

A HANDBOOK FOR SMALL BUSINESS OWNERS

# 카드뉴스와 상세페이지, 처음 만드는 분께

왜 직접 만드는지부터 응용까지, 사장님의 페이스로 한 단계씩  
올라가는 가이드. 자료실에서 항상 최신 도구와 함께 사용하세요.

교육

소상공인 AI 마케팅

강사

김다운

발행

주식회사 바이론

자료실

강의 자료실

FOREWORD · 이 가이드 사용법

# 읽기 전에 한 번만 보고 가시면 좋습니다

이 가이드는 강의에서 실제로 진행한 작업을 순서 그대로 옮긴 안내서입니다. 짧은 페이지를 한 번에 하나씩 따라가시면 흐름이 자연스럽게 몸에 익습니다.

## 순

서가 가장 중요합니다. 왜 → 무엇 → 도구 → 실전 → 응용의 흐름으로 만들었습니다. 중간 단계를 건너뛰면 뒤 단계가 어색해집니다. 한 챕터를 끝내고 다음으로 넘어가세요.

완벽보다 완료가, 디자인보다 순서가, 욕심보다 한 장씩이 — 결국 더 멀리 데려갑니다.

— 본문 중에서

## 목차

### PART 1 · 왜 · 무엇

|    |                                        |    |
|----|----------------------------------------|----|
| 01 | 왜 직접 만들어야 하나<br>비용·시간·다채널 활용의 복리       | 04 |
| 02 | 두 가지 기본 개념<br>카드뉴스 5장 시리즈와 상세페이지 8장 세로 | 06 |
| 03 | 사용하는 도구<br>ChatGPT와 자료실에 있는 전용 GPTs    | 08 |

### PART 2 · 카드뉴스 만들기

|    |                            |    |
|----|----------------------------|----|
| 04 | 정보 입력<br>흑임자 라떼 신메뉴 시나리오   | 10 |
| 05 | 스토리 다섯 장 확정<br>이미지 전에 카피부터 | 11 |
| 06 | 1번 카드 — 톤을 결정하는 한 장        | 12 |
| 07 | 2·3번 카드 — 같은 톤으로           | 13 |
| 08 | 4·5번 카드 + 인스타 업로드          | 14 |

### PART 3 · 상세페이지 만들기

|    |                        |    |
|----|------------------------|----|
| 09 | 정보 입력<br>온기식탁 드림백 시나리오 | 16 |
| 10 | 여덟 장 헤드라인 확정           | 17 |
| 11 | 1·2·3번 — HERO와 원료·제조   | 18 |
| 12 | 4·5·6번 — 사용·맛·영양       | 19 |
| 13 | 7·8번 + 합치기와 스토어 등록     | 20 |

### PART 4 · 응용과 마무리

|    |                       |    |
|----|-----------------------|----|
| 14 | 다른 업종에 그대로 — 핸드메이드 비누 | 22 |
| 15 | 레벨 셋 — 어디서부터 시작할까     | 23 |
| 16 | 한 걸음 더 — 시즌·다채널·A/B   | 24 |
| 17 | 막혔을 때 — 자주 만나는 여섯 가지  | 25 |
| 18 | 체크리스트와 자주 묻는 질문       | 26 |

**자료실 안내** 이 가이드에 등장하는 모든 GPTs와 도구는 **강의 자료실의 자료공유 페이지**에 정리되어 있습니다. 강사가 계속 업데이트하므로, 매번 자료실에서 들어가는 방식이 항상 최신 버전을 보장합니다.

PART 1 · 왜 · ONE

## 왜 직접 만들어야 하나

기술을 배우기 전에 이유를 먼저 알아두면 매번 결과를 받을 때마다 흔들리지 않습니다. 외주를 아예 끊자는 이야기가 아니라, 사장님이 직접 만들 수 있는 영역을 넓히자는 이야기입니다.

소

상공인 사업에서 카드뉴스와 상세페이지는 한 번 만들고 끝이 아닙니다. 신메뉴, 시즌, 이벤트, 신제품, 정책 변경 — 매월 새로 필요합니다. 직접 만들 수 있다면 이 모든 빈도에 즉시 대응할 수 있습니다.

### 외주 한 번이 가진 무게

| 항목            | 외주 단가   | 외주 소요 | 직접 만들 때 |
|---------------|---------|-------|---------|
| 카드뉴스 5장 한 세트  | 15~30만원 | 3~5일  | 15분     |
| 상세페이지 8장 한 세트 | 30~80만원 | 1~2주  | 30분     |
| 메뉴판·POP·전단지   | 10~30만원 | 3~5일  | 5분      |
| 포스터·시즌 배너     | 15~50만원 | 5~7일  | 5분      |

금액보다 중요한 것은 **시간**입니다. 외주 1~2주를 기다리는 동안 시즌이 지나갑니다. 신메뉴 출시 당일에 SNS에 올릴 카드뉴스가 없는 매장과, 출시 당일 오전에 만들어 올리는 매장은 다릅니다.

## 한 번 만든 자료는 네 곳에 다시 쓰입니다

같은 카드뉴스 5장을 인스타그램 캐러셀 · 네이버 블로그 · 카카오톡 채널 · 자사몰 메인 — 이렇게 네 곳에 동시에 사용합니다. 같은 상세페이지 한 장은 스마트스토어 · 쿠팡 · 11번가 · 자사몰에 그대로 사용합니다. 만드는 데 든 시간이 네 곳에서 결과로 돌아옵니다.

---

240만원

카드뉴스 절감

월 1세트 기준 / 년

200만원

상세페이지 절감

분기 1회 / 년

100만원

메뉴·POP 절감

월 1회 / 년

540만원

합계

최소 추정

---

**한 줄 요약** 외주를 끊자는 것이 아니라, 외주만 의지하는 상태에서 벗어나자는 것입니다. 직접 만들 수 있게 되면 외주의 견적·일정에도 휘둘리지 않습니다.

---

PART 1 · 무엇 · TWO

## 두 가지 기본 개념 카드뉴스와 상세페이지

실전에 들어가기 전에 두 작업의 차이를 분명히 해둡니다. 같은 도구로 만들지만 목적·길이·활용처가 완전히 다릅니다. 이 차이를 알아야 어느 자리에 어느 작업을 쓸지 흔들리지 않습니다.

---

### 카드뉴스 — 다섯 장 시리즈

인스타그램 캐러셀(스вай프 가능한 다중 사진) 한 게시물에 다섯 장이 들어가는 형식입니다. 다섯 장은 한 편의 짧은 이야기로 구성됩니다.

| 장 | 역할   | 한 줄로                  |
|---|------|-----------------------|
| 1 | HOOK | 스크롤을 멈추게 하는 한 문장      |
| 2 | 문제   | 고객이 평소 느끼는 답답함        |
| 3 | 해결   | 우리 매장·제품의 대답          |
| 4 | 증거   | 왜 이게 진짜인지 — 숫자·재료·인증  |
| 5 | CTA  | 지금 어떻게 하면 좋은지 — 행동 유도 |

## 상세페이지 — 여덟 장 세로

스마트스토어 · 쿠팡 · 자사몰의 상품 페이지 안에 들어가는 긴 PNG 한 장입니다. 여덟 장의 작은 슬라이드를 위에서 아래로 이어붙입니다. 구매자가 스크롤하면서 결정합니다.

| 장 | 역할      | 한 줄로            |
|---|---------|-----------------|
| 1 | HERO    | 첫 인상 — 제품의 한 마디 |
| 2 | 원료      | 무엇으로 만들어졌나      |
| 3 | 제조      | 어떻게 만들어지나       |
| 4 | 사용      | 어떻게 즐기나         |
| 5 | 맛 / 효과  | 어떤 가치를 주나       |
| 6 | 영양 / 스펙 | 객관적 정보          |
| 7 | 차별점     | 왜 우리 제품인가       |
| 8 | CTA     | 가격·배송·구매 유도     |

## 두 작업을 관통하는 네 가지 원칙

- 01 **정보가 풍성할수록 결과가 풍성하다.** 카드뉴스 다섯 장이든 상세페이지 여덟 장이든, 사장님이 처음 입력한 정보의 디테일만큼 결과의 디테일이 따라옵니다.
- 02 **이미지 전에 텍스트 먼저.** 카피·헤드라인을 먼저 텍스트로만 받고 컨펌합니다. 이미지가 만들어진 다음에는 카피 흐름을 바꾸기 어렵습니다.
- 03 **반드시 한 장씩.** 한 번에 다섯 장(여덟 장)을 만들면 톤이 흩어집니다. 1번 톤을 확정하 다음 2번, 그 다음 3번 — 이 순서가 시리즈 일관성의 핵심입니다.
- 04 **한 번 만든 것은 네 곳에 활용한다.** 인스타·블로그·카카오·자사몰. 만드는 노력은 한 번, 결과는 네 번.

### PART 1 · 도구 · THREE

## 사용하는 도구

두 가지뿐입니다. ChatGPT 계정 하나와, 강의 자료실에 정리되어 있는 전용 GPTs.  
자료실은 강사가 계속 업데이트하므로 매번 자료실에서 들어가는 방식이 항상 최신을 보장합니다.

## 준비물 다섯 가지

- 01 **ChatGPT 계정.** chatgpt.com 접속 → 구글 또는 카카오로 로그인. 무료 계정도 됩니다 (하루 만들 양 적음). 본격적으로 쓰실 거면 ChatGPT Plus(월 ₩28,000) 권장. *외주 한 번만 줄여도 1년치 본전입니다.*

- 02 자료공유 페이지에서 GPTs 접근.** 강의 자료실 → 자료공유 → "Custom GPTs" 카테고리에서 카드뉴스 GPTs와 상세페이지 GPTs를 매번 클릭해서 들어갑니다. 즐겨찾기에 박아두지 마시고 **자료실에서 들어가는 습관**을 들이세요 — 강사가 GPTs를 개선·교체할 때 자료실에는 항상 최신 링크가 있습니다.
- 03 메모장에 정보 적기.** AI에게 줄 재료를 미리 정리. 즉석에서 짜내려고 하면 막힙니다. 다음 페이지의 양식을 미리 메모장에 옮겨두세요.
- 04 제품·매장 사진 한 장 (선택).** 스마트폰으로 찍은 컷이면 충분. 매장 외부·내부·간판·대표 제품 중 한 장. Lv 1으로 진행하실 거면 없어도 됩니다.
- 05 편안한 자세.** 노트북이 글자가 커서 편합니다. 스마트폰도 가능. 한 세트 만드는 데 5~15분. 차 한 잔 드시고 시작하세요.

## 메모장에 적어둘 정보 — 양식

| 카드뉴스용                                               | 상세페이지용                                     |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>① 주제 한 줄.</b> 무엇을 알리는지<br>예 "신메뉴 흑임자 라떼 출시"      | <b>① 제품명·카테고리</b><br>예 "온기식탁 드립백 아메리카노"    |
| <b>② 제품·정책 설명 3~5줄</b><br>원료·가격·기간·혜택·강점            | <b>② 원료·소재·산지</b><br>어디의 흙, 어디의 원두, 어디의 농장 |
| <b>③ 강조 키워드 (숫자·기간·혜택)</b><br>예 "오픈 1주 · 1,000원 할인" | <b>③ 제조법·인증</b><br>수작업·소량·HACCP·SCAA       |
| <b>④ 타겟 한 줄.</b> 누가 볼지<br>예 "20~30대 카페 단골"          | <b>④ 사용·활용법 + 맛/효과</b>                     |
| <b>⑤ 톤 (선택).</b> 분위기<br>모던 미니멀·카페 따듯·비비드            | <b>⑤ 가격·배송·차별점</b><br>"정상가 → 할인가 · 무료배송"   |

**자료실에서 들어가는 이유** AI 도구는 자주 바뀝니다. 강사가 더 좋은 GPTs로 업데이트하거나 새 도구를 추가하기도 합니다. 자료실은 항상 최신 상태로 유지되므로, 거기서 들어가시면 자동으로 최신 버전을 쓰게 됩니다.

## PART 2 · 카드뉴스 · FOUR

# 카드뉴스, 정보부터 풀어 적기

자료실에서 카드뉴스 GPTs로 들어가면 인사 메시지가 뜹니다. 절대 "카드뉴스 5장 만들어줘" 한 줄만 던지지 마세요. 준비한 메모를 한 번에 입력하는 것이 첫 번째 핵심입니다.

# 정

보 입력 단계가 카드뉴스 품질의 90%를 결정합니다. 사장님이 직접 알고 있는 디테일을 풍성하게 적을수록 결과가 풍성해집니다.

### 카드뉴스 GPTS

안녕하세요. 카드뉴스 5장 시리즈를 만들어드리겠습니다. 먼저 다섯 가지를 알려주세요. 주제 한 줄 · 제품·정책 상세 · 강조 키워드 · 타겟 · 톤.

### 사장님 입력

- ① **주제** 신메뉴 흑임자 라떼 출시
- ② **설명** 매장에서 직접 갈아 만든 흑임자 라떼.  
단맛은 사과즙으로만, 카페인은 절반.  
오픈 1주일 1,000원 할인.
- ③ **강조** '오픈 1주 · 1,000원 할인 · 카페인 절반'
- ④ **타겟** 20-30대 카페 단골
- ⑤ **톤** 모던 미니멀, 따뜻한 카페 무드

### 카드뉴스 GPTS

잘 받았어요. 먼저 5장 카피만 텍스트로 보여드리겠습니다. 카피가 마음에 드시면 그때 이미지를 만들겠습니다.

여기서 자주 막힙니다 GPTs가 곧장 이미지를 만들기 시작하려고 하면 멈추세요. "잠깐, 먼저 카피만 텍스트로 보여주세요"라고 적으면 됩니다. 카피가 확정되기 전에 이미지를 만들면 다섯 장 톤이 흩어집니다.

## PART 2 · 카드뉴스 · FIVE

# 스토리 다섯 장, 카피부터 확정

GPTs가 다섯 장의 카피를 표 형태로 보여줍니다. 사장님은 천천히 읽고 약한 장을 짚어 다시 받기를 몇 차례 반복합니다. 이 단계가 길어 보여도 가장 중요합니다.

### 카드뉴스 GPTS

5장 카피 초안 — 이미지는 아직 만들지 않습니다

- 1·HOOK "쫄쫄한 깨 한 스푼을 라떼에"
- 2·문제 "달기만 한 시그니처가 지겨우셨다면"
- 3·해결 "매장에서 직접 갈아 만든 흑임자 라떼"
- 4·증거 "단맛은 사과즙으로만 · 카페인 절반"
- 5·CTA "오픈 1주일 · 1,000원 할인"

이대로 진행할까요? 수정하실 장이 있나요?

### 사장님 답변

좋아요. 이대로 확정. 톤은 모던 미니멀(크림 + 딥브라운)로, 1번 카드만 먼저 만들어주세요.

## 약한 장을 다시 받는 법

막연한 요청은 막연한 결과를 가져옵니다. 몇 번 장의, 무엇을, 어떻게 세 가지가 다 들어가야 좋은 요청입니다.

| 잘못된 요청           | 잘된 요청                                          |
|------------------|------------------------------------------------|
| "별로네요. 다시 해주세요." | " <b>1번 HOOK</b> 가 약해요. 숫자를 더 강조해서 다시"         |
| "느낌이 안 와요."      | " <b>3번 해결</b> 을 더 구체적으로. '직접 갈아'를 첫 줄에 넣어주세요" |
| "분위기를 바꿔주세요."    | " <b>전체적으로</b> 좀 더 친근하게. 존댓말 줄이고 짧은 문장으로"      |

## PART 2 · 카드뉴스 · SIX

# 1번 카드 — 톤을 결정하는 한 장

스토리가 확정되면 GPTs가 1번 카드 이미지 한 장을 출력합니다. 여기서 톤을 잡아야 나머지 네 장이 같은 색감으로 따라옵니다. 천천히 보고 판단하세요.

## PLATE 01 — OF FIVE

HOOK · 실제 결과물



크림 배경 + 우드 그레인 + 깊은 브라운 활자 + 우상단 작은 깨 일러스트. 다음 네 장이 이 무드를 그대로 따라잡니다.

## 1번을 보고 셋 중 하나 고르기

- A    **톤 OK.** "2번 카드 만들어주세요" — 가장 흔한 경우. 다음 페이지로.
- B    **글자가 너무 작다.** "1번 카드, 헤드라인을 더 크게. 화면 절반 차지하게 다시"
- C    **색감이 너무 어둡거나 밝다.** "1번 카드, 배경을 더 따뜻한 크림 톤으로 다시"

**절대 하지 말 것** "다섯 장 한 번에 만들어주세요". 톤이 다 다르게 나옵니다. 인스타에서 다섯 장이 따로따로 보여 전문성이 떨어집니다. 무조건 한 장씩.

## PART 2 · 카드뉴스 · SEVEN

## 2·3번 카드, 같은 톤으로 흘러가는지

1번 톤이 OK라고 말하면 GPTs가 같은 톤을 기억하고 2번을 만듭니다. 2번 보고 OK → 3번. 한 장씩 컨펌하면서 흘러갑니다. 색감·활자·배경이 동일한지만 보세요.

## PLATE 02

## 문제



"달기만 한 시그니처가 지겨우셨다면" — 빈 잔과 갈색 링.

## PLATE 03

## 해결



"매장에서 직접 갈아 만든" — 갈린 깨와 작은 절구.

### 여기서 톤이 흐트러지면

2번이 1번과 색감·서체가 달라 보이면 — "2번을 다시. 1번과 같은 크림 배경, 같은 서체로" 라고 정확히 짚어주세요. AI는 모호하게 요청하면 모호하게 답합니다.

**한 장씩 진행하는 이유** GPTs는 방금 전 출력을 가장 잘 기억합니다. 한 번에 다섯 장을 만들면 첫 장과 마지막 장 사이에 톤이 흩어집니다. 한 장씩 가면 매번 직전 장을 기준 삼기 때문에 흐름이 깨지지 않습니다.

## PART 2 · 카드뉴스 · EIGHT

# 4·5번 카드, 증거와 행동 유도

남은 두 장은 증거(숫자)와 행동 유도. 이 두 장이 사장님이 정말 전달하고 싶은 핵심입니다. 마지막으로 한 번 더 천천히 확인하세요.

### PLATE 04

#### 증거 · 숫자



"단맛은 사과즙으로만 · 카페인 절반" — 사과 슬라이스와 원두.

### PLATE 05

#### CTA · 행동 유도



"오픈 1주 · 1,000원 할인" — 잔에 따라지는 모션.

## 인스타그램 캐러셀로 다섯 장 업로드

- 01 생성된 카드 다섯 장을 모두 다운로드. 파일 이름은 **1·2·3·4·5** 순서로 — 중요합니다.
- 02 인스타그램 앱 → 게시물 작성(+) → **여러 항목 선택** 아이콘 누르고 다섯 장 모두 체크. 순서 1→5로 등록.
- 03 캡션에 핵심 한두 줄 + 신청·예약 링크 + 해시태그 5~10개 → 업로드.
- 04 같은 다섯 장을 **네이버 블로그 · 카카오톡 채널 · 자사몰**에도 그대로 올리세요. 한 번 만든 자료는 네 곳 활용입니다.

20만원

외주 비용

1세트 5장

3-5일

외주 소요

초안+수정

15분

이 방식

5장 완성

240만원

연간 절감

월 1세트

PART 3 · 상세페이지 · NINE

## 상세페이지, 정보를 한 번에 풀어 적기

상세페이지는 카드뉴스보다 정보량이 많습니다. 한 번에 모두 입력하고 여덟 장을 한 호흡으로 짜는 것이 효율적. 흐름은 카드뉴스와 같습니다 — 정보 → 텍스트 → 컨펌 → 한 장씩.

**사** 장님이 잘 알지만 평소에 말 안 한 디테일을 모두 적으세요. "전자레인지 OK", "HACCP 인증", "24시간 안에 포장" — 작은 디테일 하나가 한 장의 헤드라인이

됩니다.

#### 상세페이지 GPTS

스마트스토어 상세페이지 8장 시리즈를 만들어드리겠습니다. 제품 풀 정보를 알려주세요.

#### 사장님 입력

- ① **제품명** 온기식탁 드립백 아메리카노 (24개입)
- ② **원료** 에티오피아 예가체프 싱글오리진. SCAA 84+
- ③ **제조** 매장 소량 로스팅 · 24시간 내 포장
- ④ **사용** 뜨거운 물 한 잔에 3분
- ⑤ **맛** 블루베리·다크초콜릿·견과류 노트
- ⑥ **스팩** 1봉 10g · 24봉 · 첨가물 0% · HACCP
- ⑦ **차별점** 당일 로스팅, 다음날 배송 · 직거래
- ⑧ **가격** 24,000원 → 19,900원 · 무료배송
- 톤** 모던 카페 (크림 + 우드 + 미니멀)

#### 상세페이지 GPTS

잘 받았어요. 먼저 8장 헤드라인만 텍스트로 보여드리겠습니다. 약한 장이 있으면 같이 다듬고 나서 이미지를 만들겠습니다.

### PART 3 · 상세페이지 · TEN

## 여덟 장 헤드라인, 표 보고 컨펌

카드뉴스 흐름과 동일 — 이미지 전에 헤드라인 여덟 장을 텍스트로 받고 컨펌합니다. 여덟 장이 한 페이지에 세로로 이어붙여질 때 자연스러운 흐름이 되어야 합니다.

## 상세페이지 GPTS

## 8장 헤드라인 초안 — 이미지는 아직

- 1·HERO "겨울 햇살, 한 잔"
- 2·원료 "갓 로스팅한 SCAA 84+ 원두"
- 3·제조 "매일 소량, 24시간 안에 드립백"
- 4·사용 "뜨거운 물 한 잔에 3분"
- 5·맛 "쓰지 않은 진짜 단맛"
- 6·영양 "원두 100% · 캡슐 24개입"
- 7·차별점 "당일 로스팅, 다음날 배송"
- 8·CTA "정상가 24,000원 → 19,900원"

이대로 진행할까요?

## 사장님 답변

좋아요. 확정. 톤은 모던 카페로, HERO(1번)만 먼저 만들어주세요.

## 약한 장을 다시 받는 법

| 잘못된 요청       | 잘된 요청                                       |
|--------------|---------------------------------------------|
| "2번 다시 해주세요" | "2번을 더 <i>감성적</i> 으로. '갓 로스팅'을 키워드로 살려서 다시" |
| "전체적으로 부족해요" | "4번과 5번을 합쳐 한 장으로. 그 자리에 <i>리뷰</i> 장을 추가"   |
| "좋은데 약해요"    | "7번 차별점에 ' <i>중간 유통 0단계</i> ' 키워드 추가해주세요"   |

**가장 중요한 두 장** 5번 맛과 7번 차별점이 약하면 여덟 장 전체가 약해집니다. 이 두 장은 더 신중히 다듬으세요.

## PART 3 · 상세페이지 · ELEVEN

# 1·2·3번 — HERO와 원료·제조

HERO(1번)가 상세페이지 전체의 인상을 결정합니다. 1번 톤이 마음에 들 때까지 다듬고, 그 다음 2번·3번이 같은 톤으로 따라오는지 확인합니다.

---

## PLATE 06 — OF EIGHT

HERO · 기준 톤



"겨울 햇살, 한 잔" — 따뜻한 크림 배경과 부드러운 자연광. 여덟 장 모두의 기준 톤.

## PLATE 07

원료 · 싱글오리진



예가체프 원두와 산지 맵, SCAA 84+ 표기.

## PLATE 08

제조 · 3단계



로스팅 → 그라인딩 → 포장. 한글 라벨과 라인 일러스트.

톤이 안 맞으면 "2번을 다시. 1번과 같은 크림 배경과 같은 활자체로." 1번을 기준으로 정확히 짚어주세요. "전체적으로 좀..." 같은 막연한 요청은 하지 마세요.

## PART 3 · 상세 페이지 · TWELVE

## 4·5·6번 — 사용 · 맛 · 영양

중간 세 장은 사장님 제품의 진짜 매력을 보여주는 자리입니다. 어떻게 즐기는지, 어떤 맛인지, 객관적 스펙은 어떤지 — 구매자 입장에서 궁금한 순서입니다.

## PLATE 09

사용 · 라이프스타일



"뜨거운 물 한 잔에 3분" — 모닝 루틴 한 컷에 책과 작은 화분.

## PLATE 10

맛 · 테이스팅



"쓰지 않은 진짜 단맛" — 블루베리·초콜릿·견과류.

## PLATE 11

영양 · 스펙



"원두 100% · 24개입" — 2×2 그리드와 HACCP 배치.

**맛 한 장이 생명** "쓰지 않다"만 적으면 일반론. "블루베리·다크초콜릿·견과류 노트"처럼 구체적인 키워드를 넣으면 결과 한 장의 디자인 디테일이 달라집니다.

## PART 3 · 상세 페이지 · THIRTEEN

## 7·8번 + 합치기와 스토어 등록

마지막 두 장은 왜 우리 제품을 사야 하는지(차별점)와 지금 어떻게 사면 좋은지(CTA). 여덟 장 완성 후 합치기 도구로 PNG 한 장으로 만들고 스마트스토어에 등록하면 끝입니다.

## PLATE 12

차별점 · 직거래



"당일 로스팅, 다음날 배송" — 매장→포장→고객  
플로우.

## PLATE 13

CTA · 가격



"24,000원 → 19,900원" — 무료배송과 쿠폰.

## 합치기 도구로 PNG 한 장

- 01 8장 모두 다운로드. 파일 이름은 **1·2·3·4·5·6·7·8** 순서로 — 중요합니다.
- 02 강의에서 안내한 **합치기 도구**에 접속
- 03 8장 드래그 앤 드롭(1번이 맨 위, 8번이 맨 아래) → **합치기** → **PNG 다운로드**
- 04 스마트스토어 센터 → 상품 등록 → 상세설명에 PNG 한 장 드래그 → 저장. 같은 PNG를 **자사몰·쿠팡·11번가**에도 그대로 사용.

50만원

외주

1세트 평균

1 - 2주

외주 소요

초안+수정

30분

이 방식

8장 완성

200만원

연간 절감

분기 1회

## PART 4 · 응용 · FOURTEEN

# 다른 업종에 그대로, 핸드메이드 비누 예시

앞의 카드뉴스·상세페이지는 카페 시나리오였습니다. 그러나 흐름은 어느 업종이든 동일합니다. 같은 단계를 핸드메이드 비누 공방에 적용해보겠습니다 — 정보만 바꿔 넣으면 됩니다.

## 입력 양식 — 핸드메이드 비누 (카드뉴스)

### 사장님 입력

- ① **주제** 봄 한정 — 향수꽃 콜드프로세스 비누 출시
- ② **설명** 국산 동백오일 + 향수꽃 추출물.  
합성계면활성제·인공향료 0%.  
5월 한 달, 두 개 사면 한 개 더.
- ③ **강조** '국산 동백 · 인공향료 0 · 1+1+1'
- ④ **타겟** 30-40대 민감성 피부 여성
- ⑤ **톤** 자연 빈티지, 크라프트 + 그린

## 입력 양식 — 핸드메이드 비누 (상세페이지)

### 사장님 입력

- ① **제품명** 향수꽃 콜드프로세스 비누 100g
- ② **원료** 제주산 동백오일 + 향수꽃 추출물 + 코코넛
- ③ **제조** 저온 숙성 30일 · 핸드 커팅 · 소량 생산
- ④ **사용** 아침저녁 세안 · 페이스 + 바디
- ⑤ **효과** 민감성 피부에도 부드럽게. 자극 없는 거품.
- ⑥ **스펙** 100g · 천연 비누 인증 · 보존기간 12개월
- ⑦ **차별점** 비건 인증 · EWG 안전 등급 · 동물실험 X
- ⑧ **가격** 18,000원 → 14,000원 · 두 개 구매 시 한 개 더
- 톤** 자연 빈티지 (크라프트 + 그린)

## 이후의 흐름은 동일

여기서부터는 앞 챕터(04~13)의 흐름과 완전히 같습니다. "5장 카피만 먼저" 요청 → 컨펌 → 1번 카드 → 톤 확정 → 2~5번 차례로. 상세페이지도 "8장 헤드라인만 먼저" → 컨펌 → HERO → 2~8번 차례로. 단 하나의 변경 — 정보만 바꿔 넣으면 됩니다.

**업종 무관 핵심** 카페든 비누든 농산물이든 의류든 — 정보·언어·톤 키워드만 다를 뿐 흐름은 똑같습니다. 이 가이드는 사장님 업종에 맞춰 한 번만 번역하시면 평생 쓰는 흐름이 됩니다.

### PART 4 · 레벨업 · FIFTEEN

## 레벨 셋, 어디서부터 시작할까

지금까지의 모든 흐름은 Lv 1 — 사진 없이 텍스트만으로 만든 방식입니다. 한 세트를 끝까지 가보시고 결과를 보고 Lv 2 또는 Lv 3로 올리시면 됩니다.

### LV ONE 사진 없이 시작

**언제.** 처음 만들어보시는 분 / 매장 사진이 없거나 찍기 부담스러운 분 / 빠르게 한 세트만 보고 싶은 분.

**어떻게.** 이 가이드의 앞 챕터 그대로. AI가 알아서 분위기의 비주얼을 만들어줍니다.

**결과.** SNS 게시물·블로그·매장 공지 같은 단발성 콘텐츠로 충분히 사용 가능.

### LV TWO 사진 한 장 첨부 (추천)

**언제.** 스마트스토어·쿠팡에 실제 판매할 제품 / 우리 매장 톤을 다섯 장 전체에 일관되게 반영하고 싶을 때.

**어떻게.** 정보 입력 단계에서 채팅창 하단의 클립(📎) 아이콘으로 사진 한 장 첨부 → "이 사진의 톤·색감을 1번 카드에 반영해서 만들어주세요"라고 적습니다. 그 다음 흐름은 동일.

**좋은 첨부 사진.** 매장 자연광 컷 · 대표 제품 클로즈업 · 간판 정면 컷. 너무 어둡거나 사람 얼굴이 가까이 들어간 컷은 피하기.

### LV THREE 핀터레스트 무드 사진 추가

**언제.** 광고 캠페인·신제품 출시·브랜드 리뉴얼·계절 한정 — 한 단계 더 높은 톤을 원할 때.

**어떻게.** pinterest.co.kr에서 영어 키워드로 검색 — 예 *minimalist cafe poster · editorial product detail*. 마음에 드는 사진 한 장 저장 → 우리 제품 사진과 함께 두 장 첨부 → "1번 제품을 2번 사진의 레이아웃·여백·타이포 무드로 다시 만들어주세요". 1번 카드만 먼저.

---

**레벨을 빨리 올리지 마세요** Lv 1으로 한 세트 끝까지 가보고 결과를 보고 판단하세요. Lv 1이 충분하면 거기서 멈춰도 됩니다. 완벽보다 완료가 더 중요합니다.

---

## PART 4 · 응용 · SIXTEEN

# 한 걸음 더, 시즌·다채널·A/B

기본 흐름이 익숙해진 사장님께 드리는 네 가지 응용입니다. 한 가지씩 천천히 도입하시면 됩니다. 한 번에 다 하려고 하지 마세요.

### 시즌별 톤 교체

같은 상세페이지 여덟 장은 그대로 두고 톤만 바꾸고 싶을 때 — "이 여덟 장의 톤을 겨울 따뜻한 우드 톤으로 다시 만들어주세요"라고 요청. AI가 여덟 장의 톤을 한 번에 교체합니다. 봄·여름·가을·겨울 네 가지 톤으로 돌리면 같은 제품으로 시즌 마케팅 연 네 번 가능.

## 다채널 동시 활용 — 한 자료 네 곳

| 채널         | 활용 방식                  | 추가 시간 |
|------------|------------------------|-------|
| 인스타그램 캐러셀  | 다섯 장 1→5 순서 다중 사진      | 0분    |
| 네이버 블로그    | 다섯 장 세로로 이어붙임 + 본문 텍스트 | 5분    |
| 카카오 채널 메시지 | 1번 카드만 대표 비주얼 + 짧은 메시지 | 2분    |
| 자사몰 메인 배너  | 1번 카드 가로 비율로 잘라 메인에 노출 | 3분    |

## A/B 톤 테스트

중요한 캠페인이면 같은 다섯 장 카피를 **모던 미니멀**과 **한식 정갈** 두 톤으로 각각 만들어 작은 그룹(매장 단골 5~10명)에 보여주세요. "이 두 톤 중 어느 게 더 가고 싶어 보여?" 한 마디 물어보면 정답이 나옵니다. 데이터보다 빠른 의사결정.

## 외주 견적 협상에 활용

이 가이드로 만든 시안을 들고 외주 디자이너에게 가시면 견적과 일정이 모두 줄어듭니다. "이 시안을 토대로 다듬어주세요"가 "처음부터 만들어주세요"보다 훨씬 가볍기 때문입니다. **직접 만들 수 있는 능력이 외주 가격을 낮춥니다.**

**한 번에 하나씩** 위 네 가지는 한꺼번에 도입하지 마세요. 시즌 교체 한 번 → 다채널 활용 → A/B 테스트 → 외주 협상. 한 가지 익숙해지면 다음 것.

# 막혔을 때 — 자주 만나는 여섯 가지

강의 현장에서 가장 자주 받은 질문 여섯 가지와 응급 처치. 막히면 이 페이지로 돌아오세요.

---

## 1 · 한글 글자가 깨져서 나옴

증상. 헤드라인 글자가 알 수 없는 모양으로 / 자음·모음이 흩어짐. **해결**. "이 카드 다시 만들어주세요. **헤드라인 글자를 더 크게, 정확한 한글로**". 글자가 너무 작거나 줄바꿈이 이상하면 깨질 확률↑.

## 2 · 다섯 장(여덟 장) 톤이 따로따로

증상. 색감·배경·서체가 매 장 다르게. **원인**. "한 번에 다섯 장 만들어주세요" 요청 / 중간에 다른 채팅으로 갔다 돌아옴. **해결**. 처음부터 다시. **1번 톤 확정 → 2~5번 차례로**. 절대 한 번에 X.

## 3 · 제품 모양이 매 장 조금씩 달라짐 (Lv 2)

증상. 첨부한 사진의 제품 라벨·로고·색이 매 장 조금씩 변형. **해결**. "**1번 카드의 제품 모양·색·로고를 정확히 복원해서 2번 만들어주세요**" — 매번 1번을 기준 삼아 요청.

## 4 · 결과가 너무 평범하고 광고 같지 않음

**원인**. 입력한 정보가 너무 적음 / Lv 1으로 시작. **해결**. 정보 입력 단계로 돌아가서 디테일을 한두 줄 더 풍성하게. 또는 **Lv 2·Lv 3**로 업그레이드.

## 5 · 하루 만들 수 있는 양이 다 됐다고 함

**원인**. 무료 계정 일일 한도. **해결**. 다음날까지 대기 / ChatGPT Plus(월 ₩28,000) — 한도가 약 다섯 배.

## 6 · 스토리(카피) 자체가 매력 없음

**원인**. 카피 컨셉을 너무 빨리 끝냄. 약한 장을 그냥 통과. **해결**. 카피 단계로 돌아가서 약한 장 1~2개를 다시 받기. 강의 후 동료에게 다섯 장 카피만 보여주고 "어느 장이 약해 보여?"라고 물어보는 것도 좋습니다.

## PART 4 · 마무리 · EIGHTEEN

# 체크리스트와 자주 묻는 질문

집에 가서 다시 펴봐야 할 페이지입니다. 본 가이드에서 진행한 모든 단계를 한 자리에 정리했습니다.

## 카드뉴스 다섯 장 진행 체크

- ☐ 자료실에서 카드뉴스 GPTs 열기
- ☐ 주제 · 제품·정책 설명 · 강조 · 타겟 · 톤 한 번에 입력
- ☐ "이미지는 아직, 다섯 장 카피만 텍스트로" 요청
- ☐ 약한 장 짚어 카피만 1~3번 수정
- ☐ 다섯 장 카피 모두 확정 후 "1번부터 이미지" 요청
- ☐ 1번 톤 확정 → 2 → 3 → 4 → 5 차례로
- ☐ 인스타 캐러셀 + 블로그 + 카카오톡 채널 + 자사몰 동시 활용

## 상세페이지 여덟 장 진행 체크

- ☐ 자료실에서 상세페이지 GPTs 열기
- ☐ 제품명·원료·제조·사용·맛·스펙·차별점·가격 한 번에 입력
- ☐ "8장 헤드라인 텍스트만 먼저" 요청
- ☐ 약한 장 다시 받기 반복 → 여덟 장 헤드라인 확정
- ☐ HERO(1번) 톤 확정 → 2 → 3 → ... → 8 차례로
- ☐ 합치기 도구로 PNG 한 장
- ☐ 스마트스토어 · 쿠팡 · 자사몰 동시 등록

## 자주 묻는 질문

**Q.** 처음은 어느 레벨로 시작해야 하나요

A. Lv 1으로 한 세트 끝까지. 결과 보고 마음에 들면 그대로 사용, 아니면 Lv 2로.

### Q. 매장 사진은 어떻게 찍나요

A. 흰 벽 앞 자연광에 스마트폰으로. 완벽하지 않아도 됩니다. AI가 배경·조명을 다 처리합니다.

### Q. 핀터레스트 사진의 저작권은 괜찮은가요

A. AI에게 "تون만 참고"하는 것이라 결과물이 ref와 다르게 나옵니다. ref 자체 그대로 게시는 X.

### Q. 왜 한 장씩 만들어야 하나요

A. 한 번에 다섯 장(여덟 장)을 만들면 톤이 흩어집니다. 한 장 확정 후 다음 장 진행해야 시리즈가 일관됩니다.

### Q. 다음에 다시 같은 톤으로 만들려면

A. ChatGPT는 이전 채팅을 기억합니다. "지난번 톤 그대로 새 시리즈"라고 요청하세요.

### Q. 가이드에 나온 GPTs가 가끔 사라지지는 않나요

A. 강사가 더 좋은 도구로 업데이트하기도 합니다. 즐겨찾기에 박아두지 마시고 **매번 자료실에서 들어가는 습관**이 가장 안전합니다.

**가이드를 덮으며** 집에 가서 우리 매장 자료 중 **한 가지만** 골라 이 가이드 그대로 따라 Lv 1으로 한 세트만 만들어보세요. 한 번 만들면 다음부터 5분 안에 돌립니다. 처음 한 번이 가장 중요합니다.

소상공인 AI 마케팅 교육 · 강사 김다윤 · 주식회사 바이론 · 본 가이드의 모든 결과물 이미지는 ChatGPT GPTs(카드뉴스 · 상세페이지)로 실제 생성한 것이며, 시나리오 · 카피 · 결과물은 강사가 실제 진행한 흐름을 그대로 옮긴 것입니다.