

연간 마케팅 계획서

1분기: 신제품 출시 캠페인 (SNS 중심)

2분기: 지역 축제 협찬 및 팝업스토어 운영

3분기: 온라인 할인 이벤트

4분기: 연말 브랜드 캠페인

광고 채널 예산 배분: SNS 40%, 검색광고 30%, 오프라인 30%

KPI: 전환율 5%, 재구매율 20%