

PAOS 통합마케팅 서비스 소개

2014

PAOS IMC Service ◆ DB Marketing ◆ Tele-marketing ◆ Web Marketing ◆ Market Research ◆ CRM System



CONTENTS

PAOS 통합마케팅 서비스란?

PAOS 통합마케팅 서비스 자원

PAOS 통합마케팅 대상 선정 전략

PAOS 통합마케팅 서비스 한 눈에 보기

PAOS 통합마케팅 서비스 제공 유형

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

PAOS 통합마케팅 클라이언트(IT 부문)

PAOS 통합마케팅 서비스를 이용해야 하는 이유

DB
TM
Web
Research
Campaign
Target Mail
AD/PR
Printing
System

PAOS 통합마케팅 서비스란?

PAOS 통합마케팅 서비스는 각각의 마케팅 활동들을 통합적으로 기획 및 실행하는 마케팅 전략이며, 가장 편리하게, 신속하게, 효과적으로 **실질적인 성과**를 창출할 수 있게 지원하는 강력한 도구입니다.



Creativity (창의적인)

- 창의적인 마케팅 기획
- 창의적인 시각 디자인
- 창의적인 카피 라이팅

Systematic (체계적인)

- 자체 개발 통합관리시스템
- 최적화된 서비스 프로세스
- 안정적이고 원활한 서비스

Trendy (최신적)

- 국내외 산업별 트렌드 이해
- 젊은 감각의 역동성과 센스
- 최신 방법론과 도구의 활용

PAOS 통합마케팅 서비스 자원

인력, 시스템, 프로세스, 재료의 4개 관점에서 최상의 마케팅 서비스 제공을 위한 자원 확보
이를 통하여 높은 신뢰성을 유지하면서도, 고부가가치 전문 서비스를 효율적으로 제공 가능



PAOS 통합마케팅 대상 선정 전략

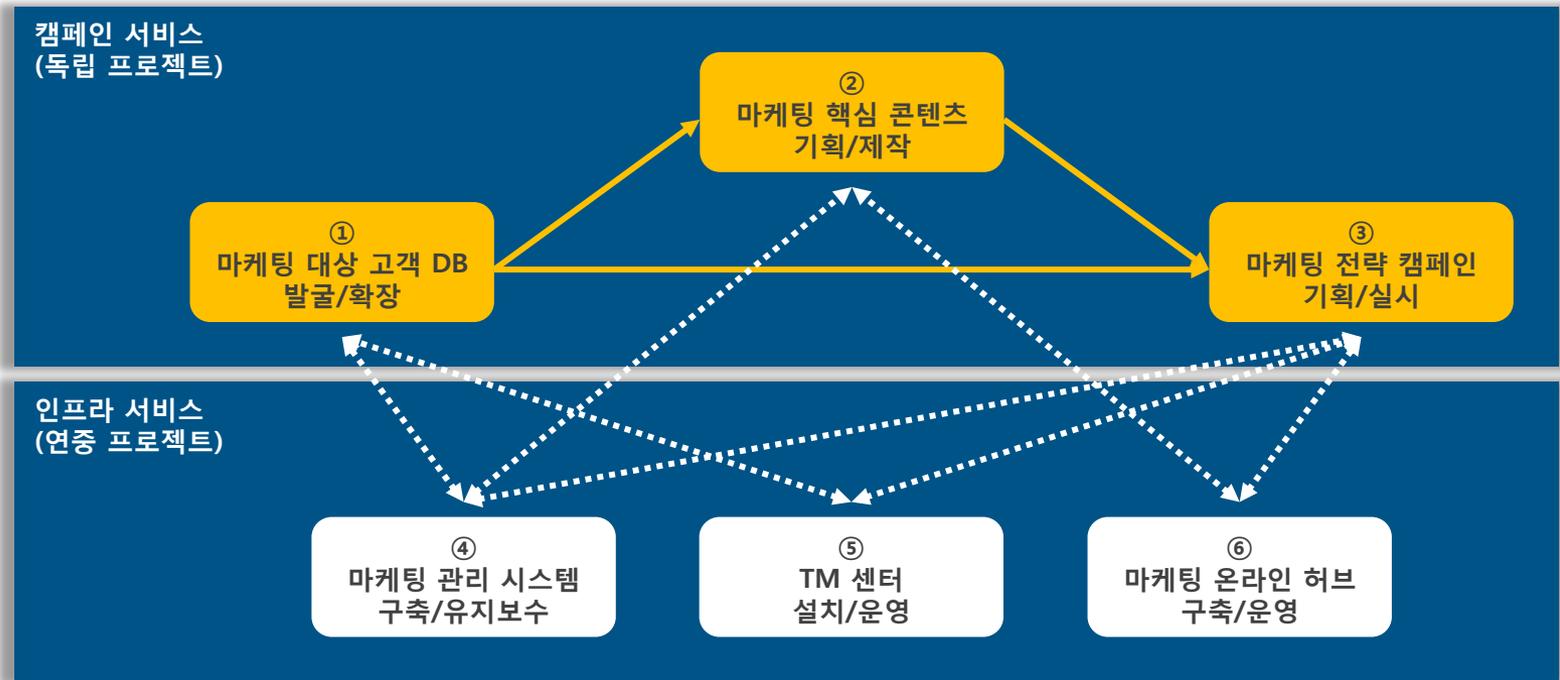
마케팅의 효율 및 성과 극대화를 위하여 먼저 적절한 대상(Target)의 선정이 중요하며, 마케팅 목적 및 유형에 따라 3가지 방법 중에 1~3가지를 활용하여 최적화된 대상 선정



PAOS 통합마케팅 서비스 한 눈에 보기



PAOS 통합마케팅 서비스 제공 유형



캠페인 서비스(① > ② > ③)

: ①마케팅 대상을 선정한 후 고객 DB를 도출하고, ②캠페인에 사용할 콘텐츠를 개발하며, ③전략적인 캠페인을 전개하는 일련의 과정

인프라 서비스(④ & ⑤ & ⑥)

: ④고객 DB와 마케팅 콘텐츠 및 이력 관리 시스템 | ⑤고객과 의사 소통하는 TM센터 | ⑥홈페이지 등 웹사이트들의 연계 네트워크

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 시장현황 조사분석

• 조사방법 및 범위

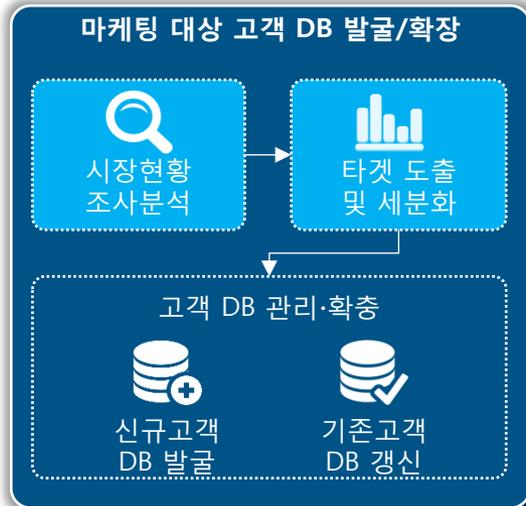
- 전화조사(이메일 동시 활용)와 인터넷조사를 융합하여 발전시킨 조사 방법
- 전화조사: TM 센터의 전문인력을 통한 기업 및 공공기관 담당자 직접 조사
- 인터넷조사: 공공 및 민간의 전문자료, 언론 보도자료 등 다채널 정보 수집

• 조사 결과의 분석

- 기본적인 통계 분석과 데이터 마이닝을 통해 Insight를 도출하는 심화 분석
- 글로벌 메가트렌드, 생산 및 소비트렌드, 기술 트렌드 등을 종합적으로 반영
- 조사결과는 가장 보기 좋고 이해하기 쉬운 형태로 시각화(도식화)하여 제공

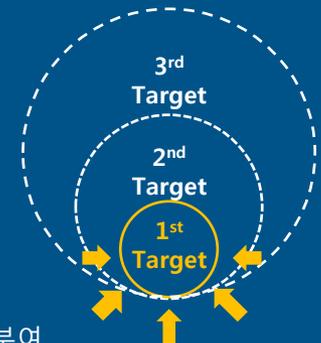
• 대표 사례

- 국가 산업경제 전반 또는 업종 별 현황 및 전망 조사
- 정부 분야별 정책의 현황 및 전망 조사
- 공공 또는 민간의 최신현황 및 구매수요 조사



◆ 마케팅 타겟 도출 및 세분화

- 시장조사 결과를 토대로 마케팅 활동 대상의 범위 규정
- 마케팅 효과 증대를 위해 대상을 세분화하고 우선순위 부여



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 고객 DB 관리·확충

• 신규고객 DB 발굴

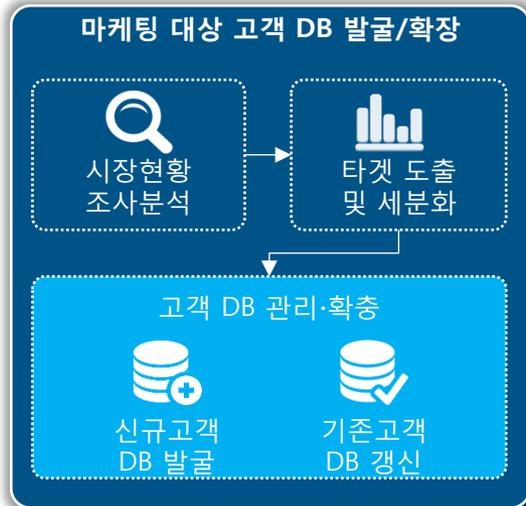
- 마케팅 대상의 범위 이내에서, 신규고객이 될 수 있는 가망고객 리스트 발굴
- 가망고객이 기업일 경우, 업종/매출액/종업원수/홈페이지 등 기업정보 취합
- 다음으로, TM으로 기업의 대표번호를 비롯한 여러 경로를 공략하여 클라이언트 비즈니스와 관련된 부서의 담당자 이메일/연락처 등 개인정보 통합

신규고객 데이터 = 기업정보 데이터 + 담당자정보 데이터

- 이와 동시에 선택사항으로 담당자의 관심사항이나 구매수요 동시조사 가능

• 기존고객 DB 갱신

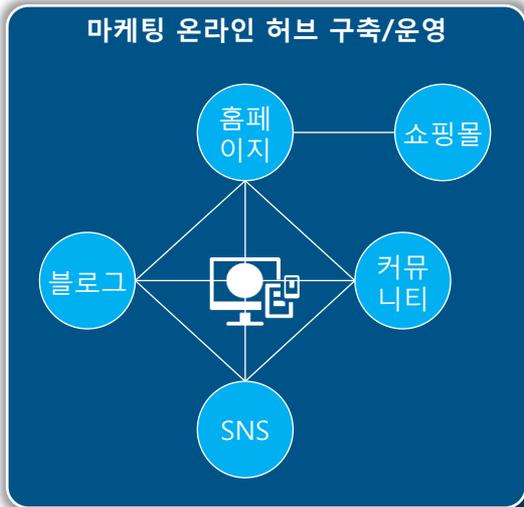
- 자체 통계에 의하면 3년 경과 후 보유고객 DB의 정확도가 약 30%까지 감소 (※ 고객정보 변경 원인: 기업합병, 조직변경, 담당자 부서이동 또는 퇴직 등)
- 따라서 기존고객 데이터에서 오류를 정정하고, 변경된 내용을 최신화 필요



고객 DB 관리 데이터

기업 정보	기업명, 업종(대·중·소·세분류), 소재지, 지사(공장, 연구소 포함) 현황, 대표자명, 대표전화번호, 대표팩스번호, 홈페이지 주소, 주 생산품 등, 클라이언트 상품의 기존 구매이력 등
(기업 내) 담당자 정보	성명, 소속부서, 직급/직함, 담당업무, 유선전화번호, 휴대폰 번호, 이메일주소, 관심분야, 현재 사용제품(서비스), 구매계획(목적, 시기, 절차, 예산 등), 캠페인 참여 이력 등

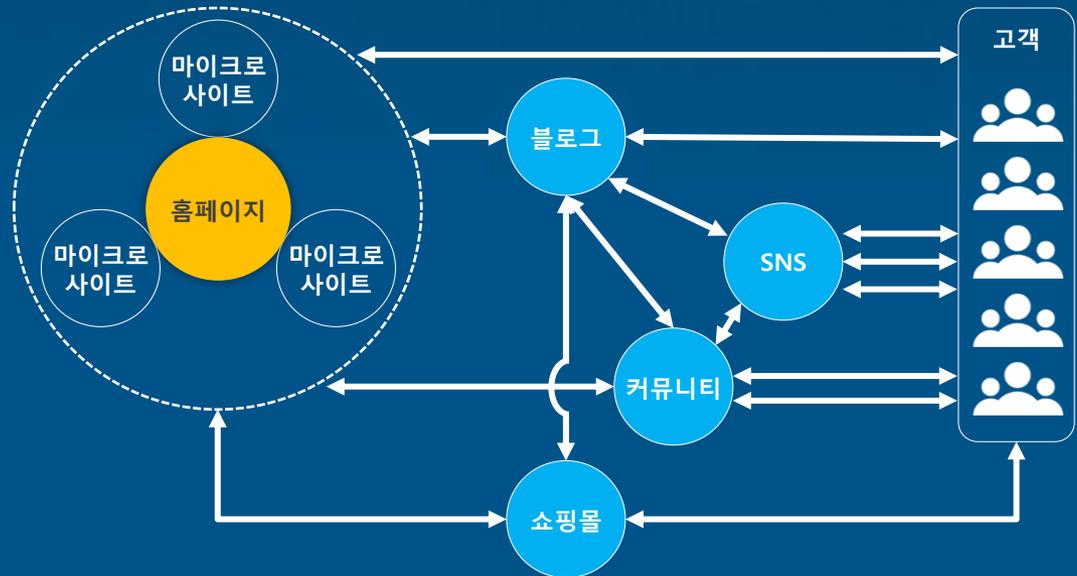
PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개



◆ 마케팅 온라인 허브 전략

- 각기 다른 목적과 특성을 지닌 웹사이트들이 유기적으로 연결된 온라인 생태계 구축
- 환경에 관계없이 사용성을 극대화하기 위한 반응형 웹 개발 및 모바일 연동 구현
- 검색엔진 노출 수와 방문 수를 극대화하는 SEO 및 키워드/디스플레이 광고 운영

◆ 클라이언트 웹사이트들이 유기적으로 연결되도록 온라인 생태계 조성



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

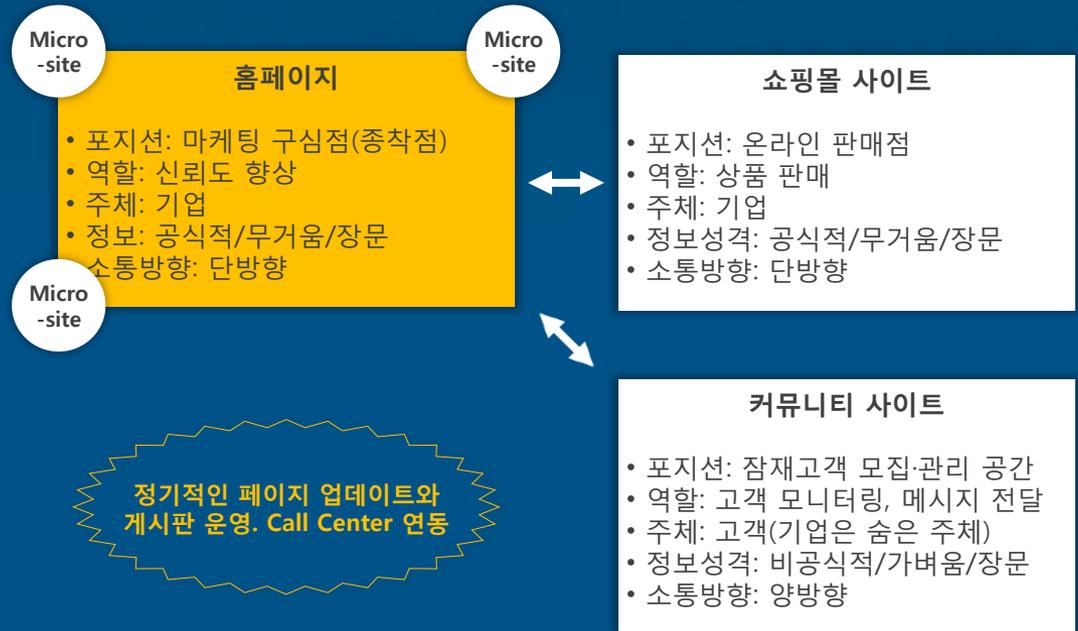
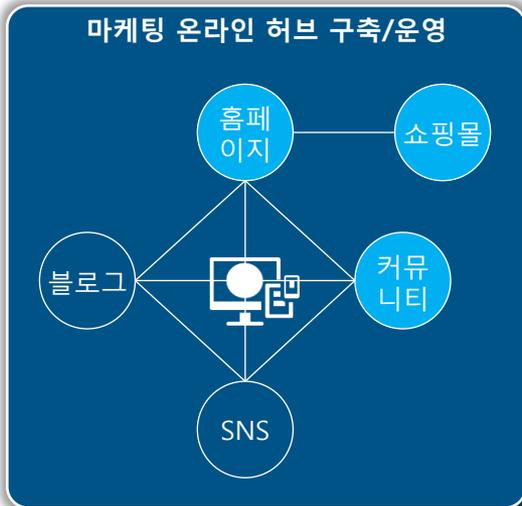
◆ 2011 웹어워드코리아 “최우수상” 수상으로 웹사이트 구축 역량을 대외적으로 검증



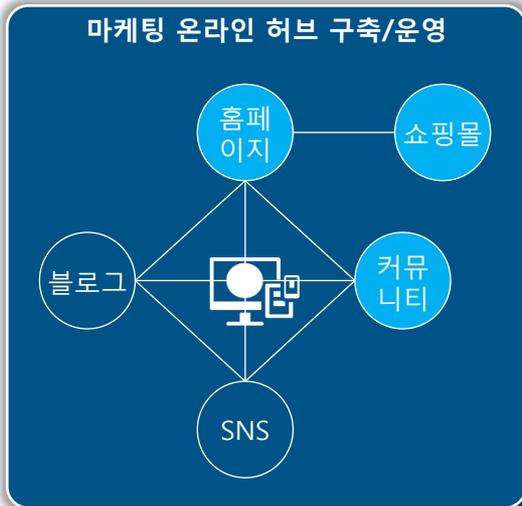
PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 홈페이지, 쇼핑몰, 커뮤니티 각각의 목적과 역할에 부합하는 구축 및 운영

- 클라이언트가 운영주체가 되는 웹사이트인 홈페이지, 쇼핑몰, 커뮤니티를 구축함에 있어서 종합적인 웹 마스터플랜을 먼저 기획하고 다음으로 단위 웹사이트를 최적화
- 또한 각 웹사이트 구축 시 클라이언트의 가용예산, 기간, 활용목적 등을 충분히 수렴 하되, 이상적인 온라인 생태계 구현을 위한 방안과 아이디어를 제시하여 구축 실시
- 외국계 글로벌 기업의 한국 웹사이트는 해외 본사정책 및 가이드라인을 완전히 준수

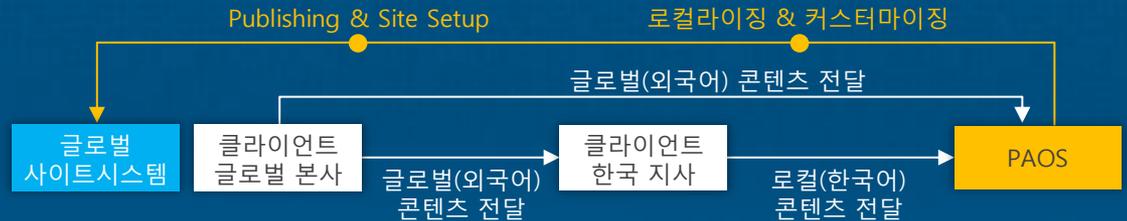


PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

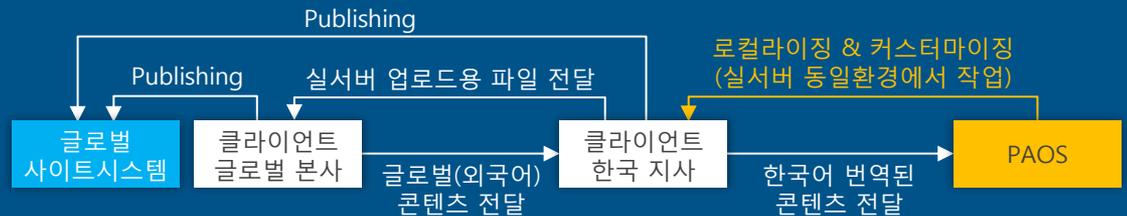


◆ (외국계 글로벌 기업에 대한) 웹사이트 유지보수

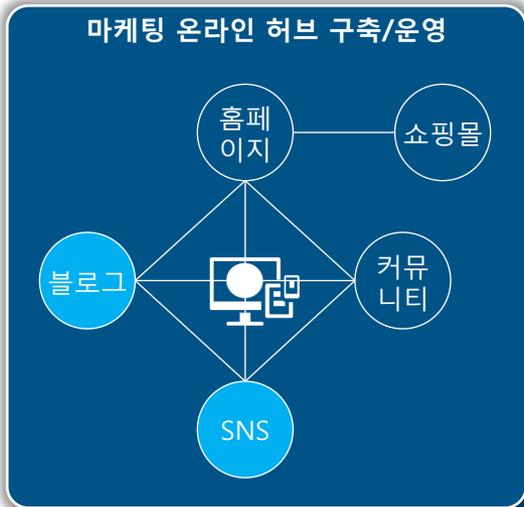
- [유형 1. Direct Support Model] Web Publishing Tool 관리를 포함한 웹 유지보수
 - 클라이언트에서 사용하는 상용 Publishing 시스템에서 권한 허용된 카테고리를 직접 관리하며, System builder로 한국지사(한국어) 웹에 Publishing 수행



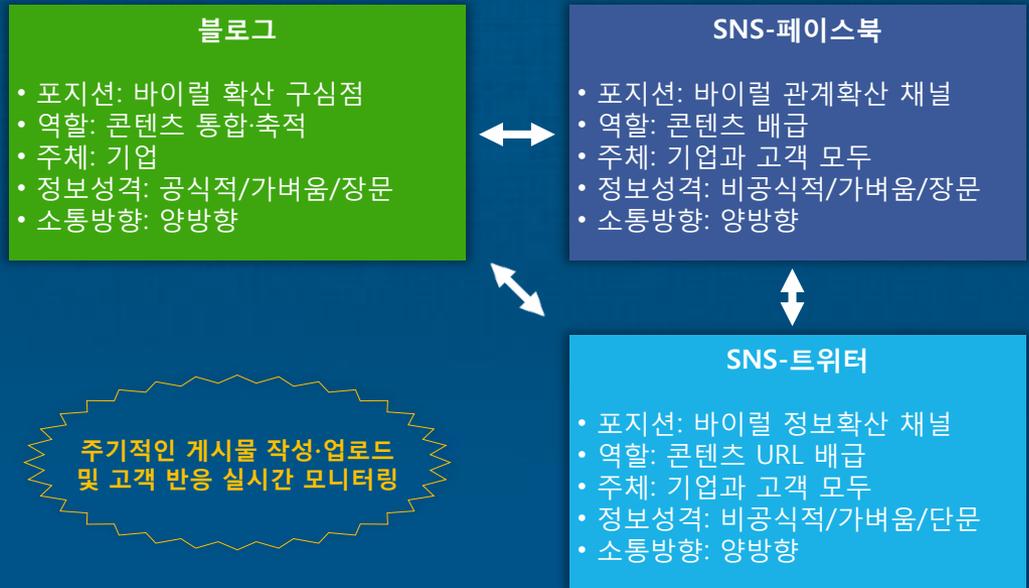
- [유형 2. Indirect Support Model] Web Publishing Tool 관리를 제외한 웹 유지보수
 - 클라이언트의 글로벌 사이트 내용이 변경 또는 추가되었을 경우, 해당 부분을 번역, 재구성 및 재 디자인하여 한국지사 담당자가 Publishing할 수 있게 전달



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개



◆ 블로그, SNS(페이스북, 트위터 등) 각각의 목적과 역할에 부합하는 구축 및 운영



◆ 구축된 온라인 인프라의 상호 연계 및 효과적인 관리 운영

- 각 웹사이트의 특성과 목적에 정확히 부합하는 콘텐츠 제공 및 고객 커뮤니케이션
- 웹사이트 운영의 성과지표(노출 수, 방문 수, 회원가입 수, 판매 수 등) 극대화 지향
- 프리미엄 웹 모니터링 및 분석도구를 활용해 지속적인 현황 공유 및 발전방안 모색

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 마케팅 전략 캠페인

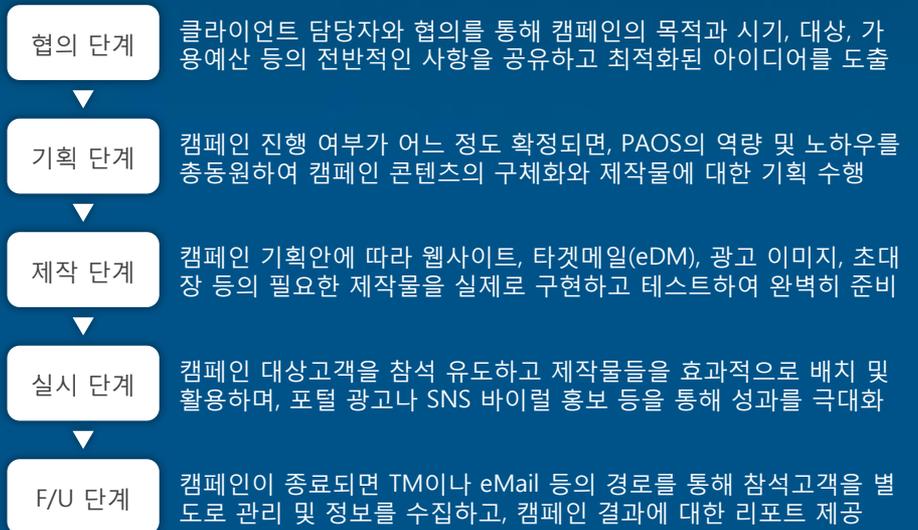
• 캠페인이란?

- 목적을 가지고 일정기간에 걸친 종합적인 마케팅계획을 수립하고, 매스컴을 동원하여 상품이나 서비스의 광고를 한정된 기간에 집중적으로 실시하는 것



• PAOS의 캠페인 진행 프로세스

- 총 5단계를 통해, 클라이언트 담당자의 편의 및 캠페인 성과 극대화를 도모

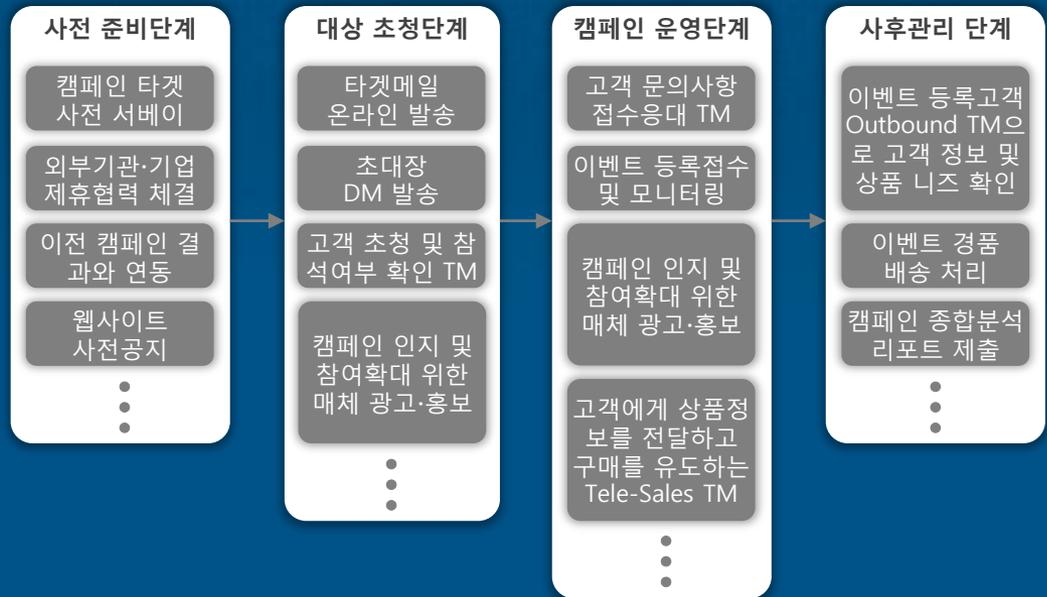


PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 마케팅 전략 캠페인

• PAOS의 온라인캠페인 기본 시스템

- 다양한 마케팅 요소들을 믹스앤매치(Mix&Match)로 조합하여 캠페인 기획
- 각 단계에서 하나 또는 복수 Activity 모듈을 선택하여 최적화된 전략 도출



• PAOS의 온라인캠페인 응용 시스템

- 캠페인 기본 시스템에서 각 단계 또는 Activity 요소가 변경 또는 추가된 형태

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 마케팅 전략 캠페인

• 캠페인 성공을 위한 필수요소



• PAOS식 캠페인 성공 스킬 및 노하우

- 캠페인 광고·홍보에서 고객의 1st Contact을 유도하는 크리에이티브 디자인
- 캠페인 대상의 호기심을 더욱 자극하여 다음 단계로 유인하는 카피 라이팅
- 이메일 수신자의 오픈·클릭률을 극대화할 수 있는 제목 작성과 콘텐츠 배치
- 클라이언트의 비즈니스 현황을 심도 있게 연구하고 국내외의 최신 트렌드 등을 접목함으로써 소기 목적에 부합하면서도 흥미를 줄 수 있는 콘텐츠 작성
- 캠페인 진행 전과 진행 중, 종료된 후까지 TM 센터에서의 신속한 연계 지원
- 클라이언트 별 우수고객(VIP) 및 기피고객(경품획득이 목적) 리스트를 지속적 관리함으로써, 불필요한 예산 낭비를 방지하고 유효한 영업기회 발굴에 집중
- 캠페인의 최종 결과와 전체 프로세스 산출물을 분석하고 다음 캠페인에 반영



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 마케팅 전략 캠페인

• PAOS 통합캠페인의 최대 강점

- 캠페인 성과지표는 페이지 방문자 수, 이벤트 등록자 수 등 여러 가지이나, 무엇보다 영업으로까지 연결될 수 있는 Marketing Lead 창출이 가장 중요
- Marketing Lead를 최대로 달성하기 위해서는 캠페인 운영기간 종료 전후에 참여고객들에 대한 TM, 이메일 등의 접촉을 통해 추가적인 관리가 필요한데, PAOS 캠페인은 이와 같은 Target Response Management에 특화되어 있음
- 또한 PAOS 캠페인은 아래의 5단계로 이루어지는데, 하나의 캠페인이 종료되면 이를 철저히 분석 및 평가하여 다음 번 캠페인의 대상고객 선정, 프로세스 및 콘텐츠 기획 등에 전략적으로 반영함으로써 지속적인 성과 향상을 견인



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 인쇄물(브로셔·리플렛) 제작

- 클라이언트 요청에 따라 각종 인쇄물의 콘텐츠 기획부터 제작, 배송까지 일괄 수행
- 특히, 클라이언트 비즈니스에 대한 이해를 기반으로 탁월한 콘텐츠 기획 역량 보유
- 크리에이티브와 더불어 클라이언트에서 제공하는 인쇄물 제작 가이드라인 완벽 준수
- 대표 사례
 - 오프라인 세미나에서 참석자 대상 배포용 안내책자 인쇄 제작
 - 기간제 세일즈 프로모션 기획 및 홍보용 배포자료 인쇄 제작
 - 영문 브로슈어를 번역 후 콘텐츠 재구성하여 한글 브로슈어로 인쇄 제작

마케팅 핵심 콘텐츠 기획/제작



브로셔·리플렛



전자문서·동영상



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ 디지털콘텐츠(전자문서·동영상) 제작

- 클라이언트 요청에 따라 플래시 영상을 비롯한 다양한 형식의 동영상을 기획 및 제작
- 대표 사례
 - 홈페이지 및 캠페인 웹사이트 등록용 플래시 동영상 기획 제작
 - 외국계 기업 본사의 영어 동영상 자료에 한글자막 삽입 제작
 - 외국계 기업의 영문 PDF 문서를 번역 및 재 디자인하여 한글 PDF 문서 제작

마케팅 핵심 콘텐츠 기획/제작



브로셔·리플렛



전자문서·동영상



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ PAOS SLMS(Sales Lead Mining System: 영업기회창출시스템)란?

- 클라이언트의 고객정보 및 마케팅·영업이력정보 등의 각종 비즈니스 데이터를 통합 관리하고, 이를 모든 프로젝트 및 영업(Deal)관리에 연동하여 비즈니스 효율 극대화
- 클라이언트와 협의를 통해 맞춤형 프로젝트 및 데이터 관리와 리포트 출력 기능 제공
- 클라이언트 마케팅 프로젝트를 총괄 관리하는 PMS를 중심으로 7개 모듈로 구성되며, 사용기업의 비즈니스 특성과 여건에 따라 전체 또는 부분 모듈 선택적으로 활용 가능

마케팅 관리 시스템 구축/유지보수



고객 관리시스템

: 고객정보(영업·마케팅 이력 포함)를 체계적으로 축적·관리하고, 통계분석 결과를 제공하는 모듈

프로젝트 관리시스템

: 모든 마케팅 프로젝트의 프로세스를 통합 관리하고, 성과 분석과 사전 시뮬레이션을 수행하는 모듈

텔레마케팅 관리시스템

: TM(텔레마케팅) 프로세스를 통합 관리하고, 고객정보를 변경하거나 영업으로 연결해 주는 모듈

영업 관리시스템

: 제조사, 총판, 리셀러(대리점)가 함께 사용하여, 영업 건을 통합 관리하고 판매를 촉진하는 모듈

이메일 발송 관리시스템

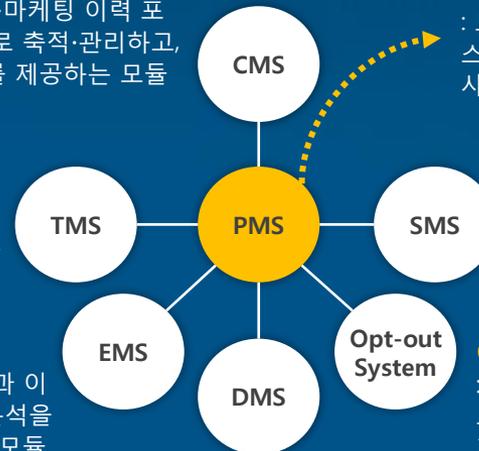
: 타겟메일(eDM) 발송 일정과 이력을 통합 관리하고, 결과 분석을 통해 오픈·클릭률을 높이는 모듈

이메일 수신거부 관리시스템

: EMS 연동으로 이메일 수신거부 고객 리스트를 실시간 관리하여, 개인정보보호법을 준수하는 모듈

DM 발송 관리시스템

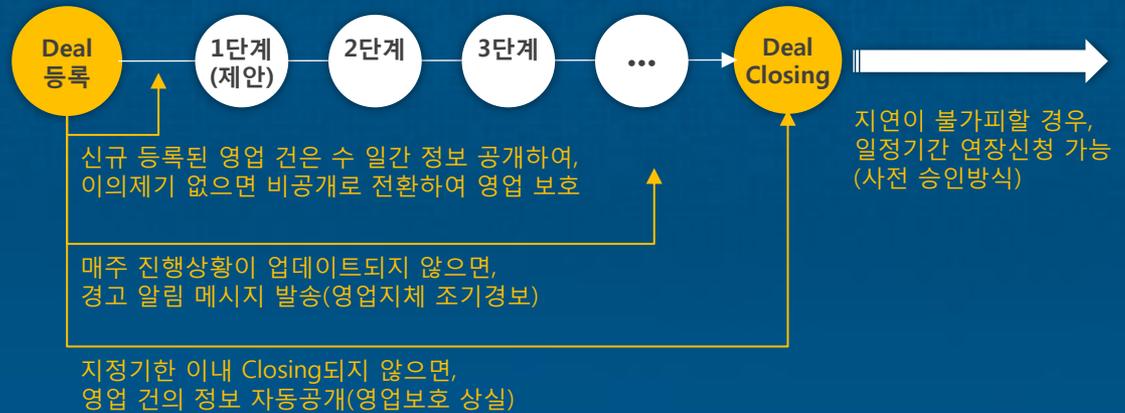
: DM(우편, 택배) 발송 및 반송 이력을 통합 관리하고 추적하며, 반송된 고객정보를 변경하는 모듈



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ PAOS SLMS의 강점

- 강력한 영업 관리(클라이언트·총판·리셀러 영업 일괄관리)



마케팅 관리 시스템 구축/유지보수



SLMS(마케팅관리)



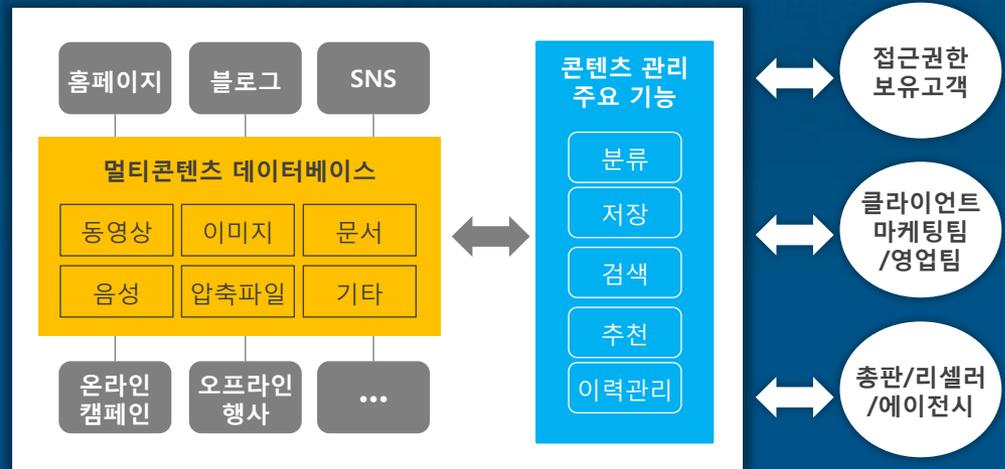
MCSS(콘텐츠관리)

- 효율적인 마케팅 활동 및 DB 관리
 - 고객 DB 엑셀파일 등의 자료 업·다운로드 시 번거로운 사전·사후작업 불필요
 - 제조사, 총판, 리셀러(대리점)가 함께 사용할 수 있는 기능과 권한 관리 지원
- 한국형 클라이언트 맞춤형 관리
 - 클라이언트에서 원하는 포맷 그대로, 시각화된 실시간 리포트를 바로 출력
 - 클라이언트의 비즈니스 전략에 따라 시스템 동작 프로세스를 최적화 세팅

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ PAOS MCSS(Multi Contents Sharing System: 멀티콘텐츠공유시스템)

- 산재된 각종 콘텐츠들을 통합 관리하여, 효과적으로 이용할 수 있는 인프라 시스템
- 콘텐츠의 자동 분석 및 분류, 추천 등의 지능적인 기능까지 제공하여 편의성 극대화
- 모바일로도 이용 가능하며, 사용자별 이력관리까지 포함하여 콘텐츠 자산관리 구현

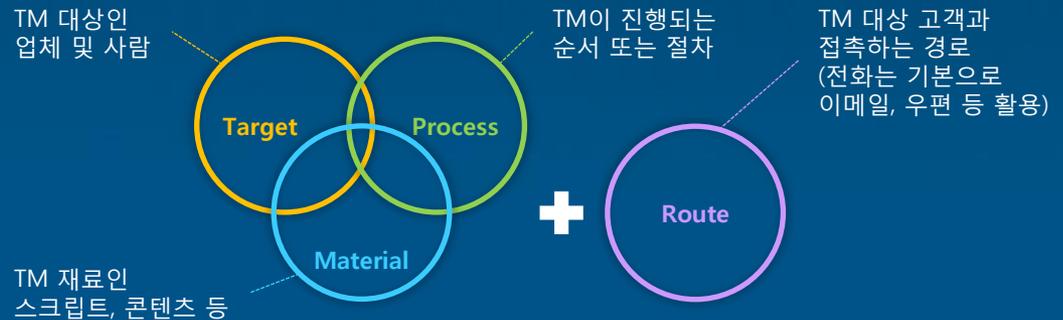


PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ TM 센터 운영 전략

- 클라이언트 상품, 비즈니스와 관련 시장에 대한 심도 있는 이해와 준비가 필수
- 상품 또는 서비스를 제안하고 구매 유도를 위해서는 TM 담당자의 전문성이 관건
- PAOS의 모든 TM 프로젝트는 다음의 3+1 전략으로 업계 최고성과 달성하고 있음

< Key Factors for successful TM project >



Different process and material by target

: TM target에 따라서, process와 material을 달리하는 전략

Different target and material by process

: TM process에 따라서, target과 material을 달리하는 전략

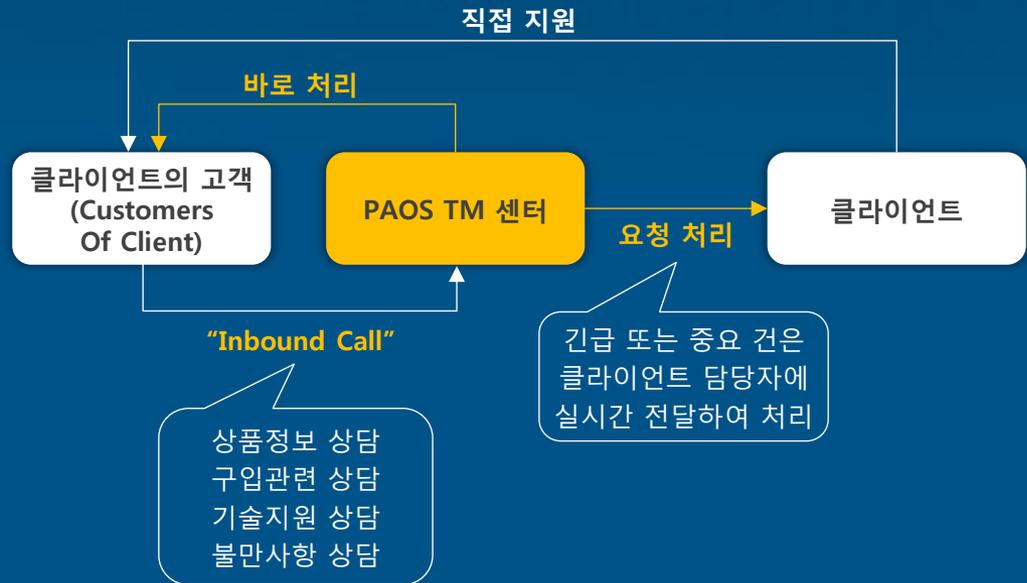
Different target and process by material

: TM material에 따라서, target과 process를 달리하는 전략

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ VOC 상담센터

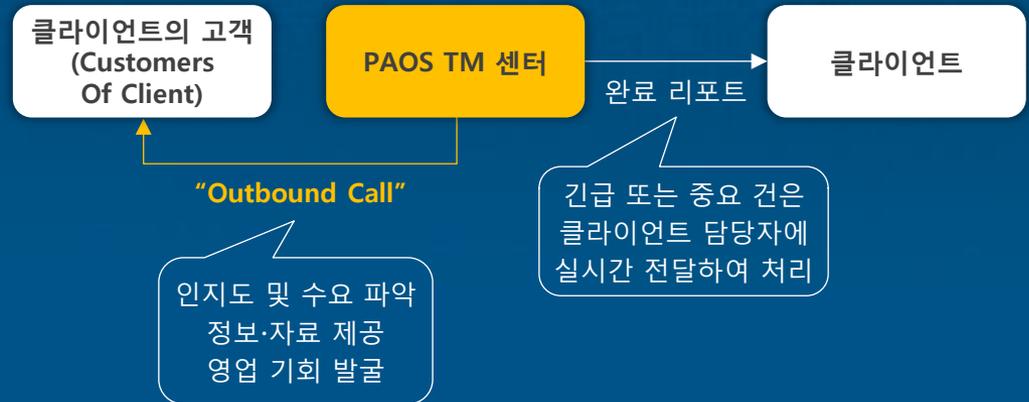
- 연간 계약을 통해 클라이언트 내부부서의 형태로 고객 커뮤니케이션을 상시 대행
- 클라이언트의 고객으로부터 Inbound Call 접수 시, 신속 정확하게 접수 및 처리
- 거의 모든 문의사항에 대응할 수 있도록 클라이언트에 대한 심도 있는 학습 선행
- 상황별 대응 매뉴얼을 자체 제작하고 지속적으로 업데이트하여 고객 불만 방지
- 고객의 목소리를 효과적으로 수집 및 대응하고, 영업/마케팅 활동으로 연계 지원



PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ Tele-Sales 센터

- 클라이언트의 마케팅 또는 영업지원 목적으로 Outbound Call로 고객에 직접 연락
- 일차적으로, 고객의 클라이언트 상품에 대한 관심도를 파악하고 상품정보를 안내
- 이차적으로, 클라이언트의 캠페인/프로모션 내용을 전달하고 체험 또는 구매 유도



BANT에 의한 기본 고객관리

B(Budget)	1 >> 5점
A(Authority)	1 >> 5점
N(Needs)	1 >> 5점
T(Timeline)	1 >> 5점



PAOS만의 추가적인 고객 가능성 관리

도입 계획이 있고 구매 시기 및 예산이 결정 난 경우	5점
도입 계획이긴 하나 정확한 시기 및 예산은 검토중인 경우	4점
필요성은 느끼나 도입여부에 대해서 검토중인 경우	3점
필요성에 대해서 검토, 자료 수집 중인 경우	2점
Study 또는 개인적인 관심으로 자료 수집 중인 경우	1점

PAOS 통합마케팅 항목별 요약 소개

◆ Nurturing 센터

- 연간 계약을 통해 클라이언트 내부부서의 형태로 고객 커뮤니케이션을 수시 대행
- 주로 구매이력이 없는 신규고객을 대상으로 Outbound Call로 고객에 직접 연락
- 지속적인 수시 접촉을 통해 관계를 형성하고 요구를 들어주며 점진적으로 니즈 창출



TM 센터 설치/운영

- VOC 상담센터
- Tele-Sales 센터
- Nurturing 센터

BANT에 의한 기본 고객관리	
B(Budget)	1 >> 5점
A(Authority)	1 >> 5점
N(Needs)	1 >> 5점
T(Time)	1 >> 5점

PAOS만의 Nurturing 고객 단계별 관리	
전화·방문컨설팅 또는 견적 요청	5단계
클라이언트 상품의 필요성 확신	4단계
관계 형성 및 관심분야의 자료 전달	3단계
관심분야/ BANT확인(니즈 확인)	2단계
클라이언트 상품에 대한 안내, 인지	1단계



PAOS 통합마케팅 클라이언트(IT 부문)

PAOS 통합마케팅은 글로벌 기업들을 포함한 다수 기업에서 선택함으로써 그 우수성이 충분히 입증되었습니다.

	Research	DB	TM	Website	Campaign	AD/PR	Printing	SLMS
Autodesk	●	●	●	●	●	●	●	●
Akamai		●	●		●			
DAOUDATA	●	●	●	●	●		●	●
EMC		●		●				●
IBM	●		●		●	●		
Infra Information Technology	●	●	●	●	●		●	
Kolon Benit	●	●	●		●	●	●	
KT Cloudware				●	●			
KT NexR	●	●	●	●	●	●	●	●
Microsoft	●	●	●		●			
PK&WISE				●				
Plantronics	●				●			
SAS	●	●	●	●	●	●	●	●
Softbank Commerce Korea	●	●	●					
Solomon ST			●	●	●		●	
Symantec		●	●					
Videojet			●		●			
WeMade I&C	●	●		●	●			

해외 본사와
글로벌 대행 협약

PAOS 통합마케팅 서비스를 이용해야 하는 이유

클라이언트의 비즈니스를 우리 비즈니스처럼, 클라이언트의 고객을 우리 고객처럼 여기며 10년을 걸어왔습니다. 앞으로 다가올 10년을 바라보고 클라이언트와 함께 성장할 수 있는 PAOS PARTNERS가 될 것을 약속 드립니다.



- **PAOS는 외국계 글로벌 기업 대상의 특화된 서비스를 지속적으로 연구하고 실행하고 발전시켜 왔습니다.**
- 외국계 기업에서 필요로 하는 글로벌 시스템 관리나 콘텐츠 한글화 및 커스터마이징에 풍부한 경험이 있습니다.
- 외국계 글로벌 기업의 높은 기준을 만족시켜 왔기에, 어떤 업종·기업에도 고품질 서비스를 제공할 수 있습니다.
- **PAOS는 모든 마케팅 활동의 전제 조건이면서 핵심적인 전략적 도구 중에 하나인 Targeting에 매우 강합니다.**
- 클라이언트 비즈니스와 주변 환경의 분석을 통해 Target DB를 효과적으로 획득하고 공략하는 법을 알고 있습니다.
- TM으로 고객과 직접 커뮤니케이션하여 DB의 정보를 확장하고, 마이닝 분석으로 DB 활용가치를 극대화 합니다.
- **PAOS에서 자체 개발한 SLMS(영업기회창출시스템)을 통해 모든 서비스가 체계적이고 안정적으로 제공됩니다.**
- SLMS는 마케팅 프로젝트 기획부터 생성, 운영, 성과분석 뿐 아니라, 연계되는 영업까지 전 생애주기를 관리합니다.
- DB, TM, Web, Campaign 등 모든 제공 서비스가 SLMS와 바로 연동됨으로써 프로젝트 효율성을 최대로 높입니다.

THANK YOU

A. 서울시 강남구 대치 4동 893-4 삼성빌딩 3층 (포스코사거리 IBIS호텔 뒤)
T. 02 3474 3093
F. 02 3474 6383
E. info@ipaos.com
<http://www.ipaos.com>