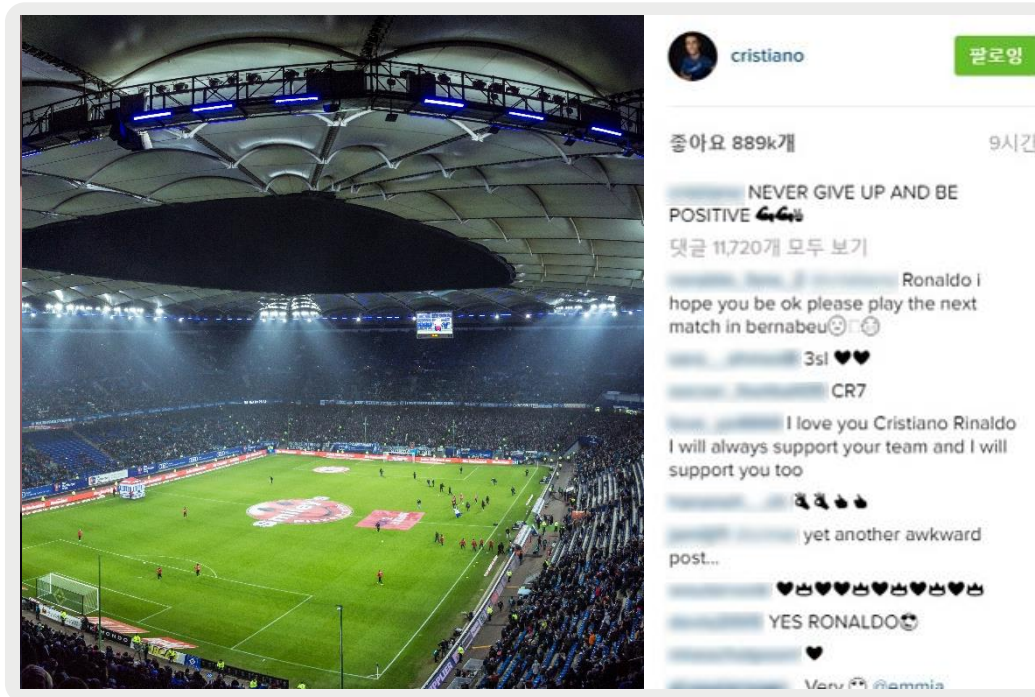
최신 인스타그램 광고의 형태와 진행절차를
공유 합니다. 또한, 광고형태별의 장단점을 분석하여
제공합니다.





AD_influencer

인플루언서 광고는 유명 셀럽 및 회사의 계정에 홍보를 하고자 하는 콘텐츠를 게시하는 것을 말합니다.



Influencer ⇒

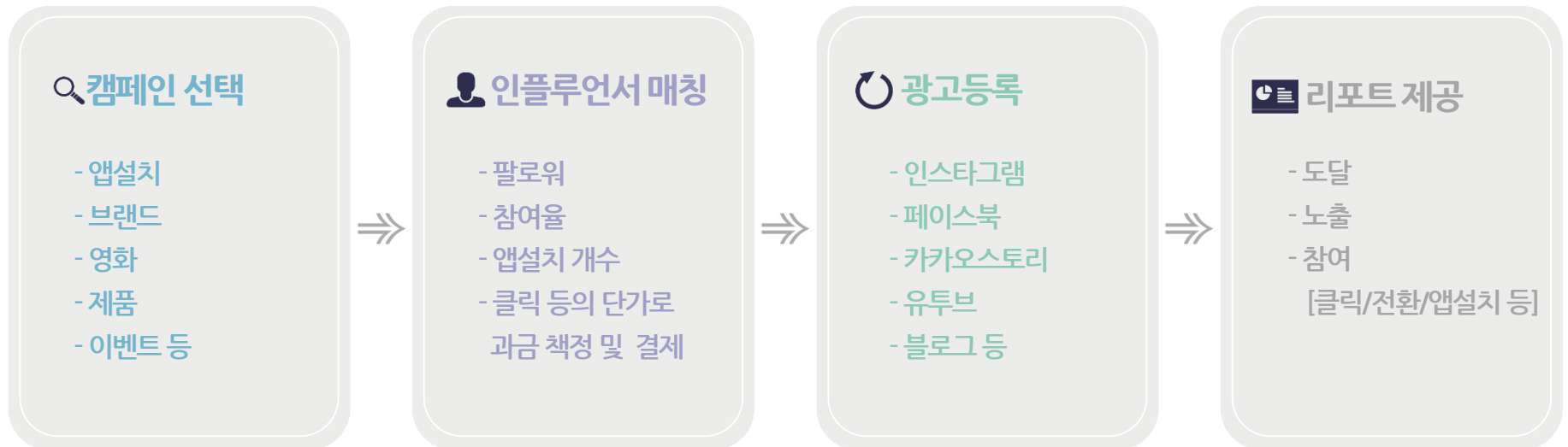
인스타그램에서 많은 팔로워를 보유한 인플루언서와(영향력있는사람) 연계하여 진행하는 마케팅 입니다.

얼마전 호날두의 인스타그램 **사진의 가치가 4억6천만원**에 달한다는 기사가 말해주듯이 인플루언서와의 연계 마케팅 시장은 더욱 커질 것입니다.



☎ AD_influencer

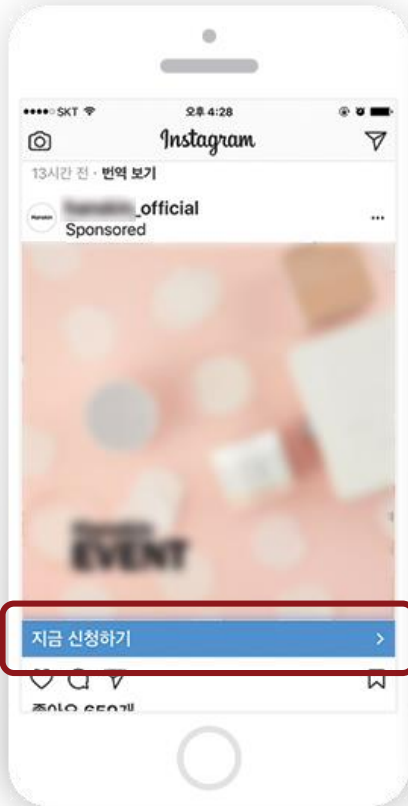
인플루언서 광고는 유명 셀럽 및 회사의 계정에 홍보를 하고자 하는 콘텐츠를 게시하는것을 말합니다.
[아래의 절차 및 내용은 국내 대표 인플루언서 마케팅 집행회사에서 제공하고 있는 내용이며, 회사마다 조금씩 다를 수 있습니다.]



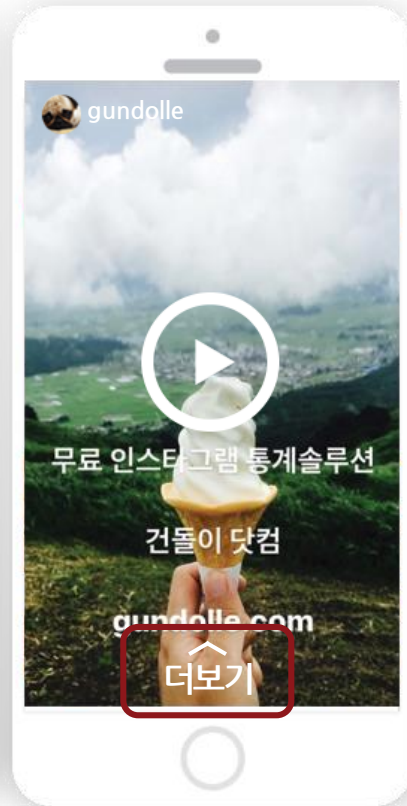


AD_Paid

※피드광고 예시



※스토리광고 예시



정의 ⇒

브랜드의 인스타그램 계정과 연결하여 광고를 진행합니다.

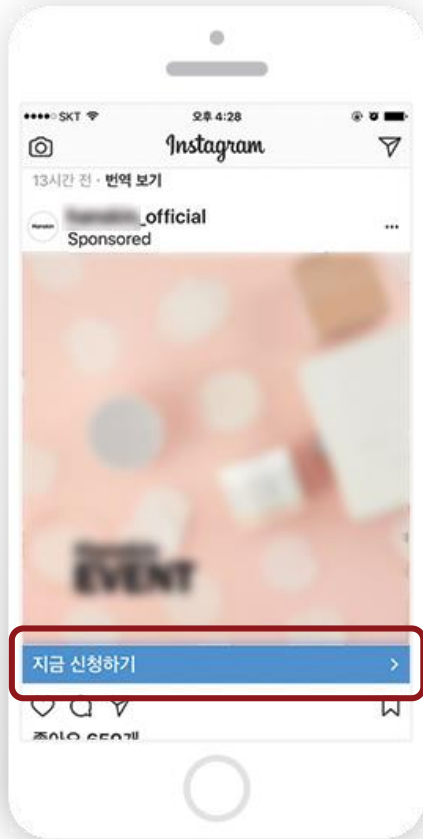
페이스북 광고관리자를 통해 설정이 가능하며, 노출위치를 인스타그램/페이스북/오디언스네트워크 등으로 선택할 수 있습니다.

브랜드 계정이 자연스럽게 홍보가 되므로 팔로워가 늘어나는 효과가 있습니다.



☎ AD_Paid_feed

※피드광고 예시



광고 목표 ⇒

웹사이트 클릭, 웹사이트 전환, 게시물참여, 앱설치
앱실행, 동영상조회
→ 아웃링크 형태로 이동되어 광고가 보여집니다.

광고 형태 ⇒



이미지



동영상



캐러셀



AD_Paid_Story

※스토리광고 예시



광고 목표 ⇒

웹사이트 클릭, 웹사이트 전환, 게시물참여, 앱설치
 앱실행, 동영상조회
 → 하단의 스와이프 형태로 이동이 가능합니다.

광고 형태 ⇒





AD



	Influencer	Paid	explanation
광고비	Win	Lose	Paid 광고에 비해 인플루언서의 광고비용은 현재까지 저렴한 편입니다.
통계	Lose	Win	Paid 광고는 페이스북광고와 동일한 수준의 상세한 통계를 제공하고 있습니다. 인플루언서도 계정분석을 통해서 통계를 제공하고 있지만, 상대적으로 부족한 편입니다.
바이럴 (입소문)	Win	Lose	인플루언서 광고의 최대장점이라고 볼 수 있는데요, 통상적으로 인플루언서 광고를 진행할때 하나의 인플루언서만 진행하는것이 아니기에 광고가 굉장히 빠르게 확산되고 도달 됩니다.
자체계정 홍보효과	Lose	Win	Paid 광고는 브랜드 계정에서 광고를 하는것이기에 자연스럽게 팔로워가 늘어나며 자체 계정의 게시물에 참여가 상승 됩니다.
상세 타게팅	Lose	Win	통계와 마찬가지로 페이스북의 다양한 타게팅 기능을 사용할 수 있습니다.



AD

건돌이닷컴에서는 인플루언서와 자체계정의 광고(Paid AD)를 동시에 집행이 가능합니다.
 건돌이닷컴에서 서비스하는 인플루언서 광고는 국내최대 인플루언서 규모와 경험을 자랑하며, Paid 광고는 페이스북의 마케팅 파트너로서 최고의 효과를 낼 수 있는 운영전략과 프로그램을 보유하고 있습니다.





2017 하반기 인스타그램 마케팅 전략



동영상 중심의 콘텐츠 운영과 #해시태그의 전략이 필요한 시기입니다.

스토리 형태와 미디어(이미지/동영상/캐러셀)에 대한 기획을 준비하여
브랜드 계정의 확실한 색깔(identity)를 마련 합니다.

오픈 브랜드/이벤트에서는 인플루언서를 통해 빠른 바이럴 효과를 거두고,
중장기적으로는 Paid 광고를 통하여 브랜드 계정을 키워나갑니다.

건돌이닷컴에서 제공하는 인사이트를 통해 브랜드 계정의 성장추이를 분석합니다.



Special Thank to

Yuk seung woo, Lee Ji in, Lee yoon seop, Kim young soon, Lee seung woo, You sang woo
Cho bo ram, Lee seung min, Jeon a rong, Lee ga young, Shin sun mi,
Ka dong won, Ko yun a, Kim min hee, Ko hyun woo, Shin ju hyun, Lee chae won, Lee hyo bin, Lim sung min
Park ju yeon, Jung mi hyun, Song won ju, Park joong ho

Partner

Adqua, Astrape, cafe24, CJ E&M, innored, Ksquare, NHN ent.

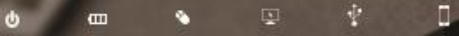
Director

Park Gun Soo



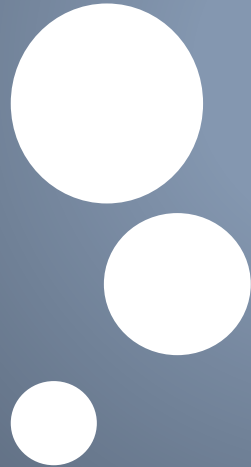


2017 Instagram Trend X Gundolle.com



by AppWhole





Coming Soon !!!
[September 1]

 x  gundolle.com

Thank you!

