

브랜드		마케팅 목표(이슈)	
담당자 연락처		예산	

  

1. 페이스북 동영상 광고 제작을 하는 이유?

동영상 소재라는 비교적 고예산의 제작물을 만드는 이유는?  
(마케팅 목표 혹은 담당자의 의견이 담긴 회사의 이슈 브리핑)

- 브랜드가 새롭게 해결해야 하는 새로운 이슈 및 비즈니스 현안은?
- 브랜드가 속해 있는 카테고리 및 경쟁사의 마케팅 활동상의 특징은?

  

2. 페이스북 동영상 광고를 통해 누구에게 영향을 줄 것인가?

아래의 항목을 기입해 봅니다.  
페이스북 매체 집행을 위한 타겟팅에 머물러서는 안됩니다.

- 인구통계학적
- 사회심리학적
- 니즈나 구매에 대한 인내 정도, 수명, 타겟 빈도
- 상품에 대한 태도
- 현재 브랜드, 상품 사용, 불만족도
- 이성적 니즈 소비자 or 감성적 니즈 소비자

  

2-1. 인사이트

인사이트를 얻는 방식은 다양합니다.  
어떤 방식이 되었든 충분한 고객이해를 전제로 이루어져야 합니다.

- 그들이 최초로 문제를 느끼는 순간은?
- 그들의 문제해결을 위해 취하는 방식은?
- 그들이 우리 제품 및 서비스를 통해 얻고자 하는 기대효과는?
- 그들이 우리 제품 및 서비스를 구매하기전 가지는 부정적인 인식은?

- 그들의 구매여정은?
- 우리 제품 및 서비스와 연관된 그들의 최대 관심사는?
- 우리 제품 및 서비스와 연관된 그들의 가치관, 정보 공유가 일어 나는 곳은?
- 그들에게 영향력을 끼치는 전문가, 블로거, 셀럽, 지인은 누구인가?

### 3. 문제의 근본적 원인?

1번 항목에서 서술한 내용이 일어난 원인을 규명하는 시간입니다.

즉 현재 우리 회사 마케팅 이슈의 소비자 인식상의 문제점은 무엇인가를 심층적으로 생각해야 합니다.

### 4. 추구하는 행동변화

2번 항목에서 서술한 소비자들이 현재 “무엇”을 하고 있으며 이를 “어떻게” 변화시켜야 한다는 내용이 들어가야 합니다.

서술한 소비자들의 행동변화를 위해서 그들에게 영향을 미치는 특정그룹을 제시해도 좋습니다.

### 5. 브랜드 약속

행동변화를 위해 우리 브랜드가 줄 수 있는 경쟁적인 속성을 의미합니다.

경쟁적인 속성에는 기능적 정서적 Benefit 혹은 RTB가 될 수 있습니다.

경쟁사와의 포지셔닝을 고려하여 선택하는게 좋고 2-1인사이트의 내용도 함께 고려하여야 합니다.

### 6. 키 카피

서술한 내용을 토대로 페이스북 동영상 제작에서 하고 싶은 말 한 마디를 작성해 보세요

멋진 카피라이팅은 카피라이터에게 맡겨 두세요

마케터는 정확한 What To say만 적어도 충분합니다.