

고객확보서비스
스마티



Smarty
2009.12.17



년 매출 1억 이하의 시니어사업가 만을 위한 전문 마케터 이기순의 제안

- ✓ 씨앗 뿌리고, 싹을 틔우고, 열심히 가꾸어 열매를 겨우 따는 대기업에서나 가능할 법한 것을, 1인 시니어 CEO가 하기에는 어렵고, 힘들고, 지치고 **실패확율 99%**의 길을 걷지 않습니까?
- ✓ 이에 약자에겐 약자만의 생존전략이 필요하며, 당연히 대기업과 중소 상공인의 사업전략은 달라야 합니다.
- ◆ 내가 갑이 되어 고객을 줄세우는 전략 노하우
- ◆ 고객을 감동시키고 동화시켜 내편으로 만드는 스토리텔링
- ◆ 뿌듯함만 남는 상담이냐? 계약으로 끝나는 상담의 비밀!!

안녕하십니까? 시니어 사업가님~

시마협 회장 이기순입니다.

실버세대의 사회적 문제를 야기시킬 제반 악조건을 갖춘 우리는 시니어 세대입니다.

내일을 위한 준비도 해야 하지만,
국내외적인 악조건으로 인해 오늘 당장의 생존을 위한 고군분투하고 있는 것이 우리의 안타까운 현실입니다.

그럼에도 불구하고,
우리는 역전의 용사이며,
그 어떠한 환경에서도 이겨낼 수 있는 저력을 갖추고 있기에,
조금의 도움만 있다면 충분히 우리는 재기할 수 있음을,
저 자신을 통해 충분히 느끼고 있습니다.

이에, 저는 시니어사업가 마케팅협회(약칭 '시마협')를 설립하고,
그 동안의 실패 및 성공노하우를 공유하고, 뜻이 맞는 분들이 힘을
모아서, 필요하다면 컨설팅, 교육 등을 통해 우리 시니어
점포주님들께 작으나마 힘이 되어 드리고자 합니다.

함께 성공의 길을 걸어 갑시다~~~ 아자 아자 으라차차~

시니어사업가 마케팅협회 회장 이 기 순 배상

점포는 혼신의 힘을 다해 오픈 했는데,
매출은 오르지 않고,
점포 임대료, 인건비 등 고정비로 적자는 누적되고,

그렇다고 점포를 내 놓아도 나가지 않아 애태우시는 점포주님들...
설혹 있더라도 기가 찬 이야기만 하고...

왜?

맛 좋다.
서비스 좋다.
인테리어 좋다.
전단지, 카타로그, 옥외광고 등 매월 일정 수준 이상 광고홍보를
하는 데도 손님이 없을까?

제가 제안 드리고자 하는 마케팅은 결코 어렵거나 비용이 과하게
들어가는 것이 아닙니다.

그저, 남들과 똑같은 것으로 경쟁하지 말자~
또 하나는 자랑하지 말자. 이 두가지입니다.

1. 남들과 똑같은 것으로 경쟁하지 말자~

출혈경쟁은 명약관화하게 썬(?)의 전쟁을 불러 일으키고,
중소 자영업주 상호간에 망하는 지름길이며
중요한 것은 고객은 그거나 저거나 별반 같기에, 별무 효과제로...

2. 자랑하지 말자.

자랑하는 순간, 광고요, 영업으로 인식되고, 다른 경쟁자 또한
별반 차이가 없기에, 고객의 눈에는 거기서 거기...
힘들어지기 때문입니다.

매출이 오르지 않는 이유가 무엇일까요?

5가지의 요소가 없는 '버려지는 광고'를 하기 때문입니다.

1. '전문가'가 없기 때문이다.
2. '스토리'가 없기 때문이다.
3. '후기'가 없기 때문이다.
4. '상담기술'가 없기 때문이다.
5. '브랜드'가 없기 때문이다.

그렇다면 내 광고는 버려지는 광고인가? 상공하는 광고인가?

1. 버려지는 광고
 - 자량이 가득한 영업지
2. 읽혀지는 광고
3. 기억되는 광고(구매를 하게 만드는 광고)

한마디로,
"낚시를 할 땐 내가 아닌 **물고기가 좋아하는 것을 미끼로 써야 한다.**"

[외식업] 재료, 영양, 맛 따위는 구매를 결정하는 데 도움이 되지 않는다.

[교육업] 강사의 프로필, 좋은 시설, 입지, 성적 등도 마찬가지이다.

나의 고객이 "원하는 것"을 알아내는 방법과 그들이 내게 반응하게 하기 위해 사용할 수 있는 아주 효과적인 전략들을 알려드리려고 합니다.

목 차

1. [전문기 되기] 전문기 포지셔닝

- 전문가 포지셔닝이 뭐야?
- 전문가 포지셔닝의 기술

2. [상담이면 구매] 상담의 기술

- 잘못된 상담은 고객을 쫓아낸다!
- 상담으로 고객의 지갑열기

3. [후기 활용하기] 후기 마케팅

- 고객후기. 꼭 모아야해?
- 고객후기 모집과 활용법

4. [스토리 만들기] 스토리 마케팅

- 스토리 텔링의 중요성과 사례
- 스토리 마케팅의 기술

5. [브랜드 만들기] 브랜드 이미지

- 브랜드 이미지. 왜 중요한가?
- 브랜드 이미지 만들기

1. 전문가 포지셔닝

- 영업맨이 아닌 전문가가 되어라~

- . 무언가 필요한 사람은 자신에게 필요한 것에 '싱크로율'이 높을수록 반응한다.
- . 한번의 노출에 최대한 고객을 사로잡아야 하는 우리는 최대한으로 범위를 좁히고, 한가지 유형의 고객이 **"이건 나를 위해 존재한다"**라는 느낌을 받도록 전략적이고 전문적인 세분화에 총력을 기울여야 한다.

- 전문가 포지셔닝이 뭐야?

- . 고객층을 세분화 하는 것...



사례1

파리바게뜨, 두레주르와 같은 사거리에 있던 작은 빵집, 생존전략으로 빵을 팔지 않고 오로지 케이크만을 파는 '케이크전문점'으로 변화해 성공함

같이 빵을 팔면 필망인 상권, 케이크만 전문으로 전환함으로써 케이크를 사려는 고객에게 '케이크 전문점' 이미지를 어필하는 데 성공하였다.

※ 만약 이곳 사장님께서 "그래도 피자빵이...소보루빵이... 손님들이 식빵도 찾을텐데..."라는 욕심을 버리지 못하셨다면 절대 두레주르나 파리바게뜨 사이에서 어떻게 되었을까?

사례2

공무원도 민간인도 아닌 직업군인들 만을 대상으로 최적의 플랜을 만들어낸

직업군인 전문 보험설계사

퇴직이나 노후가 불안한 직업군인들에게 딱맞는 상품 조합으로 입소문을 통해 수많은 군인고객들을 유치시켰다.(만약 다른 이들처럼 “군인뿐만 아니라 다양한 사람들이 가입할 가능성도 있는 데...” 라는 생각을 했다면 어땠을까?)

사례2

여자아이는 안돼요. 남자아이 전문 미술교육원

자라다 미술



아들 가진 엄마들의 상상을 초월하는 스트레스... 그 고민들을 정확하고 전문적으로 풀어줌으로써 아들 가진 어머니들에게 칭찬받고 '남자아이만' 확실히 잡은 '자라다 미술'(미술은 여자아이들이 더 많이 배우는 데...)

- 전문가 포지셔닝의 기술

“필요한 사람에게 필요한 것을 판다.”

- . 세분화된 고객의 진짜 고민거리를 파악
- . 그들이 모이는 곳에 가서 고민거리를 해결

※ 전문가 포지셔닝 TIP

먼저 다가가서 영업을 하는 것이 아닌, 전문가다운 전문 지식을 공개함으로써 인정받고, 신뢰를 쌓은 상태에서 상담을 하게 되는 아주 중요한 포지션 선점이다.

중요한 것은 어떠한 고객이라도 필요한 내용이나 유익한 정보라 하더라도, **영업으로써 먼저 다가가면 귀를 닫고 듣지 않는다는 점이다.**

2. 상담의 기술

- 고객에게 필요성을 알리지 말고, 스스로 느끼도록 질문을 계속한 후, 전문가로서 처방/조언을 한다.
- 잘못된 상담은 고객을 쫓아낸다! - **자랑하지 말라~**

※ 상담의 기술 TIP

상담은 전문가로서 권위와 책임을 가진 상태에서 해야 한다.
 팔기 위해 아쉬운 모습을 보이는 순간, **고객의 지갑은 굳게 닫힌다.**
 마지막까지 고객이 내 상품과 서비스를 구매하고 싶어 아쉬워 하도록 만들어야 한다.

3. 고객후기 마케팅

- 잘 활용된 고객후기는 친한 지인의 추천만큼 구매결정에 큰 도움이 된다.

개봉 영화 정보

관련 콘텐츠 검색 | 박스오피스, 국가별 영화, 장르별 영화

전체	현재상영영화	개봉예정영화		
 <p>12 어메이징 스팸... ★★★★☆ 7.77 [예고관] [예매하기]</p>	 <p>15 연가시 ★★★★☆ 7.79 [예고관] [예매하기]</p>	 <p>A 모모와 다락... ★★★★☆ 8.25 [예고관] [예매하기]</p>	 <p>18 더 레이븐 ★★★★☆ 7.44 [예고관] [예매하기]</p>	 <p>18 후궁: 제왕... ★★★★☆ 6.50 [예고관] [예매하기]</p>

4. 스토리 마케팅

스토리가 스펙을 이긴다.

- 100만원짜리 라이터 vs 월남전 전사자의 3만원짜리 라이터
- 스토리텔링의 중요성과 사례

서울우유

제조일자 스토리

- 마이너스 - 유통기한으로는 신선도를 알수없다.
- 플러스 - 그래서 우리는 제조일자도 표기한다.



프렌치카페

카자인 나트륨 스토리

- 마이너스 - 커피믹스엔 화학물질 카자인 나트륨이 들어간다.
- 플러스 - 우리는 우유를 대신 넣었다.



탐즈슈즈

1+1 스토리

- 마이너스 - 아르헨티나의 빈민층 아이들은 맨발로 생활한다.
- 플러스 - 그래서 신발이 팔릴때마다 그들에게 신발 한켄레를 증정한다.



※ 고객이 원하는 답변을 주라~

고객확보 집객 및 고객관리서비스 '스마티'

- ✓ 전단지, 명함, 카타로그, 브로셔, 포스터, 인터넷쇼핑몰, 옥외광고판 등... **효과?**
- ✓ '스마티'만 결합하면 **10배 이상의 광고홍보 효과**를 올릴 수 있습니다.
- ✓ 고객 스스로 SMS문자를 보내고 찾아오게 하는 역발상 모바일마케팅 '스마티'
- ✓ 이젠, 고객이 원하는 것에 답장해 주는 스마티의 '키워드 이벤트'로 대박나세요^^

이벤트설정 | 키워드 이벤트

등수	당첨메시지	키워드	총경품수량	오늘나갈 경품수	누적당첨수	관리
1등	축하합니다. 에어컨 30% 할인!! 7/31일까지 이용가능합니다. [스마티 가맹점]	에어컨	100 개	30 개	0개	
2등	축하합니다. 냉면 2,000원 할인!! 7/31일까지 이용 가능합니다. [스마티 가맹점]	냉면	1000 개	100 개	0개	삭제

적용대상 개업, 기념일, 할인, 공연, VIP고객, 쿠폰발행 가맹점

가입문의 1577-1146 , www.smarty.kr , ktsub114@hanmail.net

※ 스토리마케팅 TIP

고객이 빠져들 수 있고, 공감할 수 있는 공식의 적용이 중요하다.

5. 브랜드 이미지

고객이 전단지, 이미지 등을 보는 순간, 참여하고 싶고, 사고 싶고, 갖고 싶고, 쓰고 싶도록 해야 한다.



보여지지만 하는 일방전단지

VS



고객이 문자 보내는 즉시 경품 당첨되고, 자발적으로 찾아오게 하는 참여형 전단지

SAMSUNG 디지털프라자 수원본점

오픈이벤트

수원본점 대표전화로 축하문자를 보내주시면 **100% 경품**이 터집니다!!

문의번호 031-211-7337 문의기간: 4/16 ~ 21(화)만 가능
 경품수령기간: 4/18 ~ 21(화)까지(11:00~18:00)

디지털 프라자 수원본점 오픈을 축하합니다.
031-211-7337

축하드립니다. 전국본점 이용권에 당첨되었습니다.
010-0000-0000

수원본점 대표번호로 축하문자 보내기 응모 즉시 당첨결과를 바로 확인할 수 있습니다.

100% 당첨 사은품!!

전국대표 이용권

원노 마스크팩

면타를 향수 3P

플라워 리그립 2P

본 행사: 전통시장 활성화를 위하여 중소기업(정식)시장(양정)업체에 국제 지원금 지원 추진(지원금 공영 은행 지원) 행사입니다.

2012년 하반기 상설 세일·경품행사

고객사은대 축제

한민시장 상인회로 응원문자를 보내주시면 **100% 경품** 또는 **할인쿠폰**이 터집니다!!

문자보내살곳 042-522-9094 문의기간: 2012. 6. 22(금)~27(수) 24시간 7일
 경품수령기간: 2012. 6. 25~29 (11:00~18:00)

한민시장 상인 회원으로
입사하고 축하메세지,
이차까지 메세지 **
문의번호 042-522-9094

고객님 축하드립니다.
1년 동안 지원금(양정)에
당첨되었습니다.
(100%당첨 상인회)
문의번호 010-123-4567

한민시장 상인회로 응원문자 보내기 응모 즉시 당첨결과를 바로 확인할 수 있습니다.

100% 당첨 사은품!!

1년 동안 지원금

양정 지원금 100%

1년 동안 지원금

100% 당첨

100% 당첨

주최: 한민시장 상인회 ☎ 042-522-9094 후원: LG kt cs

축하문자 보내고, 특집한 선물을 받자!

거성족발 맛있다

국내 최초 유산균 힐링 족발

거성족발 봉천점 7.6 GRAND OPEN

1등 족발+와인(6명) 3등 와인제공 (20명)
 2등 냉채족발(10명) 4등 메인매뉴 주문시 30%할인

(02)374-5700 으로
오픈 축하 메세지를 보내주세요!
 족발과 고급와인이 공짜!
 행사기간 2012.7.6. ~ 7.15.





**고객과 소통하는 시니어사업가가 되시어
승승장구 하시기를 진심으로 기원합니다.**

시마협 회장 이기순 배상