



**BRAND  
AMBASSADOR**

# CONTENTS

**01** 인플루언서 마케팅 시장 트렌드

**02** 브랜드 앰버서더 마케팅

**03** 아보카도자이언트의 앰버서더 마케팅

# 01

## 인플루언서 마케팅 시장 트렌드

인플루언서 마케팅 시장 현황

인플루언서 마케팅 시장의 문제점

아보카도자이언트의 솔루션

인플루언서 마케팅 시장 현황

**인플루언서 마케팅 시장은 얼마나 커졌을까?**

---

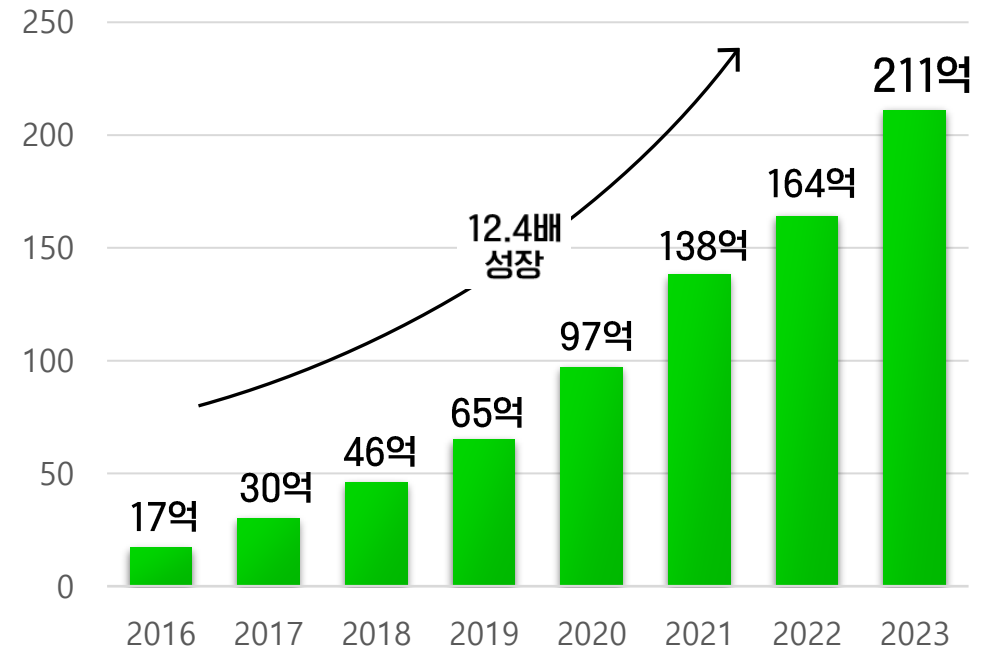


# 급 성장 중인 인플루언서 마케팅의 규모와 영향력

제품 구매 시 인플루언서의 영향을 받는 소비자가 전체 인구의 **71.4%**  
2016년 대비 전 세계 인플루언서 마케팅 규모 **12.4배** 성장

## 전 세계 인플루언서 마케팅 규모

단위:달러



출처: 블핑제니 SNS 게시물 하나가 28억 가치.. "여기에 수출길 있다", 중앙일보, Sep 14, 2023

# 전 세계 주요 기업에서 주목하고 있는 인플루언서 마케팅

전체 마케팅 예산의 **40%** 이상을 인플루언서 마케팅에 지출하는 기업 비중 **23%**  
한국 인플루언서 커머스 시장 규모 2025년까지 **5배\*** 이상 상승 예상

\*2022년 6조 원에서 2025년 28조 원 규모로 성장 예측

## 전 세계 주요 기업 마케팅 예산 중 인플루언서 마케팅 예산 비중

단위: % (2023년 2월 기준)



\* 전 세계 마케팅 대행사, 브랜드사 등 관계자 3,500명 응답

출처: 블룸버그 SNS 게시물 하나가 28억가치, "여기에 수출길 있다", 중앙일보, Sep 14, 2023

# 인플루언서 마케팅으로 얻을 수 있는 효과?

앰버서더의 이미지와 진정성을 통해 브랜드 인지도 및 호감도를 상승시키고 그 영향력에 따라 타겟 오디언스 도달 및 매출 상승 효과 획득 가능

출처 : 28 Essential Influencer Marketing Statistics You Need to Know in 2023, by Social Shepherd, 26 Jul 2023

판매  
전환률 증가

+46%

브랜드  
호감도 증가

+69%

신규 OR 타겟  
오디언스 도달

+74%

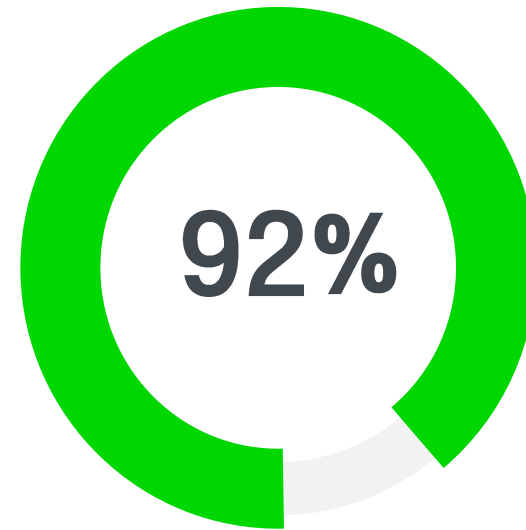
브랜드  
인지도 상승

+86%



# 일상생활에서 인플루언서의 영향력

인플루언서는 현대사회에서 구매결정 과정을 단축시키는 가장 중요한 역할을 담당



출처 : Market Splash

소비자가 온라인 입소문 추천을 신뢰하는 비율

# 인플루언서로 대체되는 소비 방법

구매의사 결정의 복잡한 과정을 인플루언서로 간단하게!

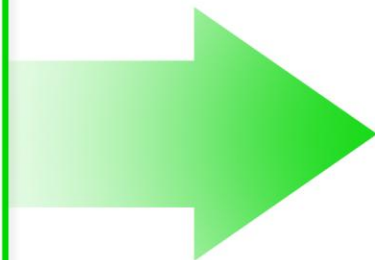
**STEP 1** 필요인식 | 구매의 필요인식

**STEP 2** 관심 | 제품에 대한 관심

**STEP 3** 정보탐색 | 가격 비교, 프로모션 탐색

**STEP 4** 대안평가 | 비교 평가 후 우선순위 결정

**STEP 5** 구매 | 구매 실행 및 평가



**STEP 1** 필요인식 | 구매의 필요인식

**STEP 2** 인플루언서 탐색

필요한 제품이나 관련 정보를  
인플루언서의 추천/설명에 의존

**STEP 3** 구매 | 구매 및 구매 후 평가

**영향력이 커질수록 오히려 오히려 생겨나는 인플루언서 마케팅  
이대로 괜찮을까요?**

---

## 연예인 활용의 문제 및 한계점

# 한번의 실수로 떨어진 브랜드 이미지

유명인을 활용한 광고는 즉각적인 인지도와  
입소문 효과를 얻을 수 있는 반면 부정 이슈 발생 시  
**브랜드 평판이 하락**할 수 있는 위험성이 존재.

하락한 브랜드 평판 및 고객 신뢰도 회복이 어려움.

### 중소기업 광고 갑질 논란



광고 개재 기간 계약을 위반하고 임의로  
SNS에서 게시물을 삭제한 경우

### “협찬 받고 내돈내산?” 유튜브 뒷광고 논란



광고 협찬을 받고도 유튜브에서 실 구매 제품처럼  
소개한 뒷광고 논란





지나친 협찬/차별점 없는 바이럴 광고

## 과도한 광고 콘텐츠

지나친 협찬 광고와 찍어낸 듯 똑같은 형태의  
차별점 없는 바이럴 광고의 남발.

과도한 광고 콘텐츠로 인해  
소비자들의 **피로도 상승**과 **낮아지는 신뢰도**.

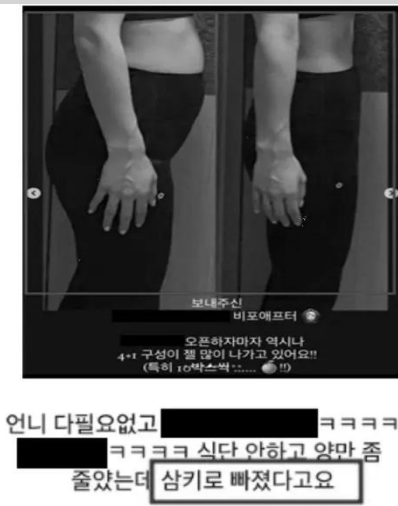
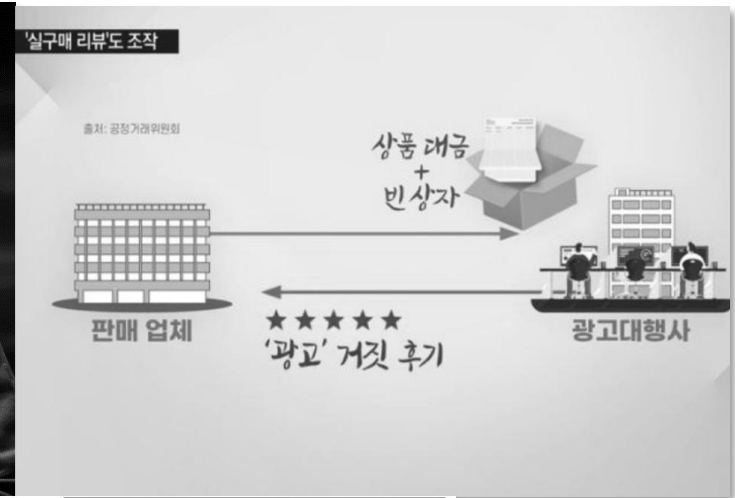


## 과잉정보시대에 넘쳐나는 허위 광고

# 소비자를 기만하는 가짜 광고

소비자가 의도하지 않은 구매 결정을 유도하는  
다크패턴 마케팅, 소비자를 속이는 허위/과대 광고,  
바이럴 마케팅을 악용한 리뷰 조작 등

소비자를 기만하는 행태의 가짜 광고로 인한 **신뢰도 하락**



무너진 인플루언서 마케팅의 신뢰도  
이제는 **진정성** 있는 **인플루언서** 마케팅이 필요합니다.

---

# 신뢰기반의 진정성 있는 엠버서더 마케팅



1

돈으로 사는 신뢰성이 아닌  
엠버서더의 **진정성** 있는 광고 콘텐츠

브랜드에 애정과 열정이 있는 진짜 인플루언서만!

2

**양질**의 인게이지먼트

엠버서더의 자발적인 광고 활동과 적극적인  
소통으로 유의미한 인게이지먼트 도출!

3

성공을 부르는 **진짜** 콘텐츠

진짜 소비자를 엠버서더로 활용,  
진심이 담긴 리뷰와 추천으로 구매 연결!

# 02

## 브랜드 앰버서더 마케팅

브랜드 앰버서더 마케팅이란?

앰버서더 마케팅의 효과와 유형

앰버서더 마케팅 프로세스

앰버서더와 인플루언서의 차이점 및 4가지 장점

앰버서더 마케팅 CASE STUDY

브랜드 앰버서더 마케팅이란?

**‘아보카도자이언트’가 소개하는**  
**브랜드 앰버서더 마케팅**

---

WHAT



## 인플루언서가 브랜드와 하나 되는 것!

브랜드가 곧 엠버서더이며, 엠버서더가 곧 브랜드다.

브랜드에 대한 애정과 이해도가 높은 인플루언서를  
엠버서더로 임명하는 진정성 기반의 콘텐츠 마케팅

엠버서더는 브랜드의 대표자로서 콘텐츠를 제작하고,  
소비자와 능동적으로 소통하며 브랜드 로열티를 높여  
브랜드 신뢰도는 물론, 실질적인 매출 상승에 기여한다.

# 브랜드 앰버서더 마케팅은 왜 해요?

---

WHY

# 진정성을 기반으로 한 브랜드와 소비자 관계 강화

01  
POINT

## 팬슈머 심리 공략

앰버서더의 영향력을 이용,  
확보된 팬 층을 활용한 친밀감 형성

02  
POINT

## 가치소비 자극

앰버서더의 이미지를 통해 브랜드 가치를  
강조하여 잠재고객을 충성고객으로 전환

03  
POINT

## 진정성 있는 협찬

애정을 기반으로 브랜드의 일부가 되어  
자발적으로 진정성 있는 광고 활동 진행

04  
POINT

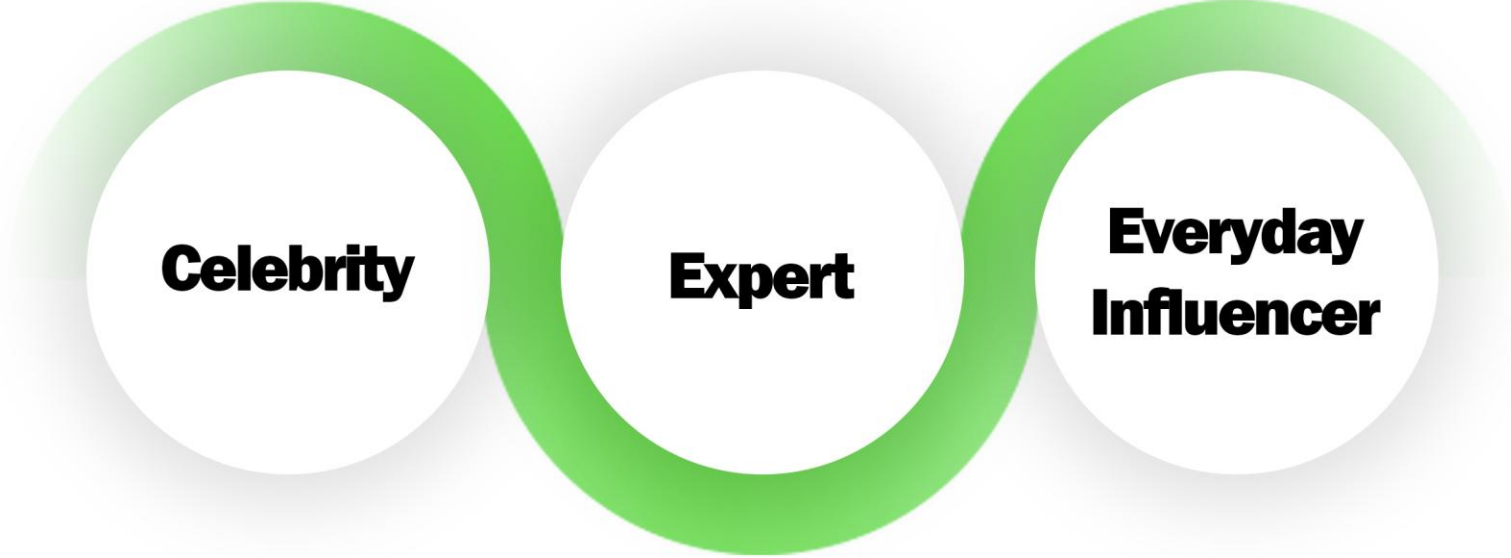
## 소통의 창구

온/오프라인 채널에서 활동 영역을  
넓히며 소비자와 적극적인 소통



## 유형별 앰버서더 활용

주요 고객 타깃층 분석을 통해 각 브랜드 이미지에 필요한 유형의 앰버서더 선정.  
큰 영향력이 있는 **셀럽**, 다양한 분야의 **전문가** 및 **인플루언서**를 브랜드 앰버서더로 활용.



**Celebrity**

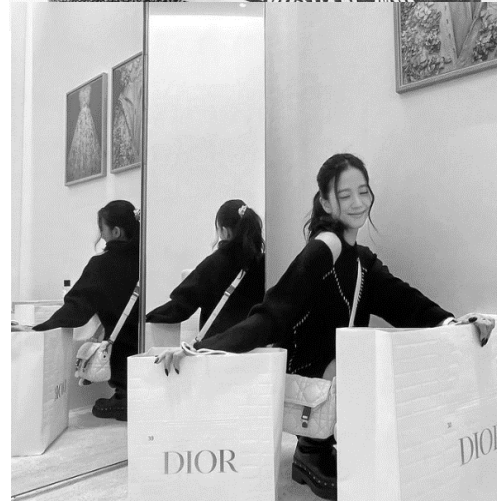
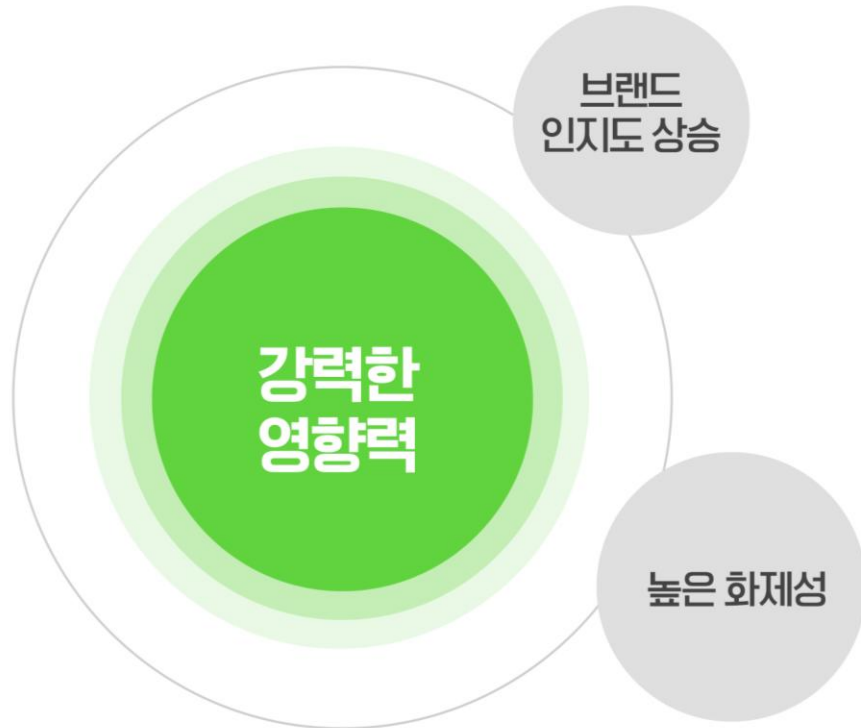
**Expert**

**Everyday  
Influencer**

# Celebrity

**강력한 영향력으로 즉각적인 브랜드 인지도  
상승과 높은 화제성을 보장하는 셀럽 앰버서더**

셀럽의 영향력을 활용한 마케팅으로 즉각적인 인지도 상승이 가능하나  
부정 이슈 발생 시 브랜드 이미지에도 큰 타격을 줄 수 있어 신중한 선택 필요.





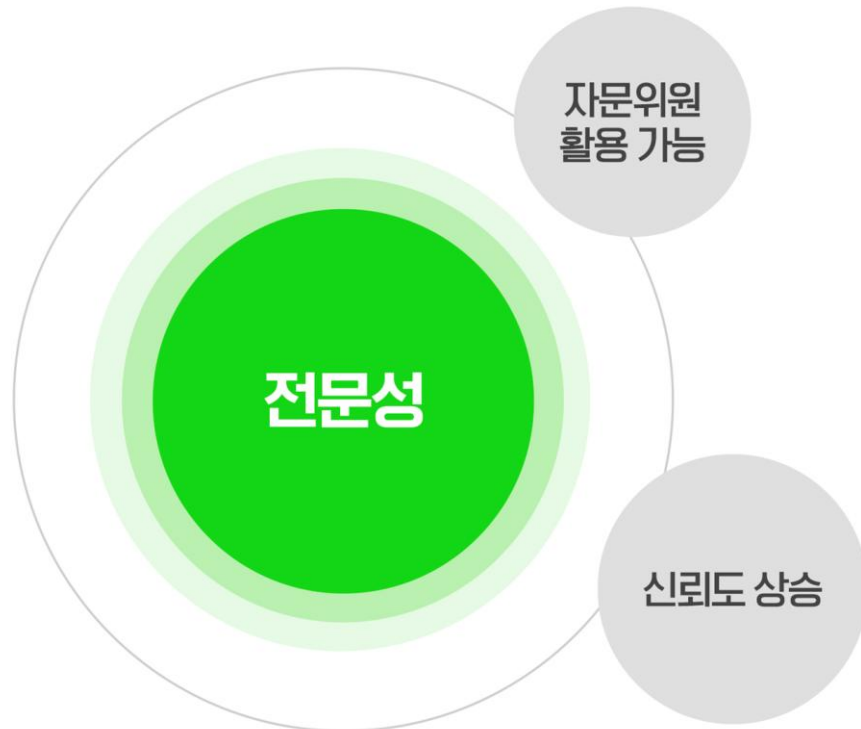
# Expert

## 전문 지식 기반의 신뢰도를 보장하는 전문가 앰버서더

전문적이고 체계적인 솔루션 제공에 용이.

제품의 연구 개발, 출시 등 자문위원으로 활용 가능.

브랜드에 대한 깊이 있는 이해를 통해 정확한 브랜드 메시지 전달 가능.



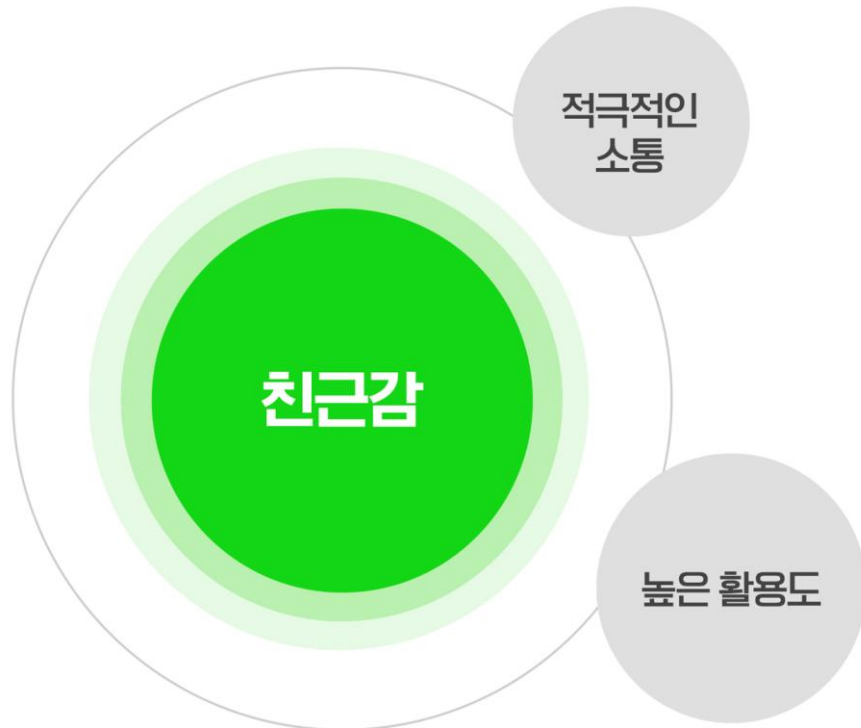
01.06(WED) SOCIAL MARKET OPEN  
에르보리앙 x 헤림샘



# Everyday Influencer

소비자와 적극적 소통 & 높은 활용도를 보장하는  
인플루언서 앰버서더

다양한 콘텐츠로 폭넓은 소비자 공략해  
브랜드와 소비자를 친밀하게 이어주는 연결고리로 활용 가능.



# Everyday Influencer



**앰버서더 마케팅은 어렵지않다!**

---

HOW

# Working Process

## 01. 의뢰

광고주 의뢰

## 02. 마케팅 기획 회의

- 브랜드 분석 기반  
엠버서더 활용 방향성 확인
- 엠버서더 스토리 및 이미지 확인
- 광고주 확인 요청

## 03. 엠버서더 매칭

- 아보카도자이언트 플랫폼 활용  
인플루언서 서치
- 브랜드 & 엠버서더 매칭
- 미팅을 통한 브랜드와  
엠버서더 이미지 통합
- 엠버서더 마케팅 방향성 구축,  
스케줄 정리, 활동기한 설정

## 04. 타겟팅 홍보물 제작 및 업로드

- 마케팅 방향성, 스케줄 확인
- 엠버서더 퍼포먼스 확인
- 브랜드 니즈 및 피드백 반영

## 05. 퍼포먼스 리뷰

- 엠버서더 퍼포먼스 리뷰
- 완료 보고서 전달
- 활동기한 종료

엠버서더 퍼포먼스 리뷰 후 활동기한 재점검 및 재기획

앰버서더와 인플루언서의 차이점과 앰버서더 마케팅의 4가지 장점

**앰버서더 VS 인플루언서?**

DISTINCTION



## 브랜드 협업 유형의 차이

|        | 엠버서더           | 인플루언서            |
|--------|----------------|------------------|
| 계약형식   | 기간/ 활동 범위      | 포스팅 건수           |
| 카테고리   | 브랜드 카테고리 독점 가능 | 독점 불가            |
| 목표     | 브랜드 로열티 강화     | 브랜드 인지도 상승       |
| 섭외기준   | 브랜드 애정도, 참여도   | 인지도, 화제성         |
| 콘텐츠 성격 | 브랜드 소구 우선      | 개인의 피드 톤앤매너 우선   |
| 2차 활용  | 자유롭게 활용 가능     | 추가 비용 발생 / 협의 필요 |



## 아보카도자이언트의 엠버서더 마케팅



**01**

### 서로 함께 성장하는 마케팅

엠버서더는 브랜드를 위해,  
브랜드는 엠버서더를 위해  
함께 성장합니다.

**02**

### 할수록 차곡차곡 쌓이는 마케팅

단발성이 아닌  
지속가능 캠페인으로 팬심 기반의  
솔직한 콘텐츠를 제작합니다.

**03**

### 진심이 담긴, 자발적인 마케팅

브랜드에 대한 애정으로  
자발적으로 활동하며  
진정성 있는 콘텐츠로  
소비자의 마음을 엽니다.

**04**

### 스페셜리스트를 양성하는 마케팅

브랜드 맞춤 스페셜리스트를  
양성하고 소비자에게  
명확한 브랜드 가치를 전달합니다.

**성공적인 앰버서더 마케팅 사례로  
활용방법을 알아보아요!**

---

CASE STUDY

# 룰루레몬

신규 매장 오픈 전 각 나라별 앰버서더를 우선적으로 모집, 앰버서더 중심의 커뮤니티 기반으로 현지시장에 빠르게 적응.  
매장을 마감 이후 체육시설로 이용해 앰버서더의 운동 프로그램을 운영하며 소비자의 브랜드 경험 확장.

이외에도 앰버서더와 함께하는 야외 요가 클래스 등을 열어 소비자와 직접 만날 수 있는 기회를 확대하는 캠페인 개최 하거나  
정기적인 글로벌 앰버서더 서밋을 운영하는 등의 앰버서더를 앞세운 소비자 소통 강화.

## [전문가 앰버서더 의견을 반영해 최첨단 신소재 '루온' 개발]



### 앰버서더의 노력

스포츠 전문가가 실제로 착용하고 경험해보며,  
제품 퀄리티 개선에 기여.

앰버서더 중심의 커뮤니티 형성을 통한 소비자와  
직접적인 만남으로 소비자에게 브랜드의 긍정적인  
이미지 전달.

전문가의 요가, 필라테스 등 강의를 체험할 수 있는  
기회 제공.



단순 우레탄 섬유,  
라이크라, 나일론 소재에서  
전문가 앰버서더의  
피드백을 반영한 신제품 개발

최적의 혼합비율로 '루온' 신소재 개발  
세상에 없던 소재와 디자인으로  
레깅스계의 에르메스로 자리잡음

## [앰버서더와 함께하는 룰루레몬 20주년 기념 대규모 행사]



[http://m.fashow.co.kr/home/fshow/html/2019/bbs/board.php?bo\\_table=styletrend&wr\\_id=120](http://m.fashow.co.kr/home/fshow/html/2019/bbs/board.php?bo_table=styletrend&wr_id=120)

룰루레몬 20주년을 맞이하여 서울, 도쿄, 베이징, 싱가포르 등  
주요 아시아 국가에서 앰버서더와 함께하는 대규모 행사 진행.

인터벌 트레이닝, 지바묵티 요가 등 유명 전문가 앰버서더를  
초청해 순차적으로 클래스 개최를 통해 소비자에게 특별한  
경험을 선물하고, 브랜드에 대한 긍정적인 이미지 각인.

# 워크맨

전문 캠핑 인플루언서를 앰버서더로 발탁하여 제품 개발에 참여시켜 지퍼 위치부터 수납성, 발한성 등 실 유저의 니즈를 중심으로 캠핑도구에 대한 지식과 소비자 행동 분석을 더한 고기능성 PB상품 출시.

앰버서더는 제품개발부터 신규 매장에 출시까지 전 과정에 참여해 제품에 대한 가감 없는 리뷰를 생중계하며 소비자에게 진정성 있는 소통의 창구 역할을 담당

## [블로거 샬리씨와 공동 개발한 워크맨 “폴 지퍼 코튼 파카”]



### 앰버서더의 노력

평소 WORKMAN의 용접공 작업복을 즐겨 입는 캠핑 블로거 샬리씨가 앰버서더가 되어 제품개발에 참여해 실제 유저들의 니즈와 소비자 의견 전달.

샬리씨가 앰버서더로 활동하는 모든 과정을 자신의 커뮤니티에 생중계하거나 SNS로 공유하며 소비자에게 진정성 있는 브랜드 이미지를 보여줌

### アンバサダーサリーさん紹介



머리에서 입는 타입으로  
벗고 입기가 까다로운 기존  
용접공 작업복

입기 쉬운 폴 지퍼, 짧아진 길이, 투톤 컬러 등  
세련되고 효율적인 제품으로 고객층  
확대되어 1주일 1만장 판매

## [워크맨 앰버서더를 활용한 TVC]



[https://www.youtube.com/watch?v=scXHsG\\_K96Y](https://www.youtube.com/watch?v=scXHsG_K96Y)

제품 홍보가 아닌 앰버서더의 인지도 향상을 위한 TVC 진행.

브랜드는 앰버서더가 유명해지면 제품을 더 폭넓은 고객층에 알릴 수 있어 효율적인 홍보 마케팅 진행 가능.

앰버서더는 인지도, 팔로워 수 향상을 통해 SNS에 광고 수입을 늘릴 수 있는 기회 획득.



# 세포라

다인종, 전연령, 다양한 성정체성까지. 다양성은 세포라 앰버서더에서 가장 중요한 가치!  
세포라 앰버서더는 일반적인 형태의 뷰티 크리에이터만 사용하는 것이 아닌, 올림픽 선수 캔달  
엘리스나 타라 문과 같은 새로운 커뮤니티까지 확장할 수 있는 다양한 앰버서더를 활용.

앰버서더에게는 무료 제품이나 SNS 워크샵 참여 기회, 유명 메이크업 아티스트와 함께하는 이벤트  
참여, 글로벌을 비롯한 다양한 지역에서의 이벤트를 통한 네트워킹의 기회를 제공.



출처: Business Insider

## 앰버서더의 노력

세포라의 중요 가치인 다양성과 포용성을 잘 나타내기  
위해 대표 메이크업 아티스트의 스킨케어 및 메이크업  
마스터 클래스에 참여.

마스터 클래스와 브랜드 개칭 워크샵 등의 프로그램에  
적극적으로 참여, 앰버서더로서 전문성 강화 및 브랜드  
가치를 높이는데 기여.

## [원-원하는 브랜드와 앰버서더]



다양한 인플루언서를  
앰버서더로 활용

미션보단 콘텐츠 제작 환경을  
제공하며 자발적인 참여 독려

제공받은 멘토링, 촬영 장비 및 공간을  
활용한 적극적이고 자발적인 활동 참여

앰버서더는 세포라를 통해 양질의 홍보  
콘텐츠 확보하여 인지도 상승의 기회 획득

## [앰버서더와 함께하는 홀리데이 프로모션]



<https://www.tiktok.com/business/en-US/inspiration/sephora-652>

홀리데이 프로모션 이벤트를 홍보하기 위해 앰버서더의 개성  
있는 메이크업 방법과 스킨케어 제품을 활용한 콘텐츠를 제작,  
중간광고에 할인 코드를 삽입하여 소비자 참여 독려.

앰버서더가 직접 제작한 콘텐츠로 홀리데이 프로모션  
전체 매출 75%, 구매 전환 57% 증가.

# 앰버서더 마케팅 CASE STUDY

브랜드앰버서더 성공 KEY WORD

**“상호 존중, 동반 성장”**

앰버서더 중심의 커뮤니티를 통해 팬들과 소통하고  
브랜드만의 크리에이터가 되어 팬들에게 진심을 전달합니다.

**Community**

**Communication**

**Creativity**

03

## 아보카도자이언트의 앰버서더 마케팅

아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?



아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?

# 아보카도자이언트 앰버서더 마케팅은 [ 핸드픽킹 ]

“기계적으로 똑같이 찍어내는 마케팅이 아닌 우리만의 방법으로 직접 선별합니다.”

아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?

# 아보카도자이언트 앰버서더 마케팅은 [ 진정성 ]

“인플루언서의 계정만 빌리는 것이 아닌 취향과 가치를 봅니다.”

아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?

# 아보카도자이언트 앰버서더 마케팅은 [ 전문가 ]

“1인 미디어 영역에서 수 년간의 경험치와 전문성으로 증명합니다.”

아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?

아보카도자이언트가 **브랜드**에게 보내는 편지

New message

To **브랜드에게**

Sub 아보카도자이언트가 브랜드에게 보내는 편지

앞의 사례들에서 보았듯이,

이제 앰버서더는 브랜드의 성공을 위한 핵심 파트너입니다.

앰버서더의 전문성과 그들이 가진 팬덤을 존중할 때, 브랜드 역시 한 단계 더 성장할 수 있습니다.

앰버서더는 단순한 모델이 아닙니다. 그들의 이미지를 잠깐 활용하고 마는 소모성 자원이 아니기 때문입니다.

“이렇게 해라 저렇게 말해라, 이 콘텐츠를 올려라, 저 사진은 올리지 마라.”

브랜드가 비용을 들였다는 이유로 모든 것을 통제하려 든다면, 그건 진정한 앰버서더 마케팅이라고 할 수 없습니다.

브랜드는 오히려 그들의 또 **다른 팬이 되어 진심으로 응원하고 지지해야 합니다.**

브랜드가 자기만의 ‘셀럽’, ‘인플루언서’가 성장해가는 모습을 지켜봐 주고, 그 여정을 함께하는 팬덤을 인정해줄 때, 그 팬덤은 다시 브랜드의 든든한 팬이 되어 돌아올 것입니다.

**브랜드는 자신을 인정해준 앰버서더를 진심으로 존중해야 합니다.**

↶ ↷ Sans Serif ▾ T ▾ B I U A ▾ [List Icons]

보내기 ▾

[Rich Text Icons]



## 아보카도자이언트가 진행하는 앰버서더 마케팅은 무엇이 다를까?

아보카도자이언트가 **앰버서더**에게 보내는 편지

New message

To **앰버서더에게**

### Sub 아보카도자이언트가 앰버서더에게 보내는 편지

나의 전문성과 라이프스타일, 그리고 나를 응원해주는 팬들까지 존중해주는 브랜드가 있다면 어떨까요?  
그런 브랜드라면, 나 역시 진심을 담아 함께하고 싶지 않을까요?

“그냥 원고료만 받고 노출만 해주면 되는 거 아니야?”  
“브랜드는 별로지만 보수를 잘 주니까 한 번 해주자.”

이런 마음으로 앰버서더 활동을 한다면, 브랜드 역시 당신을 그저 효율적인 광고 수단으로만 볼 수밖에 없습니다.

거래 관계를 넘어 친구처럼, 섭섭할 때도 먼저 다가가는 마음으로 브랜드를 대할 때, 브랜드는 당신을 **진정한 파트너**로 대하기 시작합니다.

그럴 때 더 많은 사람들이 당신을 진심으로 응원하고 함께하고 싶어질 것입니다.

앰버서더는 자신을 진심으로 인정해준 브랜드를, 그만큼의 진심으로 존중해야 합니다.

Sans Serif ▾ T<sup>T</sup> ▾ B I U A ▾ ≡ ▾ ≡ ≡ ≡ ≡ ” Ⓞ ✕

보내기          



# THANK YOU

If you have any questions, Please feel free to contact us!

[hello@avocadogiant.com](mailto:hello@avocadogiant.com)  
[www.avocadogiant.com](http://www.avocadogiant.com)