잡학서고 지식의 기록

경영학 마케팅 전략 - 3C, SWOT, STP, 4P(마케팅 믹스)

원문 주소

https://www.gklibrarykor.com/490/

PDF 미리보기 · 이 글의 일부 내용입니다.

이번 시간에는 경영학 이론과 관련하여 기업이나 기관 등에서 사용하는 마케팅 전략을 알아보고자 합니다. 마케팅 전략은 제품에 대한 시장을 이해하고 철저한 분석과 계획을 통해 시장에 변화를 일으키려는 행위로 볼 수 있습니다. 고객이 원하는 것은 무엇인가? 여기서 마케팅은 고객이 원하는 것을 찾아내고 이를 만족시키기 위하여 전략을 세우고 실행하는 것을 말합니다. 이를 위해서는 세부적인 분석 절차가 필요하며, [3C - STP - 4P] 과정을 거쳐 제품을 판매하기 위한 행위를 어떻게 구성할 것인지 체계적인 분석을 하게 됩니다. 마케팅 전략 수립 과정 전략수립 과정은 환경분석을 시작으로 마케팅 전략과 실행방안, 평가와 피드백을 거치는 순서로 진행됩니다. 본 자료에서는 각 단계에 해당되는 3C부터 SWOT분석, STP전략, 마케팅믹스(4P)까지 차례로 알아보고자 합니다. 마케팅 3C 마케팅 3C - 고객, 회사, 경쟁 전략 수립에 앞서 진행되는 3C는 기업의 마케팅 환경분석을 말하며 기업의 성장을 위해 자사와 고객, 경쟁사를 분석하는 것입니다. ※ Customer (고객) - 소비자가 제품이나 브랜드에 대해 어떠한 관심을 갖고 있으며, 주 고객이 누구인지 파악합니다.