

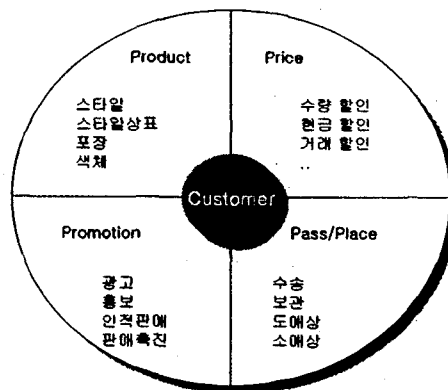
캠페인 관리 시스템

Campaign Management System^o란?

마케팅 믹스의 구성 요소

□ Promotion은 제품, 가격, 유통과 함께 마케팅 믹스 구성요소 중의 하나이다.

□ Promotion은 마케팅 커뮤니케이션을 통하여 제품 정보 및 아이디어를 목표고객에게 효과적으로 의사 소통하는 과정이다.

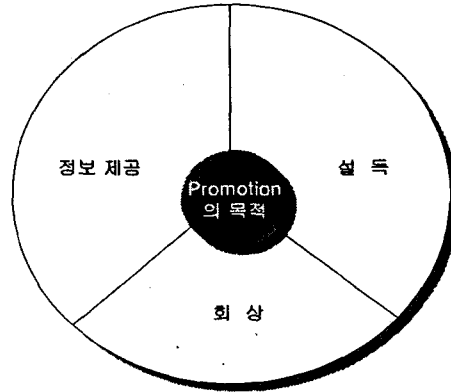


Campaign Management System^o 란?



Promotion의 목적

□ Promotion의 기본적인 목적은 첫째, 소비자에게 가장 중요한 목적일 수도 있는 정보를 전달하고 둘째, 구매하도록 설득하며 셋째, 제품을 떠올리게 하는 최상이다.



Campaign Management System^o 란?



마케팅 전략의 Promotion 프로그램

마케팅 전략(마케팅 믹스)

제품믹스/가격믹스/경로믹스/촉진믹스

인적판매/판매촉진/광고/홍보

↓

표적 시장/고객

Campaign Management System^o 란?



캠페인(Promotion) 관리 시스템의 정의 및 목적

▣ 마켓을 이루고 있는 고객을 세분화하고, 이 세분화된 고객 집단, 혹은 개별 고객과의 가장 적절한 마케팅 커뮤니케이션이 가능하게 함으로서 고객에 대한 기업의 마케팅 능력 및 수익성 확대, 그리고 고객 가치 증대를 가능하게 하는 CRM의 출발점이다.

▣ 고객 성향 분석과 여러 가지 통계 분석 자료 및 거래 정보와 같은 고객 정보를 근거로 한 데이터베이스 마케팅, 적절한 제안을 통한 영업활동 지원, 그리고 이를 자동화함으로써 마케팅 효율을 극대화하고 기업에 대한 고객의 퍼미션(허락), 고객의 가치(자산으로서의 가치)와 수익성을 증대 시킨다.

Campaign Management System^o 란?



캠페인 관리 시스템의 주요 비즈니스 기능

CRM의 다양한 Component 중에서도 가장 중요한 것은 고객과 마켓에 대한 전략수립/수행입니다. 전략이란 고객과의 Relationship을 견고히 다져 나가기 위한 중장기 전략과 영업/판매 촉진과 같은 단기적인 전략을 포함합니다. 따라서 CRM 프로세스의 출발점은 반드시 잘 정리된 고객 프로파일과 이에 대한 전략을 수행할 수 있는 마케팅 캠페인 비즈니스 프로세스와 이를 뒷받침해 줄 수 있는 자동화된 Solution 이 있어야 합니다.

- ▣ 고객 세분화 전략 수립 및 고객 그룹 디자인
 - ◎ 고객 관계 관리 전략 및 마케팅 전략 수립
 - ◎ 중장기 전략 과 단기 전략으로 구분
 - ◎ 수립된 전략을 바탕으로 한 고객 그룹 디자인
- ▣ 프로모션 전략 수립 및 디자인
 - ◎ 고객 접점 채널 확보 및 점점별 Communication 전략 수립
 - ◎ Right Customer, Right Product/Service, Right Channel, Right Time 디자인
- ▣ 고객그룹 및 프로모션 분석 및 전략 수립으로의 Feedback
 - ◎ Sales Force Automation 및 고객 접점 채널 프로세스와 시스템과 연계한 고객 반응 수집 및 고객 반응 분석 후 고객과 마켓에 대한 전략 수립으로의 Feedback.

Campaign Management System^o란?



캠페인을 효과적으로 진행하기 위해 필요한 다 시스템.

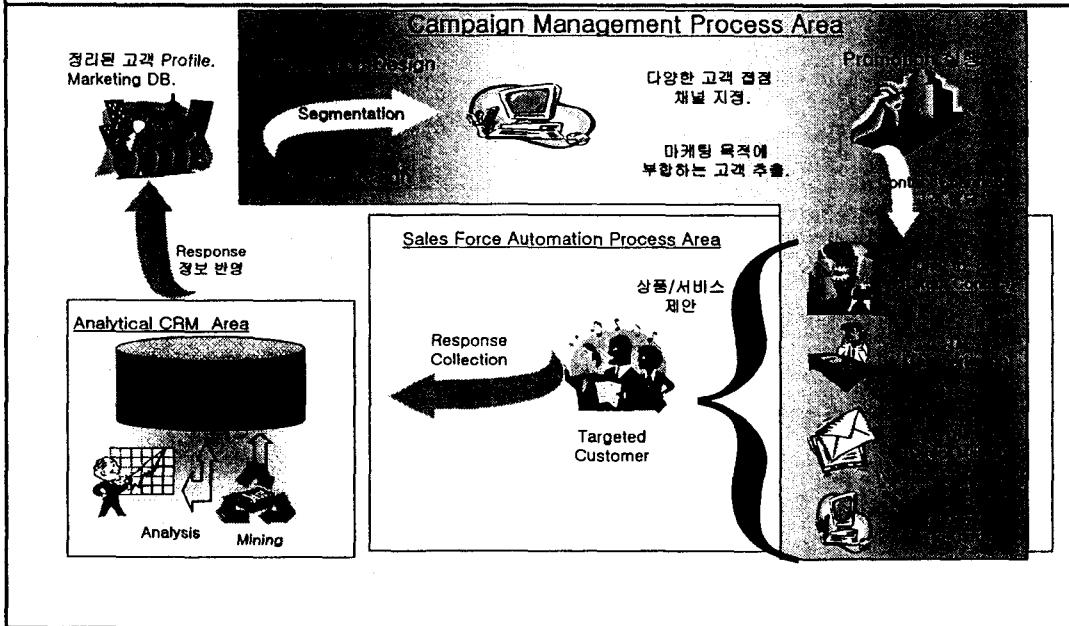
▣ 정확한 고객을 Targeting 하기 위해 필요한 시스템

- ◎ 수익관리시스템(Profit Management System)
; 수익성 있는 고객을 분별하기 위해서는 고객이나 상품에 대한 수익성을 분석하고, Scoring 하여 DM 혹은 DM 에 수익성 항목이 있어야 한다.
- ◎ 활동원가관리 시스템(Activity Based Cost System)
; Profit 을 정확히 산출해 내기 위해서는 ABC 와 같은 원가관리가 필요하다.

▣ 캠페인 진행을 위해 필요한 시스템

- ◎ e-Mailing System / TM / SMS 등..
; Cyber 시대에 가장 적은 비용으로 많은 효과를 볼 수 있는, e-Mailing 시스템은 필수. 캠페인시스템과 연계되어 e-Mail Marketing 을 실현할 수 있다. 또한 Call Center , SMS 나 FAX Server 등 각종 Delivery Channels 시스템이 필요.
- ◎ SFA(Sales Force Automation) System
; 캠페인 대상자들에 대한 영업 기회를 Catch 하고, Leading 하여 Sales Closing. 특히, Off-Line Biz(face-to-face) 의 Sales 에 반드시 필요함.
- ◎ Channels 통합 관리 (Biz. + IT)
; Channel 통합 전략/조직/Infrastructure . 기업에 산재 되어있는 Sales & Marketing Channel 들을 통합 관리할 수 있는 별도의 DB.

Campaign Management 의 역할 및 Position



Campaign Process를 통한 시나리오 예시



Campaign Management Logical Process

