

**WITH**  
**C****CULTURE** With culture  
Introduction

---

위드컬처 회사소개서

---

# 위드컬처 기업소개

위드컬처는 브랜드 마케팅 컨설팅 그룹입니다.

브랜딩 분야에서 최고의 specialist들이 모여 풍부한 경험과 과학적 접근을 통해 브랜드의 성공 전략과 솔루션을 제시합니다.

다양한 실전 경험으로 축적된 인사이트와 각 브랜드에 최적화된 One source multi use 전략을 통해 브랜드별로 최상의 맞춤형 솔루션을 제시하고 서비스의 부가가치를 극대화합니다.

위드컬처는 국내 1세대 문화마케팅 전문가 이경선 대표가 설립하여 '문화'를 통해 기업과 제품에 스토리를 부여해서 브랜드의 가치를 높여주는 (valuation) 전문 브랜드 마케팅 회사입니다.

위드컬처는 문화마케팅에 특화된 서비스를 제공하고 다양한 콘텐츠를 기획 및 생성하여 차별화된 브랜딩 프로그램으로 업계의 주목을 받고 있습니다.

# 차별화 전략

## One Source Multi Use

브랜드에 최적화된 다양한 플랫폼을 통한 One Source Multi Use를 실현.  
브랜드에 제공하는 서비스의 부가가치를 극대화 합니다.

## Key Opinion Leader Group

Star, 기업인, 전문가 집단 등 브랜드 홍보와 여론 형성에 필요한 Key 집단과  
big mouth 집단과의 긴밀한 관계를 통해 온/오프라인 상 최적의 여론 서비스를 제공합니다.

## Beauty Fashion Culture Specialist

국내외 다양한 뷰티, 패션, 문화 관련 홍보/ 마케팅/ 기획 경험이 풍부한 스페셜리스트의 전략을 바탕으로  
브랜드가 원하는 방향으로 다각도의 프로그램을 전문적으로 진행합니다.



# 차별화 전략

## Networking Collaboration

7년간 약 700여건 이상의 프로젝트 진행 및 전문가로서의 풍부한 네트워크를 통해 브랜드가 필요로 하는 최적의 파트너와 콜라보레이션 기획. 브랜드 홍보/마케팅의 시너지 효과를 극대화 합니다.

## Culture Code

브랜드에 최적화된 다양한 문화 콘텐츠를 기획 및 생성하여 브랜드별로 차별화된 브랜딩 프로그램을 제공, 소비자들에게 효과적으로 소구할 수 있는 문화 예술적 감성 코드를 통해 브랜딩 전략을 진행합니다.



# SERVICE AREA



- | SNS 마케팅
- | 광고 기획 및 제작 / 광고운영 집행
- | 홍보 영상 제작
  
- | 메타버스 / NFT
  
- | 캠페인 / 프로모션 기획 및 진행
  
- | 브랜드 마케팅 / 홍보 컨설팅
- | 온·오프라인 미디어 홍보
  
- | 인플루언서 마케팅

# 위드컬처 CEO



## 이경선 대표

브랜딩 분야에 스페셜리스트로서  
다양한 방송 프로그램 제작 및 저서 출판을 통해  
업계의 POWER INFLUENCER로서 큰 영향력을 발휘하고 있습니다.

풍부한 경험과 네트워크를 바탕으로  
다양한 기업&브랜드들과의 코워킹을 통해 고객이 원하는  
마케팅과 언론홍보 등 시너지효과를 실현할 수 있습니다.

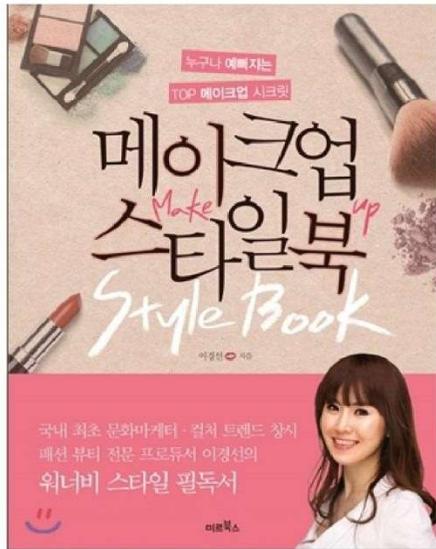
브랜드 전반을 아우르는 영향력 있는  
스페셜리스트의 전문적인 전략으로  
치열한 마켓 속에서 독보적인 경쟁력을 보유할 수 있습니다.

서울대학교 사범대학 교육학 박사 이수  
전 CJ미디어 책임PD  
현 문화컨텐츠 그룹 (주)위드컬처 CEO  
전 포항공대 창의IT융합교육학과 창의교수  
현 대중문화 칼럼니스트  
현 한국여성벤처협회 이사  
현 스포츠안전재단 이사

**저서**  
2009 “메이크업 생활자”  
2010 “프린세스 파워”  
2012 “메이크업 스타일링 북”  
2012 “Next CEO”

# 대표저서

스스로를 아름답게 가꾸고 개성있게 표현할 줄 아는 자존감 높은 여성상을 그려내어 뷰티/패션/컬처 분야의 POWER INFLUENCER로서의 영향력을 여과없이 발휘, 20-30 여성들이 닮고 싶은 여성으로 손꼽히는 진정한 스페셜리스트라는 평을 받았습니다.



메이크업 스타일 북

이경선 저  
미르북스



메이크업 생활자

이경선 저  
이지북



프린세스 파워

이경선 저  
이지북



넥스트 CEO

서울대 경영학술 동아리  
파이카

# 수상내역

- 고령사회의 인식개선과 국민 소통 활성화에 기여한 공로를 인정받아  
문체부 장관 표창을 수상
- '우리 함께 캠페인' 사업으로 국민 소통 활성화에 기여한 공로를 인정받아  
'2020 정책소통' 국무총리 표창
- 서울 브랜드위원회의 위원으로 활동하며 서울 브랜드가치를 확산시키는데  
기여한 공로를 인정받아 서울특별시장상 수상

## 업무 수상 내역



I·SEOUL·U

2020  
서울특별시장  
감사패 수상



문화체육관광부

2018/2019 / 2020  
문화체육관광부  
장관상 수상



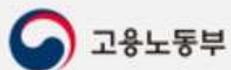
행정안전부

2020  
국무총리표창장

문화체육관광부  
3년 연속 수상

# 정보부처 주요사업 내용

## 주요 사업 내역



**고용노동부 2009~2011**

청중서비스 50여차례 콘서트 기획 및 운영 & 언론홍보



**대검찰청 2011~2018**

세계경제총장대회 개최 및 언론홍보 대검찰청 연간 홍보대행 KBS 다량스페셜 예능 열사 다큐멘터리 제작



**행정자치부 2015~2018**

공직경제활성화, அரச원사업 적정가업 홍보사업



**통일부 2016**

통일공감 콘서트 및 경기대회 종합 홍보대행



**국토교통부 2016~2017**

고속도로 준공식 행사 및 영상제작, 언론홍보



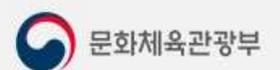
**청와대 2020**

정책주간지 공감유튜브 채널 운영



**국민소통캠페인 2018~2020**

유튜브 채널 운영



**문화체육관광부 2021**

아동 인권 우리함께캠페인 기획 및 운영



2009 2010 2011

2012 2013

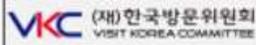
2014 2015

2016 2017

2018 2019

2020

2021



**한국방문위원회 2017**

코리아세일페스타, 코리아 그랜드세일 홍보 제작영상



**서울관광재단**

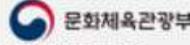
**서울시 2019**

서울공역관광투어 상품 컨텐츠 개발 및 홍보/영상/마케팅대행



**평창올림픽조직위원회 2016~2018**

평창올림픽 디지털 마케팅 종합 홍보 대행



**문화체육관광부 2018~2020**

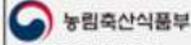
국민소통 캠페인 <우리들의 행복한 삶> 종합 홍보 마케팅



**KSPOT**

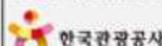
**국민체육진흥공단 2018~2019**

스포츠 토폴 공역 운/오프라인 연계 홍보



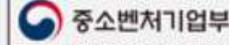
**농림축산식품부 2019~2020**

대한민국농업박람회 일자리박람회 종합 홍보 대행/ 영상공모전 홍보마케팅/ 코로나 극복 캠페인 광고영상제작



**한국관광공사 2019**

2019 가을여행주간 연계 지역행사 홍보 이벤트



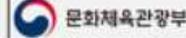
**중소벤처기업부 2019**

한국벤처투자 / 코리아IVC대워즈2019 종합 행사 대행



**환경부 2020**

2020 세계 물의 날 기념행사 홍보 운영 대행



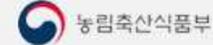
**문화체육관광부 2020**

공식 유튜브 채널 '공감' 영상제작 및 홍보 대행



**서울시 2020**

서울시 공식유튜브 채널 운영



**농림축산식품부 2020**

스마트팜 TV/ 농리와 TV



**산림청 2021**

세계산림총회 홍보컨텐츠 개발



# CULTURE TREND LAB

트렌드 선두주자 위드컬처

조사 및 분석을 통해 예측한 '2016년 트렌드' 기사 (중앙일보, 서울경제 등)

## 2016년을 이끌어 갈 미디어 키워드 'GO BACK'



[류근원 기자] 2016년을 이끌어 갈 미디어 트렌드 키워드는 뭘까?

문화마케팅 기업 위드컬처가 제시한 미디어 트렌드 키워드는 'GO BACK(고백)' 'EdgeSMALL(엣지스몰)' 'Solo-Full(솔로 풀)' 'TAGnity(태그니티)'다.



## 위드컬처, 미디어 트렌드로 고백엣지스몰솔로 풀태그니티 선정



문화마케팅 회사 위드컬처는 GO BACK(고백), EdgeSMALL(엣지스몰), Solo-Full(솔로 풀), TAGnity(태그니티)를 4가지 미디어 트렌드로 선정했다.

컬처 스페셜리스트 이경선 위드컬처 대표는 "정반대되는 개념의 큰 트렌드는 문화가 다양해지고 개성을 중시하는 시대 흐름에 맞게 균형을 이루며 대중과 문화를 이끌 것"이라고 전했다.

#고백 엣지스몰

2015년 하반기를 뜨겁게 달군 tvN 드라마 '응답하라 1988'은 과거에 대한 향수를 환기시키며 고백(GO BACK) 즉 복고 열풍을 주고 있다. 상반기 MBC '무한도전'의 '토토'가 프로젝트가 술에 복고열풍의 선두 역할을 한 데 이어 '응답하라' 시리즈는 방영과 함께 연일 화제를 모으며 인기를 입증하고 있다. 복고 열풍이 대중들에게 뜨거운 호응을 받는 데는 과거와 추억이 사람들의 감성을 자극해 현재를 긍정적인 방향으로 이끌기 때문이다.

이처럼 과거를 추억하는 한편 현재 내 모습을 만족하는 사람들 지칭하는 '엣지스몰'은 하지만 특별한 가치를 추구하며 현재에 만족하는 소비 트렌드를 만들어 가고 있다. 직접 가운 '복'에서 채소를 구하고, 낚시로 생선을 잡아 소박한 한끼를 만들어 먹는 스타일의 모습은 '엣지스몰'이 추구하는 라이프 스타일과 닮았다.

중앙일보 문화

### [문화] 위드컬처가 뽑은 2016 미디어트렌드

시청자의 감성 시계를 1980년대로 되돌린 드라마 '응답하라 1988'(tvN)의 인기에서 보듯 과거를 향한 향수는 2016년 새해에도 쉽게 사그라들 것 같지 않다. 예능프로 '마이 리틀 텔레비전'(MBC, 이하 '마리텔')이 확인시킨 1인 방송과 양방향 소통의 위력도 마찬가지. 또 소소한 취향을 공통분모 삼아 SNS 등을 통해 자발적으로 형성된 공동체의 힘도 그렇다. 문화마케팅 회사 위드컬처가 6일 발표한 2016년 미디어 트렌드에도 드러난다. 그 핵심은 GO BACK, EdgeSMALL, Solo-Full, TAGnity 등 네 가지 키워드다.

GO BACK=과거를 회상하며 돌아가고 싶어하는 마음. 흔히 말하는 '복고'. 퇴행적이라는 비판도 있지만 위드컬처는 "GO BACK 열풍이 대중들에게 뜨거운 호응을 받는 데는 과거와 추억이 사람들의 감성을 자극해 현재를 긍정적인 방향으로 이끌기 때문"이라고 평가했다.

EdgeSMALL=현재의 삶에 만족하고 오늘을 즐기고 노력하는 사람들의 라이프 스타일. "직지만 특별한 가치를 추구하며 현재에 만족하는 소비 트렌드를 가진 사람"이라는 '엣지스몰족'(EdgeSMALL족)이다. 이 역시 지난해의 트렌드와 무관하지 않다. "직접 가운 밋밭에서 채소를 구하고, 낚시로 생선을 잡아 소박한 한 끼를 만들어 먹는" '예능프로' '삼시세끼'(tvN)가 대표적이다.

Solo-Full=복합 도시, 5가지 복합성분

TAGnity=태그니티

서울경제

### 위드컬처 "트렌드의 이중성에 주목하라"

성공적인 마케팅 위한 브랜드 키워드 제시

문화마케팅 회사 위드컬처가 2016년 기업의 마케팅 방향을 제시할 브랜드 키워드도 노 브랜드(No brand), 노우 브랜드(Know brand)와 도팅(Dotting), 스트로킹(Stroking)을 선정했다. 정반대되는 두 개념이 동시에 한 시대의 트렌드를 이끈다는 점이 모순이지만 극과 극 팬들의 소비 문화가 양자택일의 선택이 아닌 균일한 조화 속에서 대중의 뜨거운 호응을 이끌어낼 것이라는 전망이다. 컬처 스페셜리스트 이경선 위드컬처 대표는 "이중성"에 기반한 정반대의 콘셉츠가 대중의 호평과 관심을 이끌 것으로 보인다"고 전했다.

노우 브랜드 Vs 노우 브랜드

브랜드 보다는 가성비를 중시하며 가성비가 좋은 브랜드에 대한 지식과 정보가 넘치는 시대가 됐다. 자신을 과시하기 위한 도구로 브랜드를 사용해왔다면 이제 더 이상 대중은 브랜드에 얽매이지 않게 됐다. 색다른 제품에 대한 니즈가 커지면서 적정수준 이상의 품질이 보장된다면 과시의 만족감은 중요하지 않게 되면서 기업들은 다양한 PB제품을 출시, 새로운 소비 트렌드에 보응을 맞추고 있다. '대륙의 실수'라는 수식어와 함께 '머스트 해브 아이템'으로 자리한 사모시의 보조배터리 사례에서 볼 수 있듯 브랜드보다 가성비를 중시하는 소비자들은 스마트 커슈머로 변신



# 워드컬처 조직도

30여명의 각 분야별 전문가들이 모여 전문성을 가지고 브랜드 가치와 인지도를 높이며  
파급력 강한 콘텐츠를 기획 제작하는 **Brand Marketing Consulting Group**



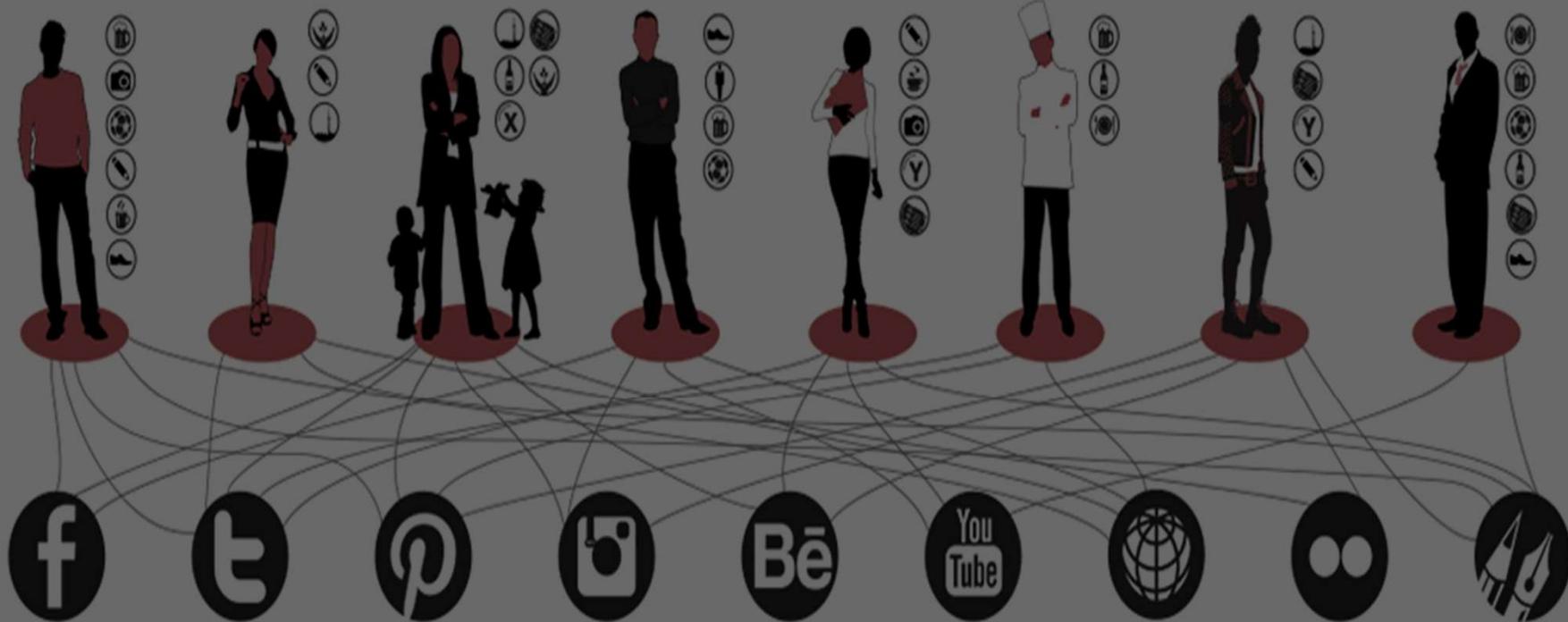


WITHCULTURE

WITHCULTURE 강점

# 스타/오피니언 리더 네트워크 보유

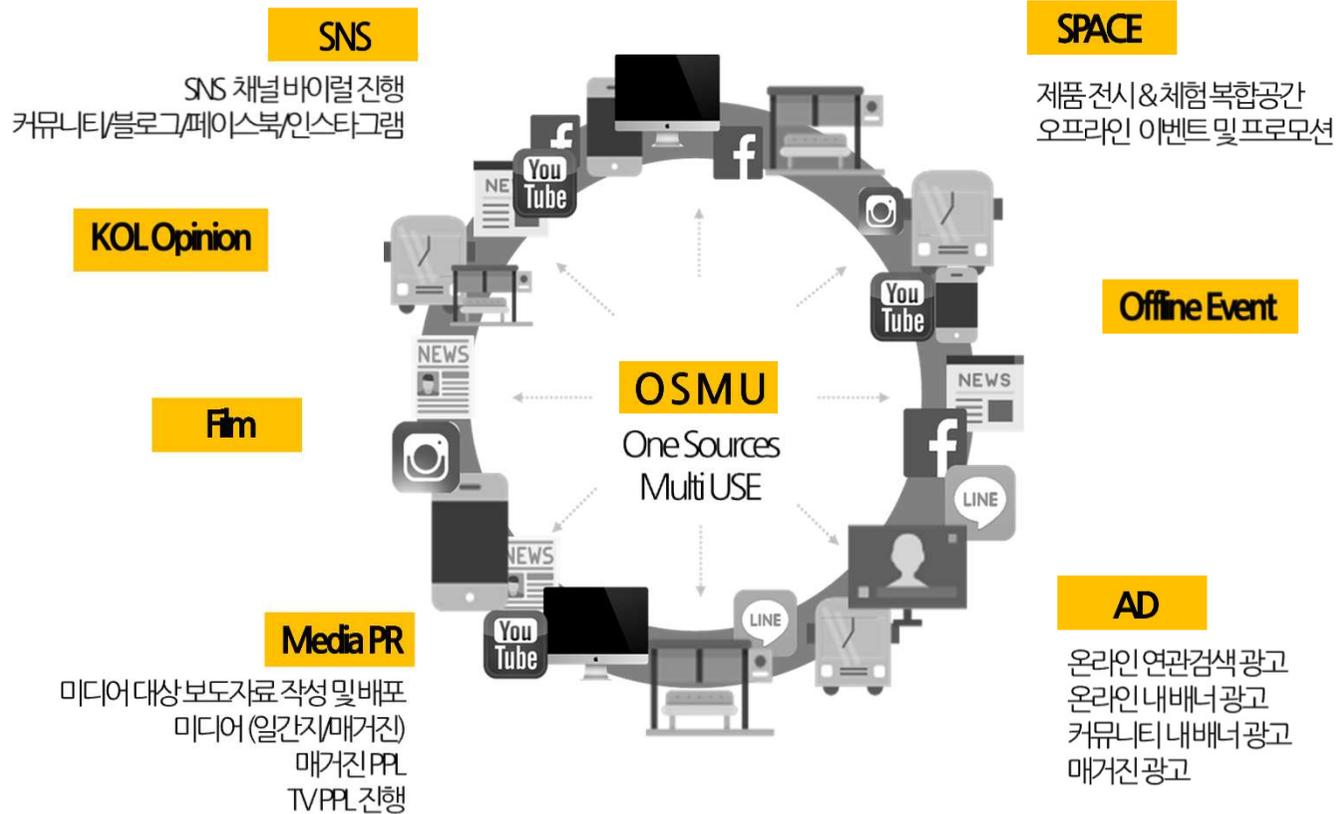
대중들에게 영향력 있는 인물을 활용하여 브랜딩 진행



# 위드컬처 핵심전략 OSMU

## 하나의 콘텐츠를 다채널에 활용하여 부가가치 극대화

### 저비용/고효율로 IMC 전략 실현

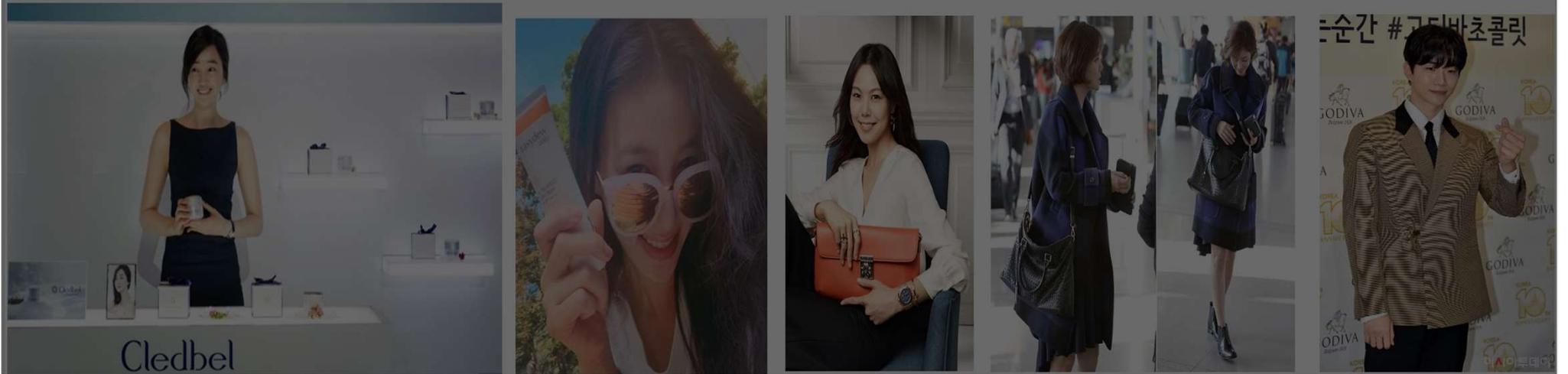


WITHCULTURE

## WITHCULTURE 강점



14년/150여 개 브랜드와 기업/ 1000여 개 프로젝트  
다양한 프로젝트 진행을 통해 구축한 다방면의 스타/오피니언 리더 네트워크 활용3



WITHCULTURE

WITHCULTURE 강점

## O2O (On-Offline)연계 전략 기획/집행

오프라인 행사의 전략적 진행 통해 시너지 효과 극대화

위드컬처 진행 프로젝트

온라인 이벤트 진행

참여유도 이벤트로 참여유도  
SNS/블로그 이벤트 등



참여유도



흥미유발

사전 콘텐츠 제작

호기심과 흥미를 유발할 콘텐츠 제작으로 참여/홍보 유도

영상 콘텐츠  
잡지 콘텐츠 등



홍보 극대화

오프라인 노출  
이벤트 홍보기사  
바이럴 영상 제작

WITHCULTURE

WITHCULTURE 강점

# 실 매출 증진을 위한 플랜 제시 및 집행

오프라인 유통/브랜드 제휴/콜라보레이션 기획/진행

WITHCULTURE

WITHCULTURE 강점

## 신제품 출시 성공사례 다수 보유

차별화된 컨셉/스토리텔링을 통한 브랜딩 진행 및 매출 연계



**제품 런칭**  
바이오더마 (국내 런칭/ 스테디셀러 수립)  
이지듀 (홈쇼핑 런칭/ 매출 기록)  
에스쁘아 (스타마케팅/ 제품 컬러 매진)



**스타마케팅**  
코스메 데코르테 (40주년 기념 'AQMW 라인' 런칭 행사)  
로레알 (런칭 광고 제작 및 홍보)  
랑콤 ('Vision of Beauty' 캠페인 진행)

## 고디바 제페토 '고디바 하우스' 오픈

내용: 고디바 한국 출시 10주년을 맞아 2PM 준호와 함께 오프라인 행사 뿐만 아니라 가상현실로 즐기는 메타버스 '제페토'에 제작된 '고디바 하우스'는 오픈 동시에 수 천 명이 방문하여 인기 월드 맵으로 선정

MZ세대가 가장 좋아하는 모델을 선정하고 메타버스 플랫폼 '제페토'를 활용한 마케팅



WITHCULTURE

WITHCULTURE 주요 진행 사례

## 리페라 GS 홈쇼핑 런칭

내용: 미디어, 매거진 등 온·오프라인 언론 홍보 대행을 맡았으며  
브랜드 모델로 이미숙을 섭외하여 런칭 행사까지 진행  
성공적인 홈쇼핑 런칭으로 연이어 방송 진행

브랜드 타겟에 부합하는 이미지의 모델을 섭외하여  
온·오프라인 모든 채널에 같은 메시지를 전달한 성공적인 브랜딩 사례



## 끌레드벨 브랜드 홍보

내용: 미디어, 매거진 등 온·오프라인 언론 홍보 대행을 맡았으며  
온라인 공식 SNS 채널 운영 및 바이럴 진행  
수애를 브랜드 모델 섭외, 반얀트리에서 런칭 행사 기획·진행

온라인과 오프라인의 유기적 커뮤니케이션으로  
브랜드 이미지 확보



WITHCULTURE

## WITHCULTURE 주요 진행 사례

# 대웅제약 이지듀 DW-EGF 크림 런칭

내용: 이지듀 DW-EGF크림 홈쇼핑 런칭 프로젝트 진행  
제품의 우수성을 입증할 수 있는 효과적인 콘텐츠 기획  
제품의 노출을 증대시키기 위한 다양한 채널 전략  
단기간에 다량의 콘텐츠를 기획/제작하여 매출 연계 유도



유튜버 /블로거 대량 바이럴



쿠키영상 제작/확산

대웅제약의 기술력으로 탄생한 단 하나의 성분!

## DW-EGF

DW-EGF가 함유되어 피부 표면 보호막 형성에 도움을 주는 크림  
(주름개선 / 미백 기능성 화장품)

NEW

다 더블유 이지듀 크림 50ml  
다 더블유 이지듀 토너 210ml

런칭 1달 만에 8만개 판매  
롯데 홈쇼핑 최단기간 최다판매  
1분에 250개 1초에 4개씩 판매



앱매거진 콘텐츠 기획/홈쇼핑 모아 앱 광고

미친 높은군 효과 가능했던 이유

## DW-EGF

#꿀미틱  
#소문난\_홈쇼핑\_화장품

카드뉴스 제작/확산



KOL 매거진 화보/영상  
조여정 인터뷰  
공식 홍보 영상

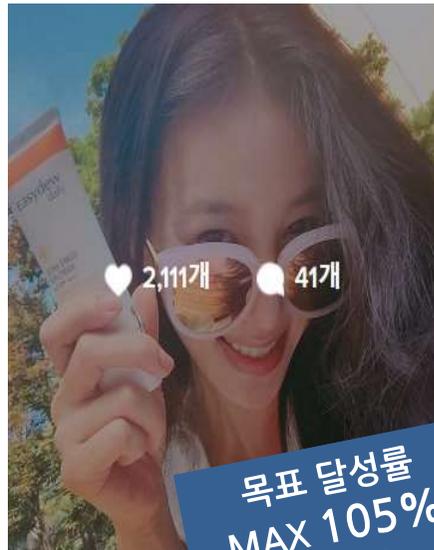
WITHCULTURE

## WITHCULTURE 주요 진행 사례

### 스타마케팅

한국의 탑 스타들과 함께 해당 브랜드와 콜라보레이션 진행하여 글로벌 마케팅 진행

스타의 아이템을 동경하는 소비자의 감성을 활용  
스타마케팅의 성공 사례



목표 달성률  
MAX 105%  
초과!



목표 달성률  
MAX 246%  
초과!



목표 달성률  
MAX 119%  
초과!

WITHCULTURE

## WITHCULTURE 주요 진행 사례

# 프랑스 대표 더마코스메틱 브랜드 바이오더마 한국 런칭

내용: 프랑스 프리미엄 더마코스메틱 브랜드 바이오더마의 온라인 공식 SNS 채널 운영 및 온라인 바이럴을 진행하였으며  
쉐라톤 그랜드 워커히 호텔 제이드 가든에서 열린 '굿 윌 워킹' 행사에 대한 협찬 진행

온라인과 오프라인을 통해 지속적으로 고객과의 스킨십 증대  
클렌징워터를 메인 제품으로 내세워 성공적인 국내 런칭



바이오더마 성공적 국내 런칭  
소비자들과의 스킨십 증가로 성공적인  
브랜드 인지도 확립



WITHCULTURE

WITHCULTURE 주요 클라이언트

## 위드컬처 패밀리

위드컬처와 함께 협업하는 기업  
링거스튜디오, 고디바, 리즈케이, 아리바이오, 나이스뷰티, KBO

L / N G E R  
S T U D I O



LIZ<sup>K</sup> COSMETIC

ari3iO  
The Bridge of Life Science



WITHCULTURE

## WITHCULTURE PARTNERS

### Beauty



WITHCULTURE

## WITHCULTURE PARTNERS

### ▪ Sports

PING

DESCENTE

YAMAHA

FREDDY

le coq sportif

### ▪ Lifestyle

HARMAN

LG U+

MOBILE WORLD CONGRESS

OPERA GALLERY

Llumar

WMF

삼성버블샷

LG U+

AKG by HARMAN

BMW

JBL by HARMAN

오비맥주(주)  
Oriental Brewery Company

위버젠제렉스

정관장  
홍삼

쌍도락

해우리

송해본

CRAZY HORSE

HARMAN

GODIVA

DROPTOP

LOTTE E&C

SAMSUNG 삼성자산운용

HARMAN

WITHCULTURE

## WITHCULTURE PARTNERS

### ■ Fashion

Ermenegildo Zegna

Folli Follie

PANDORA™

LOEWE  
MADRID  
1894

CÉLINE

TOM FORD

TOSCANA  
By MARCHESI  
www.marchesi.com

SWAROVSKI

LOOK Optical  
Since 1981

Em Polham

JESTINA

Bershka

PULL&BEAR

Stradivarius

GS SHOP

ALPES  
ALASKA

MORGAN

ROBO

VAN AKE

ME • SENSE  
live your style

PROGATIS

BEAN POLE

for all mankind

GUESS  
BY MARDIANO

STUDIO  
BONNIE

BaZ

BRÉAL

SO,WOOL  
AUSTRALIAN PREMIUM WOOL

StenNY

Gio & Samantha

EIGHT SECONDS

SAMSUNG 제일모직

POLHAM  
THE JUSTIFIABLE

PARKLAND

VEDI VERO  
MILANO

MONT  
BLANC

TISSOT  
SWISS WATCHES SINCE 1854

MICHAEL  
Confidence in Fashion

ALPHARD

WITHCULTURE

## WITHCULTURE PARTNERS

### ■ Fashion

Ermenegildo Zegna

Folli Follie

PANDORA™

LOEWE  
MADRID  
1890

CÉLINE

TOM FORD

TOSCANA  
By MARCHESI  
www.marchesi.com

SWAROVSKI

LOOK Optical  
Since 1981

Em Polham

JESTINA

Bershka

PULL&BEAR

Stradivarius

GS SHOP

ALPES  
ALASKA

MORGAN

ROBO

VAN AKE

ME • SENSE  
live your style

PROGATIS

BEAN POLE

for all mankind

GUESS  
BY MARDIANO

STUDIO  
BONNIE

BaZ

BRÉAL

SO,WOOL  
AUSTRALIAN PREMIUM WOOL

StenNY

Gio & Samantha

EIGHT SECONDS

SAMSUNG 제일모직

POLHAM  
THE JUSTIFIABLE

PARKLAND

VEDI VERO  
MILANO

MONT  
BLANC

TISSOT  
SWISS WATCHES SINCE 1854

MICHAEL  
Confidence in Fashion

ALPHARD