

교육 과정 소개서.

50개 케이스로 끝내는 디지털 마케팅 :
기획부터 성과 개선까지



강의정보

강의장	온라인 강의 데스크탑, 노트북, 모바일 등
수강 기간	평생 소장
상세페이지	https://fastcampus.co.kr/mktg_online_50cases
강의시간	36시간 49분
문의	고객센터

강의특징

나만의 속도로	낮이나 새벽이나 내가 원하는 시간대 에 나의 스케줄대로 수강
------------	---

원하는 곳 어디서나	시간을 쪼개 먼 거리를 오가며 오프라인 강의장을 찾을 필요 없이 어디서든 수강
---------------	---

무제한 복습	무엇이든 반복적으로 학습해야 내것이 되기에 이해가 안가는 구간 몇번이고 재생
-----------	--



강의목표

- 기획력과 성과 개선 역량을 한 번에 잡는 Full Cycle마케팅 유형 정복 콘텐츠 기획부터 트러블 슈팅까지, 마케팅의 전체 사이클을 모두 배워 봅니다.
- 기획 공식부터 문제 상황에 대한 솔루션까지 50개의 상황별 성공 방정식 실제 성과를 낸 강사들의 경험이 초압축된 공식을 전수 받을 수 있습니다.
- 10년차 마케터가 실제 현업에서 사용하는 50개의 템플릿 & 실무 자료 제공 템플릿과 실무자료로 50개 케이스를 완벽하게 내 것으로 만들어 내 업무에 적용합니다.

강의요약

- 어떤 업종/실무 상황에도 내 역량을 드러낼 수 있도록 케이스를 구성하였습니다.
- 고객의 마음을 사로잡는 5개 유형의 콘텐츠 기획 공식비즈니스를 성장시키는 마케팅 실험과 데이터 분석 역량 트레이닝을 배울 수 있습니다.
- 효율적인 성과 관리를 통한 마케팅 문제 상황 해결 역량 트레이닝을 배울 수 있습니다.
- 실습을 통해 당장 업무에 적용 가능한 수준으로 역량을 끌어올릴 수 있도록 배울 수 있습니다.



강사

최혜영

과목

- 콘텐츠 기획/마케팅 및 프로모션 전략 수립

약력

- 현) 핀테크 IT 기업 마케팅
 - 전) LINE FRIENDS 신사업 전략 마케팅
 - 전) 우아한 형제들 프로모션 마케팅
 - 전) NHN comico Japan 프로모션 마케팅
- 포트폴리오]
- LINE FRIENDS 신규 앱사업 FRENZ 초반 마케팅 전략 수립
 - 배달의민족 간편결제 배민페이 전담 : 포인트 적립 기능 런칭 마케팅 및 간편결제 점유율 및 리텐션 최상위 기록
 - 배달의 민족 담당 프로모션 참여자수 약 500만명
 - NHN comico japan 신규 인기 작품 발굴을 통한 일본 앱마켓 웹툰 카테고리 3위 안착

이재철

과목

- 그로스/트러블슈팅

약력

- 현) Martinee Growth Lead
 - 전) 블랭크코퍼레이션 Growth Lead
 - 매드업 AE
- 포트폴리오]
- 앱다운로드 10만 > 100만
 - ROAS 개선율 300%
 - CPA 140% 개선
 - 회원가입 전환율 200%
 - 구매 전환율 개선 400%
 - 무신사, 직방, 머스트잇, 올리브영, 크래프톤 등 27개 프로젝트 진행



강사

Sally

과목

- 콘텐츠 기획/마케팅 및 프로모션 전략 수립

약력

- 전) 브랜드엑스코퍼레이션 미디어팀
 - 위메프 온사이트 마케팅팀 파트장
 - 위메프 브랜드 마케팅팀 팀장
- 포트폴리오]
- 커머스 광고 최고 roas 800%
 - 브랜드 런칭 3년만에 매출 400억 달성
 - 특가서비스 CTR 17%, 구매전환율 7% 개선
 - 담당 브랜드 : 젝시믹스, 국민상점 및 식품, 패션, 뷰티, 건기식 브랜드 등

박지혜

과목

- 브랜딩

약력

- 전) TBWA 브랜드 컨설턴트
 - TBWA 마케팅/커뮤니케이션 기획
- 포트폴리오]
- 브랜드 컨설팅 : 대상그룹, LG전자, 신세계, CJ제일제당, JTBC 등 다수의 프로젝트 진행

나호용

과목

- 콘텐츠 기획/마케팅 전략
그로스 데이터 분석

약력

- 현) EXCLTLNG 데이터 엔지니어링 및 데이터 분석
 - 전) 잇츠메리 마케팅, 데이터 분석 실장
디에이허브 마케팅, 데이터 분석 파트장
- 포트폴리오]
- 주요 고객사 : CJ 제일제당, 킨더 초콜릿, JTBC, 신세계 인터내셔널, 헬로 네이처, 풀무원, 아토팜, 애드보카, 코카서스, 지니어스

CURRICULUM

01.

매출과 효율을 동시에 잡는 콘텐츠 기획

파트별 수강시간 05:54:33

CH01. ROAS 800%를 만드는 메타광고 공식

01. 콘텐츠 기획자의 태도+강의소개
02. 메타광고 레퍼찾기_레퍼분석법
03. 빠르게 고효율 소재를 만드는 3가지 메타 광고 콘텐츠 필승법

CH02. 구매 전환에 결정타를 날리는 매출 급상승 상세페이지 기획법

01. 매출을 올리는 상세페이지 기획 플로우 공식
02. TOP 커머스, 상세페이지 분석(1) 뷰티
03. TOP 커머스, 상세페이지 분석(2) 식품
04. TOP 커머스, 상세페이지 분석(3) 패션

CH03. 조회수 100만 터지는 숏폼 콘텐츠 기획법

01. 숏폼 콘텐츠 노하우 방출(1)
02. 숏폼 콘텐츠 노하우 방출(2)
03. 강의 마무리 및 요약

CH04. 효과를 높이는 프로모션 랜딩 페이지 기획

01. 프로모션 랜딩 페이지 기획 101
02. 프로모션 랜딩 페이지 요소 돌아보기
03. 케이스로 알아보는 랜딩 페이지 기획

CH05. 성공율을 높이는 뉴스레터 기획의 A-Z

01. 잘 쓰는 뉴스레터 기획하기
02. 뉴스레터 분석 및 TIP
03. 케이스로 알아보는 뉴스레터 기획

CH06. 잘 만든 인스타그램 콘텐츠란?

01. 성과를 높이는 인스타그램 포스팅 공식
02. 광고 vs 포스팅 전략, 무엇이 다를까?
03. 케이스로 알아보는 인스타그램 콘텐츠

CH07. 업무 효율을 향상시키는 콘텐츠 기획 프레임워크

01. 뉴로 마케팅 X 심리 트리거의 이해
02. 콘텐츠 업무 기획서
03. 제품 촬영 기획서
04. 광고 배너 요청서

CURRICULUM

02.

체계적인 마케팅/프로모션 전략 수립

파트별 수강시간 07:33:27

CH01. 신제품 가격 전략 수립(Pricing)
01. 강의 소개 및 마케팅 전략이 필요한 이유
02. 가격정책을 통한 마진을 남기는 시스템 설계
03. 프로모션 가격정책 노하우
CH02. 프로모션 전략
01. 매출 급상승! 프로모션 전략
02. 매출 상승! 프로모션 공략법 : 신제품 / 시즌 / 사은품
CH03. 주니어를 위한 마케팅 꿀팁
01. 주니어가 자주하는 실수 TOP3와 개선법
02. 마지막 한마디
CH04. 유형별 프로모션 공략하기
01. 프로모션 기획 유형별 전략101
02. 돈을 아끼는 타겟팅 프로모션 (시크릿/CRM)
03. 케이스로 알아보는 유형별 프로모션
CH05. 광고 구조 및 예산 수립
01. 미디어 믹스 구성의 뼈대 잡기
02. 미디어 믹스 자세히 알아보기
CH06. 마케팅 전략 기획서 작성
01. 전략 기획서 작성의 개요와 기초
02. 잘 쓴 기획서 vs 못 쓴 기획서
CH07. 6개의 프레임워크를 통한 마케팅 전략 설계
01. 전체 상품 회계 설계서
02. 퍼포먼스 매체 운영 설계서
03. CRM 운영 설계서
04. 캠페인 운영 프레임워크
05. 키이메리 기법으로 페이지 구조 모듈화하기 (1)
06. 키이메리 기법으로 페이지 구조 모듈화하기 (2)
07. 퍼널링크 기법으로 가설 수립 & 방문자 전환 최적화 테스트 (1)
08. 퍼널링크 기법으로 가설 수립 & 방문자 전환 최적화 테스트 (2)

CURRICULUM

03.

고객을 끌어모으는 브랜딩

파트별 수강시간 04:22:02

CH01. 브랜드다움을 정의하는 브랜드 정체성 시스템
01. Introduction
02. 브랜드 정체성 정의가 필요한 이유
03. 브랜드 정체성 정의 항목 설명
04. 브랜드 정체성 시스템 정리법
05. 브랜드 정체성 시스템 활용법
CH02. 브랜드 정체성을 강화하는 경험 설계
01. 브랜드 정체성을 강화하는 경험 설계
02. 브랜드 경험 설계 아이디어이션
CH03. 브랜드 경쟁력 전이를 위한 브랜드 간 관계 형성
01. 브랜드 아키텍처의 종류와 특징
02. 브랜드 간 관계 검토 및 판단
CH04. 브랜딩을 위한 시장, 경쟁사 스터디
01. 브랜딩을 위한 시장, 경쟁사 스터디
02. 브랜딩을 위한 시장, 경쟁사 스터디
03. Insight 도출을 위한 Framework 예시
CH05. 소비자 가치와 스토리 발굴 아이디어이션
01. 소비자 가치 발굴을 위한 접근법
02. 소비자 가치 & 스토리 발굴 아이디어이션 방법
CH06. 브랜드 정체성 컨셉 테스트
01. 컨셉 테스트 설계 시 고려사항
02. 컨셉 테스트 문항 예시
CH07. 성공하는 신제품/서비스 출시 캠페인 필승 전략
01. 캠페인 전략 기획의 뼈대 잡기
02. 캠페인 전략 기획 상세 기획
03. 성공하는 캠페인 전략, 추가로 알아보기
CH08. 브랜드 메시지 발굴
01. 브랜드 메시지 발굴법의 기초
02. 케이스로 알아보는 브랜드 메시지 발굴



CURRICULUM

04.

비즈니스 성장을 위한 그로스/트러블 슈팅

파트별 수강시간 06:02:03

CH01. OT
01. 강사소개 & 커리큘럼
CH02. 성과를 만드는 A/B 테스트는?
01. A-B 테스트의 중요성과 프로세스
02. A-B 테스트 핵심 개념
03. A-B 테스트의 숨겨진 복잡성 - 실험은 가볍게
04. A-B 테스트의 숨겨진 복잡성 - 실험 우선순위 선정
05. A-B 테스트의 숨겨진 복잡성 - 실험 시간의 중요성
06. A-B 테스트의 숨겨진 복잡성 - 적절한 샘플 크기
07. A-B 테스트의 숨겨진 복잡성 - 대부분의 아이디어는 실패한다
08. A-B 테스트 - 템플릿 & 가이드 구조
09. A-B 테스트 - 템플릿 & 가이드 실습
CH03. UTM 규칙을 통한 광고 데이터 분석 10분 완성
01. 마케팅 분석을 위한 기초_UTM(유입규칙)의 개념
02. 마케팅 분석을 위한 기초_UTM 활용 8가지 꿀팁
03. 마케팅 분석을 위한 열쇠_Naming convention 만들기 3 STEP
04. UTM 관리와 대량 생성 자동화 템플릿 구조
05. UTM 관리와 대량 생성 자동화 템플릿 실습
CH04. CRM 마케팅 핵심 : 고객 세그멘테이션 방법은?
01. RFM 분석의 시작 : RFM의 개념과 특징
02. RFM 구축 팁 : 성공적인 분석을 위한 전략
03. RFM 템플릿 개요 : 효과적인 분석의 첫걸음
04. RFM 템플릿 - 기술통계 : 데이터의 통찰력
05. RFM 템플릿 - RFM Score & Model : 고객 세분화의 완성



CURRICULUM

04.

비즈니스 성장을 위한 그로스/트러블 슈팅

파트별 수강시간 06:02:03

CH05. 성과내는 퍼포먼스 마케팅 : 10가지 트러블 슈팅
01. 매일 마주하는 문제와 해결책_(1) 입찰가는 적절한가?
02. 매일 마주하는 문제와 해결책_(2) 타겟팅은 적절한가?
03. 매일 마주하는 문제와 해결책_(3) 소재는 적절한가?
04. 매일 마주하는 문제와 해결책_(4) 요일별, 시간별, 시즌별 특성을 가지는가?
05. 매일 마주하는 문제와 해결책_(5) 노출 횟수는 적절한가
06. 매일 마주하는 문제와 해결책_(6) 과금방식은 적절한가
07. 매일 마주하는 문제와 해결책_(7) 노출지면은 적절한가
08. 매일 마주하는 문제와 해결책_(8) 광고의 메시지는 알맞은가
09. 매일 마주하는 문제와 해결책_(9) 픽셀(스크립트)은 잘 작동하는가?
10. 매일 마주하는 문제와 해결책_(10) 광고의 목적에 부합하는 상품인가?
11. 광고 개선 지표 Framework_Metric hierarchy
CH06. 비즈니스 성장을 위한 필수 요소: 핵심 서비스 분석 방법
01. 쉽게 하는 비즈니스 분석_재구매율 개념
02. 쉽게 하는 비즈니스 분석_재구매율 - 재구매주기 공식
03. 쉽게 하는 비즈니스 분석_재구매율 계산을 위한 템플릿 가이드
04. 쉽게 하는 비즈니스 분석_재구매율 계산을 위한 템플릿 실습
05. 쉽게하는 비즈니스 분석_코호트 - 고객 가치의 이해
06. 쉽게하는 비즈니스 분석_코호트 - 심슨패러독스
07. 쉽게하는 비즈니스 분석_코호트 분석 템플릿 가이드
08. 쉽게하는 비즈니스 분석_코호트 분석 템플릿 실습

CURRICULUM

05.

마케터를 위한
데이터 분석

파트별 수강시간 12:57:26

CH01. 실제 레퍼런스로 배우는 매출 증진 7가지 특급 기술 분석 기법

- | |
|------------------------------|
| 01. 특급 기술 분석 |
| 02. 특급기술분석 - 광고 전환 확률 분석 (1) |
| 03. 특급기술분석 - 광고 전환 확률 분석 (2) |
| 04. 우수 활용 사례 - 광고 전환 확률 분석 |
| 05. 특급기술분석 - 프로모션 검정 분석 (1) |
| 06. 특급기술분석 - 프로모션 검정 분석 (2) |
| 07. 우수 활용 사례 - 프로모션 검정 분석 |
| 08. 특급기술분석 - 광고 활성화 분석 (1) |
| 09. 특급기술분석 - 광고 활성화 분석 (2) |
| 10. 특급기술분석 - 매체 기여 분석 (1) |
| 11. 특급기술분석 - 매체 기여 분석 (2) |
| 12. 특급기술분석 - 연관 상품 분석 (1) |
| 13. 특급기술분석 - 연관 상품 분석 (2) |
| 14. 우수 활용 사례 - 광고 활성화 분석 |
| 15. 특급기술분석 - 방문자 스크롤 분석 (1) |
| 16. 특급기술분석 - 방문자 스크롤 분석 (2) |
| 17. 특급기술분석 - 문장 주제 분석 (1) |
| 18. 특급기술분석 - 문장 주제 분석 (2) |
| 19. 특급기술분석 - 컨조인트 분석 (1) |
| 20. 특급기술분석 - 컨조인트 분석 (2) |
| 21. 우수 활용 사례 - 방문자 스크롤 분석 |
| 22. 특급기술분석 - 클라이언트 맵 분석 |
| 23. 우수 활용 사례 - 클라이언트 맵 분석 |
| 24. 특급기술분석 - 오피수락률 분석 |
| 25. 우수 활용 사례 - 오피수락률 분석 |
| 26. 특급기술분석 - 추천분석 |
| 27. 우수 활용 사례 - 추천 분석 |

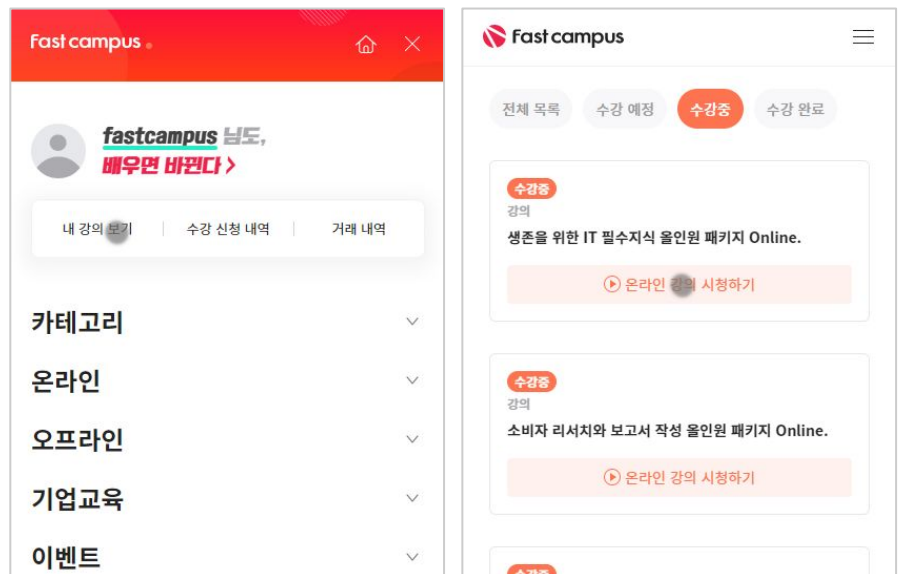


주의 사항

- 상황에 따라 사전 공지 없이 할인이 조기 마감되거나 연장될 수 있습니다.
- 패스트캠퍼스의 모든 온라인 강의는 아이디 공유를 금지하고 있으며 1개의 아이디로 여러 명이 수강하실 수 없습니다.
- 별도의 주의사항은 각 강의 상세페이지에서 확인하실 수 있습니다.

수강 방법

- 패스트캠퍼스는 크롬 브라우저에 최적화 되어있습니다.
- 사전 예약 판매 중인 강의의 경우 1차 공개일정에 맞춰 '온라인 강의 시청하기'가 활성화됩니다.



환불 규정

- 온라인 강의는 각 과정 별 '정상 수강기간(유료수강기간)'과 정상 수강기간 이후의 '복습 수강기간(무료수강기간)'으로 구성됩니다.
- 환불금액은 실제 결제금액을 기준으로 계산됩니다.

수강 시작 후 7일 이내	100% 환불 가능 (단, 수강하셨다면 수강 분량만큼 차감)
수강 시작 후 7일 경과	정상(유료) 수강기간 대비 잔여일에 대해 환불규정에 따라 환불 가능

※ 강의별 환불규정이 상이할 수 있으므로 각 강의 상세페이지를 확인해 주세요.