SKYVENTURES

2026 INTRODUCTION

Copyright 2026 ©SKYVENTURES
All Rights Reserved.

A partner who understands your business before advertising

광고 이전에 비즈니스를 이해하는 파트너

SKYVENTURES

ORGANIZATION

글로벌 TOP 100 PR 대행사 X 글로벌 K-POP 콘텐츠 유통사 합병
가장 HOT한 콘텐츠 제작 스튜디오와 함께 하고 있습니다

hahm partners × SKYVENTURES × KPOP MERCH



- 경영지원팀
- 기업부설연구소
- CTO
  - 개발팀
- COO
  - 전략기획실
  - 미래전략본부
- CEO
  - 기획1팀
  - 기획2팀
  - 기획3팀
  - 기획4팀
  - 기획5팀
- CCO
  - 디자인팀
  - 영상제작팀

PRODUCTION PARTNERS

DALLA STUDIO

Solomon Chord

TUNA PICTURES

56명 2025년 12월 | **169억** 2025년

kakao · NAVER 공식 대행사

HISTORY

중간에 타협하지 않고 극한의 퍼포먼스에 집착하는 조직
스카이벤처스는 독창적인 전략과 성과에 기반한 실행력으로 성장을 거듭하고 있습니다



2016

스카이벤처스 설립
메디컬·변호사 MSO



2022

개발사 인수·콜센터 운영
연 매출 100억 돌파



2024

함파트너스·KPOP머치 합병
연 매출 140억 돌파

2019

제너시스 비비큐 등 주요 광고주 영입
달라·솔로몬코드 등 콘텐츠 프로덕션 제휴



2023

벤처기업·기업부설연구소 인정
연 매출 120억 돌파



2025



한국PR대상·앤어워드 수상
연 매출 160억 돌파





KPRA AWARDS 2025

스카이벤처스 X 함파트너스 5개 부문 석권

SKYVENTURES

- **기업PR부문 우수상** 아트포레스트 청량리 〈청량오락실〉











hahm partners

- **지역사회관계 부문 최우수상** 씰리침대 〈시간을 엮는 지역 장인들 : Sealy X 한국 전통 헤리티지〉
- **이미지PR 부문 우수상** 한국맥도날드 〈버거에 한국을 담다 : 한국의 맛(TOK)〉
- **국제PR 부문 우수상** 에프알엘코리아 〈25FW UNIQLO : C25FW 글로벌 런칭 행사 in Seoul〉
- **이벤트·스폰서십 부문 우수상** 폴스타코리아 〈Polestar 2025 투르 드 경남 스폰서십〉



AWARDS FOR NEW DIGITAL

스카이벤처스 유튜브 콘텐츠로 앤 어워드 수상

SKYVENTURES

- **VIDEO CONTENTS 부문 GOLD** 한국 콜마 뷰티 웹 예능 〈나는콜마 시즌3〉
- **CORPORATE 부문 GOLD** 한국 콜마 뷰티 웹 예능 〈나는콜마 시즌3〉

PARTNERS

한번 맺은 관계를 소중히 하고 매번 새로운 제안을 하는 회사
스카이벤처스는 다양한 업종의 비즈니스를 장기간 수행하고 있습니다

9 YRS bb·q	5 YRS Kolmar	4 YRS 키즈랜드	4 YRS 롯데GRS	4 YRS LOTTERIA	4 YRS Krispy Kreme DOUGHNUTS	4 YRS ANGELINUS
2 YRS re:nk	2 YRS ISOI	2 YRS yes24	2 YRS 현대엘리베이터	2 YRS 눈 건강 전문기업 SINCE 1853 BAUSCH+LOMB	2 YRS Real Fresh 참프레 CHARMFRE	2 YRS ART REST
fantagio	baskin BR robbins	죠스떡볶이	귀한족발	汤火功夫 탕화공푸	mexicana Chicken 멕시카나치킨	MEGA MGC COFFEE
coupang	kt skylife	KUNDAL®	CELLTIVE KOREA	부광약품	SUGENTECH	andar
삼쩜삼.	MONT BEST natural mineral water	PAGODA	DAVICH Optical Chain Store	바노바기 성형외과의원 Bonobogi Plastic Surgery	GRAND PLASTIC SURGERY	자생 한방병원
영국남자	네고왕	ENA 구독왕 PLAY KING	미쳐서 갈다 바치는 할인광	나는 쿨마	유난히 뷰이나	무(無)속인

BUSINESS AREA

바이럴 마케팅을 포함한 모든 디지털 마케팅 및 온·오프라인 프로모션을 진행하며,
다양한 분야의 성공 실적을 바탕으로 기업에게 성공적인 프로젝트 수행을 약속합니다

CI·BI·TOTAL BRANDING

STRATEGIC
BRANDING



DIGITAL IMC

STRONG
CAMPAIGN



SPEEDY
EXECUTION

YOUTUBE·SNS·VIRAL



BTL PROMOTION

SPECTACULAR
EVENT



SPLENDID
UX·UI

WEB·APP·SOLUTION

SMART
MEDIA PLANNING

SA·DA·PERFORMANCE



WE ARE IN SEONGSU

대한민국 트렌드의 최전방에서 현 시점 소비자들의 관심사와 문화, 라이프스타일에
임팩트를 줄 수 있는 브랜드와의 협업 경험을 제공합니다

SKYVENTURES

2026 PORTFOLIO

Copyright 2026 ©SKYVENTURES
All Rights Reserved.


STRATEGIC BRANDING
CI · BI · TOTAL BRANDING


김남주바이오
BI·패키지 디자인 등 토탈 브랜딩

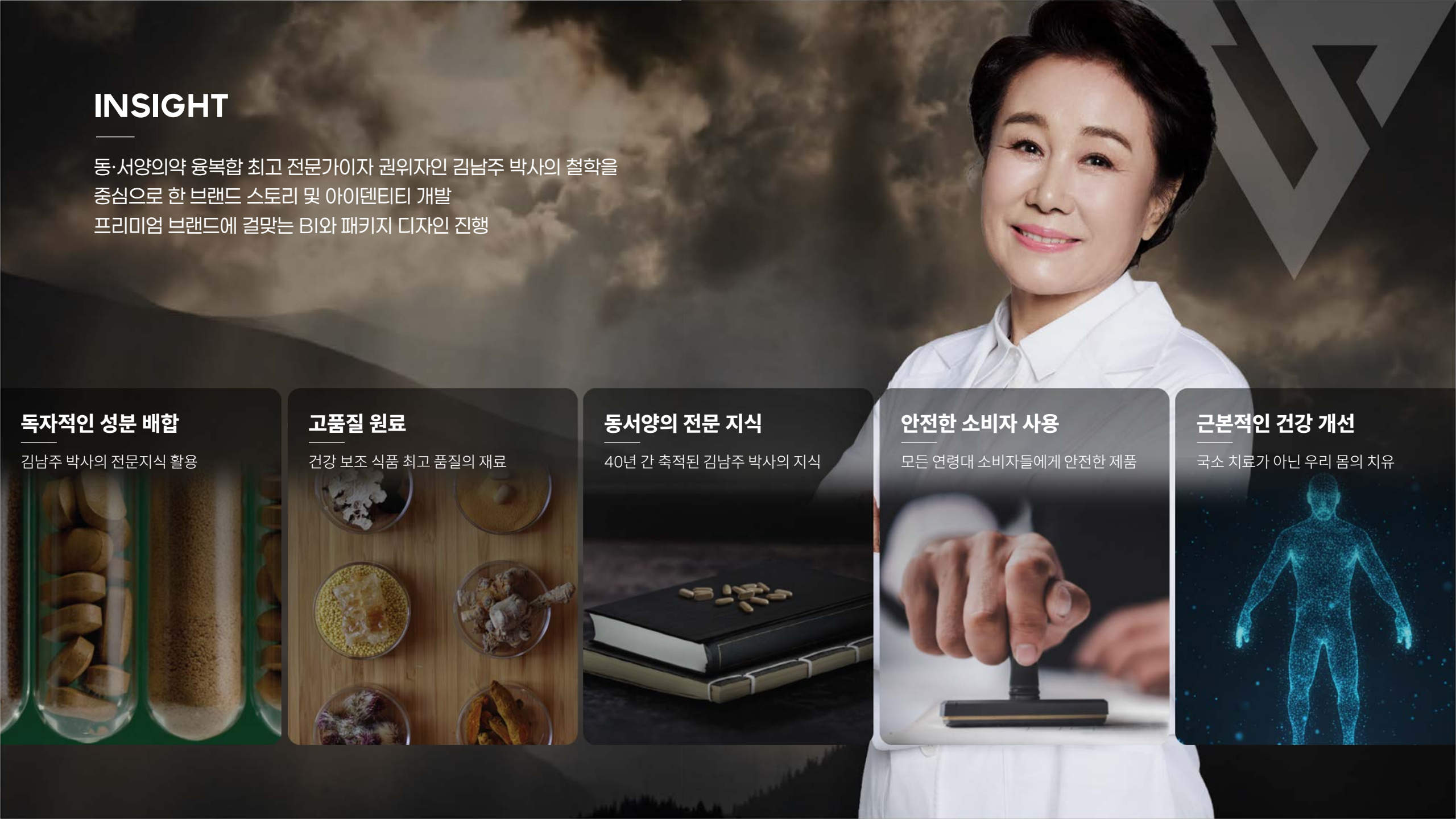
BACKGROUND

김남주바이오는 동서양 의약의 결합과 최고급 천연 재료를 사용하여 건강 개선을 목표로 하는 브랜드
그러나 주요 제품의 단계별 개발 등으로 인해 브랜드 아이덴티티가 프리미엄 품질을 대변하지 못함
전반적인 브랜드 리뉴얼을 통해 이러한 문제를 해결하고자 함



INSIGHT

동·서양의약 융복합 최고 전문가이자 권위자인 김남주 박사의 철학을
중심으로 한 브랜드 스토리 및 아이덴티티 개발
프리미엄 브랜드에 걸맞는 BI와 패키지 디자인 진행



독자적인 성분 배합

김남주 박사의 전문지식 활용

고품질 원료

건강 보조 식품 최고 품질의 재료

동서양의 전문 지식

40년 간 축적된 김남주 박사의 지식

안전한 소비자 사용

모든 연령대 소비자들에게 안전한 제품

근본적인 건강 개선

국소 치료가 아닌 우리 몸의 치유

BRAND LOGO CONCEPT

ACTION

동양 의약과 서양 의약의 융복합 전문가 김남주 박사의 모든 지혜를 집대성하여 만든
프리미엄 브랜드 이미지 전달을 위한 심볼 디자인·세련되고 모던한 고딕 타이포 적용
네이비와 골드 컬러를 메인으로 활용하여 고급스러운 이미지 강화



BRAND COLOR

#00283E	#848788	#DCDDDD	#8C734B	#FFFFFF
RGB (00,38,62)	RGB (132,135,139)	RGB (220,220,220)	RGB (140,115,75)	RGB (100,100,100)

TYPOGRAPHY

김남주 바이오의 일관된 아이덴티티 전달을 위해 세련되고 모던한 고딕의 깔끔한 느낌의 타이포를 적용하여
더욱 신뢰할 수 있는 브랜드 이미지를 형성화 했습니다.

가나 — Rix 모던고딕

Aa — JOSEFIN SANS

For those who are sick — OPTIMA PRO ROMAN

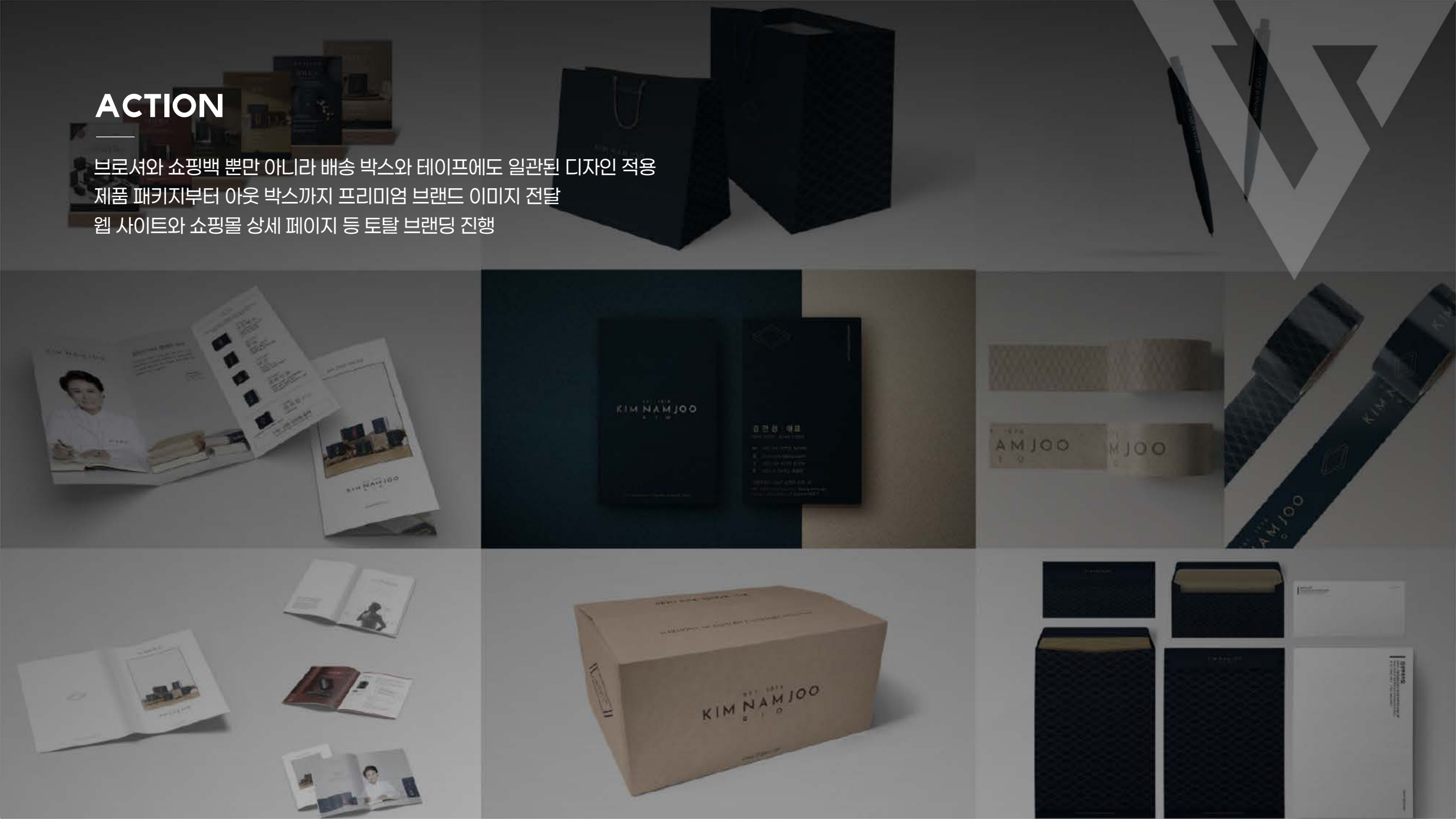
We offer a healthier life through the harmony of East and West. — Gotham book

영육 간의 아픈 이들을 위하여 — Rix 신문명조

남녀노소 누구나 부작용 없이 균형 잡힌 건강을 생각하며,우리 몸의 근본적인 건강 개선과 질병 예방을 추구합니다. — Rix 모던고딕

ACTION

브로셔와 쇼핑백 뿐만 아니라 배송 박스와 테이프에도 일관된 디자인 적용
제품 패키지부터 아웃 박스까지 프리미엄 브랜드 이미지 전달
웹 사이트와 쇼핑몰 상세 페이지 등 토탈 브랜딩 진행



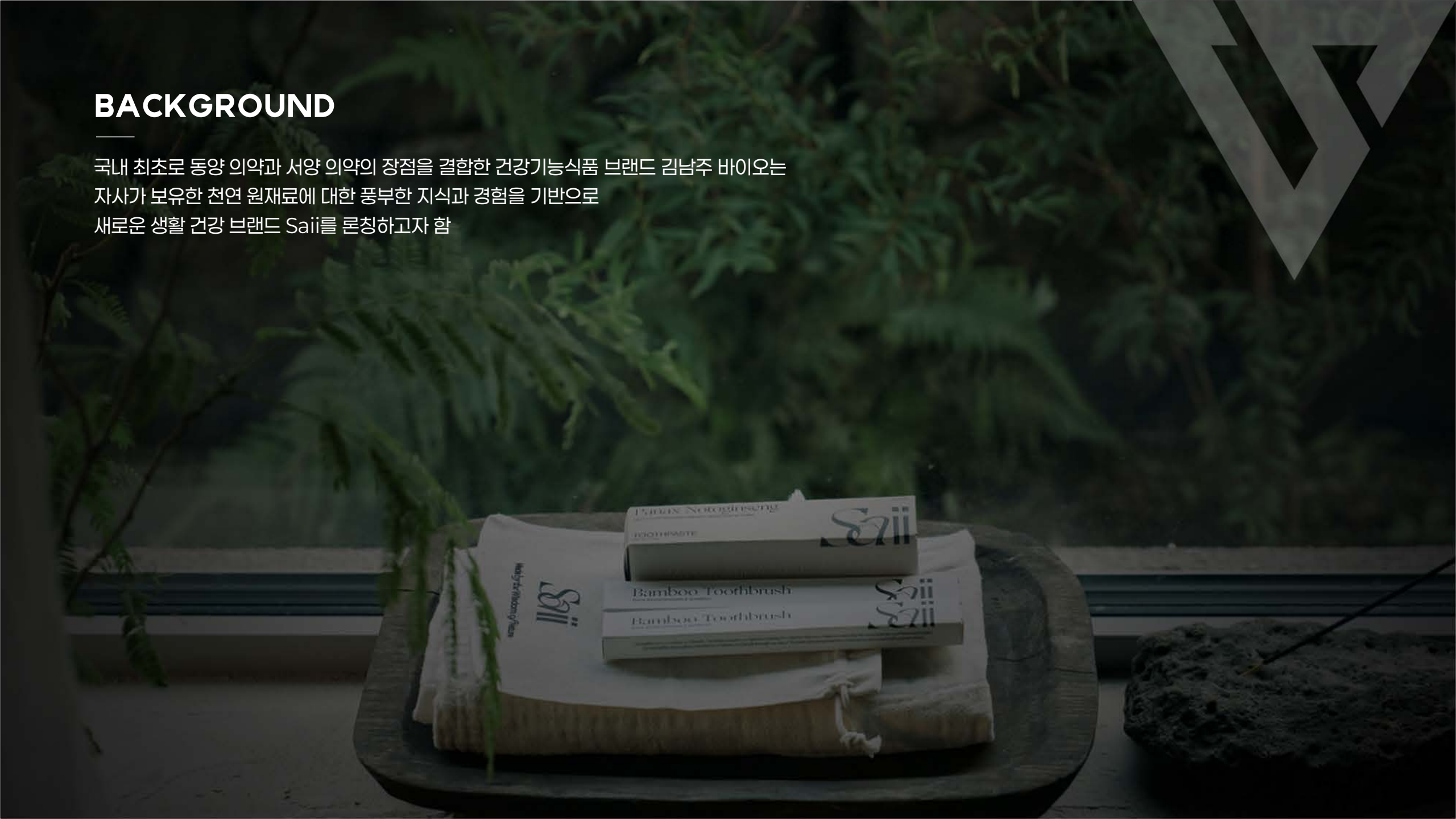


Saii

BI·패키지 디자인 등 토탈 브랜딩

BACKGROUND

국내 최초로 동양 의약과 서양 의약의 장점을 결합한 건강기능식품 브랜드 김남주 바이오는
자사가 보유한 천연 원재료에 대한 풍부한 지식과 경험을 기반으로
새로운 생활 건강 브랜드 Saii를 론칭하고자 함



INSIGHT

친환경이 아닌 必환경, 가치 소비, 지속 가능성 등 시대의 흐름에 맞는 브랜드 전략 수립
자연과 사람의 균형적인 공존, 이를 통해 더 나은 방향으로 세상을 바꾸는 브랜드
자연의 지혜를 담은 진정성 있고 신뢰할 수 있는 브랜드 디자인 전개

ENVIRONMENT

자연과 사람의 조화로운 공존



OPTIMISM

긍정적이고 선한 영향력



PURITY

자연 그대로의 가장 순수한 이미지



BALANCE

사람과 자연 사이의 균형



VALUE

가성비를 넘은 가치 소비



ACTION

세리프의 우아한 느낌과 산세리프의 견고한 타이포를 혼용하여
자연과 사람의 균형적인 조화를 추구하는 브랜드 아이덴티티 시각화
Saii 로고타입의 'S'와 'a'의 연결성을 심볼로 구성



BRAND SYMBOL

'사이' 로고타입에 있는 'S'와 'a'의 연결성을 심볼로 표현.





TYPOGRAPHY

사이의 일관된 아이덴티티 전달을 위해 세리프의 우아한 느낌과
세련되고 모던한 고딕의 깔끔한 느낌의 타이포를 적용하여
더욱 신뢰할 수 있는 브랜드 이미지를 형성하고자 했습니다.

Ogg

Made by wisdom of Nature

Neue Haas Grotesk

Made by wisdom of Nature

Pretendard

자연의 지혜를 생활에 담다

BRAND COLOR

깔끔하고 고급스러운 색상을 바탕으로 강렬하지만 은은하게 잘 어울릴
수 있도록 제작하였으며, 브랜드의 이미지와도 잘 동화될 수 있도록
블루, 블랙, 화이트로 컬러 작업을 진행했습니다.

Calm Ivory	Sincere Black	Nature Green	Pure White
#E9E2D6 R 233 G 266 B 214 C 11 M 12 Y 174 K00	#000000 R 00 G 00 B 00 C 00 M 00 Y 00 K100	#25F36 R 37 G 78 B 54 C 86 M 68 Y 87 K30	#FFFFFF R 255 G 255 B 255 C 00 M 00 Y 00 K00

ACTION

키 비주얼 아이덴티티, 패키지, 웹 사이트, 브랜드 필름, 소셜 미디어 등을 통해
공통된 브랜드 메시지와 이미지를 전달하기 위한 어플리케이션 제작
모든 브랜드 접점에서 가볍지 않은 톤으로 일관된 브랜드 경험 제공

Package Design

PANAX NOTOGINSENG TOOTHPASTE 100G

UNCOATED BAMBOO TOOTHBRUSH




질레트 밀고나가
타이틀 레터링 등 토탈 브랜딩
밀고나가

BACKGROUND

프로젝트 착수 당시 질레트는 높은 브랜드 인지도에도 불구하고
특히 MZ세대에서 경쟁사 대비 구매율이 낮다는 문제가 있었고
이에 따라 타겟 소비자에게 브랜드의 가치를 전달하여 구매로 연결하는 과제 수행



INSIGHT

질레트는 오랜 시간 남성 그루밍 시장을 선도해 온 브랜드로서
현대 남성들의 다양한 니즈와 가치관을 깊이 이해하고 있기에
질레트를 단순 면도기 회사가 아닌 남성의 자아실현을 돕는 브랜드로 포지션닝

개인화된 경험

원하는 경험에 빠르고 편리하게 도달



자기표현

개성·취향·가치관을 드러내는 데 중점



그루밍

패션·뷰티·피부·헤어에 적극적인 투자



워라밸

임금·복지보다 워라밸이 중요



자기투자

'갓생' 트렌드, 일상 속 작은 성취감 추구



ACTION

“밀고나가”의 모음을 디자인 포인트로 활용한 타이틀 레터링 디자인을 통해
전진하며 앞으로 나아가는 동작을 연상시키는 이미지 전달
질레트 면도기 헤드의 유연한 기능성을 시각적으로 표현하여 메시지와 기능성을 동시에 강조



ACTION

모델 손흥민의 모습을 통해 MZ세대 남성을 향한 응원 메시지 전달
키 비주얼과 브랜드 필름을 제작하여 젊은 신규 고객 확보를 위한
통합 마케팅 캠페인을 성공적으로 진행




get
BI·패키지 디자인 등 토탈 브랜딩

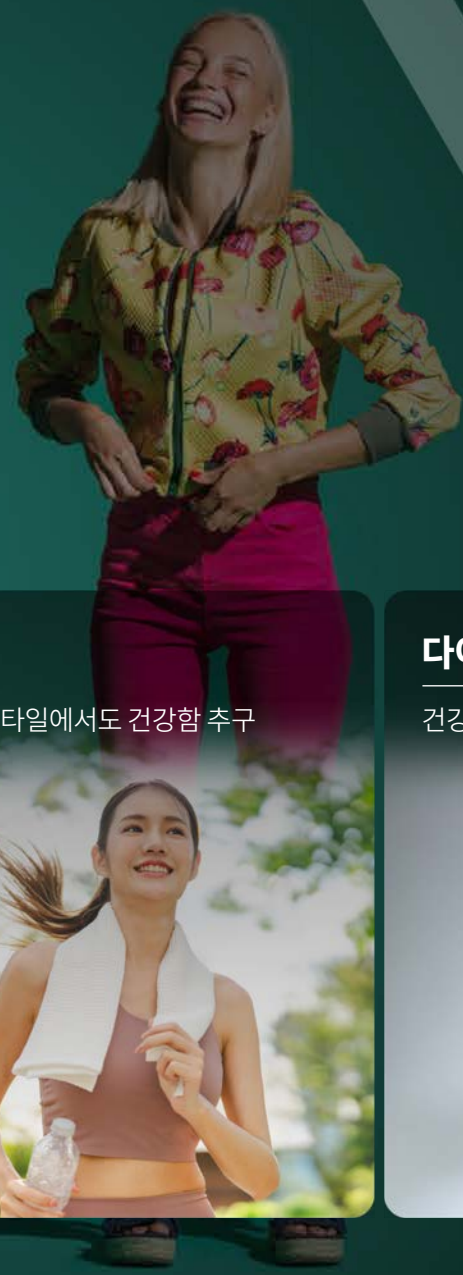
BACKGROUND

바이너랩의 이너뷰티 건강기능식품 ‘GET시리즈’를
글로벌 브랜드에 걸맞는 트렌디한 룩앤필을 반영하여 리뉴얼하는 프로젝트
건강기능식품 디자인의 전형성을 벗어난 새로운 기준을 제시



INSIGHT

브랜드가 추구하는 고객 페르소나는 외적인 아름다움을 넘어
내면부터 시작되는 지속성 있는 아름다움을 지향하는 2030 여성
따라서, 건강기능식품이 아닌 라이프스타일 아이템의 느낌을 전달하는 전략으로 접근



이너뷰티

내면의 지속성 있는 아름다움 지향



인플루언서

인플루언서 제품 구매 경험 많음



라이프스타일

라이프스타일 아이템 포지셔닝 주효



건강

라이프스타일에서도 건강함 추구

다이어트

건강을 위한 다이어트 추구



ACTION

영미권의 유명한 캐치프레이즈인 ‘Look good, feel good’을 뒤집어
내면이 아름다울 때 겉으로도 아름다움이 드러난다는 의미의 슬로건 ‘Feel Good, Look Good’ 제시
모든 텍스트를 소문자로 구성하여 부드럽고 친근한 아이덴티티 구성

grid

get

garcinia cambogia extracts
green tea extracts

500 mg x 56 tablets (28 g)

font

Korea

나눔스퀘어

20대 젊은 여성을 위한 새로운 이너뷰티 브랜드 바이너랩의 'GET SERIES' 브랜딩 프로젝트입니다. VINERLAB의 요구 사항은 매우 명확했습니다. "보기만 해도 행복해지는 브랜드를 만들고 싶어요.

가 가

1234567890

English

Edmonsans

Branding project for Vinerlab's "GET SERIES", a new "inner beauty" brand for young women in their 20s. VINERLAB's needs were pretty clear. "I want to create a brand that makes me happy just by looking at it.

Ab

1234567890

color



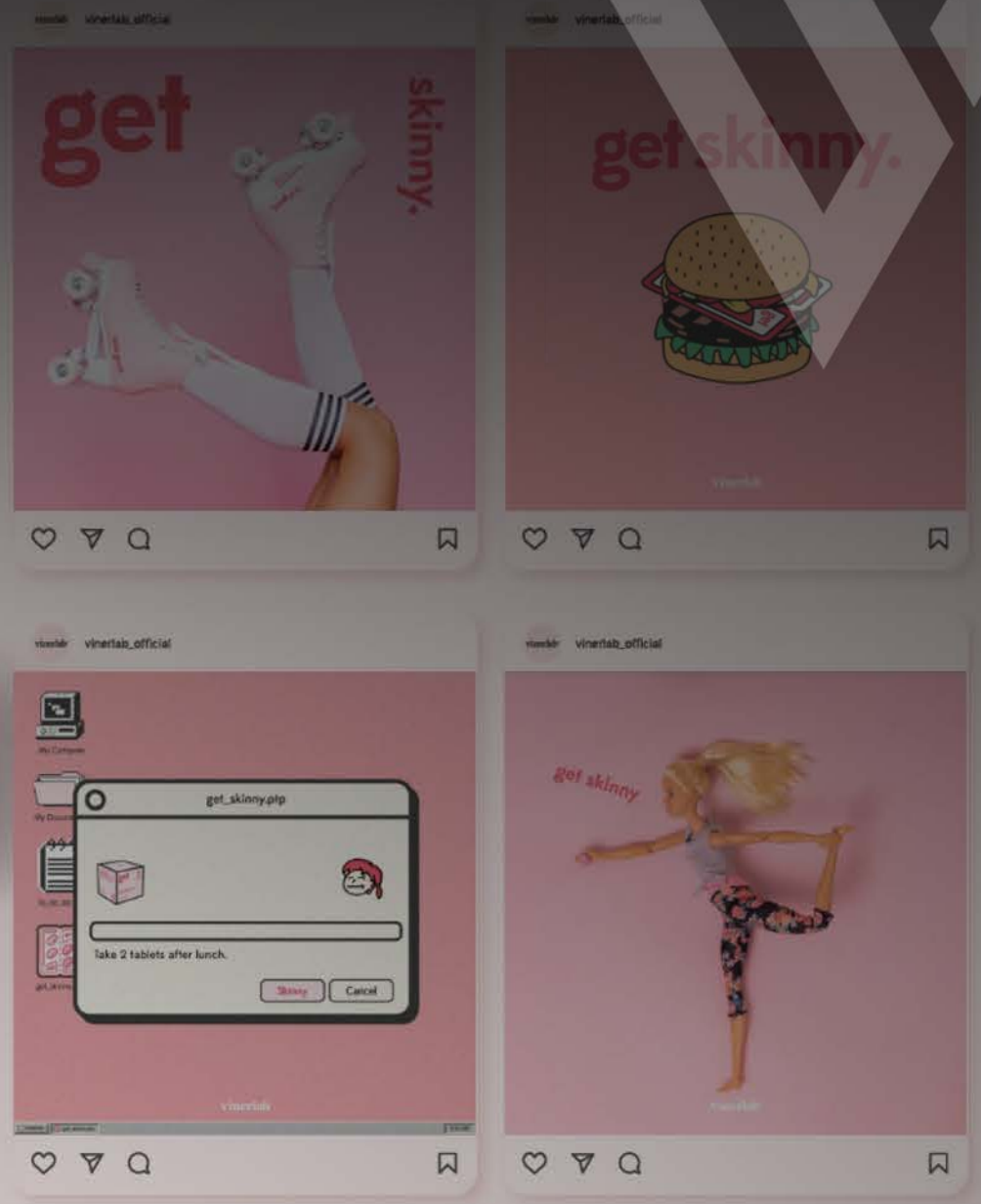
ACTION

소셜 미디어에 노출되었을 때 소유욕과 구매욕을 자극할 수 있는
글로벌 브랜드 룩앤필로 패키지와 비주얼 구성
제품 카테고리와 용도에 따라 다른 컬러 적용

get skinny.



take twice a day for weight loss and
cholesterol management.





아이스크림 AI홈런

BI·패키지 디자인 등 토탈 브랜딩

BACKGROUND

초개인화 학습(Hyper-personalized Learning)은 '한 사람을 위한 맞춤 교육'을 넘어,
AI와 빅데이터를 활용해 학습자의 실시간 상태, 맥락, 성향까지 분석하여
최적화된 학습 경험을 제공하는 에듀테크의 핵심 트렌드



INSIGHT

아이스크림 AI홈런은 아이스크림에듀만의 풍부한 양질의 빅데이터를 기반으로
고도의 AI 기술과 교육 콘텐츠, 전문화된 1:1 학습 관리 서비스를 제공
학습자 한 명, 한 명에게 진정한 맞춤 학습 경험을 제공하는 초개인화 러닝 플랫폼

기술력

나보다 나를 더 잘 안다



데이터

나만을 위한 로드맵이 설계된다



콘텐츠

나만을 위한 풍부한 콘텐츠를 경험한다



서비스

나만을 위한 관리와 지원을 받는다



초개인화 러닝

전문화된 1:1 학습 관리 플랫폼



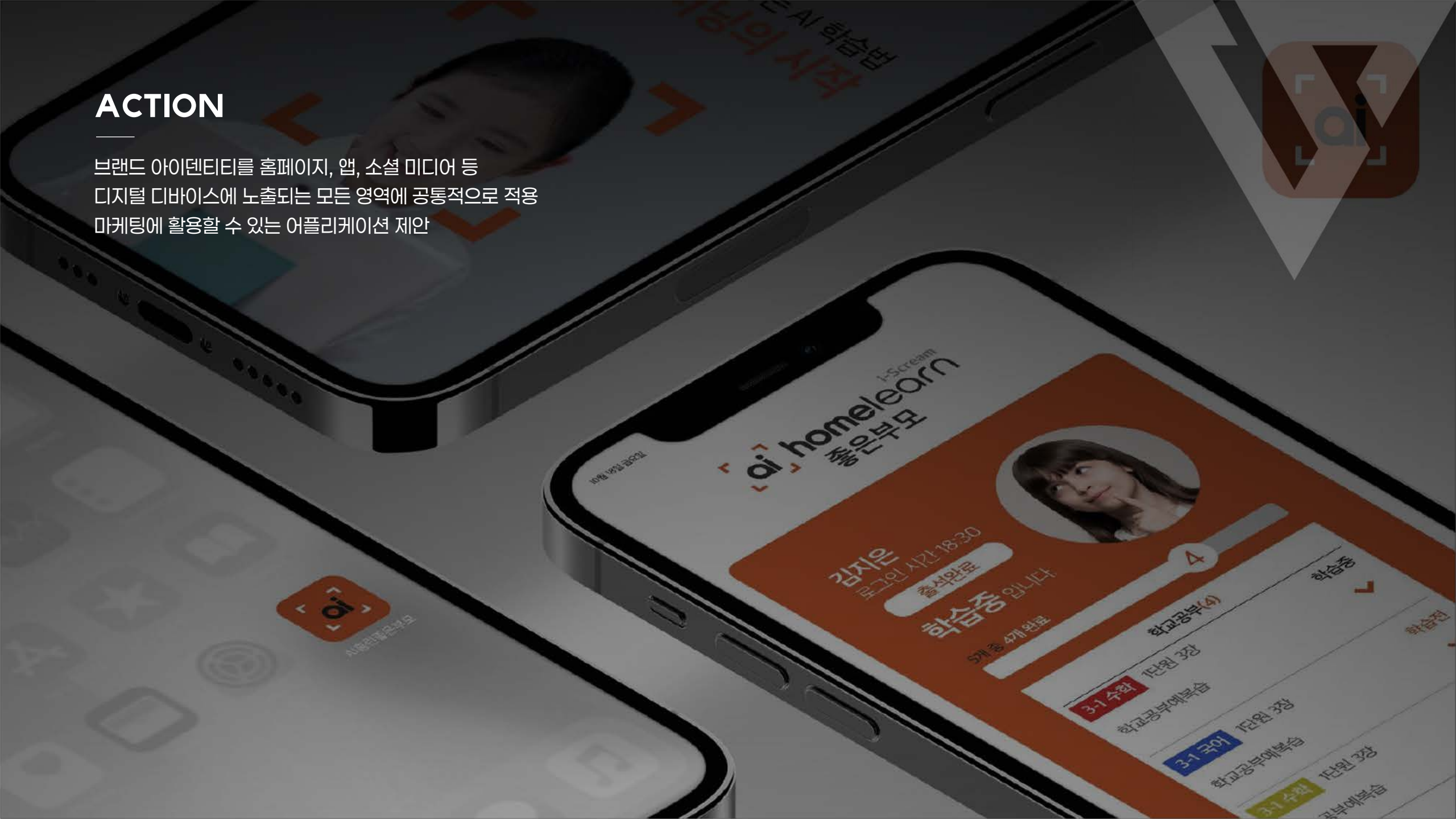
ACTION

한 명의 학습자에 집중하는 'Focus'를 그래픽 모티브로 하여
브랜드의 핵심 가치를 브랜드 아이덴티티에 반영
AI를 통해 최적화된 학습 경험을 제공하는 초개인화 러닝 플랫폼을 시각화



ACTION

브랜드 아이덴티티를 홈페이지, 앱, 소셜 미디어 등
디지털 디바이스에 노출되는 모든 영역에 공통적으로 적용
마케팅에 활용할 수 있는 어플리케이션 제안




SPLENDID UX · UI
WEB · APP · SOLUTION

LOTTE GRS WEB ZINE

격월로 발행되는 롯데GRS의 사내 웹진 '맛진'은 호별 테마에 맞는 다양한 주제의
읽을 거리를 블로그 형태로 구성하여 편하게 접할 수 있는 매거진
딱딱한 사내보 형식에서 벗어난 재미로 임직원들의 적극적인 참여가 이루어 짐



BBQ BUSINESS WEB SITE

BBQ 창업에 대한 다양한 정보 전달과 콘텐츠 제공을 위해 제작
창업에 대한 이해도를 높이고 간접 체험을 할 수 있는 반응형 홈페이지 구축
타 프랜차이즈 홈페이지 보다 차분하고 고급스러운 디자인으로 신뢰감 조성



귀한족발 BRAND WEB SITE

귀한족발의 브랜드 아이덴티티 정립과 함께 디지털 마케팅부터 DM시스템 수립까지 진행
차승원 모델 이미지를 적극 활용하고 유튜브 콘텐츠를 연결하여 다양한 정보 제공
창업 DB 관리 솔루션과 연동하여 효율적이고 즉각적인 DB 대응



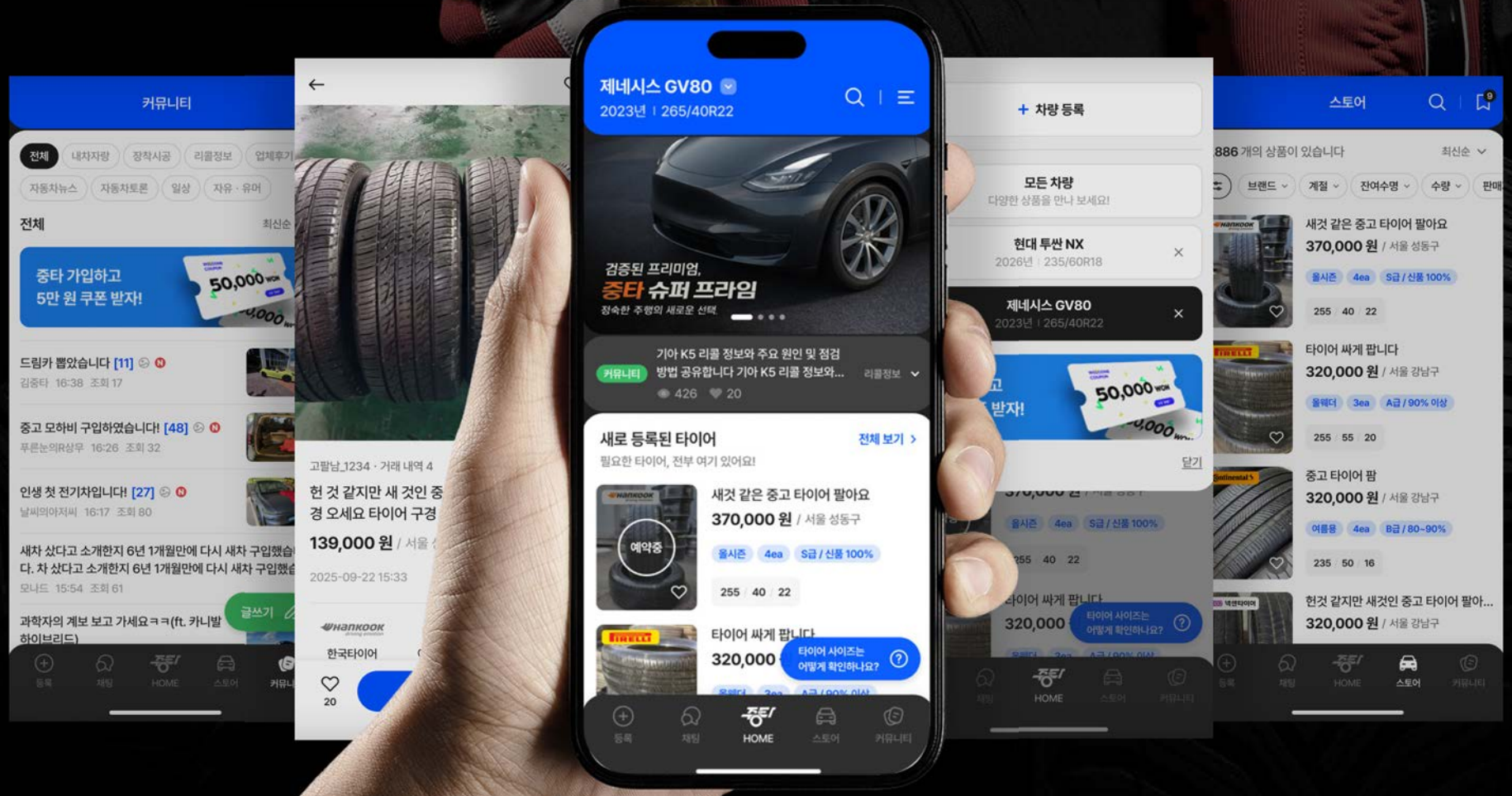
BBQ APP

BBQ 자사앱 리뉴얼 론칭 후 회원 수 37배 증가
앱 내 매출 300% 증가, 자사앱 주문 점유율 200% 증가
전체 CS 중 앱 이용 관련 불편 사항 0.1% 미만



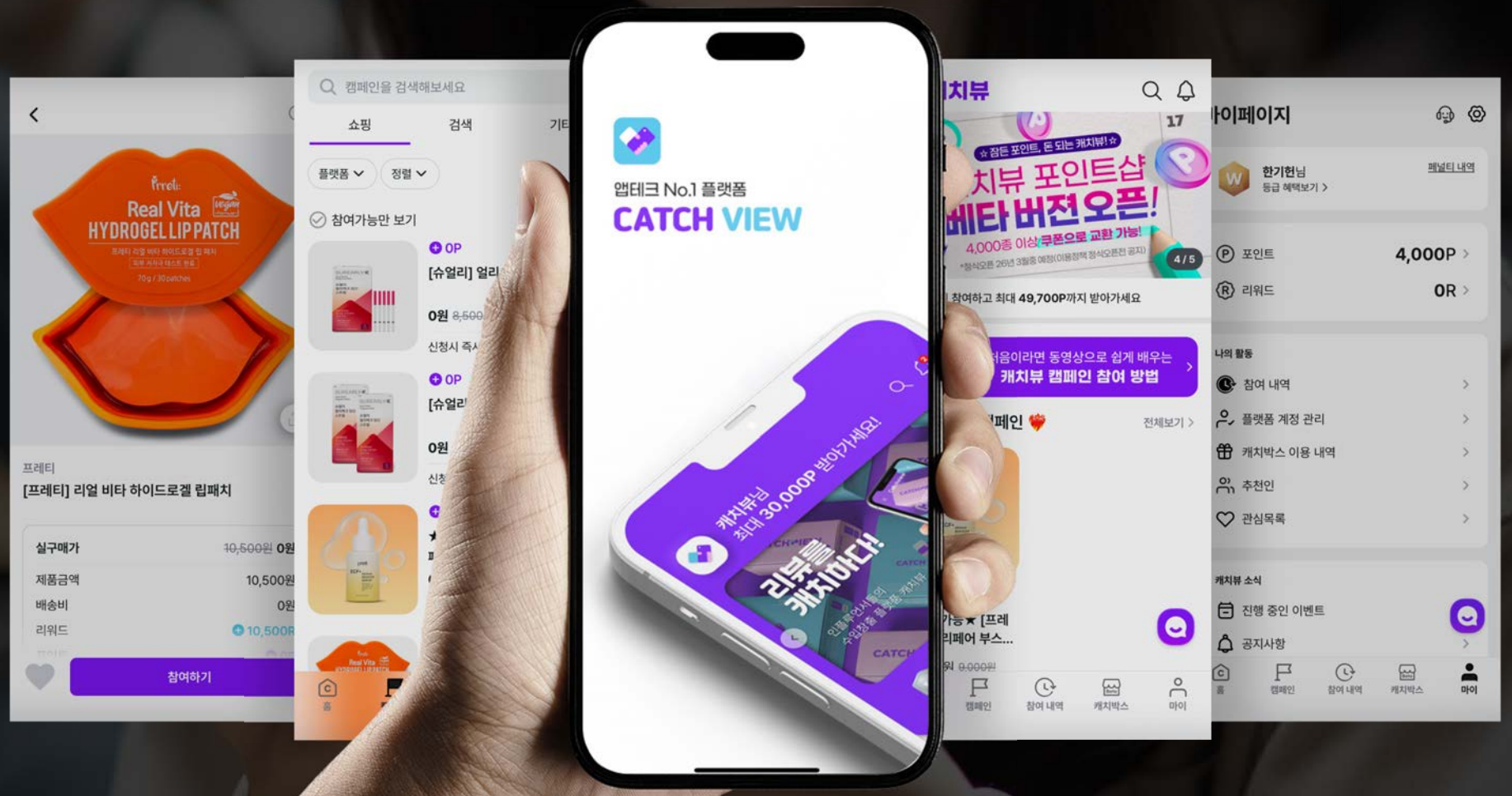
중타 APP

중고 타이어를 합리적인 가격에 검증된 판매자와 거래할 수 있는 대한민국 No. 1 중고 타이어 거래 플랫폼
15,000명 이상의 판매자, 50,000개 이상의 중고 타이어 등록, 거래 만족도 98%
타이어 자동 매칭 알고리즘 적용, AI 매칭 시스템 구축



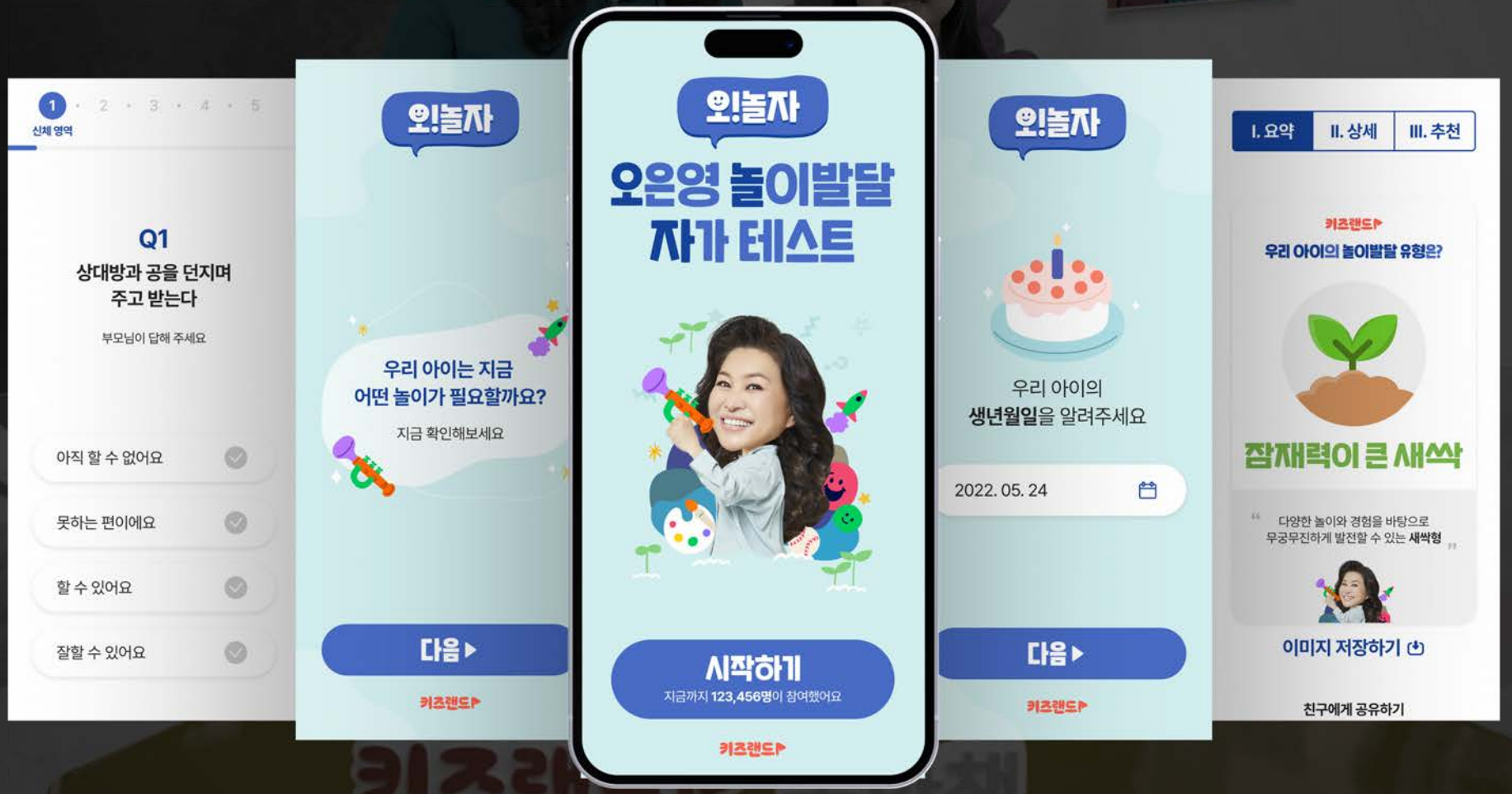
CATCH VIEW APP

상품 리뷰를 쓰고 포인트를 적립하는 앱 테크 플랫폼 캐치뷰 제작
브랜드 체험단 모집과 운영을 간편하게 진행 가능
쇼핑몰 매출·상품 검색량·상품 리뷰를 단기간 확보할 수 있는 미션형 캠페인 진행



KT KIDSLAND APP

오은영 박사를 모델로 활용한 부모 대상 앱 제작 및 디지털 캠페인 진행
자가 테스트를 통해 아이의 놀이발달 유형을 파악하고
현재 아이에게 필요한 놀이에 대한 정보를 제공하는 앱



SCANIA APP

올 뉴 스카니아 운전자를 위한 스카니아 모바일 앱 서비스의 다운로드와
앱 설명에 관한 홈페이지를 네이비와 레드를 사용해 깔끔하고 신뢰감 있게 제작
긴급 상황 발생 시 필요한 정보를 전면 배치하여 앱 활용도 제고




STRATEGIC BRANDING
BRAND FILM · CF

Maison De Humiere

럭셔리 뷰티브랜드를 표방하는 메종드위미에르의 런칭 캠페인
케비에르 PDRN의 제품 특성을 잘 전달하고 런칭 기대감 고취를 위해
신세경을 브랜드 모델로 TVC, OOH, 게릴라포스터 등 전방위적 IMC 전개







BBQ 치킨 맵소디

BBQ 치킨의 신메뉴 '맵소디' 론칭 캠페인
맵소디의 다양한 맛을 표현하기 위해 배우 변요한을 1인 2역으로 활용
변요한의 복고적 이미지를 살리기 위해 4:3 화면 비율과 아트웍 기획



BBQ 치킨 황양반

BBQ 치킨의 대표 메뉴 황금올리브, 양념, 반반치킨 세일즈 업 캠페인
중독성 있는 캠페인 송과 뮤직 비디오를 제작하여 바이럴 진행
성수동과 한강에서 원바이트럭 샘플링 진행, 황양반 캐릭터 SNS 운영



귀한족발

단일 매장 시기부터 유명했던 귀한족발 프랜차이즈 런칭 캠페인
차승원을 모델로 한 TVCF와 동시에 가맹점 모집 DB개더링 광고 집행
단시간에 월 매출 4억원 매장 탄생(성신여대점)



RE:NK

이미 소비자 연령이 높아진 리엔케이의 브랜드 리바이탈라이징 캠페인
아이돌 그룹 더보이즈의 주연을 모델로 발탁하여 젊고 감각적인 브랜드 이미지를 전달하고
포토카드, 영상통화 등 다양한 이벤트를 통해 2030 소비자 증대 캠페인 진행



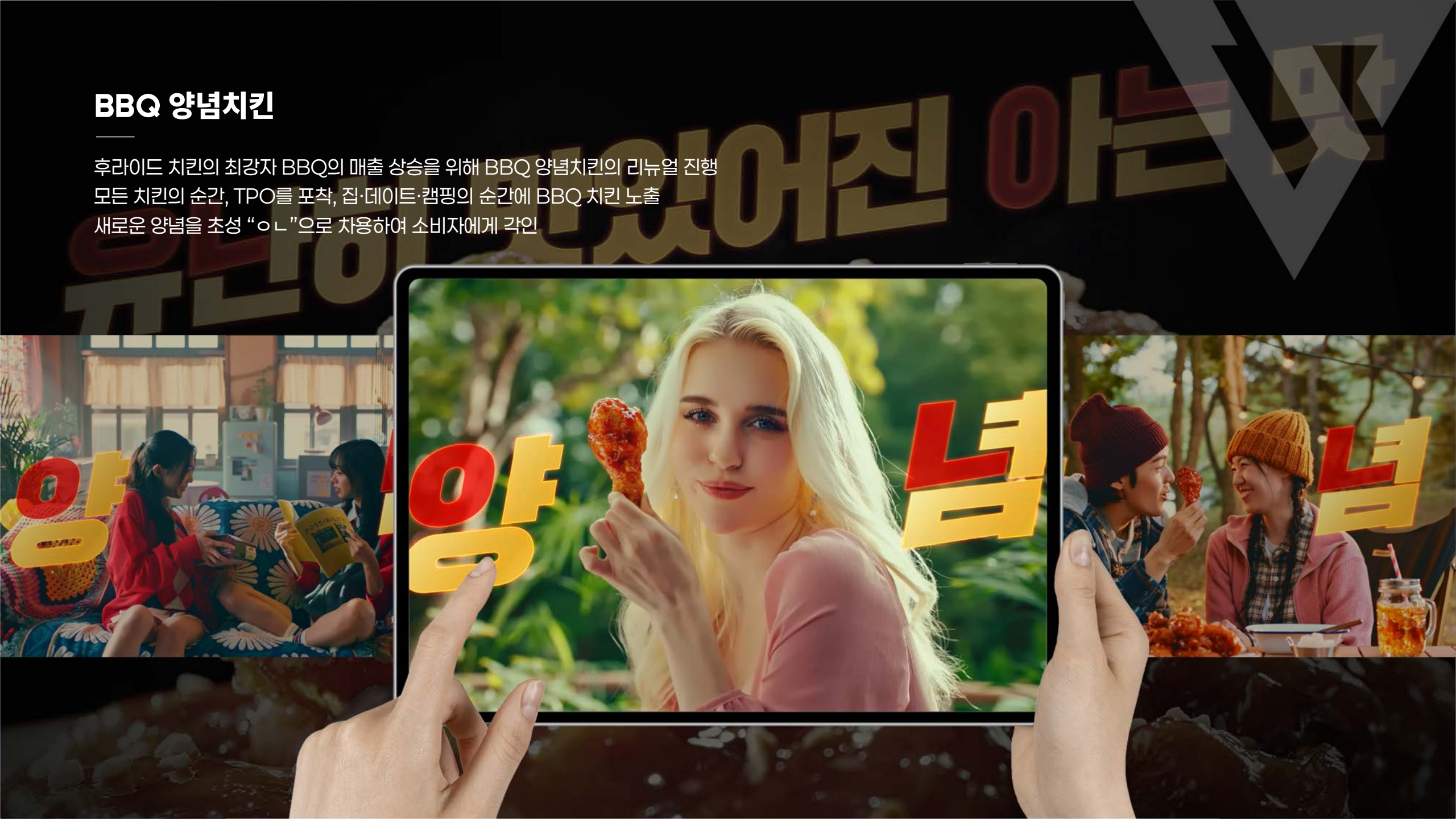
RE:NK

리엔케이의 브랜드 리바이탈라이징을 위해
리엔케이의 셀 과학을 나타낸 슬로건 'Cell:erate your skin'을 개발하고
볼빨간사춘기가 부르는 브랜드 송으로 2030 여성 소비자와 커뮤니케이션



BBQ 양념치킨

후라이드 치킨의 최강자 BBQ의 매출 상승을 위해 BBQ 양념치킨의 리뉴얼 진행
모든 치킨의 순간, TPO를 포착, 집·데이트·캠핑의 순간에 BBQ 치킨 노출
새로운 양념을 초성 “ㅇㄴ”으로 차용하여 소비자에게 각인



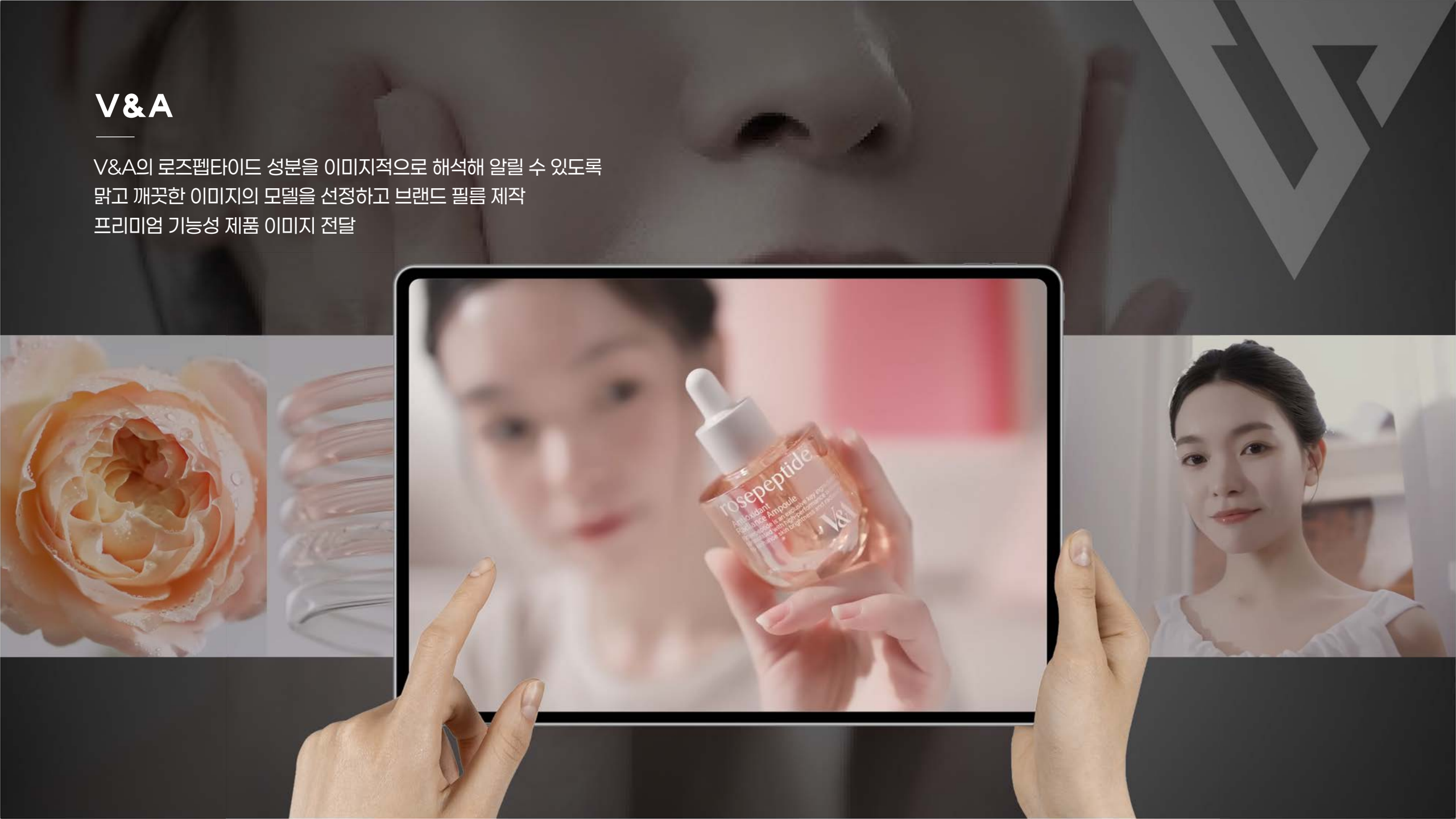
RE:NK

리엔케이의 셀 과학 개념을 보다 쉽게 2030 소비자들에게 알리기 위해
과학 유튜버 궤도를 섭외하여 막장 드라마 컨셉의 브랜드 필름 제작
다양한 버전의 숏폼 콘텐츠를 활용하여 바이럴 마케팅 진행



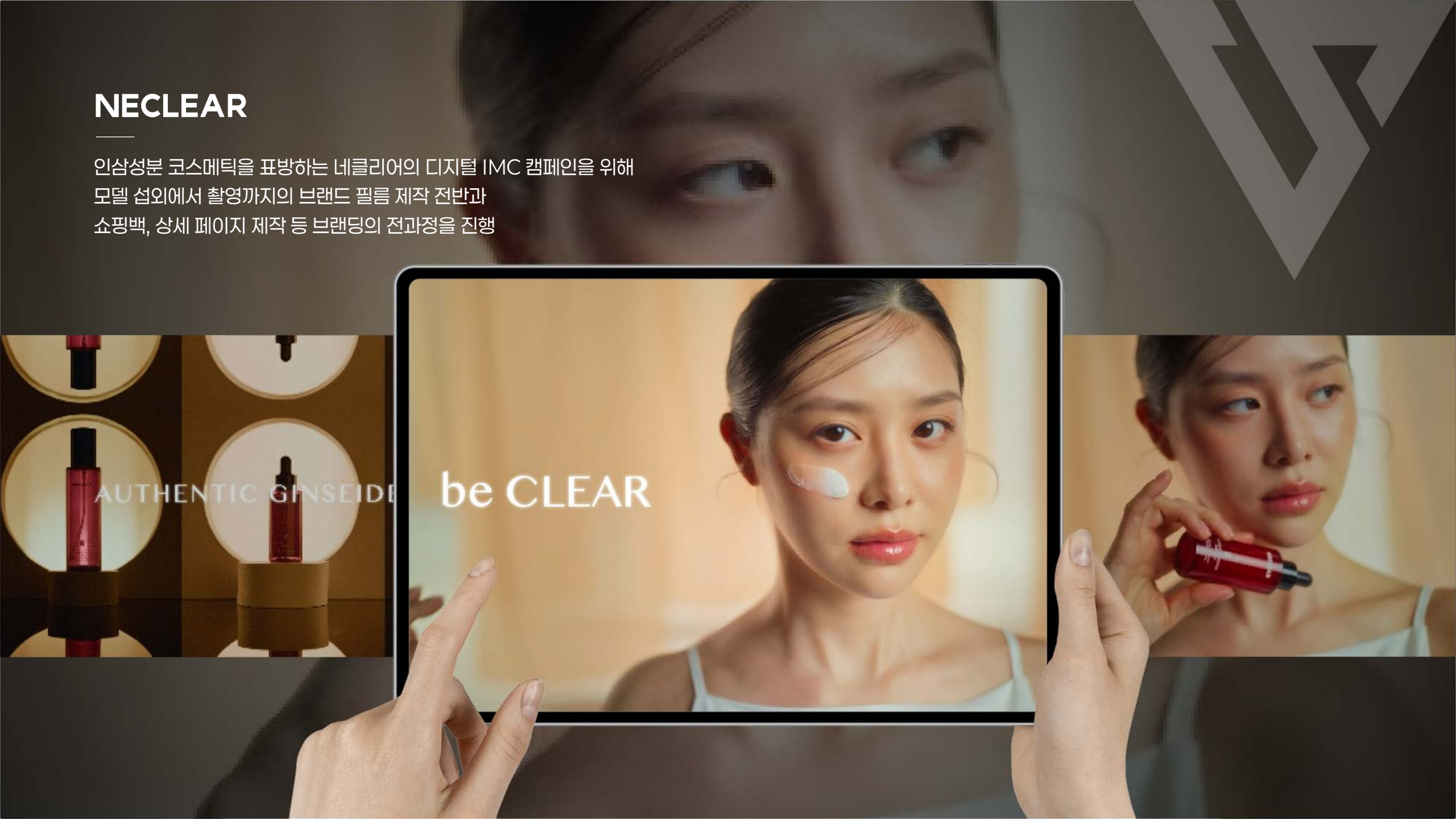
V&A

V&A의 로즈펩타이드 성분을 이미지적으로 해석해 알릴 수 있도록
맑고 깨끗한 이미지의 모델을 선정하고 브랜드 필름 제작
프리미엄 기능성 제품 이미지 전달



NECLEAR

인삼성분 코스메틱을 표방하는 네클리어의 디지털 IMC 캠페인을 위해
모델 섭외에서 촬영까지의 브랜드 필름 제작 전반과
쇼핑백, 상세 페이지 제작 등 브랜딩의 전과정을 진행



인산가 마이케어

누가·언제·어떤 상황에서 먹는지 음용 정보를 전달하는
TPO(Time·Place·Occasion) 전략을 통해 인산가의 마이케어 제품 홍보
장도연을 모델로 활용하여 밝고 건강한 브랜드 이미지 전달



바슈롬 바이오트루

바슈롬의 원데이 렌즈와 렌즈 관리 용액 신규 브랜드 '바이오트루'의
특장점을 알리기 위해 비주얼 효과가 뛰어난 유튜브와 옥외 매체 집행
'자신있게 보다'라는 키 메시지에 부합하는 모델(김소현)과 매체 선정



현대엘리베이터

현대엘리베이터

'길을 만들다'라는 슬로건으로 현대엘리베이터의 가치를 알리기 위해
현대엘리베이터의 음성 인식, 원격 제어, 인공지능 관리 등 첨단 기술을 3D로 구현하여
미래의 엘리베이터를 시각적으로 재현한 광고 캠페인



서울 동대문구 아트포레스트

청량리 아트포레스트 캠페인을 소재로 동대문구 홍보영상 제작
동대문구 유튜브 채널 도파민 업로드 후 각 언론사 TV프로그램·뉴스에 소개
동대문구 경동시장과 더불어 전국적인 인지도 확보



한국제지연합회

종이 재활용 등의 이슈에 대한 관심을 모으기 위해
유난히빛이나 포맷을 활용한 세계 최초 종이 버라이어티 홍보 영상 제작
유나를 통해 유튜브 채널 구독자와 협회 인지도 상승



금산군 금산세계인삼축제

금산인삼과 금산세계인삼축제를 홍보하기 위해
개그맨 황제성의 다양한 캐릭터를 활용하여 후크송과 뮤직비디오 홍보영상 제작
이후 금산군민들의 플래시몹 형식의 홍보영상 등으로 후크송 적극 활용







경주시 화랑대기 유소년 축구대회

경주시와 경주축구협회가 주관하는 화랑대기 유소년 축구대회 홍보 영상 제작
AI 중계 시스템 도입을 홍보하기 위해 KT스카이라이프 제작 지원
안정환 유튜브 콘텐츠 제휴를 통해 홍보효과 극대화



농협 K-라이스페스타

전국 각지의 쌀 가공식품과 전통주를 알리는 K-라이스페스타 홍보영상 제작
홍보대사 정준호 출연 및 정준호 전통주 브랜드 부스 참가 연계
유튜브·인스타그램 홍보를 통해 행사 3일 간 약 3만 명 방문








SPEEDY EXECUTION
YOUTUBE · SNS · VIRAL

유난히빛이나 CHANNEL

아이돌 그룹 있지의 멤버 유나의 단독 유튜브 채널 운영
개설 3개월 만에 구독자 30만 명 돌파, 총 조회수 5천만 회 돌파, 최고 조회수 272만 회
뷰티·패션·스포츠 등 다양한 브랜드 협업



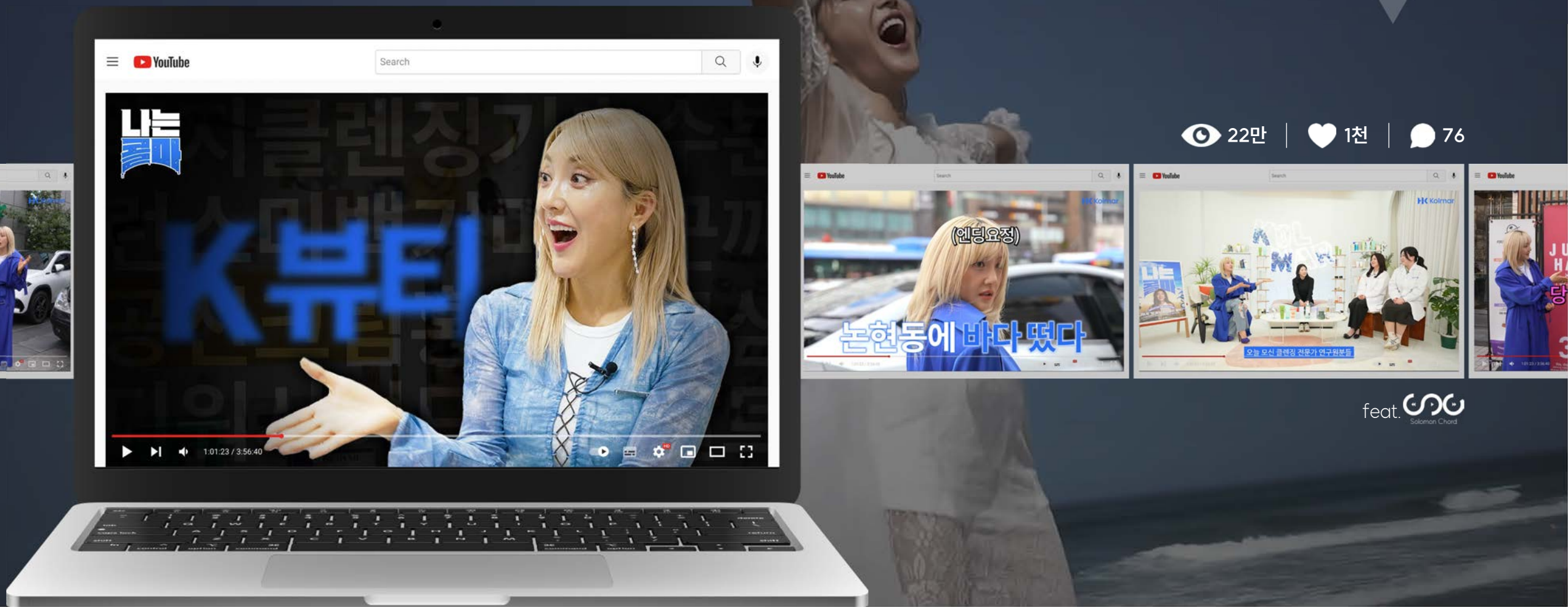
나는콜마 시즌 3 CHANNEL

원조 요정 SES 바다에 이어, 하이라이트 이기광과 함께 진행하는 독창적 뷰티 토크쇼
콜마의 유일한 B2C 채널로 2024년에 이어 시즌3까지 진행, 시즌4 협의 중
시즌3부터 셀럽이 게스트로 출연하며 조회수와 인터랙션 상승. 앤어워드 디지털 캠페인 GOLD 수상



나는콜마 시즌 1·2 CHANNEL

원조 요정 SES 바다에 이어, 하이라이트 이기광과 함께 진행하는 독창적 뷰티 토크쇼
콜마의 유일한 B2C 채널로 2024년에 이어 시즌3까지 진행, 시즌4 협의 중
시즌3부터 셀럽이 게스트로 출연하며 조회수와 인터랙션 상승



22만 | 1천 | 76

feat. Solomon Chord

런민지 CHANNEL

수많은 조회수와 메달을 휩쓸고 다니는 육상 여신 김민지의 유튜브 채널
육상 선수로서의 김민지와 셀럽으로서의 김민지 등 다양한 모습으로 소통하는 콘텐츠
뷰티·패션·스포츠 등 다양한 브랜드 협업



할인광 CHANNEL+BRANDED

네고왕의 제작진들이 1대 네고왕 황광희와 함께 새로 런칭한 커머스 콘텐츠
협업 브랜드의 직원들이 자사 제품 할인 경쟁, 일주일 간 할인된 가격으로 제품 판매
브랜드 인지도와 매출을 동시에 올릴 수 있는 콘텐츠



조짜르트 CHANNEL+BRANDED

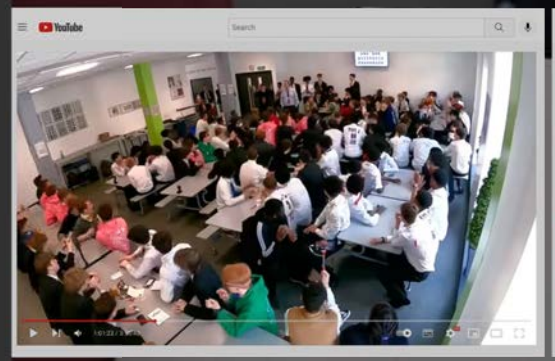
가수 조정민이 브랜드 이미지에 맞는 고 퀄리티 로고송을 뽑아주는 현장형 예능
인터뷰를 통해 로고송 가사를 작사하는 포맷 특성 상 다양한 숏폼 영상 생성
뷰티·여행·카페 등 다양한 브랜드 협업, 로고송은 향후 광고 소재로 활용 가능



영국남자 BRANDED

BBQ 치킨과 영국남자가 협업하여 영국 고등학생들에게 한국 치킨을 급식으로 제공
BBQ 치킨에서 재료와 셰프를 런던으로 공수하여 일주일 간 촬영
현재 1,100만 조회수 돌파, BBQ 치킨의 해외 진출 기여







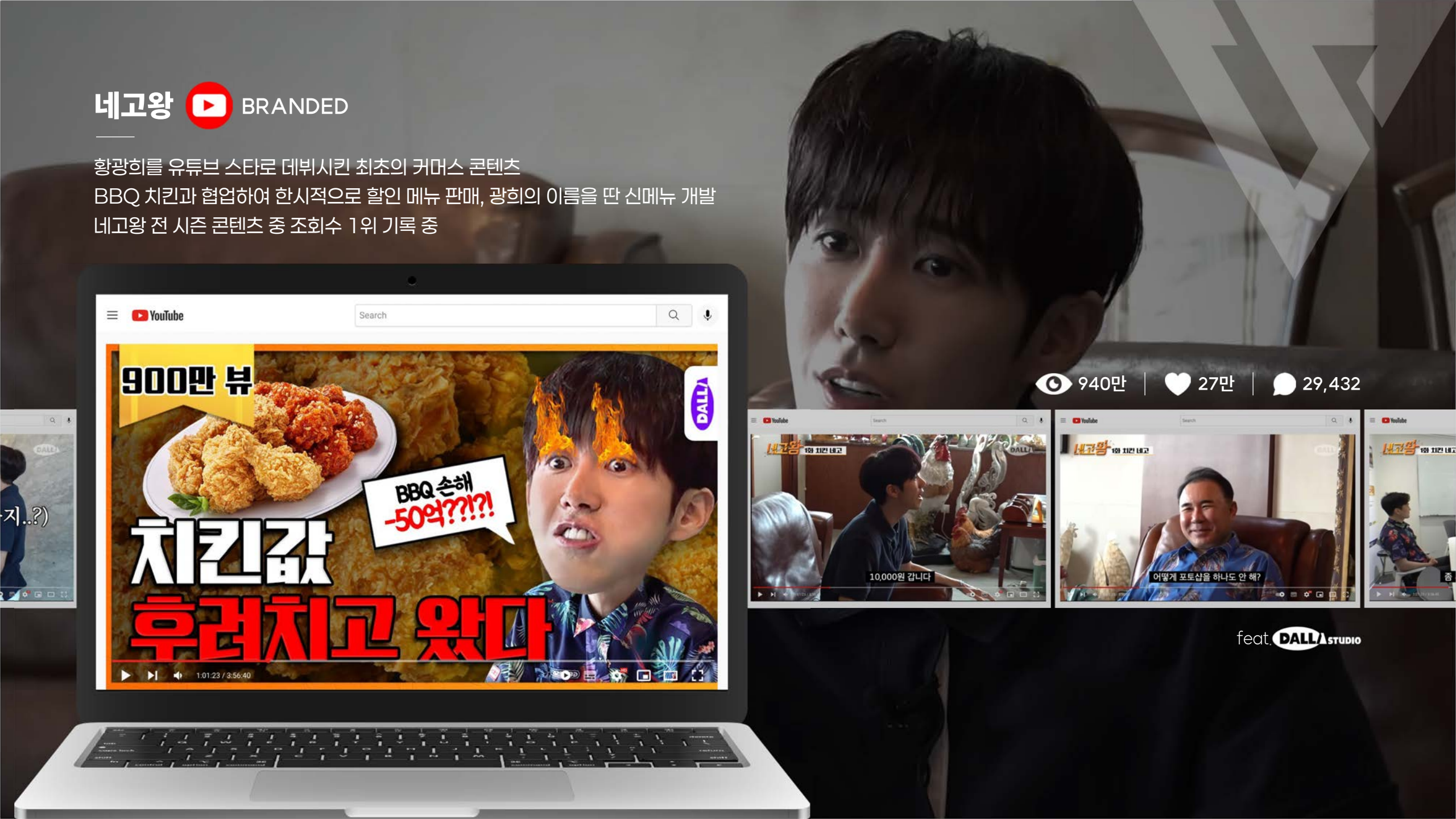


1,137만 | 35만 | 13,063

feat. The Kit.

네고왕 BRANDED

황광희를 유튜브 스타로 데뷔시킨 최초의 커머스 콘텐츠
BBQ 치킨과 협업하여 한시적으로 할인 메뉴 판매, 광희의 이름을 딴 신메뉴 개발
네고왕 전 시즌 콘텐츠 중 조회수 1위 기록 중



KT SKYLIFE ipit TV

KT 스카이라이프의 새로운 IPTV브랜드 아이핏티비 SNS채널 운영
아이핏티비의 국내 최다 콘텐츠 제휴를 부각시키기 위한 다양한 콘텐츠 제작
론칭 초기 접점 확대를 위해 채널을 다양화하고 각 채널별 성격에 맞는 콘텐츠 개발

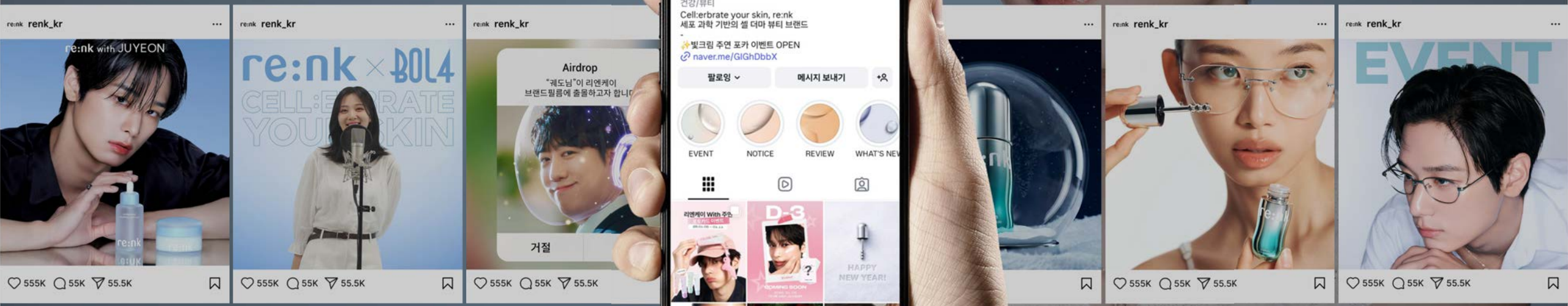
론칭 1주 팔로워 **1천 명**
최고 조회수 **1,131만 회**
총 조회수 **5천만 회**



RE:NK

화장품 브랜드 리엔케이의 브랜드 리뉴얼 캠페인의 일환으로 인스타그램과 X 운영
브랜드 타겟 소비자 연령대를 낮추기 위해 더보이즈 주연을 모델로 선정하여
티징 영상 노출, 볼빨간사춘기 안지영이 브랜드 송 가창

누적 팔로워 **2.7만 명**
총 반응 수 **10만 회**
총 도달 수 **100만 회**



BBQ 치킨

BBQ 치킨의 오피셜 계정으로 맛있는 시즐 중심의 소비자 소통 진행
2025년 한해 동안 총 팔로워 150% 성장, 960만 도달, 1,100만 노출 달성
브랜드의 세일즈 프로모션 및 시즐 전달의 극대화를 목적으로 운영

25년 팔로워 상승율 **149%**
25년 누적 도달 **960만**
게시물 평균 인터랙션 **1,700 회**

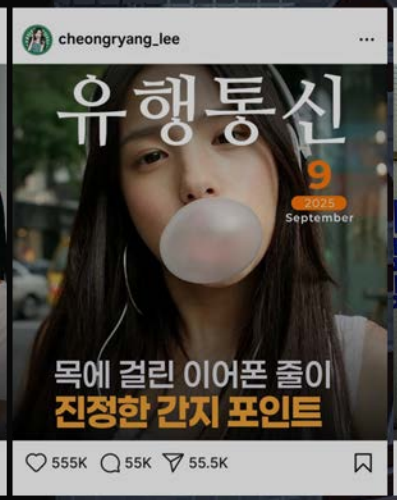


ART FOREST

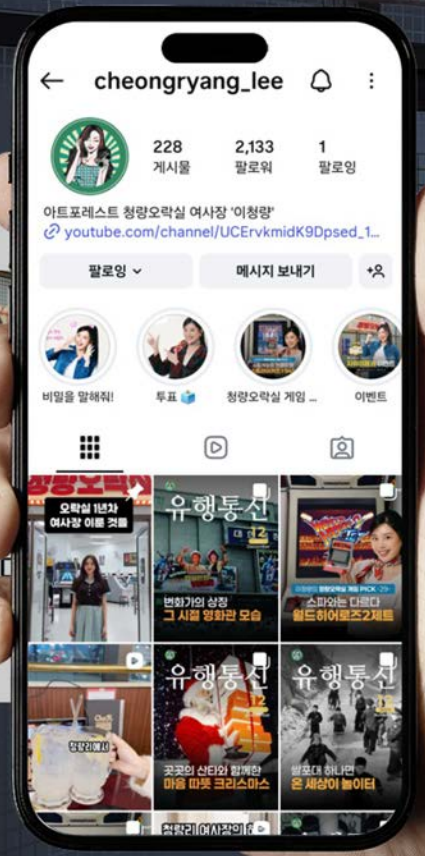
레트로 오락실 컨셉을 강화하기 위해 90년 대 오락실 여사장을 페르소나로 설정
‘이청량(영어로 청량리)’ 캐릭터를 모집·채용하여 오피셜 계정과 별도로 페르소나 계정 운영
각종 방송과 유튜브 출연을 통해 게이머들 사이에서 이슈화

누적 팔로워 **5천 명**
주간 방문객 **1만 명**
자연 바이럴 **2억 5천만 원**











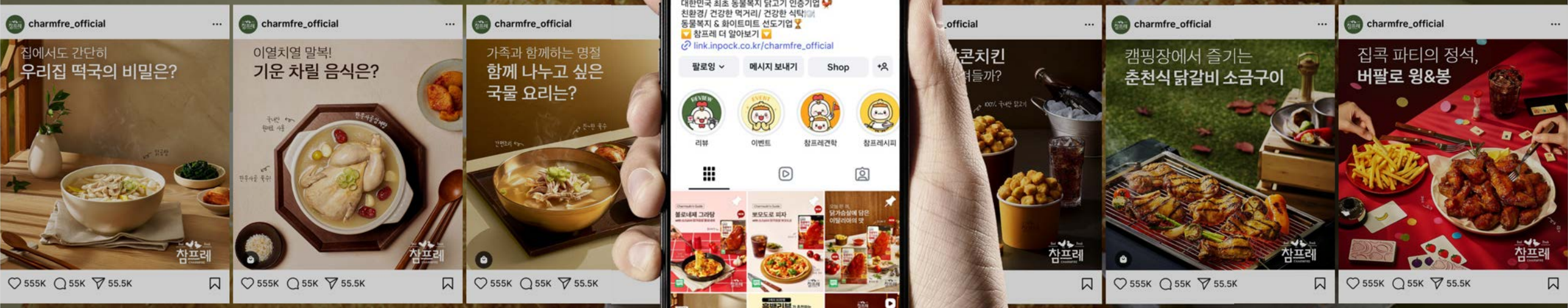




CHARMFRE

스카이벤처스 운영 이후(2024년 7월~) 고 퀄리티 이미지 컷으로 피드 관리
수시 이벤트 진행으로 운영 10개월 만에 팔로워·인터랙션·검색량 2배 증대
운영 10개월 만에 연간 KPI 138% 달성

팔로워·반응수·검색량 **2배**
총 반응 수 **20만 회**
키워드 검색량 **1,500회**



K-RICEFESTA

농협에서 주최하고 농림축산식품부에서 후원하는 K-라이스페스타의 인스타그램 운영
우리쌀·우리술에 대한 관심과 소비를 높이기 위해 전국 각지의 쌀가공식품과
전통주를 발굴하여 최대 규모의 상금 지급, 최대 규모의 쌀 식품 페스티벌 개최

6개월 간 팔로워 **3.4배**
전년 대비 사전등록 **1.9배**
월 콘텐츠 조회수 **57만 회**















KT KIDSLAND

스카이벤처스 운영 이후(2022년 7월~) 아이가 아닌 부모 타겟으로 콘텐츠 리뉴얼
모델 오은영 박사를 활용하여 브랜드 콘텐츠 바이럴 및 이벤트 진행
네이버 블로그 바이럴과 SEO를 병행하여 블로그 탭 5순위 내 유지

4년 간 팔로워 **1.7배** ↑
월 콘텐츠 도달 **50만 회** ↑
월 콘텐츠 노출 **65만 회** ↑











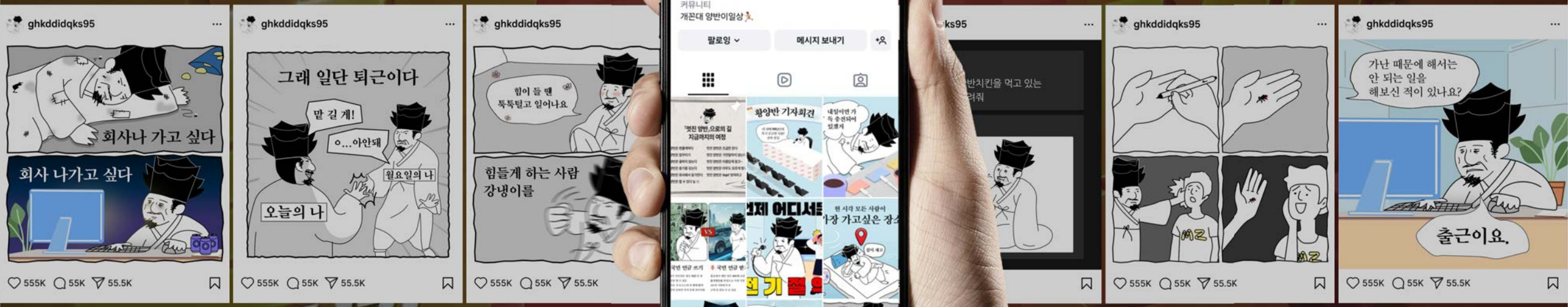




BBQ 황양반

오피셜 계정 운영과 분리하여, '황양반' 캠페인 진행 시 '양반' 캐릭터 계정 운영
직작인이 공감할 수 있는 콘텐츠 운영을 통해 팔로워 대비 인터랙션 우수
광고 영상·바이럴·오프라인 프로모션(원바이트럭)과 연계하여 '황양반' 인지도 제고

3개월 간 팔로워 **8천 명 ^**
4년 간 공식 계정 팔로워 **6.3만 명 ^**
게시물 평균 인터랙션 **1,500 회 ^**



최근 1년 바이럴 마케팅 집행 실적

스카이벤처스는 다양한 채널·인플루언서와의 협업을 통해 브랜드를 홍보합니다
기업과 브랜드의 상황에 가장 적합한 채널을 섭외하여 최고의 성과를 보장합니다
또한 비즈니스를 이해하는 콘텐츠를 통해 바이럴 효과를 극대화 합니다



브랜디드 영상 협업

150건+

연간 집행 금액

25억+



인플루언서 섭외

1,000건+

연간 집행 금액

20억+



블로그·카페 바이럴

5,400건+

연간 집행 금액

10억+


STRONG CAMPAIGN
DIGITAL IMC

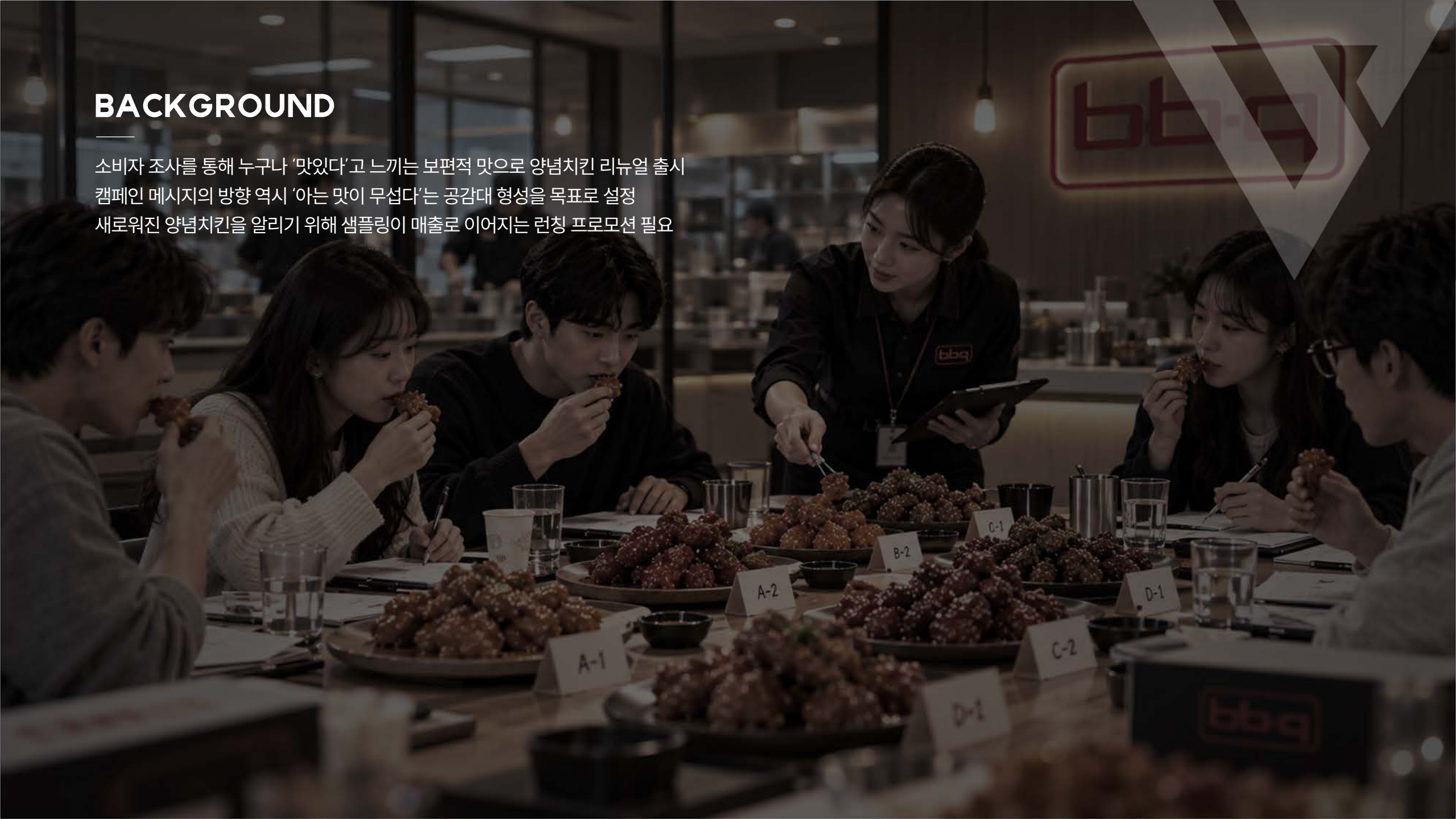


제너시스 BBQ

리뉴얼 양념치킨 프로모션 연계 IMC

BACKGROUND

소비자 조사를 통해 누구나 '맛있다'고 느끼는 보편적 맛으로 양념치킨 리뉴얼 출시
캠페인 메시지의 방향 역시 '아는 맛이 무섭다'는 공감대 형성을 목표로 설정
새로워진 양념치킨을 알리기 위해 샘플링이 매출로 이어지는 런칭 프로모션 필요



INSIGHT

리뉴얼한 양념치킨과 베스트셀러 황금올리브를 결합시켜 리뉴얼 메뉴 광고효과 극대화
가장 허기진 시간에, 가장 핫한 장소에서, 가장 아쉬운 양을 제공해 이벤트 효과 극대화
리뉴얼 양념치킨을 맛본 소비자가 바로 구매로 전환될 수 있도록 쿠폰 프로모션 효과 극대화



소비자 행동심리를 계산한 촘촘한 설계로

시식을 즉각적으로 주문으로 전환

소비자 행동 심리 반영
가장 허기진 시간

제품 샘플링 차별화
딱 한 입 제공
* ONE BITE LUCK+트럭

완제품 구매 유도
할인 쿠폰 제공

쿠폰 즉시 활용 가능한
자사앱 가입 유도

즉시 구매 유도
가맹점 매출 증대

ACTION

중독성 있는 '황양반 캠페인 송'으로 '맛 설명'이 아닌 '맛 기억'을 자극하는 브랜딩 전개
황양반(조선시대 양반 스타일) 부캐를 활용한 MZ 세대 타깃 공략
푸드트럭을 통해 새롭게 출시된 BBQ 치킨을 한입 플래터 형태로 제공

CF

'황'금올리브+'양'념+'반'반치킨



캠페인송

중독성 있는 황양반 후킹 송



황양반 SNS

직작인이 공감할 수 있는 콘텐츠 운영



원바이트럭

성수동·동국대학교 광장에서 운영



한강나이트워크

여의도 행사장 내 부스 운영



ACTION

가장 핫한 곳에서, 가장 배고픈 시간에, 가장 맛있는 한 입을 경험하게 하는 '원바이트럭' 운영
성수동, 한강공원 등에서 푸드트럭을 통해 새롭게 출시된 BBQ 치킨을 한입 플래터 형태로 제공
당일 BBQ 앱에서 즉시 사용 가능한 할인 쿠폰을 함께 지급하여 자연스럽게 구매로 연결

현장 조리 푸드트럭

즉석 조리하여 가장 맛있는 한 입 제공



무료 시식 플래터

한 입 크기의 반반메뉴 샘플링



신문 네컷 포토 부스

즉석 출력 포토부스 운영



할인 쿠폰

자사앱에서 바로 사용 가능한 쿠폰 증정



굿즈 스티커

한입만 문구를 담은 스티커 증정



RESULT

매장 기준 1일 양념치킨 판매량 4배 증가, 카카오 선물하기 내 상위 랭킹 달성
원바이트럭을 통해 총 1만 명에게 신메뉴 샘플링, SNS를 통해 이슈화, 인근 매장 매출 27% 상승
메뉴 리뉴얼부터 브랜딩→샘플링→세일즈까지 연결한 IMC 캠페인

광고 영상 첫 달 조회수
1,500만 회

BBQ 앱 신규 회원 증가
10만 명
* 현장 앱 신규 설치 및 가입 쿠폰 증정

황양반 검색량
25배 증가
* 네이버 2024년 12월

자연 바이럴 환산액
1억 6백만 원
* 블로그·카페·자연발생 24년 5월 기준

현장 시식 참여 고객
15,000명



아트포레스트 청량리

복합상업시설 활성화 프로젝트

BACKGROUND

2024년 5월 '아트포레스트 청량리' 홍보 대행 사업 착수 당시 청량리는
경동시장의 TOP 3 핫플레이스(스타벅스 경동1960, 경동 야시장, 통닭골목)에 유동인구가 집중
이 유동인구를 흡수하면 상업시설의 분양·임대 활성화에 기여할 수 있는 기회요인 존재



유튜브 핫플레이스
#힙량리

분기 유동 인구수
28,496/ha
* 서울시 상권분석 리포트 2024년 1Q

경동시장 월간 검색 수
107,400회
* 네이버 2024년 5월

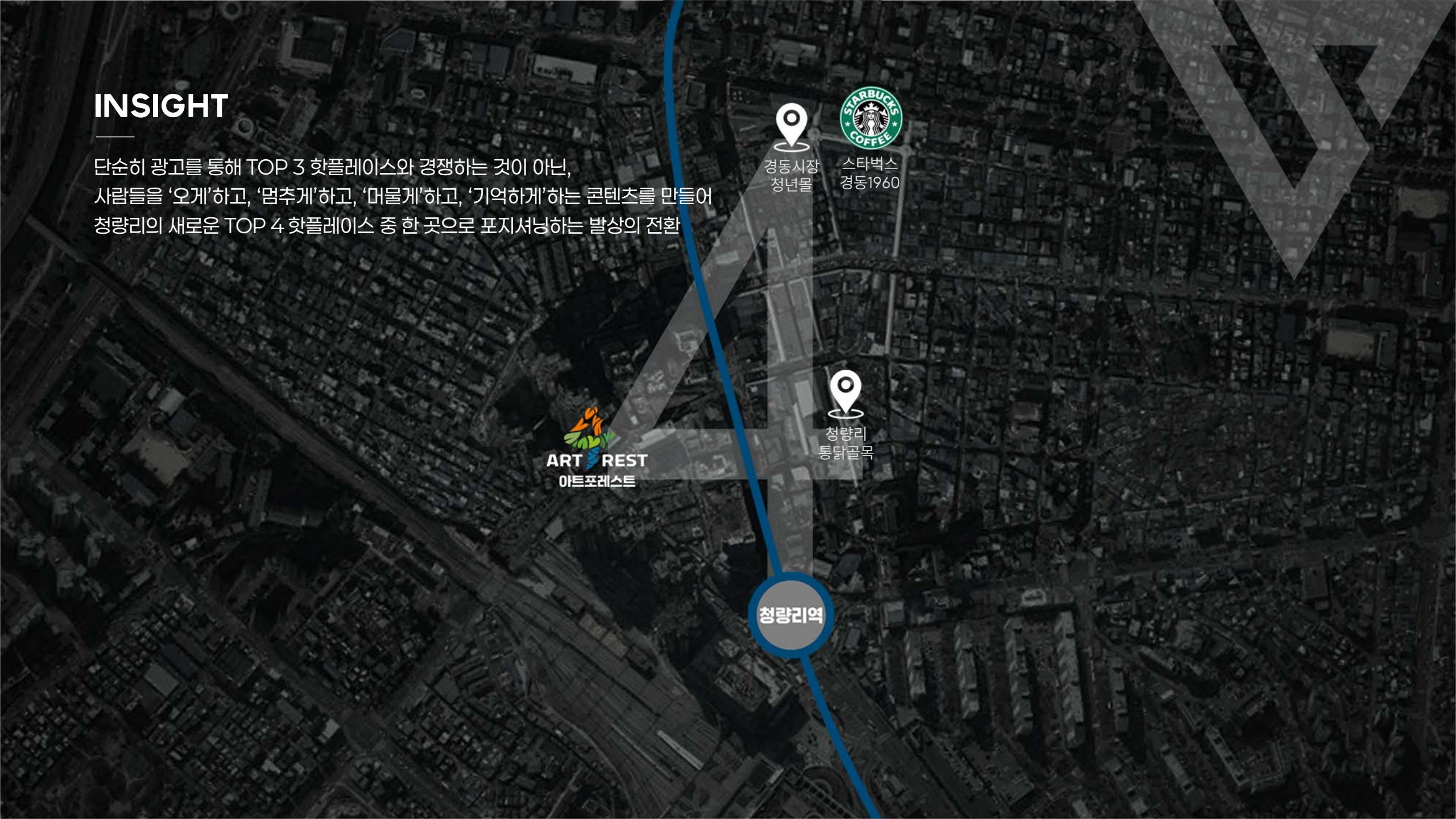
경동시장 연관 검색어
#레트로 #복고
* 썸트렌드 2024년 5월



각종 미디어 노출
나혼자산다 등

INSIGHT

단순히 광고를 통해 TOP 3 핫플레이스와 경쟁하는 것이 아닌,
사람들을 '오게'하고, '멈추게'하고, '머물게'하고, '기억하게'하는 콘텐츠를 만들어
청량리의 새로운 TOP 4 핫플레이스 중 한 곳으로 포지셔닝하는 발상의 전환



ACTION

‘레트로’, ‘복고’ 키워드를 90년대의 전자오락실을 재현한 ‘청량오락실’로 기획
90년대 캐비닛과 기판을 수집하여 전국 최대 규모의 전자오락실 오픈
사람들이 머물고 기억할 수 있는 ‘청량영화관’, ‘청량사진관’ 오픈

청량사진관

청량리 유일의 항공사진 부스



청량사진관

레트로 매거진 표지 포토 월



청량오락실

전국 최대 규모 레트로 오락실



청량영화관

추억의 명작 영화 무료 상영관



청량영화관

22석 규모 9.1 채널 프리미엄 상영관

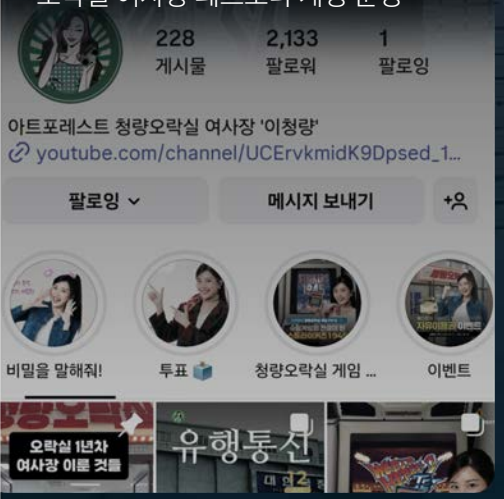


ACTION

20대 오락실 여사장 페르소나를 설정하고 모집 공고를 통해 '이청량' 사장 선발, 인스타그램 운영
KBSN, 뉴스1, YTN, SBS, MBN 등 각종 언론과 유튜브 채널에서 자발적 취재 및 방송 노출
디즈니+ 드라마 '넉오프'(2026년 공개), 넥슨 '마비노기' 광고(돌고래유괴단 제작) 등 촬영 장소 협찬

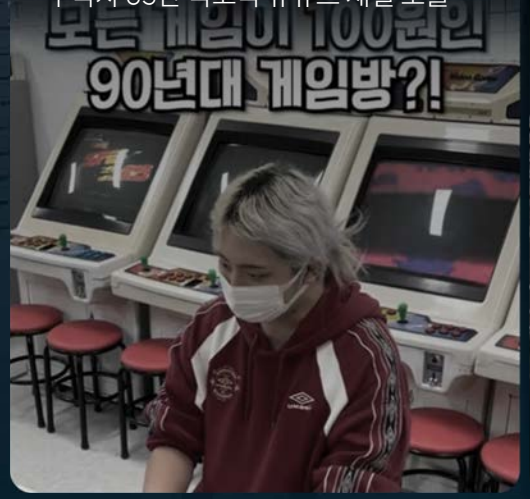
이청량 인스타그램

오락실 여사장 페르소나 계정 운영



독고독 유튜브

구독자 65만 독고독 유튜브 채널 노출



언론사 방송 노출

KBS·뉴스1·YTN·SBS·MBN 등 보도



드라마·광고 촬영

디즈니플러스·넥슨 등 촬영 대관



* 디즈니+ 넉아웃 김수현·고규필 배우

브랜드 협업

롯데칠성음료·볼보 등 협업



* 국내 최대 9.5m 공병(4,500개) 트리

RESULT

2024년 1분기→2025년 1분기 경동시장의 유동인구 추월, 청량리 TOP 4 핫플레이스로 등극
누적 2억 5,000만원의 자연 바이럴 발생, 검색량 25배 증가, 8건의 대형 입점 계약 체결
2025년 한국PR대상 기업 마케팅 PR부문 우수상 수상

대형 매장 입점
8건 계약

분기 유동 인구수
31,403/ha
* 서울시 상권분석 리포트 2025년 1Q

아트포레스트 검색량
25배 증가
* 네이버 2024년 12월

자연 바이럴 환산액
2억 5천만 원
* 블로그·카페·유튜브·SNS 2025년 10월



KPRA AWARDS
한국PR대상
우수상


리엔케이 RE:NK
브랜드 리포지셔닝 캠페인

BACKGROUND

RE:NK는 오랜 기간 방문 판매를 기반으로 한 4050F 중심의 세일즈를 전개하고
모델도 TOP 여자 연예인을 기용해 고급감에 포커스한 커뮤니케이션을 해왔으나
2030F로 매출 확대를 위해 BRAND REPOSITIONING이 필요한 상황



INSIGHT

새롭게 바뀐 BI를 중심으로 RENEWAL BRAND AWARENESS 증대를 위한 캠페인 필요
‘CELL SCIENCE’라는 BRAND ESSENCE를 유지하면서 YOUNG TARGET 확보를 위해
모델과 채널을 포함한 트렌디한 커뮤니케이션 전략 요구



ACTION

브랜드 슬로건 ‘Cell:ebrate your skin’ 도출, 브랜드 모델 ‘더보이즈 주연’ CF 제작
‘볼빨간사춘기’가 부르는 브랜드 음원&뮤직 비디오 공식 유튜브 배포(Sound Identity)
‘Cell Science’를 전달하기 위해 과학 유튜버 ‘궤도’와 협업한 브랜드 필름 제작

CF

더보이즈 주연을 모델로 CF 제작



브랜드 송

볼빨간사춘기 안지영이 브랜드 송 가창



브랜드 필름 EP. 1

궤도에게 짝녀 뺏김



브랜드 필름 EP. 2

궤도보다 내가 못한 게 뭐야



브랜드 필름 EP. 3

남친이 바람났다



RESULT

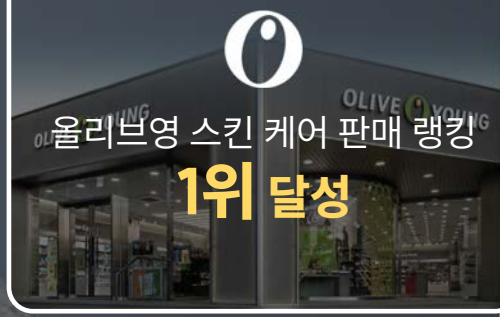
토너 제품 런칭 후 올리브영 입점 및 전체 스킨 케어 판매 랭킹 1위 달성
4050F에서 2030F로 TARGET AGE를 전환하고 트렌디한 브랜드 이미지 확보
단순 광고 아카이브에서 벗어나 단기간 내 300만 조회수 및 2천명 구독자 확보

캠페인 집행 후 긍정평가
94% 달성

브랜드 추천 의향
63% 달성
* 리엔케이 공식 채널

공식 채널 2030 팔로워 비중
63%
* 리엔케이 공식 채널

광고 영상 조회수 합계
216만 회
* 유튜브 광고 only 기준



올리브영 스킨 케어 판매 랭킹
1위 달성


SPECTACULAR EVENT
BTL PROMOTION

BBQ X FC BARCELONA

제너시스 BBQ 창사 30주년 기념 FC 바르셀로나 초청 친선경기 개최
경기 티켓 응모권 발행, 총 50만명 참여, 연예인 방문, 팬 카페 바이럴 등으로 이슈화
앱 주문 시 경기 직관 응모권 제공, 현장 경품 이벤트, 매출 25.3% 증대

사전 홍보 이벤트

자사 앱·팬 카페 등 사전 홍보



현장 홍보

상암 월드컵 경기장 광장에 무대 설치



현장 이벤트

페널티 킥 차기 등 현장 당첨 이벤트



3만 명 관람

티켓 3만 장 완판·SNS 이슈





BBQ ONE BITE LUCK

BBQ 황금 올리브 치킨과 양념 치킨을 한 입만 맛 볼 수 있는 '원바이트럭' 캠페인 진행
한 입(원 바이트)+트럭+럭(LUCK)의 의미를 담은 메시지 전달
성수 연무장길과 한강에서 진행한 프로모션에 10,000명 이상 참여

현장 조리 푸드트럭

즉석 조리하여 가장 맛있는 한 입 제공



무료 시식 플래터

한 입 크기의 반반메뉴 샘플링



신문 네컷 포토 부스

즉석 출력 포토부스 운영



할인 쿠폰

자사앱에서 바로 사용 가능한 쿠폰 증정



ART FOREST FLEA MARKET

복합 상업시설 아트포레스트 청량리를 홍보하기 위한 플리마켓 '청량한 마켓' 운영
청량리 최대 규모+최장 기간(7개월) 운영, 주간 최대 14,652명 방문
볼보, 롯데칠성음료 등 대형 브랜드와의 협업을 통해 지역 랜드마크化

플리마켓

셀러 모집·마켓 운영 전반 기획·진행



현장 이벤트

매직쇼·버스킹·타로사주 이벤트 진행



볼보자동차 협업

차량 전시 및 100% 당첨 이벤트



롯데칠성음료 협업

국내 최대 9.5m 공병(4,500개) 트리



청량한 마켓

SONGDO BEER FESTIVAL

누적 90만 명 이상이 방문한 송도 맥주 축제에 BBQ 치킨이 메인 스폰서로 참여하여
15개 부스에서 다양한 이벤트 프로모션을 통해 제품 홍보 및 판매
BBQ 치킨 전국 일 매출의 10%를 송도 맥주 축제에서 달성

VIP 라운지 운영

2층 구조의 쾌적한 VIP 라운지 운영



현장 홍보

행사장 내 치빡이 캐릭터 운영



포토 부스 운영

치빡 네컷 포토 부스 이벤트 진행



매출 극대화

전국 일 매출의 10%를 행사장에서 달성



Enjoy Live! Cheers!
Songdo Beer Festival

ANGEL IN EARTH

엔제리너스에서 환경의 날을 맞아 진행한 'ANGEL IN EARTH' 캠페인
양양 서피비치에서 비치코밍을 진행 후 생분해 아이스 컵에 담긴 음료 제공
이틀 간 약 1,000L의 쓰레기 수거, SNS 인증 이벤트를 통해 SNS 확산

부스 운영

양양 서피비치에 캠페인 부스 운영



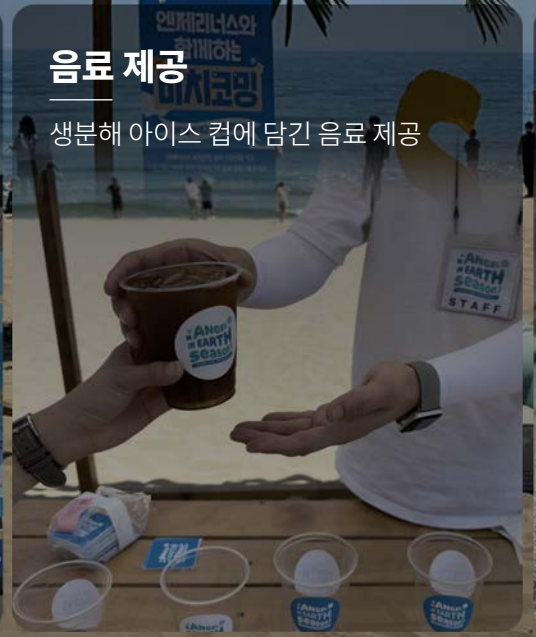
비치코밍

해변의 쓰레기를 수거하는 캠페인 진행



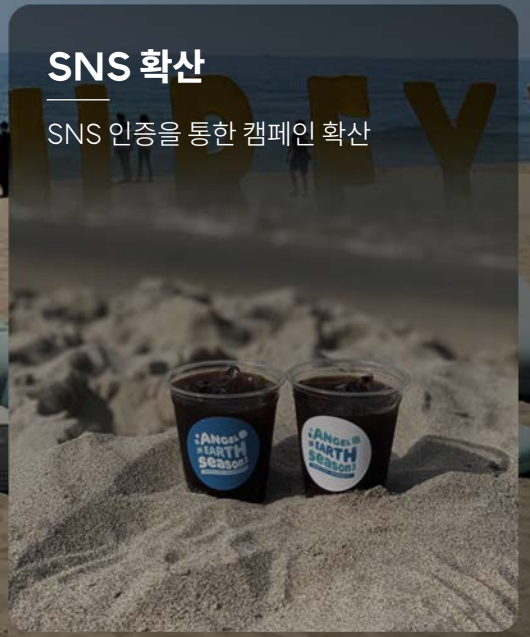
음료 제공

생분해 아이스 컵에 담긴 음료 제공



SNS 확산

SNS 인증을 통한 캠페인 확산





CONTACT US

비즈니스에 대한 어떤 고민도 반드시 해결책을 찾아 드립니다
광고 이전에 비즈니스를 이해하는 파트너 - 스카이벤처스와 함께 하십시오



SKYVENTURES
서울시 성동구 성수이로7길 7, 서울숲 한라시그마밸리2차 801호
www.skyventures.co.kr | svc@skyventures.co.kr | 02)2088-7892

감사합니다

Copyright 2026 ©SKYVENTURES
All Rights Reserved.