

**Deloitte.**

# Sports Marketing 디지털 성과측정 방안

Deloitte Korea  
Jan 2024



**Deloitte.**



Worldwide Olympic and Paralympic Management Consulting Partner

# 리더메시지



**이 대 의**  
파트너(전무)  
Deloitte One Digital Marketing CoE 리더 |  
A&A 디지털 부문장

국내 디지털 마케팅 컨설팅 시장 규모는 2023년 기준 약 5,500억 원 규모로, 향후 5년간 평균 약 14% 수준의 성장세를 이어 나가며 관련 산업의 중요도 또한 증대되고 있습니다.

급격하게 변화하는 디지털 생태계에서 디지털 마케팅의 영향력과 그 중요도가 날로 증대되면서 데이터에 기반한 객관적인 성과 측정은 이미 글로벌 기업에게는 주요한 화두로 급부상했습니다.

딜로이트 디지털 마케팅 CoE에서는 디지털 마케팅 전략 수립, 최적화 진단 및 설계, 플랫폼 구축 및 운영, 대내외 커뮤니케이션 기획, 성과 분석/모니터링 단계까지 통합 매니지먼트 서비스를 제공하고 있습니다.

조직의 효율적인 디지털 마케팅 예산 운영과 효과성 제고를 위해 전문적이고 통합적인 매니지먼트 프로세스 구축이 필수적입니다.

# Table of Contents

**I. 딜로이트 디지털 마케팅 성과 측정 방안**

**II. 스포츠 부문 디지털 성과 측정 방안**

**III. 주요 이벤트 별 성과 측정 사례**

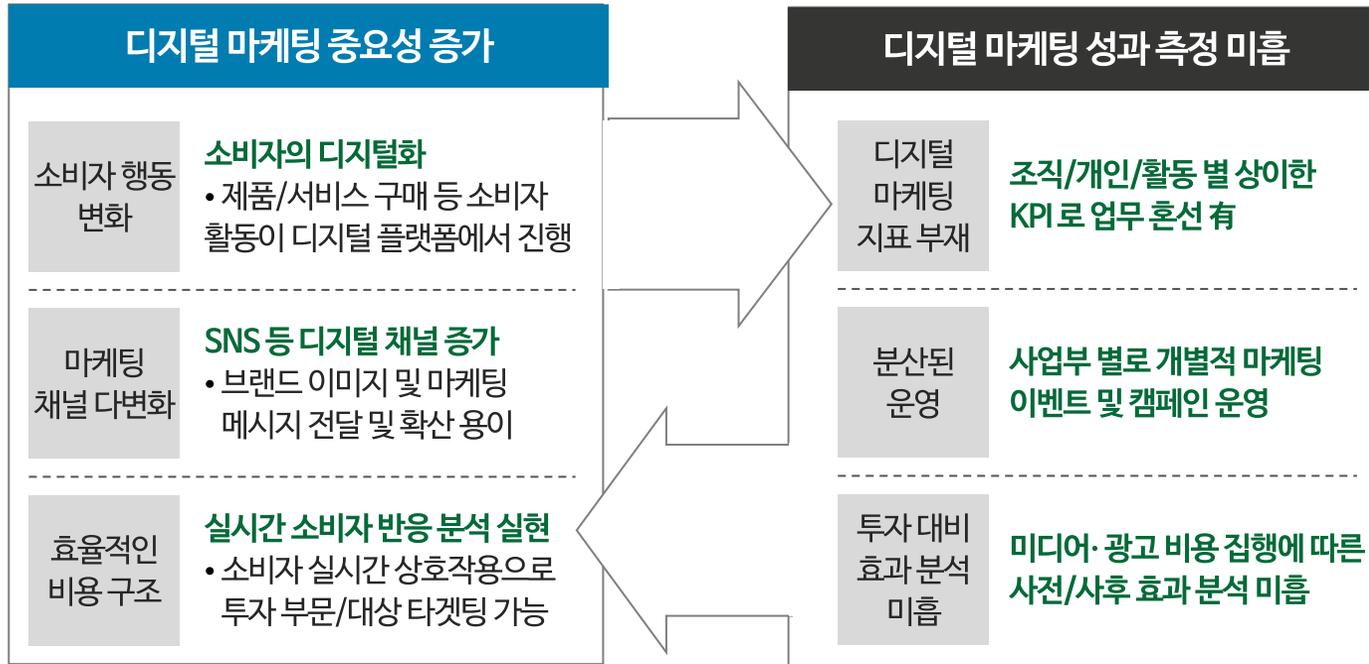
**IV. 기대 효과**

# I. 딜로이트 디지털 마케팅 성과 측정 방안 (1/2)

디지털 마케팅 추진 시 시장변화 적기대응, 운영 고도화/효율화 실현 및 고객경험 개선을 통한 브랜드 이미지 제고 실현을 위한 전사 표준화된 디지털 마케팅 성과 측정 방안 제시

## Pain Points 전사 표준화된 디지털 마케팅 성과 측정 필요성 증가

- 다매체 온·오프라인 채널 환경에서 디지털 마케팅 캠페인 활동 추진 증가
- 스포츠 산업 부문 디지털 마케팅 전략, 이벤트 및 캠페인 추진 시 디지털 플랫폼/도구 활용 및 투자 증대



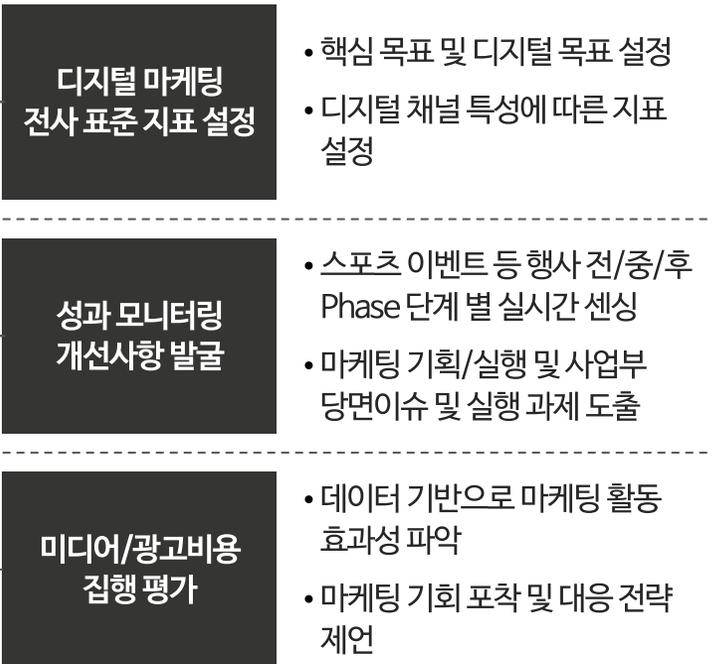
## 딜로이트 디지털 마케팅 성과 측정 방안

### 디지털 마케팅 성과 측정 이슈 해소

시장 기초변화 적시대응

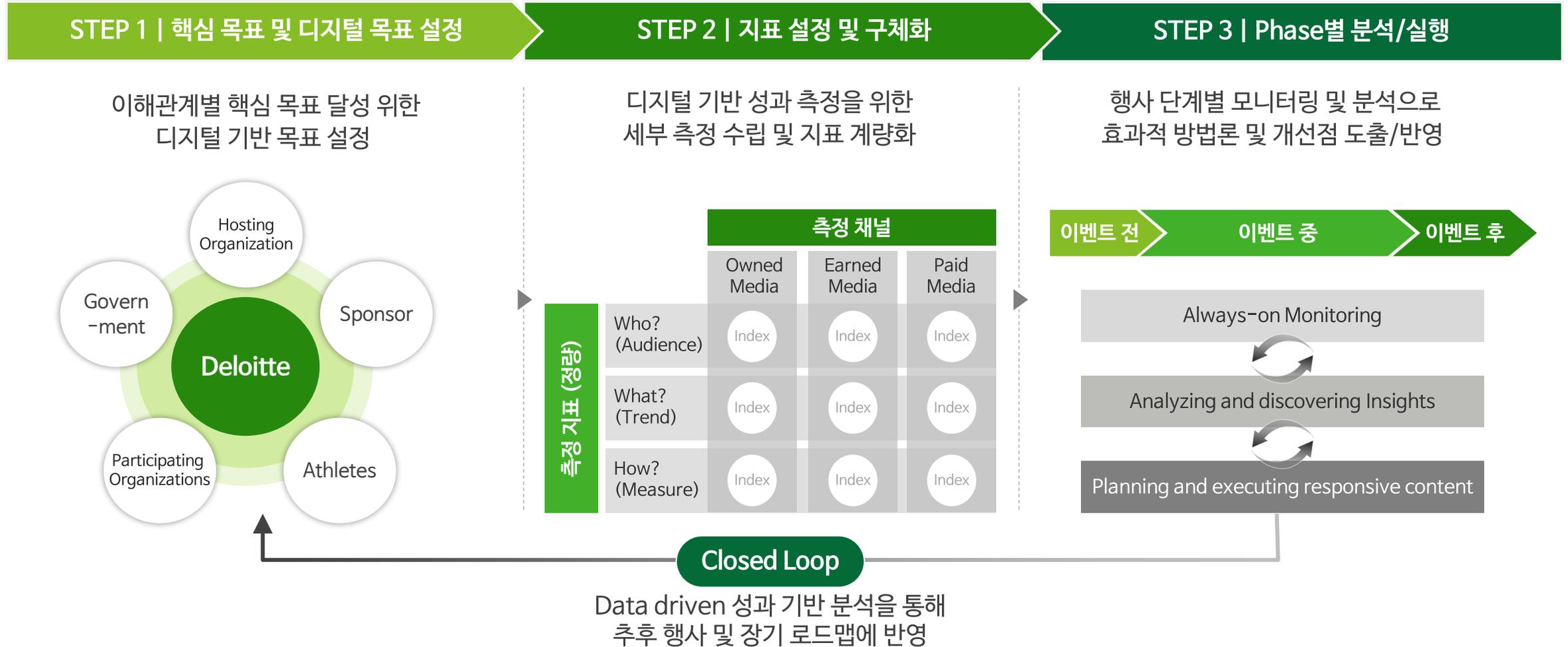
마케팅 캠페인 운영 고도화/효율화

고객경험 개선 및 브랜드 이미지 제고



# I. 딜로이트 디지털 마케팅 성과 측정 방안 (2/2)

핵심 목표 달성을 위한 디지털 목표 설정 선행, 이후 지표 설정/구체화를 통한 행사 Phase 단계 별 분석 및 실행 진행



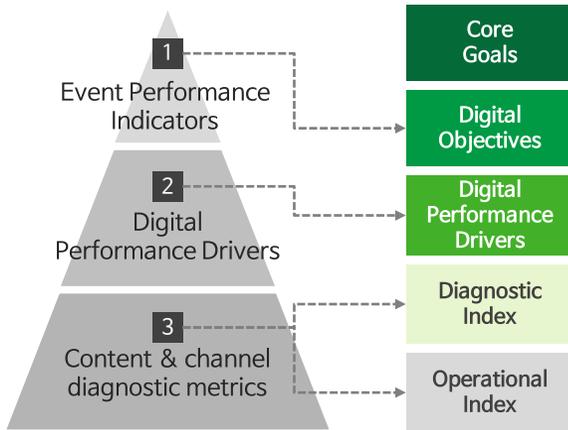
## II. 스포츠 부문 디지털 성과 측정 방안

스포츠 마케팅 캠페인의 성과 측정으로 마케팅 활동의 전/중/후 모든 단계 분석으로 데이터 기반 개선 사항을 도출하는 통합 서비스 제공

### 디지털 성과 측정 시스템 구축

1. 스포츠 이벤트 주요 목표 구체화
2. 세부 디지털 목표 설정 및 측정

통합  
매니지먼트  
서비스



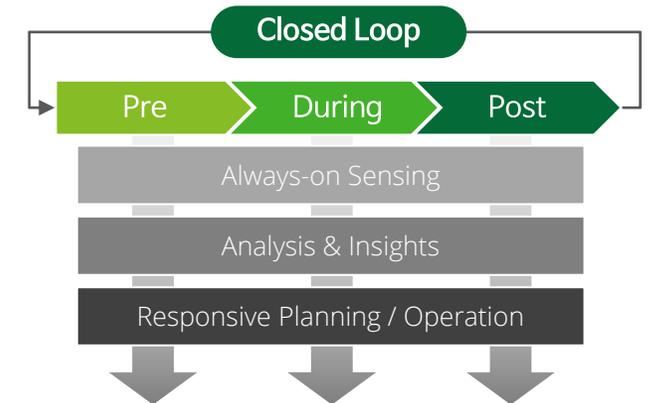
### 메인 이벤트 타겟 심층 분석

1. 각 타겟 별 주요 분석목표 설정
2. 분석 결과 정량화



### 이벤트 쉐 과정 분석/지속 개선 추진

1. Always-on sensing, 분석 및 기획 연계
2. 이벤트 결과 향후 반영 통한 장기 전략 관리



Deloitte  
차별점

- 자체 스포츠 이벤트 성과 측정 시스템 국내 첫 도입

- 이벤트 연관 다각도 정량 분석 방법론 개발 및 통합 활용 선도

- 센싱, 분석, 인사이트 도출 체계화로 데이터 기반 장기 방향성 제공

## II. 스포츠 부문 디지털 성과 측정 방안 > 스포츠 이벤트 지표 체계

핵심 목표 달성을 위한 하위 디지털 성과 및 지표 설정 진행, 이후 정량 수치 및 트렌드 추이, 유저 특성 분석

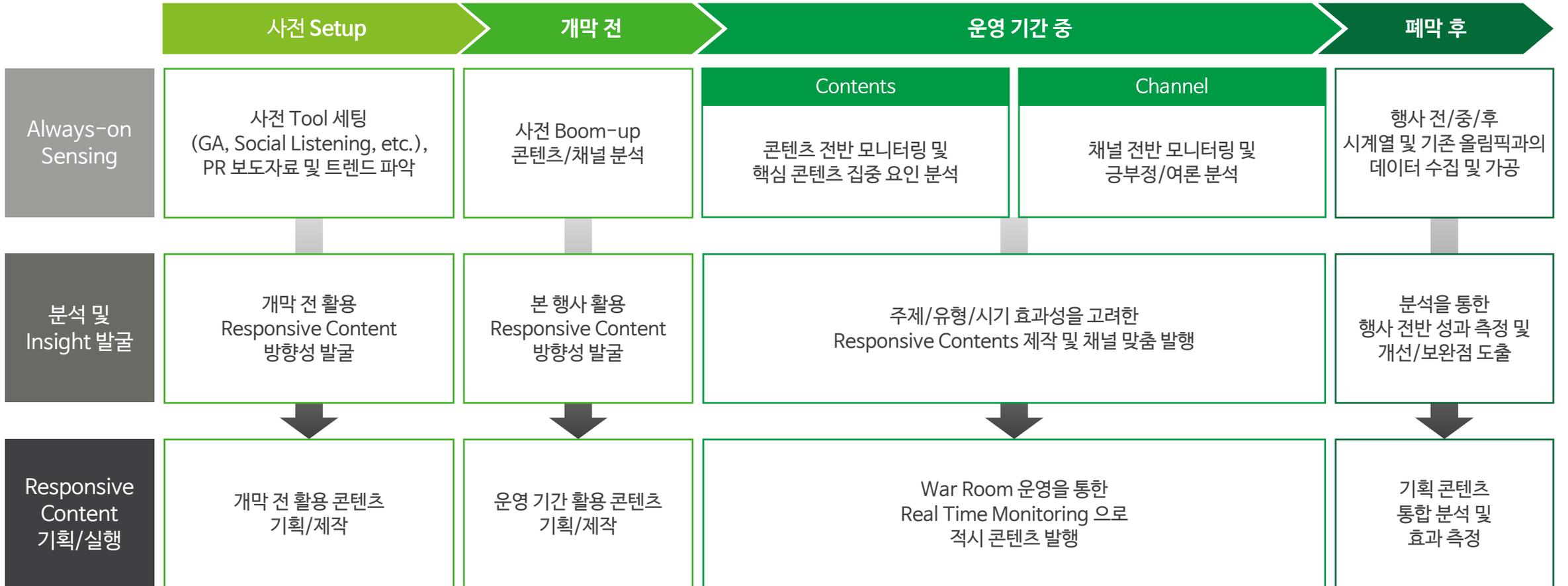
### 성과 측정을 위한 디지털 콘텐츠 구조 및 기준 정립

<b>1</b> 행사 성과 지표 (KPIs)	<b>행사 목표</b>	핵심 메시지 인식 및 가치 제고	선수 및 경기 연관 행사 관심 증대	스폰서 참여 확대/효과 측정	국가 자산 연계 홍보	데이터 기반 팬 확보
	<b>디지털 목표</b>	Aware	Engage	Convert	Associate	Advocate
	<b>디지털 성과 지표</b>	ESG 연관 콘텐츠 도달/호감도	선수/경기 콘텐츠 노출/관심도	스폰서 콘텐츠 호감도/구매전환율	K-Culture 연관 콘텐츠 생성/도달률	콘텐츠 전반 양적/질적 계량화
<b>2</b> 디지털 성과 지표 (KPDs)	<b>진단 지표</b>	Impression	Keyword Ranking	Conversion	Site Traffic	Sentiment
		Buzz Volume	Engagement	AOV (Average Order Value)	Content Share	Follower
<b>3</b> 콘텐츠 및 채널 진단/운영 지표 - Social Measurement Index	<b>운영 지표</b>	Keyword Ranking	Sentiment	Buzz Volume	Impression	Audience Demographics
		SOV (Share of Voice)	Impression	Sentiment	Keyword Ranking	Engagement

## II. 스포츠 부문 디지털 성과 측정 방안 > 이벤트 성과 분석 주요 타임라인

행사 Phase 별 목적에 맞는 분석과 인사이트 발굴 진행, 이를 기반으로 한 성과 측정으로 보완/개선점 도출 후 장기 로드맵에 반영

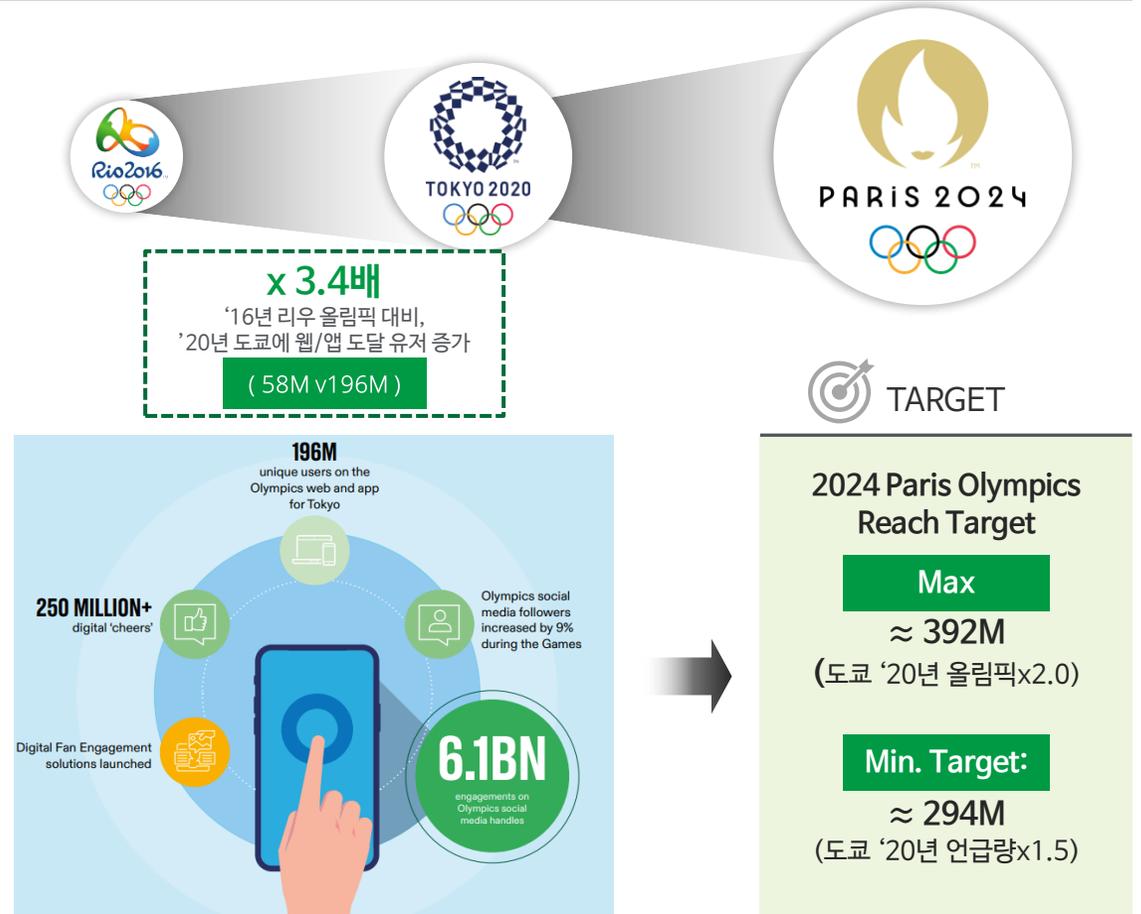
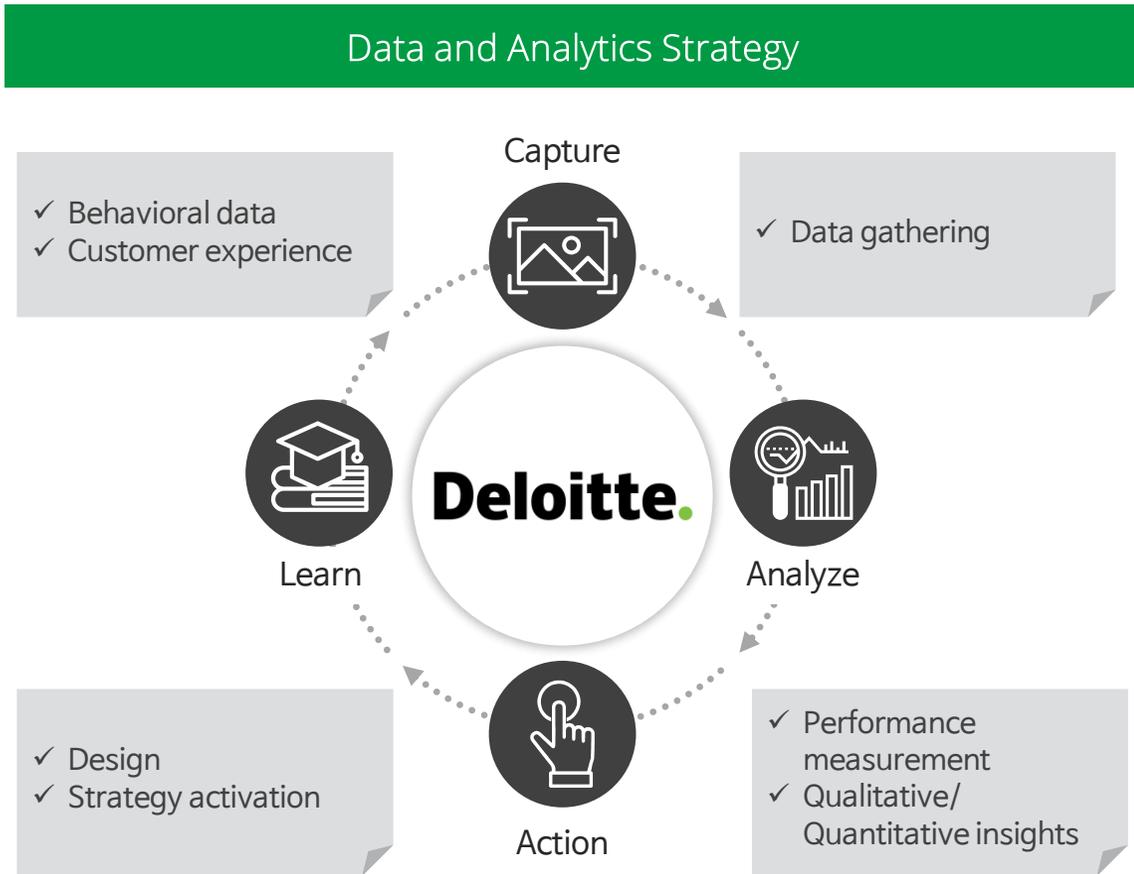
스포츠 이벤트 단계별 분석/실행 프레임워크



### III. 주요 이벤트 별 성과 측정 사례

Deloitte Data Lifecycle Strategy 활용으로 이전 올림픽 행사 대비, 향상된 핵심 목표 설정/달성을 위한 성과측정 진행

#### 지표 계량화/시계열 측정 : 올림픽 이벤트



### III. 주요 이벤트 별 성과 측정 사례

Deloitte UK는 유럽 축구 클럽 관련 데이터를 활용, 대중과 Fan을 분석하고 그들에게 효과적인 콘텐츠를 제작하는 전략을 제시

#### 지표 계량화/시계열 측정 : 유럽 프리미어 리그

#### 데이터 기반 축구 연관 투자 방향성 분석 예시

##### BACKGROUND

- 변화한 환경에 따른 축구 클럽들에 대한 기존 재정 규정 보완 필요성 확인
- 차세대 팬들의 축구 관련 소비 방식에 대한 근본적 변화 분석
- 축구 클럽이 엔터테인먼트 및 미디어 기업으로서 경쟁하는 선례 증가 추세

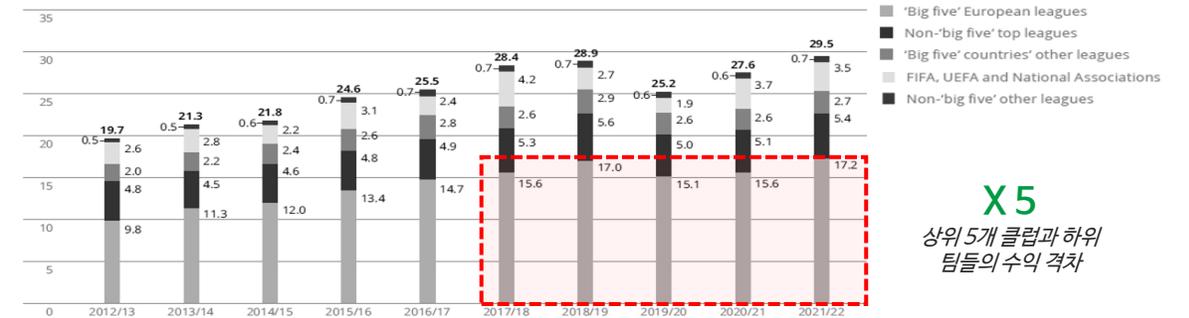
##### INFLUENCE

- 방송 및 매치데이 수익에 대한 과도한 의존도 문제 (수익 각각 12% 및 23% 감소)
- Merchandise 및 클럽 Sponsorship 중요성 확대
- 상위 5개 클럽과 하위 팀들의 큰 수익 격차(5배) 확인, 소규모 클럽의 수익원 다각화 및 차세대 팬에게 어필할 수 있는 새로운 방법 모색 필요성 대두

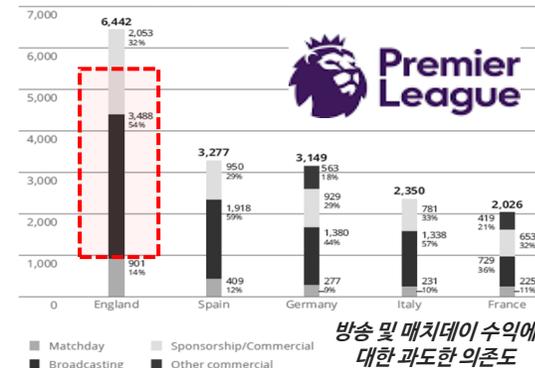
##### IMPACT

- ‘22년 그리스 클럽 PAOK FC - 팬 층 대상 ‘실시간 초 타겟팅 캠페인’ 진행 (i.e. 동점골 터뜨린 선수 티셔츠 집중 노출, 전일 대비 eStore 판매 91%/퍼포먼스 66% 상승)
- 現 Sponsor들은 단순 팬의 숫자보다 ‘Value Exchange’ 데이터를 더 중요히 분석 (e.g. 2022/23 Spotify는 FC 바르셀로나와 셔츠 및 경기장 Sponsorship 체결 → 팬 중 1%만이 앱 등록 및 개인정보 공유 동의할 것으로 예상 → 낮은 계약 금액 반영)

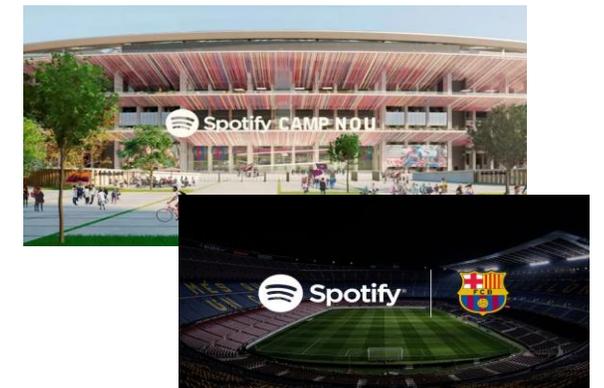
#### 유럽 축구 시장 규모 분석 - 2012/13 ~ 2021/22 (£ billion)



#### ‘빅 5’ 유럽 리그 클럽 수익 - 2021/22 (£ million)



#### Spotify & FC 바르셀로나 사례 분석

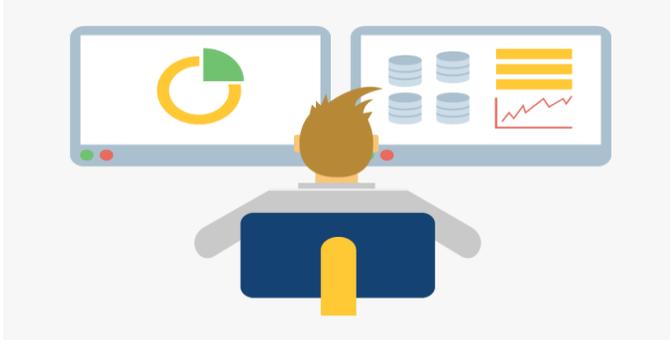


## IV. 기대 효과

디지털 미디어와 소비자(팬) 반응과 KPI 모니터링으로 개선 과제를 도출하고, 효과적인 디지털 콘텐츠와 채널분석 결과를 토대로 미디어/광고 비용 집행 평가 및 Assurance 확보

### 디지털 미디어/소비자(팬) 반응 분석 KPI 성과 모니터링 및 개선과제 도출

1. 행사 전후의 소비자(팬) 반응을 분석하여 커뮤니케이션 및 마케팅 기획 반영
2. 자사 및 경쟁사에 대한 소비자 반응을 실시간 대시보드로 분석하여 적시 대응 가능



- 미디어/소비자 인식 변화 트렌드 센싱
- 장기적 관점 초개인화된 타겟팅 마케팅 전략 수립

### 디지털 콘텐츠 및 채널 분석

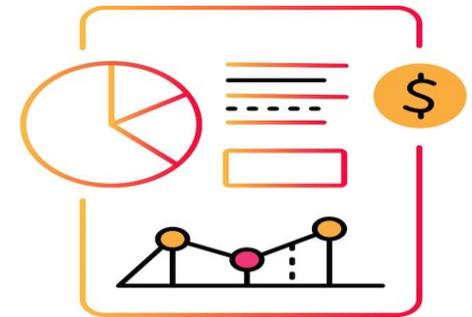
1. 소셜 채널별 콘텐츠에 대한 소비자 인게이지먼트(Engagement) 분석 및 운영 성과 진단
2. 경쟁사 채널 내 콘텐츠 성과 분석 통한 벤치마크 인사이트 도출



- 딜로이트가 보유한 다양한 정량분석 방법론에 기반한 디지털/소셜 데이터 활용 고도화

### 미디어/광고 비용 집행 평가 및 Assurance

1. TV, Digital, Outdoor, Magazine 등 여러 미디어 채널 광고 집행의 성과 및 비용에 대한 검토 및 개선사항 도출
2. 광고사기(Ad Fraud) 및 브랜드 세이프티 (Brand Safety)에 대한 가이드라인 제공 및 검증



- 조직의 전략적 목표와 비전 실현을 위한 최적화된 예산 및 효과성 증대 방안 도출

## IV. 기대 효과

데이터 기반의 팀/조직 문화를 형성하여, 대회/경기/선수 브랜드의 관심도와 호감도를 향상시키고, 이를 통해 신규 수익 및 부가가치 창출에 기여

### 데이터 기반 팀/조직 문화 형성

1. 데이터에 기반한 단계별 결정 프로세스 체계화
2. 광범위한 데이터 수집 (팬의 특성, 선호도, 소비 패턴 등)을 통한 구체적 목표와 KPI 설정 가능

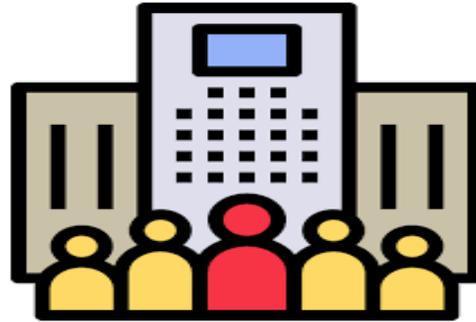
**DATA  
DRIVEN  
ORGANIZATION**



- 조직 및 행사의 디지털화 촉진 및 지속 가능한 디지털 레거시 지원

### 대회/경기/선수 관심도 및 호감도 향상

1. 생애주기별 설정된 목표와 실시간 성과측정에 기반한 디지털 마케팅 방법론 제공
2. 소비자와 팬덤 형성 통한 충성도 및 몰입도 향상



- 조직의 마케팅 Key Message 효과성 제고 및 브랜드 관심도 및 호감도 향상 유도

### 신규 수익 및 부가가치 창출

1. 기존 수익원의 정확한 수익 흐름 파악 및 개선
2. 데이터 기반 특정 패턴과 관련 인사이트로부터 신규 수익원 발굴과 전략적 파트너십 구축 가능



**New Revenue  
Opportunities**

- 스포츠 자체를 넘어 문화, 관광과의 연계를 통한 부가가치 창출 및 네트워크 고도화



# 딜로이트 원 디지털 마케팅 (One Digital Marketing) 파트너

딜로이트는 디지털 마케팅 컨설팅 전략에서 캠페인 및 콘텐츠 실행/운영까지 통합된 End-to-End 오퍼링 지원을 통해 고객에게 최고의 가치를 제공하는 토탈 서비스를 제공합니다. 기존의 전통적인 컨설팅 회사가 접근할 수 없는 딜로이트 글로벌 및 한국 딜로이트 그룹 내 디지털 마케팅 역량을 총 결합하여 고객의 대외 경쟁력 강화 및 미래지향적 디지털 비즈니스 환경을 제공하며 변화를 이끌어 가고 있습니다.

## Professionals



**이대의 파트너**  
Digital Marketing CoE 리더 |  
A&A Digital 부문장  
Tel : 02 6099 4892 |  
E-mail: daelee@deloitte.com



**김태환 파트너**  
Consulting | Deloitte Digital  
Tel : 02 6676 3756 |  
E-mail : taehwankim@deloitte.com



**강윤정 파트너**  
브랜드/마케팅커뮤니케이션 |  
PR Gate 대표  
Tel : 02 6676 1459 |  
E-mail : yunjekang@deloitte.com



**임정훈 전무**  
A&A Digital 부문 |  
Marketing & Media Assurance  
Tel : 02 6676 1371 |  
E-mail : junglim@deloitte.com



**한경수 파트너**  
Consulting | Deloitte Digital  
Tel : 02 6676 3753 |  
E-mail : kyuhan@deloitte.com

# Deloitte.

## Insights

 제안요청 문의 Click

**손재호 Partner**  
성장전략본부 본부장  
jaehoson@deloitte.com

**정동섭 Partner**  
딜로이트 인사이트 리더  
dongjeong@deloitte.com

**연구원**  
배순환 이사  
[soobae@deloitte.com](mailto:soobae@deloitte.com)  
신인식 차장  
[insshin@deloitte.com](mailto:insshin@deloitte.com)

**디자이너**  
박근령 과장  
[keunrpark@deloitte.com](mailto:keunrpark@deloitte.com)

**Contact us**  
[krinsightsend@deloitte.com](mailto:krinsightsend@deloitte.com)

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other.

DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more. Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo. This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication.

DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인("저작권자")에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용 시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.