FROM CONTENT TO ACTION

# 브랜드가 가진 이야기를 가장 강력하고 넓게 퍼뜨립니다.

콘텐츠 기획·제작부터 크리에이터 협업, 채널 확산까지.
브랜드와 사람의 접점을 만드는 쇼니버스입니다.



SHOWNIVERSE

# 콘텐츠로 시작해,
# 소비자의 행동까지 연결합니다.

자체 미디어와 크리에이터 네트워크를 기반으로 기획·제작·운영을 연결하는 디지털 콘텐츠 광고대행사입니다.

01

## 보고 싶은 이야기로 만납니다

콘텐츠 안에서
브랜드를 자연스럽게 발견합니다.

02

## 다른 채널에서 다시 만납니다

다양한 접점에서
브랜드와의 만남을 이어갑니다.

03

## 직접 써 본 사람의 경험을 듣습니다

크리에이터의 경험과 후기가
판단의 근거가 됩니다.

04

## 필요한 순간, 떠올립니다

반복해서 만난 브랜드가
선택지에 남습니다.

05

## 관심에서, 선택으로 이어집니다

검색과 방문, 구매 검토로
이어지는 접점을 만듭니다.

# 우리의 IP는 이제 하나의 브랜드 미디어가 됐습니다.

콘텐츠 인지도

**1위**

파트너 크리에이터

**12,293+**

누적 콘텐츠 제작

**1만+**

자체 + 협약 채널

**70+**

누적 브랜드 협업

**500+**

누적 콘텐츠 조회수

**10억+**

01

# 자체 미디어 · IP

우리가 만들고 키우는 콘텐츠, 그리고 캠페인을 연결하는 플랫폼.

## HOWMUCH

취향과 경험을 묻는 인터뷰 미디어
하우머치 오피셜 · 뷰티 · 스포츠

## H MAGAZINE

패션·뷰티·라이프스타일
매거진 콘텐츠

## OUTFIT BATTLES

스타일을 소개하고
참여로 연결하는 콘텐츠

## CREVIT

브랜드와 크리에이터를 잇는
캠페인 운영 플랫폼

01 / 자체 미디어 · IP / 채널 라인업

# 브랜드의 관심사에 맞는 채널을 고릅니다.



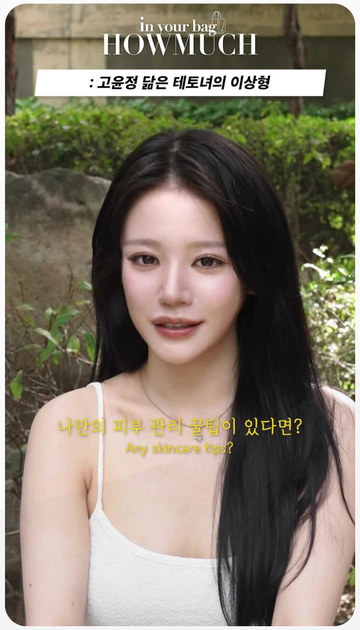

HOWMUCH OFFICIAL

## 하우머치 오피셜

전 업종 · 길거리 인터뷰

팔로워 **39.4만**

최고 조회수 **1,800만**




HOWMUCH BEAUTY

## 하우머치 뷰티

뷰티 · 인유어백 / 화장 전후

팔로워 **3.8만**

최고 조회수 **540만**




HOWMUCH SPORTS

## 하우머치 스포츠

스포츠 · 운동 / 건강 / 라이프스타일

팔로워 **2.8만**

최고 조회수 **440만**




OUTFIT BATTLES

## 아웃핏배틀코리아

패션 · 착장 / 참여형 콘텐츠

팔로워 **10.2만**

최고 조회수 **1,400만**

HOWMUCH

# HOWMUCH

사람들의 취향을 묻는 인터뷰 미디어

## 길거리의 질문이,
## 브랜드의 이야기가 됩니다.

사람들이 입고, 쓰고, 좋아하는 것에서 이야기를 시작합니다.
실제 취향과 경험을 인터뷰 콘텐츠로 전합니다.

| | |
|---|---|
| **길거리 인터뷰** | 착장과 소지품, 일상 속 선택을 묻습니다. |
| **패션·라이프스타일** | 스타일과 생활 속 경험을 소개합니다. |
| **브랜드 콘텐츠 협업** | 채널의 질문 안에 제품과 서비스를 연결합니다. |

**대표 콘텐츠**

@howmuch_official




**라이프스타일 인터뷰**

사람과 일상에서 출발하는 대화




**인물·취향 인터뷰**

출연자의 관심사와 경험




**브랜드 인터뷰**

실제 인터뷰 속 제품 소개

**브랜드 협업 접점** 제품·서비스의 특성과 채널의 콘텐츠 문법을 연결해 협업 방향을 제안합니다.

HOWMUCH BEAUTY

# HOWMUCH BEAUTY

뷰티 취향과 실제 사용 경험

## 뷰티의 취향을 묻고, 사용 경험을 보여줍니다.

가방 속 아이템부터 메이크업 취향과 변화까지.
실제 뷰티 경험을 인터뷰와 사용 장면으로 전합니다.

| | |
|---|---|
| **인유어백** | 파우치 속 제품과 선택 이유를 소개합니다. |
| **10분 되돌** | 메이크업 전후와 제품 사용 과정을 담습니다. |
| **ZBZY·뷰티 인터뷰** | 사람마다 다른 뷰티 취향을 발견합니다. |

**대표 콘텐츠**

@howmuch_beauty



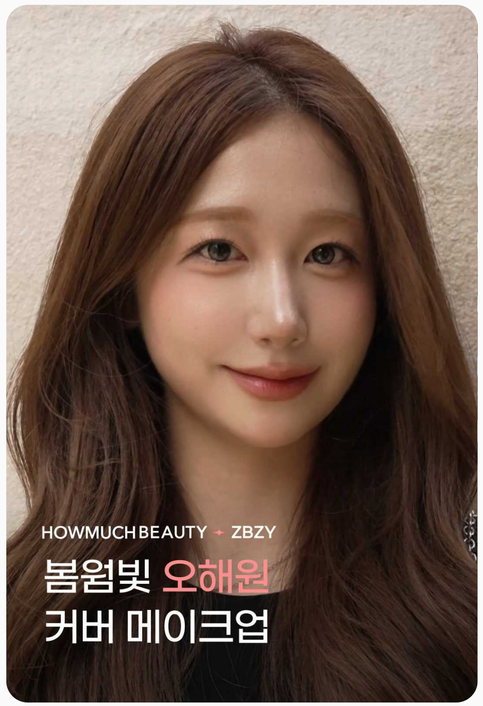

**인유어백**

가방 속 소지품과 제품




**10분 되돌**

메이크업 변화와 사용 과정




**뷰티 인터뷰**

개인의 메이크업 취향

**브랜드 협업 접점** 제품·서비스의 특성과 채널의 콘텐츠 문법을 연결해 협업 방향을 제안합니다.

01 / 자체 미디어 · IP / 하우머치 스포츠

HOWMUCH SPORTS

운동하는 사람들의 경험과 루틴

# 운동하는 사람들의 경험과 루틴을 담습니다.

운동하는 사람들의 일상과 자기관리에서 출발합니다.
운동 경험과 사용 맥락을 콘텐츠로 연결합니다.

| | |
|---|---|
| **운동 인터뷰** | 운동을 즐기는 사람들의 경험을 묻습니다. |
| **루틴·피트니스** | 훈련 습관과 자기관리 이야기를 담습니다. |
| **운동 속 제품 소개** | 운동 전후의 생활 속에서 제품을 소개합니다. |

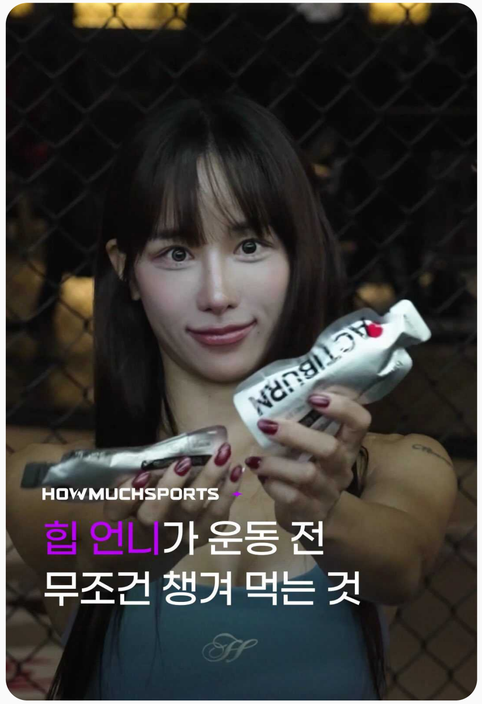
**대표 콘텐츠**

@howmuch_sports



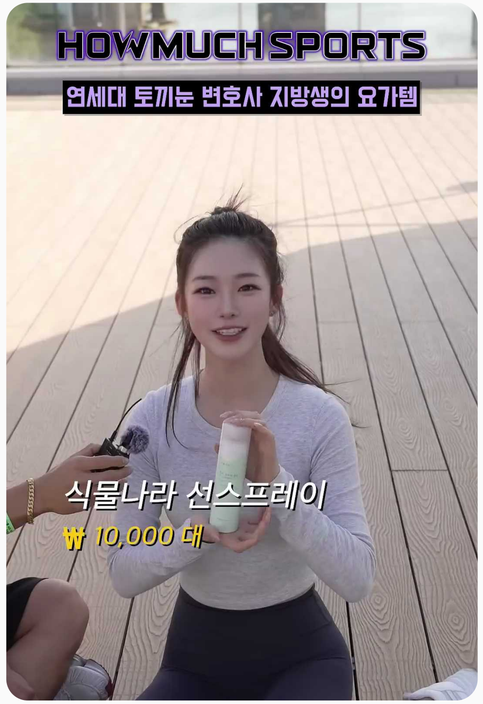

**운동 인터뷰**

경험과 선택의 이유




**루틴·자기관리**

운동 현장에서 만나는 이야기




**라이프스타일**

운동하는 사람의 관심사

**브랜드 협업 접점** 제품·서비스의 특성과 채널의 콘텐츠 문법을 연결해 협업 방향을 제안합니다.

01 / 자체 미디어 · IP / 아웃핏배틀즈

# OUTFIT BATTLES

스트리트 스타일과 참여형 배틀

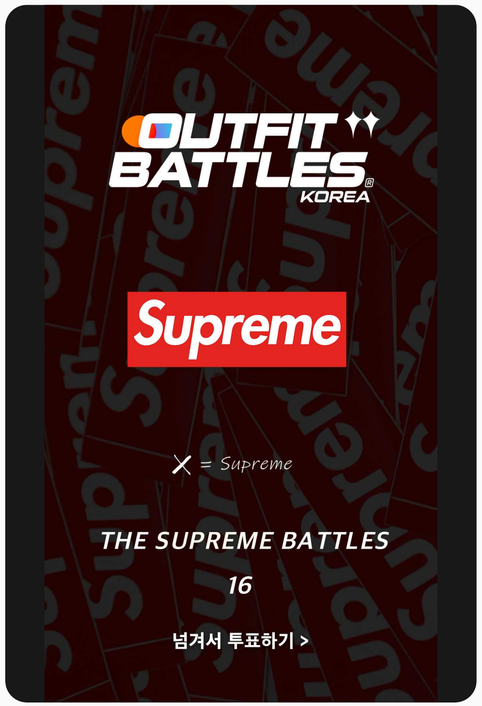
## 길 위의 스타일을,
## 함께 즐기는 콘텐츠로.

착장과 스타일을 소개하고, 배틀과 투표로 참여를 만듭니다.
온라인 콘텐츠부터 오프라인 행사까지 접점을 넓힙니다.

| | |
|---|---|
| **스트리트 스타일** | 착장과 아이템, 스타일의 취향을 묻습니다. |
| **현장 배틀·협업** | 행사 경험을 브랜드 콘텐츠로 남깁니다. |
| **스토리 투표·확산** | 배틀과 투표로 콘텐츠 참여를 연결합니다. |

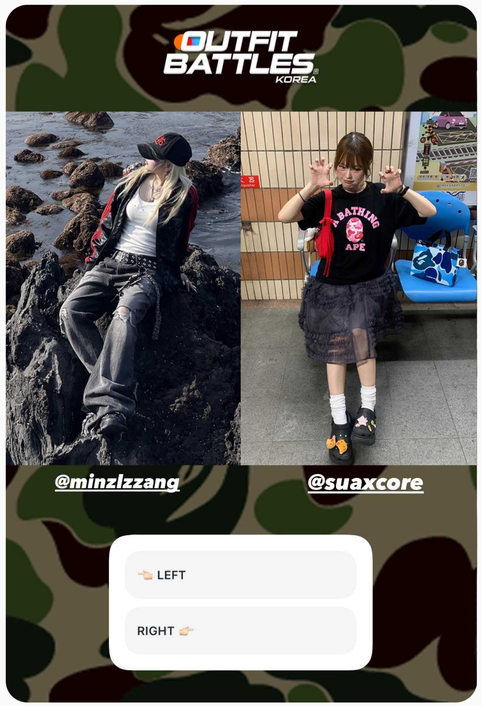
**대표 콘텐츠**

@outfitbattles_korea



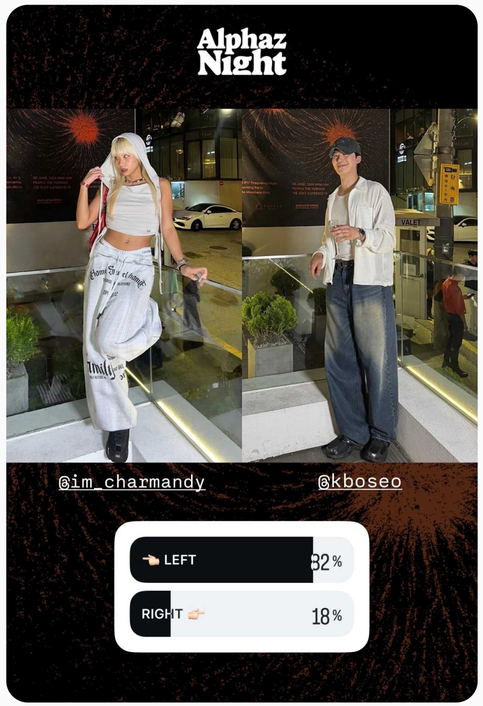

**브랜드 배틀 · Supreme**

브랜드를 주제로 여는 배틀 시리즈




**착장 1:1 배틀**

두 크리에이터의 스타일을 투표로 비교




**Alphaz Night 현장 배틀**

행사 현장의 착장 대결과 투표 결과

**브랜드 협업 접점** 제품·서비스의 특성과 채널의 콘텐츠 문법을 연결해 협업 방향을 제안합니다.

# H·MAGAZINE

## 취향을 읽고,
## 정보를 남깁니다.

셀럽의 스타일과 선택에서 이야기를 발견하고,
착용 아이템과 제품 정보를 함께 전하는
쇼니버스의 정보 큐레이션 매거진입니다.

| | |
|---|---|
| **셀럽패션** | 관심을 끄는 착장과 아이템 정보 |
| **인유어백** | 가방 속 소지품과 사용 제품 소개 |
| **셀럽픽** | 셀럽이 입고, 쓰고, 선택한 정보 |

**대표 콘텐츠**

@howmuch_magazine



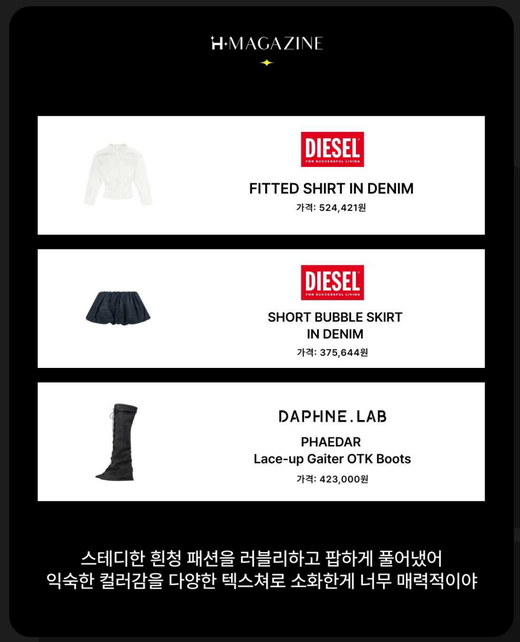

**셀럽 커버 + 키워드 제목**

인물과 주제를 한 장으로 전달




**착용 장면 + 제품 정보**

실제 착장과 제품명·이미지를 함께 소개




**아이템별 상세 큐레이션**

스타일을 완성하는 개별 아이템 정보

# 콘텐츠를 만드는 사람과,
# 브랜드의 캠페인을 연결합니다.

**자체 운영 플랫폼**

## CREVIT

브랜드의 캠페인과
크리에이터의 콘텐츠를 연결합니다.

**브랜드**

캠페인 의뢰 → 크리에이터 선정
→ 진행·성과 확인

**크리에이터**

캠페인 참여 → 콘텐츠 업로드
→ 검수·정산




젤스킨 체험단 모집 이미지




참여 크리에이터의 릴스 콘텐츠 예시

**서비스 연결** Seed 캠페인에 CREVIT을 연계해 참여와 콘텐츠 진행 현황을 관리할 수 있습니다.

02

# 광고상품

콘텐츠를 만들고, 경험을 연결하고, 더 넓게 퍼뜨립니다.

## Make

자사채널 광고
브랜드를 콘텐츠로 제작

## Seed

크리에이터 씨딩
직접 경험한 사람의 콘텐츠

## Spread

바이럴 확산
타깃과 주제에 맞는 채널로 확산

# 우리 브랜드에는 어떤 방식이 맞을까요?

제작·크리에이터 경험·확산. 세 가지 역할을 구분해 소개합니다.

01 / 광고상품

## Make

### 자사채널 광고

채널의 포맷 안에서 브랜드를 소개하는
콘텐츠를 기획·촬영·편집합니다.

실제 예시 → 토코보 · 인유어백

02 / 광고상품

## Seed

### 크리에이터 씨딩

제품을 경험한 크리에이터가
자신의 계정에 콘텐츠를 공개합니다.

실제 예시 → 젤스킨 · 크리에이터 콘텐츠

03 / 광고상품

## Spread

### 바이럴 확산

브랜드의 소식을 주제와 타깃에 맞는
채널 콘텐츠로 확산합니다.

실제 예시 → 타미힐피거 · 46cm

**목표에 맞게 연결** 브랜드의 메시지와 목적에 따라 한 가지 상품을 선택하거나 함께 구성할 수 있습니다.

02 / 광고상품 / Make

# Make · 자사채널 광고

## 브랜드의 메시지를, 사람들이 보는 콘텐츠로.

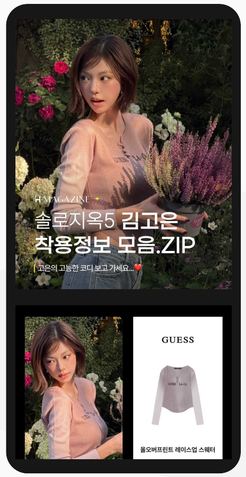
인터뷰·사용 장면·매거진 등 브랜드에 맞는 포맷으로 제작하고, 자체 채널에서 소개합니다.

### 자체 채널에서 선보이는 콘텐츠 포맷



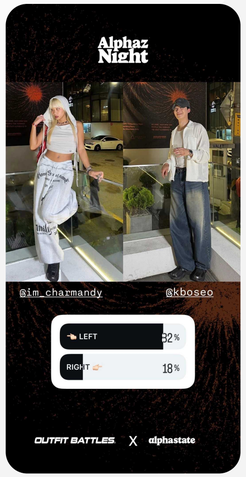

**인터뷰형 콘텐츠**

touch in SOL
제품을 대화로 소개




**매거진형 콘텐츠**

H 매거진
착용 장면과 제품 정보




**브랜드 협업**

OUTFIT BATTLES
Alphaz Night 협업

이런 목표에

### 인지도와 제품 이해

제품의 장점이나 브랜드의 이야기를
콘텐츠 안에서 전달하고 싶을 때.

쇼니버스가 하는 일

### 기획 · 촬영 · 편집

소구점과 시청자 관심사를 연결해 질문과 장면을 구성합니다.

결과물과 게재

### 포맷별 콘텐츠 · 자체 채널

하우머치 PPL, H 매거진, 퍼스널 브랜딩, 아웃핏배틀 협업.

브랜드 준비 사항

### 제품과 핵심 메시지

제품 소개, 강조할 장점, 브랜드 가이드와
희망 일정을 공유해 주세요.

**진행 안내** 제작 편수, 게재 채널, 일정, 수정 범위와 2차 활용 권한은 캠페인별로 협의합니다.

# 가방 속 제품이, 자연스러운 브랜드 소개로.

TOCOBO · 비타 글레이즈드 립 마스크 / 하우머치 뷰티 인유어백

**MAKE / 자체 채널 콘텐츠**

## TOCOBO
## 인유어백 콘텐츠

채화린이 사용하는 립 마스크를
가방 속 아이템으로 소개합니다.

제품을 꺼내고, 직접 바르고,
사용 경험을 대화로 전달합니다.

제품 소개 | 실제 사용 | 사용 후 모습




### 01 · 제품을 보여주고

가방 속 아이템으로 제품 소개




### 02 · 직접 사용하고

입술에 바르는 사용 장면




### 03 · 경험으로 전달합니다

인터뷰와 실제 모습으로 마무리

02 / 광고상품 / Seed

# Seed · 크리에이터 씨딩

## 제품을 경험한 사람의, 자기만의 이야기로.

제품과 서비스에 어울리는 크리에이터를 연결하고, 체험에서 콘텐츠 공개까지 운영합니다.







제품 사용·후기 중심의 크리에이터 콘텐츠 예시

이런 목표에

### 제품 경험과 후기 축적

제품 사용이나 매장·행사 방문 경험을
다양한 시선으로 전하고 싶을 때.

쇼니버스의 운영

### 크리에이터 제안 · 진행 관리

선정, 가이드 전달, 콘텐츠 확인과 업로드 일정을 조율합니다.

결과물과 게재

### 크리에이터 계정 콘텐츠

제품 씨딩·오프라인 체험에 맞는
콘텐츠 유형과 채널을 정합니다.

브랜드 준비 사항

### 체험 제품 · 가이드

제공 제품·수량·전달 방식과 체험 조건,
주요 안내 사항을 협의합니다.

**진행 안내** 참여 인원, 콘텐츠 유형, 게시 일정, 검수·활용 범위는 개별 협의합니다.
캠페인 운영에는 CREVIT을 연계할 수 있습니다.

# 같은 제품도, 경험한 사람마다 다른 콘텐츠로.

젤스킨 · 제품 체험 캠페인 / 크리에이터가 전하는 사용 경험

SEED / 크리에이터 콘텐츠

## 젤스킨
## 제품 체험 콘텐츠

제품을 경험한 크리에이터가 자신의 방식으로
제품과 사용 경험을 전합니다.

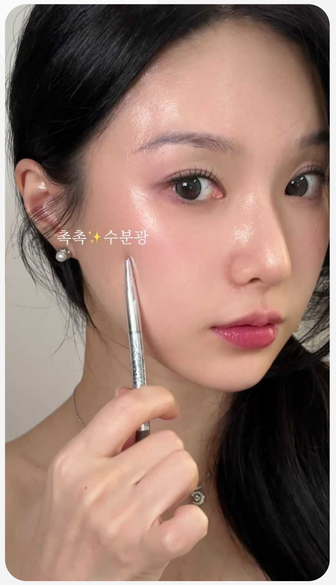
제품과 메시지는 같아도,
표현하는 사람과 방식은 달라집니다.

제품 체험 | 콘텐츠 제작 | 계정 공개




### 제품과 함께 소개

제품을 직접 보여주는 크리에이터 콘텐츠




### 사용 장면을 전달

피부 표현과 제품 경험을 담은 콘텐츠




### 제품 제형 전달

실제 제품을 사용하며 제형을 보여주는 콘텐츠

# Spread · 바이럴 확산

## 브랜드 소식을 더 많은 접점으로.

더 많은 채널 보러가기 ↗

### 카드뉴스 채널

제품·혜택을 읽기 쉬운 정보로

| | | |
|---|---|---|
| 20대 뭐 하지? | 라이프·트렌드 | 65.8만 팔로워 |
| 일상의모든것 | 생활·이슈 | 58.4만 팔로워 |
| 꿀팁 저장소 | 생활 꿀팁 | 36만 팔로워 |
| 데이트코스 | 데이트·장소 | 21.4만 팔로워 |
| 언니의 꿀팁 | 생활 꿀팁 | 50만 팔로워 |
| 남녀생활백서 | 관계·라이프 | 44.2만 팔로워 |
| 언니리스트 | 생활·트렌드 | 25만 팔로워 |
| 오늘의꿀팁 | 생활 꿀팁 | 22.1만 팔로워 |

### 제휴 매거진

독자의 취향에 맞춘 큐레이션

| | | |
|---|---|---|
| 밀리언힙합 | 힙합·음악 | 47.5만 팔로워 |
| 큐레이션클럽 | 문화·라이프스타일 | 26.8만 팔로워 |
| 마츠매거진 | 패션·라이프스타일 | 19만 팔로워 |
| 밀리언피지컬 | 운동·피트니스 | 17.1만 팔로워 |
| 트립고잉 | 여행 | 94.9만 팔로워 |
| 일프로클럽 | 문화·라이프스타일 | 30.3만 팔로워 |
| 코리아아카이브 | 문화·트렌드 | 14.6만 팔로워 |
| 밀리언팝송 | 팝·음악 | 43.1만 팔로워 |

### 바이럴 채널

관심사가 모이는 채널로 확산

| | | |
|---|---|---|
| huduck_gamja | 밈·유머 | 6.1만 팔로워 |
| semo.zzal | 밈·유머 | 3.4만 팔로워 |
| i.dol_cute | 아이돌·엔터 | 13.8만 팔로워 |
| i.dol_issue | 아이돌·이슈 | 12.6만 팔로워 |
| huduck_zip | 밈·유머 | 2.9만 팔로워 |
| huduck_challenge | 챌린지 | 1.2만 팔로워 |
| huduck_issue | 이슈 | 1.2만 팔로워 |
| huduck_zzal | 밈·유머 | 1.5만 팔로워 |

### 지역 매체

지역과 방문 목적에 맞춘 소식

| | | |
|---|---|---|
| 서울에서 뭐 하지? | 서울·지역 정보 | 48.9만 팔로워 |
| 부산에서 뭐 하지? | 부산·지역 정보 | 28.7만 팔로워 |
| 인천에서 뭐 하지? | 인천·지역 정보 | 22.3만 팔로워 |
| 대구에서 뭐 하지? | 대구·지역 정보 | 15.1만 팔로워 |
| 수원에서 뭐 하지? | 수원·지역 정보 | 15.5만 팔로워 |
| 대전에서 뭐 하지? | 대전·지역 정보 | 16.8만 팔로워 |
| 광주에서 뭐 하지? | 광주·지역 정보 | 17.7만 팔로워 |
| 전주에서 뭐 하지? | 전주·지역 정보 | 11.4만 팔로워 |

채널 구성·제휴 여부·최신 팔로워는 제안 시 확인합니다. 콘텐츠 제작 여부와 게재 범위는 개별 협의합니다.

02 / 광고상품 / Spread / 실제 사례

# 브랜드의 소식을, 공유하고 싶은 카드뉴스로.

타미힐피거 · 46cm / 제품과 기획전을 소비자의 관심사로 풀어낸 카드뉴스

**SPREAD / 바이럴 확산**

## 제품과 기획전을 읽기 쉬운 소식으로.

브랜드의 정보와 제품을 카드뉴스로 정리해
타깃이 보는 채널의 콘텐츠로 전달합니다.

메시지 정리 | 카드뉴스 제작 | 채널 게재




**TOMMY HILFIGER**

타미걸 향수 기획전 카드뉴스




**46cm**

데이트 공감 소재로 풀어낸 데오드란트 바디워시

# 브랜드의 목표에 따라,
# 필요한 서비스를 함께 조합합니다.

브랜드 분야와 캠페인 목표에 맞춰, 단독 또는 패키지로 진행할 수 있습니다.

01 CAMPAIGN PACKAGE

## 인지도 확대

여러 접점에서 브랜드를 알립니다.

**Make** 자체 채널 콘텐츠 + **Spread** 타깃 채널 확산

추천 분야

패션·잡화 / 병원·지역 서비스

02 CAMPAIGN PACKAGE

## 제품 경험과 후기

실제 사용 경험을 콘텐츠로 쌓습니다.

**Seed** 크리에이터 체험 + **Make** 제품 소개 콘텐츠

추천 분야

뷰티·스킨케어 / 식품·건강
스포츠·피트니스

03 CAMPAIGN PACKAGE

## 구매 접점 연결

제품의 발견을 구매 기회로 연결합니다.

**PPL** 제품 발견과 관심 + **하우머치샵** 공동구매 연계

추천 분야

뷰티·스킨케어 / 식품·건강

03

# 크리에이터 네트워크

메가급부터 마이크로 크리에이터, 일반인까지. 4년간 구축해 온 커뮤니티가 함께 움직입니다.

파트너 크리에이터

**12,293명**

함께 움직이는 대학생

**8,000여 명**

03 / 크리에이터 / 대표 프로필

# 규모보다 먼저, 브랜드와의 접점을 봅니다.

분야와 콘텐츠 스타일, 주 시청층을 고려해 캠페인에 맞는 크리에이터를 제안합니다.



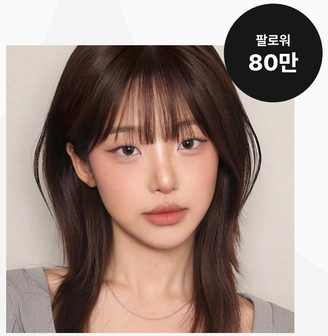
김모이



이라경



별놈들 영호



이센찌



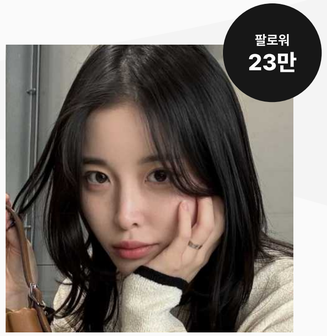
나는미도



스티브



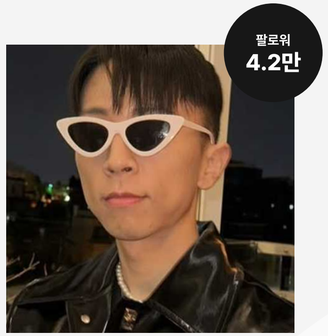
아콩이



도연쿵



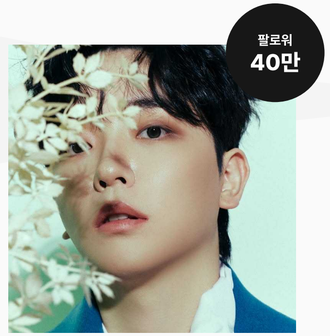
와쏭



홀리카우



굥아의 리뷰세상



제프

03 / 크리에이터 / 광고 협업 사례

# 미미미누 × LG 그램

대학생 공감형 쇼츠로 소개한 LG 그램 구독 서비스

미미미누 × LG 그램

## 대학생들이 겪는 진짜 현실

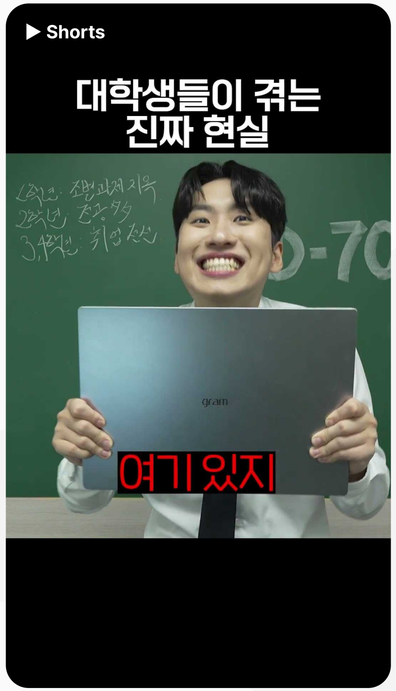
YouTube Shorts | IT · 노트북

대학생의 일상과 고민을 소재로,
LG 그램과 구독 서비스를
자연스럽게 소개한 광고 콘텐츠.

세로형 쇼츠 광고 협업

**콘텐츠 진행 방식**

**대학생 공감 상황 → LG 그램 등장 → 구독 메시지 안내**



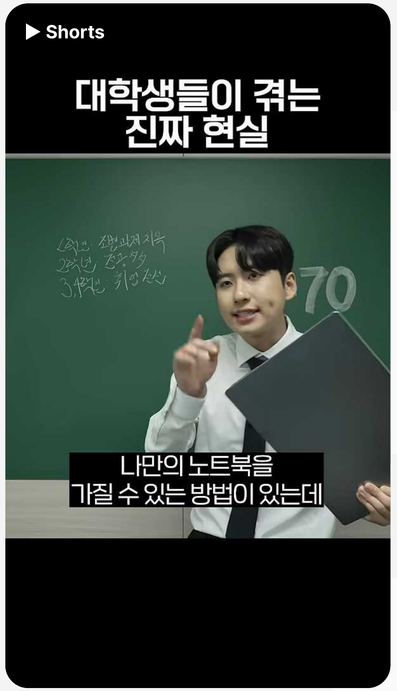

**제품과 함께한 메인 컷**

인물의 표정과 LG 그램




**대학생 공감 상황**

미미미누의 연기와 캐릭터




**LG 그램 소개**

제품을 직접 들고 설명




**구독 메시지 안내**

구독 서비스와 혜택 소개

원본 영상 보기 ↗

03 / 크리에이터 / 광고 협업 사례

# 티엘라 × 할인광

바디케어 제품 소개와 사용 시연을 담은 브랜드 광고 협업

티엘라 × 할인광

## 이게 향수야?
## 바디크림이야?

YouTube | 뷰티 · 바디케어

티엘라의 바디케어 제품을 소개하고,
직접 써보는 장면과 프로모션을
할인광 콘텐츠 안에 담은 광고 협업.

제품 소개 · 사용 시연 · 프로모션

**콘텐츠 진행 방식**

**브랜드 현장 방문 → 제품 소개·대화 → 사용 시연**




**제품을 들고 웃는 메인 컷**

인물의 표정과 제품을 함께 강조




**제품을 들고 직접 소개**

인물과 제품이 함께 등장하는 장면




**직접 발라보는 사용 시연**

실제 제품의 제형과 사용감

원본 영상 보기 ↗

# 다양한 브랜드, 정부기관과 함께 일했습니다.

## PLACE MARKETING BRAND

대학내일
서울시립대학교 UNIVERSITY OF SEOUL
TikTok
NETFLIX
경상남도 GYEONGNAM
ddp
Maker's Mark
환경부
부산광역시 BUSAN METROPOLITAN CITY

## COLLABORATION BRAND

KREAM
BRANDI
RMTCRW
HIVER
SENKA
상록회관 ·연탄구이 전문점·
UGG
GRAYCITY
ANOBLIR
WHITE SANDS
Rare
INTEMPOMOOD
COVERNAT AUTHENTIC
fino PREMIUM TOUCH
TOMMY HILFIGER
삼척시
NOPNOG
alphastate
PFB 2022 부산국제신발섬유패션전시회
Well247
MAISON DE HUMIÈRE
TOCOBO
kinexy
TEKIRA
Dr. Althea
Hapa Kristin
TOUCH IN SOL
MWOONG GET TOGETHER, FAMILIA.
CABEZA
RE:BERRY
HIPHOPPLAYA
TIELA
INNERMAEUM
wakemake
glow

SHOWNIVERSE

# 다음 이야기를, 함께 만듭니다.

mkt@showniverse.com

WEBSITE
showniverse.com

TEL
0507-1464-0678

ADDRESS
서울특별시 강남구 역삼로 160 넥스트허브 6층 1호