



디지털융복합연구 제23권 제3호

ISSN : 2713-6434(Print) 2713-6442(Online)

주요국 소상공인의 AI와 디지털 융복합 기반 마케팅 실행 전략

노규성

To cite this article : 노규성 (2025) 주요국 소상공인의 AI와 디지털 융복합 기반 마케팅 실행 전략, 디지털융복합연구, 23:3, 25-33

① earticle에서 제공하는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 학술교육원은 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

② earticle에서 제공하는 콘텐츠를 무단 복제, 전송, 배포, 기타 저작권법에 위반되는 방법으로 이용할 경우, 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

www.earticle.net

주요국 소상공인의 AI와 디지털 융복합 기반 마케팅 실행 전략

AI and Digital Convergence-Based Marketing Implementation Strategies for Small Business Owners in Major Countries

노규성(Kyoo-Sung NOH)*

국문초록 : 본 연구는 소상공인이 AI를 전략적으로 도입할 수 있도록 실질적으로 실행 가능한 AI 기반 마케팅 전략 프레임워크를 제안하는 것을 목적으로 한다. 문헌조사를 통해 소상공인 마케팅의 구조적 한계와 AI 기술의 활용 가능성을 이론적으로 분석하였으며, 콘텐츠 생성 AI, 이미지 생성 AI, 광고 자동화 도구 등 실제 생성형 AI 툴을 활용한 실행 절차를 설계하였다. 또한 핵심 마케팅 영역별로 실제 전략에 적용 가능한 가이드라인을 제시하였으며, 소셜미디어 마케팅, 광고 전략 최적화, 홍보 및 PR 전략, 영업 전략 및 고객 응대 전략 등으로 구분하여 소상공인이 직접 활용 가능한 실행안을 제시하였다. 특히 프롬프트 설계-실행-성과 측정-개선으로 이어지는 전략 루틴과 KPI 기반 측정 체계는 반복성과 측정 가능성을 구조화하는 데 기여하였다. 이는 AI 도입이 단순한 도구 활용을 넘어서 전략적 루트에 통합될 때 실질적인 성과를 창출할 수 있음을 시사한다. 다만 본 연구는 국내 소상공인에 대한 실증 분석이 포함되지 않았다는 제한점을 지니며, 국내 업종별 맞춤 전략과 장기적 성과 측정을 위한 후속 실증 연구가 요구된다.

주제어 : 소상공인, 생성형 AI 기반 마케팅, AI 전략 프레임워크, 프롬프트 디자인, 전략 실행 매뉴얼

Abstract : This study proposes a practical, executable AI-based marketing strategy framework to help small business owners adopt artificial intelligence (AI) effectively. A literature review was conducted to identify the structural limitations of small business marketing and the potential applications of AI technologies. Based on this, the study designed an execution procedure using real generative AI tools such as content and image generation AI and advertising automation platforms. It also presents strategic guidelines for applying AI to social media, advertising, PR, sales, and customer engagement. A key contribution is the structured routine combining prompt design, execution, performance measurement, and refinement, supported by a KPI-based evaluation system. The study highlights that AI produces better outcomes when integrated into a strategic loop rather than used in isolation. However, empirical validation to Korean small business owners is lacking, and future research should explore industry-specific strategies in Korea and long-term performance outcomes.

Key Words : Small Business Owners, Generative AI-Based Marketing, AI Strategy Framework, Prompt Design, Strategy Execution Manual

I. 서론

생성형 AI의 급격한 확산으로 비즈니스의 디지털 융복합 현상이 두드러지고 있다. 최근 조사에 따르면, 주요국의 소상공인 중 55~89%가 AI 기반 소프트웨어를 이미 사용하고 있으며, 이 중 25%는 생성형 AI(챗봇·이미지 생성 등)를 활용하고 있다고 응답했다[1,2]. 또한 Salesforce 조사에서는 AI 도입 소기업의 91%가 매출 증가 효과를 경험했고, 93%가 비용 효율성을 체감한다고 보고했다[3]. AI의 도입 효과는 특히 직접적이다. 기업들은 고객 대응 시간 단축, 설명문 작성 자동화, 광고 타겟팅 최적화 등을 통해 연간 평균 \$7,500, 상위 25%는 \$20,000 이상 절감했다고 응답했으며, McKinsey 보고서를 인용한 분석에서는 마케팅·영업 등에서 10~15% 이상 노동 생산성 향상, 매출 증대 효과도 확인된다[4].

이처럼 AI 도구는 이미 보편화되고 있으나, 이를 전략적으로 통합하여 체계적 마케팅 실행으로 연결하는 사례는 부족하다. 도구 단편 활용은 가능하지만, '전략 → 도구 설계 → 실행 → 측정 → 개선'의 시스템적 순환이 미흡해서 현장 적용력이 떨어지는 한계가 존재한다[5].

본 연구는 소상공인이 스스로 조직 없이도 현장에서 실행할 수 있는, 범용성 있고 비용효율적인 AI 마케팅 전략들을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이 틀은 업종별 차이를 최소화하면서도 필요에 따라 특정 업종에 최적화 가능한 구조(예: 외식업, 온라인몰 등 업종 특화 모듈 제공)를 포함한다. 또한 PR·광고·홍보·판매 전 영역을 통합하는 엔드투엔드(end-to-end) 마케팅 체계로 설계하여 최초 설계부터 성과 관리까지 가능하게 한다.

이상의 연구 목적 달성을 위해 본 연구는 다음과 같은 연구 방법을 사용한다. 먼저, 소상공인 마케팅 사례, AI 활용형 콘텐츠 생성 및 광고 최적화 연구, ROI 분석 논문 등 문헌 조사를 실시한다. 둘째, 문헌 연구를 기반으로 현실적 실행성 중심의 'AI 마케팅 수립→집행→측정→개선' 모델로 프레임워크를 도출한다. 셋째, 소상공인의 대표적인 AI 도입 성공 사례를 선정, AI 도구를 실제 적용하여 얻은 효과를 확인해본다. 마지막으로 목적에 따른 도구 유형 정리, 샘플 프롬프트 집합과 자동화 워크플로우 예시를 포함하는 적용 매뉴얼을 제시한다.

II. 이론적 배경

1. 소상공인 마케팅의 특성과 한계

소상공인(Small Businesses)은 예산, 인력, 마케팅 전문성 등 여러 자원이 제한된 상황에서 마케팅을 수행하고 있다. 이에 따라 다음과 같은 제약적 애로를 드러낸다[6,7].

첫째, 자원의 제약이다. 마케팅을 위한 시간과 예산이 부족하여 대기업과 같은 장기적 전략 수립이 어려우며, 결과 중심의 단기적 마케팅에 집중할 수 밖에 없다. 둘째, 전문성의 부족 상황이다. 대부분의 소상공인은 마케팅 교육이나 경영 훈련을 받지 않아 전략 수립 및 분석에 분명한 한계를 가지고 있다. 셋째, 시장 분석을 하기가 어렵다. 고객 세분화 및 타겟 마케팅에 필요한 데이터 확보 및 활용이 제한적이다. 넷째, 디지털 격차가 존재한다. 온라인 마케팅 채널 활용은 증가하고 있으나, 그 실행력과 브랜딩 일관성 확보에는 여전히 어려움이 많다[8].

이러한 애로는 소상공인이 효과적인 마케팅 전략을 설계하고 실행하는 데 구조적인 제약이 된다는 점에서, AI 기술의 도입 필요성을 뒷받침한다.

2. AI 기술 개요 및 마케팅 적용 방식

최근 급격히 확산되고 있는 생성형 AI는 다음과 같은 형태로 각종 마케팅 활동에 활용되고 있다[9,10]. 첫째, 예측 분석(Predictive Analytics)이다. AI는 과거 고객 행동 및 매출 데이터를 기반으로 향후 반응을 예측하고 전략적 판단을 지원한다. 둘째, 개인화 엔진(Personalization Engine)의 활용이다. 머신러닝을 활용하여 고객별로 맞춤형화된 콘텐츠, 이메일, 광고를 자동으로 제공하는 등 개인화된 마케팅이 가능하다. 셋째, 마케팅 자동화(Marketing Automation)이 가능하다. AI를 활용하면, 반복적 캠페인 운영, 고객 응답 처리, 리포팅 등을 자동화하여 운영 효율성을 높일 수 있다. 넷째, 다양한 유형의 콘텐츠 생성(Contents Generation)이다. 생성형 AI는 텍스트, 이미지, 음성 등 다양한 콘텐츠를 자동으로 생성하여 콘텐츠 생산 시간을 단축하고 품질을 일정하게 유지하게 해준다.

이러한 기술들은 고객 데이터 수집(C), 인사이트 추출 및 예측(R), 맞춤형 실행(A)으로 이어지는 C-R-A(COLLECT-REASON-ACT) 흐름에 따라 마케팅을 구조화할 수 있도록 돕는다[10].

3. 대표적 AI 전략 사례: John Munsell의 AI Strategy Canvas

John Munsell(Bizzuka CEO)은 AI 전략을 시각화하고 팀 단위에서 실무 적용하기 위한 'AI Strategy

Canvas'를 제안했다[11]. 주요 구성 요소는 다음과 같다.

첫째, 전략 목표를 정의한다. 누구를 위한 마케팅이며, 어떤 문제를 해결하고자 하는지 명확히 한다. 둘째, 데이터 및 인사이트를 구성한다. 사용할 데이터 유형, 수집 방식, 예측 가능한 지표 등을 구조화한다. 셋째, 프롬프트 설계를 전략화한다. 변수 기반 템플릿을 활용하여 다양한 상황에서도 일관된 결과를 도출할 수 있도록 구성한다. 넷째, 성과 관리 및 피드백 루프를 활용한다. KPI 기반 측정 지표를 설정하고, 결과에 따라 전략을 반복적으로 개선한다.

특히 John은 “Scalable Prompt Engineering” 개념을 통해 하나의 프롬프트 구조를 다양한 고객군, 채널, 콘텐츠 유형에 재사용 가능하도록 설계하는 방식의 중요성을 강조하였다.

4. 요약 및 시사점

소상공인 마케팅은 구조적으로 많은 제약을 갖고 있으며, AI는 이러한 약점을 보완하는 도구이자 전략적 파트너로 기능할 수 있다. AI 기술은 콘텐츠 생성, 고객 분석, 예측, 자동화에 이르기까지 마케팅의 모든 단계에 적용될 수 있으며, 전략-실행-성과 측정의 일관된 루프를 구성함으로써 마케팅의 정교성과 효율성을 동시에 달성할 수 있다. 이는 제3장에서 다룬 AI 전략 프레임워크의 기술적 기반과 실행 방향에 대한 이론적 전제를 제공한다.

Ⅲ. AI 기반 마케팅 전략 프레임워크와 기술

1. 전략 프레임워크 개요

소상공인의 마케팅 전략 수립 및 실행을 위한 AI 프레임워크는 <표 1>과 같이 다섯 가지 단계로 구성된다. 각 단계는 특정 AI 기술과 연계되어 있으며, 전략 수립부터 실행, 측정, 개선까지 통합적으로 순환하는 구조를 갖는다[5,12].

<표 1> AI 전략 프레임워크의 주요 내용

단계	핵심 AI 기술	주요 역할
1. 전략 수립 및 고객 포지셔닝	없음 (인간 중심)	STP 기반 고객 정의 및 마케팅 목표 설정
2. 콘텐츠 전략 및 프롬프트 설계	ChatGPT	텍스트 기반 콘텐츠 생성 및 챗봇 설계
3. 시각 콘텐츠 자동화	이미지 생성 AI (DALL·E, Firefly 등)	광고, SNS, 상품 이미지 자동 생성
4. 예측 기반 실행 전략	Forecast AI	매출, 반응을, 수요 예측 및 의사결정 보조
5. 자동화 및 측정-개선 루프	워크플로우 자동화 도구 + KPI 대시보드	실행 자동화 및 A/B 테스트 기반 반복 개선

이 프레임워크는 기술 중심이 아니라 전략 중심으로 구성되며, 각 기술은 목표 달성을 위한 도구로서 유기적으로 통합된다. <표 1>에서 볼 수 있듯이, 이 프레임워크의 단계별 핵심 기술의 역할을 정리하면 다음과 같다.

2. ChatGPT 기반 텍스트 전략 설계

ChatGPT는 마케팅 전략의 실행 단계에서 가장 핵심적인 역할을 담당한다. 특히 블로그, SNS, 이메일, 보도자료 등 콘텐츠 초안 작성, 고객 FAQ 및 챗봇 대화 시나리오 자동 생성, 고객 타겟팅을 위한 메시지 차별화 전략 수립 등과 같은 영역에서 활용된다[12,13]. 이와 관련하여 구조화된 프롬프트 설계를 예시하면 다음과 같다.

고객 세그먼트: [Segment], 주요 Pain-Point: [Pain], 요청 콘텐츠 형식: [Format]

이처럼 템플릿 기반으로 프롬프트를 구조화하면, 다양한 고객군과 콘텐츠 유형에 맞는 자동 콘텐츠 생성을 반복적으로 수행할 수 있다. 프롬프트는 단순 입력이 아니라 전략적 사고를 담는 구조로 설계되어야 하며, 초기 생성 결과에 대해 품질 개선 루프(초안 → 평가 → 수정)를 반복하는 것이 중요하다.

3. 이미지 생성 AI 기반 비주얼 콘텐츠 제작

이미지 생성 AI는 소상공인의 시각적 브랜드 구축과 온라인 마케팅 효율을 극대화하는 데 활용된다. 이는 다음과 같은 순서로 전략에 통합된다[12,14].

- ① 브랜드 스타일 가이드 수립 (톤, 색상, 감성 등)
- ② 프롬프트 템플릿 설계(예시)

스타일: [Style], 분위기: [Mood], 주요 소재: [Subject]

- ③ 프롬프트 기반 이미지 자동 생성 및 수동 검수
 - ④ SNS, 광고, 리플렛 등 다양한 채널에 이미지 배포
- 주요 이미지 생성 AI 도구의 장점 및 활용 팁을 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 비교표: 주요 이미지 생성 AI 도구

도구	장점	소상공인 활용 팁
DALL·E 3	텍스트와 이미지 묘사의 정밀도 우수, ChatGPT 통합 가능성 높음	ChatGPT 플러그인 연동 → 동일 프롬프트 워크플로우 구성
Adobe Firefly	상업용 라이선스 포함, Express 앱으로 누구나 접근 가능	Adobe Express 기반 카드뉴스 및 광고이미지 제작에 적합
Midjourney / Stable Diffusion	높은 예술성, 스타일 톤 조절 자유도 큼	강성 중심 콘텐츠, 페이스북/인스타그램 광고 배너 등에 유리

4. 예측 AI 기반 전략 실행 및 예측 분석

예측 AI는 마케팅 캠페인의 실행 효과를 사전에 추정하고, 최적의 타이밍과 리소스 분배를 돕는다. 예측 AI 활용과 관련되는 주요 분야를 예시하면, 매출 및 반응을 예측 → 광고 예산 및 일정 조정, 리드 스코어링 → 고객군별 집중도 조정, 재고 및 할인 타이밍 최적화 등이다[12,15]. 이러한 예측 AI 도구를 활용하는 절차를 간략히 정리하면 다음과 같다.

- ① CRM, 판매, 웹로그 등 내부 데이터 수집 및 정제
- ② AI 기반 예측 모델 학습 및 실행
- ③ 대시보드 시각화 및 전략 피드백 반영

이러한 예측 기반 전략은 기존 직관 중심의 소상공인 의사결정을 데이터 중심으로 전환시키는 데 기여한다.

5. 전략 자동화 및 측정-개선 루프

AI 기반 마케팅 전략의 마지막 단계는 반복 개선 가능한 자동화 구조 구축이다. 이를 위해서는 ① 프롬프트, 이미지, 콘텐츠 등 결과물의 자동 생성 및 저장, ② SNS, 이메일, 광고 채널과의 API 연동, ③ KPI 추적 및 성과 기반 콘텐츠 조정 (예: A/B 테스트 결과 반영), ④ 인간 검수 및 승인 절차 포함한 윤리적 거버넌스 체계 등의 요소가 필요하다[12,16].

이러한 반복 개선 가능한 자동화의 흐름도 예시를 들면 다음과 같다.

- ① Google Sheets 기반 입력값 수집 (세그먼트, Pain Point 등)
- ② ChatGPT 및 이미지 AI 자동 실행 (프롬프트 기반)
- ③ 자동화 플랫폼 (예: Zapier, Make) 통해 콘텐츠 배포
- ④ Google Analytics, Meta Ads, 이메일 오픈율 등 지표 수집
- ⑤ 리포트 기반 ChatGPT 개선 요청 프롬프트 자동 생성

6. 통합적 시사점

AI 기반 마케팅 전략은 단순히 도구 사용법을 넘어, 전략-도구-실행-측정-개선으로 이어지는 전략적 순환 생태계 차원에서 실행되어야 한다. 본 장에서 제시한 AI 기반 마케팅 전략 프레임워크는 다음의 의미를 가진다.

첫째, 전략 설계에서 실행까지 모든 과정을 AI 기술별로 세분화하고 연결한다. 둘째, 각 기술의 강점을 구조화된 처리 흐름으로 통합한다. 셋째, 소상공인에게도 실행 가능한 수준의 보편성과 확장성을 갖추게 한다. 이러한 프레임워크는 소상공인의 마케팅 전략이 도구 의존형에서 벗어나, 데이터 기반의 자기 강화형 시스템으로 전환되는 데 실질

적 기반이 될 수 있다.

IV. 영역별 AI 마케팅 전략 적용 방안

본 장에서는 소상공인이 AI를 활용하여 실행할 수 있는 마케팅 전략을 4개 영역으로 나누어 정리한다. 각 영역은 마케팅의 핵심 실행 분야이며, AI 기술을 통합함으로써 효율성과 효과성을 동시에 확보할 수 있다. 이를 통해 소상공인은 제한된 자원 내에서도 전략적 성과를 창출할 수 있다.

1. 소셜미디어 마케팅 전략

소셜미디어는 소상공인이 고객과 직접적으로 소통할 수 있는 가장 효율적인 채널이다. AI는 이 영역에서 콘텐츠 제작, 게시 타이밍, 고객 반응 예측을 자동화할 수 있다[17,18].

첫째, 콘텐츠 자동 생성: ChatGPT와 같은 LLM을 활용하여 블로그, 인스타그램, 틱톡 등의 콘텐츠를 자동으로 작성할 수 있다. 프롬프트 기반 콘텐츠 템플릿을 구성하면 반복적인 콘텐츠를 빠르고 일관되게 생성할 수 있다.

둘째, 게시 최적화: AI 스케줄링 툴은 게시 타이밍을 추천하고, 해시태그나 문구에 따른 반응 예측도 가능하다.

셋째, 고객 반응 분석: AI는 과거 반응 데이터를 학습하여 어떤 콘텐츠가 가장 높은 참여율을 보일지를 예측해 준다.

이러한 기술의 도입은 콘텐츠 제작에 드는 시간을 줄이고, 고객 반응을 기반으로 전략적 운영을 가능하게 한다.

2. 광고 전략 최적화

광고는 유료 채널을 통해 빠르게 전환을 유도하는 마케팅 영역이다. AI는 광고 소재 제작과 성과 분석을 자동화하여, 한정된 광고 예산의 효율을 극대화할 수 있다[19,20].

첫째, 광고 크리에이티브 자동 생성: Omneky와 같은 AI 플랫폼은 다양한 광고 버전을 자동 생성하고, 각 버전에 대해 A/B 테스트를 실행하여 고성능 소재를 식별한다.

둘째, 제작 기간 및 비용 절감: AI는 기존보다 빠르게 고품질 이미지나 문구를 생성할 수 있으며, 실제로 대기업 Zalando는 AI를 통해 광고 제작 시간을 8주에서 4일로 단축하고 90%의 비용을 절감했다.

AI 기반 광고 전략은 반복 실험과 예측 분석을 통해 점진적 성과 개선을 유도하며, 광고 ROI(투자 대비 수익률) 제고에 기여한다.

3. 프로모션 및 PR 전략

홍보(PR)와 브랜드 인식 제고는 고객 신뢰를 높이는 핵

심 활동이다. AI는 보도자료 작성, 언론 분석, 감성 모니터링 등 PR 활동의 주요 단계를 자동화할 수 있다.

첫째, 보도자료 자동 작성: PressPal.ai 등은 특정 캠페인 또는 상품에 대한 보도자료 초안을 자동 생성하고 언론사에 배포하는 기능을 제공한다[21].

둘째, 미디어 및 소셜 여론 분석: Brand24, YouScan 등의 도구는 SNS 및 뉴스에서 자사 브랜드에 대한 언급을 수집하고, 감성분석(Sentiment Analysis)을 통해 긍정/부정 반응을 시각화한다[22].

AI를 활용한 PR 전략은 신속한 대응을 가능하게 하고, 위기 관리 및 평판 개선에도 효과적이다.

4. 판매 전략 및 고객 대응

판매 영역에서는 고객의 문의 대응, 리드 발굴, 예측 분석 등이 핵심이다. AI는 챗봇 및 감정 인식 기술을 활용하여 고객 응대를 자동화하고, 판매 가능성이 높은 고객을 식별한다[23,24].

첫째, 챗봇 자동화: Q for Sales와 같은 AI 챗봇은 고객 문의에 대응하면서, 고객의 감정 상태를 실시간으로 분석하고 적절한 후속 조치를 제안한다.

둘째, 리드 스코어링: AI는 CRM 데이터를 기반으로 리드의 전환 가능성을 평가하여, 마케팅 및 영업 리소스를 우선순위가 높은 고객에 집중시킬 수 있도록 한다.

판매 전략에 AI를 적용하면 고객 경험을 향상시키고, 한정된 인력으로도 효율적인 영업 성과를 달성할 수 있다.

5. 영역별 전략 요약

〈표 3〉은 본 장에서 다룬 4개 마케팅 영역별 AI 활용 전략을 요약한 것이다. 각 전략은 대표적인 도구와 핵심 효과를 함께 정리하여 실제 적용 가능성을 높이고자 하였다.

〈표 3〉 영역별 전략 요약

마케팅 영역	AI 적용 기능	대표 도구/사례	기대 효과
소셜미디어	콘텐츠 자동 생성, 게시 최적화, 반응 예측	ChatGPT, Hookle, Buffer AI	시간 절약, 콘텐츠 일관성, 고객 참여도 향상
광고	광고 소재 자동 생성, A/B 테스트 최적화	Omneky, Zalando	광고 비용 절감, 빠른 전환, ROI 향상
PR/프로모션	보도자료 자동 생성, 감성 분석	PressPal.ai, Brand24	효율적 PR 운영, 실시간 여론 모니터링, 위기 대응
판매	챗봇 고객 대응, 리드 분석 및 예측	Q for Sales, CRM+AI	고객 응대 자동화, 전환율 제고, 판매 성과 향상

〈표 3〉은 소상공인이 각 마케팅 영역에서 AI를 어떻게 도입할 수 있는지에 대한 구조적인 인사이트를 제공한다. 특히, 각 전략은 특정 기술 도입이 아니라 전략적 운영의 일부로 AI를 통합해야 효과를 극대화할 수 있다.

V. AI 마케팅 전략의 실제 적용 사례 분석

본 장에서는 제4장에서 제시한 AI 마케팅 전략이 실제 소상공인 기업에서 어떻게 적용되고 효과를 발휘하였는지를 분석한다. 이를 위해 미국 기반 소상공인 사례 두 건을 선정하였으며, 콘텐츠 자동화 사례(Repurpose)와 광고 자동화 사례(2X Monster Trucks)를 중심으로 각 전략의 실행 방식과 성과를 정량적으로 분석하였다. 실증 분석을 위한 사례는 〈표 4〉와 같은 기준을 충족하는 실제 사례를 선정하였다.

〈표 4〉 사례 선정 기준

기준	설명
규모 적합성	직원 30명 이하의 중소 규모 기업
전략 다양성	콘텐츠, 광고, PR, 고객 응대 중 최소 2영역 이상 AI 활용
정량적 성과 포함	성과를 수치로 측정 및 비교 가능
도구 접근성	누구나 사용할 수 있는 범용 AI 도구(ChatGPT, Omneky 등) 사용
최신성	2023~2025년 내 실제 도입 사례

1. Repurpose (친환경 식기 브랜드)

리퍼포우스(Repurpose)는 직원 수 21명 규모의 미국 소재의 친환경 식기 브랜드로, 전국 2만여 소매점에 입점해 있다. 이 회사는 제한된 인력과 예산 내에서 마케팅 콘텐츠 제작, 회계 및 인사 업무의 효율화가 필요했다. 이러한 과제 해결을 위해 리퍼포우스는 마케팅 콘텐츠 제작(ChatGPT 기반), 재무(청구서 자동화), HR(직원 평가 보조) 등의 업무에 AI를 활용하였다. 이 기업에서의 AI 도입에 따른 성과는 〈표 5〉에서 볼 수 있다[25].

〈표 5〉 리퍼포우스의 AI 도입 성과

항목	AI 도입 전	AI 도입 후	개선 효과
제품 설명 작성 시간	평균 30분	평균 5분	80% 단축
블로그/웹 콘텐츠 제작	1일 1건 이하	1일 2건 이상	생산성 2배 증가
회계팀 업무 소요시간	주당 5일	주당 3일	주당 2일 절감
평가/피드백 문서화 시간	팀당 주 5시간	팀당 주 1시간	80% 절감

2. 2X Monster Trucks (이벤트 중심 소기업)

미국의 소규모 이벤트 기획사인 2X Monster Trucks는 각 이벤트에 대해 효율적인 광고 캠페인으로 티켓 판매를 증대하고자 했다. 이를 위해 광고 자동화, 성과 분석 및 개선을 지원하는 범용 AI를 도입했다. Omneky를 도입하여 이미지 및 문구를 자동 생성하고 다양한 광고 크리에이티브에 대해 A/B 테스트를 자동 실행했다. 또한 Creative Insights 도구를 사용해 카피 및 이미지 톤 분석과 반복적인 개선을 수행했다[26]. AI 도입의 성과는 <표 6>에 요약되어 있다.

<표 6> 2X Monster Trucks의 AI 도입 성과

지표	Chandler 이벤트	Tucson 이벤트
티켓 판매 매출	약 \$39,000	-
구매 수	684건	-
광고 ROAS	7.32	8.45
CPA(고객획득비용)	\$2.33	-

3. 전략적 함의

두 사례는 소상공인 또는 중소기업이 AI를 전략적으로 도입함으로써 마케팅 및 운영 측면에서 유의미한 성과를 도출할 수 있음을 보여주었다. 이로부터 얻은 전략적 시사점은 다음과 같다.

- ① 전략 루프의 체계적 구성이 중요: 단순한 도구 활용이 아닌 목표 설정 → 실행 → 측정 → 개선의 순환 구조 구축 필요
- ② 콘텐츠 자동화는 가장 즉각적인 ROI 실현 지점
- ③ 광고 최적화는 매출 직접 효과가 큰 영역
- ④ 인간 검토와 피드백 반영 구조가 병행되어야 AI 성과가 극대화됨
- ⑤ 중장기적으로는 영역 간 통합 전략 및 데이터 기반 의사결정 체계로 확장 가능

다음 장에서는 이러한 사례 기반 전략을 일반 소상공인이 손쉽게 재현할 수 있도록, 프롬프트 템플릿, 실행 절차서, 성과 측정 지표 및 도구 가이드를 포함한 실행 매뉴얼을 제시한다.

VI. 전략 실행 매뉴얼

본 장에서는 제5장의 실증 사례를 바탕으로, 소상공인이 실제로 AI 마케팅 전략을 도입하고 실행할 수 있도록 프롬프트 템플릿, 실행 절차, 성과 측정 지표, 도구 활용 가

이드를 체계적으로 제시한다. 해당 매뉴얼은 기술 이해도가 낮은 일반 소상공인도 따라할 수 있도록 구성하였다.

1. 프롬프트 템플릿 예시

프롬프트는 AI에게 구체적인 작업을 요청하는 명령문이다. 다음은 마케팅 콘텐츠 제작에 활용 가능한 기본 템플릿 이다[13,27].

1) 제품 설명 생성용 프롬프트 예시

다음 조건에 맞는 제품 소개 문구를 작성해 주세요.

- 제품명: [제품 이름]
- 특징: [친환경, 내열성 있음 등]
- 대상 고객: [20~40대 여성, 지속가능성에 관심]
- 톤: [따뜻하고 신뢰감 있게]

2) SNS 콘텐츠 프롬프트 예시

다음 조건을 기반으로 인스타그램 게시물 문구를 작성해 주세요.

- 테마: [계절별 이벤트]
- 감성: [로컬 감성, 감동 포인트 강조]
- 콜투액션: [댓글 유도 또는 링크 클릭 유도]

3) 광고용 카피 프롬프트 예시

우리 제품의 온라인 광고 문구를 3가지 버전으로 생성해 주세요.

- 제품 특징: [가격 대비 성능 우수, 한정 수량]
- 목표 행동: [즉시 구매 유도]
- 광고 채널: [페이스북 / 인스타그램]

2. 실행 절차 (실행 루틴)

AI 마케팅 전략은 단순 실행이 아니라 루틴화된 프로세스를 갖출 때 성과가 극대화된다. 다음은 권장되는 6단계 실행 흐름이다[12].

- ① 목표 설정: 마케팅 목표 명확화 (ex. SNS 참여율 30% 증가)
- ② 프롬프트 설계: 제품, 타겟, 채널에 따른 맞춤형 프롬프트 생성
- ③ 콘텐츠 생성 및 검토: ChatGPT 등으로 콘텐츠 자동 생성 후, 사람이 검토·수정
- ④ 시각 자료 생성: DALL·E, Firefly 등 이미지 생성 AI 활용
- ⑤ 캠페인 배포 및 측정: 광고 또는 SNS 도구와 연동해 게시, 성과 모니터링
- ⑥ 성과 분석 및 프롬프트 개선: KPI 기반 분석 후 프롬프트 수정 또는 캠페인 반복

3. 도구 활용 가이드와 성과 측정 지표 (KPI)

소상공인들이 마케팅 전략 실행을 위해 활용할 생성형 AI 도구들은 수도 없이 많다. 이에 수많은 도구들 가운데 상대적으로 활용도가 높은 모델들 중 소상공인 마케팅 성과 제고에 도움이 될 수 있는 대표적인 도구들을 정리하면 <표 7>과 같다[12,13].

<표 7> 마케팅 전략 실행 지원 AI 도구들

도구명	주요 기능	활용 영역	특징
ChatGPT	텍스트 콘텐츠 자동 생성	블로그, 제품설명, SNS	프롬프트 템플릿 기반 콘텐츠 반복 생성 가능
DALL·E/ Firefly	이미지 생성	광고, SNS 이미지	브랜드 스타일에 맞춘 시각 자료 생성
Omneky	광고 카피/이미지 자동화, A/B 테스트	광고 캠페인	ROAS 분석 및 고효율 광고 자동 추천
Make/ Zapier	자동화 워크플로우	SNS, 이메일, 게시 일정 관리	반복 업무 자동화, API 기반 연동
Brand24/ YouScan	감성 분석, 언론·SNS 스캐닝	PR, 위기 대응	실시간 여론 반응 감지 및 분석

한편 소상공인들이 각 영역별로 AI를 활용하여 마케팅 전략을 실행한 결과에 대한 성과를 측정하는 것 역시 중요하다. 이와 같은 성과 측정을 위한 지표(KPI)와 도구를 정리하면, <표 8>과 같다[12,13,28,29].

<표 8> 마케팅 전략 성과 측정 지표 (KPI)와 도구

영역	주요 KPI	측정 도구
콘텐츠	콘텐츠 작성 시간, 반복 활용률	Google Docs 기록, Notion 템플릿 등
SNS	게시 수, 참여율(좋아요/댓글), 클릭률	Meta Business Suite, Buffer, Hootle
광고	ROAS, CPA, CTR	Meta Ads Manager, Omneky 대시보드
PR	언급 수, 긍정/부정 감성 비율	Brand24, YouScan
응대	응답시간, 전환율, CSAT	챗봇 통계, CRM 리포트

성과는 실행 직후가 아니라 반복된 주기(예: 주간 또는 월간) 내에서 비교 분석하여 개선점을 찾아야 한다.

4. 요약 및 적용 권장 사항

이상 도구의 활용과 관련되는 내용을 정리하면서 적용하기 위한 권장 사항을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 팀 내부에서 재사용 가능한 프롬프트 템플릿을 표준화하고, 캠페인마다 지속적으로 개선해 나가는 체계를 갖춰야 한다. 둘째, 너무 많은 지표를 동시에 관리하지 말고, 전략 목적에 부합하는 핵심 지표(KPI) 중심으로 시작하는 것이 효율적이다. 셋째, 초기에는 반드시 사람이 AI 결

과를 검토하고, 실제 신뢰할 수 있는 품질이라는 확신을 확보한 후 자동화를 확대해야 한다.

이러한 원칙은 단순한 도구 사용을 넘어, 전략적 반복 실행 체계를 구축하는 데 중요한 기반이 된다.

VII. 결론

본 연구는 인공지능(AI)을 기반으로 한 마케팅 전략이 소상공인의 실무 현장에서 어떻게 효과적으로 적용될 수 있는지를 실증적으로 검토하였다. 콘텐츠 제작, 광고 최적화, PR, 고객 응대 등 네 가지 핵심 마케팅 영역에 걸쳐 전략적 프레임워크를 제시하였으며, 이는 본 연구의 주요한 기여로 평가된다.

AI 기술은 자원이 부족한 소상공인에게 실질적인 디지털 전환 수단이 될 수 있으며, 프롬프트 설계 → 실행 → 측정 → 개선으로 이어지는 전략 실행 루프 구조의 중요성이 확인되었다. 실증 사례로 제시된 Repurpose와 2X Monster Trucks는 콘텐츠 생산성, 광고 수익성, 운영 자동화 측면에서 AI 전략의 효과를 입증하였고, 실행 매뉴얼은 소상공인의 도입 가능성을 높였다.

그러나 AI 도입 초기에는 기술 학습 부담, 프롬프트 품질 편차, 자동화 결과에 대한 검토 책임, 개인정보 보호 등의 다양한 제약이 존재함도 확인되었다. 따라서 단순한 도입을 넘어 인간 중심의 감독 체계와 윤리적 설계가 병행되어야 한다는 점을 강조하였다.

이러한 AI 마케팅 전략을 현장에 실제로 확산하기 위해서는 다음과 같은 정책적·교육적 지원이 필요하다. 우선, 공공 주도의 콘텐츠 플랫폼을 통해 프롬프트 템플릿과 업종별 활용 사례를 제공하고, 지역 기반 실습 교육을 확대해야 한다. 특히 유료 AI 도구 사용료 지원이나 공공 대안 도구 마련은 접근성 제고에 효과적이며, 성과 중심의 KPI 모델을 수립하고 인증형 정책 연계가 필요하다. 교육 측면에서는 도구 중심 교육을 넘어서 AI의 전략 내 역할을 이해하는 커리큘럼이 필요하며, 디지털 문해력의 일환으로 프롬프트 설계 역량을 내재화하고 반복 실습을 통해 실행 루틴을 체득하는 방향으로 구성되어야 한다.

AI 마케팅 전략의 실용성과 확장성을 높이기 위해서는 후속 연구도 필요하다. 첫째, 외식업·숙박업·교육업 등 업종별 특화 전략 요소와 실행 모델 비교 분석이 요구된다. 둘째, AI 도입의 단기적 효과를 넘어 브랜드 충성도, 고객 유지율 등 장기적 성과 지표에 대한 체계적 분석이 필요하다. 셋째, 감정 인식 기술과 생성형 AI를 결합한 자동 설

콘텐츠 생성 모델의 가능성도 검토할 필요가 있다. 마지막으로, 소상공인 친화적 AI 윤리 가이드라인과 개인정보 보호 매뉴얼을 마련해 신뢰 기반의 기술 도입 환경을 조성해야 한다.

AI는 더 이상 대기업의 전유물이 아닌, 소상공인도 전략적 사고를 바탕으로 도입하고 운영할 수 있는 실용적인 도구가 되고 있다. 본 연구는 전략 프레임워크 설계, 사례 기반 효과 검증, 실행 매뉴얼 제공이라는 통합적 접근을 통해 소상공인이 마케팅의 각 영역에서 AI를 도입해 성과를 창출할 수 있음을 실증하였다. 향후 AI 마케팅의 성공 여부는 기술 자체가 아닌, 이를 어떻게 전략과 실행 체계에 통합하고 사람 중심의 개선 구조를 유지할 수 있는가에 달려 있다.

다만 본 연구는 국내 소상공인에 대한 실증 분석이 포함되지 않았다는 제한점을 지니며, 국내 업종별 맞춤 전략과 장기적 성과 측정을 위한 후속 실증 연구가 요구된다. 또한, AI 도입 초기 기술 학습 부담, 프롬프트 품질 편차, 개인정보 보호 등의 제약점을 보완하기 위한 연구도 요구된다. 그럼에도 본 연구가 중소기업의 디지털 전환, 정책 설계, 교육 프로그램 개발에 있어 실질적인 기초 자료로 활용되기를 기대한다.

REFERENCES

- [1] ColorWhistle. (2025). *AI Statistics for Small Business (Updated for 2025)*. <https://colorwhistle.com/artificial-intelligence-statistics-for-small-business/>
- [2] E. Trovall. (2024). *Increasingly, small businesses are adopting AI*. <https://www.marketplace.org/story/2024/12/04/small-business-ai-artificial-intelligence-census-data-tasks-technology-growth>
- [3] Salesforce(2024). *New Research Reveals SMBs with AI Adoption See Stronger Revenue Growth*. <https://www.salesforce.com/news/stories/smb-ai-trends-2025/>
- [4] L.Yee, R. Deveau and S. Reis. (2024). *An unconstrained future: How generative AI could reshape B2B sales*. mckinsey. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/an-unconstrained-future-how-generative-ai-could-reshape-b2b-sales>
- [5] A. Anderson. (2024). *Integrating AI into the marketing strategy of small businesses*. MoreThanDigital. <https://morethandigital.info/en/integrating-ai-into-the-marketing-strategy-of-small-businesses/>
- [6] Textla Team. (2025). *10 Common Small Business Marketing Challenges and How to Overcome Them*. Textla. <https://www.textla.com/post/small-business-marketing-challenges>
- [7] R. McMillan. (2024). *Top 15 marketing challenges for small businesses*. capsule. <https://capsulecrm.com/blog/top-15-marketing-challenges-for-small-businesses/>
- [8] D Mc Cartan-Quinn & D. Carson. (2023). *Issues which Impact upon Marketing in the Small Firm*. Springer Nature. <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1025070107609>
- [9] M. Flinders & M. Hayes. (2025). *A guide to AI in marketing*. IBM. <https://www.ibm.com/think/topics/ai-in-marketing>
- [10] M. Russell. (2025). *AI Will Shape the Future of Marketing*. Harvard Division of Continuing Education. <https://professional.dce.harvard.edu/blog/ai-will-shape-the-future-of-marketing/>
- [11] John Munsell. (2025). *INGRAIN AI - Strategy through Execution*. Amazon. <https://www.amazon.com/>
- [12] Iliya Valchanov. (2024). *How to Use AI for Small Business Marketing [2025]*. Team-GPT. <https://team-gpt.com/blog/ai-for-small-business-marketing/>
- [13] Caylin White. (2025). *6 AI Prompts for Small Business Marketing*. Salesforce Asia Blog. <https://www.salesforce.com/ap/blog/ai-prompts-for-small-business-marketing/>
- [14] Cider House Media. (2025). *Best AI Marketing Tools for Small Businesses in 2025: The Complete Guide*. <https://ciderhouse.media/best-ai-marketing-tools-for-small-businesses/>
- [15] Diego Pineda. (2025). *Predictive Analytics and AI: Forecasting Ad Success With Accuracy*. StackAdapt. <https://www.stackadapt.com/resources/blog/ai-predictive-analytics-advertising>
- [16] Tom Ryan. (2024). *Make customer feedback loops seamless with marketing automation*. CustomerTHINK. <https://customerthink.com/make-customer-feedback-loops-seamless-with-marketing-automation/>

- [17] Miguel Rebelo. (2025). *The 8 best AI tools for social media management in 2025*. zapier. <https://zapier.com/blog/best-ai-social-media-management/>
- [18] Tanisha Purcell. (2025). *AI for Social Media Marketing in 2025 | Best Tools & Strategy Guide*. Flytask. <https://www.flytask.com/post/ai-social-media-marketing-2025>
- [19] Anton Mart. (2025). *The Best AI Marketing Solutions for 2025*. m1-project <https://www.m1-project.com/blog/the-best-ai-marketing-solutions-for-2025>
- [20] Lornah Ngugi. (2025). *AI Advertising in 2025: Use Cases, Tools, and Best Practices*. seo.com. <https://www.seo.com/ai/advertising/>
- [21] GlobalBiz Outlook. (2025). *Top 20 AI Tools for Public Relations in 2025: Powering the Future of PR*. https://globalbizoutlook.com/top-20-ai-tools-for-public-relations-in-2025-powering-the-future-of-pr/#google_vignette
- [22] Alex. (2025). *6 Best AI PR Tools in 2025 to Boost Authority and Thought Leadership*. Pressmaster.ai. <https://www.pressmaster.ai/article/6-best-ai-pr-tools-in-2025-to-boost-authority-and-thought-leadership>
- [23] Utkarsh Sharma. (2025). *How to Boost Sales with Conversational AI Lead Scoring*. SquadStack. <https://www.squadstack.ai/voicebot/conversational-ai-lead-scoring>
- [24] Shubham. (2025). *How AI Is Shaping Predictive Lead Scoring & Segmentation in 2025*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/how-ai-shaping-predictive-lead-scoring-segmentation-2025-awbsf/>
- [25] S. S. Hightower. (2025). *This eco-friendly brand offers compostable alternatives to household items. AI has been key to scaling its operations*. BUSINESS INSIDER. https://www.businessinsider.com/compostable-tableware-business-is-using-ai-to-stay-competitive-2025-3?utm_source=chatgpt.com
- [26] Omneky. (2024). *2x Monster Trucks*. <https://www.omneky.com/case-studies/2x-monster-trucks>
- [27] Douglas Bonderud. (2024). *The 28 best AI prompts for small businesses*. Sage Blog. <https://www.sage.com/en-ie/blog/the-28-best-ai-prompts-for-small-businesses/>
- [28] SuperAGI. (2025). *Top 10 AI Tools for Sales and Marketing KPIs in 2025: A Comprehensive Review and Comparison*. <https://superagi.com/top-10-ai-tools-for-sales-and-marketing-kpis-in-2025-a-comprehensive-review-and-comparison/>
- [29] BrandsatPlay blog. (2025). *The AI Digital Marketing Playbook: 12 Marketing KPIs for Explosive ROI*. <https://blog.brandsatplayllc.com/blog/the-ai-digital-marketing-playbook-12-kpis-for-explosive-growth>