

판매촉진 전략의 활용

모바일 링크 코리아
이사 박상혁

24시간 내내 30cm 이내에 존재하는
강력한 밀착형 미디어



주머니나 가방에 항상 들고 다니는 것은 무엇인가?
- 휴대폰 (73%) , 돈(12%), 열쇠(6%) , 기타(6%)

없으면 불안한 것은?
- 휴대폰(73%) , 돈 또는 카드(27%), 기타(1%)

고객관계를 형성할 수 있는 툴을 최대한 활용하라

Brand = Experience



휴대폰을 통한 모바일 마케팅 툴은 고객에게 브랜드에 대한 상호 인터랙티브한
체험과 커뮤니케이션 채널을 제공함으로써 고객의 브랜드 충성도 강화

구매 촉진 전략, 크로스 미디어

누가 구매 시점에서 소비자와 커뮤니케이션 할 수 있는가?

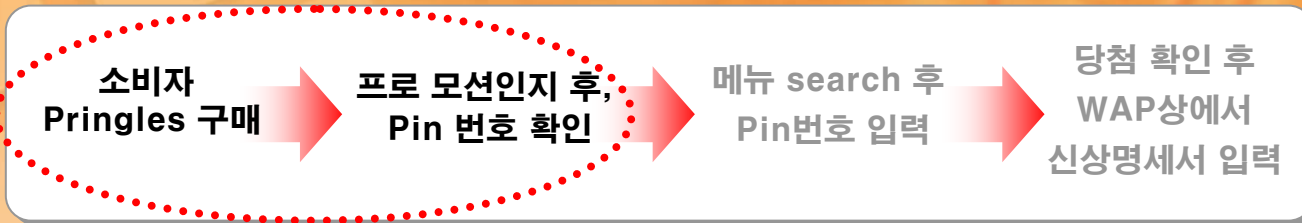


기존의 구축된 브랜드 인지도를 현장의 구매로 이끄는 가장 가까운 미디어

소비자의 최후 의사 결정을 유도하는 마케팅 전략은 모바일 영역까지 강화 되어야 합니다.

“ Pringles 먹고 경품도 타고 ”

모바일 마케팅을 활용한 PRINGLES 매출 증대



- 2005년 4월 – 11월 진행
- PIN No. 활용한 경품 프로모션
- PACKAGE 상의 경품 및 응모방법 고지
- **특번을 활용한 소비자 응모 유도
- 중복응모 방지 위한 열처리된 SCRATCH 응모법 도입

Target age : 13 ~ 29 (Core Target age : 13 ~ 24)

- 편의점을 즐겨 이용하는 연령

<프링글스 캔 인쇄 이미지>

“ Pringles 먹고 경품도 타고 ”

모바일 마케팅을 활용한 PRINGLES 매출 증대



- 구매고객의 **4242 활용한 이벤트 응모
- 1개월 평균 방문자 : 50만명
- 1개월 평균 응모자 : 28만명
- 새로운 마케팅 도입에 대한 광고주의 높은 만족도
- 광고주의 다른 브랜드에 모바일 마케팅 적극 도입 예정

Target age : 13 ~ 29 (Core Target age : 13 ~ 24)

- 편의점을 즐겨 이용하는 연령

“ GS칼텍스 스마트 카드 발급 받고,
주유 시 적립에 이벤트 당첨 까지~ ”

경품 이벤트 통한 스마트카드 신규 발급 및 사용 유도

스마트카드로 주유하시면 **상품권 100만원, 주유할인, 보너스포인트 10배 적립 등 100% 당첨 경품**을 드립니다

행사기간 : 2005. 5.23 ~ 7.10 | 관련문의 : www.KSCX.co.kr

대상카드 : GS칼텍스 스마트카드 전체 (구 LG카드 스마트카드 포함)
스마트카드란? 좌측 가운데에 금색 IC칩이 있는 카드

행사1 스마트카드로 주유하셨나요? 카드 명수증의 경품 당첨 내역을 확인하세요.

- 1등 - GS칼텍스 주유상품권 100만원 (10명, 저세금과금 당첨자 부담)
- 2등 - GS칼텍스 주유대금 1만원 할인 (1,000명)
- 3등 - GS칼텍스 주유대금 5천원 할인 (10,000명)
- 4등 - GS칼텍스 보너스 포인트 10배 적립 (100,000명)
- 5등 - GS칼텍스 보너스 포인트 2배 적립 (그 외 모든 고객)

행사2 카드사별로 또 한번의 푸짐한 경품 행운이 기다리고 있습니다.
(행사기간 : 2005. 5.23 ~ 7.10 행사문의 : www.KSCX.co.kr 또는 휴대폰 열쇠 **5172+ 통화)

<p>KB카드</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트카드 발급 고객 대상 상품권 80명 추첨 (합금 후 100만원 및 상품권 등 경품 지급) 스마트카드 사용 고객 대상 상품권 100명 추첨 (내리계이전, 상품권 등 경품 지급) 	<p>LG카드</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트카드 발급 고객 중 340명 추첨 상품권 지급 (행사기간 중 GS칼텍스 1회 이상 사용 고객에 한함) 스마트카드 사용 고객 중 340명 추첨 상품권 지급 (행사기간 중 GS칼텍스 1회 이상 사용 및 카드 사용에 10만원 이상 고객에 한함)
<p>신한카드</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트카드 발급 고객 대상 보너스 포인트 5천명 지급 (합금 후 1회 이상 사용, 인터넷 신규 신청 고객에 한함) 스마트카드 사용 고객 중 300명 추첨 경품 지급 	<p>신한카드</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트카드 발급 고객 대상 GS칼텍스 주유할인권 5천원 지급(신규 신청 고객에 한함) 스마트카드 사용 고객 중 130명 추첨 경품 제공 (행사기간 내 30만원 이상 사용후 정상 결제 고객에 한함)
<p>비씨카드</p> <ul style="list-style-type: none"> 스마트카드 발급 고객 중 500명 추첨 상품권 지급 (합금 후 1회 이상 사용후 고객에 한함) 	

* 상기 이벤트는 제후연세 사정으로 변경될 수 있습니다.

- 2005년 5월 - 7월 진행
- 주유소 방문 고객만을 대상으로 진행
- 4대 매체를 통한 대규모 광고 SUPPORT 없이 진행
- 주유소 내 BANNER 활용한 이벤트 고지
- 고객 판촉물 통한 이벤트 내용 세부 고지
- 영수증 활용한 스마트카드 홍보

Target age : 25~45 (Core Target age : 30~40)

- 신용카드 발급이 가능한 주유소를 자주 이용하는 연령

“ GS칼텍스 스마트 카드 발급 받고,
주유 시 적립에 이벤트 당첨 까지~ ”

경품 이벤트 통한 스마트카드 신규 발급 및 사용 유도



네이트-MoA 화면

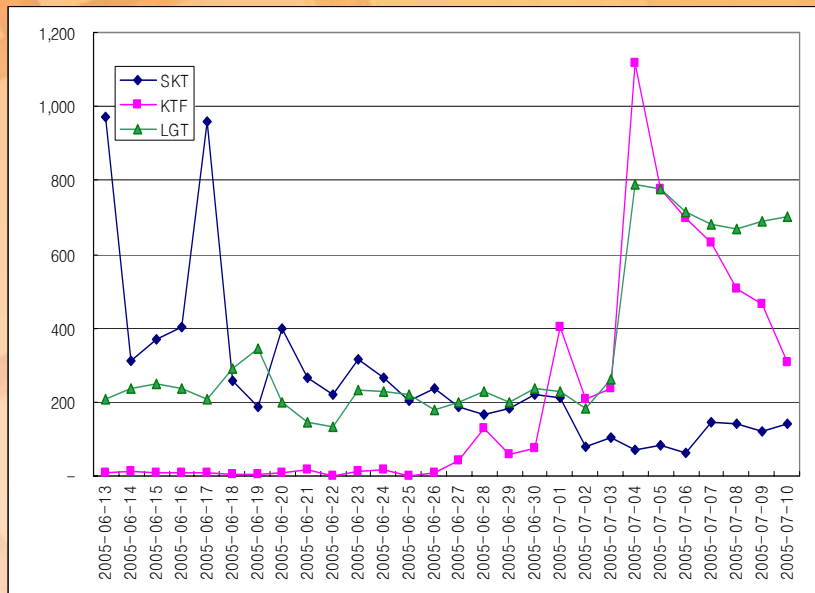


**5172 접속화면

- 2005년 5월 - 7월 진행
- 주유소 방문 고객만을 대상으로 진행
- 4대 매체를 통한 대규모 광고 SUPPORT 없이 진행
- 주유소 내 BANNER 활용한 이벤트 고지
- 고객 판촉물 통한 이벤트 내용 세부 고지
- 영수증 활용한 스마트카드 홍보
- **5172를 통한 고객 응모 유도
- LGT 공짜할인정보, SKT MoA, KTF 보물찾기 등의 WAP PAGE 및 동영상 광고 활용

“ GS칼텍스 스마트 카드 발급 받고,
주유 시 적립에 이벤트 당첨 까지~ ”

경품 이벤트 통한 스마트카드 신규 발급 및 사용 유도



- 50일간 총 22,721명 방문
- 50일간 총 13,801명 응모
- 모바일 및 주유소 방문고객만을 대상으로 진행된 모바일 중심 프로모션
- NATE MoA 발송 및 KTF와 LGT를 통한 모바일 BANNER 운영 직후 3사 공히 높은 접속을 보임
- 모바일 BANNER 및 동영상 광고의 높은 효과 증명

Target age : 25~45 (Core Target age : 30~40)

- 신용카드 발급이 가능한 주유소를 자주 이용하는 연령

SKY PCS LGT 런칭 이벤트



“갖고 싶은 휴대폰 SKY 이제 LG텔레콤에서 만나세요”

단말 구매 대상군 추출 SMS AD 발송

1차 발송 : 9월 2주차 14세~33세 대상

2차 발송 : 9월 2주차 18세~25세 대상

3차 발송 : 9월 3주차 단말 교체 타겟 중 14세~33세 대상

4차 발송 : 9월 3주차 단말 교체 타겟 중 18세~25세 대상

Target age :14~33 (Core Target age : 18~25)

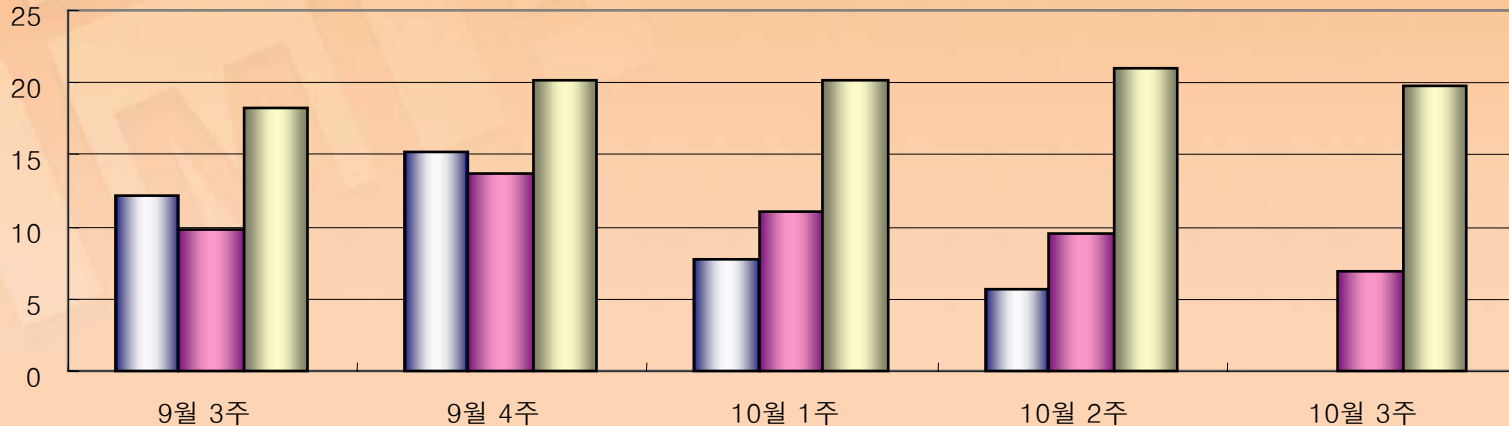
- 신규 폰에 대한 수요가 예상 되는 LGT이용고객

SKY PCS LGT 런칭 이벤트



“꿈꾸세요 200만화소, MP3, 뱅크온을 품나는 스카يفون으로~!”

기간별 IM-8500L 의 판매 점유율 변화



Target age : 14~33 (Core Target age : 18~25)

- 신규 폰에 대한 수요가 예상 되는 LGT이용고객