



# 0원에서 12만 팔로워까지

From Zero to 120K Followers



K-pop Niche Brand Success



aimelbie 케이스 스터디

# 0원에서 12만 팔로워까지

K-pop 니치 브랜드로 글로벌 성공하기



초판 1쇄 발행 2026년 1월

지은이: [저자명]

펴낸이: [출판사명]



이 책의 저작권은 저자에게 있습니다.

저작권법에 의해 보호를 받는 저작물이므로

무단 전재와 복제를 금합니다.



# Preface

## 12만 명이 선택한 브랜드의 비밀

여러분은 지금 이 순간에도 SNS를 스크롤하며 "나도 저런 브랜드를 만들 수 있을까?"라고 생각하고 계신가요?

이 책은 그 질문에 대한 답입니다.

**aimelbie(아이멜비)**는 한국 용인에서 시작된 작은 주얼리 브랜드입니다. 특별한 투자 없이, 거대한 마케팅 예산 없이, 오직 인스타그램 하나로 시작해 현재 **122,000명의 팔로워**와 **5.0점 만점의 고객 평점**을 달성했습니다.

*"K-pop 셀럽이 실제로 착용한 바로 그 주얼리"*

IVE 원영, AESPA 카리나, TWICE 다현... 30명이 넘는 K-pop 아이돌들이 aimelbie의 주얼리를 선택했습니다.

### 이 책에서 배우게 될 것:

- ◆ 니치 시장을 발견하는 프레임워크
- ◆ 예산 없이 셀럽 마케팅을 하는 방법
- ◆ 인스타그램에서 10만 팔로워를 만드는 로드맵
- ◆ 저가 럭셔리 포지셔닝 전략
- ◆ 글로벌 D2C 운영의 실전 노하우
- ◆ 고객 충성도 5.0을 달성하는 비밀



# Contents

서문	3
.....	
01 — 니치 시장 발견하기	6
팬덤 경제의 규모와 기회	7
aimelbie는 어떻게 틈새를 찾았나	10
NICHE 프레임워크	12
.....	
02 —제로 예산 셀럽 마케팅	14
셀럽 착용의 마케팅 파워	15
팬 커뮤니티 활용 전략	21
.....	
03 —인스타그램 10만+ 성장 로드맵	23
콘텐츠 전략	26
팔로워 획득 기술 10가지	30
.....	
04 — 저가 럭셔리 포지셔닝	34
.....	
05 — 글로벌 D2C 운영 노하우	41
.....	
06 — 고객 충성도 5.0의 비밀	47
.....	
맺음말	51

CHAPTER 01



# 니치 시장 발견하기

*Finding Your Niche Market*

---

"모든 사람을 만족시키려 하면,  
아무도 만족시키지 못한다."

— 세스 고딘

---

## 1.1 팬덤 경제의 규모와 기회

K-pop 팬덤은 단순한 음악 소비를 넘어 하나의 **거대한 경제 생태계**를 형성하고 있습니다.

\$12.7B

K-POP 글로벌 시장 규모 (2024)

### 핵심 통계

지표	수치	의미
글로벌 K-pop 팬	1억 7천만 명	전 세계 2%
연간 성장률	15%+	고속 성장 지속
팬 1인당 연간 지출	\$1,422	높은 구매력
굿즈 시장 규모	\$8.9B	2028년 예상

### 팬덤 경제의 특징

#### 1. 감정적 투자가 금전적 투자로 전환

팬들은 아이돌에 대한 사랑을 **소비**로 표현합니다. 이것은 단순한 구매가 아니라 **정체성의 표현**입니다.

#### 2. 낮은 가격 민감도

"내 취애가 쓴 것"이라면 가격은 부차적인 문제가 됩니다.

#### ◆ TIP

팬덤 경제에 진입하려면 "무엇을 팔 것인가"보다 "어떤 팬덤을 타겟할 것인가"를 먼저 정해야 합니다.

### 1.3 aimelbie는 어떻게 틈새를 찾았나

aimelbie

"fairy and lovely styled fashion jewelry"

122K+

팔로워

5.0

평점

\$11-29

가격대

#### 세 가지 핵심 인사이트

인사이트 1: 팬들은 "똑같은 것"을 원한다

✖

"원영이 스타일 목걸이"

✔

"원영이 2023 MMA에서 착용한 Heavenly Crystal Semi Choker"

인사이트 2: 가격 장벽을 낮추면 시장이 커진다

브랜드	평균 가격	접근성
J.ESTINA	\$150-500	낮음
Golden Dew	\$200-800	매우 낮음
aimelbie	\$11-29	매우 높음

CHAPTER 02



# 제로 예산 셀럽 마케팅

*Zero-Budget Celebrity Marketing*

---

"최고의 마케팅은 마케팅처럼  
느껴지지 않는다."

— 톰 피셔버른

---



## 2.1 셀럽 착용의 마케팅 파워

일반적인 인플루언서 마케팅과 "셀럽 착용"은 다릅니다.

### 인플루언서 마케팅

브랜드 → 💰 → 인플루언서

- 비용 발생
- "광고"로 인식
- 신뢰도 제한

### 셀럽 착용 마케팅

자연 발생 → 바이럴

- 비용 없음
- "진짜"로 인식
- 높은 신뢰도

## 셀럽 착용의 ROI

마케팅 유형	비용	도달	전환율
페이스북 광고	\$500	50K	0.5%
인플루언서	\$1,000	100K	1%
셀럽 착용	\$0	500K+	3%+

### ◆ CASE STUDY: IVE 원영 착용 효과

2023년 MMA에서 IVE 원영이 aimelbie의 "Heavenly Crystal Semi Choker"를 착용했을 때:

- ◆ 해당 제품 검색량: **2,400% 증가**
- ◆ 인스타그램 DM 문의: **하루 500건 이상**
- ◆ 제품 품질: **24시간 이내**

CHAPTER 03



# 인스타그램 10만+ 성장 로드맵

*Instagram Growth Roadmap*

---

"팔로워를 사지 마라.  
팔로워를 만들어라."

— 게리 바이너척

---

## 3.2 콘텐츠 전략

### 콘텐츠 믹스 공식



### 셀럽 착용 콘텐츠 템플릿

[그룹명] [멤버명] 이 [이벤트] 에서 착용한  
[제품명] 💎

✨ 바로 이 제품을 만나보세요  
📌 Link in bio

#[그룹명] #[멤버명] #kpop #kpopjewelry

### 알고리즘 핵심 지표

지표	가중치	최적화 방법
저장	35%	유용한 정보 제공
공유	25%	공유하고 싶은 콘텐츠
댓글	20%	질문으로 끝나는 캡션
좋아요	12%	매력적인 첫 이미지

# Break Slide



*Build your own success story.*

CHAPTER 04



# 저가 럭셔리 포지셔닝

*Affordable Luxury Positioning*

---

"가격은 지불하는 것이고,  
가치는 얻는 것이다."

— 워런 버핏

---

## 4.2 \$11-29 스위트 스팟의 비밀

총동구매 가능 영역

# \$11-29

SWEET SPOT

### K-POP 팬의 구매력 분석

- ◆ 타겟 연령: 15-30세
- ◆ 월 평균 팬덤 지출: \$50-150
- ◆ 단일 상품 최대 총동구매: ~\$30

결론: \$30 미만 = 총동구매 가능 영역

### 가격대별 전략

티어	가격	목적
Entry	\$11-15	첫 구매 유도
Core	\$16-22	메인 매출
Premium	\$23-29	객단가 상승

#### ◆ TIP

**\$29.99 vs \$30.00** — 단 \$0.01 차이지만, 심리적으로는 "20달러대" vs "30달러대"의 차이입니다. (좌측 자릿수 효과)

## 6.3 충성 고객 만들기

### 충성도 구축 전술

#### 1. 개인화된 소통

- ✦ 주문 시 이름 기억
- ✦ 이전 구매 언급
- ✦ 맞춤 추천 제공

#### 2. VIP 프로그램

등급	혜택
Silver	5% 할인
Gold	10% 할인 + 얼리액세스
Platinum	15% 할인 + 한정판 우선권

#### ◆ 챕터 6 핵심 요약 ◆

- ✓ 만족도 = 실제 경험 - 사전 기대치
- ✓ Under-Promise, Over-Deliver 원칙
- ✓ 리뷰 요청은 배송 완료 3-5일 후
- ✓ 부정적 리뷰는 24시간 내 대응
- ✓ 일반 고객 → 충성 고객 → 옹호자

## 1.2 K-pop 시장 심층 분석

### K-POP 관련 상품 카테고리

카테고리	예시	시장 규모
공식 굿즈	앨범, 포토북, MD	소속사 독점
팬메이드	포토카드, 슬로건	저작권 리스크
셀럽 착용품	주얼리, 의류	합법적 블루오션

### 왜 "셀럽 착용품" 시장인가?

#### 기존 시장의 한계

- ◆ 공식 굿즈: 소속사 독점
- ◆ 팬메이드: 저작권 리스크
- ◆ 일반 쇼핑물: 차별화 부재

#### 셀럽 착용품의 기회

- ✓ 합법적 영역
- ✓ 프리미엄 가격 가능
- ✓ 브랜드 구축 가능

#### ◆ 시장 포지션

aimelbie는 "저가격 + 트렌디" 포지션을 선점했습니다. 럭셔리 브랜드보다 10배 저렴하면서도 K-pop 특화로 차별화했습니다.



# 1.4 니치 시장 발견 프레임워크

## NICHE 프레임워크

N — Need (필요)  
└─ 타겟 고객의 충족되지 않은 욕구는?

I — Identity (정체성)  
└─ 구매가 고객의 정체성과 어떻게 연결?

C — Community (커뮤니티)  
└─ 타겟 고객들이 모이는 커뮤니티가 있는가?

H — Habit (습관)  
└─ 반복 구매로 이어질 수 있는가?

E — Emotion (감정)  
└─ 감정적 연결을 만들 수 있는가?

## AIMELBIE에 적용

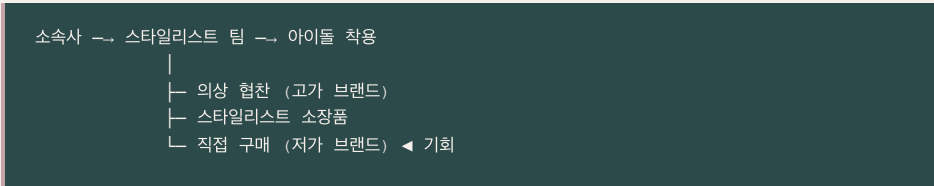
요소	적용 사례
Need	최애와 같은 아이템을 갖고 싶지만 기존 브랜드는 비쌌
Identity	같은 주얼리 착용 = 팬 정체성 표현
Community	트위터, 인스타그램, 위버스 등 팬 커뮤니티
Habit	컴백, 콘서트마다 새로운 착용 아이템
Emotion	"내 최애와 똑같은 것을 가졌다"는 감정적 만족

### ◆ 챕터 1 핵심 요약 ◆

- ✓ 팬덤 경제는 연간 \$12.7B 규모의 거대한 시장 <sup>13</sup>
- ✓ "셀럽 착용품"은 합법적이면서 성장 가능한 영역

## 2.2 셀럽 착용 아이템 트래킹 방법

### 스타일리스트 생태계



**핵심 인사이트:** 스타일리스트들은 액세서리를 직접 구매하는 경우가 많습니다. \$20짜리 귀걸이를 위해 협찬 계약을 맺지는 않기 때문입니다.

### 착용 아이템 발견 채널

1차 채널	특징	속도
음악방송	고화질, 클로즈업	⚡ ⚡ ⚡
시상식	레드카펫, 무대	⚡ ⚡ ⚡
공항 패션	일상 스타일	⚡ ⚡

### 검색 키워드 템플릿

[아이돌 이름] + [아이템 종류] + [이벤트명]

예시:

- "원영 목걸이 MMA"
- "카리나 귀걸이 뮤뱅"
- "다현 초커 콘서트"

## 2.3 정확한 귀속(Attribution)의 힘

### "비슷한" VS "똑같은"의 차이

<div><div>❌ 일반적인 접근</div><div>"연예인 스타일 목걸이"</div><div>"아이돌 느낌 귀걸이"</div><div>"셀럽 착용 스타일"</div></div>	<div><div>✅ aimelbie 접근</div><div>"IVE 원영이 2023 MMA에서 착용한 Heavenly Crystal Semi Choker"</div></div>
--	---

### 왜 정확한 귀속이 중요한가?

요소	모호한 귀속	정확한 귀속
검색 노출	낮음	높음
팬 신뢰도	의심	확신
구매 전환	낮음	높음
바이럴 가능성	낮음	높음

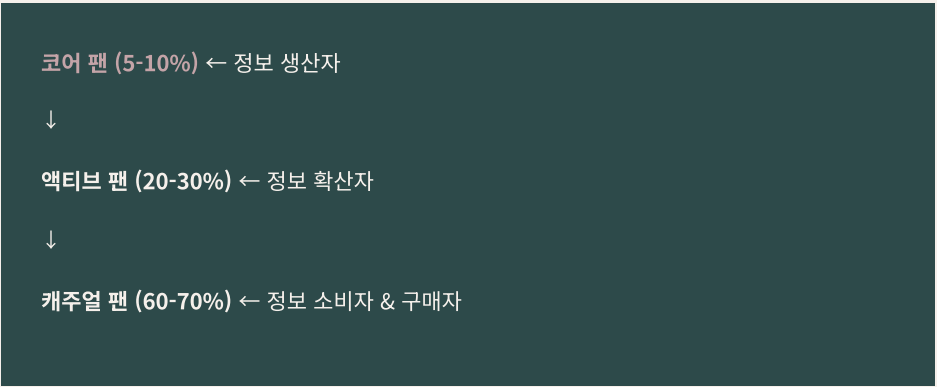
#### ◆ SEO 최적화 효과

"IVE 원영 목걸이"로 검색했을 때:

- ◆ 1페이지 노출: aimelbie 제품 페이지
- ◆ 관련 검색어: "aimelbie" 자동 연결
- ◆ 유료 광고 없이 검색 유입 확보

## 2.4 팬 커뮤니티 활용 전략

### 팬 커뮤니티의 구조



**타겟 전략:** 코어 팬에게 정보를 제공하면, 그들이 자연스럽게 확산시키고, 캐주얼 팬이 구매합니다.

### 커뮤니티별 접근 전략

플랫폼	전략	타이밍
트위터/X	착용 정보 + 제품 링크	이벤트 직후 24시간
인스타그램	고퀄리티 이미지 + 상세 정보	이벤트 후 48시간
팬 카페	직접 홍보 ❌ / 정보 제공 ✅	자연스러운 노출

#### ◆ 챕터 2 핵심 요약 ◆

- ✓ 셀럽 착용 = 무료 + 고신뢰 마케팅
- ✓ 스타일리스트 직접 구매 영역을 노려라
- ✓ 정확한 귀속이 경쟁 우위의 핵심
- ✓ 직접 홍보보다 정보 제공이 효과적

## 3.1 aimelbie 성장 타임라인 분석

### 성장 단계별 분석

#### Stage 1: 초기 (0→10K)

- ◆ 니치 콘텐츠 집중
- ◆ 매일 1-2회 게시
- ◆ 소요: 6-12개월

#### Stage 2: 성장기 (10K→50K)

- ◆ 셀럽 착용 콘텐츠 강화
- ◆ 릴스(Reels) 도입
- ◆ 소요: 12-18개월

#### Stage 3: 가속기 (50K→100K)

- ◆ 바이럴 콘텐츠 집중
- ◆ UGC 활용
- ◆ 소요: 6-12개월

#### Stage 4: 안정기 (100K+)

- ◆ 브랜드 정체성 강화
- ◆ 충성 팬층 관리
- ◆ 유지 전략 필요

122K+

팔로워

2,617

게시물

12-15

주당 포스트

### 3.3 해시태그 & 알고리즘 최적화

#### 해시태그 피라미드

대형 (100K-1M 게시물) - 3-4개

#kpop #kpopjewelry

중형 (10K-100K) - 5-7개

#ivewonyoung #aespaarina

소형 (1K-10K) - 4-5개

#kpopearrings #idoljewelry

니치 (<1K) - 3-4개

#aimelbie

#### 인스타그램 알고리즘 가중치

지표	가중치	최적화 방법
저장(Save)	35%	유용한 정보 제공
공유(Share)	25%	공유하고 싶은 콘텐츠
댓글(Comment)	20%	질문으로 끝나는 캡션
좋아요(Like)	12%	매력적인 첫 이미지
체류시간(Time)	8%	캐러셀, 긴 캡션

#### ◆ 핵심 TIP

"저장"이 가장 중요한 지표입니다. 매 게시물에 "팔로워가 이 게시물을 저장할 이유가 있는가?" 질문하세요.

## 3.4 팔로워 획득 전략 10가지

### 1. 셀럽 이벤트 실시간 대응

이벤트 1시간 내 콘텐츠 게시

효과: ★★★★★

### 2. 팬 계정 협업

제품 제공 후 공동 게시물

효과: ★★★★★

### 3. UGC 리그램

고객 착용샷 리포스트

효과: ★★★★★

### 4. 트렌딩 오디오 릴스

인기 오디오 활용 영상

효과: ★★★★★

### 5. 스토리 인터랙션

매일 5-10개, 투표/퀴즈 활용

효과: ★★★★★

### 6. 댓글 마케팅

관련 계정에 진정성 있는 댓글

효과: ★★★

### 7. 게시 시간 최적화

평일 저녁 8-10시 (KST)

효과: ★★★

### 8. 시리즈 콘텐츠

"이번 주 셀럽 착용" 등

효과: ★★★

#### ◆ 우선순위

전략 1, 2 (높은 효과, 낮은 노력) → 먼저 시작

전략 3, 4, 5 (높은 효과) → 지속 운영

## 3.5 DM 판매 시스템 구축

### DM 판매 VS 웹사이트 판매

#### DM 판매

- ✓ 즉각적인 1:1 소통
- ✓ 높은 전환율
- ✓ 고객 맞춤 추천
- ✗ 시간 소요 많음

#### 웹사이트 판매

- ✦ ✓ 자동화된 프로세스
- ✦ ✓ 확장성 높음
- ✦ ✓ 데이터 수집 용이
- ✦ ✗ 개인화 어려움

### DM 응답 템플릿

안녕하세요! 💖 aimelbie입니다 ✨

문의주신 [제품명]은 현재 재고가 있습니다!

📌 제품 정보:

- 가격: ₩XX
- 소재: Surgical Steel
- 배송: 2-3주 소요

구매 원하시면 말씀해주세요! 📞

#### ◆ 챗터 3 핵심 요약 ◆

- ✓ 콘텐츠 믹스: 셀럽 40% + 제품 30% + 리뷰 20%
- ✓ 알고리즘 핵심: 저장 > 공유 > 댓글 > 좋아요
- ✓ DM 판매로 전환율과 고객 관계 동시 확보



## 4.1 가격 전략의 심리학

### 가격 앵커링 효과

"이 목걸이는 \$25입니다"

→ 비싸게 느껴질 수 있음

"원영이 착용한 이 목걸이, 원래 브랜드에서 \$200인데 저희는 \$25"

→ 저렴하게 느껴짐

### AIMELBIE의 암묵적 앵커링

- ✦ "셀럽이 착용한" = 프리미엄 연상
- ✦ "K-pop 스타의 선택" = 고가 연상
- ✦ "수제 제작" = 장인 정신 연상

실제 가격: \$11-29 = 접근 가능

결과: "이렇게 좋은 걸 이 가격에?" 반응 유도

### 가격대별 심리적 임계점

가격대	소비자 반응
\$10 이하	품질 의심
<b>\$11-29</b>	<b>스위트 스팟 (충동구매 + 품질 신뢰)</b>
\$30-50	고민 시작
\$50 이상	심각한 고민

# 4.3 브랜드 스토리텔링

## ❖ "fairy and lovely" ❖

요정처럼 섬세하고 사랑스러운 아름다움

- ◆ 반짝이는 크리스탈
- ◆ 리본과 나비 모티프
- ◆ 달과 별의 환상
- ◆ 부드러운 핑크와 골드

## 브랜드 스토리 구성 요소

요소	aimelbie 적용
기원	용인에서 시작된 작은 주얼리 브랜드
미션	K-pop 팬들에게 합리적 가격의 셀럽 주얼리 제공
비전	글로벌 K-pop 팬들의 No.1 주얼리 브랜드
가치	정확성, 접근성, 아름다움

## ◆ 챕터 4 핵심 요약 ◆

- ✓ \$11-29 = 충동구매 가능한 스위트 스팟
- ✓ 암묵적 앵커링으로 가치 인식 상승
- ✓ "fairy and lovely" = 차별화된 브랜드 정체성

CHAPTER 05



# 글로벌 D2C 운영 노하우

*Global D2C Operations*

---

"전 세계가 당신의 시장이다.  
경계를 두지 마라."

— 제프 베조스

---

## 5.1 해외 배송 시스템 구축

### 글로벌 배송 전략

지역	배송 방법	소요 기간
아시아 (일본, 대만)	EMS / K-Packet	5-10일
미주 (미국, 캐나다)	EMS / 항공등기	10-15일
유럽	EMS	10-20일
동남아시아	항공등기	7-14일

### 배송비 전략

#### 무료 배송 임계점

\$50 이상 무료 배송

→ 객단가 상승 유도

#### 정액 배송비

\$5-10 고정

→ 예측 가능한 비용

#### ◆ TIP: 패키징

작은 주얼리는 가벼워서 배송비 부담이 적습니다. 예쁜 패키징에 투자하면 언박싱 경험이 향상되고 UGC 콘텐츠가 됩니다.

## 5.2 멀티 채널 전략

채널	역할	매출 비중
자사 웹사이트	메인 판매, 브랜드 경험	50%
인스타그램 DM	1:1 판매, 고객 관계	30%
마켓플레이스	신규 고객 확보	20%

## 5.3 고객 서비스 자동화

### 자동화 도구

도구	용도	추천도
인스타 저장 답글	자주 쓰는 응답	★★★★★
스프레드시트	주문 관리	★★★★★
Notion	고객 DB	★★★★★

◆   **챕터 5 핵심 요약**   ◆

- ✓ 글로벌 배송은 주얼리의 강점 (가볍고 작음)
- ✓ 멀티 채널로 리스크 분산
- ✓ 자동화 도구로 효율성 극대화

CHAPTER 06



# 고객 충성도 5.0의 비밀

*The Secret of 5.0 Customer Loyalty*

---

"충성 고객 한 명이  
신규 고객 열 명보다 낫다."

— 필립 코틀러

---

## 6.1 기대치 관리의 기술

만족도 공식

$$\text{만족도} = \text{실제 경험} - \text{사전 기대치}$$

### UNDER-PROMISE, OVER-DELIVER

항목	약속	실제
배송	2-3주	10일 내 도착
포장	기본	예쁜 박스 + 감사카드
사은품	언급 안 함	미니 액세서리 증정

## 6.2 리뷰 유도 전략

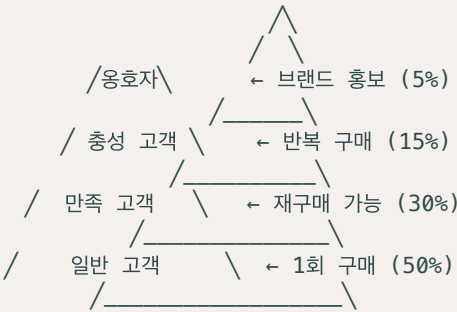
- ◆ **타이밍:** 배송 완료 3-5일 후
- ◆ **방법:** DM으로 친근하게 요청
- ◆ **인센티브:** 다음 구매 할인 쿠폰
- ◆ **부정 리뷰:** 24시간 내 공개 대응

#### ◆ TIP

부정적 리뷰에 빠르고 진정성 있게 대응하면, 오히려 신뢰도가 상승합니다. 완벽한 5.0은 가짜처럼 보일 수 있습니다.

# 6.3 충성 고객 만들기

## 충성도 피라미드



목표: 일반 고객 → 충성 고객 → 옹호자

## 충성도 구축 전술

### 개인화된 소통

- ◆ 주문 시 이름 기억
- ◆ 이전 구매 언급
- ◆ 맞춤 추천 제공

### VIP 프로그램

- ◆ Silver: 5% 할인
- ◆ Gold: 10% + 얼리액세스
- ◆ Platinum: 15% + 한정판



## 6.4 재구매 유도 전략

---

### 재구매 트리거 포인트

- ◆ 신상품 출시 알림 — 최애가 착용한 새 아이템
- ◆ 셀럽 착용 소식 — 실시간 정보 공유
- ◆ 시즌별 컬렉션 — 한정판 제품 출시
- ◆ 매칭 아이템 추천 — 기존 구매와 어울리는 제품
- ◆ 특별 할인 기간 — 멤버 전용 프로모션

### ◆ 챕터 6 핵심 요약 ◆

- ✓ 만족도 = 실제 경험 - 사전 기대치
- ✓ Under-Promise, Over-Deliver 원칙
- ✓ 리뷰 요청은 배송 완료 3-5일 후
- ✓ 부정적 리뷰는 24시간 내 대응
- ✓ 일반 고객 → 충성 고객 → 옹호자 여정 설계



# Epilogue

## 당신의 12만 팔로워를 향해

이 책을 통해 aimelbie의 성공 전략을 함께 살펴보았습니다.

**핵심은 단순합니다:**

- ◆ **니치를 찾아라** — 모든 사람을 만족시키려 하지 마라
- ◆ **정확하게 소통하라** — 모호함은 신뢰를 잃는다
- ◆ **가치를 제공하라** — 가격이 아닌 가치로 경쟁하라
- ◆ **관계를 구축하라** — 고객은 숫자가 아니다
- ◆ **꾸준히 실행하라** — 하룻밤의 성공은 없다

### 오늘 할 일

- ☐ 나의 열정 분야 3개 적기
- ☐ 각 분야의 커뮤니티 찾기
- ☐ 충족되지 않은 니즈 발견하기
- ☐ 인스타그램 비즈니스 계정 만들기
- ☐ 첫 번째 게시물 올리기



당신의 성공을 응원합니다

0원에서 시작해서 12만 팔로워까지, 그리고 그 너머로.

## APPENDIX



# 부록

체크리스트 & 템플릿 모음

---

"실행 없는 계획은  
환상에 불과하다."

— 피터 드러커

---

## A. 니치 시장 발견 체크리스트

---

- ☐ 내가 열정을 가진 분야를 3개 이상 적었다
- ☐ 각 분야의 온라인 커뮤니티를 찾았다
- ☐ 커뮤니티에서 불만/니즈를 10개 이상 수집했다
- ☐ 경쟁자 분석을 완료했다
- ☐ 나만의 차별화 포인트를 정의했다
- ☐ NICHE 프레임워크로 검증했다

## B. 인스타그램 성장 체크리스트

---

- ☐ 비즈니스 계정으로 전환했다
- ☐ 프로필 사진, 바이오, 링크를 설정했다
- ☐ 콘텐츠 캘린더를 만들었다
- ☐ 해시태그 세트 5개를 준비했다
- ☐ 첫 9개 게시물을 업로드했다
- ☐ 하이라이트를 구성했다

## C. DM 판매 템플릿 모음

---

### 환영 메시지

안녕하세요! 💖 [브랜드명]입니다 ✨  
무엇을 도와드릴까요?

### 결제 안내

주문 감사합니다! 💖💖  
📦 주문: [제품명]  
💰 금액: \$XX  
💳 결제: [결제 정보]

### 발송 안내

발송 완료되었습니다! 🚀  
📍 트래킹: [번호]  
🕒 예상 도착: [날짜]

### 리뷰 요청

안녕하세요! aimelbie입니다 💖  
제품은 잘 받으셨나요? ✨  
만족하셨다면 간단한 리뷰 부탁드립니다! 🙏

## D. 런칭 전 최종 체크리스트

---

### 제품 준비

- ☐ 제품 사진 10장 이상 촬영
- ☐ 제품 설명 작성 완료
- ☐ 가격 책정 완료
- ☐ 배송 정책 수립

### 마케팅 준비

- ☐ 타겟 해시태그 리스트 작성
- ☐ 셀럽 착용 정보 수집
- ☐ 첫 주 콘텐츠 미리 작성
- ☐ DM 템플릿 준비

### 운영 준비

- ☐ 결제 시스템 설정
- ☐ FAQ 페이지 작성
- ☐ CS 템플릿 준비
- ☐ 주문 관리 시스템 구축

