



WELCOME TO
HOOK CONTENTS 



HOOK CONTENTS

후크콘텐츠는 '소셜 솔루션 콘텐츠 마케팅' 대행사입니다!

1. 소비자 문제 해결 :

더 이상 기업의 이득을 위해 소비자를 이용해서는 안 됩니다.

소비자의 문제를 기업이 해결해 줄 때 구매와 전환으로 보답한다는 믿음을 갖는 것이 중요한 시대입니다.

기업이 소비자의 문제를 해결하고 삶을 개선할 수 있도록 돕는 콘텐츠를 제작합니다.

2. 사회적 가치와 연결된 콘텐츠:

소비자들은 점점 더 사회적 책임을 지는 브랜드를 선호합니다.

우리는 사회적 문제 해결을 목표로 하는 '소셜 솔루션 마케팅'을 전문으로 하여, 브랜드가 긍정적인 사회 변화를 일으킬 수 있도록 돕는 콘텐츠 마케팅을 합니다.

3. 환경, 사회, 거버넌스 (ESG):

ESG 요소를 강조한 콘텐츠 제작 및 마케팅 캠페인을 통해, 기업이 지속 가능한 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 효과적으로 전달합니다.

*'소셜 솔루션 마케팅'이란? 브랜드가 소비자 및 사회적 문제 해결을 통합하여 긍정적 사회 변화를 이끄는 것과 동시에 브랜드 가치를 높이는 전략적 마케팅 활동입니다.

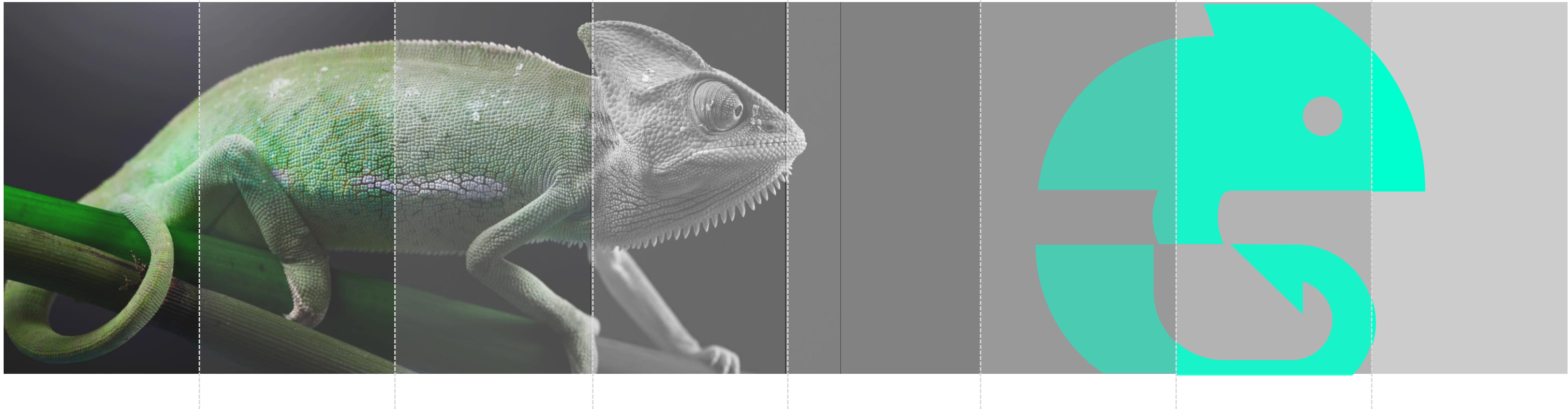


Our History

“오랜 기간 디지털 광고 업계에 있으면서 수많은 변화와 다양한 일들을 겪어 왔습니다.
 이 격변하는 시장에서 우리 후크콘텐츠가 여전히 건재할 수 있었던 이유는
 변화에 매우 민감하게 대응했다는 점이에요.
 그러면서 이젠 이 변화가 두려움과 불안함이 아니라
 우리 몸의 변화처럼 자연스럽게 받아들일 수 있는 단계까지 온 거 같아요.
 그래서 2024년, 후크콘텐츠 리브랜딩 플랜 중 새로운 로고에
 이런 특징을 가진 카멜레온을 형상화시켜 담아냈습니다.
 또한 우리의 소명을 향해 이제 막 걸음을 내딛은
 ‘소셜 솔루션 콘텐츠 마케팅’ 대행사 라는 아이덴티티에 걸맞게
 성공 사례를 만들어내기 위해 최선을 다할 계획입니다.”



후크콘텐츠 이진호 대표



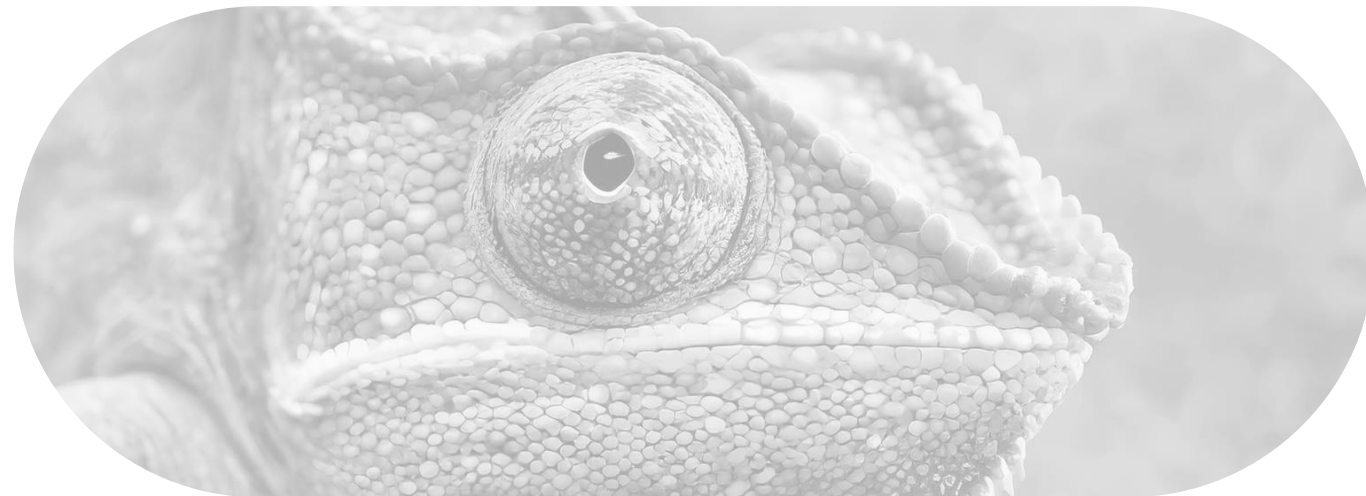
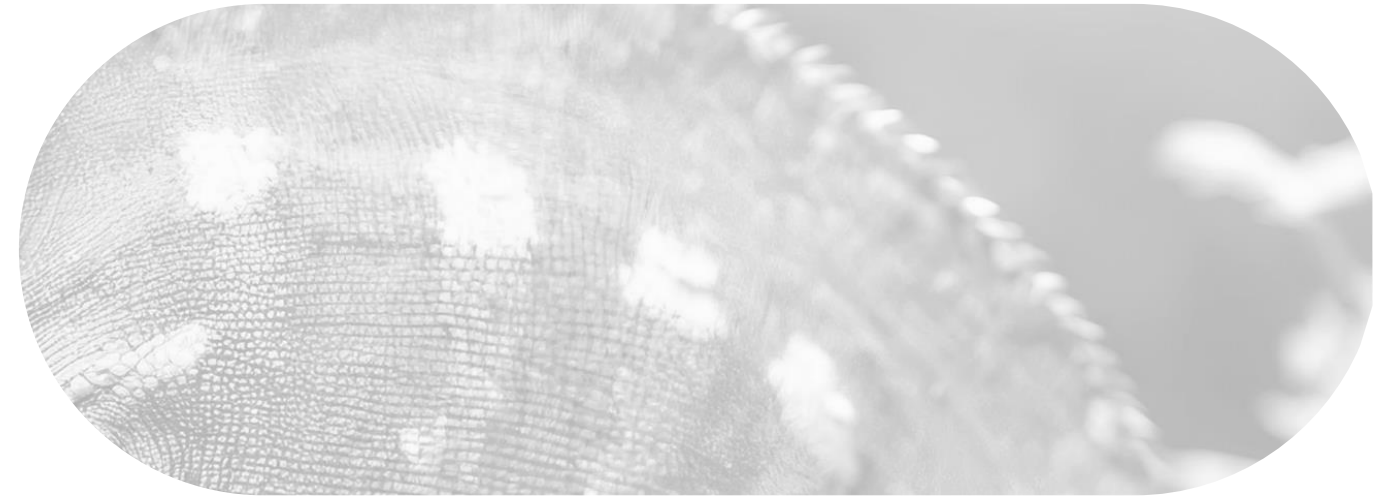


Our Rule



01 적재적소의 변색 능력

최상의 결과물을 위해
내부 자원을 적재적소에 활용하고
필요시 최상의 외부 전문가들과 협력합니다.
그리고 이 모든 과정은 클라이언트에게
투명하게 공유합니다.

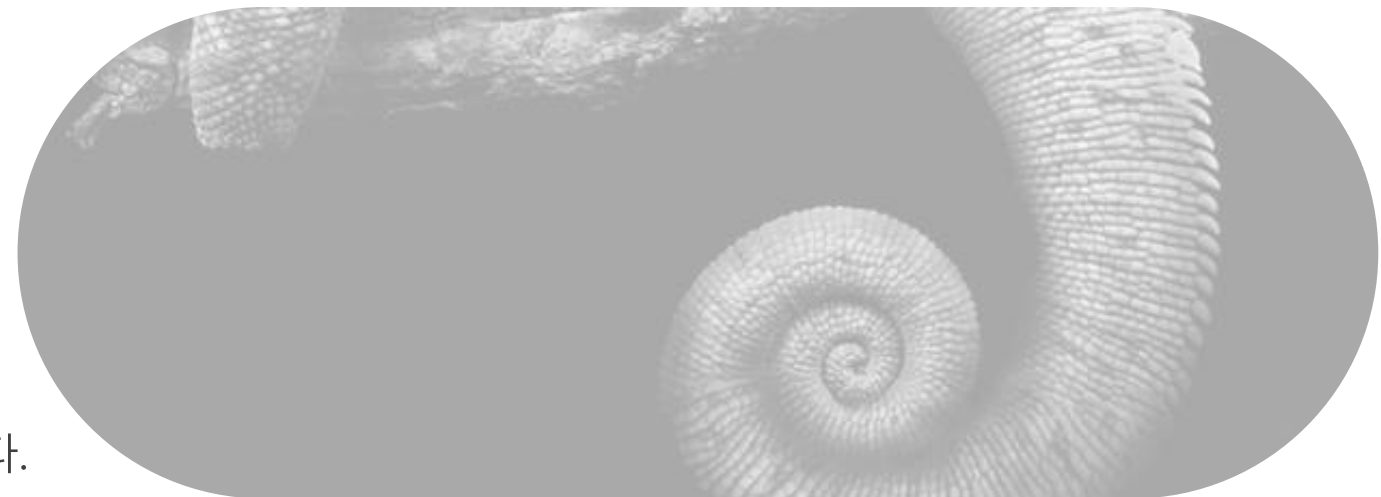


02 사각지대 없는 360° 시야

빠르게 변화하는 트렌드를 포착하기 위해
매주 자체적으로 마케팅 트렌드 스터디 그룹을 운영합니다.
또한 이 과정에서 얻은 인사이트는 후크 오리지널 콘텐츠로 제작해
SNS 채널을 통해 공유하고 있습니다.

03 흔들리지 않는 강한 꼬리

계약 전과 후의 업무 태도에 변함이 없으며
클라이언트와 브랜드에 대한 진심 역시
우리의 미션이 완료될 때까지 변하지 않습니다.
이러한 일관성 및 진정성은 우리를 18년간 성장시킨 원동력입니다.





Our Rule



04 사냥을 위한 효율적 움직임

주어진 마케팅 목표 달성을 위해 불필요한 예산 사용을 최소화하고 필수적인 부분에만 집중합니다.

05 초속 14m의 빠르고 긴 혀

자체 데이터 분석 툴 후크 인사이터와 ChatGPT 등 다양한 GAI를 활용해 약속한 기한을 충실히 지킬 뿐만 아니라 퀄리티를 겸비한 최대한 많은 양의 콘텐츠를 발행하려고 노력합니다.



06 탄생과 동시에 독립 시작

계약 종료 후에도 클라이언트가 독립적으로 업무를 이어갈 수 있을 정도로 적극적인 후속 관리를 제공합니다. 이것은 클라이언트에 대한 우리의 끝없는 애정과 헌신을 보여주는 소소한 표현일 뿐입니다.



Works

대교 눈높이

- Contents Creation
- SNS Marketing
- Web
- Print

대교 눈높이 [선생님 모집 홍보] 캠페인

About

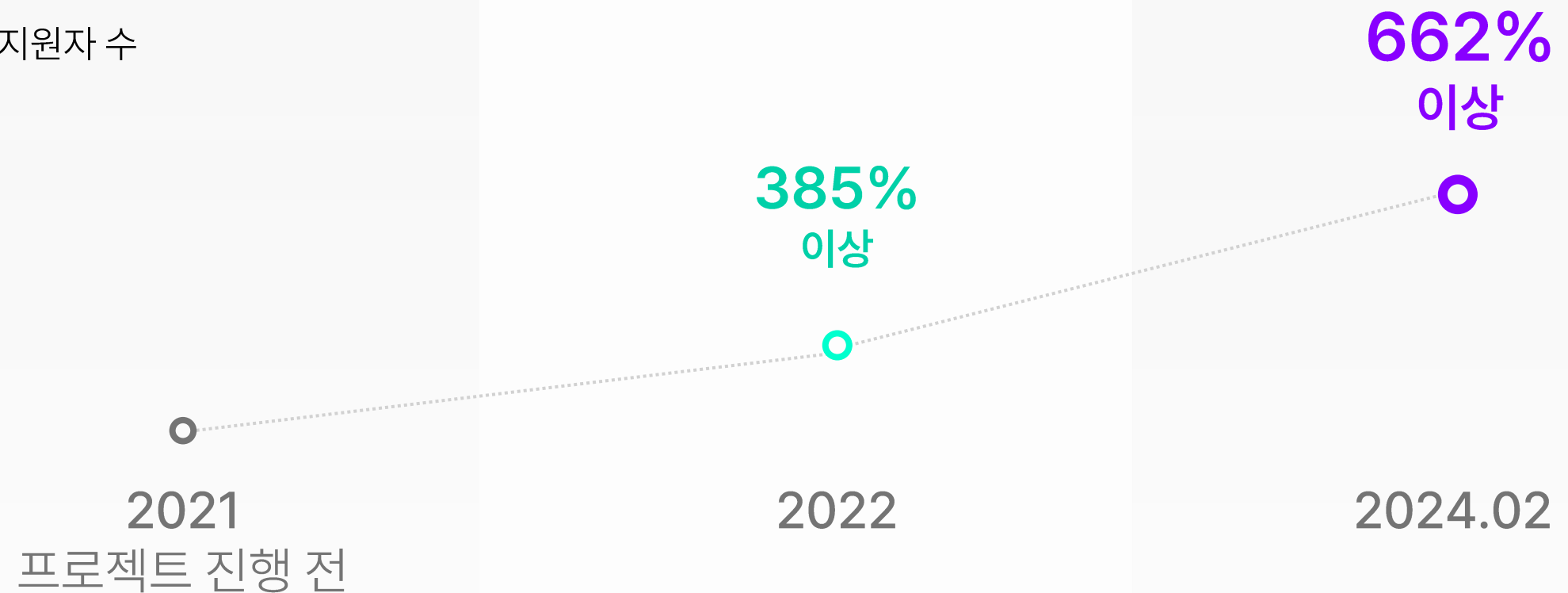
해당 캠페인의 가장 큰 난제는 '학습지 선생님'에 대한 잠재 구직자들의 부정적인 인식이었습니다. 특히 영업을 포함해야 하는 고된 업무와 이에 반해 수익은 적다는 인식이 매우 강했습니다. 먼저 시스템을 개선하고 '원하는 요일에, 오직 학습관리만!'이라는 키 메시지를 도출하여 캠페인을 진행하였습니다. 프리랜서로서 자유로운 시간 활용을 강조하였고, '선생님'으로서의 업의 가치를 존중하는 브랜드의 모습을 전달하였습니다.

그 결과 2년 만에 무려 지원자가 662% 이상 증가하는 성과를 이루었습니다.

Work Performance

캠페인 전략 구성 / 매체 전략 도출 및 진행 / SNS 채널 운영 및 디지털 콘텐츠 제작

월 평균 지원자 수





Works

일본 (주)여행요미우리 출판사

Contents Creation

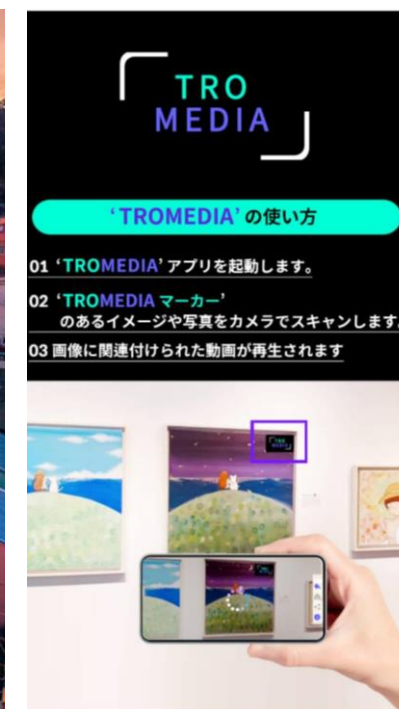
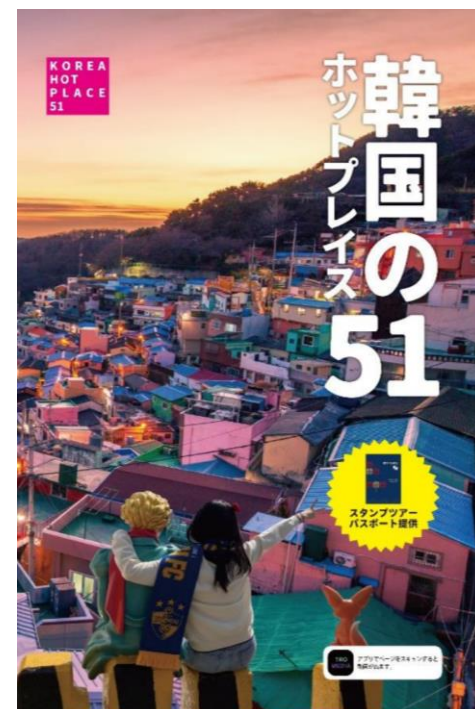
일본 요미우리 여행사 '한국의 핫플레이스 51'

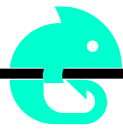
About

한국관광공사 측이 "올해 일본인 관광객 수가 역대급에 이를 것"이라는 전망을 내놓은 상황에서 일본 최고의 언론사 그룹인 요리우리그룹 산하 (주)여행요미우리출판사와의 이해관계가 맞아떨어지면서 2024년 4월 1일 정식 '한국의 핫플레이스 51' 공동 발간에 대한 최종 계약을 체결했습니다.

'한국의 핫플레이스 51'에는 유명 관광지는 물론 K팝, K드라마, K무비에 등장하는 장소와 찜질방이나 템플스테이처럼 한국을 찾는 외국인들이 꼭 경험해 볼만한 곳들을 소개합니다. 또 증강현실 앱인 TROMEDIA를 이용해 책에 수록된 사진을 스마트폰으로 스캔하면 우리가 직접 제작한 관련 여행지 동영상까지 시청할 수 있어 여행자들에게 보다 현장감 있게 정보를 제공하고자 했습니다.

일본 최고의 언론사 그룹이 한국과 함께 한국 관광지를 홍보하는 서적을 발행하는 것은 매우 이례적인 일로 여겨지고 있는 가운데 '한국의 핫플레이스 51'은 준쿠도, 츠타야 등 일본 전역의 서점은 물론 세븐넷, 라쿠텐, 아마존재팬, 요도바시카메라 등 일본 최고의 유통망을 통해서 판매됩니다.





Works

나디브 브랜딩 프로젝트

About

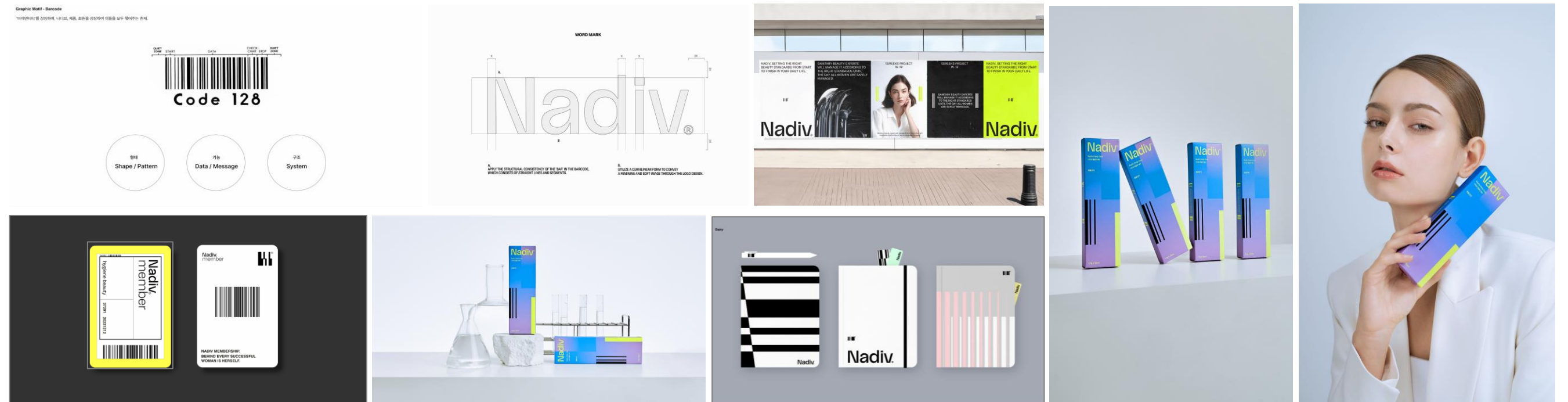
나디브는 Hygiene Beauty 브랜드로서, 인체 전반에 걸쳐 위생과 관련된 모든 영역을 다루는 토털 케어 브랜드이며, 일상의 시작과 끝을 함께하는 라이프스타일 브랜드로 확장합니다.

본 프로젝트의 브리프에서 나디브는 전문성과 안전함이 강조되어야 한다는 것과 일상의 시작과 끝을 함께한다는 점이 드러나야 한다는 것이 가장 중요한 미션이었습니다. 이에 대한 솔루션으로 브랜드의 전반적인 시각적 소재를 연구소에 기반하였고, **바코드를 소재**로 브랜드의 시각 상징물들을 제작하였습니다.

바코드의 체계 중 CODE 128은 숫자뿐만 아니라 영문자를 표현할 수 있는 바코드라서 브랜드 전개 활동에 있어 소비자와 인터랙션할 수 있는 요소를 만들 가능성을 확인하였습니다. CODE 128바코드의 왼쪽 끝과 오른쪽에 끝에 있는 각 세 줄은 바코드의 시작과 끝을 알리는 표식이고, 이 사이에 있는 선들은 해당 바코드가 담고 있는 정보를 의미합니다. 시작과 끝 표식을 심볼로 제작하여 나디브는 시작과 끝을 함께하는 브랜드라는 메시지를 담아냈으며 이 사이의 코드는 마케팅 용도로 다양하게 변형하여 사용할 수 있게 하였습니다.

나디브

- Branding
- Contents Creation





Works

삼성생명 유튜브 및 SNS 채널 운영 / 콘텐츠 제작

About

삼성생명은 '인생 금융 파트너'라는 슬로건을 활용하여 고객들에게 파트너로서 친근하고 든든한 브랜드로 인식되기를 원했습니다. 하지만 파트너라는 인식을 심어주기 위해서는 먼저 보험사와 고객 사이의 비즈니스적 프레임을 허무는 것이 선행되어야 한다고 생각했습니다.

그래서 삶의 마지막을 정리하는 유품정리사와 생명의 시작을 함께하는 산부인과 의사, 이혼 전문 변호사와 커플 매니저, 모발 이식 전문가와 왁싱 전문가처럼 마치 대척점에 서 있는 직업을 가진 사람들을 '뜻밖의 파트너' 라는 조합으로 출연시켰습니다.

「뜻밖의 파트너」 시리즈는 전혀 어울릴 것 같지 않은 이들이 대화 속에서 뜻밖의 공통점을 찾아내고 서로를 이해하는 과정을 통해 마음의 문을 열고 진심을 바라보려는 노력을 한다면 우리가 가진 선입견적 프레임을 깰 수 있다는 메시지를 전달하였습니다.

Work Performance

유튜브 구독자 수 140% 증가,
각 영상의 평균 조회율 약 75% 이상 상승이라는 성과를 달성했습니다.
또한 기존 주 시청자층이 4060이라 MZ 세대와의 접점을 원했던 클라이언트의 요청대로 해당 기간을 통해 2030 MZ 세대가 주 시청자층으로 자리 잡았습니다.

삼성생명

Contents Creation

SNS Marketing





Works

삼성생명 유튜브 및 SNS 채널 운영 / 콘텐츠 제작

About

유튜브가 삼성생명이라는 브랜드와 '보험'이라는 분야에 대한 친밀감을 주는 플랫폼이라면 네이버 포스트는 소비자들의 문제를 해결해 줄 수 있는 꼭 필요한 정보를 적재적소에 제공해서 보험 전문가라는 권위와 신뢰를 얻게끔 만드는 채널로 운영했습니다.

이를 위해 온라인 커뮤니티 및 SNS상에 올려놓은 소비자들의 보험 관련 니즈 및 궁금증들을 수집, 분석하여 소재를 발굴하고 여기에 시의성, 화제성 등을 고려하여 주제로 확장한 후 SEO 기술을 통해 핵심 바이럴 키워드를 선정, 검색 시 상위 노출을 목표로 운영했습니다.

삼성생명

Work Performance

그 결과 1만 회 이상의 조회수를 기록한 포스팅이 다수였으며, 중형급 검색 키워드(월 약 5천~ 1만 회) 조회량 기준 **80% 이상이 검색 시 메인 페이지에 상위 노출(5위 이내)되었습니다.**

또한 당시 운영했던 네이버 포스트의 많은 콘텐츠가 자체 바이럴 되어 조선일보, 매일경제 등 온라인 및 지면에 보도되었습니다

Contents Creation

SNS Marketing

이혼할 때 보험도 재산 분할해야 한다? (파란창에 물어보험)

삼성생명 · 1만 팔로워
2021.09.16. 11:03 | 3,679 읽음

안녕하세요!
보험에 대한 궁금증은 무엇이든
알기 쉽고 정확하게 답변드리는
「파란창에 물어보험」입니다.

파란창에 물어보험 ▼
이혼할 때 보험도 재산 분할해야 한다?

[흥미를 느껴보험 7화] 스우파 댄서와 쇼미 더머니 래퍼는 어떤 보험에 가입할까?

삼성생명 · 1만 팔로워
2021.12.09. 11:02 | 606 읽음

안녕하세요!
알고 보면 재밌는 보험의 세계를
알려드리는 「흥미를 느껴보험」입니다.

지난 6화에서는 '수능 x 보험'
라는 주제로 수능과 관련된
보험 이야기를 소개해드렸는데요!

조선일보 · 2021.11.08. · 네이버뉴스
'오징어 게임' 하다 죽으면... 게임 따라 보험금 다르다는데, 왜?
8일 삼성생명이 현재 보험금 지급 기준을 오징어게임에 적용해봤더니 첫 번째 게임인 '무궁화꽃이 피었습니다'에서 탈락해 숨진 참가자들은 일반 과 재해, 상해 보험금을 모두 받을 수 있는 것으로 나타났다. 그러나 두...

아주경제 · 2021.11.08.
오징어게임 참가자는 사망보험금 받을 수 있을까
8일 삼성생명 등 보험업계에 따르면 오징어 게임의 참가자들은 탈락해 사망할 경우 질병을 제외한 일반과 재해, 상해 보험금을 받을 수 있다. 보험에서 사망의 종류는 일반, 재해, 상해, 질병으로 구분되며 이에 해당해야...

서울이코노미뉴스 · 2021.11.08.
'오징어 게임' 하다 죽으면 보험금 받을 수 있을까... 일반 사망보...
이 드라마에서는 수많은 게임 참가자들이 죽거나 다쳤기 때문에 보험업계에서조차 '오징어 게임'을 가정한 보상 시뮬레이션을 돌려볼 정도라고 한다. 8일 삼성생명에 따르면 '오징어 게임'의 참가자 중 첫 번째 게임인 '무...

매일경제 PICK · 2021.11.08. · 네이버뉴스
'오징어 게임' 하다가 죽으면 내가 가입한 보험금 받을 수 있나
선종적인 인기를 끌었던 드라마 '오징어 게임' 속의 게임 참가자들은 과연 보험금을 받을 수 있을까. 8일 삼성생명에 따르면 '오징어 게임'의 참가자 중 첫 번째 게임인 '무궁화꽃이 피었습니다'에서 탈락해 숨진 사람들은 ...



Works

한화 63 더테이스터블 유튜브 및 SNS 채널 운영 / 콘텐츠 제작

About

63 빌딩 내의 레스토랑은 모두 같은 고민을 안고 있었습니다.

바로 'MZ 세대의 인식', 그들에게 63은 올드하며 과한 프리미엄의 이미지였습니다.

이를 바로잡기 위해 MZ 세대에게 합리적인 가격대로 SNS에 소개할 수 있는 곳이며 동시에 음식의 맛 또한 수준급이라는 점을 알리려 노력하였습니다

또한 올드한 이미지를 개선하기 위해 화려한 경력의 조리장들을 캐주얼한 모습으로 이미지메이킹 하였습니다.

그래서 63 뷔페 조리장들이 뽑은 최고의 맛 월드컵 및 미니어처, ASMR, 오마카세 등의 친근하지만 '와우 포인트'를 살릴 수 있는 소재들을 활용하여 콘텐츠를 제작하고 채널을 운영하였습니다.

Work Performance

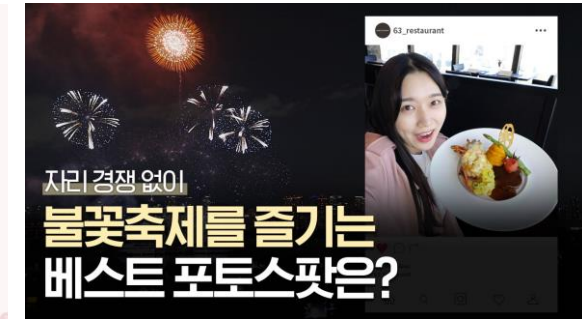
유튜브 구독자 수 260% 증가, 주 시청자층을 MZ 세대로 확보하는 성과를 달성했습니다.

또한 특정 이벤트 시즌마다 **검색 유입률이 6배 이상** 높아지는 등 SEO를 통해 오가닉 노출을 높였습니다.

한화 63 더테이스터블

Contents Creation

SNS Marketing





Works

코오롱모터스 BMW MINI, SNS 채널 운영 / 콘텐츠 제작

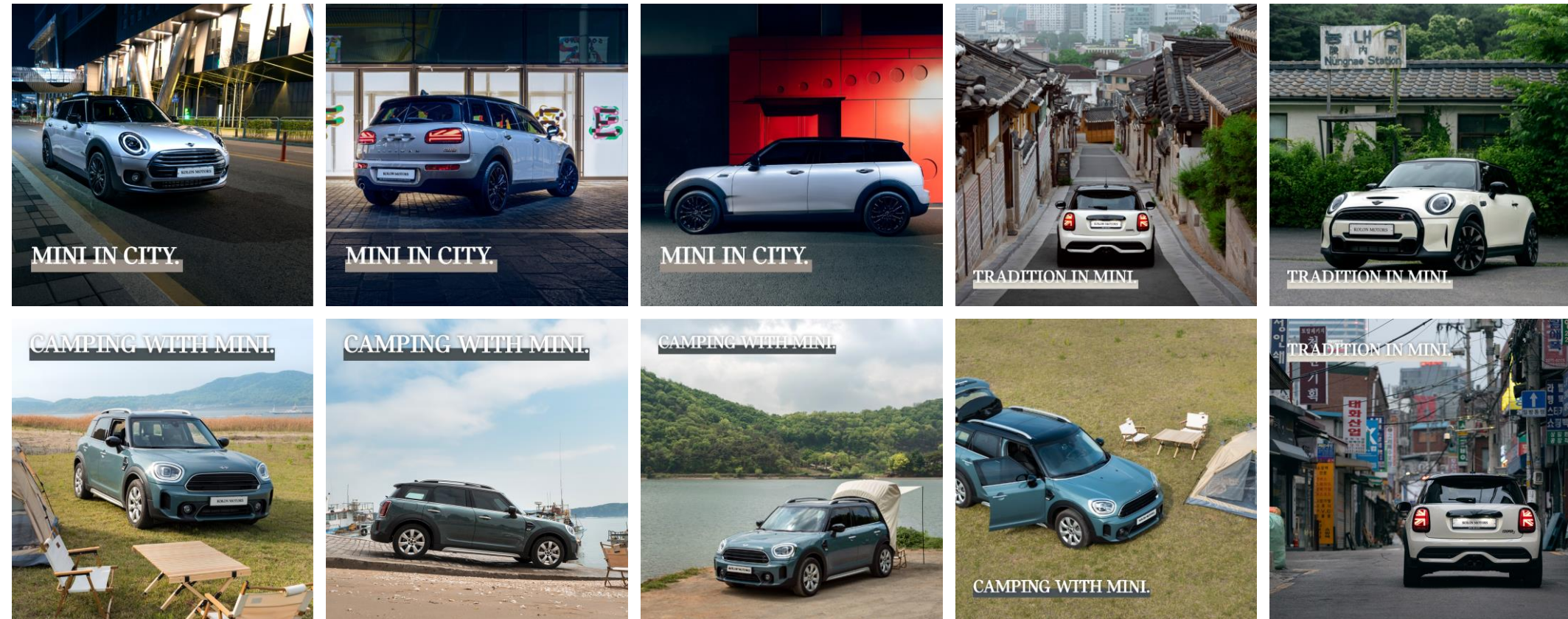
About

디자인적 강점이 강한 BMW MINI를 홍보하기 위해 'with mini'라는 콘셉트 아래 캠핑, 전통, 도시 등을 배경으로 하여 MINI의 비주얼을 강조하여 콘텐츠 제작 및 채널 리뉴얼 운영하였습니다.

코오롱모터스
BMW MINI

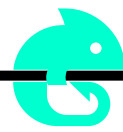
Contents Creation

SNS Marketing



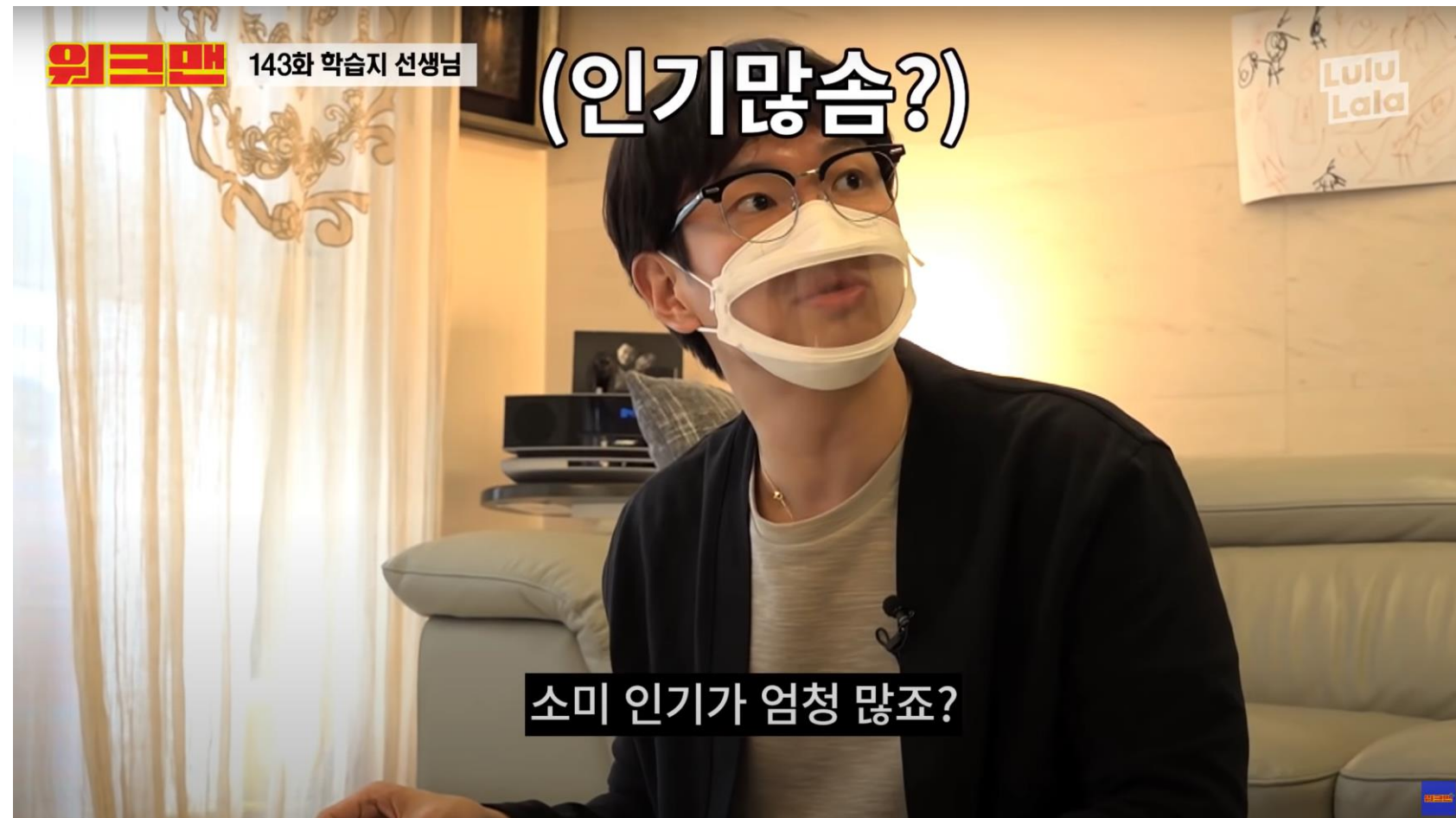
Work Performance


팔로워 755% 증가, 참여도 1,875% 증가 등 채널을 완전히 리뉴얼한 목표에 맞는 성과를 얻고 이전까지 일방향적인 채널 운영 방식을 벗어나 쌍방향 소통이 가능하도록 자리매김했습니다.



Works

Client 대교 눈높이 
 Scope Contents Creation 출처로 이동
 Project 워크맨




Client 삼성생명 
 Scope SNS Channel Management(유튜브) 출처로 이동
 Project 뜻밖의 파트너






Works

Client 온리바이오 

Scope Contents Creation(TV CF) 출처로 이동

Project 블랙마카1700&미오이노시톨S 광고

Client 까르마 


Scope SNS Channel Management(유튜브) 출처로 이동

Project 까르마 2024 베딩솔루션






Works

Client 쿠쿠 

Scope Contents Creation(TV CF) 출처로 이동

Project 스팀100 디지털 광고



Client 한화 더 테이스터블 

Scope SNS Channel Management(유튜브) 출처로 이동

Project 63레스토랑 홍보 영상 시리즈(20편)





Works

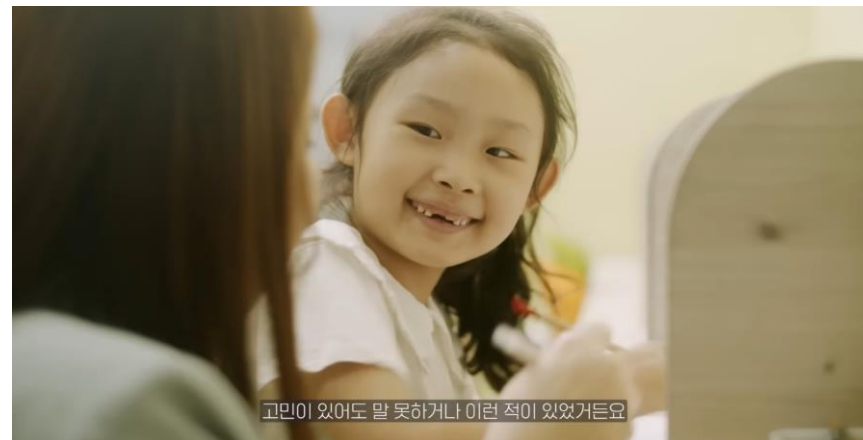
Client 대교 선생님 솔루션팀
Scope Digital Campaign
Project 눈높이 선생님 디지털 다큐멘터리 필름 시즌 1, 시즌 2



시즌 1 출처로 이동





시즌 2 출처로 이동



Works



Client 국토교통부 
Scope Digital Campaign 
Project 한국판 뉴딜정책 中 그린 리모델링 사업 홍보




Client 롯데백화점 
Scope Contents Creation 
Project 고독한 채용담당자 방



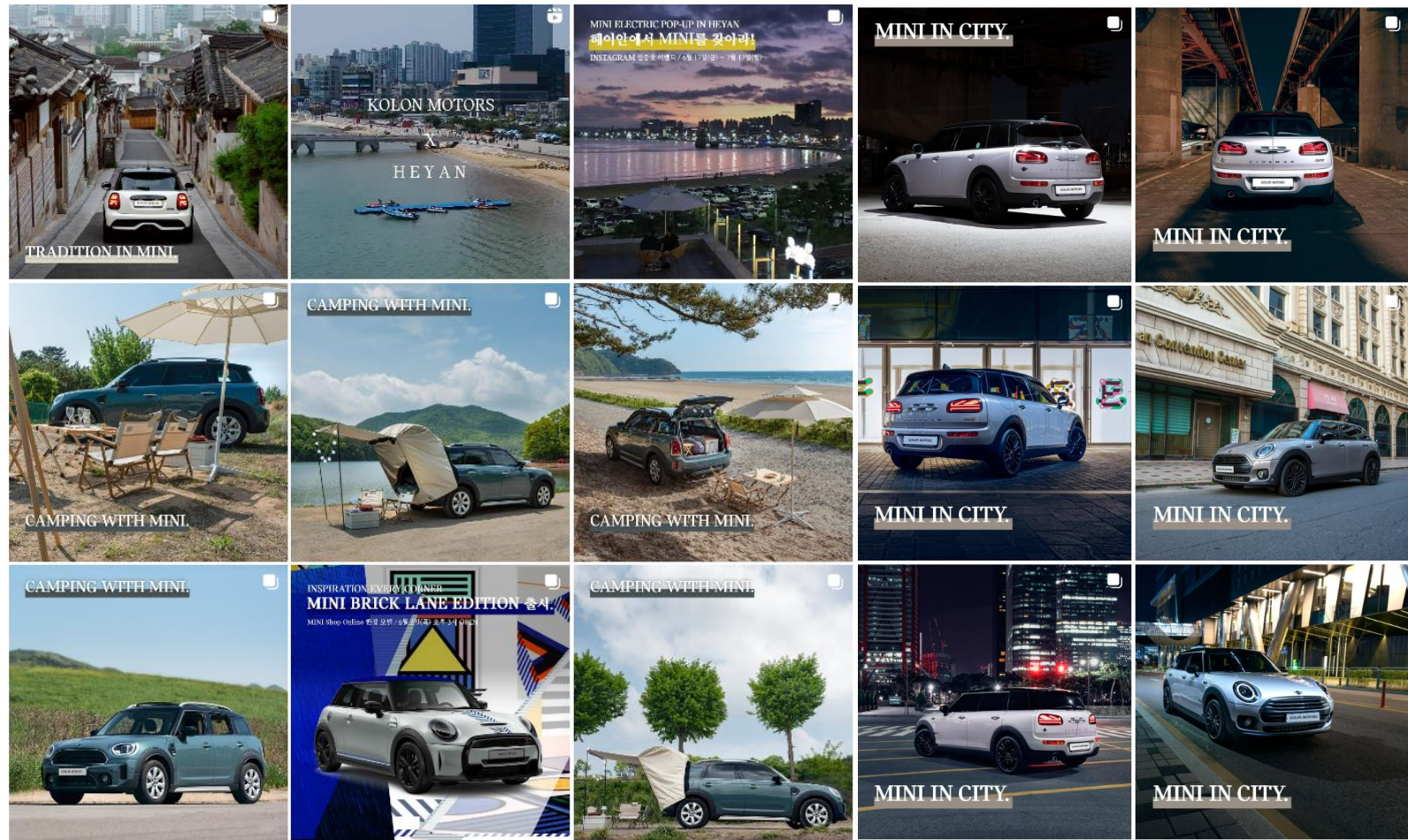



Works

Client 코오롱모터스 

Scope SNS Channel Management(인스타그램) 출처로 이동

Project 코오롱 모터스 Mini SNS 채널 운영

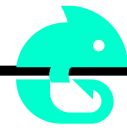


Client 삼성생명 

Scope SNS Channel Management(유튜브) 출처로 이동

Project 파란창에 물어보험





Works

Client 대교 BX(brand extension)팀
Scope Contents Creation
Project 공부방 체인지



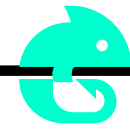
출처로 이동

Client 메디폼
Scope Contents Creation
Project 상처 뿐인 드라마



출처로 이동



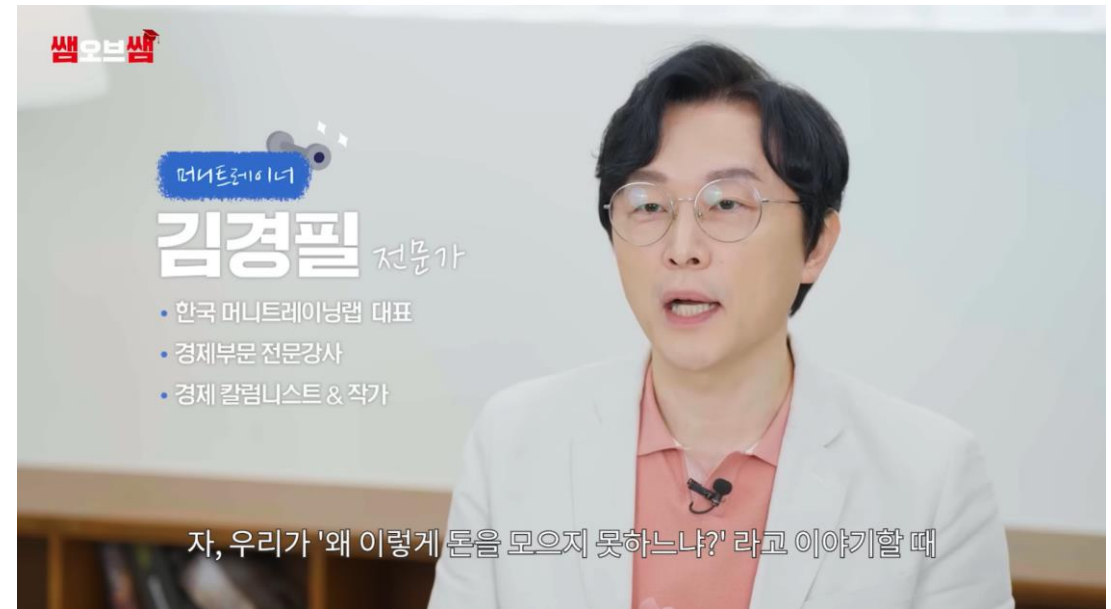
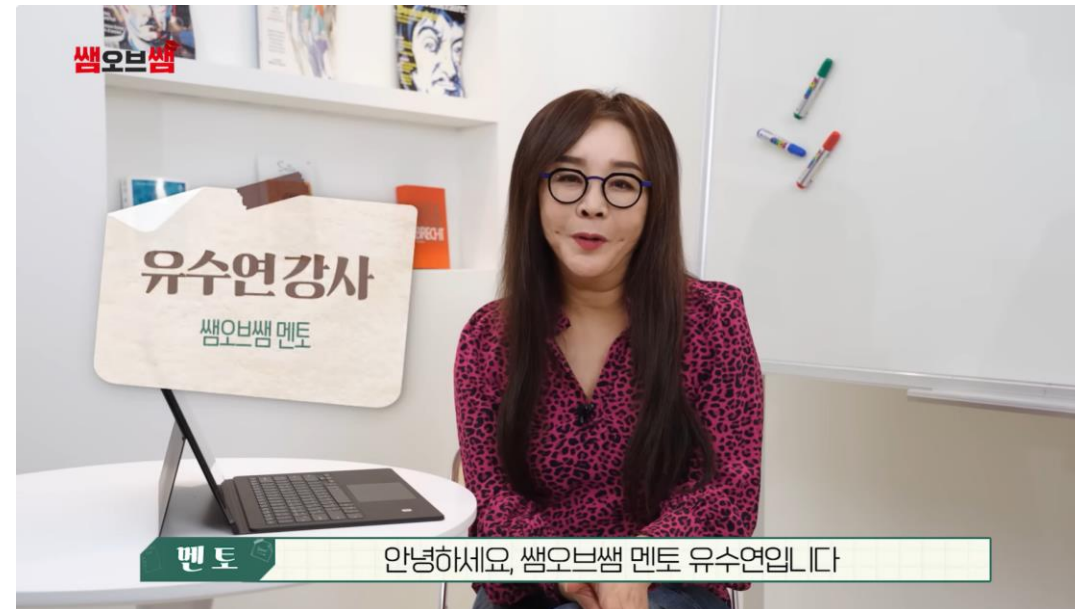


Works

Client 대교 눈높이 선생님 솔루션팀
Scope SNS Channel Management(유튜브)
Project 유튜브 쌤오브쌤 콘텐츠 제작 및 채널 운영





출처로 이동



Works



Client 현대약품 미에로화이바 

Scope Contents Creation(TV CF) 

Project 미에로화이바 바이럴 비디오: 다이어트하닉, 인스타하닉



Client 삼성생명 

Scope Digital Campaign 

Project 레이블링 게임

7080 내 모습 테스트

세월이 어떻게 지난 건지.
그리운 학창 시절...
다시 돌아갈 순 없을까?

내 학창 시절로 돌아가기

7080 내 모습 테스트

1 / 9

학창 시절 나는..

등교 전 날
신발주머니와 승차권까지 준비해주는 편이었다.

당일 아침
생각나는 대로 부라부라 챙기는 편이었다.

7080 내 모습 테스트

2 / 9

체육 대회가 열린다면 나는..

제주, 줄다리기 등
모든 종목에 즐겁게 참여했다!

몇 개는 참여하지만
친구들과 응원하는게 더 즐거웠다!

7080 내 모습 테스트

나의 7080 모습은..

**기억 저장 공간이 고용량인
인간 플로피 디스켓**

#나의 모습은..

- 주변과 기억 공간이 모두 체계적으로 잘 정리되어 있는 인간 플로피 디스켓 같아요~!
- 어렸을 때부터 알기를 잘 써온 덕분에 나는 옛날 일도 생생하게 기억할 수 있어요!
- 새로운 것을 시작하기 전에 혼자서 고민을 오래 하는 편이에요.
- 결과가 좋으면 과정이 아무리 힘들어도 기분이 좋아지기 시작해요.



Works

Client 위메프
 Scope Digital Campaign
 Project 반값특가



출처로 이동



Client 위메프
 Scope Digital Campaign
 Project 히든프라이스




출처로 이동





Works

Client 코오롱 

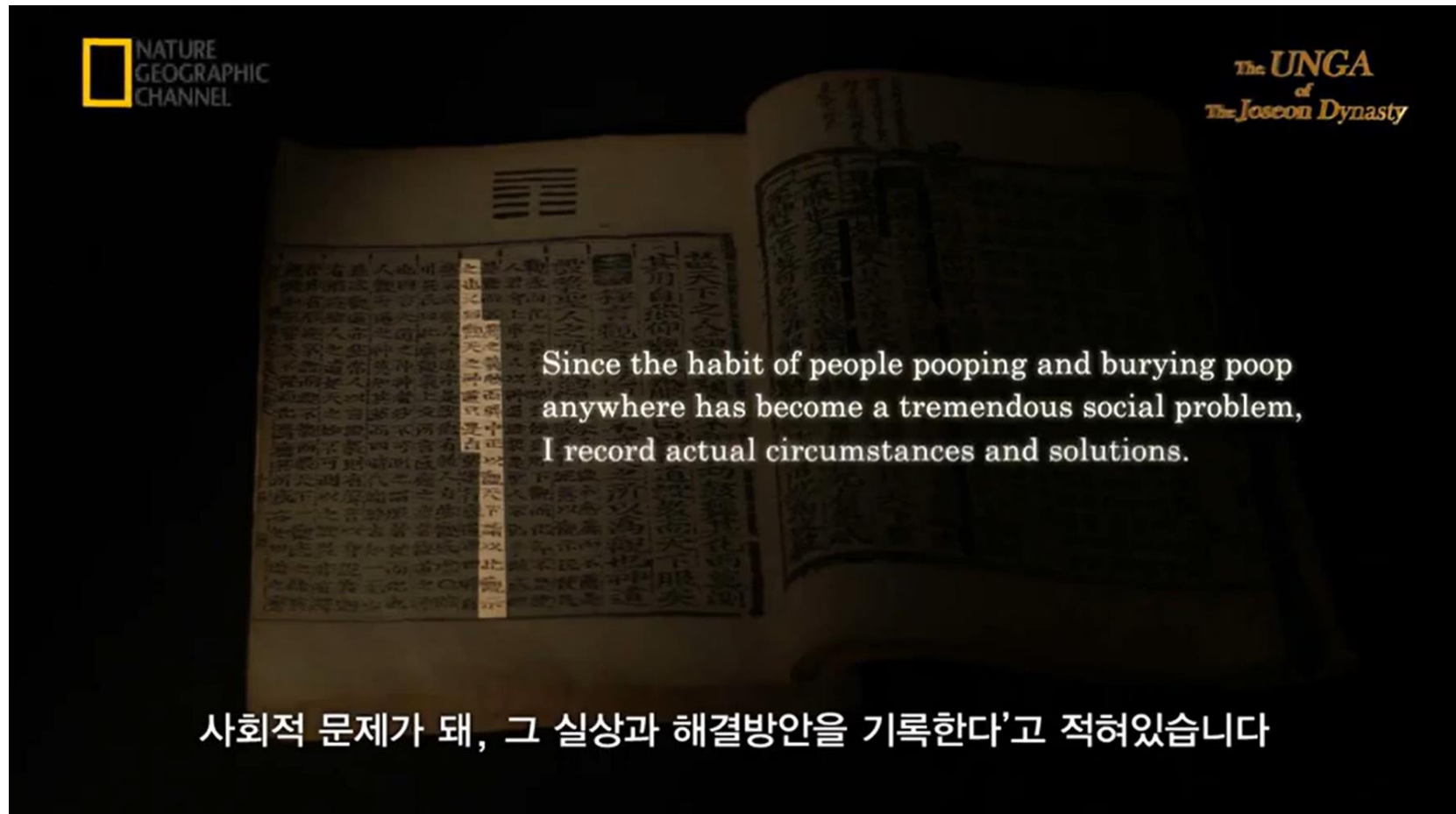
Scope Contents Creation 출처로 이동

Project 응가몬 Kit – 조선왕조 응가록

Client 하림 

Scope Contents Creation 출처로 이동


Project 용가리 대모험 시리즈



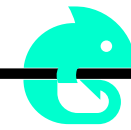
Works

Client 매일유업 
Scope Contents Creation(TV CF) 출처로 이동
Project 맘마밀





Client SK PLANET 
Scope Contents Creation(OTT) 출처로 이동
Project 비트박스 서바이벌 경연 'Beat Fighter'







Works

Client 현대자동차 

Scope SNS Channel Management(유튜브) 

Project 어서와 스타렉스는 처음이지? 



Client 웅진씽크빅 

Scope Contents Creation(TV CF) 

Project 웅진북클럽 생각스튜디오 



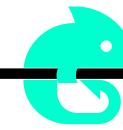
Works

Client 대교 눈높이 [출처로 이동](#)
Scope Digital Campaign
Project 씨릿수학 프로젝트: 우리는 수포스타 (웹 예능 52부작)




Client 조르단코리아 [출처로 이동](#)
Scope Contents Creation
Project DESIGN LAB






Works

Client 대교 눈높이 

Scope Digital Campaign 출처로 이동

Project 씨릿스피드수학 유튜브 라이브 퀴즈쇼

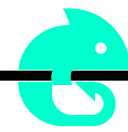


Client 참좋은여행 


Scope Contents Creation 출처로 이동

Project '참좋은 캐스팅' 브랜드 콘텐츠






Works

Client 롯데월드 

Scope SNS Channel Management 출처로 이동

Project 롯데월드 바이럴 영상 (유준호 더빙판)



Client 롯데월드 

Scope SNS Channel Management 출처로 이동

Project 롯데월드 자이로드롭 프로포즈





Hook Original Contents

Website <https://www.socialchart.ai> (프로토타입 버전)

summary 소셜차트는 후크콘텐츠 내부용으로 개발한 솔루션의 일부를 SNS 채널 성장에 도움을 드리기를 위해 제공해드리는 SNS 채널 분석 솔루션입니다. 앞으로 ChatGPT 등 AI를 결합하여 콘텐츠 제작 및 분석에 꼭 필요한 서비스로 업그레이드 될 예정입니다.



현재 버전의 소셜차트는 PC 환경에 최적화되어 있습니다.

01 동영상 건강검진

내 유튜브 동영상과 여러분이 궁금해하시는 동영상이 얼마나 인기를 끌고 있는지, 시청자들의 참여도는 얼마나 되는지 궁금하지 않으신가요? 이제 동영상 건강검진을 통해 한눈에 확인할 수 있습니다.

- 종합 점수**: 동종 카테고리 기준 100점 만점으로 동영상 상태를 평가해 드립니다.
- 상세 분석**: 조회 수, 좋아요 수, 댓글 수 등 주요 지표를 종합적으로 분석하여 개선이 필요한 부분을 알려드립니다.
- 건강 상태 평가**: 개선 필요, 평균 이하, 양호, 건강, 매우 건강으로 평가되어 동영상에 어떤 상태인지 명확하게 파악하실 수 있습니다.

02 채널 건강검진

구독자와 시청자들로부터 얼마나 관심을 받고 있는 채널인지 궁금하신가요? 채널 건강검진을 통해 내 유튜브 채널과 특정 채널의 전반적인 건강 상태를 쉽게 파악해 보세요!

- 종합 점수**: 동종 카테고리 기준 100점 만점으로 채널 상태를 평가해 드립니다.
- 상세 분석**: 구독자 증가율, 참여율, 조회 수 등 주요 지표를 종합적으로 분석하여 개선이 필요한 부분을 알려드립니다.
- 건강 상태 평가**: 개선 필요, 평균 이하, 양호, 건강, 매우 건강으로 평가되어 채널이 어떤 상태인지 명확하게 파악하실 수 있습니다.

채널 정보

[삼성증권] Samsung POP
삼성증권 공식 유튜브 채널입니다.

국가	-	개설일	2007-03-26	채널보기	
조회수	2171M	영상수	3,673	구독자수	1.8M
영상별 평균 조회수	59.1K	일평균 신규 구독자수	286.4		

삼성증권 공식 유튜브 채널입니다.

채널 설명

채널 건강 지수

개선필요 | 평균이하 | 양호 | 건강 | 매우건강

채널 건강 지수: 5점 (건강)

-개선 필요 :
구독자 수 증가가 느립니다. 새로운 전략이 필요합니다. 시청자 참여가 낮습니다. 더 많은 참여를 유도할 필요가 있습니다. 비디오당 평균 조회수가 적습니다. 콘텐츠의 도달 범위가 좁습니다. 새로운 비디오 업로드가 드뭅니다. 더 자주 업로드해야 합니다.

구독자수	영상수	조회수
1.8M	3,673	2171M
504K	833	167.2M
37.7K	782	149.4M
170K	369	70.8M
16.3K	167	9.3M

- 소셜차트는 후크콘텐츠 내부용으로 개발한 솔루션의 일부를 SNS 채널 성장에 도움을 드리기 위해 제공해드리는 소셜 분석 솔루션입니다. 앞으로 ChatGPT 등 AI를 결합하여 콘텐츠 제작 및 분석에 꼭 필요한 서비스로 업그레이드 될 예정입니다.

- 관련하여 꼭 필요한 서비스가 있으시다면 hook@hookcontents.com으로 메일 부탁드립니다. 보내주시는 의견을 수렴하여 적극 반영하도록 하겠습니다.



Hook Original Contents

Channel 유튜브, 틱톡
 Project 후크콘텐츠 오리지널 콘텐츠 "AI 모르면 한 방에 흑간다"
 summary AI 콘텐츠 마케팅 전문가 후크선장과 선원들이 알려주는 챗GPT의 모든 것

유튜브로 이동 틱톡으로 이동



챗GPT로 고크 AI 스토리보드 만드는 법, 챗지 피티로 콘티 짜는 법 (FEAT.칼퇴하자)



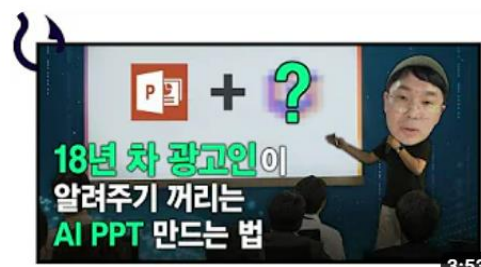
챗GPT 프롬프트 작성법: 생각의 사슬 | CoT (Chain of thought) | 프롬프트 엔지니어링



30분만에 트렌드 분석 끝내는 챗GPT 루틴 | GPT 스토어 사용법 | 자료 조사, 트렌드 분...



더이상 무료 이미지 사이트 필요 없는 생성 AI, 프로 웹디자이너 몇 명만 알고 있는 Noiselith!



감마 PPT, 유명 광고대행사에서만 활용하는 팁 공개 | 챗지피티보다 ppt 잘 만드는 감마...



AI 프롬프트 작성법 | GPT, 코파일럿 대화형 AI에게 최고의 답변 얻는 노하우 5가지 공개...



(2024 ver) 챗GPT 무료 강의 | 10분 컷 | 가입 방법, 프롬프트 작성 팁, 최신 정보 업데이트...



AI 왕초보에게 알려주는 코파일럿 핵심 기능 4가지 | 코파일럿 설치, 사용법, 아이콘 사라...



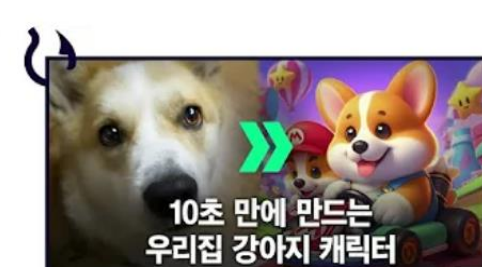
무료 번역 AI 끝판왕 사용법 | 유튜브 자막 넣는 법 | 유튜브 알고리즘



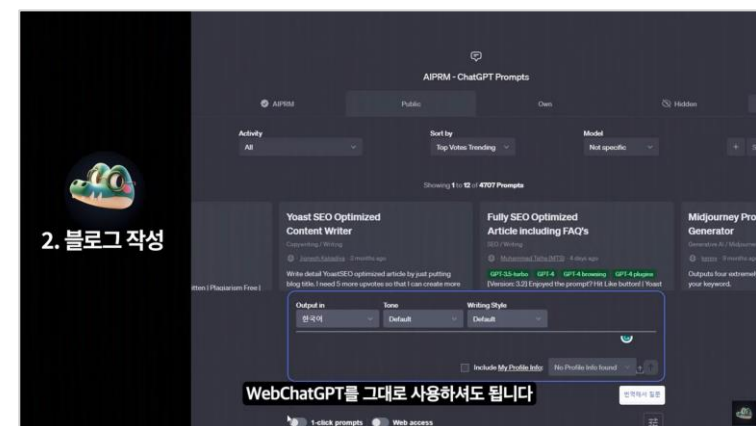
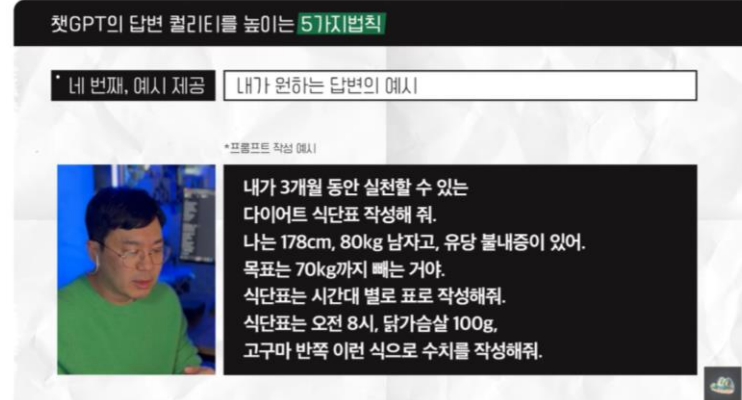
이 3가지 기능만 똑똑하게 쓰면 칼퇴+운동+자기개발+부업 모두 가능! | 노션 AI 사용법



유튜브 영상 요약 AI, 이거 하나로 모두 종결합니다. 딱 5초면 요약 끝! | lily's 릴리스



빙 이미지 크리에이터, 괴물까지도 귀여운 이미지로 만들어주는 이미지 AI! 귀여운 강아...





Hook Original Contents

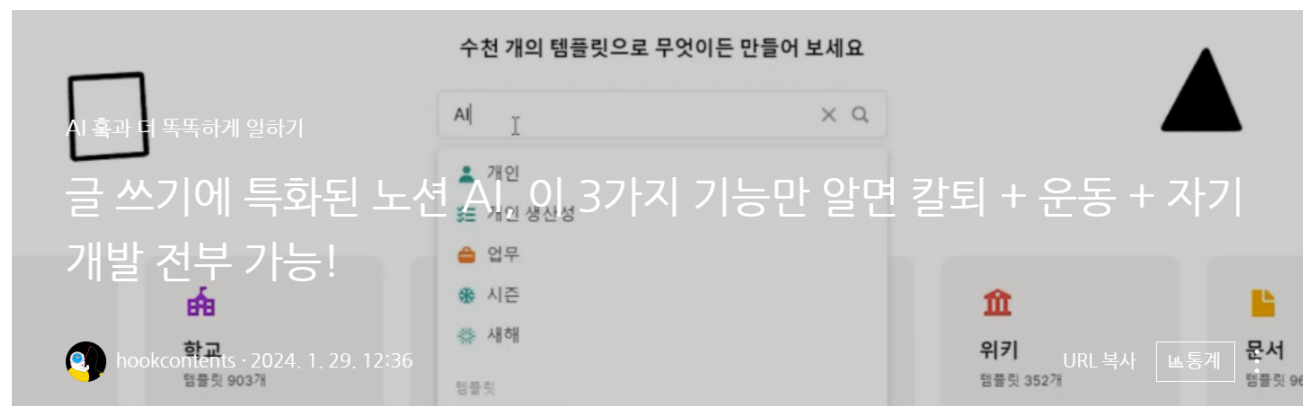
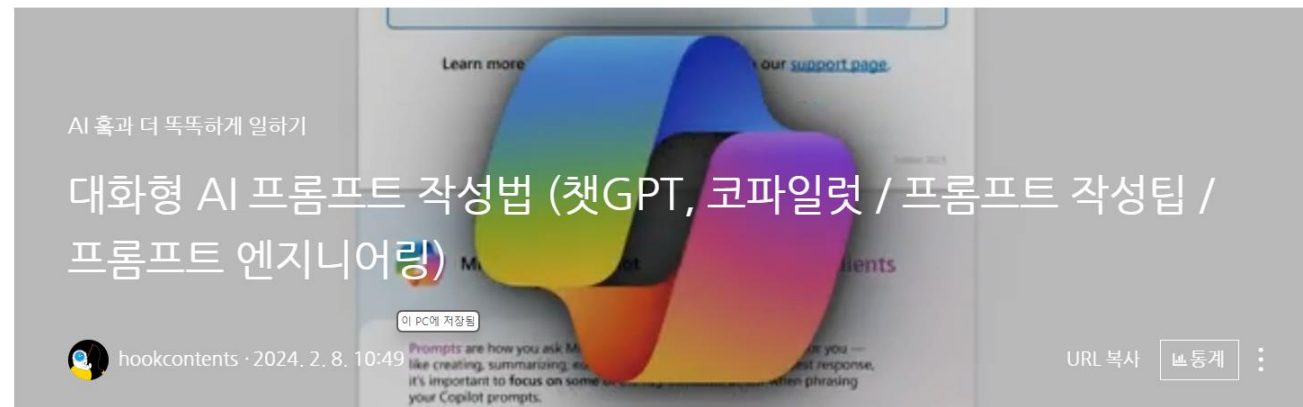
Channel 네이버 블로그, 티스토리

Project 후크콘텐츠 공식 블로그

summary 브랜드 유튜브 채널 분석, 유튜브 썸네일 인사이트, 챗GPT 자료 포스팅 등 후크만의 인사이트가 가득한 공식 블로그

블로그로 이동

티스토리로 이동





Hook Original Contents

Channel 유튜브

Project 운명개척단_관상 버스킹

summary 관상 is 사이언스? 대한민국 최고의 김민정 관상가와 MC 딩동이 함께하는 본격 길거리 관상 인터뷰 (시즌 2 준비 중)



출처로 이동



인스타그램 22만 팔로워 쏘언니 관상 보고 옴 | [관상 버스킹] ep.6



승요 관상이 따로 있다? 야구장 직관 은 승요 커플♥ | [관상 버스킹] ep.5 | ...



수영은 어떤 모양으로 기르는 게 좋을 까? | [관상 버스킹] ep.4 | 흥대편



말년에 현금 싹! 쓸어 담는 입술 관상 추석 맞이 고향 다녀옴 | [관상 버스...



관상에서 살은 돈이라고요? 오늘부터 다이어트 관둬니다 | [관상 버스킹] ep.2...



메이크업으로도 관상이 바뀔까? 무료로 관상 봐드림 | [관상 버스킹] ep.1 | 이...



<귀의 운곽>

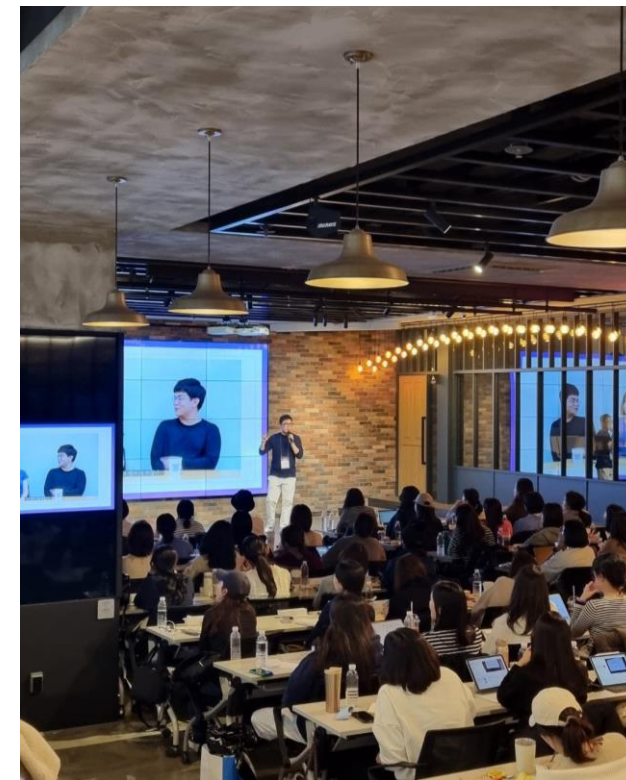
운곽이 선명한 귀는 자기주장이 뚜렷하고 자신의 분야에서 성공하는 사람이 많다

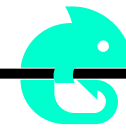




Influencer Marketing

인플루언서들을 직접 양성하고 매니지먼트하고 있습니다. 현재까지 약 140명의 인플루언서를 배출했고 총 팔로워 수의 합계는 약 4,800,000명에 달합니다.
라이프, 요리, 뷰티, 건강(다이어트), 육아, 교육, 인테리어 등의 카테고리 계정을 운영하고 있으며, 관련 업계 브랜드와 협업하고 있습니다.

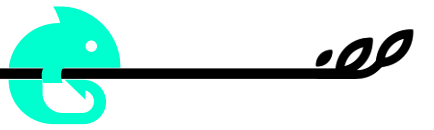




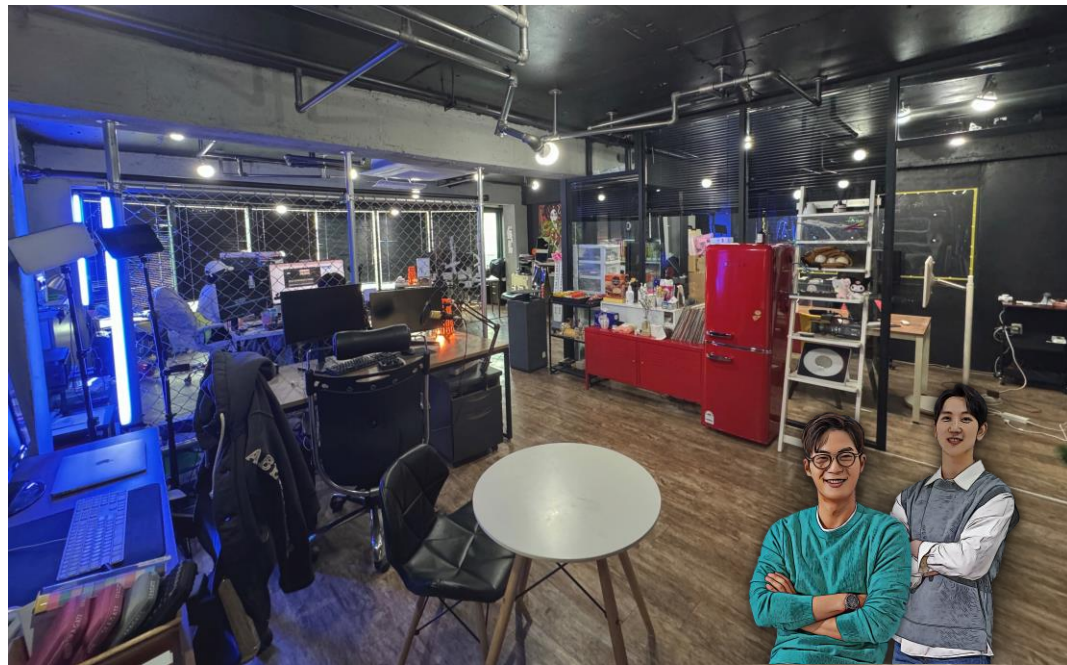
Partners

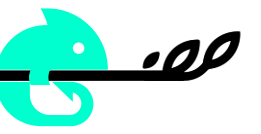
그래서 지금까지 저희를 믿어준
117개 브랜드와 함께하였습니다.

더 자세히 알아보려면?



We are Hook





We are Hook





*In the end,
It's content!*



HOOK CONTENTS



HOOK CONTENTS

Social Solution Content Marketing Agency

회사명	(주)후크콘텐츠
소재지	서울특별시 마포구 상수동 316-13, 3층
SNS 운영 및 캠페인 문의	070-4333-1447
콘텐츠 제작 문의	070-4333-1448
핫라인	010-4393-7757
홈페이지	www.hookcontents.com

SNS

