마케팅 전략 수립

포효하는 고양이 ‘키즈 퀴즈’

[ 온라인 마케팅 ]

1. **네이버 육아 카페 ‘맘스 홀릭 베이비’에 앱을 홍보, 배포** – 회원 수가 약 300만 명이기 때문에 유아 교육에 대한 정보 교환이 활발할 것으로 예상됨. 이후 앱에 대한 피드백을 주는 회원에게 소정의 사례 제공. 인터넷 카페 특성 상 기존 고객이 잠재 고객을 끌어들이는 효과를 이용
2. **추천인 등록 이벤트** – 포인트를 제공하여 부가 서비스를 무료로 이용(퀴즈 스킨 변경 등)하는 데에 사용할 수 있게 함. 실제 추천인 제도로 적립금을 받아가는 고객보다 추천인 제도를 통해 모집된 고객이 훨씬 많을 것이라고 생각하기 때문에 마케팅 비용이 적게 들어갈 것이라고 예상됨
3. **홍보 영상 제작 후 유튜브 광고** – 2018년 기준 한국에서 가장 오래 사용하는 앱으로 꼽힌 유튜브는 한 달 총 사용 시간이 317억분으로 추정됨. 많은 사람들이 사용하는 앱일 뿐 아니라 유튜브 광고는 관심있을 법한 사람에게만 타겟팅을 하기 때문에 TV와 같은 다른 매체에 비해 비용이 적게 듦. 따라서 적은 비용으로 광고가 많은 사람들에게 노출되어 높은 효과를 볼 것으로 예상됨.
4. **페이스북 광고** - 페이스북은 다른 소셜 플랫폼에 비해 보다 다양한 범위의 인구 통계를 가지며, Sratista, 2018 조사한 2018 전세계적으로 가장 유명한 소셜 네트워크 사이트의 활성 사용자 수 순위 통계를 보면, 페이스북은 22억 3천4백만 정도의 이용자를 보유하고 있음. 따라서 페이스북 광고를 통해서 앱을 알린다면 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 예상됨. 또한 광고에서 앱의 설치를 위한 링크를 연결하여 광고를 본 페이스북 사용자가 쉽게 다운로드 화면에 접근할 수 있도록 함.
5. **검색 광고를 통해 앱 다운로드 유도** – 모바일 앱 설치 캠페인을 이용하여 ‘키즈 퀴즈’와 비슷한 앱을 찾는 사용자에게도 자동 최적화를 통해 광고가 게재되도록 함. 검색 광고 뿐 아니라 디스플레이, 동영상 광고 등 앱 설치를 유도하는 여러 광고 형식을 통해 사람들이 앱을 발견하기 용이하게 함.
6. **‘셰어 웨어(shareware)’ 방식 이용** – 출시 후 일정 기간 무료로 앱을 사용할 수 있도록 하여 신규 이용자 유치를 용이하게 한 후 유로로 전환해서 구독료를 부담하게 함
7. **앱 신규 업데이트 정보 신속하게 알림** – 회원가입 시 고객의 이메일을 수집하여 앱이 개선될 때 마다 빠르게 고객에게 알리고 앱의 가치를 고객에게 계속해서 상기시킴

[ 오프라인 마케팅 ]

1. **전단지 제작 후 유치원 앞에서 배포** - 유치원 주변에서 전단지를 배포하여 유아를 가진 부모님들이 유아를 위한 앱인 ‘키즈퀴즈’를 쉽게 다운로드하고 이용할 수 있게 함. 또한 전단지를 이용함으로써 예산 규모에 따라 마케팅 시점 및 강도 등을 조정할 수 있음. 광고를 제작할 때 단순히 앱의 특징만을 나열하고 불특정 다수를 위해 전단지를 제작하기 보다는, 전단지를 봤을 때 결과적으로 얻을 수 있는 이익을 한 번에 알 수 있도록 헤드카피를 작성하고, 동시에 구체적으로 명시할 수 있도록 함.