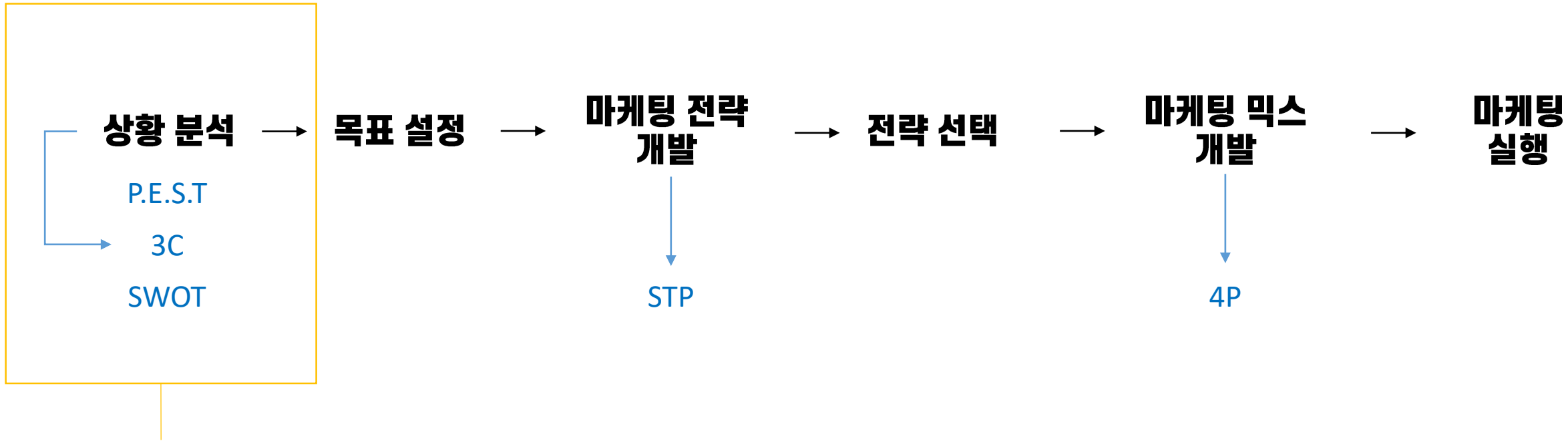
MARKETING STUDY

MARKETING PROCESS 및 TOOL 이해

작성자 : 사색하는 마케터 보계

마케팅 프로세스

리서치의 영역



시장조사 (Research)의 영역

리서치 리포트의 핵심이 되는 부분

마케팅 TOOL

P.E.S.T

Political (정치), Economics (경제), Social (사회), Technological (기술) 방면으로 분석하는 기법

Political (정치)
- 정부의 방침은 시장 환경에 큰 영향을 줌

EX)
정치이념, 정책노선, 개혁정책, 지원정책,
무역장벽, 조세, 특허

Economics (경제)
- 경제 상황은 기업의 의사결정에 영향

EX)
국제경제상황, 경기주기, 인플레이션,
디플레이션, 금융시장 변화, 임금수준

Social (사회)
- 사회적 흐름은 기업 의사결정에 영향

EX)
라이프스타일, 환경보호, 소비문화, 노동조합,
시민단체 활동

Technological (기술)
- 기술 투자와 품질, 비용 및 혁신에 영향

EX)
정보기술 및 신기술 도입, 기술혁신,
전자상거래 기술, 기술 개발 관련 정책

⇒ 위와 같은 요소는 거시환경(기업이 컨트롤할 수 없는 외적인 흐름)에 해당

⇒ 시장성을 따지는 단계 중 가장 먼저 해야 하는 분석이 P.E.S.T 분석

마케팅 TOOL

P.E.S.T 예시

lot 헬스케어 기반 기업 분석 예시

Political (정치)

- 미국 정부의 PHIT Workforce Program 7,500만 달러 투자
: 미국의 공중보건 기술(IT)노력 강화, COVID-19 데이터 수집 개선

- 미국 정부의 **활발한 디지털 헬스 부문 투자**
: 2021년 상반기 총 372건의 디지털 헬스 부문 투자, 평균 투자 금액 3,960만 달러

Economics (경제)

- 미국 내 스마트 의료 시장에 대한 **글로벌 기업들의 투자**
:GE (GE Healthcare), 퀄컴(Qualcomm), 허니웰(Honeywell) 등의 글로벌 기업들의 주도하에 진행되는 대규모의 펀드 자금 투자

- 인플레이션으로 인한 **하드웨어, 장비 및 서비스 이용의 가격 인상**

- 임금 인상으로 인해 **데이터 소프트웨어 업체들의 계약 비용 증가**

Social (사회)

- 코로나 19 이후 건강에 대한 **셀프 건강관리를 중시하는 사회 분위기 형성**
: 미국의 건강 관련 피트니스 및 홈케어가 급성장중

- 코로나19를 계기로 비대면 진료와 홈케어 서비스 등 디지털화가 급속히 진행하여 **고령층의 디지털 정보화 수준이 높아짐**

Technological (기술)

- lot 기반 **스마트병원**이 확장되고 있음
: 미국 스마트병원 시장규모는 2025년까지 연평균 21.5%의 성장률을 보이며, 2025년 예상 시장규모는 77억 2,996만 달러에 달할 전망
: 전세계 상위 스마트병원 20개 중 15개의 병원이 미국 소재

- lot의 기술이 전반적으로 쓰이는 **스마트시티 개발이 계속되고 있음**
: 공개적으로 발표된 모든 lot 프로젝트의 1/5 이상이 '스마트시티'이며, 대부분(43%)는 북미에서 발표된다.

마케팅 TOOL

3C

Customer (소비자), Competitor (경쟁자), Company (회사) 방면으로 현 상황을 분석하는 기법

Customer (소비자)

- 고객이 원하는 필요와 욕구 파악
- 시장 동향 파악
- 고객 (표적시장) 파악

EX)
최근 시장 동향은 어떠한가?
목표하는 시장의 고객니즈는 무엇인가?
잠재고객은 누구인가?

Competitor (경쟁자)

- 경쟁사의 미래 전략 파악
- 경쟁 우위/열위 파악
- 경쟁사의 기업사명과 목표 파악

EX)
경쟁사 수는?
업계 1위 기업은 어디고 요인은 무엇?
매출, 시장점유율, 고객층은?

Company (회사)

- 자사의 마케팅 전략
- 자사의 강/약점
- 자사의 경쟁우위
- 자사의 기업 사명
- 자사의 목표

EX)
총 매출, 수익성, 시장점유율은 어떠한가?
집중전략이나 차별화할 수 있는 부분은?
인재, 자본, 기술력 등의 강점 및 약점은 무엇?

SWOT

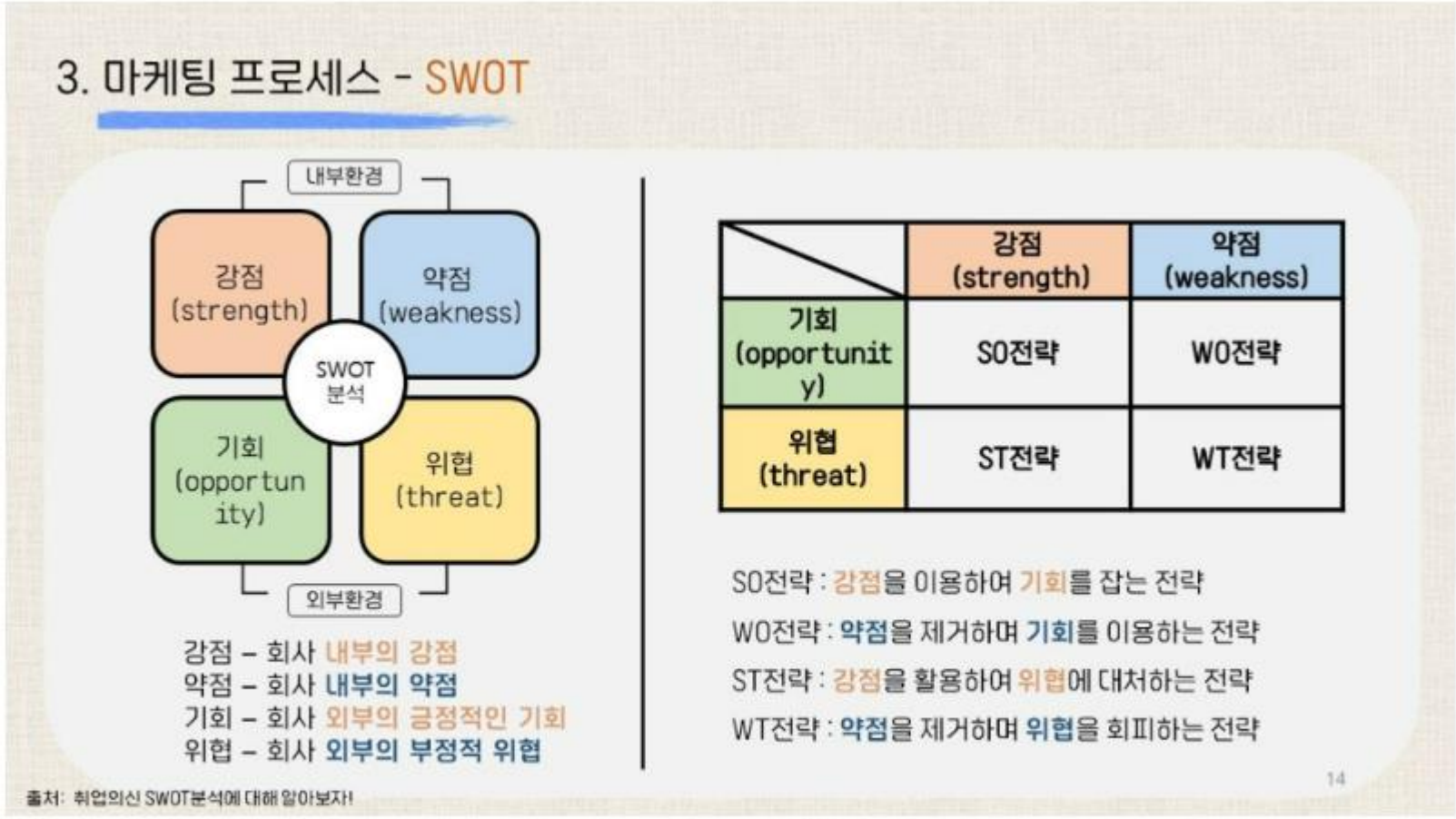
⇒ 고객/자사/경쟁사 간의 관계에 대해 파악 가능

⇒ 그 중, 자사에 포인트를 맞추어 완벽히 분석하는 것이 SWOT

마케팅 TOOL

SWOT

자사의 강점, 약점, 기회, 위협을 파악하여 마케팅 전략 수립

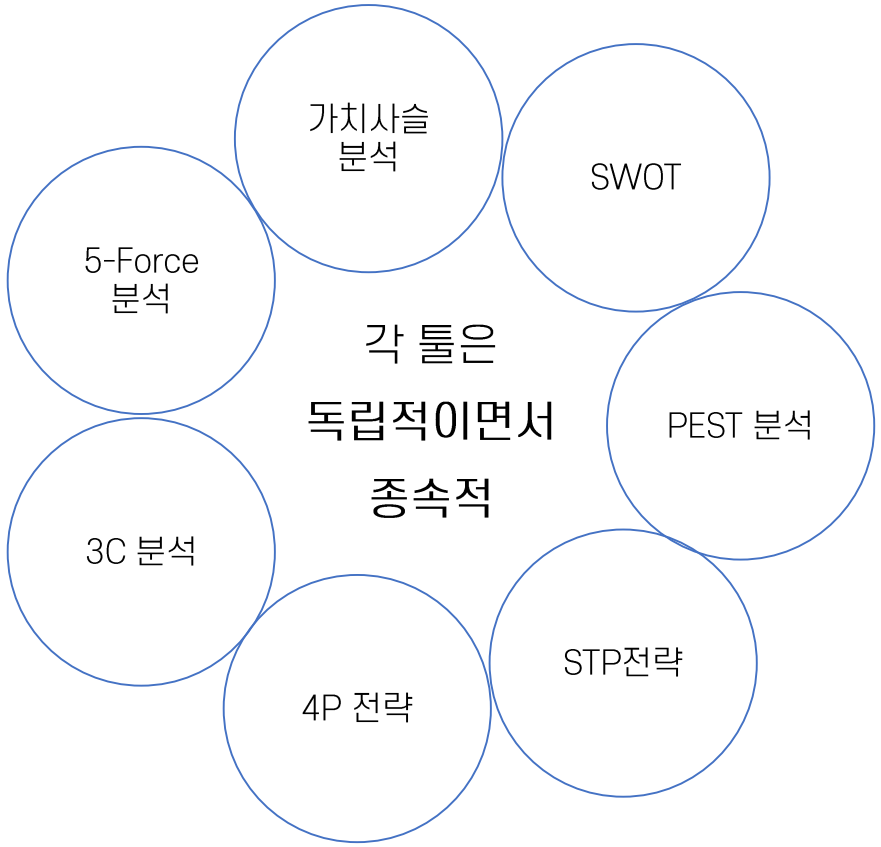


다음은 SWOT 분석입니다. 이것 역시 진포럼 블로그 구독자라면 모를 수 없는 분석 기법이죠~ ㅎㅎ

자사의 강점, 약점, 기회, 위협을 파악하여 이를 통해 마케팅 전략을 세우는 기법입니다.

마케팅 FRAME WORK의 관계성

P.E.S.T vs 3C vs SWOT



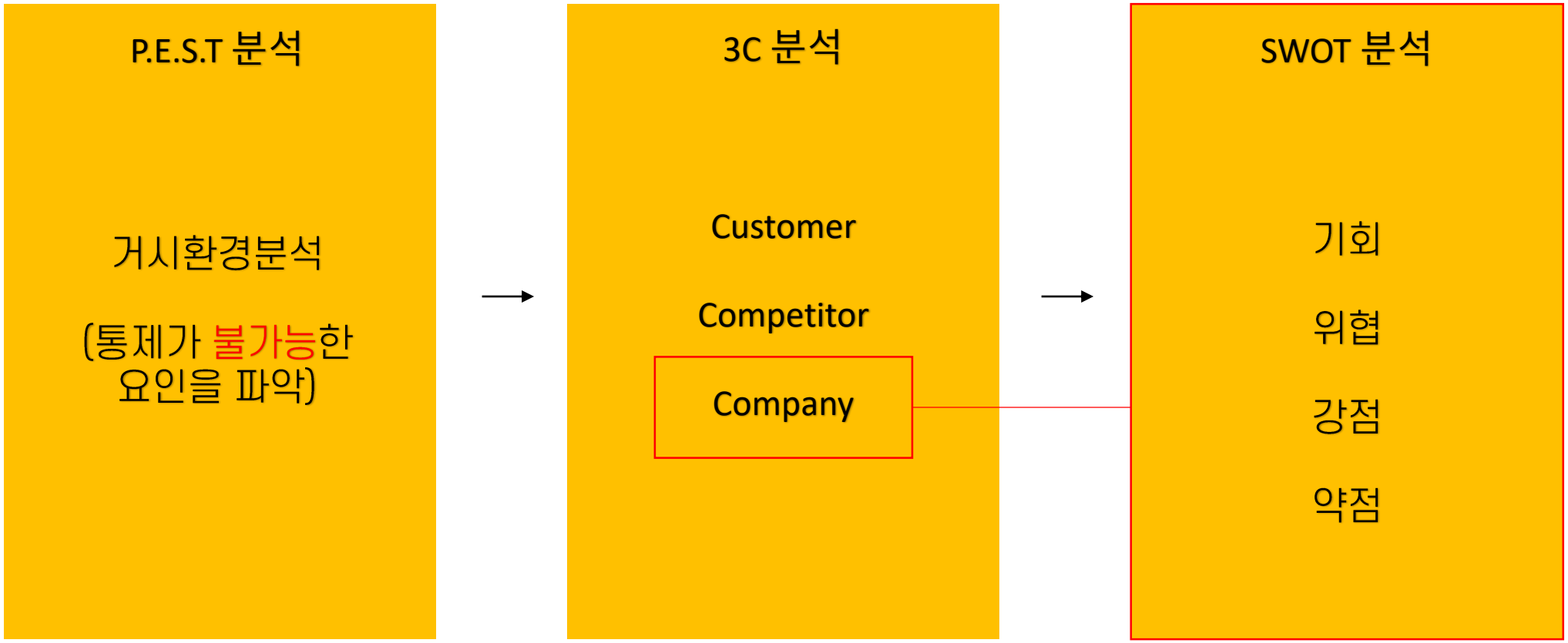
⇒ 5-Force 분석, PEST 분석, 3C분석, 가치사슬분석, SWOT분석, STP전략, 4P전략 등 다양한 프레임 워크가 존재

⇒ 프레임워크는 독립적이면서도 종속적인 관계

⇒ 이러한 연계관계를 잘 이해해야 자유롭게 활용 가능

마케팅 FRAME WORK 관계성

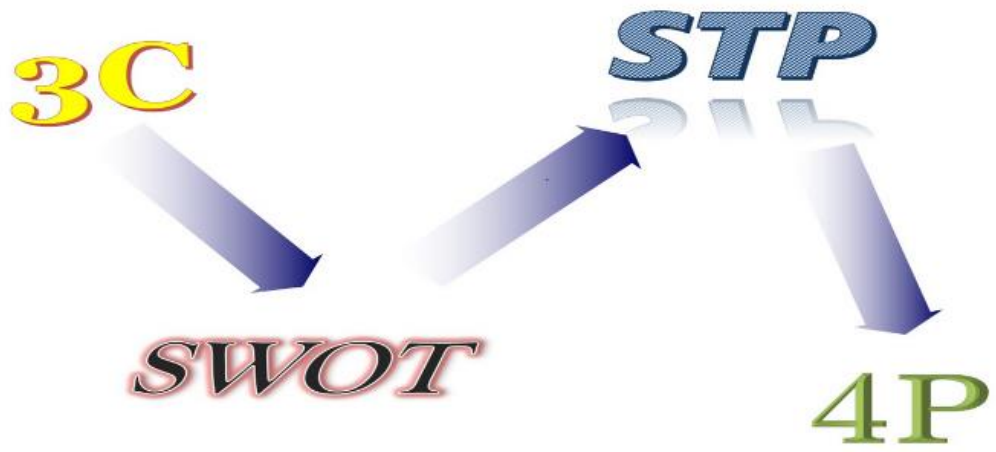
P.E.S.T vs 3C vs SWOT



⇒ 거시환경으로 통제 불가능한 요인 파악 후, 기업 내/외부 분석, 최종적으로 전략을 도출하기 위한 SWOT 분석 순서로 리서치 진행

마케팅 리서치 프로세스

전체적인 FLOW 추천



⇒ SWOT의 전략을 바탕으로 마케팅 전략 개발, 마케팅 믹스 개발

⇒ 상황에 따라 맞는 전략 툴 사용 권장