

마케팅의 중심은 콘텐츠

마케팅 전문가의 93%는 콘텐츠 마케팅을 하고 있다고 말합니다.¹

마케팅에서 콘텐츠는 고객 유지/충성도 (88%),
관계형성 (88%), 브랜드 인지도 (87%), 판매 (77%)
의 목적으로 사용됩니다.²



하지만 대부분의 기업이 겪고 있는 콘텐츠 관련 고충은...

콘텐츠 협업과 생산

콘텐츠 관련 비용 중 **25%**는 비효율적인 콘텐츠 운영에 허비되고 있습니다.³

직원은 협업의 장벽에 가로막혀 **주 7시간, 1년 350시간**, 즉 9주를 낭비하고 있습니다!⁴

92%의 마케터는 승인 지연 때문에 콘텐츠 마케팅 마감기한을 준수할 수 없다고 토로합니다.⁵

96%의 마케터는 회사 자산을 외부 벤더와 공유 시 보안을 고려하지 않습니다.⁶

(대부분의 공유는 이메일, USB, 비기업용 EFSS로 발생)



콘텐츠 검색

이메일과 검색으로 업무 시간의 **47%**가 낭비됩니다.⁷

56%의 영업직원은 원하는 콘텐츠를 필요할 때 찾을 수 없습니다.⁸

평균적으로 기업에서 분실된 문서의 재작성에 **25시간**을 할애합니다.⁹



콘텐츠 딜리버리

93%의 마케팅 팀은 채널 별로 단절되어 있고 사용하는 기술도 상이합니다.¹⁰



그 결과, **고객 경험의 일관성이 결여**됩니다.¹¹

(78%의 고객은 채널 간 일관된 경험을 갖지 못합니다)

일관성 있는 브랜드의 가치는 그렇지 못한 브랜드 대비 **20%** 높습니다.¹²

41%의 마케터는 IT가 적시에 콘텐츠, 웹사이트, 템플릿을 변경하기 위한 장애물로 여깁니다.¹³

솔루션 파헤치기

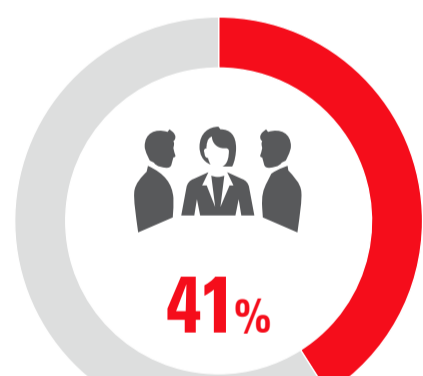
클라우드 기반 콘텐츠 허브로 협업과 디지털 자산 관리, 채널 간 일관성 있는 콘텐츠 구현, 고객 경험 딜리버리의 가속화가 가능합니다

Trivia

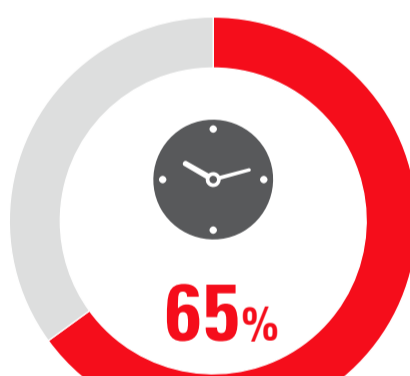
Digital Asset Management (DAM)이란 기업이 문서, 이미지, 오디오, 대화, 멀티미디어 파일 등 디지털 자산을 저장, 관리, 검색, 접근, 공유할 수 있는 중앙관리 솔루션을 지칭합니다.



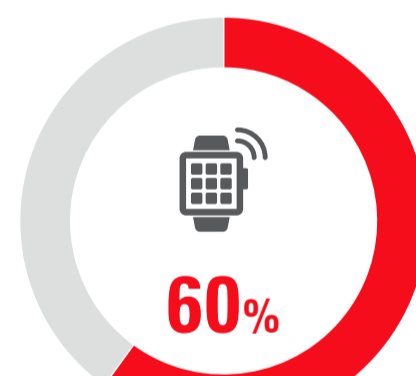
클라우드 접근법이 더 우수한 이유¹⁴



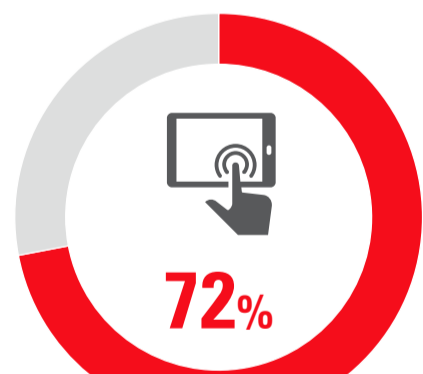
효율적인 24x7 협업



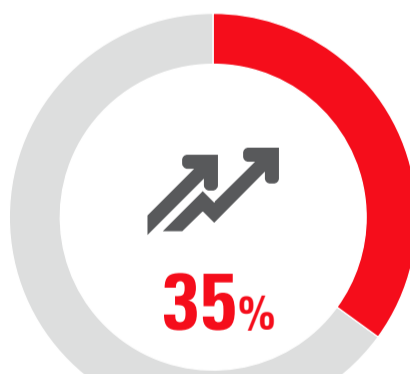
빠른 시장 출시 시간



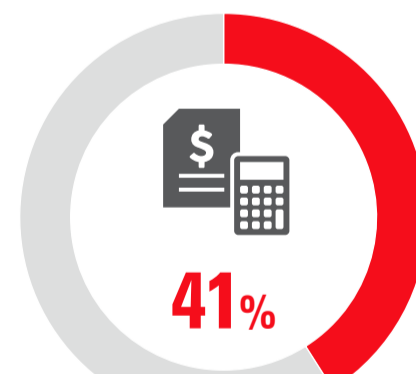
시간, 장소, 디바이스에서 자유로운 접근



우수한 사용자 경험



비즈니스 민첩성 향상



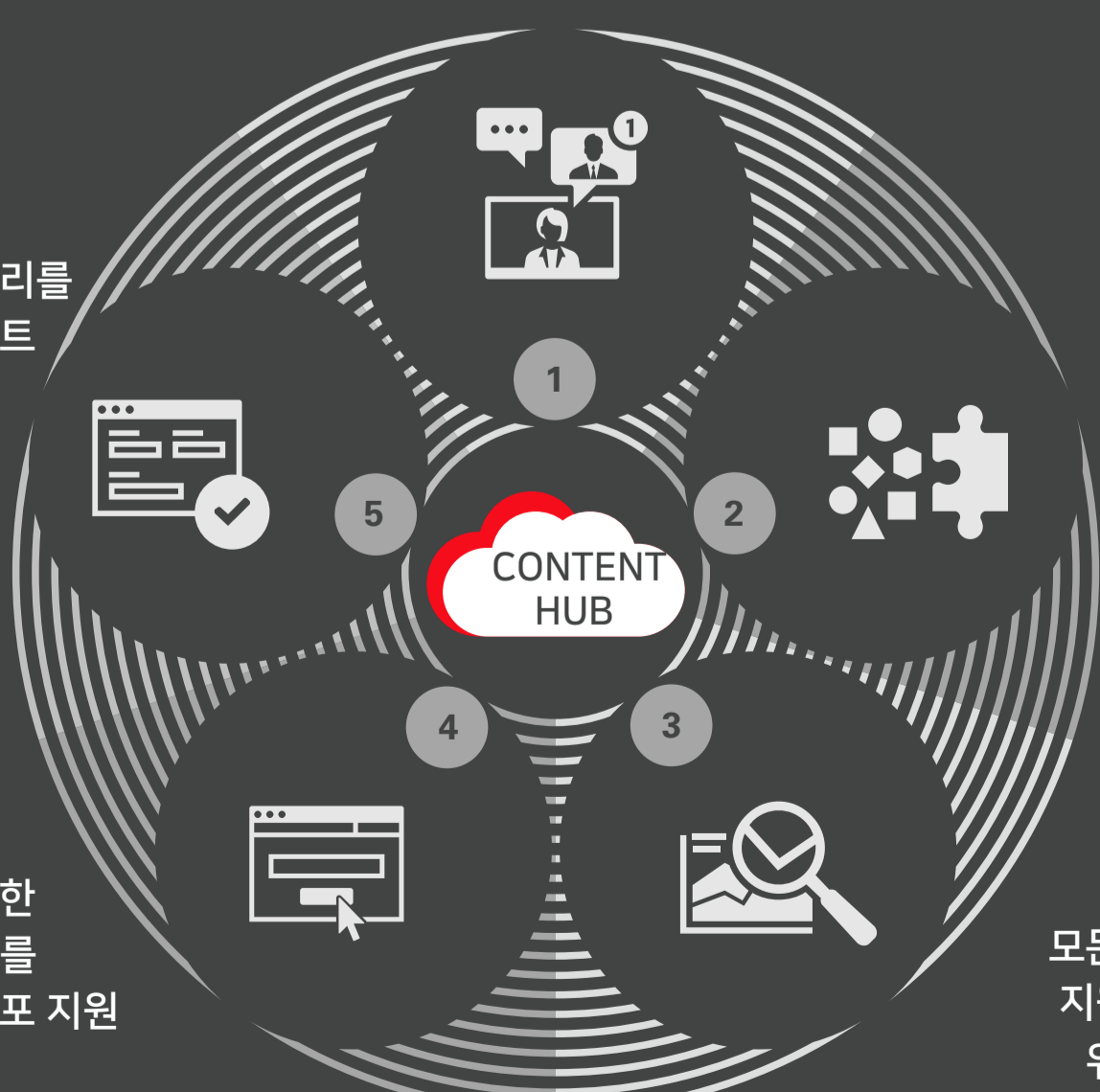
마케팅 비용 절감

클라우드 기반 콘텐츠 허브 선택에 있어 고려할 5가지 요건

종합적 워크플로우 관리, 소셜, 모바일 협업 기능을 포함한 Digital Asset Management (DAM)지원

신속한 경험 딜리버리를 위해 시각적인 사이트 개발 촉진

콘텐츠 API와 low code SDK의 제공으로 한번 개발한 콘텐츠의 커스텀 UI를 포함한 자유로운 배포 지원



콘텐츠 재사용을 위해 기존 콘텐츠 시스템과 통합

모든 유형의 콘텐츠 지원과 인사이트를 위한 콘텐츠 분석

[Oracle.com/dx](https://www.oracle.com/dx) 에서 무료 체험과 자세한 정보를 확인하세요.

¹¹ TopRank
¹² Heidi Cohen
¹³ Gleanster Research
¹⁴ ProjectLab
¹⁵ Content Marketing Institute
¹⁶ Egress Information Security Survey
¹⁷ McKinsey Global Institute Survey

¹⁸ Content Marketing Institute
¹⁹ PricewaterhouseCoopers
²⁰ eConsultancy
²¹ Accenture
²² Branding Forward Survey
²³ Forrester Research
²⁴ Forrester Consulting