

MARKETING PROPOSAL

통합마케팅 제안서



Tasty-Ad _ Marketing proposal

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

Contents.

01

Channel

국내 병·의원들이 가장 많이 이용하는 마케팅 채널

02

Inquiry

온라인 고객들의 탐색 과정

03

Rise in sales

채널들의 미디어 믹스를 통한 매출 상승

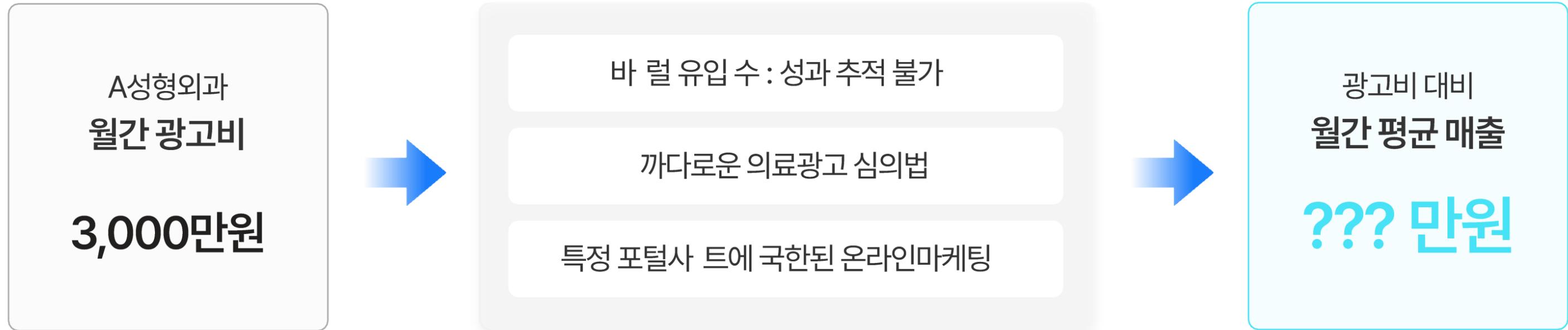
04

Solution

문제 파악
▶ 가설 수립 ▶ 해결

병·의원 마주한 현실

온라인 광고, 블로그만 답인가?

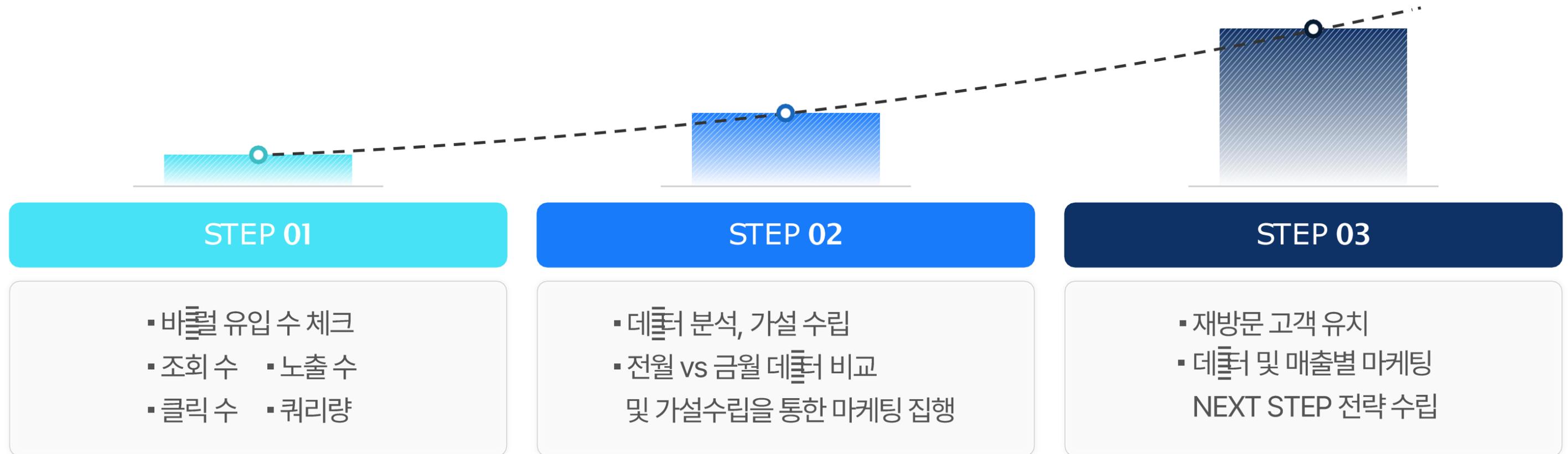


같은 비용을 쓰더라도 더 효율적으로 성과 유지 혹은 발전을 해야하는 상황.

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 **바우클** 마케팅

블로그 상위노출
: 검색 상위노출을 통한 노출수 확보

플레이스 관리
: 지역기반의 잠재고객 유입 확보

리뷰 관리
: 긍정콘텐츠로 활을 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

■ Tasty-Ad_marketing proposal

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

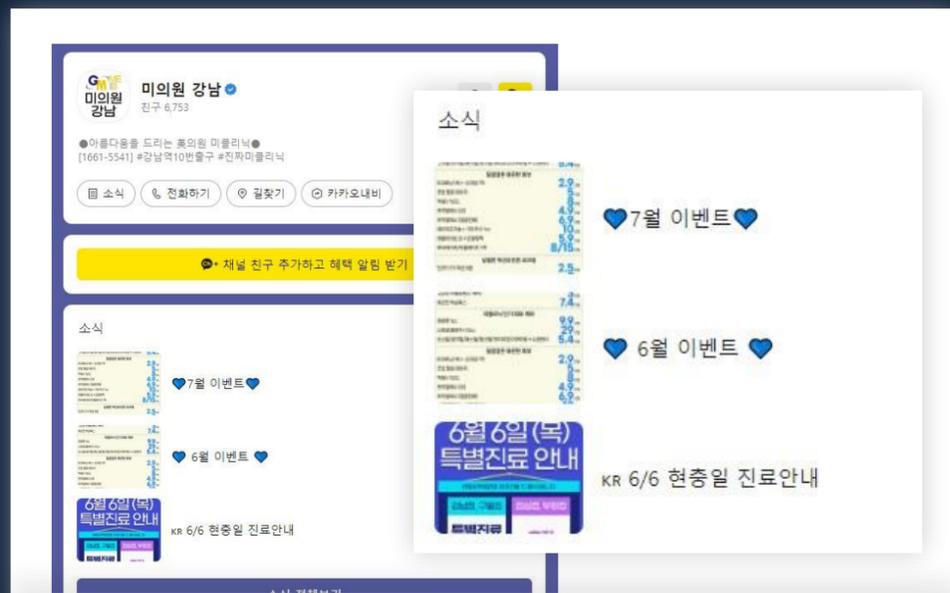
03 재방문 및 브랜딩 확장 Brand Expansion



■ 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 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

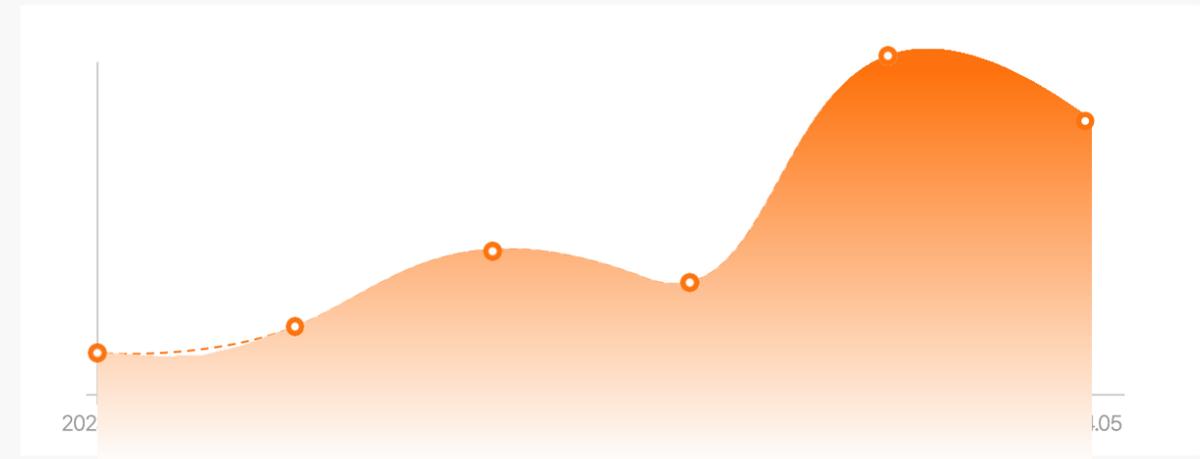
대략 1만건의 검색유저를 타겟으로 키워드 플래닝을 우선으로 집행
→ **점유율 확보를 KPI로 확립함**

③ 해결

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

④ 현재 1년차

부산플란치과 검색량 변화



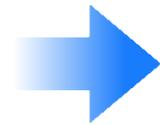
월간 검색량 변화: 0 → **약 1만건 달성**

임플란트 시술 수: **약 8천건 달성**

■ 주요 프로젝트 B



숭실대 글로벌미래교육원
 (2014~2020)
대학 부설 교육원



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

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



브랜드 검색



SA 파워링크



SA 파워컨텐츠



블로그 바퀴벌



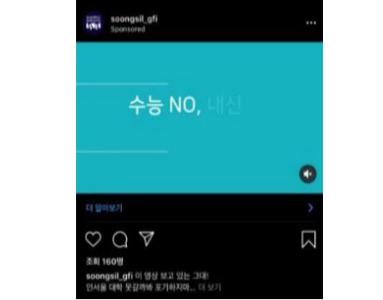
지식인 바퀴벌



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.