

MARKETING PROPOSAL

통합마케팅 제안서



Tasty-Ad _ Marketing proposal

※ 본 제안서의 레퍼런스는 실제 운용사례로서 계약사항에 따라 2차 활용 및 반출금지되어 있습니다.

Contents.

01

Channel

국내 병·의원들이
장 많이 이용하는 마
케팅 채널

02

Inquiry

온라인 고객들의
탐색 과정

03

Rise in sales

채널들의 미디어
믹스를 통한 매출
상승

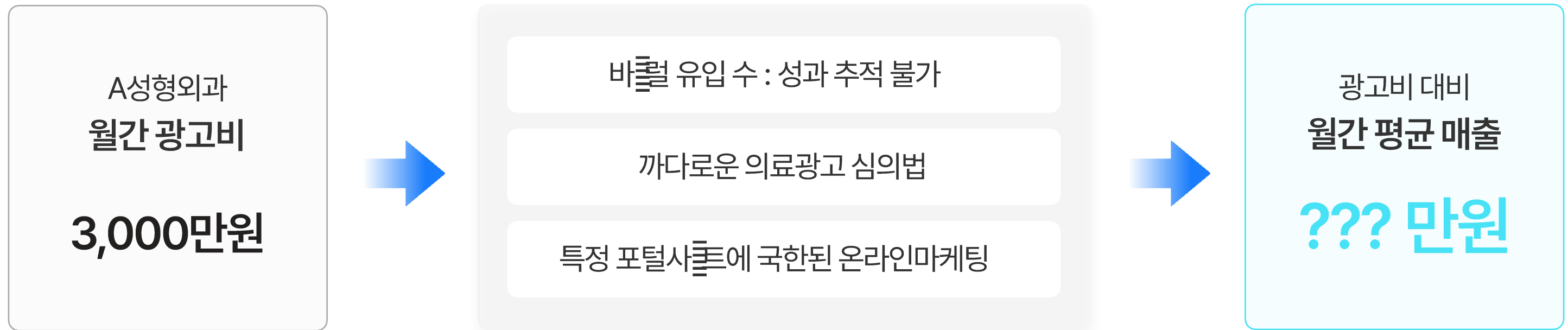
04

Solution

문제 파악
▶가설 수립 ▶해결

병·의원~~들~~마주한 현실

온라인 광고, 블로그만~~들~~답인가?

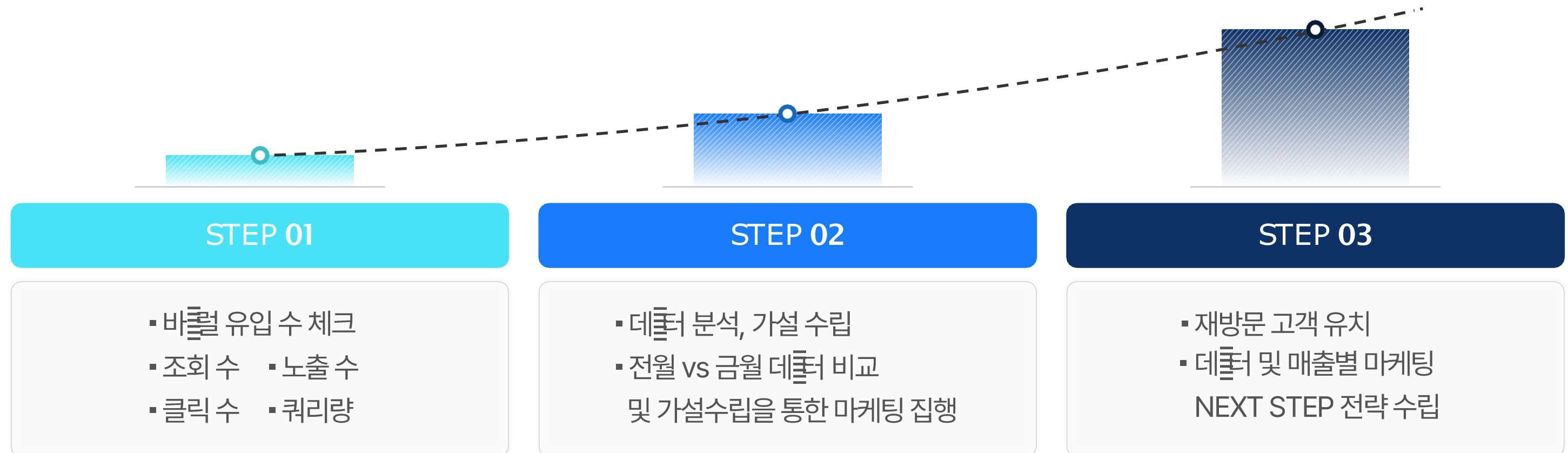


같은 비용을 쓰더라도 더 효율적으로 성과 유지 혹은 발전을 해야하는 상황.

성과 추적 = 매출 UP!

매출은 서비스를 처음 경험한 소비자가 가치를 느끼고, 이후 재방문하는 고객분들의 결과물.

마케팅의 성과 추적을 통한 충성 고객 확보는 활성 고객 수, 인게이지먼트, LTV 등 모든 주요 핵심지표와 연결.



국내 병·의원 가장 많이 사용하는 마케팅 채널

특정 포털사에만 국한된 마케팅 접근

* 가장 많이 사용되는 채널



네이버



블로그



카페



지식인



브랜드 SNS계정운영(Meta)

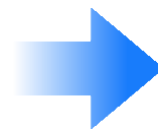
그러나! 유기적으로 미디어 믹스만 해도 ...

1 + 1 = 3의 효과 발생 (신규 + 재방문 + 잠재 고객)

Best channel

반드시 검토해보면 좋은 채널

- 메타 스폰서광고
- 구글/유튜브 애즈
- 검색광고
- 배너광고
- 당근마켓



Best channel

추가적으로 검토하면 좋은 채널

- 병원별 시즌 상품 바뀔
- 콘텐츠 카드
- 기존 고객 기반의 리마케팅
- 언론기사
- 카카오톡 채널&채널톡 앱 푸쉬

온라인 고객들의 탐색 과정 : 더 중요해진 미디어믹스



채널들의 미디어믹스를 통한 매출 상승

- 01 브랜딩 **Branding**
- 02 신규고객확보 **New Customer**
- 03 재방문 및 브랜딩 확장 **Brand Expansion**



■ Tasty-Ad_marketing proposal

[STEP 01] 브랜딩

관심사 타겟의 유입성을 고려한 **바다** 마케팅



블로그 상위노출
: 검색 상위노출을 통한 노출수 확보



플랫폼 관리
: 지역기반의 잠재고객 유입 확보



리뷰 관리
: 긍정콘텐츠로 전환율 최소화



검색광고
: 타겟키워드의 효율적인 입찰운영



최적화 공식블로그
: 브랜드 PR요소의 점유성 확대



카페 침투
: 공통 관심사 유저를 잠재고객으로 전환



지식인
: 정보전달 및 브랜드 인지도 향상



언론기사
: 정보전달 및 브랜드 신뢰도 향상

채널들의 미디어믹스를 통한 매출 상승

01 브랜딩 **Branding**

02 신규고객확보 **New Customer**

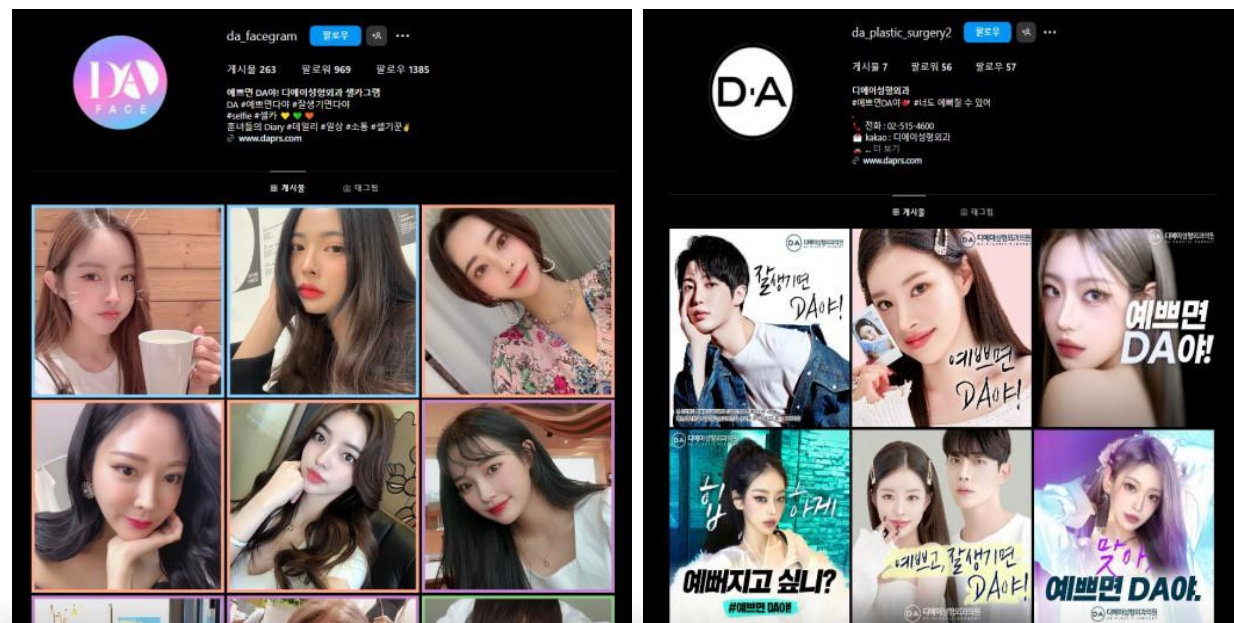
03 재방문 및 브랜딩 확장 **Brand Expansion**



■ Tasty-Ad_marketing proposal

[STEP 02] 신규고객 확보

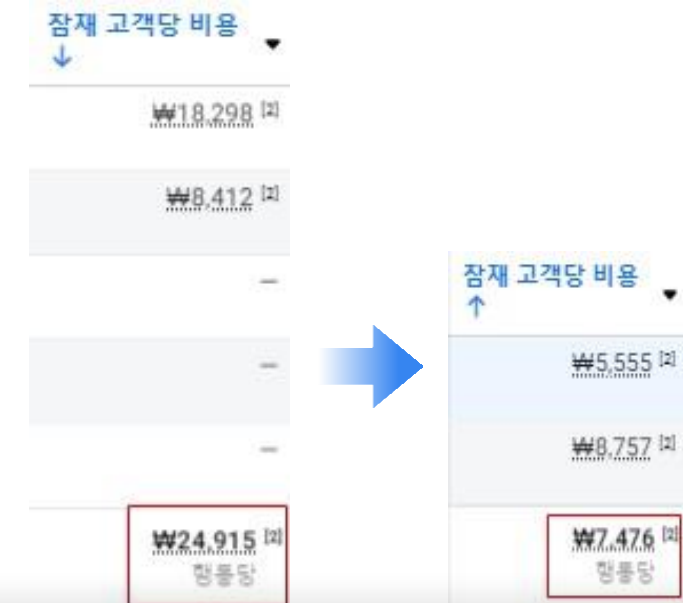
SNS 퍼포먼스 마케팅을 통한 신규 고객 DB 확보



SNS 브랜드 페이지 관리 : 공식 및 후킹성 페이지 운영



스폰서광고 : 상담자예약 및 DB 추출 목적 광고



효율개선 : 퍼포먼스를 통한 신규 DB당 금액 개선

채널들의 미디어믹스를 통한 매출 상승

01 브랜딩 Branding

02 신규고객확보 New Customer

03 재방문 및 브랜딩 확장 Brand Expansion



■ Tasty-Ad_marketing proposal

[STEP 03] 재방문 및 브랜딩 확장

시즌별 이벤트 운영 및 기존 고객 기반의 CRM마케팅과 리마케팅으로 매출 극대화 전략



카카오채널 CRM 마케팅 운영

: 시즌별 이벤트 푸시메시지 전월 대비 재방문고객 비율 20% 증가



리마케팅 콘텐츠

: 기존 고객 및 잠재고객 타겟의 콘텐츠성 콘텐츠 예시



프로모션 이벤트 운영

: 시즌성 콘텐츠 도입을 통한 리마케팅

■ 주요 프로젝트 A

- 부산P치과

① 문제파악

신규 개원 업장

검색량, 콘텐츠발행량, 콘텐츠, SOV점유, 인지도 등
모두 경쟁사에 비해 **많**뒤떨어져있던 상황

② 가설수립

지역별, 관심사별 키워드 및 소구점 타겟

1) 부산치과 : 월간 검색량 8,500건

2) 부산임플란트 : 월간 검색량 3,200건

대략 1만건의 검색유저를 타겟으로 키워드 플레~~를~~를 우선으로 집행
→ **점유율 확보를 KPI로 확립함**

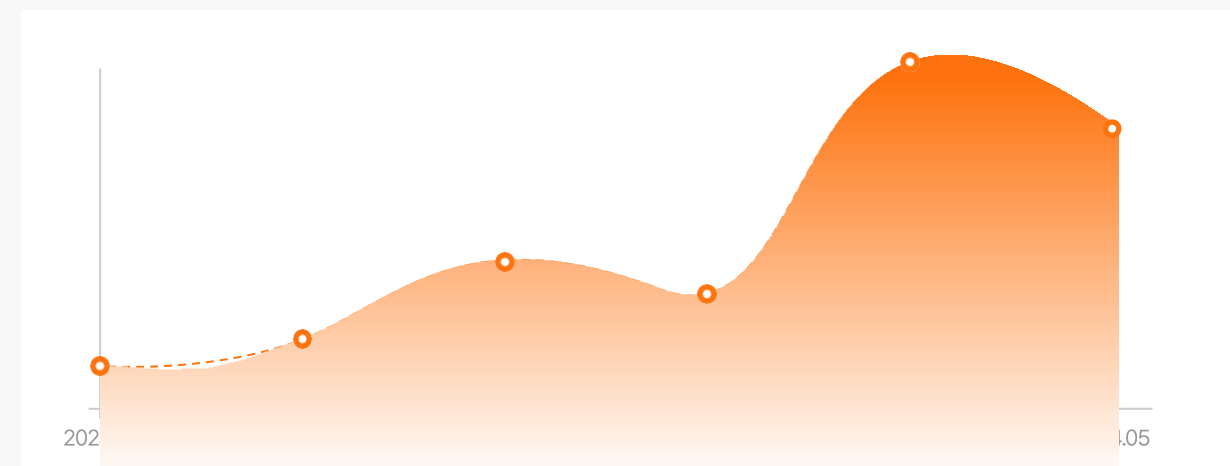
③ 해결

운영 매체 : 바~~를~~ 콘텐츠 확보, SEO 상위노출, SNS 마케팅,
언론기사, 커뮤니티 제휴입점 및 침투바~~를~~



④ 현재 1년차

부산플란치과 검색량 변화



월간 검색량 변화 : 0 → **약 1만건 달성**

임플란트 시술 수 : **약 8천건 달성**

■ 주요 프로젝트 B



송실대 글로벌미래교육원
(2014~2020)
대학 부설 교육원



- 월간 평균 광고비 : 2억원
- 평균 CPA : 200,000원
- 연간 평균 신입생 : 1,000명

- 활용매체 : 메타, DA, SA, 바퀴
- 동종 교육원 중 신입생 수 1위



브랜드 검색



SA 파워링크



SA 파워컨텐츠



블로그 바퀴



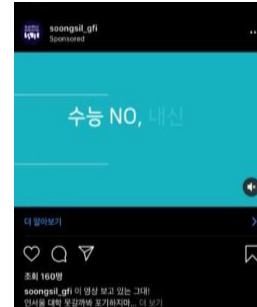
지식인 바퀴



언론기사



DA 리타게팅



메타광고



배너 제작



웹진 제작

MARKETING PROPOSAL

믿고 맡겨주신다면

그 이상을 보여드리겠습니다.
감사합니다.



※ 본 제안서의 레퍼런스는 실제 운용사례로서 계약사항에 따라 2차 활용 및 반출 금지되어 있습니다.