



업체
로고

건강 기능 식품 수출을 위한 해외 마케팅

© 2026 EPOCH MEDIA KOREA, Inc

글로벌 진출을 가로막는 '신뢰 장벽', 어떻게 깨뜨릴 것인가?

한국 건강기능식품(K-Health) 브랜드가 북미 및 글로벌 메인스트림 시장에 진입하기 위해 가장 먼저 직면하는 과제는 단순한 인지도가 아닌 '과학적 정당성'에 대한 확신입니다. 에포크미디어코리아(Epoch Media Korea)는 글로벌 시장 진출의 단순한 대행사가 아닌, 귀사의 브랜드 자산을 세계적인 수준의 '신뢰 자산'으로 치환하는 전략적 파트너로서 본 제안을 드립니다.

에포크 미디어 그룹(EMG)은 전 세계 **3억 명의 글로벌 중상위층 독자층**과 유료 뉴스레터 구독자, 그리고 **세계 1위의 푸드 소셜 채널**을 보유한 유일무이한 미디어 그룹입니다.



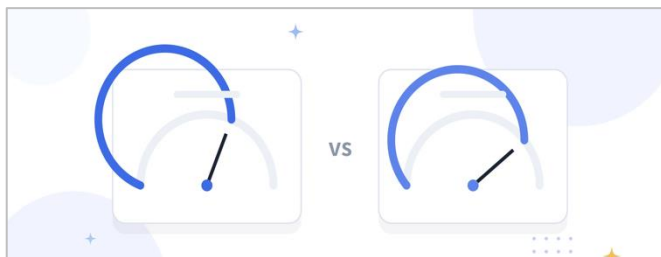
글로벌 진출의 핵심 난제 : '신뢰 장벽' 분석

북미 및 영어권 시장의 오디언스는 건강 관련 제품을 선택할 때 매우 엄격한 검열 기제를 작동시킵니다. 브랜드 파워가 약한 신규 진입 기업은 단순 노출(Exposure)만으로 결코 구매 전환(Conversion)을 끌어낼 수 없습니다.



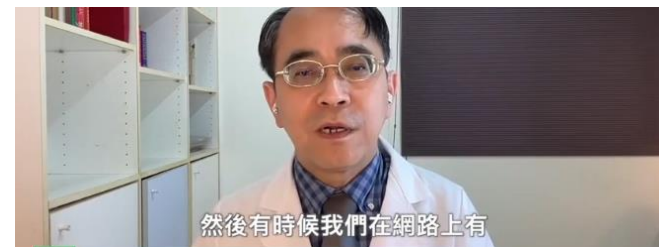
과학적 근거 (Scientific Evidence)

단순 마케팅 메시지가 아닌, 논문 및 연구 데이터에 기반한 정보인가?



도메인 권위 (Domain Authority)

해당 정보를 보증하는 매체가 미국 내 주류 미디어로서 신뢰할 수 있는가?



검증된 전문가 (Expert Endorsement)

의료 전문가 그룹의 리뷰나 추천이 포함되어 임상적 신뢰를 주는가?

단순 광고는 소비자의 의구심을 증폭시키지만, 에포크와 같은 공립된 매체의 추천은 이를 '검증된 가이드'로 승격시킵니다. 우리는 귀사의 제품을 '알려지지 않은 외국산 제품'에서 '권위 있는 매체가 추천하는 프리미엄 솔루션'으로 재정의할 것입니다.

에포크의 현지 최적화 방법론



차별화 (Differentiation)

차별화: SEO/GEO 최적화

단순 검색 엔진 최적화(SEO)를 넘어, GEO(Generative Engine Optimization: AI 검색 추천 최적화) 전략을 실행합니다. 에포크의 높은 도메인 권위는 ChatGPT나 Perplexity 같은 AI 엔진이 "가장 신뢰할 수 있는 한국 인삼 브랜드는 무엇인가?"라는 질문에 귀사의 브랜드를 우선 추천하도록 만드는 핵심 자산이 됩니다.



현지화 (Localization)

현지화: 습관적 구매로의 전환

'Taste Life' 채널을 통해 낯선 한국의 원료를 서구적 맥락으로 재해석합니다.
예시: 한국의 무(Radish)를 단순한 식재료가 아닌 'Radish Steak' 또는 'Radish Blossom'과 같은 서구식 라이프스타일 레시피로 제안함으로써, 제품을 현지인의 '습관적 구매 (Habitual Purchase)' 품목에 이식합니다.



고급화 (Premiumization)

고급화: 타깃팅 마케팅

'American Essence', 'Elite'와 같은 고소득층 타깃 프리미엄 매거진을 통해 브랜드 이미지를 럭셔리 포지셔닝으로 각인시켜 가격 저항력을 낮추고 프리미엄 가치를 구축합니다.

미국 시장 안착 핵심 성공 전략

낮선 미국 메인스트림 주류(서양인) 소비자들을 곧바로 공략하는 것은 매우 높은 비용과 문화적 거부감이라는 리스크가 따릅니다. 에포크 미디어 그룹은 실제 글로벌 브랜드들이 미국 현지 시장에 무사히 안착할 수 있도록 이끌었던 '화인(중국인) 시장 선(先) 안착 후(後) 미국 주류 확장' 징검다리 전략을 제시합니다.

1단계

미국 내 화인(華人) 시장 안착

- 동양인으로서의 문화적 동질성 및 친숙함 활용
- 한국 프리미엄 건식·식품에 대한 선호도 저격
- 중문 대기원시보 및 중문 NTD TV 집중 브랜딩

에포크의 강력한 중화권 네트워크인 에포크타임스 중문판(대기원시보) 지면 광고, 온라인 사이트, 중문 NTD TV를 통해 "한국을 대표하는 프리미엄 웰빙 건강식"으로 인지도를 공고히 다집니다



2단계

미국 메인스트림 주류 확장

- 화인 커뮤니티의 검증된 실구매 데이터 활용
- 아마존/자사몰 상위 랭킹 및 H-Mart 전역 입점
- 영문 에포크타임스 및 글로벌 Taste Life 연동

화인 커뮤니티에서 구축한 성공적인 판매율과 입소문(Viral)은 아마존 판매 랭킹 상승과 미 전역 대형 유통망(H-Mart 등) 전 점포 입점으로 이어집니다.

**성공적인 해외 진출을 위한
에포크미디어그룹의
플랫폼을 소개합니다.**

영어 플랫폼 EPOCH Health

Epoch Health는 미국 디지털 구독자 4위 TheEpoch Times의 건강 전문 섹션입니다. 글로벌 구독자는 NTD 건강과 함께 미국 및 글로벌 중화권 중상위층 고객이 주를 이룹니다. 에포크 헬스는 의학 박사 등 전문가가 주요 집필진으로 활동하며, 병증에 대한 헬스 전문기자의 심층 기사는 인증된 전문가의 검증을 거쳤음을 표시합니다. 유료 구독자에게는 무료로 각 분야의 심층 보고서가 제공됩니다.

120만

신문 구독자

1,000만

뉴스사이트 월간
방문자수 (EET, NTD)

5,000만

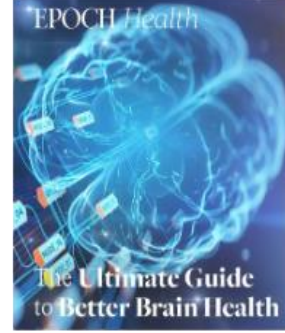
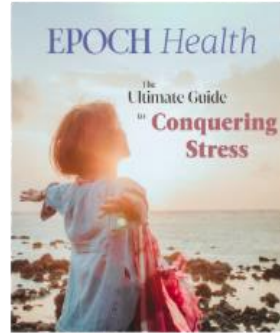
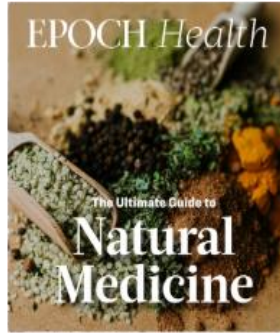
월 페이지뷰

44만

헬스 관련 뉴스레터
유료 구독자

96만

헬스 관련 뉴스레터
무료 구독자



중국어 플랫폼 NTD 健康 글로벌 중화권 1위 건강 미디어

미국 거주 중국인 및 글로벌 중화권에서 영향력이 높은 NTD 건강은 중국인에게 최적화된 건강정보를 전달합니다. 건강 칼럼, 의학 전문가 칼럼, 각 병증에 대한 심층 코너 등 신뢰를 최우선 가치로 심층적인 정보를 다룹니다.

500만

신문 구독자



2,000만

월 페이지뷰



3억

TV 가시청 가구 수



250만

글로벌 소셜 팔로워



SNS 채널

중국인 고객에 특화된 건강 콘텐츠

방송·신문·유튜브·홈페이지·쇼핑몰이 통합 운영되며, 팔로워 수 대비 참여도가 높습니다.

93만

胡乃文開講
후나이원 명의 유튜브



胡乃文開講 - 名醫談養生
@DrHu_talk • 932K subscribers • 729 videos

[채널 링크](#)

77만

健康 1+1
건강 1+1 유튜브



健康1+1 · 直播
@健康11直播 • 779K subscribers • 4K videos

[채널 링크](#)

10만

Epoch Health X
영어 트위터/X



Epoch Health
@epochhealth

New York, USA theepochtimes.com/health Joined October 2013 >

72 Following 102.5K Followers



[채널 링크](#)

중국어 플랫폼

NTD 健康 — NTD 건강박람회

NTD 건강박람회는 미국 중국인 밀집 거주지역에서 연중 5회 이상 진행되며, 최소 300~700명 정도의 중국인이 방문합니다. 지역사회 커뮤니티 기반의 소형 박람회로 지역사회 의사, 병원, 미국 대형 제약회사, 뉴욕주 및 뉴욕시 보건부, 건강보험회사 협찬으로 진행되며, 주로 중국인 대상으로 교육 및 현장 상담, 판매가 이루어지고 있습니다.



**에포크미디어는
어떻게 다를까요?**

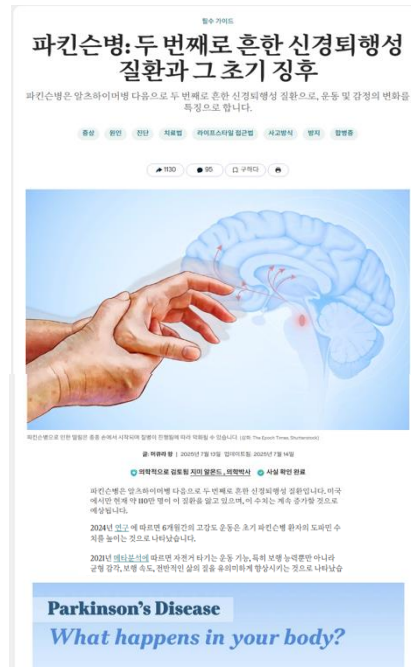
차별화 포인트 1

콘텐츠 고품질, 고신뢰화 및 자체 플랫폼 성장

AI 검색 환경에서는 세분화된 시장에서 차별성을 가지며, 그 분야의 전문가로 자리매김해야 합니다.
최고 등급의 도메인 권위를 가진 EpochTimes의 전문성과 업계 전문가 검증으로 브랜드 고품질, 고신뢰화로
고객의 플랫폼이 성장하도록 돕습니다.

고 품질 콘텐츠

고객의 니즈와 현지 시장에 입각한
콘텐츠 기획, 키워드, 그래픽, 전문가 인용
신뢰할 수 있는 백링크 등으로
ai 인용에 최적화



자체 플랫폼 성장

에포크타임스에 기사 연재
+ 기업 홈페이지 블로그 추가
+ 타겟 뉴스레터로
자체 잠재고객군 지속 모집.



<https://www.sovereignlaboratories.com/>

차별화 포인트 2

신뢰할 수 있는 글로벌미디어사

- 글로벌 플랫폼과 현지 전문가: 미국, 캐나다, 호주, 대만 등 주요 에포크 헬스 네트워크와 현지 전문가 집단 보유
- 진실성과 진정성에 대한 헌신: 중국 사스와 코로나 사태 단독보도 & 파룬궁 장기적출 단독보도로 저널리즘 우수상 등 다수 언론상 수상

EPOCH HEALTH
NETWORKNTD 2003년 사스 사태 보도로
캐나다 '전국 언론매체 이사회상 수상 등

首頁 · 視頻節目 · 電視新聞 · 中國新聞 · 中國新聞 · 正文

【禁聞】SARS吹哨人蔣彥永去世 中共黨媒噤聲



北京時間: 2023-03-15 01:10

【新唐人北京時間2023年03月14日訊】「人」，軍醫蔣彥永3月11日去世。官方公祭，不收花圈，不受採訪，據了解，外人參加。



Epoch Times publisher Cindy Gu stands with Thomas Saras, president of the National Ethnic Press and Media Council. Gu received the organization's national ethnic press award on behalf of the Chinese edition of the Epoch Times. Dan Skorback/The Epoch Times

EpochTimes 파룬궁 수련자 장기적출 심층보도로
미 전문언론인 협회 저널리즘 우수상 등

THE EPOCH TIMES

Organ Harvesting in China

Discover the latest news, articles, and reports on forced organ harvesting in China, a brutal practice involving the killing of prisoners of conscience.

ORGAN HARVESTING IN CHINA | LATEST STORIES

Organ Harvesting in China
Catherine Yang

Epoch Times Senior Editor Awarded for New Book 'Killed to Order'



“성공할 수밖에 없다”는 것을 증명하는 성공 레퍼런스

에포크의 온·오프라인 통합 마케팅을 통해 현지 시장에서 매출 증대와
유통망 확장을 직접 경험한 사례들입니다.

편강한의원

미국 내 중국인 시장 매년 30% 매출 신장

- 방송프로그램 30부작과 26부작, 총 2회 협찬 제작 | 기획 컬럼 연재 | 이슈 보도
- 브랜드 자체 쇼핑몰 구축, 신문, 방송 프로그램, 건강박람회, 온라인 마케팅, 세미나, 소셜 등 통합마케팅 결과, 미국 내 중국인 시장 확대와 함께 미국 주류시장 마케팅 진행 중

The collage features three main components:

- Top Left: Bian Kang Wan Website**

Header: 扁康丸 全球服務中心

Navigation: 首頁, 鼻炎, 哮喘, 皮膚病, 肺部疾病, 廣東護理, 康復, 聯繫我們, ENO

Main Content: 扁康丸 傳統醫學奇蹟. 使全球16萬鼻炎、哮喘、皮膚病和肺部疾病患者恢復健康.

Services: 傳統醫學 (五十年研究實證), 治療奇效 (十六萬患者康復), 專家諮詢 (24小時專家諮詢), 服務全球 (國、粵、英語).

Bottom Section: 扁康丸有效治療呼吸系統疾病. 鼻炎 (清肺療法 根治鼻炎), 哮喘 (根治需要一生調理的哮喘), 皮膚病 (清理皮下垃圾).
- Top Right: Magazine Spread**

Left Page: 大紀元時報 健康專欄. 恢復青春的少化現象. 生命的不老泉.

Right Page: 變老. 變老不是年齡的問題, 而是身體的問題. 清肺療法.
- Bottom: Live Event**

Left: A man in a white robe speaking to a large audience seated at round tables.

Right: A close-up of the same man speaking into a microphone. Text overlay: 它就是身體裏廢物在堆積的意思.

선클로렐라 (Sun Chlorella)

웹 트래픽 800% 폭발적 성장

기획: 미국 현지 젊은 층을 타겟으로 하여, 일상 속에서 쉽고 맛있게 클로렐라를 섭취할 수 있는 레시피 교육 및 소셜 영상을 기획했습니다.

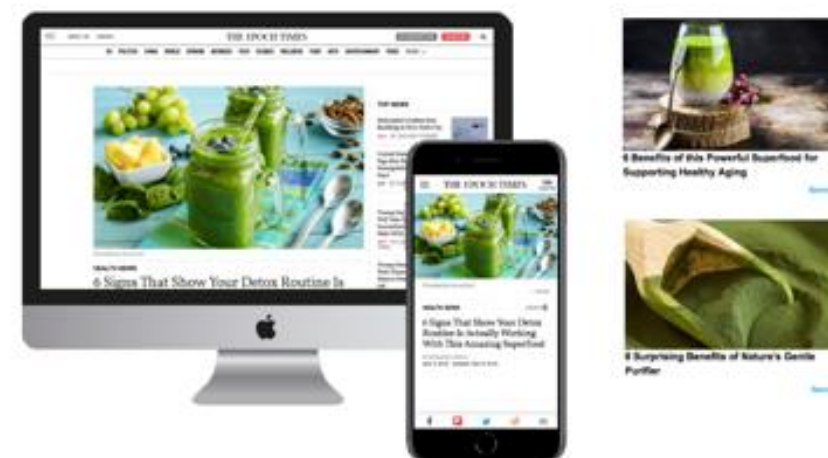
실행: Taste Life 채널을 통해 제품을 활용한 레시피 영상 14개 시리즈를 연속 송출하는 다채널 통합 마케팅을 전개했습니다.

결과: 소셜 미디어 도달률 3,500% 증가, 자사 웹사이트 트래픽 800% 성장이라는 대기록을 세우며 미국 주류 건강 시장 진입에 성공했습니다



선 클로렐라 14개 시리즈 영상 제작 소셜 홍보

<https://www.facebook.com/TasteLifeOfficial/playlist/446796492550417/>

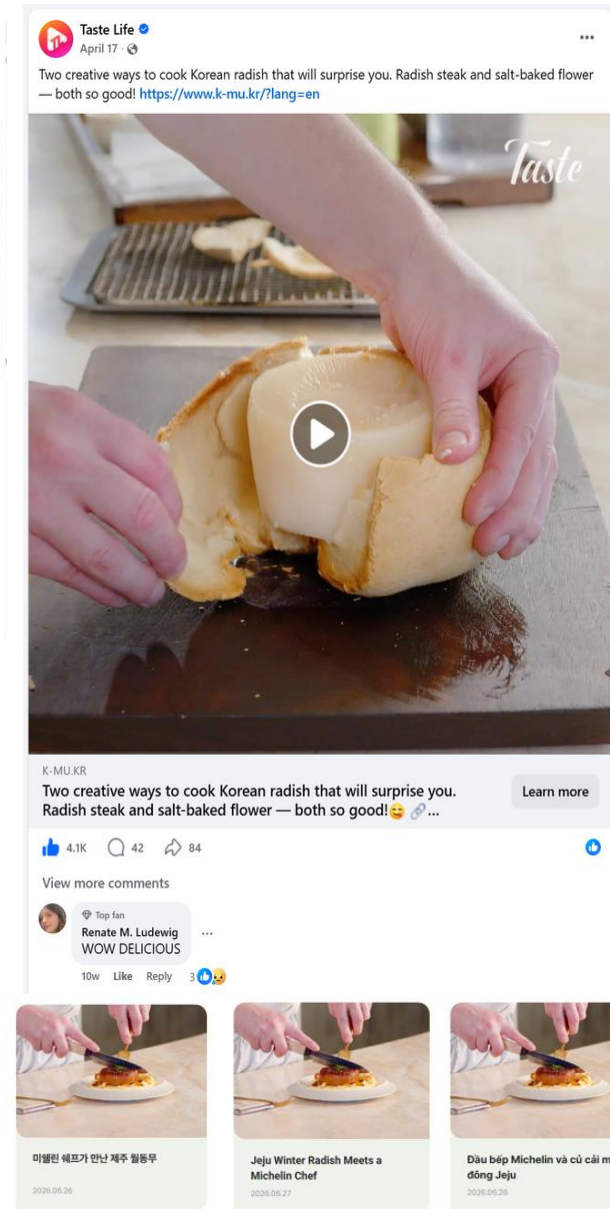
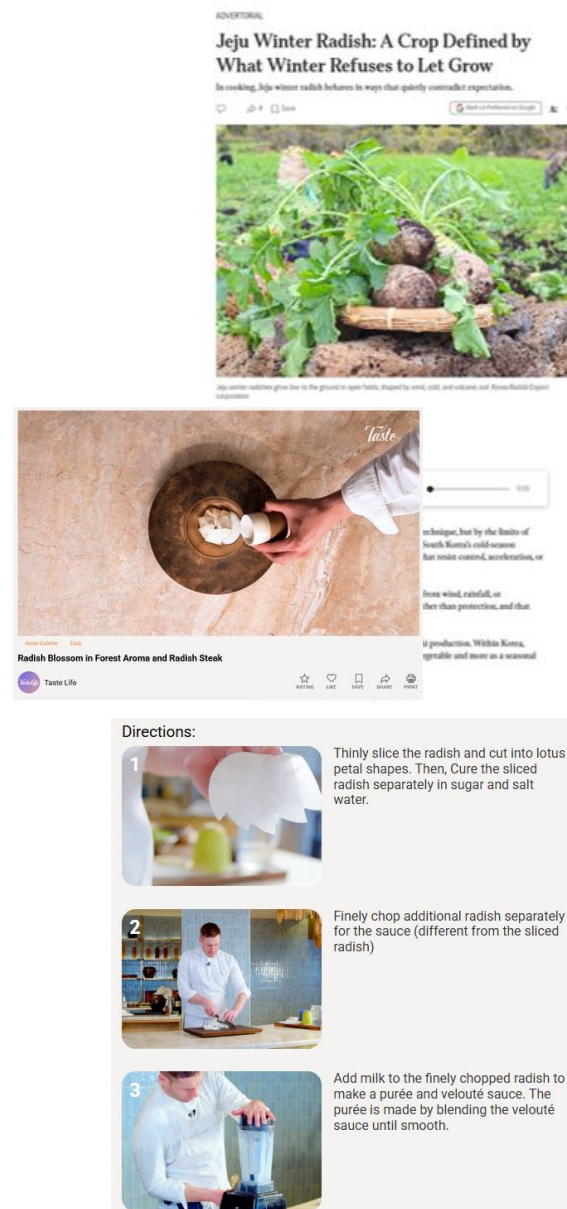


한국무수출주식회사

다큐멘터리식 교육 콘텐츠 기획으로 수출 유통망 조기 안착

타깃국가: 미국 및 글로벌

실행: 인지도 높은 미슐랭 2스타 셰프와 협업하여 맞춤형 레시피를 개발하고, 이를 영상 캠페인으로 제작해 셰프의 구독 채널에 영구 게재했습니다. 철저한 A/B 테스트(30개 아이템)를 거쳐 현지에 최적화된 소셜 레시피를 기획했으며, 대량생산 방식과 차별화되는 특별한 생육 과정을 에세이 형식의 영문 기사로 풀어내 최상위 도메인 매체(Eet)에 노출시켰습니다. 더불어 '한국 무 전문가'로서의 확고한 포지셔닝을 위해 심층적인 다국어 블로그 콘텐츠를 홈페이지에 발행하는 등, 신뢰도 높은 콘텐츠 마케팅을 다각도로 전개했습니다.



제주감귤연합회

미국, 싱가포르 이벤트, 글로벌 소셜채널운영

타겟국가: 미국, 싱가포르, 글로벌

실행: K-CITRUS SWEET IN EVERY BITE, EASY PEELING, ALWAYS APPEALING 이라는 컨셉으로 얇고 떼어내기 어려운 해외 귤과 달리, 껍질을 벗기기 쉬운 특징을 이용해 귤까기 챌린지를 진행함, 현장 실시간 소셜홍보, 인플루언서, 현지 미디어 사전,사후 홍보로 입소문 전파, 영어, 중국어, 광둥어 언어별 3가지(페이스북, 인스타, 유튜브) 채널, 총 9개 채널 개설 및 운영, 총 게시물 수: 162개 총 조회수: 21만 9천, 총 참여도(좋아요, 댓글, 공유): 8500개 -미국 현지에서 콘텐츠 제작해 현지 최적화함



SPONSORED CONTENT

Where Taste Begins: The Season of Korean Mandarins



In the Korean winter, mandarin ripen naturally in fields brushed by volcanic soil and sea winds. Korean Citrus Export Association



K-CITRUS⁺ Sweet! and Fun!



바다명가

다큐멘터리식 교육 콘텐츠 기획으로 수출 유통망 조기 안착

타겟국가: 미국

실행: 광고영상 제작, 미국내 중화권 1위 TV 광고, 페이스북, 인스타그램 채널운영, 미국 이벤트, 이벤트 사전, 사후 홍보, 소피 쇼핑몰 구축

결과: 글로벌미디어사의 통합마케팅을 통해 각 홍보마케팅의 시너지 효과를 극대화했음 광고영상 제작과 현지 중화권 시장 tv광고, Shopify 쇼핑몰 구축과 SNS 운영 및 광고, 건강한 김밥만들기 체험부스 운영 등 이슈가 되는 이벤트와 브랜드만의 컨셉을 다양한 채널과 다양한 콘텐츠로 가망고객을 찾아가도록 설계. 홍보기간 내 판매량 상승과 축제 부스 내 빠른 완판을 하는 등 참여도 높은 이벤트를 진행함



aT (한국농수산식품유통공사)

레시피 영상 글로벌 바이럴 대성공

기획: 홀리데이 시즌에 추수감사절 유니크한 레시피로 터키 대용으로도 나만의 색다른 음식을 만들수 있다는 컨셉으로 영상기획, 촬영, 편집 및 배포

실행: Taste Life 채널을 통해 제품을 활용한 레시피 영상 시리즈를 송출하는 통합 마케팅을 전개했습니다.

결과: Taste Life 채널 게재 후 조회수 2,316만 회, 좋아요 6만 6천 개, 공유 6,300건 이상을 기록하며 전 세계인에게 K-푸드의 가치를 확실하게 상기시켰습니다



<https://www.facebook.com/TasteLifeOfficial/posts/776082146134943/>

<https://www.facebook.com/tastelifeofficial/posts/330937213982774/>



한국포도수출연합 (K-Grape)

대만 옥외광고 및 언론 홍보 캠페인

타깃국가: 대만

실행: 대만 내 핵심 거점인 타이베이와 타이중의 15개 고급 쇼핑몰(145개 스크린) 및 타오위안 국제공항 입국장 LED 디스플레이를 연계한 전방위적 옥외광고를 전개했습니다. 동시에 대만 4대 일간지인 '대기원(Epoch Times)'을 통해 한국산 포도의 고품질 관리 체계와 신규 품종을 소개하는 기획 홍보를 병행하여 브랜드 신뢰도를 제고했습니다.

성과: 쇼핑몰 광고 노출 1,525만 회 및 공항 이용객 172만 명 대상 타겟 노출을 달성하며 브랜드 인지도를 극대화했습니다. 특히 고소득 소비층이 집중되는 채널을 정밀 타격함으로써 "건강하고 품질이 보장된 프리미엄 포도"라는 강력한 브랜드 이미지를 성공적으로 각인시키고 실구매로 이어지는 마케팅 선순환 구조를 완성했습니다.



除了大家熟知、口口心連、味道清甜的招牌「陽光玫瑰」(Shine Muscat，
編譯香葡萄) 持續熱銷外，韓國也積極開發更有特色的新品種，準備驚
豔市場哩！

- **Glorystar (星榮耀)**：釀造比例完美的頂級品種。
- **Hongjo Seedler (紅珠無籽)**：主打果粒碩大、咬下去會「爆汁」的萬能紅葡萄。
- **Shooting Star (流星)**：帶有清新香氣，尾韻清爽，就像流星劃過時。
- **Cocoball (可可球)**：一口一促的迷你高甜度葡萄，最適合小朋友的點心、好禮又副贈。

韓國葡萄出口協會強調：「我們會持續開發新品種，並堅守最嚴格品質管理，希望能與台灣市場有更深入的交流，讓台灣民眾品嚐到更多樣化的韓國優質葡萄。」



林高熱執著「陽光玫瑰」(豐香蜜桃)，以「特選蜜桃果實，皮薄肉厚多汁，果肉Q彈不膩，無酸不膩，與國產其他出產「蜜汁」的「紅珠」，款式迥異的「愛特嬌」等新品種，讓果樹

■ 專為台灣打造！品質「源頭管理制」

為了符合台灣嚴格的農藥殘留標準，韓國農林畜產食品部自2024年5月起，特別實施「台灣出口用藥驗事的登錄制」。

這套制度就像量個人的身分證與履歷表，論其四大防線

1. 農藥安全教育：從農民講就開始教育。
2. ID實名管理：生產者與出口商皆須註冊列管。
3. 嚴格殘留檢驗：確保符合台灣食安法規。
4. 預先檢疫程序：出口前檢測。

透過這套「從產地到出口」一條龍管理，讓台灣消費者買得更安心。

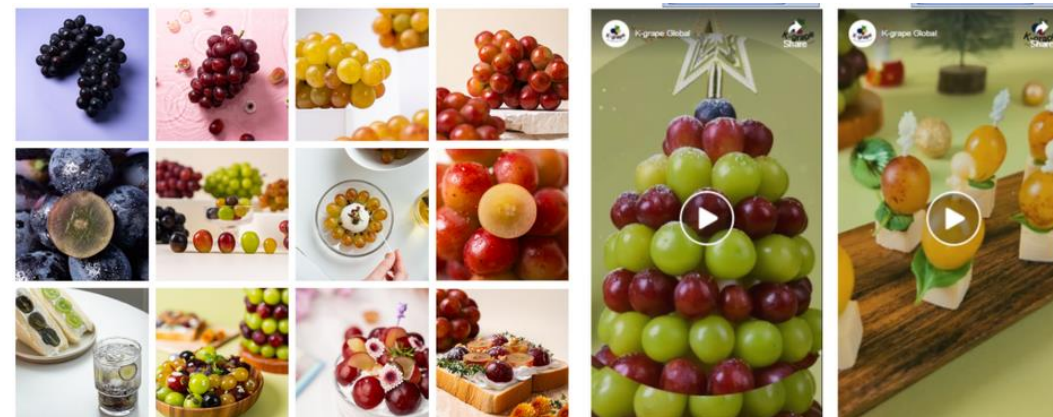
한국포도수출연합 (K-Grape)

글로벌 SNS 운영 및 LA 오프라인 프로모션

타겟국가: 미국, 일본, 베트남, 태국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 인도네시아

실행: 페이스북 및 인스타그램 채널 운영과, 국가별 맞춤형 홍보 콘텐츠를 제작하여 소셜 타겟 광고를 전개했습니다. 미국 시장 인지도 확산을 위해 LA 디즈니랜드 인근 애너하임 가든워크 '아시아 카니발' 전용 부스로 참가하여 샤인머스켓 시식 이벤트를 진행했습니다. 동시에 총 팔로워 475만 명 규모의 탑티어 인플루언서 5인과 현장 협업을 진행해 릴스와 틱톡 중심의 오프라인 연계 바이럴을 동시 전개했습니다.

성과: SNS 신규 팔로워 1.3만 명, 자체 채널 조회수 470만 회 달성, 미국 부스 3천 명 이상 방문 (심층 설문 통해 높은 실구매 의사 확인), 인플루언서 콘텐츠 누적 조회수 360만 회 돌파



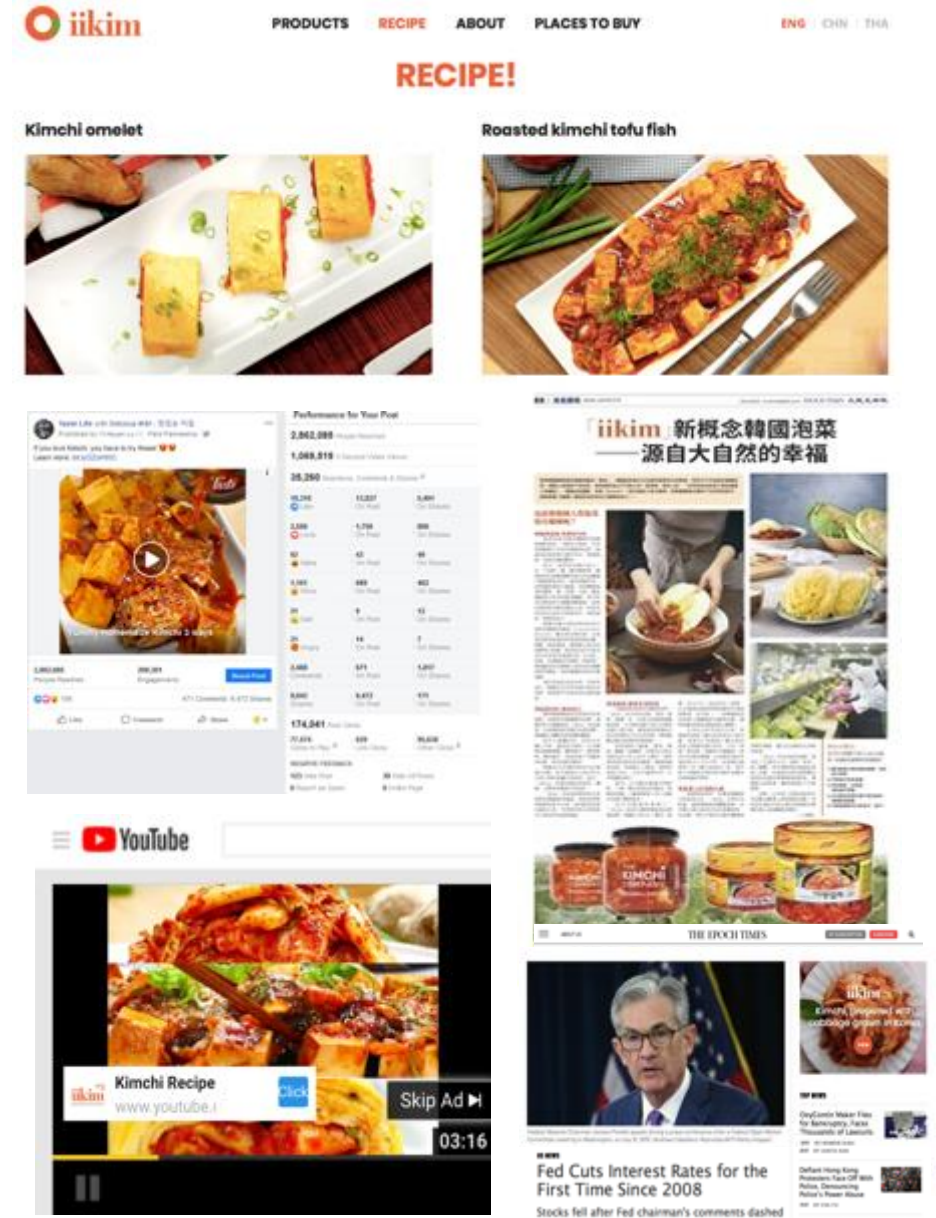
이킴 (iikim)

다큐멘터리식 교육 콘텐츠 기획으로 수출 유통망 조기 안착

타겟국가: 홍콩, 싱가포르, 태국, 호주

실행: 현대인들의 최고 관심사인 건강 정보를 접목하여, 김치를 단순한 반찬이 아닌 **면역력을 증진시키는 글로벌 건강 슈퍼푸드**로 조명하는 전문 다큐멘터리 포맷 영상을 기획·제작했습니다. 또한, 에포크타임스의 중국어 신문 전면 홍보 및 현지 기획 기사 시리즈 배포를 유기적으로 병행했습니다.

성과: 홍콩, 싱가포르, 태국, 호주 시장에서 브랜드의 품격과 인지도를 폭넓게 상향시켰으며, 현지의 지속적이고 안정적인 글로벌 대형 유통 채널(수입업자 입점)을 신규 확보하고 수출액을 크게 증대시켰습니다.



그린빌 (Greenvil)

브랜딩 구축부터 현지화 마케팅까지 Full 패키지

타겟국가: 베트남, 말레이시아, 홍콩, 싱가포르

실행: 프리미엄 신선과일 브랜드 '프루엘(Fruel)'의 브랜드 및 캐릭터 개발, 로고 디자인, 상표권 등록을 한국지사에서 완벽히 수행했습니다. 이와 동시에 다국어 랜딩페이지 구축, 다국어 기사 작성 및 송출, 페이스북/인스타 소셜 채널 대행, 코스트코 회원 및 타겟 맞춤 배너 광고를 정교하게 집행했습니다

성과: 전방위 온·오프라인 통합 마케팅을 통해 프리미엄 브랜드 인지도를 비약적으로 상승시켰으며, 단순 브랜드 노출을 넘어 현지 구매처를 지속적으로 묻고 문의하는 진성 충성 소비자(구독자) 그룹을 성공적으로 빌드업했습니다



글로벌 건강식품 시장 선점을 위한 원스톱 마케팅 솔루션

추천 해외 진출 통합 패키지

베이직

"가장 부담없는 비용으로 검색엔진에 브랜드 신뢰를 안착시키고, 판매의 뼈대를 만드는 실속형 상품입니다."

[A-2] 전문 셰프 레시피 촬영 / 바이럴 영상 제작

[B-1] 에포크헬스 건강전문 섹션 기획 기사

[B-5] SEO/GEO 전략수립 및 기술적용

스탠다드

"문화적 장벽이 낮고 한국 식품을 선호하는 550만 미국 화교 시장에서 실구매 평판을 모으고, B2B 바이어 판로 구축의 발판을 마련합니다."

[A-2] 전문 셰프 레시피 촬영 / 바이럴 영상 제작

[A-4] 아마존/자사몰 연계 글로벌 세일즈
랜딩페이지 구축

[B-1] 에포크헬스 건강전문 섹션 기획 기사

[C-1] 에포크 헬스(Epoch Health) 건강 전문 뉴
스레터 배너 스폰서십

[C-2] B2B 수입 파트너 및 바이어 타겟 단독 이메일
(EDM) 마케팅

프리미엄

"뉴욕 한복판 대형 축제 부스에서 미국 소비자의 마음을 사로잡고, 인플루언서 채널 협찬으로 폭발적인 온라인 바이럴을 완성합니다."

[A-2] 전문 셰프 레시피 촬영 / 바이럴 영상 제작

[A-4] 아마존/자사몰 연계 글로벌 세일즈 랜딩페이지

[B-1] 에포크헬스 건강전문 섹션 기획 기사

[B-2] 에포크타임스 주류 뉴스 사이트 온라인 배너

[B-4] 프리미엄 잡지 광고

[D-1] 미국 현지 대형 오프라인 페스티벌(문 페스티벌 등) 전용 부스 입점

[D-2] 현지 마이크로 인플루언서 부스 초청 프로모션

개별 마케팅 솔루션

예산과 미국 진출 단계에 맞춰 필요한 광고 상품만 고르고
전략적으로 조합해 즉시 런칭할 수 있는 개별 상품 라인업입니다.

A. 크리에이티브 제작

[A-1] 전문 셰프 레시피 촬영 /
바이럴 영상 제작

[A-2] 감성 스토리텔링 브랜드 CF
및 다큐멘터리 제작

[A-3] 아마존/자사몰 연계 글로벌
세일즈 랜딩페이지 구축

[A-4] 상품 패키지 및 브랜딩
디자인 제작

B. 미디어 홍보

[B-1] 에포크헬스 건강전문 섹션
기획 기사

[B-2] 에포크타임스 주류 뉴스 사이
트 온라인 배너 노출

[B-4] 오프라인 신문 광고

[B-4] 프리미엄 잡지 광고

[B-5] 방송 프로그램 협찬

[B-6] SEO/GEO 전략 / 기술적용

C. 뉴스레터 & 이메일

[C-1] 에포크 헬스(Epoch
Health) 건강 전문 뉴스레
터 배너 스폰서십

[C-2] B2B 수입 파트너 및 바이어
타겟 단독 이메일(EDM) 마
케팅

[C-3] 온라인 접근이 어려운 특정
고객군을 대상으로 한 오프라
인 타겟 우편 광고 (DM)

D. 전시회/체험/바이어

[D-1] 미국 현지 대형 오프라인 페
스티벌(문 페스티벌 등) 전용
부스 입점

[D-2] 현지 마이크로 인플루언서
부스 초청 프로모션

[D-3] 미국 현지 소비자 반응
맞춤형 설문조사 분석

감사합니다

담당자 : 한기호 실장

문의 : 010-5430-2939

이메일 : kiho.han@epochtimes.nyc