



0원에서 12만 팔로워까지

K-pop Niche Brand Success

From Zero to 120K Followers



aimelbie 케이스 스터디

0원에서 12만 팔로워까지

K-pop 나이치 브랜드로 글로벌 성공하기



초판 1쇄 발행 2026년 1월

지은이: 이수민



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
<hr/>	
01 — 니치 시장 발견하기	6
팬덤 경제의 규모와 기회	7
aimelbie는 어떻게 틈새를 찾았나	10
NICHE 프레임워크	12
<hr/>	
02 — 제로 예산 셀럽 마케팅	14
셀럽 착용의 마케팅 파워	15
팬 커뮤니티 활용 전략	21
<hr/>	
03 — 인스타그램 10만+ 성장 로드맵	23
콘텐츠 전략	26
팔로워 획득 전술 10가지	30
<hr/>	
04 — 저가 럭셔리 포지셔닝	34
<hr/>	
05 — 글로벌 D2C 운영 노하우	41
<hr/>	
06 — 고객 충성도 5.0의 비밀	47
<hr/>	
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 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 최애가 쓴 것"이라면 가격은 부차적인 문제가 됩니다.

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



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
브랜드 → 💰 → 인플루언서	자연 발생 → 바이럴
• 비용 발생	• 비용 없음
• "광고"로 인식	• "진짜"로 인식
• 신뢰도 제한	• 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 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 바이너첵

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	기준치	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.



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

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	셀럽 착용품의 기회
<ul style="list-style-type: none">◆ 공식 굿즈: 소속사 독점◆ 팬메이드: 저작권 리스크◆ 일반 쇼핑몰: 차별화 부재	<ul style="list-style-type: none">✓ 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)

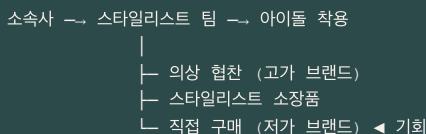
└ 감정적 연결을 만들 수 있는가?

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

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

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

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

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



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



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

6.3 충성 고객 만들기

충성도 피라미드



목표: 일반 고객 → 충성 고객 → 봉사자

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

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

