

작은마케팅 클리닉

Contact : 이상훈 / yibong@klon.kr / 010-3276-5065 / www.facebook.com/yibong / KLON.kr



二峰 이상훈 작은마케팅 컨설턴트

- 現 클론컨설팅 대표컨설턴트
- 이언그룹 파트너
- (주)애니퍼포먼스 이사 / 컨설턴트
- 펌킨네트웍스코리아(주) 부사장
- WITSCORP 설립
- 한글과컴퓨터(주)
- (주)인컴기획
- 나라기획(주)
- 연세대학교 심리학과 졸
- 전경련 최고경영자과정 수료

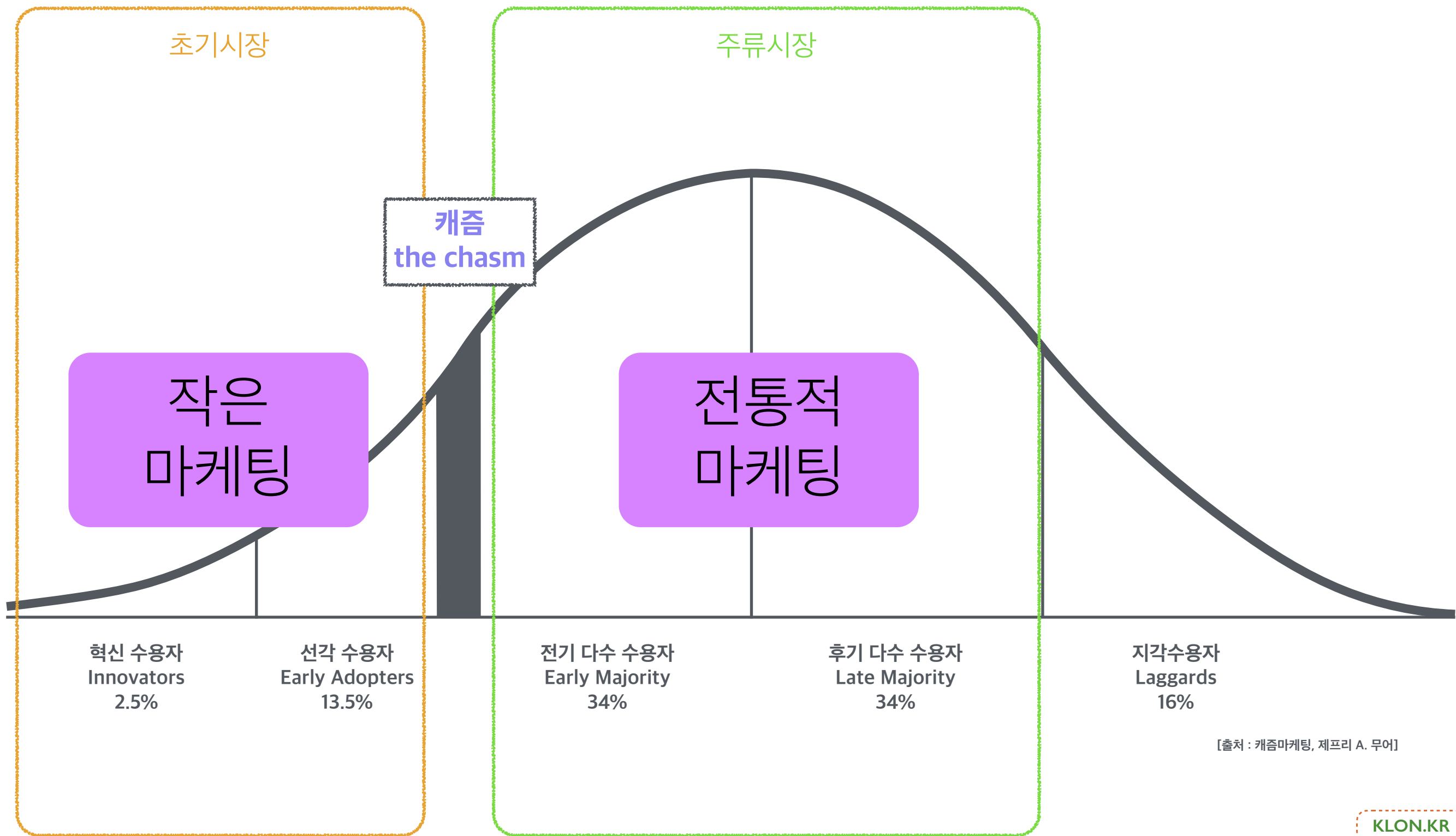
small
company



- 20여년간 IBM, Microsoft, HP, Cisco, Intel 등의 다국적기업들의 마케팅 및 커뮤니케이션 활동을 대행해왔음

BIG
COMPANY

기술수용주기 (Technology Adoption Life Cycle)



[이론편] : 돈안들고 대기업 이기는 작은마케팅

1. 마케팅 프레임웍 한눈에 익히기

2. 돈 안들고 마케팅 하기

3. 대기업도 이기는 작은회사의 마케팅전략

4. 마케팅은 고객창출 시스템이다

마케팅 기본구조

작은마케팅 전략

작은마케팅 실전도구

[실전편] : 마케팅 전략 수립

5. 마케팅 프레임 설계하기

6. 마케팅 엔진 설계하기 : 상품파트

7. 마케팅 엔진 설계하기 : 프로모션파트

8. 마케팅 실행 로드맵 및 체크리스트

사업방향 및 컨셉 도출

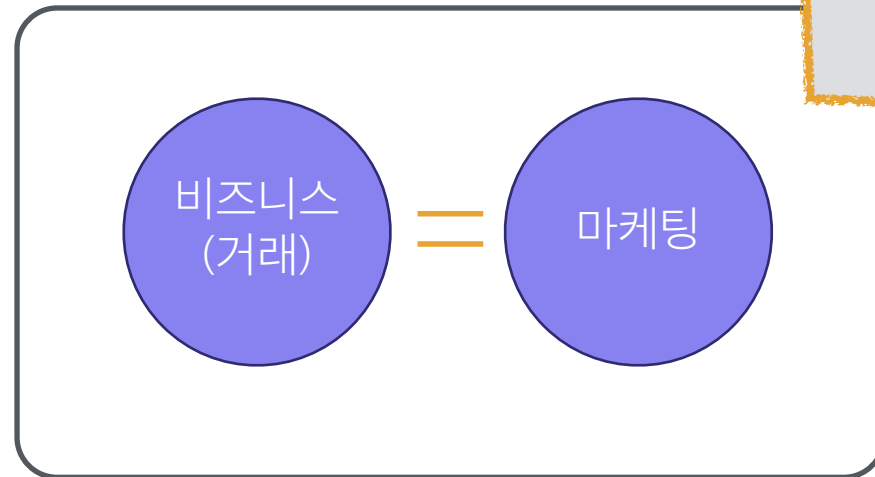
상품 및 프로모션 전략

단계별 실행 계획

[심화편] : 창업 및 마케팅 전략 실행 지원

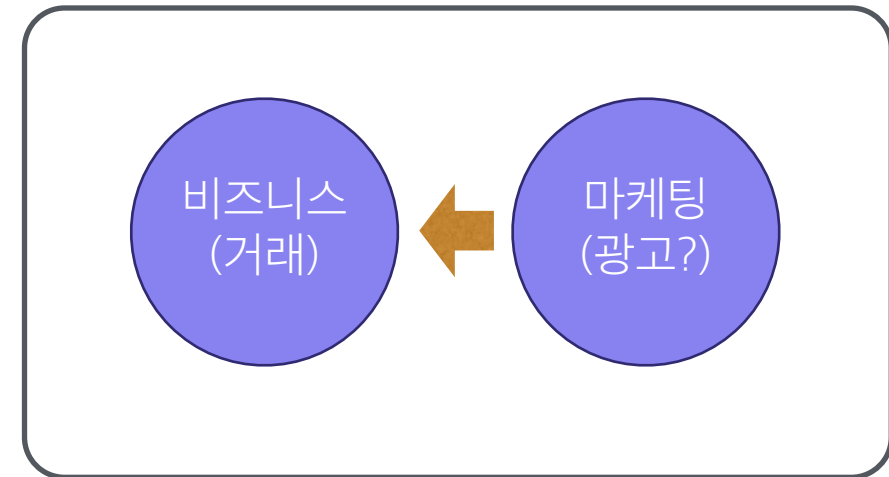
마케팅에 대한 2가지 관점

경영학과



VS

신방과



1 page marketing plan

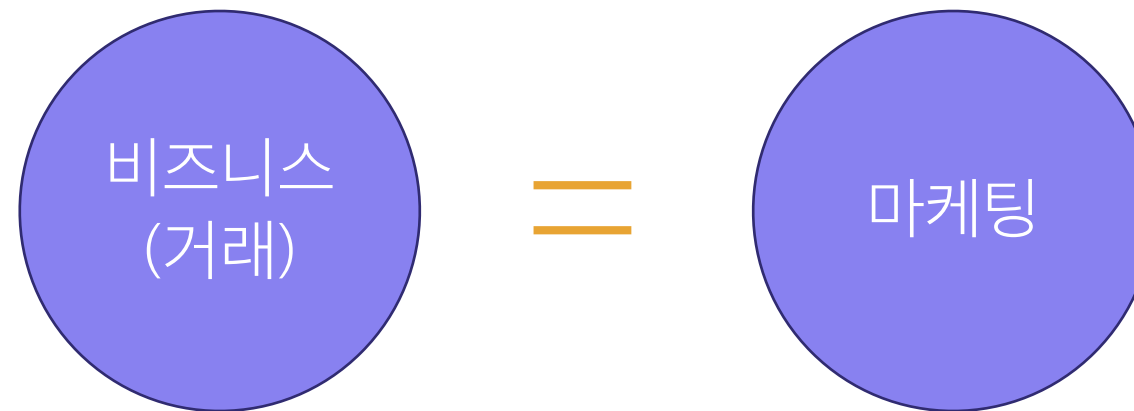
S	O
W	T
S	
T	
P	
P	P
P	P

Promotion

Marketing Communications

광고 (Advertising, ATL)
홍보 (Public Relations)
판촉 (Promotion, BTL)

“마케팅은 비즈니스다”



“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.”

[AMA Definition of Marketing (est. in 2007)]

“마케팅은 고객과 파트너 및 사회에 가치있는 제공물을 만들고, 소통하고, 전달하며, 교환하는 활동이고, 일련의 절차이며 과정이다.”

[이론편] : 돈안들고 대기업 이기는 작은마케팅

1. 마케팅 프레임웍 한눈에 익히기
2. 돈 안들고 마케팅 하기
3. 대기업도 이기는 작은회사의 마케팅전략
4. 작은회사를 위한 고객창출시스템

마케팅 기본구조

[가설]

마케팅_(비즈니스)은 대화다?

대화

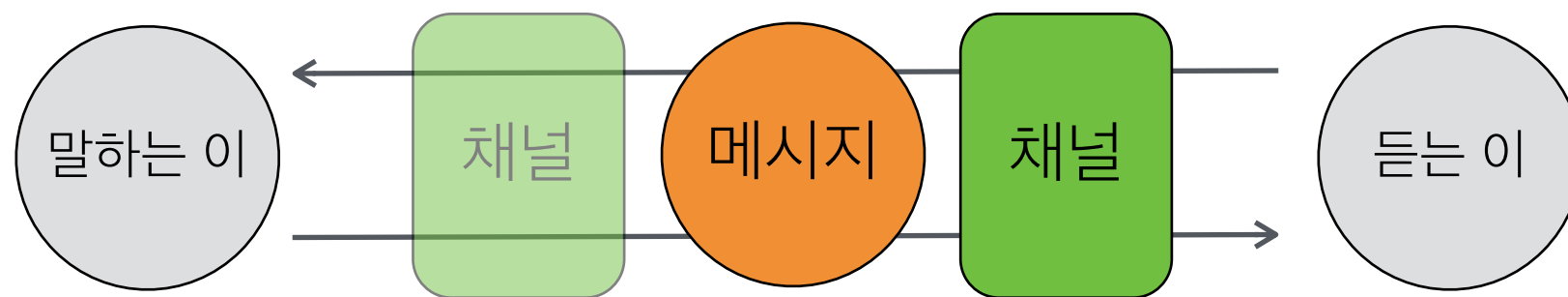
(communication)



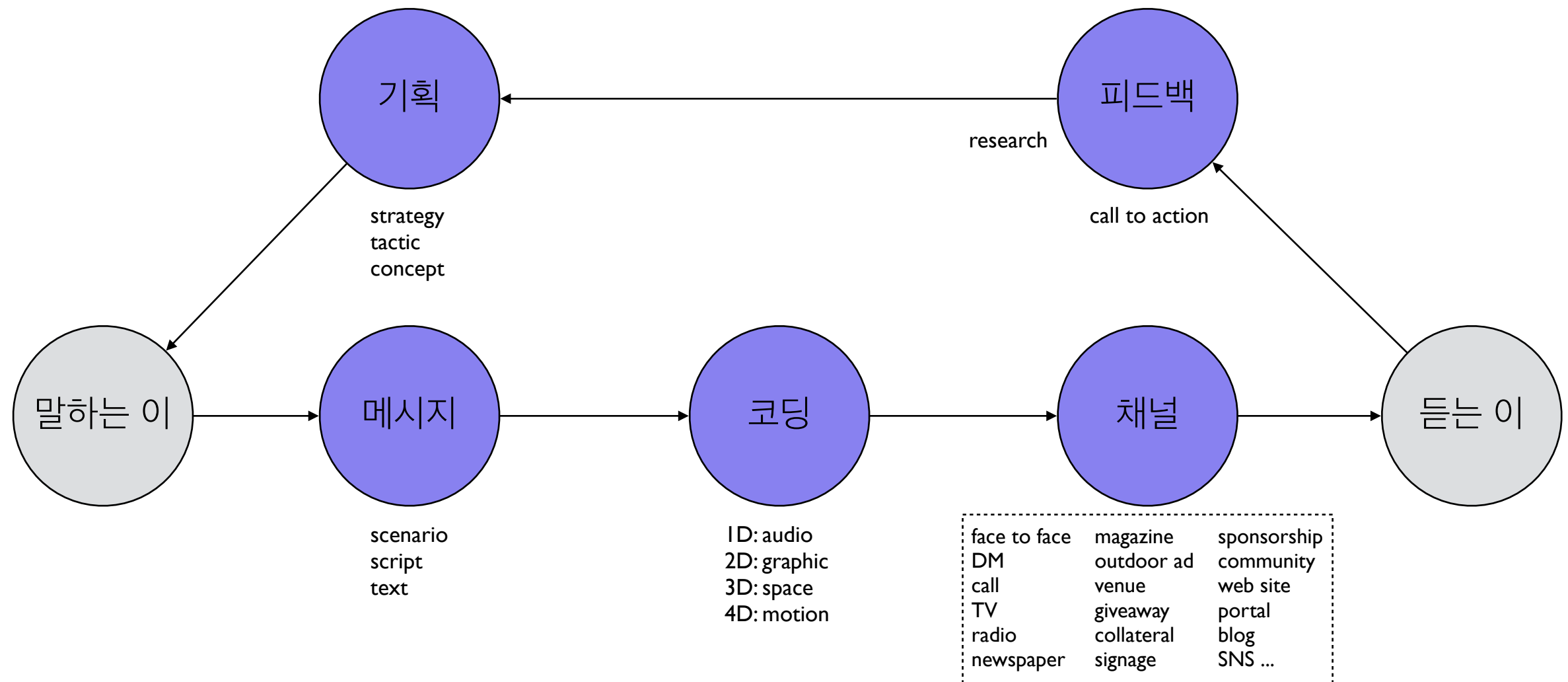
관계

(relationship)

대화의 구조

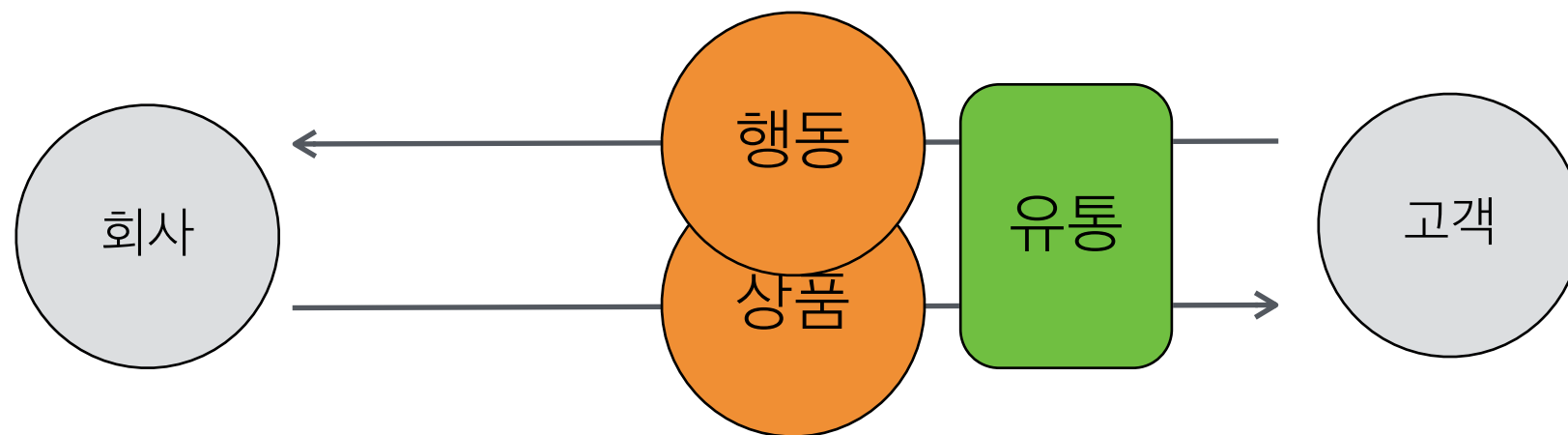


대화의 구조



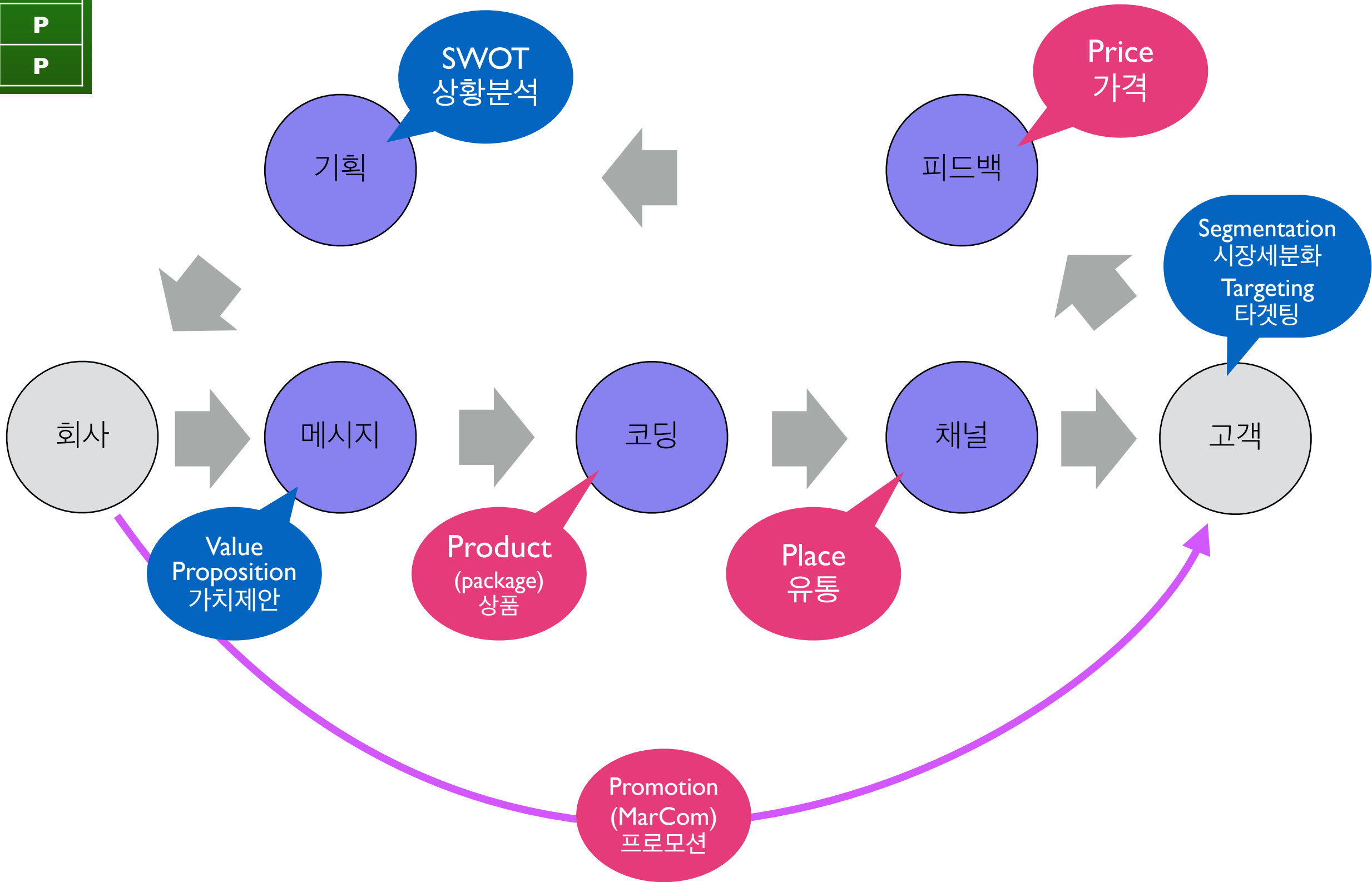
마케팅_(비즈니스)에 대입해보면?

마케팅의 구조



1 page marketing plan	
S	O
W	T
S	
T	
P	
P	P
P	P

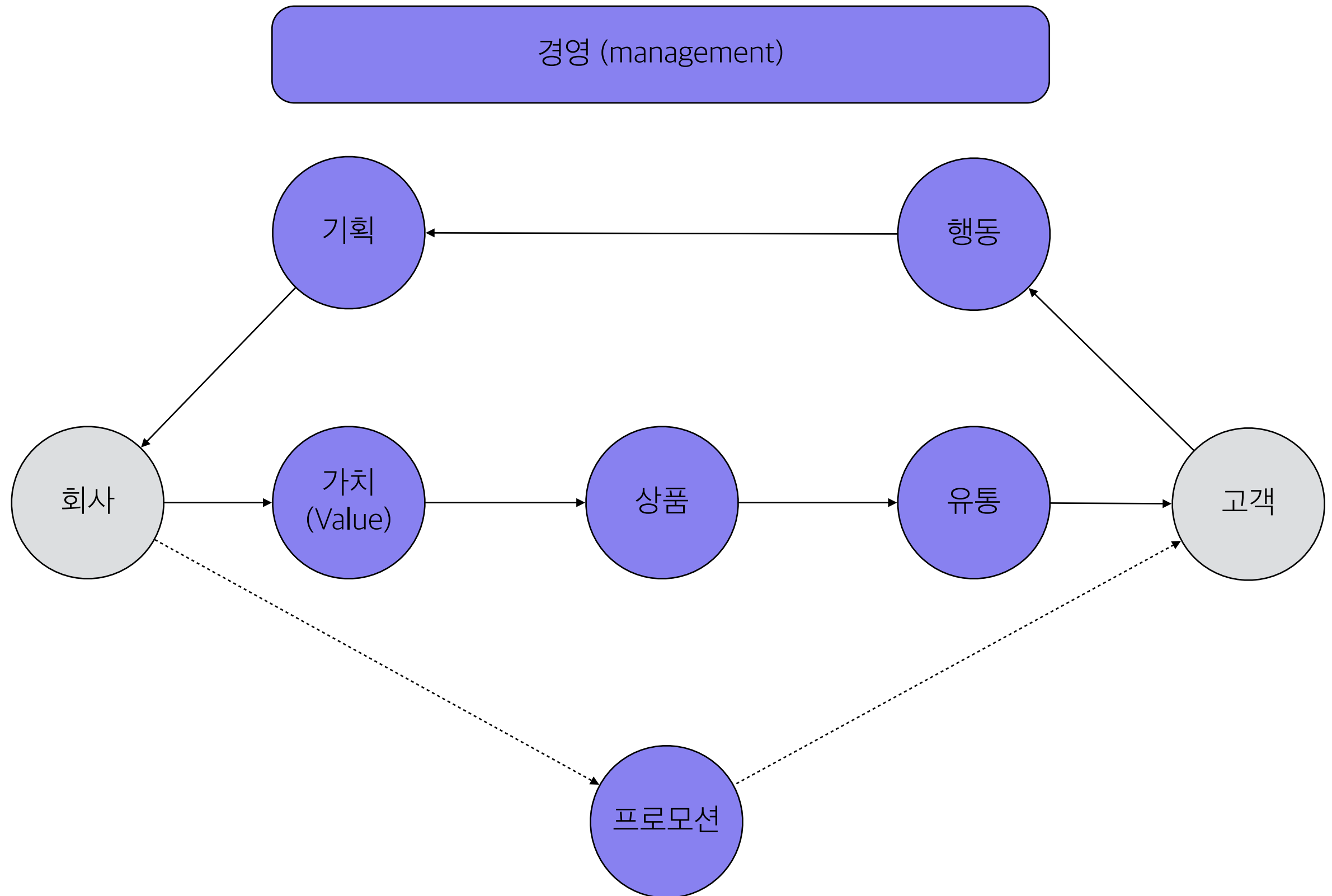
마케팅의 구조



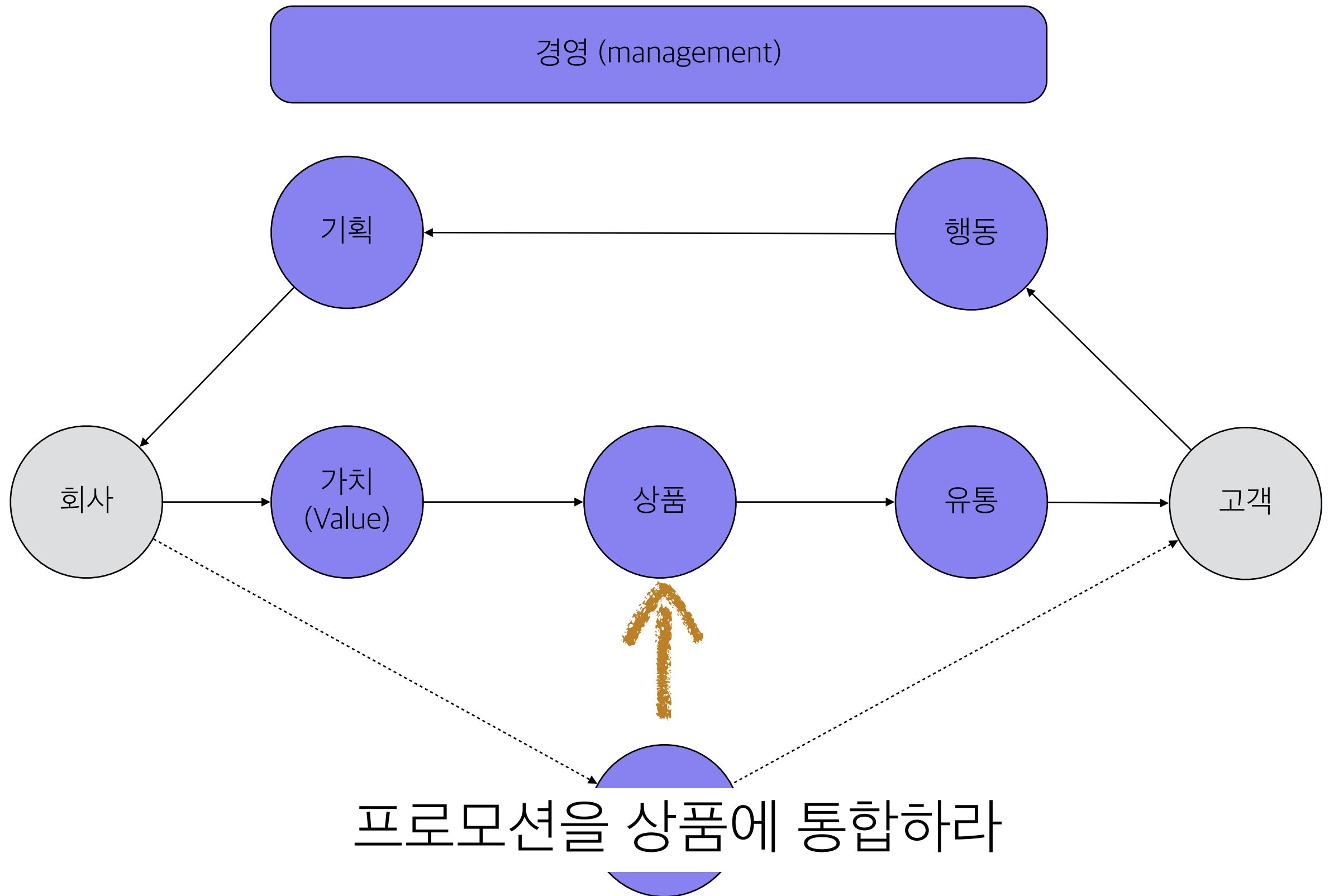
[가설 증명]

마케팅_(비즈니스)은 대화다!

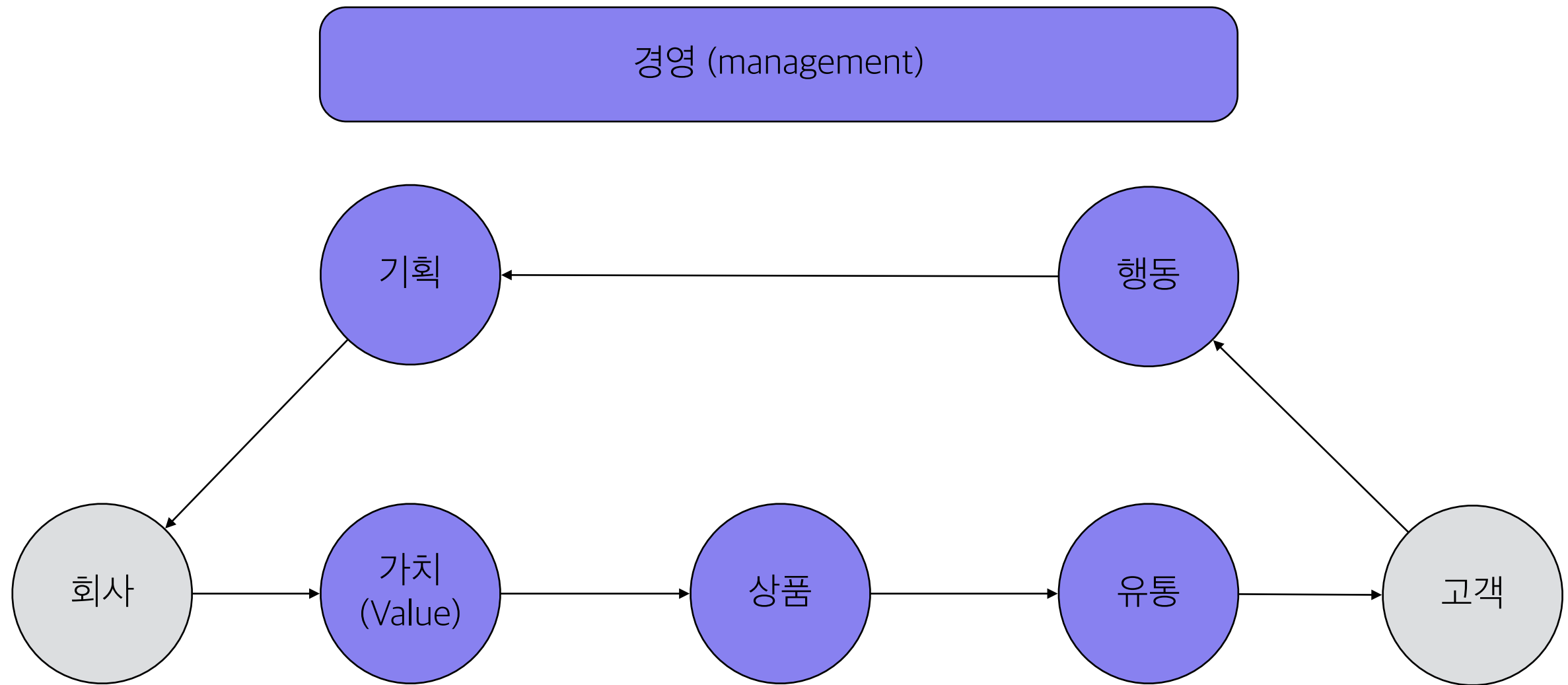
마케팅의 구조



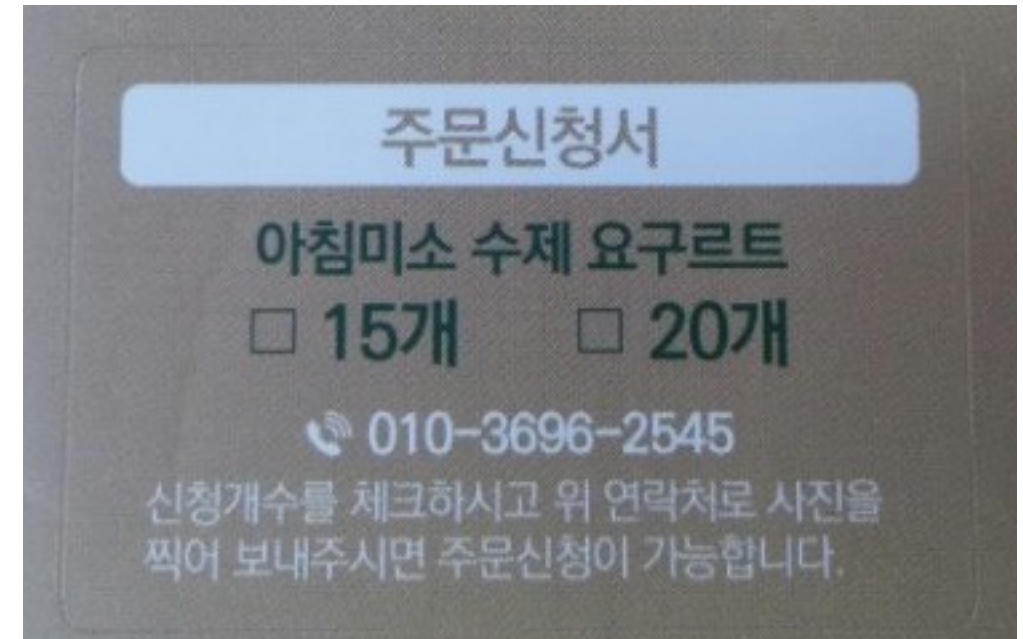
마케팅의 구조




마케팅의 구조











구매신청서

구매를 원하시는 고객분들께선
아래 체크란에 체크 하신 후
사진을 찍어
문자 또는 카톡으로 보내주세요.

☐ 살짝볶은 참기름
250 ml(단품)

☐ 살짝볶은 들기름
250 ml(단품)

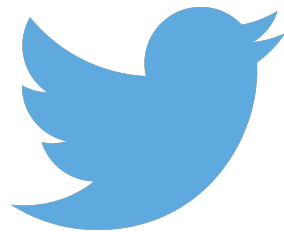
☐ 살짝볶은 참깨&들기름세트
250 ml (두병 한세트)

주문전화 및 문자
010-5651-2647

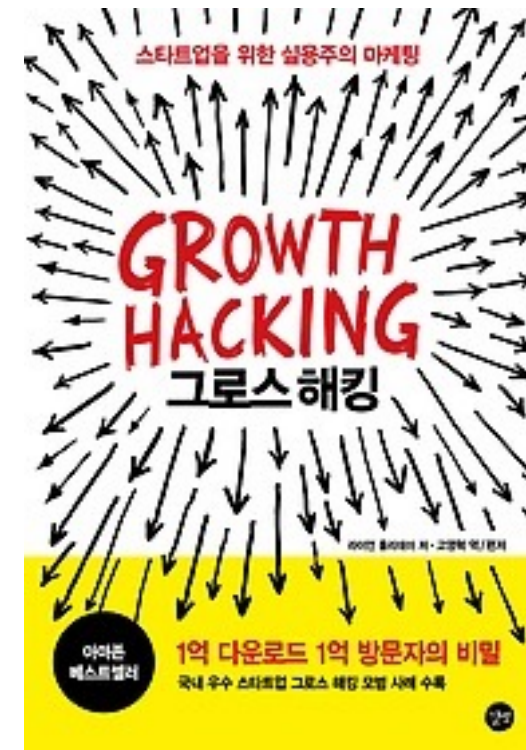
청년이
그린
협동조합

Trend1 : “상품으로 소통한다.”

광고가 아니라 상품으로 소통한다.

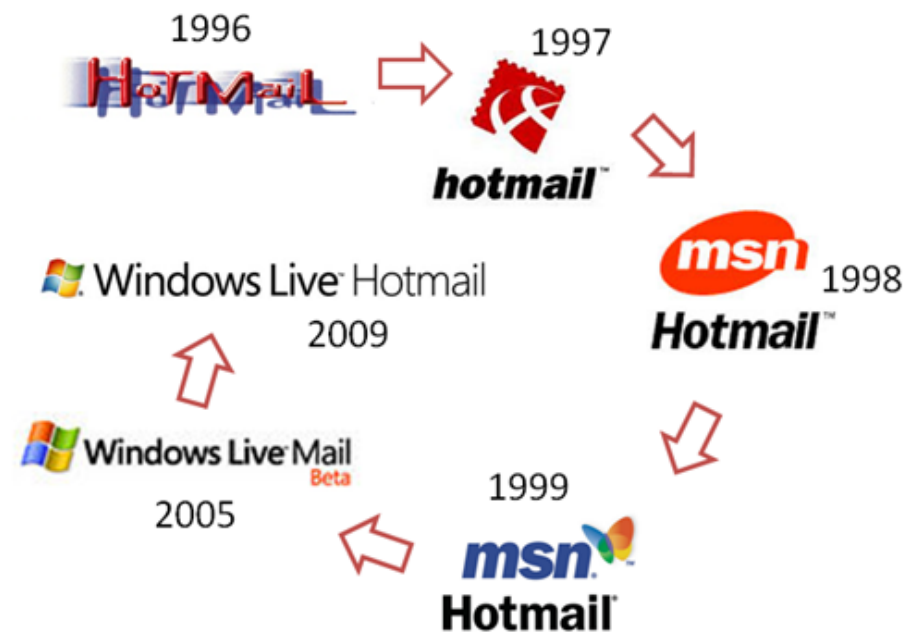


“돈 들이지 않고 마케팅 하기”



핫메일

- 최초의 무료 웹메일 서비스 'Hotmail', 1996년 출시
- Tim Draper (벤처투자가)
- 이메일 하단에
“PS: I love you. Get your free e-mail at Hotmail”
- 6개월후 1,000,000명
- 5주 뒤 2,000,000명
- 1997년 12월 10,000,000명 -> 마이크로소프트 인수 (4억달러)
- 30개월 후 30,000,000명



작은 마케팅의 핵심 개념

‘상품’

“상품으로 소통한다.”

[이론편] : 돈안들고 대기업 이기는 작은마케팅

1. 마케팅 프레임웍 한눈에 익히기

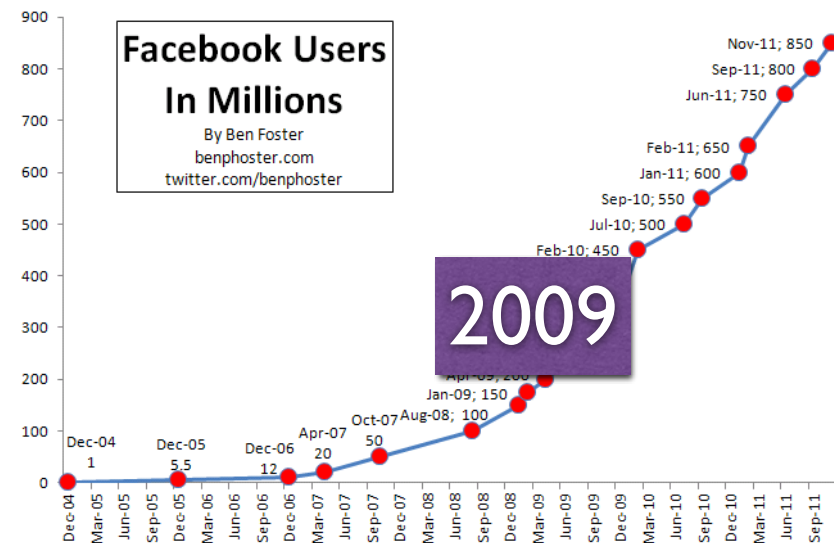
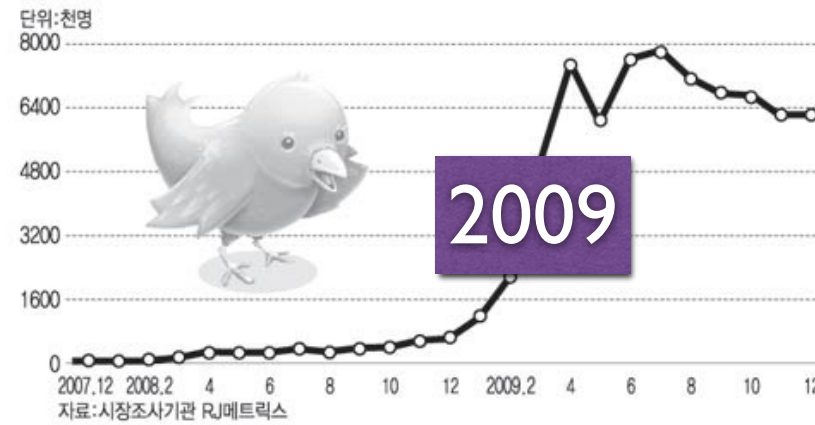
2. 돈 안들고 마케팅 하기

3. 대기업도 이기는 작은회사의 마케팅전략

작은마케팅 전략

4. 작은회사를 위한 고객창출시스템

그레픽 뉴스 / 월별 트위터 가입자 수 변화 추이



2010

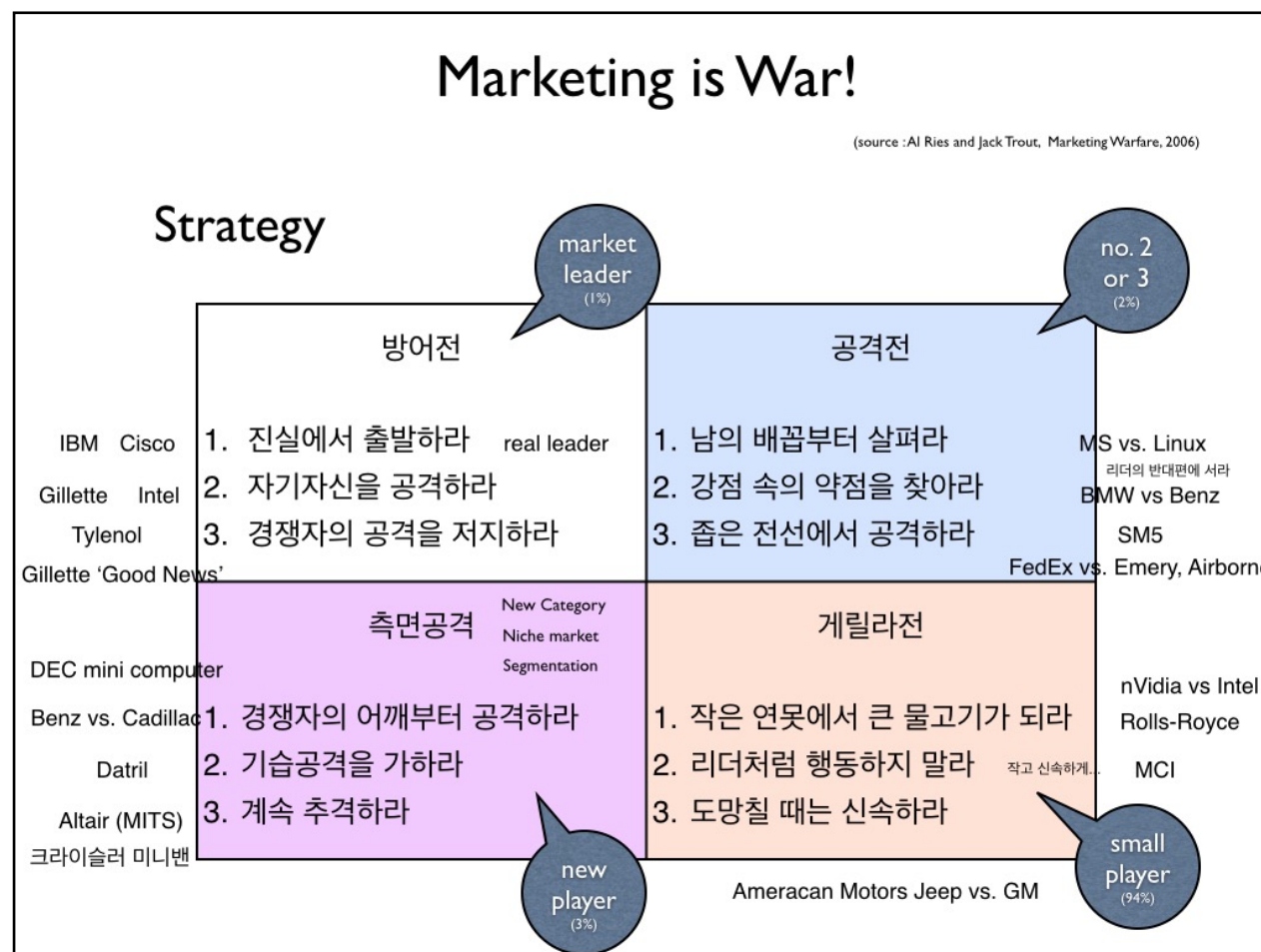


마케팅 3.0

	<i>Marketing 1.0</i> <i>Product-centric Marketing</i>	<i>Marketing 2.0</i> <i>Customer-oriented Marketing</i>	<i>Marketing 3.0</i> <i>Values-driven Marketing</i>
목표	제품 판매	고객 만족 및 유지	더 나은 세상 만들기(?)
동인	산업혁명	정보기술	뉴웨이브 기술(?)
시장을 보는 기업의 관점	Mass Buyers with Physical Needs	Smarter Consumer with Mind and Heart	Whole Human with Mind, Heart, and Spirit
핵심 마케팅 컨셉	제품 개발	차별화	가치
기업 마케팅 가이드라인	제품 스펙	기업과 제품의 포지셔닝	기업의 미션과 비전, 가치
가치 제안	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
소비자와의 상호작용	일대다 거래	일대일 관계	다대다 협업

마케팅 2.0시대의 핵심

Competition! (경쟁)



차별화!

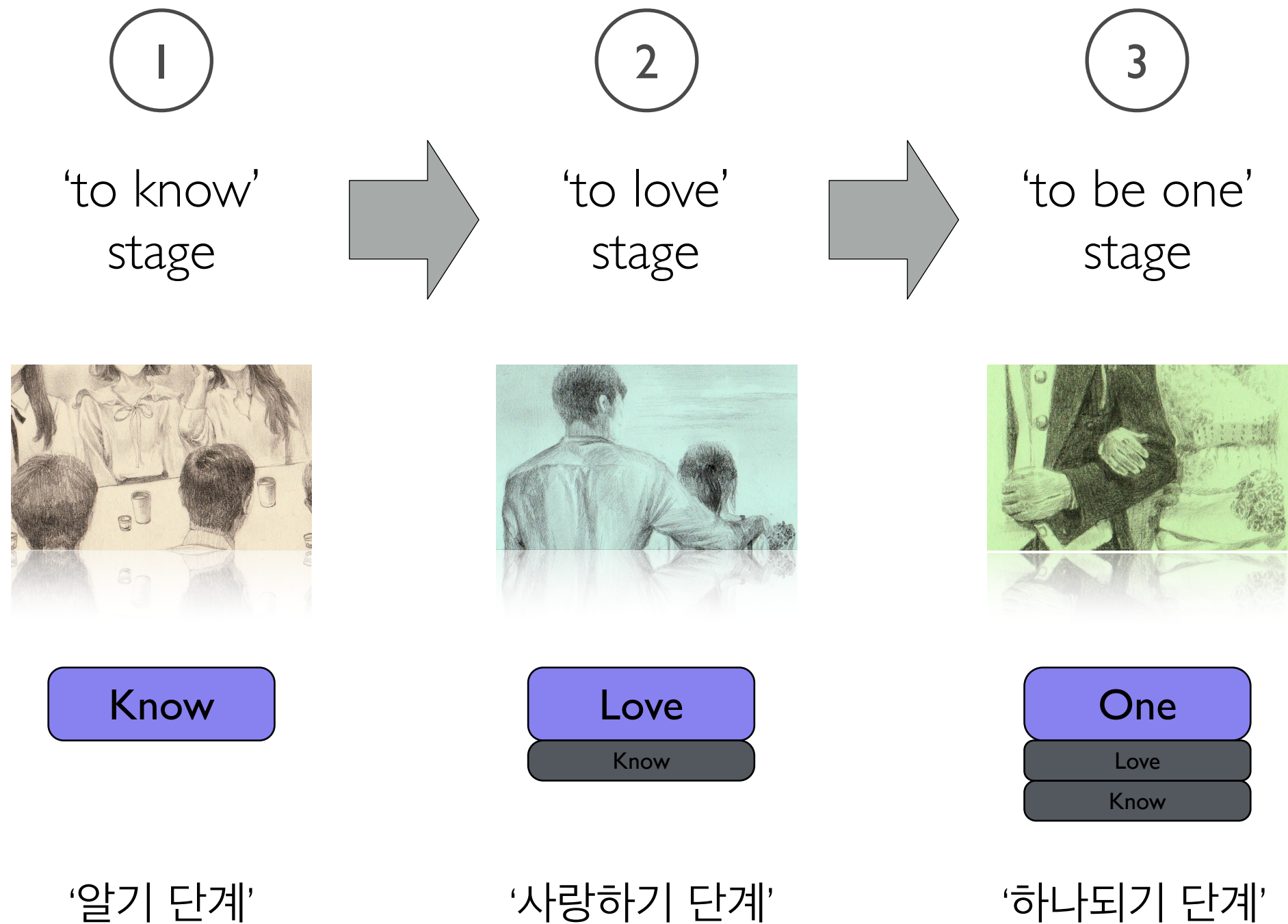
포지셔닝!

마케팅 3.0시대의 핵심

Whole Human

관계(Relationship)?

인간관계의 3단계



고객관계의 3단계

1

‘to know’
stage



Know

‘브랜드 인지도’

2

‘to love’
stage



Love

Know

‘브랜드 선호도’

3

‘to be one’
stage



One

Love

Know

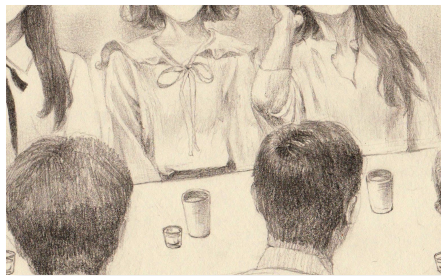
‘브랜드 충성도’

관계(Relationship)의 3단계

1

'to know'
stage

'알기 단계'



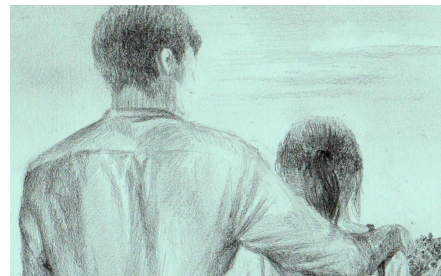
'브랜드 인지도'

Know

2

'to love'
stage

'사랑하기 단계'



'브랜드 선호도'

Love

Know

3

'to be one'
stage

'하나되기 단계'



'브랜드 충성도'

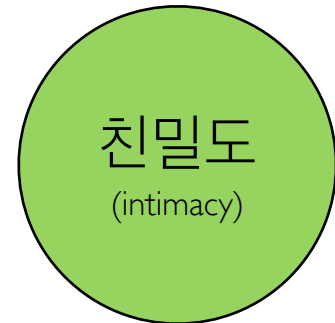
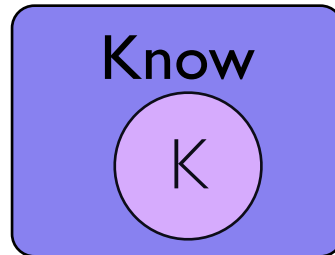
One

Love

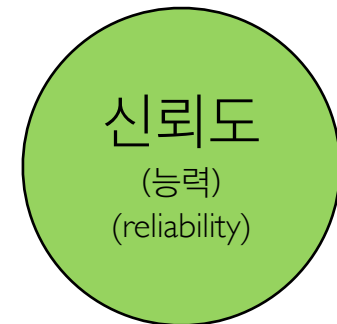
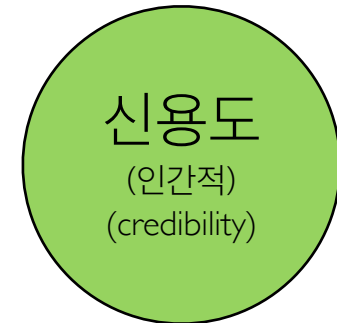
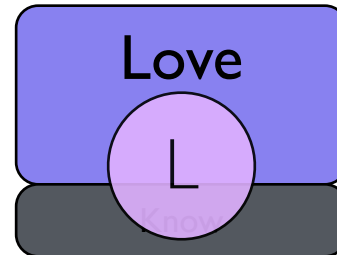
Know

관계(Relationship)의 6가지 변수

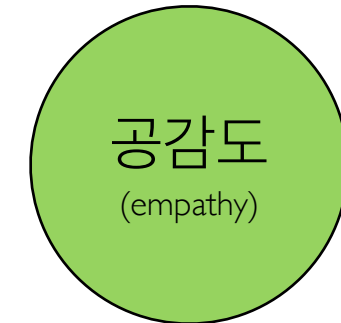
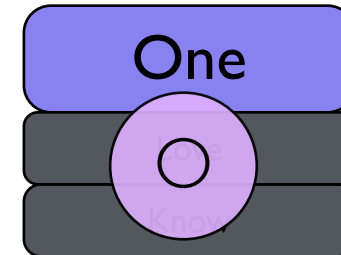
to Know stage



to Love stage



to be One stage



관계 수준별 마케팅 전략, 6가지

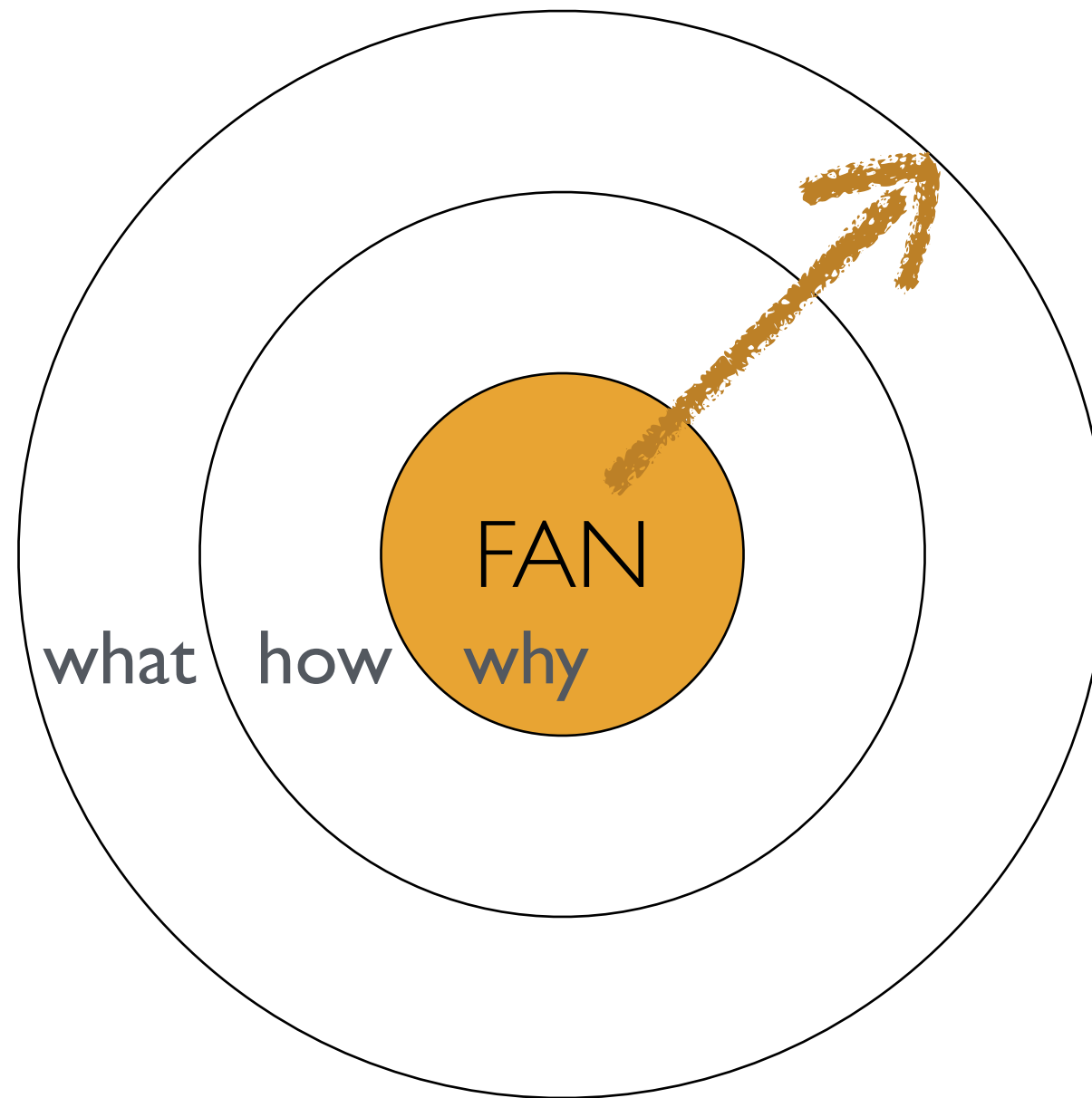


3세대 고수 전략

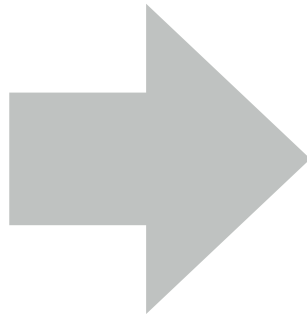
단골
커뮤니티
팬덤

‘팬덤 마케팅 전략’

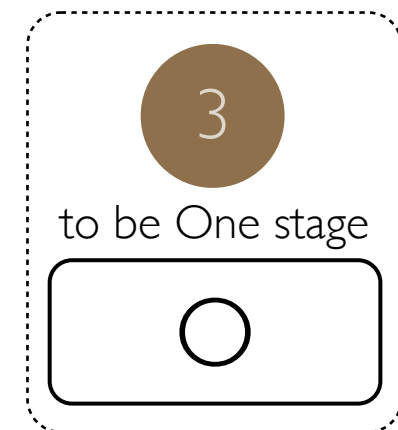
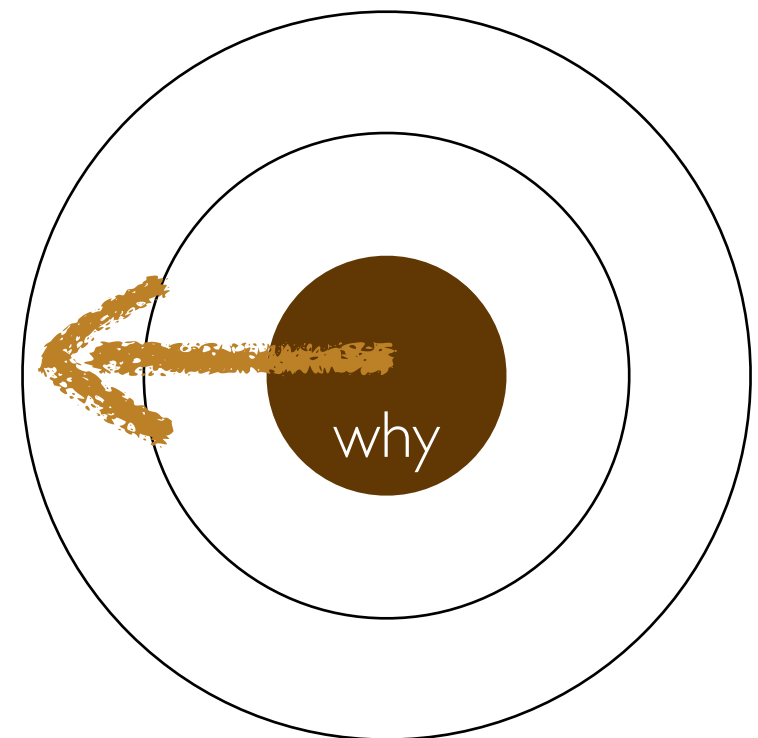
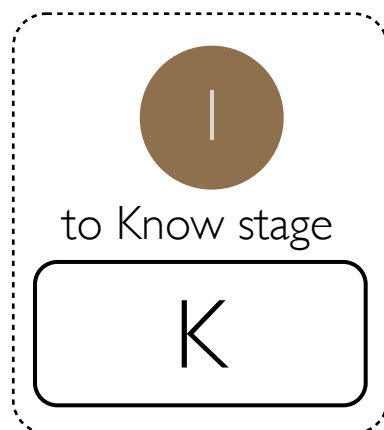
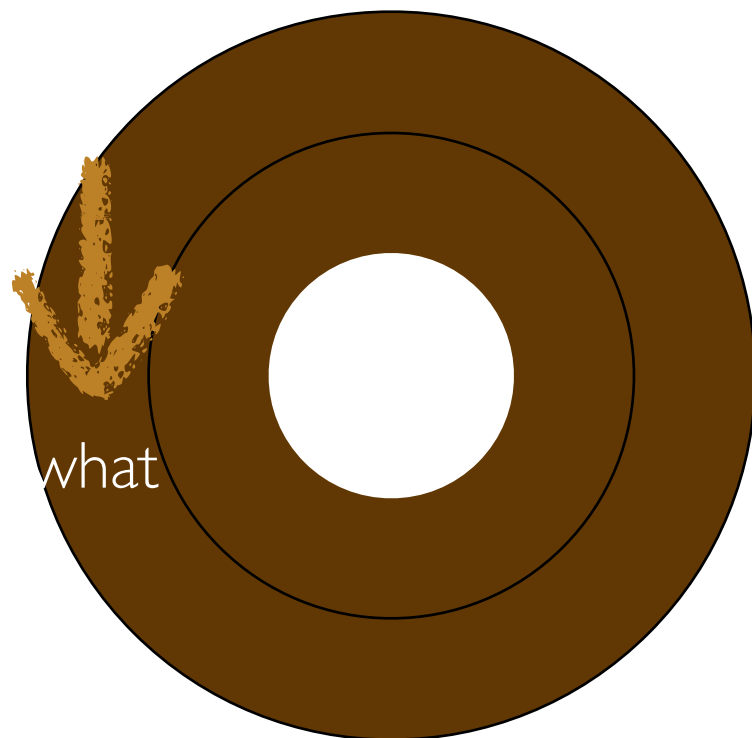
팬덤 마케팅



전통적
마케팅



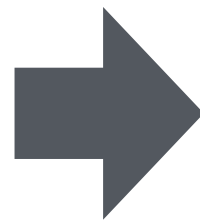
작은
마케팅



전통적
마케팅

작은
마케팅

전쟁
하기



공동체
만들기

경쟁사와
땅따먹기
(Market Share)

고객과
친구되기
(Community, Fandom)

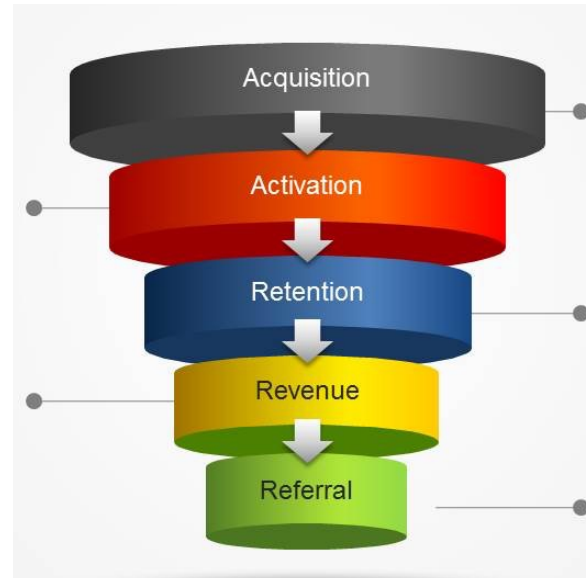
시대의 변화와 전략의 변화

	Marketing 1.0 Product-centric Marketing	Marketing 2.0 Customer-oriented Marketing	Marketing 3.0 Values-driven Marketing
목표	제품 판매	고객 만족 및 유지	더 나은 세상 만들기(?)
동인	Know K	Love L	One O
시장을 보는 기업의 관점	to Know stage with 1세대 마케팅 eds	Smart to Love stage with 2세대 마케팅 heart	to be One stage with M 3세대 마케팅 Spirit
핵심 마케팅 컨셉	제품 개발	차별화	가치
기업 마케팅 가이드라인	제품 스펙	기업과 제품의 포지셔닝	기업의 미션과 비전, 가치
가치 제안	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
소비자와의 상호작용	일대다 거래	일대일 관계	다대다 협업

Trend2 : “목표는 팬덤이다.”

“Acquisition” → “Retention”
“M/S” “MAU, DAU”

클라우드 비즈니스
(Cloud Business Model)



구독 모델
(Subscription Model)



작은 마케팅의 핵심 개념

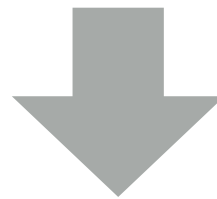
‘팬덤’

“목표는 팬덤이다.”

작은 마케팅의 핵심 개념

1. 상품으로 소통한다.

2. 목표는 팬덤이다.



“상품으로 팬덤만들기”

“광고로 ~~대~~출올리기”

[이론편] : 돈안들고 대기업 이기는 작은마케팅

1. 마케팅 프레임웍 한눈에 익히기
2. 돈 안들고 마케팅 하기
3. 대기업도 이기는 작은회사의 마케팅전략
4. 작은회사를 위한 고객창출시스템

작은마케팅 실전도구

취업

VS

창업

시간

돈

돈

회사

회사

고객

고객

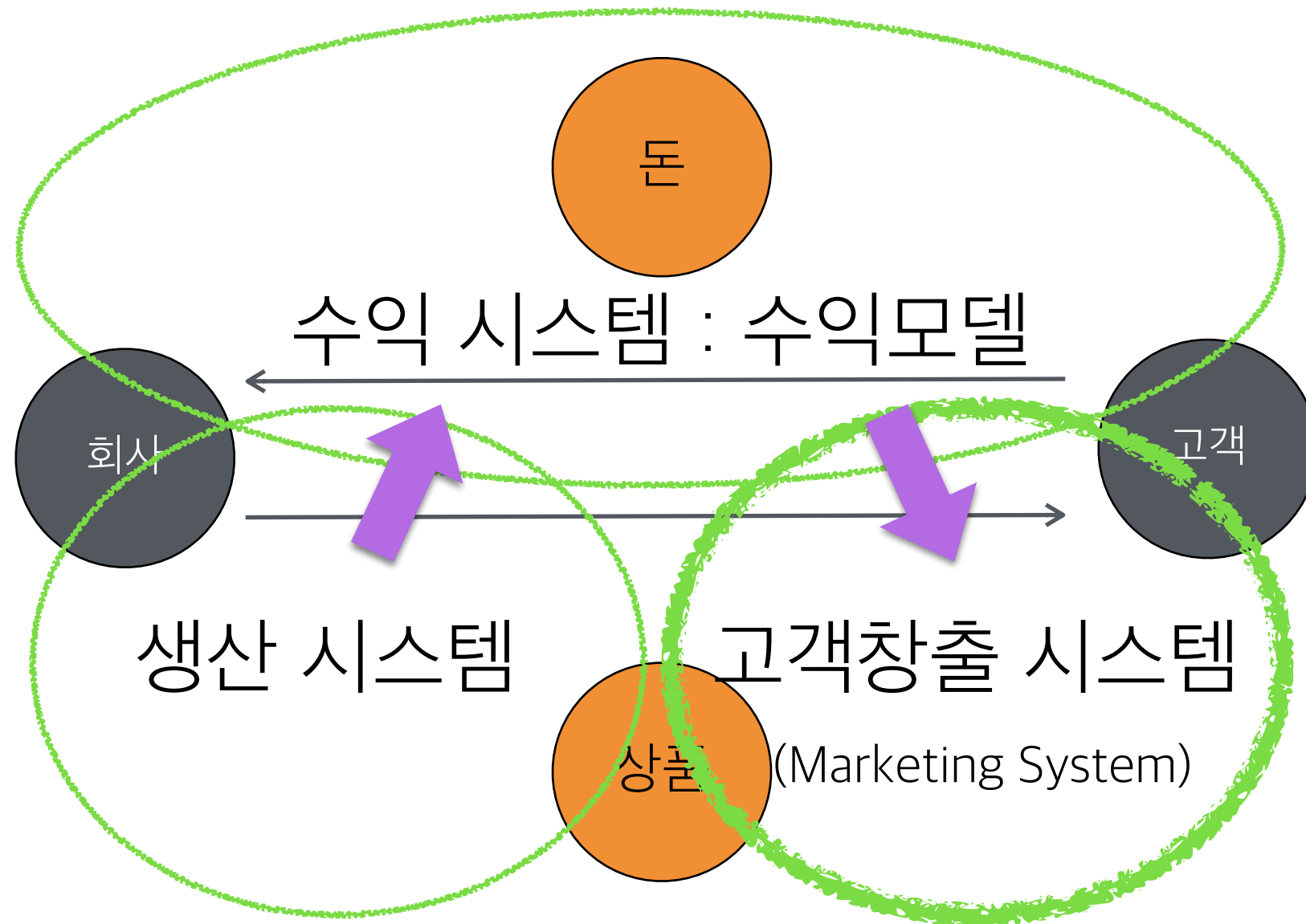
시간

상품

돈

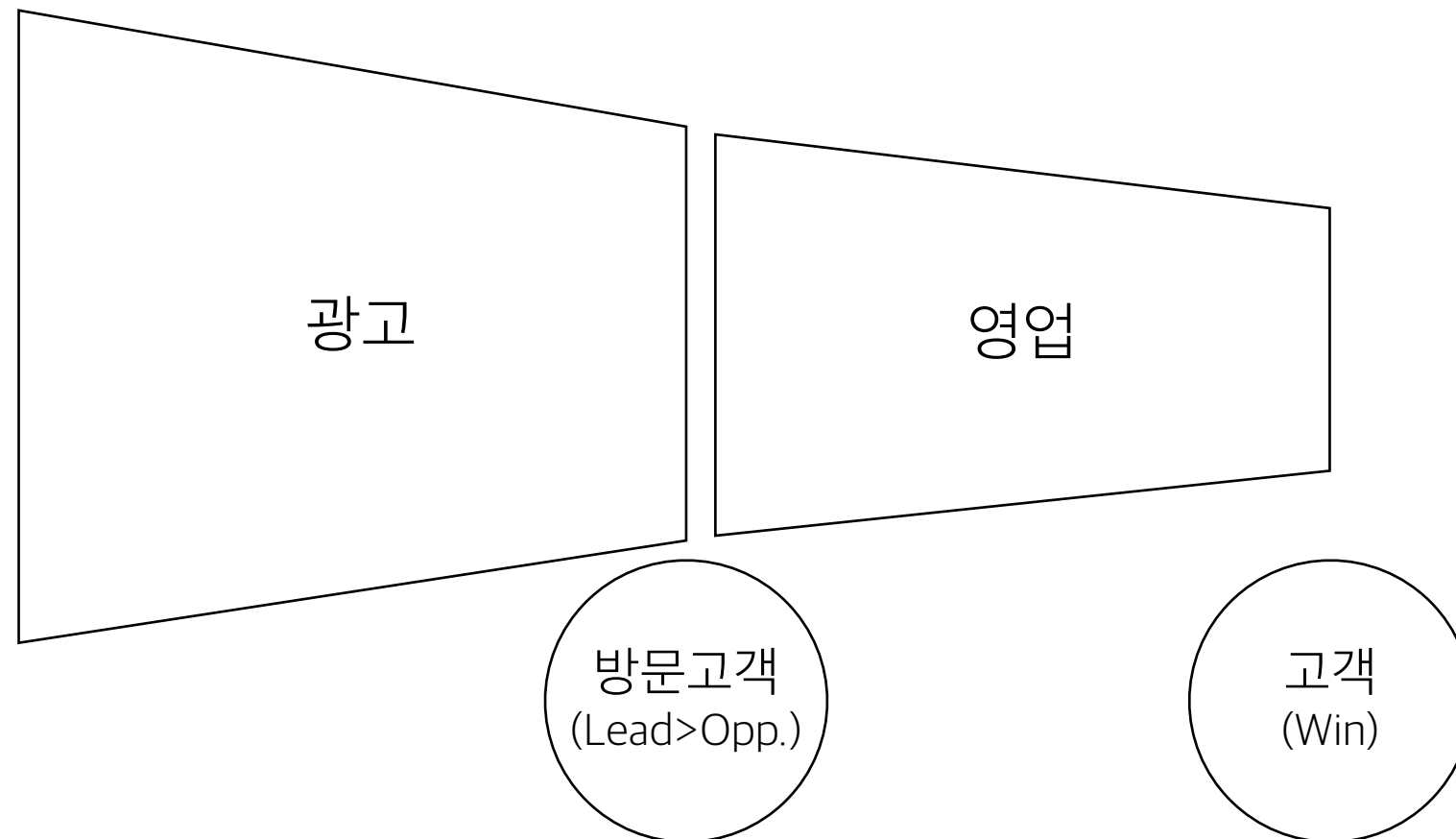
투자

비즈니스 시스템 (Business System) : 비즈니스 모델 (Business Model)

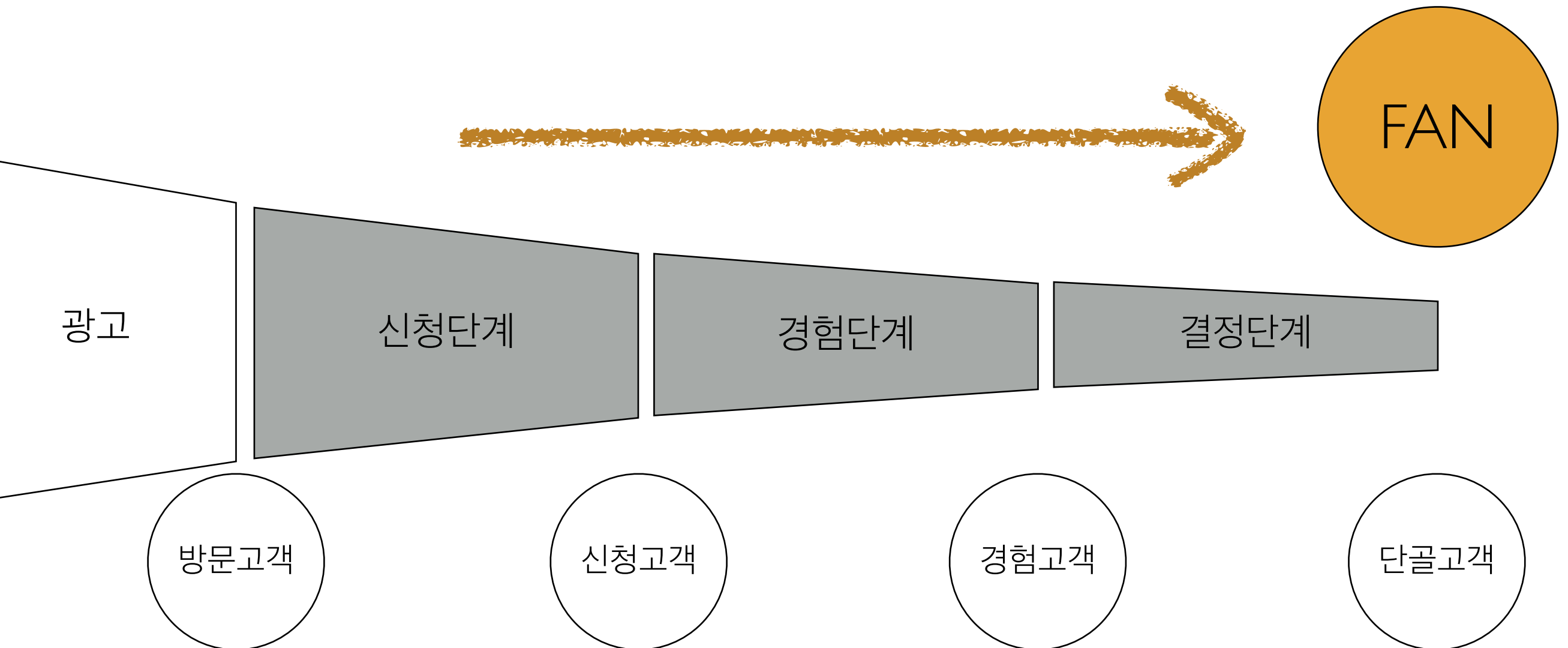


마케팅 시스템 (Marketing System) : 마케팅 모델 (MM)

마케팅 깔때기 (Marketing Funnel) for 2.0



마케팅 깔때기 (Marketing Funnel) for 3.0



경험고객

결정단계

경험단계

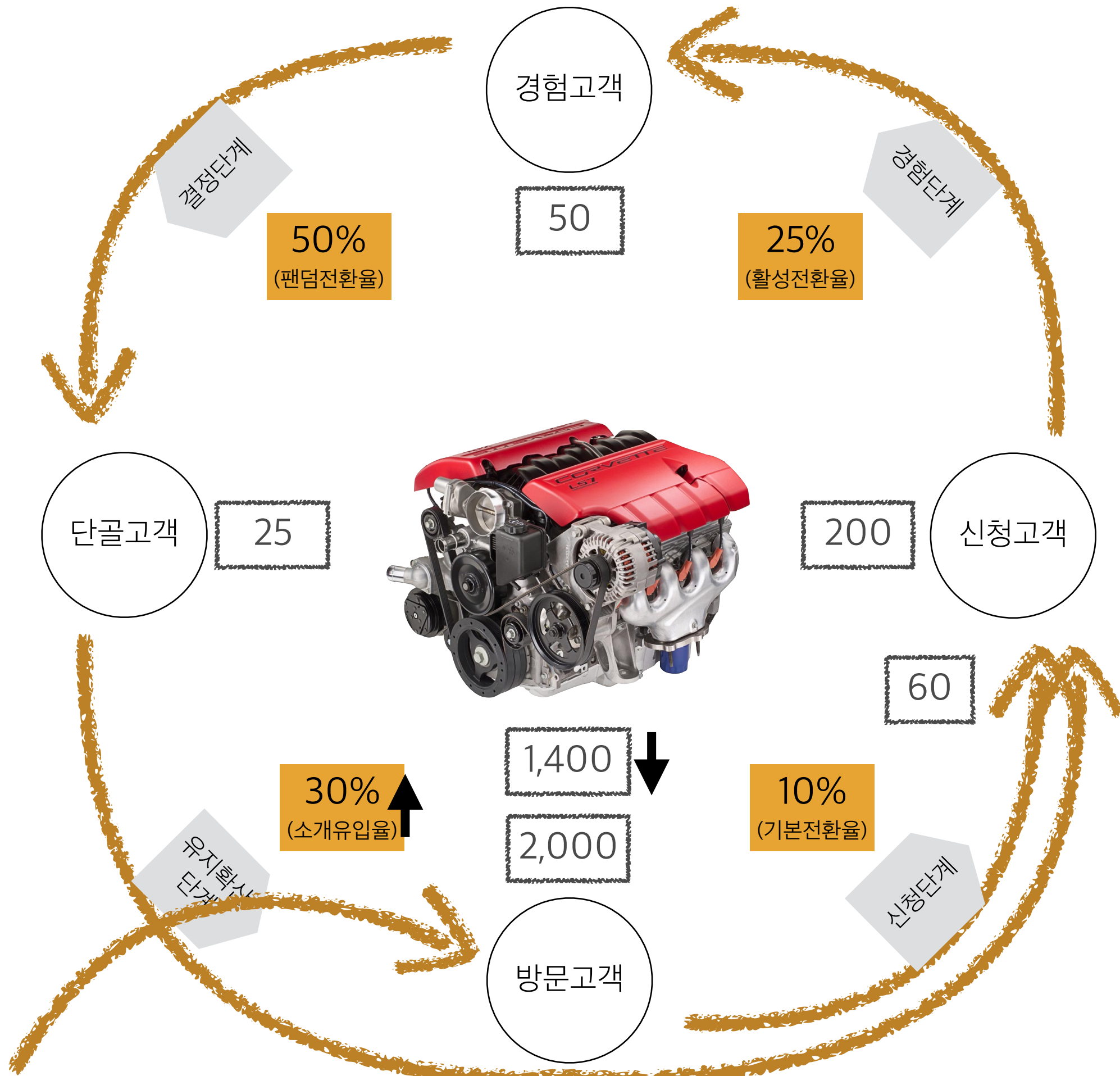
신청고객

단골고객

유지·확산
단계

방문고객

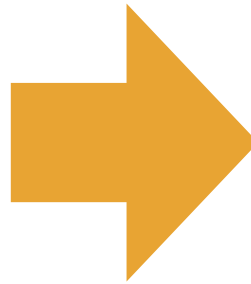
신청단계



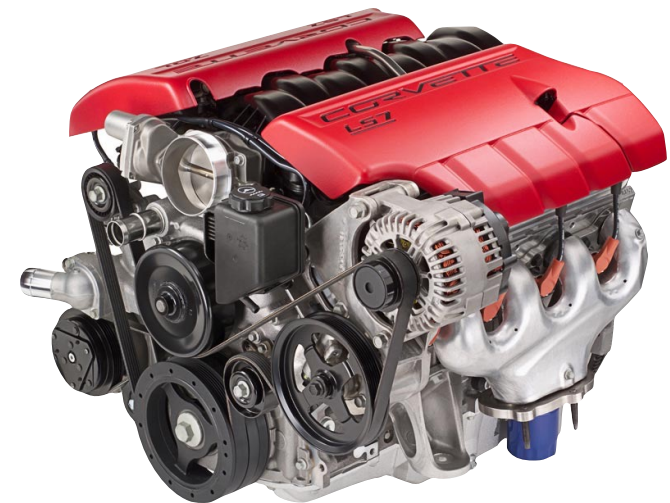
전통적
마케팅

작은
마케팅

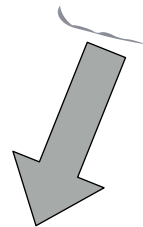
마케팅 깔때기
(Marketing Funnel)



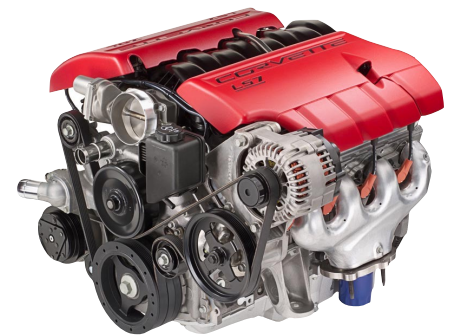
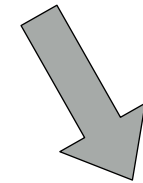
마케팅 엔진
(Marketing Engine)



비즈니스 모델



‘마케팅 프레임’



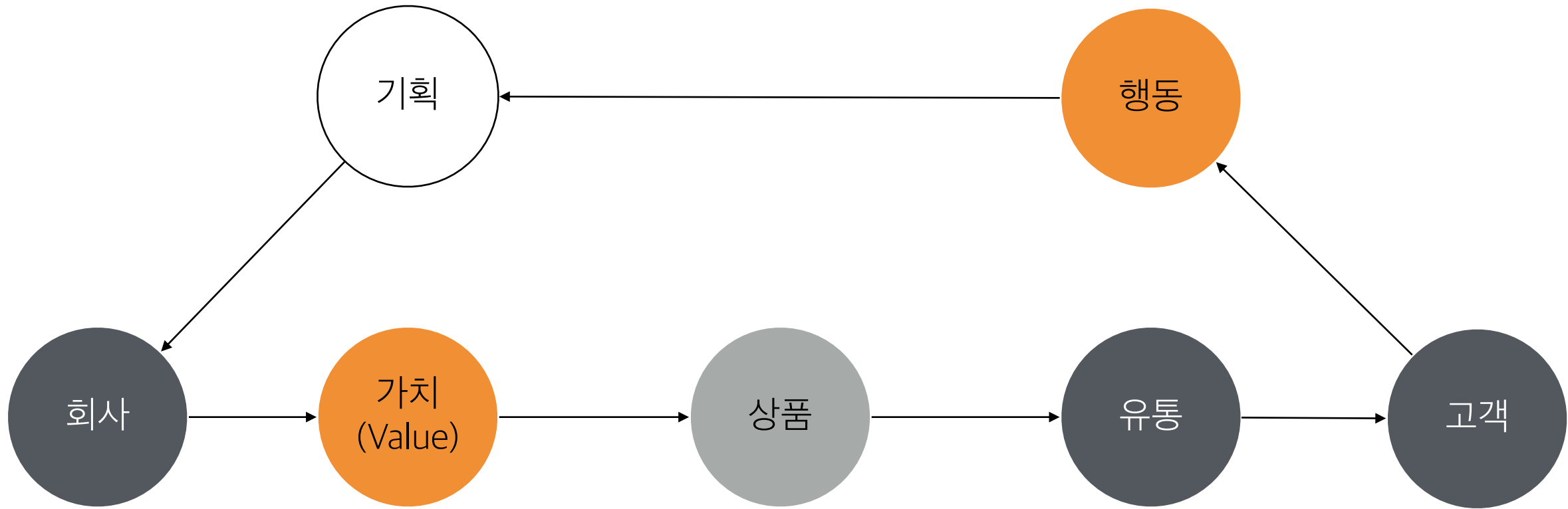
‘마케팅 엔진’

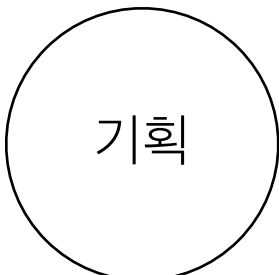
stage I



‘마케팅 프레임’ 만들기

경영 (management)





why

비전 (Vision)

누구나

하는 세상

1. 사람은	해야한다
2. 사람은	해야한다
3. 사람은	해야한다

행동

Action

미션 (Mission)

제품 / 서비스 / 기술 / 하고싶은일

회사

Company

고객

Target

	이름	나이	성별	직업
A				
B				
C				

A	
B	
C	

↓

↓

↓

가치

Value



Strength &
Weakness

why

비전
(Vision)

Price
(Call to Action)

1. 사람은
2. 사람은
3. 사람은

해야한다
해야한다
해야한다

미션
(Mission)

Opportunity &
Threat

제품 / 서비스 / 기술 / 하고싶은일

회사
Company

고객
Target

Target
Segmentation

이름 나이 성별 직업

C

A
B
C

핵심역량
(Core Value)
‘Marketing Concept’

Value Proposition

가치
Value

SAMPLE

why

비전 (Vision)
누구나
쉽게 비즈니스
하는 세상

- | | | |
|--------|-------------|------|
| 1. 사람은 | 독립적으로 살아야 | 해야한다 |
| 2. 사람은 | 하고 싶은 일을 | 해야한다 |
| 3. 사람은 | 공동체로 함께 살아야 | 해야한다 |

행동
Action
미션 (Mission)

제품 / 서비스 / 기술 / 하고싶은일

작은마케팅 방법론

회사
Company

패러다임

고객
Target

	이름	나이	성별	직업
A	이00	20	남	스타트업
B	김00	40	남	1인기업
C	박00	30	여	소상공인

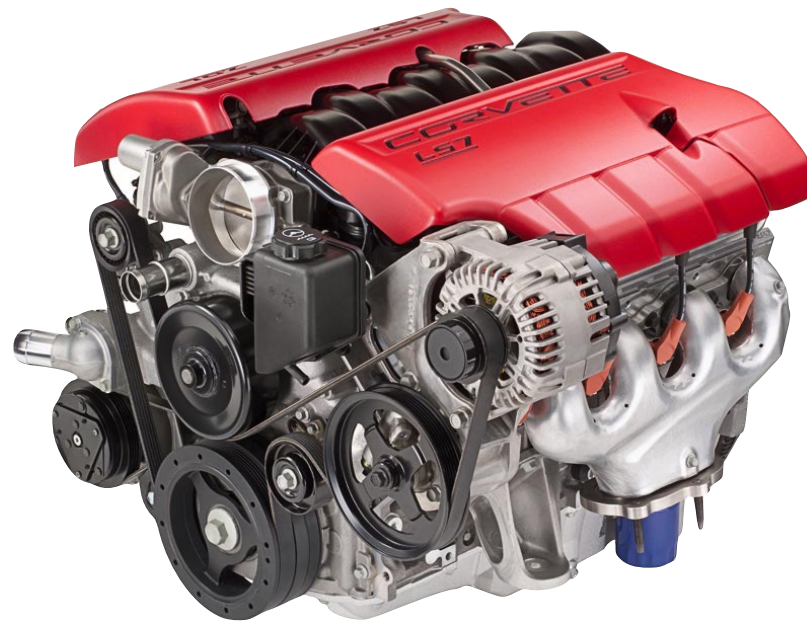
A	마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리
B	마케팅을 제대로 잘 하고 있는지 확인
C	회사의 기틀 잡기, 틀, 기반, 시스템

정리 제대로 기반

기반을 제대로 정리

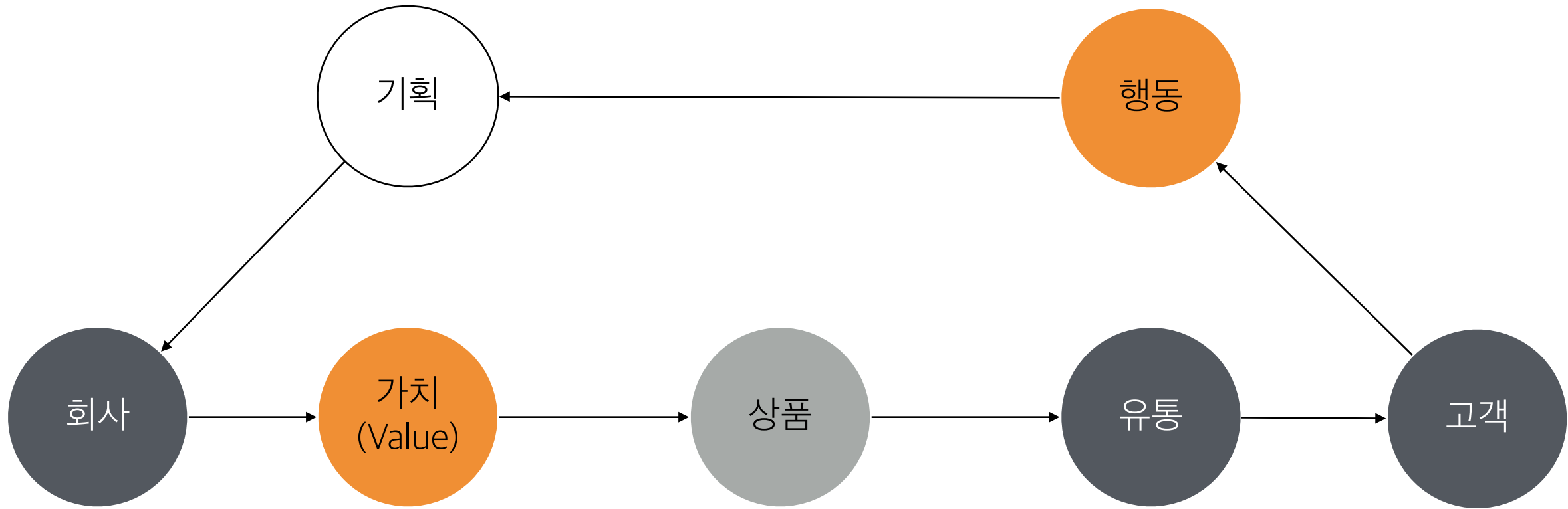
가치
Value

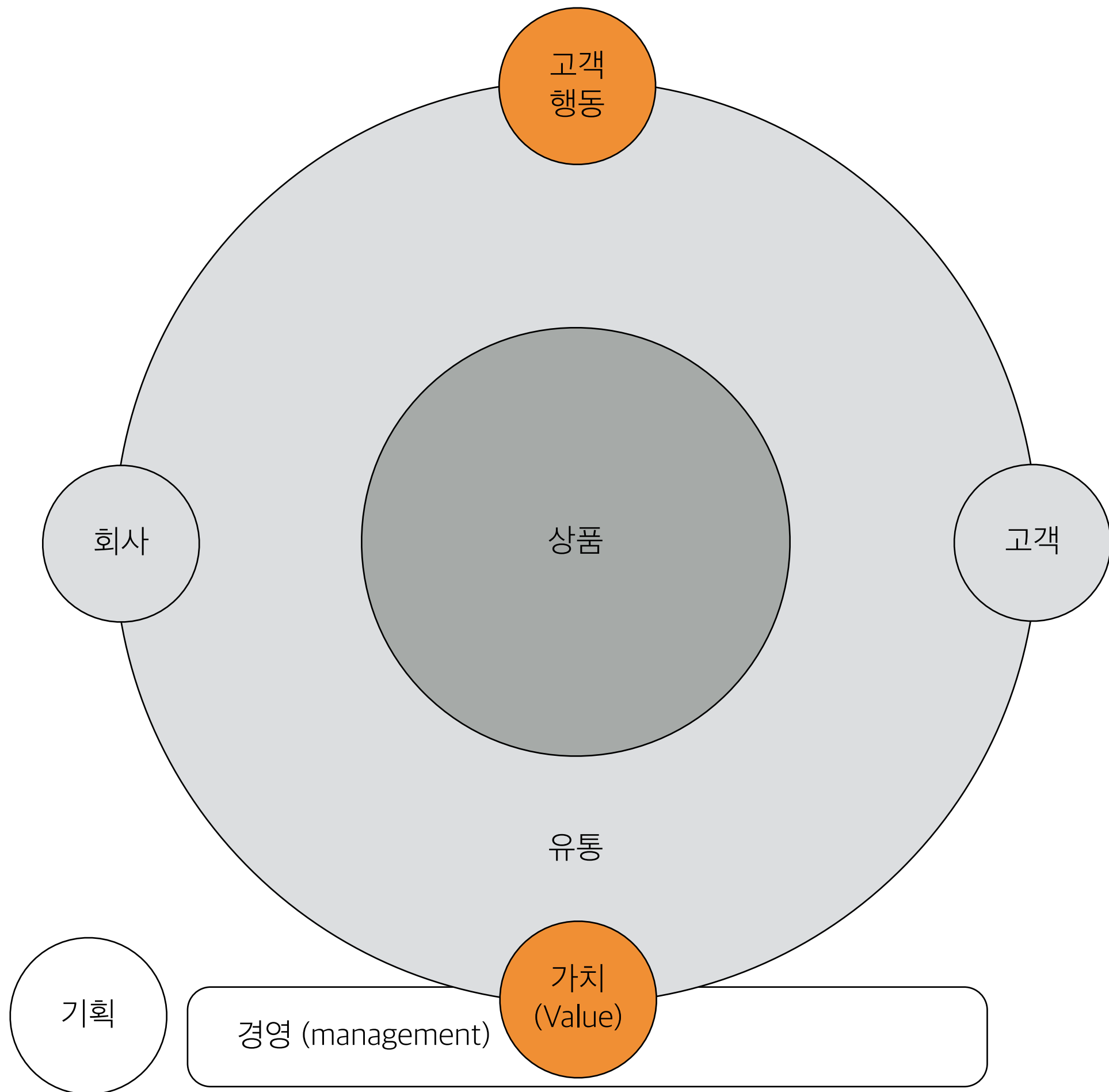
stage 2

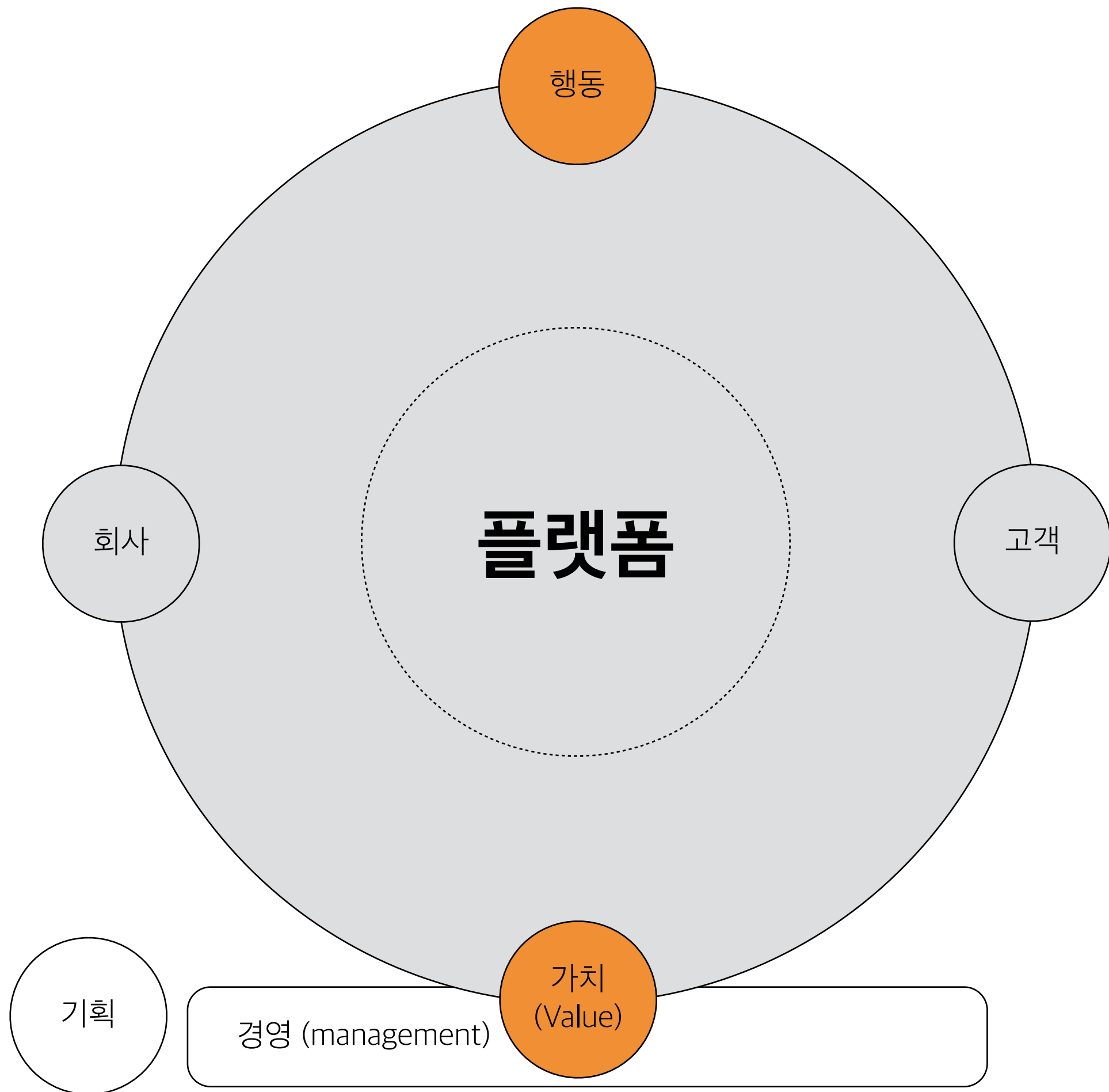


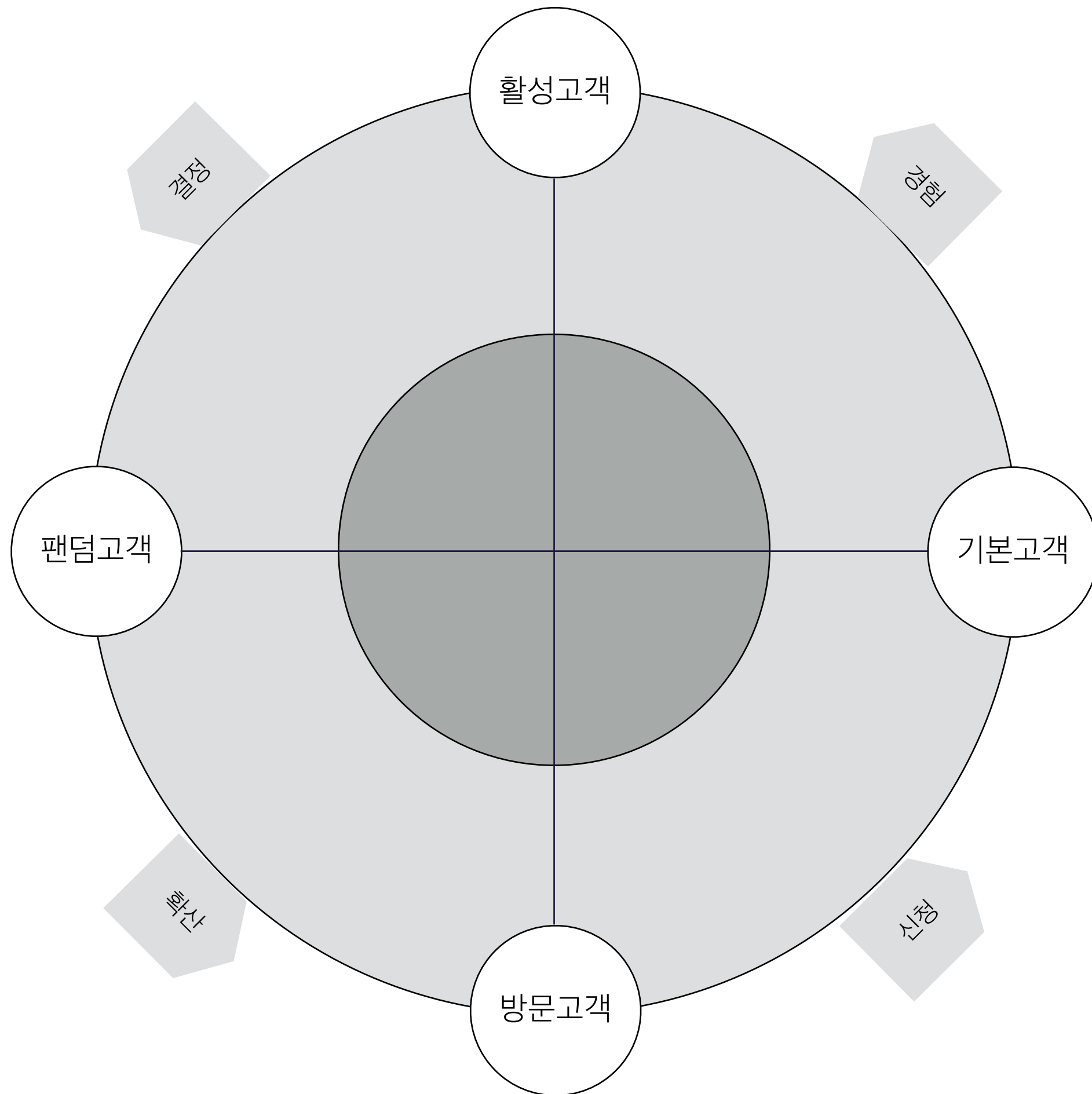
‘마케팅 엔진’ 만들기

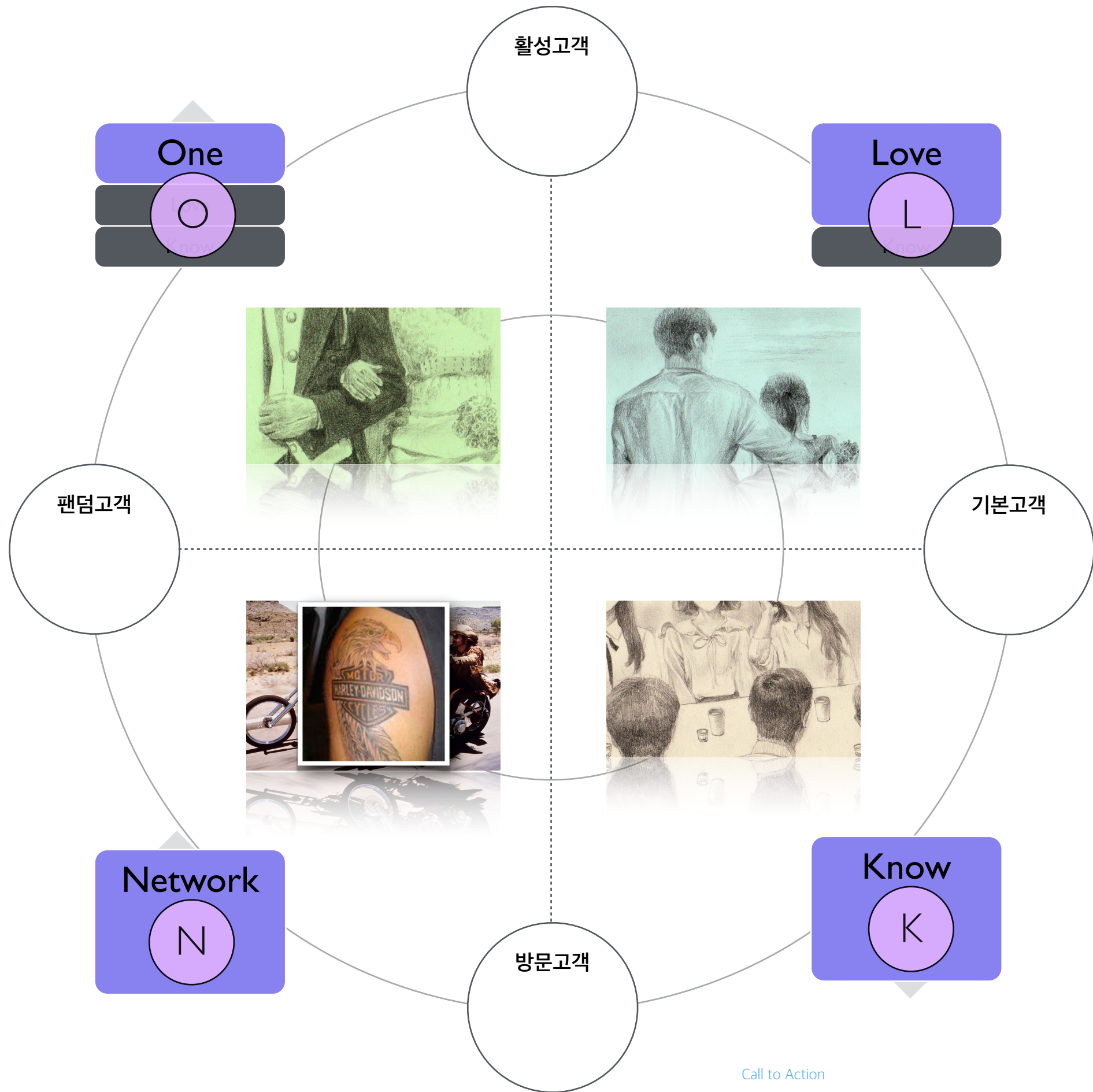
경영 (management)



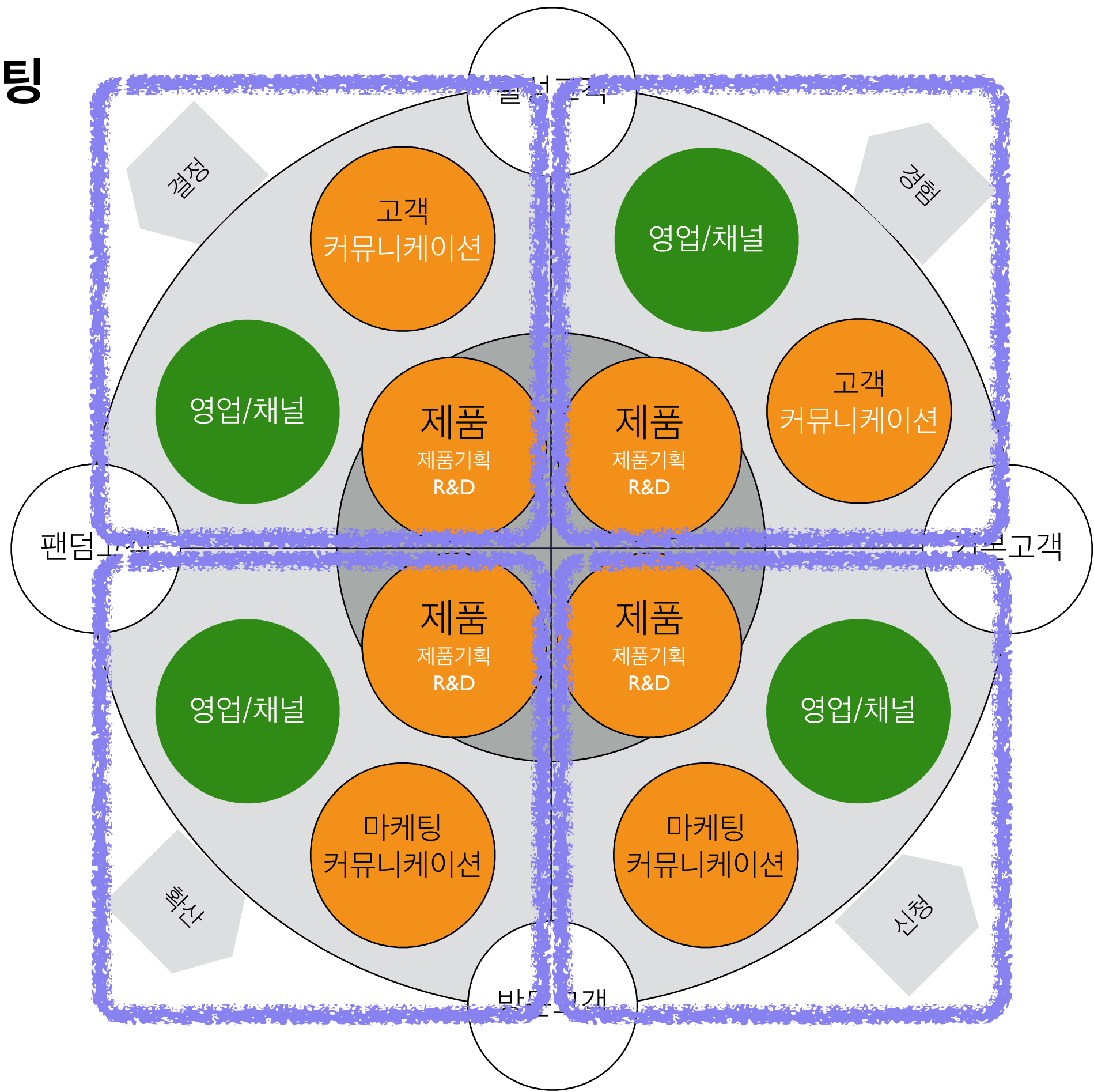


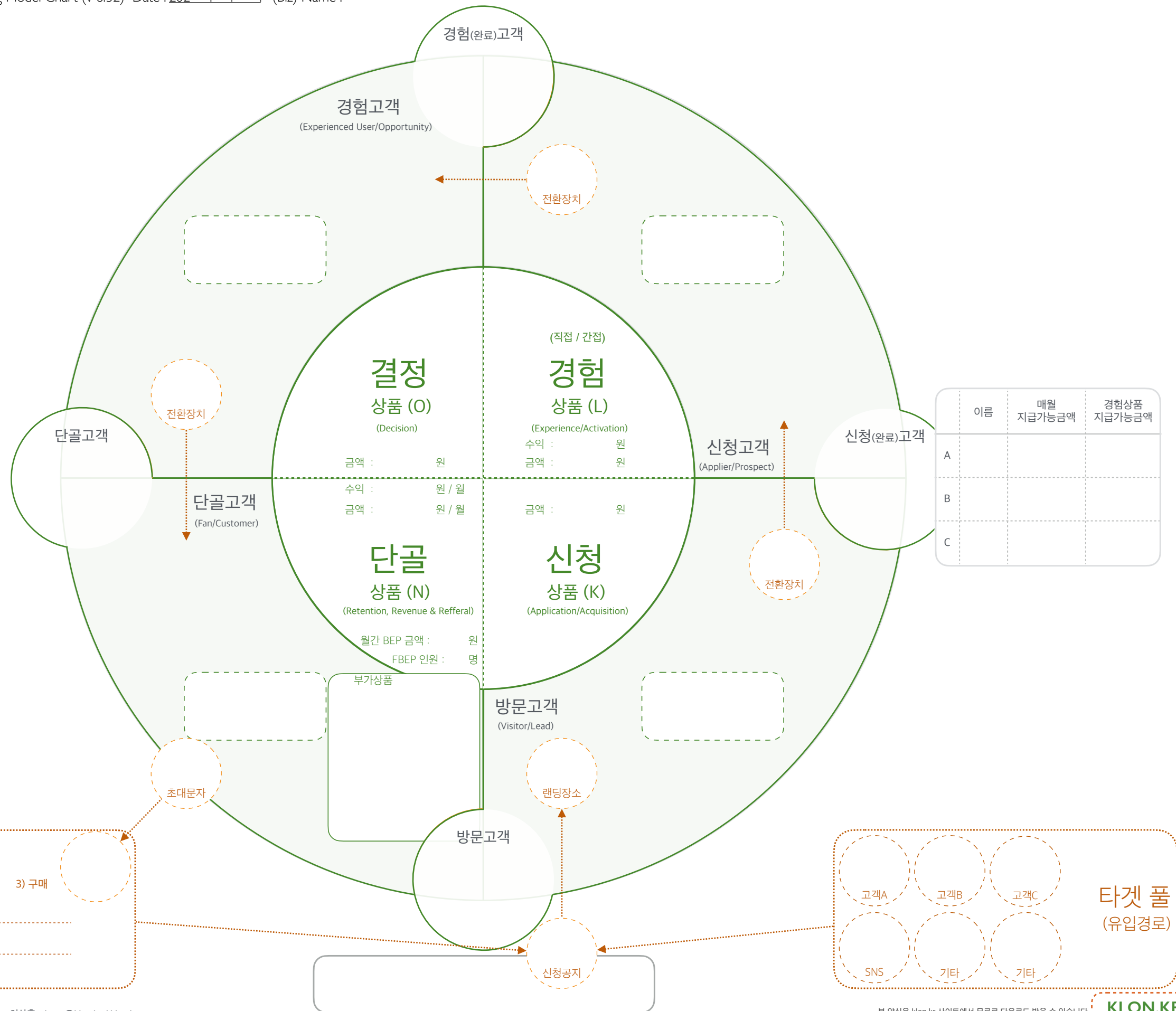


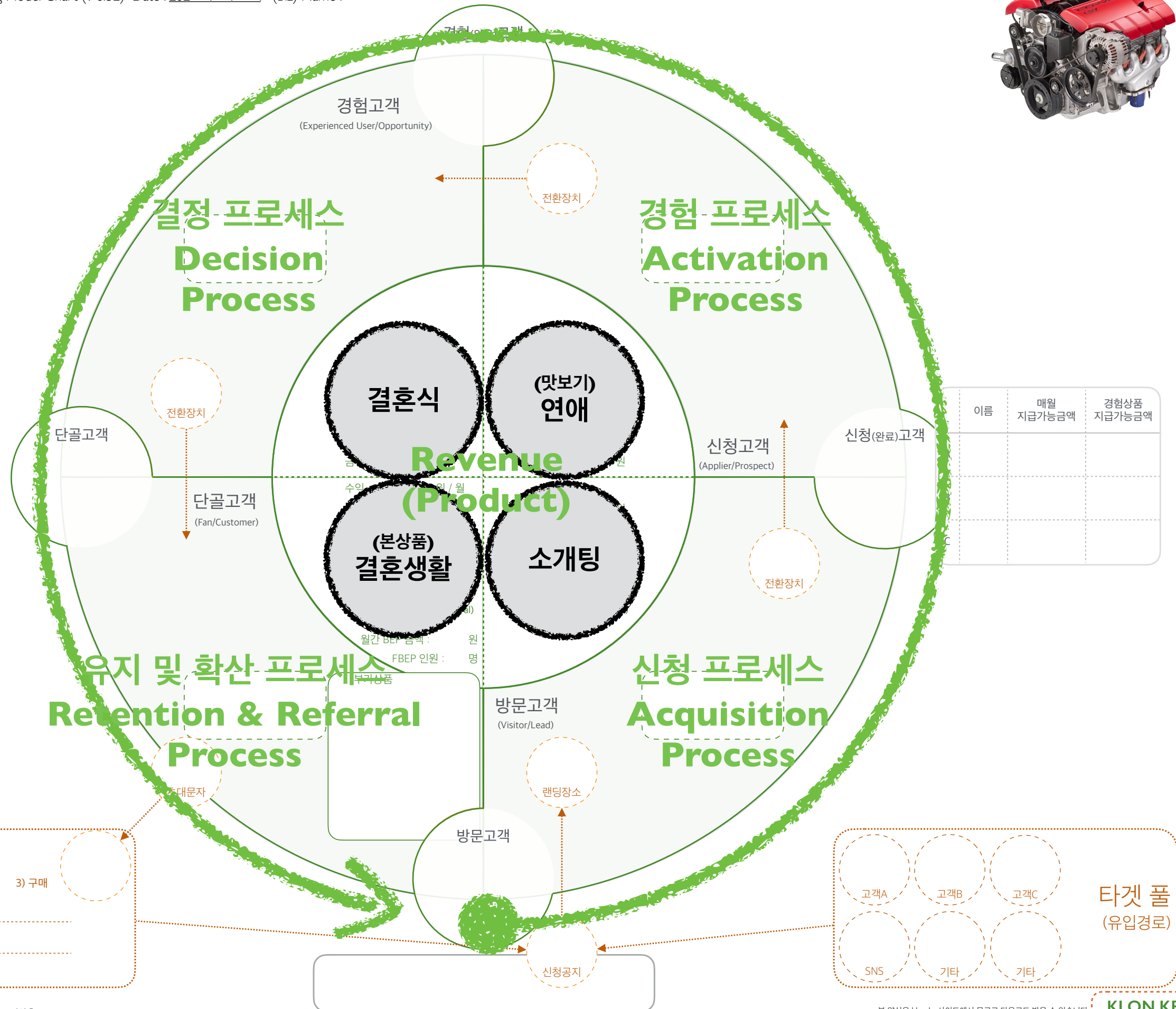




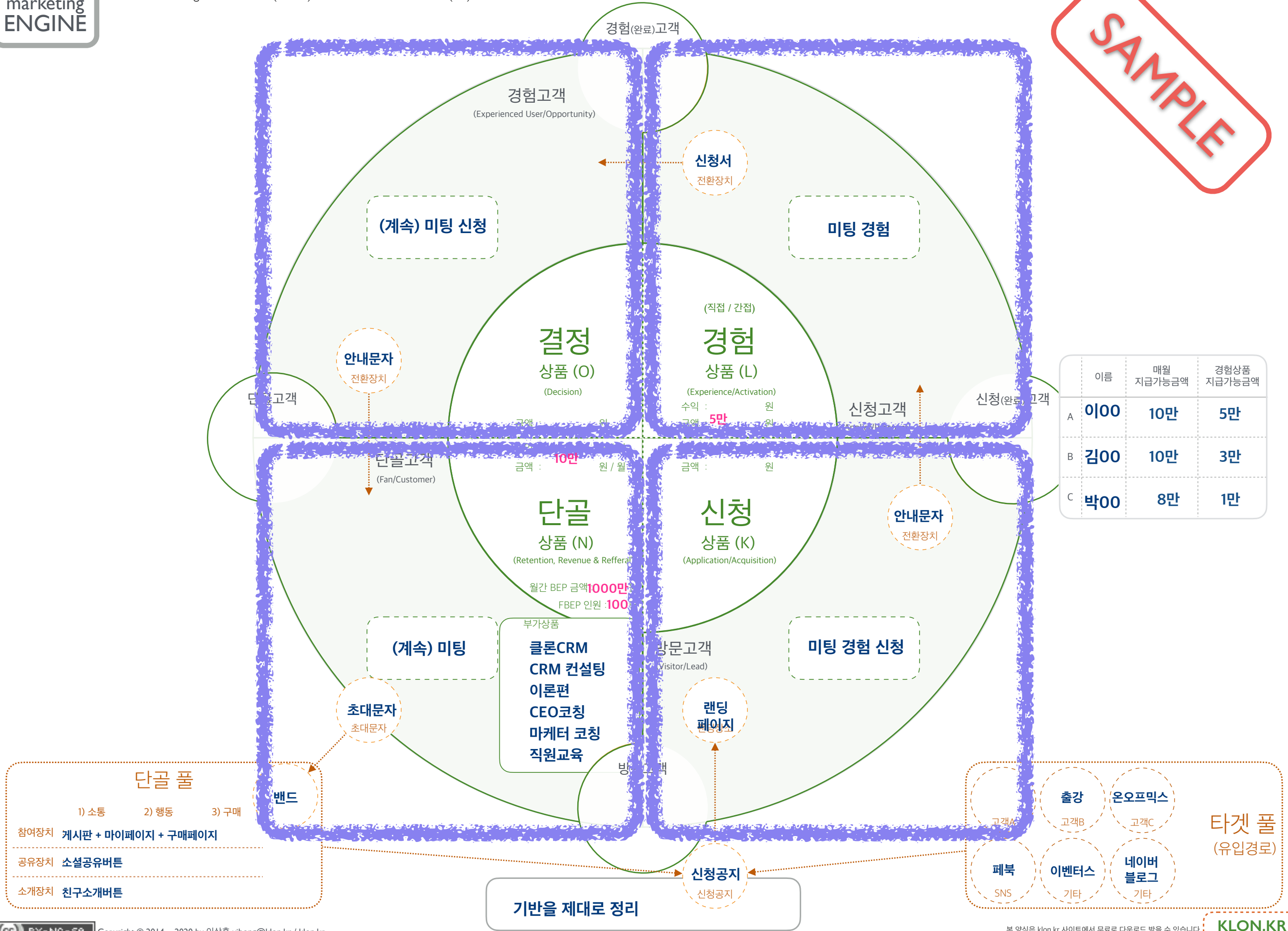
작은마케팅







SAMPLE



시제품...

+

시운전, 베타테스트...



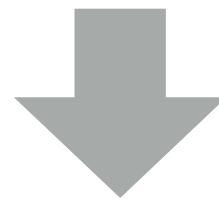




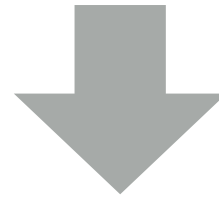
작은 마케팅의 핵심 개념

1. 상품으로 소통한다.

2. 목표는 팬덤이다.



“상품으로 팬덤만들기”



상품으로 팬덤생기는 시스템

기술수용주기 (Technology Adoption Life Cycle)

창업 (오너십)

경영 (리더십)

초기시장

주류시장

캐즘
the chasm



혁신 수용자
Innovators
2.5%

선각 수용자
Early Adopters
13.5%

전기 다수
Early Majority
34%

소수 수용자
Minority
12%

지각수용자
Laggards
16%

[출처 : 캐즘마케팅, 제프리 A. 무어]

창업 및 마케팅을 위한 KLON 로드맵 (체크리스트)

창업 (시스템 완성)

Level 1. 설계단계

(1일)

마케팅 시스템 (비즈니스 모델) 설계

- ☐ 하고싶은일 찾기 (필요한 경우)
- ☐ 마케팅 시스템 설계

Level 2. 시운전단계

(1~3개월)

시제품 (MVP) 제작 및 시운전

- ☐ ① 공지 반복 훈련 (10회 이상) -> 클릭확인
- ☐ ② 신청상품 세팅 -> 신청확인
- ☐ ③ 경험상품 (시제품) 세팅 -> 재신청 (결정상품) 확인
- ☐ CRM 시스템 세팅
- ☐ CRM 입력 or 기존 데이터 분석

Level 3. 완성단계

(1~6개월)

단골 상품 시운전 및 시스템 안정화

- ☐ 단계별 전환율 확인
- ☐ 수익 모델 확인
- ☐ 생산 모델 확인 (SDA 시스템 설계)
- ☐ 단골상품 세팅 (반복구매 확인)
- ☐ 단골증가율 확인
- ☐ 단골풀 세팅 (밴드 > HP > App)

Level 4. 운영단계

(3~6개월)

시스템 운영 (단골손익분기점 달성)

- ☐ 유입고객 늘리기 (노출, 타겟풀)
- ☐ 생산 시스템 구축 (SDA : 조직 / IT)
- ☐ 직원 팬덤 시스템 구축
- ☐ 단골손익분기점 (FBEP) 달성
- ☐ 단골풀 활성화 1 (참여)
- ☐ 소개유입률 확인

Level 5. 확산단계

시장 다각화 및 전국/해외 진출

- ☐ 다음 타겟시장 선정 및 진출
- ☐ 부가상품 추가
- ☐ 이해관계자 팬덤 시스템 구축
- ☐ 단골풀 활성화 2 (공유/소개)
- ☐ 단골고객 업그레이드 전략

경영 (시스템 운영)

마케팅 관련 문의사항은 작은마케팅클리닉 홈페이지로 문의하세요 (KLON.KR / 질문게시판)

작마클 프로그램

공개 프로그램

[작마클_이론편]

작은마케팅 이론 교육
공개강의 (3H) : 무료 / 동영상강의

[작마클_실전편]

사업 계획 또는 마케팅 전략 수립
1:1 실습 (1H) : 3.3만원

창업 프로그램

[창업열달학교]

창업계획부터 손익분기점 달성까지 1:1코칭
(설계단계 > 시운전단계 > 완성단계 > 운영일부)
200만원 / 10개월

[창업백일학교]

창업계획부터 비즈니스모델 완성까지 1:1코칭
(설계단계 > 시운전단계 > 완성단계)
100만원 / 100일

자문코칭 프로그램

창업 및 마케팅 시스템 구축을 위한 자문 프로그램

- 마케팅 현황 진단, 전략설계 및 자문
- 마케팅 로드맵에 따른 단계별 진행상황 리뷰
- 꾸준한 실행을 위한 정기적 점검
- 단계별 체크리스트에 따라 방향과 솔루션 코칭
- 다양한 사례를 기반으로 마케팅 전략 방향 제안

자문패키지 : 3회 30만원 | 월간자문 : 50만원/월

상담 프로그램

[개인 상담]

마케팅 현황 진단, 전략설계 및 상담
12만원/시간 (온사이트 상담: 40만원)

[하고싶은일로 평생먹고살기]

하고싶은일을 찾아서 사업화하는 방법
1:1 워크샵 (1.5H) : 20만원

기타 프로그램

[마케팅 교육 및 워크샵]

마케팅 이론 / 실습 / 관계론 / CRM 등
과정당 2~3시간
40만원/시간 (자문회원사는 20만원/시간)

[클론 CRM 서비스]

마케팅 데이터 및 고객 관리 솔루션
Personal : 무료 / Personal Pro : 8,800원/월

※ 상기 프로그램에 대한 문의나 신청은 문자 (010-3276-5065) 나 홈페이지로 해주세요

‘작마클 단골풀’

KLON.KR



작은마케팅클리닉

← → ↺

주의 요함 | klon.kr

★

작은마케팅클리닉

검색

가

가

가

새글

FAQ

11문의

클론CRM

정보수정

로그아웃

접속자 40

작마톡(Talk)

알림마당

Q/A 게시판

제안게시판

자유게시판

자료실

작마클소식

신청공지 게시판

자문회원 전용 (팬덤풀)

더보기

자문회원 전용 (팬덤풀)

KLON 관계론 슬라이드 자료입니다. 5

자문회원대상 작마톡 모임 진행합니다 (1월) ... 21

자문회원 전용 게시판 오픈합니다. (팬덤풀) 2

작마톡(Talk)

더보기

작마톡(Talk)

힘들어하는 한 창업자에게 보낸 답변 4

고객의 고언(苦言) 그리고 나의 반성... 2

[전략수정] 고가 고객부터 공략 4

자영업자도 제3의 고용상태인 하청업체 사장, ...

소특주도성장장에서 최저임금과 근로시간 단축이 가... 4

작마클님

쪽지

0

포인트

0

스크랩

정보수정

로그아웃

- 작마클 이론편 동영상
- 작마클 이론편 슬라이드
- 작마클 실전편 워크북 양식
- 창업/마케팅 구축 로드맵(커리큘럼)

- 클론CRM베타 신청
- 강연요청
- 페이스북 페이지
- 페이스북(이상훈)

- 지인소개용 버튼

알림마당

더보기

작마클 코칭 프로그램, 2월 무료체험코칭 신청 7

작마클_이론편 (2/2, 2/16) - 댓글신... 21

작마클_실전편 (1~2월) - 댓글신청 4

하고싶은일로 평생먹고살기 (1월) - 댓글신청 2

[작은회사 경험코스] 작은마케팅클리닉_실전편 ... 4

Q/A 게시판

더보기

Q/A 게시판

이탈고객 1

단골고객이 아닌 고객이 일정기간이 지나 '이탈'... 2

2.2마케팅 강의 4

1월강의에 관한 질문입니다. 2

팬텀 풀에서 공유장치와 소개장치의 차이 질문 2

작마클소식

더보기

작마클소식

작마클 자문회원모임, 작마톡(Talk) 1차 ... 5

7월 두번째 공감 - 동영상 강의 촬영 시도

작마클_그룹코칭, 서울A반... 기다려지는 코...

5월 작마클_그룹코칭_설계편

작마클 이론편 5월 두번째 공개강의

신청공지 게시판

더보기

신청공지 게시판

터칭스튜디오 해피레터 V2 1

터칭스튜디오_해피레터 5

상주 작마클 2기 1

(2월 강좌) 월급 2배 만들기 - 일본어로 ...

(월급2배만들기 시리즈) 2월 강의일정 공지드...

제안게시판

더보기

제안게시판

테블릿 버전의 홈페이지에서 고객관리 양식으로 ... 1

자료실

더보기

자료실

창업 및 마케팅 로드맵 (작마클 커리큘럼) 2...

KLON

Marketing Model Chart

(v 6.32)

VOLUME :

START : 202

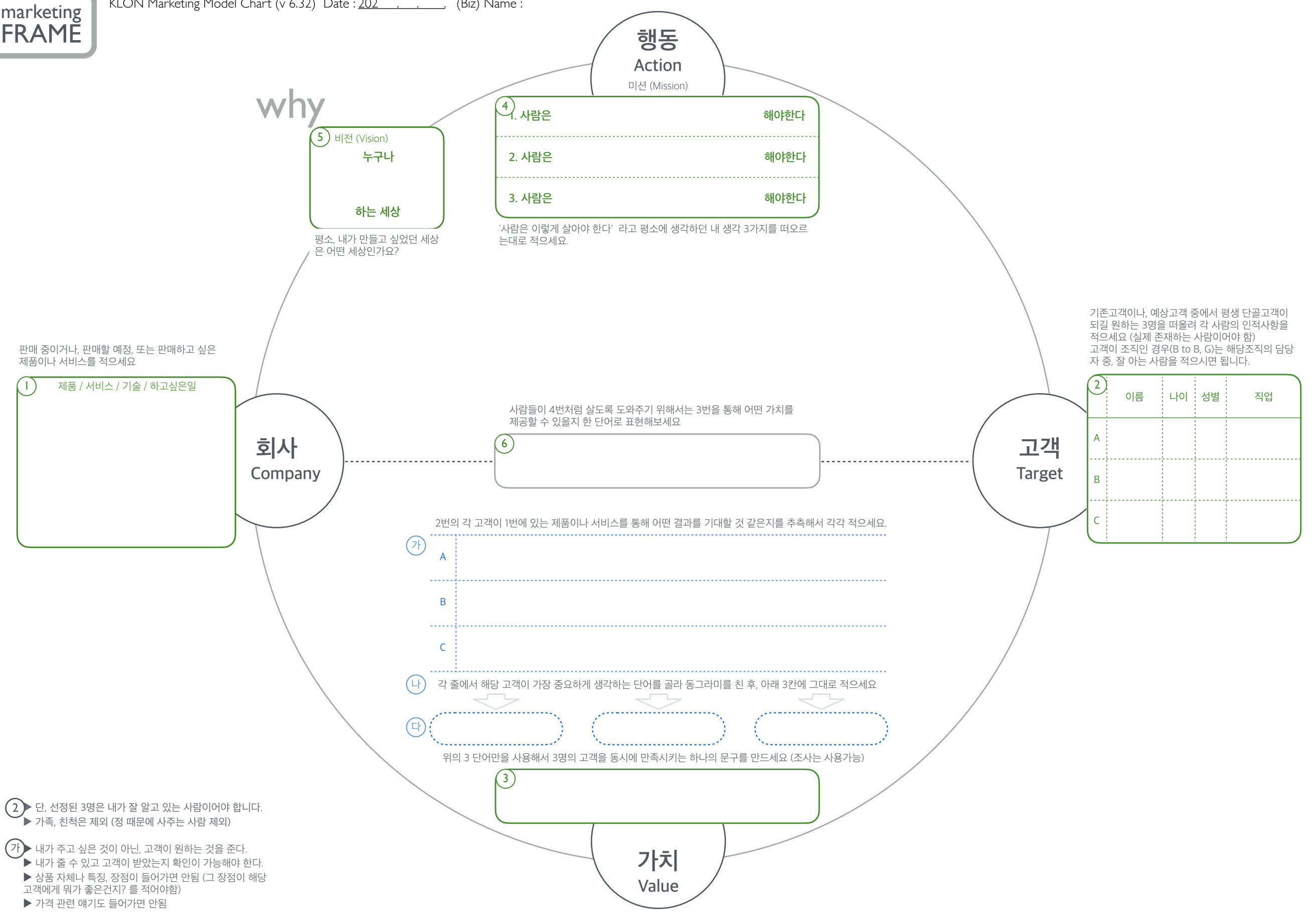
FINISH : 202

NAME :

COMPANY :

MEMO :

Contact : 이상훈 | yibong@klon.kr | www.klon.kr | www.facebook.com/yibong



- 2 단, 선정된 3명은 내가 잘 알고 있는 사람이어야 합니다.
 - ▶ 가족, 친척은 제외 (정 때문에 사주는 사람 제외)
- 가 내가 주고 싶은 것이 아닌, 고객이 원하는 것을 준다.
 - ▶ 내가 줄 수 있고 고객이 받았는지 확인이 가능해야 한다.
 - ▶ 상품 자체나 특징, 장점이 들어가면 안됨 (그 장점이 해당 고객에게 뭐가 좋은건지? 를 적어야함)
 - ▶ 가격 관련 얘기도 들어가면 안됨
- 나 복합단어는 분절하여 한단어씩 동그라미를 친다

- 2 ▶ 1번의 일련의 행동을 일반적으로 뭐라고 하는지 적으시오 (보통명사로)
- 3 ▶ 2번 단골상품명 뒤에 '경험'을 붙여 적으시오
- 4 ▶ 3번 경험상품명 뒤에 '신청'을 붙이시오
- 5 ▶ 2번 단골상품명 뒤에 '신청'을 붙이시오
- 6 ▶ 단골고객에게 추가로 제공할 수 있는 상품이나 서비스를 다 적으시오

- A ▶ 프레임차트의 고객 3명을 알게 된 풀(Pool)을 적으시오
- B ▶ 그 3명이 주로 사용하는 SNS를 적으시오
- C ▶ 신청을 받는 채널(문자/카톡/웹)을 적으시오
- D ▶ 3번을 경험하기 위해 고객이 움직일 경우, '안내문자', 고객에게 보낼 경우 '배송', 온라인은 '클릭'을 적으시오
- E ▶ 3번 상품에 '결정용 신청서'를 포함한다
- F ▶ 2번을 경험하기 위해 고객이 움직일 경우, '안내문자', 고객에게 보낼 경우 '배송', 온라인은 '클릭'을 적으시오
- G ▶ 단골고객에게 단골풀 '초대문자'를 보낸다
- H ▶ 아래 세가지 중 하나를 골라적으시오
(1) 커뮤니티 톨(밴드, 카페, 그룹)
(2) 홈페이지 / (3) 모바일앱
▶ 참여/공유/소개를 도와주는 장치를 적으시오

결정 프로세스

(가입/구매/신청/계약)

고객경험시나리오 가이드

필요횟수 : 소요시간 :

- 가 나 ▶ 프레임차트 2번 '고객'란의 이름, 3번 '가치 (Value)'란의 내용을 옮겨 적으시오
- I ▶ 고객이 (가)번의, 가치(Value)를 얻거나 유지하는 장면에서, 어떤 행동을 하는지 묘사하시오
- ▶ 그 행동을 한번 하는데 걸리는 시간을 '소요시간'에 적으시오
- ▶ 그 행동을 얼마에 한번씩 반복하는 지 '권장주기'에 적으시오
- ▶ 고객의 일련의 행동을 '고객경험시나리오 가이드'에 순서대로 적으시오

I 핵심상호작용 :

소요시간 : 권장주기 :

고객경험시나리오 가이드

단골 풀

1) 소통 2) 행동 3) 구매

참여장치 :

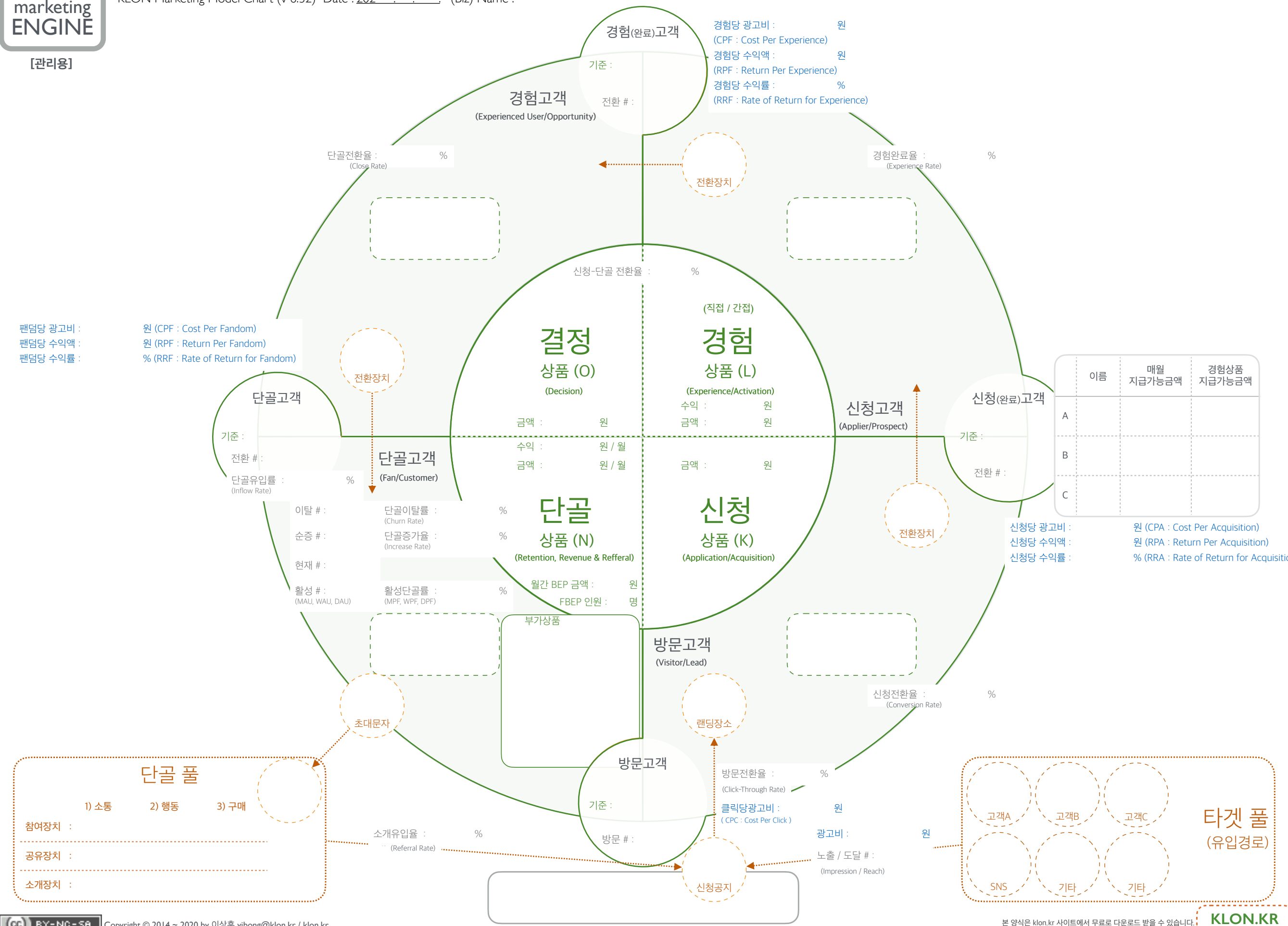
공유장치 :

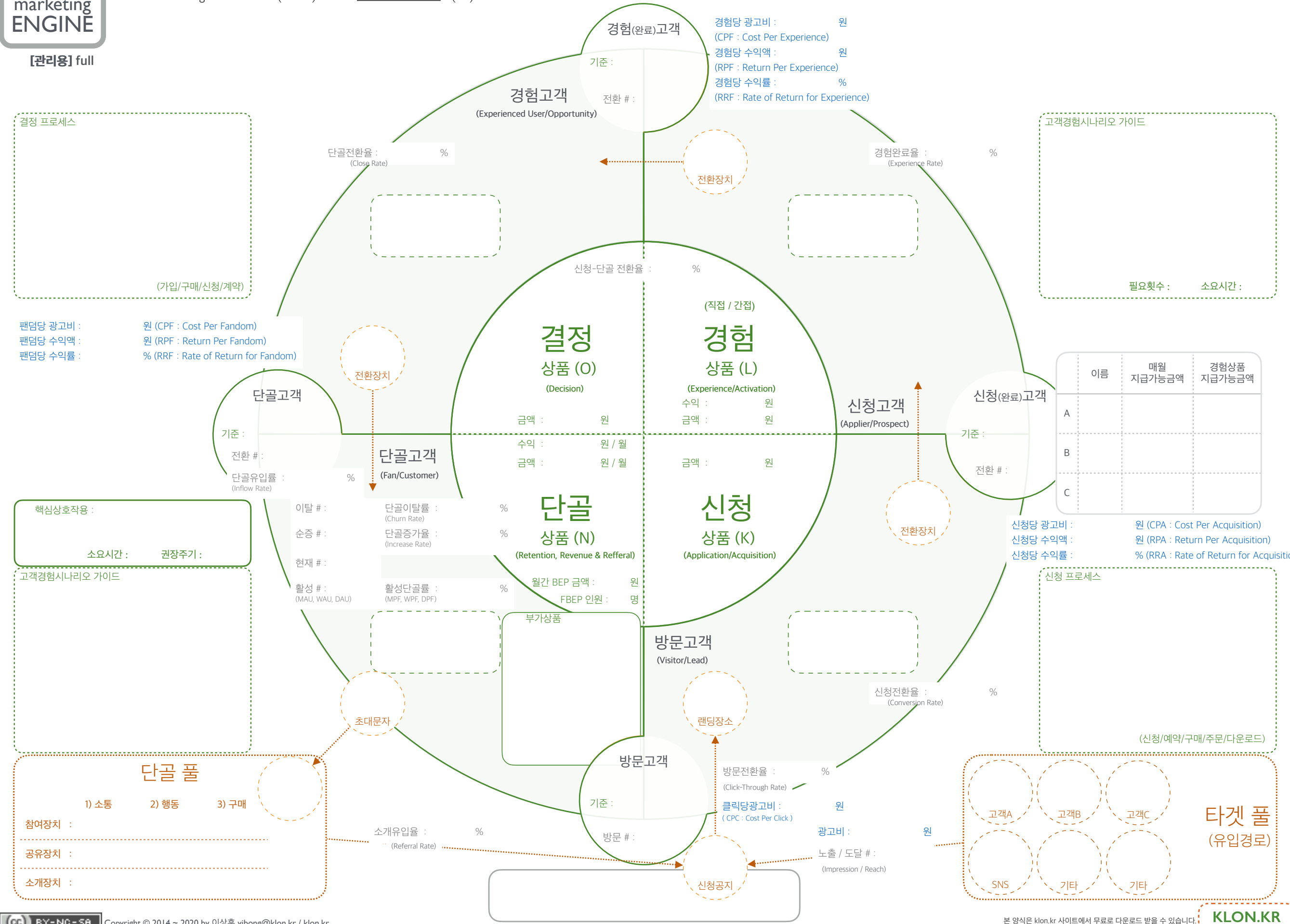
소개장치 :

타겟 풀 (유입경로)

고객A 고객B 고객C

SNS 기타 기타





SAMPLE

why

비전 (Vision)
누구나
쉽게 비즈니스
하는 세상

- | | | |
|--------|-------------|------|
| 1. 사람은 | 독립적으로 살아야 | 해야한다 |
| 2. 사람은 | 하고 싶은 일을 | 해야한다 |
| 3. 사람은 | 공동체로 함께 살아야 | 해야한다 |

행동
Action
미션 (Mission)

제품 / 서비스 / 기술 / 하고싶은일

작은마케팅 방법론

회사
Company

패러다임

고객
Target

	이름	나이	성별	직업
A	이00	20	남	스타트업
B	김00	40	남	1인기업
C	박00	30	여	소상공인

A	마케팅의 핵심, 사업의 본질 파악, 정리
B	마케팅을 제대로 잘 하고 있는지 확인
C	회사의 기틀 잡기, 틀, 기반, 시스템

정리 제대로 기반

기반을 제대로 정리

가치
Value

SAMPLE

결정 프로세스

프로그램 신청서 작성

(가입/구매/신청/계약)

고객경험시나리오 가이드

1. 마케팅 프레임 설계하기 : 사업방향 설정
2. 마케팅 엔진 설계하기 (1) : 상품파트
3. 마케팅 엔진 설계하기 (2) : 프로모션파트
4. 로드맵 설정 및 질의 응답
5. 신청서 작성

필요횟수 : 1회 소요시간 : 2-3H

핵심상호작용 :

말하고 듣기

소요시간 : 1H 권장주기 : 매월

고객경험시나리오 가이드

- 1) 단계별 지표 및 진행상황 점검
- 2) 마케팅엔진 상태 체크
- 3) 취약점 발견
- 4) 개선안 및 전략 방향 협의
- 5) 질의 응답

신청 프로세스

1. 이론편 신청
2. 이론편 참석
3. 실전편/상담 신청

(신청/예약/구매/주문/다운로드)

단골 풀

1) 소통 2) 행동 3) 구매

참여장치 : 게시판 + 마이페이지 + 구매페이지

공유장치 : 소셜공유버튼

소개장치 : 친구소개버튼

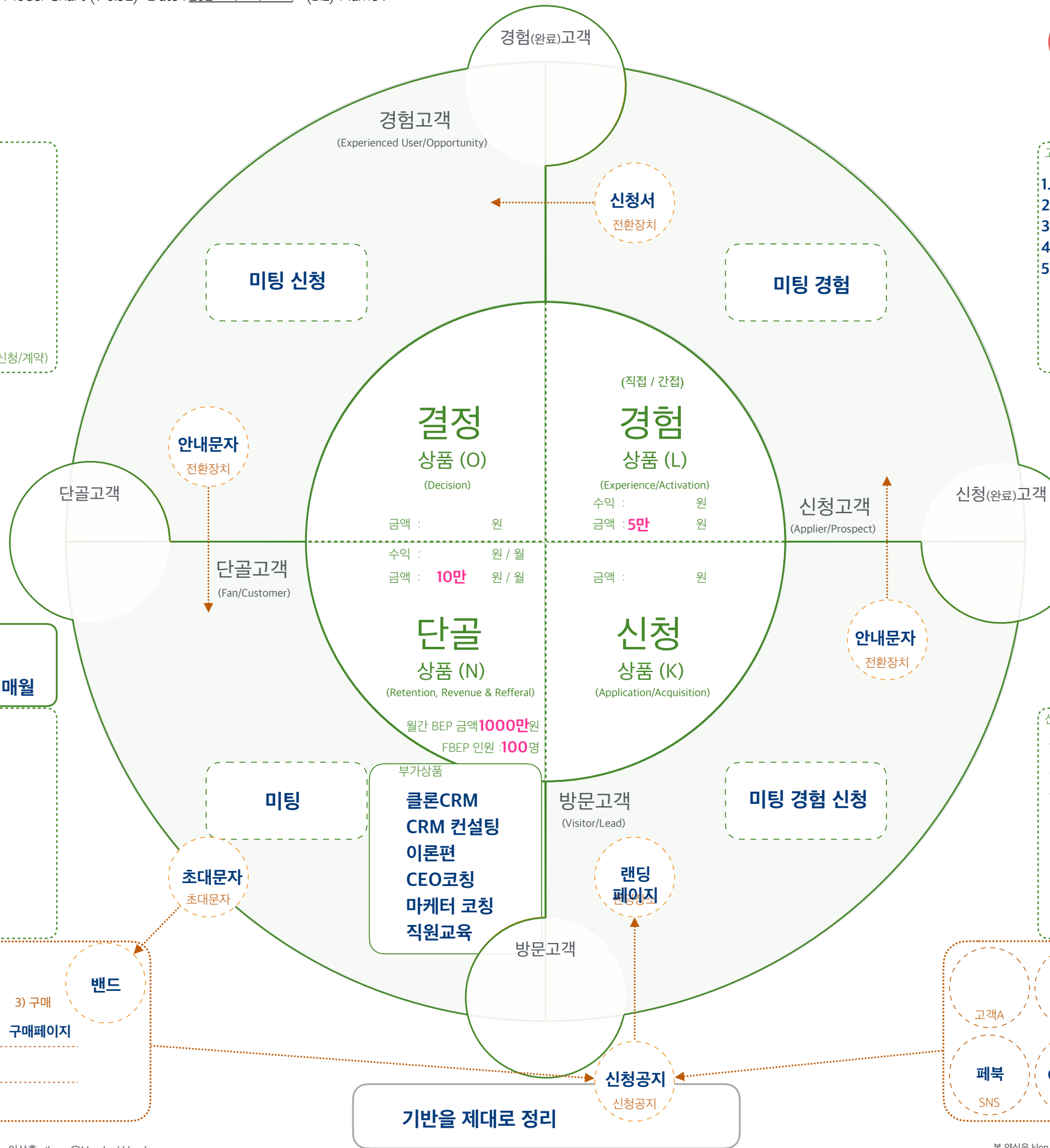
밴드

타겟 풀
(유입경로)

고객A 고객B 고객C

출강 온오프믹스

페북 SNS 이벤트스 기타 네이버 블로그 기타



	이름	매월 지급가능금액	경험상품 지급가능금액
A	이00	10만	5만
B	김00	10만	3만
C	박00	8만	1만

창업 및 마케팅을 위한 KLON 로드맵 (체크리스트)

Level 1. 설계단계

(1일)

마케팅 시스템 (비즈니스 모델) 설계

- ☐ 하고싶은일 찾기 (필요한 경우)
- ☐ 마케팅 시스템 설계

Level 2. 시운전단계

(1~3개월)

시제품 (MVP) 제작 및 시운전

- ☐ ① 공지 반복 훈련 (10회 이상) -> 클릭확인
- ☐ ② 신청상품 세팅 -> 신청확인
- ☐ ③ 경험상품 (시제품) 세팅 -> 재신청 (결정상품) 확인
- ☐ CRM 시스템 세팅
- ☐ CRM 입력 or 기존 데이터 분석

Level 3. 완성단계

(1~6개월)

단골 상품 시운전 및 시스템 안정화

- ☐ 단계별 전환율 확인
- ☐ 수익 모델 확인
- ☐ 생산 모델 확인 (SDA 시스템 설계)
- ☐ 단골상품 세팅 (반복구매 확인)
- ☐ 단골증가율 확인
- ☐ 단골풀 세팅 (밴드 > HP > App)

Level 4. 운영단계

(3~6개월)

시스템 운영 (단골손익분기점 달성)

- ☐ 유입고객 늘리기 (노출, 타겟풀)
- ☐ 생산 시스템 구축 (SDA : 조직 / IT)
- ☐ 직원 팬덤 시스템 구축
- ☐ 단골손익분기점 (FBEP) 달성
- ☐ 단골풀 활성화 1 (참여)
- ☐ 소개유입률 확인

Level 5. 확산단계

시장 다각화 및 전국/해외 진출

- ☐ 다음 타겟시장 선정 및 진출
- ☐ 부가상품 추가
- ☐ 이해관계자 팬덤 시스템 구축
- ☐ 단골풀 활성화 2 (공유/소개)
- ☐ 단골고객 업그레이드 전략

작마클 프로그램

공개 프로그램

[작마클_이론편]

작은마케팅 이론 교육
공개강의 (3H) : 무료 / 동영상강의

[작마클_실전편]

사업 계획 또는 마케팅 전략 수립
1:1 실습 (1H) : 3.3만원

창업 프로그램

[창업열달학교]

창업계획부터 손익분기점 달성까지 1:1코칭
(설계단계 > 시운전단계 > 완성단계 > 운영일부)
200만원 / 10개월

[창업백일학교]

창업계획부터 비즈니스모델 완성까지 1:1코칭
(설계단계 > 시운전단계 > 완성단계)
100만원 / 100일

자문코칭 프로그램

창업 및 마케팅 시스템 구축을 위한 자문 프로그램

- 마케팅 현황 진단, 전략설계 및 자문
- 마케팅 로드맵에 따른 단계별 진행상황 리뷰
- 꾸준한 실행을 위한 정기적 점검
- 단계별 체크리스트에 따라 방향과 솔루션 코칭
- 다양한 사례를 기반으로 마케팅 전략 방향 제안

자문패키지 : 3회 30만원 | 월간자문 : 50만원/월

상담 프로그램

[개인 상담]

마케팅 현황 진단, 전략설계 및 상담
12만원/시간 (온사이트 상담:40만원)

[하고싶은일로 평생먹고살기]

하고싶은일을 찾아서 사업화하는 방법
1:1 워크샵 (1.5H) : 20만원

기타 프로그램

[마케팅 교육 및 워크샵]

마케팅 이론 / 실습 / 관계론 / CRM 등
과정당 2~3시간
40만원/시간 (자문회원사는 20만원/시간)

[클론 CRM 서비스]

마케팅 데이터 및 고객 관리 솔루션
Personal : 무료 / Personal Pro : 8,800원/월

마케팅 관련 문의사항은 작은마케팅클리닉 홈페이지로 문의하세요 (KLON.KR / 질문게시판)

※ 상기 프로그램에 대한 문의나 신청은 문자 (010-3276-5065) 나 홈페이지로 해주세요