

에어리어 마케팅 전략 수립과정

“자기 영업권역의 환경분석을 통한 영업전략 수립과정”

<1단계> 시장환경 분석



<2단계>

시사점 정리

<3단계>

전략적 시장 선정
(표적시장 선정)

<4단계>

에어리어 마케팅
전략수립

📖 학습목표

- ▶ 관할지역의 데이터를 분석·가공하여 지역특성에 맞는 마케팅 전략을 수립할 수 있다.

🔬 프로그램 특징

- ▶ 사전조사를 통해 고객사의 영업환경에 맞는 분석 데이터 및 분석 방법을 선정한다.
- ▶ 최소 2주 전 배포되는 사전과제를 통해 교육 입소 전부터 실질적인 학습이 이루어진다.
- ▶ 분기/반기/연간 마케팅 계획 또는 영업 계획수립을 위한 Workshop 형태로도 운영이 가능하다.

📖 학습내용

모 들 명	주 요 학 습 내 용
에어리어 마케팅의 이해	마케팅 패러다임의 변화 <ul style="list-style-type: none"> • 시장환경의 변화 • 마케팅 로직의 이해 • 마케팅 패러다임의 변화 에어리어 마케팅 시스템 <ul style="list-style-type: none"> • 에어리어 마케팅의 필요성 • SBU와 SAU의 이해 • 에어리어 마케팅 시스템
마케팅 전략수립	마케팅 전략수립 프로세스 <ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 전략수립의 필요성과 이점 • 시장의 과학화를 위한 정보수집 • 마케팅 전략수립 프로세스
에어리어 마켓 분석 실습	에어리어 마켓의 정성분석 <ul style="list-style-type: none"> • 3C 분석 • SWOT 분석 에어리어 마켓의 정량분석 <ul style="list-style-type: none"> • 변화율 분석 • 침투율 분석 • 관리지표 분석 (Up지표, Down지표)
실천 구체 계획	시사점 정리 <ul style="list-style-type: none"> • 시사점 정리 • 매출방정식과의 연계

교육대상

지점장, 영업소장 등
영업부서장, 영업관리자

교육시간

8~20시간

“내가 관할하고 있는 지역의
특성에 맞는 마케팅 전략을
수립하자!”