

### ### ESTV 코인 상장 후 마케팅 전략: 구체적 실행 계획 및 예산 세부

이전 전략을 기반으로 구체적 실행 계획을 타임라인 중심으로 설계했습니다. 총 예산은 100만 USD (약 1,300억 KRW, 2026 환율 1,300원 기준)로 가정하며, 이는 2026 크립토 마케팅 벤치마크(토큰 런치 시 평균 10-50만 USD 규모)를 참고한 현실적 수준입니다. 예산 분배는 효율성을 위해 KOL(인플루언서) 중심에서 KOC(키 오피니언 컨슈머)와 AI 도구 활용으로 최적화했습니다. (예: 메가 KOL 대신 마이크로 인플루언서 20명 분산으로 비용 70% 절감 가능.)

- **\*\*총 예산 분배 기준\*\***: 단기 40% (40만 USD), 중기 30% (30만 USD), 장기 30% (30만 USD).
- **\*\*예산 세부 항목\*\***: 인플루언서 30% (30만 USD), 콘텐츠 제작 40% (40만 USD), 퍼포먼스 광고 20% (20만 USD), PR/이벤트 10% (10만 USD).
- **\*\*관리 팁\*\***: AI 도구(예: 인플루언서 매칭 플랫폼)로 비용 최적화, 매월 KPI(매수 유입, 유지율) 측정 후 재배분. 책임자: 마케팅 팀장(전체 감독), 콘텐츠 매니저, PR 스페셜리스트.

아래 테이블은 단계별 실행 계획과 예산 세부를 요약합니다. 각 항목에 타임라인, 구체적 액션, KPI, 예산을 포함했습니다.

단계	타임라인	주요 액션 (구체적 실행 계획)	KPI (측정 지표)	예산 세부 (USD)
단기 : 상장 모멘텀 최대화 (상장 폭발적 론칭 D+7 ~ D+30) 지	- D-7D-1: 준비/테스 트 D+7: 폭발적 론 칭 D-7 ~ D+30) 지	1. <b>에어드랍 &amp; 콘테스트</b> : ESTV 앱 내 푸시 알림으로 에어드랍 신청 유도 (3% 공급량, 1인당 10-50 USD 상당). 업비트와 협업 트레이딩 콘테스트 (상금 풀 5만 USD, 매수량 기준 랭킹). 2. <b>KOL 파트너십</b> : 한국 크립토 KOL 5명(팔로워 5-10만) + 마이크로 인플루언서 20명(1-5만) 계약. 콘텐츠: 상장 발표 릴스/포스트 (ESTV 유틸리티 강조). AI 도구로 콘텐츠 자동 번역/배포. 3. <b>라이브 AMA</b> : 상장 당일 X/유튜브 라이브 (CEO 출연, 1시간 Q&A). 사전 프로모션: 틱톡 숏폼 10개 업로드 (조회수 목표 50만). 4. <b>PR 푸시</b> : 한국 미디어 10곳(코인텔레그래프 KR, 서울경제) 보도자료 배포. 테마: "ESTV 상장: 1.6억 회원 기반 DeFi 혁신".	- 신규 유입: 80만 명- 매수 유입: 월 600만 USD- 소셜 참여: AMA 조회 10만+- 가격 상승: 20-50%	총 40만 USD- 에어드랍/콘테스트: 10만 (상금+개발)- KOL: 12만 (메가 5만/명, 마이크로 3천/명)- 콘텐츠/라이브: 10만 (제작+프로모션)- PR: 8만 (배포+미디어 바이)
중기 : 안정화 와성 장 (D+31 ~ D+90) 니십 발표	- 월 1: 인센티브 론칭- 월 2: 콘텐츠 시리즈 발표 월 3: 파트 니십 발표 D+90)	1. <b>스테이킹 인센티브</b> : ESTV 웹사이트/앱에 스테이킹 프로그램 오픈 (APR 15%, 30일 홀드 보너스 5%). 프로모션: 이메일 뉴스레터 (1.6억 회원 타겟, 오픈율 20% 목표). 2. <b>교육 콘텐츠 시리즈</b> : 유튜브 채널에 주 2회 업로드 ("ESTV로 DeFi 시작하기" 10편). 한국어/영어 버전, AI 자막 도구 사용. 게스트: 업비트 전문가 초대. 3. <b>파트너십 발표</b> : 바이낸스 추가 상장 협상/발표 (D+60). NFT 마켓플레이스 파트너십 (예: OpenSea). 주 간 업데이트: 텔레그램 채널 포스트. 4. <b>퍼포먼스 마케팅</b> : 메타/구글 광고 (타겟: 크립토 관심자, 예산 일 2천 USD). 리퍼럴 프로그램: 친구 초대 시 10 USD ESTV 보상.	- 유지율: 30%- 활성 홀더: 20만 명 증가- 콘텐츠 조회: 100만+- 가격 안정: 10-20% 추가 상승	총 30만 USD- 인센티브: 8만 (보상 풀+개발)- 콘텐츠: 10만 (제작+게스트 피)- 파트너십: 6만 (협상+발표 이벤트)- 광고/리퍼럴: 6만 (플랫폼 비용)
장기 : 생태계 빌딩 (D+91 ~ D+365) 별 확장	- 분기 1: 커뮤니티 빌딩 - 분기 2: SEO/AEO - 분기 3-4: 글로벌 확장	1. <b>토큰 게이트 콘텐츠</b> : 디스코드 서버 오픈 (홀더 전용 채널, 월 1회 웨비나). 퀘스트 이벤트: 홀더 증명 시 NFT 드롭. 2. <b>SEO/AEO 최적화</b> : 블로그에 장문 기사 20편 업로드 ("2026 크립토 트렌드: ESTV 역할"). AI 도구로 검색 최적화, Google 검색 상위 10% 목표. 3. <b>글로벌 확장</b> : 아시아 버전 콘텐츠 (중국어/일본어 번역, 로컬 KOL 10명 계약). 국제 이벤트 참가 (예: Token2049, 비용 5만 USD). 4. <b>데이터 기반 반복</b> : GA4/온체인 분석으로 매월 리뷰. A/B 테스트: 광고 크리에이티브 변형 테스트.	- 장기 홀더: 50만 명- TVL: 1억 USD+- 글로벌 유입: 40% 비율- 가격 상승: 누적 100%+	총 30만 USD- 커뮤니티: 8만 (서버 운영+이벤트)- SEO/AEO: 10만 (콘텐츠 제작+AI 툴)- 글로벌: 8만 (번역+KOL+이벤트)- 분석/테스트: 4만 (툴+컨설팅)

#### #### 추가 세부 사항 및 팁

- \*\*예산 최적화\*\*: KOC/마이크로 인플루언서 활용으로 비용 효율 ↑ (메가 KOL 1명 대신 20명 분산, 참여율 5% vs. 1.5%). AI 플랫폼(인플루언서 매칭)으로 3배 변환율 향상.

- **\*\*위험 관리\*\***: 모든 콘텐츠에 "투자 위험 공개" 포함, 한국 FSC 규정 준수. 예산 초과 시 퍼포먼스 광고부터 축소.
- **\*\*팀 구성\*\***: 내부 팀 5명 (마케팅 팀장, 콘텐츠 크리에이터 2명, PR 1명, 분석가 1명) + 외주 (KOL 에이전시, AI 도구 벤더).
- **\*\*모니터링 도구\*\***: Google Analytics, Chainalysis(온체인), SocialBlade(소셜 메트릭).

이 계획은 2026 시장 트렌드(예: AI 마케팅, 토큰화 강조)를 반영했습니다. 만약 총 예산 변경이나 특정 단계 세부 조정이 필요하시면 알려주세요!

**ESTV 코인 상장 후 마케팅 전략: 구체적 실행 계획 및 예산 세부**  
이전 전략을 기반으로 구체적 실행 계획을 타임라인 중심으로 설계했습니다. 총 예산은 100만 USD (약 1,300억 KRW, 2026 환율 1,300원 기준)로 가정하며, 이는 2026 크립토 마케팅 벤치마크(토큰 런치 시 평균 10-50만 USD 규모)를 참고한 현실적 수준입니다. 예산 분배는 효율성을 위해 KOL(인플루언서) 중심에서 KOC(키 오피니언 컨슈머)와 AI 도구 활용으로 최적화했습니다. (예: 메가 KOL 대신 마이크로 인플루언서 20명 분산으로 비용 70% 절감 가능.)

- **총 예산 분배 기준**: 단기 40% (40만 USD), 중기 30% (30만 USD), 장기 30% (30만 USD).
- **예산 세부 항목**: 인플루언서 30% (30만 USD), 콘텐츠 제작 40% (40만 USD), 퍼포먼스 광고 20% (20만 USD), PR/이벤트 10% (10만 USD).
- **관리 팀**: AI 도구(예: 인플루언서 매칭 플랫폼)로 비용 최적화, 매월 KPI(매수 유입, 유지율) 측정 후 재배분. 책임자: 마케팅 팀장(전체 감독), 콘텐츠 매니저, PR 스페셜리스트.

아래 테이블은 단계별 실행 계획과 예산 세부를 요약합니다. 각 항목에 타임라인, 구체적 액션, KPI, 예산을 포함했습니다.

단계	타임라인	주요 액션 (구체적 실행 계획)	KPI (측정 지표)	예산 세부 (KRW)
단기 : 상장 모멘텀 최대화 (상장 D-7 ~ D+30)	- D-7D-1: 준비/테 스트 D+D+7: 폭발적 론칭 - 심) D+8~D+ 30: 후속 유지	1. 에어드랍 & 콘테스트: ESTV 앱 푸시 + 업비트 협업 트레이 딩 콘테스트 (상금 풀 중심) 2. KOL 파트너십: 한국 크립토 KOL 5명 + 마이크로 인플루언 서 20명 계약 (릴스/포스트 중 심) 3. 라이브 AMA: 상장 당일 X/유튜브 라이브 + 틱톡 숏폼 10개 4. PR 푸시: 한국 미디어 10곳 보도자료 배포	- 신규 유입: 80만 명- 매수 유입: 월 600만 USD (약 87억 KRW)- 소셜 참 여: AMA 조회 10만+- 가격 상승: 20-50%	총 5.8억 KRW- 에어드랍 /콘테스트: 1.45억 (상금+ 개발)- KOL: 1.74억 (메 가 약 7,250만/명, 마이크 로 약 435만/명)- 콘텐츠/ 라이브: 1.45억 (제작+프 로모션)- PR: 1.16억 (배 포+미디어 바이)
중기 : 안정 화 성장 (D+31 ~ D+90)	- 월 1: 인센티브 론칭- 월 2: 콘텐 츠 시리 즈- 월 3: 파트 너십 발 표	1. 스테이킹 인센티브: APR 15% 프로그램 오픈 + 이메일 뉴스레터 2. 교육 콘텐츠 시리즈: 유튜브 주 2회 업로드 (10편) 3. 파트너십 발표: 바이낸스 추가 상장/발표 + NFT 파트너십 4. 퍼포먼스 마케팅: 메타/구글 광 고 + 리퍼럴 프로그램	- 유지율: 30%- 활성 출 더: 20만 명 증 가- 콘텐츠 조 화: 100만+- 가 격 안정: 10-20% 추가 상승	총 4.35억 KRW- 인센티 브: 1.16억 (보상 풀+개 발)- 콘텐츠: 1.45억 (제 작+게스트 피)- 파트너십: 8,700만 (협상+이벤트)- 광고/리퍼럴: 8,700만 (플 랫폼 비용)
장기 : 생태 계빌 딩 (D+91 ~ D+36 5)	- 분기 1: 커뮤 니티 빌 딩- 분기 2 : SEO/AE O- 분기 3-4: 글 로벌 확 장	1. 토큰 게이트 콘텐츠: 디스코 드 홀더 전용 + 웨비나/퀘스트 2. SEO/AEO 최적화: 블로그 장 문 기사 20편 + AI 검색 최적화 3. 글로벌 확장: 아시아 콘텐츠 번역 + 로컬 KOL 10명 + 국제 이벤트 참가 4. 데이터 기반 반 복: GA4/온체인 분석 + A/B 테 스트	- 장기 홀더: 50만 명- TVL: 1억 USD (약 1,450억 KRW)+- 글로벌 유입: 40% 비율 - 가격 상승: 누적 100%+	총 4.35억 KRW- 커뮤니 티: 1.16억 (서버+이벤 트)- SEO/AEO: 1.45억 (콘텐츠+AI 툴)- 글로벌: 1.16억 (번역+KOL+이벤 트)- 분석/테스트: 5,800 만 (툴+컨설팅)

## 총 예산 요약 (KRW)

- 총계: 14.5억 KRW(100만 USD 기준)
  - 단기: 5.8억 KRW (40%)
  - 중기: 4.35억 KRW (30%)
  - 장기: 4.35억 KRW (30%)

### 항목별 총합:

- 인플루언서/KOL: 약 4.35억 KRW (전체 30%)
- 콘텐츠 제작/교육: 약 5.8억 KRW (전체 40%)
- 퍼포먼스 광고/리퍼럴: 약 2.9억 KRW (전체 20%)
- PR/이벤트/파트너십: 약 1.45억 KRW (전체 10%)

## 추가 팁 (KRW 기준 적용 시)

- 예산 절감 포인트: 마이크로 인플루언서 중심으로 하면 KOL 비용을 30~40% 줄  
일 수 있음 (예: 1.74억 → 1억 이하 가능).
- 월별 집행 예시: 단기 1개월 집중 투입 (5.8억 중 70% 첫 2주), 이후 중장기 균

등 분할.

- **위험 대비:** 환율 변동 시 (현재 1,450원 기준) 매월 재조정. 예산 초과 방지를 위해 퍼포먼스 광고부터 축소.
- **팀/외주:** 내부 팀 운영비 별도 (추가 1~2억 KRW 추천), 외주 KOL 에이전시 + AI 콘텐츠 톨 비용 포함.