최근 기업들은 인터넷과 트위터, 홈쇼핑을 이용하여 소비자들에게 제품이나 기업정보를 제공하고 있으며, 이를 통해 자사제품의 판매증대와 함께 광고효과를 거두고 있다. 이같이 다양한 방법을 통해 자사제품이나 기업 자체를 알리는 활동을 마케팅 커뮤니케이션이라 부른다. 만약 자신이 현재 (주)메론에서 최근 출시예정인 신상품 태블릿PC 'K패드'에 대해 마케터로써 마케팅 커뮤니케이션을 활용하여 마케팅을 진행하려고 한다.

1. 마케팅 커뮤니케이션의 도구의 의미와 구성요소를 기술하고,

2. 현재 이러한 마케팅 환경을 고려하여 상황에 맞도록 각각의 도구를 활용한 마케팅 커뮤니케이션 영업 전략 방안을 수립해 보시오.

1)마케팅 커뮤니케이션 5가지 도구 각각의 의미와 구성요소를 기술할것.

2) 마케팅 커뮤니케이션 5가지 도구 각각에 대해 현재 마케팅 환경을 고려한 마케팅 커뮤니케이션 전략을 수립할 것.

1. 마케팅 커뮤니케이션의 도구의 의미와 구성요소를 기술

1.광고

-특정 스폰서를 통해 대가를 지불하고 제품, 서비스, 기업 또는 점포 등을 소비자에게 설득적 메시지로 노출하는 비개인적 의사전달 방법 ex)TV, 라디오 등의 방송매체, 신문, 잡지등의 인쇄매체, 옥외간판, 애드벌룬, 트위터, SNS

2.PR

-기업 또는 제품의 이미지를 제고하고 이해관계자(소비자, 거래처, 관계부처, 언론사 등) 들로 하여금 자사의 이미지나 제품 호의를 갖도록 하는 마케팅 커뮤니케이션 도구

3.인적판매

- 판매원과 고객 사이의 직접적인 접촉을 통한 마케팅 커뮤니케이션 방법

4.직접마케팅

-촉진전략처럼 중간적인 촉진수단을 사용하는 것과 달리 전화, D/M, 인터넷을 사용하여 고객과 직접 커뮤니케이션을 하고 소비자 반응을 촉진하기 위하여 활용수단이 점차 확산되는 추세

5.판촉

- 매출증대를 위해 단기적으로 소비자에게 구매를 유도하여 제품을 사용하게 하는 동기 부여 방법 ex)사은품 증정 , 경품, 이벤트 개최, 무료 샘플링, 쿠폰이나 리베이트의 활용, 단기적 가격할인

2. 현재 이러한 마케팅 환경을 고려하여 상황에 맞도록 각각의 도구를 활용한 마케팅 커뮤니케이션 영업 전략 방안을 수립해 보시오.

1.광고 - K패드의 신제품 출시를 강조하며 TV광고 방영

2.PR - 판매처의 카달로그 대신하여 K패드로 시연 및 관계부처 업무 지원을 K패드로 가능하게 지원

3.인적판매 - 판매점 방문 고객 중점으로 시연 및 고객이 직접 체감 할수 있도록 체험서비스를 실시하면서 고객질의 상담

4.직접마케팅 - 젊은 연령대를 선정하여 전화, SNS 를 이용하여 판매 촉진

5.판촉 - 단기 체험 이벤트 및 구매시 자사제품 할인 쿠폰 제공 및 사용후기 이벤트를 실시하여 경품 제공

수고하셨습니다.