

howlight

**Digital Creator &
Agency.
Believe in ourselves!**

하우라잇은 소신있는 크리에이터 & 에이전시입니다

WHO WE ARE

하우라잇은,

다양한 디바이스를 넘나드는 디지털 컨버전스 환경에서
고객사에겐 성공적인 e-business, 사용자에게 새로운 경험 제공을 목표로
디지털 아웃풋을 제작하는 '소신'있는 크리에이티브 에이전시입니다.

하우라잇의 피플들은,

틀에 얽매어 있지 않는 프리덤한 사고를 지니며 창의적인 도전에 목마른 크리에이터들로서
다년간의 전문적인 제작 경험과 지식을 바탕으로 고객이 신뢰할 수 있는 아웃풋을 만들되 트렌드에
맞춰 '때로는 유연하게 때로는 고집있게' 데이라잇 컴퍼니만의 디자인 스타일을 추구합니다.

OUR APPROACH

하우라잇은 프로젝트 진행시,

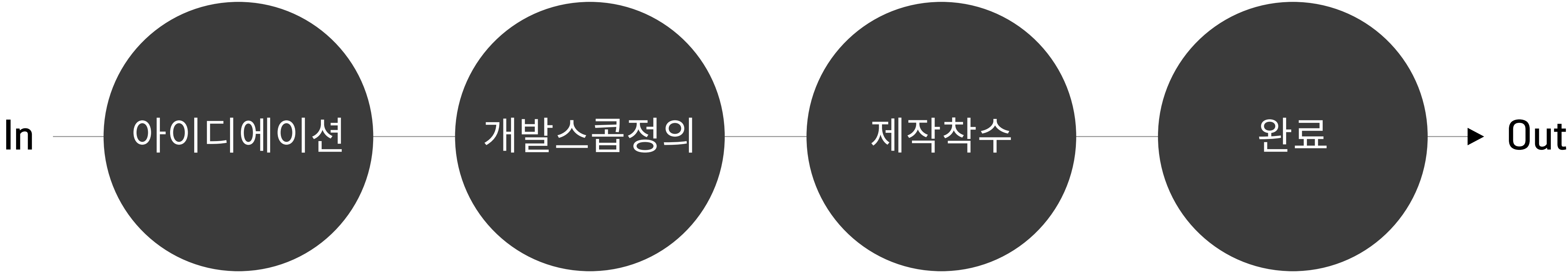
서비스 목표와 고객사의 요구사항을 명확히 인지한 후 사용자의 구체적인 니즈와 라이프스타일을 파악하고 이해하는 것에서부터 시작합니다.

사용자가 서비스를 이용하는 여정(Journey)을 들여다 보며 서비스와 사용자간의 접점(Touch Point))을 극대화 시킬 수 있는 최적의 매체, 미디어를 선정하고, 니즈 파악을 통해 기존 사용자에게는 지속적인 긍정적인 이미지의 서비스 경험, 잠재된 사용자에게는 새로운 경험과 가치를 제공할 수 있는 크리에이티브 아웃풋을 만들어 구현합니다.

디지털 발전에 따른 트렌드에 맞춰서 시각적 아름다움만 만들다 보면 서비스는 시장과 사용자에게 배제될 수 있습니다 . 하우라잇은 사용자 누구나 소구할 수 있는 기본에 충실한 디자인, 사용자와 시장의 공감을 불러일으키는 실질적인 디자인을 지향합니다.

하우라잇은 이렇게 일합니다

고객사의 요구와 트렌드를 명확히 파악, 분석하여 더 나은 결과물을 제작합니다



고객사의 요구와 트렌드를 기반으로
프로젝트를 명확히 파악,
분석하여 더 나은 결과를 위한 아이디
어 도출 및 제안, 컨셉을 수립

제작 방법과 서비스 방식을 확립 및
제안하여 작업 및 구현 범위 정의 및
전략의 세분화를 진행

제작에 착수하여 기술의 적용 및 개
발과정중 보다 효율적인 방법 모색
을 통한 퀄리티 향상

안정적인 기술 구현과 서비스를 통
해 서비스 결과 품질 향상 및 공통의
목적 달성

OUR SERVICE

특정 디바이스에 국한되지 않으며, 쇼핑, 코스메틱, 의료, 관광 등 한정된 분야에만 집중하지 않으려하고 있고, 다양한 영역에서의 크리에이티브 아웃풋을 제작하고 있습니다.

WEB & APP

크로스 미디어와 다양한 서비스
분야에 최적화된 경쟁력 있는
콘텐츠 제작 및 운영

Promotion Site

Brand Site

Micro Site

Digital Marketing & AD

빠른 시간에 높은 버즈를 생성할
수 있는 이벤트 페이지 제작과
다양한 AD배너 제작

Campaign Site

SNS Contents

AD Banner

Motion & illustration

일러스트를 제작을 통한 다양한
활용을 통해 영상으로 이어지는
제작 및 기획

Motion Graphic

AD Motion

illustration

**Make digital creative
output.**

**Welcome Challenge &
Co-work!**

하우라잇은 다양한 영역에서 크리에이티브를 만들어 갑니다



굿네이버스

굿네이버스 30주년 모두가 굿네이버스

Partner

크리에이티브마스

Date

2021 - 05

What we make

캠페인 사이트, 글로벌 런칭

굿네이버스 30주년을 기념하여 런칭한 캠페인으로 이벤트와 히스토리를 심플한 구성으로 제작되었습니다. 브랜드 컬러를 중심으로 모션을 적절하게 넣어서 원스크롤로 사용자가 지루하지 않도록 만들어졌습니다. 히스토리에서는 30년간에 중요한 행사들을 좌,우 스크롤을 통해 확인 할 수 있습니다.



모빌코리아

모빌코리아 카카오톡 채널 운영

Partner

BBDO KOREA

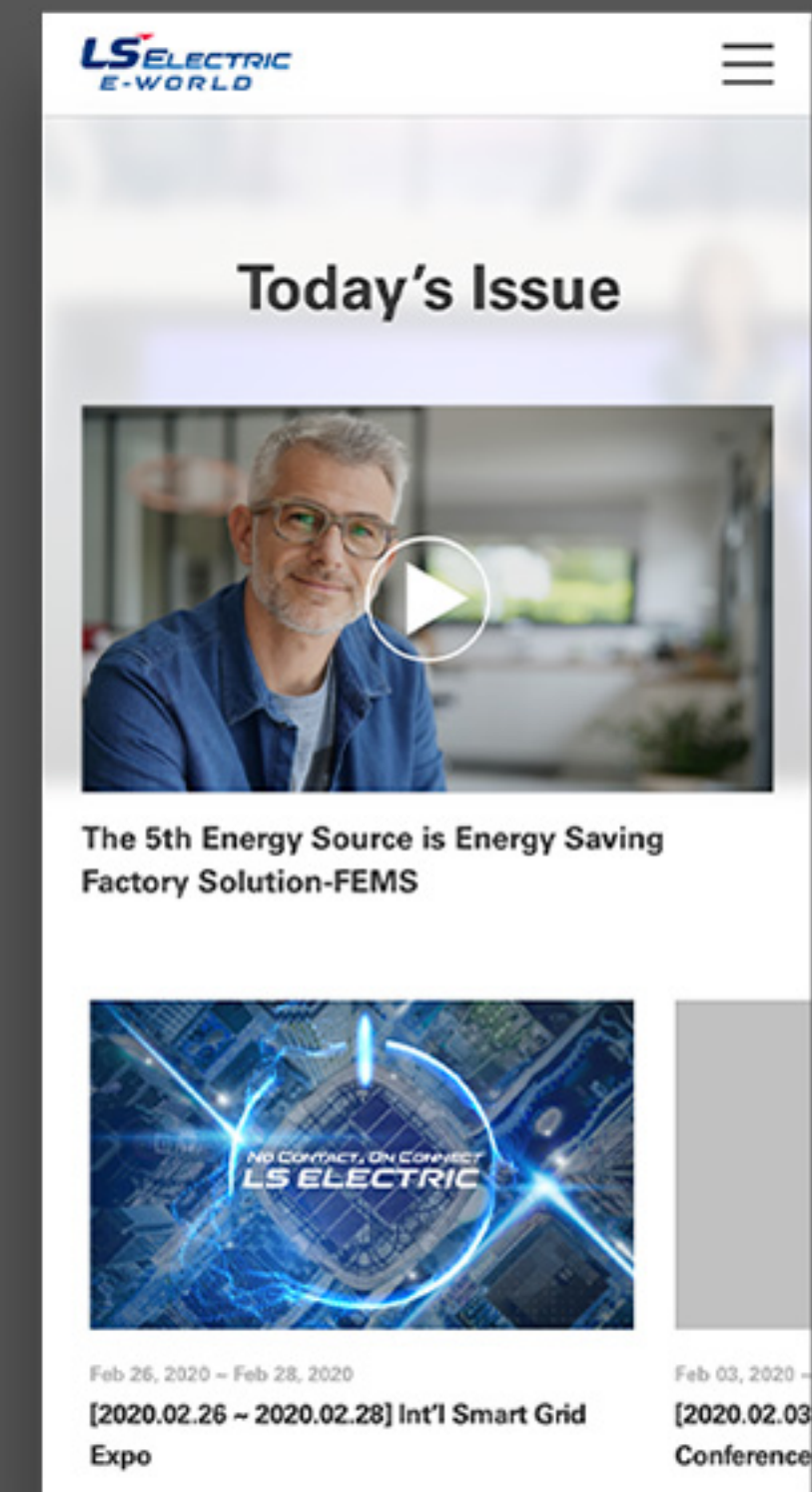
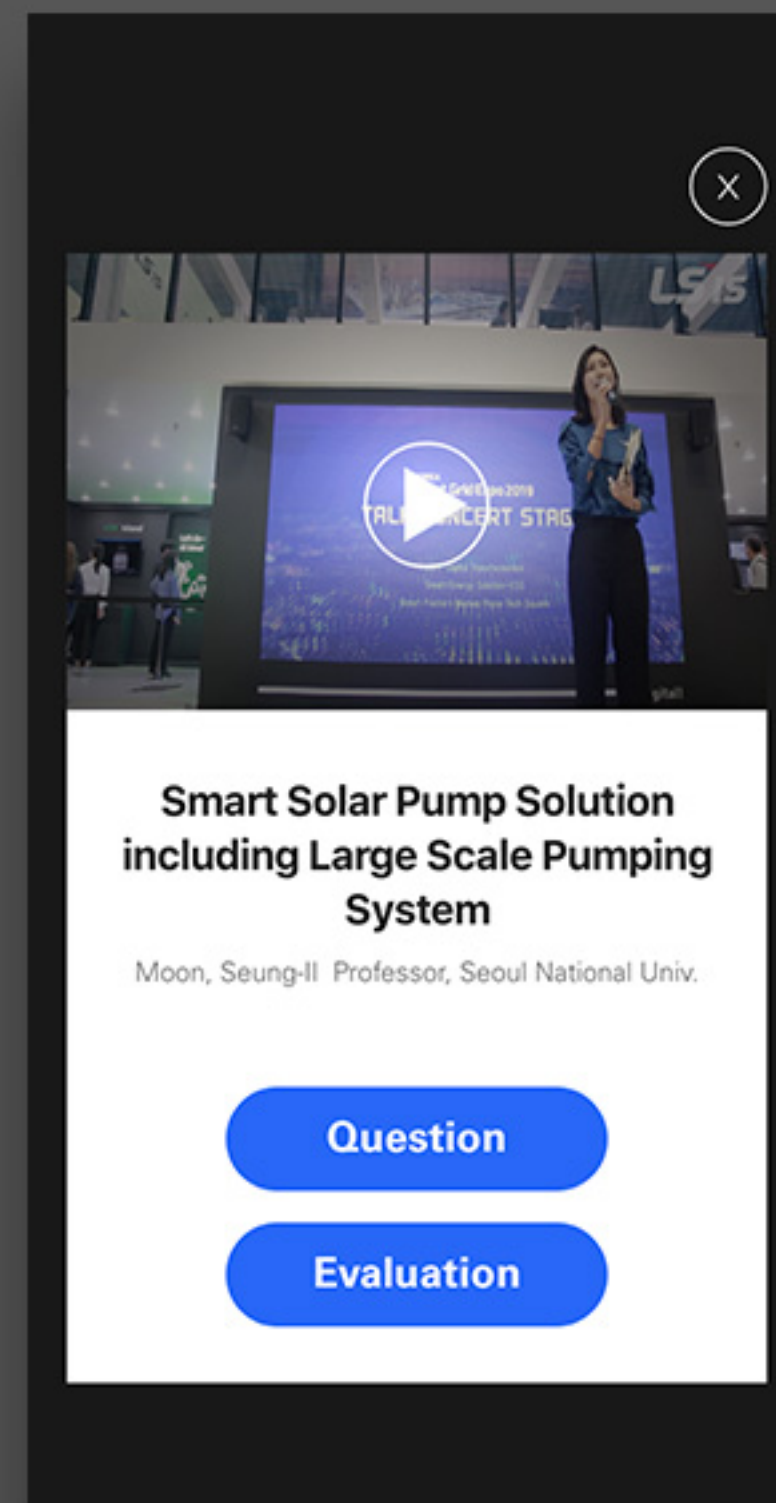
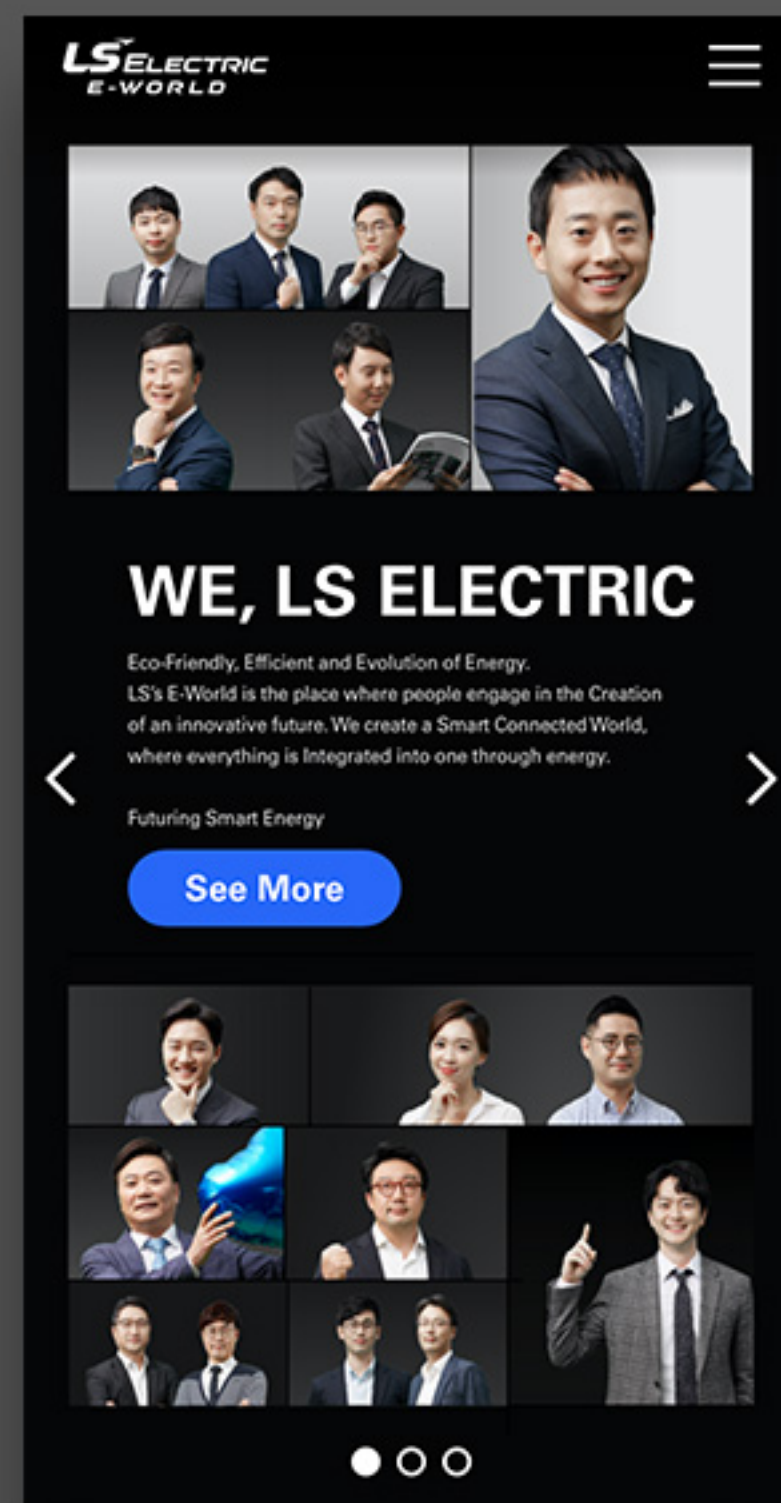
Date

2020, 2021

What we make

디자인

모빌코리아의 카카오톡 채널을 2020년 10월부터 매달 주기적으로 모빌수퍼를 중심으로한 콘텐츠를 올리고 있습니다. 채널을 통해 매달 유익한 정보와 제품정보를 보기 쉽게 올려 카카오톡 친구들에게 전해줍니다.



LS ELECTRIC

No Contact, On Connect LS ELECTRIC 디지털 컨퍼런스

Partner

TODOT

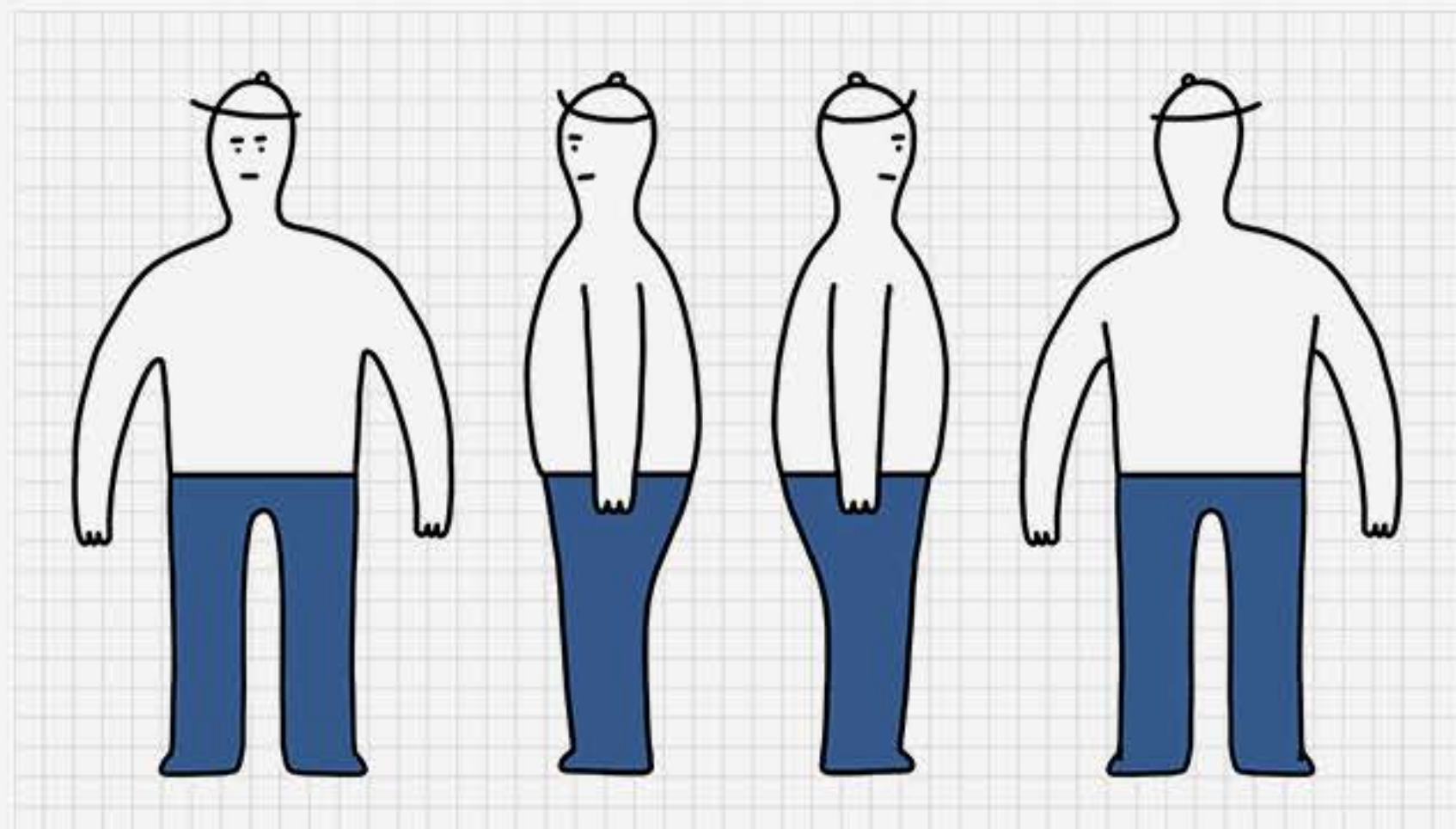
Date

2020 - 12

What we make

UX 디자인, 사이트 구축, 글로벌 런칭

LS ELECTRIC에서 해외 및 국내를 대상으로 코로나 시대에 오프라인 행사를 할 수 없어 디지털을 통해 라이브 중계 및 영상 예약 및 제품 정보를 제공합니다. 1회성이 아닌 콘텐츠를 바꾸어 지속적으로 서비스 할 수 있는 형태로 제작되었으며 사전오픈, 1차 오픈, 2차 오픈 행사를 제작하였습니다. 약 30개의 영상중 관심있는 영상을 체크하면 메일로 알림을 보내줍니다.



© 2020 Exxon Mobil Corporation. All Rights Reserved.

모빌코리아

속도광 거북이 터틀빌 가능성 채널

Partner

BBDO KOREA

Date

2020 - 12

What we make

카카오톡 이모티콘

거북이가 느리다는 편견, NO! 모빌코리아의 첫 이모티콘, 터틀빌이 태어났어요!
거북이지만 속도를 좋아해서 등껍질도 버린 터틀빌 모빌수퍼를 땀 수퍼루, 슈퍼
렌의 보호를 받으며 터틀빌의 스피드 라이프를 즐기고 있습니다.
카카오톡에서 오픈과 동시에 정해진 수량이 완판되었고 사용자의 호응도 좋았
습니다.



부산국제광고제

AD STARS 2020 ONLINE e-booth

Partner

LAH

Date

2020 - 08

What we make

UX 디자인, 사이트 구축, 글로벌 런칭

부산국제광고제는 매년 오프라인 행사로 세계에서 참가하는 광고 행사이지만, 2020년에는 코로나로 인해 온라인 e-booth로 대체되어 제작되었습니다. 상을 받은 참여작들을 전시하여 좌우로 스크롤하여 체험 할 수 있습니다.



KB생명보험

국민가능성 캠페인 가능성 채널

Partner

도그지어

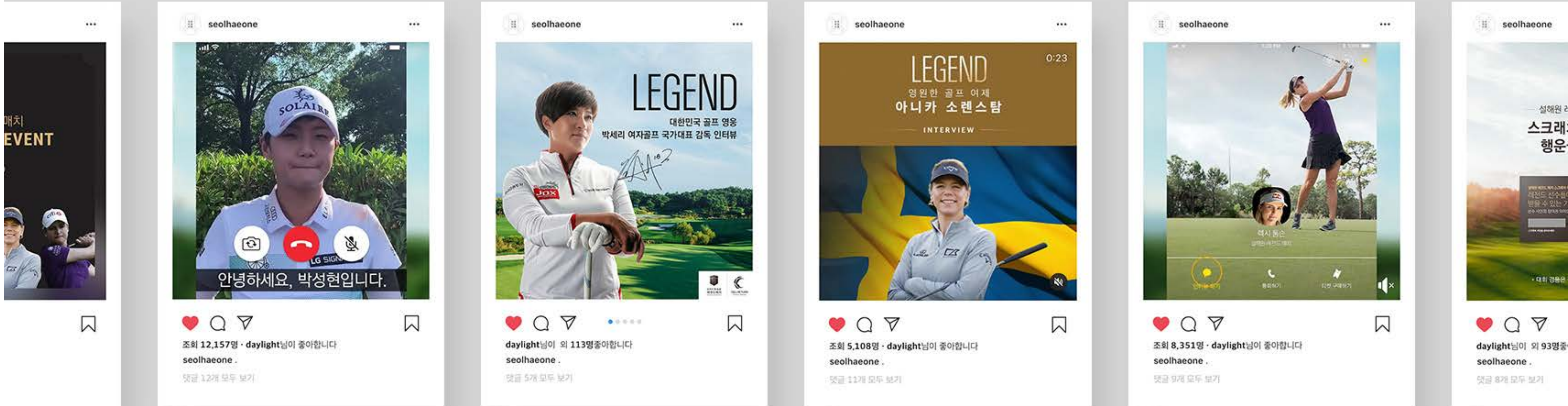
Date

2020 - 01

What we make

웹사이트 개발

KB생명보험 가능성 채널 캠페인은 사용자 사진과 2020년의 희망사항을 이미지화하여 SNS를 통한 공유를 하는데 목적이 있습니다. 참여자는 총 5가지의 테마 중 하나를 선택하여 텍스트와 함께 입력합니다.



설해원

설해원 레전드 매치 SNS 운영

Partner

세마스포츠마케팅

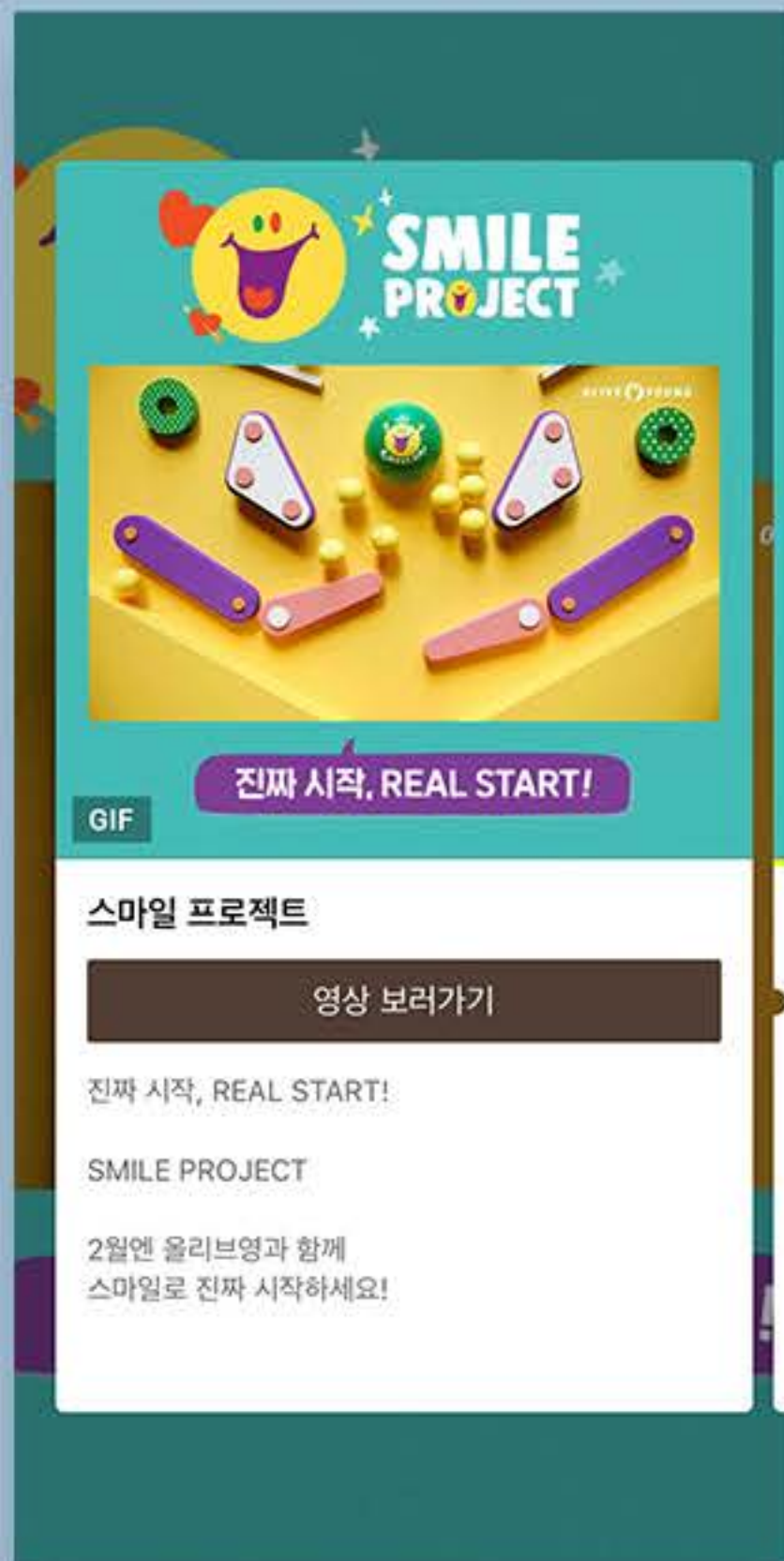
Date

2019 - 09

What we make

SNS 마케팅 운영

전설의 여자골프 아리카 소렌스탐, 박세리, 로레나 오초아, 줄리 잉스터와 빅스트 레전드인 LPGA TOP랭커 박성현, 렉시 톰슨, 이민지, 아리아 주타누간이 함께하는 설해원 레전드 매치의 대회 준비 SNS홍보 운영을 진행하였습니다. 대회 티켓 홍보, 대회 내용 알림, 선수 인터뷰, 대회 이벤트, SNS 이벤트 등을 페이스북과 인스타를 통해 홍보하였습니다. 콘텐츠는 주목도를 높이기 위해 영상 및 모션작업을 통해 진행되었고 비용대비 좋은 수치를 보여 주었습니다.



올리브영

카카오톡 친구 AD 콘텐츠

Partner

디블렌트

Date

2019 - 03

What we make

디자인

카카오톡 친구 AD 콘텐츠는 한달에 3번 업데이트 되었으며, 각 새로운 주제에 맞춰 제작된 디자인을 각색하여 제품, 쿠폰, 이벤트 알림, 컬처등의 내용을 담았습니다. 콘텐츠가 반복되는 느낌이 들지 않도록 레이아웃에서 작지만 업데이트 시 지속적인 변화를 주려고 하였고 할인되는 제품에 대해 다양한 제품군을 작은 화면구성에서 가독성을 살리고자 하였습니다. 또한 카카오톡 친구 AD에 맞춰 카카오톡 커버, 페이스북 커버, 유튜브 커버를 업데이트 진행하였습니다.



아모레퍼시픽

라네즈 크림스킨 & 홀리데이컬렉션 SNS 콘텐츠

Partner

BBDO KOREA

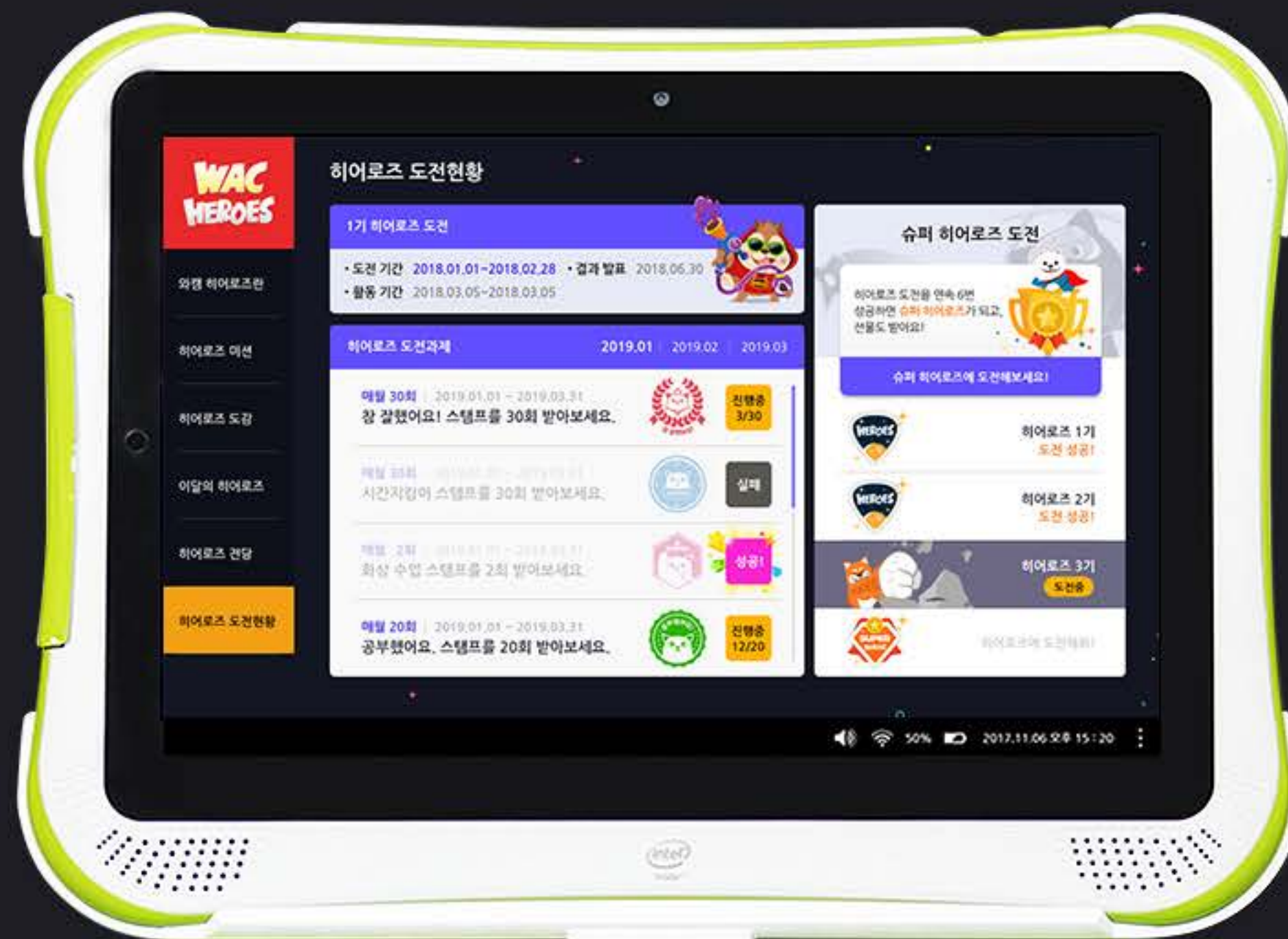
Date

2019 - 03

What we make

SNS 콘텐츠

라네즈 홈페이지에서 진행된 이벤트 중 신규 런칭된 '라네즈 크림 스킨' 과 연말을 맞아 한정판 컬렉션 패키지로 출시된 '마이 네온 사인' 의 SNS 콘텐츠를 제작 하였습니다. 화장품 브랜드는 모델을 최대한 활용하여 브랜드 이미지를 소비자 에게 인지시키고 있어서, 이번 SNS 콘텐츠 에서도 모델의 이미지를 적극 사용하여 브랜드를 명료하게 인지할 수 있도록 하였습니다.



비상교육

와이즈캠프 WAC HEROES

Partner

나

Date

2019 - 02

What we make

디자인, html

초등학생 대상으로, 태블릿을 통한 스마트 학습지를 제공 하는 와이즈캠프는 기존 와이즈캠프와 차별화 된 프리미엄 회원을 위한 콘텐츠, 타겟 사용자인 초등학생 눈높이에 맞춰서, 블랙톤의 우주를 배경으로 히어로즈의 행성이 나오고 스타터 페이지는 게임 오픈 페이지처럼 제작하여 주목도를 높이고 관심을 이끌어 내었습니다. 그리고 다양한 성격이 느껴지는 19개의 히어로즈 캐릭터와 캐릭터 특징별 움직임을 통해 시각적 즐거움을 제공, 재미와 학습의 밸런스를 이루고자 하였습니다.



올리브영

2018 올리브영 HEALTH & BEAUTY AWARDS

Partner

디블렌트

Date

2019 - 02

What we make

디자인

2018년 올해의 올리브영 HEALTH & BEAUTY의 페이스북, 카카오톡 친구 AD, AD Banner를 제작하였습니다. 올리브영 HEALTH & BEAUTY는 총 20개부문에서 수상된 1,2,3등의 제품을 소개하는 콘텐츠로 페이스북에서는 10개의 제품군이 제작되었고 그 외 카카오톡 커버, 페이스북 커버, 유튜브 커버가 진행되었습니다. 또한 같은 톤앤매너로 다양한 AD Banner가 제작되었습니다.



한화생명

한화생명 e-스포츠단 창단, HLE 공식 웹사이트

Partner

Hancomm

Date

2019 - 01

What we make

사이트 구축, 글로벌, CMS

한화생명은 한화생명의 e-스포츠단 HLE 신규사이트를 구축하여, 소속 선수와 게임 스케줄 등의 정보를 알려주고 스포츠단 홍보를 목적으로 하는 웹사이트를 만들고자 하였습니다. 그래서 주된 타겟 사용자인 팬들이, 관심 있어할 만한 선수 정보와 스케줄 관련 콘텐츠 중심으로 홈페이지를 기획하였습니다. 홈페이지 진입시, 스포츠단의 매치 스케줄이 상단에 노출되고 슬라이딩 되며 클로즈 됨으로써 시각적으로 정보를 인지할 수 있도록 유도 하였으며, 선수의 이미지를 적극 차용하였습니다.

한국관광공사

2018 Korea Tourism #LoveforDMZ 캠페인

Partner

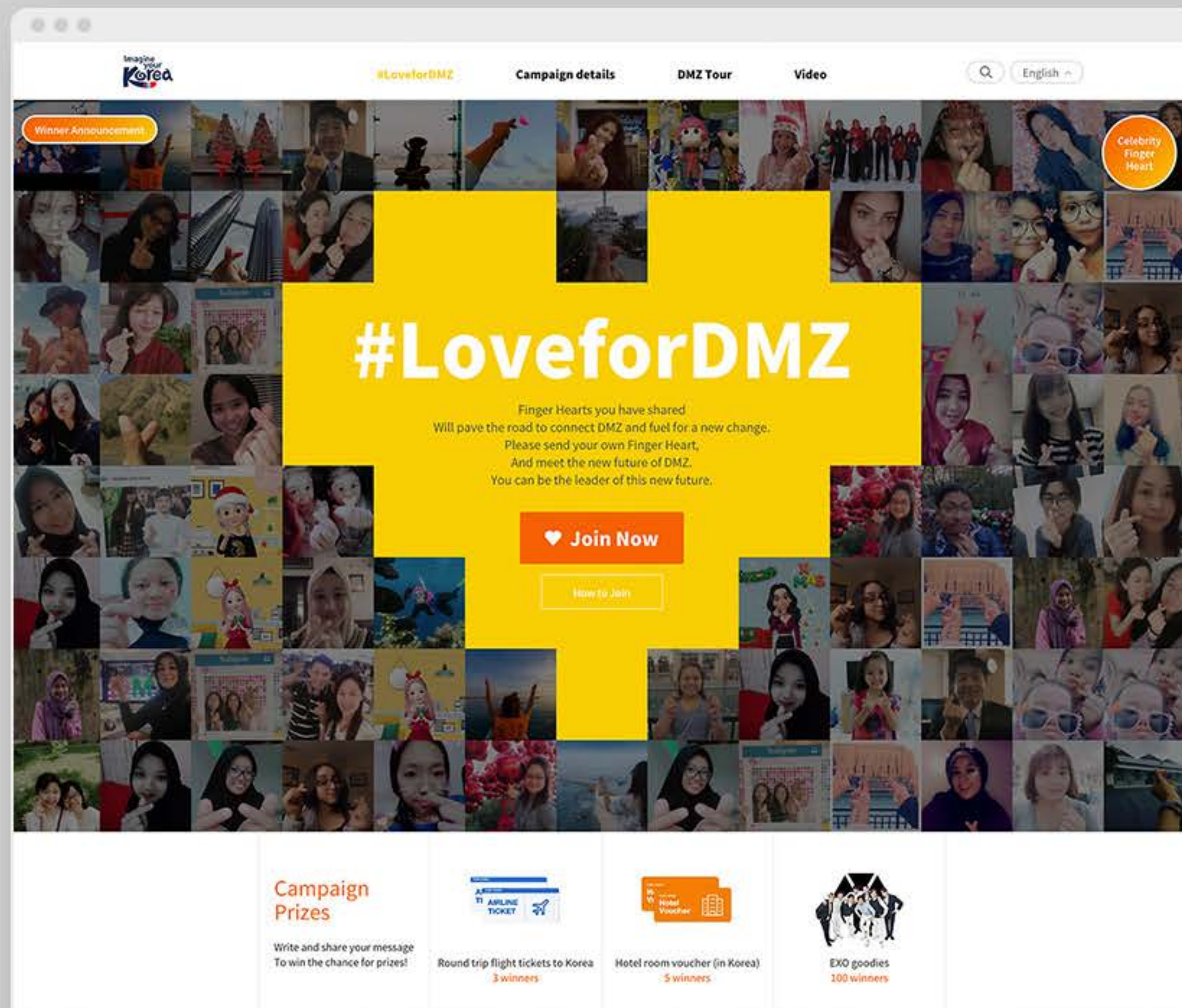
프레인글로벌

Date

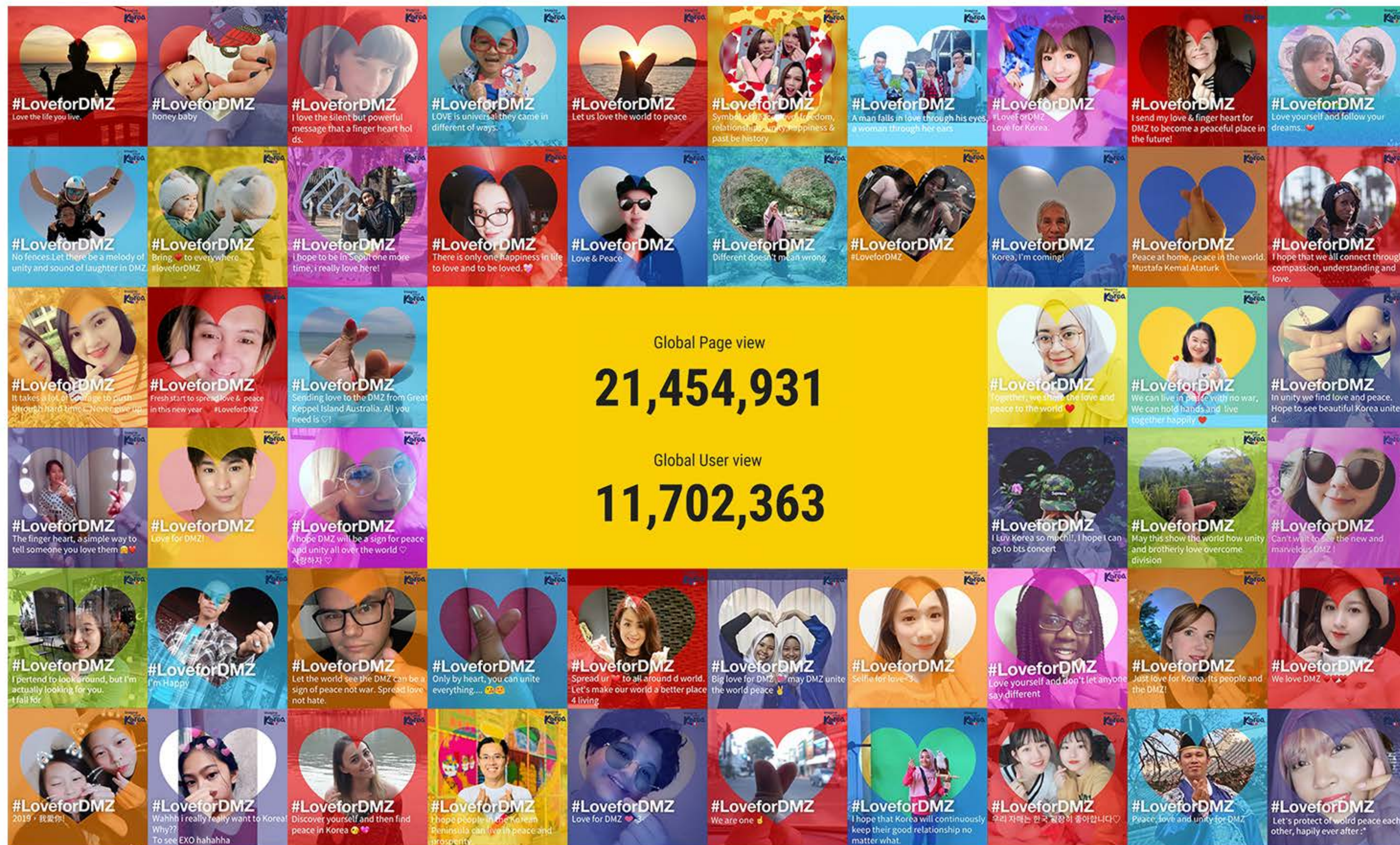
2018 - 12

What we make

캠페인 사이트, 배너, 글로벌 런칭



한국 관광 공사는 비무장지대였던 DMZ를 남북이 대치하는 국면이 아닌 한반도의 평화 분위기를 반영하여 평화의 장소로 해외 여행객들에게 관광지로 자리 매김할 수 있는 캠페인을 하고자 하였습니다. 이 캠페인의 메시지는 '평화와 사랑'이라 정의하고, DMZ 관광을 염원하는 마음을 담은 손가락하트(Finger Heart) 포즈와 함께 사진을 찍어서 인스타그램과 페이스북에 해시태그를 작성하여 공유, 확산하는 캠페인을 설계하였습니다.





아모레퍼시픽

설화수 자음생 에센스 런칭기념, 디지털 런칭파티

Partner

BBDO KOREA

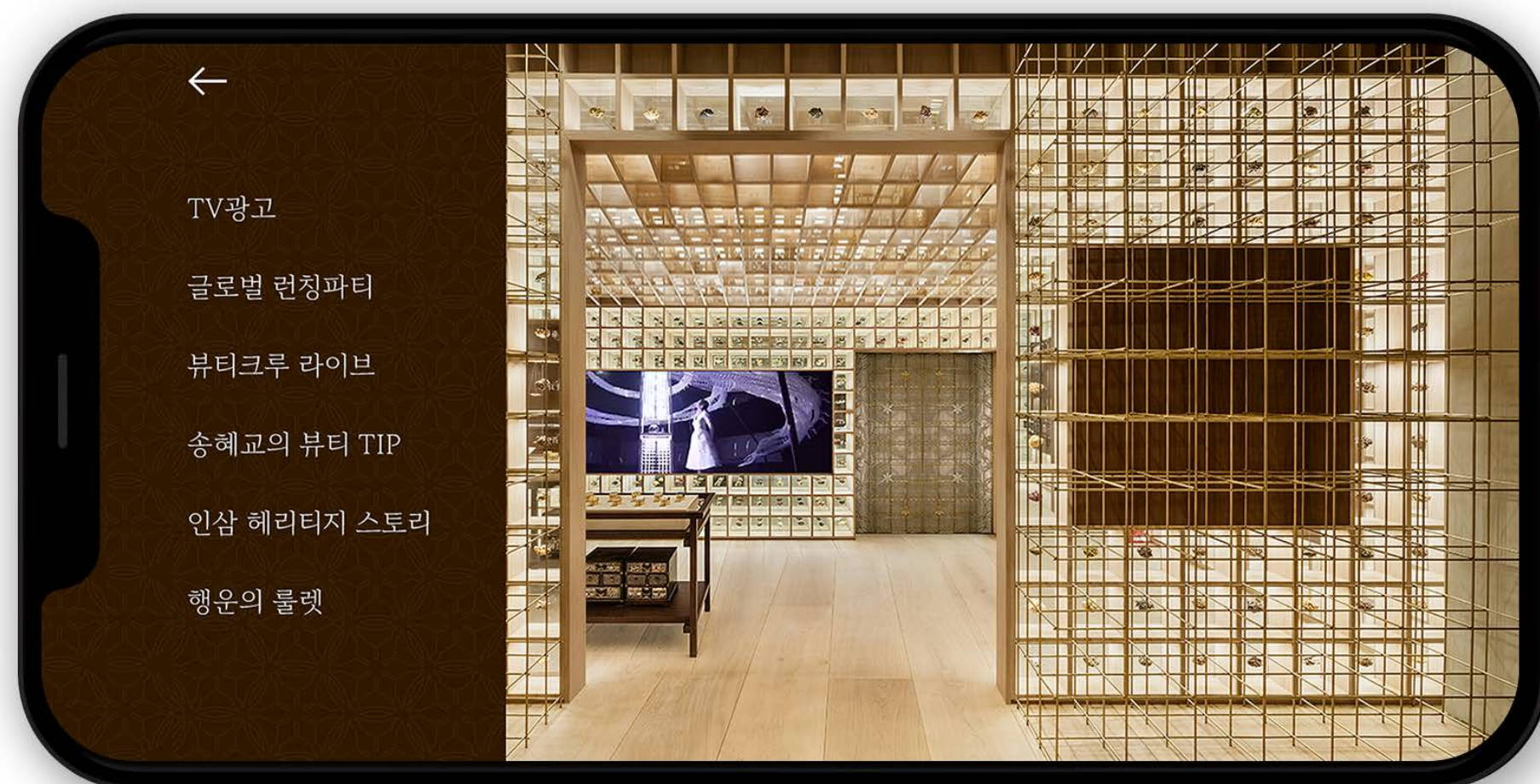
Date

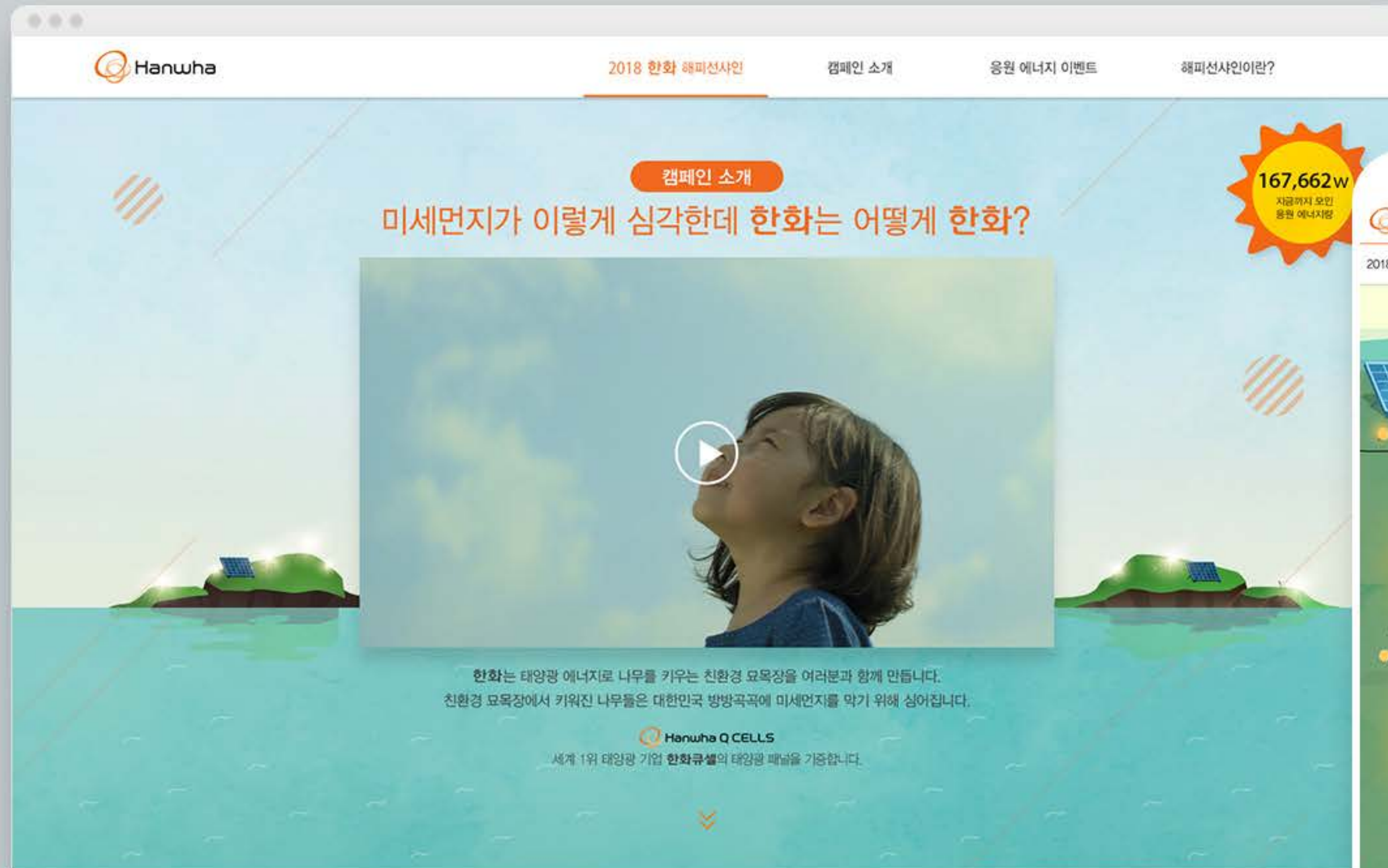
2018 - 08

What we make

이벤트 사이트, 배너, SNS 콘텐츠, 샘플 쿠폰, 즉석 당첨

아모레퍼시픽은 자음생 에센스 출시를 앞두고 설화수 플래그십 스토어에 누구나 쉽게 방문하여 자음생 에센스를 소개시키고자 하였습니다. 이에 따라 실제 도산공원에 있는 설화수 플래그십 스토어를 입체감과 공간감이 느껴지는 재현하여 디지털 런칭파티를 제작 하였습니다. 파티의 흐름은 파티에 입장한 소비자들이 고급스러운 플래그십 스토어 외관에서부터 안으로 들어가, 송혜교 영상으로 오프닝을 시작해서 3개의 공간을 이동하며 TV광고, 인플루언서들의 뷰티 셀럽, 라이브 뷰티 방송, 자음생 에센스의 역사 등 다양한 자음생의 콘텐츠를 체험하고 마지막으로 룰렛 게임 이벤트로 즐거운 파티를 엔딩하도록 구성하였습니다.





한화큐셀

2018 한화 해피션사인 응원메시지를 모아주세요!

Partner

Hancomm

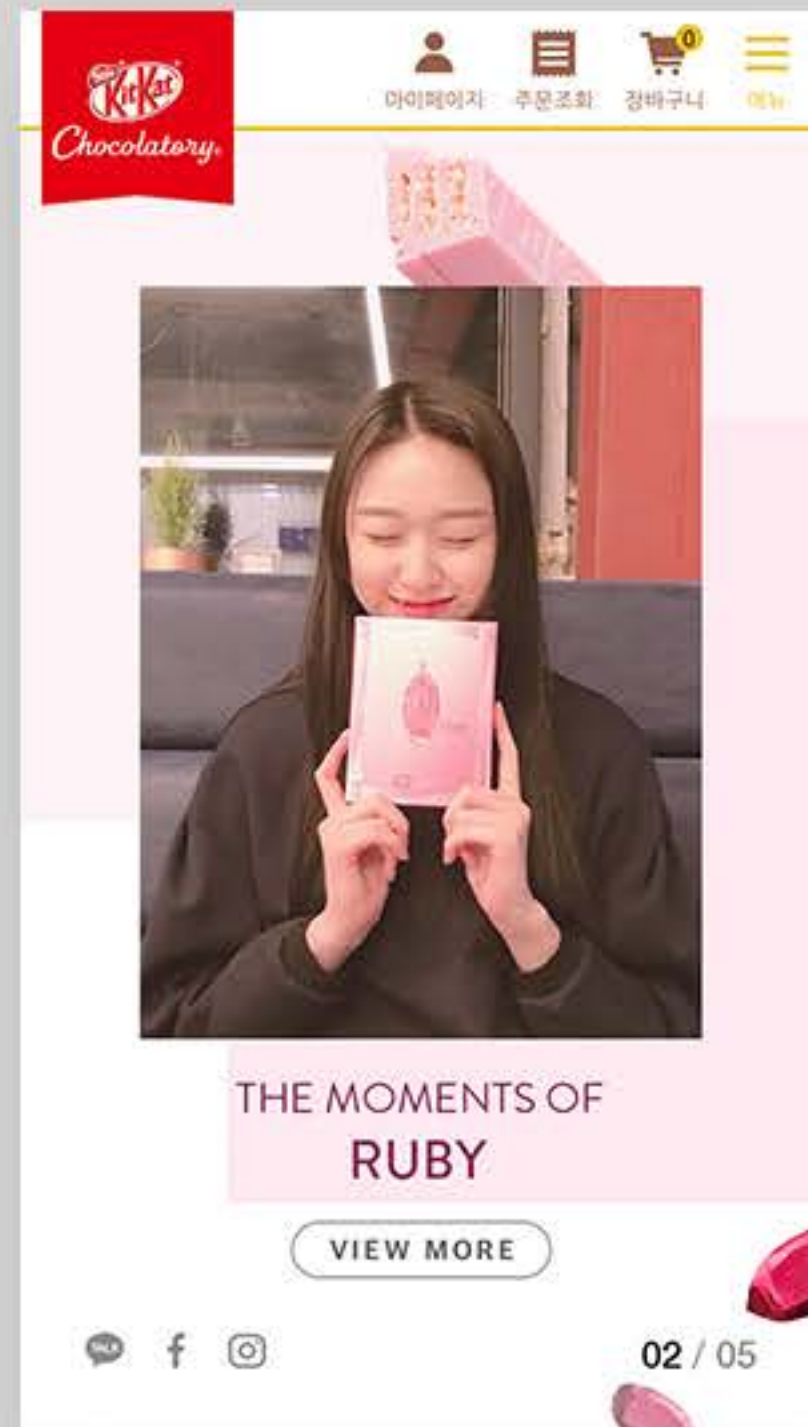
Date

2018 - 07

What we make

이벤트 사이트, 배너

미세먼지가 가득한 요즘 한화의 매년 진행되는 2018년 해피션사인 캠페인은 태양의 숲을 위한 응원메시지를 남기고 응원에너지를 통해 목표를 달성할 시, 태양광패널을 경기도 이천의 묘목장에 기증하게 됩니다. 이벤트 참가자가 응원메시지를 남기면 하나당 응원에너지 3Wh, 이벤트 홈페이지를 개인 SNS에 공유할 시 2Wh를 적립, 응원에너지 1만 5000Wh가 적립되면 경기도 이천에 있는 묘목장에 1만 5000Wh의 태양광패널을 기증하게 되는데 많은 참여자들이 167,662Wh라는 에너지가 모이면서 초과달성하여 매체비용을 많이 쓰지 않고 효과적인 캠페인이었습니다.



네슬레

킷캣 쇼콜라토리 SUBLINE Ruby 출시, 디지털 룩북

Partner

Welcomm

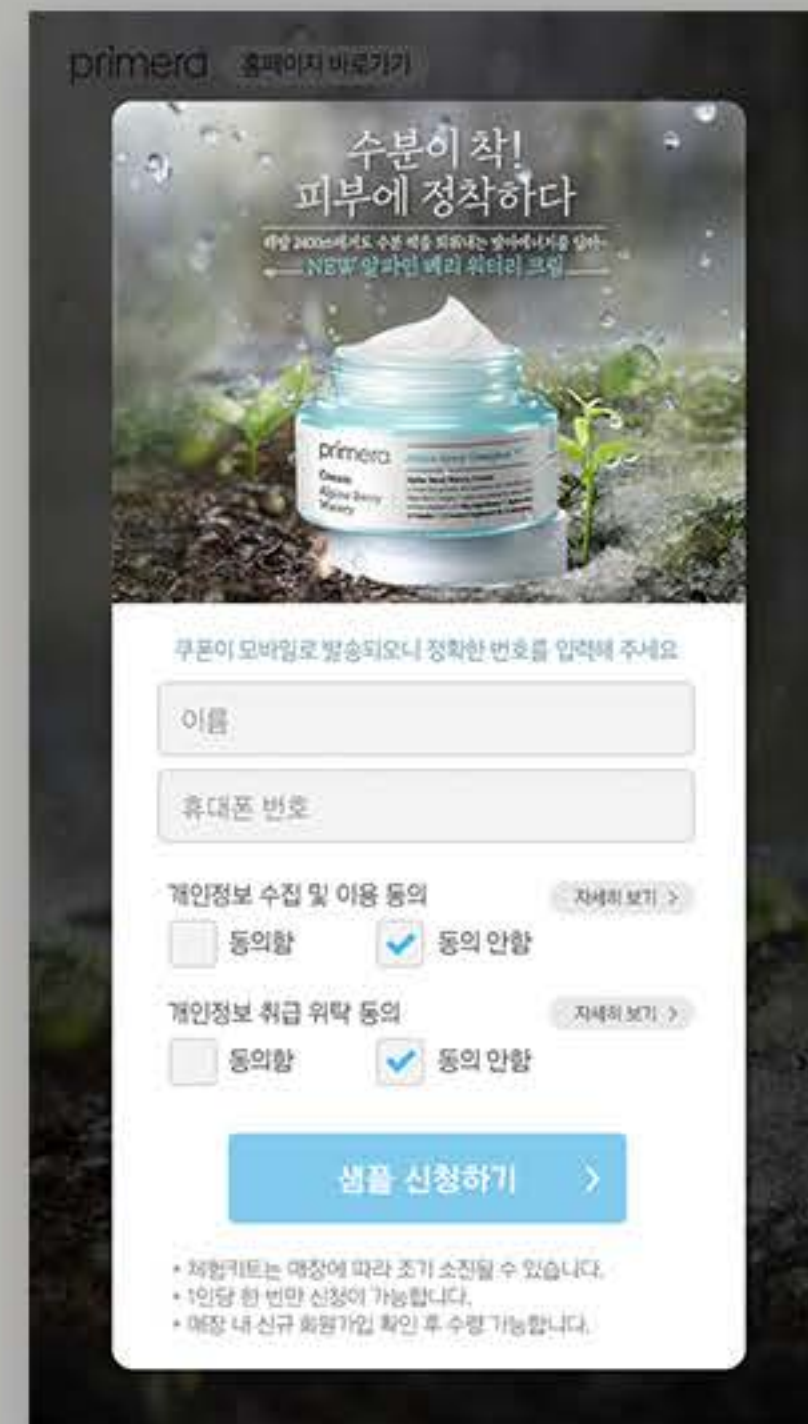
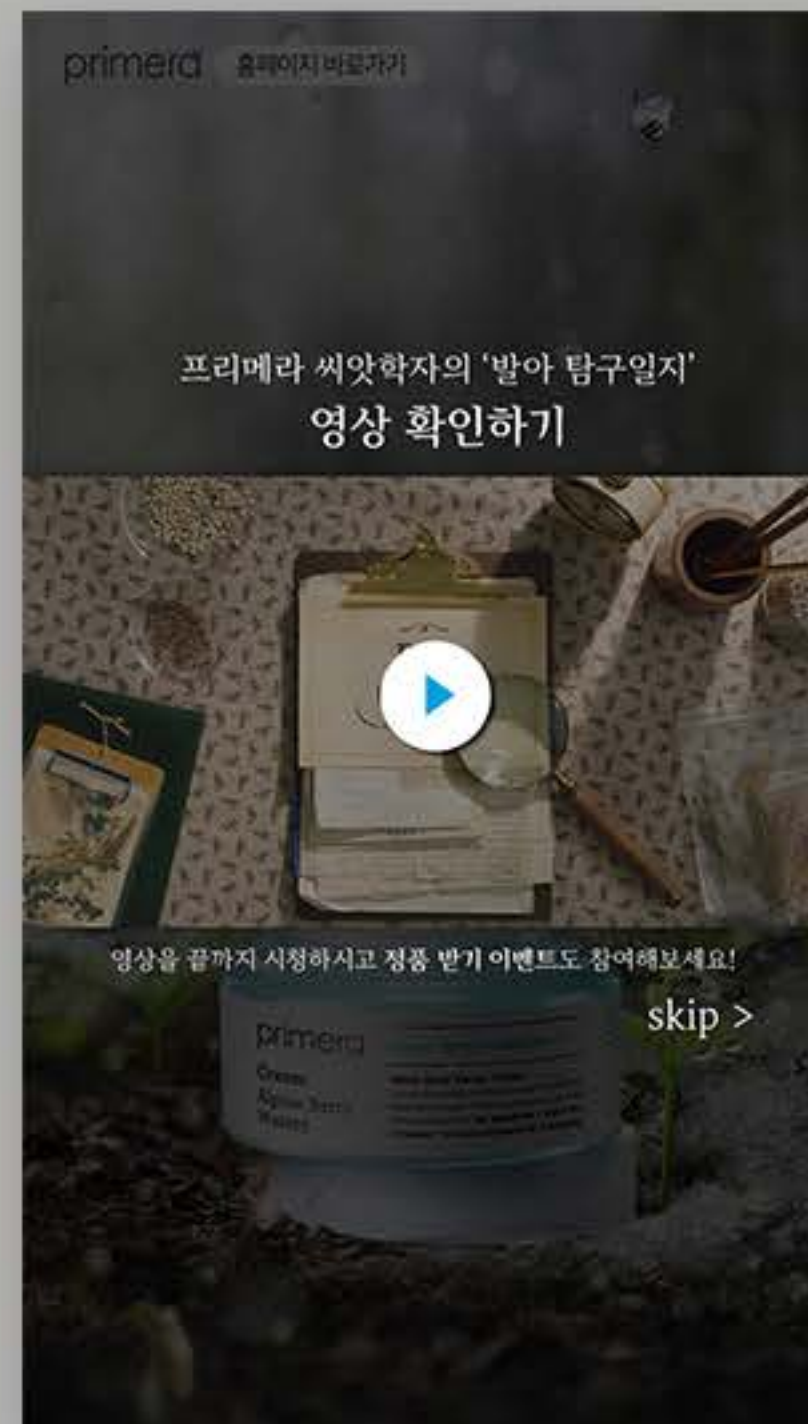
Date

2018 - 02

What we make

이벤트 사이트, 배너

킷캣 쇼콜라토리 사이트내에 한정 상품 또는 시즌마다 출시되는 초콜릿들이 다양하기에 이런 초콜릿들을 보여줄 수 있는 LOOK BOOK PLATFORM을 갖추기를 원했고, 그래서 기본적인 틀인 메인 표지와 4개의 챕터, 챕터별 상세페이지 그리고 이동시 움직임을 정의하고 구체적인 기획을 진행하였습니다. 기획시, 기존 초콜릿에서 볼 수 없는 천연 핑크 빛깔 수블림 루비가 부각되어 바이럴되고 있는 인스타 이미지를 선정하여 활용할 수 있는 챕터 상세페이지에 중점을 두었습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 알파인베리 수분이 착! 피부에 정착하다

Partner

BBDO KOREA

Date

2018 - 02

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰

씨앗학자의 아플리에 맵에서 알파인베리 씨앗을 찾고 씨앗의 추출물을 이용하여 알파인 베리 워터리 크림을 만드는 이벤트로 제작되었습니다. 참여자가 이벤트 페이지에 진입하여 상,하,좌,우를 활용하여 넓은 맵에서 알파인 베리 씨앗을 찾으면 미션이 종료되고 샘플 쿠폰으로 연결됩니다. 전체적인 화면구성이 끊어짐 없이 카메라가 이동하듯이 구현하였습니다.



코카콜라

2018 평창올림픽, 코카콜라 자이언트 밴딩머신

Partner

McCANN

Date

2018 - 01

What we make

홍보영상, 사이니지 영상, SNS 콘텐츠

평창 동계 올림픽을 앞두고 공식후원사인 코카콜라는 홍대 자이언트 자판기 팝업스토어(GVM)의 전면에 들어가는 사이니지 영상을 제작하고자 하였습니다. 영상의 주된 목적은, 홍대 자이언트 자판기 팝업스토어를 홍보 하는 것이며, 자이언트 밴딩 머신이 굉장히 크게 느껴지도록, 폴라 베어를 통해 즐거움이 잘 표현 되도록, 평창 동계 올림픽과 코카콜라가 잘 어울리도록 제작되었습니다.



네슬레

킷캣 쇼콜라토리 런칭쇼, 기프트 이벤트

Partner

Welcomm

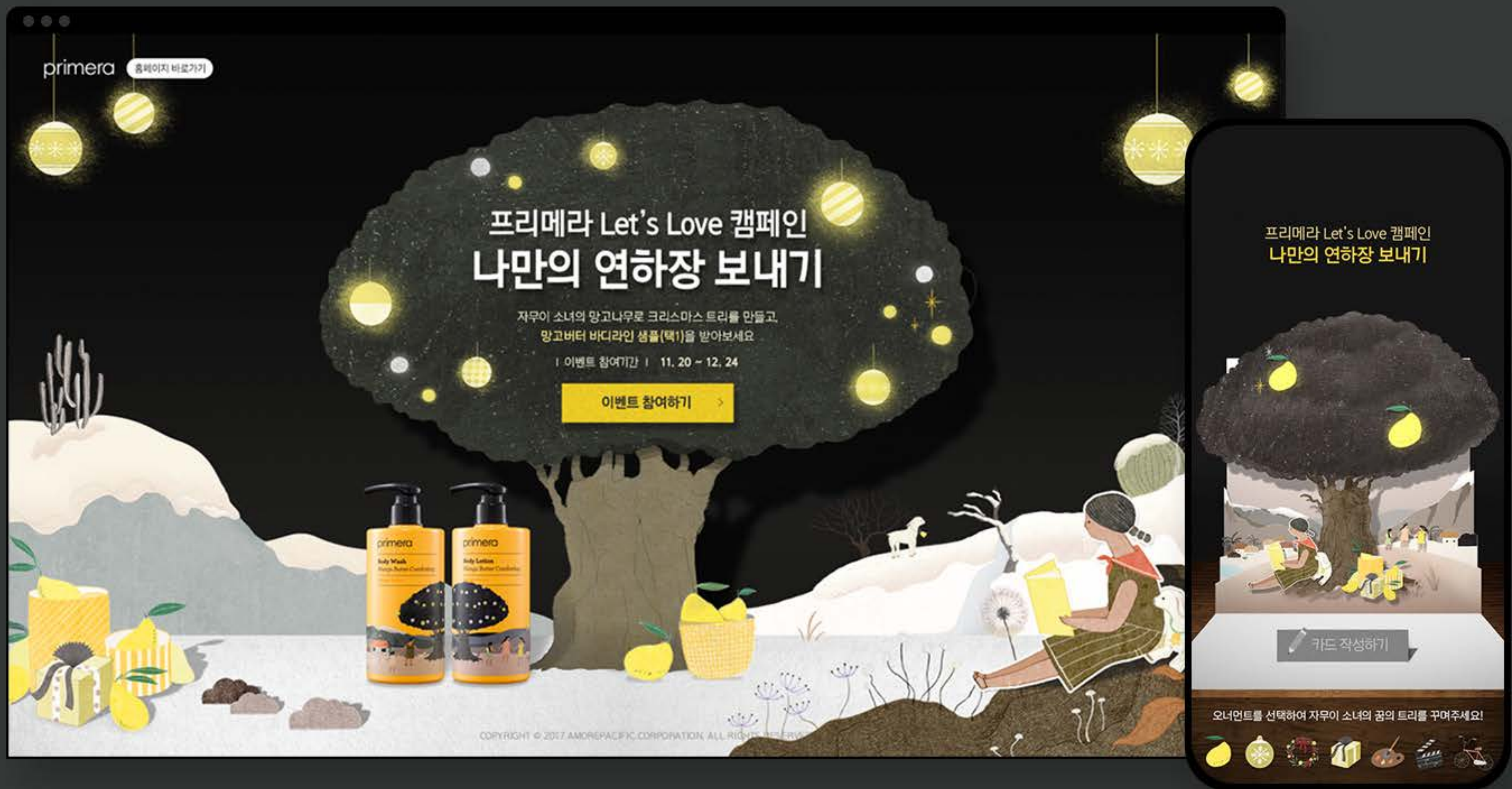
Date

2017 - 12

What we make

이벤트 사이트, 배너

킷캣 쇼콜라토리가 국내에 롯데백화점에 런칭하면서 런칭쇼를 진행하였고, 웹 페이지를 통해서 런칭쇼 라이브와 구매고객을 대상으로한 이벤트 안내를 하였습니다. 라이브쇼는 유튜브를 통한 라이브를 웹페이지에서 사용하였고 1차 2차를 통한 업데이트를 진행하였습니다. 킷캣 쇼콜라토리의 고급화 전략에 맞춰 브랜드 컬러 레드, 골드, 패턴등을 사용해 기존 킷캣브랜드와 차별화 하였습니다. 런칭과 함께 킷캣 쇼콜라토리 공식 웹페이지의 서브이미지, 이벤트 상세이미지, 배너작업들을 진행하였고, 페이스북과 인스타그램 이미지를 진행하였습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 Let's Love 나만의 연하장 보내기

Partner

BBDO KOREA

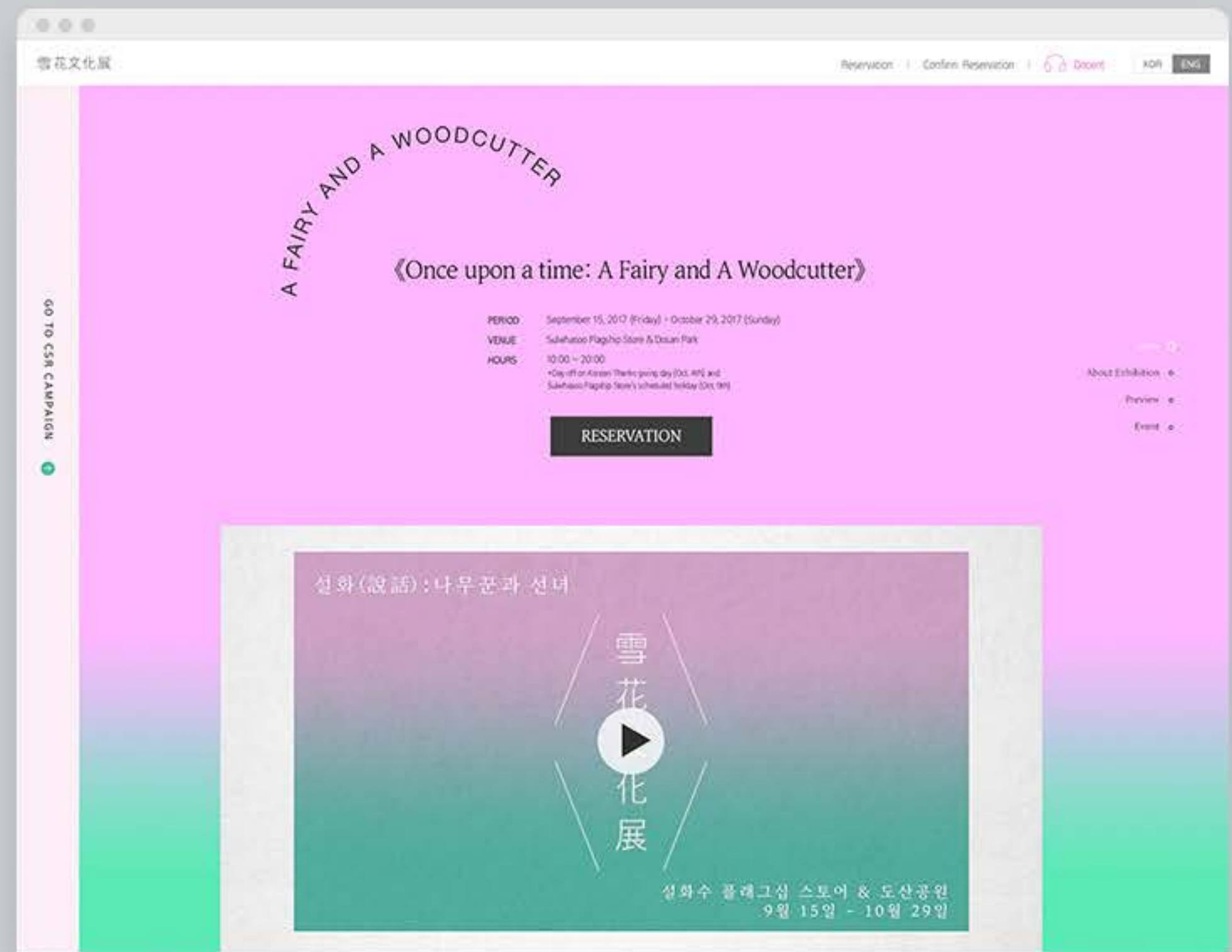
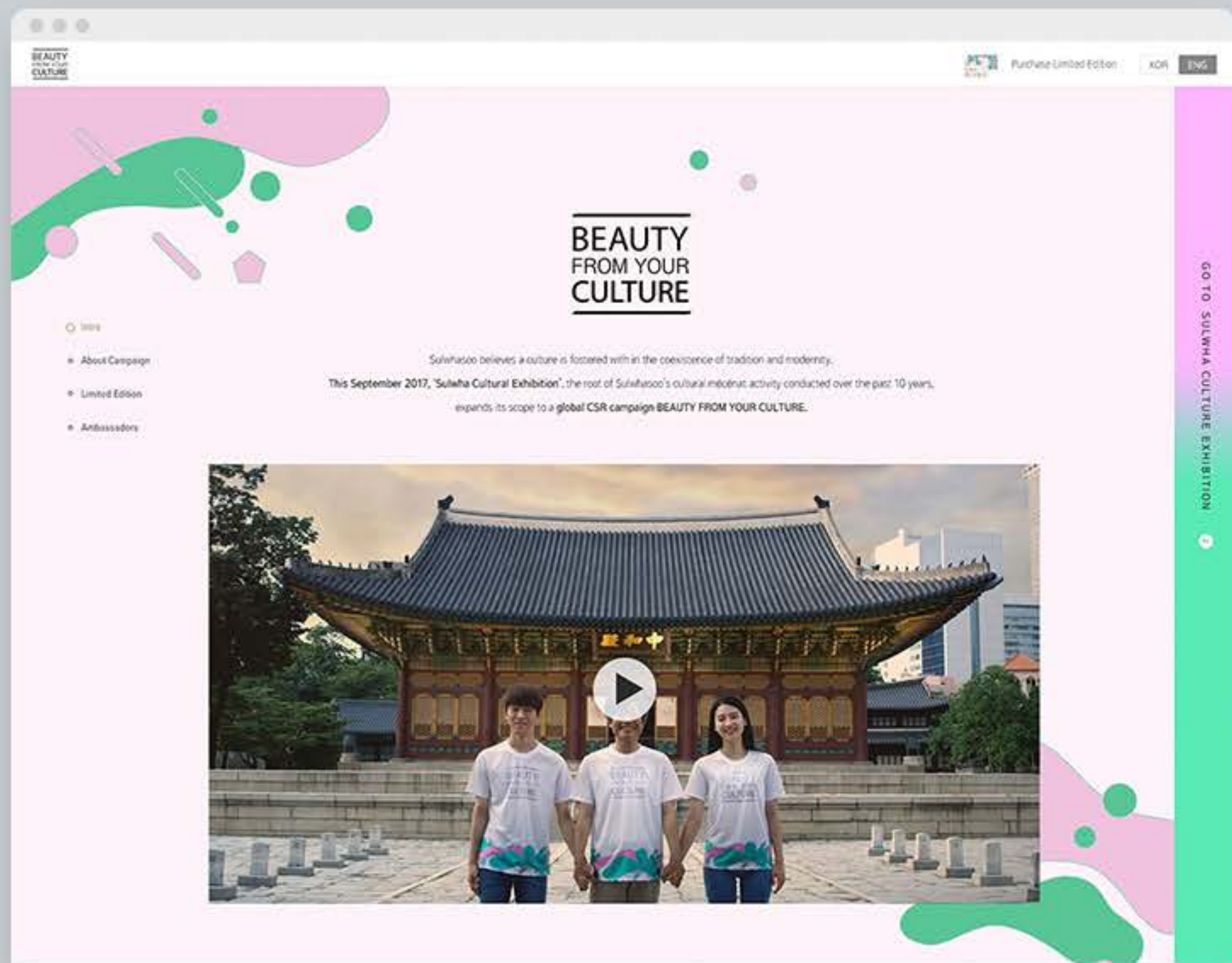
Date

2017 - 11

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플쿠폰

프리메라 Let's Love의 다섯번째 이야기' 프리메라 Let's Love는 인도 자무이에 망고 묘목을 기부해 자무이 소녀들이 꿈과 희망을 키워나갈 수 있도록 도와주는 캠페인입니다. 올해는 원하는 소품을 활용해 자무이 소녀의 망고나무 크리스마스트리를 꾸며 나만의 연하장을 보내고 체험키트도 받는 이벤트입니다. 그림책 작가 김승연님의 일러스트를 활용하여 자무이 마을을 나타내었고 팜업카드의 느낌을 살리기 위해 카드가 열리고 닫히는 모션을 중점을 두고 작업되었고, 받는 사람이 감성적으로 받을 수 있도록 제작되었습니다.



아모레퍼시픽

2017 설화문화전 설화(설화): 나무꾼과 선녀

Partner

BBDO KOREA

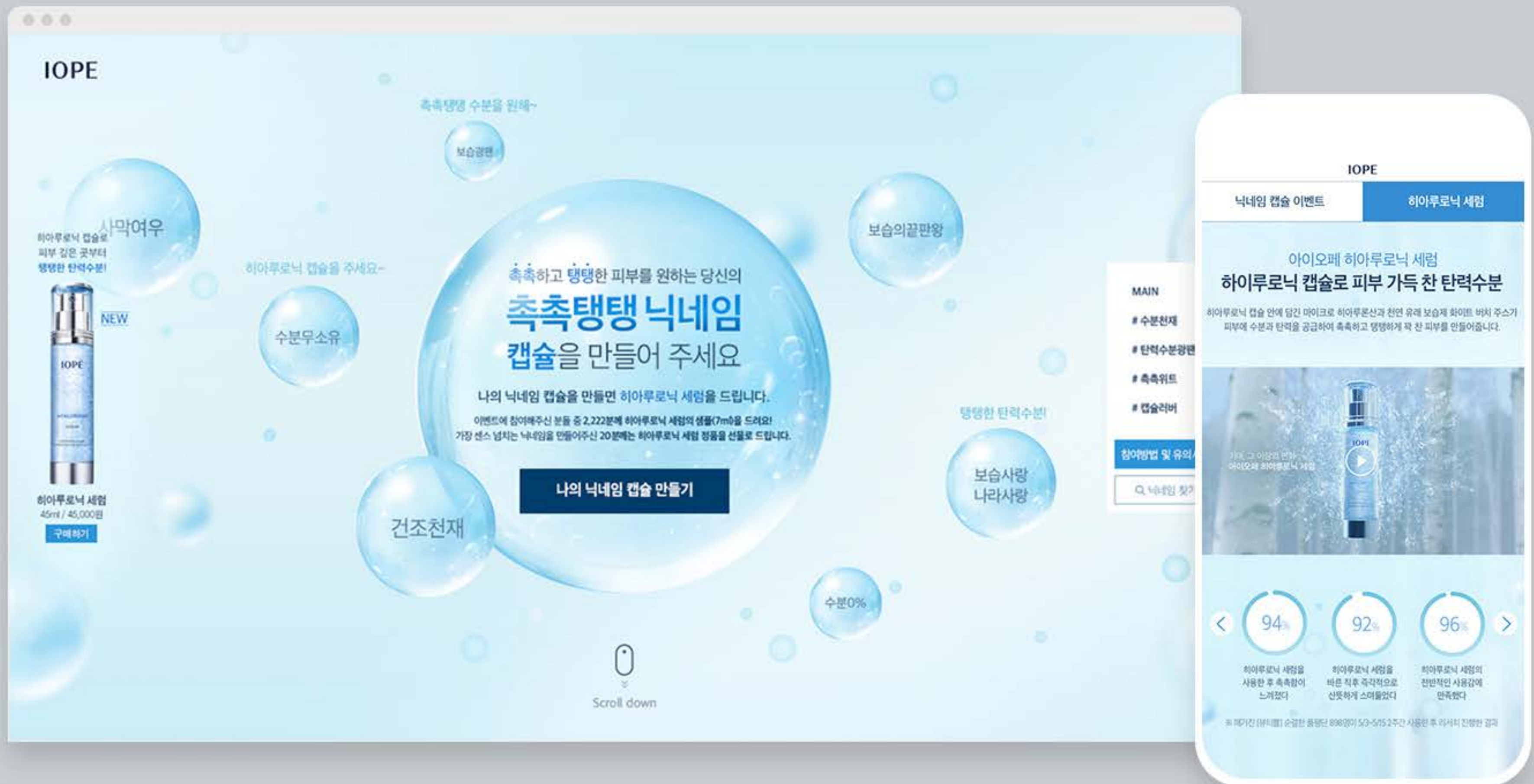
Date

2017 - 09

What we make

캠페인 사이트, 배너, 온라인 예약, 도슨트

2017년 설화문화전《설화(설화): Once upon a time - 나무꾼과 선녀》는 아시아 문화권에 속한 누구에게나 친숙한 설화인 ‘나무꾼과 선녀’ 이야기를 천상의 아름다움에 대한 갈망으로 해석되었습니다. 2017년은 한국을 비롯 중국, 싱가포르, 말레이시아 4개국에서 ‘Beauty from Your Culture’ 캠페인과 함께 홍보해야 하는 미션이 있었습니다. 2개의 사이트를 좌,우측에 이동하는 버튼을 활용하여 ‘나무꾼과 선녀’라는 주제에 맞게 2개의 사이트를 효율적으로 보여줌으로서 좋은 호응을 얻었습니다. 캠페인과 문화전 내용은 전반적으로 심플한 디자인으로 구성되었고 관람객을 위한 도슨트 기능 및 인스타그램을 연동하여 셀럽들을 보여주었습니다.



아모레퍼시픽

아이오페 하이루로닉 세럼, 촉촉탱탱 닉네임 캡슐

Partner

BBDO KOREA

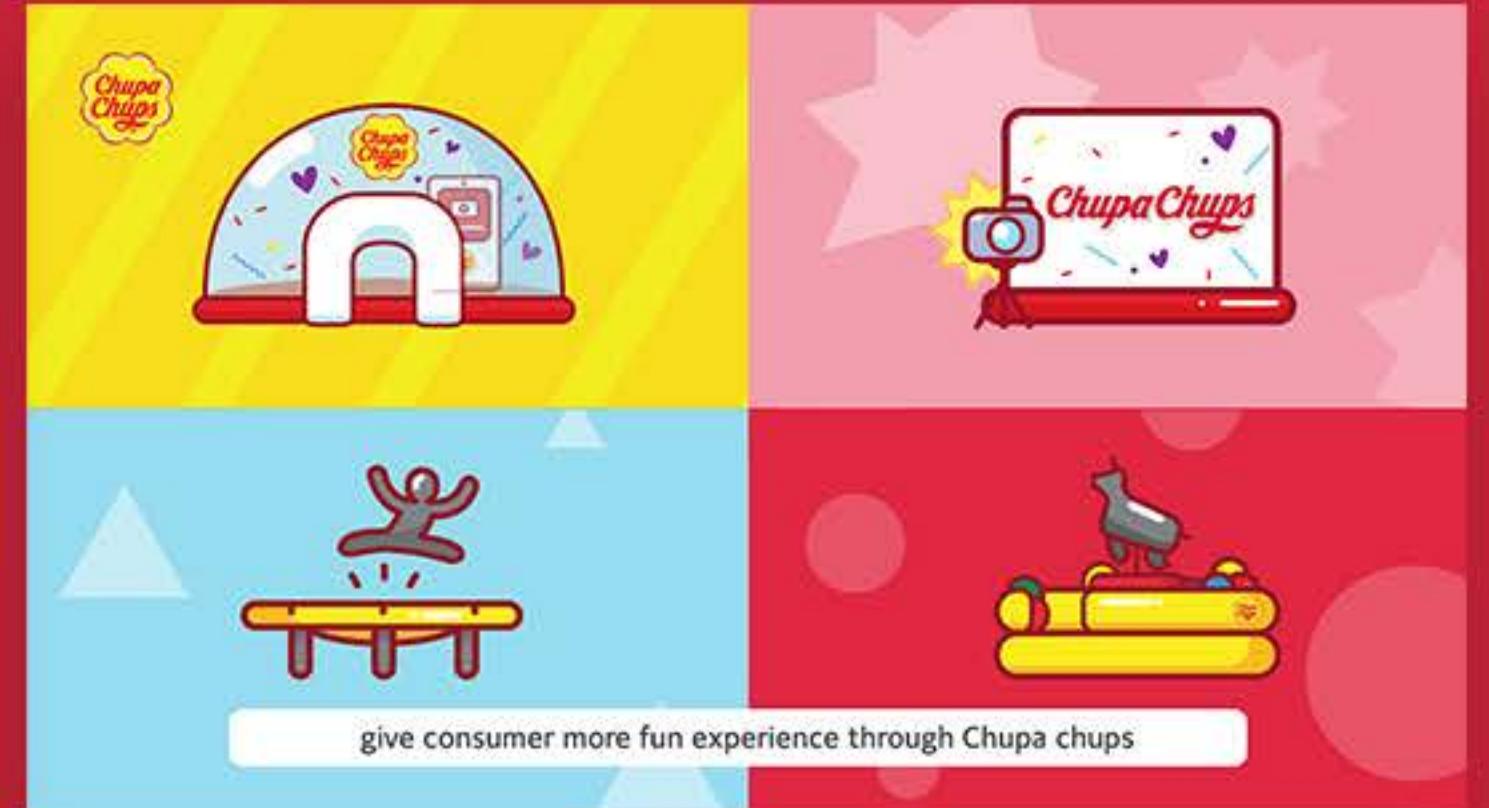
Date

2017 - 06

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰

하이루로닉 세럼의 촉촉탱탱 닉네임 캡슐 이벤트는 #건조천재, #탄력수분광팬, #촉촉위트, #캡슐러버 4개의 해시태그 주제에 맞는 자신의 닉네임 캡슐을 만들어 공유하고 사람들의 '좋아요'를 통한 공감을 받는 형태로 제작되었습니다. 상단의 버튼을 통해 이벤트와 제품정보페이지 구성의 선을 명확하게 두었고 이벤트 페이지는 캡슐들이 공간감을 느낄 수 있게 스크롤 속도 및 크기에 변화를 통해 3D느낌으로 표현하기 위해 노력하였습니다. 샘플은 2200명 규모로 즉석당첨으로 진행되었고 1일 1회 제한되었습니다.



츄파춥스

화이트데이, 오늘 나랑 놀자 간식출품용 영상

Partner

McCANN

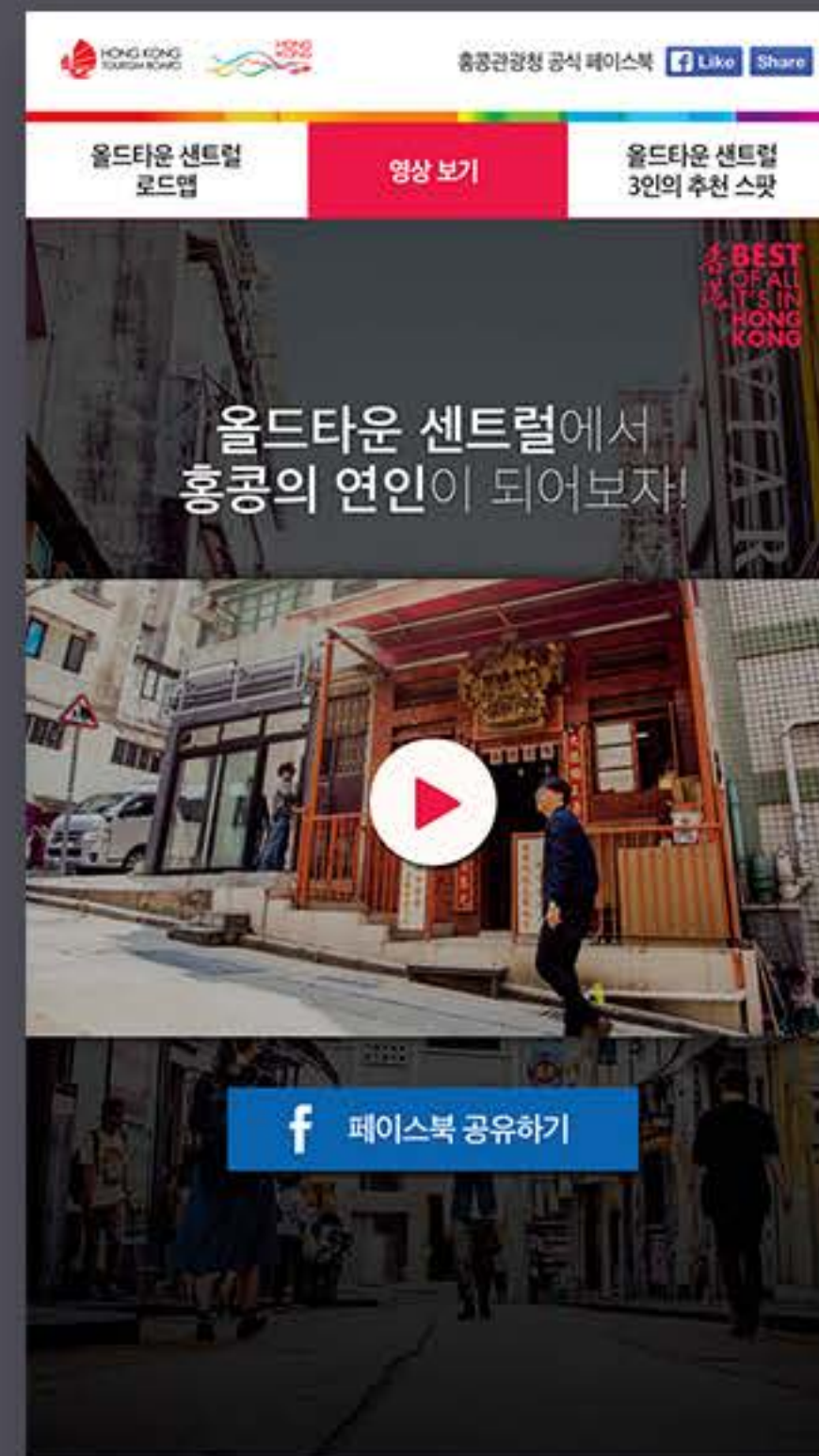
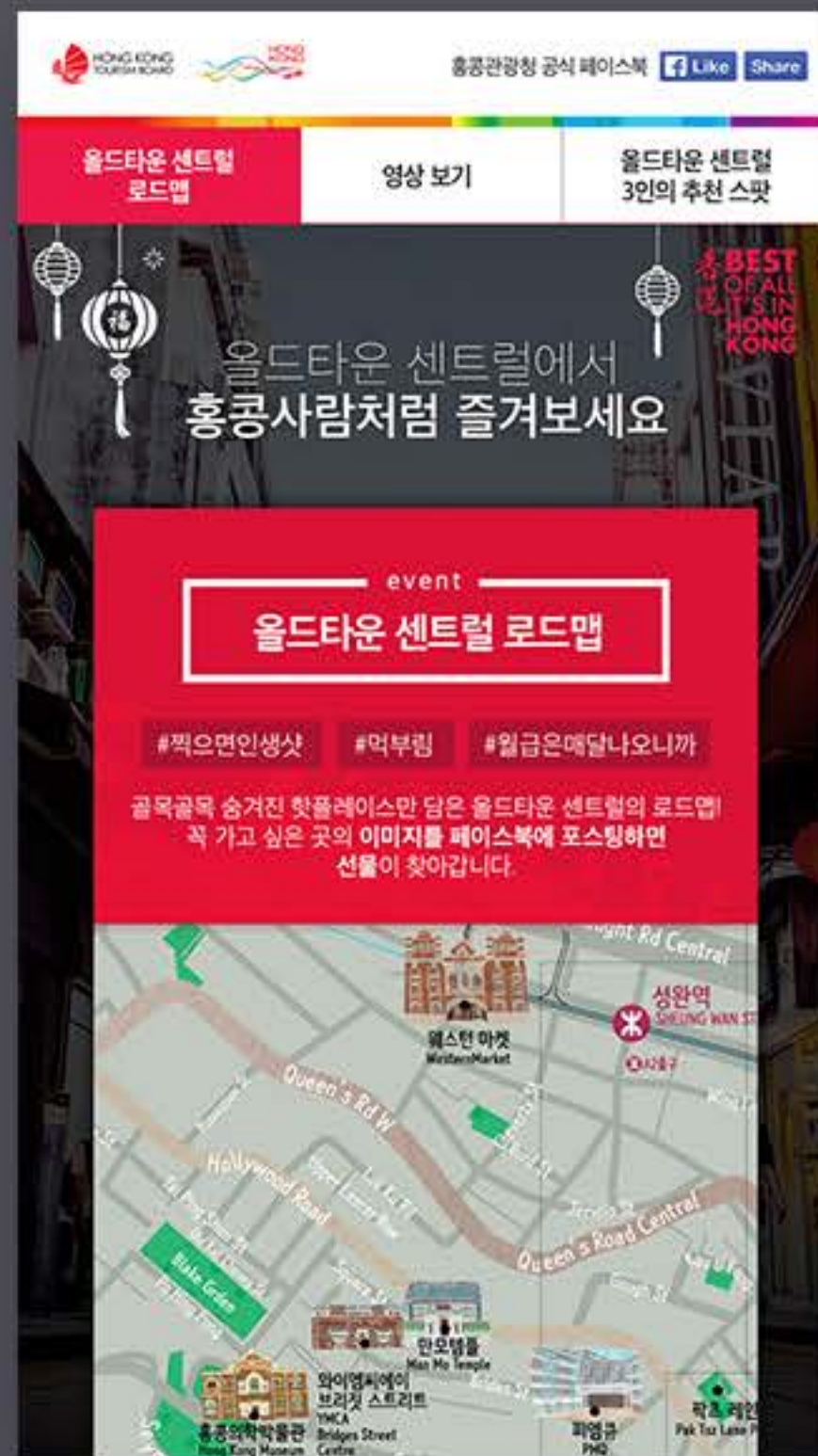
Date

2017 - 05

What we make

출품용 영상

츄파춥스의 화이트데이 ‘오늘 나랑 놀자’ 온-오프라인 성과를 정리하여 영상으로 정리하여 간식출품용으로 제작 되었습니다. 츄파춥스 스타일에 맞춰 내용들을 정리하였고 컨셉, 성과, 디지털 웹페이지, 오프라인 이벤트 등을 순서대로 내용을 정리하였습니다. 각 씬마다 일러스트를 사용하면서 페이지 모션으로 흐름이 어색하지 않게 제작되었습니다.



홍콩관광청

홍콩관광청 BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

Partner

GREY Social

Date

2017 - 05

What we make

이벤트 사이트, 배너, SNS 콘텐츠

홍콩관광청의 뉴 브랜드 BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG의 일환으로 홍콩 홍보 영상, 맛집정보, 안내책자 요약, 사진 등의 정보를 전달하고 SNS이벤트 설명과 경품 안내를 사이트에 담았습니다. 원스크롤 사이트로 제작되었고 콘텐츠 중심의 뉴 브랜드 아이덴티티를 살리면서 디자인되었습니다. 다소 심심할 수 있는 부분들은 심플한 gif 애니메이션을 활용하여 재미있게 연출하였습니다.



추파춥스

화이트데이, 오늘 나랑 놀자 with 추파춥스

Partner

McCANN

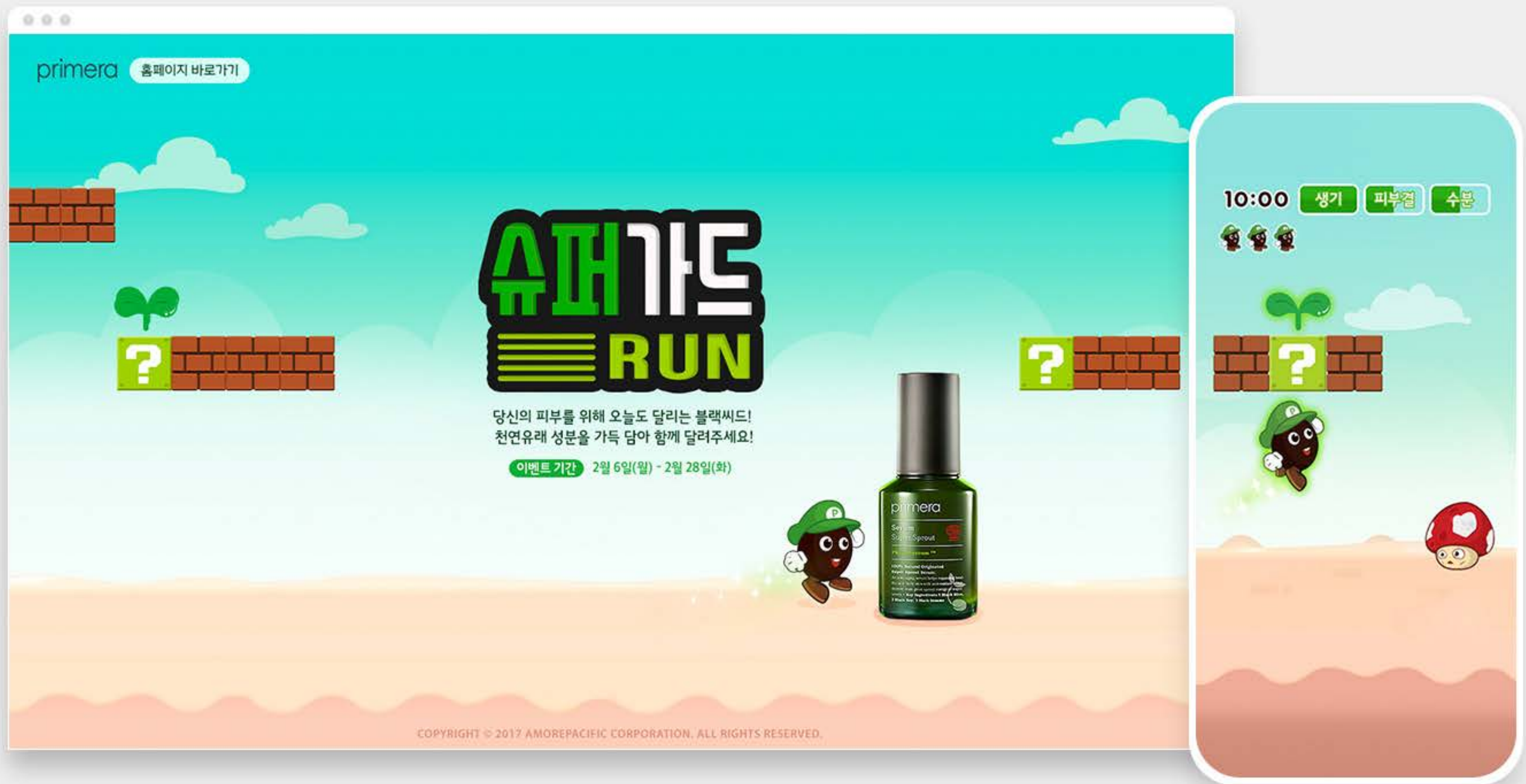
Date

2017 - 03

What we make

이벤트 사이트, 배너, 아이패드 앱

발렌타인 데이 이벤트로 추파춥스에서 다양한 18종류의 다양한 경품을 사용자가 설정하여 핸드폰을 위 아래로 흔드는 게임을 통해 이벤트 참여하는 프로세스로 진행되었습니다. 1분안에 정해진 70점 이상의 점수를 얻어야 하고 자이로 센서를 이용해 점수화 하였습니다. 모바일 웹에서만 게임참여가 가능하고 PC에서는 이벤트, 경품, 오프라인 이벤트 안내를 진행했습니다. 오프라인 행사와 다양한 경품들을 추파춥스의 느낌으로 표현하였고 게임참여를 통해 이전 캠페인보다 높은 참여 수치를 기록하였습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 블랙씨드 발아에너지 슈퍼가드 런

Partner

BBDO KOREA

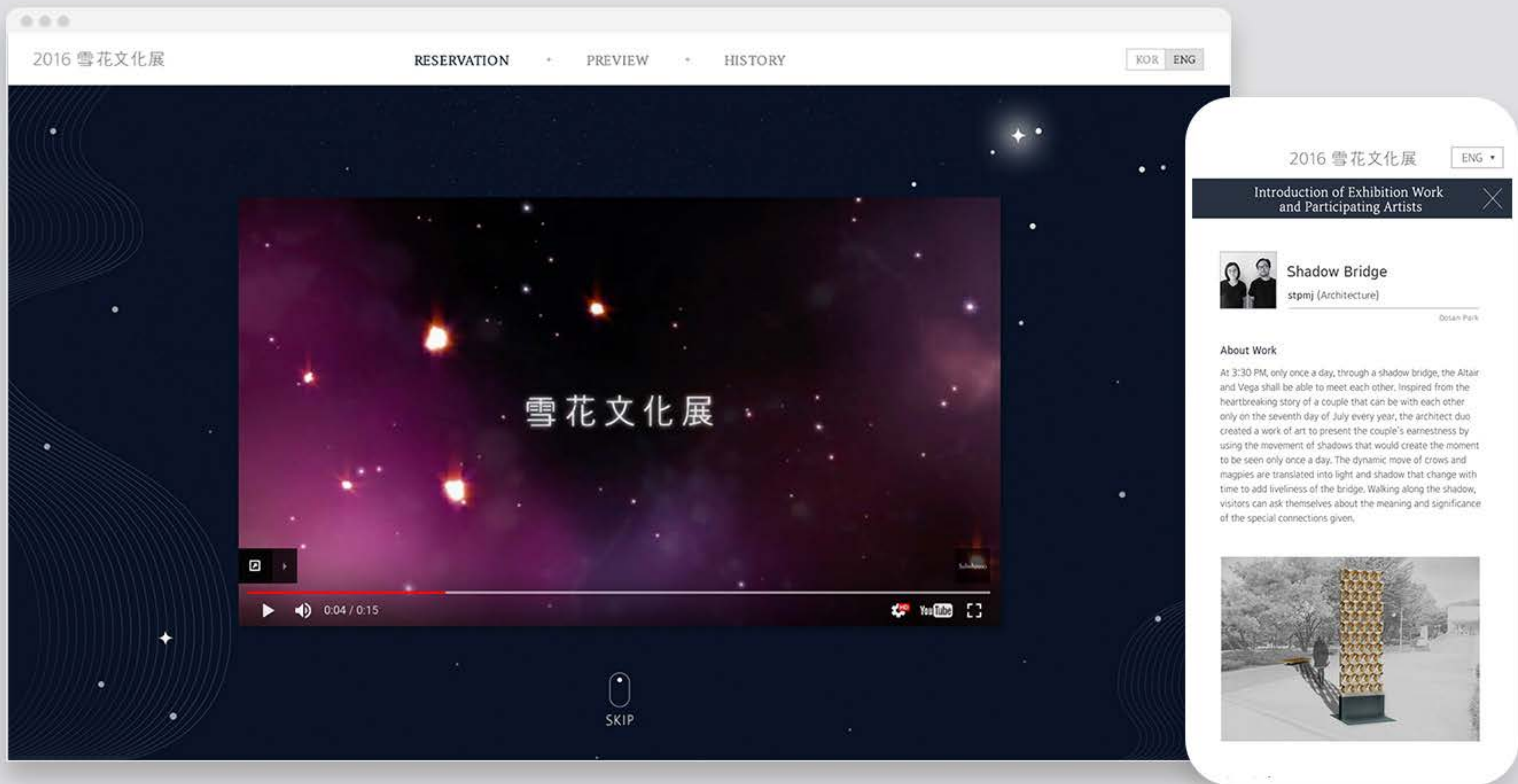
Date

2017 - 01

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플쿠폰

프리메라 슈퍼세럼 '슈퍼가드 런' 이벤트는 화제의 게임 슈퍼마리오를 패러디하여 원하는 블랙씨드 캐릭터를 선택한 후, 점프시켜 유해요소를 잡고 생기피부(생기/피부결/수분)를 얻으면 성공하는 게임의 형태로 웹과 모바일상에서 체험할 수 있도록 비제작 구현 했습니다. 흑궁, 흑개, 흑미 3개의 캐릭터가 피부 유해요소의 몬스터의 공격을 피해 피부를 지키고 성공할 경우, 샘플을 제공합니다. 게임 방법은 슈퍼마리오와 같아서 사용자는 익숙하게 이벤트에 참여하고 샘플 참여가 진행되었습니다.



아모레퍼시픽

2016 설화문화전 설화(설화):견우 직녀

Partner

BBDO KOREA

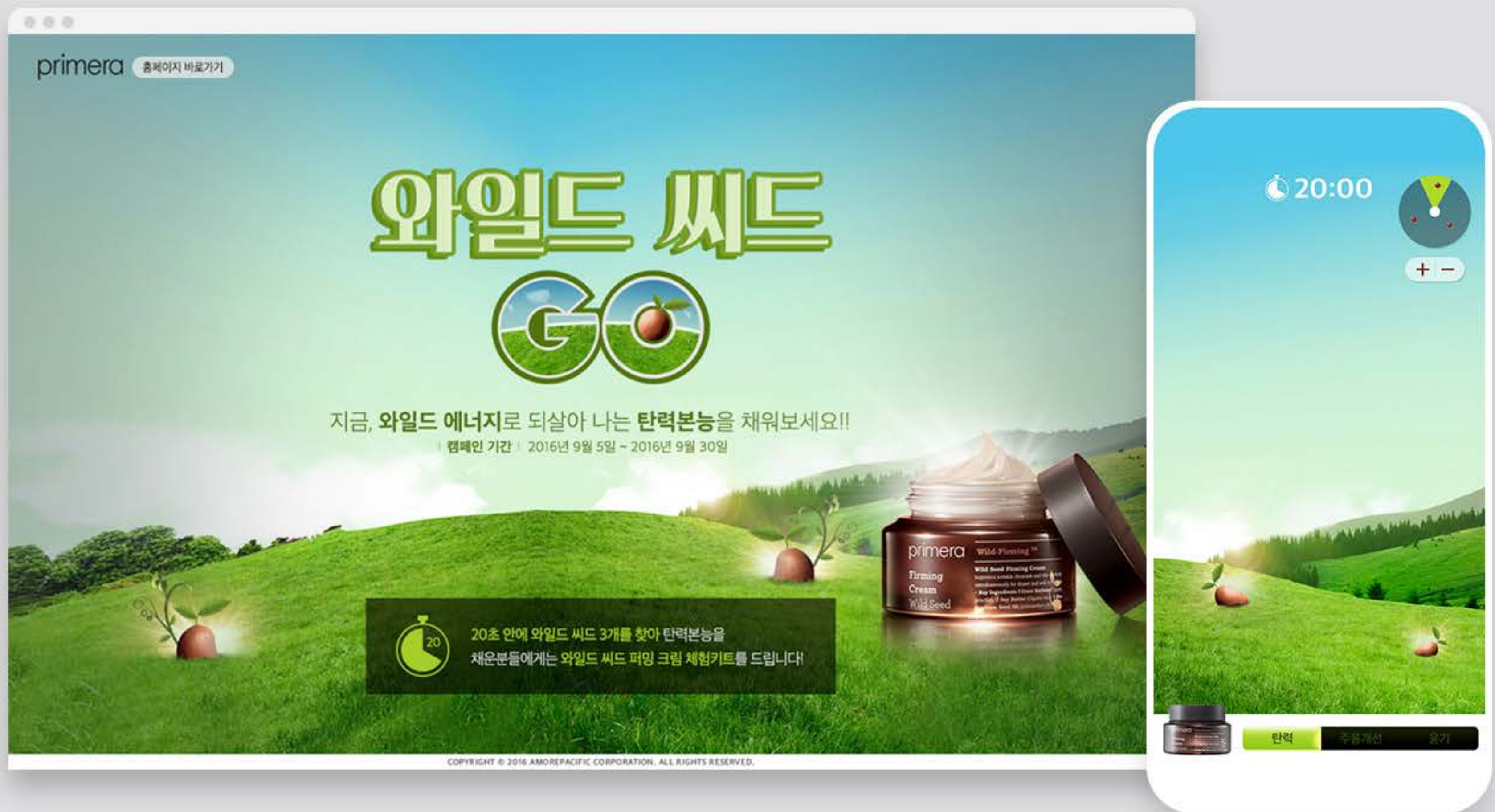
Date

2018 - 07

What we make

이벤트 사이트, 배너

2016년, 10주년을 맞은 설화문화전은 설화수 플래그십 스토어와 도산공원에서 동시에 펼쳐졌습니다. 견우와 직녀의 문화전 컨셉으로 별, 빛, 은하수를 소재로 제작되었고 현대 작가들의 작품을 소개하는데 초점을 맞춰 문화전 정보를 충실히 보여주기 위한 비로 제작되었습니다. 별도의 현장 도슨트 페이지를 통해 디테일한 작품의 정보를 제공하였고, 예약자들에게는 LMS를 통한 초대권을 전달하였습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 탄력본능을 채워보세요! 와일드 씨드 GO

Partner

BBDO KOREA

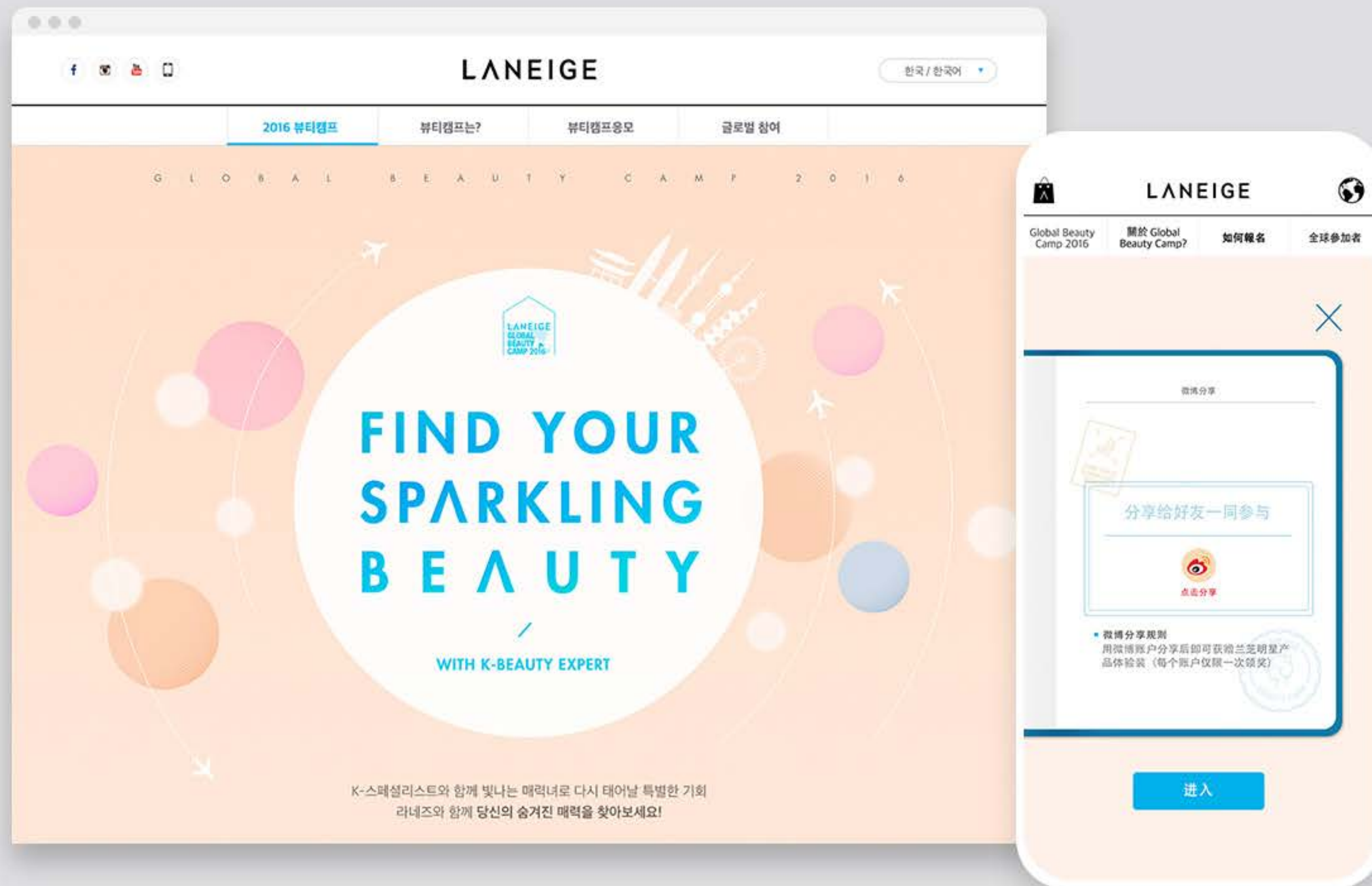
Date

2016 - 08

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰

화제가 되고 있는 포켓몬 GO를 패러디하여 이벤트를 진행했습니다. 와일드 씨드가 자라는 가상의 공간을 360도 맵으로 그래픽처리하여 만들고 그 안에서 빛나는 와일드 씨드 씨앗을 찾으려면 클리어 하는 게임형식으로 제작되었습니다. 모바일의 경우에는 몸을 360도 돌려 씨앗을 찾아야 하고 찾는 데 어려움이 없도록 난이도는 낮추었습니다. 미션을 성공 후 홍보영상과 샘플신청으로 연결됩니다.



아모레퍼시픽

라네즈 2016 뷰티캠프 SPARKLING BEAUTY

Partner

BBDO KOREA

Date

2016 - 07

What we make

이벤트 사이트, 배너, 글로벌 런칭

2016년 라네즈 뷰티캠프 행사사이트로 세계9개국에서 참여하고 싶은 사람의 사진과 글을 여권이라는 컨셉으로 신청 받아 추첨을 통해 직접 비행기티켓을 보내는 형식으로 진행되었습니다. 세계9개국에서 예상보다 많은 참여자로 K-Beauty의 인기를 라네즈 뷰티캠프에 대한 인기를 통해서 체감할 수 있었습니다. 디지털 캠페인 페이지의 메인 페이지는 오프라인에서도 대표 이미지로 활용되었고 참여자의 사진과 글은 Archiving을 통해 나라별로 공간감 있게 분류하여 구현했습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 PLAY OUTSIDE 사랑이의 요술쿠션

Partner

BBDO KOREA

Date

2016 - 05

What we make

이벤트 사이트, 배너, 서버인코딩

추사랑의 프리메라 베이비 선 쿠션 이벤트는 모바일에서만 진행되었고, 사랑이
의 요술쿠션을 감상하고 내 사진으로 직접 나만의 이모티콘을 만들어 볼 수 있는
이벤트로 진행되었습니다. 6개의 이모티콘을 모두 만들면 나만의 영상도 서버인
코딩을 통해 제작되었습니다. 아이들용 제품인 만큼 디자인은 핑크색 및 파스텔
톤을 통해 표현되었고 이모티콘은 제작 후 SNS 통해 공유되었습니다.



아모레퍼시픽

라네즈 워터뱅크 피부는 하루 종일 수.분.리.필

Partner

BBDO KOREA

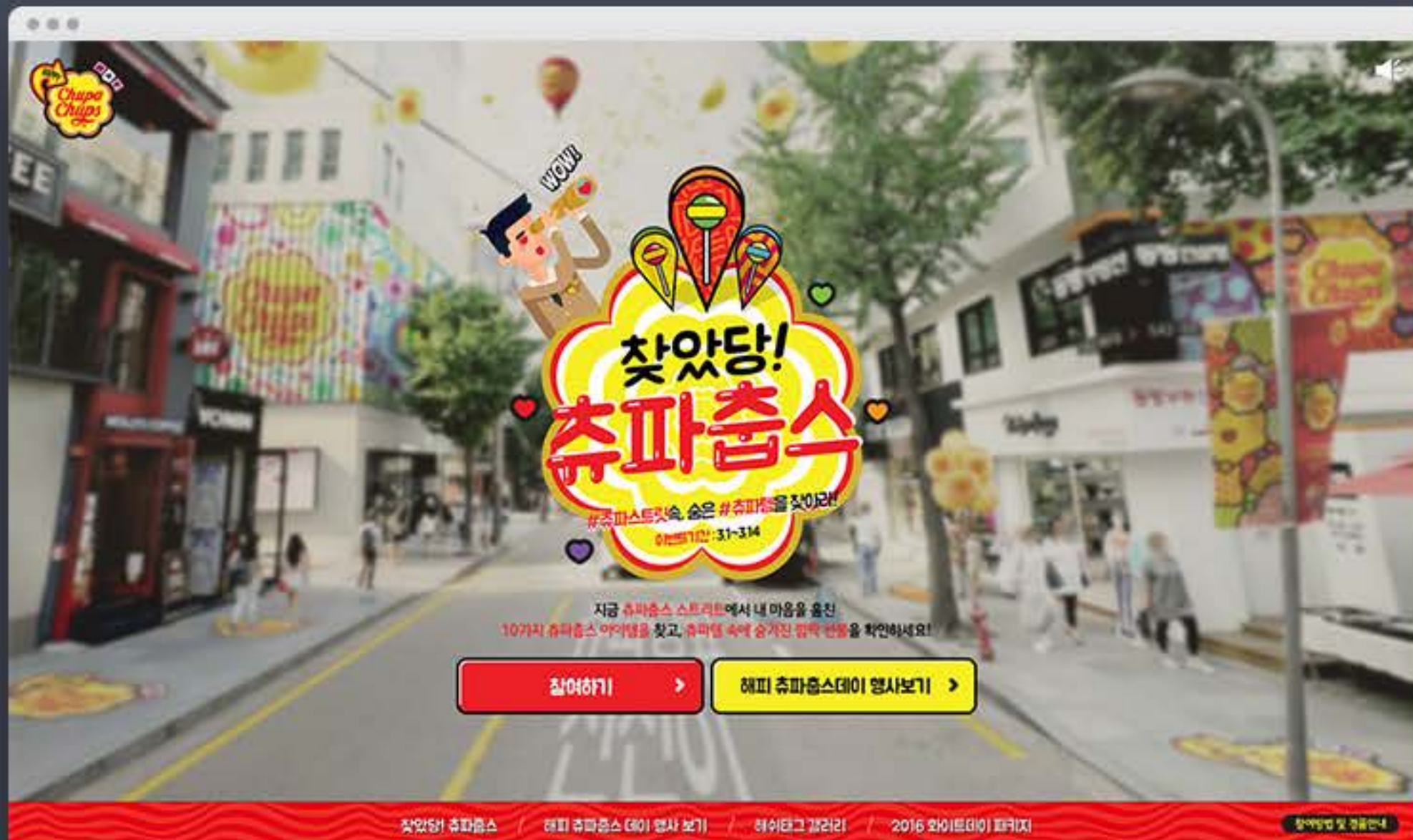
Date

2016 - 03

What we make

이벤트 사이트, 배너

기존의 라네즈 모델이었던 송혜교의 느낌에서 이성경이 처음으로 메인 모델로 나오면서 사이트도 전체적으로 쿨하고 산뜻하게 제작되었습니다. 제품의 특성에 맞춰 물을 소재로 제작되었고 간단한 서베이를 통해 데이터를 취합하여 결과를 도출하였습니다. 또한 영상공유 이벤트를 통해 이벤트 페이지의 확산을 유도하였습니다.



추파줍스

화이트데이 HAPPY DAY 찾았당! 추파줍스

Partner

McCANN

Date

2016 - 03

What we make

이벤트 사이트, 배너

다음맵과 제휴하여 신사동 가로수길을 중심으로 50개의 스팟을 이동할 수 있게 사이트 내에서 구현하였고 각각의 스팟은 모두 추파줍스 스트리트로 합성하였습니다. 50개의 스팟에서 총 10개의 추파아이템이 있고 위시리스트에 담아 그 중에 3개에 경품 참여가 가능하도록 설계되었습니다. 360도 컷으로 제작되다 보니 사이트 제작보다 합성에 매우 많은 시간을 들여 작업되었습니다. 맵과 연결하고 360도의 이미지를 구현하다보니 사이트가 무거울 것으로 예상되어 최대한 최적화 되어 참여율을 높일 수 있었습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 슈퍼세럼 발아에너지 블랙씨드팡!!

Partner

BBDO KOREA

Date

2018 - 07

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰

화재의 게임 애니팡을 이벤트 페이지화 시켜 흑콩, 흑미, 흑깨 3개의 캐릭터를 터트리면 발아의 힘을 획득하는 게임 방식으로, 웹과 모바일 상에서 스피드하고 다이나믹하게 구현할 수 있도록 최적화에 집중했던 캠페인 입니다. 참여율을 높이기 위해 난이도를 조절하다보니 실제 오픈시 참여시간은 매우 짧았지만, 웹상에서 게임 환경과 같은 수준으로 제작되어 많은 관심을 받았습니다. 게임 미션 클리어 시에는 샘플 쿠폰으로 연결되었습니다.



아모레퍼시픽

프리메라 인도망고 Let's Love 캠페인

Partner

BBDO KOREA

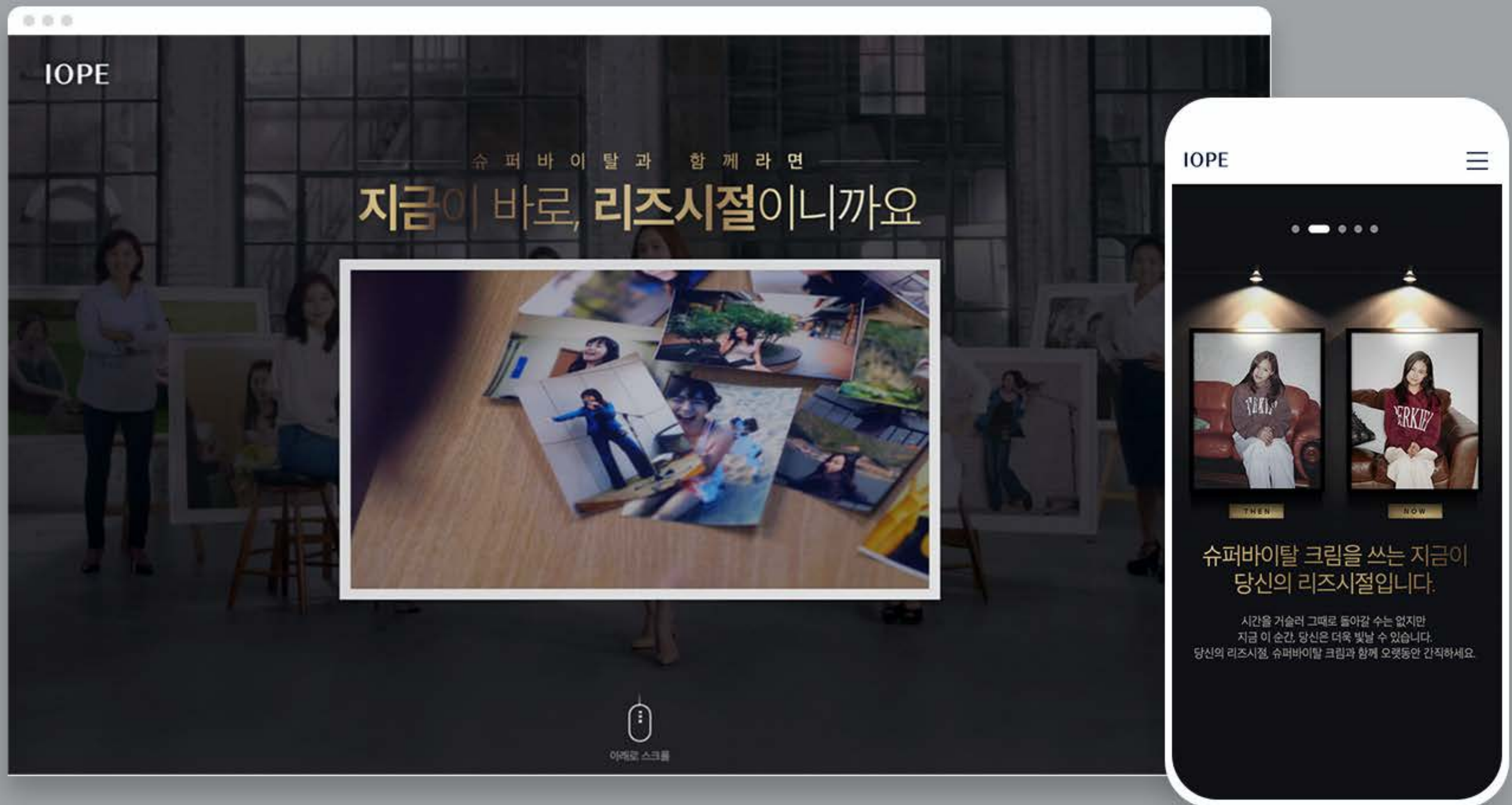
Date

2015 - 12

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰

프리메라 인도 자무이 기부 프로젝트 'Let's Love'의 2015년 그 세번째 이야기입니다. 망고열매를 수확하는 이벤트로, 100명이 참여할 때마다 망고나무 1그루가 기부되는 캠페인입니다. 자무이 소녀를 중심으로 우측에서 좌측으로 자연스럽게 회전하고 소녀가 상황에 따라 움직이는 모션을 중점으로 제작되었습니다. 총 10개의 망고 나무를 타고 왜 망고나무를 따는지에 대한 캠페인 의도를 전달하였습니다. 또한 참여 후 자연스럽게 망고 샘플을 받을 수 있도록 유도하였습니다.



아모레퍼시픽

아이오페 슈퍼바이탈 지금이 바로, 리즈시절이니까요

Partner

BBDO KOREA

Date

2015 - 09

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰, 이벤트 기획

아이오페 슈퍼 바이탈 크림과 함께라면, 살면서 가장 아름다웠던 '리즈 시절'보다도 눈부시게 빛날 수 있다는 테마로 이벤트를 진행했습니다. 특히 전체 캠페인 아이디어도 직접 제공하고 방향성까지 설계하였습니다. Parallax Scrolling 방식으로 제작하였으며 #my리즈 이벤트에 대한 개요및참여,제품에 대한 정보등을 웹과 모바일 모두에서 간편하게 볼 수 있게끔 구성하였습니다.

아모레퍼시픽

한울 울러 원액 갈색 솔잎 동안 생기 산책

Partner

BBDO KOREA

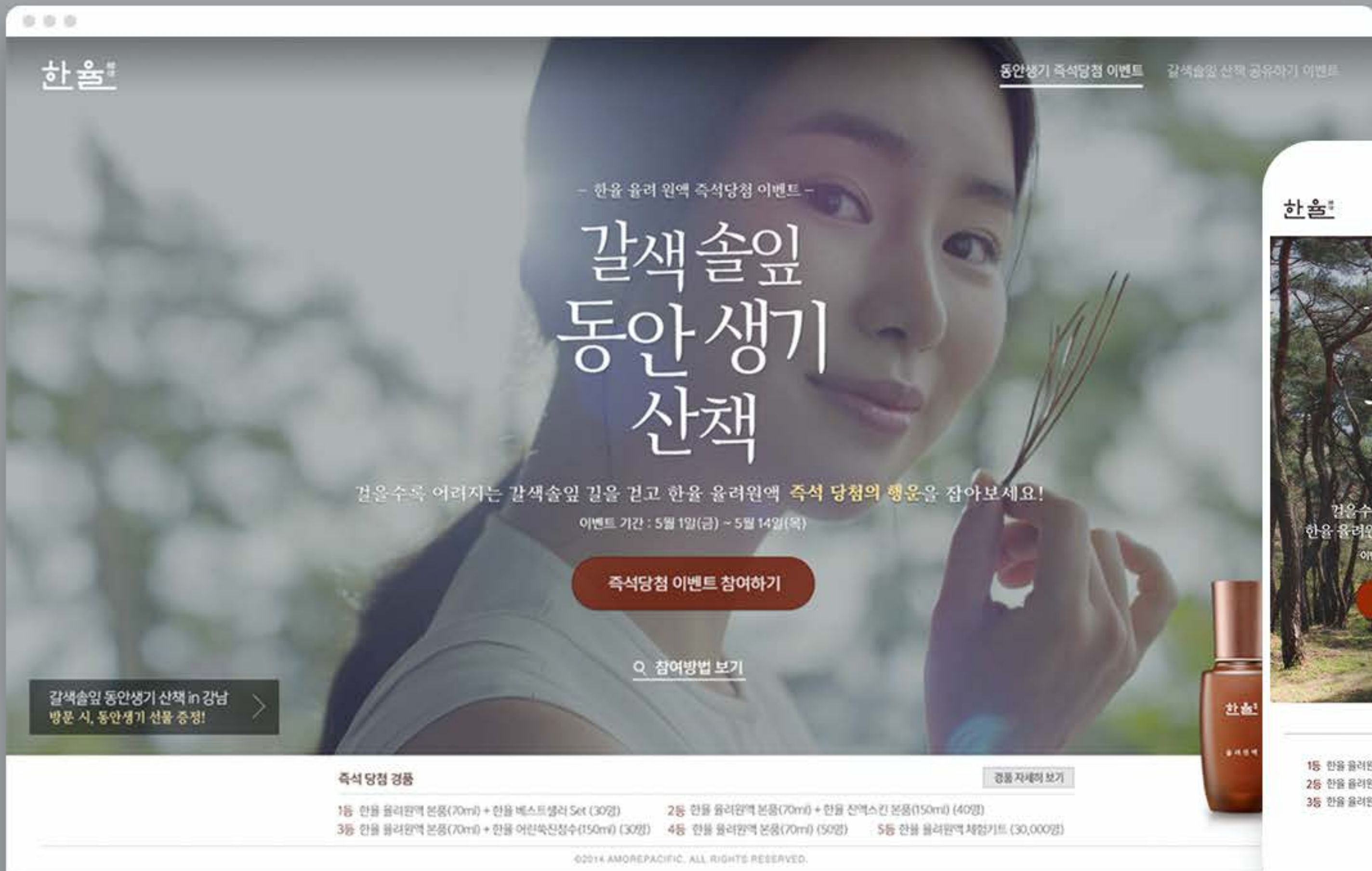
Date

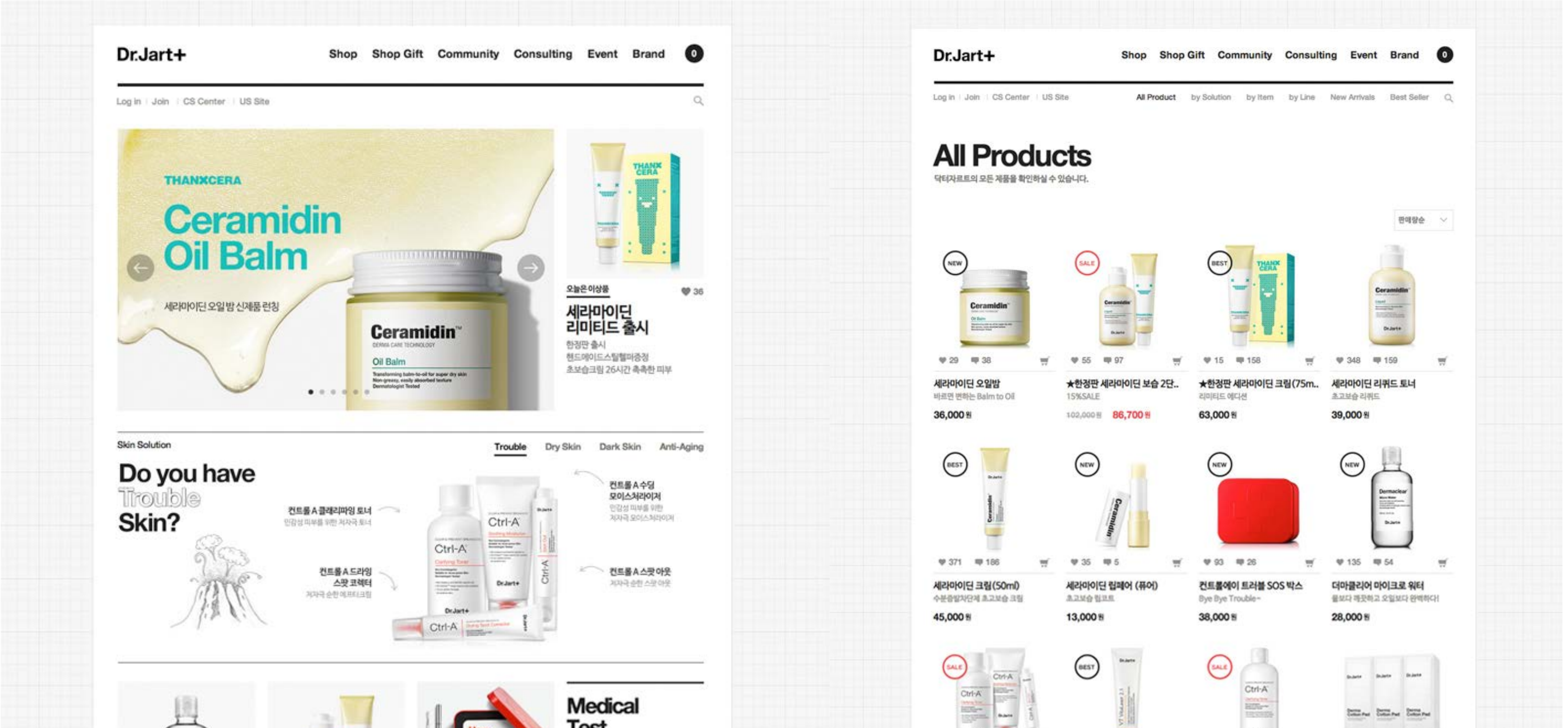
2015 - 05

What we make

이벤트 사이트, 배너, 샘플 쿠폰, 즉석 당첨

갈색 솔잎 추출액으로 만든 한울 울러원액 제품의 이벤트로 실제 갈색 솔잎 산책 길의 영상과 솔잎이 흔들리는 소리를 통해 웹과 모바일상에서 스크롤과 터치로 체험을 할 수 있도록 감성적으로 제작되었습니다. 또 사이트 내에서 강남역에 설치된 오프라인 체험장소를 소개해 주고 SNS이벤트를 통한 다양한 즉석 당첨 이벤트를 진행하였습니다.





닥터자르트

닥터자르트 홈페이지 리뉴얼

Partner

Kobalt 60

Date

2014 - 03

What we make

ASP, MSSQL, 홈페이지 리뉴얼

새로운 닥터자르트의 브랜드 컨셉에 맞게 보다 심플하고 명확하게 리뉴얼 페이지를 구현하였으며 반응형구조로 설계되어 PC와 Mobile을 유연하게 변형되도록 사용성을 확보하여 결제시스템 또한 안정적으로 통합하였습니다.

Thank you!
Always waiting
for you here.

전화와 메일로 언제든지 문의주세요.

tel. +82 70 7701 9071

email. how7@daylight.kr

서울시 성동구 성수일로 10길 26, 하우스디세종타워 402호