

서울경인지역광고연합동아리

ONAD 세미나 협찬 제안서

“우리가 모여 광고가 되다.”



1. ONAD 소개

동아리 소개 | 주요 협업 활동 | 세미나 소개

2. 제안 내용

2차 세미나 협찬 요청 | 협찬 내역

3. 기대효과

바이럴 마케팅 | 콘텐츠 마케팅 | 타겟 마케팅





ONAD는 No.1 Creative라는 모토 아래
올해로 창단 28주년을 맞은 **대학생 광고 연합 동아리**입니다.

광고인을 꿈꾸는 평균 80~90명 사이의 대학생들이
자발적으로 모여 체계적인 커리큘럼을 구성하고 실행하며
미래 사회를 이끌 **커뮤니케이션 리더**들을 육성해왔습니다.



2021 광고제



“우리가 모여 광고가 되다.”

광고는 매력적인 모습을 담고 있습니다.
광고라는 공통된 관심사를 가진 우리가 **ONAD**를 통해
마치 광고 같은 매력적인 모습으로 완성된다는 의미를 슬로건에 담았습니다.



온애드 NEW 로고 (2022~)

광고의 영어 약자인 **AD**를 이용하여 디자인했으며
광고에 대한 궁금증인 ‘물음표’와 광고에 대한 깨달음인 ‘느낌표’의 공존을
로고에 담았습니다.

ONAD는 우수한 브랜드와 전략 기획, 콘텐츠 제작, 마케팅 행사 지원, 광고 촬영 등 지속적인 기업연계 활동을 통해 상호 호혜적인 관계를 유지하고 있습니다.

진행 완료



▲ KT 5G 이야기 광고 촬영 진행
[2019 KT X ONAD]



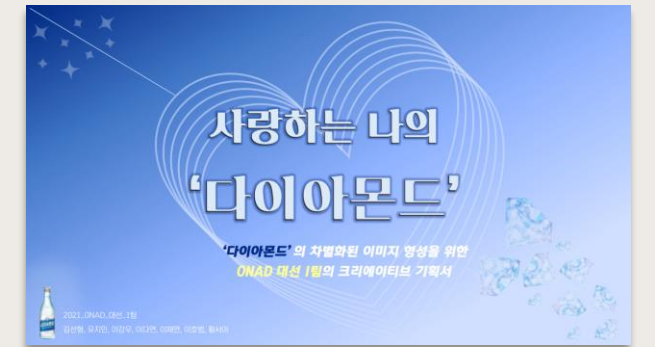
▲ HCE 글로벌 딜러 컨퍼런스 운영 지원
[2020 현대건설기계 X ONAD]



▲ 동원샘물 커뮤니케이션 전략 기획
[2020 동원F&B X ONAD]



▲ 필라이트 ATL 커뮤니케이션 전략 기획
[2021 하이트진로 X ONAD]



▲ 대선 다이아몬드 온라인 마케팅 전략 기획
[2021 하이트진로 X ONAD]

진행 중



▲ 초록우산 정기 후원자 증진 프로모션 기획
[초록우산 어린이 재단 X ONAD]



▲ VOGUE 웹사이트 리뉴얼 전략 기획
[두산 매거진 X ONAD]



▲ 페리에 MZ세대 커뮤니케이션 전략 기획
[페리에 X ONAD]



▲ 제주도닷컴 캐릭터 마케팅 전략 기획
[제주도닷컴 X ONAD]



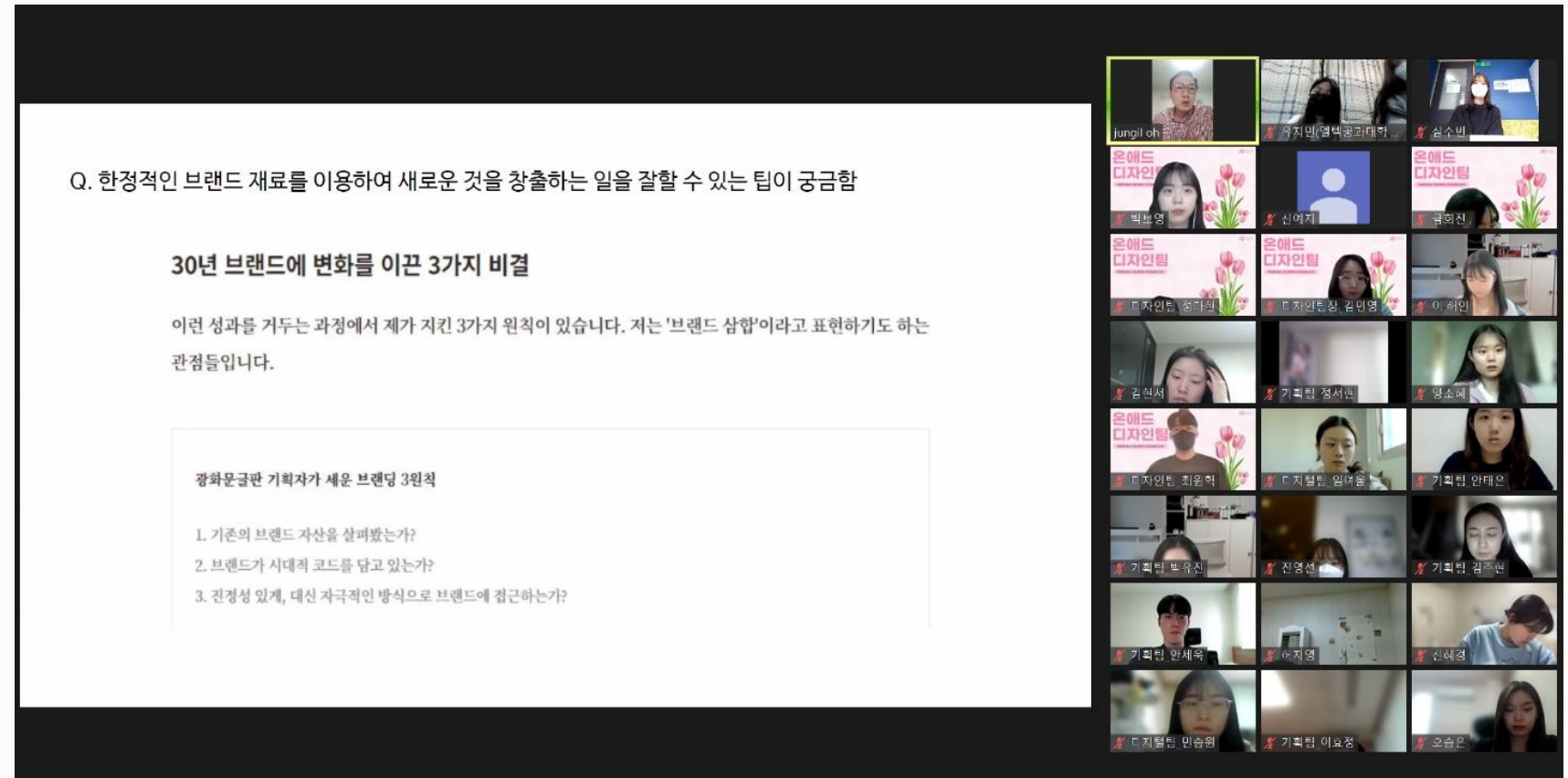
▲ 정관장 활기력 바이럴 전략 기획
[KGC 인삼공사 X ONAD]

[실무자 초청 세미나]

광고 각 분야의 실무 전문가를 초청하여 생생한 실무 이야기와
 진로설계를 위한 가이드라인을 제공받을 수 있는 <실무자 초청 강연>을 진행합니다.
 실무자와 ONADer의 직접적인 소통 과정을 통해 보다 견고한 진로 설계를 할 수 있는 환경을 마련합니다.



▲ 1차 세미나 (HS애드 조희원 AE)



▲ 1차 세미나 (교보생명 오정일 브랜드 디렉터)

[2차 세미나 계획]

주제 : CW/CD 실무자 초청을 통한 광고 직업 세미나
강연자 : 제일기획 이동화 CW & 우리는 왕조시대 왕태일 CD
일시 : 6월 4일 (토) 15:00~17:00 / 전면 대면
장소 : 마루 180 이벤트 홀 (서울특별시 강남구 역삼로 180)



마루 180 이벤트 홀

시간	내용
15:00~15:05	<1부> 인사 및 자기소개 (5분)
15:05~15:45	CW 직무 소개 (40분)
15:45~15:55	Q&A (약 10분)
15:55~16:10	쉬는 시간 (15분)
16:10~16:05	<2부> 인사 및 자기소개 (5분)
16:05~16:45	CD 직무 소개 (40분)
16:45~16:55	Q&A (약 10분)
16:55~	마무리 인사

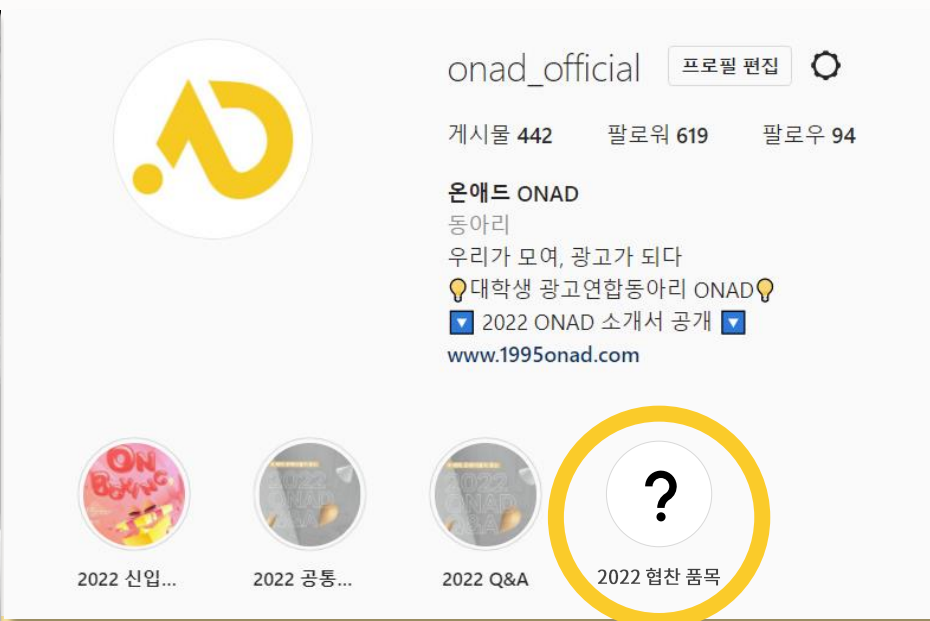
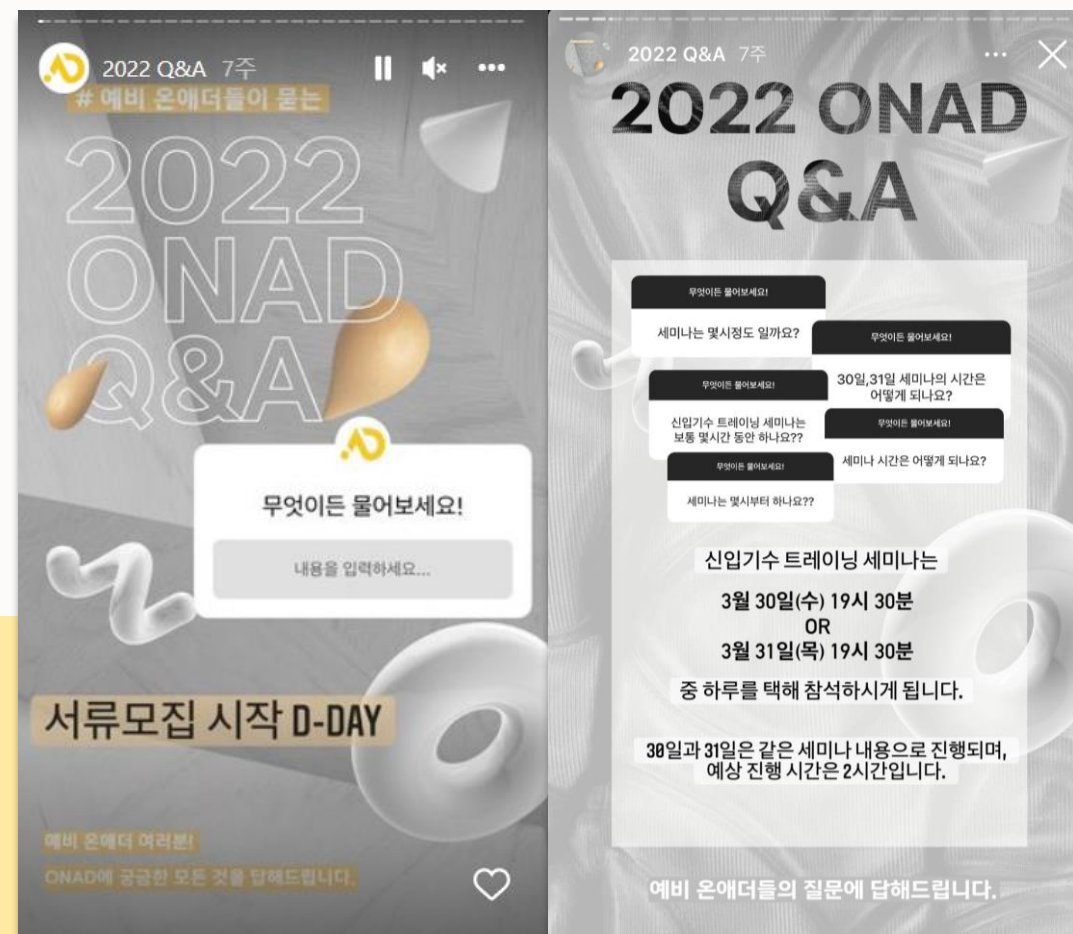
보다 다채로운 **ONAD**의 세미나 진행을 위해
귀사의 후원 물품을 요청드리며, 다음과 같이 제안 드립니다.

1) 귀사의 후원 물품을 90여명의 ONADer
개인 SNS 채널로 홍보하겠습니다.

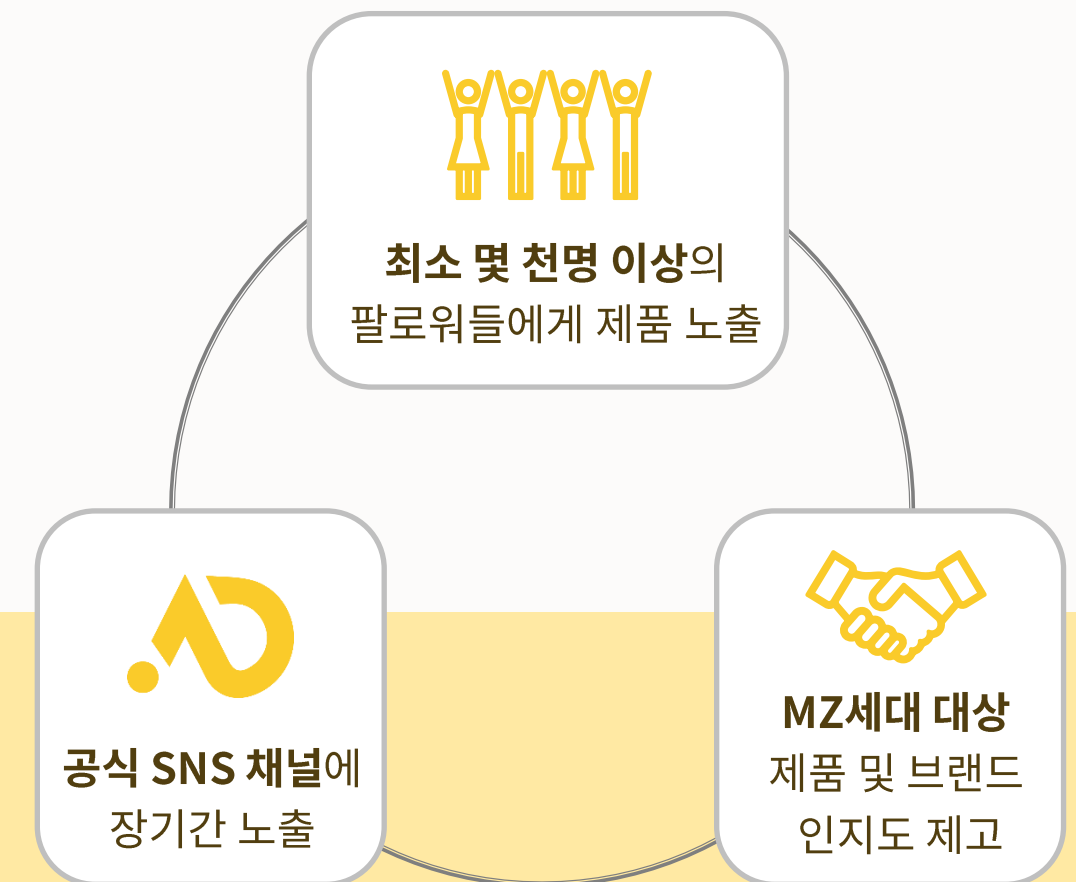


2) 귀사의 후원 물품 후기를 담은 콘텐츠 제작 후
ONAD 공식 채널에 업로드 하겠습니다.

귀사의 후원 물품을 홍보하는 인스타그램 필터를 제작하여
ONAD 채널과 90여명의 ONADer의 개인 SNS 스토리로 홍보하겠습니다.



ONAD 채널에 스토리 하이라이트를 추가하여
제품을 지속적으로 노출할 계획입니다.

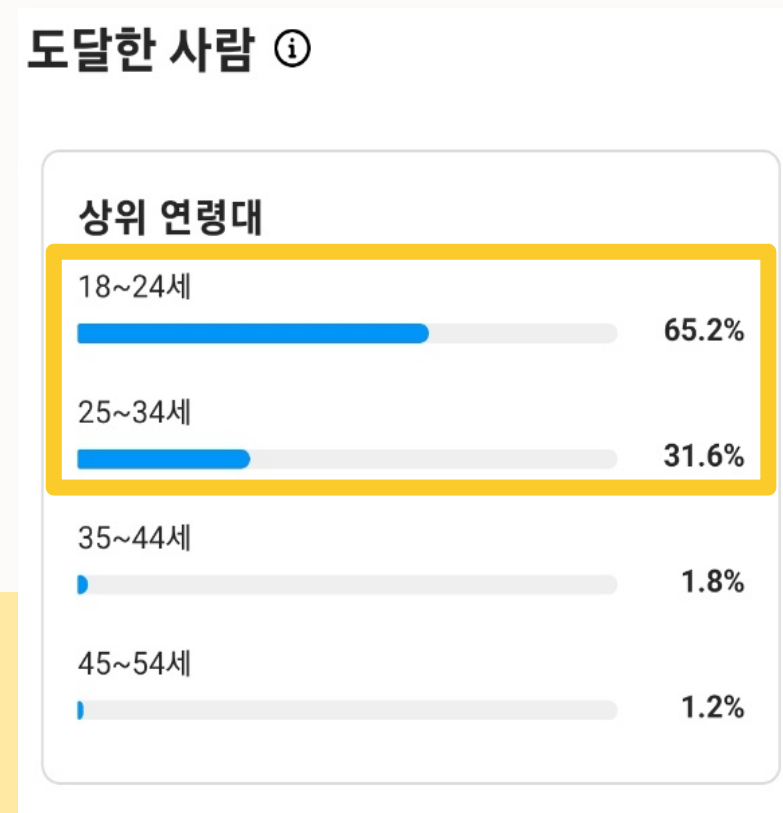


ONAD 인스타그램 스토리 하이라이트 예시

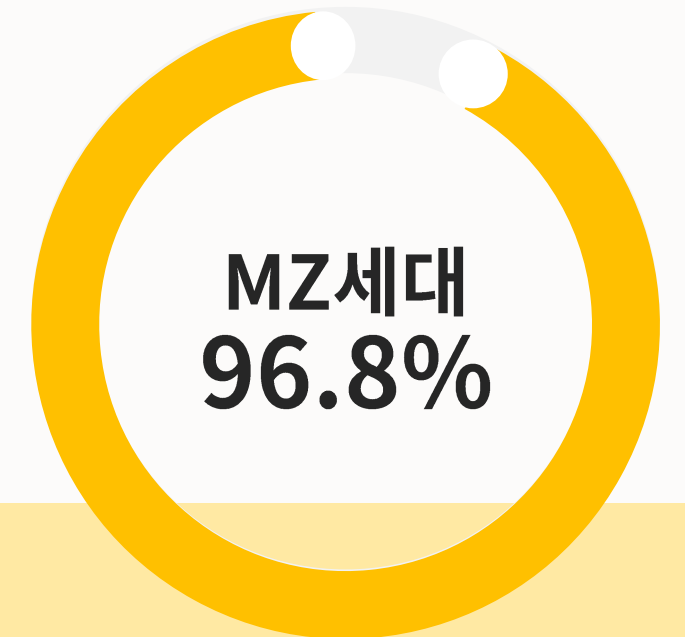
귀사의 후원 물품 후기를 담은 콘텐츠 제작 후
MZ세대의 도달률이 가장 높은 ONAD 공식 채널에 업로드 하겠습니다.



2021 ONAD 인스타그램 피드 및 게시물



최근 한 달 ONAD 인스타그램 게시물 도달 연령대

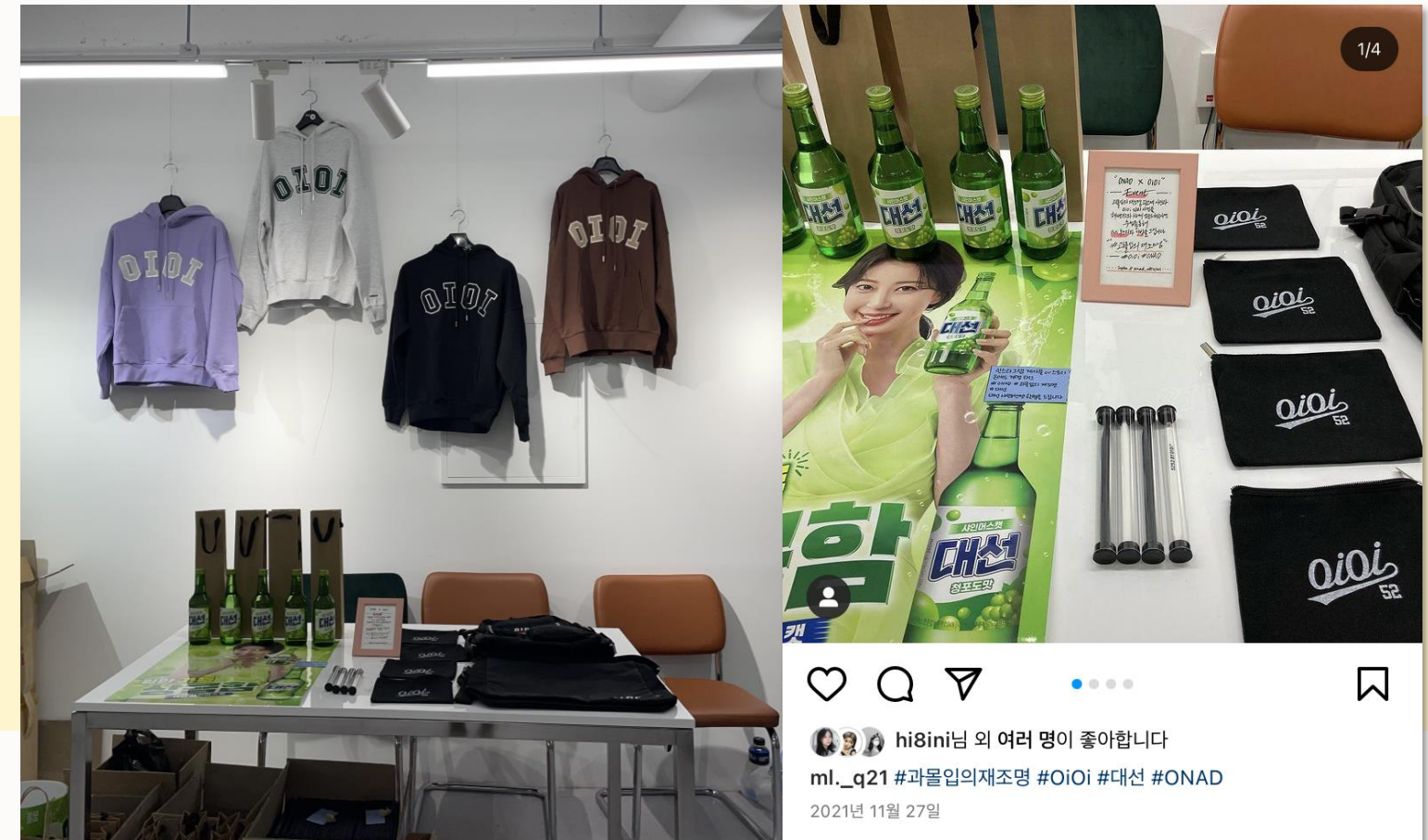


[2022 총회 협찬품]



건국유업, 정관장, 페리에 등 총회 협업기업에서 받은 협찬품의 홍보 게시물을 협찬 가이드라인을 준수하여 개인 SNS에 업로드 중에 있습니다.

[2021 광고제 협찬존]



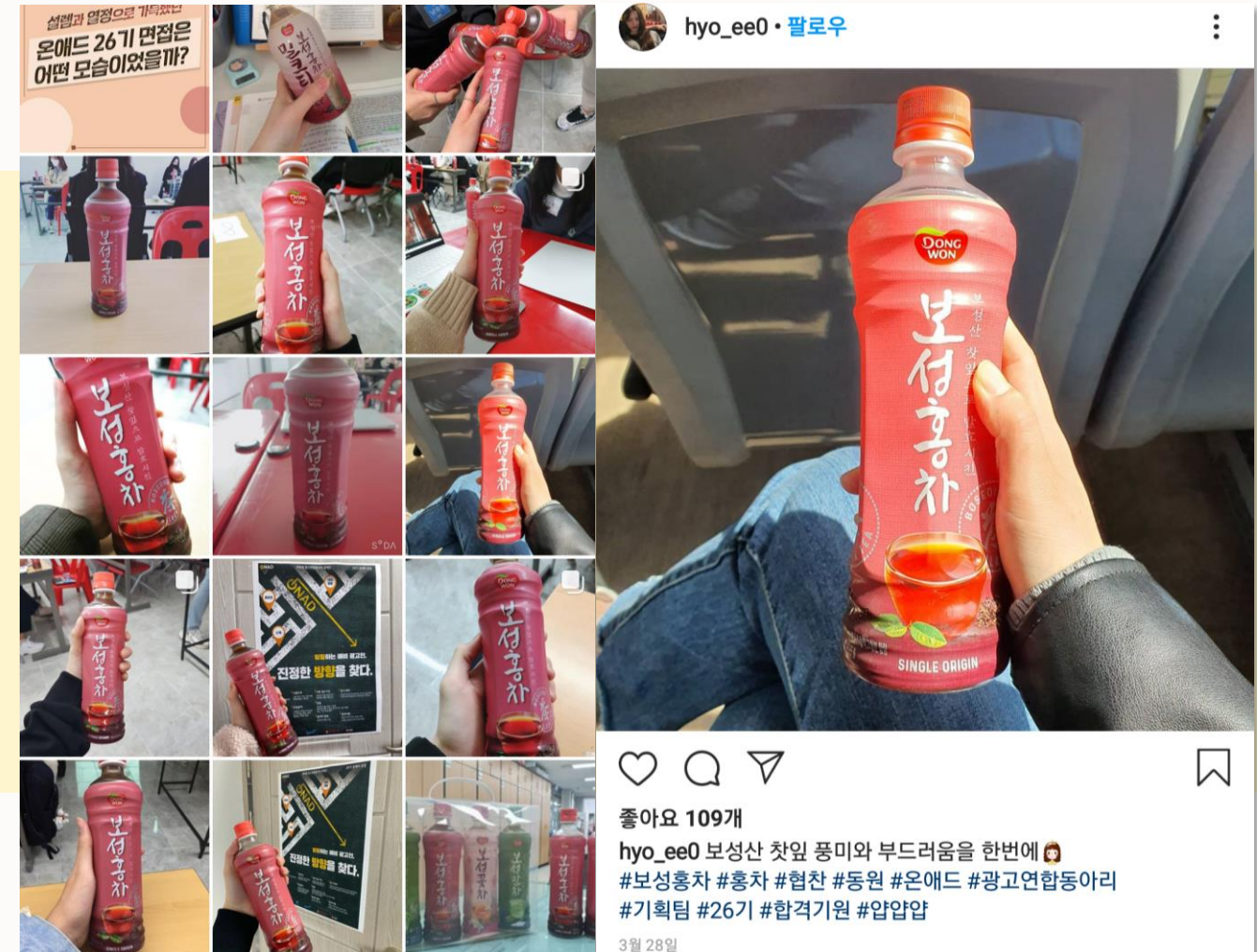
이이, 대선 등 다양한 브랜드로부터 받은 협찬품을 별도의 협찬존 공간을 마련해 전시하고 해시태그 이벤트를 함께 진행하였습니다.

[2020 총회 협찬품]



오로나민C와 함께 생기있는 모습을 담은
 ‘오로나민C볼단’ 캠페인을 진행하면서
 오로나민C의 생기발랄한 이미지를 제고하였습니다.

[2020 신입기수 면접 협찬품]



신입기수 면접 협찬품으로 제공된 동원F&B 보성홍차의
 SNS 해시태그 이벤트를 진행하는 등
 대학생 타겟 마케팅 활동에 동참하였습니다.

1. 저비용 고효율의 홍보효과



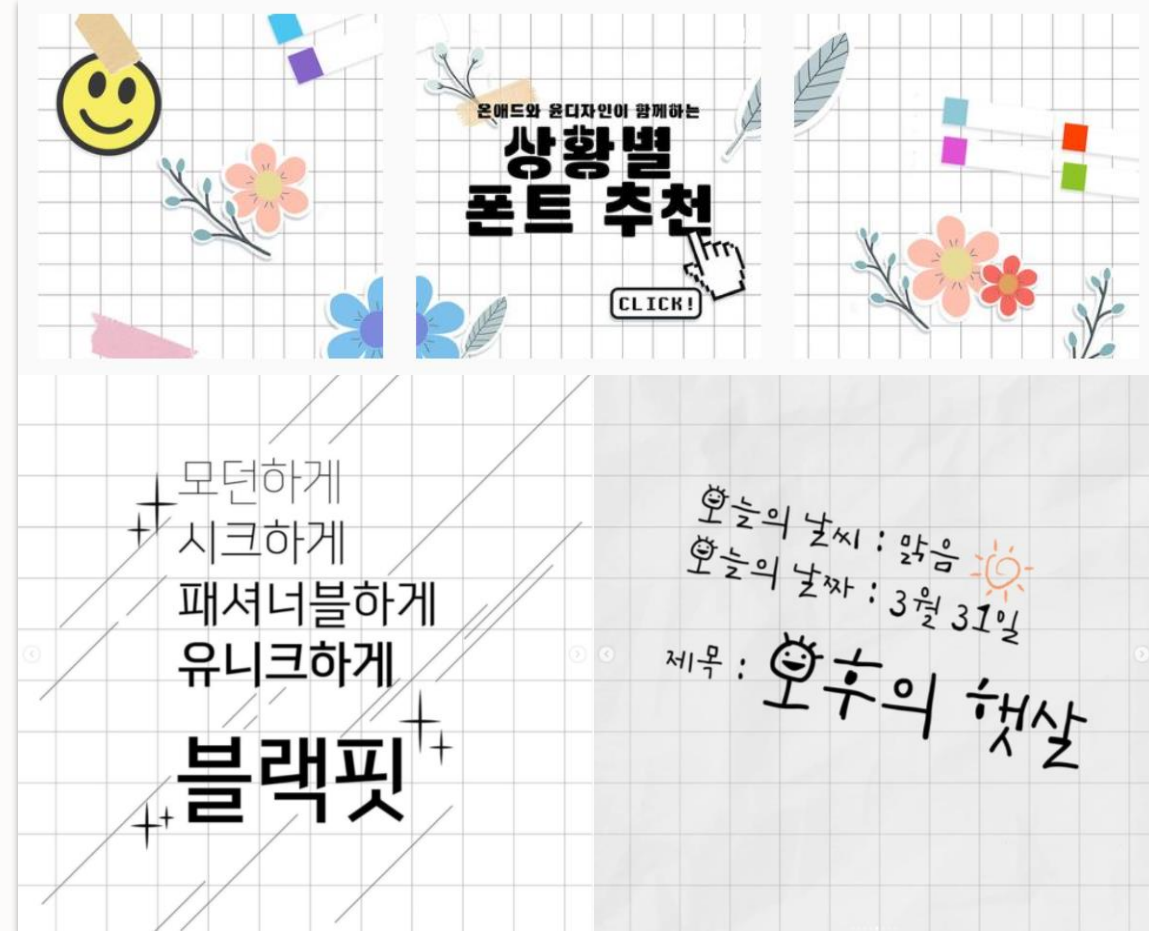
‘개인 SNS 스토리 업로드’라는 단순 노출 자체로도
젊고 소통하는 이미지를 제고할 수 있습니다.
 이는 귀사의 브랜드 인지도 기여와 더불어,
 저비용 고효율의 홍보효과를 도출할 수 있습니다.

2. 기업 레퍼런스 활용



SNS를 활용한 바이럴 마케팅으로
젊은 세대와의 지속적인 커뮤니케이션을 통해
 차후 귀사의 레퍼런스로 활용될 수 있습니다.

1. 장기적인 홍보 효과



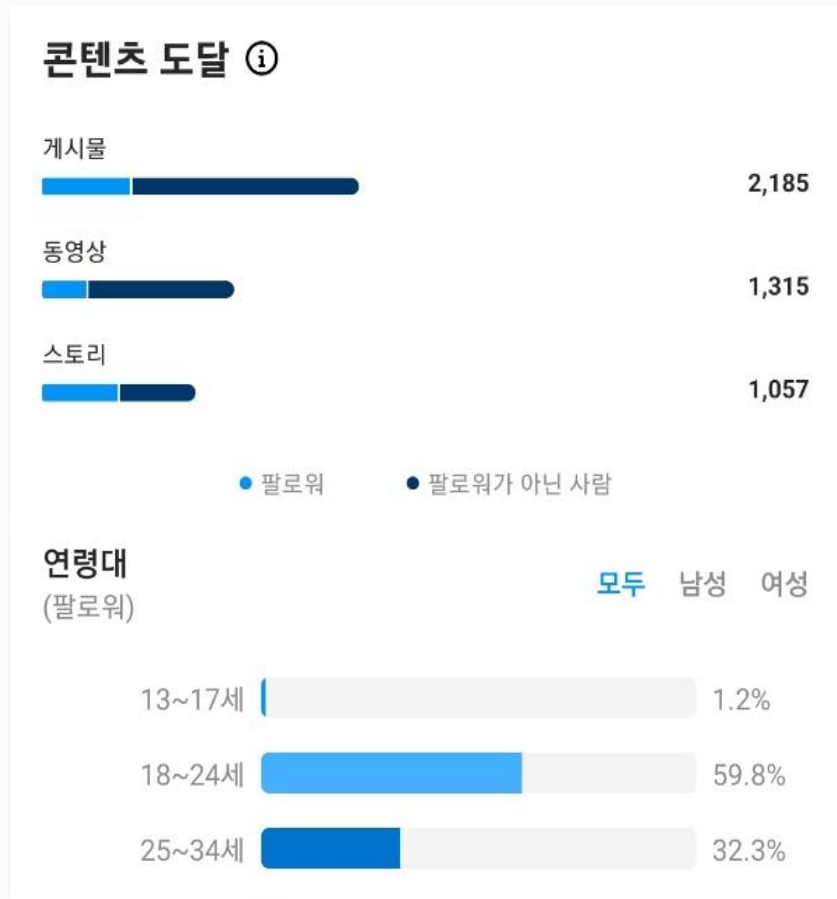
단순히 일회적인 홍보가 아닌,
도움이 되거나 관심이 있을 만한 **유용한 콘텐츠를 제작하여**
장기적인 홍보 효과를 누릴 수 있습니다.

2. 타겟과의 유대감 형성



다양한 콘텐츠를 통해 **귀사와 타겟 간의 거리감을 좁히고**
귀사만의 또 다른 온라인 정체성을 형성하여
더욱 친밀감 있는 브랜드로 자리매김할 수 있습니다.

1. 타겟 대상 노출률 증대



▲ ONAD 게시물 인사이트 (22.03.16~03.22)

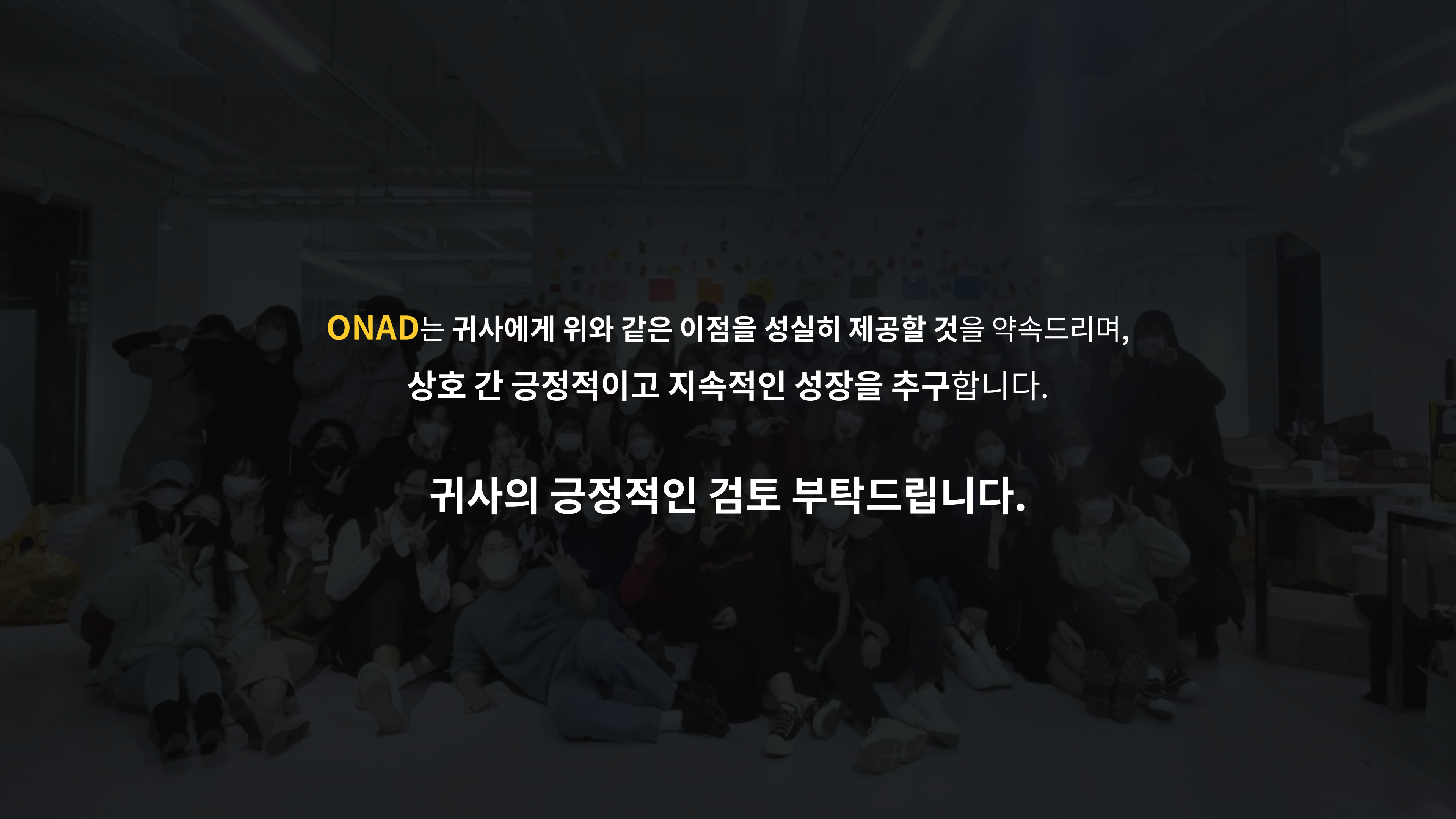
다수의 대학생이 활동하는 ONAD 계정을 통해 **MZ세대 대상 도달률 및 노출률을 높이고** 마케팅 측면에서의 효율을 기대할 수 있습니다.

2. 타겟의 니즈 파악



▲ ONAD 자체 제작 콘텐츠 '알쓸광'

젊은 세대를 타겟으로 다양성 있는 홍보를 통해 귀사의 제품에 관한 **타겟의 니즈를 보다 더 정확하게 파악할 수** 있습니다.

A large group of people, mostly young adults, are sitting on the floor in a room. Many of them are making peace signs with their hands. The room has a white wall with some colorful decorations or posters. The lighting is somewhat dim, and the overall atmosphere appears to be a community gathering or a workshop.

ONAD는 귀사에게 위와 같은 이점을 성실히 제공할 것을 약속드리며,
상호 간 긍정적이고 지속적인 성장을 추구합니다.

귀사의 긍정적인 검토 부탁드립니다.

회장

이강우

010-8900-7393

부회장

김상우

010-2048-8840

커뮤니케이션 팀장

박보영

010-2992-9542

Thank you



홈페이지

www.1995onad.com



인스타그램

@onad_official



유튜브

[ONAD No.1 Creative - YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC...)

