

닥터어스 광고상품소개서

Dr[■]

치열한 의료시장에서



Doctor'US

우리 병원만의 강점을 찾아



Doctor'US

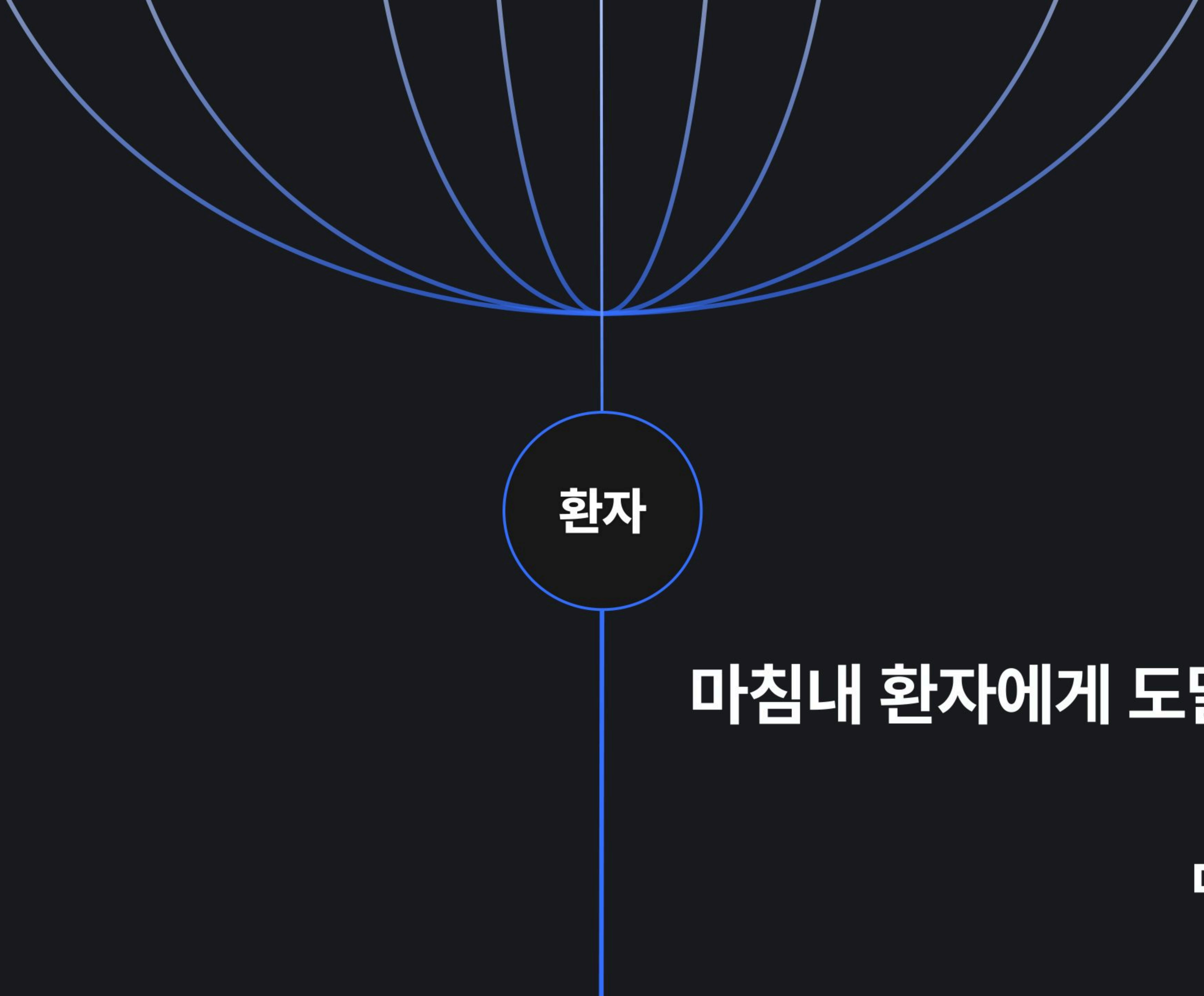
다양한 메시지로 전달되어

진료
철학

브랜드
서비스

시술
정보

Doctor'US



환자

마침내 환자에게 도달할 때

Doctor'US



병원과 환자는
하나의 접점이 됩니다

Doctor'US

Doctor US, 원장님과 '함께'라는 의미입니다.

Doctor'US

Doctor'US

10년, 병원과 함께 걸어온 시간입니다

병원과 환자를 잇는 이 선 위에는
우리의 경험과 노하우가 쌓여 있습니다.

2016

온라인마케팅 전문기업 설립

2017

뇌질환 전문 한의원 프랜차이즈
30여 사 광고대행

전속 클라이언트 40개사 달성

2018

1인 한의원 → 4인 의료진
규모로 성장 지원

전속 클라이언트 70개사 달성

2019

의료기관 클라이언트 30개사 확보
진료과별 특화 광고전략 체계 구축

2020

의료기관 클라이언트 60개사 확보
의료광고 가이드라인 준수 전략 체계화

2021

의료기관 클라이언트 90개사 확보
누적 콘텐츠 5,000건 돌파

2022

소아진료 전문 네트워크 한의원
30개사 브랜드 블로그 운영대행

2023

1인 피부과 월매출 5억 달성 지원
의료기관 클라이언트 150개사 확보

2024
-2026

온라인종합광고대행사
'뉴킥(NewKick)' 설립

의료마케팅 전문 브랜드
'닥터어스(DoctorUS)' 런칭

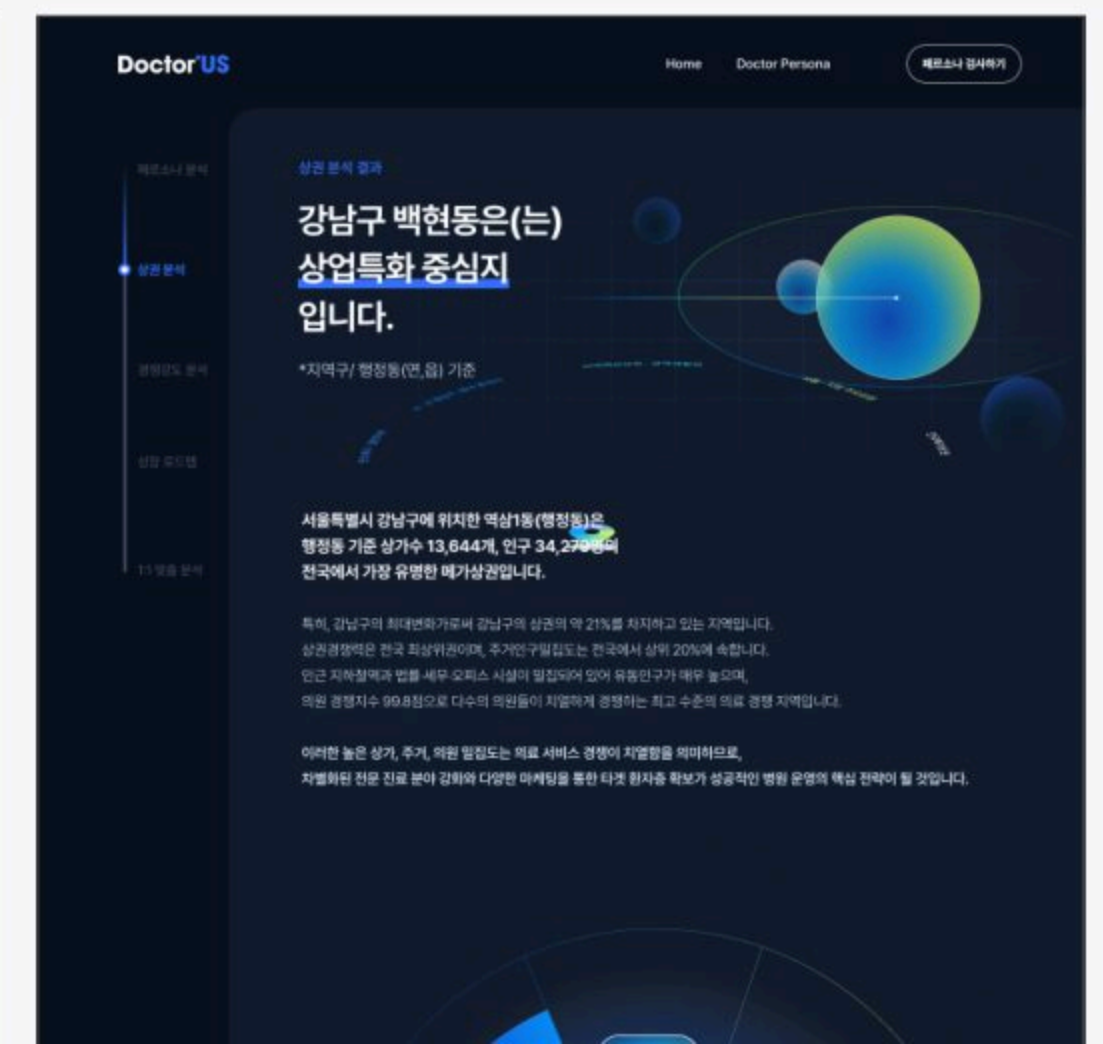
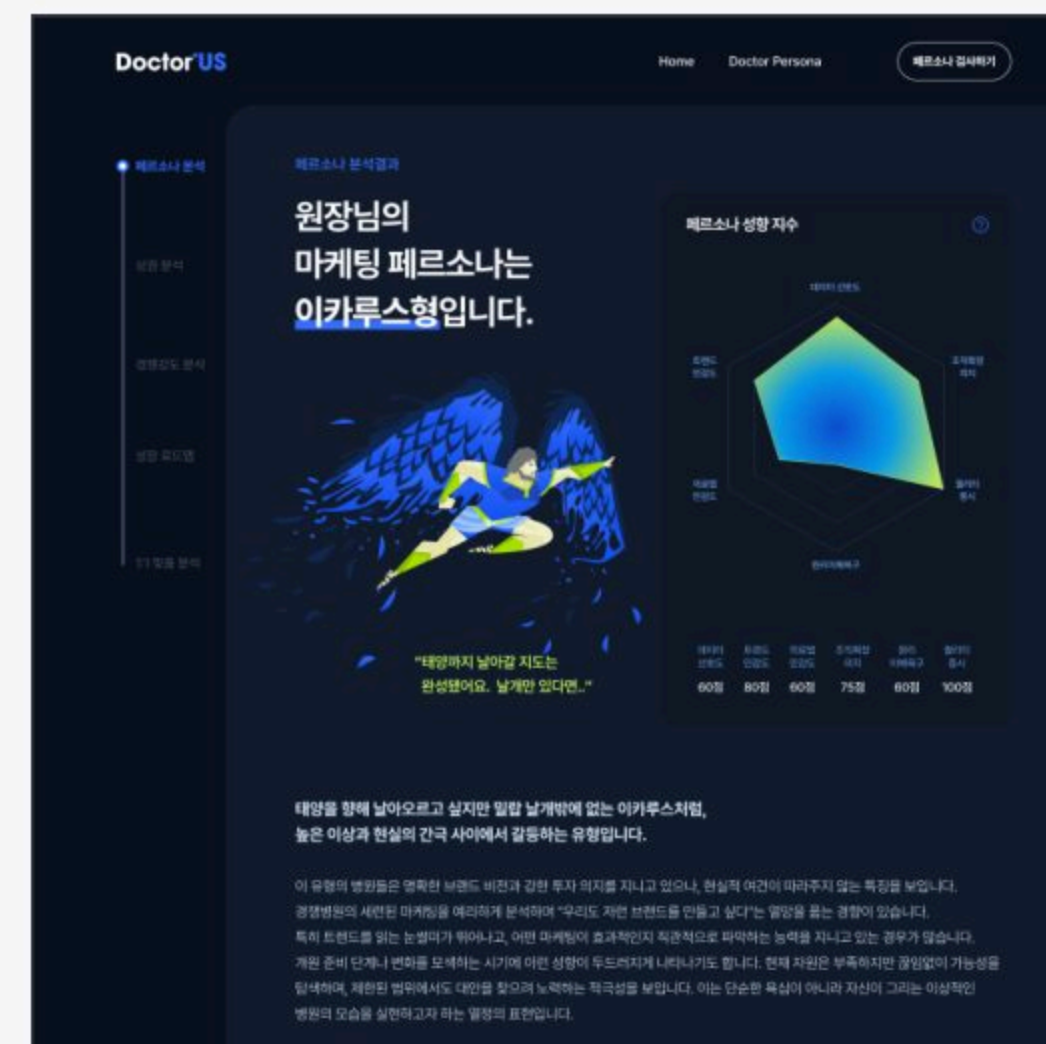
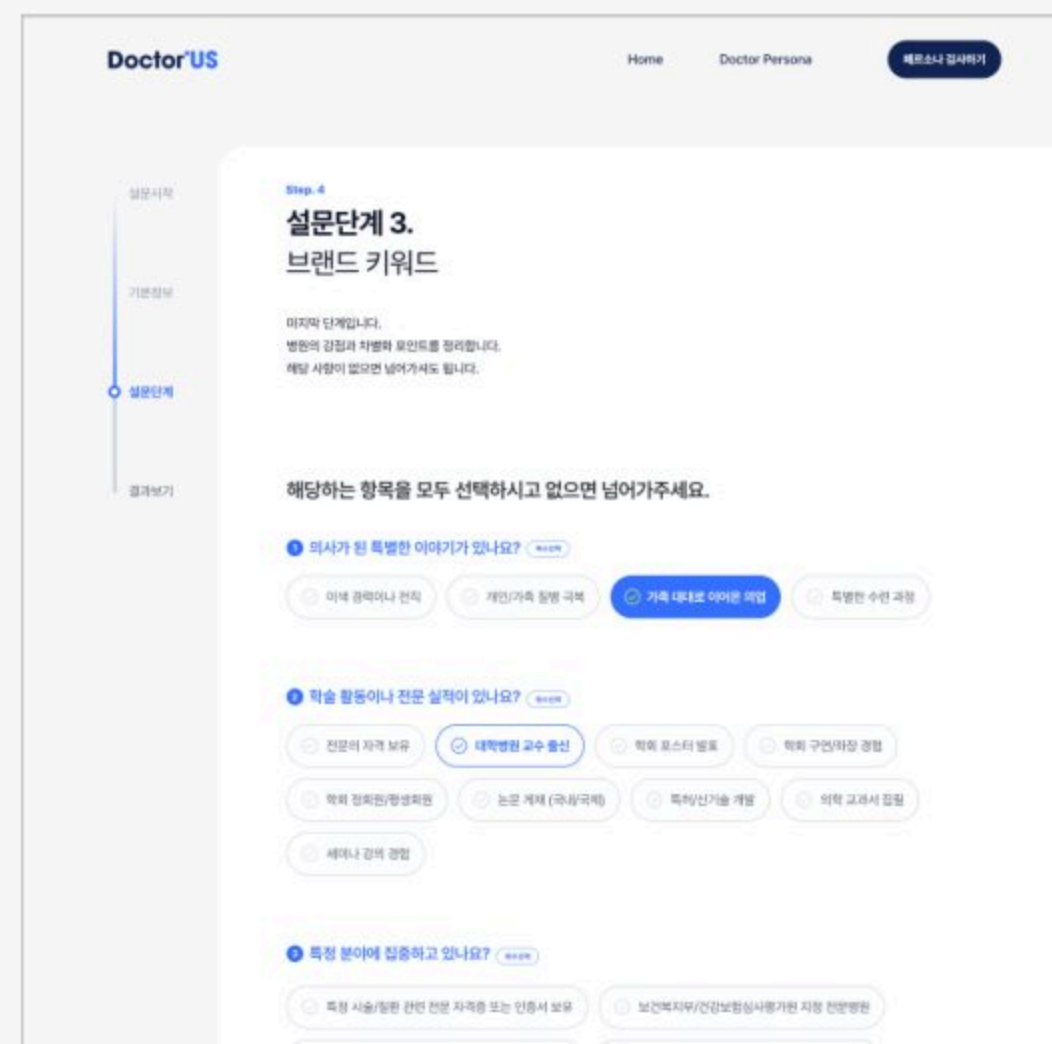
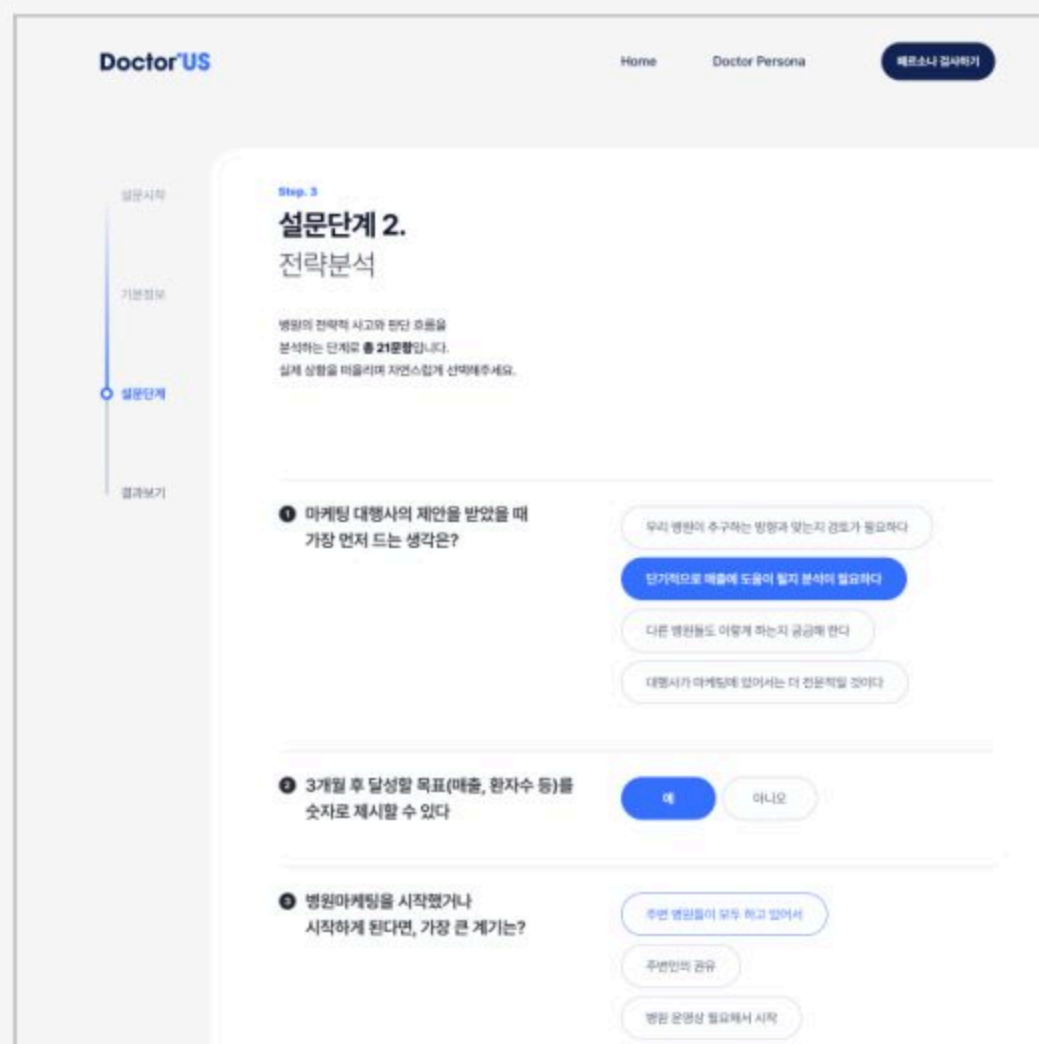
의료마케팅 분석 시스템
'닥터어스 페르소나' 특허 출원

피부과 네트워크 40개사
통합 마케팅 대행 계약 체결

의료기관 클라이언트 200개사 확보 달성

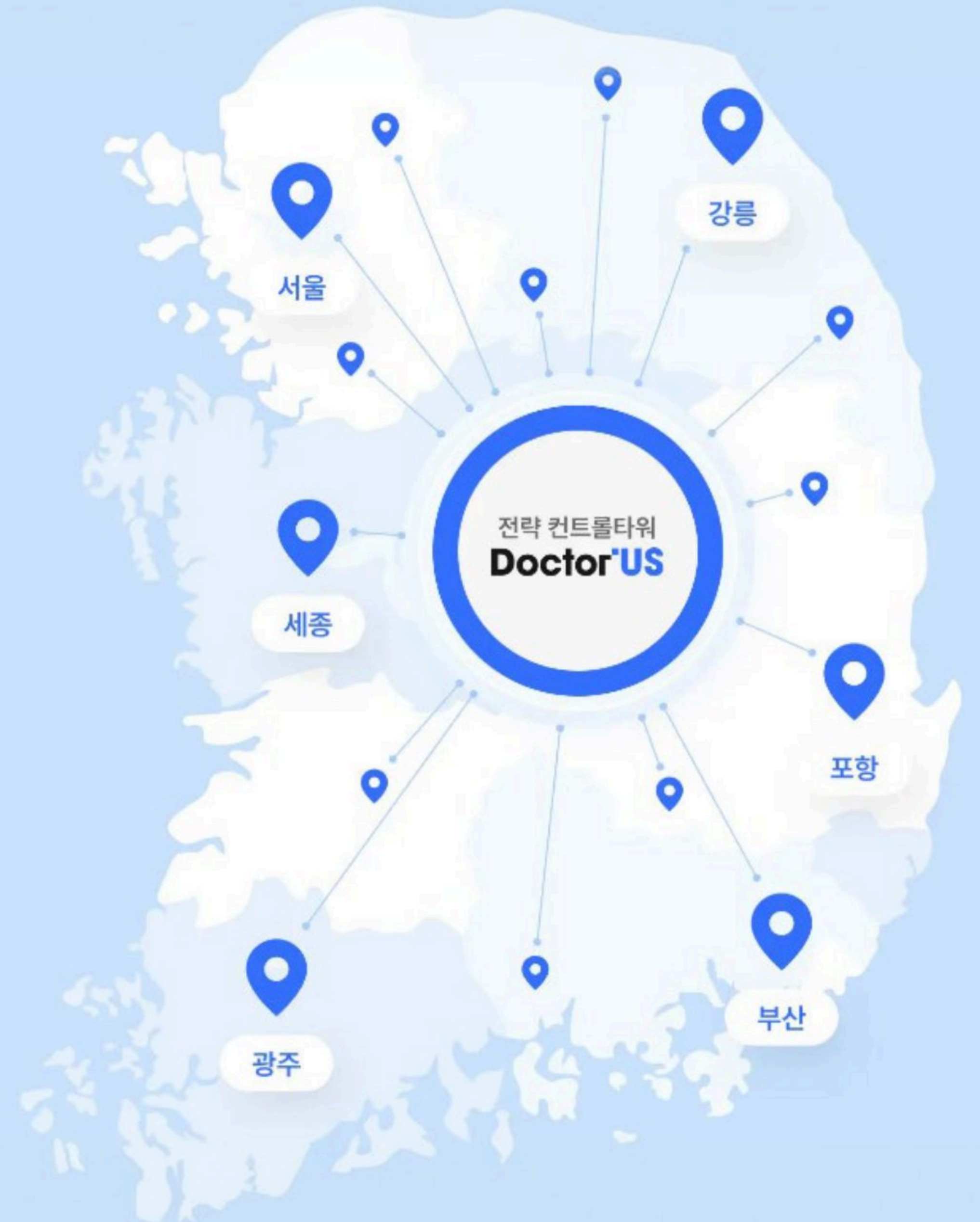
10년의 경험을 모아
병원을 이해하는 기준을 만들었습니다

원장님마다 유리한 마케팅이 달랐고, 병원마다 선호하는 브랜딩이 달랐습니다.
그래서 우리는 그차이를 검사지에 담고, 결과지로 정리했습니다.



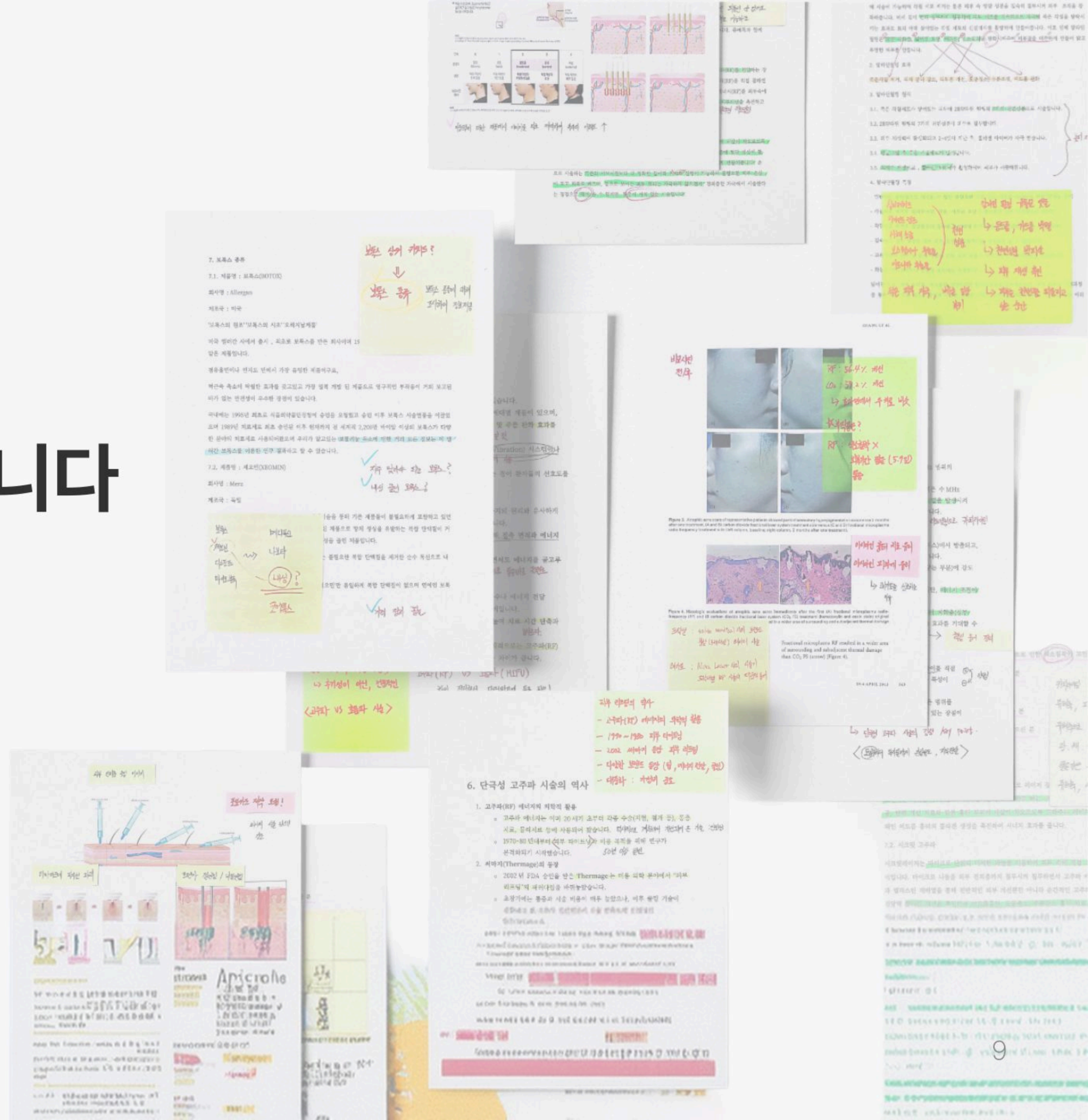
병원마다 다른 답을 찾다보니, 대한민국 의료 시장 전체를 봐야했습니다

전국 34,367개 지역의 상권과 의원들의 입지,
지역마다 다른 19개 진료과의 경쟁강도,
원장님을 읽는 17개의 변수까지 함께 들여다봤습니다.



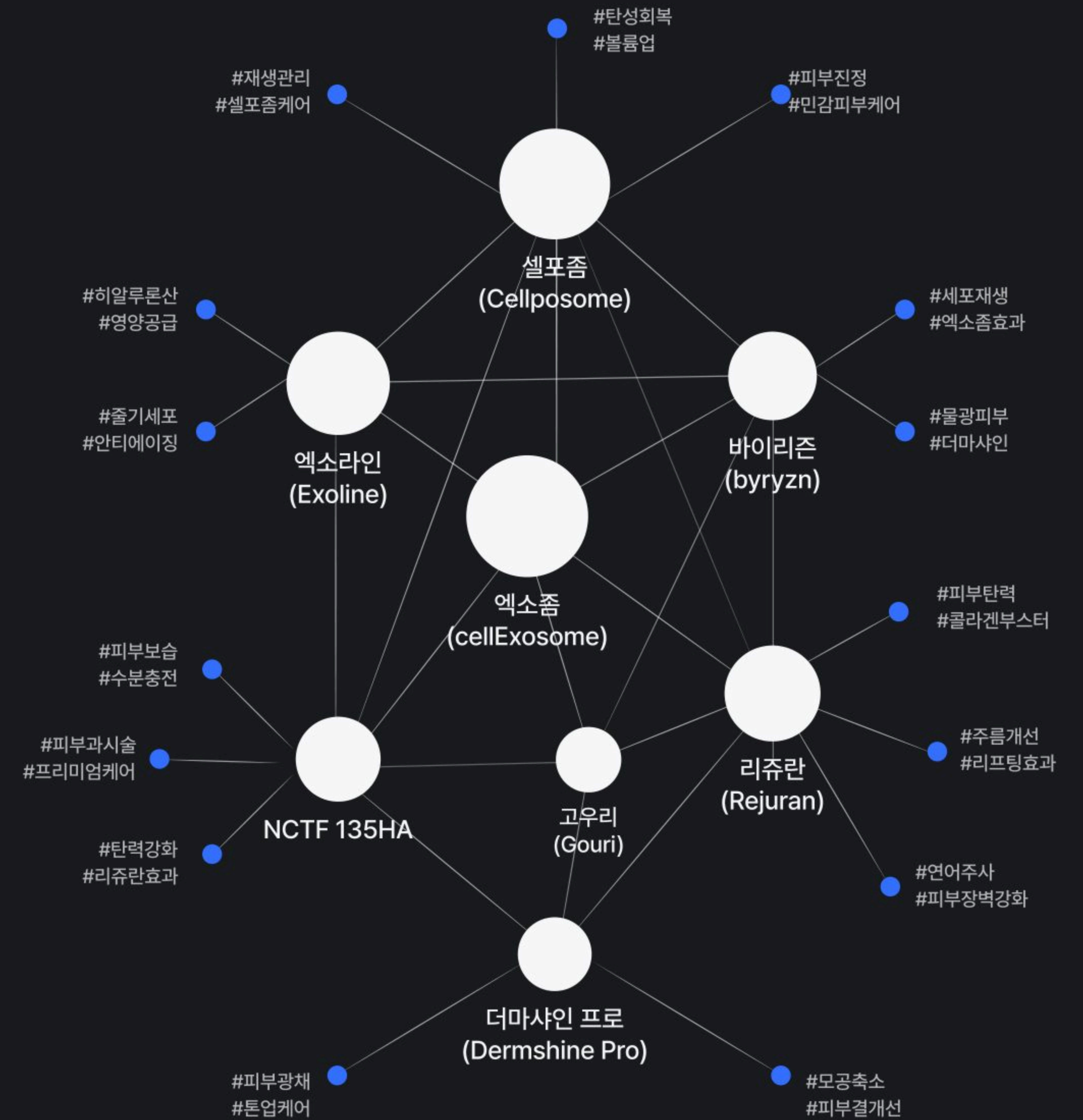
병원 콘텐츠를
가볍게 만들고 싶지 않았습니다

어떤 환자에게 필요한 시술인지,
어떤 불안에서 검색을 시작하는지,
어떤 언어와 구조로 보여야 이해되는지.
이 과정을 건너뛰고 콘텐츠를 만들지 않습니다.



콘텐츠가 쌓이면, 병원의 브랜드가 됩니다

어떤 콘텐츠가 어떤 반응을 만드는지,
무엇이 그 병원의 언어가 되는지.
닥터어스는 그 기록들을 쌓고 이어가며,
병원만의 콘텐츠와 브랜드를 인큐베이팅합니다.



병원 마케팅에 **필요한 모든 것을,** 닥터어스가 만들어 드립니다

브랜드구축, 콘텐츠제작, 채널운영, 검색 최적화와 환자 접점 설계까지.
닥터어스의 서비스를 영역별로 소개합니다.

Branding

- 홈페이지 제작
- 브랜드 블로그 관리대행
- 공식 인스타그램 관리대행
- 플레이스 브랜딩
- 유튜브 채널운영
- 언론보도

Viral

- 블로그/인스타그램 체험단
- 통합/블로그/카페 상위노출
- 여론형성바이럴
(강남언니, 바비톡, 카페)

Search & Display Advertising

- 네이버 검색광고
- 카카오 광고
- 구글 광고
- 인스타그램/메타 광고 노출

Organic Search

- 플레이스 상위노출
- 네이버 웹사이트 상위노출

Offline Advertising

- 버스광고
- 마트광고
- 전단지

SOLUTIONS

01 블로그 관리 대행

02 AEO 마케팅

03 홈페이지 제작

04 카페 침투

05 인플루언서 마케팅

06 숏폼 마케팅

07 브랜드 이미지 촬영

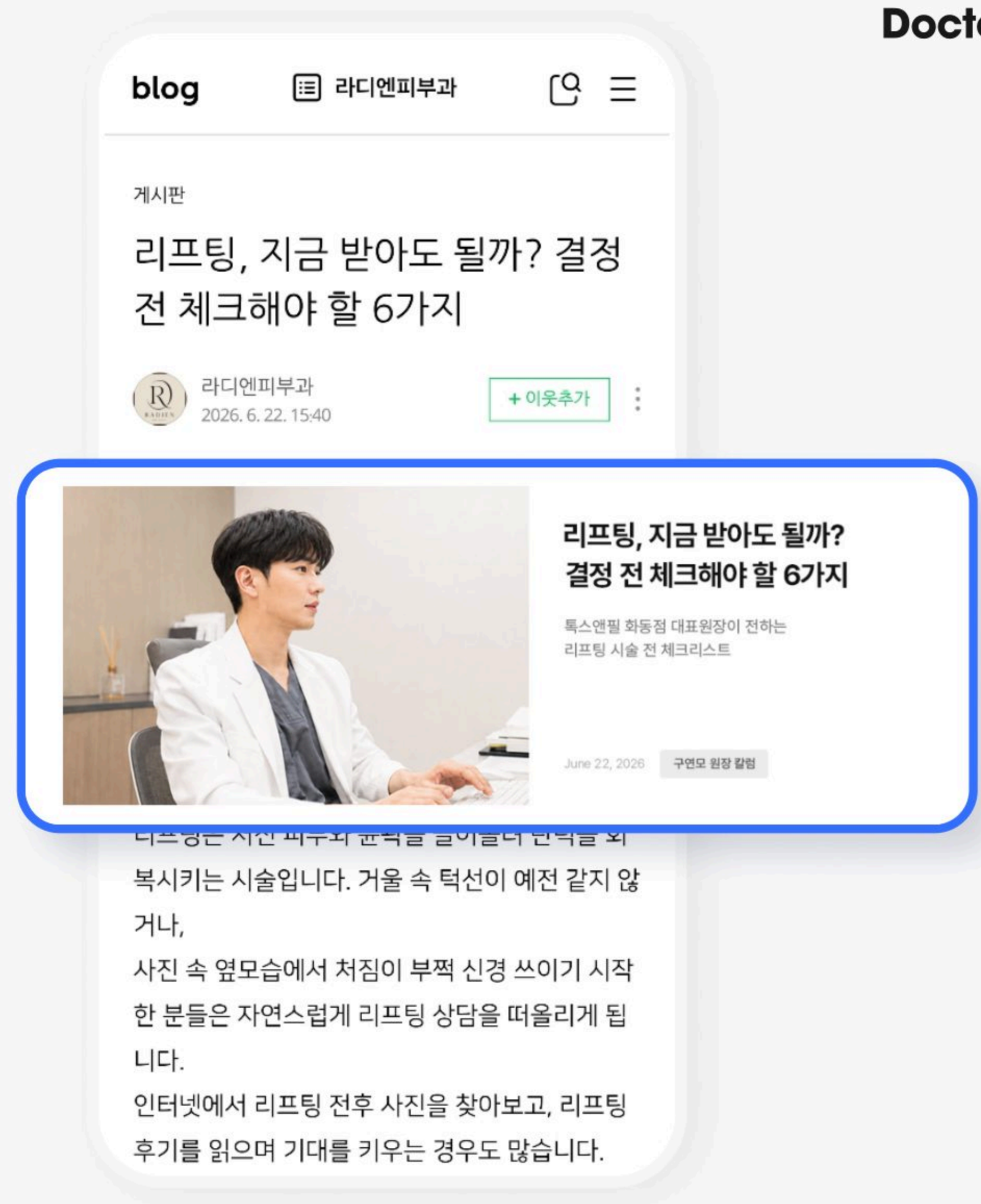
08 온라인 광고

09 오프라인 광고

10 리타겟팅

여전히 환자가 가장 많이 검색하고, 검색량과 체류시간이 가장 큰 네이버 검색결과에 병원을 노출시키는 네이버 블로그

노출 위치	네이버 통합검색 · 블로그 탭 (지역명, 진료명, 증상 키워드)
진행 방식	키워드 선정부터 원고 작성, 발행까지 전 과정 대행
과금 방식	월 정액제 (월 발행 건수 기준)
상품 유형	노출중심형 · 브랜딩형
옵션	노출 보장형 (노출중심형 선택 시)
캠페인 목표	검색 유입 확대와 병원 신뢰 형성



병원이 성장하면, 블로그의 역할도 달라집니다

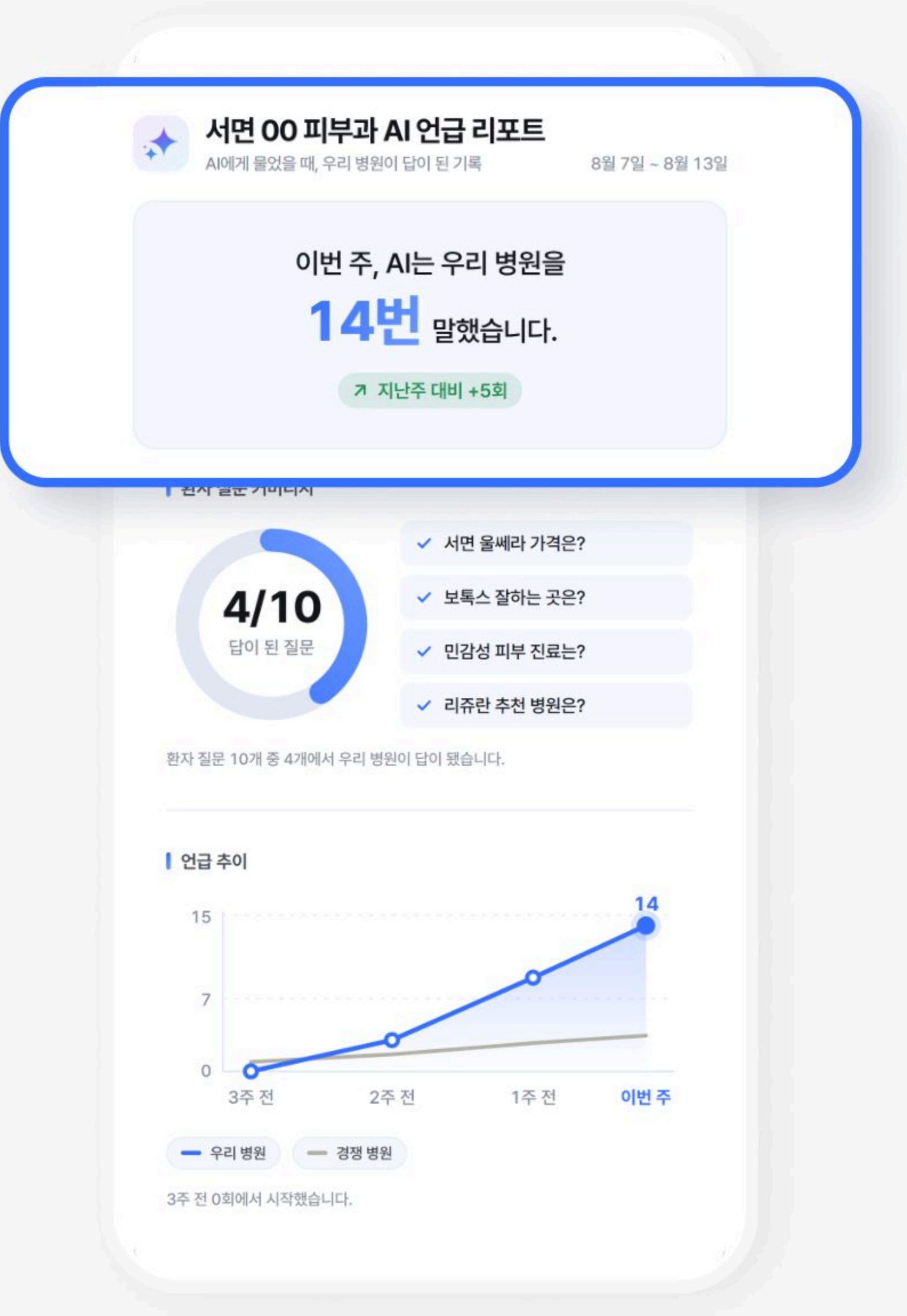
같은 시기라도 병원이 잡는 방향에 따라 유형 선택이 달라집니다.

두 유형은 병행과 전환이 가능하며, 시기가 바뀌면 운영 방식도 함께 조정합니다.



환자의 검색이 질문으로 바뀌고 있고,
검색엔진의 자리를 빠르게 대체해가는
AI의 답변에 병원을 등장시키는
AEO 마케팅

노출 위치	ChatGPT, Gemini, Perplexity 등 AI 답변 · 구글, 네이버 검색결과
진행 방식	홈페이지에 AEO 전용 게시판 이식 후 웹 콘텐츠 발행, 전 과정 대행
과금 방식	월 정액제 (월 발행 건수 기준)
성과 확인	AEO 전용 대시보드로 AI 언급·인용 추적 관찰
옵션	홈페이지 미보유 시 홈페이지 제작 연계
캠페인 목표	AI 답변 인용 확보와 검색 유입 확대



환자가 AI에게 물으면, 병원의 글이 답이 됩니다

AI는 병원의 콘텐츠를 인용하며, 인용된 글이 병원의 이미지를 대신합니다.

어떤 질문의 답이 될지, 어떤 병원으로 소개될지 설계하고, 그 원본이 되는 글을 **웹매거진 형식의 전문 콘텐츠**로 만듭니다.



전용 게시판 이식

AI가 인용하는 출처는
병원 도메인의 글입니다.
그 글이 실릴 전용 게시판을
홈페이지에 구축합니다.



질문 프롬프트 설정

환자들이 AI에게 묻는 질의
데이터를 분석해, 지역과 진료
단위로 공략 질문을 설계합니다.

이 질문 세트가 콘텐츠 발행과
언급 추적의 기준이 됩니다.



웹매거진 콘텐츠

질문에 결론부터 답하는,
AI가 수집하고 인용하기 좋은
구조로 콘텐츠를 만듭니다.

동시에 환자가 읽어도 좋은,
웹매거진 형식의 병원 글입니다.

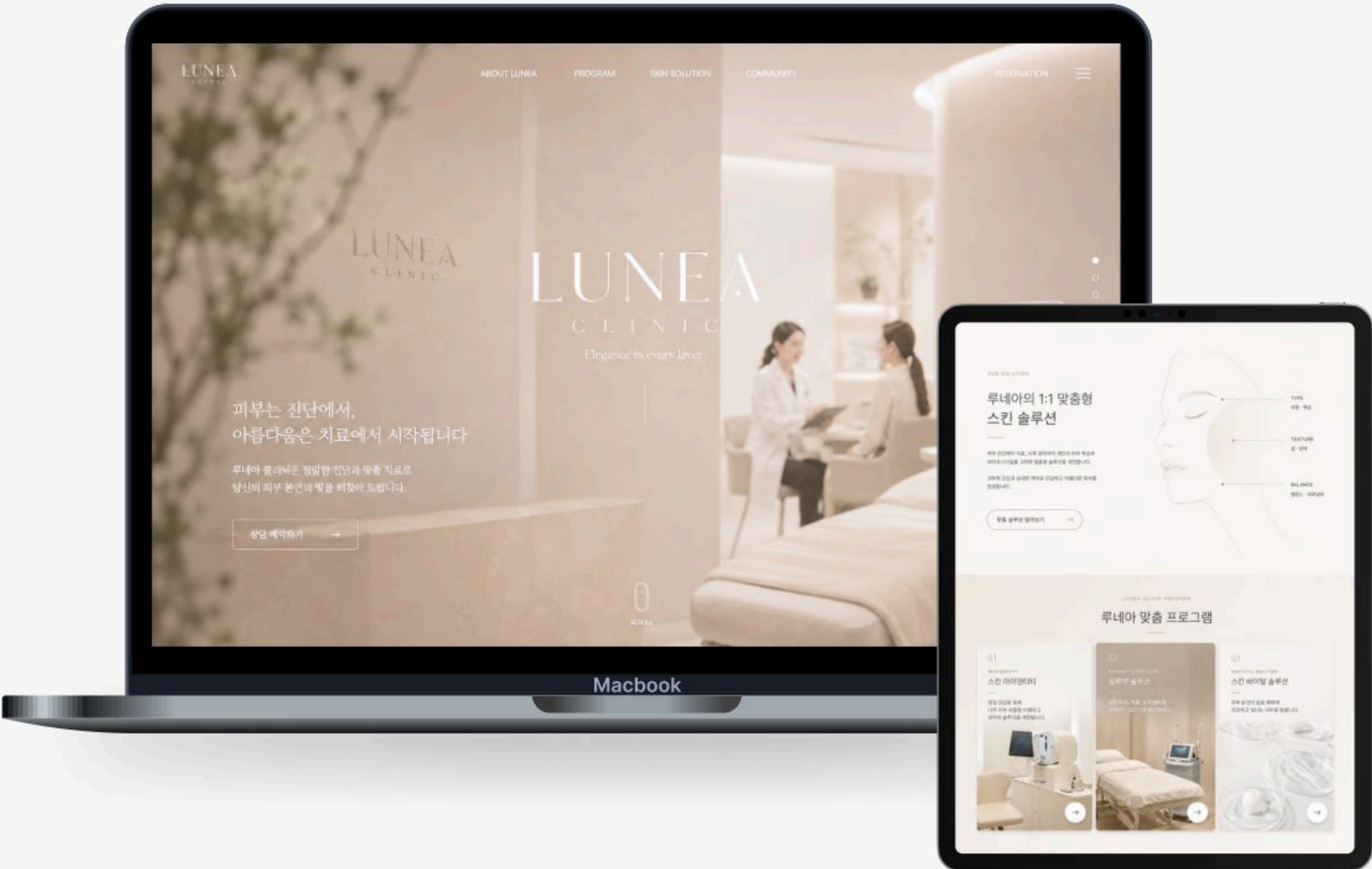


AEO 대시보드 세팅

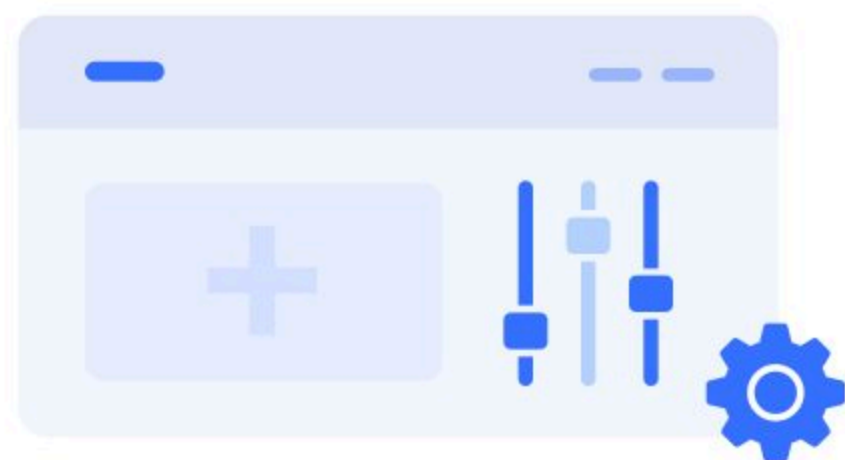
전용 대시보드로 AI가
병원을 어떤 질문에서,
어떻게 언급하는지 확인합니다.
그 결과가 다음 질문 선정의
기준이 됩니다.

글이 쌓일수록 검색과 노출이 커지고,
시간이 갈수록 가치가 올라가는
병원 소유로 남는 단 하나의 채널
홈페이지

제작 방식	네이버, 구글, AI가 읽는 글 중심 반응형 홈페이지 (PC/모바일)
제작 범위	기획, 디자인, 개발, 촬영까지 전 과정 자체 제작
과금 방식	페이지 수, 촬영 컨셉에 따른 맞춤 견적
광고 세팅	리타겟팅 스크립트 선설치, 모든 광고의 종착지 역할
옵션	원내 촬영 · 브랜드 영상 제작 선택 가능, 병원 브랜드 칼럼 별도
진행 기간	기획부터 오픈까지 약 3개월, 완성 후 병원 소유 이전



병원 맞춤 브랜딩



원장의 진료 철학,
보유 장비와 설비, 주력 시술.
병원마다 돋보여야 할 지점이 다릅니다.

무엇을 전면에 세울지 정하고,
촬영 컨셉부터 페이지 구성까지
그 지점이 드러나도록 설계합니다.

리타겟팅 설계 내장



방문자를 식별하는 스크립트를
제작 단계에 설치하고, 시술 관심사별로
페이지를 구분해 구성합니다.

어떤 페이지를 본 환자인지에 따라
다른 광고로 다시 만나는 구조가
홈페이지 안에 준비됩니다.

자산 귀속과 후속 운영



완성된 홈페이지는 병원 소유로 이전되고,
유지 보수는 합리적 비용으로 지원합니다.

이후의 콘텐츠 운영과 광고가 모두
이 홈페이지 위에서 이루어지므로,
만든 비용이 계속 일하는 구조입니다.

환자들의 진짜 대화가 오가고, 시술의 입소문이 시작되는 지역 카페와 커뮤니티에 수요를 만드는 카페 침투

진행 채널

지역 맘카페 · 온라인 커뮤니티

진행 방식

시술 관련 자연스러운 언급과 후기 확산, 전 과정 대행

과금 방식

캠페인 단위 견적 (기간과 볼륨 협의)

성과 지표

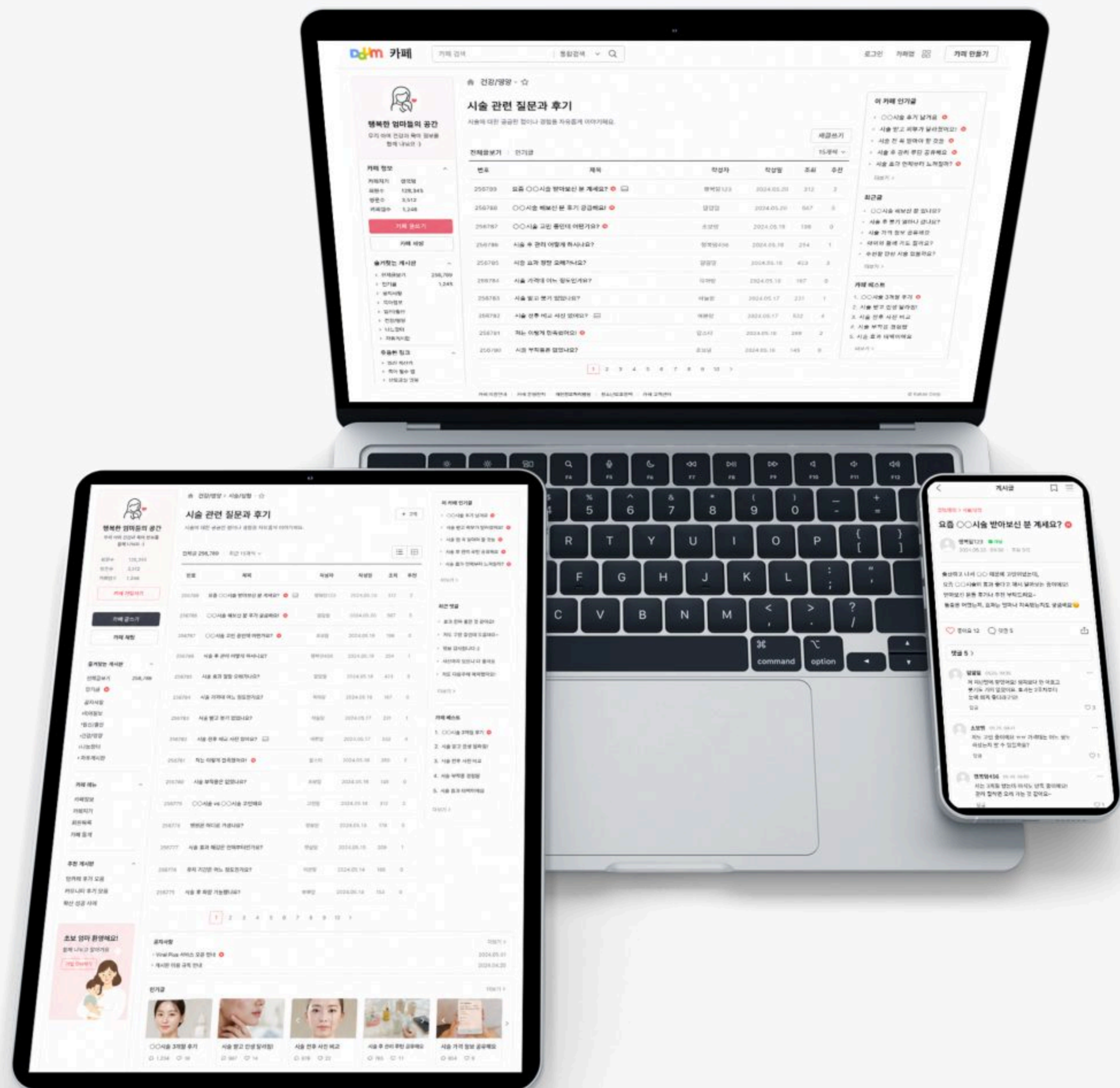
시술 키워드의 월간 검색량 상승

연계

통합 상위노출 연계 시 커진 수요 선점

캠페인 목표

시술 인지도와 검색 수요 창출



CASE. 000주사 브랜드 검색량 반등 캠페인 | 00병원



커뮤니티 확산

타겟 커뮤니티 후기 확산
및 관심 증가



브랜드 검색 증가

000주사 검색량
상승 전환



유입 증가

오가닉 검색 유입
꾸준히 증가



신환 문의 증가

상담 문의 및
신환 전환 상승

광고보다 사람의 추천을 믿는 시대,
수만 명이 믿고 보는 사람의 목소리로
병원의 시술을 알리는
인플루언서 마케팅

진행 채널	인스타그램 · 유튜브 · 숏폼
진행 방식	콘텐츠 기획, 대본·콘티 제작, 섭외와 운영까지 전 과정 대행
과금 방식	캠페인 단위 건적 (인플루언서 규모와 편수 협의)
기획 방식	시즌과 트렌드를 반영한 캠페인별 콘텐츠 기획
옵션	발행 콘텐츠의 2차 가공 활용
캠페인 목표	시술 인지 확산과 문의 전환





실제사례 1

어버이날 이벤트

어버이날 시즌에 맞춰 딸이 어머니께 리프팅을 선물하는 대리 체험형 콘텐츠로 기획.

효도라는 공감 요소를 활용해 높은 반응을 이끌었으며, 캠페인 이후 시술 문의 증가를 확인.



실제사례 2

워터밤 준비 피부 관리 브이로그

워터밤을 준비하는 피부 관리 브이로그 형식으로 시술을 자연스럽게 노출.

행사 전 관리라는 친숙한 맥락을 활용해 광고 부담은 낮추고 시술 관심도를 높임.

인플루언서 마케팅은 결국, 사람과 사람이 하는 일입니다

닥터어스가 하는 일은
전달만 하는 중간이 아닌,
판단하고 잡아주는 중간입니다

인플루언서 관리



인플루언서

대본 시술 설명 부분,
제 말투로 바뀌어도 되나요?



닥터어스

네, 말투는 자유롭게 바꾸셔도 돼요

형광 표시된 두 문장만 그대로 살려주세요

📎 콘티_v2.pdf

톤은 이 영상 참고하시면 됩니다



인플루언서

초안 올렸어요! 확인 부탁드립니다



닥터어스

두 곳만 수정 부탁드립니다

0:12 "부작용 없어요" →
"부작용이 적어요" (의료광고 기준)

0:34 시술명은 첨부 표기로요



인플루언서

수정해서 올렸습니다!



닥터어스

좋아요 👍 목요일 저녁 7시 업로드로 갈게요

병원 보고



닥터어스

안녕하세요 실장님,
이번 주 발행 3건 정리해서 전달드립니다 :)

시술명과 의료광고 기준 검수 완료된 건들입니다

📎 주간리포트_3주차.pdf



병원

확인했습니다 감사합니다!



닥터어스

편하게 보시라고 다음 달 인플루언서 후보
5분도 미리 정리해두었습니다

📎 후보리스트.xlsx

저희 의견으로는 4번 분을 추천드립니다.
지난 캠페인과 톤이 겹치지 않아서요



병원

4번으로 진행 부탁드립니다



닥터어스

네 실장님, 바로 컨택 진행하겠습니다

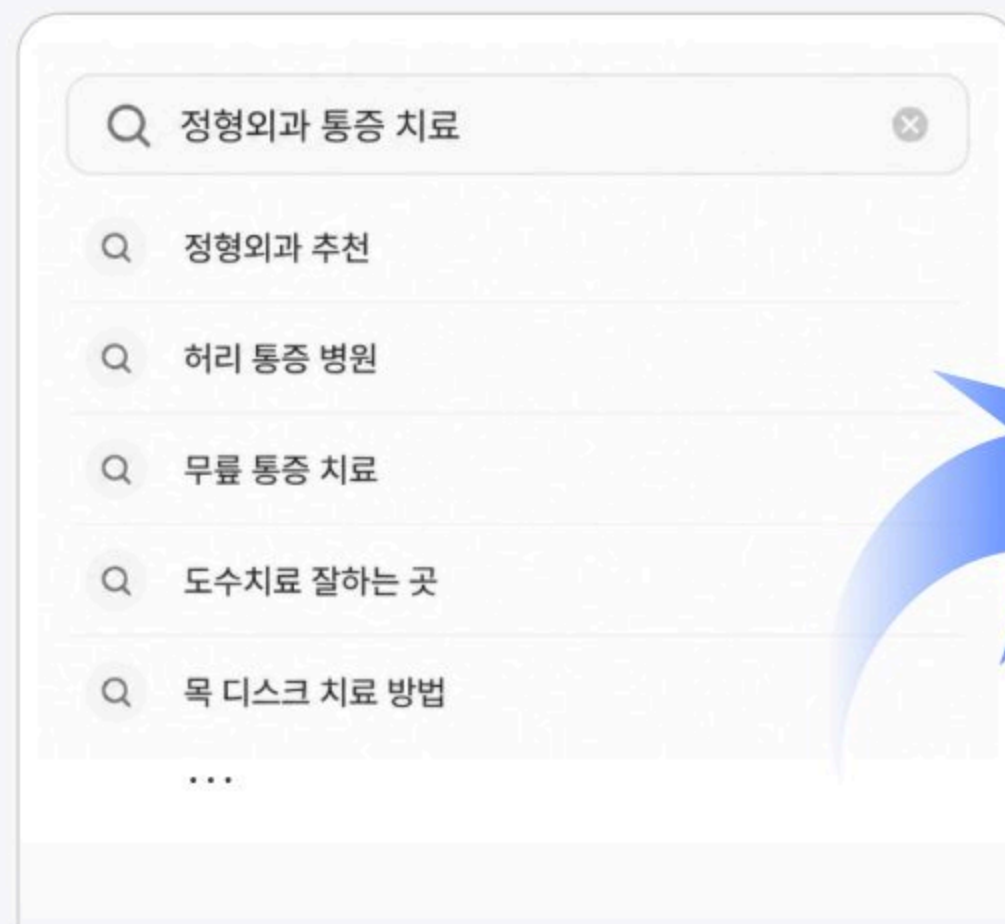
환자는 검색하기 전에,
피드에서 병원을 먼저 만납니다.
그 첫 만남을 만드는
숏폼 마케팅

진행 채널	유튜브 쇼츠 · 인스타그램 릴스
진행 방식	기획, 대본, 촬영, 편집, 발행까지 전 과정 대행
과금 방식	월 정액제 (월 제작 편수 기준)
콘텐츠 기획	원장 출연형, 정보형 등 병원 맞춤 포맷 설계
옵션	제작 영상의 광고 소재 활용, 2차 가공
캠페인 목표	검색 이전 단계의 병원 발견과 인지 확산



검색하는 환자에서 발견하는 환자로

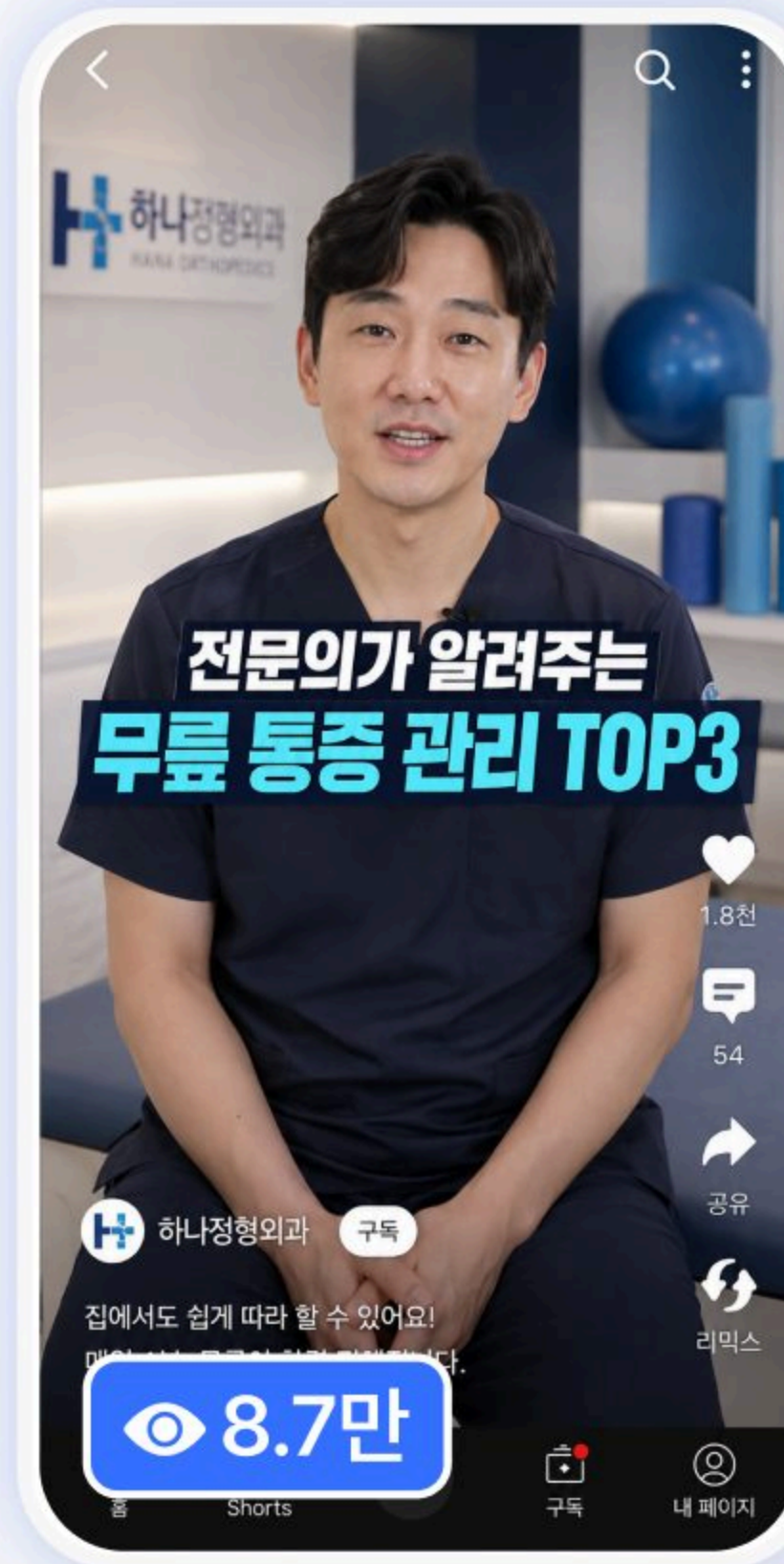
찾아야 만나는 병원에서,
피드에서 먼저 발견되는 병원으로



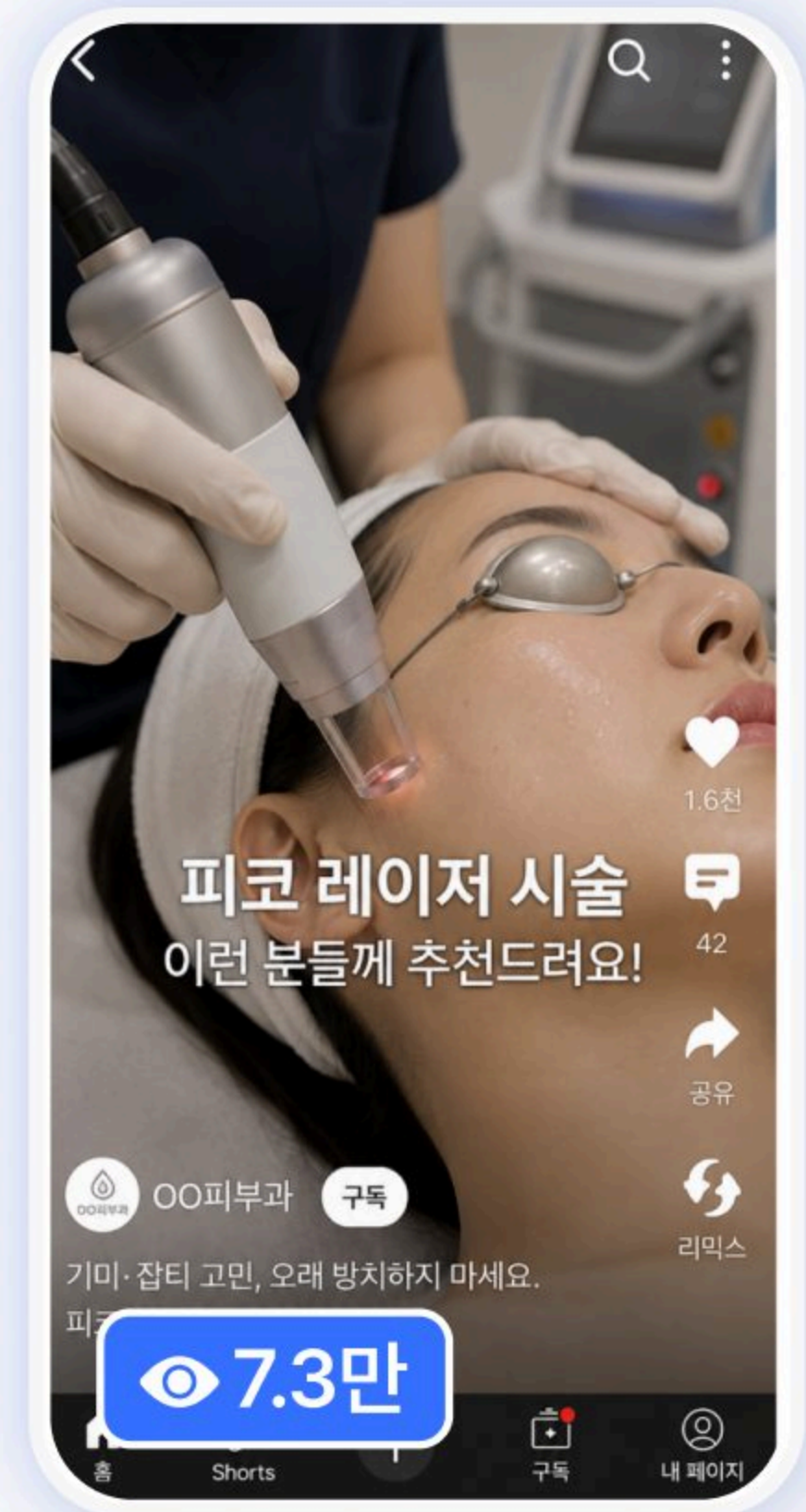
원내 일상형



원장 출연 정보형



시술 과정형



07 브랜드 이미지 촬영

환자는 병원을 고르기 전에,
원장님이 어떤 사람인지 찾아봅니다.
그때 보여줄 원장님의 모습을 만드는
브랜드 이미지 촬영

촬영 대상	원장 브랜드 화보 · 병원 공간 브랜드 컷
진행 방식	진료과 기반 컨셉 설계, 스튜디오급 촬영, 보정까지 전 과정 진행
과금 방식	촬영 컨셉과 규모에 따른 맞춤 견적
컨셉 설계	진료과와 병원이 전할 인상에 맞춘 무드 설계
활용 범위	홈페이지 메인, 블로그 브랜딩, 광고 소재, 프로필 전 채널
캠페인 목표	원장 중심의 병원 브랜딩



원장님의 인상이 곧 **병원의 첫인상**이 됩니다

병원이 전하고 싶은 인상을 먼저 정의하고, 그에 맞춰 배경·조명·표정·의상까지 설계합니다.

콘텐츠 소재 촬영이 필요한 장면을 담은 촬영이라면, 브랜드 이미지 촬영은 병원이 어떤 인상으로 기억될지를 만드는 촬영입니다.



전문성과 신뢰가 느껴지는
정제된 이미지



공감과 친밀감이 느껴지는
따뜻한 이미지

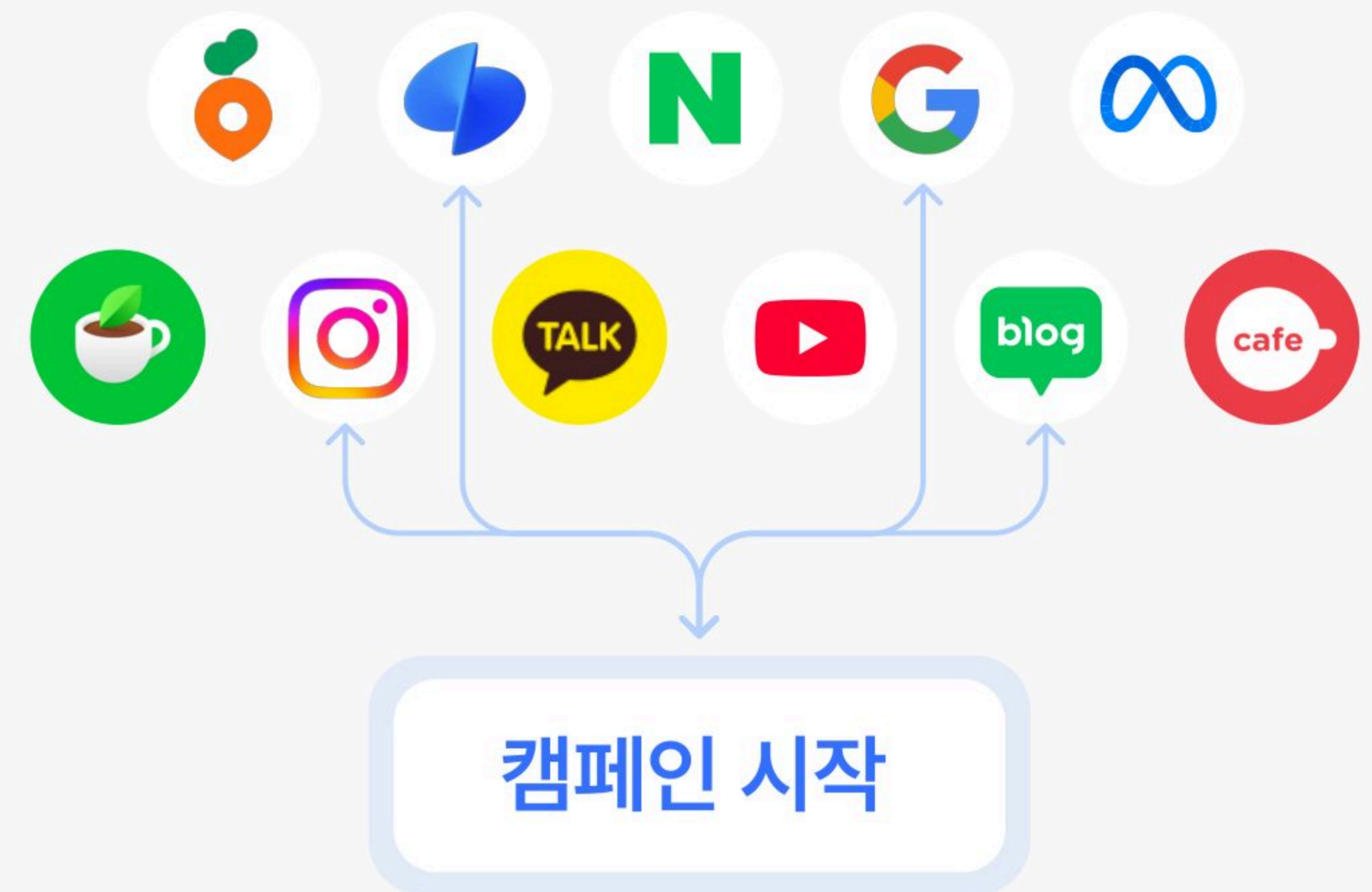


철학과 품격이 느껴지는
프리미엄 이미지



환자의 하루는 네이버, 인스타그램,
유튜브, 카카오톡 사이를 오갑니다.
그 모든 화면에서 병원을 보여주는
온라인 광고

진행 매체	네이버 GFA · 구글 · 메타(인스타그램·페이스북) · 카카오
진행 방식	매체 믹스 설계, 소재 제작, 운영과 예산 조정까지 전 과정 대행
과금 방식	월 운영비 + 매체 광고비 (예산 협의)
타겟팅	지역, 연령, 관심사 기반 정밀 타겟팅
도착지	홈페이지 유입 집중, 리타겟팅 모수 축적
캠페인 목표	유입 확대와 상담 전환



병원별 맞춤형 온라인 광고 상품을 집행합니다.

Dr⁺

With US, DoctorUS

온라인 광고 구성하기

네이버 상위 노출 상품
콘텐츠 관리 상품
퍼포먼스 마케팅
브랜드 관리 상품
웹사이트 상품
오프라인 광고 상품
플랫폼 임대 및 구매

노출 상품 관리
플랫폼 임대 현황
광고 진행 현황
마케팅 플랜
설정

이번달 광고 예산

2,500,000원

vat 별도

월간 예산 집행 현황

온라인 퍼포먼스

☐ 구글 온라인 광고 (☐ A타입 ☐ B타입 ☐ C타입)

☒ 네이버 온라인 광고

☐ 카카오 온라인 광고

☒ Meta 온라인 광고

☒ 틱톡 온라인 광고 (☒ A타입 ☐ B타입 ☐ C타입)

☐ 당근마켓 온라인 광고

☐ 전체선택

퍼포먼스 마케팅

+

웹사이트 상품

+

브랜드 관리 상품

대표 패키지

A한의원 맞춤 광고 패키지

☐ 전체선택

☐ 필수 [구글 온라인 광고] 동영상

☐ 선택 [구글 온라인 광고] 디스플레이

☐ 선택 [구글 온라인 광고] 쇼핑

☐ 선택 [네이버 온라인 광고] 검색광고

☐ 선택 [네이버 온라인 광고] 디스플레이

☐ 선택 [당근 온라인 광고] 디스플레이

합계 2,005,000원

진행 확정

재구성하기

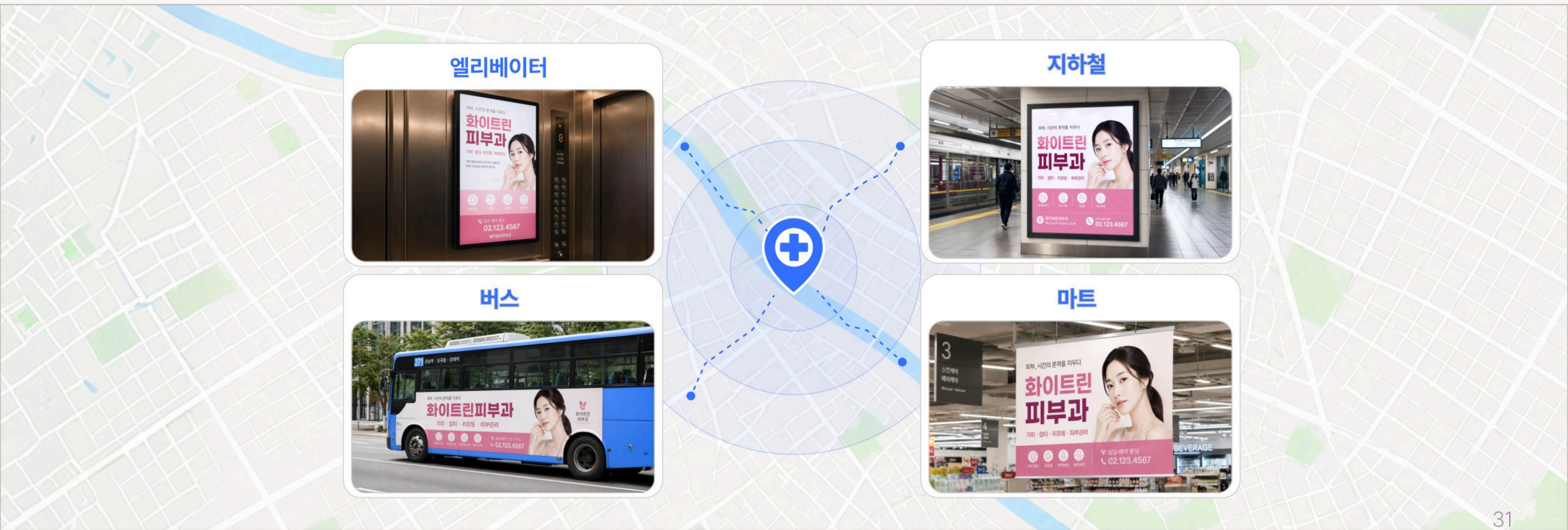
아픈 날 떠오르는 병원,
평소에 눈에 익은 병원입니다.
지역 주민의 매일 동선에 이름을 새기는
오프라인 광고

진행 매체	엘리베이터 · 지하철 · 마트 · 버스
진행 방식	매체 선정, 소재 디자인, 집행까지 전 과정 대행
과금 방식	매체별 건적 (위치, 규격, 기간 기준)
타겟 범위	병원 상권 중심의 지역 생활권
연계	온라인 상품 연계 시 병원명 검색 수요 흡수
캠페인 목표	지역 인지도 형성과 병원명 검색 유입



생활권 곳곳의 반복 노출이 병원명 검색으로 이어집니다

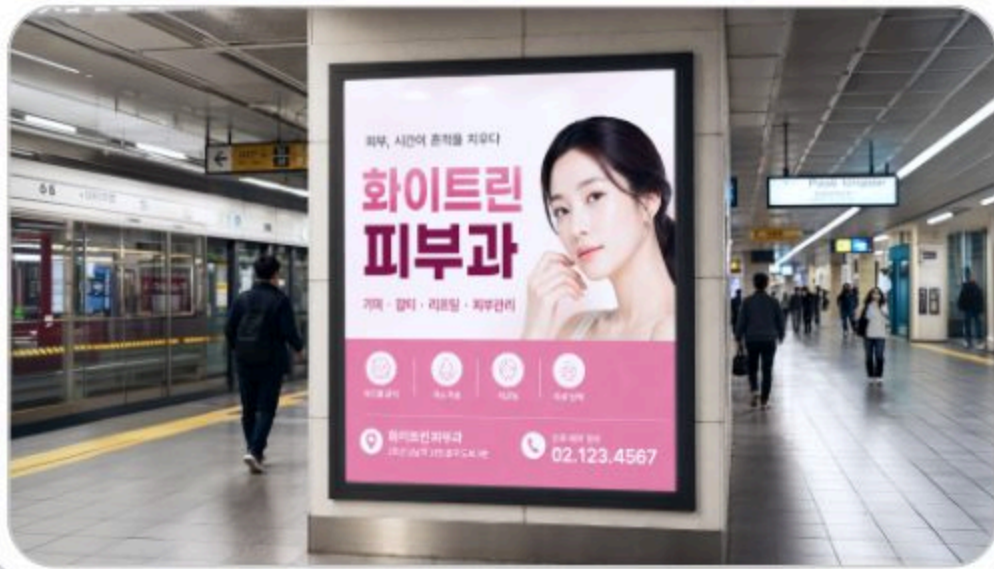
생활권 주요 접점에서 반복적으로 노출된 병원명은 검색이 필요한 순간 자연스럽게 떠오르게 됩니다.



엘리베이터



지하철



버스



마트

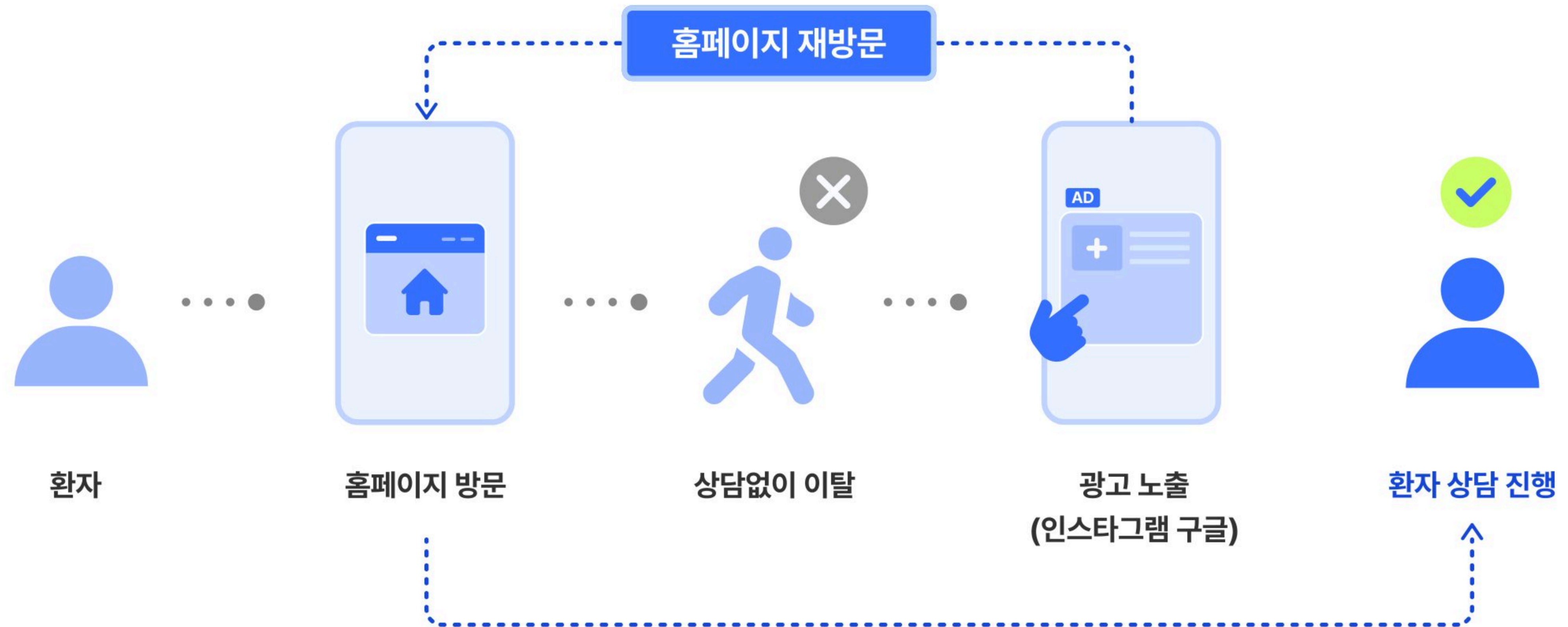


10 리타겟팅

가장 가능성 높은 환자는,
한 번 홈페이지를 다녀간 환자입니다.
그 환자에게만 광고를 다시 보여주는
리타겟팅

진행 매체	인스타그램 · 구글 (배너, 검색 이력 기반)
진행 방식	스크립트 세팅, 소재 제작, 캠페인 운영까지 전 과정 대행
과금 방식	세팅비 + 월 매체 예산 (협약)
전제 조건	리타겟팅 스크립트가 설치된 홈페이지
타겟팅	방문 페이지 기반, 관심 시술별 광고 매칭
캠페인 목표	이탈 환자의 재방문과 상담 전환





Doctor'US

CONTACT

🏠 doctorus.co.kr

✉️ kyungmin_kim@newkick.co.kr

☎️ 1644-1693

All Rights Reserved

(주)뉴킥코퍼레이션 | 서울 강북구 도봉로 260 운산빌딩 3층 307호