



K Y H O - L A B
Strategic, Sustainable, Surprisingly enjoyable

광고 그 이상의 구조를 설계합니다.

STRATEGIC · SUSTAINABLE · SURPRISINGLY ENJOYABLE
THAT'S HOW WE DO MARKETING AT KYHO-LAB.

클라이언트와 한 몸처럼 움직이는 마케팅 파트너

안녕하세요

종합광고 대행사 기호랩의 대표 김명철입니다.

요즘의 광고 대형 업체는

제가 처음 사업을 시작할 때 그리던 모습과는 많이 다릅니다.

그 때 제가 꿈꾸던 모습은

클라이언트와 대행사가 서로의 역량을 믿고 응원하며
같은 목표를 향해 함께 싸워나가는
소셜 만화 같은 팀 워크였습니다.

하지만 현상은 종종 다르게 느껴집니다.

상호 신뢰보다는 의심이 먼저고

전문성을 나누기보다 책임감을 떠넘기기 쉬운 구조 속에서
서로가 서로를 멀리하고 있는 것처럼 느껴집니다.

그런데 이게 어느 한쪽의 잘못으로 치부할 수도 없어 보입니다.

어쩌면 제가 너무 이상적인 꿈을 꾸었는지도 모르겠습니다.

하지만 기호랩은 제가 그 꿈을 이루기 위해 일러온 회사입니다.

기호랩은 단순히 광고나 대신 등록해주는 수준의 대행사가 아닙니다.

클라이언트 브랜드를 더 깊이 이해하고, 함께 성장하는 방법을 찾습니다.

이 소개서 한 장 한 장에

기호랩이 마케팅을 대하는 방식과 철학을 담았습니다.

기호랩과 기호랩의 클라이언트의 관계만큼은

서로를 믿고 함께 성장하는

소셜 만화속 주인공과 파트너처럼 만들어가고 싶습니다.

종합 광고 대행사 기호랩

대표 김명철 드림

WHY?

이유 없는 마케팅은
제안하지 않습니다.
실행하지 않습니다.

성과가 나면 왜 났는지, 나지 않으면 왜 나지 않았는지 설명할 수 있어야
다음 성과를 설계할 수 있습니다.

이유를 모르는 성과는 잠시 스쳐가는 행운이고, 이유를 아는 성과만이 고객사의 다음 성장에 기여합니다.

ALWAYS WONDER "WHY?"

마케팅은 실행 이전에, 이해와 공감이 먼저입니다.

01

맞춤 전략 제안

세상에 100개의 브랜드가 있다면 100개의 성공 전략이 있습니다.

02

전략 동기화

전략에 대한 양사의 동기화를 통해 한 몸처럼 움직여야 합니다.

03

지속 가능성

우연에 기대지 않습니다. 지속 가능한 성장 구조를 설계합니다.

04

성장의 즐거움

마케팅은 성과를 통해 조직 전체에 에너지를 불어넣습니다.

설계에서 시작해, 확산과 전환으로 이어집니다.

기호랩의 모든 협업은 마케팅 전략 제안에서 시작합니다. 브랜드가 서 있는 시장과 경쟁사의 빈틈을 진단하고, 무엇을 왜 어떤 순서로 할지 로드맵으로 합의한 뒤 실행에 들어갑니다.

01

마케팅 전략 제안

고객사의 CMO가 되어 시장 진단부터 실행 로드맵까지 설계합니다.
모든 협업의 시작점입니다.

02

바이럴 마케팅

확산되는 콘텐츠로 브랜딩과 매출 전환을 동시에 잡습니다.

03

NEW

인스타툰 광고 패키지

인스타그램 작가의 웹툰으로 브랜드를 이야기로 만들고,
반응이 붙는 소재에 광고를 집중합니다.

04

퍼포먼스 광고

DA·SA 전 매체를 데이터로 운영하고, 성과로 증명합니다.

05

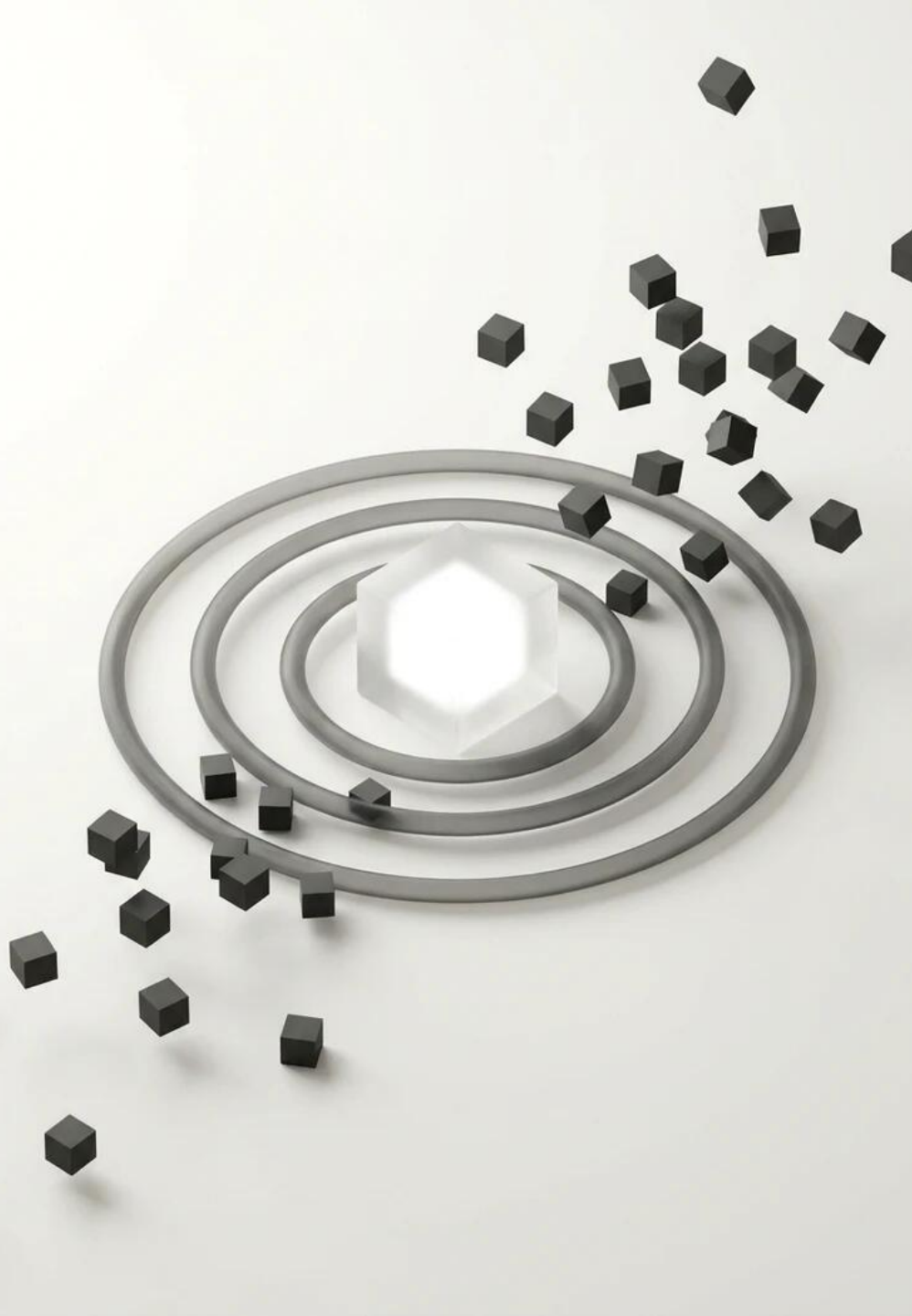
인플루언서 시딩

브랜드에 맞는 인플루언서 협업으로 이미지와 콘텐츠
자산을 함께 확보합니다.

06

SEM

검색 결과를 설계해 구매 직전의 마지막 확신을 만듭니다.



SERVICE 02

바이럴 마케팅

확산되는 콘텐츠로 브랜딩과 매출 전환을 동시에 잡습니다.

기획 없는 바이럴은 낭비입니다. 브랜드가 말하고 싶은 것과 매체가 전달할 수 있는 재미를 정확히 설계한 기획안으로 연결합니다. 커뮤니티부터 인스타그램·틱톡·트위터까지, 우리 고객이 있는 곳이라면 콘텐츠가 도달합니다.

콘텐츠 기획

채널 확산

브랜드 인지도

매출 전환

인스타툰 광고 패키지

인스타그램 작가의 웹툰으로 브랜드를 이야기로 만들고, 반응이 붙는 소재에
광고를 집중합니다.

웹툰 작가 여러 명이 한 달 동안 브랜드를 각자의 이야기로 그립니다. 단발 게시가 아닌 패키지로만 운영해 누적 노출로
브랜딩을 만들고, 작가별 전용 랜딩페이지와 협력 광고로 어느 이야기가 매출로 이어지는지 확인한 뒤
그 소재에만 예산을 집중합니다. PPL보다 가벼운 비용으로 '바이럴 되는 브랜드'를 만드는 방식입니다.

작가 섭외·기획

작가별 전용 랜딩페이지

협력 광고 테스트·증액

경품 이벤트

퍼포먼스 광고

DA·SA 전 매체를 데이터로 운영하고, 성과로 증명합니다.

네이버 GFA·메타·구글 애즈·틱톡 등 전 매체를 다룹니다. 반응이 나올 때까지 소재만 쏟아붓는 운영이 아니라, 제품 특성과 매체의 협응 관계에 집중한 목표 도달 중심의 설계로 브랜드의 예산과 성과를 동시에 책임집니다.

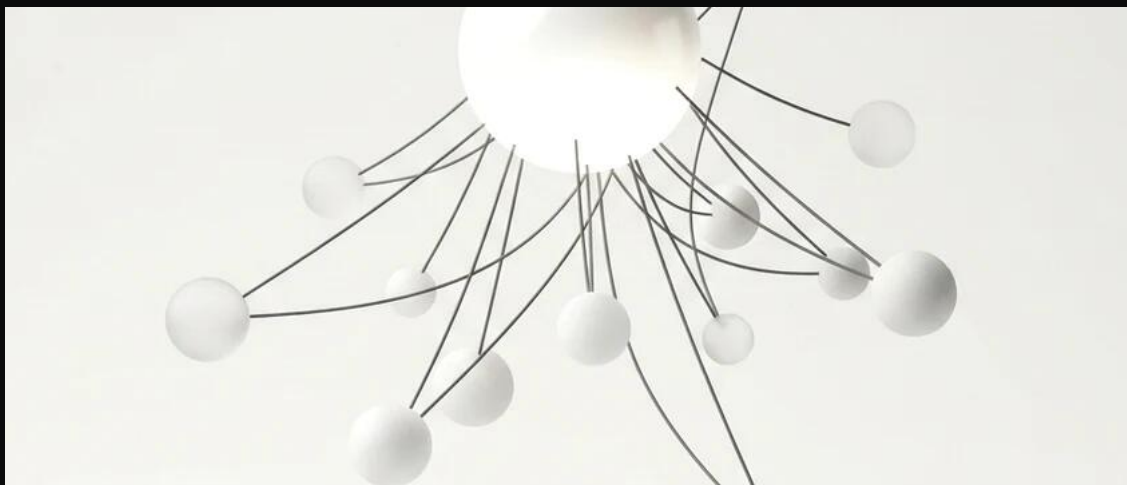
매체 믹스

캠페인 운영

소재 테스트

성과 리포팅

브랜드에 맞는 사람과, 구매 직전의 검색까지.



05

인플루언서 시딩

쌓아둔 명단을 돌려쓰지 않습니다. 전략을 먼저 세우고 방향에 맞는 크리에이터를 새로 섭외하며, 시너지를 극대화하는 가이드를 직접 작성합니다. 단순 연결이 아니라 결과를 만드는 연결, 그리고 광고와 상세페이지에 다시 쓰이는 콘텐츠 자산을 남깁니다.



06

SEM

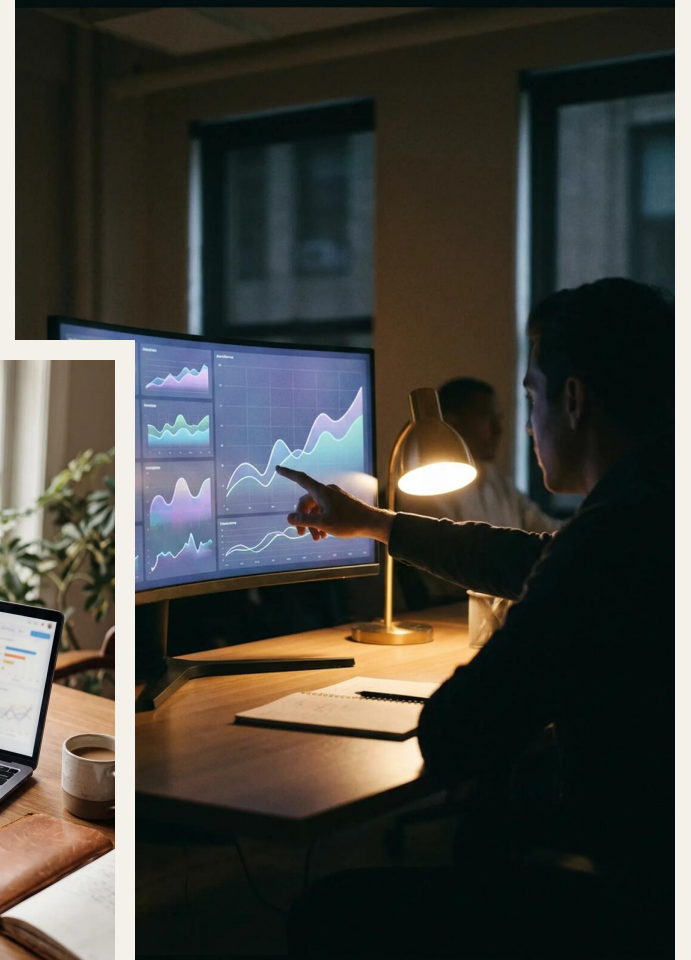
검색은 또 하나의 상세페이지입니다. 노출 키워드 설계부터 작성 톤까지 직접 가이드해, 고객이 구매 직전에 만나는 검색 화면을 브랜드의 강점으로 채웁니다. 단순 업로드가 아니라 의도된 인식과 전환을 이끄는 콘텐츠를 만듭니다.

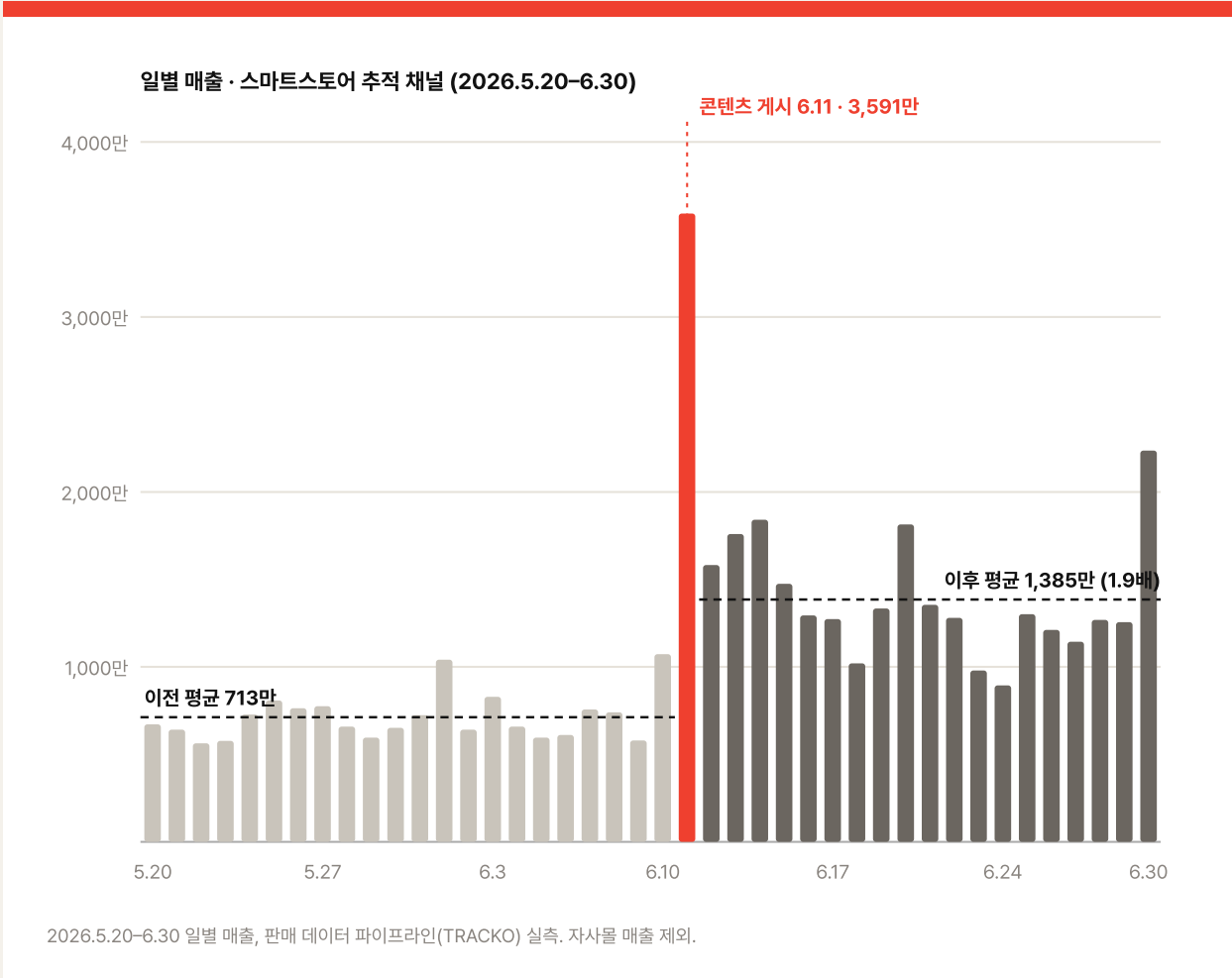
OUR ABILITY

검증된 실무자가 처음부터 끝까지 붙습니다.

매체별 자격과 실행 이력을 갖춘 담당자가 전략, 기획, 집행,
분석을 한 흐름으로 연결합니다.

기획과 실행 사이의 손실을 줄이고, 숫자와 현장의 언어를 동시에 읽습니다. 그 차이가 성과의 정교함을 만듭니다.

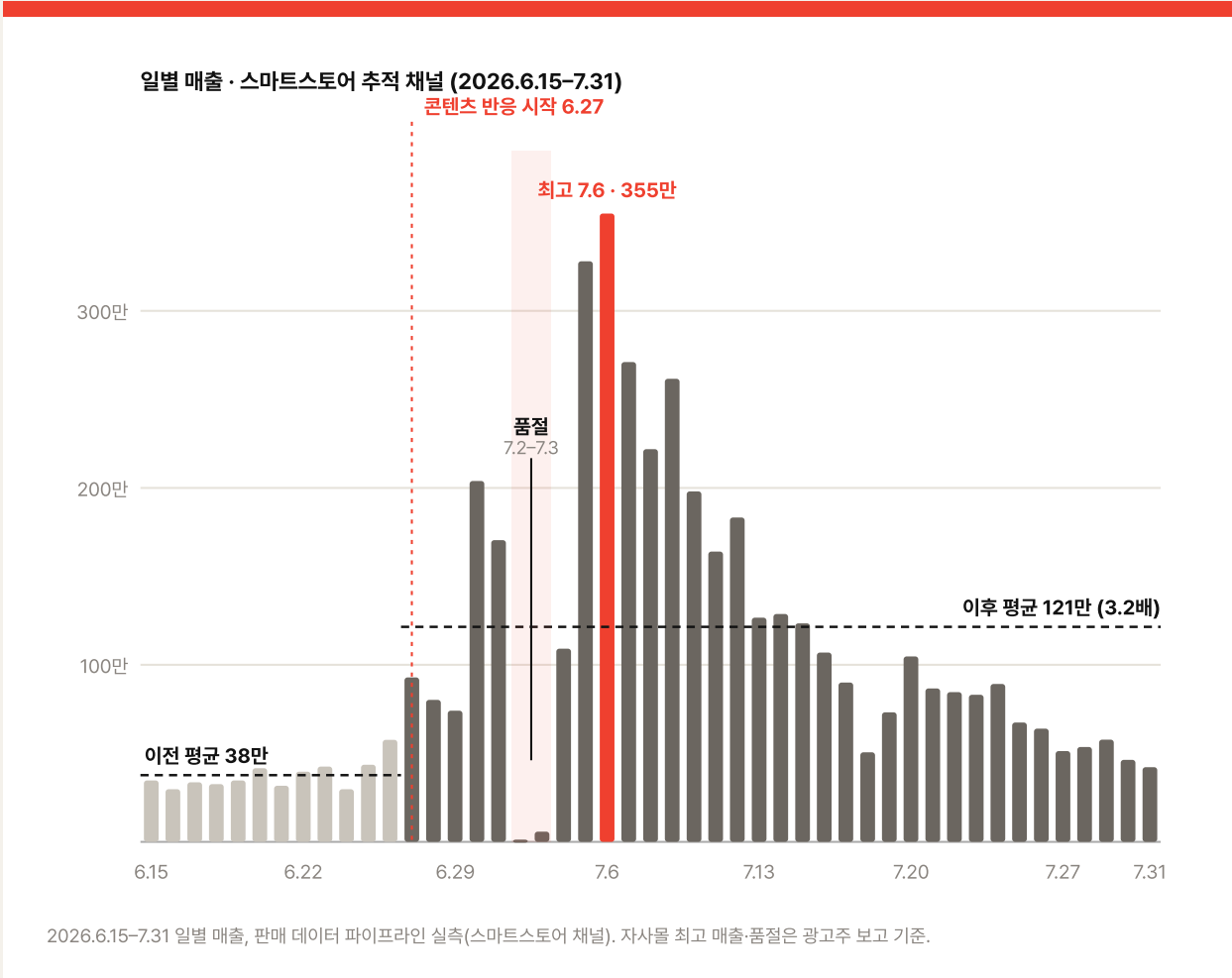




생활용품 브랜드 · 캡슐세제 바이럴

게시 당일 매출 5배, 이후 3주 평균 1.9배 유지

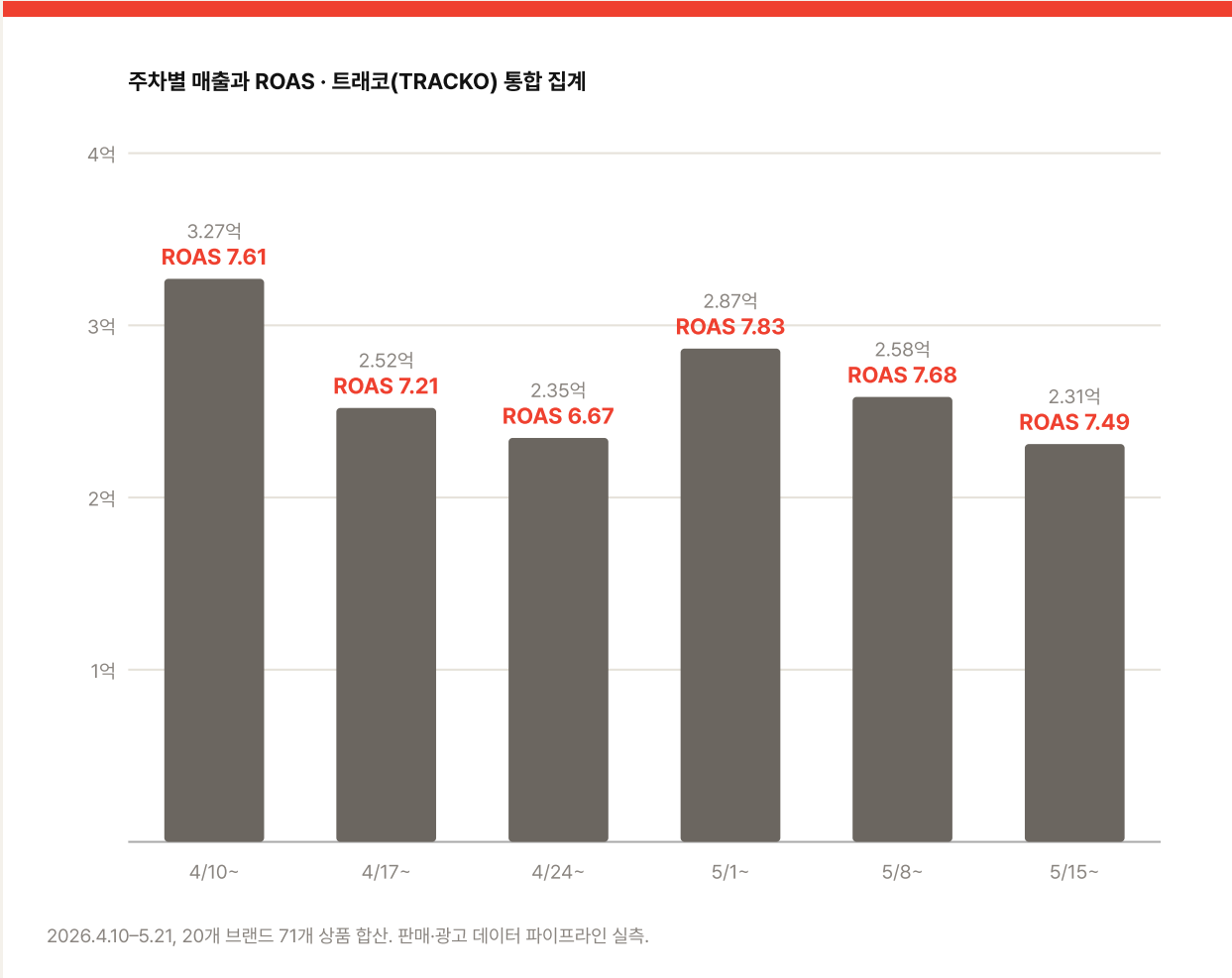
- 문제** 자사몰 구매층이 30~40대에 고정돼 신규 유입이 정체. 세제 카테고리 특성상 콘텐츠로 화제를 만들기 어렵다는 통념.
- 우리가 한 것** '도화살' 키워드에 아이돌 이슈를 결합한 콘텐츠를 기획해 5개 채널에 동시 게시. 반응이 붙은 채널에 집행을 집중.
- 결과** 게시 당일 일 매출 713만 → 3,591만. 조회 100만·저장 1만+, 이후 3주 일평균 1,385만으로 안착. 구매층이 20대로 확장.



뷰티 브랜드 · 베이스 크림 콘텐츠 캠페인

일 매출 9배, 브랜드 역대 최고 매출과 품절

문제	출시 후 시간이 지난 스테디 제품. 일 매출 30만원대에서 움직이지 않고, 신규 고객 접점이 없던 상태.
우리가 한 것	모델의 예능 화제성을 외국인 팬덤 맥락으로 연결한 콘텐츠를 기획하고, 소액 광고 (100만원)로 반응 구간만 증폭.
결과	콘텐츠 반응 6일 만에 품절(7/2~3), 재입고 후 일 매출 355만으로 이전 평균 38만의 9배. 이후 5주 일평균 3.2배 유지. 자사몰 포함 일 매출 1,200만원으로 브랜드 역대 최고.



멀티브랜드 커머스 파트너 · 통합 운영

6주 매출 15.9억, ROAS 7.4 안정 운영

문제	20개 브랜드 71개 상품이 단건 캠페인으로 흩어져 있어, 어디에 예산을 더 써야 하는지 판단할 근거가 없던 상태.
우리가 한 것	판매·광고 데이터를 하나의 파이프라인으로 통합(TRACKO)하고, 브랜드 단위로 예산 논리와 담당을 분리해 운영.
결과	6주 매출 ₩1,589,624,090 / 광고비 ₩214,154,606, ROAS 7.42. 주차별 ROAS 6.67~7.83 안정권으로 단발 성과가 아닌 운영 구조를 확인.

바이럴 성과까지 추적하는 광고 대시보드, 트래코

매출·광고비·바이럴 활동을 한 화면에서 봅니다. 자체 개발한 연결성 지표로 바이럴과 매출 흐름의 관계까지 읽어내고, 광고주마다 다른 전략에 맞춰 대시보드를 커스터마이징하는 기호랩의 광고 성과 트래킹 솔루션입니다.

2026. 9. 1 정식 출시 · tracko.kyho-lab.com

트래코 바로가기 →

도입 문의하기



K Y H O - L A B

Strategic, Sustainable, Surprisingly enjoyable

01

바이럴 성과의 수치화

수백 건의 캠페인 테스트로 만든 자체 '연결성 지표'로, 조회수·좋아요 너머 바이럴 활동과 매출 흐름의 관계를 읽습니다.

02

광고주별 커스텀 대시보드

정해진 틀에 사업을 끼워 맞추지 않습니다. 전략·판매 채널·브랜드 구조에 맞춰 지표 구성을 바꿉니다.

03

매출·광고비·바이럴을 한 화면에

흩어진 판매 채널과 광고 매체 데이터를 자동 수집·집계해 로그인 한 번으로 실시간 확인합니다.

04

대행사가 직접 쓰며 만든 도구

기호랩이 자사 광고 운영에 1년 넘게 실사용하며 다듬은 시스템을 제품화했습니다.

PARTNERS

함께한 브랜드

업종도 규모도 다르지만, 같은 목표를 향해 함께 달려온 브랜드들입니다.

MBA
—MO BAL A—

Cellumé

sosoeazy

KLAVUU

DAYCELL

nareun.

taylor scents

ITA⁺

CJ ENM

Bio Drop

ABETTER

mastha

bekei

Dr. VITA⁺

CJ

PROJECTS ACROSS INDUSTRIES

CONTACT

지금 고민하는 그 지점부터 이야기해 보시죠.

기호랩은 무조건적인 성공을 보장하지는 못합니다. 대신 광고 예산이 얼마나 중요한 것인지 이해하고 공감합니다. 기호랩의 전문성을 믿어주신다면, 복잡한 마케팅 과정을 즐겁게 만들어드리겠습니다.

COMPANY

주식회사 기호랩

CEO

김명철

ADDRESS

서울특별시 광진구 아차산로 634
대오빌딩 4층

WEB

www.kyho-lab.com

CONTACT

김명철 대표이사

010-4773-6990

kimmc@kyho-lab.com