

digital

디지털 전환의 필요성 및 디지털 마케팅 성공전략

기업지원팀

CONTENTS_



01_ 디지털 전환의 필요성

02_ 디지털 마케팅 성공전략



01_

디지털 전환의 필요성

01 디지털 전환의 필요성

■ COVID-19가 불러온 디지털 전환

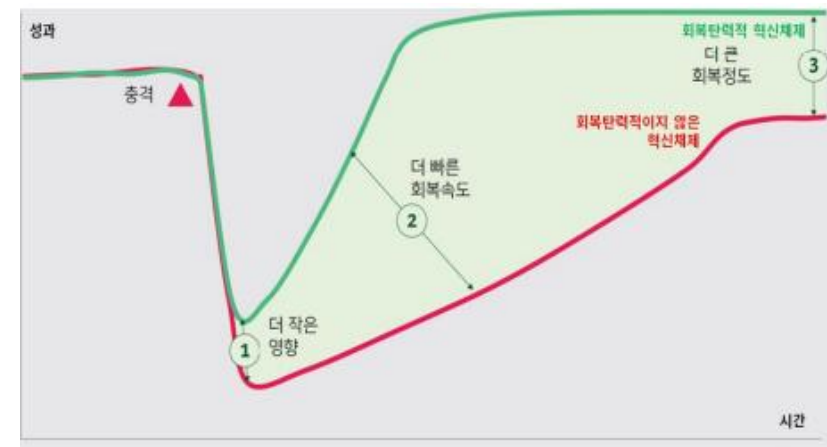
- 새로운 혁신체제 모델 탐색 필요성 대두
 - 예측하지 못했던 코로나 19는 빠른 확산과 광범위한 전파로 인하여 사회 전반의 급격한 변화를 초래함



- ① 보호무역 증가 및 국제무역의 위축
- ② 비대면화 촉진을 통한 디지털 전환 주기 단축
- ③ 지역봉쇄 조치로 인한 피로도 증가
- ④ 경제활동 제한 및 경제 심리 위축, 소비 전반의 애로사항 발생

■ COVID-19가 불러온 디지털 전환

- 새로운 혁신체제 모델 탐색 필요성 대두
 - 코로나 19로 시작된 글로벌 위기는 부정적인 영향과 함께 위기 속에서의 새로운 혁신 모델의 발현이라는 긍정적 영향이 혼재됨



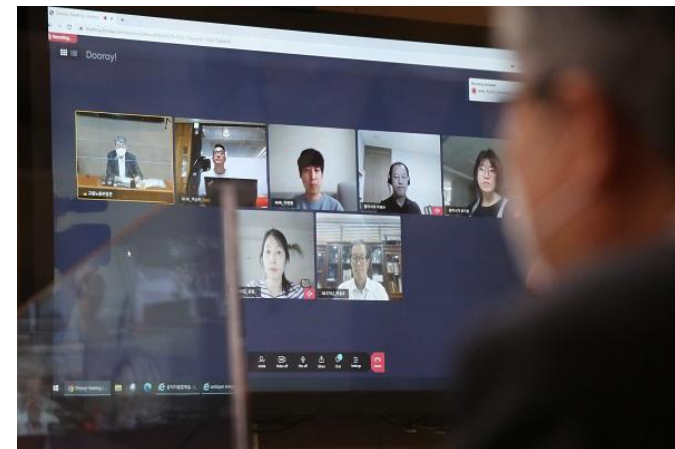
〈리질리언스 역량 관점으로 본 혁신체제 발전경로〉

- ① 경제사회의 지속가능한 발전을 위해서는 단순히 성장과 발전 중심의 정책은 한계가 있음
- ② 얼마나 빠르게 충격과 위기 등의 불안정 요소를 극복해 낼 수 있는지가 중요함
- ③ 리질리언스(회복탄력성) 역량 확보가 가장 중요한 과제로 대두

01 디지털 전환의 필요성

■ COVID-19가 불러온 디지털 전환

- 새로운 혁신체제 모델 탐색 필요성 대두
 - 코로나 19는 혁신체제의 패러다임 전환을 촉진하는 기회의 창을 형성
 - 코로나 19로 인해 촉발된 다양한 경제적 이슈는 발전과 진화에 따른 기회의 창을 창출



〈비대면 교육 모습〉

- ① 이러한 관점 하에 시스템 리질리언스 역량 강화를 위한 미래지향적 혁신정책이 강조
- ② 디지털 전환이 강조되는 것도 이러한 영향으로 인한 발전과 진화에 따름
- ③ 기존 학교에서 수업을 받던 방식에서 전자기기를 활용한 비대면 교육으로 변화됨

01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환이란?

▪ 디지털 전환의 정의

- 디지털 전환은 변화하는 비즈니스 환경과 시장 요구를 충족하기 위해 디지털 기술로 기존의 비즈니스 프로세스, 문화, 고객 경험을 개선하거나 새롭게 창출하는 과정
- 디지털 시대의 이러한 비즈니스 재구성을 디지털 전환이라고 부름



01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환이란?

▪ 디지털 전환의 예시 - ① 스타벅스 사이렌 오더

➤ 스타벅스는 업계 최초로

사이렌오더(모바일주문) 기능을 도입

➤ 스타벅스 어플리케이션을 통해 예치금을

충전해 주문 · 결제 등이 가능함

➤ QR코드 결제, 전자쿠폰관리, 모바일

자동충전 등 다양한 금융 전자상거래

서비스를 제공

➤ 스타벅스는 단순히 커피전문점이 아닌 예치금만으로도 미국의 지방은행

규모로 성장



01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환이란?

▪ 디지털 전환의 예시 - ② 도미노 피자

➤ 극심한 시장경쟁과 수요감소로 하향세인

피자시장에서 도미노피자는

디지털전환으로 위기를 극복함

➤ 현재 도미노에서 피자주문의 60%는

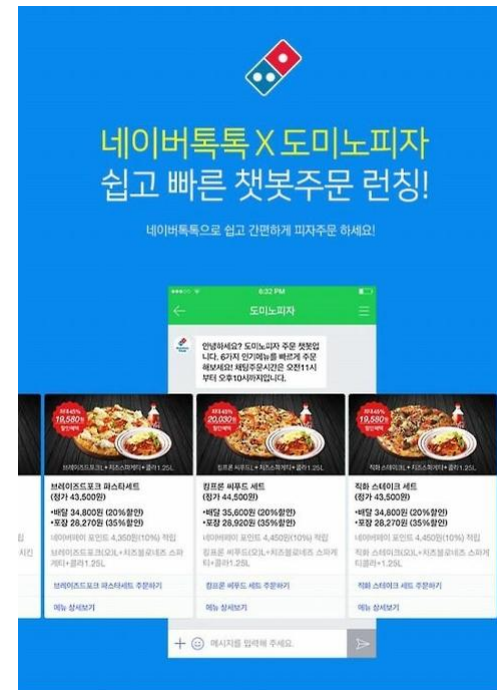
디지털플랫폼을 통해 이뤄짐

➤ 동시에 인공지능(AI), 챗봇, 스마트워치 등

15가지 디지털매체를 이용해 피자주문을

받음

➤ 도미노피자는 이미 ‘모바일 퍼스트’ 에서 ‘AI 퍼스트’ 를 선포한 상황



01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환이란?

- 디지털 전환의 예시 - ③ 디백킹의 치킨 튀김 로봇
 - 대구시의 치킨전문점 디백킹은 치킨튀김 로봇 도입으로 조리과정에서 위험요인을 제거하고, 일정한 음식 맛을 보장함으로써 고객 만족도를 개선함
 - 튀김로봇 도입 후 월매출은 2000만원이상 증가했고, 고객도 3배 증가함
 - 매출증대에 따라 고용인원도 2명에서 4명으로 늘어남



01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환이란?

▪ 디지털 전환의 예시 - ④ 기타



- 코로나 19를 겪게 되면서 디지털전환을 통해 비대면 관련 기술이 일상생활에 정착
 - 매장주문은 키오스크를 활용, 서빙은 서빙로봇으로 대체, 음식주문은 주문배달
- 어플리케이션의 이용 등 코로나 19를 겪으면서 기술변화에 둔감했던 상황이
갑작스럽게 다가옴

01 디지털 전환의 필요성

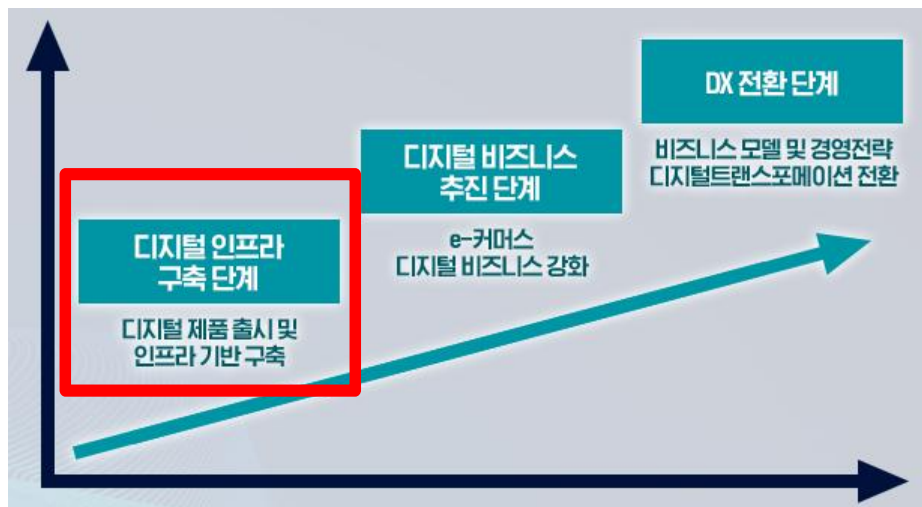
▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환의 강화
 - 코로나 19를 겪게 되면서 디지털전환을 통해 비대면 관련 기술이 일상생활에 정착
 - 디지털전환은 디지털기술(IT)을 사회 전반에 적용해 전통적인 사회구조를 혁신시키는 것을 말함
 - 일반적으로 기업에서 사물인터넷(IoT), 클라우드컴퓨팅, 인공지능(AI), 빅데이터솔루션 등 정보통신기술을 플랫폼으로 구축 · 활용해 전통적인 운영방식과 서비스 등을 혁신하는 것을 의미함

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환으로의 변화 - 1단계 : 디지털 인프라의 구축

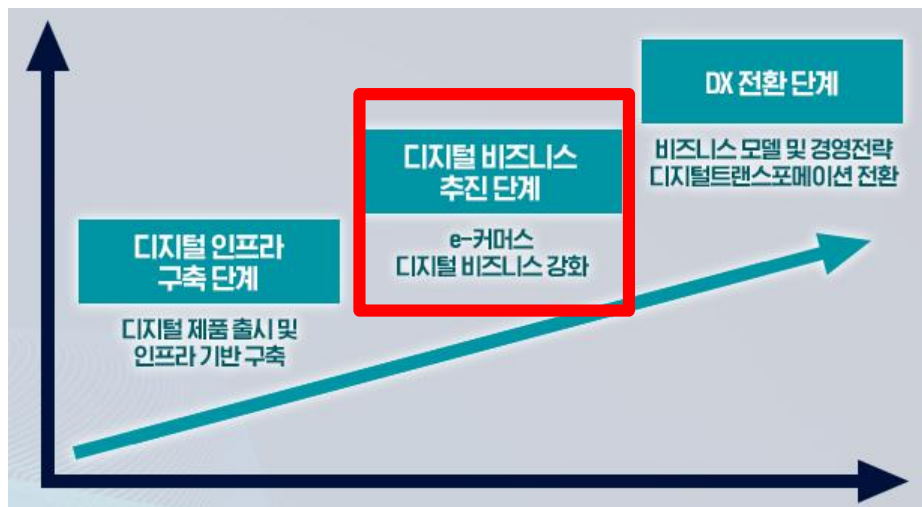


- 디지털 제품 출시 및 인프라 기반을 구축하는 단계
- 컴퓨터를 비롯한 정보처리가 가능한 전자기기 등을 구축하여 기반을 마련하는 단계

01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환으로의 변화 - 2단계 : 디지털 비즈니스 추진단계

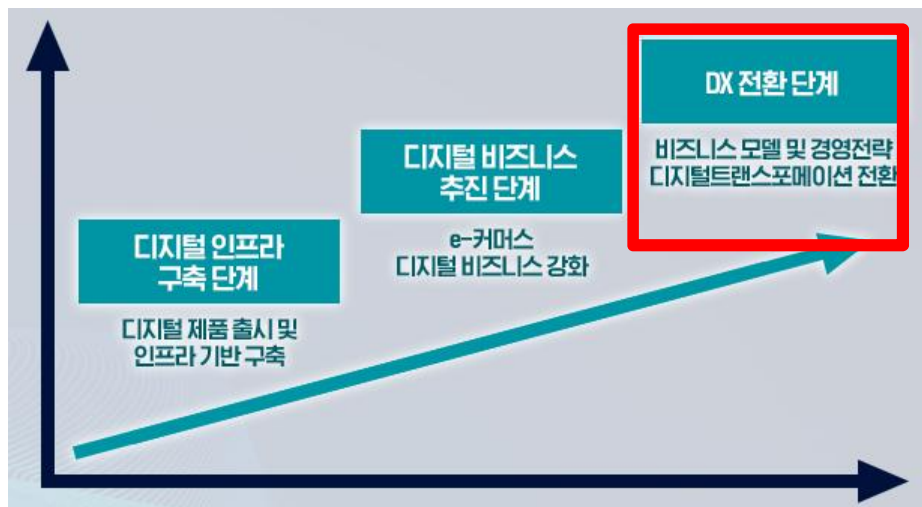


- 구축한 디지털 인프라를 활용하여 비즈니스를 창출하는 단계
- 2000년대 초부터 1단계 시기 때 구축된 인프라를 바탕으로 기업들이 본격적으로 디지털 비즈니스에 도전하며 이를 기반으로 한 마케팅이 강화됨

01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환으로의 변화 - 3단계 : 비즈니스 모델과 경영 전략의 디지털 전환



- 4차 산업혁명의 신기술들이 속속 등장하며 디지털 시장의 영역이 확대
- 기업들은 그에 발맞추어 비즈니스 모델과 경영 전략을 바꾸고 있는데 이때 디지털 전환 체계로 완전히 전환되는 단계임

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 무엇을 하는 것인가? – ① Customer Understandings
 - 기업은 디지털 전환이나 가속화를 통해서 **비즈니스 모델을 변경**하고 새로운 시장 변화에 적응해야 함
 - 하지만, 이러한 변화는 기업이 아니라, 고객이 주도함
 - 고객의 경험을 향상하는 것은 디지털 전환의 중요한 목표임
 - 따라서 고객에 대한 완전한 이해는 디지털 전환의 시작점임

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 무엇을 하는 것인가? – ② Strategy & Leadership
 - 성공적인 디지털 전환을 위해서는 디지털 전략을 수립하여 **추진 목표와 방향성을 명확**하게 해야함
 - 디지털 전략은 기업의 전략과 연결하고 비즈니스 목표에 맞추어야 하며, 디지털 전환은 기업을 지속 가능한 성장을 가능하게 하고 비즈니스 목표를 달성하기 위한 새로운 수단임
 - 성공적인 디지털 전환은 최고경영진의 혁신 리더십을 전제로 하며 종종 간과될 수 있는 중간관리자급의 주인정신 및 책임감 등 리더십의 참여 및 연계성이 높아야 함

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 무엇을 하는 것인가? – ③ Technology & Infrastructure
 - 디지털 전환의 기반으로써 새로운 기술을 수용하고 변화에 적응할 수 있는
디지털 생태계를 구축해야 함
 - 디지털 전환은 단순히 기존 프로세스를 향상시키는 것이 아니라, 디지털 기술을 활용하여 새로운 유형의 제품과 프로세스를 가능하게 하는 것임
 - 디지털화를 촉진하는데 적합한 디지털 기술을 보유하는 것 또한 매우 중요함

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 무엇을 하는 것인가? - ④ Operations
 - 다양한 유형의 비즈니스 모델을 유지 및 활성화할 수 있도록 플랫폼 형태의 유연한 사업 운영이 필요함
 - 제품이나 서비스를 플랫폼 형태로 전환하면 기업의 혁신성과 효율성은 크게 향상될 것임
 - 하지만 아무리 표준화한 플랫폼을 도입한다고 해도 도입하는 순간 또 하나의 레거시 시스템이 되고, 더 빠른 속도로 진화하는 디지털 기술을 매년 수용하기가 어려움
 - 플랫폼을 유지하면서 생태계를 확장하기 위해서는 지속적으로 파트너십을 체결하고 협력하여 혁신하는 것이 중요함

01 디지털 전환의 필요성

▣ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 무엇을 하는 것인가? – ⑤ People, Organization & Culture
 - 디지털 기술을 도입하고, 이를 최적으로 활용할 수 있도록 임직원들의 디지털 역량을 확보하는 것이 중요함
 - 기업은 고객 중심으로 바꾸기를 기대하지만, 하루아침에 모든 것을 바꾸기는 어려움
 - 직원들이 디지털 혁신에 유연해지고, 새로운 사고방식에 빠르게 익숙해질 수 있도록 지속적인 교육을 제공해야 함
 - 결국, 디지털 전환이 정착될 수 있도록 임직원의 디지털 역량과 조직문화 등에 대한 변화관리가 필요함

01 디지털 전환의 필요성

■ 디지털 전환은 이제 선택이 아닌 생존의 문제

- 디지털 전환은 이제 필수



- 변화하는 시장에 발맞추어 기업의 경쟁력을 높이기 위해 필요한 상황
- 업무의 효율성을 높이고 디지털 시장에 어필 할 수 있는 새로운 가치를 창출
- 기존의 사업을 혁신하지 않으면 살아남기 어려움

02_

디지털 마케팅 성공전략

▣ 가장 큰 영역인 '디지털 마케팅'



기술적 관점에서만 빅데이터에 접근한다면
제대로 된 디지털 마케팅을 펼칠 수 없음

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 가장 큰 영역인 '디지털 마케팅'



컨테미네이션
발생!

데이터가 모든 디지털 마케팅을 설명해줄 수 없음

SNS상에 여러 가지 데이터는 의미가 없을 수도 있음

02 디지털 마케팅 성공전략

■ 가장 큰 영역인 '디지털 마케팅'

디지털 마케팅 사전 분석 사항

디지털 상에서 소비자들은 어떻게 행동하는가?

디지털 상에서 소비자들은 어떤 문화를 만들어가고 있는가?

디지털 상에서 소비자들은 어떤 플랫폼들을 이용하는가?

디지털 상에서 소비자들은 어떤 디바이스들을 이용하는가?

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅이 중요한 이유는?

- 모든 기업들이 디지털 마케팅을 할 필요는 없음
- 기업의 특성에 따라 디지털 마케팅의 중요성이 다를 수 있음

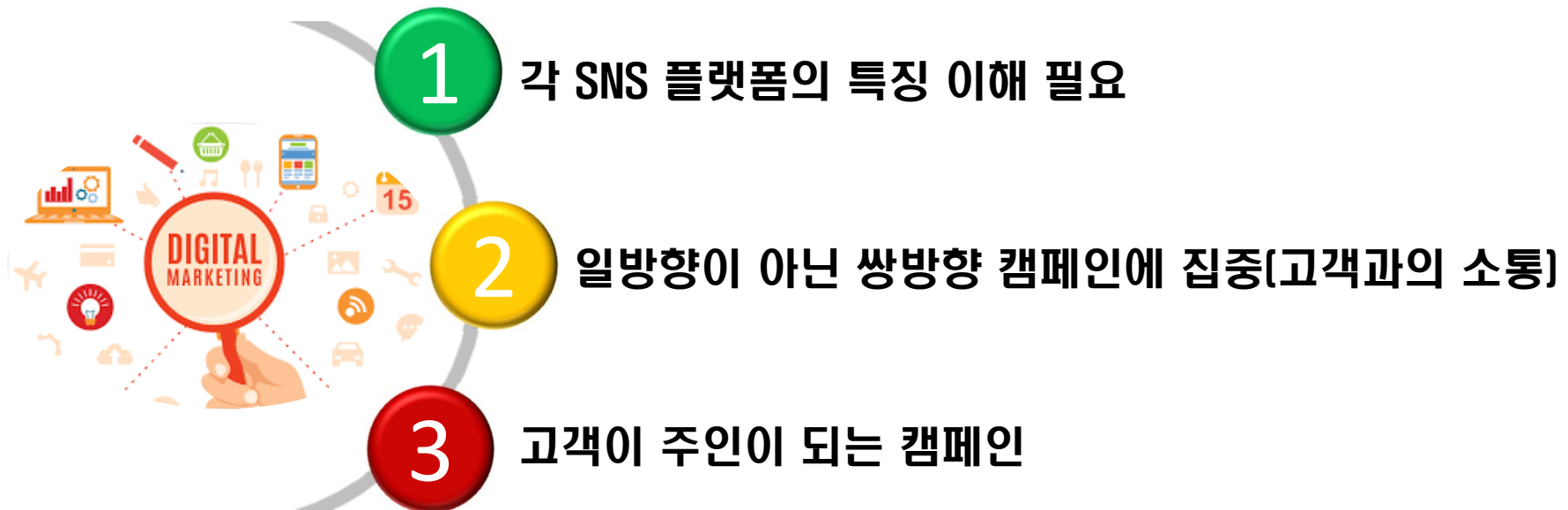
기업의 입장에서 디지털 마케팅의
중요성에 대해 생각해보는 것이 중요

▣ 좋은 디지털 마케팅 콘텐츠는 무엇인가?

기업이 일방향적으로 제품에 대한
이야기를 하지 않아야 함

소비자를 끌어들이 수 있는
콘텐츠가 좋음

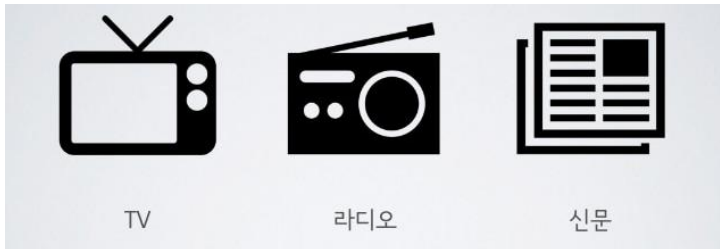
▣ 디지털 마케팅의 특징은?



‘Will it blend’ 바이럴 비디오 시리즈는
성공적인 디지털 마케팅 법칙들을 잘 이용한 대표적 사례

□ 디지털 마케팅의 특징은?

전통적인 마케팅



오프라인 상의 여러 가지
플랫폼들에 특정한 부분을 돈을
주고 사는 것

VS

디지털 마케팅



온라인 상의 특정한 플랫폼들을
이용하여 재미있는 콘텐츠를
만들어 고객의
참여를 유도하는 것

▣ 디지털 마케팅의 특징은?



타겟 대상이 어디서 많은 시간을 보내는지 파악 해야함

□ 디지털 마케팅의 특징은?



사람들이 더 이상
종이신문을 잘 보질 않음



온라인 상에 디지털 형태의
신문 기사를 보는 경향

수많은 신문사들은 사람들이 더 이상 종이신문을 보지
않기 때문에 디지털 콘텐츠를 만들려고 노력함

□ 디지털 마케팅의 특징은?



사람들이 더 이상 TV를
잘 보질 않음



SNS 플랫폼에서
재미있는 영상을 보는 경향

소비자들이 오프라인보다 온라인에서 많은 시간을
소비하기 때문에 기업들은 디지털 마케팅 활동을 해야함

▣ 디지털 마케팅의 특징은?

온라인 특성에 적합한 콘텐츠를 제작 해야함

이용량이 많은 SNS 플랫폼에
마케팅 활동을 해야함

디지털 마케팅은 기업입장에서 필수적임

■ 마케팅 활동을 어떻게 해야 할까요?

과거

- 인쇄소에서 전단지 제작 후 배포

현재

- 기업의 블로그 또는 홈페이지 제작
- 주요 검색 키워드 파악 후 검색 엔진 최적화

블로그와 홈페이지 제작 시, 공짜로 이용 가능한 플랫폼들도 있기 때문에 비용이 상대적으로 저렴함

▣ 디지털 마케팅의 특징은?

플랫폼을 이용하는 것은 무료



콘텐츠

- 플랫폼이 무료라고 해서 많은 사람들이 오지 않음 [X]
- 좋은 형태의 플랫폼 콘텐츠를 담지 않으면 사람들이 오지 않음 [O]

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 특징은?

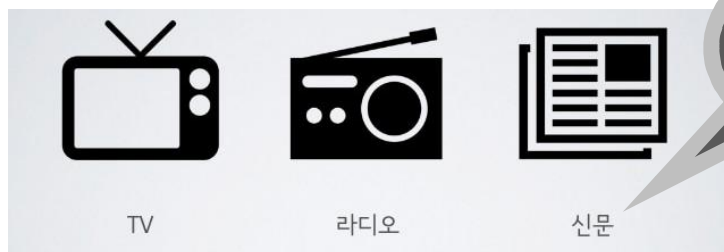


디지털을 떠나서는 살 수 없는 세상으로
디지털 마케팅에 대해 항상 고민 해야함

■ 디지털 마케팅의 개념 이해

디지털 마케팅이란 무엇일까?

<오프라인 마케팅>



특정 부분
광고 게재

오프라인 상의 여러 가지
플랫폼을 이용해서 광고를
하거나 커뮤니케이션을 하는 것

<디지털 마케팅>



특정 커뮤니티
배너광고
게재

온라인을 베이스로 광고를
하거나 커뮤니케이션을 하는 것

■ 디지털 마케팅의 개념 이해

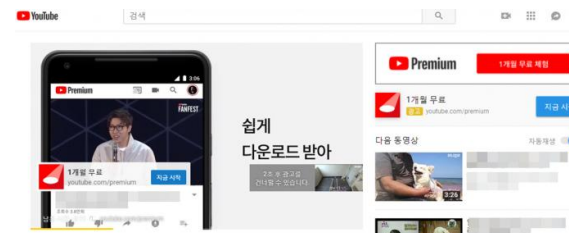
디지털 마케팅이란 무엇일까?

〈오프라인 마케팅〉



TV에 제품 광고를 내보내는 것

〈디지털 마케팅〉



유튜브에 동영상 또는 콘텐츠를
업로드 하는 것

소셜 미디어 여러 플랫폼 상에서
커뮤니케이션 하는 것을 '디지털 마케팅' 이라고 할 수 있음

▣ 디지털 마케팅의 개념 이해

디지털 마케팅
Digital Marketing

- 온라인 마케팅, SNS 마케팅이라고도 함
- 콘텐츠를 제작해서 커뮤니케이션 하는 장소를 변화시킴
[오프라인 → 온라인]

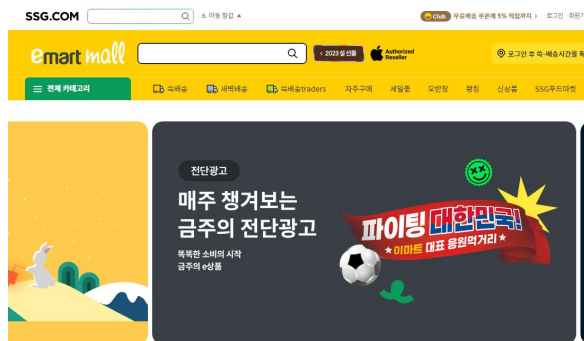
▣ 디지털 마케팅의 개념 이해



02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 01 – 웹사이트 마케팅



과거

- 홈페이지 제작을 당연시함

현재

- 홈페이지 마케팅과 홈페이지 개념에 대한 이해 필요
- 홈페이지와 블로그의 차이점에 대한 이해 필요
- 홈페이지에 적합한 콘텐츠 제작 방법에 대한 이해 필요

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

■ 디지털 마케팅 구성요소 01 – 웹사이트 마케팅



소비자들이 심심하거나
한가해서 기업홈페이지를
방문하는 것이 아님



소비자들이 심심해서 부동산
홈페이지를
방문하는 것이 아님

얻고 싶은 정보가 기업의 홈페이지에 있다고
생각하기 때문에 홈페이지를 방문

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 01 – 웹사이트 마케팅



새로운 스마트폰이 어떤 특징을
가지고 있는지?

웹사이트에서 어떤 가치 있는
정보를 제공해주는지?

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 01 – 웹사이트 마케팅



원하는 정보를 얻기 위해서 홈페이지를 방문

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 01 – 웹사이트 마케팅



02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 02 – 검색 엔진 마케팅



과거

- 통닭집 전단지를 찾아봄

현재

- 검색 엔진 사이트에서 통닭집 검색

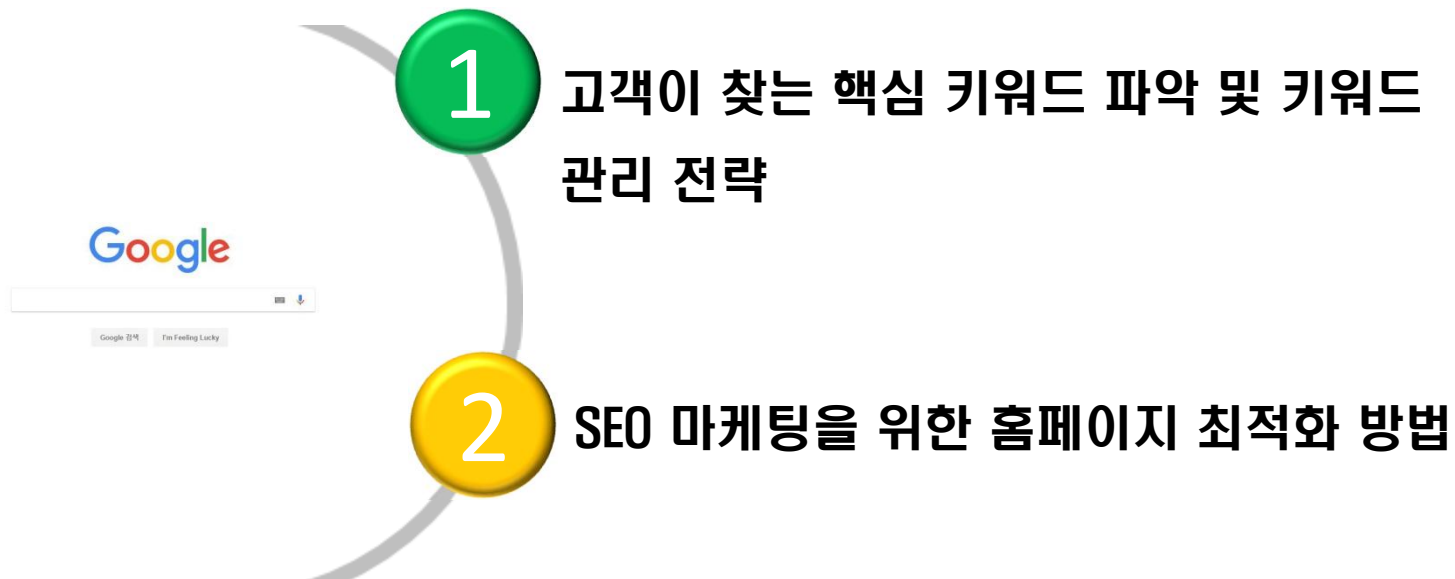


잠재 고객들이 검색할 때 검색 결과의
상단부에 제시될 수 있도록 관리

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 02 – 검색 엔진 마케팅



02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 03 – 블로그 마케팅



- 기업들은 각각의 정확한 이유가 있기 때문에 홈페이지, 블로그, 페이스북 운영

02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 03 – 블로그 마케팅



- 마케팅은 정답이 있는 학문이 아님
- 질문에 대한 답변을 논리적으로 이야기 할 수 있어야 함

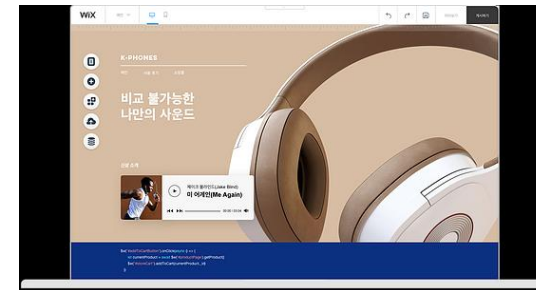
02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 03 – 블로그 마케팅



블로그는 고객과
대화의 장 역할을 하는
커뮤니케이션 공간



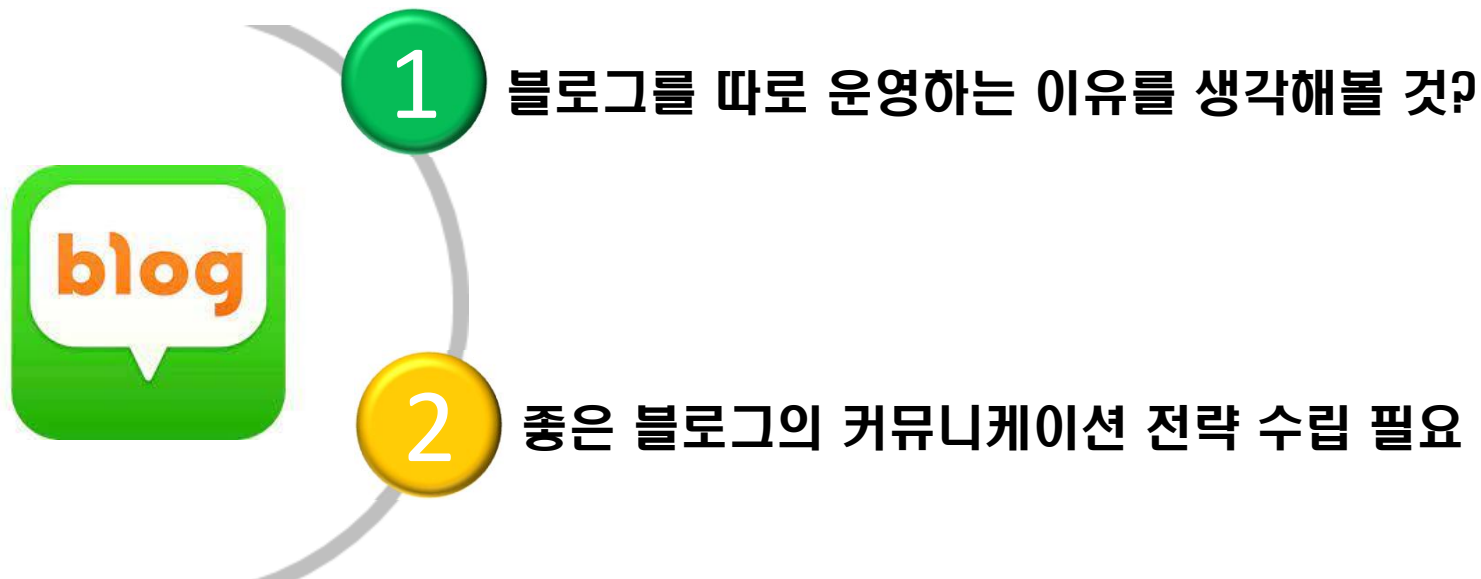
기본적인 기업 정보를
제공하여 상품 또는 서비스를
판매하기 위한 마케팅 공간

기업들은 홈페이지와 블로그를 다르게 운영 해야함

02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 03 – 블로그 마케팅



02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 04 – 온라인 비디오 마케팅

최근 가장 선호하는 콘텐츠 형태

➤ 동영상 콘텐츠를 선호하는 이유는?

- SNS 콘텐츠는 스마트폰을 통해 소비

이동 중
자투리 시간
활용

텍스트가 가득 찬 형태, 긴 시간을 요구하는
콘텐츠는 좋아하지 않음

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 04 – 온라인 비디오 마케팅



02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

▪ 디지털 마케팅 구성요소 05 – 모바일 마케팅



1

모바일과 PC디바이스별 마케팅 형태 및 커뮤니케이션 전략의 차이

2

모바일 어플리케이션과 연계한 개발 전략 고려(예_부동산 정보 전용 어플)

3

모바일 디바이스에 적합한 콘텐츠 형태를 갖춰야 함

02 디지털 마케팅 성공전략

■ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 06 – 소셜 미디어 마케팅



- SNS 플랫폼별 다른 특징을 가지고 있기 때문에 각각의 플랫폼이 잘 활용되고 있음

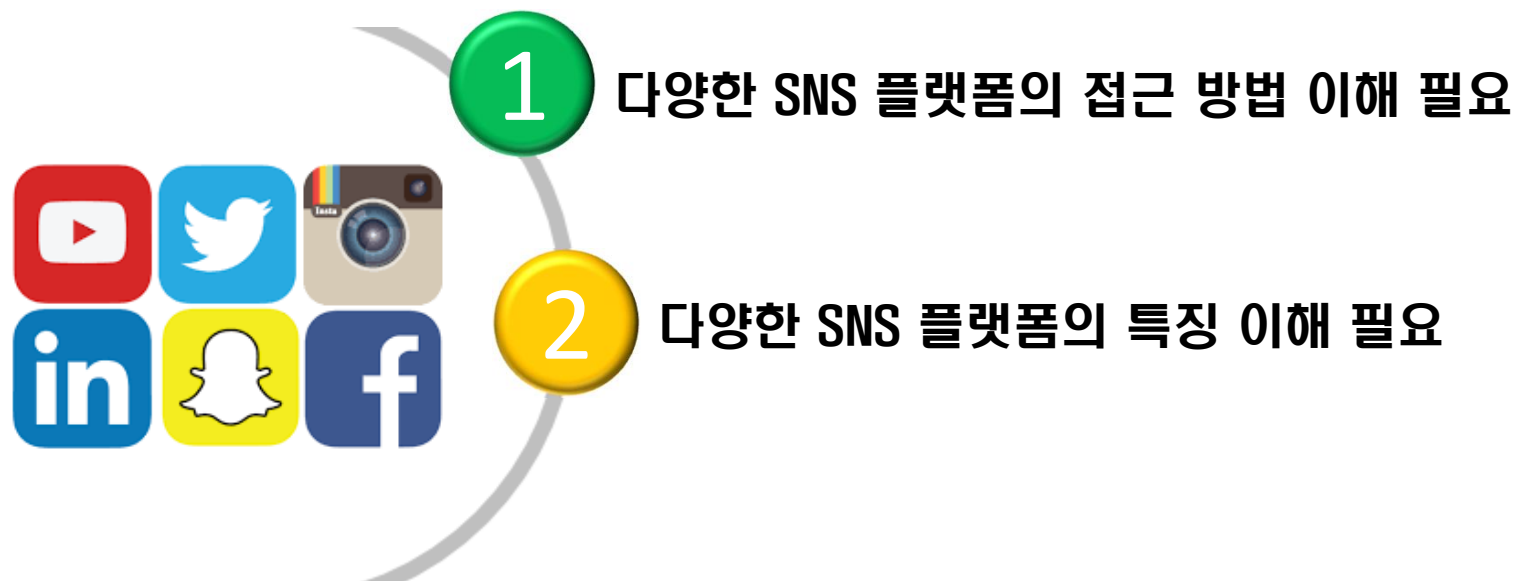


- 각 SNS 플랫폼의 특징에 대한 이해 필요
- 각 SNS 플랫폼에 적합한 콘텐츠를 만들어 효율적 커뮤니케이션 활동을 추진 해야함

02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 디지털 마케팅 구성요소 06 – 소셜 미디어 마케팅



02 디지털 마케팅 성공전략

▣ 디지털 마케팅의 주요 구성요소

- 소비자베이스, 플랫폼베이스로 다양한 디지털 마케팅

디지털 마케팅의 각 요소별로 분리하여
개별적으로 이해한 후 디지털 마케팅의 전체적인
Big Picture(큰 그림)을 그려 통합적으로 이해를 해야함