

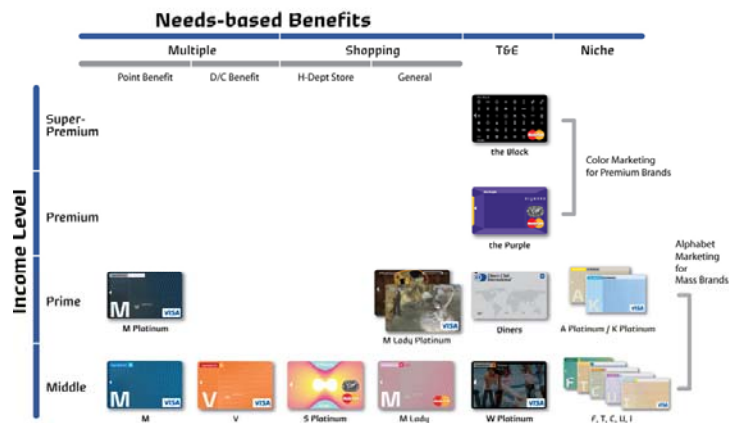
● ● ● 제 3장

상황 분석과 포지셔닝



● ● ● 도입사례 _ 현대 카드의 시장 세분화

- 현대 카드의 알파벳 마케팅과 컬러 마케팅
- 고객을 26가지 라이프 스타일로 나누고 각 라이프 스타일에 맞춘 브랜드를 확장



Service Marketing

● ● ● 도입사례 _ 현대 카드의 시장 세분화

- 현대 카드의 알파벳 마케팅과 컬러 마케팅
- 고객을 26가지 라이프 스타일로 나누고 각 라이프 스타일에 맞춘 브랜드를 확장



CF동영상
클릭!!!

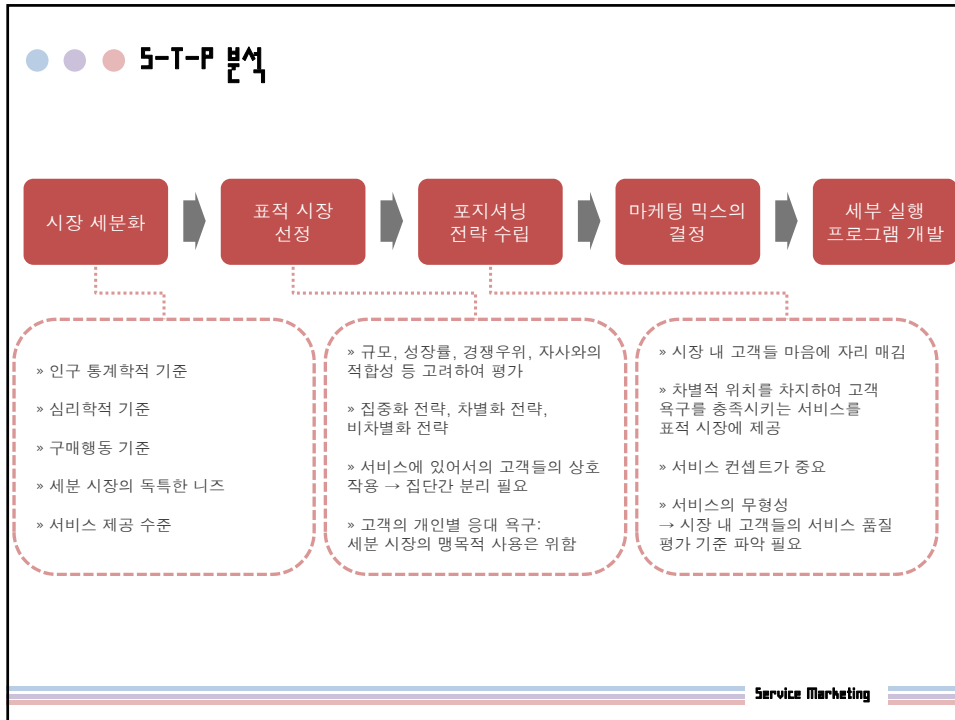
Service Marketing

● ● ● 시장 상황 분석

3C 분석

경쟁자 분석	자사 분석	고객 분석
<p>✓ 경쟁의 형태</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품 형태에 의한 경쟁 - 상품 범주에 의한 경쟁 - 본원적 효익에 의한 경쟁 - 고객의 예산 내 경쟁 <p>✓ 고객 중심 경쟁자 파악 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고객의 지각에 따른 방법 - 고객의 행동에 따른 방법 <p>✓ 경쟁자의 유형</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기존 경쟁자 - 잠재 경쟁자 - 대체 경쟁자 	<p>✓ 내적 환경 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기업이 통제할 수 있는 요인 <p>✓ 최고 경영층에 의해 주도되는 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기업 목표, 기업 문화, 사업영역, 마케팅 부서 및 기타 부서의 역할 - 마케팅에 영향 <p>✓ 마케팅 부서에 의해 통제되는 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 조직 구축, 마케팅 믹스의 구성과 계획의 통제, 표적시장과 마케팅 목표 선택 <p>✓ 기업 내부 환경과 시장의 적합성 중요</p>	<p>✓ 기업의 외부적 요인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 표적 시장을 선정할 수 있으나 고객을 통제할 수 없음 - 고객의 행동과 욕구를 분석하여 마케팅 활동 수행 필요 <p>✓ 개인 vs. 조직의 구성원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고객이 집단을 대표하는 구성원일 경우: 구매 대리인 "개인"의 필요와 욕구가 아닌 조직 전체의 필요와 욕구를 충족 시켜야 함

Service Marketing



Case 1 _ 표적 시장에 따른 가격 정책



<고가의 신세계 백화점>



<저가의 다이소>





Service Marketing

● ● ● 서비스 포지셔닝의 중요성과 원칙

서비스 포지셔닝의 중요성

새로운 서비스
이미지 창조

기존 이미지
유지 강화

재포지셔닝을 통한
기존 이미지 변화

서비스 포지셔닝의 원칙

1. 목표 고객의 마음속에 하나의 위치를 가져라
2. 독특하고 단순하면서도 일관된 메시지를 제공하라
3. 경쟁사들과 자사를 구별 시켜라
4. 자사의 노력을 집중하라

Service Marketing

● ● ● Case 2 _ Holiday Inn and Hyatt



Convenience at Moderate Price

- 비즈니스 / 중산층 여행자 대상
- 중소/대도시의 중심가 또는 공항 근처






Luxury Service at High Price

- luxury environment for business travelers
- 고급 건축물과 호화스러운 인테리어
- 재구매 및 충성도 제고 목표




Service Marketing


● ● ● 서비스 포지셔닝 실천 방법

서비스 포지셔닝의 일반적 방법

서비스 속성	홈쇼핑의 "30일 내 반품 및 환불 보장"	서비스 등급	피자헛 - "피자업체 중 최고의 정통 레스토랑"
서비스 용도	헬스클럽 ; 체중감량전문, 근육 훈련 전문, 사고 전문 등	서비스 이용자	호텔 매리어트 - 비즈니스 여행자를 대상
가격 vs. 품질	저가격 사우스웨스트 항공 고가격 상그릴라 호텔	경쟁자	Avis의 비교광고 "We are No. 2."

Service Marketing

● ● ● Case 3 _ Enterprise Rent-A-Car 성공 사례



Enterprise Rent-A-Car

- 1957년 창업. 당시 Hertz, Avis, National이 90% 이상의 시장 점유율을 차지
- 일반 가정 대상의 특화된 서비스 제공
 - 목표 고객 집중으로 양질의 서비스를 저가에 제공
- 1980년대 상업용 차량 대여 사업 시작
 - 보험회사를 고객으로 확보
 - 정비 업체와 밀접한 유대 관계 형성
 - 자동차 딜러와의 협력
- 6900개 이상의 영업소를 가진 북미 최대 렌터카 업체로 성장

Service Marketing

● ● ● Case 4 _ 광고 시장 뒤바뀐 '애드워즈' '애드센스'

Google AdWords

- ✓ 검색 결과를 보여주는 본문 상단과 우측에 검색어와 관련된 광고를 노출
 - 관심사에 맞는 광고의 노출
- ✓ 신용카드와 웹브라우저만 구비하면 누구나 광고주가 될 수 있음
- ✓ 광고 단가에 따른 광고 배치를 탈피, 광고의 인기도에 따라 배치 순서 결정

Service Marketing

● ● ● Case 4 _ 광고 시장 뒤바뀐 '애드워즈' '애드센스'

Google AdSense

- ✓ 개인 블로그나 웹사이트에 광고를 분배하는 광고 대행업
- ✓ 2005년 2분기 구글 광고 매출액 (13억 8000만 달러) 중 46% 차지
- ✓ 블로그, 웹사이트의 내용 토대로 광고 노출 - 방문자의 관심사에 맞는 광고 가능
- ✓ 블로그는 애드 센스 가입만으로 수익 창출

Service Marketing

