마케팅 전략 수립 과정에서 광고 컨셉 도출 방안

마케팅 전략을 수립하고 전개하는 과정에서 우리에게 가장 낯설지 않게 다가오는 것이 있습니다. 우리의 일상사에서 끊임없이 보여지고 노출되는 각가지 광고물들에서 우리는 그 광고를 전하는 기업의 마케팅전략을 떠올릴때가 있다. 과연 저 기업은 저 광고로 어떤 결과를 기대할 것인가? 나는 스스로 이런 질문들을 자주 하곤 합니다.
보통 광고컨셉이 나오기까지 갖가지 마케팅서베이와 분석, 통계자료, 시장상황 등을 통해 마케팅전략이 수립되고 이 전략을 중심으로 제품, 가격, 유통, 프로모션의 다양한 전략전술이 도출됩니다.

이 자료에서는 이중 마케팅전략의 수립과 프로모션 요소의 하나인 광고를 통해 다양한 사례를 중심으로 기업이 광고컨셉을 도출해 나가는 과정을 간단히 기술하고 있습니다.
물론 광고와 관련된 기본지식이 있는 분들이라면 그리 대수롭지 않게 이해될 수 있는 내용이나, IT쪽에서 마케팅부분을 처음 접한분이나 게임쪽에서 처음 접한분들에게는 보다 다양한 고찰이 필요할 것으로 보입니다.
마케팅 자료실을 첨 열면서 처음 올려보는 '마케팅 전략 수립 과정에서 광고 컨셉 도출 방안'을 보면서 여러분들께 다소나마 도움이 되었으면 합니다.

본 자료의 출처는 광고정보센터(ADIC)이며 올리신 이는 이상규님입니다.