



# K리그 구단의 미디어 마케팅 전략

## 「마켓 이노베이션」과 「매스콤과 현대사회」강의페어링

### 교수님 지도

#### 목적

K리그 구단의 효과적인 미디어 마케팅을 위해 팬들의 니즈 또는 관심사와 같은 기존의 데이터를 분석하여 미디어를 활용해 더욱 다양하고 상상력 넘치는 아이디어를 소비자 혹은 인터넷 플랫폼을 통해서 창의적으로 고안하는 것이다. K리그 구단이 다양한 미디어 플랫폼을 효과적으로 활용하고 팬들의 참여와 관심을 증진시키기 위하여 아이디어를 제안한다.

#### 「마켓 이노베이션」에서의 강의페어링

글로벌 IT 기업들은 모두 Click&mortar 형 기업이다. 과거의 아날로그 산업과 디지털 기술을 활용한 기업들처럼 K리그 또한 과거의 기존 문화, 마케팅 방식들을 분석하고 활용하여 미디어를 통하여 더욱 다양한 방식으로 팬문화를 증진시키는 마케팅 전략이다.

#### 「매스콤과 현대사회」에서의 강의페어링

미디어를 통해서 기존의 데이터를 분석하고 효과적인 전략을 개발 할 수 있도록 활용할 수 있다. 또한 미디어가 일방적 소통의 매체가 아닌 쌍방향의 소통을 통해서 K리그 팬들의 다양한 니즈를 충족시키고 여러 아이디어를 공유시킬 수 있도록 미디어의 역할을 이행한다.

#### 강의페어링 융합 사례

기존의 K리그가 가지고 있는 여러가지 문화와 팬들과 구단의 상호작용을 바탕으로 쿠팡플레이는 성공적으로 K리그 중계를 진행했다. 쿠팡플레이는 구단과 팬들이 다양하게 소통을 할 수 있게 했고, 리그 차원에서 다양한 행사를 주최하여 데이터를 확보하고 분석하여 장기적인 마케팅을 준비하는 모습을 보여줬다. 또한 구단별로 지역팬들 대상으로 상황에 맞는 행사들을 준비하여 팬들과 구단이 소통하는 모습을 보여줬고, 다양한 아이디어를 공유하며 미디어 마케팅을 성공적으로 진행시켰다. 일반적인 소통의 매체가 아닌 구단과 팬들이 자유롭게 소통할 수 있는 미디어의 역할을 충분히 활용하였다. 온라인 마케팅을 통해서 K리그는 여러 아이디어를 공유할 수 있었고, 기존의 데이터를 활용한 더욱 창의적인 마케팅을 진행 할 수 있었다. 구단별로 팬들의 니즈와 관심이 다르기 때문에 미디어의 개념을 적극적으로 활용하여 팬들과의 연관성을 높이기 위해 노력하고, 팬들이 어떠한 이벤트의 긍정적 반응을 보이고 그것을 어떻게 활용하는지가 중요하다.

#### 강의페어링 적용 가능 사례

팬들과 온라인 상담 시스템을 구축하여 팬들은 구단의 공식 웹사이트나 앱을 통해 질문이나 의견을 제출하고, 구단은 해당 내용에 대한 피드백을 신속하게 제공하며 팬들은 온라인 플랫폼을 통해 선수들이나 감독들과 더욱 가까워지는 경험을 할 수 있게된다.

#### 결론

구단과 팬들 간의 소통을 촉진하기 위해서 미디어를 적극적으로 활용하고, 온라인 마케팅을 통해 다양한 아이디어를 공유할 수 있다, 팬들의 니즈와 관심을 파악하여 구단과의 연관성을 높이기 위해 노력하며 여러 데이터를 확보하고 분석하여 장기적인 마케팅을 준비할 수 있다. 지역 팬들을 대상으로 상황에 맞는 행사를 개최하여 구단과 팬들의 소통을 강화할 수 있다. 팬들의 긍정적인 반응과 이벤트 참여를 적극적으로 활용하여 마케팅 전략을 구성할 수 있다. 이러한 접근 방식을 통해 K리그 구단들은 팬들과의 관계를 강화하고, 미디어 마케팅을 효과적으로 활용하여 구단의 인지도와 팬들의 참여를 증진시킬 수 있다.

#### 참고자료

(마켓 이노베이션 - 조재운  
소셜 빅데이터를 이용한 뉴노멀 시대 K리그 팬 성향 분석 - 최영진, 정태현, 한남희  
K리그 시민과 도민 구단의 경기관람 증대를 위한 마케팅 믹스 IPA분석및 재관람 영향요인 분석 - 강인기, 김종환)