



2024 테크노경영학 9주차

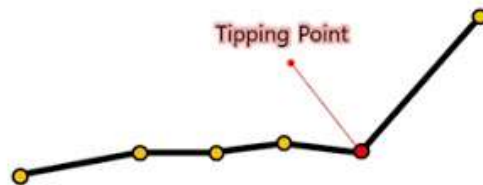
2024. 4. 29.

강의 일정(案)

	주제	활동사항	주요공지	온라인 강좌(권장 일정)
1	기업가정신	오리엔테이션		창업에 대한 인식
2	창업 일반	창업준비	과제 1	창업의 개념과 기업가 정신
3	아이템 발굴 1	팀 구성 확정		문제의식과 문제정의
4	아이템 발굴 2	아이템 후보 선정		전략 경영1
5	사업계획서1	미션과 비전, SWOT분석	퀴즈1	전략 경영2
6	사업계획서2	아이템 소개 및 피드백	과제2	마케팅의 이해
7	마케팅1	STP, 마케팅믹스	팀별 중간점검	고객만족과 마케팅
8	마케팅2	마케팅 분석		
9	디지털마케팅	디지털마케팅 이해	팀별 중간점검	원가산정
10	휴강(어린이날)			재무제표의 이해
11	원가와 회계기초	원가계산 실습		생산관리
12	재무분석	손익계산서 실습		품질관리
13	광고마케팅	팀활동	퀴즈2/과제3	조직과 조직이론
14	투자 IR	IR자료 실습	화상(녹화)강의	기업문화의 개념과 이해
15	지적재산권	팀활동	발표자료/퀴즈3	지적재산권
16	최종발표	발표평가		

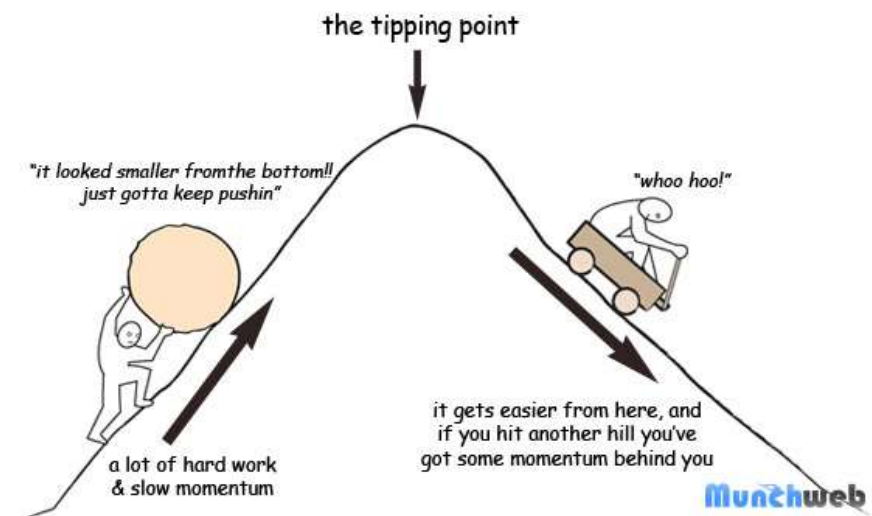
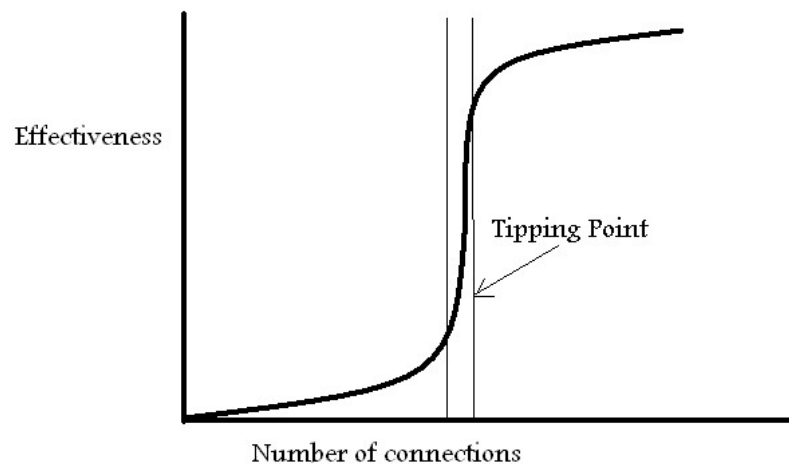
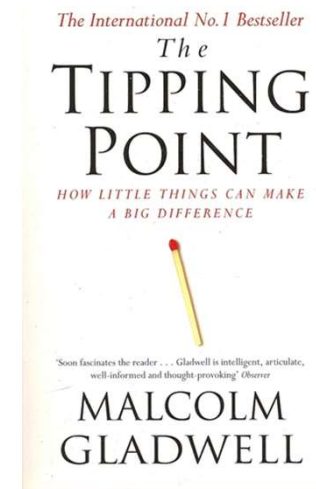
• 상기 강의 일정은 사정에 맞춰서 조정될 예정

티핑 포인트



티핑포인트 : 균형을 깨뜨리는 점

작은 변화들이 어느 정도 기간을 두고 쌓여,
이제 작은 변화가 하나만 더 일어나도 갑자기 큰 영향을 초래할 수 있는 상태가 된 단계



마케팅이란?

【마케팅학회에서 정의하는 마케팅에 대한 정의】

“마케팅은 조직이나 개인이 자신의 목적을 달성시키는
교환을 창출하고 유지할 수 있도록
시장을 정의하고 관리하는 과정이다.”

“마케팅은 개인이나 조직의 목표를 충족시켜 주는
교환을 창조하기 위해서
아이디어, 제품, 서비스의 창안, 가격결정, 촉진,
유통을 계획하고 실행하는 과정이다.”

마케팅이란?

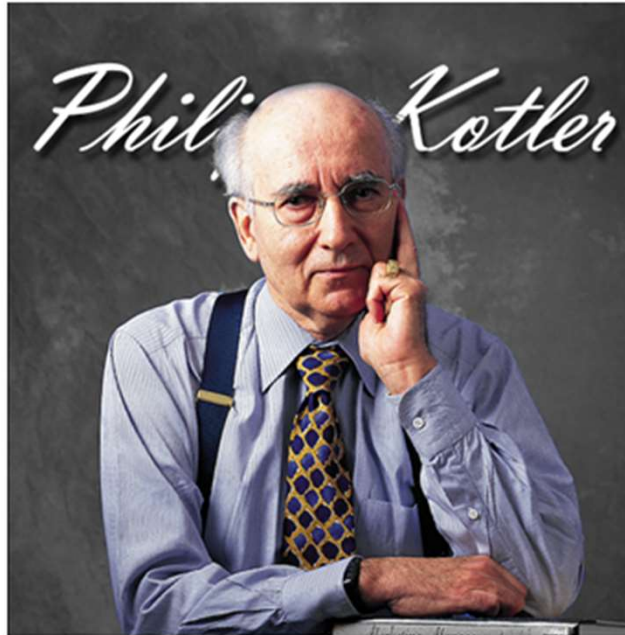
미국마케팅협회(AMA)의 마케팅 정의 변천사

- 1960년 마케팅이란 생산자로부터 소비자에게 재화와 서비스 흐름의 방향성을 지시하는 사업 활동을 의미
- 1985년 마케팅이란 개인 및 조직의 목표를 만족시키기 위해 아이디어, 상품 및 서비스의 개념, 가격 책정, 판촉 및 배포를 계획하고 실행하는 프로세스
- 2004년 마케팅이란 고객에게 가치를 창출하고 의사 소통하며 전달하고 조직과 이해관계자가 고객 관계를 관리하기 위한 조직 기능 및 일련의 프로세스를 의미
- 2013년 마케팅이란 소비자, 고객, 파트너 및 사회 전반에 가치를 창조, 전달, 소통 및 교환하기 위한 활동 및 프로세스를 의미

American Marketing Association (AMA)

- Marketing is the activity, set of institutions and processes for creating, communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners and society at large. Whew!

마케팅이란?



마케팅이란, **고객의 니즈**에 대응해 **이익**을 내는 일이다.

“Marketing is meeting needs profitably”

“**C**reate, **C**ommunicate, **D**eliver **V**alue to a **T**arget market
at a **P**rofit”

- Kotler and Kellet, Marketing Management(2006)

마케팅 개념

- ◆ 교환(Exchange)창출, 시장(Market)형성
- ◆ Customer(고객), Value(가치)
- ◆ 고객의 필요(Needs)·기업의 이익(Profit) 충족

Create, Communicate, Deliver Value
to a Target market at a Profit.

- 출처: Kotler and Keller, Marketing Management(2006) -

Create value

(Product management)

- 기능, 성능, 디자인, 서비스
→ 고객의 need

Communicate value

(Brand management)

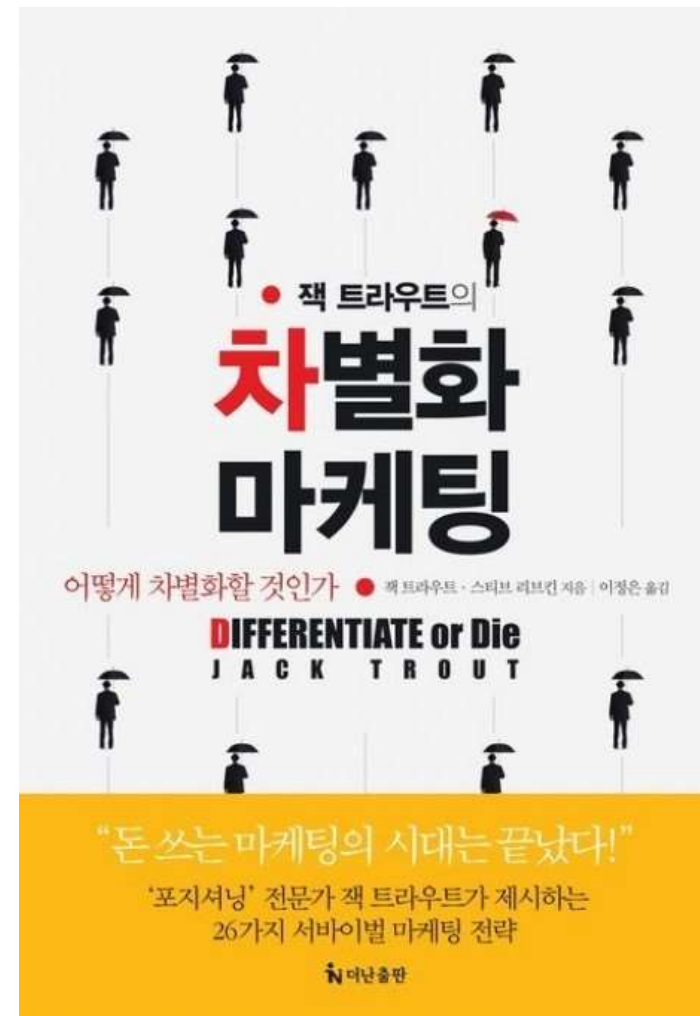
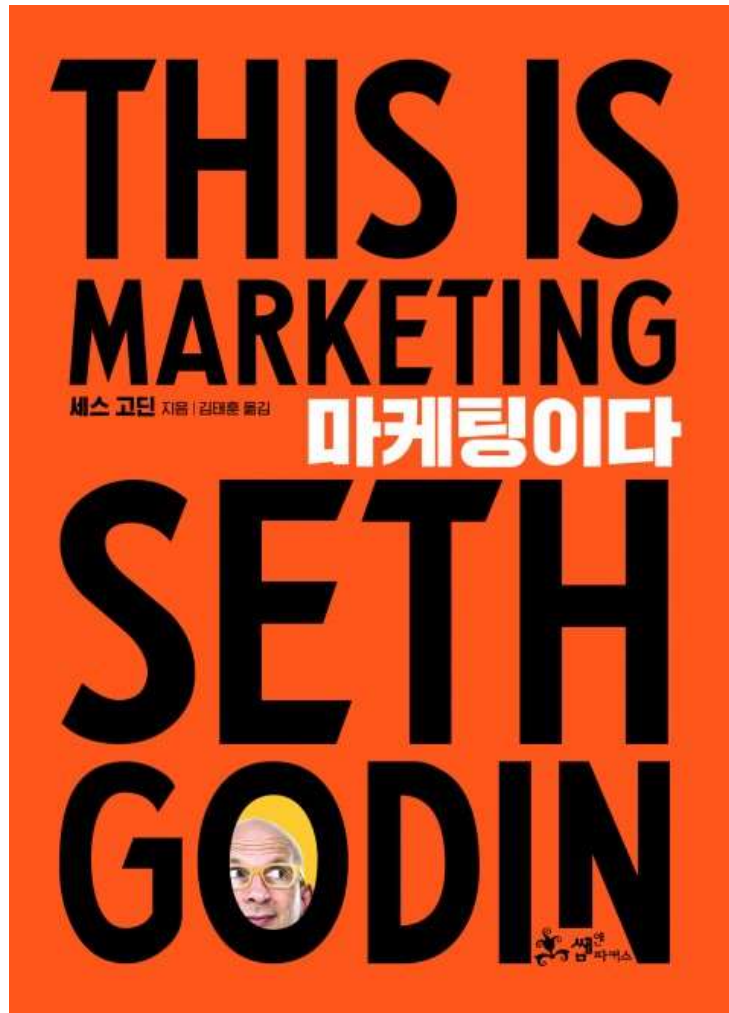
- 제품의 이름, 로고
→ 제품에 대한 인식

Deliver value

(Customer management)

- 접근방식
(온라인, 카달로그 발송)
→ 고객과의 지속적 관계 발전

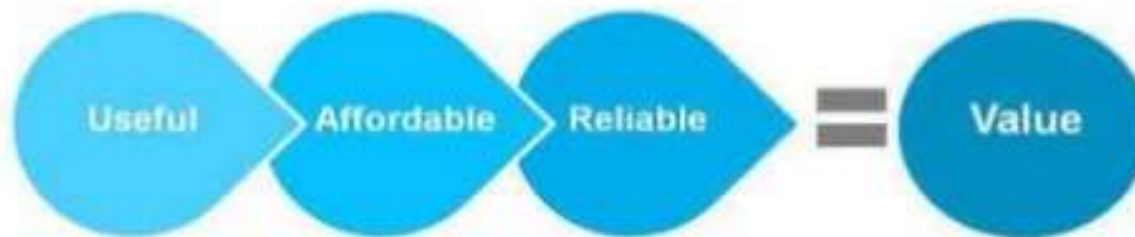
마케팅이란?



마케팅이란?

- ◆ 단순히 판매와 홍보가 아님.
- ◆ Customer(고객)을 위한 Value(가치) 창출 하고
- ◆ 고객의 가치(니즈)를 알아내기 위한 강력한 고객 관계 형성 하는 프로세스

- It is not just “selling and advertising”;
- It is the process by which companies create value for customers
- and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return.



니즈(Needs) 란?

- ◆ **니즈** 는 필요성을 느끼는 상태 (무언가 필요한 상태)
 - ☞ **고객의 니즈**, 시장의 니즈
- ◆ 원츠 는 구체적인 제품이나 서비스를 향한 욕구 (구체적인 것을 원하는 상태)
- ◆ 수요 는 실제로 있는 특정제품이나 서비스를 구입할 수 있는지를 나타냄.

설명1)

니즈(Needs)는 "배가 고프다"

원츠(Wants)는 "설렁탕을 먹고 싶다"

수요(Demands)는 "설렁탕을 주문하자"

설명2)

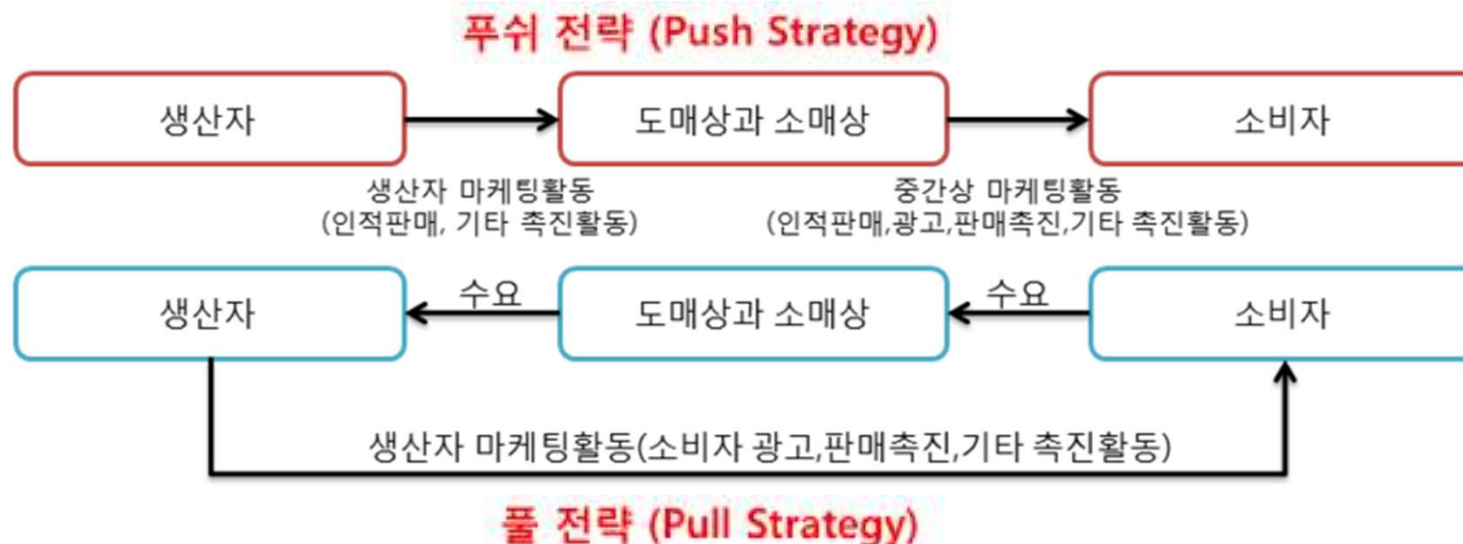
니즈(Needs)는 "편하게 이동하고 싶다"

원츠(Wants)는 "차를 한대 사고 싶다"

수요(Demands)는 "벤츠 S클래스를 한대 사자"

Pull & Push 전략

- ◆ **풀Pull 전략** : 광고나 소비자를 대상으로 한 판촉 행위를 생산자가 직접해서 소비자가 유통업체에게 주문하도록 수요를 유도
- ◆ **푸쉬Push 전략** : 유통업체에게 판촉을 하며, 푸시를 받은 유통업체는 판촉행위를 통해 소비자를 푸쉬하여 수요 창출
- ◆ 많은 기업은 푸시 전략과 풀 전략을 모두 사용. 마케팅전략의 선택 문제



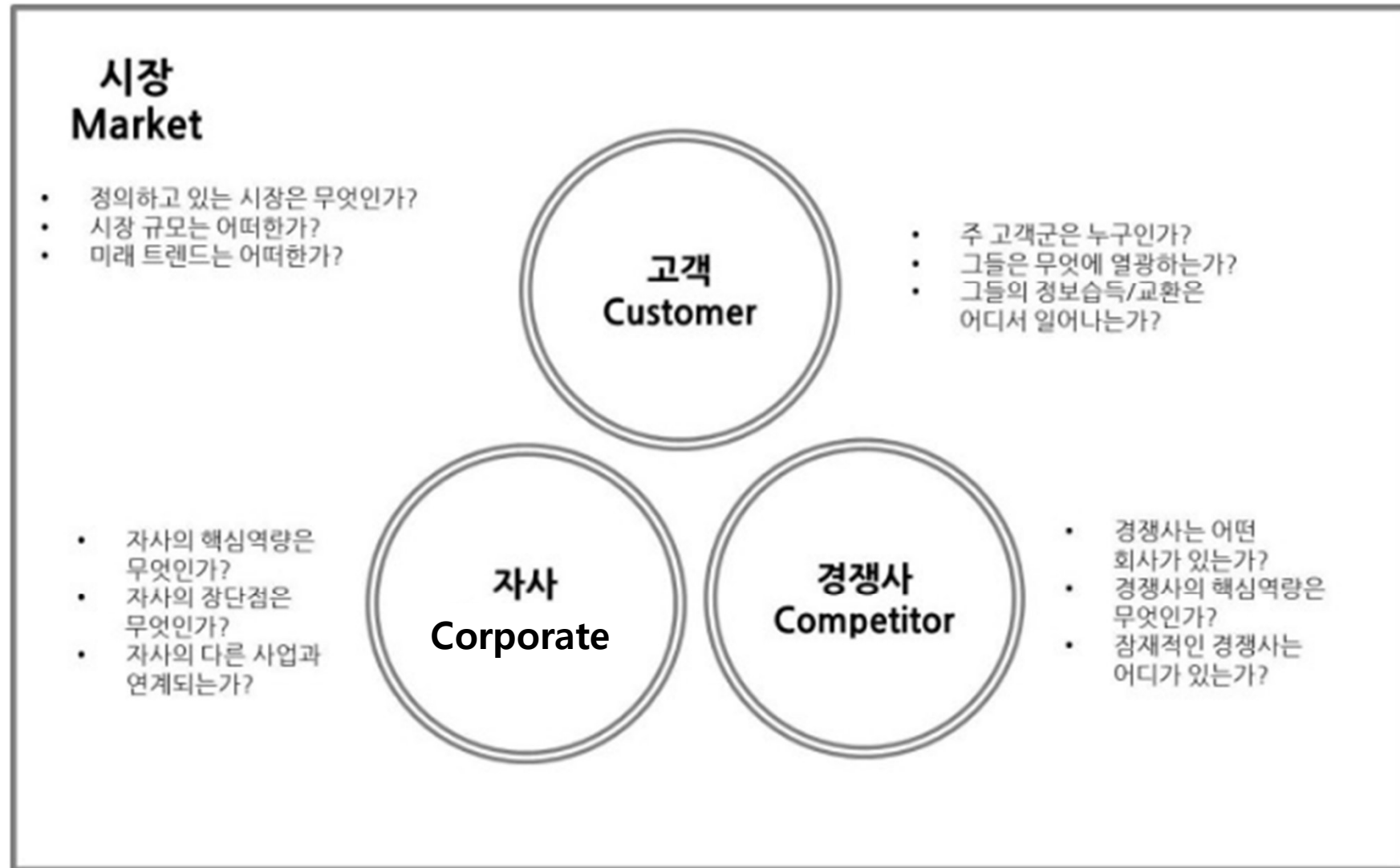
마케팅 프로세스

마케팅 프로세스



4단계의 프로세스가 있지만 실제적인
사고는 총합적으로 진행 가능

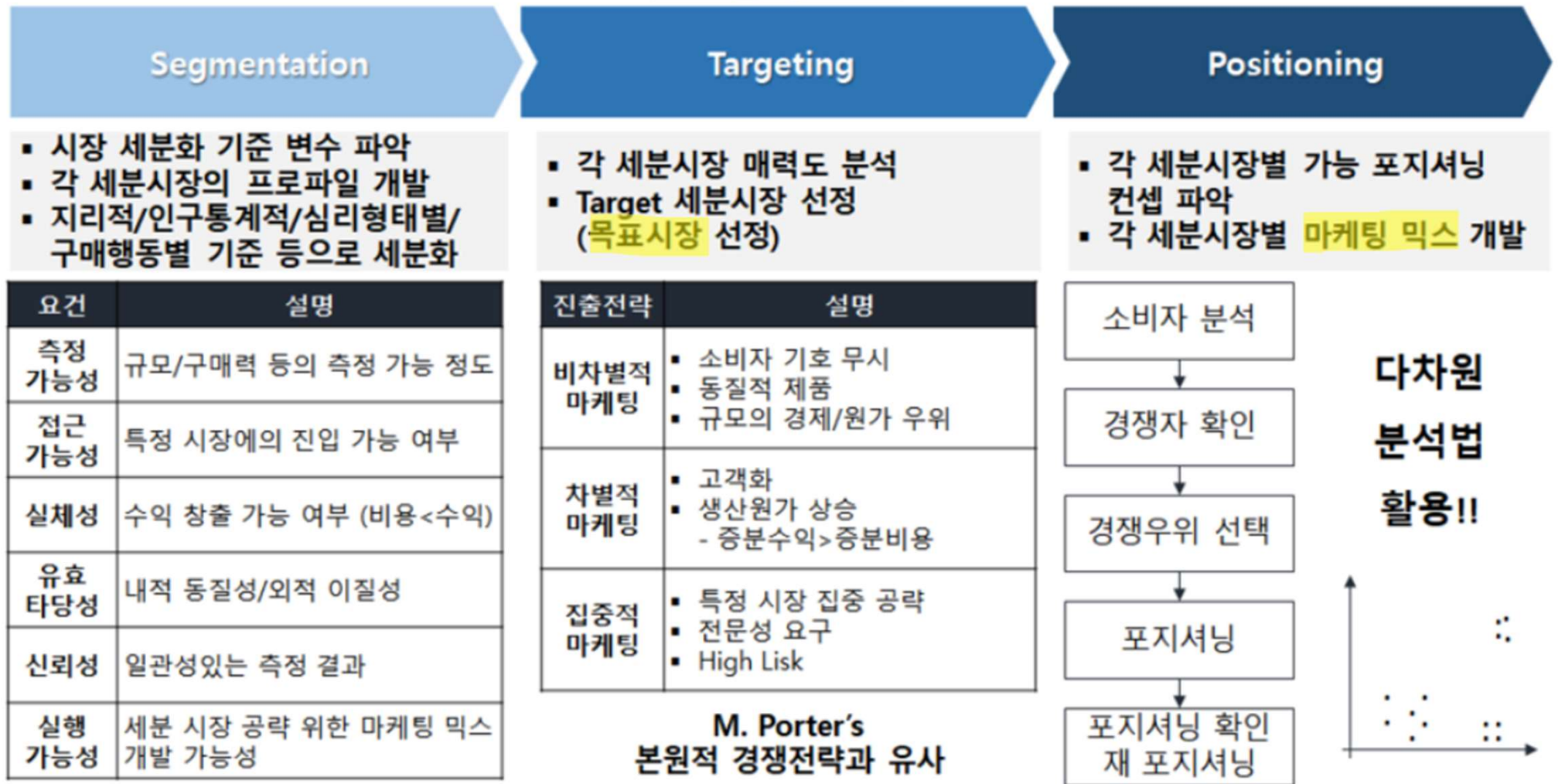
3C 분석



STP 전략

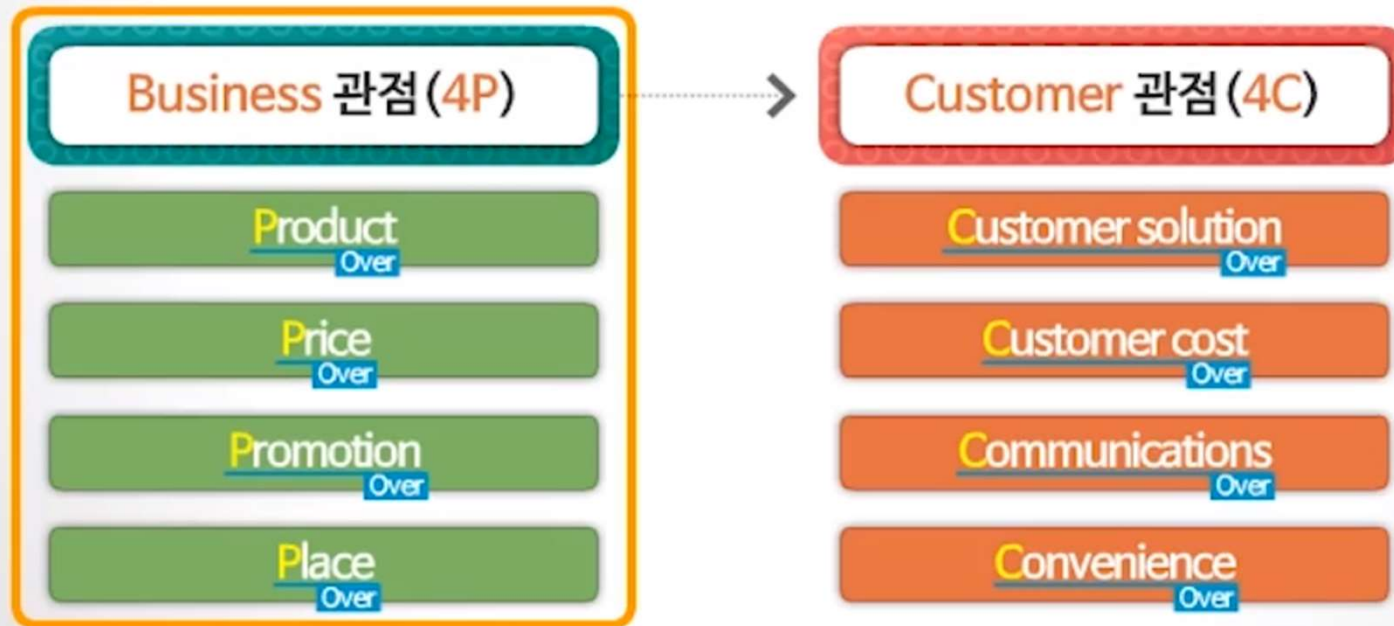
STP는 Segmentation, Targeting, Positioning의 약어로, 경쟁 분석 등의 스터디를 통해 시장에 대한 이해도를 충분히 끌어올린 후 진행하는 마케팅 전략 수립의 기초작업임.

STP 전략 Flow



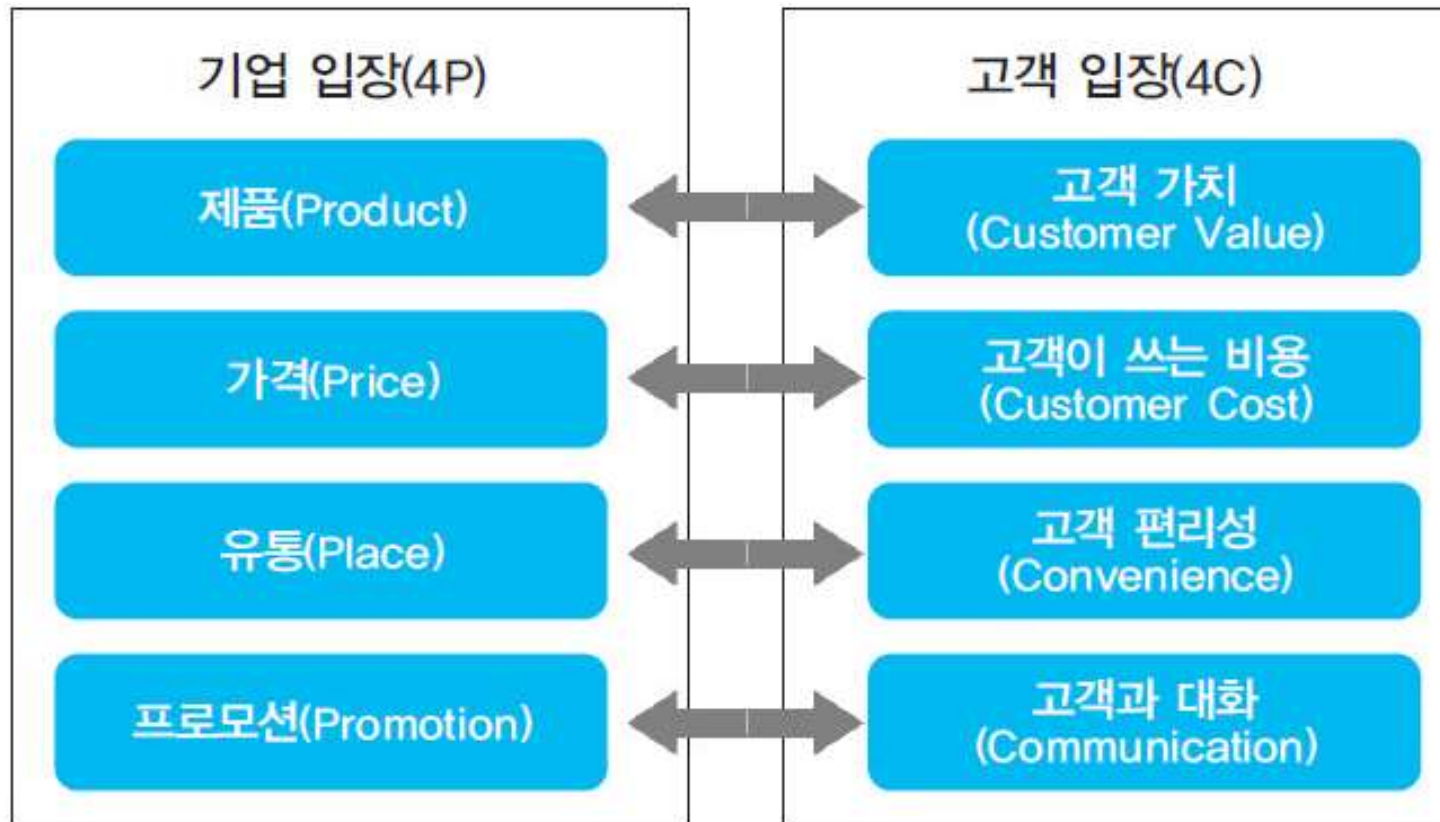
마케팅 믹스

“마케팅 관리자가 특정의 **마케팅 목표 달성**을 위해
이용 및 동원 가능한 여러 가지 **수단들의 최적 조합 상태**”



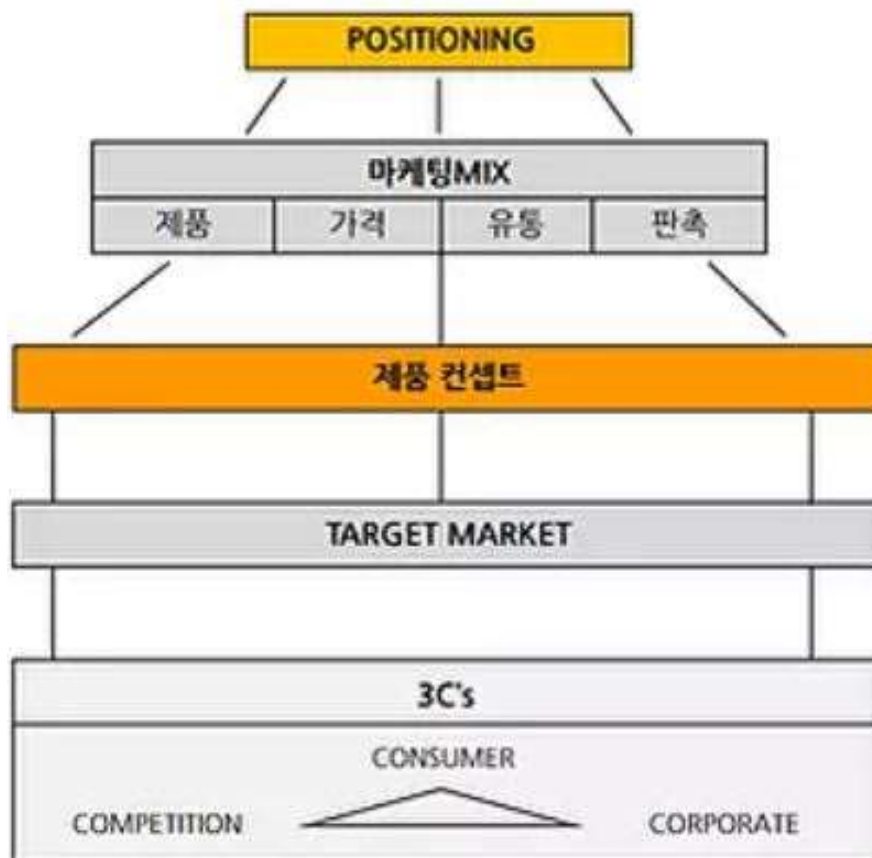
STP전략 중 Positioning을 구현하기 위해 **마케팅 믹스 전략 계획**

마케팅 4P & 4C 요소



4P는 1960년대 초 미국의 마케팅 학자 제롬 매카시 교수가 제창한 개념이다. 판매자 입장에서 접근한 4P의 관점에 반해 고객의 입장에서 바라본 관점은 로버트 로터본 교수가 정의한 4C다. 이들 4P와 4C는 유기적으로 연결되어 있다.

마케팅 프로세스



어느 고지를 정복할까

어떤 공격수단으로

무엇을 무기로 하여

어디를 공격대상으로

시장 상황을 분석해서
시장을 나누어 보면

디지털 마케팅 : 뉴 트렌드 마케팅 믹스



디지털 마케팅

■ 디지털 마케팅의 정의

Digital marketing is marketing that makes use of electronic devices (computers) such as personal computers, smartphones, cellphones, tablets TV and game consoles to engage with stakeholders. A component of Digital marketing is Digital Brand Engagement. Digital marketing applies technologies or platforms such as websites, e-mail, apps (classic and mobile) and social networks. Digital Marketing can be through Non-internet channels like TV, Radio, SMS, etc or through Internet channels like Social Media, E-mails ads, Banner ads, etc

- 전자 디바이스를 활용한 마케팅

- 구성요소는

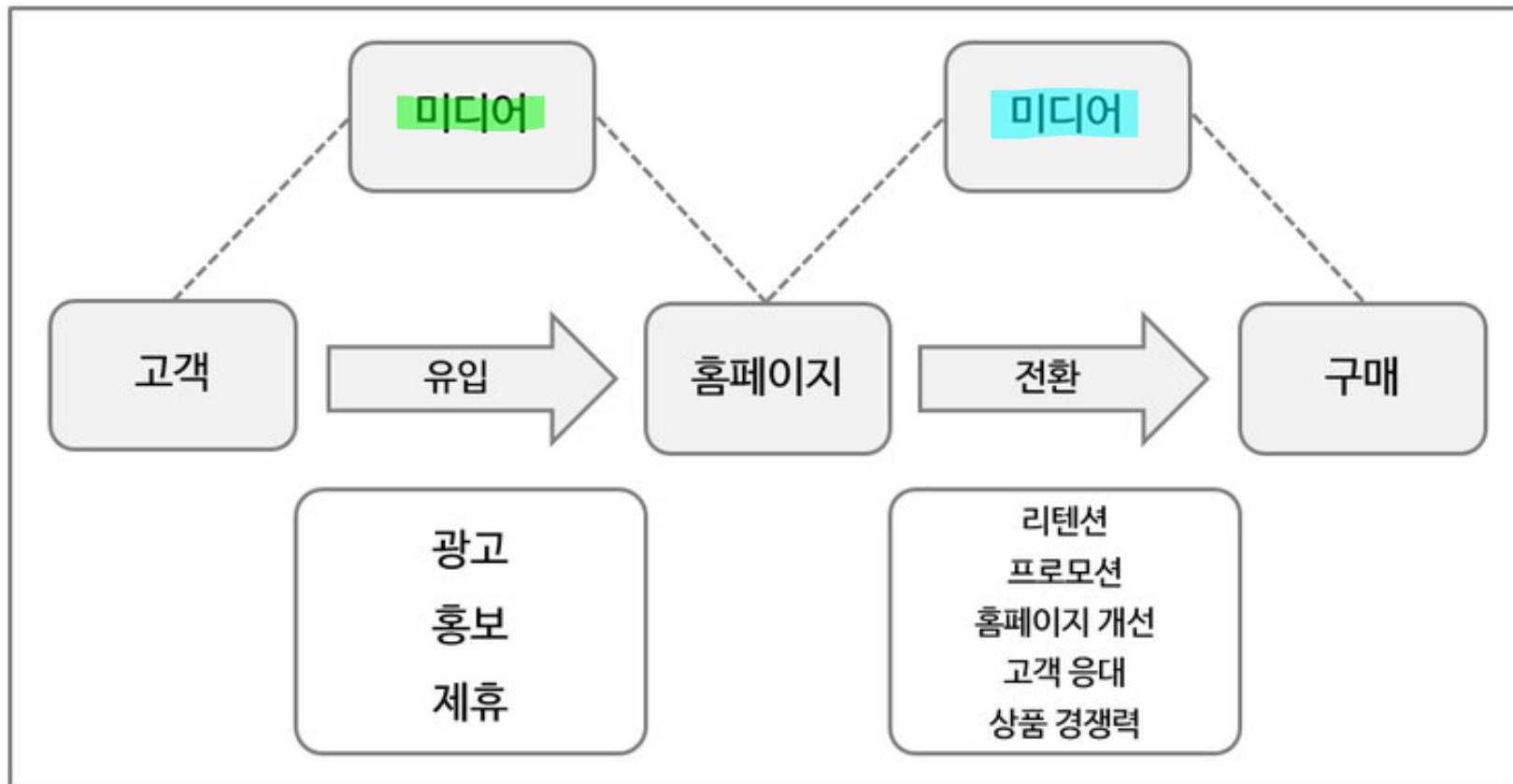
웹사이트, 이메일, 앱, 소셜 네트워크 및 심지어 전통적인 미디어 까지 포함한 테크놀러지와 플랫폼에 적용

- 디지털 마케팅이 인터넷 마케팅, 온라인 마케팅, 웹 마케팅을 포괄하는 가장 포괄적 개념

- ❖ 예전에 웹 마케팅 이라는 용어로 정착된 것을, 현재는 일반적으로 **디지털 마케팅**으로 통칭.
- ❖ 모든 디지털 데이터를 이용하여 **마케팅 믹스**를 하는 것.
- ❖ 웹마케팅, 메일마케팅, **소셜미디어** 마케팅, 스마트폰, Digital Signage, TV, Radio, etc.

미디어 (광고 매체)

- ❖ 대중매체 (매스미디어, 매스커뮤니케이션) : TV, 라디오, 신문, 잡지 등
- ❖ SP매체 (Sales Promotion Ad.) : POP광고, DM, 전단, 옥외광고, 디지털사이니지 등
- ❖ 인터넷매체 (온라인) : 웹, 메일, 기업블로그, **소셜미디어(SNS)** 등



디지털 마케팅 : 바이럴 마케팅

바이럴마케팅의 바이럴(viral)은 Virus(바이러스) + Oral(입) 으로

합성된 단어로 상품이나 기업의 이미지를 바이러스처럼

퍼트린다하여 입소문마케팅이라고도 합니다.

이때 웹 상에서 어떤 이슈화를 통해 사람들이 자연스럽게 전도사가 되어

입소문이 발생되게 되는데 그 이슈화의 방법에 따라 카페마케팅, 블로그 마케팅, 지식인 마케팅, ucc마케팅 등

다양한 마케팅 방법이 있으며

요즘엔 사용자가 기하 급수적으로 늘어나는

소셜마케팅까지 활용되어지고 있습니다.



NAVER 블로그

twitter

YouTube

TALK

dailymcafe

TISTORY

facebook

dailymblog



**VIRAL
MARKETING**
Strategies

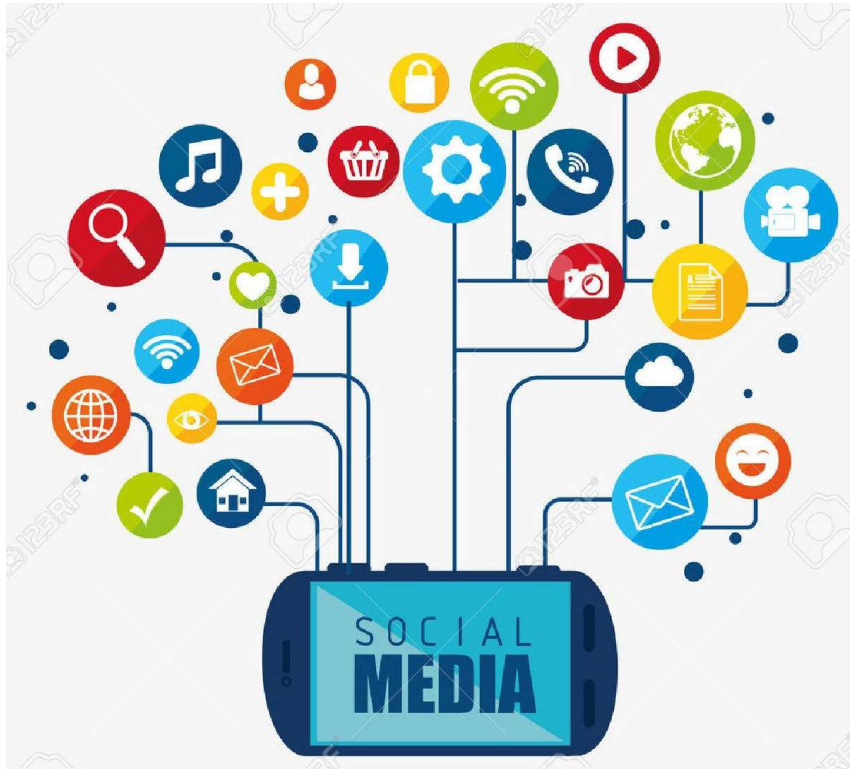
바이럴 마케팅 전략들 중

특히, **인플루언서** 주목

입소문을 내는 마케팅 방식이기 때문에

입소문을 내는 주체가 Who(누구)인가 가 중요.

디지털 마케팅 : 인플루언서 & MCN



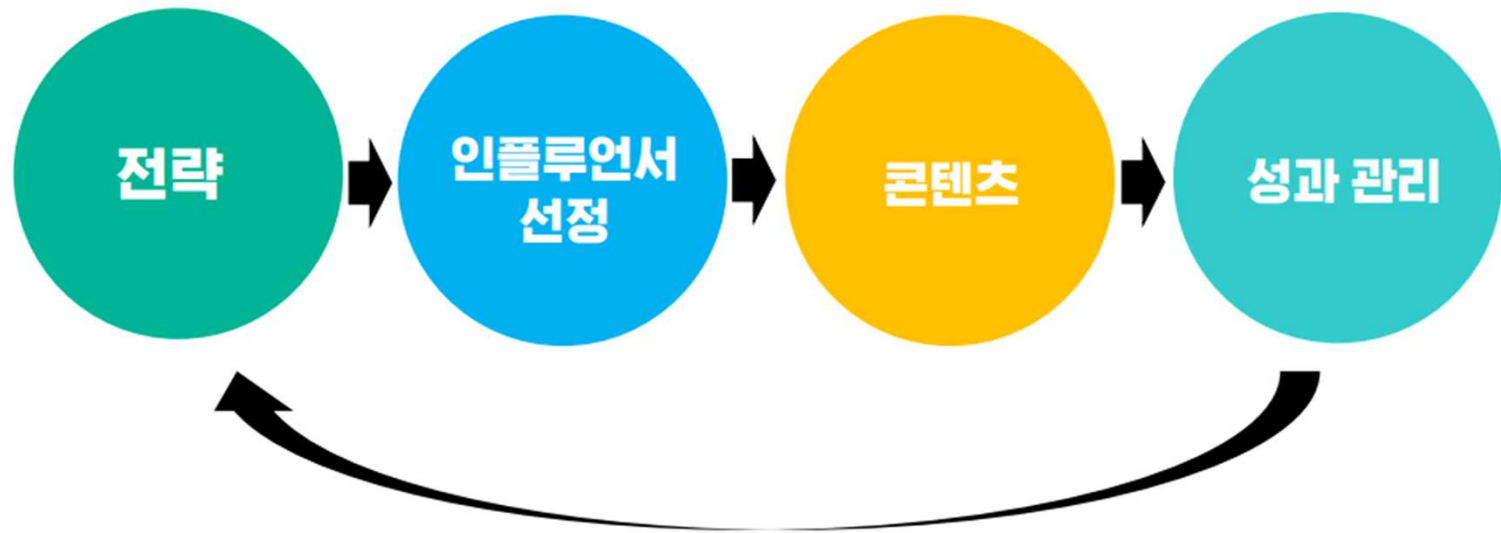
디지털 마케팅 : 인플루언서



디지털 마케팅 : 인플루언서

인플루언서 마케팅 잘하는 방법

**답이 정해져 있지 않기 때문에
해답을 찾아가는 과정이 중요합니다.**



디지털 마케팅 : 인플루언서

인플루언서 규모에 따라 활용 전략 상이

기대 효과

Attention

**Mega
Influencer**

대중성/인지도가 있는 셀럽을 활용하여
셀럽의 이미지를 브랜드에 부여

Interest

**Macro
Influencer**

다수의 팔로워에게 제품/서비스를 노출하고
높은 퀄리티의 콘텐츠 발행

Action

**Micro
Influencer**

행동을 유도하는데 유리, 다량의 콘텐츠를 발행하여
대세감을 부여하고, 검색시 최대한 많은 콘텐츠 노출

디지털 마케팅 : 인플루언서 in 틱톡

이제는 틱톡이 대세

전세계 어플리케이션 다운로드 횟수 1위































전세계적으로 퍼져있는 틱톡

숏폼 콘텐츠 플랫폼 틱톡

숏폼 콘텐츠는 하나의 놀이 문화

Top Apps Worldwide for February 2020 by Downloads (Non-Game)

SensorTower

Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1  TikTok	1  TikTok	1  TikTok
2  WhatsApp	2  DingTalk	2  WhatsApp
3  Facebook	3  YouTube	3  Facebook
4  Instagram	4  Instagram	4  Instagram
5  Messenger	5  Facebook	5  Messenger
6  Likee	6  Tencent Conference	6  Likee
7  SHAREit	7  WhatsApp	7  SHAREit
8  Snapchat	8  Messenger	8  Helo
9  YouTube	9  Jianying Vlog	9  Snapchat
10  Helo	10  Netflix	10  UC Browser

Note: Does not include downloads from third-party Android stores in China or other regions.

SensorTower Data That Drives App Growth

sensortower.com

출처: sensor tower, Top Apps Worldwide for February 2020 by Downloads

디지털 마케팅 : 인플루언서 in 틱톡

Z세대의 놀이문화

Z세대의 높은 이용률과 월간 실 이용자는 8억명에 육박함.



60%의 틱톡 유저는 Z세대



월간 ACTIVE USER 8억명

Average Engagement Rate on Instagram, TikTok and Twitter in 2019

We analysed 100,000+ influencer profiles across leading Influencer Marketing Platforms

	<1,000 followers	<5,000 followers	<10,000 followers	<100,000 followers	100,000+ followers
Instagram	7.2%	5.3%	3.7%	2.1%	1.1%
TikTok	9.38%	8.57%	8.13%	7.23%	5.3%
Twitter	1.4%	1.2%	0.6%	0.4%	0.3%

Influencer MarketingHub

타 매체 대비 높은 Engagement 수치

디지털 마케팅 : 인플루언서 in 틱톡

2세대의 높은 틱톡 이용률

쉽게 업로드 가능한 콘텐츠

SNS 마케팅
수단으로 발전



디지털 마케팅 : MCN

MCN은 콘텐츠 제작자들에게 제작 및 수익화 등과 같은 제반 환경을 제공하는 조직

정의

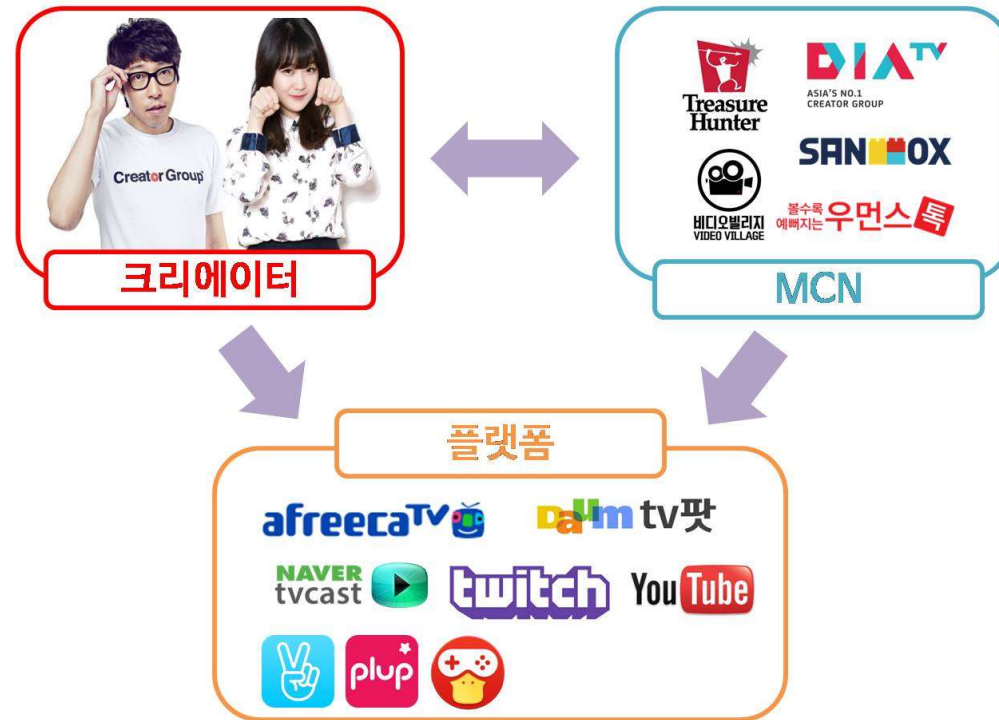


- 유튜브와 같은 비디오 플랫폼과 협업하는 조직으로
- 이들은 '제품, 프로그래밍, 자금 지원, 교차 프로모션, 파트너 관리, DRM, 수익 창출/판매 또는 고객 발굴' 등을 콘텐츠 제작자에게 도움을 주고
- 그 사례로 채널로부터 광고 수익의 일부를 받음.

구조



디지털 마케팅 : MCN



국내 주요 MCN 현황

기업		 SANDBOX	 TREASURE HUNTER
주요 크리에이터	대도서관	도티	양띵
크리에이터 규모	약 1400팀	약 260팀	약 660팀
2018년 매출액	500억~600억원(추정)	280억원	121억원

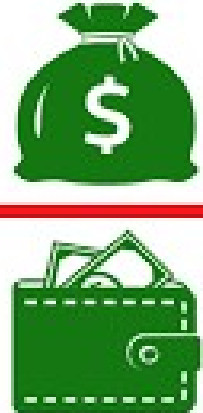
ROAS

ROAS

Return On Ad Spend “광고비용 대비 수익”

$$\text{ROAS} = \frac{\text{total campaign revenue}}{\text{total campaign cost}}$$

return on ad spend



$$\text{ROAS} = \frac{\text{Total Sales}}{\text{Ad Budget}}$$

Thank
You!



[박 찬용 교수]

Cell Phone : 010 6391 8700

chandlerpark@gmail.com

chandlerpark@hanyang.ac.kr