

# 마케팅 프롬프트 엑셀러레이터

Prompt Accelerator: 즉각적인 성과 창출을 위한 실행 중심 마케팅 솔루션

Prepared for Investors & Executive Board

## 1. Executive Summary

본 프로젝트는 기 확보된 **140명의 모임 회원**을 기반으로 '고수익 마케팅 프롬프트 + 4주 기수제 챌린지'를 결합한 유료 모델입니다. 진입 장벽을 낮춘 초기 런칭 전략으로 즉각적인 Cash Flow를 창출하고, 이후 가격 정상화 및 외부 확장을 통해 가속 성장을 도모합니다.

TARGET AUDIENCE

**140+**

기존 확보 회원 (Core)

PROFIT MARGIN

**95%**

초기 영업이익률

GROWTH GOAL

**10%**

매 기수 매출 성장률

## 2. Service Overview & Mechanism

### 2.1 The System: 성과 창출 메커니즘

단순 텍스트 공유를 넘어선 입체적인 실행 시스템으로, **Input → Process → Output**의 완결된 구조를 제공합니다.

#### INPUT

마스터 프롬프트 키트  
(즉시 적용 템플릿)

#### PROCESS

4주 기수제 챌린지  
+ 전문가 코칭

#### OUTPUT

업무 시간 90% 단축  
매출 전환율 상승

## 2.2 상품 구성 (Value Proposition)

### Content

- 50종 마스터 프롬프트 킷
- 상황별 응용 가이드북

### Action

- 4주 기수제 챌린지 (강제성)
- 전용 커뮤니티 네트워킹

### Feedback

- 전문가 1:1 결과물 코칭
- 결과물 최적화 피드백

## 3. Market Strategy

### 3.1 타겟 고객 (Target Segments)

#### Primary 기존 모임 회원 140명

신뢰가 형성된 Core 그룹, 초기 전환율 극대화

#### Secondary 1인 기업가 & 스타트업

마케팅 효율화 니즈가 강력한 확장 타겟

### 3.2 런칭 전략 (Launch Tactics)

- Scarcity (희소성):** 선착순 30명 한정 모집으로 FOMO 유발
- Anchoring (앵커링):** 정상가 15만원 대비 60% 파격 할인
- Urgency (긴급성):** 매 기수 할인율 10%씩 축소 → 빠른 결정 유도
- Momentum (성장):** 4기부터 정가 전환 및 지속적 외부 확장

## 4. Revenue Model & Financial Plan

### 4.1 Pricing Strategy (할인 축소 전략)

기수	가격	할인율	전략적 목표
1기 (Early Bird)	60,000원	60% 할인	최대 FOMO 유발
2기	90,000	40% 할인 ↓	할인 축소 시작
3기	120,000	20% 할인 ↓	가격 정상화 진행
4기 이후	150,000	0% (정가)	수익 극대화

**🕒 Urgency 전략:** 매 기수마다 할인율이 10%씩 감소하여 고객의 빠른 의사결정을 유도합니다.

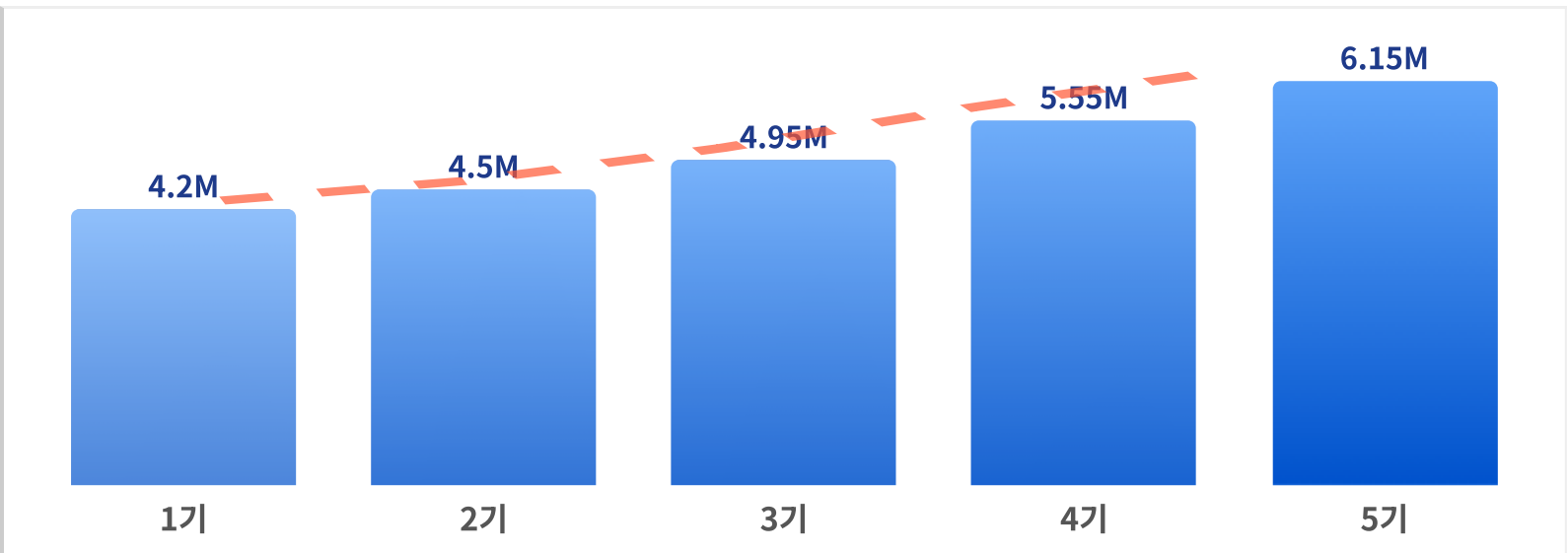
### 4.2 1st Cohort Simulation

시나리오	전환율	예상 매출
Scenario A	50%	4,200,000원
Scenario B	30%	2,520,000원
Scenario C	15%	1,260,000원

### 4.3 중장기 성장 시뮬레이션 (J-Curve Projection)

초기 런칭 성공을 바탕으로 매 기수 10% 성장을 가정한 매출 추이입니다.

**💡 Price Increase Strategy:** 1기(6만원) → 2기(9만원) → 3기(12만원) → 4기+(15만원) 단계적 가격 인상으로 고객 조기 전환 유도



\* 단위: 백만 원 (KRW)

## 5. 실행 로드맵 (Execution Roadmap)

준비부터 확장까지 단계별 실행 계획을 수립하여 리스크를 최소화합니다.

### Phase 1 (준비)

~ D-7

가이드북 제작 / 티징 / 결제세팅

### Phase 2 (1기)

D-Day ~ D+28

선착순 모집 / OT / 챌린지 운영

### Phase 3 (확장)

D+29 ~

후기 가공 / 2기 모집 / 외부광고

## 6. Risk Management & Conclusion

### 리스크 관리 (Risk Mitigation)

- 프롬프트 유출 우려  
→ 단순 정보가 아닌 '노하우'와 '피드백' 중심의 경험재로 차별화
- 성장 정체 시  
→ 무료 세미나(Webinar)를 통해 모객 풀(Pool) 선제적 확대
- 만족도 하락 시  
→ 불만족 시 100% 환불 정책으로 신뢰도 제고

### 최종 제언

본 사업은 실패 비용이 '0'에 수렴하는 저위험 고수익 모델입니다.

완벽한 준비보다는 **Lean Startup** 방식의 신속한 런칭을 통해 시장 반응을 확인하고, 확보된 Cash Flow를 기반으로 빠르게 Scale-up 하는 전략을 강력히 권장합니다.