

D-WAR 해외 시장 진출사례

Global Movie Project

I 해외진출을 위한 사전 기획

II 기획상의 발생 가능 문제점

III 마케팅 & 해외 세일즈

IV 해외 세일즈 판매 현황

V 미국시장 배급 전략

VI 향후 보완 과제

I. 해외진출 위한 사전 기획

D-WAR

Global Creature Movie 창조

3대 핵심 기획과제

영어권 영화로 제작

-전세계 시장의 80%를
점유하고 있는
미국영화로 기획

Creature Movie로 기획

-장르영화로 제작하여
기본적인 시장성
확보

CGI 중심의 영화로 기획

-기존의 축적된 CG노하우
를 효과적으로 활용,
비용 절감

II. 발생 가능 문제점

D-WAR

기획단계시 발생 가능한 문제

자체 CG 기술 개발에 따른 장시간의 프로덕션 기간 소요

프로덕션의 장기화에 따라 부대비용 상승

장기간의 제작일정으로 인한 국제적인 Movie Trend
기회 효과 상실

III. Global Marketing & Sales Strategy

D-WAR

초기 노출 Marketing

Strategy

2006년 5월 칸느 마켓에서
Teaser Promo 및 동영상
노출을 통해 각국의 메이저
바이저와 미국 스튜디오에서
관심 유도

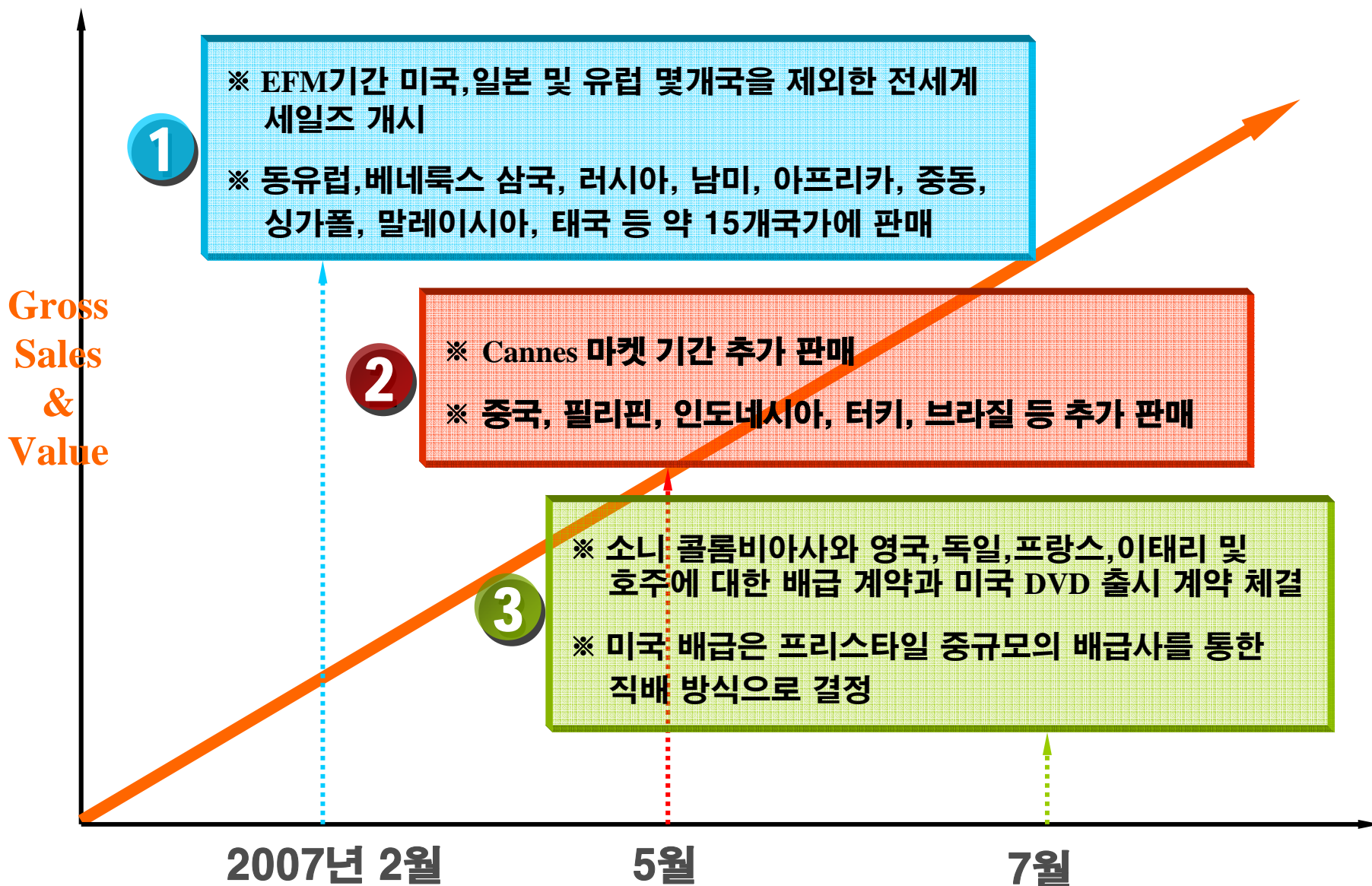
LA 월드 프리미어 시사

Case

2006년 11월 AFM기간 중
Warner Bros, 20th Century Fox
Columbia Pictures , The Walt Disney,
Universal INC 등의 미국 메이저
스튜디오 및 전세계 바이어를
대상으로 특별시사

IV. 해외 세일즈 판매 현황

D-WAR



V. 미국시장 배급 전략

D-WAR

개봉일 결정

1. 성수기가 끝나고 비수기로 접어드는 09월 14일
2200개 스크린으로 미국 개봉 확정
2. 경쟁작이 적은 관계로 적은 P&A비용으로 노출을
극대화

마케팅 전략

1. 마케팅 전문가를 영입하여 D-War 마케팅팀을조직
2. 다양한 그룹의 screening test 를 거쳐 타켓 설정 및
이에 따른 최종 편집과 제목 교체
3. 타켓 그룹에 맞는 광고 전략 및 마케팅 실행안수립

개봉 결과

1. 최종 극장박스 오피스 USD 1천1백만불
2. 07년 1월 출시한 DVD는 현재 USD 2천2백만불
3. 추가 DVD판매 및 케이블, 공중파 매출
USD 1천만불 예상

VI. 향후 보완 과제

D-WAR

For Another “D-WAR”

시장파악에 근거한
사전 기획

월드 와이드 마케팅
전략 사전 수립

해외시장 공략 및
리스크 분담을 위한
유통 파트너 필요

제작 완성도를 위한
사전 준비 작업

