

# 카드 뉴스 만들기

201721422

경영학과 오지현

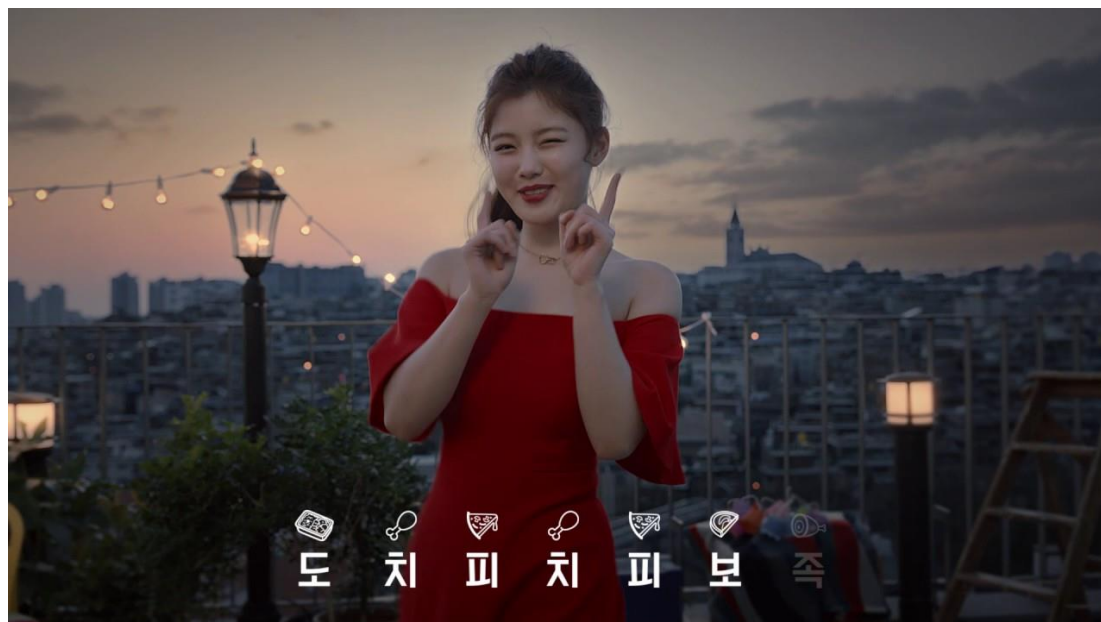
주제: 그로스 해킹

---

## 기존 마케팅 전략은

고객의 니즈를 명확하게 파악하지 않은  
제품을 시장에 제공.

거대 자본을 투자해, 스타 마케팅 등을 통해  
광고 했으나 실패



---

즉, 회사가 끊임없이 개선한, 완벽한 제품을

대중에게 출시하고 성과를 얻어야 한다.

그렇다면, 그 방법은?





## GROWTH HACKING!

성장을 뜻하는 그로스(growth)와 해킹(hacking)의 합성어로  
상품 및 서비스의 개선사항을 계속 모니터링하고 즉각 반영함으로써  
사업 성장을 추구하는 온라인 마케팅 기법.

---



기존의 마케팅 전략은  
화장품을 만들기 위해  
3년간 연구실 안에서만  
연구한 후,  
화장품을 판매한다.



## 그로스 해킹 의 전략은

화장품을 판매하기 전, 잠재 고객들에게  
테스트를 시행하고, 피드백을 받으면서  
고객들이 원하는 화장품을 만들어 낸다.

고객들이

어떤 제형/색상/디자인을 원하는지 알고,  
시장에서의 반응과, 피드백을 받을 수 있다.

---

---

즉, 소비자와의 커뮤니케이션을 통해,  
끊임없이 소비자의 니즈에 맞는  
새로운 제품 을 출시하게 된다.

---

---

기업의 입장에서

이러한 그로스 해킹의 전략은

제품 개발 단계에서부터,

소비자의 니즈에 딱 맞는 제품을 만들기 위한

데이터 분석을 하기 때문에 실패할 위험을 줄일 수 있다.







**또한**  
**소비자의 니즈에 맞도록,**  
**제품을 개선함으로써,**  
**막대한 광고비용을**  
**소비하지 않더라도,**  
**제품 자체만으로**  
**마케팅이 가능하다**

---



---

**소비자의 입장에서**  
광고 경쟁이 아닌,  
제품자체의 경쟁이 많아져  
합리적인 구매가 가능해진다.

또한 소비자의 니즈 및  
이용패턴을 모니터링에  
시간/자본을 투자하기 때문에  
소비자의 니즈에 맞는 제품을  
더 자주 접할 수 있다.



앞으로 발생할 수 있는 경우의 수를  
'시작 단계'부터 철저한 데이터 분석으로  
실패의 확률은 줄이고 효과를 높이는  
그로스해킹

최소비용으로 최고효과를 낼 수 있는  
그로스 해킹,  
이제는 필수적이라고 할 수 있다.