잡학서고 지식의 기록

마케팅 4C로의 흐름 변화와 각 단계

원문 주소

https://www.gklibrarykor.com/862/

PDF 미리보기 · 이 글의 일부 내용입니다.

이번에는 경영학 마케팅 개념 중 하나인 마케팅 4C에 대하여 자료를 만들고자 합니다. 기존 마케팅믹스는 4P라고 하여 제품(Product), 가격(Price), 유통(Place), 판매촉진(Promotion)의 전통적 4단계가 있었습니다. 그러나 기술의 발전과 소비 트렌드 등 고객의 인식이 변화하며 기업 측에서도 소비자에 대한 전략의 변화가 필요해지게 되었습니다. 마케팅 4C에 대해 알아보기 전 아래의 마케팅 4P(마케팅믹스) 개념을 먼저 알아두면 좋을 것이기에 관련 자료 링크를 남깁니다. 경영학 마케팅 전략 마케팅 4C란? 마케팅 4C로의 변화 이러한 환경의 변화에 따라 새롭게 마케팅 전략으로 추가된 개념이 마케팅 4C입니다. 앞서 마케팅4P가 기업 중심의 마케팅 전략이었다면 4C는 고객의 관점에서 모든 것을 바라보고 전략을 수립하는 것입니다. 마케팅 4C의 각 단계는 기존 4P의 단계를 관점을 달리하여 본 것이므로 위의 이미지와 같이 각 단계마다 개념이 이어집니다. 그럼 각 마케팅 4C의 단계는 무엇을 의미하는지 간단히 개념별로 설명해보고자 합니다. 1. 고객가치(Customer Value) 고객 맞춤형 상품 제공 과거에는 제조업 중심의 제품 대량생산 시