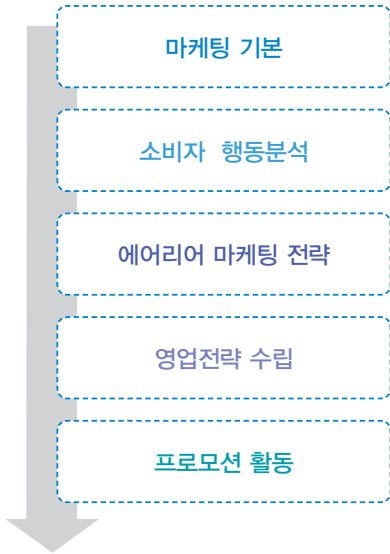


마케팅 전략 심화과정

“전략적 마케팅 사고를 강화하는 과정”



📖 학습목표

- ▶ 마케팅의 개념과 시장 중심의 영업전략의 중요성에 대하여 명확히 이해한다.
- ▶ 소비자들의 구매행동 원리를 이해하여, 지역 특성에 맞는 마케팅 전략수립의 프로세스와 영업전략 수립의 방법론을 습득한다.
- ▶ 실제 지역에서의 프로모션 활동을 계획하고, 실행하는 과정을 통해 전략적 세일즈의 전개 방안을 모색한다.

🧠 프로그램 특징

- ▶ 고객사의 상황에 맞춘 프로모션 활동 전략을 수립하여 현업지향도가 높다.
- ▶ 본 교육은 전략 마케팅의 이해를 기반으로 프로모션까지 진행하게 되어 교육 내용을 현업에 적용할 수 있는 기회를 제공한다.

📖 학습내용

모 들 명	주 요 학 습 내 용	
마케팅 기본	<ul style="list-style-type: none"> • 영업의 New Paradigm • 고객이 변하면 영업도 변한다 • 마케팅의 개념과 역사 • 마케팅 전략의 이해 • 이기기 위한 마케팅 전략 사례 • STP Process 	<ul style="list-style-type: none"> • 포지셔닝에 기초한 4P 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 제품, 가격, 유통, 촉진 • 촉진전략 (Promotion) • 마케팅 커뮤니케이션 • 사례로 배우는 마케팅
소비자 행동분석	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자의 구매의사결정 • 관여도와 소비자행동 <ul style="list-style-type: none"> - 관여도와 소비자행동의 연관성 • 소비자 행동의 영향 요인 <ul style="list-style-type: none"> - 개인적 / 사회적 / 상황적 • 소비자 심리를 이용한 영업활동 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객이 기대하는 영업사원의 모습 <ul style="list-style-type: none"> - 이런 영업사원을 신뢰한다. • 신뢰를 받기 위한 2가지 접근 <ul style="list-style-type: none"> - Business Side - Human Side • 고객의 심리 이해
에어리어 마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 에어리어 마케팅의 이해 • 왜 에어리어 마케팅 전략이 중요한가? • 전략 수립 프로세스 • 시장환경분석 (3C / SWOT / 5Force) 	
영업전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> • 시장상황 및 고객구매동향 분석 • 시장환경변화 예측 및 자사예의 영향력 분석 • 경쟁관계 분석 • 자사(소속부서)의 내부역량 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장분석결과 정리 및 전략방향의 도출 • STP를 통한 시장기회 발견 및 전략방향의 도출 • 실행 가능한 전략방향의 정립 • 영업전략의 구체적인 실행계획
프로모션 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 상황별 프로모션 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 상황부여 - 프로모션 실천계획 수립 및 실행 	

교육대상

전 부문 영업 직원

교육시간

8~16시간

“전략적 마케팅을 이해하고
프로모션 활동 계획을
수립하여 진행한다”