7주차 학습

1교시 학습 키워드 – ● 광고캠페인이란

● 광고 캠페인 수립 요소

● 캠페인목표 설정 시 고려사항

● 성공한 광고캠페인의 특성

● 캠페인의 평가와 조정

● 성공적인 광고캠페인을 만드는 요인

● 광고캠페인에 대해 설명할 수 있다.  
● 성공한 광고캠페인의 특성을 설명할 수 있다.  
● 성공적인 광고캠페인을 만드는 요인에 대해 제시할 수 있다.

1. 광고캠페인이란  
● 정의 : 여러 매체를 이용하여 집행되는 광고들이 한 가지 주제나 초점을 가지고 오랜 기간 동안 지속적으로 방영되는 전략임  
● 목적 : 강력한 브랜드 이미지 구축하는 것임

2. 광고 캠페인 수립 요소  
● 한 가지 핵심 주제만 이야기하기  
● 핵심 주제 장기적인 일관성 유지하기  
● 한 가지 주제 반복해서 전달하기

3. 캠페인목표 설정 시 고려사항  
● 마케팅 상황의 충분한 분석  
● 광고 캠페인을 위한 연속성 유지   
4. 성공한 광고캠페인의 특성  
● 성공한 광고캠페인  
- 명확하고 지속적인 브랜드의 개념이 존재함  
- 오랜 기간 동안 사용한 크리에이티브이지만 표현의 다양화로 소비자들은 전혀 식상해 하지 않음

5. 캠페인의 평가와 조정  
● 장기적인 광고캠페인의 성과  
- 누적 효과를 통해 브랜드 인지도와 이미지가 형성됨  
- 지속적인 브랜드의 노출을 통해 친숙도와 호감도가 형성됨  
6. 성공적인 광고캠페인을 만드는 요인

● 제품 특성

● 경쟁의 정도

● 시장의 특성

● 시장조사를 실시하는 정도

● 제품 포지셔닝과 창의성

● 매체선정

● 광고주와 대행사와의 관계

● 관리적 및 재정적 자원

다음 중 광고캠페인 수립 요소로 적합하지 않은 것을 고르세요.  
1. 한가지 핵심 주제만 이야기 하기  
2. 한가지 주제 반복해서 전달하기  
3. 핵심 주제 장기적인 일관성 유지하기  
4. 크리에이티브의 표현전략의 일관성 유지

성공적인 광고 캠페인은 명확하고 지속적인 브랜드개념을 크리에이티브 표현의 다양화로 집행되기에 소비자들은 전혀 식상해 하지 않는다.

광고 캠페인은 여러 편의 광고를 장기적으로 관리함으로써 강력한 브랜드 이미지를 구축한다. O   
광고 캠페인은 여러 편의 광고를 장기적으로 관리함으로써 강력한 브랜드 이미지를 구축하고 지속적인 노출을 통해 브랜드의 친숙도와 호감도를 형성한다.

2교시 학습 키워드 - ● 광고목표란  
● 광고목표의 역할  
● 광고목표의 2가지  
● 매개변수에 의한 광고목표   
● 좋은 광고목표가 갖추어야 할 조건

● 광고목표에 대해 설명할 수 있다.  
● 광고목표의 종류에 대해 설명할 수 있다.  
● 매개변수에 의한 광고목표를 기술할 수 있다.  
● 좋은 광고목표가 갖추어야 할 조건에 대해 설명할 수 있다.

1. 광고목표란  
●기업이 광고를 통해 성취하고자 하는 것임  
● 광고 커뮤니케이션 활동을 통하여 목표 집단이 어떤 행동을 하도록 설득하는 것임

2. 광고목표의 역할  
● 광고대행사 및 광고주의 마케팅 · 광고 담당자들이 수행하는 마케팅활동의 방향을 제시함  
● 광고성과를 평가하는 기준이 됨

3. 광고목표의 2가지  
● 매출목표  
- 매출목표가 광고목표로 가능한 경우 : 즉각적인 매출액 증가 또는 시장점유율에 다른 변수는 영향을 미치지 않고 광고만 영향을 미친 경우임  
● 커뮤니케이션 목표  
- 고관여 제품 : 광고를 통해 브랜드태도가 먼저 형성하고 이를 토대로 브랜드를 선택하고 구매함  
- 저관여 제품 : 구매행동이 먼저 일어난 후 구체적인 신념과 브랜드태도가 형성되는 경우가 많음  
4. 매개변수에 의한 광고목표  
● 소비자들은 광고에 노출된 후 다양한 매개변수에 영향을 받으며, 그 결과 행동이 일어남   
- 브랜드 인지도  
- 속성에 대한 지식  
- 광고태도  
- 브랜드 이미지  
- 브랜드 태도  
- 선호도  
- 욕구 등

5. 좋은 광고목표가 갖추어야 할 조건  
● 누구에게 무엇을 소요기간에 대해 정확히 서술함  
● 계량적이고 측정가능 하도록 서술되어야 함  
● 광고를 통해 달성하고자 하는 변화의 정도를 구체적으로 서술함  
● 실현 가능해야 함  
● 내부적으로 일관성이 있어야 함  
● 이해관계자들이 분명하게 이해되도록 서술되고 문서화되어야 함

다음 중 광고목표의 역할로써 적합하지 않은 것을 고르세요.  
1. 광고 담당자들이 수행하는 마케팅활동의 방향을 제시한다.   
2. 업무공감대를 형성할 수 있다.   
3. 광고예산의 규모를 결정하게 한다.   
4. 광고목표는 메시지가 일정한 기간 내 제품 판매량, 시장점유율, 시장 성장률 등이다.

광고목표는 광고예산 규모의 결정, 크리에이티브 개발, 매체선정의 토대가 되며, 광고성과를 평가하는 기준이 된다.

광고목표는 매출목표이다. X  
소비자의 구매행동에 영향을 미쳐 매출을 발생하는 과정에는 많은 변수들이 영향을 미치는데, 광고는 단지 여러 마케팅믹스의 변수들 중 한 요소일 뿐이다.