



- 1. 매체 경쟁력
- 2. 디지털 영향력
- 3. 오디언스 프로파일
- 4. 마케팅 & AD 캠페인
- 5. 광고 단가

소개



















No.1 Conceptual Trend Magazine

<W Korea>는 미국판 <W>의 아시아판 라이선스 매거진으로, 2005년 3월 첫 선을 보였습니다. 혁신적인 비주얼 스토리텔링과 트렌드를 관통하는 인사이트로 패션, 뷰티, 예술, 문화, 라이프스타일 콘텐츠를 풀어내고 있습니다.

월 100개 이상의 콘텐츠가 실시간 업데이트되는 wkorea.com과 공식 SNS 채널들은 <W Korea> 디지털에 가장 적합한 콘텐츠를 담아내는 또 하나의 강력한 플랫폼입니다.

뚜렷한 취향과 안목을 가진 오피니언 리더들과 디지털 라이프스타일러 M/Z세대를 위한 감도 높은 패션 미디어, 바로 <W Korea> 입니다.



매체 경쟁력





독보적인 셀럽 콘텐츠

<더블유 코리아>는 대중문화, 예술, 스포츠 등의 분야에서 당대 최고의 스타들을 섭외하며 그 어느 매거진보다도 독보적인 스타 파워를 자랑합니다. 더불어 스타들을 가장 대담하고 참신하게 담아내는 더블유 만의 화보 비주얼은 스타들이 선호하고 선택하는 패션 매거진입니다.



럭셔리 브랜드가 선택하는 COVER Value

<더블유 코리아>의 표지 rate는 업계 내 가장 높음에도 불구하고, 럭셔리 브랜드의 높은 선호도로 1년 12개월 커버가 일찍이 Full Booking 될 만큼 업계에서 높은 영향력을 발휘하고 있습니다.



■ 2021년 더블유 프린트 커버와 캠페인을 함께 한 브랜드

CHANEL S	SAINT LAURENT	TIFFANY & CO.
LOUIS VUITTON	GUCCI	BVLGARI
Cartier	VALENTINO	BOTTEGA VENETA
DOLCE & GABBANA	CHAUMET	CELINE
DIOR	BURBERRY ACQUA DI PARMA	
KENZO	BALENCIAGA	RALPH LAUREN



더블유에서만 만날 수 있는 Digital COVER

더블유의 디지털 커버는 모바일 환경에 최적화된 커버 콘텐츠로, 룩과 제품 정보를 다각도로 강조하는 다채로운 콘텐츠를 선보입니다. 약 258만 명의 팔로워를 보유한 **@Wkorea 인스타그램 피드 내 블록 연속 부킹으로 높은 주목도를 확보**할 수 있으며, 유튜브, 웹사이트 등 더블유의 디지털 채널을 활용해 효과적인 바이럴이 가능합니다.



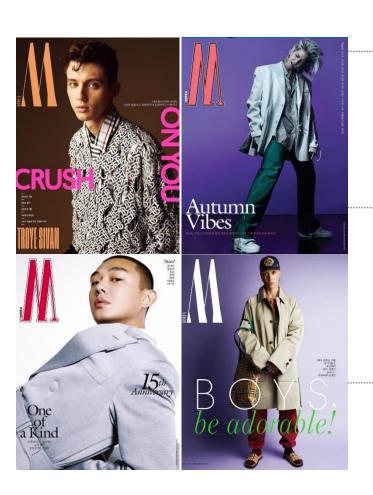








여성 패션지에서 발간하는 유일한 남성 패션지 <W Man>



우먼(W)과 맨(M), 별도로 발행되는 '맨 스페셜 이슈'!

- <W Man> 2017년 창간
- S/S, F/W 시즌에 맞춰 3월호와 9월호, 1년에 총 2회 발행(추후 발행 월 늘어날 예정)
- 더블유(W) 로고를 뒤집은 엠(M) 로고의 맨 커버로 우먼지와 분리 발행하는 독자적 남성 패션지

더블유 감도 그대로, MAN에 특화된 콘텐츠!

- 남성의 스타일을 바라보는 더블유만의 참신한 시각으로 담아낸 패션, 뷰티, 라이프스타일, 트렌드 콘텐츠
- 프린트 매거진과 함께 인스타그램에 맨 계정(@Wkorea_man)을 운영해 더욱 풍성한 볼거리와 즐길거리를 제공

남성 패션을 구매하는 여성 고객 공략!

• 최근 남성복을 찾는 여성 고객의 유입이 남성복 브랜드의 매출 상승을 이끄는 트렌드에 주목. 이는 여성을 타깃한 남성 콘텐츠, <W Man>와 함께해야 하는 이유!

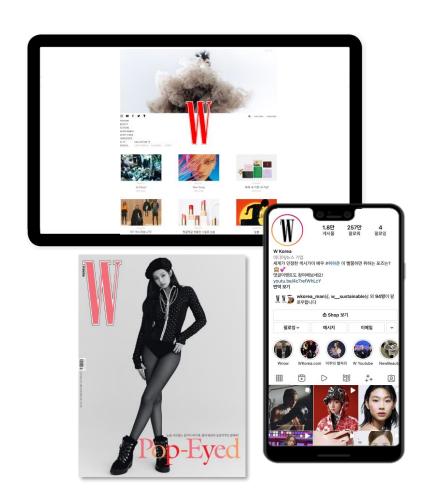
^{*} 출처<u>://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0200&key=20201110.22010003209</u>



디지털 영향력

디지털 영향력(1)





소셜 미디어 채널, 오디언스 규모 선두의 강력한 미디어 영향력

<더블유 코리아> 소셜 미디어 채널의 오디언스 규모는 국내 패션 매거진 중 최고 <mark>팔로워를 확보</mark>하고 있으며, 각 플랫폼 별로 최적화된 콘텐츠 기획과 강력한 디지털 영향력을 통해 효과적인 커뮤니케이션이 가능합니다.

4.9M +

Total Followers



- * 인스타그램은 본 계정+맨+서스테이너블 팔로워 합산
- * 2022년 1월 첫째 주 기준



✓ 팔로워 수 1위 SNS 채널 최다 확보

소셜 미디어 채널에서 국내 패션 매거진 중 압도적인 팔로워 수를 자랑합니다. 특히 MZ가 가장 활발하게 이용하는 <u>틱톡 / 페이스북 / 트위터 /인스타그램 / 유튜브</u>에서 선두권을 유지함으로써 MZ 세대를 타깃으로 한 브랜드 이슈 노출에 매우 효과적입니다.

	인스타그램	페이스북	트위터	틱톡	유튜브
W Korea	2.5M	1.1M	293K	278K	268K

* 2022년 1월 집계 수치 기준











디지털 영향력(3)



버티컬 플랫폼 @wkorea_man, @w__sustainable

<더블유 코리아>는 본 계정 외에 버티컬 플랫폼인 W Man과 W Sustainable 을 운영합니다. 남성 패션&스타일과 지속가능&친환경 실천 관련한 콘텐츠 확장을 통해 더 많은 오디언스와 소통하며 미디어 영향력을 확대하고 있습니다.

@wkorea man

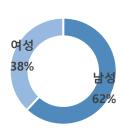
│Keyword: 더블유만의 감도로 만드는 맨

스타일&트렌드 이슈와 콘텐츠

| Followers: 30.9K

| Point: 타 패션 남성지 대비 낮은 광고 집행비와 높은 효율

|성별 구성







@w__sustainable

│ Keyword: 지속 가능한 실천,

친환경 라이프 스타일에 관한 이슈와 콘텐츠

Followers: 10.2k

| Point: 2040 오디언스가 약 52%이며,

전연령대가 고루 분포

|성별 구성



디지털 영향력(4)



유튜브 시리즈 x 브랜드 스토리

더블유는 셀러브리티, 트렌드, 뷰티 노하우, 라이프스타일까지 **M/Z들을 위한 다채로운 콘텐츠**를 선보이며, 더블유만의 감각으로 브랜드 스토리를 풀어낸 디지털 콘텐츠를 제작해 오디언스들에게 전달합니다.

#W폴라로이드인터뷰

셀럽의 폴라로이드 사진과 함께 인터뷰 폴라로이드 사진을 상품으로 이벤트 진행





#W히든백

백 안에 들어있는 제품을 맞추거나 소개하며 브랜드 제품을 자연스럽게 노출





#W아이러브잇

브랜드의 이슈와 제품을 여러 시리즈로 소개





#W드로잉터뷰

직접 그림을 그리며 진행하는 인터뷰. 자연스럽고 풍성한 콘텐츠 제공





#W찐친부스

퀴즈와 게임을 통해 셀럽들의 케미를 알아보며 브랜드 노출



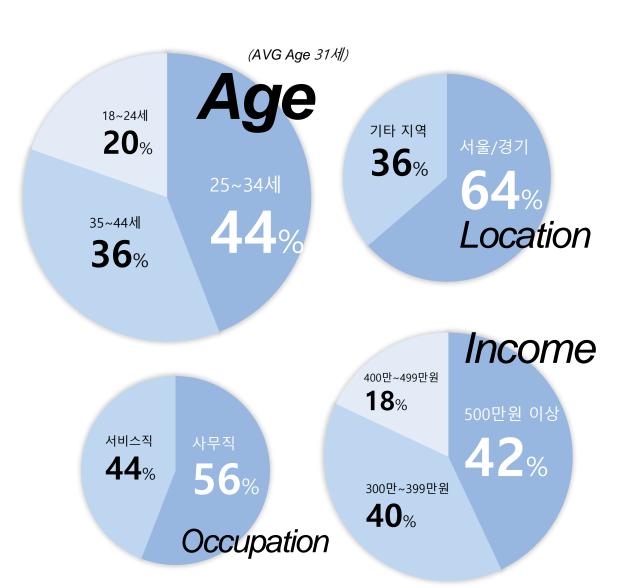




오디언스 프로파일

프린트 매거진 독자 프로파일





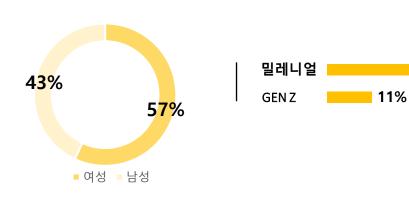
✓ 프린트 매거진 독자 분석: 스마트한 쇼핑을 즐기는2535 오피스 여성

더블유의 오디언스는 그 누구보다 트렌드에 민감하고, 패션은 물론 뷰티, 라이프스타일에 이르기까지 다양한 분야에 호기심을 가지고 스마트한 삶을 추구하고 있습니다. 평균 31세에 수도권에 거주하는 여성으로, 월평균 소득 약 500만 원인 오디언스의 비율이 42%를 차지합니다. 즉 가장 왕성한 구매력을 가진 파워풀한 독자 라고 할 수 있습니다.

디지털 오디언스 프로파일



■ WEB



✓ W 디지털 플랫폼은 트렌드와 디지털 리더인 M/Z 오디언스 확보

SOCIAL





50%

* 밀레니얼 세대: 25~39세 (1980년대 초반~2000년대 초반) * GEN Z 세대: 15~24세 (1990년대 중후반~2010년대 초중반) 여가, 일상, 소통, 취향, 쇼핑까지 디지털 플랫폼을 적극 활용하며 트렌드에 민감한 밀레니얼과 GEN Z인 타켓 유저가 디지털 오디언스의 77% 이상 차지합니다.



마케팅 & AD 캠페인

마케팅 캠페인(1)



유방암 인식 향상 캠페인 'Love Your W'

'LOVE YOUR W'는 2006년부터 15년째 이어온 <<mark>더블유 코리아>의 대표적인 자선 캠페인</mark>으로수많은 셀러브리티와 지원군이 함께 유방암 인식 향상을 위한 캠페인을 펼쳐오고 있습니다.



- 일정 매년 10월 마지막주 금요일 진행
- 목적 유방암에 대한 사회적 인식 고취, 자선 기금 조성을 통한 검진, 치료비 지원
- 활동 → 오프라인 캠페인 ('06년~'19년)
 - 자선 갈라 디너, W 할로윈 파티
 - 해당 영상: https://bit.ly/2NNorAt
 - → 온택트 캠페인 ('20년)
 - 셀럽 릴레이 캠페인, 온택트 콘서트
 - 셀럽 영상: https://youtu.be/N2r5iselzSA
 - 콘서트 영상: https://youtu.be/PqhlfrdMFJg
- → 웹뷰어 및 3D 플레이 ('21년)
 - 셀럽 릴레이 캠페인, 웹뷰어를 통한 3D 플레이
 - 셀럽 영상 https://bit.ly/32WtTvS
 - 3D 영상: https://bit.ly/3naAMAt
- 기부 총 누적 기금/ 지난 15년 간, 약 7억 1천만 원
 - 기부처 : 한국유방건강재단, 인구보건복지협회 등
 - 후원 내역: 유방암 검진, 저소득층 수술, 치료비 지원 등에 사용

마케팅 캠페인(1)



2021 'Love Your W' 3D 캠페인

3D VIEWER VIEW

2,787,745 이상

SNS TOTAL IMPRESSION

19,558,950 이상

(2021/12/06 기준)

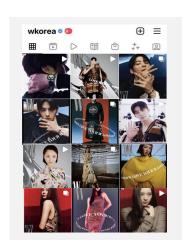
그 어느해 보다 가장 동시대적 접근으로, 국내 매거진 최초 3D 프로젝트를 펼친 2022년 캠페인. 유방암 캠페인 취지와 메시지를 담은 다양한 디지털 콘텐츠를 생산하고 인스타그램, 페이스북, 틱톡, 트위터, 카카오스토리, 웹사이트, 유튜브 등 더블유의 소셜 채널을 통해 선보였습니다.

3D 웹뷰어



 게재 채널: 인스타그램, 웹사이트
 성과: 캠페인 기간 3D 웹뷰어 조회 수약 279만 세션 기록 (웹+ 인스타그램 + 스토리즈)

#LoveYourW 숏클립 필름



- 게재 채널: IG, FB, TT, TW, KS
 성과: W 포스팅 총 노출: 약 1.955만회
- 인스타그램 포스팅수: 3,346개 (캠페인 기간 동안 #loveyouw, #loveyourW2021로 추출)

AR 필터 제작



- 게재 채널: 인스타그램, 틱톡
 성과: 인스타그램, 틱톡 셀럽 필터 콘텐츠
- 성과: 인스타그램, 탁독 젤립 필터 곤덴스 약 117만 회 노출 인스타그램에서 독자 AR필터 이벤트를 통해 약 70명(4200만원 상당)에게 검진 지원

12월호 커버 & 화보



- 게재 채널: IG, 12월호 총 14가지 버전의 커버
- 총 보도 건수 약 231건 (네이버, 다음, 네이트 합산)

마케팅 캠페인(2)



W 서치 프로젝트

디지털 플랫폼을 바탕으로 오디언스와 쌍방향 소통하며 다양한 서치 프로젝트를 진행합니다. 모델 선발 프로젝트 '모델 서치', 뉴 뷰티 크리에이터를 찾는 '배틀 뷰티', 신진 디자이너 발굴 프로젝트 '디자이너 서치', 영상 크리에이터를 발굴하고 양성하는 '비디오 서치'까지, 매년 브랜드와 함께 진행하는 크리에이티브한 디지털 프로젝트입니다. 2015년부터 디올 코스메틱, 리바이스, 에스티로더, 나스, 로라 메르시에, 나이키, 꼬달리, 무신사 등 다양한 패션 &뷰티 브랜드와 함께 총 여섯 번의 프로젝트를 성공적으로 운영했습니다.

○ Wkoreamodelsearch2017

■ 오디언스 투표 : 총 **4,527**건 ■ 총 조회수 : **1,600만**

■ 총 도달수 : 3,500만



✓ 협업 브랜드

- 2017년: 리바이스, 에스티로더

- 2015년: 디올 코스메틱

○ WBattleBeauty2018

■ 오디언스 투표 : 총 1,280건

■ 총 조회수 : **186만** ■ 총 도달수 : **85만**



✔ 협업 브랜드

- 나스, 에스티로더, 로라 메르시에

▼ LINK :

_http://www.wkorea.com/category/wsearch/battle-beauty/

O Designersearch2019

■ 무신사와 함께한 신진 디자이너 발굴

■ 총 포스팅: 665개 / 총 지원자수: 523팀

■ 총 노출수: 170만



✔ 협업 브랜드

- 무신사

▼ LINK :

http://www.wkorea.com/category/w-search/designer-search/

○ Wkoreavideosearch2020

■ 오디언스 투표 : 총 3,500건

■ 총 도달수 : 191**만** ■ 총 노출수: 207만





✔ 협업 브랜드

- 2020년: 꼬달리 - 2018년: 나이키

▼ LINK:

http://www.wkorea.com/category/w-search/video-search/

마케팅 캠페인(3)



<서울 재즈 페스티벌> 미디어 스폰서십

<더블유 코리아>는 국내 최대 뮤직 페스티벌인 '서울재즈페스티벌'의 오랜 공식 미디어 스폰서입니다. 페스티벌 콘텐츠를 제작하며, 브랜드와 관객을 잇는 다양한 프로모션을 진행합니다.









- 일정 매년 5월 중 진행 (2020, 2021년은 코로나19로 인해 미진행)
- 장소 올림픽공원 (88잔디마당, 핸드볼경기장, 수변무대 등)
- 방문객 약 4만~5만 명 관람객 방문
- 프로모션 Wx서재페 특별판 제작 (커버, 백커버 광고) - 서재페 목걸이 맵 배포
 - 샘플링 배포 및 비닐백 광고 - 페스티벌 굿즈 프로모션
 - 홍보 부스 프로모션

AD 캠페인



더블유 x 르뷰 품평단

12만 회원수를 보유하고 있는 품평단 플랫폼 '르뷰'와 함께하는 소비자들의 리얼 제품 체험 및 바이럴 프로모션을 진행합니다. 브랜드에 최적화된 타겟팅으로 체험단 모집, 실 리뷰들로 제작한 SNS 포스팅과 여러 디지털 채널의 바이럴까지 브랜드 제품을 집중적으로 홍보하고 바이럴할 수 있는 캠페인입니다.

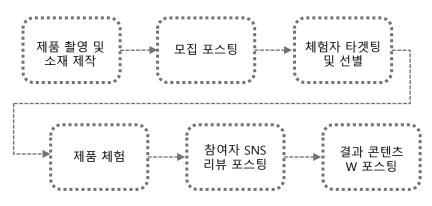


▲ 르뷰 모집 캠페인

▼ 결과로 제작한 W SNS 콘텐츠



진행 절차



* 제품 촬영과 소재 제작, 운영 모두 더블유와 르뷰에서 진행합니다.

진행 브랜드

YSL 뷰티, 아르마니 뷰티, 샤넬 뷰티, 슈에무라, 비오템, 아모레퍼시픽, 프레쉬, 아쿠아 디 파르마, 존 바바토스, 랑방, 에스티로더, 메이크온, 오리진스, 보테가 베네타, 마르니, 소니아리켈, 샘 에델만, 골든구스, 글렌리벳 등 → 뷰티, 패션, F&B 등 다양한 브랜드와 협업 진행 중



광고 단가

프린트 매거진 광고 단가





POSITION RATE (Unit : KRW)

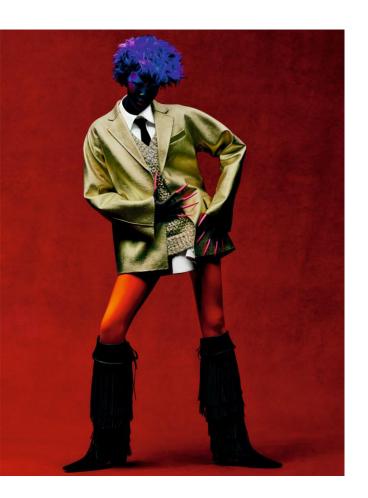
Inside front cover double page spread 2 nd double page spread 3 rd double page spread 4 th double page spread 5 th double page spread 6 th double page spread	21,000,000 20,000,000 19,000,000 18,000,000 17,000,000 16,000,000
Single page facing TOC 1st fashion double page spread 2nd fashion double page spread Single page facing Masthead Single page facing Contributor Single page facing 5W Double page spread after 5W	8,000,000 15,000,000 14,000,000 7,000,000 6,800,000 6,000,000 11,000,000
Single page facing Fashion Flash Single page facing Accessories Flash Single page facing Beauty Flash Single page facing Eye Double page spread before Well part Single page facing Horoscope Inside back cover Inside back cover Gate fold	5,000,000 5,000,000 4,500,000 4,300,000 12,000,000 4,000,000 12,000,000 28,000,000 40,000,000

• 발행부수: 월 평균 6만부 • 판형 사이즈: 254 x 330 mm

> • 광고마감일: 매달 14일 • 발행일: 매달 19일

디지털 광고 단가 – WEB AD





POSITION	SOV	PERIOD	RATE (Unit : KRW)
Mobile Top	50%	1 Week	5,000,000
Mobile Top - Video	50%	1 Week	8,000,000
Mobile Middle	50%	1 Week	5,000,000
Mobile Middle - Video	50%	1 Week	7,000,000
Mobile Footer	50%	1 Week	7,000,000
Mobile Stories	50%	1 Week	5,000,000
Desktop Top	50%	1 Week	2,000,000
Desktop Top - Video	50%	1 Week	3,000,000
Desktop Middle	50%	1 Week	2,000,000
Desktop Middle - Video	50%	1 Week	4,000,000
Advertorial 기본형		1 Time	3,000,000
	_		' '
Advertorial 마이크로사이트	-	1 Time	5,000,000
Advertorial 쇼핑기사형	-	1 Time	5,000,000

디지털 광고 단가 – SNS AD





PLATFORM	AD	PERIOD	RATE (Unit : KRW)
W Facebook	Posting	1 Time	3,000,000
	Sponsored AD	협의	Min. 1,000,000
W Instagram	Posting	1 Time	6,000,000
	Stories	1 Time	500,000
	Production+Posting	1 Time	8,000,000~
	Sponsored AD	협의	Min. 1,000,000
W Instagram(Man)	Posting	1 Time	3,000,000
W Instagram(Sustainable)	Posting	1 Time	3,000,000
W Youtube	Production+Posting +Sub Channel	1 Time	20,000,000
	Shorts	1 Time	5,000,000
W Tiktok	Posting Message Posting Posting Posting Posting Posting	1 Time	3,000,000
W KaKaoPlus		1 Time	5,000,000
W Kakaoview		1 Time	1,000,000
W KaKaoStory		1 Time	1,000,000
W Naver Post		1 Time	3,000,000
W WEB		1 Time	3,000,000

Contact US





EDITORIAL		
이혜주 편집장	leehye@doosan.com	02-510-4577
ADVERTISING		
원효재 팀장	hyojae.won@doosan.com	010-8877-7671
홍정민 차장	jeongmin.hong@doosan.com	010-4484-7736
임건재 과장	gunjae.lim@doosan.com	010-2795-0745
정지면 차장	jimyeon.jung@doosan.com	010-5684-2721
이경준 대리	kyungjun1.lee@doosan.com	010-3124-2291
MARKETING		
변선민 차장	Sunmin.byun@doosan.com	02-510-4589