KAIA 국토교통과학기술진흥원

국토교통과학기술진흥원

제7회 KAIA EDU

B2B 마케팅 성공 전략 5가지

2022.09.16



CONTENTS | 목차



KAIA 국토교통과학기술진흥원

Ⅰ B2B 마케팅 트렌드
빠르게 바뀌어가는 트렌드 알아보기

Ⅱ 고객 확보하는 B2B 10단계 프로세스
B2B 고객 확보 마케팅의 공식

Ⅲ B2B 마케팅의 기본재료, 콘텐츠
우리에게 필요한 것은 콘텐츠다

Ⅳ 핵심정리 및 Q&A
SUMMARY & Q&A

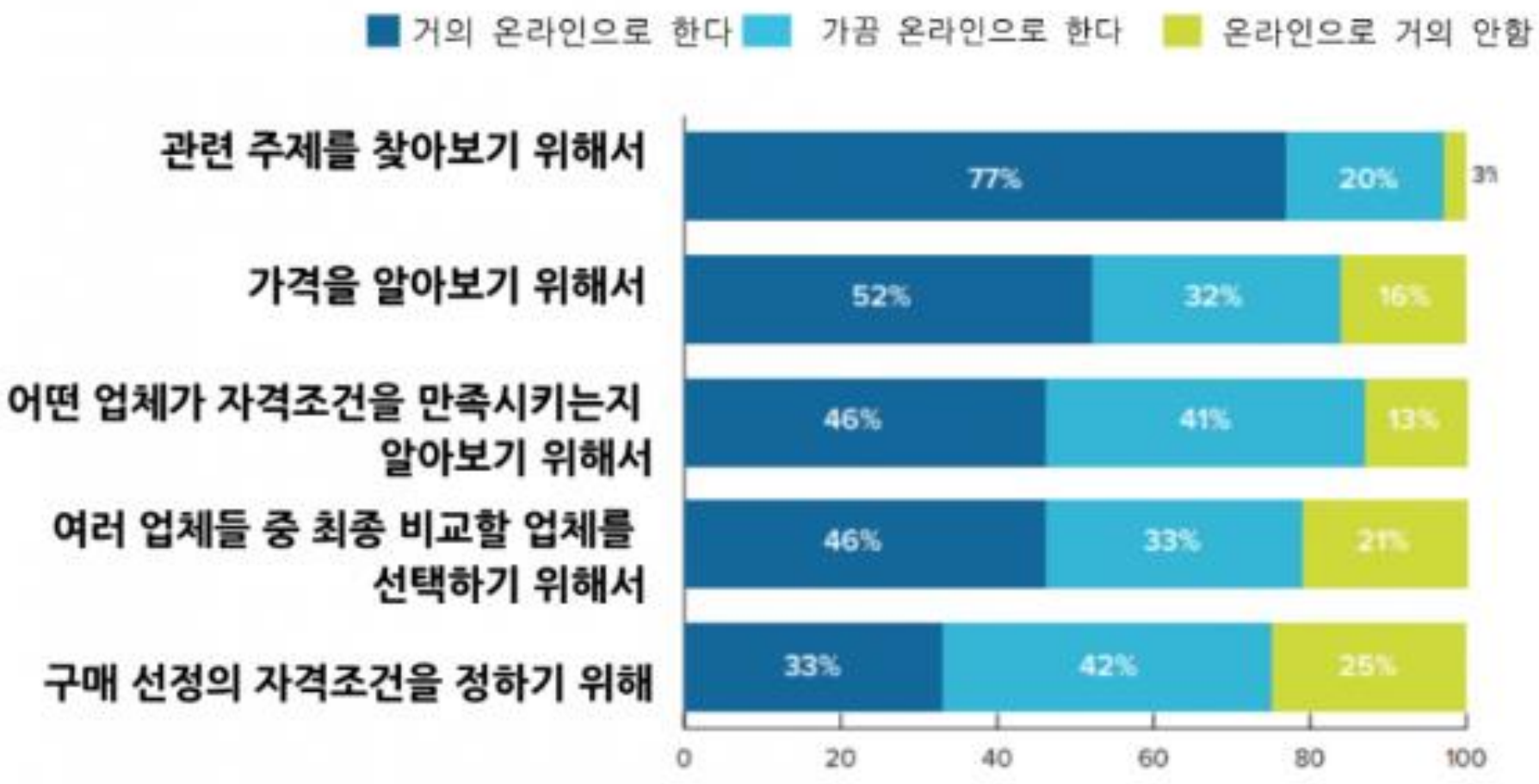
어떤 것이 먼저 일까요?

영업 Vs 마케팅

현재 트랜드는 어떻게 바뀌었을까요?

- 대부분의 엔지니어들의 구매 여정이 온라인으로 이동했다.
- 엔지니어들은 정보의 출처로 공급 업체 웹사이트 그리고 검색엔진을 꼽았다.
- 거의 모든 엔지니어는 벤터의 영업담당과 이야기하기 전에 온라인으로 정보를 찾는다.
- 대부분의 엔지니어는 벤더의 영업담당과 접촉하기 전에 그 회사(검색이나 웹사이트 방문) 3~4회 정도 상호 작용을 한다.
- 정기적으로 최신 콘텐츠를 발행하는 회사와 거래할 가능성이 높다.

구매를 결정하기 전에 아래와 같은 정보를 확인한다.



고객 확보하는 B2B 10단계 프로세스

고객 확보하는 전략 LEAD Nurturing 이 필요하다.

다음 열가지 단계의 리드 너쳐링을 통한 고객확보전략은 고객을 늘리고, 잠재적 고객으로 변화 시키고 거래를 마무리 할 수 있는 프로세스다.

관계맺기 (Engage)

- ☑ 이상적인 타겟 고객 얻기
- ☑ 끌어 모으기
- ☑ 타깃 고객 최적화 하기

고객 확보하는 B2B 10단계 프로세스

고객 확보하는 전략 LEAD Nurturing 이 필요하다.

다음 열가지 단계의 리드 너쳐링을 통한 고객확보전략은 고객을 늘리고, 잠재적 고객으로 변화 시키고 거래를 마무리 할 수 있는 프로세스다.

전환하기 (Convert)

- ☑ 콘텐츠에 엄격해지기
- ☑ 잠재 고객 리스트 만들기
- ☑ 잠재 고객의 행보 추적하기
- ☑ 잠재 고객과의 관계를 강화하라

고객 확보하는 B2B 10단계 프로세스

고객 확보하는 전략 LEAD Nurturing 이 필요하다.

다음 열가지 단계의 리드 너쳐링을 통한 고객확보전략은 고객을 늘리고, 잠재적 고객으로 변화 시키고 거래를 마무리 할 수 있는 프로세스다.

마무리 (Close)

- 거래 마무리 짓기
- 평가하고, 개선하고, 최적화하기
- 고객을 기쁘게 하기

Ⅲ B2B 마케팅의 기본 재료는 콘텐츠다.

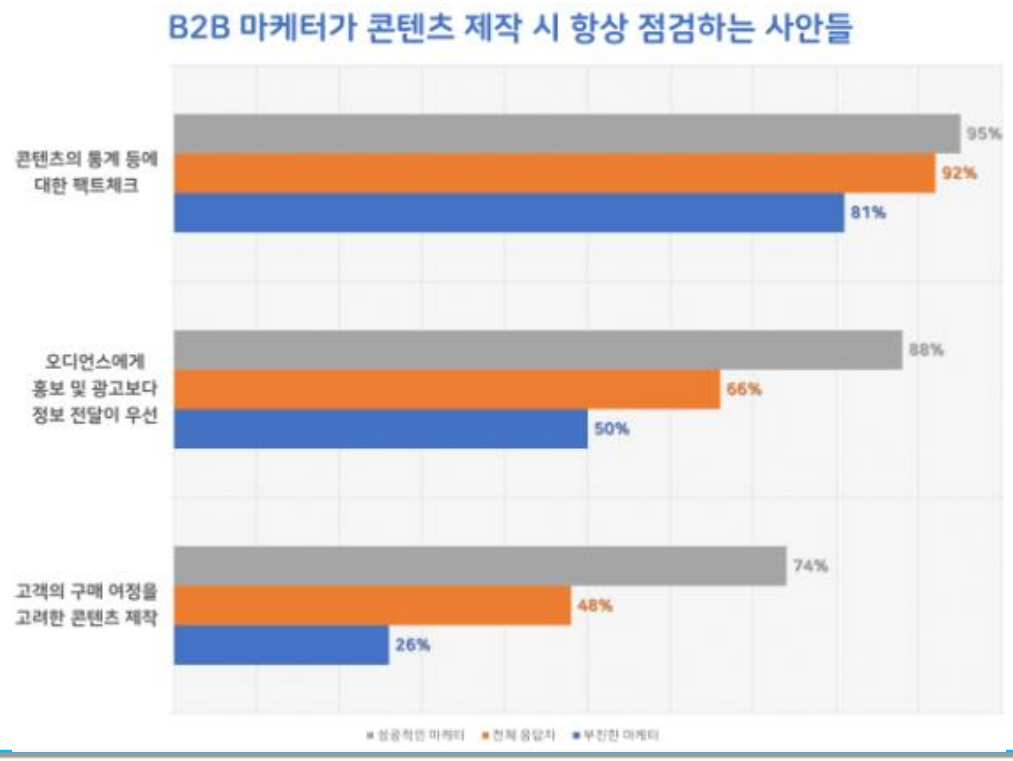
영업력의 화력을 지원할 수 있는 중요한 요소 콘텐츠

서두 5가지의 트렌드에서 중요하게 이야기 했던 것이 바로 콘텐츠다.

그렇다면 B2B의 제품과 솔루션을 구매할 기업에 관심을 끌 수 있는 콘텐츠 생성 방법은 무엇일까?

SUMMARY

- 콘텐츠가 기술적으로 정확하고 최신이고 시각화 되어있는가?



Ⅲ B2B 마케팅의 기본 재료는 콘텐츠다.

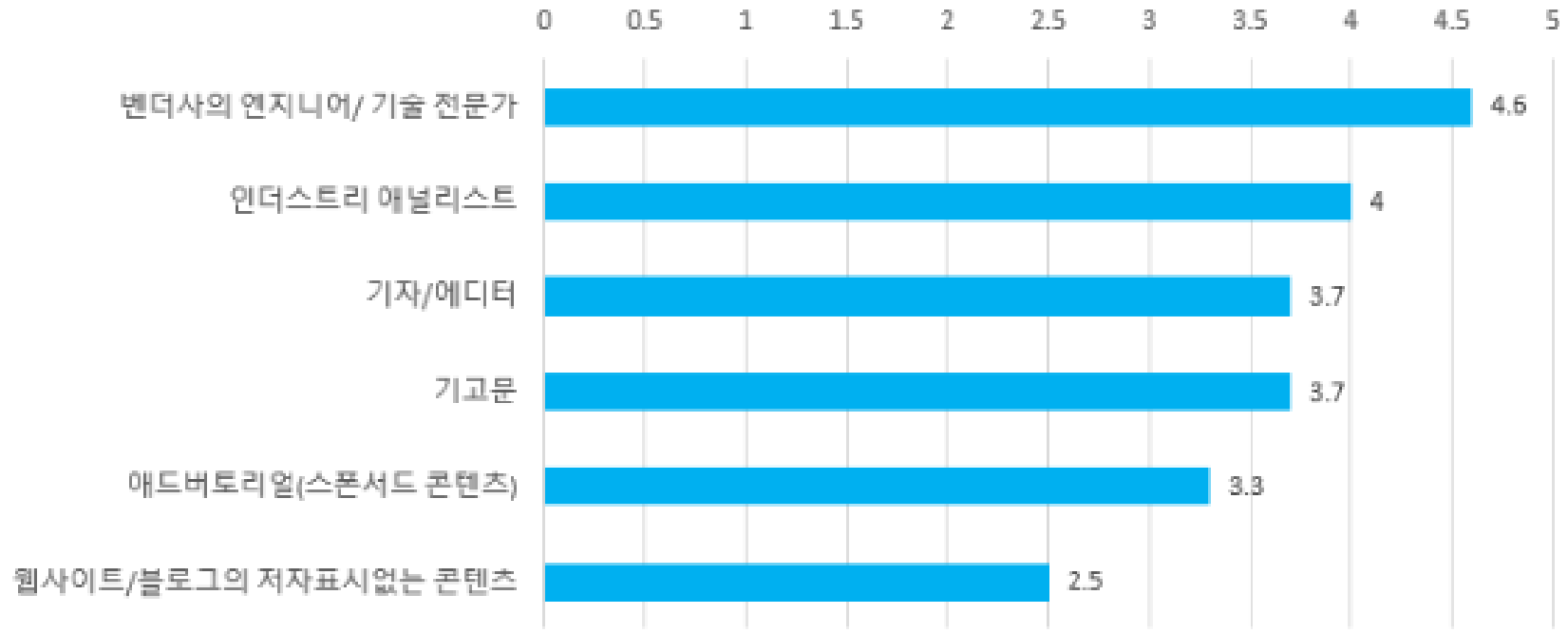
영업력의 화력을 지원할 수 있는 중요한 요소 콘텐츠

서두 5가지의 트렌드에서 중요하게 이야기 했던 것이 바로 콘텐츠다.

그렇다면 B2B의 제품과 솔루션을 구매할 기업에 관심을 끌 수 있는 콘텐츠 생성 방법은 무엇일까?

SUMMARY

회사의 콘텐츠에 기술 전문가를 포함시켜라



Ⅲ B2B 마케팅의 기본 재료는 콘텐츠다.

영업력의 화력을 지원할 수 있는 중요한 요소 콘텐츠

서두 5가지의 트렌드에서 중요하게 이야기 했던 것이 바로 콘텐츠다.
그렇다면 B2B의 제품과 솔루션을 구매할 기업에 관심을 끌 수 있는 콘텐츠 생성 방법은 무엇일까?

SUMMARY

- 구매 결정에서 중요하게 작용했던 사례연구에 공을 드려라.
- 바이어 페르소나와 맞는 고객 중심 콘텐츠를 개발하라
- 검색 엔진 최적화 그리고 콘텐츠의 헤드라인이 눈에 띄도록하자

Ⅲ B2B 마케팅의 기본 재료는 콘텐츠다.

영업력의 화력을 지원할 수 있는 중요한 요소 콘텐츠

서두 5가지의 트렌드에서 중요하게 이야기 했던 것이 바로 콘텐츠다.

그렇다면 B2B의 제품과 솔루션을 구매할 기업에 관심을 끌 수 있는 콘텐츠 생성 방법은 무엇일까?

SUMMARY

- ☑ 구매 결정에서 중요하게 작용했던 사례연구에 공을 드려라.
- ☑ 바이어 페르소나와 맞는 고객 중심 콘텐츠를 개발하라
- ☑ 검색 엔진 최적화 그리고 콘텐츠의 헤드라인이 눈에 띄도록하자

SUMMARY

어떤 시장에서든 콘텐츠 기획, 개발 및 마케팅은 어려운 일입니다.

비판적이고, 데이터 중심적이면서, 위험 회피적이고, 전문가의 의견을 중요시하는 기술 제품/서비스 구매 고객의 특성은 마케팅 담당자에게 특히 어려운 과제를 던지죠.

하지만 이 고객의 고유한 특성을 이해하고 이러한 차이점에 응답하면 고객의 관심을 끌고

호감을 얻는 콘텐츠를 만들 수 있습니다.

Q&A

질문 있으시면 자유롭게 해주세요 ☺

KAIA 국토교통과학기술진흥원

감사합니다

THANK YOU

