

병원이 나아갈 방향을 밀도있게 고민하고
통찰력을 기반으로 실행하는 회사 에이알컴퍼니.

[쫓아가는] 마케팅에서 앞서가는 마케팅으로



[**병원 마케팅**] 의 미래는
그다지 **밝지 않습니다.**

Part 01.

현재 병원 마케팅 시장 상황

[왜] 그럴까요?

단순히 **돈과 기술을 맞바꾸는** 형태가 이루어지고 있습니다.



자본주의에 매몰된 병원 마케팅

- 매출에 비해 너무 높은 마케팅 비용
- 새로운 콘텐츠 제작보다는 다른 병원 신고하기 바쁜 마케팅 전쟁



더 이상 내려갈수 없는 가격 경쟁

- 병원의 가치와 원장님의 실력은 무시된채 울며 겨자먹기로 진행 하는 이벤트
- 쿠팡과 같은 저가 싸움

병원 마케팅 [채널의 한계]



상위노출 경쟁 극심화

- 정해져 있는 키워드, 한정적인 노출
- 수 없이 바이럴 작업을 해도
노출 대비 효율 저하
- 무분별하고 정형화된 광고 대행사의 작업



비용 대비 높은 디비 단가

- 가격 경쟁으로만 이루어진 마케팅
- 고객과 병원의 신뢰 문제
- 앱 바이럴 집단의 문제점



SNS 채널 확대

- 안할수 없으니 흥내내기 콘텐츠
- 촬영 및 편집 업무는 많으나 눈에 보이지
않는 효율
- 비용이 많이 드는 마케팅 방법

떠밀려 내려가지 않게 [버티기] [쫓아가기] 바쁜 콘텐츠



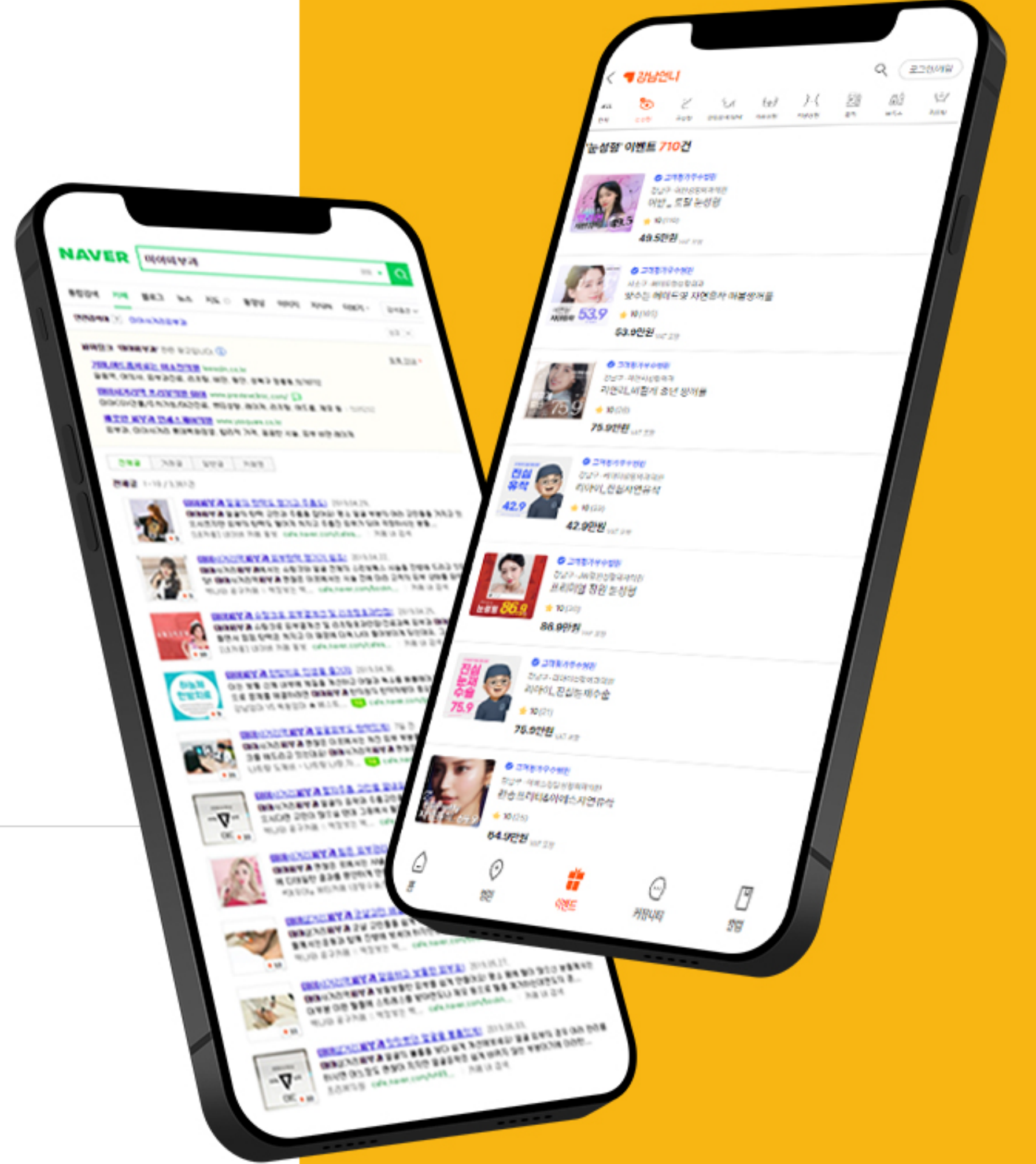
32세, A씨

저는 보통 네이버에서 시술 정보를 많이 찾아서 보고 있는 입장 이예요.
3개월에 한번 정도는 피부과 나 성형외과에서 시술을 받아요.
하지만 네이버 검색을 많이 해도 어떻게 진짜 후기고 어떻게 병원 정보인지
전혀 모르겠어요. 신뢰를 떠나서 선택하기가 어려워요.



28세, B씨

저는 피부톤이 어두워서 피부과에 방문하여 물광주사를 종종 맞는 편입니다.
피부과를 종종 다니긴 하지만, 사실상 어느 병원이 좋은지 모르겠어요.
이벤트만 하는 병원을 찾곤 해요. 그래서 어디 병원이 좋다고 친구에게
추천을 해줄수가 없어서 항상 아쉬워요.





현실에 놓인 상황을 지켜보니
그 사이 [우리가]
놓친 질문도 많이 있었습니다.

Q. 우리를 찾아오는 사람들은 환자인가요? 손님인가요?

Q. 내 앞에 있는 환자는 내 시술이 싸기 때문에 나를 찾아 왔을까요?

Q. 마케팅 비용 이대료가 맞는 걸까요?

Q. 언제까지 후기와 시술 가격으로만 마케팅을 해야 할까요?

Q. 고객은 우리 병원을 어떻게 생각하고 있을까요?

지금은 우리 앞에 놓인 이 [질문]들에
대답해야 할 때입니다.

이대로는 안됩니다.

쫓아가기에 급급한 마케팅

그만 해야 합니다.

우리 병원만의 **고유한 색**을 드러내며,
결국에는 **마케팅 없이도** 지속적으로
성장 할 수 있는 **병원**으로 만들어 합니다.

그래서 우리는
[**앞서가야**] 합니다.

AR Marketing. V24 Main Concept

다르게 · 바르게 · 분명하게



Different.

마케팅은 [**다르게**]

Correct.

병원과 고객에 대한
이해는 [**바르게**]

Clear.

목표는 [**분명하게**]

Part 02.

[앞서가기] 병원 마케팅



경력과 진심을 담은 태도

20년 경력의 대표와 담당자가
직접 총괄 매니지먼트



병원의 올바른 인식

고객이 병원을 인식하고 신뢰하며
결정할 수 있는 마케팅 시스템 구축



지속 가능한 병원마케팅

병원의 컨셉부터 생장의 뿌리와 줄기
그리고 열매까지 기획



“고객접점”의 최고급

병원 어메니티의 재구성
고객 접점 최고급화 콘텐츠 시스템

Main Concept. A

마케팅은 [다르게]

Part 03.

마케팅은 [다르게] + 차별화 전략



병원 마케팅 [기초 다지기]



마케팅 설정 판매 구성

- 지출 대비 광고비 설정
- 마케팅 목표 설정
- 대상 고객 타겟팅 설정
- 상품 원가 분석에 따른 이벤트 및 가격 설정
- 비용 효율성 확립



고객과의 소통

- 고객 경험 리뷰 다양성
- 꾸준한 소셜 및 미디어 활동을 통한 고객 스킨십 창구
- 자유로운 상담 가능한 프로세스
- 고객 커뮤니티 강화
- 소통 주제 확립
- 개인화가 중시된 소통창구



콘텐츠 차별화

- 독점 가능한 시그니처 시술 노출
- 경쟁력, 실력있는 병원의 이미지 창출
- 디자인 퀄리티 및 가독성
- 고객 경험 강화
- 고객 맞춤형 서비스
- 병원 특색 및 강조
- 브랜딩 및 마케팅 컨셉



채널 노출 설정

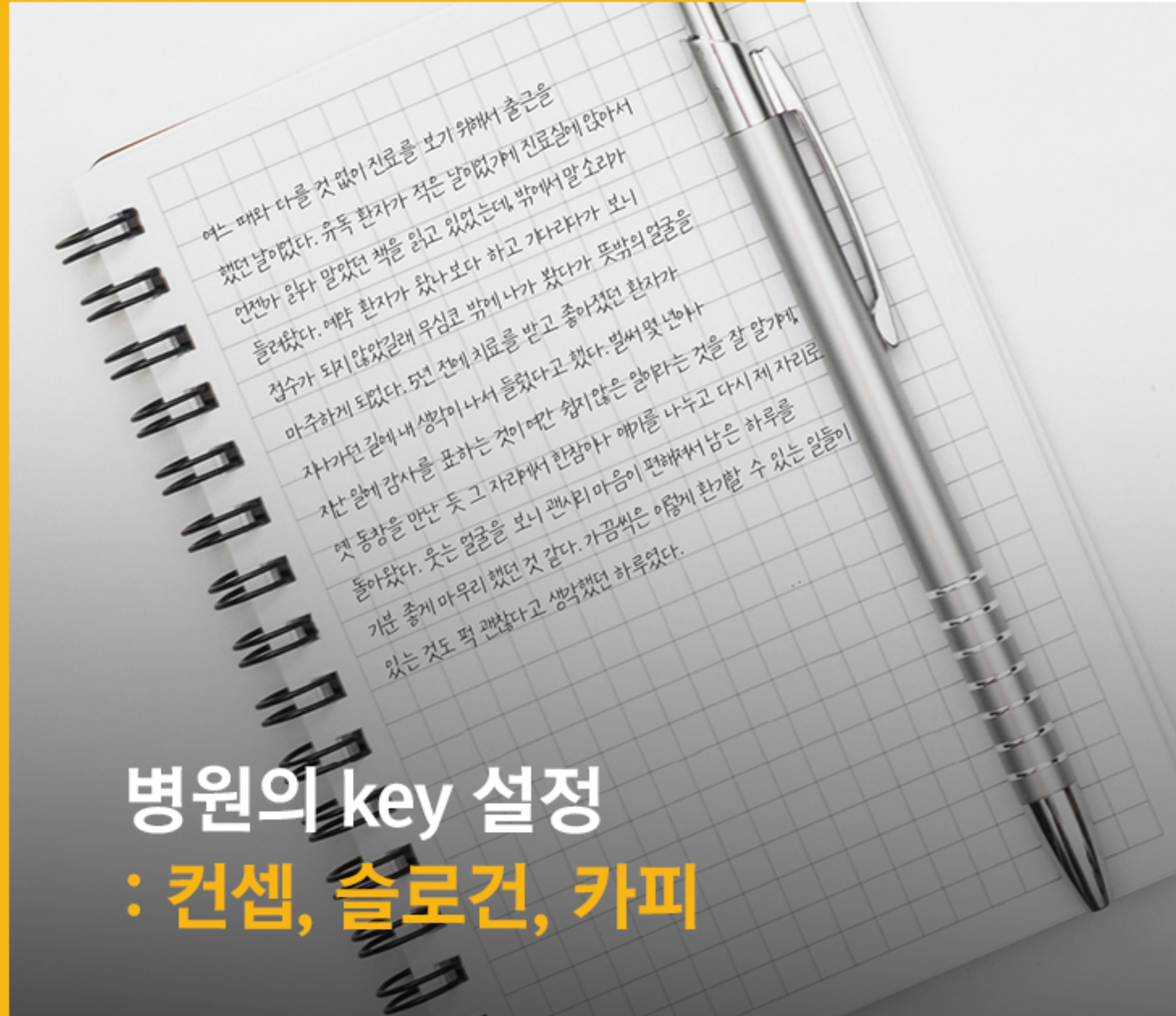
- 지역 선호도에 따른 콘텐츠 노출
- 다각화된 채널 설정
- 전환, 문의가 많은 채널에서의 집중 노출
- 병원의 색(컨셉)에 맞는 채널 설정
- 채널 효율 분석 / 실행



효율 분석 및 실행

- 마케팅 효율 분석에 따른 분산 노출
- 목표 설정 및 측정
- 활동 결과에 따른 고객 데이터 분석
- 고객 피드백 및 만족도 조사
- 지역 및 경쟁 병원분석
- 마케팅 자동화 도구
- ROI 계산

마케팅은 [다르게] + 차별화 두번째



병원의 key 설정
: 컨셉, 슬로건, 카피



메시지, 정체성

고객은 병원의 많은 정보를 원하지 않습니다. “우리 병원은 어떤 병원이야” 이 한마디가 병원 구성원과 고객으로부터 나오도록 해야 합니다.



컨셉의 구성

우리 병원이 가진 색은 어떤 색인지, 사람으로 따지면 어떤 사람인지, 의류 브랜드로 따지면 어떤 브랜드인지 생각이 들도록 해야합니다.



슬로건

병원의 슬로건은 고객에게 바른 인식을 심어 줍니다. 짧지만 강렬한 슬로건으로 고객이 병원을 기억할수 있습니다.



카피

시즌마다, 시술의 주제마다 우리는 카피를 설정하여 구구절절한 정보 보다 강렬한 한마디를 고객에게 전파합니다.

Part 03-3.

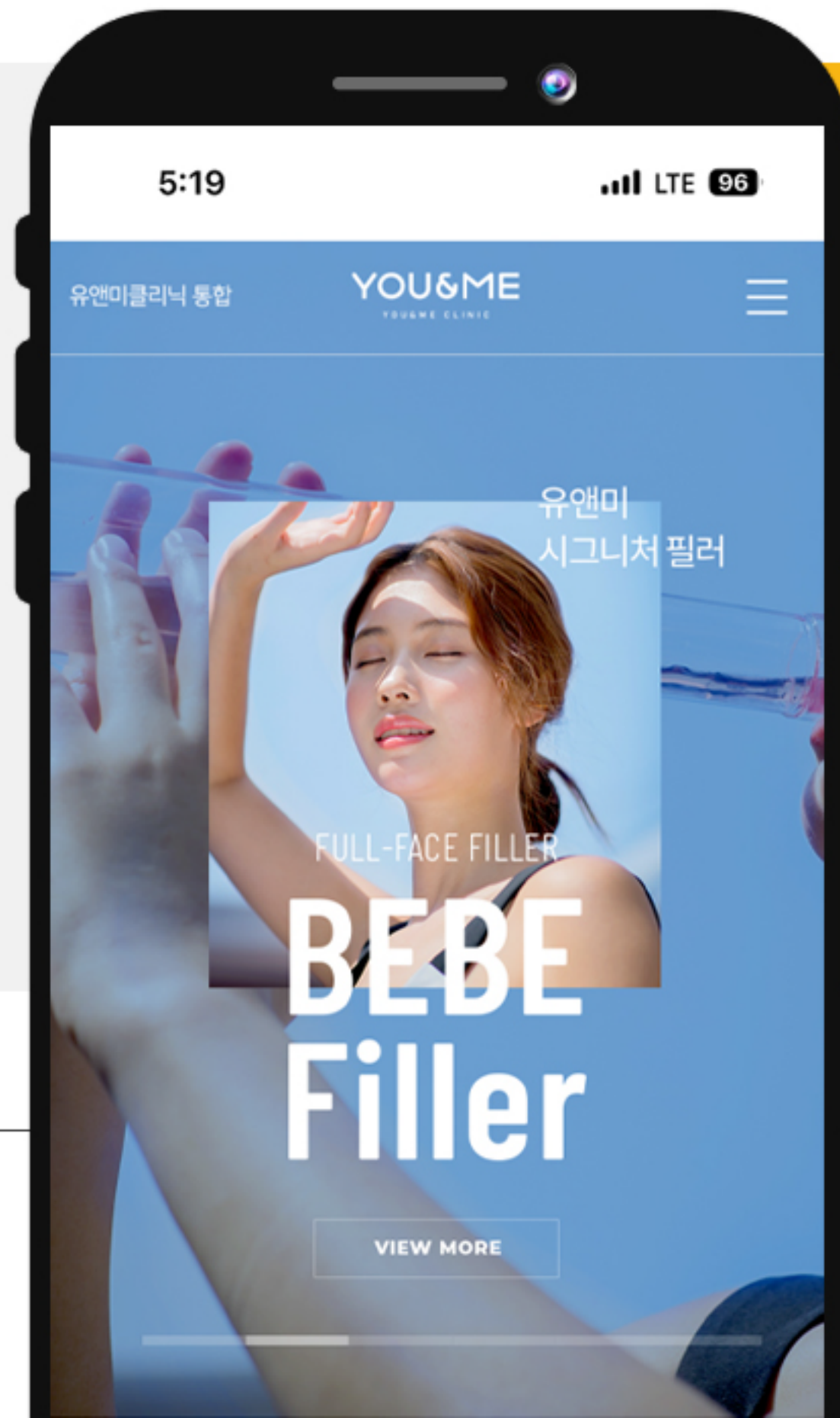
마케팅은 [다르게] + 차별화 세번째

병원의 시그니처 상품의 구성 [네이밍 시장 경쟁력]

네이밍의 중요성

모든 병원들이 같은 시술을 똑같은 정보로 설명합니다.
제품 또는 서비스의 식별성을 강화하고 소비자의 관심을 끌수 있는 중요한 요소 입니다.

우리 병원의 포커싱 을 명확하게 설정하고 네이밍을 통해 브랜드 인식과, 가치 전달, 구매 결정에 영향, 경쟁 우위에 [앞서갈 수] 있습니다.



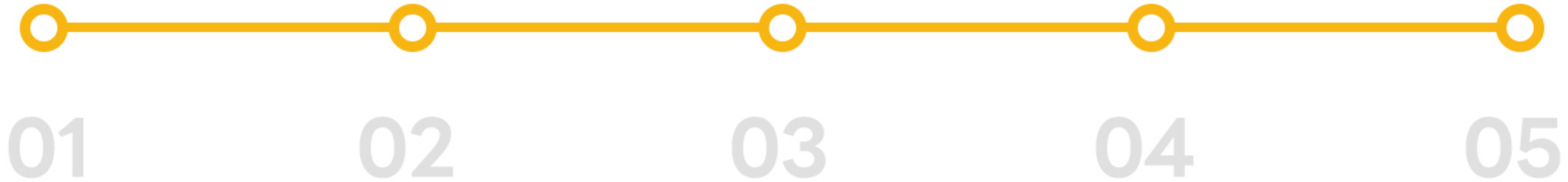
시장 경쟁력

현시대의 고객은 화개장터를 좋아 하지 않습니다.
하나 혹은 두개의 주력하는 시술로 승자독식의 법칙에
응해야합니다. 완벽하게 설득할 수 있는 하나의 페이지는
전문성과 진정성을 어필할수 있습니다.

시술의 정보의 구조화 통해 고객을 완벽하게
설득하고 가격까지 경쟁력있다면 고객은 반드시
우리 병원을 [선택] 합니다.

[이미지 시각화]

페이지 가독성 and 정보의 구조화



01

시그니처 시술의 전문화된
이미지와 시술 네이밍
+ 소비를 자극하는 copy

02

시그니처 시술의 차별화
상품의 결과 + 후킹 이미지

03

고객 추천. 어떤 고객에게
잘 맞는지, 어떤 고민으로
우리 상품을 제작했는지

04

시그니처 시술의 이미지 가독성
한 페이지로 보여지는
시술 과정 및 시술 방법

05

시술에 대해 자주 묻는 질문
(상담 경험) 얼마나 많은 고객이
했는지, 고객 경험 리뷰
결과 : 전후사진 + 고객 경험 스토리

Part 03-3.

마케팅은 [다르게] + 차별화 네번째

[디자인 퀄리티] 웹페이지 퍼블리싱 기술력

시각적 인상은 고객에게 “차별화된 인식”을 형성합니다.

디자인의 미적 가치를 통해 고객에게 매력적으로
보일수 있으며, 고객 경험 향상에 도움을 줍니다.



Part 04.

[앞서가기] 결국은 매출

“

너무 비싼 거 아닌가요?

마케팅 비용이

우리 병원에 적절 한가요?

”

결국은 매출. 매출 효과에 [포커싱]

매출이 없는 병원은 고객과 구성원을 만족 시킬 수 없습니다.
또한 매출은 곧 마케팅 비용과 연결 됩니다.
마케팅 실행에 있어서 전략은 효과적인 병원 운영에 필수 요소 입니다.

AR V24는 **매출 신장**에 따라 **실행 제안**을 드립니다.

하나의 콘텐츠를 배포 하더라도 배포 채널 전략에 맞춰서 [다르게] 앞서가기

집중되고 전환율이 높은 “키워드”는 하나인데 경쟁은 너무 치열합니다.
너도나도 똑같은 가격과 메뉴로 몰려다니는 고객을 잡기 위해 싸웁니다.

[앞서가기] AR마케팅 실행은 우리병원 타겟의 페르소나 분석과
고객이 의도하는 바를 명확하게 인식하고, **다르게 마케팅의 콘텐츠를 통해
채널 전략과 정체성에 맞춰 배포**합니다. 실행 채널에 정답은 없습니다.
우리병원의 현 상황의 이해와 목적 [GOAL]에 맞춰서 분석하고 실행합니다.

[네이버 콘텐츠]

집중 키워드 관리를 통해 우리 병원
핵심 상품과 고객 경험을 노출



[성형 어플]

경쟁력 있는 콘텐츠 관리와
공감 작업을 통해 가성비 추구



[영상 콘텐츠]

“다름”이 느껴지는 영상과
지속할수 있는 주제



[SNS 콘텐츠]

병원 내 서비스의 아이디어와
고객 점접의 최고급화를 통해 피드 배포

더 자세한 실행 내용은 홈페이지에서 확인 해보세요.

Part 04-2.

[앞서가기] 온라인 마케팅 실행 : SNS 마케팅

[다르게] SNS 마케팅

온/오프라인 고객 점점의
최고급화 전략을 통해
고객이 직접 마케팅 하도록

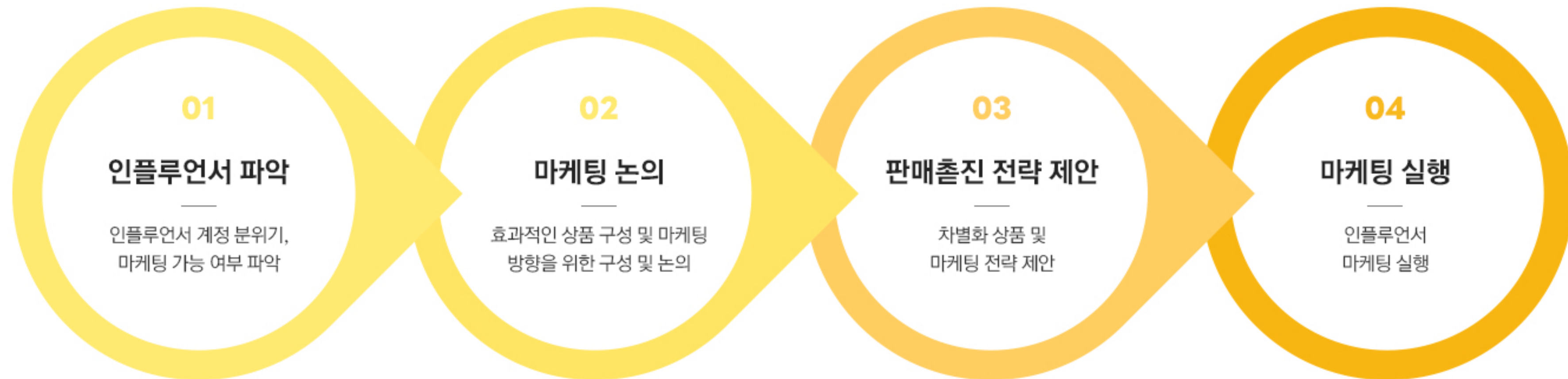
✔ 브랜딩 전문가의 **IDEA** · 최고 수준의 **카피라이터**

AR V24의 SNS 마케팅은 병원 내부의 작은 변화, 즉 어메니티 재구성으로 부터 시작됩니다.
온라인 부터 오프라인까지 고객이 발 딛는 공간을 유심히 관찰하여 병원에 적합한 고급화 전략을
제공합니다. AR V24는 이 부분을 콘텐츠 화 하여 SNS 마케팅을 실행합니다.

병원 고객 서비스의 정성과 진심을 통해 고객으로 하여금 지인 추천과 병원의 인식의
변화를 가능하게 합니다. 이로써 **병원은 고객 유지와 지인추천이 자연스럽게 이어집니다.**



[다르게 마케팅·판매·신규고객] 동시에 가능한 유일한 마케팅



AR V24의 인플루언서 마케팅 은 비용이 들지 않습니다.

인플루언서 에이전시 회사와의 제휴를 통해 즉각적인 **고객 확보와 매출 신장**이 가능합니다.

Part 04-4.

[앞서가기] 마케팅 실행 : 미디어 및 유튜브 영상

[다르게] 영상 마케팅

병원 영상의 콘텐츠는 한계가 있습니다.
하지만 AR V24의 미디어 마케팅은 다릅니다.
우리의 다름은 [어떻게] 고객이 원하는 정보를
잘 전달 할것인가? 에 포커싱을 둡니다.

- ✔ 영화 아카데미 출신들로 구성된 최고의 영상팀
- ✔ 시술 관련 3D 영상으로 설득력있고 고급스러움

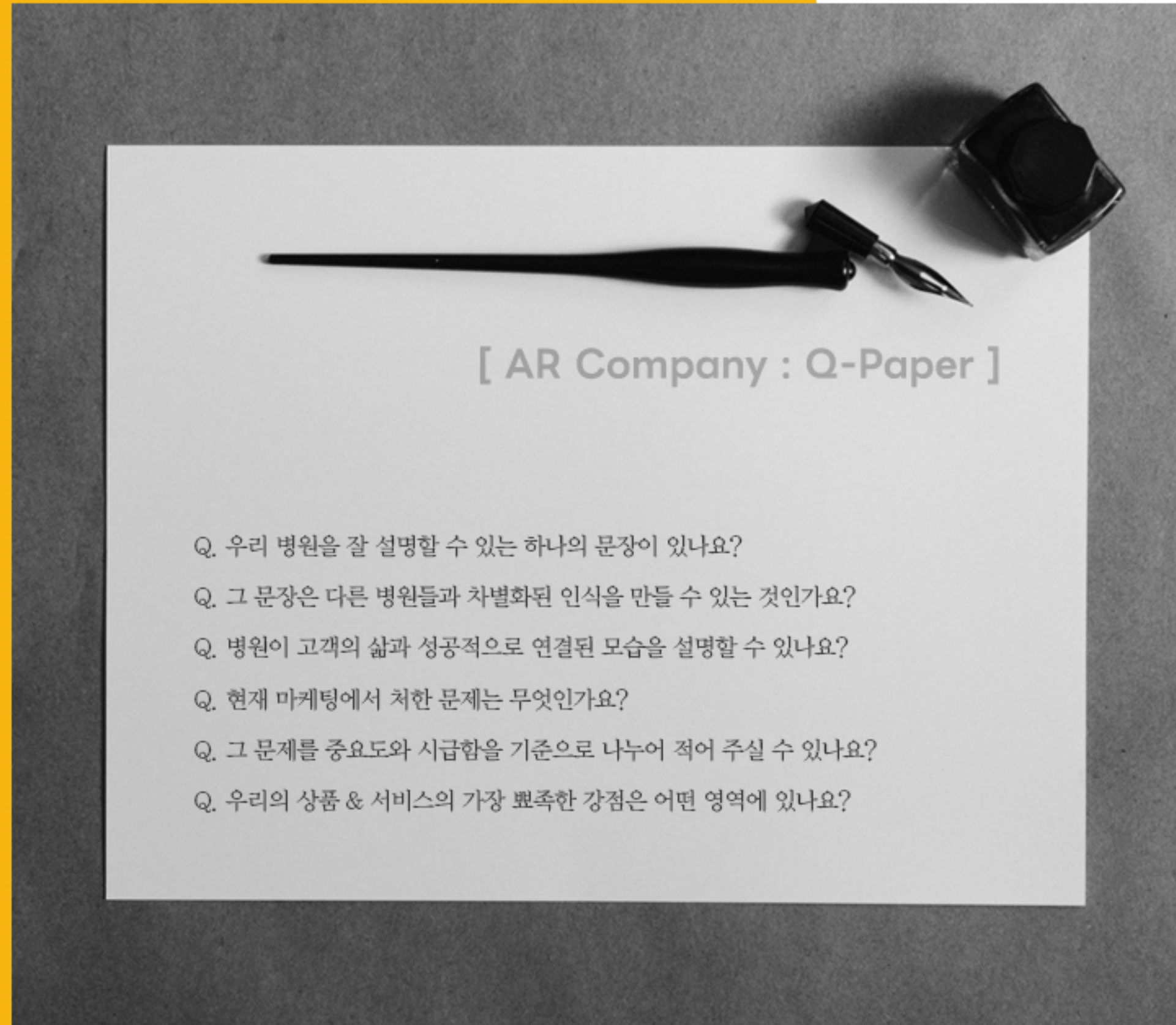


Main Concept. B

병원과 고객에 대한 이해는 [**바르게**]

Part 05.

병원과 고객에 대한 이해는 [바르게]



병원과 환자를 이해하는 최고의 진단법

[AR Company : Q-Paper]

마케팅을 진행 하기 전, 우리는 Q페이퍼를 통해,
우리 병원 고객들의 소비력과 니즈, 병원의 인식에
대해서 통찰력 있게 분석합니다.

Main Concept. C

목표는 [분명하게]

분명한 목적지가 설정 되었을 때, 우리의 발걸음은 **방향**에서 **여행**으로 바뀝니다.
불분명한 목표 설정, 현실과 유리된 목표 설정이 무의미한 마케팅을 반복하게 하는 이유입니다.

기존의 타 마케팅 대행사는 [목적] 없이, 진행하는 경우가 다수입니다.



Part 06-1.

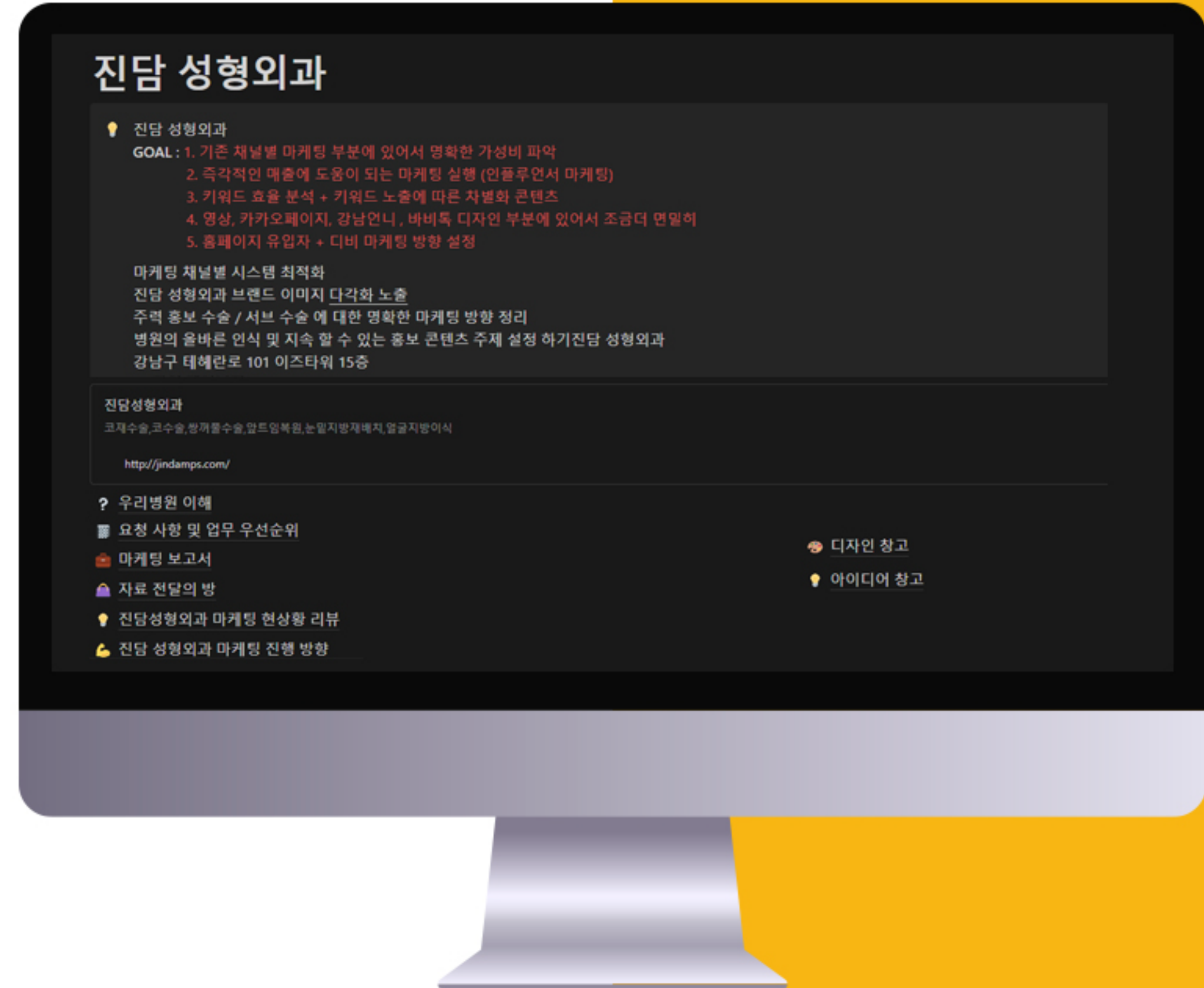
목표는 [분명하게] + 노선을 통해

[노선]을 통해

24시간 원장님과 1on1 가능 그래서 V24

최초 설정과 계획, 실행에 있어서 모든 기록을 노선을 통해 기록합니다.
병원 별 마케팅 상황에 따라 목표에 따른 페이지 수정이 자유롭습니다.
병원과의 즉각적인 소통이 가능 합니다.

우리는 **약속하고** 함께 설정한 **목표 달성**이 가능합니다.

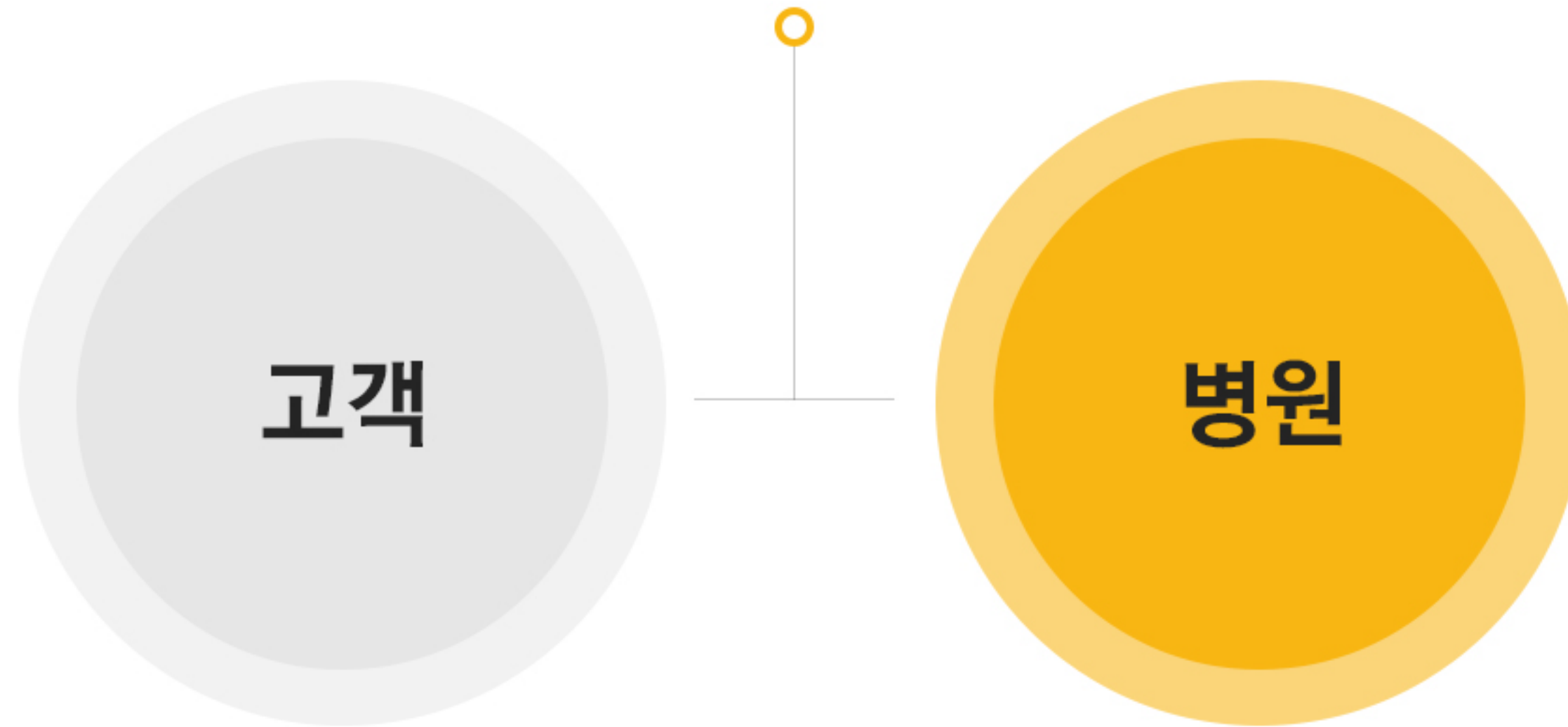


병원과 고객 [둘 다] 를 만족시키는 마케팅

지금까지 방문한 병원 중에
가장 좋은 기분이었어요
주변지인에게 꼭 추천 할래요

우연히 검색하다 보았는데
이렇게 다른 병원은 처음이에요

시설 만족도도 크지만 병원에
방문하는 것이 즐겁고 재미있네요
병원이 진심으로 고객을
생각 해주는 것 같아요



일하는게 즐거워요.
오시는 고객님들 마다 다들 좋아하시니
저희도 일에 대한 보람을 느껴요

요즘에는 재 방문율과 추천이
90% 이상 이에요.
고객들이 알아서 병원 홍보를 해주네요

매출이 상승이 되네요.
이벤트 할때 만 병원이 분주 했었는데
이제는 꾸준히 고객이 늘고 있어요

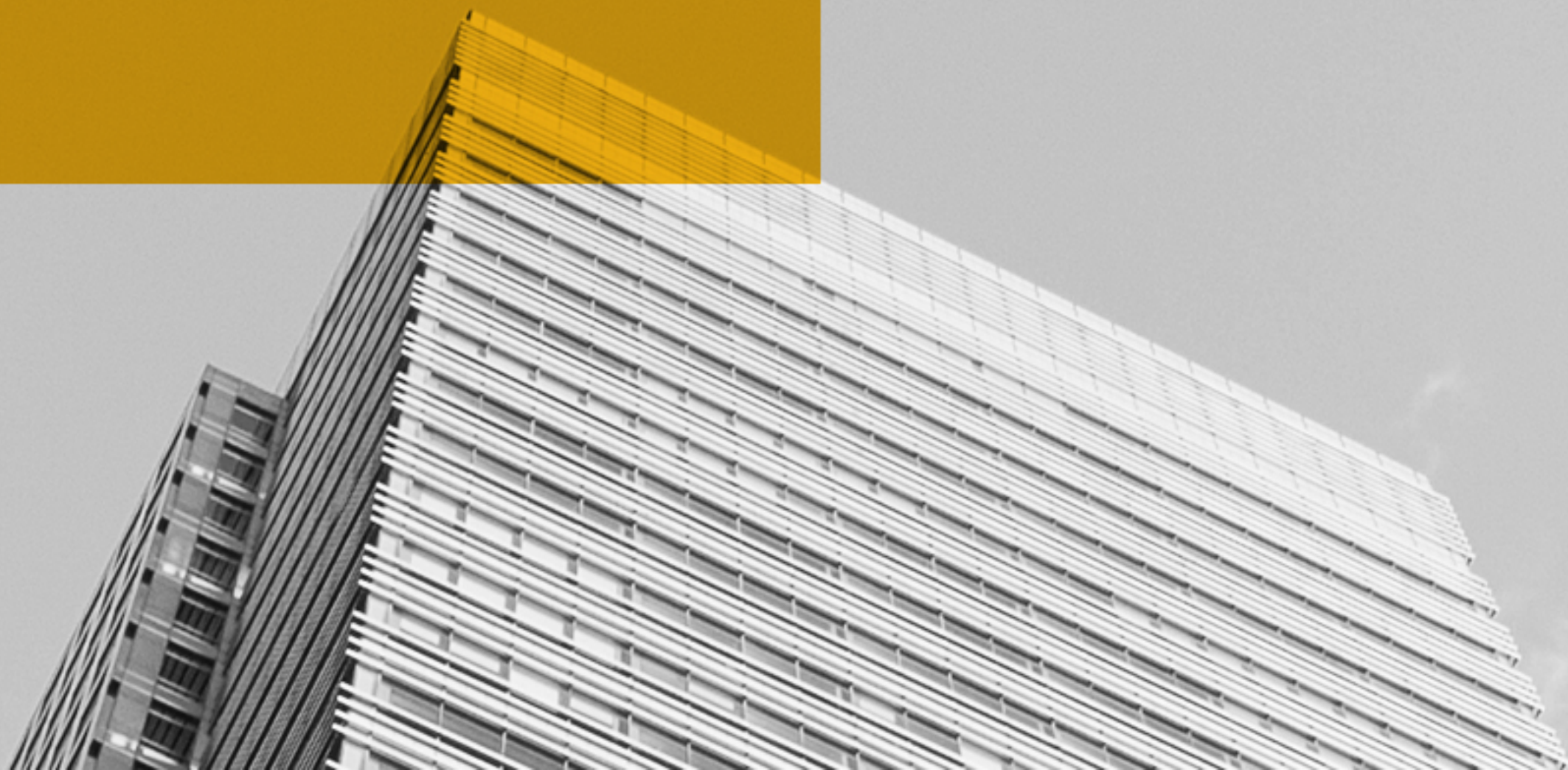


신뢰 해주신 만큼
오래된 만큼
겸손하지만 더 밀도있게
오직 실력으로 진행합니다.

2010년 부터 2024년까지
함께한 병원 총 160곳
그중 10년을 함께 하신 병원 총 12곳
5년을 함께 하신 병원 총 21곳

AR Company V24 Marketing key messages

마케팅은 [**다르게**]
병원과 고객에 대한 이해는 [**바르게**]
목표는 [**분명하게**]
마케팅 비용이 부담되지 않으시도록





Contact Details.

CEO 에이알컴퍼니 오길녕 대표
Tel 02.2038.4960
Email arcompanyoh@gmail.com

