

## 기업연계 프로젝트 주제

프로젝트 코드	PROJECT_03
프로젝트 과제	멀티채널 마케팅 최적화 서비스 개발
분 류	마케팅 전략 기획, 데이터 분석, 마케팅 성과 최적화
결과물 형태	서비스 기획서 & 프로토타입(웹 서비스)
참여 프로젝트	<p>○ 배경 및 필요성</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 멀티채널 환경에서의 마케팅 운영 복잡성 증가 기업과 브랜드는 검색 광고, <b>SNS</b>, 콘텐츠 플랫폼, 이메일, 커머스 채널 등 다양한 마케팅 채널을 동시에 운영하고 있으나, 각 채널이 분절적으로 관리되어 전체 성과를 통합적으로 파악하기 어려운 상황이 지속되고 있음.</li> <li>2. 채널별 성과 분석 중심 마케팅의 한계 기존 마케팅 관리 도구는 ‘채널별 지표 확인’, ‘개별 캠페인 성과 분석’에 집중되어 있어 어떤 채널 조합이 효과적인지, 어디에 예산과 자원을 집중해야 하는지에 대한 전략적 의사결정 지원에는 한계가 존재.</li> <li>3. 데이터 기반 마케팅 최적화에 대한 수요 확대 마케터, 브랜드 담당자, 스타트업, 중소기업 실무자는 아래와 같은 질문에 빠르게 답할 수 있는 서비스가 필요.</li> </ol> <p>→ 이에 따라 멀티채널 데이터를 통합 분석하고, 실행 가능한 인사이트와 최적화 방향을 제시하는 서비스의 필요성이 커지고 있음..</p> <p>○ 프로젝트 목적</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 멀티채널 마케팅 데이터를 기반으로 <b>**통합 성과 분석 및 최적화 전략을 설계하는 서비스 기획 역량 강화**</b></li> <li>2. 기술 구현 중심이 아닌, 마케팅 실무자의 의사결정을 돕는 정보 구조 및 서비스 흐름 설계 경험 확보</li> <li>3. 향후 기업 마케팅 관리 도구, 마케팅 컨설팅 <b>SaaS</b>, 내부 마케팅 대시보드 등으로 확장 가능한 <b>**사업화 서비스 모델 도출**</b></li> </ol> <p>○ 개발목표</p> <p style="text-align: center;">다양한 마케팅 채널 데이터를 통합 관리하는 서비스 구조 설계 채널·캠페인·고객 여정 단위로 성과를 분석하는 정보 구조 기획 성과 요약, 채널 비교, 최적화 제안 등 마케팅 의사결정 중심의 핵심 기능 정의</p>

○ 수행 내용

1. 검색 광고, **SNS**, 콘텐츠, 이메일 등 여러 마케팅 채널에서 발생하는 데이터를 기반으로 채널별 성과 수집 → 통합 분석 → 시각화 및 인사이트 제공까지 이어지는 멀티채널 마케팅 최적화 웹 서비스 기획
2. 사용자는 서비스 접속만으로 “현재 어떤 채널이 효과적인지”, “어디를 개선해야 하는지”를 직관적으로 파악 가능

○ 단계별 수행 내용

1단계. 서비스 기획 및 시나리오 정의

- 서비스 타겟 사용자 정의 (예: 마케팅 담당자, 브랜드 매니저 등)
- 사용자 니즈 분석 (성과 한눈 파악 / 예산 효율 개선 / 전략 수립 지원)
- 핵심 기능 정의
- \* 멀티채널 성과 대시보드
- \* 채널별, 캠페인별 성과 요약
- \* 최적화 인사이트 카드
- 서비스 이용 시나리오 및 사용자 흐름(UX Flow) 설계

2단계. 마케팅 성과 지표 및 데이터 구조 설계

- 채널별 핵심 **KPI** 정의
- \* 노출, 클릭, 전환, 전환율, **ROAS** 등
- 통합 성과 분석을 위한 데이터 구조 설계
- \* 채널 단위 / 캠페인 단위 / 기간별 비교
- 고객 여정 관점의 데이터 연결 구조 설계
- \* 유입 → 반응 → 전환 흐름 개념 정의

3단계. 성과 요약 및 인사이트 포맷 기획

- 마케팅 성과 요약 템플릿 설계
- \* 현재 성과 요약
- \* 전주/전월 대비 변화
- \* 성과 개선 포인트
- 채널 비교 카드 / 캠페인 분석 리포트 등
- \* 정보 깊이 단계별 콘텐츠 구조 설계
- \* 마케팅 의사결정을 돕는 자동 인사이트 문구 및 시각적 강조 요소 기획

4단계. 화면 구성 및 **UX** 설계

- 메인 화면
- \* 전체 마케팅 성과 요약 대시보드
- \* 핵심 지표 트렌드 시각화
- 상세 화면
- \* 채널별 성과 분석
- \* 캠페인·기간별 비교 뷰 필터 기능 기획
- \* 채널별 / 기간별 / 캠페인별
- 마케터의 분석 부담을 줄이는 정보 밀도 조절 **UX** 설계

5단계. 서비스 확장 및 활용 시나리오

	<p>마케팅 목표 기반 맞춤 리포트 기능 기획 예산 배분 시뮬레이션 및 성과 예측 기능 확장 가능성 검토 중소기업·스타트업 대상 마케팅 관리 <b>SaaS</b>로의 사업 확장 방향 제시</p> <p>○ 기대 효과 마케터는 멀티채널 성과를 한눈에 파악하고 데이터 기반으로 효율적인 마케팅 전략 수립 가능</p> <p>서비스 기획자는 * 데이터 기반 서비스 구조 설계 경험 * 마케팅 의사결정 <b>UX</b> 기획 역량 * 실무 적용 가능한 서비스 기획 산출물 확보</p> <p>향후 실제 마케팅 관리 서비스 및 사업 모델로 발전 가능한 프로젝트 결과물 확보</p>		
프로젝트 목적	기존 과제 고도화 및 사업화 (기존 사업분야의 과제)	신규 연구 과제 (기존 사업분야 또는 신규 사업분야 연구과제)	관련 기술 교육 (훈련생 교육 및 채용을 위한 신규 과제)
	○		
서비스지도 (멘토) 참여 여부	■ 참여 가능 □ 미 참여		
난이도	□ 상 ■ 중 □ 하		
필요 기술	<p>1) 마케팅 데이터 이해(개념/요건) 디지털 마케팅 채널 구조 이해 (검색 광고, <b>SNS</b>, 콘텐츠, 이메일 등) 기본 마케팅 지표 및 <b>KPI</b> 개념 이해 (<b>CPC</b>, <b>CPA</b>, 전환율, <b>ROAS</b> 등) 데이터 통합 시 발생하는 채널 간 지표 차이 및 해석 이슈 이해</p> <p>2) 기획·협업 도구 <b>Notion</b>: 서비스 기획서, 기능 정의, 정책 정리 <b>Google Docs / Slides</b>: 기획 문서 및 발표자료 작성 <b>Figma</b>: 화면 설계, 와이어프레임 및 <b>UX</b> 시안 제작</p> <p>3) 마케팅 분석·참고 도구 <b>Google Analytics</b> / 광고 관리자 대시보드 구조 이해 <b>SNS</b> 광고 관리자(메타, 네이버 등) <b>UI</b> 참고 마케팅 리포트 사례 분석을 통한 인사이트 구조 참고</p>		
데이터 확보	없음		