



B2B Digital Marketing

서비스 소개서

2021.09





00 Ugly Smith?

Change 1. 미팅의 변화

Change 2. B2B 마케팅과 영업의 변화

Change 3. B2B 디지털 마케팅의 검증된 성과



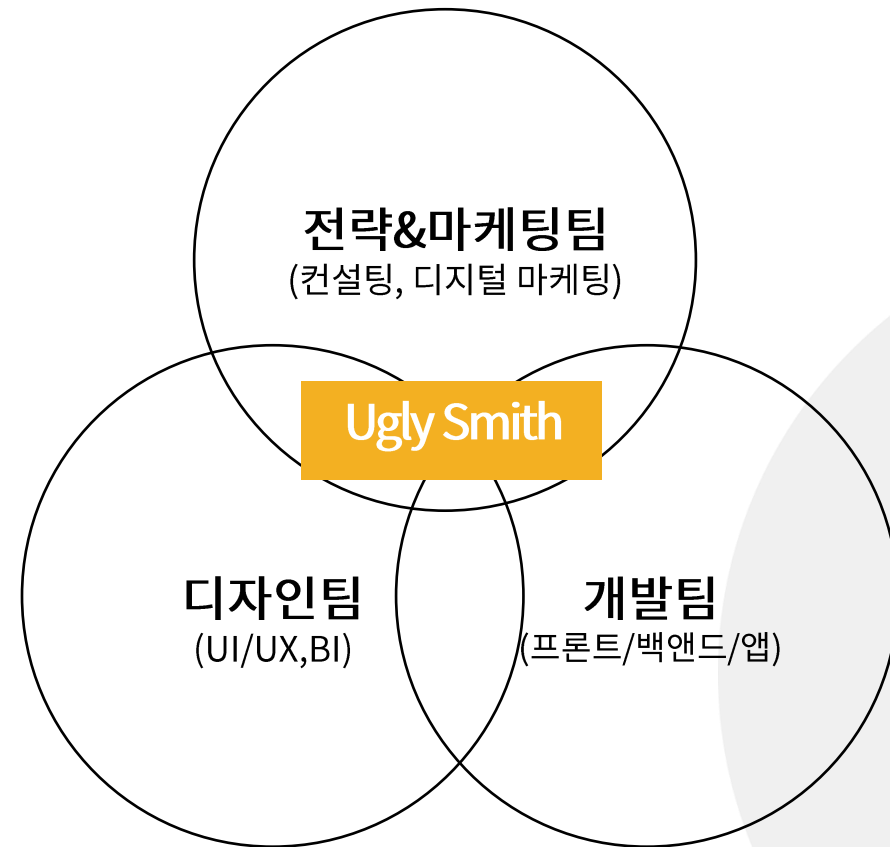
Brand Philosophy

어글리스미스는 크리에이티브한 전문가들 그룹으로,
전략마케팅/디자인/개발 전문가 12명으로 이루어진 회사입니다

Ugly Smith

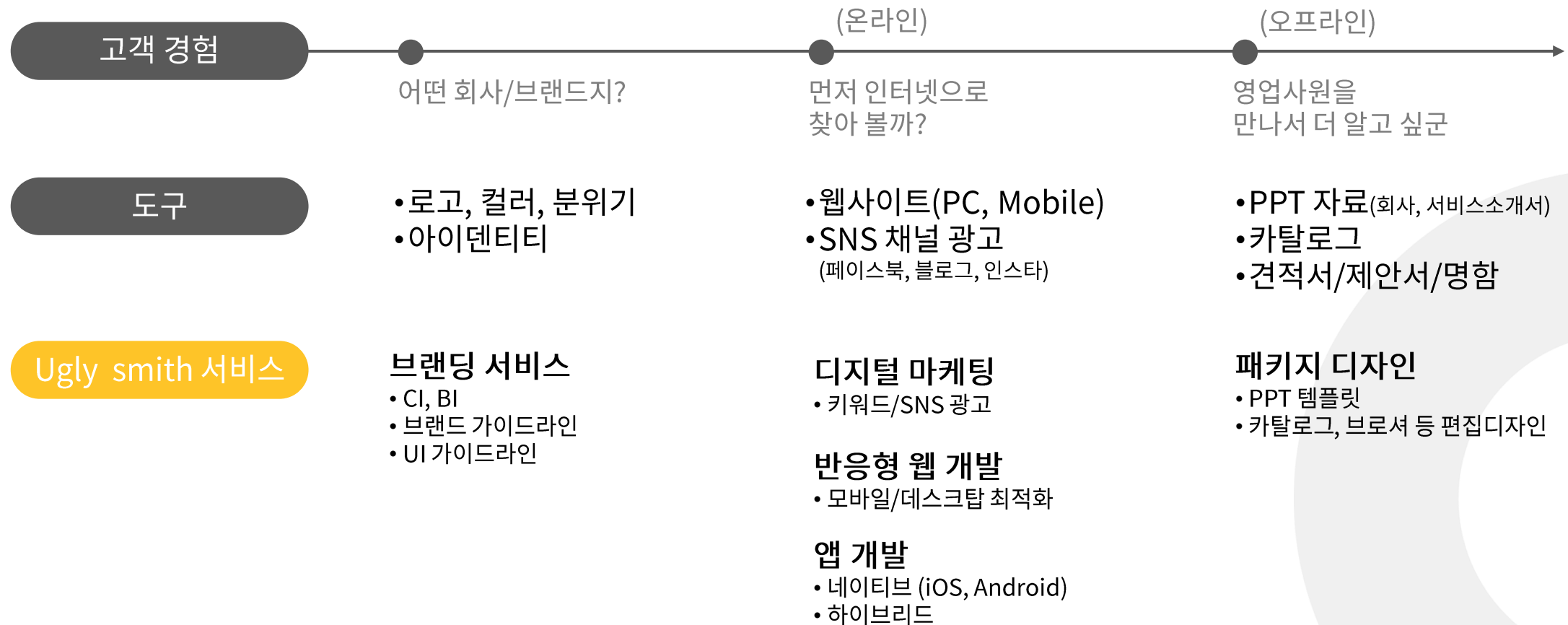
Be ugly
It's creative

Be smith
It's professional



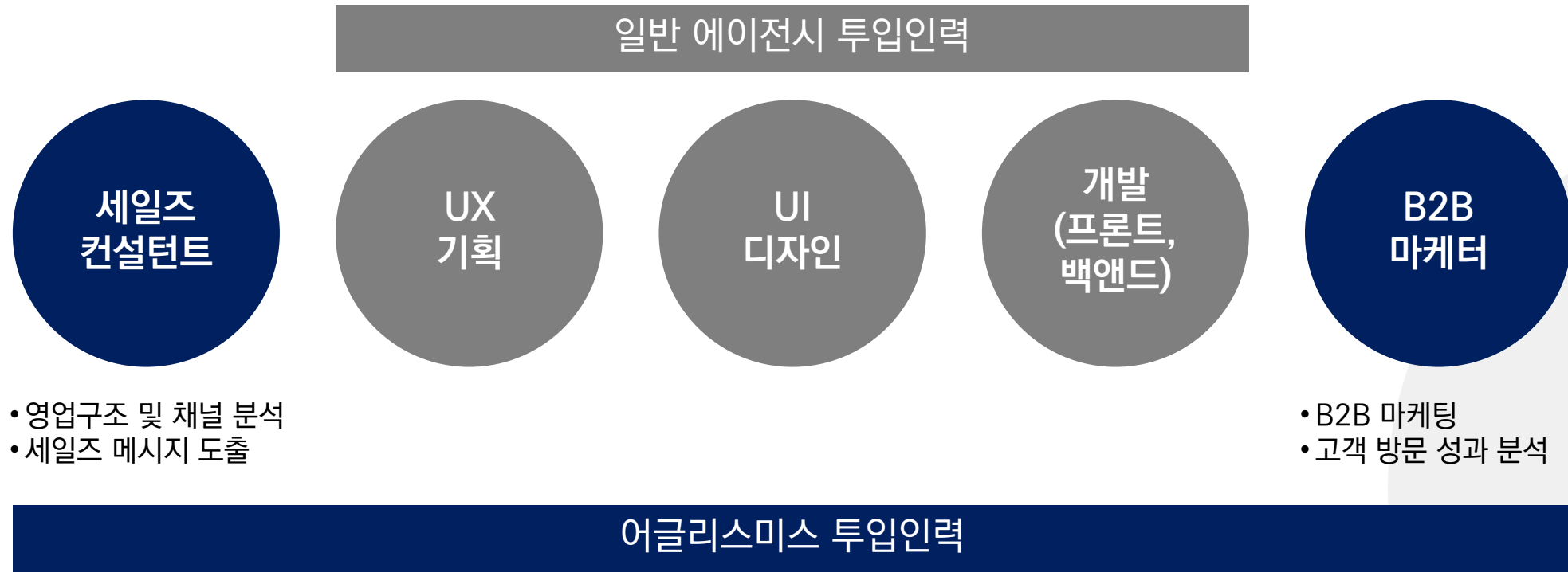
Core Competency

브랜딩, 웹/앱개발, 디지털 마케팅 까지 고객의 온-오프라인 고객 경험(UX)을 “**한번에, 일관되게**” 디자인합니다



B2B Professional

기존 에이전시는 홍보 관점의 홈페이지를 만든다면,
어글리스미스는 전략적 세일즈 기회를 만듭니다.





01 Why we need?

Change 1. 미팅의 변화

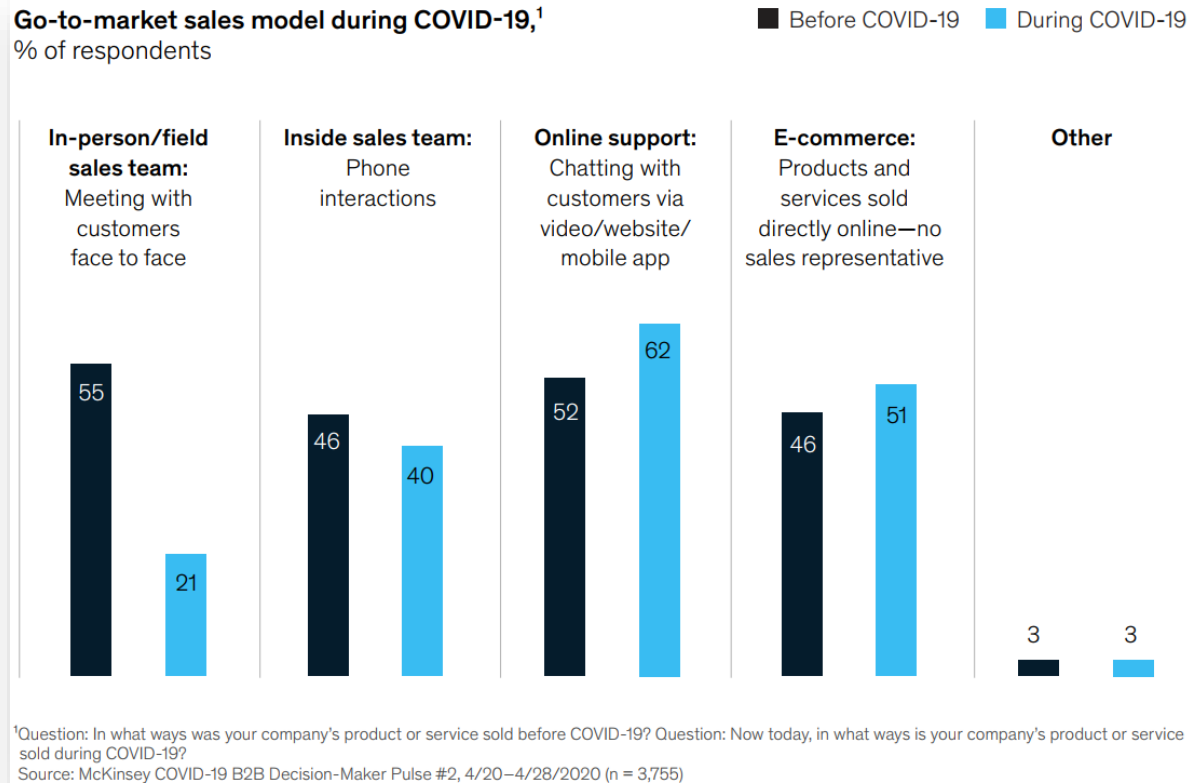
Change 2. B2B 마케팅과 영업의 변화

Change 3. B2B 디지털 마케팅의 검증된 성과



Change 1. 미팅의 변화

COVID-19가 만든 변화지만 B2B 조직의 의사결정자들은 화상회의에 익숙해졌고 비대면 미팅은 뉴노멀(New Normal)이 되었습니다.

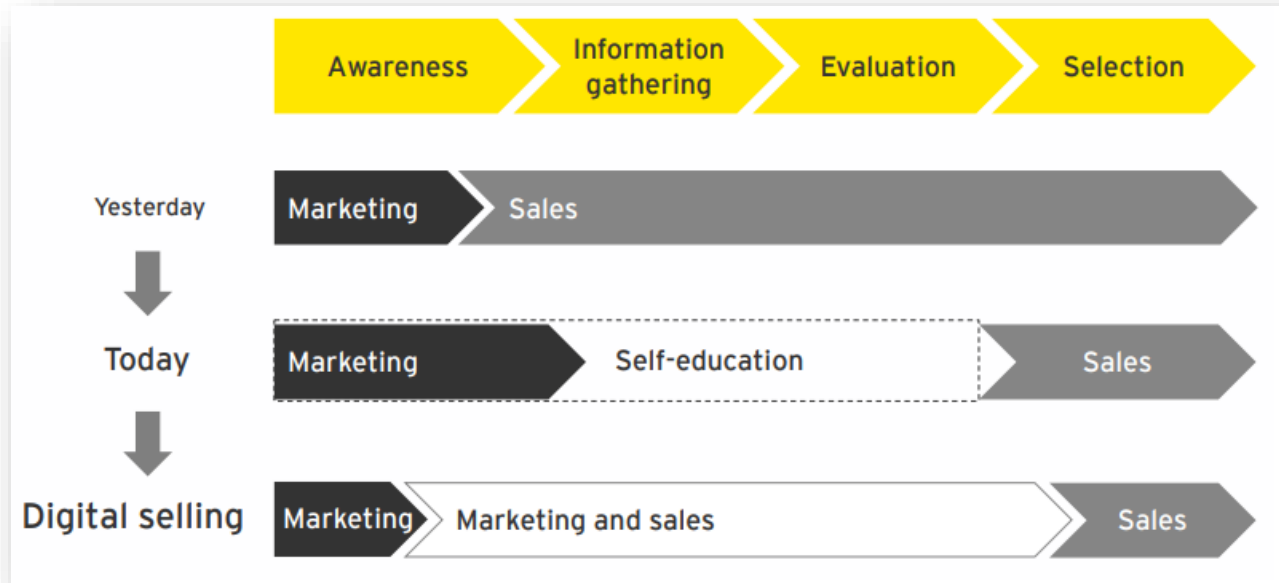


- 2020년 대면 미팅이 어려워지면서 디지털 기반의 소통이 증가함
- 메킨지의 조사에 따르면 대면 미팅은 50% 이상 감소하고, 온라인 기반의 접근은 10% 이상 증가
- 처음에는 변화가 어색하고 불편하였지만, B2B 조직의 의사결정자들도 오히려 디지털 기반 소통을 더 선호하기 시작
- 일정을 맞추기 용이하고, 이동하며 소모되는 시간 절약

Source : Mckinsey&Company, A Post-COVID-19 commercial-recovery strategy for B2B companies (2020.07)

Change 2. B2B 마케팅과 영업의 변화

DT Digital Transformation로 온오프라인을 통합하는 고객경험이 중요해지면서, 디지털 마케팅과 마케팅 자동화의 역할이 중요해 졌습니다.

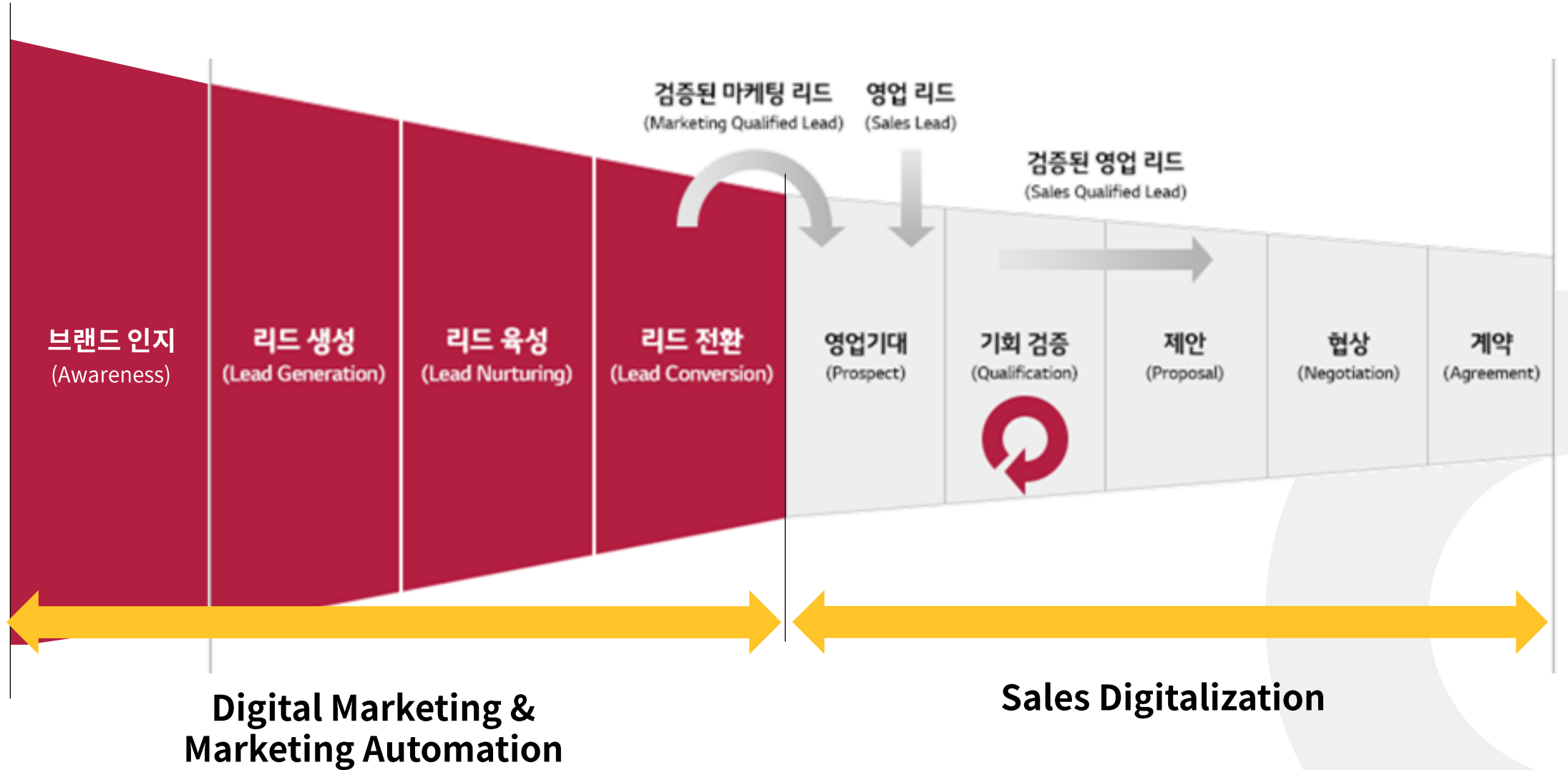


Source : EY, Digital selling: reinventing sales to stay relevant to changing B2B Buyer (2018)

- 디지털 마케팅은 전통적인 마케팅에서는 초기 단계 Awareness의 역할만을 맡고, 그 이후 단계는 영업의 역할이라고 여겨 졌음
- 하지만, 디지털로 마케팅 메터리얼이 전환 되며 정보 취득, 경쟁사 비교, 구매평가 등을 구매자가 직접 하는 경우가 많아 졌음
- 따라서, 영업과 마케팅이 긴밀하게 협업하여 고객의 이슈나 니즈에 알맞게 단계적으로 마케팅 콘텐츠를 생산하는 것이 더욱 중요해짐

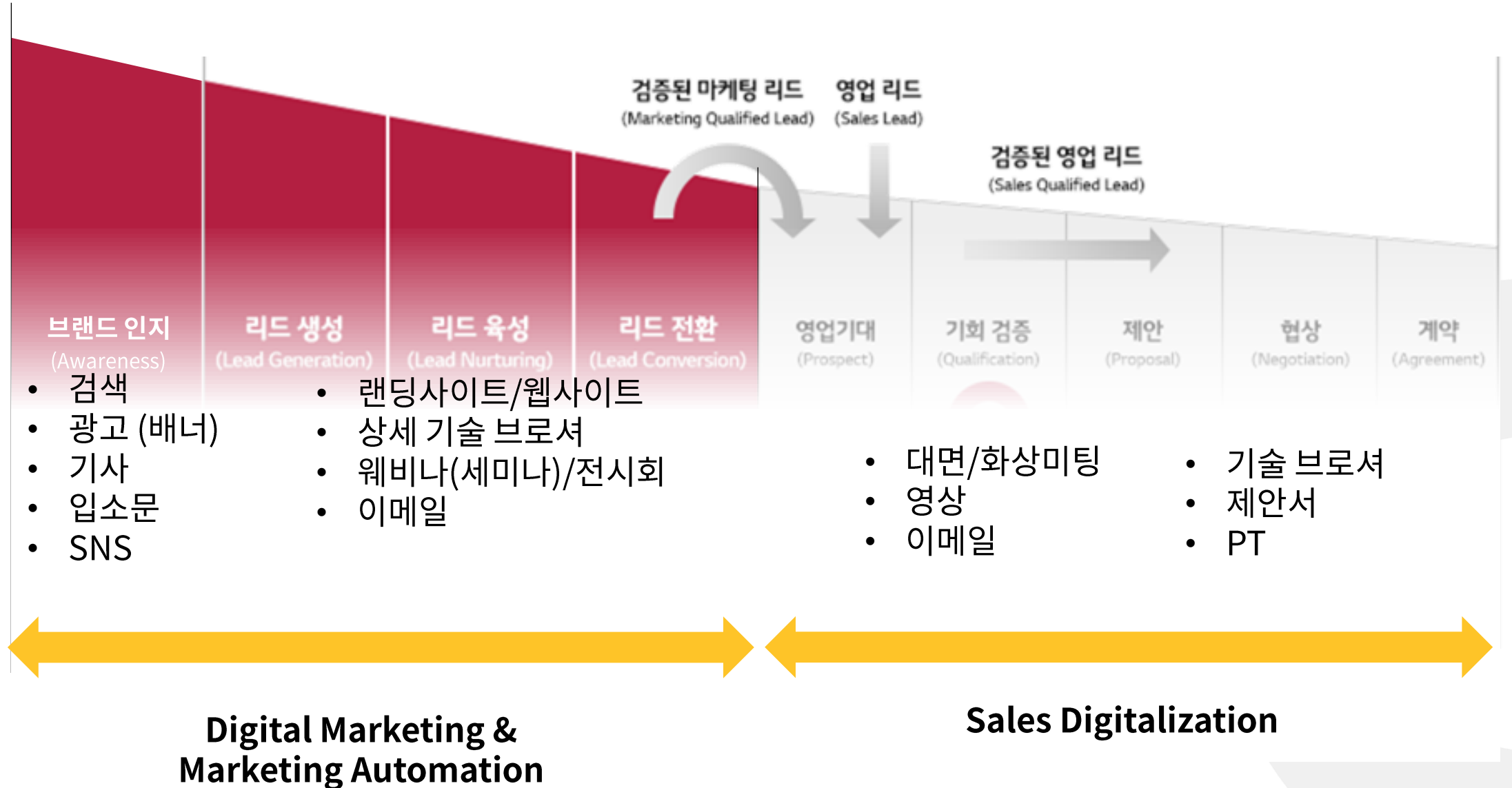
Change 2. B2B 마케팅과 영업의 변화

DT Digital Transformation로 온오프라인을 통합하는 고객경험이 중요해지면서, 디지털 마케팅과 마케팅 자동화의 역할이 중요해 졌습니다.



Change 2. B2B 마케팅과 영업의 변화

DT Digital Transformation로 온오프라인을 통합하는 고객경험이 중요해지면서, 디지털 마케팅과 마케팅 자동화의 역할이 중요해 졌습니다.



Change 3. B2B 디지털 마케팅의 검증된 성과

디지털 마케팅의 도입으로 더 많은 영업 리드를 확보하고,
계약 가능성이 더 높은 잠재고객을 확보 할 수 있습니다.

디지털 마케팅 도입으로...

25%

더 많은
영업 리드 전환

2배

더 많은
영업 리드 생성

2.7배

더 적합한
잠재고객 확보



02 Services

3.0 Suggested Solution

3.1 Consulting

3.2 Digitalizing Marketing Materials

3.3 SEO + SA (Pull marketing)

3.4 DA + SNS Ad. (Push marketing)

3.5 Analytics & Feedback



2.0 Services

B2B 기업의 국내/해외 디지털 마케팅 성과 향상을 위한 5가지 솔루션을 제안합니다.

목표 : 인바운드 영업 리드 증가와 글로벌 인지도 개선

3개월 이상
최적화 작업 후
지속 광고

⑤ Analytics + Feedback

GA와 히트맵을 통한 성과분석과 리포팅을 바탕으로 지속적인 마케팅 최적화

③ SEO + SA (Pull marketing)

검색최적화 및 검색 키워드 광고

④ DA + SNS Ad. (Push marketing)

디스플레이(배너 광고) 및 링크드인 광고

② Digitalizing Marketing Material

- 웹사이트 개편
- 해외향 마이크로 사이트 구축
 - 콘텐츠 기획, 디자인, 개발
- 기존 Marketing Material (브로셔, 백서 등)의 디지털화 or 개선

① Consulting

- 디지털 마케팅 진단 및 전환 방향 설정
- 커뮤니케이션 전략 수정
- 채널별 타겟팅 구체화

* SEO : Searching Engine Optimization / SA : Search Ad / DA : Display Ad

3.1 Consulting

타겟 고객이 선호하는 디지털 마케팅 채널을 파악하고,
해당 채널에 적합한 온라인 광고 방법을 제시합니다.

현 영업&마케팅
활동에서 디지털
전환 요소 도출

- 마케팅/영업 메터리얼 점검
- 국내/해외 마케팅 방향 분석

타겟고객에
적합한
광고 채널 분석

- 타겟고객 행동 분석
- 적합한 채널 도출

광고 채널별
접근 전략 수립

- 채널별 타겟팅 가능여부 확인
- A/B테스트

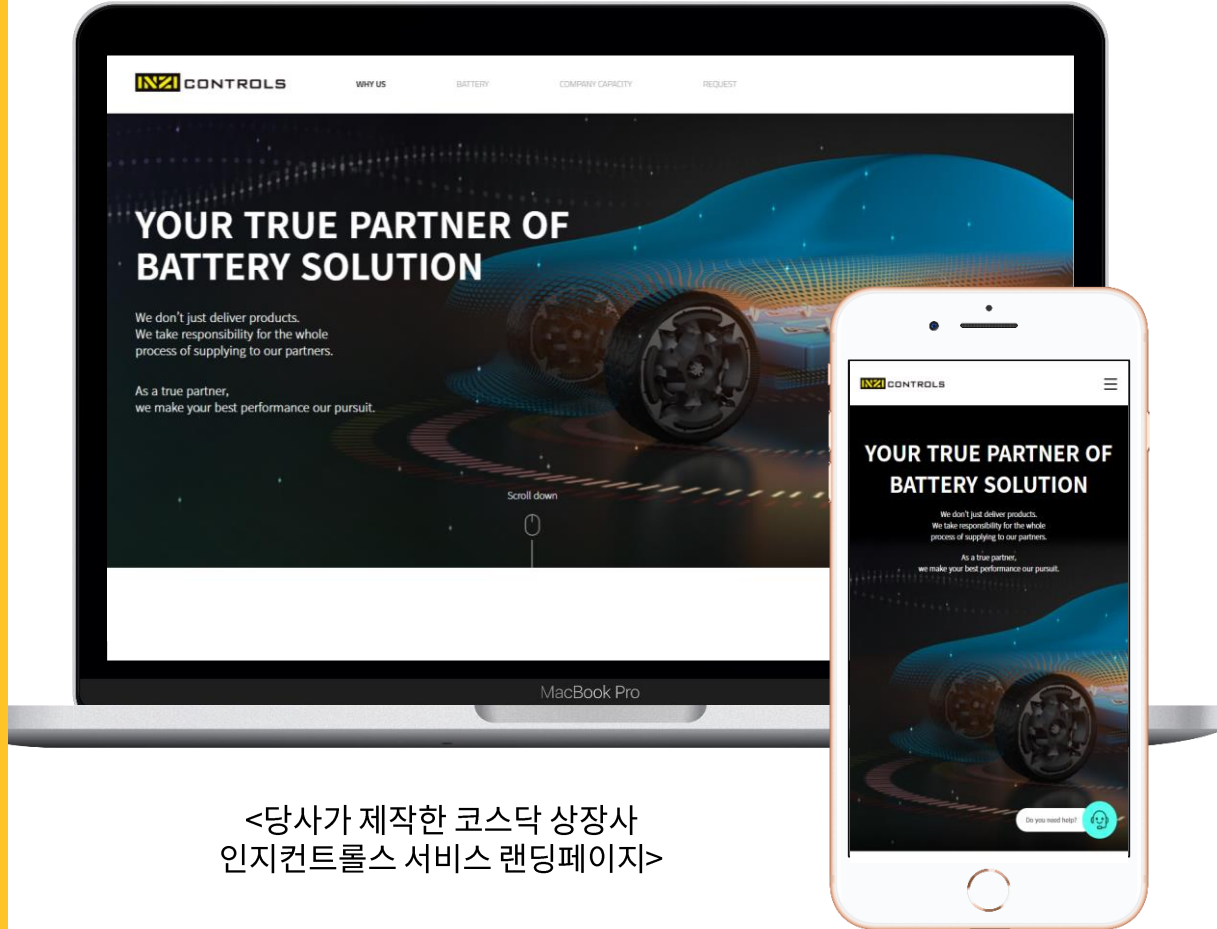
커뮤니케이션
전략 수립
(핵심 소구점 도출)

- 핵심 소구점 도출
- Key Visual 도출

3.2 Digitalizing Marketing Materials

핵심 1)

코로나로 한국에 직접 오기 힘든 잠재고객들에게 최대한 생생하게 제품을 전달하고, 다양한 시각자료를 효과적으로 전달



<당사가 제작한 코스닥 상장사
인지컨트롤스 서비스 랜딩페이지>

▶ [인지컨트롤스 제품 랜딩 사이트](#)

마케팅용 사이트 구축 방향

- ✓ 고객에게 유용한 콘텐츠를 지속적으로 업데이트하는 기획
- ✓ 인터랙션 강화
- ✓ 고객 효용과 제품의 특징점이 잘 살아있는 UI 디자인과 카피라이팅
- ✓ CTA(Call to Action)을 통한 지속적인 Lead Generation
- ✓ 검색엔진에서 더욱 잘 검색되는 웹사이트

구체적인 사이트 제작 범위는
미팅 후 확정

3.2 Digitalizing Marketing Materials

핵심 2)

잠재적 고객들이 궁금해하는 콘텐츠들을 통해서 영업리드 정보 확보



영상 및 영상 자료 활용

- 잠재고객들이 알고 싶은 revo 콘텐츠를 통해 이메일 등의 정보 취득 → 영업리드 확보
- 영상 등 보안자료의 경우 당사 video sharing system 커스텀 가능
→ 공유 불가, 한시적 열람

▶ [쉬플리 insight](#)

▶ [video sharing system](#)

3.2 Digitalizing Marketing Materials

핵심 3)

글로벌 잠재고객들의 사이트 내 행동을 분석해서, 국가별/권역별 잠재고객 profiling

RELEVANCE	USER	REFERRER URL	LANDING & EXIT PAGES			
Moderate	b4490be9 New User!	instagram.com/	LANDED /?utm_source=instagram&utm_me... EXITED /shop/item.php?it_id=1596090446...	5 Pages	5:51	03 Mar, 17:08
Low	48e2c456 New User!	Unknown referrer	LANDED /?utm_source=instagram&utm_m... EXITED /shop/item.php?it_id=1587029171...	3 Pages	1:40	03 Mar, 17:41

히트맵 활용

- 국가별로 혹은 그외의 다른 변수들을 통해서 잠재고객의 행동 분석
→ 관심분야 추적 (얼마나 더 많은 시간을 썼는가?)

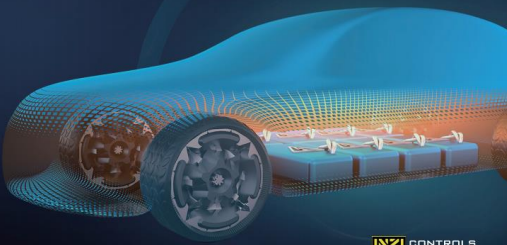
3.2 Digitalizing Marketing Materials

PT 혹은 기술 백서 (e-paper, white paper)를 고도화하여 마케팅 퍼널별 심층자료 혹은 세일즈 자료로 활용

INZI Electrification Products

Your True Partner

We don't just deliver products.
We take responsibility for whole process of supplying to our partners.
As a true partner, we make your best performance our pursuit.



INZI CONTROLS

Intro

WHY MAKING A TRUE PARTNERSHIP?

According to McKinsey & Company analysis, OEM for xEV need to build strategic partnerships across the ecosystem to share the burden of capex, especially in three sectors: R&D, manufacturing and value chain integration.

The need for partnerships

Most OEMs do not have all the required capabilities, such as the ability to develop software completely in-house. Consequently, they often need to form strategic partnerships across the ecosystem, including those for BEV design, manufacturing, and component sourcing. These partnerships will also allow them to share the burden of capex spending until they achieve sufficient scale.

By focusing on additional cost reductions in **R&D, manufacturing processes, and value chain integration**, companies may realize profitability and put themselves in a stronger position as the BEV market gains traction.

- R&D Excellence**
R&D partnership can reduce additional costs in R&D companies, at the same time, increase R&D efficiency of OEMs by **15 to 20 percent**.
- Dedicated Manufacturing**
Manufacturing partnership can deliver capital expenditure by **25 percent**.
- Value Chain Integration**
Value chain integration by strategic partnerships can reduce total vehicle costs by **2 to 3 percent**.

01 Why Making a True Partnership?

R&D EXCELLENCE

We have been actively investing in R&D for xEV solutions to provide components with proven quality and increase the R&D efficiency of our partners.

Point 01

Are you looking for R&D partner for xEV solutions?

OEMs need to form strategic partnerships for R&D to allow them to share the burden of capex spending since most OEMs do not have all the required R&D capacities. This can also increase R&D efficiency for both OEMs and their partners by focusing on their targeted solutions.

02 TMS Solutions

Coolant Control Valve

Description
INZI's coolant control valve has a full line up for all powertrains: internal combustion engine, hybrid engine, battery electric vehicle and fuel cell electric vehicle.



Benefits
It controls multiple heat flows, such as radiator, heater and oil warmer simultaneously, and improves fuel economy by minimizing heat loss.

- Reduced emission values
- Reduction in fuel consumption
- Controlling multiple heat flows simultaneously

Core Technology

	01 Valve Sealing Sealing performance with simple structure using INZI's patented technology.
	02 Actuator Responsibility and control precision with in-house design & manufacturing technology.
	03 Control Logic Coolant flow optimized with driving condition.

Battery Solutions

R&D Investment
Our 30 battery research specialists have been actively cooperating with OEMs and cell manufacturers to provide the best quality battery solution.

Simulation & Validation
With more than 220 items of test equipment, we provide independent and reliable testing services for your convenience, including a reliability validation process and robust design engineering.

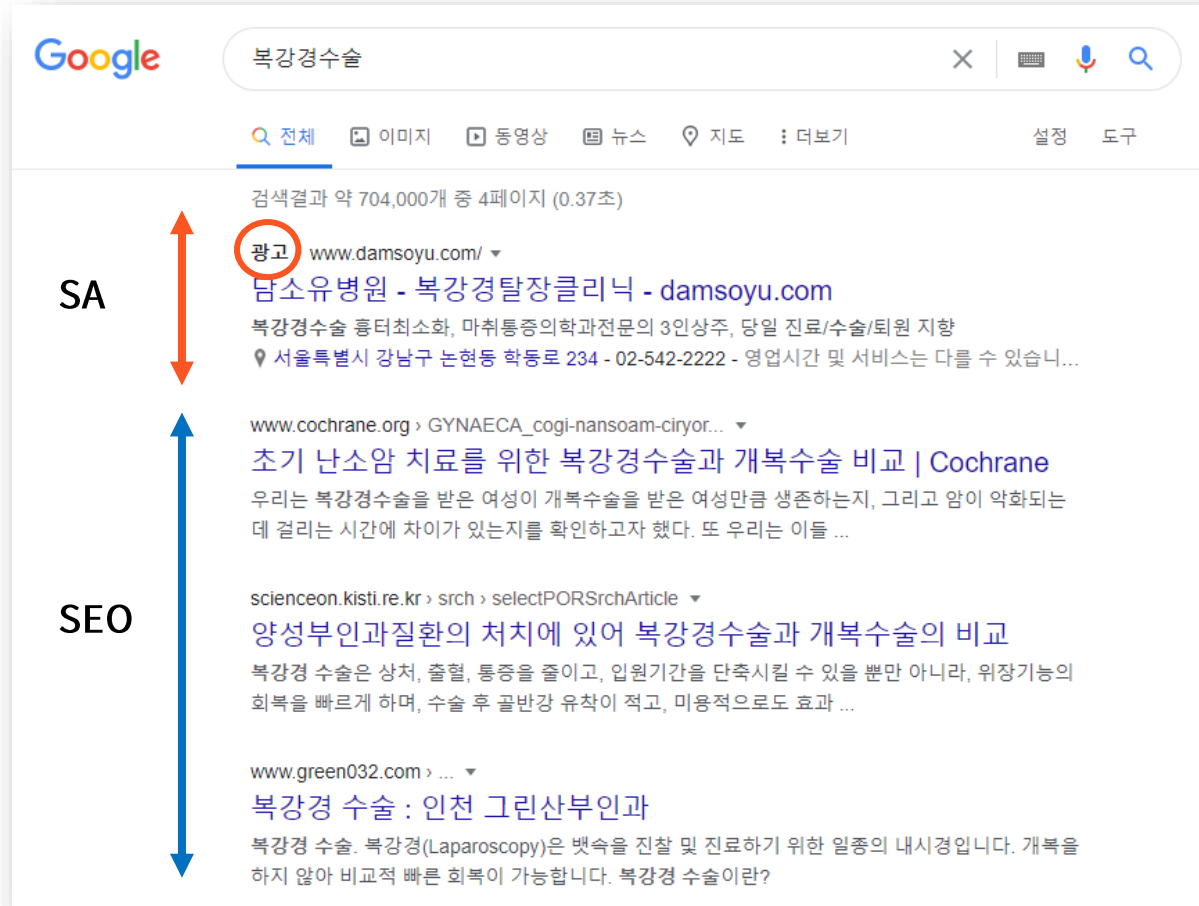
Thermal Management Solutions

Integrated TMS Parts & Modules
Based on our active R&D investment in thermal management solutions for more than 40 years, we provide integrated TMS parts and modules by considering the partner's condition. We have various line ups for TMS parts and full capacity of TMS module by having optimization of cooling efficiency in system level, compact layout, and lower cost and weight.



3.3 SEO + SA (Pull marketing)

구글에서 검색시 기업을 대표하는 키워드 등록과
구글에서 잘 검색할 수 있도록 최적화 하는 작업을 진행합니다.



SEO(검색엔진 최적화)

- ✓ 구글 사이트맵 제출
- ✓ 메타태그 설명, 키워드 업데이트
- ✓ 상세 콘텐츠 노출 최적화
- ✓ 이미지 검색(태그) 최적화
- ✓ 모바일 최적화
- ✓ 소셜 검색엔진 최적화 (오픈그래프)

초기 1회 작업

3.3 SEO + SA (Pull marketing)

경쟁사, 관련 키워드 등을 검색 시 기업의 제품을 지속적으로 노출하여 브랜드 인지도를 향상시킵니다.

키워드 ↑	클릭수	노출수	평균 CPC
다빈치로봇수술	2.25	146.68	₩270
다빈치수술로봇	0.00	0.00	-
레보아이	0.00	0.00	-
로봇수술	5.00	289.83	₩2,403
복강경 수술 로봇	0.00	0.00	-
산부인과 로봇수술	0.00	0.00	-
수술로봇	0.00	0.00	-
da vinci surgery	0.00	0.00	-
robotic surgery	3.56	136.63	₩3,171
surgical robot	0.00	0.00	-

관련 키워드별 예상 클릭수, 노출수, 평균 CPC(Cost per click)

SA(키워드 광고)

- ✓ 경쟁사 및 관련 키워드로 키워드 광고 진행
- ✓ 유입률을 분석하여 키워드 최적화
- ✓ 유입 경로, 타겟군별 관심 영역/분야 분석

글로벌 대상으로 최소 월 150만원 이상,
3개월 지속 권장

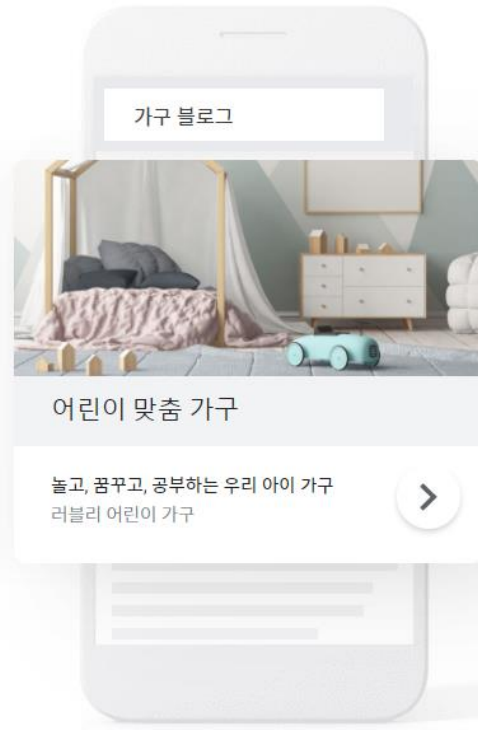
3.4 DA + SNS Ad. (Push marketing)

검색광고는 타겟 고객이 검색할 시 수동적인 마케팅이라면,
디스플레이 배너 광고는 타겟 고객에게 적극적으로 푸시하는 마케팅 전략입니다.

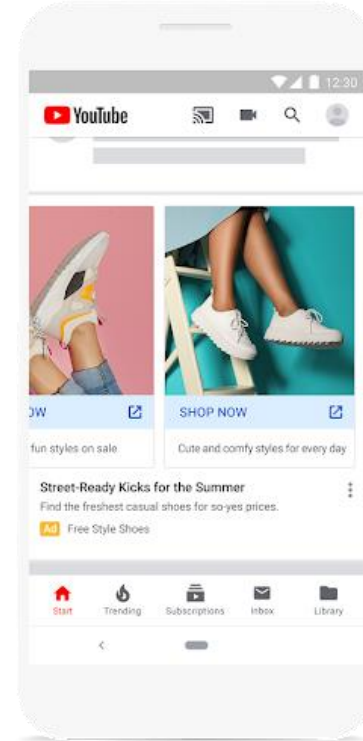
타겟팅 광고 진행



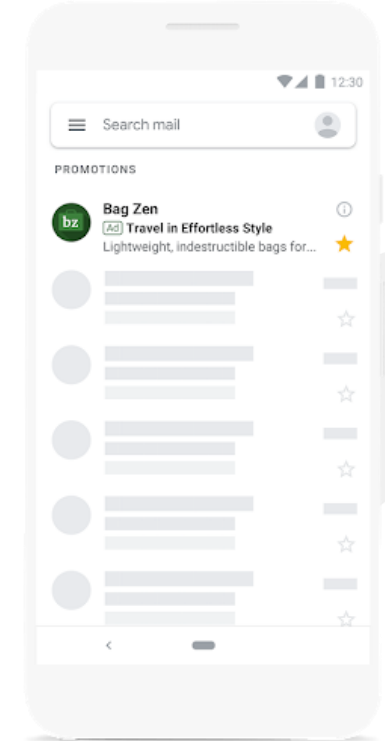
검색 광고(SA)



디스플레이 광고(DA)



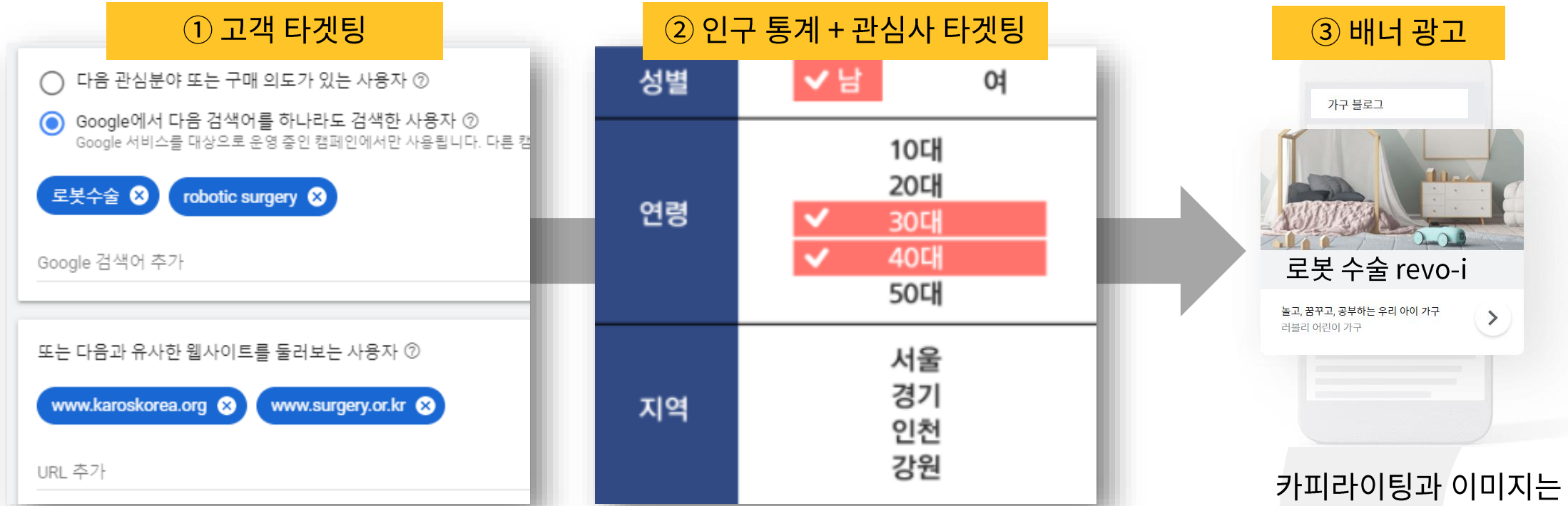
디스커버리 광고



3.4 DA + SNS Ad. (Push marketing)

1) 배너 및 디스커버리(유튜브, gmail 등) 광고

특정 사이트를 방문하거나, 특정 키워드를 검색한 사용자를 대상으로 맞춤형 타겟팅 광고를 진행하여 당사의 웹사이트 방문을 유도합니다.



관련 웹사이트를 방문한 이력이 있는 사용자를 대상으로 맞춤 광고

관심사 혹은 인구학적 통계를 기반으로 상세 타겟팅 설정

글로벌 대상으로 최소 월 150만원 이상, 3개월 지속 권장

3.4 DA + SNS Ad. (Push marketing)

2) 특정 홈페이지 애드센스 광고 노출

타겟 고객이 자주 방문하는 사이트를 타겟팅하여 배너광고를 게재하여 최대의 노출과 유입을 유도합니다.

① 타겟 사이트 선별

② 타겟 상세 설정

③ 배너 광고

타겟 고객이 즐겨 찾고,
애드센스(구글광고배너)가
삽입 되어있는
사이트를 선별

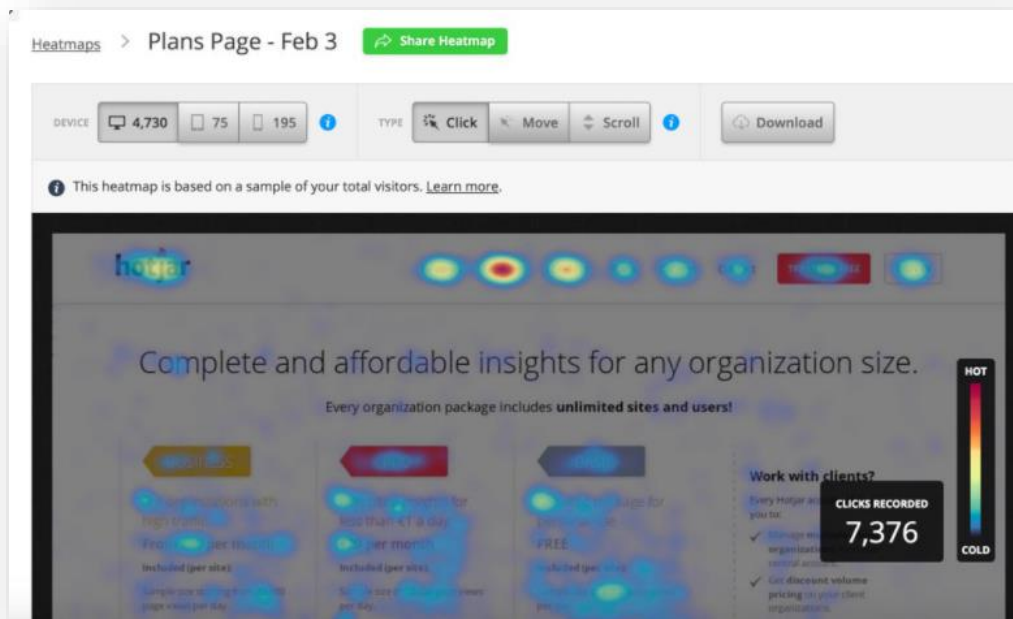
Ex) Willey

글로벌 대상으로 최소 월 150만원 이상,
3개월 지속 권장

3.5 Analytics & Feedback

다양한 채널에 노출되어 사이트로 유입된 잠재고객에 대한 행동을 분석하여, 잠재고객이 어떤 내용을 궁금해 하는지 역추적 할 수 있습니다.

히트맵 활용 - ①



고객이 가격에 관심이 많은지, 임상실험에 관심이 많은지 등 어느 부분에 관심이 많이 가지는지 확인 가능



긴 페이지의 경우 어디까지 스크롤을 하며 오래 머무는지 고객행동에 대한 확인 가능

3.5 Analytics & Feedback

GA와 GTM를 설치하여, 유입경로와 행동에 대한 심층분석과 Monthly Insight 리포트로 의사결정자까지 편리하게 내용을 확인 가능합니다.

GA와 GTM을 활용한 심층 분석

[▶ 샘플 리포트 보기](#)



- ✓ 요일, 시간대별 유입수 분석
- ✓ 채널별 유입수 분석
- ✓ 지역, 성별, 연령별 유입 분석
- ✓ 광고 채널별 활동 시간, 이탈률 분석
- ✓ 채널별 광고 성과

지속적인 성과 분석을 통해
revo-i에 최적화된
마케팅 방법을 찾아갑니다

03 References



Responsive Website Development

(주) 인지컨트롤스

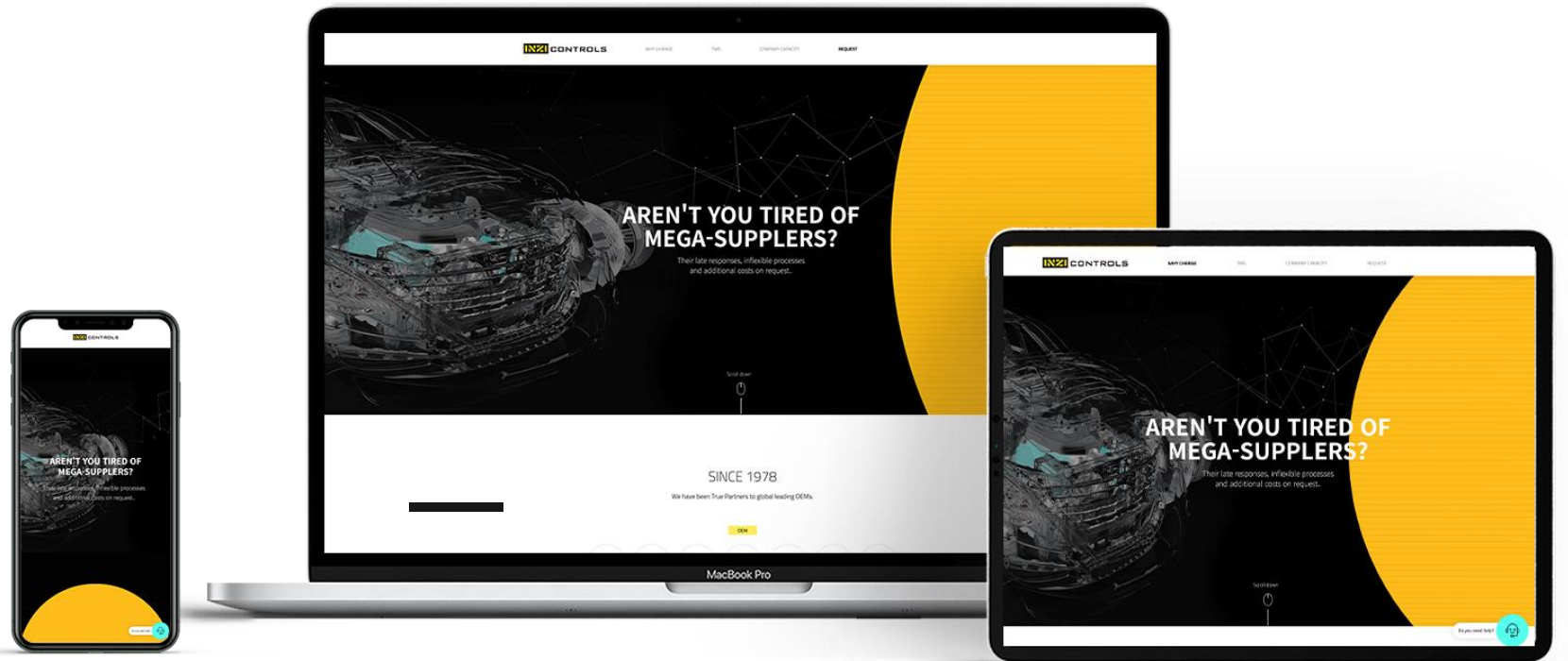
랜딩사이트

Client
(주)인지컨트롤스

Field
자동차 부품 제조

Year
2020

URL
Inzicontrols.net



Responsive Website Development

(주) 인지컨트롤스

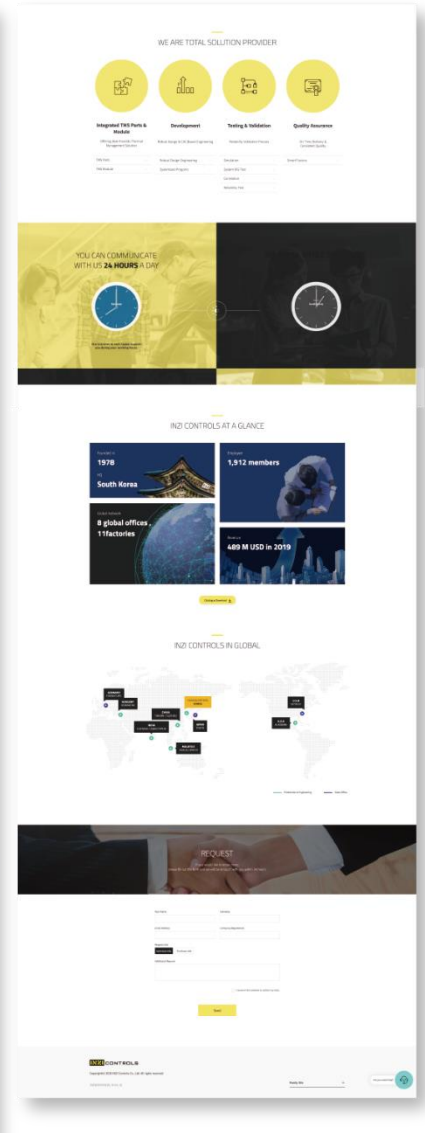
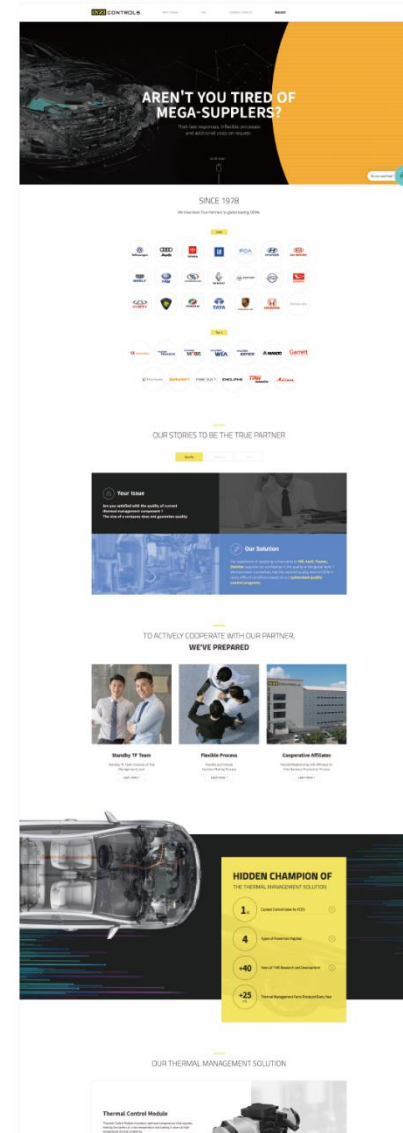
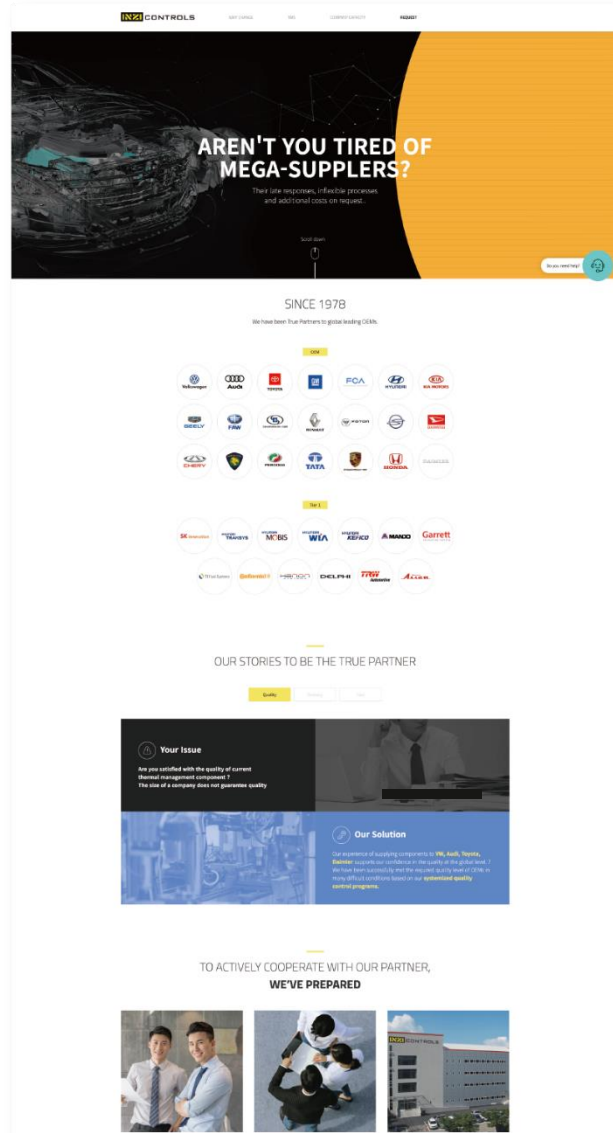
랜딩사이트

Client
(주)인지컨트롤스

Field
자동차 부품 제조

Year
2020

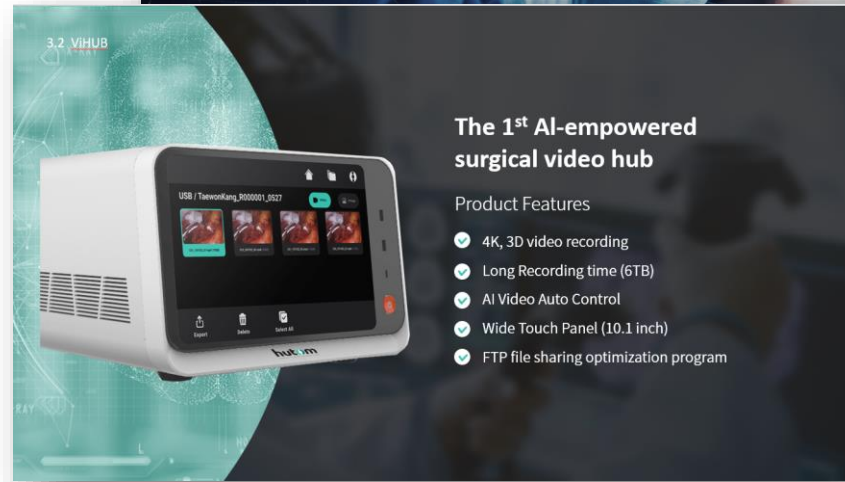
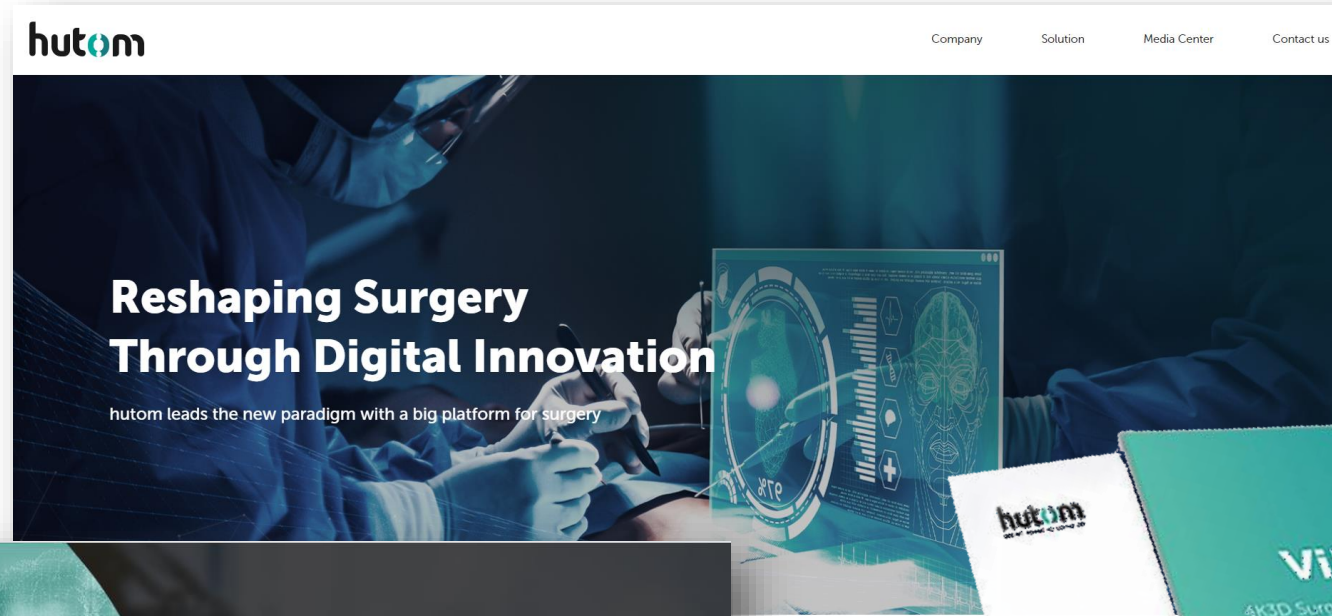
URL
Inzicontrols.net



Responsive Website Development

휴톰

커뮤니케이션 전략 + PT + 웹사이트+브로셔



Client
(주)휴톰

Field
수술영상AI

Year
2020

URL
Hutom.io

Responsive Website Development

(주)티에이치엔

한/중/영 회사 홈페이지

Client

(주)티에이치엔

Field

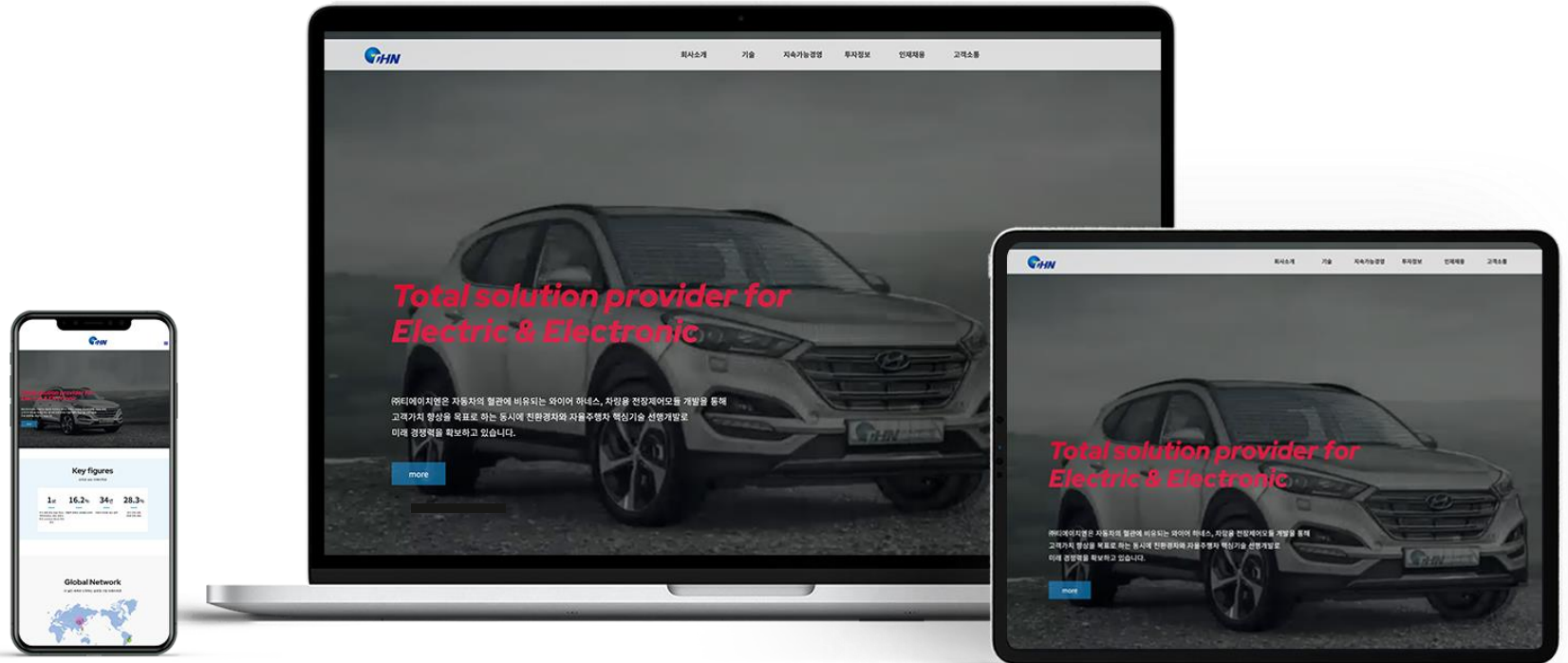
자동차 부품 · 전문기술

Year

2019

URL

th-net.co.kr



Responsive Website Development

(주)티에이치엔

한/중/영 회사 홈페이지

Client
(주)티에이치엔

Field
자동차 부품 · 전문기술

Year
2019

URL
th-net.co.kr

