



0원에서 12만 팔로워까지

K-pop Niche Brand Success

From Zero to 120K Followers



aimelbie 케이스 스터디

0원에서 12만 팔로워까지

K-pop 뉴처 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 팔로워와 5.0점 만점의 고객 평점을 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 전술 10가지 | 30 |
| ----- | |
| 04 — 저가 럭셔리 포지셔닝 | 34 |
| ----- | |
| 05 — 글로벌 D2C 운영 노하우 | 41 |
| ----- | |
| 06 — 고객 충성도 5.0의 비밀 | 47 |
| ----- | |
| 맺음말 | 51 |



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 생태계를 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 소비로 표현합니다. 이것은 단순한 구매가 아니라 정체성의 표현입니다.

2. 낮은 가격 민감도

"내 최애가 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



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 |

C H A P T E R o 2



제로 예산 셀럽 마케팅

Zero-Budget Celebrity Marketing

"최고의 마케팅은 마케팅처럼
느껴지지 않는 것이다."

— 톰 피셔버른

2.1 셀럽 착용의 마케팅 파워

일반적인 인플루언서 마케팅과 "셀럽 착용"은 다릅니다.

| 인플루언서 마케팅 | 셀럽 착용 마케팅 |
|--|--|
| <p>브랜드 → 💰 → 인플루언서</p> <ul style="list-style-type: none">비용 발생"광고"로 인식신뢰도 제한 | <p>자연 발생 → 바이럴</p> <ul style="list-style-type: none">비용 없음"진짜"로 인식높은 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 품절: 24시간 이내

C H A P T E R o 3



인스타그램 10만+ 성장 로드맵

Instagram Growth Roadmap

"팔로워를 사지 마라
팔로워를 만들어라."

— 게리 바이너체

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.

C H A P T E R o 4



저가 럭셔리 포지셔닝

Affordable Luxury Positioning

"가격은 지불하는 것이고,
가치는 얻는 것이다."

— 워런 버핏

4.2 \$11-29 스위트 스팟의 비밀

충동구매 가능 영역

\$11-29

SWEET SPOT

K-POP 팬의 구매력 분석

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

결론: \$30 미만 = 충동구매 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 쇼핑몰: 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 비쌈 |
| 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 |

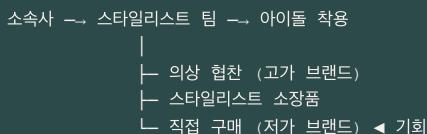
◆ 챕터 1 핵심 요약 ◆

- ✓ 팬덤 경제는 연간 \$12.7B 규모의 거대한 시장 13

- ✓ "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

✗ 일반적인 접근

"연예인 스타일 목걸이"

"아이돌 느낌 귀걸이"

"셀럽 착용 스타일"

✓ aimelbie 접근

"IVE 원영이 2023 MMA에서 착용한

Heavenly Crystal Semi Choker"

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

코어 팬 (5-10%) ← 정보 생산자



액티브 팬 (20-30%) ← 정보 확산자



캐주얼 팬 (60-70%) ← 정보 소비자 & 구매자

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 #aespa karina

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 전술 10가지

1. 셀럽 이벤트 실시간 대응

이벤트 1시간 내 콘텐츠 게시

효과: ★★★★★

3. UGC 리그램

고객 착용샷 리포스트

효과: ★★★★★

5. 스토리 인터랙션

매일 5-10개, 투표/퀴즈 활용

효과: ★★★★★

7. 게시 시간 최적화

평일 저녁 8-10시 (KST)

효과: ★★★★

2. 팬 계정 협업

제품 제공 후 공동 게시물

효과: ★★★★★

4. 트렌딩 오디오 릴스

인기 오디오 활용 영상

효과: ★★★★★

6. 댓글 마케팅

관련 계정에 진정성 있는 댓글

효과: ★★★★

8. 시리즈 콘텐츠

"이번 주 셀럽 착용" 등

효과: ★★★★

◆ 우선순위

전술 1, 2 (높은 효과, 낮은 노력) → 먼저 시작

전술 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! 🎉

◆ 챕터 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 |
| \$11-29 | 스위트 스팟 (충동구매 + 품질 신뢰) |
| \$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



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 딥글 | 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

C H A P T E R o 6



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

만족도 = 실제 경험 - 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 → 온호자

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.

A P P E N D I X



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 부탁드려요! 🌟

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



이 모든 것을 준비했다면,

