

# 디지털 마케팅 실무

## 과정 개요

- 급변하는 디지털 환경에서 효과적인 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있는 실무 역량을 향상
- 디지털 마케팅의 기본 개념부터 최신 트렌드까지 폭넓게 다루며, 실습과 프로젝트를 통해 실무에 바로 적용 가능한 스킬을 습득
- 디지털 마케팅의 기본 개념과 원리 이해, 타겟 고객 분석 및 페르소나 설정 방법, 웹사이트, 소셜미디어, 이메일, 모바일 앱 등 다양한 디지털 채널의 특성 및 활용 방안, 검색엔진최적화(SEO), 검색엔진마케팅(SEM), 디스플레이 광고, 콘텐츠 마케팅 등 주요 디지털 마케팅 기법 습득, 마케팅 자동화 도구 및 데이터 분석 능력 함양, 디지털 마케팅 캠페인 기획부터 실행, 성과 측정 방법 등을 학습

## 과정 운영

- 주요 강의 내용 : 디지털 마케팅의 전반적인 내용을 학습
- 주요 실습 내용 : 아이템 탐색, 외부환경분석, 내부역량분석, 목표고객 페르소나 설정, 키워드도출, 상세설명 작성, 커뮤니케이션 무드보드, 퍼널 단계별 메시지 작성 등

## 학습 내용

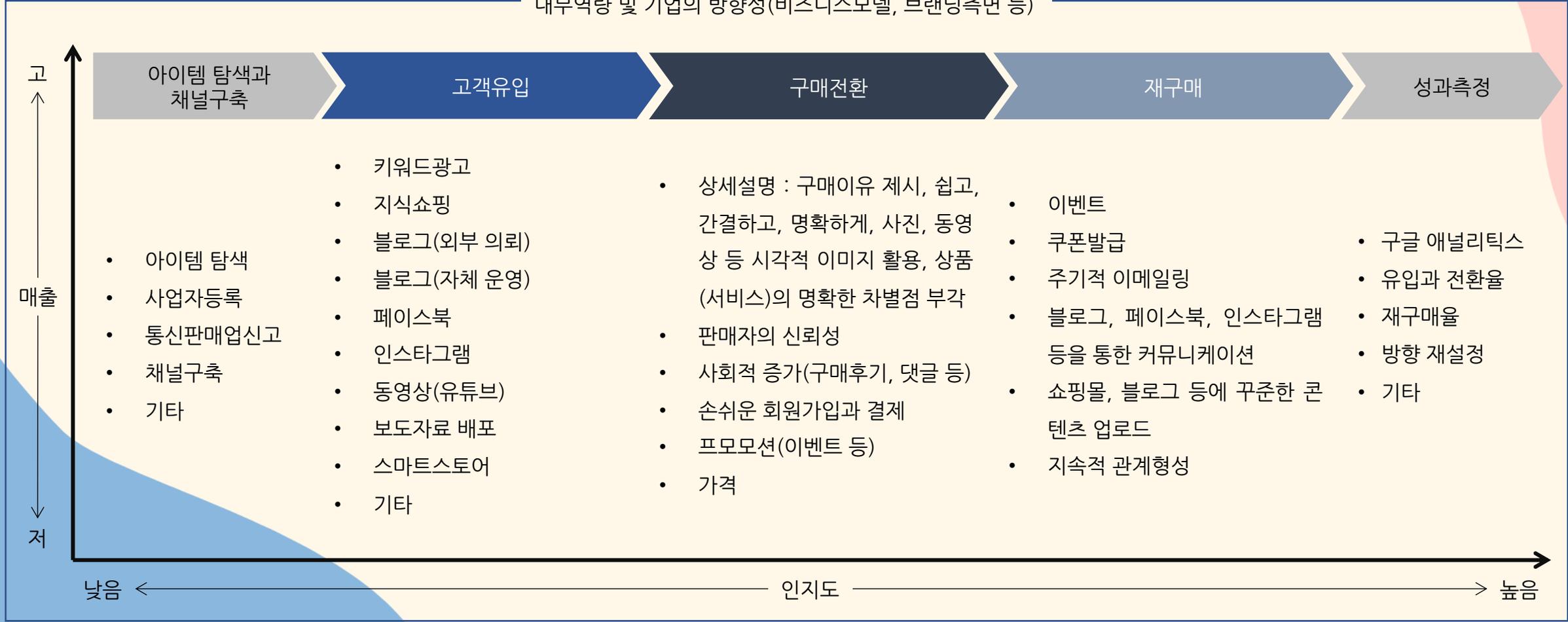
과정	세부내용
디지털 마케팅이란? (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 마케팅의 정의와 필요성</li> <li>• 디지털 마케팅 채널 및 기법 소개</li> <li>• 디지털 마케팅 트렌드와 성공사례</li> </ul>
타겟 고객 분석과 페르소나 설정 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장과 고객 분석 방법</li> <li>• 고객 여정 맵(Customer Journey Map) 그리기</li> <li>• 페르소나 설정 및 타겟 고객 세분화</li> </ul>
채널 구축과 검색엔진최적화 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 트리플 미디어 관점의 채널 설계</li> <li>• 효과적인 웹사이트 구성요소 및 체계</li> <li>• 검색엔진최적화(SEO) 전략 수립</li> </ul>
광고를 활용한 고객유입 방안 (2시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검색광고(SA) 및 디스플레이광고(DA) 특징</li> <li>• 키워드 발굴 및 입찰가 산정 방법</li> <li>• 메타 비즈니스관리자 광고 실습</li> <li>• 배너 및 동영상 광고 제작 실습</li> </ul>
SNS를 활용한 콘텐츠 마케팅 (2시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 페이스북, 인스타그램 등 SNS 매체 특성과 운영 전략</li> <li>• 소셜미디어 콘텐츠 제작 실습</li> <li>• 바이럴 마케팅 기법</li> <li>• 콘텐츠 마케팅 개념과 중요성</li> <li>• 블로그, 카드뉴스, 동영상 등 콘텐츠 유형별 활용방안</li> </ul>
재구매 및 성과측정 방안 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시즌별 이벤트 활용방법</li> <li>• 고객정보를 바탕으로 한 고객별 관리방법</li> <li>• 어떤 지표를 중심으로 성과를 측정할 것인가?</li> <li>• 데이터가 의미하는 것은 무엇인가?</li> </ul>

# 디지털 마케터 실무 구성 프레임

- 디지털 마케터 과정은 외부환경과 내부역량을 중심으로 아이템 탐색을 한 후 고객유입, 구매전환, 재구매, 성과측정에 대한 것을 학습함
- 전문 강사의 강의와 함께 팀별 실습을 통해 구체적인 디지털 마케팅 실행계획을 도출함.

거시환경(PEST), 산업환경(5-forces), 경쟁환경 등

내부역량 및 기업의 방향성(비즈니스모델, 브랜딩측면 등)



고 ↑  
↓ 저

매출

낮음 ←

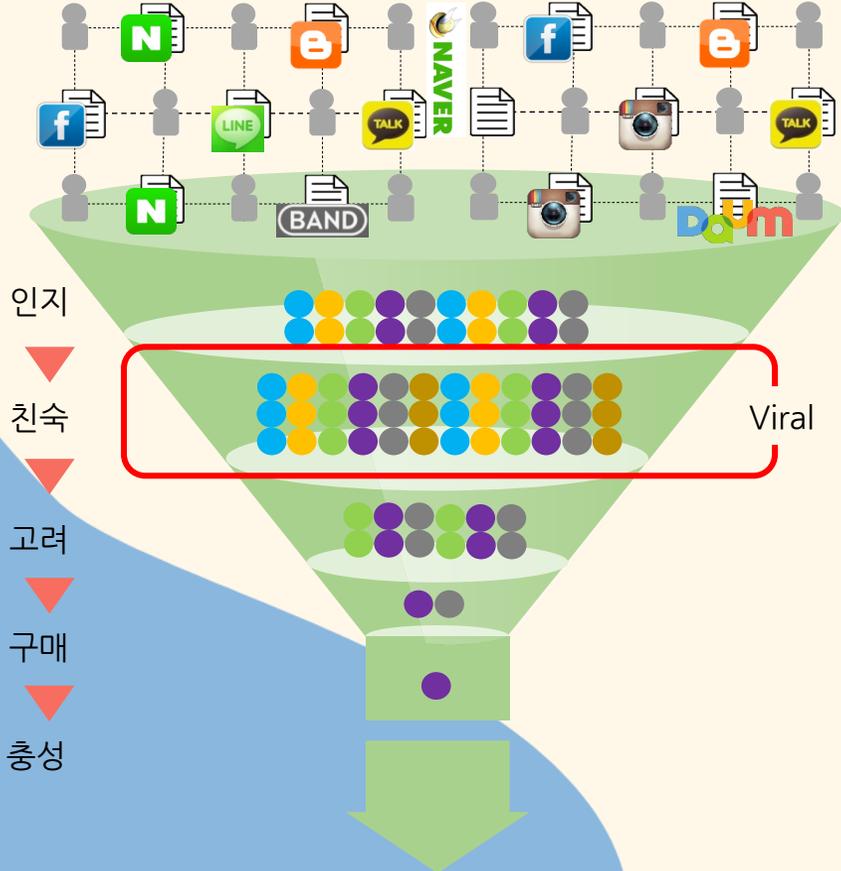
인지도

→ 높음

# Module 1. 디지털 마케팅에 대한 이해

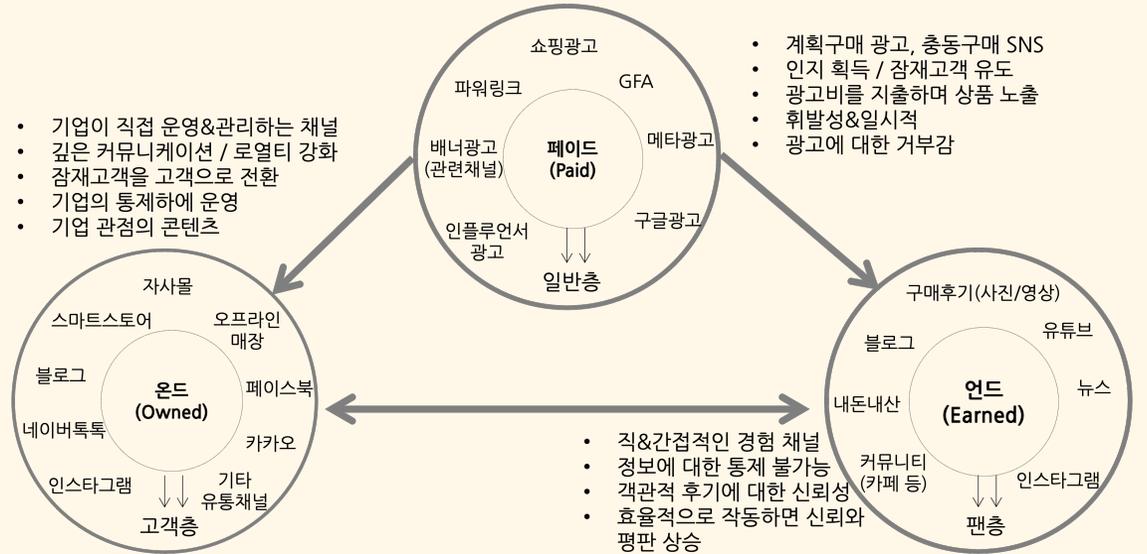
## 수업내용

- 디지털 마케팅이란 디지털 기술과 채널을 활용하여 제품이나 서비스를 홍보하고 판매를 촉진
- 채널별 특성을 이해하고, 타겟 고객에 맞는 전략을 수립하여 브랜드 인지도 제고, 리드 생성, 매출 증대와 같은 마케팅 목표를 설정



## 실습 내용

- 트리플 미디어(Triple Media) 관점에서 디지털 마케팅 실행전략 방안
- 목표고객을 페르소나로 도출 후 구매여정 상에서 마케팅 실행계획 도출

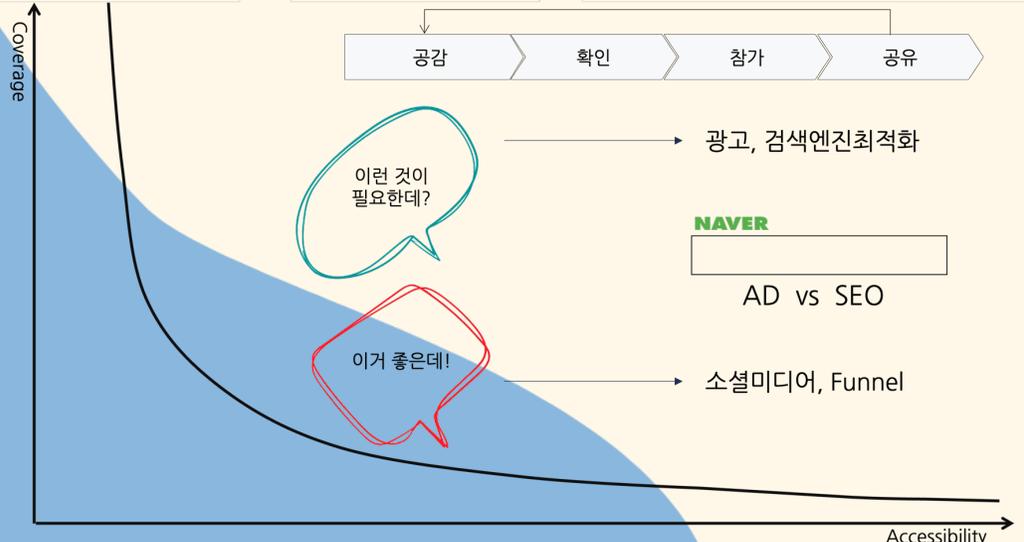
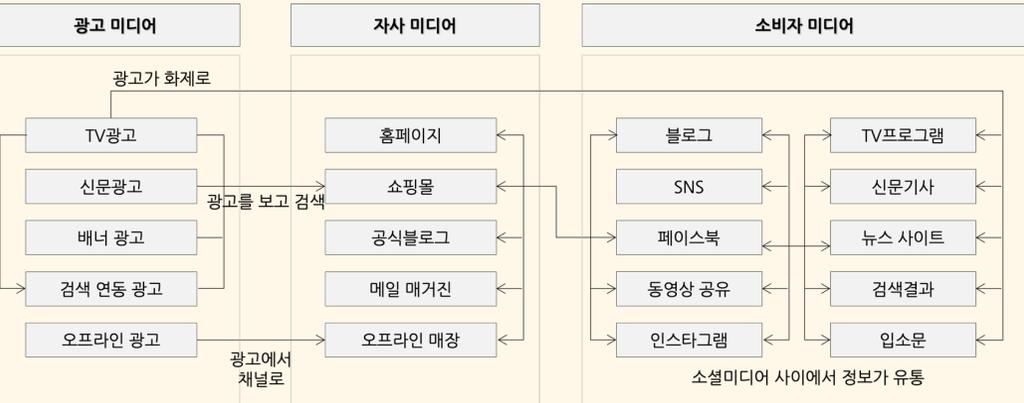


페르소나 프로필		* 효율적이고 스타일리시한 업무환경을 갖추고 있는 프로페셔널 *	
<p><b>기본 프로필</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>이름: 이준호</li> <li>나이: 31세</li> <li>성별: 남성</li> <li>거주지: 일산</li> <li>직업: IT 컨설턴트</li> <li>소득: 연간 약 6천만 원</li> </ul>	<p><b>고객 행동(Behavior):</b> 정보를 수집하고, 옵션을 비교하며, 정보에 기반한 구매 결정을 내리기 위해 다각적인 접근을 할</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 검색: 구글, 네이버 등의 검색엔진을 사용하여 모니터 앞에 대한 정보를 검색, 검색하는 키워드는 "모니터링 리뷰", "가성비 좋은 모니터" 등</li> <li>제품 리뷰 및 비교 사이트 방문: 리뷰 사이트, 제품 비교 플랫폼을 방문하여 다양한 모니터 양의 특징, 가격, 사용자 후기를 확인</li> <li>소셜 미디어 활용: 유튜브, 인스타그램, 블로그 등에서 모니터 양 관련 콘텐츠를 찾아 봄, 사용자의 실제 후기, 설치 방법, 제품 사용 전후의 차이 등에 주목</li> <li>자사몰 등 방문: 가격 비교, 배송 옵션, 구매 후 서비스 등을 고려하여 스마트스토어, 자사몰, 오픈마켓 등에서 구매를 결정</li> </ul>	<p><b>문제의 해결방안</b></p> <p><b>Problems:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>한편의적인 환경에서 여러 모니터를 효과적으로 사용하기 어려움</li> <li>장시간 컴퓨터 사용으로 인한 신체적 불편</li> </ul> <p><b>해결방안:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>제품 리뷰: 온라인 리뷰, 제품 비교 사이트, 사용자 후기 등 모니터 양을 탐색하고 평가</li> <li>기능성 평가: 조절 가능성, 인체공학적인 디자인, 설치의 용이성을 중점적으로 검토</li> <li>구매 및 설치: 선택한 모니터 양을 구매하고, 자신의 홈오피스에 맞춰 설치</li> </ul>	<p><b>세팅링 포인트</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>기능적 목적 및 인체공학 디자인:</b> 장시간 근무 시 목과 어깨의 통증을 줄여줌, 높이와 각도를 쉽게 조절할 수 있음.</li> <li>2. <b>효율적인 공간 활용:</b> 책상 위의 공간을 효율적으로 활용, 더 넓은 작업 영역을 보장</li> <li>3. <b>멀티태스킹 최적화:</b> 여러 화면을 동시에 효과적으로 관리할 수 있음.</li> <li>4. <b>내구성 및 신뢰성:</b> 고품질 재료, 견고한 한 디자인으로, 홈오피스 인테리어에 스타일과 조화를 더해줌.</li> <li>5. <b>스타일리시한 디자인:</b> 현대적이고 미니멀한 디자인으로, 홈오피스 인테리어에 스타일과 조화를 더해줌.</li> <li>6. <b>기업의 신뢰성, 3년 warranty, 용산 판매장, 파워링크, A/S센터 보유 등</b></li> </ol>
<p><b>페르소나 스토리</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>주로 집에서 원격 근무를 하며, 여러 프로젝트를 동시에 관리해야 하는 상황에서 효율적인 모니터 관리의 필요성을 느낌</li> <li>장시간 컴퓨터 작업으로 인한 목과 어깨의 불편함을 해결하고자 함</li> <li><b>Needs:</b> 멀티태스킹을 위해 효과적 모니터 활용, 업무 효율성을 높이고, 장시간 근무로 인한 불편함 최소화</li> <li><b>Want:</b> 홈오피스 최적화, 스타일리시하고 현대적인 작업 환경을 조성</li> <li><b>결정 요인:</b> 모니터 양의 조절성, 가격, 디자인, 제품의 내구성 및 브랜드 신뢰도</li> </ul>	<p><b>인식(Awareness)</b></p> <p>배경: 인식</p> <p>초기: 인식</p> <p>비교: 인식</p> <p>의사결정(Decision): 선택</p> <p>구매 후 (Post-Purchase): 평가 / 피드백 / 관계 구축</p>	<p><b>Thoughts &amp; Feelings</b></p> <p>Emotional Experience</p> <p>Phases of The Journey</p> <p>Customer Experience</p> <p>Touch Point</p>	<p>“저 모니터 양, 멋지네. 우리집에 설치하면 꽤 효율적으로 공간을 활용할 수 있을 것 같아. 공간이 넓어지면 더 집중해서 일할 수 있을 것 같아!”</p> <p>“연산마운트 제품이 좋아 보이긴 하는데, 가격대는 어떨까? 다른 브랜드와 비교해서 어떤 점이 더 낫지? 사용 후기도 확인해보았어. 내구성과 인체공학적인 설계가 정말 내 요구를 충족시킬까?”</p> <p>“연산마운트 제품 리뷰를 보니까 정말 만족스러워 보이네. 가격도 합리적이고, 필요한 기능을 다 갖춘 것 같아. 이 제품으로 결정할게!”</p> <p>“비슷비슷한데 연산마운트 제품이 그정도 만족스러워...?”</p> <p>“모니터 양을 설치하고 나니, 확실히 편하고 업무 효율성도 좋아졌어!”</p> <p>“모니터 양을 설치하고 나니, 확실히 편하고 업무 효율성도 좋아졌어!”</p> <p>“내 홈오피스가 완전히 달라졌어. 이런 선택을 한 걸 정말 만족스럽게 생각해.”</p> <p>“연산마운트 제품 리뷰와 비교를 통해 연산마운트 제품을 선택, 온라인으로 구매 절차를 진행</p> <p>“감정: 제품 선택에 대한 확신과 기대감을 느낌. 동시에 구매 결정에 대한 만족감과 안도감을 경험함</p> <p>“경험: 정보 탐색 결과를 바탕으로 연산마운트 제품을 선택, 온라인으로 구매 절차를 진행</p> <p>“감정: 제품 선택에 대한 확신과 기대감을 느낌. 동시에 구매 결정에 대한 만족감과 안도감을 경험함</p> <p>“리뷰 및 비교 사이트: 리뷰 사이트 등에서 제품의 특징, 가격, 사용자 후기</p> <p>“자사몰: 연산마운트 자사몰에서 제품 사양, 가격, 사용 방법 등의 상세 정보를 알람</p> <p>“온라인 광고: 소셜 미디어, 검색 결과 등을 통해 제품 인지도 상승</p> <p>“소셜 미디어: 인스타그램, 유튜브 등에서 제품의 체험을 통해 제품에 대한 관심이 증가</p> <p>“리뷰 및 비교 사이트: 리뷰 사이트 등에서 제품의 특징, 가격, 사용자 후기</p> <p>“자사몰: 연산마운트 자사몰에서 제품 사양, 가격, 사용 방법 등의 상세 정보를 알람</p> <p>“온라인 구매 채널: 스마트스토어, 자사몰에서 구매를 진행</p> <p>“배송 옵션, 결제 방법, 반품 정책 등을 고려</p> <p>“고객 서비스: 제품 관련 문의나 A/S 필요 시 고객 서비스와의 상호작용</p> <p>“후속 커뮤니케이션: 이메일 뉴스레터, SMS, 소셜 미디어 업데이트를 통해 제품 사용법, 새로운 제품 정보 등 제공</p>

# Module 2. 고객유입 방안(계획구매, 총동구매)

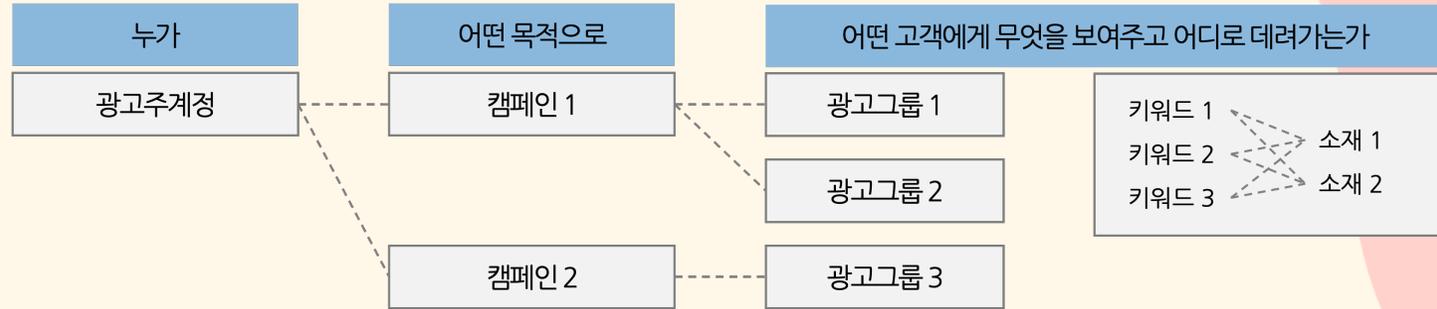
## 수업내용

- 계획구매 관점에서 검색엔진최적화(SEO)와 광고 활용방안, 총동구매 관점에서 퍼널(Funnel) 중심의 SNS 콘텐츠 운영방안 학습



## 실습 내용

- 소비자키워드조사 바탕으로 검색엔진최적화(SOE)
- 계획 구매채널로 검색광고, 총동구매 채널로 SNS를 활용한 고객유입방안 등



시기	네이버(포털)	페이스북(인스타그램)	구글(유튜브)	다음(카카오)	기타
1개월~3개월	50%	30%	10%	10%	
4개월~6개월	40%	30%	20%	10%	
7개월~9개월	40%	20%	30%	10%	
10개월~12개월	40%	20%	20%	10%	10%

**NAVER**

계획구매채널로서 네이버 파워 링크, 쇼핑광고 등 활용  
총동구매 채널로 네이버성과형 디스플레이광고 집행

**facebook Instagram**

총동구매 채널로서 페이스북과 인스타그램 광고 집행  
관심사 기반으로 광고를 집행한 후 유사타겟으로 확장하여 광고 집행.

**Google**

유튜브의 경우 관심사 중심으로 타겟팅 광고를 집행  
구글 광고의 경우 홈페이지 방문자를 맞춤 타겟팅 후 유사고객으로 확장하는 리타겟팅 광고를 집행함.

**Dalim**

카카오, 다음 등 기타로 분류되는 채널에 광고를 집행,

# Module 3. 구매전환, 재구매, 성과측정 방안

## 수업내용

- 구매 전환에 영향을 미치는 상세설명, 사회적 증거(구매후기), 만든 사람의 신뢰성, 가격, 이벤트 등
- 이벤트(프로모션)를 활용한 재구매 활성화 방안 등

## 실습 내용

- 구매전환을 높이는 상세설명 스토리 구성
- 스토리를 바탕으로 상세페이지 제작 실습(Canva 등 활용)

상세설명 구성	작성 내용
탄생 스토리	
상품 스토리	
차별점	
판매자의 신뢰성	
사회적 증거	
환불 정책 등	
필수정보 표시	
기타	

The collage displays various digital marketing assets:

- Organic Serum Product Page:** Features a smartphone displaying a product page for 'ORGANIC SERUM' with a 'BEST SELLER PRODUCT' badge. The page lists benefits: 'Clean the skin pores', 'Helps keep skin hydrated', 'Protects skin from sun damage', and 'Fights signs of skin aging'. A 'SHOP NOW' button is visible.
- New Collection Product Page:** Promotes a 'NEW COLLECTION' of clothing in sizes XS, S, M, L, XL. It includes a 'FOR EVERY DAY' tag and a 'SWIPE UP TO SHOP' button.
- Very Relaxed Furniture Product Page:** Advertisises 'MODERN FURNITURE' with the theme 'VERY RELAXED'. It features a chair image, a 'SALE PRICE \$220' badge, and a 'SHOP NOW' button.
- Skincare Benefits Product Page:** Focuses on 'Skincare BENEFITS' with a central image of a serum bottle. Benefits listed include 'Improved Skin Hydration', 'Better Skin Condition', 'Feel More Confident', 'Slows Down Aging', 'Moisturizing Skin', and 'Brighten Skin'. The brand is '@reallygreatsite'.
- Cotton Suitwear Product Page:** Promotes 'COTTON SUITWEAR' with a '1 Over volume', '2 On full points of view', and '3 On Top of denim. Always a plan' tagline. It includes a 'SHOP NOW' button.
- Minimalist Furniture Product Page:** Advertisises 'minimalist furniture' by 'LABANK, INC.'. It features a white chair image, 'PRODUCT FEATURES' (ELEGANT STYLE, HIGH-QUALITY MATERIALS, EASY MAINTENANCE), and a 'ONLY FOR: \$22.00' badge.
- Digital Marketing Course Thumbnail:** Titled '4종 세트 디지털 마케팅 레볼루션 + 생성형 AI, 전용 GPTs 활용 디지털 마케팅 실습'. It lists course contents: 01. 저자 강의(VOD, 3개월), 02. 출간도서(종이책) 배송(택배), 03. 강의교안과 참고자료(PDF), 04. 생성형 AI, GPTs 활용 실습.
- Successful Shopping Business Plan Course Thumbnail:** Titled '4종 세트 성공하는 쇼핑몰 사업계획서 + 생성형 AI, 전용 GPTs 활용 사업계획서 실습'. It lists course contents: 01. 저자 강의(VOD, 3개월), 02. 출간도서(종이책) 배송(택배), 03. 강의교안과 참고자료(PDF), 04. 생성형 AI, GPTs 활용 실습.
- Business Model Usage Manual Course Thumbnail:** Titled '4종 세트 비즈니스모델 사용설명서 + 생성형 AI, 전용 GPTs 활용 비즈니스모델 실습'. It lists course contents: 01. 저자 강의(VOD, 3개월), 02. 출간도서(종이책) 배송(택배), 03. 강의교안과 참고자료(PDF), 04. 생성형 AI, GPTs 활용 실습.

강사  
은종성입니다



(현)주식회사 비즈웹코리아 대표이사 / 도서출판 책길 대표 / INTERVIEWER 대표

학력 : 경영학 박사(마케팅 전공), 창업학석사(대한민국 최초), 공학사(산업공학)

강의 : 3,000회 이상 기업/기관/ 대학 등에서 강의(특강) 진행

- 삼성그룹(전자, 카드, 멀티캠퍼스, 웰니스 등), LG그룹(인화원, 디스플레이 등), SK그룹 (SKT, SKB, 플래닛 등), 네이버(창업캠프), CJ그룹, 금호그룹(타이어프로), 대한제분그룹 포르쉐코리아, KEA, 교보문고 북모닝 CEO, 한국관광공사, 중소벤처기업부 등

컨설팅 : 500개 기업 이상 컨설팅 수행(비즈니스모델, 마케팅 등)

자격 : 경영지도사(중소벤처기업부), 품질관리기사, 정보처리기사 등 10여종

저서 : <비즈니스모델 사용설명서> <취향과 경험을 판매합니다> <창업실무>

<디지털 마케팅 레볼루션> <마케팅의 정석> <성공하는 쇼핑몰 사업계획서>

<비즈니스모델을 혁신하는 5가지 길> 등 16권 도서집필(공저포함)

