



SK텔레콤, 'T우주'로 5천만 고객 사로잡는다

모두의 구독 유니버스, 11번가 구독 비즈니스 지각변동

“SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.”

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다. SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

해 고객들이 선호하는 구독 상품들을 적극적으로 선보일 예정이다.

SKT는 8월 31일, Global 사업부, 스타트업까지 다양한 파트너사와 함께 구독 상품을 본격적으로 선보일 예정이다. (VAT 포함)의 3천 포인트를 적립할 수 있다. (VAT 포함)의 3천 포인트를 적립할 수 있다.

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.

SK텔레콤은 이번 기간담회를 통해 구독 비즈니스의 지향점을 담은 브랜드 체계를 공개했다.



글로벌 새로운

SK텔레콤이 파트너사와 함께 만드는 구독 유니버스

‘아마존 글로벌 스토어’의 론칭을 맞아, 아마존 미국 가격 기반으로 제정된 시간 기준, 실시간 환율을 계산해 노출하며, 아마존에서 진행되는 기념해 9월 한 달간, ‘우주패스’ 가입 시 첫 달 이용료 100원 이벤트를 진행한다. 또한 ‘우주패스’에 가입하지 않아도 11번가 회원이면 누구나 ‘아마존 글로벌 스토어’에서 28,000원 이상 구매 시 무료배송 혜택을 누릴 수 있다. 일부 상품을 제외한 모든 상품에 적용된다. 아마존에서 한국으로의 배송 기간은 평균 6~10일로, ‘특별 셀렉션’ 제품은 보다 빠른 영업일 기준 평균 4~6일 내 배송된다. 11번가와 아마존은 ‘아마존 글로벌 스토어’ 이용 고객들



손잡

만 국민 모두가 사랑하는 구독 커머스 플랫폼'을 목표

기존 구독 서비스 이용의 경계를 허물고 통신사의 한계를 넘는 T우주의 스케일에 걸맞게 이번 캠페인 슬로건은 T우주의 이러한 비전을 반영한 “모두의 구독 유니버스”로 정해진다. 이때에 발 그렇다면, 광고에 대한 소비자의 현실감은 광고를 보 야기하고 싶은 욕구를 자극하는 한층 배가 시키며 소비자는 무엇이든 구독을 즐기기에 충분한 요소로 작용한다. 광고의 마지막에 이렇게 발 사된 구독 제품들이 T우주로 수렴되며 구독 빅뱅을 일으키는 장면 역시 론칭하는 브랜드에 대한 소비자의 호 기심을 효과적으로 자극할 수 있는 요소로 느껴진다. 특히, 2분 30초 길 이의 T우주 론칭편 풀 버전은 일방적 으로 노출되던 광고에서 소비자들이 찾아보는 광고로의 변화까지 꾀하고 있다.

기존 구독 서비스 이용의 경계를 허물고 통신사의 한계를 넘는 T우주의 스케일에 걸맞게 이번 캠페인 슬로건은 T우주의 이러한 비전을 반영한 “모두의 구독 유니버스”로 정해진다. 이때에 발 그렇다면, 광고에 대한 소비자의 현실감은 광고를 보 야기하고 싶은 욕구를 자극하는 한층 배가 시키며 소비자는 무엇이든 구독을 즐기기에 충분한 요소로 작용한다. 광고의 마지막에 이렇게 발 사된 구독 제품들이 T우주로 수렴되며 구독 빅뱅을 일으키는 장면 역시 론칭하는 브랜드에 대한 소비자의 호 기심을 효과적으로 자극할 수 있는 요소로 느껴진다. 특히, 2분 30초 길 이의 T우주 론칭편 풀 버전은 일방적 으로 노출되던 광고에서 소비자들이 찾아보는 광고로의 변화까지 꾀하고 있다.

