좋은 현장.
이제, 알려질 차례.

공간의 가치가 고객에게 닿기까지.
현장에서 시작되는 마케팅 이야기.

발견에서 관심, 그리고 상담까지.

이미지는 콘셉트 예시입니다.

광고를 넘어,
하나의 흐름으로.

고객이 현장을 발견하고 이해한 뒤 문의할 수 있도록 설계합니다. 분양 단계와 현재 문의 상황부터 확인합니다.

01 발견하다

홈페이지 · 콘텐츠 · 검색으로 정보를 전합니다.

02 이해하다

입지와 상품의 장점을 읽기 쉬운 이야기로 만듭니다.

03 연결하다

정보 확인부터 전화·방문 문의까지 연결합니다.

사전오픈: 첫인상·관심 고객 접점 준비

신규오픈: 방문 일정·청약 정보·접수 응대 확인

잔여 분양: 남은 상품의 장점과 추가 접점 검토

분양 시기마다,
필요한 광고도 다릅니다.

분양 단계와 현재 문의 상황을 먼저 확인합니다.

01 사전오픈

어떻게 처음 알릴까요?

현장의 첫인상 정리 · 관심 고객 접점 확보 · 문의·등록 동선 준비

홈페이지 · 지도 · 배너

02 신규오픈

방문 전 무엇이 필요할까요?

오픈 일정·방문 방법 안내 · 검색 이후 상세 정보 보강 · 문의 접수·상담 응대 확인

검색 · 문자 · 영상

03 잔여 분양

어떤 점을 더 설명할까요?

남은 상품의 장점 정리 · 소재·검색어·랜딩 점검 · 추가 안내 접점 검토

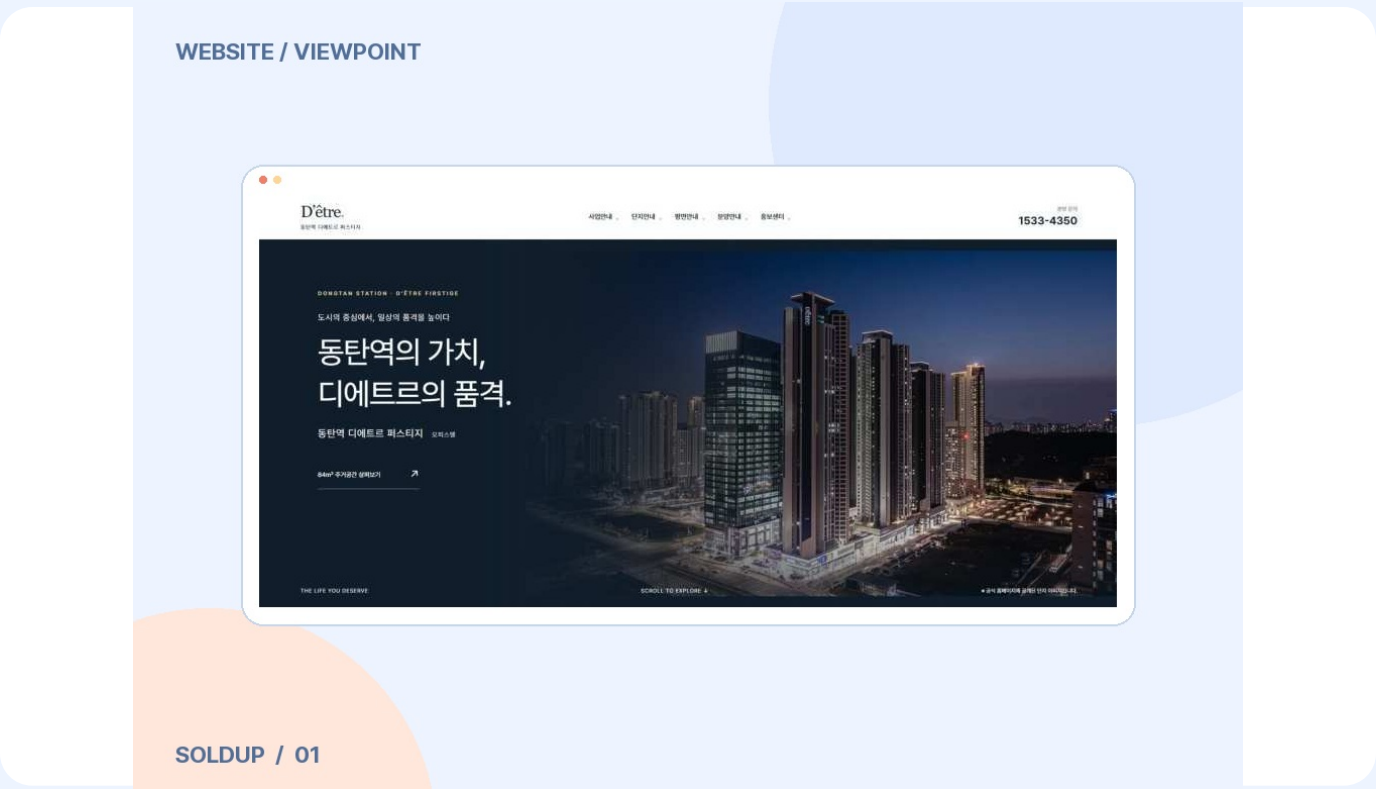
콘텐츠 · 문자 · 배너

지금 필요한 접점부터, 하나씩 연결합니다.

01 / 분양 홈페이지

관심이 생긴 고객에게,
정보를 한곳에.

현장의 첫인상부터 상담 연결까지, PC와 모바일에 맞게 구성합니다.



홈페이지 제작 화면 예시

준비할 자료	현장 정보 · 조감도 · 평면도
견적 확인	페이지 · 기능 · 관리 범위

다음 접점으로 이어집니다.

02 / 블로그 · 카페

검색 뒤의 궁금증을,
읽고 싶은 이야기로.

입지와 상품, 분양 일정을 고객이 이해하기 쉬운 콘텐츠로 전합니다.

검색 참고 화면이며 유료 집행 실적과는 구분됩니다.

준비할 자료 현장 자료 · 이미지 · 핵심 문구

견적 확인 원고 수 · 제작 · 게시 범위

다음 접점으로 이어집니다.

03 / 언론홍보

현장의 소식을,
명확하게 알리다.

사업 소식과 오픈 일정을 기사 형식으로 전달합니다.

분양 관련 기사 참고 화면이며 당사 배포 실적이 아닙니다.

준비할 자료 공식 자료 · 승인 원고 · 이미지

견적 확인 원고 · 배포 매체 · 게재 건수

다음 접점으로 이어집니다.

04 / 브랜드 검색광고

현장을 검색하는 순간,
공식 정보가 보이도록.

현장명에 관심을 가진 고객에게 핵심 정보와 브랜드를 안내합니다.

제공된 PC·모바일 검색 참고 화면입니다.

준비할 자료 키워드 · 이미지 · 연결 페이지

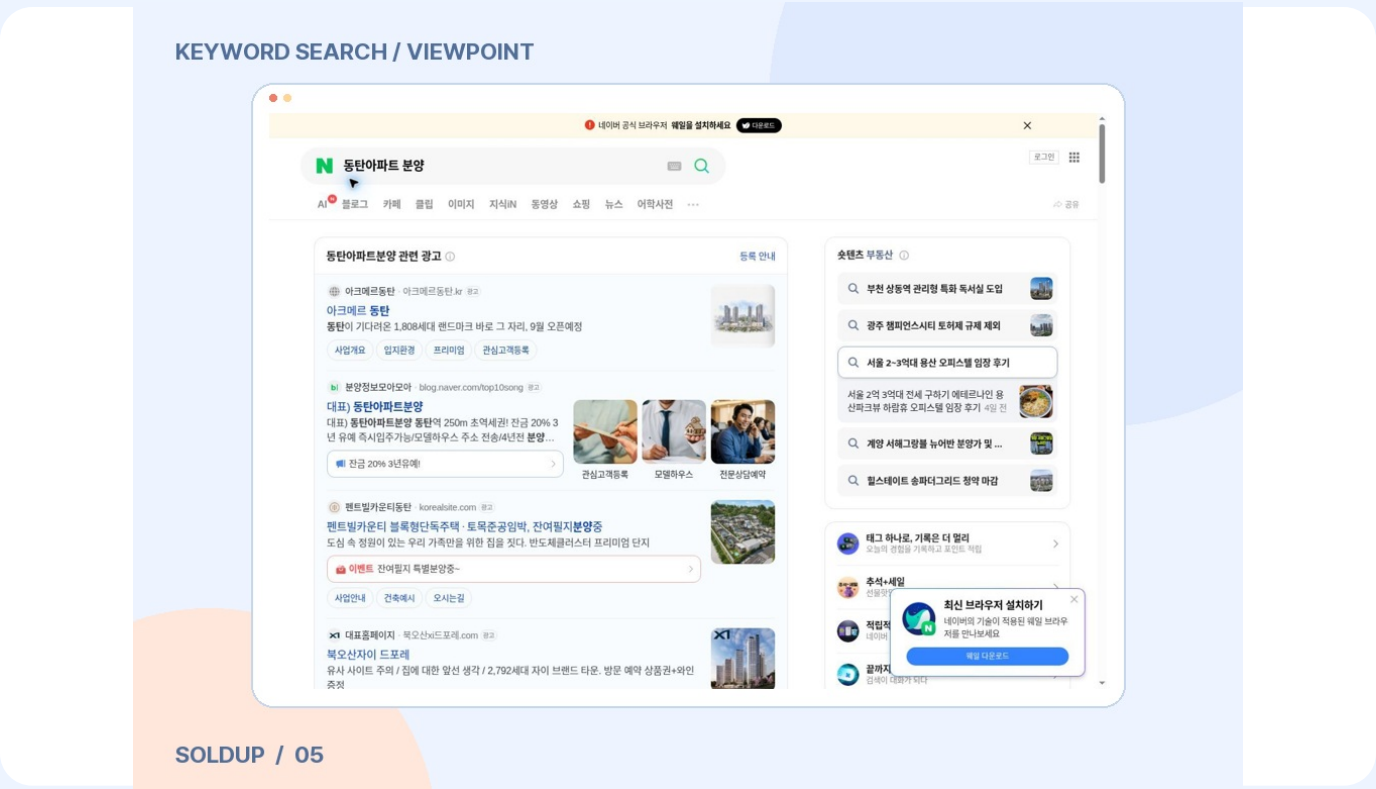
견적 확인 유형 · 기간 · 검색량 기준

다음 접점으로 이어집니다.

05 / 키워드 검색광고

찾고 있는 고객에게,
우리 현장을 제안하다.

지역과 상품을 찾는 고객의 검색 의도에 맞춰 유입을 설계합니다.



네이버 검색광고 참고 화면입니다. 다음 광고는 별도 협의합니다.

준비할 자료 검색어 · 광고 문구 · 랜딩

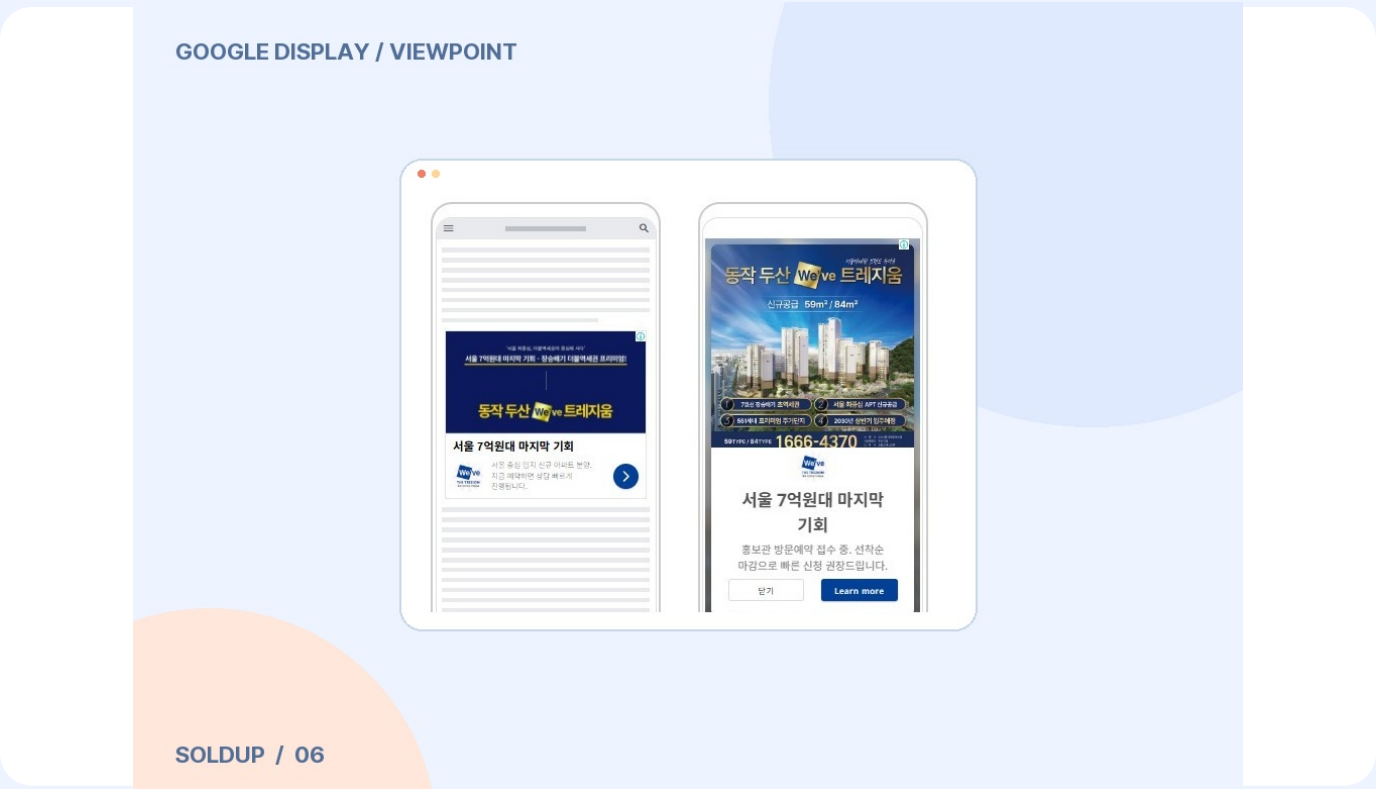
견적 확인 매체 · 입찰 · 예산 · 운영 범위

다음 접점으로 이어집니다.

06 / 구글 디스플레이 광고

여러 접점에서,
관심의 폭을 넓히다.

다양한 콘텐츠 접점에서 이미지와 메시지로 분양 소식을 알립니다.



제공된 광고 소재 미리보기입니다.

준비할 자료 이미지 · 로고 · 제목 · 랜딩

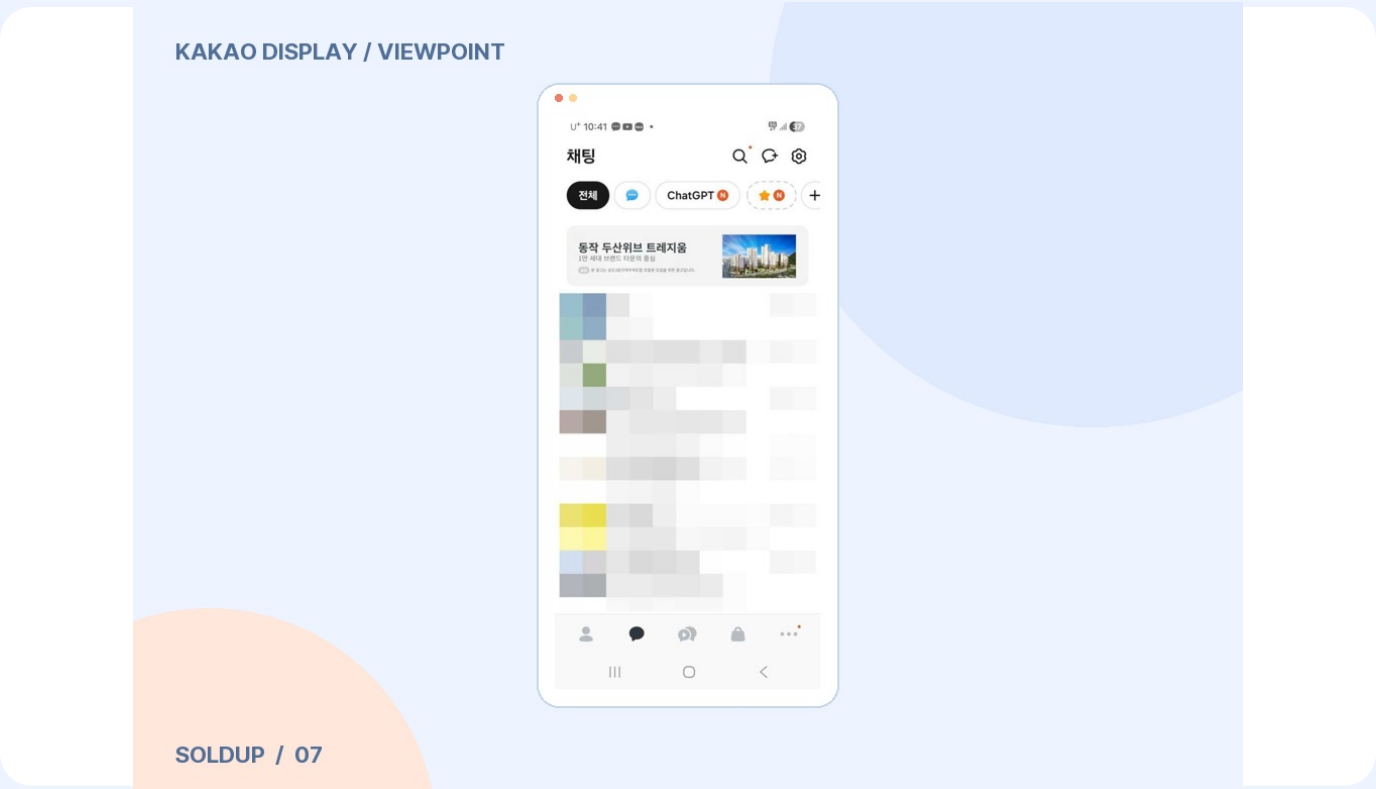
견적 확인 예산 · 소재 수 · 운영 범위

다음 접점으로 이어집니다.

07 / 카카오 광고

익숙한 일상 속에서,
새로운 현장을 만나다.

일상 속 서비스 접점에 현장의 메시지를 전하고 정보 유입을 돕습니다.



제공된 카카오 광고 참고 화면입니다. 대화 내용은 비식별 처리되어 있습니다.

준비할 자료	분양 소재 · 문구 · 연결 주소
견적 확인	상품 · 예산 · 제작 · 운영 범위

다음 접점으로 이어집니다.

08 / 네이버 롤링보드

넓은 접점에,
현장의 첫인상을.

PC 메인 광고 영역에서 현장의 오픈 소식과 이미지를 보여줍니다.

PC 메인 광고 위치 참고 화면입니다.

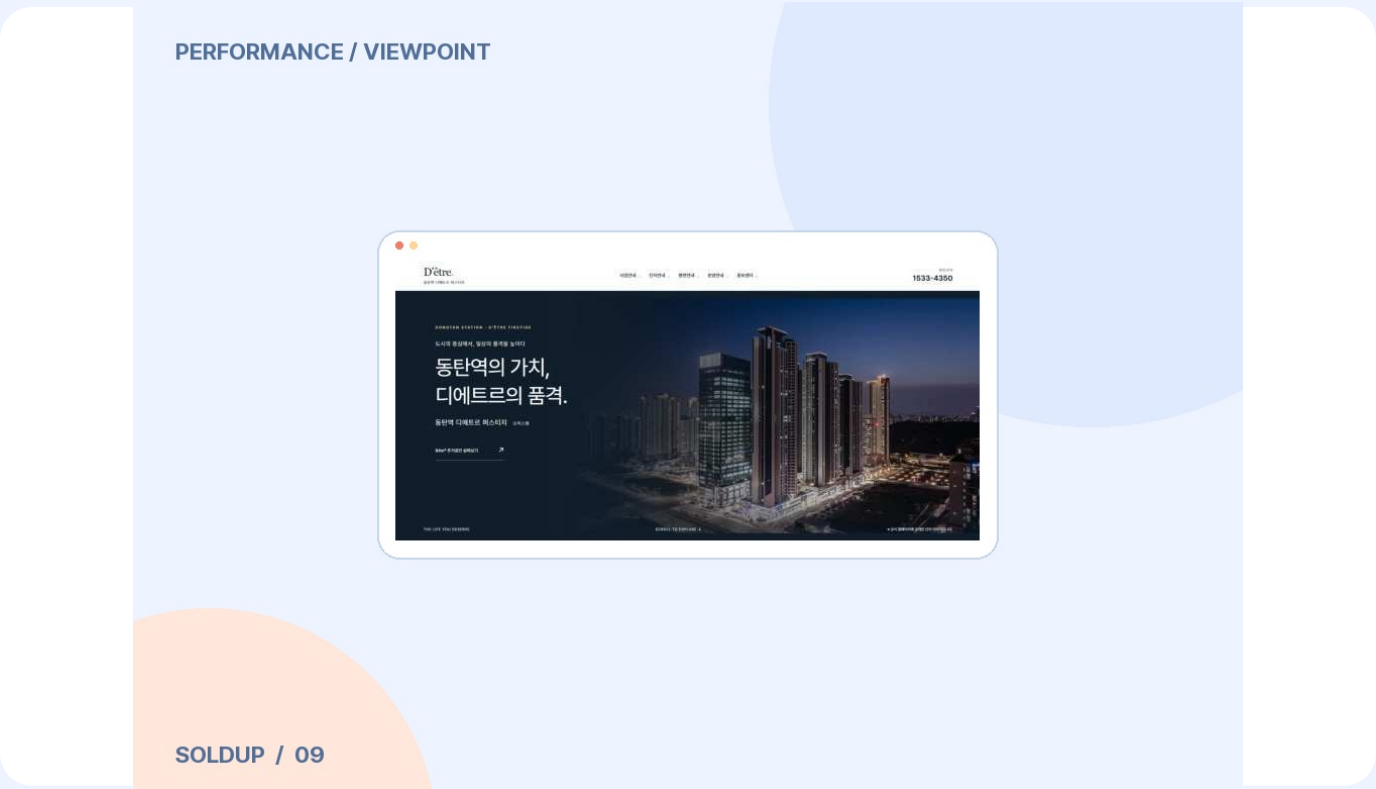
준비할 자료	광고 이미지 · 문구 · 랜딩
견적 확인	기간 · 물량 · 유형 · 판매 조건

다음 접점으로 이어집니다.

09 / 네이버 성과형 광고

반응을 살피며,
다음 방향을 정하다.

정보 유입과 광고 반응을 확인하며 소재와 운영을 조정합니다.



소재 적용 개념도이며 실제 GFA 노출 화면이 아닙니다.

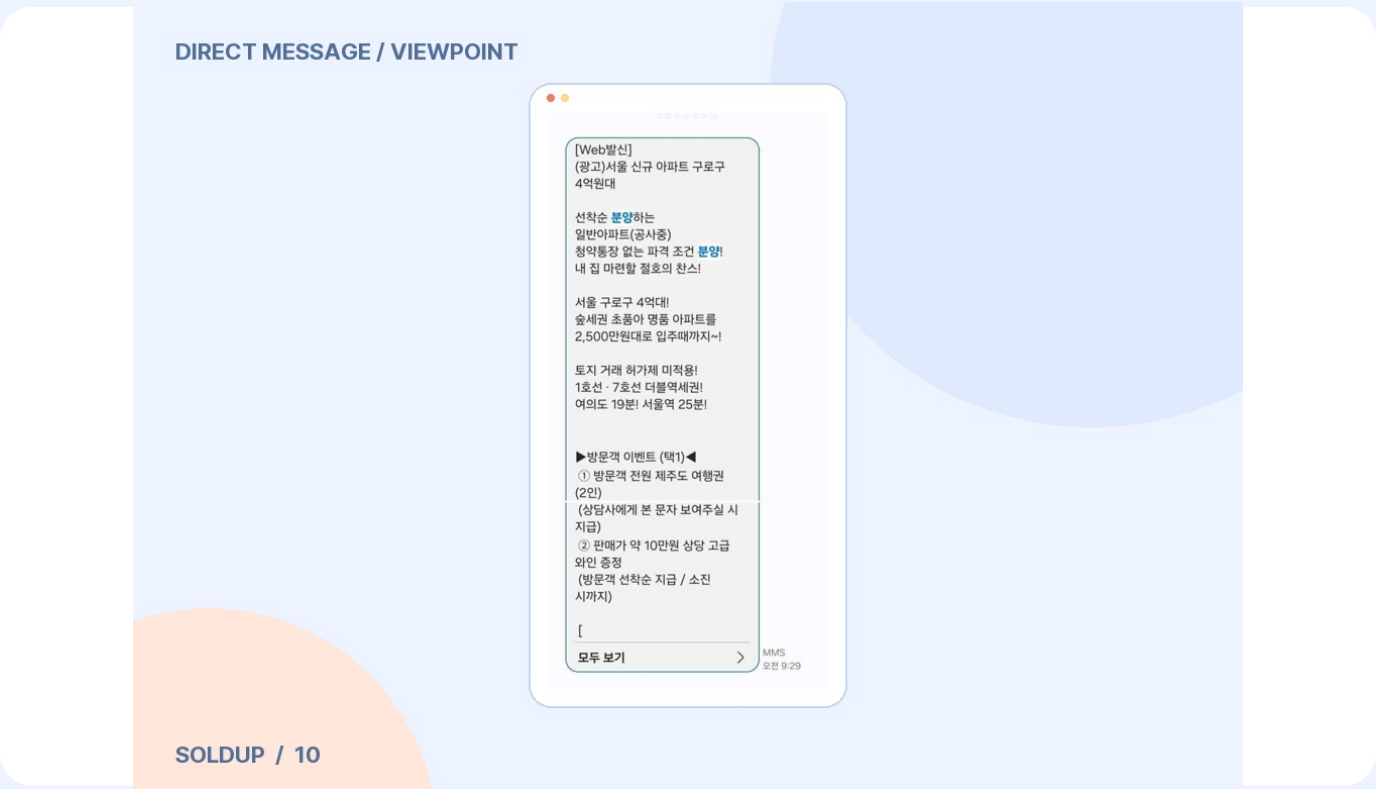
준비할 자료	소재 · 랜딩 · 측정 환경
견적 확인	광고 예산 · 제작 · 운영 범위

다음 접점으로 이어집니다.

10 / LMS 문자 광고

짧고 명확하게,
다음 행동을 안내하다.

현장 정보와 상담·방문 안내를 간결한 문장으로 전달합니다.



제공된 MMS 문구 참고 예시이며 LMS 실발송 화면이 아닙니다. 광고 표시와 수신거부 안내는 발송 전 확인합니다.

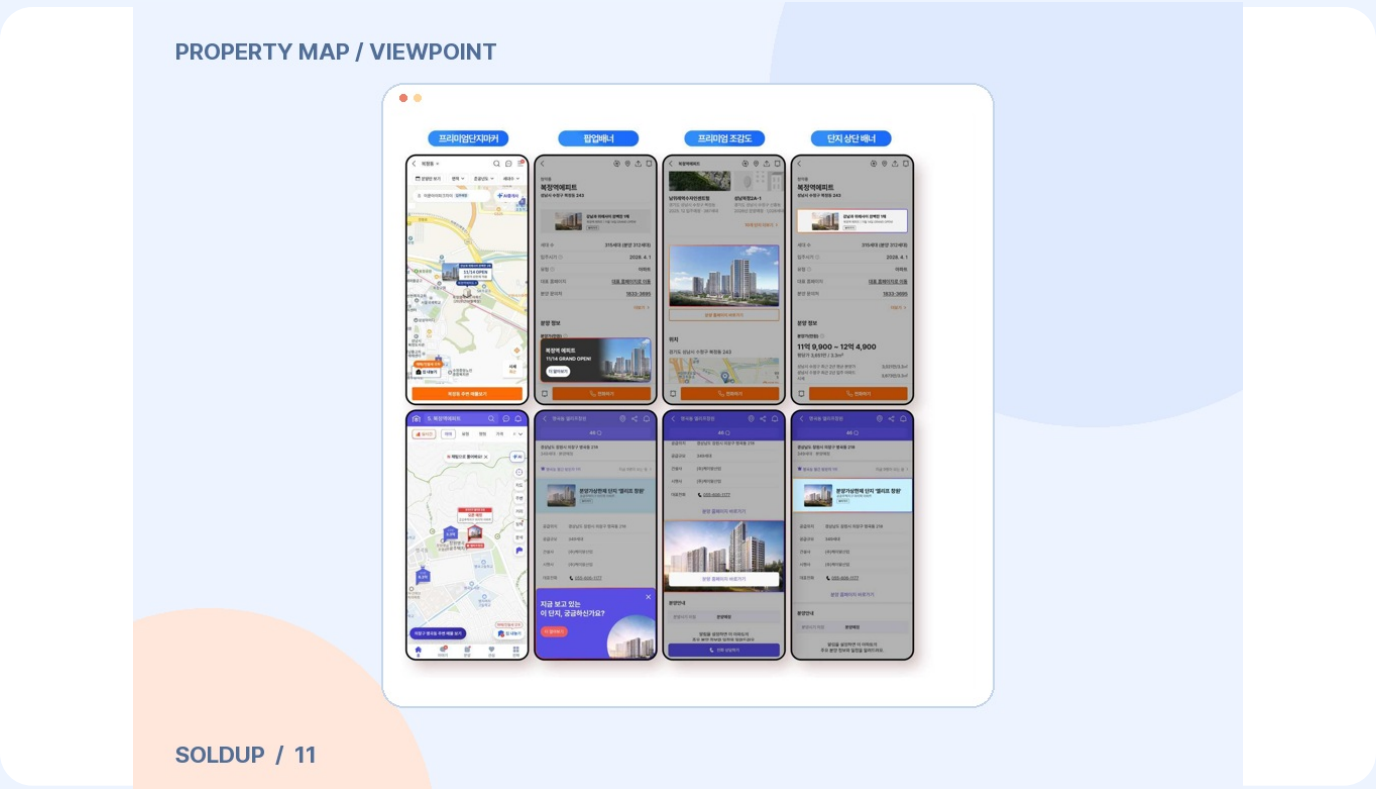
준비할 자료	승인 문구 · 발신 정보 · 랜딩
견적 확인	대상 조건 · 발송량 · 단가

다음 접점으로 이어집니다.

11 / 직방 · 호갱노노 단지마커

지역을 살펴보는 순간,
우리 현장을 발견하다.

관심 지역과 단지를 탐색하는 고객에게 현장 정보를 보여줍니다.



협력사 제공 지도광고 화면의 표기 영역을 발췌한 예시입니다.

준비할 자료 위치 · 현장 정보 · 이미지

견적 확인 지역 · 기간 · 유형 · 판매 조건

다음 접점으로 이어집니다.

12 / 직방 · 호갱노노 배너

부동산을 살펴보는 고객과 만나는 접점.

부동산 앱 탐색 과정에서 현장의 메시지와 이미지를 노출합니다.

협력사 제공 자료의 팝업 배너 예시입니다.

준비할 자료	규격별 소재 · 문구 · 랜딩
견적 확인	지면 · 기간 · 물량 · 제작 범위

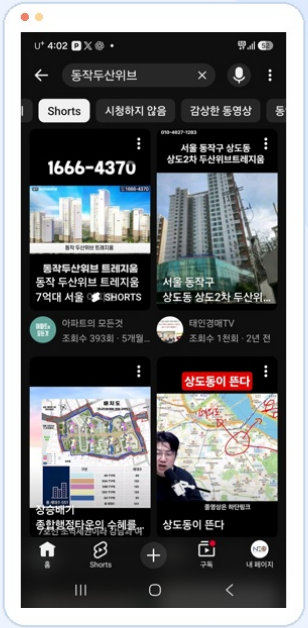
다음 접점으로 이어집니다.

13 / 유튜브 · 쇼츠

공간의 매력을,
보고 싶은 장면으로.

현장 영상 제작과 광고 집행으로 핵심 가치를 짧고 선명하게 전합니다.

VIDEO / VIEWPOINT



SOLDUP / 13

일반 영상·쇼츠 검색 참고 화면이며 유료 광고 집행 실적과는 구분됩니다.

준비할 자료 현장 정보 · 촬영 · 영상 자료

견적 확인 길이 · 촬영 · 편집 · 집행 범위

다음 접점으로 이어집니다.

14 / 메타 광고

고객의 피드 속에,
현장의 이야기를.

인스타그램과 페이스북의 피드·스토리·릴스에서 현장을 알립니다.

SOCIAL / VIEWPOINT

SOLDUP / 14

제공 이미지에 계정과 문구를 적용한 광고 형식 예시입니다.

준비할 자료 이미지 · 영상 · 문구 · 랜딩

견적 확인 소재 수 · 형식 · 운영 범위

이 모든 접점이, 하나의 상담으로.

방향은 함께 정하고,
진행은 명확하게.

01 현장 파악

지역 · 상품 · 분양 단계

02 상품 제안

매체 · 일정 · 예산 협의

03 제작·심사

자료 확인 · 매체 심사

04 집행·보고

노출 · 반응 지표 점검

상담 준비: 현장명·지역·상품·시작일·예산 범위·보유 이미지
광고비·제작운영비·부가세를 구분해 확인합니다.
노출 위치와 판매 조건은 매체별로 집행 전 확인합니다.

다음 이야기는,
당신의 현장입니다.

현장을 듣고, 필요한 마케팅을 함께 찾겠습니다.

010-5643-2154

ceo@neosoldup.com

neosoldup.com

주식회사 네오마케팅
대표이사 최재영
서울특별시 관악구 관악로 168, 409-사13호

이 소개서는 기존 상품 자료를 바탕으로 구성했습니다.

예시 화면은 상품 이해를 위한 자료이며, 당사 집행 실적과는 구분됩니다.