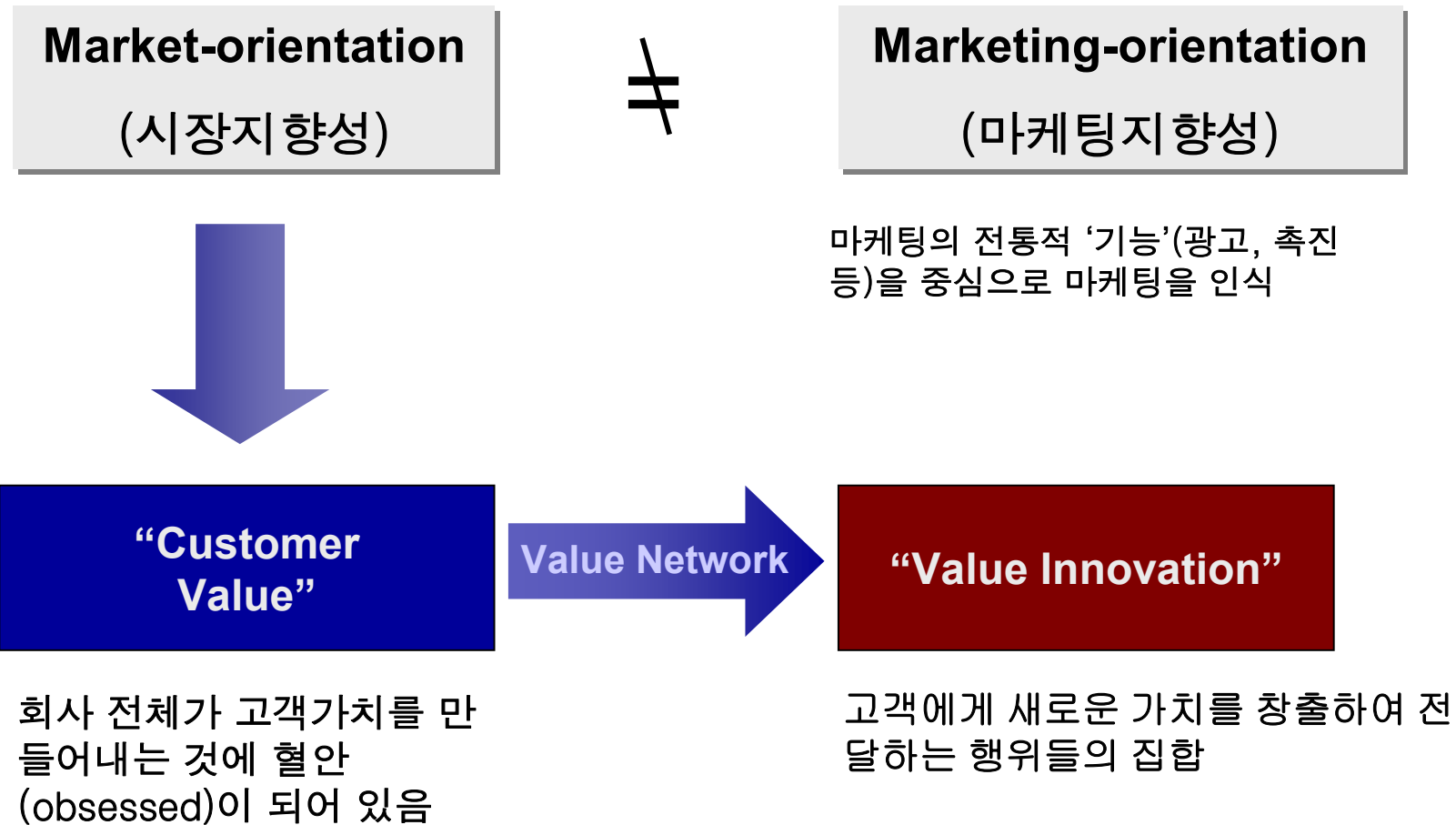

마케팅과 시장지향적 경영

서강대학교 SHAPE Program

연세대학교 경영학과
김 동 훈

Market-Orientation(시장지향성)의 의미



What to Offer: Value Innovation

- 업계의 ‘관행적’ 속성 중 제거 가능한 것?
 - 현재의 속성이 *value*를 창출하고 있는가?
 - 산업의 평균수준 이하로 낮출 수 있는 속성?
 - 과다한 자원 배분?
 - 산업의 평균수준 이상으로 향상되어야 할 속성?
 - 고객들이 현재 희생하고 있는 것?
 - 새롭게 창조되어야 하는 속성?
 - 새로운 가치창출 기회?
- ✓ 기존의 질서를 깨고 생각할 수 있는 관점과 용기 필요
- ✓ 자동차 유통전략

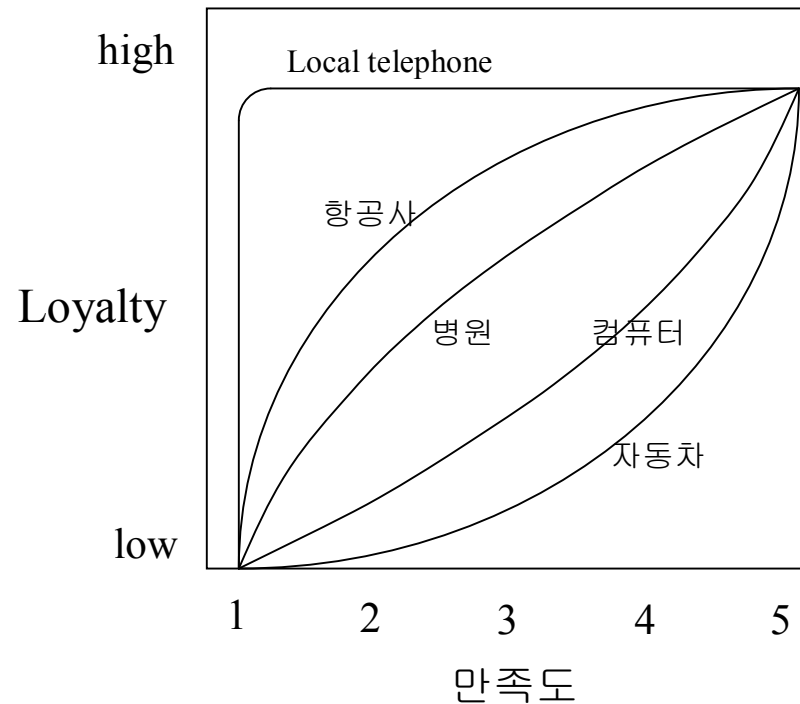
How to Deliver: Value Network

- ## → Business Concept Innovation

과업 #3

How Much to Deliver?: 고객만족의 수준

- 비경쟁적 산업
 - 독점
 - 압도적 브랜드
 - Switching cost
 - Loyalty program
 - 특허



- 경쟁적 산업
 - 비차별화
 - 저관여
 - 많은 경쟁자
 - Low switching cost

Note:

- * 경쟁이 심할수록 “만족”과 “매우 만족”의 Loyalty 차이는 극심하다.
- * Xerox : 매우 만족 고객은 만족 고객에 비해 재구매 가능성이 6배!
- * 상단(비경쟁) 산업도 경쟁이 생기면 곡선이 빠른 시간 내에 변형

➤ **Market-Driven?**

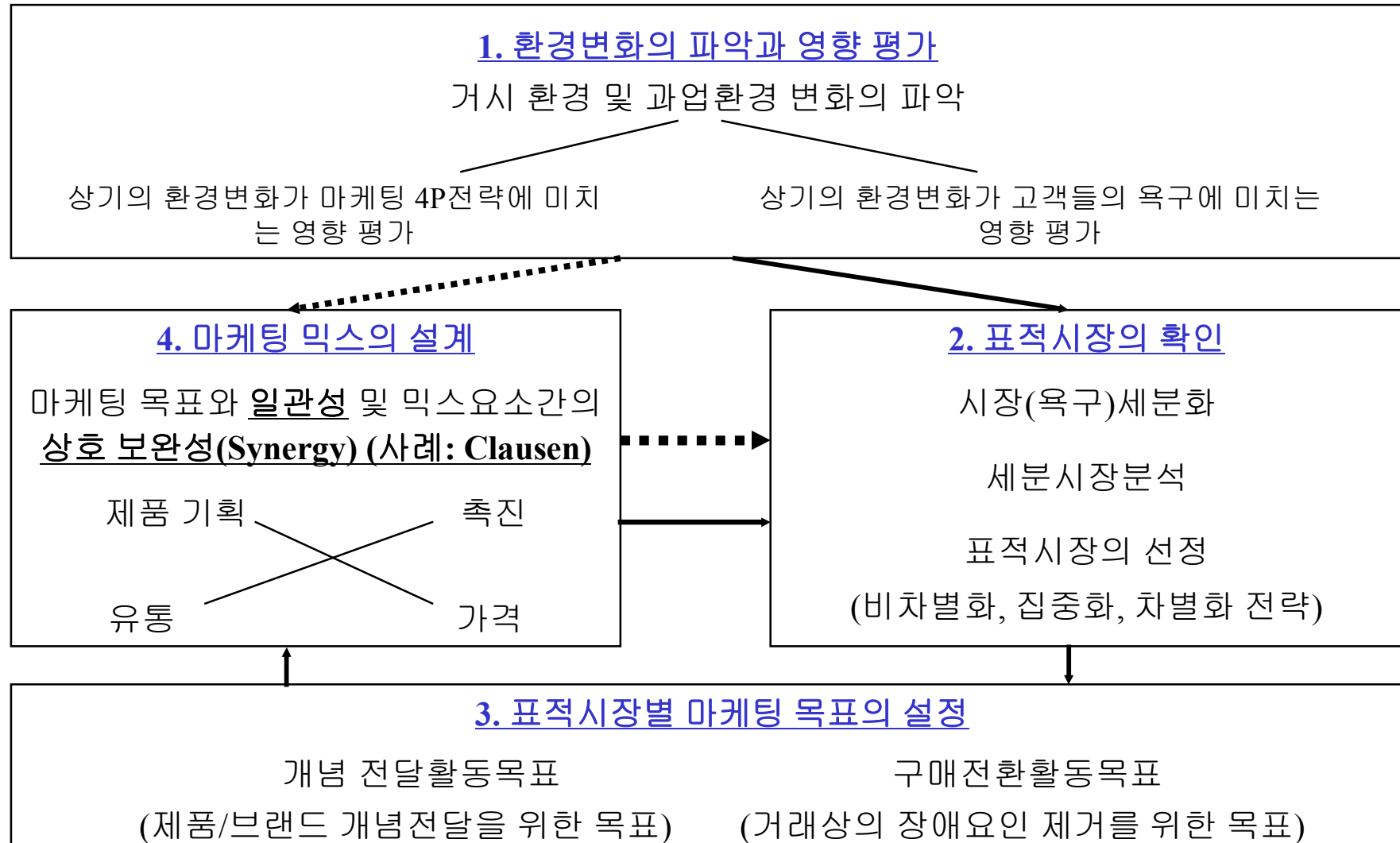
Market-Driving!

**Can customer need be created?*

-- Laser Disk Player

**Future-defining customers*

마케팅 관리의 과정



—————> 신규고객 확보 과정

.....> 기존고객 유지 과정



SUMMARY

Marketing strategy is simply a
market-oriented business
strategy!
