

온라인 마케팅 제안서

AlphaFace

X



CAFFE BENE

by. AlphaFace

목차

1. 소개

A.I. 인공지능을 활용한 콘텐츠를 제공하는 알파페이스를 간단히 소개합니다.

2. 제안 내용

알파페이스에서 제공하는 콘텐츠를 활용한 온라인 마케팅을 제안합니다.

3. 해야 하는 이유

카페베네와 알파페이스가 협업 마케팅을 해야 하는 이유를 정리해 보았습니다.

4. 마케팅 성과 예상

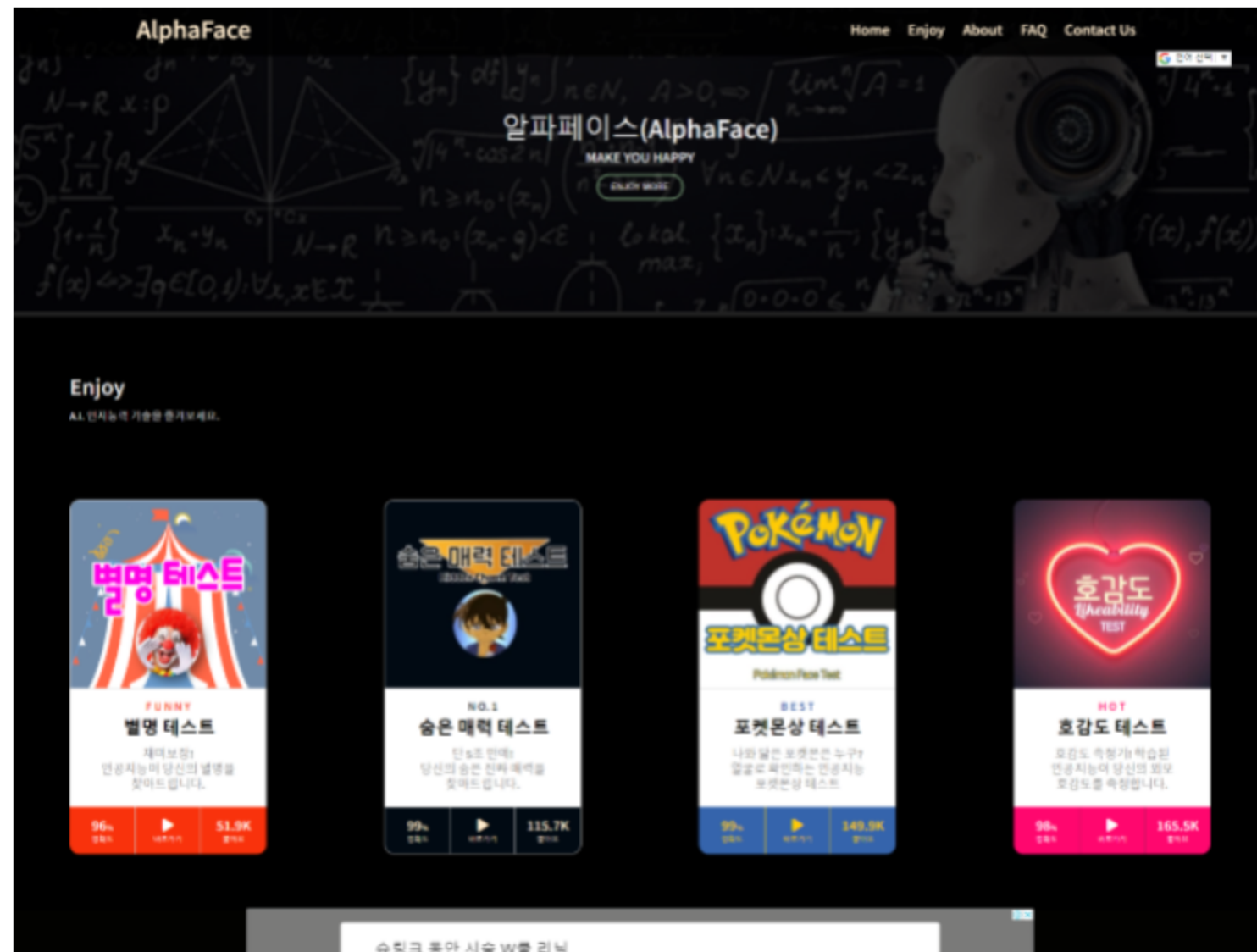
마케팅 진행 시, 성과를 예상해 보았습니다.

01

소개

A.I. 인공지능을 활용한 콘텐츠를 제공하는 알파페이스를 간단히 소개합니다.

소개



AI, 인공지능을 활용한 얼굴 인식 콘텐츠, 서비스를 제공하는 **AlphaFace** 입니다.

N | 알파페이스

통합 VIEW 이미지 지식IN 인플루언서 동영상 쇼핑 뉴스 어학사전 지도 ...

alphaface-ai.com

알파페이스 - AI 인공지능 테스트

별명 테스트, 숨은 매력 테스트, 포켓몬상 테스트, 호감도 테스트를 알파페이스에서 AI, 인공지능을 통해 체험할 수 있습니다.

<https://alphaface-ai.com/>

소개

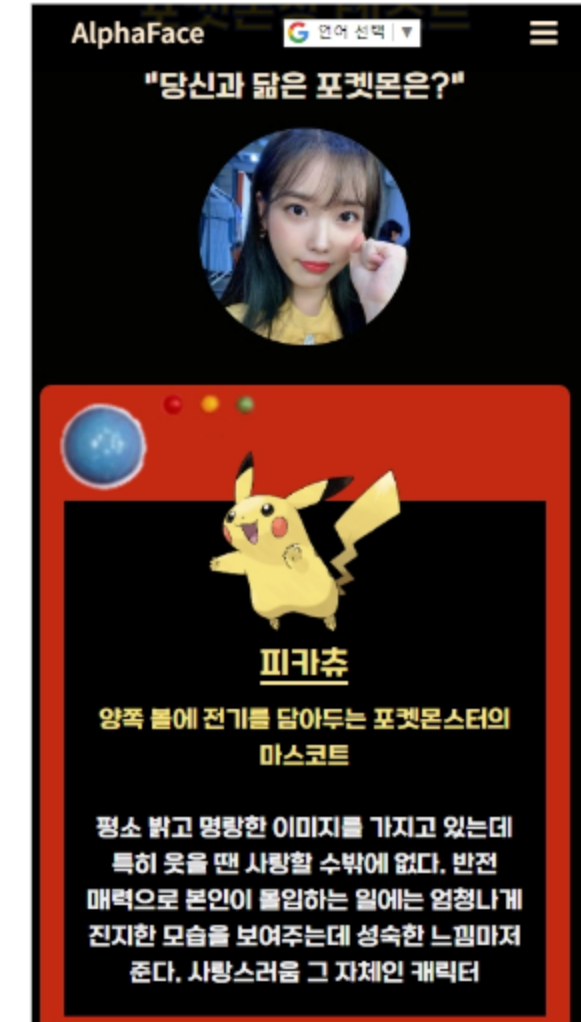
AlphaFace AI 얼굴 인식 콘텐츠



AI 얼굴 인식 콘텐츠에 사진 업로드



구글 티처블 머신 기반
닭은 꿀 데이터 학습



어울리는 결과, 설명 제공

소개

비즈니스 > 엔터

'런닝맨', 인공지능 AI 외모 호감도 평가로 웃음꽃

기사입력 : 2022-07-03 17:19

f t k v g+ 가+ 가+

[베즈엔티 김세훈 기자]



▲런닝맨 인공지능 외모 평가(사진=SBS 방송화면 캡처)

'런닝맨' 멤버들이 인공지능 AI가 평가한 외모 평가로 웃음꽃을 피웠다.

3일 방송된 SBS '런닝맨'은 김종국 집에서 '집중국' 특집으로 진행됐다.



이날 김종국 집에 모인 멤버들은 인공지능이 하는 외모 호감도 평가를 살펴보기로 했다.

인공지능이 상위 10%로 평가한 외모는 김종국과 양세찬이었다. 인공지능은 "상대가 누구든 원한다면 호감을 얻을 수 있는 매력형"이라고 말했다.

이어 하하, 전소연, 송지효는 호감도 상위 30%로 평가됐다. 멤버들은 "이 인공지능이 이상하다"면서도 유쾌하게 호감도 상위

다른 부인은 차례가 돌아오니 세명까지 멤버들은 각자 100%까지 웃을 수 있는 분위기를 만들었다. 3명 중 최후에 20%인 앞의 김종국과 양세찬과 그 역시, 둘이서도 100%까지 웃을 정도로 유쾌한 분위기를 연출해 웃음꽃을 피웠다.



위 캡처들은 특집을 진행하며 진행된 장면이다. 30초만 100%까지 웃을 수 있다. 7분 만에 100% 웃음

Google Analytics

조회수
20만
↑ 370.9%

참여 세션수
3.6만
↑ 350.6%

이벤트 수
57만
↑ 356.0%

새 사용자 수
3.7만
↑ 283.7%

국가 별 사용자 ▼



국가	사용자
South Korea	1.8만
United States	208
Singapore	52
China	50
Canada	49
Malaysia	48
Japan	41

3/4 분기 7월1일 ~ 8월31일 까지
홈페이지 조회수 24만 뷰 이상

- Google Analytics 자료

AI 콘텐츠로 런닝맨 610화 출연
(22.07.03)

소개

비즈니스 > 엔터

'런닝맨', 인공지능 AI 외모 호감도 평가로 웃음꽃

기사입력 : 2022-07-03 17:19

f t v u s +

[비즈엔터 김세훈 기자]



▲런닝맨 인공지능 외모 평가(사진=SBS 방송화면 캡처)

'런닝맨' 멤버들이 인공지능 AI가 평가한 외모 평가로 웃음꽃을 피웠다.

3일 방송된 SBS '런닝맨'은 김중국 집에서 '집중국' 특집으로 진행됐다.



이날 김중국 집에 모인 멤버들은 인공지능이 하는 외모 호감도 평가를 살펴보기로 했다.

인공지능이 상위 10%로 평가한 외모는 김중국과 양세찬이었다. 인공지능은 "상대가 누구든 원한다면 호감을 얻을 수 있는 매력"이라고 말했다.

이어 허하, 전소민, 송지효는 호감도 상위 30%로 평가됐다. 멤버들은 "인공지능이 이상이다"면서도 오해석이 호감도 상위

Insight

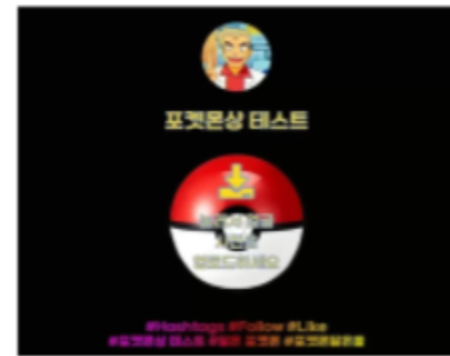
정치 경제 문화 연예 사회도 글로벌스포츠 서훈상 연예 뉴스 종합뉴스

싱크로율 100%인 포켓몬 찾아줘 인싸들 사이서 핫한 '포켓몬상 테스트'

포켓몬 아무데무실에 친입한 포켓몬 마스터, 또는 인싸 친구라면 요즘 한 번씩 꼭 해본다는 테스트가 있다.

2022.06.29 17:45

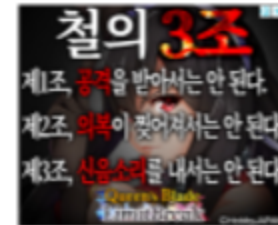
7/4



2022.06.29

[인사이드] 흥미로운 거지 = 포켓몬 데우이무실에 친입한 포켓몬 마스터, 또는 인싸 친구라면 요즘 한 번씩 꼭 해본다는 테스트가 있다.

바로 '포켓몬상 테스트'다.



최근 사람들 사이에서 '포켓몬 테스트'로 큰 사랑을 받고 있는 테스트로 지난겨울 사랑을 받았던 가장 싱크로율이 높은 호명안을 찾아냈다.

해당 사이트의 홈페이지를 방문해서 오해사양의 테스트를, 오해사태에 보정 분량을 누르면 자신의 사정을 알려줄 수 있다.



POPULAR NEWS

- 1. [연예] 김중국, 양세찬이 '런닝맨' 특집 '집중국'에서 '포켓몬상 테스트'를 했다.
- 2. [연예] '런닝맨' 멤버들이 인공지능 AI가 평가한 외모 평가로 웃음꽃을 피웠다.
- 3. [연예] '모두투어' 2인 1박 패키지 여행 상품 소개.
- 4. [연예] '철의 3조' 특집으로 진행된 '런닝맨' 방송.
- 5. [연예] '포켓몬상 테스트'의 인기와 관련 기사.
- 6. [연예] '인사이드'의 인기 기사.
- 7. [연예] '5초전! 망토를 벗기'의 인기 기사.
- 8. [연예] '30 이하면 매우 낮은 수치'의 인기 기사.

OSEN

연예인뉴스 프라미어 재미마주 스포츠 코미디 Life&Car 개성 두드림 영상

1/1

'런닝맨' 우정명령 김중국 집들어→집에서만 놀아도 꿀잤..전소민 유재석 대신 '혼코노' 발칙 [종합]

2022.07.03

13:27

[연예인뉴스] 인기 '런닝맨' 멤버들이 김중국의 집에서 7일간 특집으로 진행한 '집중국' 특집이 끝났다.



60만원을 확보한 마지막 미션은 제작진이 제시한 단어의 호명률을 비워서 맞춰야 했다. 7월 셋째 4명만 성공하면 미션 성공이었다. 전소민이 큰 실수를 했고, 김중국과 양세찬이 연미에 실패했다. 양세찬은 제작진의 눈매에 놀아내며 탄원했다. 송지효도 진지하게 우담을 외쳤다. 멤버들은 스프레드샷 받고 실패했다.

발칙의 주인공은 능률중 평균 수치가 세운 엔 스프레드 수치 보다 높은 사람이 발칙의 주인공이었다. 방세진과 전소민만 처음 한 수치보다 낮은 수치를 자랑하며 발칙 문제를 받았다. 최종 발칙은 폭발적으로 열렸다.

유재석이 발칙 카드를 뽑아 발칙의 주인공이 됐다. 유재석은 혼자서 코인 노래방에서 노래 세 곡 부르고 희극 예미했다. 전소민은 6만원에 발칙을 대신 하겠다고 했다. 유재석은 "혼자 노래 하는 것은 정말 싫어한다"라고 고미했다. 전소민은 발칙일의 '내야'를 부으며 신나게 춤을 췄다. 이어진 것은 김일성의 '따르릉'이었다. 마지막 곡은 임정희의 '혼미'였다. 전소민의 댄스 분위가 폭발했다. 전소민은 3곡을 끝까지 계속해서 노래하며 스타프를 맞이하게 했다. /ps2014@osen.co.kr

AlphaFace 관련 온라인 뉴스 기사 소개

02

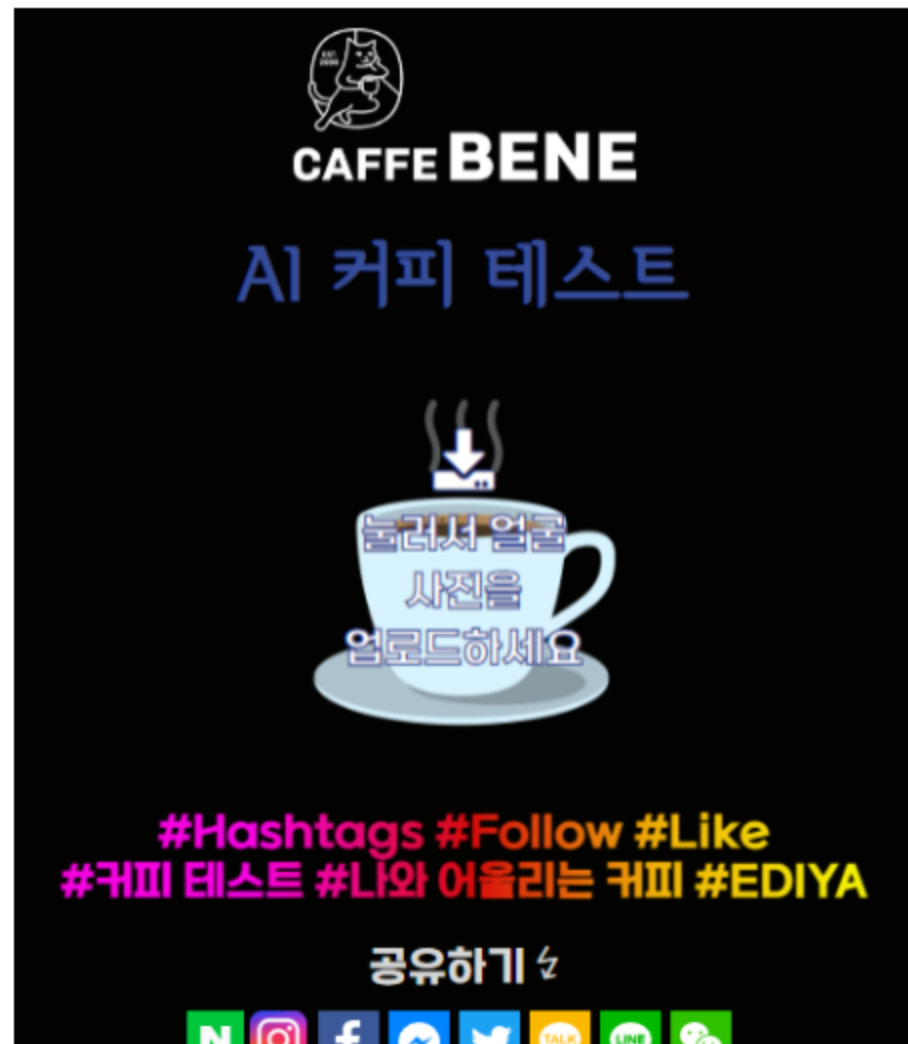
제안 내용

알파페이스에서 제공하는 콘텐츠를 활용한 온라인 마케팅을 제안합니다.

제안 내용

AI, 인공지능을 활용한 온라인 마케팅

얼굴 사진 업로드



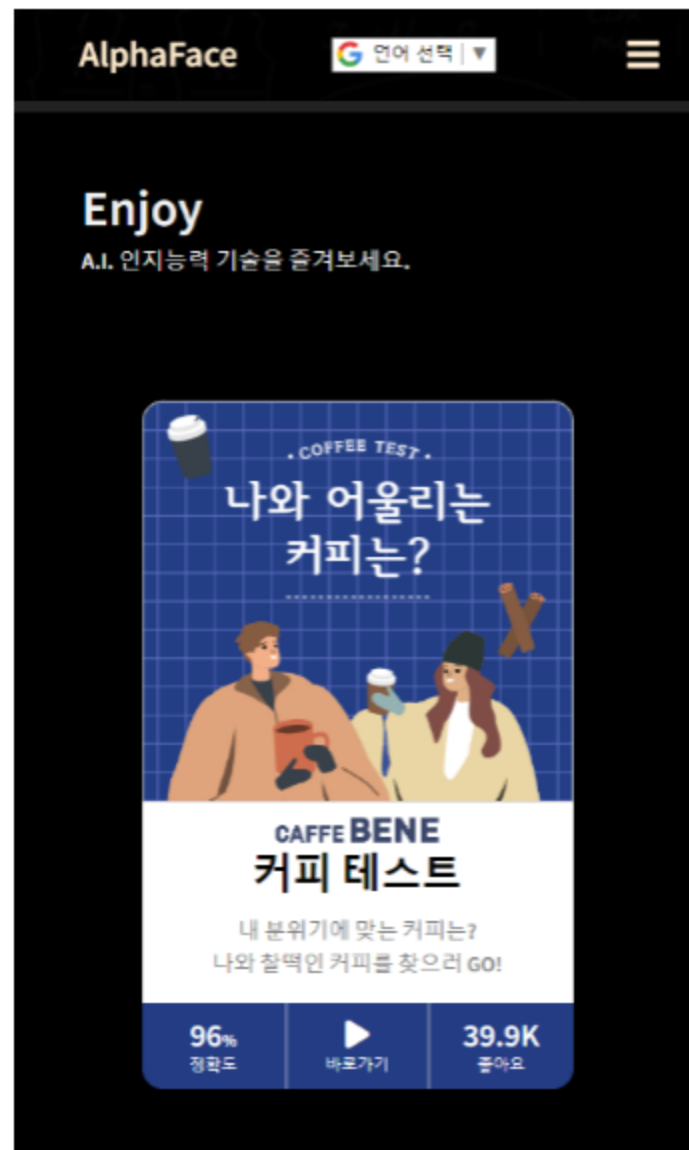
나이, 외모, 분위기와 어울리는
카페베네 음료 결과 제공 → 링크를 통해 이벤트 참여 유도



제안 내용

AI 커피 테스트 "나와 어울리는 커피 or 음료는?"

일상의 한 부분이 되어주는 커피 & 음료,
해당 콘텐츠를 이용하며 카페베네 음료 관심 증가 & 이벤트 참여 유도



- 디자인 예시 (협의 후 수정 가능)

“

얼굴 인식 결과 제공

(외모, 성별, 나이, 분위기에 따른 결과 도출)

어린 아이, 학생들에게 어울리는 프라페노 & 에이드
20~30대, 회사원 등이 선호하는 커피 아메리카노, 라떼 등
40대 이후 건강을 생각하는 TEA (히비스커스, 캐모마일 등)
중장년층이 선호하는 건강 음료 (신메뉴 고흥유자 배 차 등)

위와 같은 설정 외에 다양한 음료 결과를 제공해주어서,
카페베네 음료에 관심 증가 및 이벤트 페이지 링크 삽입으로
참여 유도

* 추가 세분화 작업 예정

”

03

해야 하는 이유

카페베네와 알파페이스가 협업 마케팅을 해야 하는 이유를 정리해 봤습니다.

해야 하는 이유

커피, 음료에도 분위기와 이미지가 있다!

스스스한 맛을 사랑하는 콜드브루,
카푸친 수도회의 수도사들이 쓴 모자와 닮았다고 하여 붙여진 카푸치노,
가을 분위기 시원한 별미의 **유자배 차**,
차분하고 진중한 느낌의 **녹차** 등

사람에게도 각자의 특징이 있듯,
커피와 음료에도 이미지가 있습니다.

≡ 매일경제

뉴스 오피니언 프리미엄 연예 스포츠 증권 부동산

경제 기업 사회 국제 부동산 증권 정치 과학 문화 기획연재 Special Edition 인기뉴스 임포워드

알고 마시면 더 맛있는 커피 종류별 '차이'

김시원 기자 | 입력 : 2016.03.28 10:31:20 수정 : 2016.04.04 15:01:12



스시원 기자/기사제공

‘에스프레소, 아메리카노, 카페라테, 카푸치노...’

매뉴얼 속 글씨가 나뉠듯 있는 커피 이름을 보며 내적질들에 빠지는 순간이 한 두 번이 아니다. 맛으로만 이렇듯이나 구별할 수 있는 커피 종류의 차이는 선택을 더욱 어렵게 만든다.

결국 ‘난 아무거나’라고 외치고 싶은 마음을 꼭 누르고 커피의 교과서 아메리카노를 시킨다. 우리는 커피 한 잔으로 아침을 깨우고, 식후 커피 한 잔을 꼬박 마시지만 아직도 커피 이름과 그 정체에 대해 잘 모르고 있는 경우가 많다. 알고 마시면 더 맛있다는 커피 이름의 어원과 종류별 차이를 소개한다.

◆ 에스프레소(Espresso)

스스스한 맛을 사랑하는 에스프레소의 의미는 영어로 ‘빠르다(Express)’이다. 에스프레소는 공기를 압축하여 뽑아낸 이탈리아식 커피로 아주 진한 농도를 자랑한다. 압축하는 속도가 매우 빨라 ‘Express’라는 이름이 붙여진 것. 에스프레소는 짧은 순간에 커피를 추출하기 때문에 카페인의 양이 적고, 커피의 순수한 맛을 느낄 수 있다.

◆ 아메리카노(Americano)

커피의 기본 메뉴로 자리 잡은 아메리카노는 에스프레소에 물을 부은 것으로 유럽스타일의 에스프레소보다 연하다. 미국에서 많이 마시는 커피와 비슷하다고 해서 ‘아메리카노’라는 이름이 붙었다. 에스프레소에 차가운 물과 얼음을 넣으면 아이스 아메리카노가 되고, 뜨거운 물을 한두 잔 넣으면 따뜻한 아메리카노가 된다.

◆ 카푸치노(Cappuccino)

카푸치노는 우유를 섞은 커피에 계핏가루를 뿌린 이탈리아식 커피다. 카푸치노는 이탈리아 프란체스코회에 카푸친(Capuchine) 수도회 수도사들에서 유래한다. 수도회의 수사들은 모자가 달린 원피스 모양의 옷을 입는데, 진한 갈색의 거품 위에 우유거품을 얹은 모습이 카푸친 수도회 수도사들이 쓴 모자와 닮았다고 하여 카푸치노라고 이름이 붙여졌다는 설이 있고, 수도사들이 입던 옷의 색깔과 비슷하다고 하여 붙여졌다는 설도 있다.

- 관련 기사 (<https://www.mk.co.kr/news/society/view/2016/03/229729/>)

해야 하는 이유

'사람 ↔ 카페베네'를 연결

음료가 가지고 있는 이미지는 사람들 처럼 모두 다릅니다.

'사람 ↔ 카페베네'를 연결시켜 어울리는 음료 결과를 제시해주어 **관심 증가, 호감도 증가**

노출 효과

문A 15개 언어 ▾

문서 토론

읽기 편집 역사 보기

위키백과, 우리 모두의 백과사전.

노출 효과(露出效果, Exposure Effect) 또는 단순 노출 효과(單純露出效果, Mere Exposure Effect)는 사회 심리학 용어로서 단순히 노출되는 횟수가 많아 질수록 그 대상에 대해 호감이 증가하는 현상을 말한다. 그래서 친숙성의 원리라고도 한다. 이 현상은 미국의 사회 심리학자 **로버트 자이언스**(Robert Zajonc)가 이론으로 정립하였다.^{[1][2][3][4]}

개요 [편집]

친숙성의 원리 [편집]

특정 대상에 대해 무관심하거나 중립적인 감정을 가지고 있거나 혹은 싫더라도 계속 노출되는 빈도가 많아지면 그 대상에 대한 호감도, 친근감이 상승하는 현상을 말한다. 그래서 친숙성의 원리라고도 한다. 낯선 대상을 접할 때 경계심, 불편함을 가지거나 다소 공격적인 측면이 발현되지만, 그 상대를 자주 만날수록 상대방에 대해 인간적인 면을 느끼게 되고 호감으로 발전할 수 있다.^[5] 단순 노출을 통한 선호의 형성은 대상에 대해 인지적으로 숙고한 결과 이기보다 감정적으로 친숙하다거나 좋다는 반응에 해당하기 때문에 좋아하는 이유를 답하기 어려운 경향이 있다.^[6]

해야 하는 이유

첫째,

어리고 젊은 세대 또한 SI 테스트를 통해 장기적으로 카페베네 음료에 대한 관심 증가



셋째,

본인과 닮은, 어울리는 음료가 결과로 제공되었을 때, 해당 음료에 대한 호감도, 애착 상승효과



둘째,

구입 의사가 있던 잠재 고객이 테스트를 했을 시, 결과에 나온 음료에 대해 니즈를 더 올릴 수 있음

넷째,

결과값을 제공해줌과 동시에 링크 버튼을 통해 카페베네 이벤트 페이지 연결



04

마케팅 성과 예상

마케팅 진행 시, 성과를 예상해 보았습니다.

마케팅 성과 예상

알파페이스 콘텐츠 마케팅, SNS 바이럴 효과 사례

EVENT

가을 신메뉴 멤버십 적립 고객 중
추첨을 통해 총 100명
멤버십 **머그 3개 추가 적립**

1차 이벤트 기간 | 9월 한 달간
1차 당첨자 적립 | 10월 17일 주 內

2차 이벤트 기간 | 10월 한 달간
2차 당첨자 적립 | 11월 21일 주 內

• 카페베네 멤버십 App 공지사항을 통해 발표 예정!
• 1차, 2차 중복 당첨 가능!

CAFFE BENE

이벤트 상세 정보 유입 & 관심 효과

- 카페베네 홈페이지 또는 이벤트 페이지 링크 연결

Instagram

#포켓몬상테스트

참여

인기 게시물

Instagram

#호감도테스트

참여

인기 게시물

이브이
주변 환경에 따라 몸의 구조를 바꾸는 민첩 포켓몬
싱크로율 100%인 포켓몬
찾아줘 인싸들 사이서
핫한 '포켓몬상 테스트'

포켓몬상 테스트
"당신과 닮은 포켓몬은?"

호감도 테스트
호감도 순위 1위

'입술 · 연인 · 오토바이'
가장 먼저 보이는
이미지로 보는 주변인이
생각하는 당신의 '호감도'

호감도 순위 1%

대우 호감왕 러모
마음을 사로잡아 주는 힘이 있어
주변에 사람이 많은 곳으로

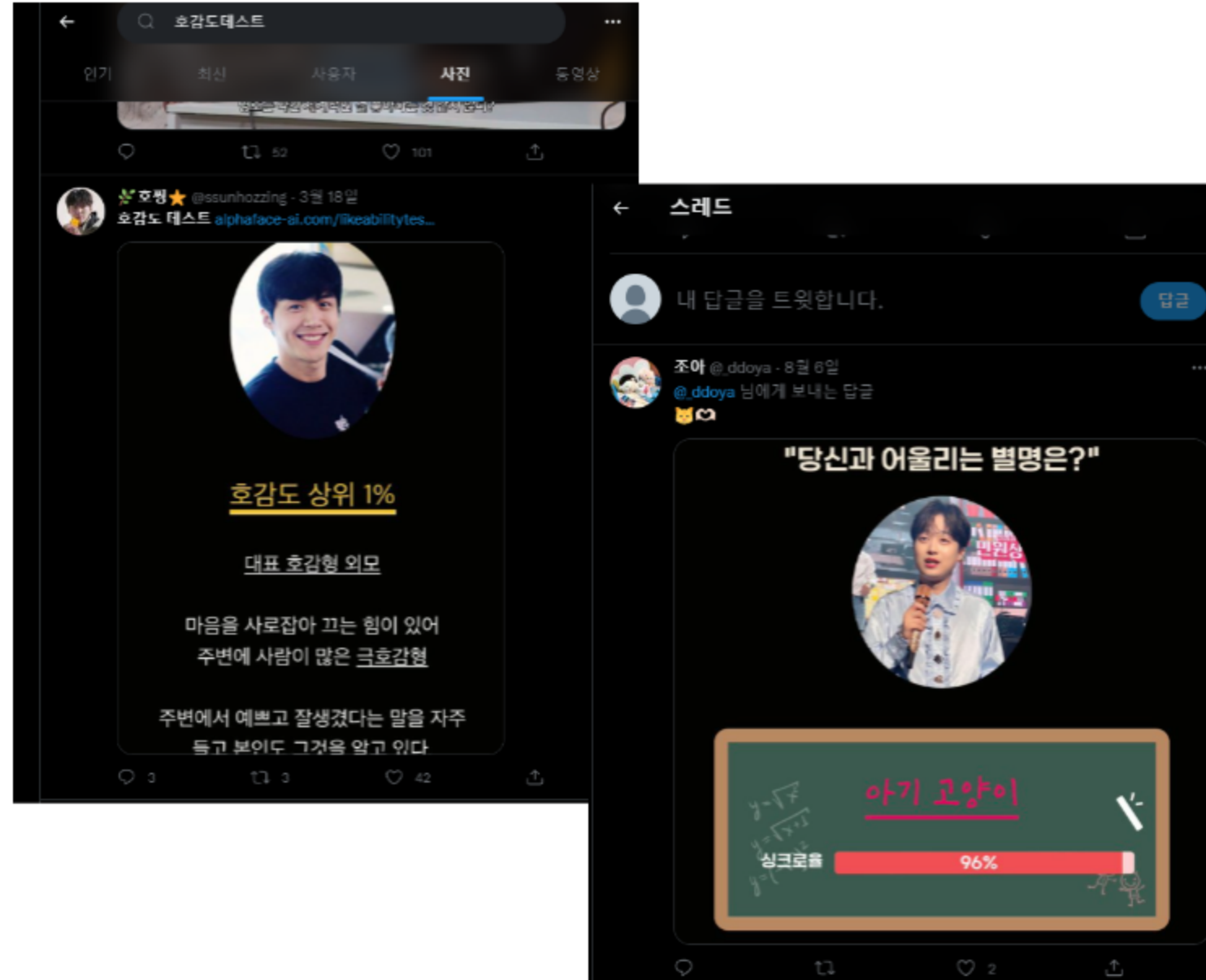
AI 호감도 테스트

마케팅 효과

- 인스타그램

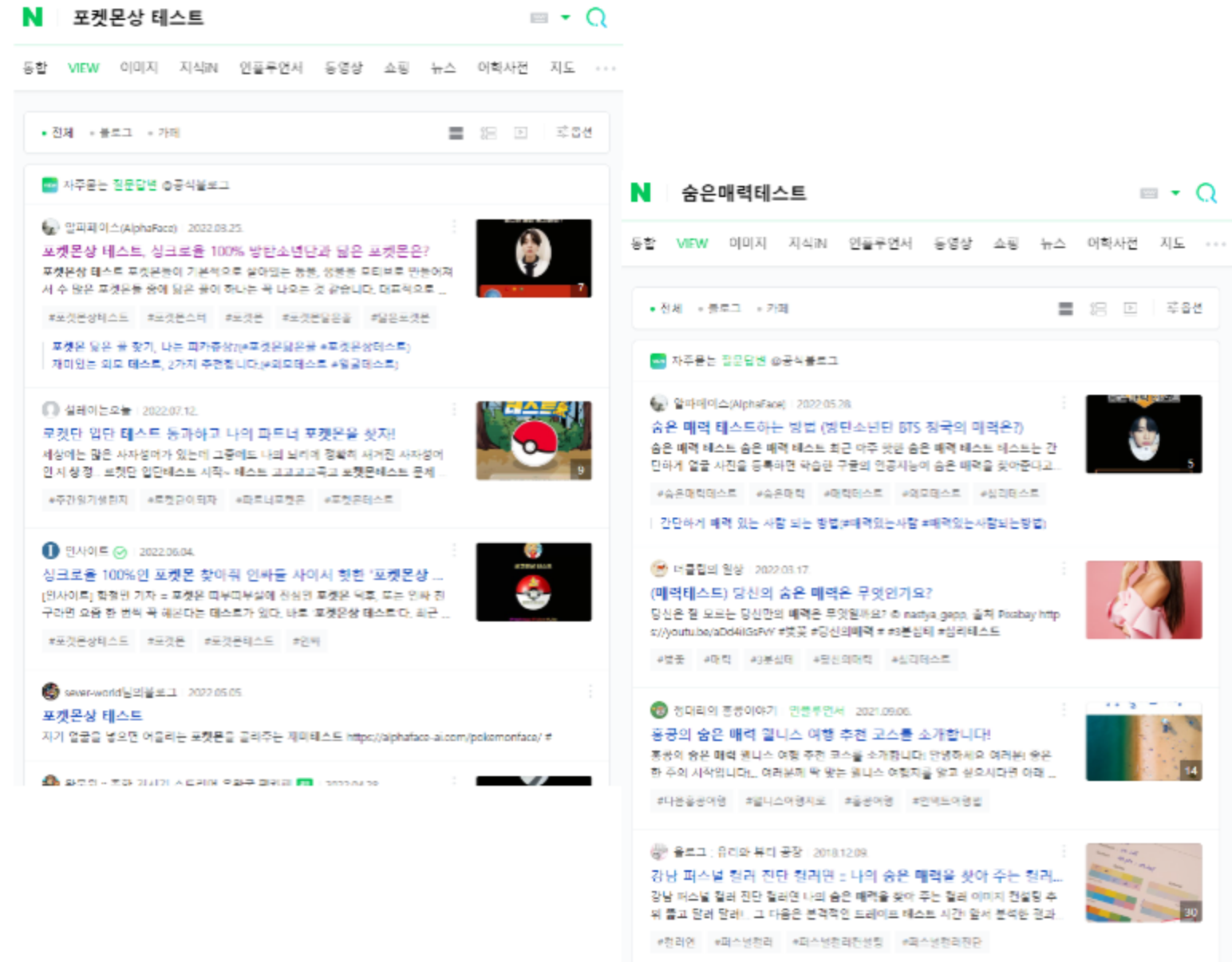
마케팅 성과 예상

알파페이스 콘텐츠 마케팅, SNS 바이럴 효과 사례



마케팅 효과

- 트위터



마케팅 효과

- 네이버 블로그

마케팅 성과 예상

참여형 콘텐츠는 젊은 세대로 부터 시작해서 모든 세대까지, **온라인에서 꾸준히 공유, 전달되는 바이럴 효과**
(지난 28일 (direct-공유) 5100회 이상)

1회성, 사라지는 콘텐츠가 아닌, **영구적 콘텐츠**

테스트 결과 제공에 따른 **호기심 유발**, 링크 버튼을 통한 **이벤트 정보 유입 → 공유로 이어지는 구조**

성과 1

성과 2

성과 3

성과 4

성과 5

AlphaFace 평균 조회 수로 보았을 때, **한 달 조회 수 약 10만 회 ↑ 기록 예상**

알고리즘을 통해서만 접근하는 일반적인 콘텐츠들과는 달리, AlphaFace는 **전 세대, 전 연령 층에 콘텐츠, 정보 제공**

감사합니다.
더 자세한 내용은 미팅에서
전달 드리겠습니다.

AlphaFace / 이지훈

lejack92@naver.com
010.4521.0889

<https://alphaface-ai.com/>