Marcetto

디지털 마케팅 서비스 모델

The ultimate value comes from great contents

(주)마르케또

디지털 마케팅 서비스

디지털 마케팅 플로우

디지털 마케팅 서비스는 크게 4개 영역이며 고객 필요에 따라 선택적으로 이용할 수 있습니다.

① 마케팅 인프라 최적화 (Stage One) → ② 콘텐츠 마케팅 (Stage Two) → ③ 광고 기획 & 실행 (Stage Three) → ④ 분석 & 개선 (Stage Four)



- 웹사이트 건강도
- 검색 최적화
- 웹사이트 모니터링
- 분석 및 개선



- 시장.고객 분석
- 콘텐츠 분석.기획
- 콘텐츠 개발
- 콘텐츠 개시.운영



- 광고 대상. 목표 선정
- 광고 콘텐츠 기획.개발
- 광고 게시 및 운영
- 분석 및 리마케팅



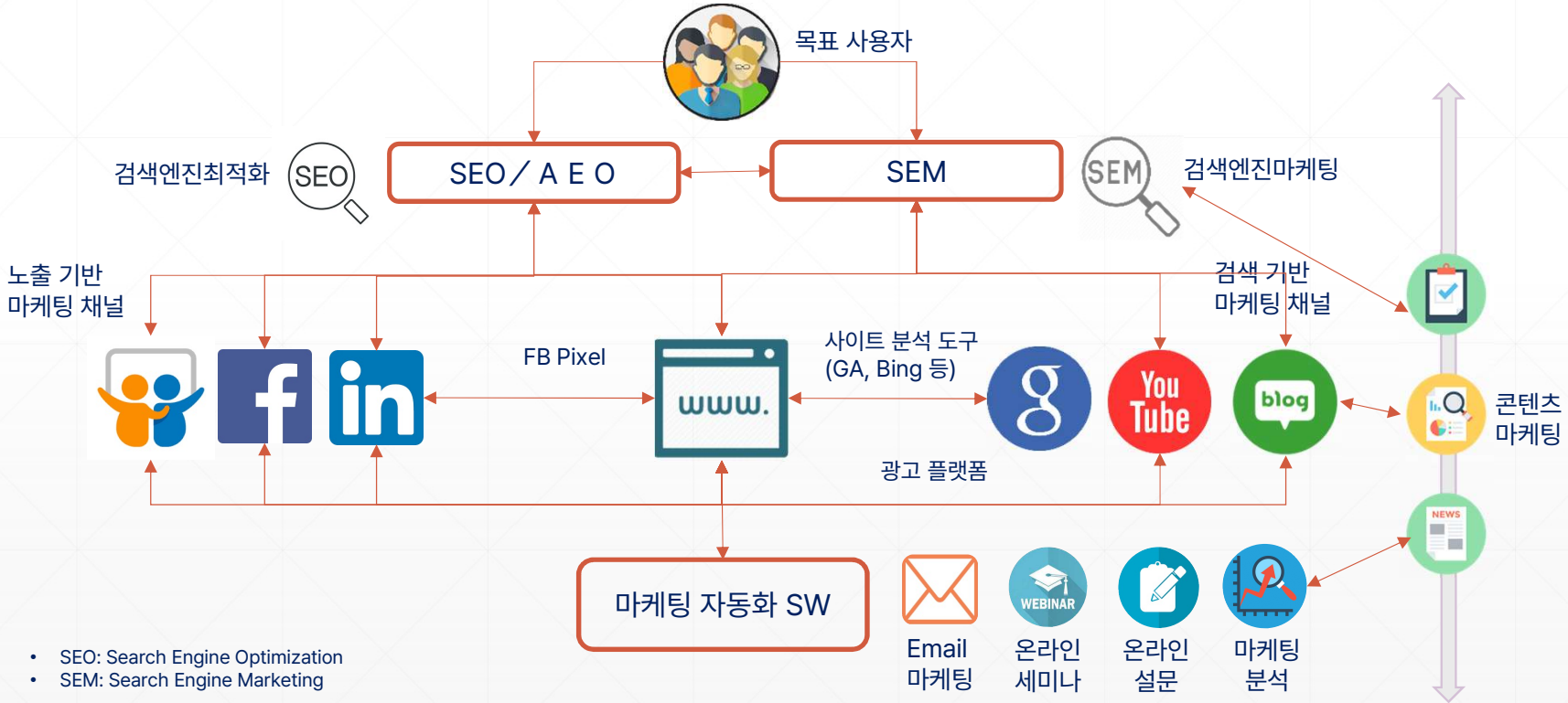
- 콘텐츠 마케팅 결과 분석
- 광고 진행. 결과 분석
- 주요 이슈 및 문제 파악
- 개선 방안 도출 및 작업

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage One: 마케팅 인프라 최적화

디지털 마케팅 인프라

디지털 마케팅 1단계 작업은 마케팅 인프라 현황 파악과 최적화입니다.



- SEO: Search Engine Optimization
- SEM: Search Engine Marketing

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage One: 마케팅 인프라 최적화

웹사이트 분석 및 최적화

웹 사이트 및 주요 채널 분석을 위한 주요 작업은 다음과 같습니다:

① 웹사이트 건강도



- 웹사이트 구조
- 웹사이트 기능
- 콘텐츠 구성
- 구조적 이슈..

② 검색 최적화



- 검색 최적화 수준
- 키워드 관리
- 태그 구조/관리
- 콘텐츠 SEO 관리

③ 모니터링



- 웹사이트 모니터링
- 트래픽 유입 현황
- 방문자 행동 분석
- 키워드 현황 분석

④ 분석 & 개선

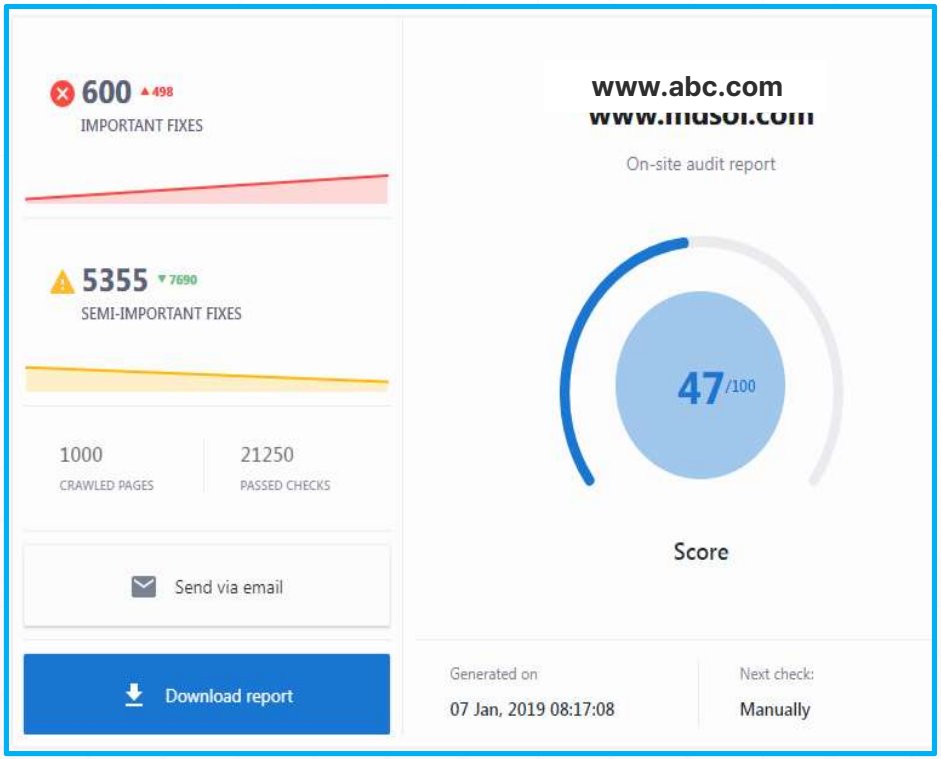


- 모니터링 결과 분석
- 문제점 및 이슈 도출
- 우선순위 설정
- 개선 방안 도출

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage One

- 웹사이트 건강도 분석
  - 웹사이트 구조적 건강도를 분석하고 개선 요소들을 찾아내는 작업
  - 우측 자료는 분석 툴을 이용해 www.abc.com 사이트를 분석한 내용입니다. 기술적 점수는 높지 않지만, 사용자 관점에서 사용에 불편이 없는 구성도가 높은 사이트입니다.
  - 파악된 주요 문제 및 이슈의 중요도나 심각성을 고려해 개선 작업을 진행할 수 있습니다.



© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage One

키워드 & 트래픽 분석(http://www.abc.com)

아래는 가상 웹사이트에서 추출한 키워드 트래픽 현황과 abc.com 사이트로 유입되는 현황을 분석한 도표입니다.

선정된 키워드 중에는 '바이오마커'가 사용자들이 가장 많이 검색하는 단어입니다.

'바이오마커'를 검색한 사용자 트래픽 중 abc.com 으로 유입되는 비율은 100위 이하라 순위가 표기되지 않습니다.

이 키워드는 abc.com에서 임의로 추출한 단어입니다.

Keyword	URL	▼ Search Vol.	Competition	Results	09 Jan	10 Jan
바이오마커		320	0.00	16.3M	-	-
ePRO		90	0.00	3.6M	1	1
메디데이터		90	0.14	2.9M	1	1
mhealth		50	0.01	2.7M	-	-
rave edc		10	0.00	7.2M	1	1
Rave ecoa		0	0.00	12.2K	1	1
클리니컬클라우드	2	0	0.00	0	2	4 ▼2
임상시험데이터		0	0.00	1.3M	2	3 ▼1

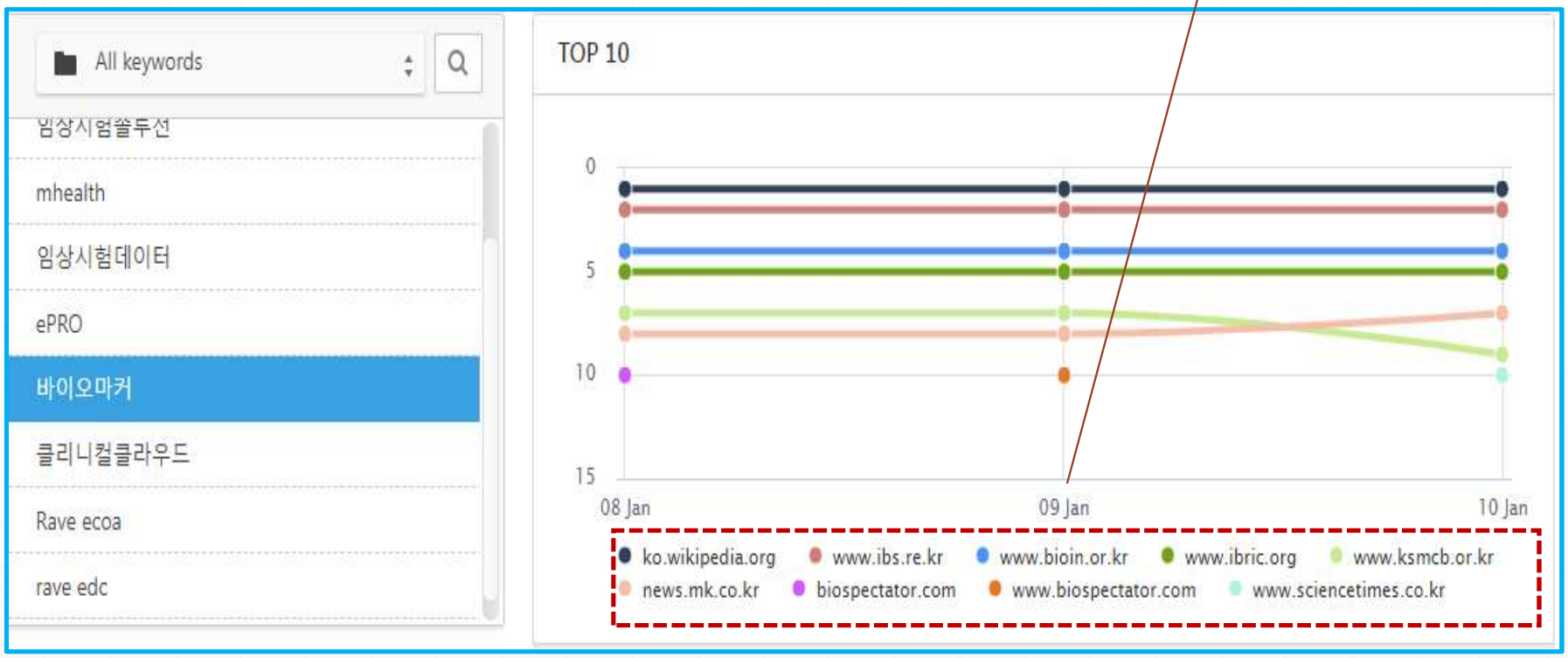
© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage One

키워드 (바이오마커) 경쟁사 분석

사용자가'바이오마커'로 검색했을 때 트래픽이 유입되는 상위 10개 사이트입니다.

'바이오마커'로 검색 시 트래픽이 유입되는 상위 10개 사이트입니다.



© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage Two: 콘텐츠 마케팅

콘텐츠 마케팅

앞서 진행한 키워드 및 트래픽 분석 결과를 토대로 콘텐츠를 개발해 진행합니다. 예제로 '바이오마커'키워드를 이용해 블로그, eDM 및 광고 콘텐츠를 제작합니다.

① 콘텐츠 마케팅 목표



- 대상 제품 선택
- 마케팅 목표 설정
- 목표 시장.고객 분석
- 목표 채널 설정

② 콘텐츠 마케팅 분석 및 기획



- 콘텐츠 사이클 구성
- 콘텐츠 구성.메시지
- 콘텐츠 범위.형식 설정
- 키워드 전략 설정

③ 콘텐츠 개발 및 최적화



- 콘텐츠 개발. 리뷰
- 메시지.키워드 점검
- 채널별 최적화

④ 콘텐츠 게시 및 운영



- 채널별 게시.동기화
- 현황 모니터링
- 현황 분석 작업
- 문제점.이슈 파악

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage Two

채널별 최적화

콘텐트 마케팅은 시장과 고객 특성, 채널별 특성 및 채널 정책을 고려하여 기획.개발하고 운영합니다.



- 핵심 비즈니스 주제
- 가망 고객/ 영업기회 발굴
- 지속성/ 연계성 확보 필요
- 다른 채널과 연계 분석

- 콘텐트 마케팅 출발점
- 포괄적 콘텐트 제공
- 고객 관계 수립/ 설득
- 가망 고객 전환 목표

- 구체적 정보 제공
- 백서/ 매뉴얼
- 슬라이드 형식
- 불특정 다수 대상

- 비즈니스/기술 정보
- 관계 수립/영업가능
- 목표고객 설정 가능
- 채팅/이메일 소통

- 제품/기술/이벤트 정보
- 인지도/ 도달률 확산
- 목표 고객 설정 가능
- 광고 및 리마케팅

- 광고 및 리마케팅
- 고객 및 키워드 분석
- 목표 고객 설정 가능

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage Two

채널별 콘텐츠 개발

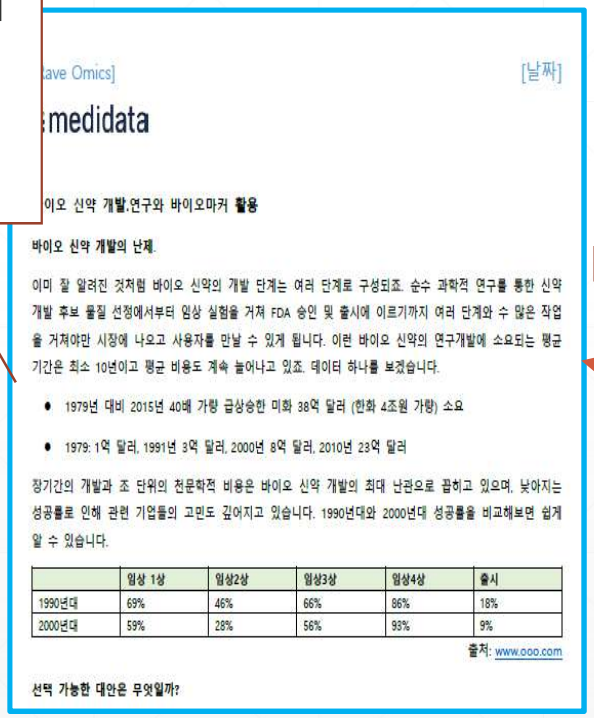
'바이오마커'키워드를 이용해 제작한 블로그, eDM 및 광고 콘텐츠입니다..

기술 상품은 상세 블로그 정보를 소비한 후에 인바운드 콜로 전환되는 비율이 높기에 블로그 콘텐츠 제공.

고객DB가 있다고 가정하고 바이오 마커와 Rave Omics를 연계한 eDM을 개발함.

Rave Omics 인지도와 가망고객 발굴을 위한 구글 광고 콘텐츠를 개발.

블로그


ave Omics] [날짜]

medidata

이오 신약 개발,연구와 바이오마커 활용

바이오 신약 개발의 난제

이미 잘 알려진 것처럼 바이오 신약의 개발 단계는 여러 단계로 구성되죠. 순수 과학적 연구를 통한 신약 개발 후보 물질 선정에서부터 임상 실험을 거쳐 FDA 승인 및 출시에 이르기까지 여러 단계와 수 많은 작업을 거쳐야만 시장에 나오고 사용자를 만날 수 있게 됩니다. 이런 바이오 신약의 연구개발에 소요되는 평균 기간은 최소 10년이고 평균 비용도 계속 늘어나고 있죠. 데이터 하나를 보겠습니다.

- 1979년 대비 2015년 40배 가량 급상승한 미화 38억 달러 (한화 4조원 가량) 소요
- 1979: 1억 달러, 1991년 3억 달러, 2000년 8억 달러, 2010년 23억 달러

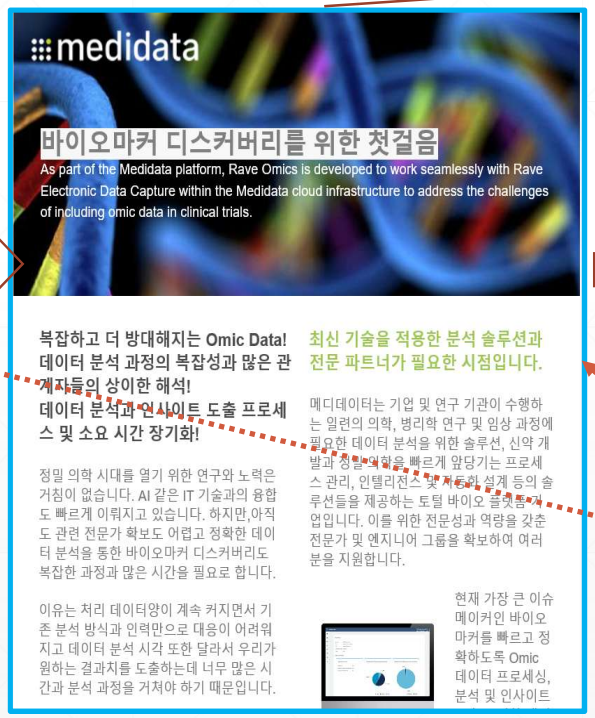
장기간의 개발과 조 단위의 천문학적 비용은 바이오 신약 개발의 최대 난관으로 꼽히고 있으며, 낮아지는 성공률로 인해 관련 기업들의 고민도 깊어지고 있습니다. 1990년대와 2000년대 성공률을 비교해보면 쉽게 알 수 있습니다.

	임상 1상	임상2상	임상3상	임상4상	출시
1990년대	69%	46%	66%	86%	18%
2000년대	59%	28%	56%	93%	9%

출처: www.ooo.com

선택 가능한 대안은 무엇일까?

이메일



광고



© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage Three: 광고 기획.진행

광고 기획 및 운영 (SEM)

① 광고 대상.목표 → ② 광고 콘텐츠 기획.개발 → ③ 광고 게시.운영 → ④ 분석 및 리마케팅



- 목표 고객 설정
- 광고 KPI 설정
- 광고 채널 선정
- 광고 방법 설정



- 키워드 선정.분석
- 메시지 기획.개발
- 콘텐츠 개발.리뷰



- 채널별 설정.게시
- 목표 고객 설정
- 키워드.비용 설정



- 광고 모니터링
- 광고 결과 분석
- 문제점.이슈 분석
- 개선 방안 도출

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Stage Four

채널별 분석 항목

IT기술, 데이터 및 마케팅 결과 분석 그리고 주요 이슈 파악과 개선으로 기업의 마케팅 목표 달성을 지원합니다.



© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.



디지털 마케팅 컨설팅 서비스

마케팅 컨설팅은 3단계로 구성되며 고객 필요에 따라 선택 가능합니다. 컨설팅 서비스는 **가망고객 발굴과 영업기회 전환 극대화**에 목표를 두고 진행됩니다.

1 컨설팅 1단계
(현황 분석 및 마케팅 기획)

제품 분석
① 비즈니스 포인트 분석
② 제품 및 기능 분석
③ 경쟁제품(대체재) 분석
.

목표 시장 및 고객 분석
① 목표 시장: 규모, 특성 등
② 목표 고객: 의사결정, 예산
③ 세그먼트: 분류기준, 접근
④ 파트너 및 협업 채널 분석

마케팅 목표 수립
① 마케팅 목표 설정(Draft)
② 마케팅 KPI 설정
③ 목표 시장 접근 전략 설정
④ 가망고객 DB 발굴 및 관리 방안

2 컨설팅 2단계
(마케팅전략/프로세스 수립)

마케팅 콘텐트 전략
① 비즈니스 콘텐트 전략 및 방향
② 기술 및 제품 콘텐트 전략
③ 콘텐트 라이프 사이클 모델
④ 콘텐트 생성 및 관리 정책
.

마케팅 채널 전략
① 오프라인 채널 분석 및 전략
② 온라인 채널 분석 및 전략
③ 마케팅 채널 통합 모델
④ 마케팅 채널간 플로우 설계

마케팅 캠페인 전략
① 캠페인 프로세스/ 실행 모델
② 콘텐트 평가 및 분석 방법
③ 마케팅 캠페인 평가/ 분석 모델

3 컨설팅 3단계
(마케팅 설계)

Demand Generation 마케팅 설계
① 수요창출 마케팅 모델 설계
② 수요창출 마케팅 콘텐트
③ 마케팅 프로세스/ 사이클
④ 고객관리 프로세스/ 정책
.

Engagement 마케팅 설계
① 고객참여 마케팅 모델 설계
② 고객참여 마케팅 콘텐트
③ 마케팅 프로세스/ 사이클

Target 마케팅 설계
① 타켓 마케팅 모델 설계
② 타켓 마케팅 콘텐트
③ 마케팅과 영업 연계 프로세스
④ 영업 파이프라인 관리 모델
.

© Copyright all rights reserved by Marcetto Corp.

Contact us:

현 동 식 대표 | Sr. Consultant

sales@marcetto.com
+82-10-4935-4531
www.marcetto.com

(주)마르케또