

2018년도 홍보마케팅팀 콘텐츠 유치 마케팅 사업 계획

2018. 1. 11.

문서번호	홍보마케팅팀-80	책임	홍보마케팅팀장	경영본부장	대표이사		
결재일자	2018.01.11.	01/11 이재만	01/11 박내선	01/11 代지서해	01/11 이근		
공개여부	공개	협 조		책임	팀장		
방침번호	대표이사방침 제(128)호			01/11 정은석	01/11 代서혜영		

추진근거	- 2018년 팀별 연간 단위사업 작성		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협의내용	협의결과
	-	-	-
	-	-	-
사 업 비	'18년 40,000천원		

※ 문서내용을 위와 같이 간단히 요약하세요.

서울디자인재단 (홍보마케팅팀)

사전 검토항목

※ 해당사항이 없을 경우 '무 ✓' 표시하시기 바랍니다.

검 토 항 목	검토여부 '✓' 표시
시 민 참 여 고 려 사 항	시 민 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	이 해 당 사 자 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	전 문 가 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	옴 브 즈 만 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
법령및기타 고 려 사 항	법 령 규 정 : 교통 <input type="checkbox"/> 환경 <input type="checkbox"/> 재해 <input type="checkbox"/> 기타 <input type="checkbox"/> 무 ✓
	고용효과 <input type="checkbox"/> 노동인지 <input type="checkbox"/> 균형인지 <input type="checkbox"/>
	기 타 : 취약계층 <input type="checkbox"/> 성인지 <input type="checkbox"/> 장애인 <input type="checkbox"/> 디자인 <input type="checkbox"/>
	갈등발생 가능성 <input type="checkbox"/> 유지관리 비용 <input type="checkbox"/> 무 ✓
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	민 간 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	기 업 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓
	관 련 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 ✓

'18년도 홍보마케팅팀 콘텐츠 유치 마케팅 사업 계획

적극적 콘텐츠 유치 마케팅과 고객 서비스 개선을 통해 DDP 브랜드 강화와 재정수입에 기여하고자 함

1. 운영개요

추진목표

1	적극적 대관 유치
·가 동 료: 75% ·대관수입: 70억원 ·광고수입: 3.6억원	

2	마케팅 프로모션 강화
·시민 문화행사 유치 노력 ·디자인놀이터 코마케팅	

3	대관 서비스 개선
·고객 편의성 향상 ·대관 업무 효율성 제고	

추진전략

1 적극적 대관 유치

- 주요 전시/브랜드 고객사에 적극적 대관 제안
- 대관 설명회 개최 및 고객 이탈 방지 노력

2 마케팅 프로모션 강화

- 시민 참여 민간협력 문화행사 적극 유치
- 디자인놀이터 '디키디키' 코마케팅 이벤트 개최

3 대관 서비스 개선

- 시설 개보수로 고객 편의성 향상
- 시스템 등 업무 개선으로 업무 효율성 제고

2. 현 황

□ 콘텐츠 유치 마케팅 파트 인력현황

성 명	직 급	담당사업 및 주요 업무
박 내 선	팀장(3급)	· 대관 업무 총괄
대관	이재만	4급 · DDP 대관 전략 수립 및 지표 관리 · 장기 문화행사 대관 서비스, 협력개최 기획
	이지애	전문직 라급 · 기업홍보 행사 대관 서비스 · DDP 광고, 촬영 유치/ 디자인놀이터 관리
	박장희	전문직 라급 · 방송 공연 대관 서비스 · 행사운영 안전 매뉴얼 관리/ 지정등록업체 관리
	김재진	전문직 마급 · 정부 행사 대관 서비스 · 대관안내시스템 관리/ DDP 케이터링 업체 관리
마케팅 프로모션	이진영	5급 · 시민 참여 문화 행사 유치

□ 대관 시설 현황

대 관 공 간	면 적 (㎡)	대 관 료 (원/일)	
알림터	알림1관	2,992 (906평)	20,321,000
	알림2관	1,547 (468평)	10,512,000
	국제회의장	414 (125평)	2,815,000
배움터	디자인전시관	1,216 (368평)	2,923,000
	디자인둘레길	3,358 (1,016평)	요율×사용면적(1,150원/㎡)
살림터	디자인나눔관	900 (272평)	3,925,000
동대문 역사 문화공원	갤러리문	341 (103평)	1,746,000(기업 등) 873,000(공공 등) 537,000(전시)
야외공간	어울림광장	5,891 (1,782평)	1,000,000(3×3m/1일)
	디자인거리	1,692 (512평)	1,000,000(3×3m/1일)
	기타(공원 등)	-	500,000(3×3m/1일)

□ 대관 지표 현황

○ 대관 수입 금액

(단위: 천원)

구분	2014년도		2015년도		2016년도		2017년도	
실적	건	금 액	건	금 액	건	금 액	건	금 액
	56	3,551,123	80	4,655,078	95	4,567,730	68	6,441,988

※ 대관 계약서 근거 / 해당연도 개최 행사 기준, 내부 행사 1,913백만원 금액 포함되어 수입 증가

⇒ 주요 현황 분석: 2017년 대관 건수 감소 주요 사유

- 알림1관 루이비통展 3개월 장기 전시 및 알림2관 아시아프展 2개월 장기 전시로 단기 행사 감소
- 디자인나눔관 및 잔디사랑방 공간 재구성 작업으로 미 대관

○ 가동률 현황

구 분		2014년도	2015년도	2016년도	2017년도
가 동 률		78.9%	88.7%	72.1%	77.9%
알림터	알림1관	58%	86%	63%	74%
	알림2관	78%	72%	50%	52%
배움터	디자인전시관	79%	97%	91%	86%
	디자인박물관	100%	100%	100%	100%

⇒ 주요 현황 분석: 2017년 가동률 증가 주요 사유

- 알림1관 루이비통展(121일), 막스마라展(30일) / 알림2관 아시아프展(33일) 장기 전시 유치

○ 광고 및 촬영 수입 금액

(단위: 천원)

구분	2014년도		2015년도		2016년도		2017년도	
실적	건	금 액	건	금 액	건	금 액	건	금 액
	15	71,450	44	379,184	57	390,478	44	422,136

⇒ 주요 현황 분석: 2017년 광고 수입 증가 이유

- 장기 전시 고객 현수막 광고 수주로 인한 금액 증가(루이비통展, 막스마라展)

3. 추진내용

1. 적극적 대관 유치

가

주요 고객사
대관 제안

나

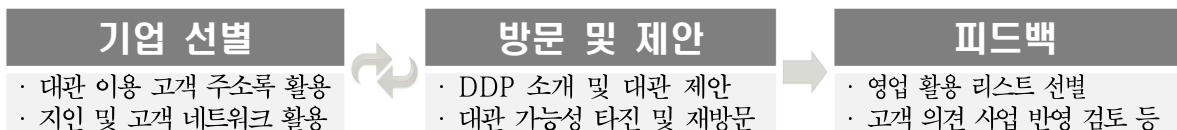
대관 설명회
개최

다

가망 고객
이탈 방지

가. 주요 전시/브랜드 고객사에 대관 제안

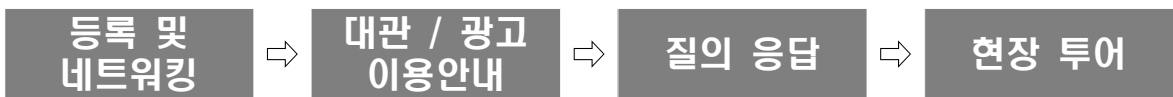
- 방문 대관 유치 영업
 - 주요 행사 기업 직접 방문 영업(전시, 행사, 광고 분야 기업 등)
 - 주요 핵심 담당자(KEYMAN) 파악 및 업계 동향 조사
 - 고객 이슈에 부합하는 맞춤형 대관 제안 노력
 - DDP 대관 시설 1:1 심층 홍보 가능
- 그룹별 맞춤형 대관 유치 간담회 개최
 - 고객 그룹: 글로벌 브랜드, 국제회의, 공연, 런칭쇼, 패션행사 등
 - 주요 행사 담당자들과 소규모 그룹별 미팅 실시
 - 그룹별 단기 행사 수요 확인 및 중장기 행사 선제적 섭외 노력
 - 대관 개선점 파악 및 향후 영업 방향 정보 수집
- 개 최: 2018.3월, 6월 예정
- 업무 절차



- 소요예산: 27,100천원
 - 대관 유치 영업비 10,900천원, 심의위원회 운영 7,500천원, 계약 법률 자문 3,000천원, 한국MICE협회 연회비 2,000천원, 발송비 등
- 담당자: 이재만, 이지애, 박장희, 김재진

나. DDP 대관/광고 설명회(팸투어) 개최

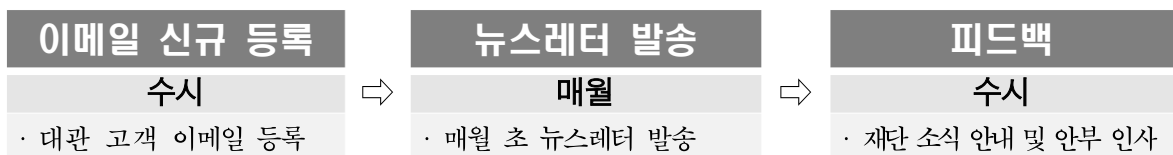
- 대 상: DDP 대관 경험 대행·주최사, 주요 대행사 KEYMAN 등
- 내 용: 대관 시설, 대관료, 대관 이용 가이드, 광고 매체 사용 가이드, 지정등록업체, 질의응답 설명
- 장 소: 디자인나눔관(예정)
- 개 최: 2018.5월
- 업무 절차



- 소요예산: 2,500천원
 - 대관 설명회 1,500천원, 대관 홍보키트 제작 1,000천원
- 담당자: 김재진

다. 가망 고객 이탈 방지

- 대 상: DDP 대관 경험 고객, 주요 대행사 담당자
- 방 법: 고객 관계 관리(CRM) 강화
 - DM 우편, 감사카드, 뉴스레터 이메일 발송으로 고객DB 관리
 - DDP 대관 시설 소식 안내 및 기존 고객 환기 노력
- 내 용: DDP 행사, 전시 개최, 이벤트 등 소식 위주
- 시 기: 분기(우편), 매월(뉴스레터), 감사카드(대관 종료 후)
- 업무 절차



- 소요예산: 없음
- 담당자: 이재만, 이지애, 박장희, 김재진

2 마케팅 프로모션 강화

가

시민 참여 문화행사
적극적 유치

나

디자인놀이터 코마케팅
이벤트

가. 시민 참여 문화행사 적극 유치

- DDP의 지리적, 건축적 특징과 연계한 프로모션 운영
 - 내 용: 시민들에게 체험 공간 및 참여 프로그램 제공
 - 충무로 뮤지컬영화제, 잔디언덕 영화제, 거리예술시즌제, 음악회, 청년버스킹 등 시민참여 민간협력 프로그램 연계
 - 동대문 도소매 상권 비수기, 디자인 장터살림터 활성화를 위한 계절 프로모션 기획
 - 기 간: '18.6월~11월
 - 장 소: 어울림광장, 잔디언덕, 팔거리 등
- 민관협력 네트워크 구축 운영('18.3월~11월)
 - 민관협력 거버넌스 구축 및 기업과 지속적인 네트워크 강화
 - 서울시, 출연·출자기관 15개, 공사·공단 5개, 서울시교육청 등 24개 기관 등 월례회의 참석
- 업무 절차

프로그램 기획	프로그램 운영	프로그램 피드백
3월~5월	5월~11월	12월
<ul style="list-style-type: none"> · 서울시 민관협력협의체 월례회의 개최 · 민관협력 세부실행 기획 	<ul style="list-style-type: none"> · 충무로뮤지컬 영화제 · 거리예술시즌제 · 음악회, 청년버스킹 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 프로그램 종료 · 개선점 및 효과 분석

- 소요예산: 1,000천원
 - 문화행사 유치 간담회 1,000천원
- 담당자: 이진영

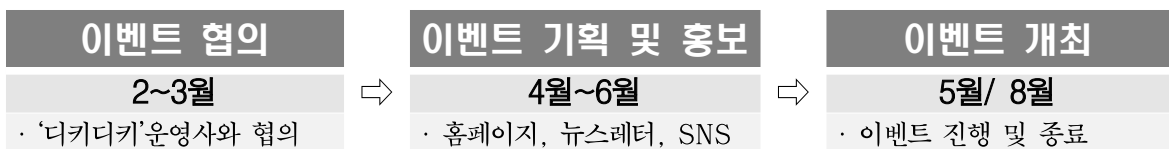
나. 디자인놀이터 ‘디키디키’ 코마케팅 이벤트

이벤트 I

- 행사명: DDP 디자인놀이터 키즈 워크
- 기 간: '18.5.4.(목)~'18.5.14.(일)
- 장 소: 배움터4층 디자인놀이터
- 내 용: '디키디키' 입장권 할인 및 방문객 이벤트 상품 증정
 - 입장권 할인은 '디키디키' 운영사와 협의 예정
 - 이벤트 상품: SNS 연계 등 가정의 달 집객 위해 유인 상품 증정

이벤트 II

- 행사명: DDP 디자인놀이터 '더위야 가라!' 이벤트
- 기 간: '18.7.27.(금)~'18.8.19.(일)
- 장 소: 배움터4층 디자인놀이터
- 내 용: '디키디키' 입장객 음료 할인 및 방문객 이벤트 상품 증정
 - 음료 할인 등 이벤트 할인 협의는 '디키디키' 운영사와 협의 예정
 - 이벤트 상품: SNS 연계 등 여름철 집객 위해 유인 상품 증정
- 업무 절차



- 소요예산: 4,400천원
 - 코마케팅 이벤트 4,000천원, 간담회 400천원
- 담당자: 이지애

3 대관 서비스 개선

가 고객 편의성 향상

나 대관 업무 효율성 제고

가. 고객 편의성 향상

- 배움터(M1) 입·출입구 확장('18.4월~9월)
 - 배움터 입구 출입문이 좁아 주말 등 관람객이 많을 경우 혼잡 초래
- 디자인전시관 전시 물품 보관실 신설('18.4월~10월)
 - 전시 작품 케이스, 아트 상품 등 장기 전시의 경우 보관 장소 필요
- 소요예산: 80,000천원(시설관리팀 협조, 자본적위탁사업비 예정)
- 담당자: 이재만

나. 대관 업무 효율성 제고

- 대관 접수 홈페이지 고도화('18.3월~6월)

주요 항목	기 존	개 선
입력 항목	- 일부 단순 항목	- 계약금, 대관료 등 관리 항목 추가
문서 첨부	- 4개(행사계획서 등)	- 계약서, 견적서 첨부 기능 추가
통계 기능	- 없음	- 금액 합계 등 간단한 수식 기능 신설
다운로드	- 일괄 다운로드	- 조건 적용 다운로드 추가

- 대관 답사 사무실 신설('18.1월)

항 목	기 존	개 선
답사 사무실	- 전용 사무실 없음 - 현장 회의 불가능	- 알림터 일부 공간 활용 신설 - 현장 회의 가능 - 답사 시간 효율적 감소 - 고객 이동 동선 개선

- 소요예산: 5,000천원
- 담당자: 김재진

4. 주요 일정

□ 2018년 월별 주요 일정

월	사 업 명	주 요 내 용
1월	대관 서비스 개선	- 대관 답사 사무실 신설
2월	적극적 대관 유치	- 뉴스레터, 감사카드 발송
3월	적극적 대관 유치	- 주요 고객사 방문 유치 영업 - 대관 유치 우편 발송 - 그룹별 맞춤형 대관 유치 간담회
	대관 서비스 개선	- 대관 접수 홈페이지 고도화 착수
4월	적극적 대관 유치	- 지정등록업체 간담회 실시 - 반 클리프 앤 아펠展(알림2관) 전시 오픈 - 월레스 앤 그로밋展(전시관) 전시 오픈
	대관 서비스 개선	- 배움터 입출입구 확장 공사 착수 - 전시관 물품 보관실 신설 착수
	마케팅 프로모션	- 시민 참여 계절 프로모션 기획
5월	적극적 대관 유치	- 대관 설명회(팸투어) 개최
	마케팅 프로모션	- 디자인놀이터 코마케팅(가정의 달) 실시 - CGV 그린 시네마 코마케팅 실시
6월	대관 서비스 개선	- 대관 접수 홈페이지 고도화 완료
	적극적 대관 유치	- 그룹별 맞춤형 대관 유치 간담회
7월	적극적 대관 유치	- 디자인 포 키즈展(전시관) 전시 오픈
	마케팅 프로모션	- 총무로뮤지컬 영화제 코마케팅 실시 - 시민 참여 계절 프로모션 실시
8월	마케팅 프로모션	- 디자인놀이터 코마케팅(하계 휴가기간) 실시
9월	대관 서비스 개선	- 배움터 입출입구 확장 공사 완공
	적극적 대관 유치	- 2019년도 정기대관 공고
10월	적극적 대관 유치	- (사)한국MICE협회 연회비 납부
	대관 서비스 개선	- 전시관 물품 보관실 신설 완료
11월	적극적 대관 유치	- 키스해링 특별展(전시관) 전시 오픈 - 케이터링 간담회 실시
12월	콘텐츠 유치 마케팅	- 2018년 사업결과 보고

5. 소요예산

□ 예산: 금40,000천원

항 목	산출 내역	소요예산
적극적 대관 유치	<ul style="list-style-type: none"> · 방문 유치 영업 8,700천원 · 그룹 대관 유치 회의 1,000천원 · 우편 DM 발송 1,200천원 · 대관설명회 2,500천원 · 대관심의위원회 운영 7,500천원 · 대관계약 법률자문 3,000천원 · 협회 연회비 2,000천원 · 케이터링 · 지정등록업체 간담회 600천원 · 영업 홍보 키트 2,000천원 · 계약서 등 송달료 1,100천원 	29,600천원
마케팅 프로모션	<ul style="list-style-type: none"> · 시민 문화행사 유치 1,000천원 · 디자인놀이터 이벤트 4,400천원 	5,400천원
대관 서비스 개선	<ul style="list-style-type: none"> · 대관 접수 홈페이지 고도화 5,000천원 	5,000천원

□ 예산과목

○ 디자인생태계조성

- 시민디자인사업, 디자인홍보마케팅사업, 콘텐츠유치마케팅

6. 기대효과

- 적극적 콘텐츠 유치로 DDP 브랜드 강화 및 재정수입 기여
- 시민 참여 프로그램을 통해 다양한 콘텐츠 볼거리 제공
- 시설 개보수 및 대관 시스템 고도화로 고객 서비스 향상