

# #기도마케팅

감으로 광고를 운영한 뒤, 성과가 좋길 바라는 마케팅

## 1 유형 특성

- 데이터 분석을 통한 광고 운영이 아닌 감을 기반으로 광고 타겟을 만들고, 광고 효과를 운에 맡기는 마케터

## 2 문제 상황

- 모든 고객에게 동일한 메시지가 일괄 발송되어 마케팅 효율이 떨어지고 있음
- 캠페인 별 성과가 정확히 분석되지 못하고 있음

## 3 해결 방법

- CDP를 통해 고객 세그먼트별 예상 매출과 이탈 가능성을 분석해 개인화 메시지 발송
- 단일한 데이터 분석 툴로 마케팅 캠페인 성과 측정

## 4 결과

- 대량 발송이 아닌 개인화 마케팅으로 광고 효과 상승 및 효율적인 광고 집행
- 장기간 동일한 광고에 노출되어 느끼는 피로도를 낮춤으로써 고객 이탈 감소