

AI를 이용한 실용적 1대1 마케팅의 구현 방안

김준환

청운대학교 광고홍보학과

e-mail:serickjw@naver.com

Implementation plan for practical one-to-one marketing using AI

Jun-Hwan Kim

Dept. of Advertisement & PR, Chungwoon University

요약

AI를 이용하면, 과거 이상적인 모델이라고 생각했던 일대일 마케팅을 현실에서 구현 가능할 것으로 예측할 수 있다. 1대1 마케팅은 현실적으로 가능한 하지만 이를 위해서 필요한 단계별 과정이 요구하는 시간적, 비용적 측면에서 전혀 경제성이 확보되지 않기 때문에 이론적으로만 가능했던 개념이었다. 하지만 단순 반복 작업과 복잡하지 않은 논리적 의사결정을 대신해 줄 수 있는 AI를 활용한다면 시간적으로나, 비용적인 측면에서 극단적인 세분시장인 1인 시장을 겨냥하여 마케팅을 실현해 볼 수 있는 1대1 마케팅이 가능하게 된다. 따라서 본 논문에서는 현실에서 이용가능한 1대1 마케팅의 전략과 전술이 AI를 활용하였을 때 어떻게 접근될 수 있고 어떻게 활용될 수 있는가를 다뤄보고자 한다.

모든 데이터를 빠르게 추적해 더욱 정확한 타게팅을 할 수 있어 효율적인 마케팅 활동이 될 수 밖에 없다. 4차 산업혁명 이후 인공지능을 활용한 사업이 IT업계를 중심으로 확대되고 있으며 AI 서비스의 질적인 향상이 기대된다.

1. 서론

2019년 IBM의 마케팅 트렌드 보고서에 의하면, AI가 마케팅 기능을 근본적으로 변화시킴에 따라 마케팅과 기술 모두에 능통한 마태케터(marteheter)가 부상하고 있다고 설명하였다. 보고서에 따르면 AI는 마케팅 전문가들 사이에서 계속 사용량을 늘리고 새로운 마케팅 담당자가 나타나고 d 아메팅 데이터 디렉터의 출현이 인간과 기술을 연계해 새로운 마케팅 역할을 할 것이라 예측하고 있다.

이러한 역할은 인공지능과 머신러닝으로 촉진되고 있으며 개인 맞춤화를 현실화하기 위해 점차 활용될 것이다.

이는 AI가 분석하고 대규모로 개인화된 맞춤형 콘텐츠를 제공할 때 마케팅 담당자가 결정을 내리고 캠페인을 배포하는 방식을 바꿔 놓을 것이다. 인공지능(Artificial Intelligence)이라 하면 먼저 떠오르는 것이 인간 이상의 지능을 지닌 로봇이고 예전의 공상과학 영화에서 이런 로봇이 인간을 공격하며 싸우는 장면을 떠올리게 된다. 우리에게 이제 필수품이 되어 버린 모바일의 기술은 현재 5G기술이 본격적으로 상용화되는 시점에 있다. 5G 네트워크 장비 구축으로 옛지 컴퓨팅 기술을 통해 데이터를 각 지역별로 저장할 수 있으며 가까운 곳에서 정보를 주고 받을 수 있게 되며 이러한 기술을 활용하면

2. 1대1 마케팅과 AI

2.1 1대1 마케팅

2.1.1 1대1 마케팅의 정의

2.1.2 1대1 마케팅의 필요충분 조건

2.2 AI의 성격과 마케팅

2.2.1 마케팅과 AI의 융합

2.2.2 AI와 마케팅 데이터베이스 시스템

3. 실용적 1대1 마케팅

3.1 극단화된 시장세분화 전략

3.2 개인화된 판촉전략

참고문헌

- [1] 이진희, “Imagination into Reality - Artificial Intelligence (AI) Marketing Changes”, 한국컴퓨터정보학회 논문지, 제 24권 12호, pp. 183-189. 12월, 2019.
- [2] Yuna Kim, “The end of consumption that followed only the brand - Now the era of personalized AI marketing, <https://www.mk.co.kr/news>
- [3] Junghoon Park, “Leverage AI and SNS automatically select photos that appeal to women”, ITFIND, Weekly Technology Trend, No. 1841, 35-37, 4월 2018