

# 검색되고 신뢰받는 브랜드를 함께 만듭니다.

실행 경험이 있는 전략형 디지털 마케팅 파트너

**JOYMARKETING**<sup>®</sup>

# 이 문서는 서비스 목록이 아닙니다. 저희가 일하는 방식에 대한 이야기입니다.

2015년, 바이럴 마케팅 실무에서 시작했습니다.

수백 건을 직접 집행하면서 업종마다 소비자 탐색 경로가 다르다는 것을 배웠고,  
채널보다 구조가 먼저라는 관점이 생겼습니다.

지금 조이마케팅이 하는 일은 채널을 파는 것이 아닙니다.

브랜드의 검색·콘텐츠·커뮤니티·확산 구조를 함께 설계하고,  
광고가 꺼진 후에도 남는 마케팅 자산을 함께 만드는 것입니다.

이 문서를 읽으신 후 '우리 브랜드에 필요한 이야기였다'고 느끼셨으면 합니다.



# 목차

CH.01

## 시장 문제와 브랜드 과제

p.4 - 14

CH.02

## 조이마케팅의 관점

p.15 - 22

CH.03

## 서비스 구조

p.23 - 34

CH.04

## 실행 체계와 협업 프로세스

p.35 - 42

CH.05

## 차별화와 적합 고객

p.43 - 46

CH.06

## 회사 개요 & 신뢰 자산

p.47 - 50

CH.01

# 시장 문제와 브랜드 과제

지금 마케팅 현장에서 실제로 일어나고 있는 일들

# 광고를 끄면 브랜드도 사라집니다

집행이 멈추는 순간 가시성도 멈춘다면, 그 마케팅은 자산이 아니라 비용입니다.

## 광고 집행형

예산이 있을 때만 노출

- 집행 기간 동안만 노출
- 광고 종료 → 즉시 사라짐
- 브랜드에 자산이 남지 않음
- 반복 집행으로 비용 누적

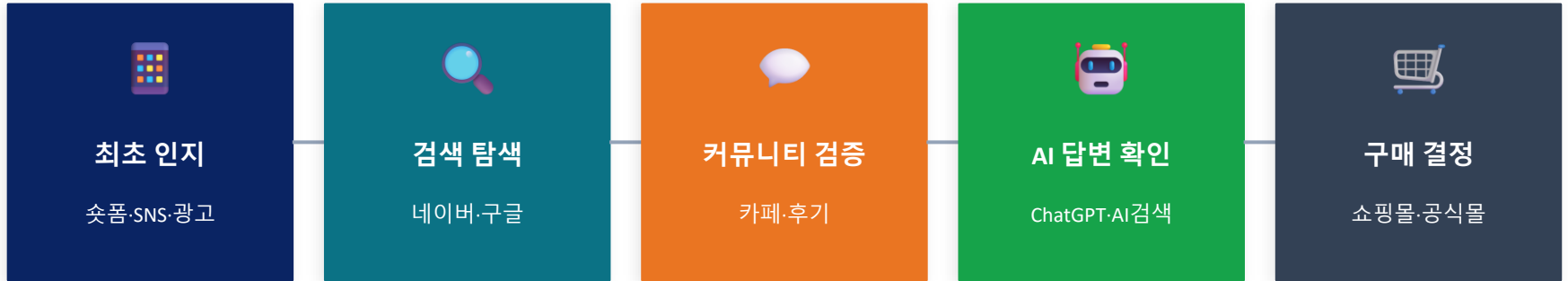
## 자산 누적형

시간이 지날수록 강해지는 구조

- 콘텐츠·웹자산 지속 노출
- 광고 없이도 검색 점점 유지
- 누적될수록 효율 개선
- 브랜드 신뢰 자산으로 전환

집행과 자산 축적, 두 가지를 동시에 설계하는 것이 조이마케팅의 방식입니다.

# 소비자 탐색 구조가 달라졌습니다



탐색 경로 어딘가에 브랜드가 없다면

광고비는 썼지만 구매는 다른 브랜드로 넘어갑니다.

조이마케팅은 5단계 탐색 경로 전체를 커버하는 채널 조합을 설계합니다.

## 채널은 많은데 성과가 없는 이유

"어디서 고객이 오는 건지 모르겠어요"

채널은 다 운영 중인데 성과 귀속이 불명확

"광고비는 썼는데 전환이 안 돼요"

노출은 되는데 탐색·신뢰 단계에서 이탈 발생

"채널마다 메시지가 달라요"

대행사가 달라서 방향 불일치, 브랜드 혼선

채널이 연결되지 않으면, 예산은 소비되지만 브랜드에 남는 것이 없습니다.

# 채널이 따로 놀 때 일어나는 일

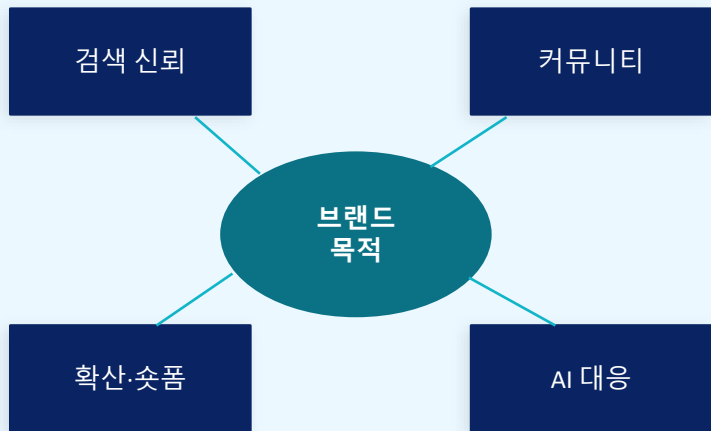
## 분산 집행 구조



각자 운영 → 연결 없음 → 성과 불명확

VS

## 연결 설계 구조



탐색 경로 중심 연결 → 자산 누적

# AI 검색이 바꿔놓은 소비자 탐색 방식

## 기존 검색 환경

소비자가 직접 탐색·비교

- 검색어 입력 → 결과 목록
- 브랜드 블로그·카페 클릭
- 여러 페이지 직접 비교
- 공식 사이트 방문 후 판단

## AI 검색 환경 (지금)

AI가 먼저 정리해서 추천

- 자연어 질문 → AI 직접 답변
- AI가 참조한 소스만 노출
- 공식 정보 구조가 없으면 미참조
- 브랜드가 아예 없는 것처럼 처리

AI가 브랜드를 참조하려면, AI가 읽을 수 있는 공식 정보 구조가 먼저 있어야 합니다.

# 콘텐츠를 많이 올렸는데 검색에 안 잡히는 이유

글의 양이 아니라, 키워드 구조와 탐색 의도 설계가 노출을 결정합니다.

## 키워드 설계 없는 콘텐츠

브랜드가 알리고 싶은 키워드를 쓰고  
소비자가 실제 검색하는 키워드를 놓침

## 플랫폼 의존형 콘텐츠

SNS 게시물은 검색 엔진에 노출 불가  
공식 웹사이트 없으면 검색 접점이 없음

## 탐색 의도 미반영

정보형/비교형/후기형 구분 없이  
동일 포맷으로만 업로드

검색 의도 3단계: 정보 탐색 → 비교 검토 → 구매 직전

단계별로 맞는 콘텐츠 유형을 배치해야 검색 가시성이 생깁니다.

# 숏폼은 퍼졌는데 매출로 연결이 안 되는 이유

인지 (숏폼 조회)

관심 발생 → 검색

△ 탐색 지지 구조 없음 → 이 구간에서 이탈 발생

탐색·검증 (블로그·커뮤니티)

구매 결정

숏폼은 문을 여는 것입니다. 문 안쪽에 탐색 구조가 없으면 소비자는 그냥 지나칩니다.

## 지금 브랜드가 겪고 있는 구조적 문제

01

광고가 꺼지면 브랜드 가시성도 사라진다

02

탐색 경로가 변했는데 마케팅 구조는 그대로다

03

채널은 많은데 서로 연결되지 않는다

04

콘텐츠를 올려도 검색에서 발견되지 않는다

05

숏폼이 확산돼도 탐색 지지 구조가 없어 전환이 안 된다

06

AI 검색 시대에 공식 정보 구조가 없으면 존재하지 않는 브랜드가 된다

다음: 조이마케팅이 이 구조적 문제를 어떻게 보고 어떻게 풀어가는지 →

# 마케팅 효과가 없는 대부분의 이유는 채널이 부족해서가 아닙니다.

소비자 탐색 경로를 먼저 이해하지 않은 채  
집행에 들어간 것이 원인입니다.

---

채널을 결정하기 전에, 고객이 어떻게 탐색하는지를 먼저 그립니다.

# 각 채널이 따로 놀 때 실제로 무슨 일이 일어나는가



4단계가 하나의 탐색 경로로 연결될 때, 브랜드 자산이 쌓입니다.

다음 챕터에서는 조이마케팅이 이 구조를 어떻게 설계하는지 보여드립니다.

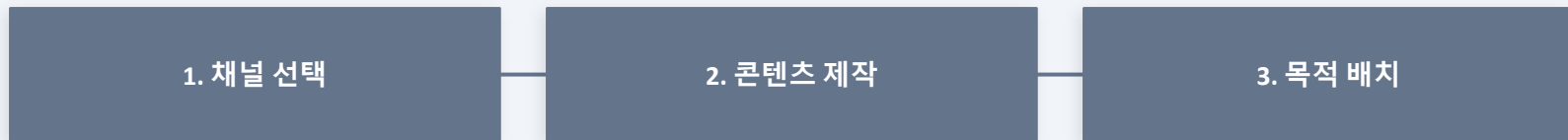
CH.02

# 조이마케팅의 관점과 접근 방식

우리가 마케팅을 보는 시각이 다릅니다

# 채널보다 탐색 경로가 먼저입니다

## 일반 대행사



## 조이마케팅



탐색 경로를 먼저 그리면 채널이 선명해집니다.

# 집행 경험이 전략의 근거가 됩니다

수백 건의 직접 집행에서 업종별 탐색 패턴을 읽었습니다.

## 건강기능식품

성분 키워드 탐색이 구매 직전에 집중  
→ 블로그·지식인 타겟 설계 필수

## 인테리어·시공

블로그 SEO + 카페 후기가 문의에 직결  
→ 지역 키워드 + 실사용 콘텐츠 우선

## 반려동물

펫 카페 커뮤니티 검증 단계가 핵심  
→ 커뮤니티 자연스러운 노출 전략

## 이커머스 신규

인플루언서 확산 후 탐색 지지 구조 필수  
→ 샷폼 집행 2~3주 전 블로그 먼저

## B2B 전문서비스

구글 검색 + 공식 사이트 신뢰 구조  
→ SEO/GEO 기반 공식 웹자산 우선

## 뷰티·패션

인스타·샷폼 확산 후 커뮤니티 검증  
→ Before/After 콘텐츠 전략 효과적

# 마케팅의 3가지 층위를 분리해 설계합니다

1

## 확산 — 인지를 만드는 구조

숏폼 · 인플루언서 · 퍼포먼스 광고

목적: 최초 인지 확대 / 채널 적합성 · 메시지 명확성

2

## 탐색 — 신뢰를 더하는 구조

블로그 · 커뮤니티 · 지식인 · 플레이스

목적: 검색 가시성 확보 / 키워드 구조 · 콘텐츠 신뢰도

3

## 누적 — 자산이 쌓이는 구조

공식 웹사이트 · SEO/GEO · AI 검색 대응

목적: 장기 자산 구축 / 정보 완결성 · 지속성

세 층위가 연결될 때 마케팅 비용이 브랜드 자산으로 전환됩니다.

# 검색 가시성은 설계에서 나옵니다

글의 양이 아니라 키워드 → 탐색 의도 → 플랫폼 배치 3단계 설계가 노출을 만듭니다.

## STEP 1 키워드 진단

- ✓ 소비자 실제 검색어 분석
- ✓ 공략 가능 키워드 우선순위 도출
- ✓ 경쟁사 키워드 공백 파악

## STEP 2 콘텐츠 유형 설계

- ✓ 정보형 / 비교형 / FAQ형 / 후기형
- ✓ 탐색 의도에 맞는 포맷 선택
- ✓ 키워드 × 유형 매핑

## STEP 3 플랫폼 최적 배치

- ✓ 블로그 / 카페 / 공식 웹 분리
- ✓ 채널별 노출 특성 활용
- ✓ 월별 누적 운영 캘린더

이지폴딩 집행: 블로그 SEO + 카페 바이럴 → 웹 트래픽 328% · 문의량 180% 상승

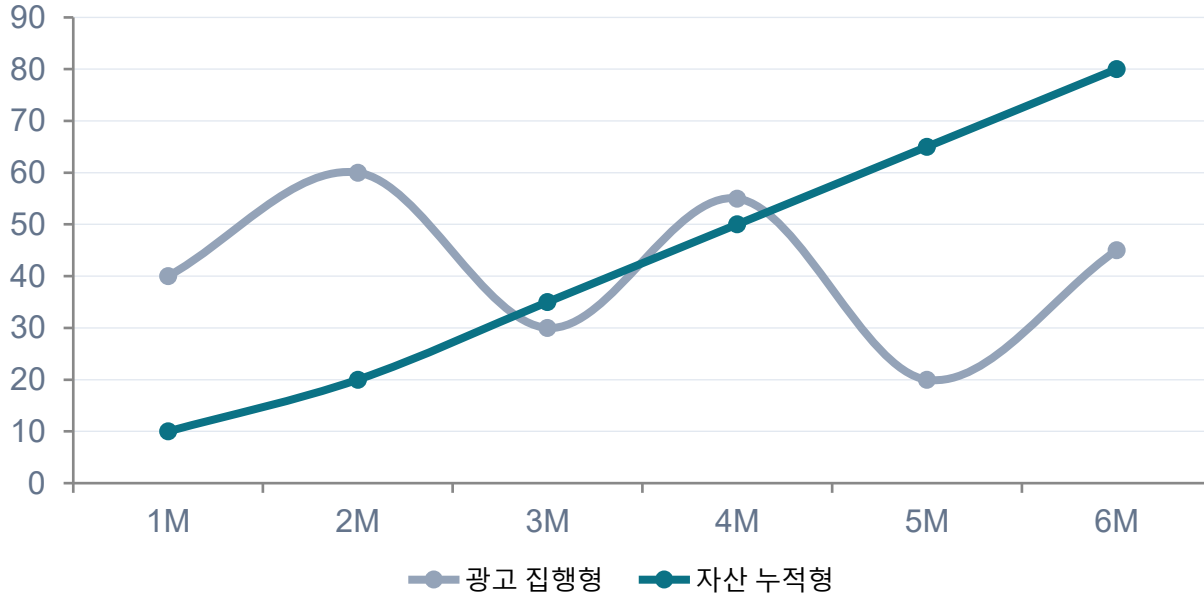
## 확산과 전환 사이, 탐색 지지 구조를 먼저 만듭니다



**확산은 문을 여는 것입니다.**

문 안쪽에 탐색 구조가 없으면, 소비자는 그냥 지나칩니다.

# 광고가 꺼져도 남는 것을 함께 만듭니다



## 광고가 꺼져도 남는다

검색 자산은 예산과  
무관하게 계속 작동

## 시간이 지날수록 강해진다

콘텐츠 누적 →  
검색 점점 확대

## 장기 비용 효율 개선

초기 구축 후  
단위 비용 감소

광고는 켜는 순간만 보이지만, 자산은 꺼도 남습니다.

# 조이마케팅과 함께하는 것의 의미

1

브랜드 현황 진단

키워드 공백, 커뮤니티 언급,  
탐색 동선 시뮬레이션 먼저

2

구조 설계 & 집행

채널 역할 배치 · 콘텐츠 · 탐색 지지  
광고주 확인 후 집행 시작

3

월별 운영 & 조정

데이터 리뷰 · 방향 수정 · 구조 확장  
패턴이 쌓이면 효율이 높아짐

캠페인 납품이 아니라 브랜드의 디지털 탐색 구조를 함께 만들어가는 협업입니다.

CH.03

# 서비스 구조

문제 해결 기준으로 설계된 5가지 서비스 영역

## 채널이 아닌 문제 해결 기준으로 구분합니다

01

### 검색 신뢰 확보

검색해도 브랜드가 안 보여요

02

### 커뮤니티 여론 형성

후기·신뢰가 쌓이지 않아요

03

### 확산형 콘텐츠 운영

인지도를 빠르게 올려야 해요

04

### 지역·실사용 기반 유입

지역 고객에게 직접 닿아야 해요

05

### AI 검색 대응 & 구조화

AI 시대에 맞는 구조가 필요해요

# 검색 신뢰 확보

검색해도 브랜드가 안 보인다면,  
탐색 기반 콘텐츠 구조부터 잡아야 합니다.

## 01. 키워드 진단

소비자 실제 검색어 분석  
공략 가능 키워드 우선순위  
경쟁사 키워드 공백 파악

## 02. 콘텐츠 유형 설계

정보형 / 비교형  
FAQ형 / 후기형  
탐색 의도 x 포맷 매핑

## 03. 플랫폼 배치

블로그 / 카페  
지식인 / 공식 웹  
채널별 노출 특성 활용

## 04. 월별 누적 운영

콘텐츠 캘린더 관리  
키워드 커버리지 확대  
순위 변화 월간 리포트

이지폴딩: 블로그 SEO + 카페 병행 운영 → 웹 트래픽 328%↑ · 신규 문의 180%↑

# 커뮤니티 여론 형성

소비자는 구매 전에 반드시 커뮤니티에서 검증합니다.  
이 공간에서 브랜드가 자연스럽게 발견되는 구조를 만듭니다.

커뮤니티	적합 업종	콘텐츠 포맷
맘카페	육아·출산·식품	정보형 / 경험 공유형
뷰티카페	화장품·미용·패션	후기형 / 비교형
펫카페	반려동물 용품·서비스	경험 공유형 / Q&A
인테리어카페	시공·인테리어·가구	실사용 후기형
직장인카페	건강식품·앱·B2B	정보형 / 추천형
지식인	모든 업종	FAQ형 / 전문답변형

**베베폼: 맘카페 바이럴 + 블로그 SEO → 고객 문의 220%↑ · 카드 발급 188%↑**

# 숏폼은 올리는 것이 아니라 설계하는 것입니다

조회수가 매출로 연결되려면, 숏폼 이전에 탐색 지지 구조가 먼저 준비되어야 합니다.



## ① 탐색 구조를 먼저 만든다

숏폼 집행 2~3주 전 블로그·커뮤니티 콘텐츠를 먼저 배포합니다. 소비자가 검색했을 때 브랜드가 발견되는 구조를 먼저 세웁니다.

## ② 1콘텐츠 2채널 활용

인플루언서 바이럴과 퍼포먼스 광고 소재를 같은 영상으로 동시 집행합니다.  
제작 비용 대비 도달 효율을 높입니다.

## ③ 초반 4초를 설계한다

USP 중심 메시지와 B&A 구조로 이탈을 줄입니다. VTR·CTR 분석 결과를 다음 콘텐츠에 반영합니다.

풀퍼널 전략 적용 브랜드 평균 전환율 4.3배 향상 · 크리에이터 네트워크 국내외 1,000명+

# 지역·실사용 기반 유입

전국 광고가 필요 없는 브랜드가 있습니다.

지역 기반 검색과 실사용 후기가 핵심인 업종을 위한 구조입니다.

## 네이버 플레이스 최적화

지역 키워드 상위 노출  
리뷰·사진·정보 완성도 관리  
'우리 동네 00' 검색 접점

## 당근마켓 비즈프로필

지역 기반 소비자 직접 노출  
근처 광고 구조 설계  
소상공인·지역 서비스 최적

## 실사용 후기 배포

방문·이용 경험 기반 콘텐츠  
블로그·카페·플레이스 병행  
구매 직전 신뢰 지지

적합 업종: 병원·미용·헬스·인테리어·시공·부동산·학원·지역 제조업

# 검색의 판이 바뀌고 있습니다

AI가 브랜드를 참조하려면, AI가 읽을 수 있는 공식 정보 구조가 먼저 있어야 합니다.

## 기존 검색 환경 — 소비자가 직접 탐색·비교

### 키워드 입력 → 결과 목록 스크롤

소비자가 직접 검색어를 입력하고 결과를 탐색

### 블로그·카페 직접 클릭해서 비교

여러 페이지를 직접 방문해 정보 비교·판단

### 플랫폼 내 게시물 중심 노출

네이버 블로그·카페 등 플랫폼 게시물이 노출의 핵심

### “글 개수”가 노출을 결정

콘텐츠 양이 많을수록 유리한 구조

VS

## AI 검색 환경 (지금) — AI가 먼저 정리해서 추천

### 자연어 질문 → AI가 직접 요약·추천

소비자가 AI에게 직접 묻고 답을 받음

### AI가 참조한 출처만 노출됨

AI 답변에 포함되지 않으면 존재하지 않는 브랜드

### 공식 웹정보 구조가 핵심

플랫폼 게시물보다 공식 웹자산 원문의 가치가 높아짐

### “AI가 이해할 구조”가 노출을 결정

SEO·GEO 기반 공식 정보 구조 설계가 필수

AI가 브랜드를 참조하려면, AI가 읽을 수 있는 공식 정보 구조가 먼저 있어야 합니다

# 업종·목적에 따라 시작점이 달라집니다

업종·상황	우선 영역	보완 영역
건강기능식품·이커머스 신규	검색 신뢰 + 커뮤니티 여론	확산형 콘텐츠
뷰티·식품·라이프스타일	확산형 콘텐츠 (숏폼·인플루언서)	검색 신뢰 확보
인테리어·시공·지역 서비스	지역·실사용 유입 + 검색 신뢰	AI 검색 대응
전문서비스 (의료·법무·B2B)	AI 검색 대응 + 검색 신뢰	커뮤니티 여론
인지 있지만 전환 약함	커뮤니티 여론 + 검색 신뢰	확산형 연계
공식 웹자산 미보유	AI 검색 대응 (홈페이지 구축)	검색 신뢰 확보

복수 영역 조합 운영 시 연결 설계가 포함됩니다.

# 작게 시작해도 됩니다. 구조가 잡히면 확장됩니다.

## 기반 구축형

검색 자산 없는 브랜드

1. 공식 웹사이트 구축

2. 검색 신뢰 확보

3. 커뮤니티 여론

4. 확산형 콘텐츠

## 인지 확산형

신규 런칭 · 시즌 캠페인

1. 숏폼·인플루언서 집행

2. 탐색 지지 동시 구축

3. 검색 자산 확장

4. AI 대응

## 지역 밀착형

오프라인 방문 전환 목표

1. 플레이스·당근마켓

2. 실사용 후기 배포

3. 검색 신뢰 강화

4. 확장

어떤 방식이든, 첫 단계에서 잡은 구조가 이후 확장의 기반이 됩니다.

## 공식 매체 파트너 & 크리에이터 네트워크

조이마케팅은 주요 광고 매체의 공식 파트너입니다.

정식 집행 경로를 통한 검증된 운영 구조를 갖추고 있습니다.

네이버 공식 대대행사 파트너

카카오 공식 대대행사 파트너

구글 공식 대대행사 파트너

모비온 공식 대행사 / 위사·모비데이즈 파트너

사십오초 브랜드 — 크리에이터 네트워크 1,000명+ (나노~매크로)

## 퍼포먼스 광고 대행

바이럴과 함께 퍼포먼스 광고를 병행 운영합니다.

숏폼 소재를 광고에 2차 활용하는 구조로 효율을 높입니다.

네이버 검색광고 · DA 광고 집행

카카오모먼트 / 카카오비즈보드

구글 디스플레이 · 유튜브 광고

틱톡 · 인스타그램 · 페이스북 광고

숏폼 바이럴 소재 → 퍼포먼스 광고 소재 2중 활용

## 5개 서비스 영역 한눈에 보기

브랜드의 목적과 현황에 따라 조합이 달라집니다.

채널이 아닌 문제 기준으로 설계합니다.

01 검색 신뢰 확보 — 블로그 SEO · 키워드 콘텐츠 설계

02 커뮤니티 여론 형성 — 카페 · 지식인 · 자연스러운 노출

03 확산형 콘텐츠 — 숏폼 제작 · 인플루언서 네트워크

04 지역·실사용 유입 — 플레이스 · 당근 · 실사용 후기

05 AI 검색 대응 — 블로그형 홈페이지 · SEO/GEO 구조화

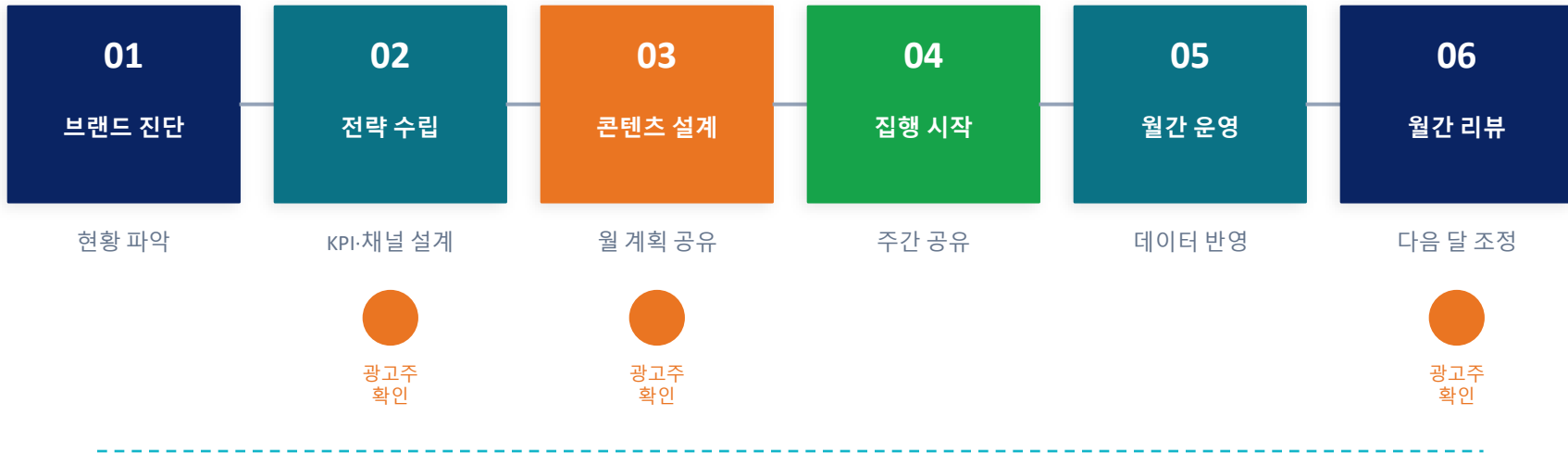
CH.04

# 실행 체계와 협업 프로세스

어떻게 함께 일하는가

# 6단계 협업 프로세스

각 단계마다 광고주에게 산출물이 공유되고, 확인 후 다음 단계로 넘어갑니다.



← 월간 반복 루프 (05·06 순환)

집행 전에 방향이 합의되어 있으므로, 처음부터 시행착오가 줄어듭니다.

## 브랜드 진단 — 집행 전 2주가 이후를 결정합니다

캠페인을 바로 시작하지 않습니다. 브랜드의 지금 상태를 먼저 파악합니다.

키워드 현황 분석 — 공략 가능 키워드 우선순위 도출

커뮤니티 언급 현황 확인 (긍정/부정/공백)

경쟁사 마케팅 구조 간략 파악

브랜드 탐색 동선 시뮬레이션 (소비자 입장 직접 검색)

결과물: 브랜드 마케팅 현황 진단 리포트

## 전략 수립 — KPI·채널·예산이 승인 후 집행됩니다

가장 먼저 해결해야 할 문제를 정한 후, 채널 역할·KPI·예산 배분을 설계합니다.

목표 우선순위 설정 — 이번 시즌 핵심 과제 1가지 특정

소비자 탐색 경로 설계 — 단계별 소비자 행동 매핑

채널 역할 분리 — 확산/탐색/신뢰/전환 채널 구분

월별 실행 계획 + 예산 배분 — 광고주 확인 후 착수

결과물: 전략안 문서 + KPI 합의서

## 콘텐츠 설계 & 집행 시작

콘텐츠가 올라가기 전에 계획이 먼저 공유됩니다.

월별 키워드·콘텐츠 계획 수립 → 광고주 공유

핵심 메시지·톤앤매너 확인 후 제작 착수

채널별 집행 개시 → 초기 반응 데이터 수집

주간 현황 공유 (잘 된 것·조정할 것 중심)

결과물: 월간 콘텐츠 캘린더

## 월간 운영 사이클 – 반응형으로 작동합니다

한 번 세운 계획을 매달 반복하지 않습니다. 데이터를 보고 방향을 조정합니다.

집행 → 데이터 수집 → 월간 리뷰 → 방향 조정 순환

채널별 성과 수치 + 지난 달 대비 해석 공유

잘 작동하는 방향 강화 · 효과 낮은 채널 조정

광고주 피드백 반영 → 다음 달 계획 수정

결과물: 월간 리포트 (수치 + 해석 + 다음 달 제안)

## 자주 묻는 질문 — 솔직하게 답합니다

처음 함께 일하는 분들이 가장 자주 묻는 질문들입니다.

Q. 최소 계약 기간? — 영역별 상이 (장기 운영형 3개월 권장, 단발 캠페인 별도 협의)

Q. 담당자가 바뀌나요? — 배정 팀 고정 운영 원칙, 브랜드 맥락 유지

Q. 콘텐츠 검수는? — 게시 전 광고주 확인 구조, 수정 반영 후 재확인

Q. 준비물은? — 브랜드 기본 정보 + 키메시지 방향 (없어도 함께 정리 가능)

Q. 성과가 낮으면? — 월간 리뷰에서 원인 분석 + 방향 조정, 단기 어려운 영역은 사전 안내

## 협업 프로세스 핵심 원칙

모든 단계에서 광고주는 '지금 어디까지 왔는지'를 알 수 있습니다.

집행 전 진단 → 구조 설계 → 콘텐츠 계획 공유 → 집행 순서 엄수

KPI는 계약 시 사전 합의, 성과 판단 기준이 처음부터 명확

콘텐츠 계획이 사전 공유되어 '지금 무엇이 올라가는지' 항상 투명

월간 리뷰는 숫자와 해석을 함께 담은 보고 — '다음 달 제안' 포함

고정 반복이 아닌 데이터 기반 반응형 운영 — 갈수록 효율 개선

CH.05

# 차별화와 적합 고객

왜 조이마케팅이어야 하는가

# 일반 대행사와 실제로 다른 5가지

항목	일반 대행사	조이마케팅
시작점	채널 단가표 제시 → 목적 맞춤	탐색 경로 진단 → 채널 결정
집행 전	진단 없이 즉시 집행 (첫 달 시행착오)	브랜드 현황 진단 선행 (1회차부터 방향 정렬)
투명성	콘텐츠 올린 후 결과 보고	콘텐츠 계획 사전 공유 → 광고주 확인
자산 설계	단기 노출 집행 (광고 끄면 사라짐)	단기 집행 + 장기 자산 병행 설계
운영 방식	계획 고정 반복 (데이터 무대응)	월간 리뷰 기반 방향 조정 (반응형)

이 차이는 약속이 아닙니다. 수백 건의 집행에서 반복된 방식입니다.

# 조이마케팅이 가장 잘 맞는 브랜드

모든 브랜드에 맞는 파트너는 없습니다. 아래 기준에 해당하는 브랜드에게 효과적입니다.

## ✓ 검색 탐색이 구매에 직결되는 업종

건강기능식품·의료·시공·전문서비스처럼 구매 전 검색 탐색 단계가 강한 업종

## ✓ 검색 기반이 없는 신규·중소 브랜드

광고는 집행해봤지만 검색 자산이 없고 탐색 구조가 약한 브랜드

## ✓ 채널을 써봤는데 성과가 불명확한 브랜드

대행사를 바꿔봤지만 어디서 성과가 나는지 모르는 경험이 있는 담당자

## ✓ 월 운영 파트너십을 원하는 브랜드

단발 캠페인이 아닌 장기 구조를 함께 만들어갈 파트너를 찾는 경우

하나라도 해당된다면, 부담 없이 이야기를 나눠보세요.

# 이런 경우라면 저희가 아닐 수 있습니다

맞지 않는 상황을 먼저 말씀드리는 것이 서로의 시간을 아끼는 방법이라고 생각합니다.

## 단기 집중 캠페인만 필요한 경우

저희 방식은 진단과 기반 구축에 시간이 필요합니다.

1회성 이벤트 집행에는 단발 캠페인 전문가가 더 맞습니다.

## 퍼포먼스 광고 단독 전환만 원하는 경우

저희는 광고와 함께 검색 자산 구축을 병행합니다.

순수 퍼포먼스 광고 최적화만 원하신다면 방향이 다를 수 있습니다.

## 브랜드 포지셔닝이 아직 미확정인 경우

제품 방향·타겟·키메시지가 정해지지 않으면 집행 방향이 계속 흔들립니다.

브랜드 전략을 먼저 정리한 후 협의를 권장합니다.

**이 세 가지 상황이 아니라면, 한 번 이야기 나눠보시는 것을 권해드립니다.**

CH.06

# 회사 개요 & 신뢰 자산

조이마케팅이 어떤 조직인지 확인하세요

# (주)조이마케팅

대표이사	고재연
설립일	2019년 4월
사업자번호	496-86-01446
서울 본사	강남구 강남대로 354 혜천빌딩 11층 377호
천안지사	충남 천안시 서북구 쌍용동 1001 천일빌딩, 5층
연락처	1551-5098 · info@jykgroup.co.kr

2019

법인 설립

10명

임직원

3440+

누적 계약 건수 (2019~)

# 외부 기관이 검증한 기술 기반 마케팅 회사

## 벤처기업 인증

혁신성장유형

## 메인비즈 인증

경영혁신형 중소기업

## 우수기술기업 T6+

SCI평가정보 · 2025년 인정

## 기업부설연구소

연구개발전담부서

## AI 마케팅 특허

제10-2465655호 · 2022.11 등록

## 상표등록 4건

제40-2016439호 외 3건

## 청년창업사관학교

2022년 12기 수료

## 데이터바우처 공급기업

한국데이터산업진흥원 · 2026년

공식 파트너: 네이버 · 카카오 · 구글 공식 대행사 파트너 / 모비온 · 위사 · 모비데이즈 파트너

함께 시작하기

# 지금 어떤 상태인지, 함께 확인해보겠습니다.

첫 상담은 브랜드 현황 파악에서 시작합니다.

지금 당장이 아니어도 좋습니다.

 1551-5098 / 010-8676-9770

 info@jykgroup.co.kr

 서울 강남구 강남대로 354 혜천빌딩 11층

 충남 천안지사 병행 운영

**JOYMARKETING**<sup>®</sup>

(주)조이마케팅

검색되고 신뢰받는 브랜드를 함께 만듭니다