

### ### 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: 매가 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: D-7~D-1 상장준비/테스 모멘텀 최대화 D-7 ~ D+7 D+8~D+30 D+30	- KOL 파트너십: - - - 라이브 AMA: - 출연, 1시간 Q&A). 사전 프로모션: 개 업로드 (조회수 목표 50만).4. PR 푸시: 지 미디어 10곳(코인텔레그래프 KR, 서울경제) 보도 자료 배포. 테마: "ESTV 상장: 1.6억 회원 기반 DeFi 혁신".	1. 에어드랍 & 콘테스트: ESTV 앱 내 푸시 알림 으로 에어드랍 신청 유도 (3% 공급량, 1인당 10~50 USD 상당). 업비트와 협업 트레이딩 콘테 스트 (상금 풀 5만 USD, 매수량 기준 랭킹).2. KOL 파트너십: 한국 크립토 KOL 5명(팔로워 5-10만) + 마이크로 인플루언서 20명(1-5만) 계 약. 콘텐츠: 상장 발표 릴스/포스트 (ESTV 유튜 (상장 폭발적 론리티 강조). AI 도구로 콘텐츠 자동 번역/배포.3. D-7 칭 ~ D+8~D+3 출연, 1시간 Q&A). 사전 프로모션: 틱톡 솟풀 10 D+30) 0: 후속 유 개 업로드 (조회수 목표 50만).4. PR 푸시: 한국 미디어 10곳(코인텔레그래프 KR, 서울경제) 보도 자료 배포. 테마: "ESTV 상장: 1.6억 회원 기반 DeFi 혁신".	- 신규 유입: 80만 명- 매수 유 개발)- KOL: 12 입: 월 600만 USD- 소셜 참 마이크로 3천/ 여: AMA 조회 10만+- 가격 상 이브: 10만 (제 승: 20-50%)	총 40만 USD- 에어드랍/콘테스 트: 10만 (상금+ 만 명- 매수 유 개발)- KOL: 12 만 (메가 5만/명, USD- 소셜 참 마이크로 3천/ 여: AMA 조회 10만+- 가격 상 이브: 10만 (제 승: 20-50%)
중기: D+1 ~ D+31 안정화 와 성장 D+90	- 월 1: 타겟, 오픈율 20% 목표).2. 교육 콘텐츠 시리즈: 인센티브 유튜브 채널에 주 2회 업로드 ("ESTV로 DeFi 시 작하기" 10편). 한국어/영어 버전, AI 자막 도구 2: 콘텐츠 사용. 게스트: 업비트 전문가 초대.3. 파트너십: 시리즈 - 발표: 바이낸스 추가 상장 협상/발표 (D+60). ~ 월 3: 파트너십 발표 간 업데이트: 텔레그램 채널 포스트.4. 퍼포먼스 마케팅: 메타/구글 광고 (타겟: 크립토 관심자, 예산 일 2천 USD). 리퍼럴 프로그램: 친구 초대 시 10 USD ESTV 보상.	1. 스테이킹 인센티브: ESTV 웹사이트/앱에 스테 이킹 프로그램 오픈 (APR 15%, 30일 출드 보너 스 5%). 프로모션: 이메일 뉴스레터 (1.6억 회원 1: 타겟, 오픈율 20% 목표).2. 교육 콘텐츠 시리즈: 유지율: 30%- (보상 풀+개발)- 활성 출더: 20만 콘텐츠: 10만 명 증가- 콘텐츠 (제작 + 게스트 조회: 100만+- 피)- 파트너십: 가격 안정: 6만 (협상+발표 10-20% 추가 상승) 10-20% 추가 상승 이벤트)- 광고/ 리퍼럴: 6만 (플 랫폼 비용)	- 유지율: 30%- (보상 풀+개발)- 활성 출더: 20만 콘텐츠: 10만 명 증가- 콘텐츠 (제작 + 게스트 조회: 100만+- 피)- 파트너십: 가격 안정: 6만 (협상+발표 10-20% 추가 상승) 10-20% 추가 상승 이벤트)- 광고/ 리퍼럴: 6만 (플 랫폼 비용)	총 30만 USD- 인센티브: 8만 (보상 풀+개발)- 콘텐츠: 10만 (제작 + 게스트 피)- 파트너십: 6만 (협상+발표 이벤트)- 광고/ 리퍼럴: 6만 (플 랫폼 비용)
장기: D+91 ~ D+365 생태계 빌딩	- 분기 1: 커뮤니티 빌딩 - 분기 2: SEO/AEO - 분기 3-4: 글로벌 확장	1. 토큰 게이트 콘텐츠: 디스코드 서버 오픈 (홀 더 전용 채널, 월 1회 웨비나). 퀘스트 이벤트: 홀드 증명 시 NFT 드롭.2. SEO/AEO 최적화: 블 로그에 장문 기사 20편 업로드 ("2026 크립토 트 렌드: ESTV 역할"). AI 도구로 검색 최적화, Google 검색 상위 10% 목표.3. 글로벌 확장: 아 시아 버전 콘텐츠 (종국어/일본어 번역, 로컬 KOL 10명 계약). 국제 이벤트 참가 (예: Token2049, 비용 5만 USD).4. 데이터 기반 반 복: GA4/온체인 분석으로 매월 리뷰. A/B 테스 트: 광고 크리에이티브 변형 테스트.	- 장기 헐더: 50(서버 운영+이벤 만 명- TVL: 1억 트)- SEO/AEO: USD+- 글로벌 10만 (콘텐츠 제 유입: 40% 비율 작+AI 헐)- 글로 - 가격 상승: 누벌: 8만 (번역 적 100%+ +KOL+이벤트)- 분석/테스트: 4 만 (홀+컨설팅)	총 30만 USD- 커뮤니티: 8만 장기 헐더: 50(서버 운영+이벤 만 명- TVL: 1억 트)- SEO/AEO: USD+- 글로벌 10만 (콘텐츠 제 유입: 40% 비율 작+AI 헐)- 글로 - 가격 상승: 누벌: 8만 (번역 적 100%+ +KOL+이벤트)- 분석/테스트: 4 만 (홀+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 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 (KRW)
단기: 상장 모멘텀 최대화 (상장 D-7 ~ D+30)	- D-7D+1: 준비 / 태깅 콘테스트 (상금 풀 중심) D+7: 폭발적 론칭 (~D+30): 후속 유지	1. 에어드랍 & 콘테스트: ESTV 앱 푸시 + 업비트 협업 트레이딩 콘테스트 (상금 풀 중심) KOL 파트너십: 한국 크립토 유입: 월 600만명 KOL 5명 + 마이크로 인플루언서 20명 계약 (릴스/포스트 중심) 3. 라이브 AMA: 상장 당일 여: AMA 조회 X/유튜브 라이브 + 틱톡 솟풀 10개 4. PR 푸시: 한국 미디어 10곳 보도자료 배포	- 신규 유입: 총 80만명 - 매수 유입: 월 600만명 USD (약 87억 KRW)- 소셜 참여: 1.74억 (매월 7,250만명) 가격: 10만+- 가격 상승: 20-50%	총 5.8억 KRW- 에어드랍 콘테스트: 1.45억 (상금+인센티브) KOL: 1.74억 (매월 7,250만명, 마이크로 유입)+ 콘텐츠/제작+프로모션)- PR: 1.16억 (배포+미디어 바이)
중기: 안정화 완화 와 성장 (D+31 ~ D+90)	- 월 1: 인센티브 론칭 - 월 2: 콘텐츠 시리즈 - 월 3: 파트너십 발표 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 광고 + 리퍼럴 프로그램	- 유지율: 30%- 활성 풀: 20만명 증가- 콘텐츠 조회: 100만+- 가격: 10-20%	총 4.35억 KRW- 인센티브: 1.16억 (보상 풀+개발)- 콘텐츠: 1.45억 (제작+게스트 피)- 파트너십: 8,700만 (협상+이벤트)- 광고/리퍼럴: 8,700만 (플랫폼 비용)
장기: 생태계 확장 (D+91 ~ D+365)	- 분기 1: 커뮤니티 빌딩 - 분기 2: SEO/AE O- 분기 3-4: 글로벌 확장	1. 토큰 게이트 콘텐츠: 디스코드 풀더 전용 + 웨비나/퀘스트 2. SEO/AEO 최적화: 블로그 장문 기사 20편 + AI 검색 최적화 3. 글로벌 확장: 아시아 콘텐츠 번역 + 로컬 KOL 10명 + 국제 이벤트 참가 4. 데이터 기반 반복: GA4/온체인 분석 + A/B 테스트	- 장기 풀: 50만 명- TVL: 1억 USD (약 1,450억 KRW)+- 글로벌 유입: 40% 비율- 가격 상승: 누적 100%+	총 4.35억 KRW- 커뮤니티: 1.16억 (서버+이벤트)- SEO/AEO: 1.45억 (콘텐츠+AI 풀)- 글로벌: 1.16억 (번역+KOL+이벤트)- 분석/테스트: 5,800만 (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%)

한국어

- 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% 줄일 수 있음 (예: 1.74억 → 1억 이하 가능).
  - **월별 집행 예시:** 단기 1개월 집중 투입 (5.8억 중 70% 첫 2주), 이후 중장기 균형

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 툴 비용 포함.