

부동산 분양 광고 전략 제안서

AI 시대 흐름에 맞춘 실무 데이터 기반 정밀 타겟 분양 광고

부동산 분양대행 정밀 타겟 전문 종합 광고 대행사 RR Company가
부동산 분양 현장의 상담 DB와 계약 전환을 위한 풀퍼널 광고 전략을 제안합니다.

PROJECT 부동산 분양 및 입주 광고

FROM 종합 광고 대행사 RR Company

RR COMPANY

Full-Funnel Ad Agency

Data · AI · Viral · Global

EXECUTIVE SUMMARY

이 제안을 한 장으로 요약합니다

세부 전략은 이후 페이지에서 다룹니다. 심사에 필요한 판단 근거만 먼저 정리했습니다.

PROBLEM · 우리가 본 문제

의사결정자가 여럿인 장기 고관여 상품

- 검색자 · 결정자 · 계약 완성 주체가 분리
- 검토 기간이 길어 단발 노출로는 전환 불가
- 승부처는 노출량이 아닌 검색 · 비교 · 상담 관리

SOLUTION · 제안 해법

타겟 3+1 트랙 × 풀퍼널 연결

- 핵심 · 보조 · 테스트로 채널 우선순위 구분
- 광고 → 검색 → 상담 DB → CRM 연결 운영
- AI 검색 포함, 비교 · 검증 구간까지 방어

MEASURE · 성과 판단 기준

수량이 아닌 유효 DB로 평가

- 유효 DB 비율 · CPDB 범위 관리
- 통화 → 방문예약 전환율 트래킹
- 채널별 A급 DB 효율 → 주간 리포트 공개

우리는 이 현장을 먼저 분석했습니다

부동산 분양은 '일반 광고'만으로 팔리지 않습니다.

SITE · LOCATION

현장 입지와 상품 구성 주거 · 수익형 · 상업시설

부동산 분양은 고객 여정 자체가 길고 복합적입니다. 입지, 예산, 상품성, 투자성, 상담 동선까지 한 번에 설득되어야 계약으로 연결됩니다.

- 장기 검토형 고관여 상품
- 거주 + 투자 + 자산 운용 복합 수요
- 입지 · 상품 · 생활권 = 콘텐츠 소재 풍부

MARKET · 수요 구조

현장의 입지, 전국의 타겟

부동산 상품의 검토자는 현장 인근에만 있지 않습니다. 실거주 수요자, 투자 관심층, 법인 의사결정자까지 전국 단위로 흩어져 있고, 비교와 검증은 대부분 온라인에서 일어납니다.

- 광역 수요 비중이 높은 상품군
- 전국 단위 온라인 모객 필수
- 검색 · 커뮤니티에서 비교 발생

IMPLICATION

따라서 광고는 이렇게 달라야 합니다

단순 노출 경쟁이 아니라, ①구매를 결정하는 3개 주체를 각각 겨냥하고 ②검색·AI검색까지 점령해 검증 단계를 통제하며 ③상담 DB의 질로 증명하는 구조가 필요합니다.

- 3트랙 타겟 정밀 분리
- 탐색·검증 구간 점령
- DB 질 중심 KPI 운영

POSITIONING

분양 현장이 이겨야 할 비교 구도

현장 특성 설명은 발주처가 더 잘 압니다. 광고에서 무엇을 다르게 말할지를 정리했습니다.

비교 기준	일반 주거상품	경쟁 분양 현장	해당 현장 전략
핵심 이미지	가격 · 입지 중심	조건 · 시설 중심	입지 · 상품 · 수요 근거의 결합
주요 타겟	실입주 수요자	자산가 중심	실수요 + 투자 + 의사결정자
콘텐츠 방향	시설 · 서비스 설명	입지 · 가격 강조	‘하루의 생활’을 보여주는 경험 콘텐츠
전환 메시지	분양가 강조	입지 장점 강조	검토할 이유를 데이터로 증명

경쟁 리스트 확정 시 **실단지 비교로 업데이트**

본 비교는 유형 기준 초기 프레임입니다. 실제 경쟁 단지가 확정되면 단지별 검색량 · 콘텐츠 점유 · 광고 집행 현황 분석으로 고도화해 제출합니다.

고관여 부동산 구매 구조

타겟이 **검색**하고, 근거로 **비교**하고, 상담 DB가 **계약**을 만듭니다.

부동산 분양은 단순 노출로 끝나는 상품이 아닙니다. 검색, 비교, 상담, 방문, 계약의 각 단계를 따로 설계해야 유효 DB가 실제 계약으로 이어집니다.

RR Company의 채널 설계는 이 3주체 구조에서 출발합니다. 뒤에 이어지는 모든 채널은 '누구에게 닿는 채널인지'가 먼저 정의되어 있습니다.

WHO SEARCHES

검색 · 비교 타겟

관심 지역·상품군·예산을 검색하고 비교하는 실질적 정보 수집자. 커뮤니티·유튜브·AI검색에서 움직입니다.



WHO DECIDES

60~70대 입주 당사자

TV·홈쇼핑·신문기사·지인 추천에 반응하는 최종 결정권자. 신뢰와 검증이 핵심입니다.



WHO COMPLETES

가족 · 자산가 · 법인

최종 계약은 가족 합의와 지불 여력에서 완성됩니다. 자산가·법인 회원권·골프모임 등 구매력 커뮤니티를 직접 타겟합니다.

TARGET DEFINITION

부동산 정밀 타겟 3+1 트랙

핵심 3트랙에 집중하고, 특수 타겟은 확장 테스트 트랙으로 검증합니다. 트랙별로 메시지·채널·랜딩을 분리 운영합니다.

TRACK 01

실수요 입주 검토자

입지·상품·예산을 직접 비교하는 타겟. 신뢰 기반 콘텐츠와 상담 접점에 반응.

- + 홈쇼핑 · 언론기사
- + 네이버 배너 · 밴드
- + LMS · 카카오톡

TRACK 02

비교·검증 정보 수집자

랜딩, 블로그, 유튜브, 커뮤니티에서 근거를 확인하는 정보 수집자. 콘텐츠 설득이 유효.

- + 유튜브 롱폼/숏폼
- + 맘카페 · 메타 · 당근
- + 블로그 · AI검색(GEO)

TRACK 03

투자 관심층 법인 · 자산가

수익성, 자산성, 법인 활용성을 검토하는 타겟. 커뮤니티와 전문 채널 단위로 접근.

- + 법인·자산가 타겟
- + 골프모임 카페 광고
- + 회원 시스템 · CRM

TEST TRACK

확장 타겟 외부 수요

상품 특성에 맞는 추가 수요 검증. 경쟁이 적은 확장 테스트 트랙.

- + 업종 특화 바이럴
- + 특수 수요 채널
- + 기업 유치 제안

CREATIVE MESSAGE

트랙별로, 이렇게 말하겠습니다

메시지 분리는 선언이 아니라 카피로 증명합니다. 아래는 광고 심의 검수 전 시안 문구입니다.

TRACK 01 · 실입주 수요자

**"그냥 사는 곳이 아니라,
삶의 방식을 바꾸는 주거."**

입지·생활권·커뮤니티를 매일의 장면으로 보여주는 카피와 영상.

TRACK 02 · 비교·검증 타겟

**"검토자가 궁금한 것은
광고 문구가 아니라 근거입니다."**

입지·교통·상품·상담 절차를 검토자가 이해할 수 있는 근거 콘텐츠로 제시.

TRACK 03 · 자산가 · 법인

**"상품의 희소성과 수요 근거,
검토할 이유를 숫자로 증명합니다."**

입지·계약 조건·상품 차별성을 감성이 아닌 근거 중심으로 설득.

RETARGET · 방문예약

**"사진으로는 알 수 없는
하루의 생활이 있습니다."**

방문예약 혜택·자주 묻는 질문 정리로 마지막 망설임을 해소하는 전환 카피.

STRATEGY FUNNEL

인지에서 계약까지, 4단계 풀퍼널 설계

20여 개 채널을 나열하지 않고, 고객 여정 4단계에 역할별로 배치해 운영합니다.

STEP 01

인지

"해당 현장"을 타겟의 검토 목록에 반복 노출

네이버 배너

구글 배너

홈쇼핑

연예인·인플루언서

LED·현장 영상



STEP 02

탐색

검색 결과에서 공식·우호 콘텐츠 점유 확대

블로그 콘텐츠 체계

언론기사

유튜브 롱폼/숏폼

GEO-AEO

네이버 밴드



STEP 03

비교·검증

비교 단계의 신뢰 확보와 이탈 방지

호갱노노 광고

직방 광고

특화 바이럴

맘카페·골프카페



STEP 04

전환·상담

상담예약 DB 확보와 재접촉 자동화

타겟 LMS

카카오 채널톡

회원 시스템·CRM

당근·메타·토스 리타겟

ALL CHANNELS · ONE TEAM

부동산 현장을 위한 전 채널 실행 맵

DISPLAY · VIDEO

핵심

배너 · 영상 광고

- 네이버 배너 (GFA·타임보드)
- 구글 배너 (GDN·유튜브)
- 당근 · 메타 · 토스 영상 바이럴

VIRAL · CREATOR

핵심

인플루언서 · 바이럴

- 연예인·인플루언서 섭외 (유튜브·인스타·틱톡)
- 유튜브 롱폼/숏폼 상위 바이럴
- 언론기사 광고

PREMIUM TARGET

보조

하이엔드 정밀 타겟

- 법인·자산가 타겟
- 골프모임·맘카페 등 회원권 카페 광고
- 웹 회원 시스템 · CRM (전용 앱 확장 가능)
- 홈쇼핑 광고

SEARCH DOMINANCE

핵심

검색 · 메시지 점령

- 검색 의도별 블로그 콘텐츠 운영
- 네이버 밴드 상시 운영 시스템
- 타겟 LMS · 카카오톡 비즈니스 채널톡

PROPTech · AI

보조

프롭테크 · AI 검색

- 호갱노노 · 직방 광고 · 제휴
- AI 검색 노출 기반 구축 (GEO·AEO)
- AI 검색 인용 구조 설계

GLOBAL · PRODUCTION

테스트 · 제작

글로벌 · 제작

- 특화 바이럴 · 특수 수요 채널 바이럴
- 상품 특성별 확장 수요 개발
- LED 영상 제작 + 현장 실촬영

BUDGET ALLOCATION

예산 확정 전, 초기 권장 배분 범위

고정 배분표가 아니라 총예산 규모와 조건에 따라 조정되는 초기 가이드입니다. 예산 확정 시 금액 기준 상세 미디어플랜을 별도 제출합니다.

필수	퍼포먼스 광고 네이버 · 구글 · 메타 · 당근 · 토스 — 신규 상담 DB		25~40%
필수	영상 · 인플루언서 유튜브 토포/숏폼 · 셀럽 — 신뢰 형성 · 리타겟 모수		15~25%
필수	검색 · AI 검색 콘텐츠 블로그 · 밴드 · 언론 · GEO/AEO — 탐색 · 검증 방어		10~20%
확장	하이엔드 정밀 타겟 법인 회원권 · 커뮤니티 · 회원 시스템 — 고가치 DB		5~15%
확장	프롭테크 · CRM 호갱노노 · 직방 · LMS · 채널톡 — 비교 · 전환		5~10%
테스트	확장 트랙 특화 바이럴 · 외부 수요 · B2B — 데이터 확인 후 진행		0~5%
확장	홈쇼핑 매체 특성상 % 편성이 아닌 별도 옵션 — 편성 조건 협의		별도 검토
제작	제작 · 분석 실촬영 · LED · 대시보드 — 프로젝트 범위별 산정		별도 산정

집행 데이터 기반 월 단위 재배분

필수 채널은 예산 규모와 무관하게 실행, 확장 채널은 예산에 따라 편성, 테스트 채널은 데이터 확인 후 진행합니다. 집행 후에는 채널별 CPDB · 전환 데이터에 따라 매월 비중을 재조정합니다.

CHANNEL 01

배너·영상 광고

네이버·구글·당근·메타·토스

분양 현장의 인지도를 만드는 기본 화력입니다. 매체별 오디언스가 다르므로, 트랙별로 소재와 예산을 분리해 낭비 없는 노출을 만듭니다.

NAVER · GOOGLE

배너 — 실수요·가족 의사결정자 동시 커버

네이버는 검색 기반 도달력, 구글·유튜브는 비교·검증 타겟 도달력을 담당합니다. 지역·연령·관심사를 교차 타겟합니다.

당근 · META · TOSS

영상 바이럴 — 생활 동선 침투

당근은 현장 인근 지역 기반 도달, 메타는 관심사 정밀 타겟, 토스는 금융·자산 관심층 도달. 세 매체 모두 영상 소재로 집행합니다.

RETARGET

리타겟 — 본 사람만 다시 만난다

홈페이지·영상 조회자를 모수로 리타겟해 상담예약 랜딩으로 재유입시킵니다. 고관여 상품은 반복 접촉이 곧 전환입니다.

트랙별 소재 분리 운영

영상 바이럴 중심 편성

주간 소재 교체 테스트

CHANNEL 02

인플루언서
· 연예인

유튜브 / 인스타그램 / 틱톡 섭외

부동산 상품은 '어떤 삶을 할 수 있는가'가 곧 상품성입니다. 신뢰도 있는 인물이 현장을 직접 보여주는 콘텐츠는 배너 100회 노출보다 강한 확신을 만듭니다.

LONG-FORM

유튜브 롱폼 — 현장 투어 · 인터뷰

연예인·전문 크리에이터의 현장 방문 콘텐츠로 검토 단계의 깊은 설득을 담당합니다. 현장 공식 채널에도 교차 업로드해 콘텐츠를 자산화합니다.

SHORT-FORM

숏폼 — 쇼츠·릴스·틱톡 상위 바이럴

입지·조망·생활 인프라·커뮤니티 시설을 15~60초 포맷으로 확산. 비교·검증 타겟의 첫 접점을 만드는 채널입니다.

MATCHING

섭외 — 타겟에 맞는 인물 매칭

5070 신뢰형 셀럽과 4050 정보형 크리에이터를 트랙별로 다르게 매칭합니다. 섭외·계약·심 의까지 원스톱 진행합니다.

연예인·셀럽 섭외 가능

롱폼/숏폼 상위 바이럴

공식 채널 콘텐츠 자산화

CHANNEL 03

홈쇼핑 광고

설명형 상품에 검증된 전환 포맷

홈쇼핑은 고관여 부동산의 최종 결정권자가 가장 오래 머무는 매체입니다.
상품 설명·상담 연결·전화 DB 확보가 한 방송 안에서 완결되는, 설명형 부동산 상품에 최적화된 채널입니다.

편성 협의 ~ 송출 대응

실시간 전화 DB 연동

LED·실촬영 영상 활용

WHY

결정권자에게 직접 말하는 유일한 채널

직접 설명이 필요한 타겟에게는 방송이 강한 비교 채널입니다. 입자·시설·생활을 충분한 시간 동안 설명할 수 있는 유일한 대중 매체입니다.

CONTENT

현장 실촬영 영상으로 방송 품질 확보

LED 영상 제작과 현장 실촬영 소스를 홈쇼핑 방송·인서트에 그대로 활용해 제작비 효율과 품질을 동시에 잡습니다.

DB

방송 → 전화상담 → 방문예약 파이프라인

방송 중 인입 전화를 상담 스크립트·예약 시스템과 연결해 방송이 끝나도 DB가 남는 구조로 운영합니다.

CHANNEL 04

하이엔드 정밀 타겟

지불 여력이 모여 있는 곳을 직접 공략

불특정 다수가 아니라, 계약 가능 자산이 이미 검증된 커뮤니티를 겨냥합니다. 하이엔드 현장의 영업 문법과 가장 잘 맞물리는 트랙입니다.

법인·자산가 타겟

커뮤니티 단위 광고

회원 DB 자산화

CORPORATE

법인·자산가 타겟

법인 명의 회원권·복지 수요를 보유한 기업 결정권자층을 타겟합니다. 세컨하우스·임직원 복지·법인 투자 관점의 별도 메시지로 접근합니다.

COMMUNITY

회원권 모임 카페 타겟 광고

골프모임 카페, 맘카페 등 실구매력 커뮤니티에 맞춤 소재로 진입합니다. 커뮤니티 톤에 맞는 네이티브 콘텐츠로 거부감 없이 확산시킵니다.

MEMBERSHIP

카카오 채널·웹 회원·CRM → 전용 앱 확장

관심 고객을 카카오 채널과 웹 기반 회원 시스템·CRM으로 전환해 분양 일정과 혜택을 지속 안내합니다. 다현장 통합 운영 필요성이 확인되면 전용 앱 개발로 확장합니다(자체 개발 역량 보유).

CHANNEL 05

검색·메시지 선점

탐색하는 순간의 노출 점유율을 끌어올립니다

광고로 만든 인지는 반드시 검색으로 이어집니다. 현장명·지역명·상품군 키워드 등 핵심 검색 결과에서 해당 현장 관련 공식·우호 콘텐츠의 점유 비중을 체계적으로 확대합니다.

BLOG

검색 의도별 블로그 콘텐츠 체계

검색 의도별 콘텐츠 제작·배포 체계로 상위 노출 콘텐츠를 다수 확보해 핵심 키워드 노출 점유율을 확대합니다. 부정 이슈 방어 효과까지 겸합니다.

BAND · PRESS

네이버 밴드 상시 운영 + 언론기사

5070 커뮤니티인 밴드에 콘텐츠 상시 업로드 체계로 노출을 유지하고, 언론기사 광고로 '검증된 사업지'라는 공신력을 쌓습니다.

MESSAGE

타겟 LMS·카카오 비즈니스 채널톡

확보된 DB와 관심 고객에게 분양 일정·오픈 혜택을 LMS와 채널톡으로 유포, 상담예약까지의 마지막 한 걸음을 자동화합니다.

블로그 콘텐츠 체계

밴드 자동화 업로드

LMS·카카오톡 재접촉

CHANNEL 06

호갱노노 · 직방 연계

비교 단계의 이탈을 막는 방어선

진지한 검토자는 반드시 프롭테크 앱에서 시세와 평판을 확인합니다. 이 비교·검증 구간에 공식 정보와 광고를 배치해, 다 잡은 고객이 마지막 단계에서 이탈하는 것을 막습니다.

프롭테크 공식 노출

검토자 = 최고관여 모수

상담 랜딩 직결

WHERE

검토자가 모이는 단 두 개의 앱

호갱노노·직방은 '이미 알아보고 있는 사람'만 모여 있는 초고관여 매체입니다. 도달은 작아도 DB 전환 효율은 가장 높은 구간입니다.

HOW

광고상품 집행 + 제휴 가능성 병행 검토

단지 정보 최신화와 공식 광고상품 집행을 우선하고, 추가 제휴 지면은 매체 협의를 통해 확보합니다. 집행 가능 여부와 견적은 예산 확정 후 확인해 보고합니다.

DEFENSE

평판 모니터링 · 대응

커뮤니티 반응을 상시 모니터링하고 문의·오해에 공식 답변으로 대응해 비교 단계의 신뢰를 관리합니다.

CHANNEL 07

AI가 답할 때, 해당 현장이 있도록

GEO · AEO 설정 타겟 광고

고관여 부동산 검토자는 이제 검색 포털뿐 아니라 AI 답변까지 확인합니다. “해당 지역 분양 현장 추천해줘”라는 질문의 답변에 해당 현장이 인용될 가능성을 높이도록, 공식 사이트의 구조화 데이터(JSON-LD)·시맨틱 마크업과 언론·콘텐츠 인용 소스 자산을 구축합니다. GEO·AEO는 단기 DB를 직접 보장하는 퍼포먼스 채널이 아니라, 중장기 검색 자산과 브랜드 신뢰를 쌓는 보조 전략으로 운영합니다.

ChatGPT · 퍼플렉시티 대응

JSON-LD · 시맨틱 마크업 설계

대응 경쟁사 적은 초기 채널 선제 테스트

AI 답변 화면 예시

AI AI 검색

가족이 검토할 부동산 현장 추천해줘

AI 해당 권역에서는 입지·상품·상담 접점이 명확한 현장이 우선 검토됩니다.
생활권, 교통, 상품 차별성, 상담 동선이 잘 설계된 현장이 우선 추천 대상입니다.

추천 단지

해당 분양 현장

주거·수익형·상업시설 / 상담예약 페이지 운영

블로그 콘텐츠

언론 기사

공식 사이트

CHANNEL 08

확장 수요 개척

상품군별 확장 타겟

현장마다 확장할 수 있는 수요 채널이 다릅니다. 상품군·입지·예산에 맞는 특수 타겟 트랙을 테스트로 열어, 추가 수요의 가능성을 데이터로 검증합니다.

SPECIAL VIRAL

특화 바이럴 — 상품군 타겟 도달

상품군별 외부 수요가 모이는 채널에 라이프스타일 콘텐츠를 배포해, 관심 수요를 상단 수요로 전환합니다.

OVERSEAS

특수 수요 채널 바이럴

지역 커뮤니티·투자 관심 채널에 현장 특성에 맞는 콘텐츠를 배포해 원거리 검토가 가능한 정보 환경을 만듭니다.

B2B

미국·중국 타겟 기업 유치

법인 회원권·기업 복지·투자 파트너십 관점의 B2B 제안까지 확장, 개인 분량을 넘어서는 볼륨 딜의 가능성을 엽니다.

업종 특화 바이럴 운영

특수 수요 채널 확산

기업 유치 제안 가능

RR GLOBAL INVESTOR ACQUISITION

해외 투자 유치를 우리의 **핵심 경쟁력**으로

중국·일본 등 국가별 검색·커뮤니티·메신저 접점에서 투자 수요를 발굴하고, 다국어 검증을 거쳐 국내 분양 조직이 즉시 상담할 수 있는 DB로 인계합니다.

CHINA**중국 · 중화권 투자 수요**

현지 검색·메신저·투자 커뮤니티에 맞춘 정보형 콘텐츠와 중문 상담 동선

JAPAN**일본 투자·세컨드하우스 수요**

검색·영상·메신저 접점을 연결한 일본어 랜딩과 신뢰 중심 상담 시나리오

GLOBAL**교민 · 법인 · 기타 해외권역**

국가·언어·투자 목적별 캠페인 분리와 권역별 리드 품질 비교 운영

01 · DISCOVER**국가별 타겟 발굴**

매체·검색어·커뮤니티를 국가별로 분리해 투자 관심 수요에 도달

02 · LOCALIZE**다국어 랜딩·상담**

단순 번역이 아닌 문화·신뢰 기준에 맞춘 메시지와 문의 동선 설계

03 · QUALIFY**투자 가능성 검증**

목적·예산·시기·상담 언어를 사전 확인해 허수 문의를 선별

04 · HANDOFF**국내 분양팀 인계**

리드 등급·상담 이력·후속 일정을 함께 전달하고 계약 결과까지 추적

PRODUCTION

LED 영상 제작 + 현장 실촬영

모든 채널에 흐르는 하나의 영상 자산

홈쇼핑, 유튜브, 배너, LED 전광판, 모델하우스 상영까지 — 한 번의 고품질 제작으로 전 채널에 재활용되는 영상 자산 체계를 만듭니다. 제작비는 한 번, 활용은 전 채널입니다.

현장 실촬영 · 드론

LED 전광판 규격 제작

채널별 규격 파생 편집

SHOOT

현장 실제 촬영

입지·조망·생활권·시설을 실촬영과 드론으로 담아 조감도 중심 광고와 차별화된 '실물 신뢰'를 만듭니다.

LED

LED 영상 제작

옥외 LED·모델하우스 상영용 고해상 영상을 제작해 오프라인 접점의 프리미엄 인상을 완성합니다.

DERIVE

원소스 멀티유즈 편집

마스터 영상에서 홈쇼핑 인서트, 숏폼, 배너용 컷을 파생 제작해 채널별 제작 비용과 시간을 절감합니다.

LANDING STRATEGY

광고보다 랜딩에서 성패가 갈립니다

같은 광고비라도 랜딩이 다르면 DB 단가와 품질이 달라집니다. 트랙별 랜딩 분리를 기본으로 설계합니다.

LANDING 01

실수요자용 입지·생활 중심

하루의 생활 동선을 보여주는 구성.

- + 생활 · 식사 · 커뮤니티
- + 교통 · 생활 인프라
- + 전화 상담 버튼 최우선

LANDING 02

비교 검토자용 신뢰 근거

계약 판단에 필요한 근거를 정리한 구성.

- + 운영 체계 · 관리 기준
- + 입지 · 방문 편의
- + 상담 예약 유도

LANDING 03

자산가용 가치 근거

입지와 조건을 근거로 말하는 구성.

- + 입지 · 희소성
- + 계약 조건 · 활용성
- + 프라이빗 상담 신청

LANDING 04

리타겟용 전환 마감

재방문자의 망설임을 정리하는 구성.

- + 방문예약 혜택
- + 자주 묻는 질문
- + 상담 가능 시간 선택

문의 폼 설계 — **연락처만 받지 않습니다**

입주 희망 시기 · 관심 목적 · 거주 지역 · 상담 가능 시간 · 방문 희망 여부까지 수집해, 상담 전에 DB 품질을 먼저 확보합니다. 전환 추적(픽셀 · 전환 API)은 착수 1주차에 세팅합니다.

DB QUALITY & CRM

DB는 모으는 것보다 가려내는 것

분양의 성과는 DB 수량이 아니라 방문과 계약으로 이어지는 유효 DB에서 나옵니다. 등급 기준을 미리 정의합니다.

GRADE A

즉시 상담 가능 DB

1개월 이내 방문 의향, 자금 조건 확인. 상담
조직 최우선 배정 대상.

GRADE B

검토 중 육성 DB

3개월 이내 검토, 가족 협의 중. LMS · 채널
톡 · 콘텐츠로 지속 육성.

GRADE C

정보 문의 관찰 DB

단순 정보 문의. 뉴스레터형 콘텐츠로 관계
유지, 반응 시 등급 상향.

EXCLUDED

제외 DB KPI 미산정

중복 · 결번 · 오접수는 성과 집계에서 제외해
지표를 투명하게 유지합니다.

광고 조직 × 상담 조직 **역할 분담**

RR Company는 유입 경로와 상담 결과를 연동해 채널별 A급 DB 비율을 분석하고, 상담 조직은 통화 결과와 방문 여부를 CRM에 입력합니다. 이 데이터가 매월 예산 재배분의 근거가 됩니다.

PROOF, NOT PROMISE

숫자로 보고하고, 숫자로 평가받겠습니다

성과는 감이 아닌 지표로 증명합니다. * 아래 목표치는 사전 집행 데이터가 없는 상태의 초기 가설이며, 집행 2주 후 실데이터 기준으로 재산정합니다.

KPI 01

상담 DB 수량 · 단가

채널별 CPDB를 주 단위 비교, 초기 목표 8만~15만 원 범위에서 관리하며 효율 채널로 재배분합니다.

KPI 02

DB 품질 상담 전환율

유효 DB 비율 60% 이상, 통화→방문예약 전환 15~25%를 목표로 품질을 관리합니다. 허수 DB는 KPI에서 제외합니다.

KPI 03

검색 점유 노출 순위

핵심 키워드의 검색 화면 점유율과 AI 검색 답변 등장 여부를 정기 트래킹합니다.

KPI 04

주간 리포트 · 대시보드

매주 정기 리포트와 실시간 대시보드(루커 스튜디오 · 자체 시각화 툴)로 집행 내역과 DB 유입 경로를 투명하게 공개합니다.

표시광고법 · 분양광고 관련 규정 **준수 운영**

과장·허위 표현을 배제한 심의 안전 카피 운영, 매체별 광고 정책 사전 검수, 개인정보 수집·이용 동의 절차 준수까지 — 하이엔드 현장의 브랜드 리스크를 함께 관리합니다.

EXECUTION ROADMAP

우리는 이렇게 움직입니다

전략은 실행 일정이 있을 때만 전략입니다. 단계별 목표를 미리 약속합니다.

PHASE 01

세팅 · 점령 개시

- 타겟·키워드·소재 전략 확정
- 영상 실촬영 · 마스터 제작
- 블로그·밴드 자동화 가동
- 네이버·구글·메타 캠페인 온
- GEO·AEO 기초 구조 세팅

산출물 미디어플랜 · 마스터 영상 · 키워드 맵 · 랜딩 개편안

PHASE 02

확산 · 증폭

- 인플루언서·연예인 콘텐츠 공개
- 홈쇼핑 편성 조건 · 견적 협의
- 호갱노노·직방 광고 · 제휴 협의
- 법인·커뮤니티 타겟 캠페인
- 1차 성과 리뷰 · 예산 재배분

산출물 인플루언서 콘텐츠 · 방송 편성안 · 주간 리포트

PHASE 03

전환 극대화

- LMS·채널톡 전환 시퀀스 가동
- 회원 시스템 고도화 · 재방문 유도
- 특화 바이럴·확장 트랙 개시
- 고효율 채널 집중 증액
- 정기 성과 보고 · 차기 전략

산출물 종합 성과보고 · 재배분안 · 차기 캠페인 전략

발주처 제공 필요 자료

분양가 · 계약 조건, 현장 이미지 · 영상 원본, 광고 심의 관련 자료, 기존 상담 DB · 캠페인 데이터, 상담 조직 운영 시간 — 착수 시 위 자료를 공 유해 주시면 세팅 기간을 단축할 수 있습니다.

TEAM & OPERATION

이 많은 채널, 이렇게 관리합니다

채널이 많을수록 운영 체계가 실력입니다. 역할 기반 전담 구조와 단일 창구를 약속합니다.

ROLE 01

총괄 PM

전략 · 일정 · 예산을 총괄하는 단일 커뮤니케이션 창구. 발주처는 한 사람과만 이야기하면 됩니다.

ROLE 02

퍼포먼스 광고

네이버 · 구글 · 메타 · 당근 · 토스 캠페인 운영과 입찰 · 소재 최적화 전담.

ROLE 03

콘텐츠 · 바이럴

블로그 · 밴드 · 커뮤니티 · 언론기사 · 인플루언서 섭외와 콘텐츠 품질 관리.

ROLE 04

영상 제작

현장 실촬영 · LED · 홈쇼핑 인서트 · 숏폼 파생 편집까지 원소스 멀티 유즈 운영.

ROLE 05

데이터 · 대시보드

전환 추적 세팅, 루커 스튜디오 · 자체 시각화 툴 운영, 주간 리포트 작성.

ROLE 06

심의 · 검수

표시광고법 · 분양광고 규정 · 매체 정책 · 개인정보 처리 절차 사전 검수.

운영 원칙

단일 PM 창구 · 주간 정기회의 · 긴급 이슈 당일 공유 · 매체 + 콘텐츠 + 데이터 통합 리포트. 담당 인력 프로필과 투입 공수는 미팅 시 별도 제출합니다.

WHY RR COMPANY

부동산 현장의 다음 계약은 정밀 타겟이 만듭니다.

더 많이 노출하는 대행사는 많습니다. RR Company는 검색하는 타겟, 비교하는 검토자, 계약을 완성하는 상담 DB — 세 의사결정 지점을 정확히 겨냥해 유효 DB와 계약으로 증명하는 대행사입니다. 부동산 현장의 목표와 예산에 맞춰, 숫자로 일하겠습니다.

[제안 설명 미팅 요청](#)[RR COMPANY · 종합 광고 대행사](#)