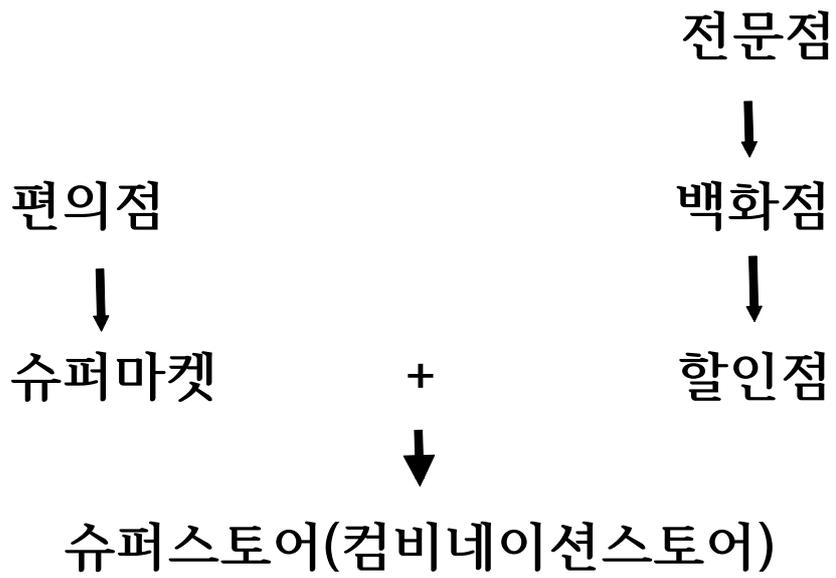


소매점의 발전



마케팅관리:

환경분석(A) -> 계획(P) -> 실행(I) -> 통제(C)

거시 인구통계
문화
경제
기술
정치/법

전략적 계획: SWOT분석, GE Matrix, BCG

마케팅계획:

시장세분화(S)

표적시장선정(T)

위치화(P)

마케팅 믹스(MM): 4Ps(제품, 가격, 유통, 촉진)

미시 경쟁자(적) → 경쟁적 강, 약점
자사(나)
시장(지형)
공급자
유통망

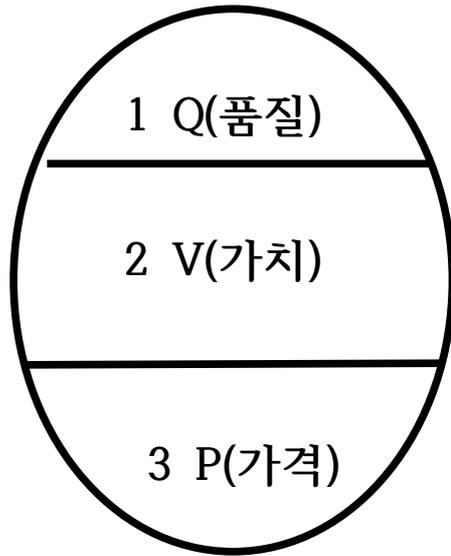
시장 매력

	매력적 (Attractive)	평균 (Average)	비 매력적 (Unattractive)
소매점의 경쟁적 위치(능력) 강 (Strong)	O ○	○O	△
중간 (Average)	O ○	△	X
약 (Weak)	△	X○	X

O: 사업 기회가 좋은 영역, △: 중간 영역, X: 좋지 않은 영역

시장 매력/경쟁적 위치 매트릭스(Matrix): 강의록 p.13

시장세분화



저비용 선도전략

A의 월가 100

B의 월가 90

현재의 가격 110

B만이 저가격 전략을 사용할 수 있음

소매점이 추구할 수 있는 이미지들

1) 저 비용 선도 전략: 가격과 **품질**

- i) 소비자의 욕구에 빨리 반응할 수 있는 경영
- ii) 규모의 경제 달성

2) 차별화 전략

- i) 넓은 취급 제품 계열이나 깊은 구색: **품목**
- ii) 좋은 입지(편의성): 상점의 특성이나 **혜택**
- iii) 독특한 상점 분위기:
라이프스타일(Lifestyle)이나 활동(Activity)
- iv) 좋은 서비스: 상점의 특성이나 **혜택**

한계분석법

MC(한계비용)	MR(한계이익)	TC(총비용)	TR(총이익)
1	10	1	10
1	5	2	15
1	2	3	17
1	1	4	18
<hr/>			
1	0.5	5	18.5

		능력	
		높음	낮음
행동	빠름	1	2
	느림	3	4

H
e
a
d
l
i
n
e

enildaeh

가나다라



가나다라

저희 광고홍보커뮤니케이션 학부에는 **4**
개의 전공과 관련된 동아리가 있습니다.

혹은

저희 광고홍보커뮤니케이션 학부에는 **전**
공과 관련된 4개의 동아리가 있습니다.

예쁜 누나의 친구
누나의 **예쁜** 친구

유용한 모기를 잡는 도구
-> 모기를 잡는 유용한 도구