

# 덴탈 테크 마케팅 에이전시

## 내부 실행 가이드 (Internal Playbook)

문서 용도: 팀 내부 참고용 상세 전략서 및 실행 체크리스트

최종 수정일: 2025-12-08

작성자: 영업팀 / 개발팀

공유 범위: 창업팀 및 핵심 자문위원만

## Part 1. 사업 설정 및 법인 설립 (Week 1-2)

### 1.1 회사명 및 브랜드 정의

검토 사항

- [ ] 회사명 확정 (3-4개 후보 검토, 각각 도메인/상호권 확인)
  - 후보 1: Dental Tech Group / [dentaltech.io](#)
  - 후보 2: Dental Data Partners / [dentaldatapartners.io](#)
  - 후보 3: SmileLift (기술감 적계, 감성적 접근)
- [ ] Tag Line / Mission Statement 확정
  - 영업감을 데이터로 증명한다 (Data + Expertise)
  - 원장 1명당 1명의 마케팅 담당자 효과
- [ ] Logo 및 Brand Identity 디자인 (외주 예상 비용: 2-3M)
  - 로고: 기술 + 치과 통합 이미지
  - 컬러팔레트: 신뢰감(Blue/Green) + 전문성(Gray accent)
  - 타이포그래피 가이드 작성
- [ ] 웹사이트 기본 구조 수립 (개발팀)
  - 소개 페이지 (우리는 누구인가)
  - 서비스 페이지 (대시보드, 랜딩페이지, 리포팅)
  - Case Study 섹션 (베타 테스트 후 업데이트)
  - 연락처 페이지 (Inquire → Lead Capture)

담당: 영업팀 (브랜드) + 개발팀 (기술 검토)

마감: 2025-12-22

### 1.2 법인 설립 및 행정 업무

필수 절차

- [ ] 사업자등록 (개인사업자 또는 법인 선택)
  - 추천: 법인 설립 (향후 투자유치 및 세제 혜택)
  - 문서: 정관, 주주협의서, 이사회 의사록
  - 예상 소요시간: 1주
  - 비용: 약 500K (법무사 비용 포함)
- [ ] 통장 개설 (사업용 계좌)

- 은행 선택: 신한/우리/IBK(스타트업 지원 부서 있는 은행)
- 필요 서류: 사업자등록증, 신분증, 정관(법인 경우)
- [ ] 세금계산서 발행 시스템 (cashcow, 토스 비즈니스 등)
  - 병원(고객사)은 세금계산서 필수 요청
  - 월간 자동 발행 설정 추천
- [ ] 고용보험 및 산재보험 가입 (직원 고용 시)
  - 당분간 창업자 2명 = 생략 가능
  - 외주 인력 발생 시 일용근로자 신고 필요

담당: 영업팀 (법무팀 자문받아 진행)

마감: 2025-12-22

---

### 1.3 법무/컴플라이언스 기초 준비

의료법 스터디 및 가이드라인 수립

#### 1단계: 법률 자료 수집

- [ ] 의료법 제27조 정독 [관련 출처[1]]
  - 의료광고 원칙적 금지
  - 예외 인정 사항 상세히 학습
  - 위반 시 처벌: 형사 처벌 + 과태료 3천만 원
- [ ] 의료기관 홍보 가이드라인 (대한치과의사협회 자료)
  - 공식 문서: 치과의료광고 자율준칙 참고
  - URL: [www.kda.or.kr](http://www.kda.or.kr) (협회 공식 사이트)
- [ ] 타 마케팅 대행사 사례 분석 (허용/위반 사례)
  - 치과 마케팅 포털 사이트 검색 (치과신문 기사 수집)
  - 의료광고 심의위원회 처분 사례 수집 (공개 정보)

#### 2단계: 내부 가이드라인 문서 작성

- [ ] 콘텐츠 금지 사항 목록 (Checklist 형태)
  - ✖ 금지 항목:
    - 치료 효능/효과 과장 표현 (예: "이 시술로 100% 개선")
    - 비포앤파스터 사진 (진료 결과 이미지)
    - 유명인 추천 (일반인/연예인 출연)
    - 비교 광고 (경쟁사 대비 우월성 표현)
    - 합성된 이미지 (실제 진료 결과 아님)
    - 근거 없는 통계 ("우리 병원 만족도 99%")
  - ✓ 허용 항목:
    - 의료진 자격/경력 표시
    - 진료과목 및 비용 안내
    - 병원 시설 소개 (객관적 설명)
    - 환자 후기 (개인 감상, 부작용 공시 필수)
    - 인증/수상 사항 (공식 인증만)
- [ ] 콘텐츠 검수 프로세스 SOP 작성
 

작가 → 영업팀(1차) → 법무(2차) → 고객사 최종 승인 → 배포  
각 단계: 3-5일 소요 (계약서에 명시)
- [ ] 계약서 템플릿 작성 (법무사 검수)

- 서비스 범위 명확히 (과업 기반 계약)
- 성과 보장 불가 조항
- 면책 조항 (경제상황, 경쟁사 변수)
- 데이터 보안/개인정보 취급 규정
- 추가 수정 비용 명시 (초과 요청 시)
- 계약 해지 규정 (위약금, 환불 규정)
- **의료광고 책임 명시:** "고객사는 모든 콘텐츠 최종 승인 및 법적 책임 담당"

담당: 영업팀 (외부 법무사 자문 권장)

마감: 2025-12-31

예상 비용: 법무사 자문 3-5M

## 1.4 벤처기업 인증 및 세제 혜택 검토

벤처기업 인증 준비

- [ ] 벤처기업 인증 신청 (중소벤처기업부)
  - 요건: 기술인력 35% 이상 + R&D 투자 (이미 충족 가능)
  - 혜택:
    - 법인세/소득세 50% 감면 (3년)
    - 기술인수비 세액공제
    - 신용보증 우대
  - 신청 타이밍: 회사 설립 후 1개월 내
  - 필요 서류: 기술평가보고서, 사업계획서, 개발팀 이력서 등
- [ ] 기업부설연구소 설립 검토
  - 조건: 연 매출의 3% 이상 R&D 투자
  - 혜택: R&D tax credit (기술 개발 비용의 40-50% 세액공제)
  - 예상: Year 1 매출 7천만 원 \* 3% = 2백만 원 R&D 투자
  - 시점: 수익 안정 후 Year 2에서 검토 (초기엔 복잡도 높음)

담당: 영업팀 (세무사 자문)

마감: 2025-12-31

예상 비용: 인증 신청료 50-100K

# Part 2. 기술 개발 로드맵 (Week 1-8)

## 2.1 아키텍처 설계 (Week 1-2)

### 2.1.1 전체 기술 스택 정의

**Backend:**

- [ ] Runtime: Node.js (Express) 또는 Python (FastAPI)
  - 선택 이유: 마케팅 채널 API 연동이 많음 → Node.js 추천 (라이브러리 풍부)
- [ ] Database: PostgreSQL (관계형) + Redis (캐싱)
  - PostgreSQL: 고객 데이터, 마케팅 성과 지표 저장
  - Redis: 실시간 대시보드 데이터 캐시 (API 응답 속도 ↑)
- [ ] API Gateway: 직접 구축 또는 AWS API Gateway
  - Rate limiting (고객당 월 요청 수 제한)

- Authentication (API Key 기반)
- [ ] **Hosting**: AWS (EC2 또는 Lambda) 또는 Vercel (Frontend)
  - 초기: Vercel (Frontend) + Heroku (Backend) 권장 (간단, 비용 저렴)
  - 확장 시: AWS로 마이그레이션

### Frontend:

- [ ] **Framework**: React (대시보드) + Next.js (랜딩페이지)
  - React: 상호작용 많은 대시보드 UI
  - Next.js: SEO 필요한 랜딩페이지 (Static Generation)
- [ ] **UI Library**: Tailwind CSS + Shadcn/ui (컴포넌트)
  - 빌드 속도 ↑ (utility-first CSS)
  - 템플릿 재사용성 ↑

### Data Pipeline:

- [ ] **Scheduler**: Node-cron 또는 AWS Lambda (daily/monthly)
  - 매일 밤 마케팅 채널 데이터 수집
  - 월말 자동 리포트 생성 및 메일 발송

#### 2.1.2 마케팅 채널 API 연동 계획

##### 1. Naver 예약 API

- [ ] **Naver Reservation API 문서 확인**
  - URL: [business.naver.com/developers](https://business.naver.com/developers)
  - 필요 권한: 사업주 계정 인증
  - 데이터: 예약 수, 취소율, 고객 정보 (필터링)
  - 제한사항: 개인정보 수집 시 약관 동의 필수
- [ ] **데이터 매핑**  
 수집 데이터: [예약 날짜, 예약자명, 진료과목, 상담내용]  
 필터링: 개인정보 제거 → [날짜, 과목명, 상담 분류]  
 저장: 일별/월별 집계

##### 2. Kakao Consulting API

- [ ] **Kakao Business Channel API 확인**
  - URL: [developers.kakao.com](https://developers.kakao.com)
  - 필요: 비즈니스 채널 개설 + API 키 발급
  - 데이터: 상담 건수, 상담 주제, 응답 시간
- [ ] **데이터 매핑**  
 수집 데이터: [상담 날짜, 고객 ID, 상담 내용, 귀원 여부]  
 필터링: 개인정보(ID) 제거 → [날짜, 주제 분류, 귀원 O/X]  
 저장: 일별 상담 건수, 귀원율 계산

##### 3. Google Analytics 연동

- [ ] **GA4 API 확인**
  - URL: [developers.google.com/analytics](https://developers.google.com/analytics)
  - 필요: GA4 속성 설정 + 서비스 계정 (OAuth)
  - 데이터: 세션 수, 사용자 수, 페이지뷰, 이탈률, 전환율

- [ ] 데이터 매핑
  - 수집 데이터: [세션 수, 신규 사용자, 예약 버튼 클릭, 방문 시간]
  - 필터링: 개인 IP 제거 → [트래픽, 신규율, 클릭율, 평균 체류]
  - 저장: 일별/주별 대시보드 표시

#### 4. Call Tracking (050 번호 분석)

- [ ] Call Tracking Service 선택
  - 옵션1: Naver Ads Call Tracking (기존 광고 플랫폼)
  - 옵션2: Third-party (ICTC, 우리통신 등)
  - 선택 기준: 비용, API 지원, 데이터 정확도
- [ ] 데이터 매핑
  - 수집 데이터: [통화 날짜, 통화 시간, 통화 건수, 통화 시간 길이]
  - 필터링: 전화번호 제거 → [일별 통화 건수, 평균 통화 시간]
  - 저장: 채널별 통화 추적 (Naver Ad에서 온 전화인지 확인)

#### 5. Website Form Submissions

- [ ] 홈페이지 문의 폼 통합
  - 현재: 각 병원 홈페이지마다 별도 폼 (데이터 수집 어려움)
  - 해결: 우리가 제공하는 "통합 문의 폼 코드" (snippet) 병원 홈페이지에 삽입
  - 기술: iframe 또는 JavaScript embed
- [ ] 데이터 매핑
  - 수집 데이터: [문의 날짜, 성명, 연락처, 문의 내용, 선호 시간]
  - 필터링: 개인정보 암호화 → [날짜, 문의 분류, 응답 필요 여부]
  - 저장: 일별 문의 건수, 분류별 통계

##### 2.1.3 데이터 모델 설계

###### Database Schema (PostgreSQL)

Tables:

1. customers (병원)
  - customer\_id (PK)
  - hospital\_name, address, phone
  - subscription\_plan (basic/pro/premium)
  - contract\_start\_date, contract\_end\_date
  - api\_keys (Naver, Kakao 등 인증 정보 암호화)
  - created\_at, updated\_at
2. marketing\_channels (마케팅 채널)
  - channel\_id (PK)
  - customer\_id (FK)
  - channel\_type (naver\_booking, kakao, ga4, call\_tracking, website\_form)
  - api\_credentials (암호화)
  - last\_sync\_date
  - is\_active (true/false)
3. daily\_metrics (일일 성과 지표)
  - metric\_id (PK)
  - customer\_id (FK)
  - channel\_type
  - metric\_date

- inbound\_count (유입 수)
  - reservation\_count (예약 건수)
  - visit\_count (실제 방문 건수)
  - conversion\_rate (유입→예약 비율)
  - cost (마케팅 비용, 선택)
4. monthly\_reports (월간 리포트)
- report\_id (PK)
  - customer\_id (FK)
  - report\_month
  - total\_inbound, total\_reservation, total\_visit
  - roi\_calculation
  - generated\_at, sent\_at

- [ ] 스키마 작성 및 마이그레이션 설정
  - ORM: Prisma 또는 TypeORM (Node.js) / SQLAlchemy (Python)
  - Version control: Flyway 또는 Alembic (DB 스키마 버전 관리)

담당: 개발팀

마감: 2025-12-15

---

## 2.2 통합 대시보드 MVP 개발 (Week 3-6)

### 2.2.1 대시보드 기능 정의 (MoSCoW 우선순위)

**MUST (필수):**

- [ ] Overview 탭
  - 월별 요약 (총 유입, 예약 건수, 전환율)
  - 채널별 비교 (Naver vs Kakao vs GA4)
  - ROI 간단 계산 (수익 추정 ÷ 광고비)
- [ ] Channel Detail 탭
  - 각 채널별 일일 추이 (line chart)
  - 채널별 성과 비교 (bar chart)
  - 지난달 대비 성장을 표시
- [ ] Report 자동 생성
  - 월 말일 PDF 자동 생성
  - 매일 자동 발송 (고객사 원장 계정)
  - 전월 대비 개선/악화 항목 자동 강조

**SHOULD (권장):**

- [ ] Alert 기능
  - 예약이 0건인 날 원장 이메일 알림
  - 주간 성과 대비 성과 저조 시 알림
- [ ] Export 기능
  - Excel 다운로드 (상세 데이터)
  - PDF 커스텀 리포트 생성

**COULD (선택):**

- [ ] AI 기반 Insight

- "이달 Naver 예약이 30% 증가했는데, GA4 트래픽은 10% 증가만 했습니다. 예약 정확도 확인 필요"
- (초기: 스킵, Phase 3에서 추가)

### 2.2.2 Frontend 컴포넌트 설계

주요 컴포넌트:

- DashboardLayout (상단 네비 + 사이드바)
- OverviewCard (월간 요약 카드)
- MetricChart (라인 차트, 바 차트)
- ChannelComparison (채널별 비교 테이블)
- ReportViewer (PDF 리포트 미리보기)
- ExportButton (Excel/PDF 다운로드)

스타일: Tailwind CSS (utility-first)

상태관리: React Context 또는 Zustand (Redux는 과할 수 있음)

데이터 페칭: React Query (TanStack Query)

- [ ] UI Mock-up 작성 (Figma 또는 Wireframe)
  - 각 탭 레이아웃 시각화
  - 모바일 반응형 레이아웃 확인

- [ ] API 엔드포인트 정의

```
GET /api/customers/:customerId/dashboard/overview?month=2025-12
GET /api/customers/:customerId/metrics/daily?startDate=&endDate=&channelType=
GET /api/customers/:customerId/reports/:reportId/download
POST /api/customers/:customerId/export/excel
```

담당: 개발팀

마감: 2025-12-20

---

## 2.3 랜딩페이지 템플릿 시스템 (Week 3-5)

### 2.3.1 템플릿 아키텍처 설계

개념:

- 각 병원 홈페이지는 "공통 컴포넌트" + "병원별 커스텀" 조합
- 이미지/텍스트만 바꾸면 3일 내 배포 가능

템플릿 구조:

Base Template (공통)

- Layout (Header/Footer)
- Hero Section (배경 + 텍스트 오버레이)
- Service Cards (진료 항목 3-4개)
- Doctor Profiles (의료진 소개)
- Patient Reviews (후기 섹션)
- Price List (가격표)
- CTA Section (예약 버튼)
- Contact Footer (연락처)

사용 기술:

- Next.js (SSG: Static Generation → SEO 최적화)
- Dynamic Routes: /hospitals/[hospitalId] 형태로 병원별 URL 생성
- Headless CMS (Contentful 또는 직접 JSON): 텍스트/이미지 관리

### 2.3.2 템플릿 종류 정의

#### Template A: 심플 (개원 초기, 예산 부족)

- Hero + 진료과목 + 의료진 + 예약 CTA
- 페이지 길이: 1 scroll (모바일 3-4 scroll)

#### Template B: 표준 (일반 치과원)

- Template A + 환자후기 + 가격표 + FAQ
- 페이지 길이: 2-3 scroll

#### Template C: 프리미엄 (확장 치과, 예산 충분)

- Template B + 시술 후기(비)포앤클리닉 주의) + 스태프 소개 + 블로그 섹션
- 페이지 길이: 4-5 scroll
- [ ] 각 템플릿별 Figma Mock-up 제작
  - Desktop + Tablet + Mobile 레이아웃
  - 컬러/폰트 바리에이션
- [ ] Next.js 프로젝트 구성
 

```
/dental-landing
      ├── /pages
      │   ├── /hospitals
      │   │   └── [hospitalId].js (Dynamic Route)
      │   └── /admin (관리자 페이지, 나중에)
      ├── /components
      │   ├── Hero.js
      │   ├── ServiceCards.js
      │   ├── DoctorProfile.js
      │   ├── Reviews.js
      │   └── ...
      └── /public (병원별 이미지 저장소)
          └── /hospitals/[hospitalId]/
              ├── hero.jpg
              ├── doctor1.jpg
              └── ...
      └── /data (병원별 커스텀 데이터)
          └── hospitals.json
      └── next.config.js
```
- [ ] Image Optimization 설정
  - Next.js Image 컴포넌트 활용 (자동 최적화)
  - WebP 변환 + Lazy Loading
- [ ] SEO 최적화
  - Meta tags (title, description, og:image)
  - Sitemap 생성 (자동)
  - robots.txt 설정

- Structured Data ([Schema.org](#))

담당: 개발팀

마감: 2025-12-25

---

## 2.4 자동 리포트 생성 시스템 (Week 5-8)

### 2.4.1 리포트 생성 Pipeline

#### Step 1: 데이터 수집 (Daily)

매일 밤 2시 자동 실행 (AWS Lambda 또는 node-cron)

1. 모든 고객의 마케팅 채널 연동 확인
2. 각 API에서 전일 데이터 수집
  - Naver Reservation API
  - Kakao Consulting API
  - Google Analytics API
  - Call Tracking API
  - Website Form submissions
3. 데이터 정규화 (통일된 포맷으로 변환)
4. PostgreSQL에 저장
5. 에러 발생 시 관리자 메일 알림

#### Step 2: 지표 계산 (Daily + Monthly)

Daily:

- 일일 유입 수 (모든 채널 합산)
- 일일 예약 수 (예약이 된 경우)
- 일일 방문 수 (실제 내원 여부, Naver/Kakao 데이터)
- 전환율 = 예약 수 / 유입 수

Monthly (월말):

- 월간 합계 (위의 daily 합산)
- 월간 성장률 = (이달 - 지난달) / 지난달 \* 100
- 채널별 성과 비교 (어느 채널이 가장 효과적인가)
- 개선 점수 (전월 대비 상승/하강)
- ROI 추정 (간단 계산: (방문수 × 평균 진료비) / 마케팅 비용)
  - 평균 진료비: 병원 입력 또는 추정값 (100만 원)
  - 마케팅 비용: Naver/Google Ads 비용 (수동 입력 또는 API)

#### Step 3: PDF 리포트 생성 (Monthly, 월말)

라이브러리: puppeteer 또는 reportlab (PDF 생성)

출력 형식:

병원명 - 2025년 12월 마케팅 성과
『주요 지표
• 총 유입: 250건 (↑ 15% vs 11월)
• 예약 건수: 85건 (↑ 8%)
• 예약율: 34% (↓ 3%)

- 방문율: 75% (→ 변화 없음) |
- | ① 채널별 성과 |
  - [라인 차트: 채널별 일일 유입 추이] |
  - [테이블: Naver / Kakao / GA4 비교] |
- | ② 개선 과제 |
  1. Naver 예약율이 28%로 저조 |  
→ 광고 타겟 조정 제안 |
  2. 모바일 트래픽 51% but 예약 35% |  
→ 모바일 UI 개선 제안 |
- | ③ 다음달 액션 플랜 |
  1. Naver 광고 CPC 재입찰 |
  2. 홈페이지 모바일 최적화 |
  3. Kakao 상담 응답 시간 개선 |

- [ ] HTML 템플릿 작성 (CSS 포함)
  - Tailwind CSS 사용 (portable)
  - 반응형 차트 (Chart.js 또는 Recharts)

- [ ] Puppeteer 설정

```
// Node.js
const puppeteer = require('puppeteer');
const generatePDF = async (hospitalId, month) => {
  const htmlContent = await renderReportHTML(hospitalId, month);
  const browser = await puppeteer.launch();
  const page = await browser.newPage();
  await page.setContent(htmlContent);
  await page.pdf({
    path: `reports/${hospitalId}_${month}.pdf`,
    format: 'A4'
  });
};
```

#### **Step 4: 메일 발송 (Monthly, 월 1일)**

라이브러리: nodemailer 또는 SendGrid

발송 대상: 병원 원장 메일 + 담당자 메일

제목: "[병원명] 2025년 12월 마케팅 성과 리포트"

본문:

안녕하세요, [원장님]

이번 달 마케팅 성과 리포트를 첨부합니다.

주요 포인트:

- 총 유입: 250건 ( $\uparrow 15\%$ )
- 예약율: 34% ( $\downarrow 3\%$ )

자세한 내용은 첨부된 PDF를 참고하세요.

궁금한 점은 언제든 연락 주세요.

감사합니다,  
Dental Tech 팀

담당: 개발팀  
마감: 2025-12-31

---

## 2.5 개발 환경 및 배포 설정

### 2.5.1 개발 환경 구축

- [ ] GitHub Repository 생성
  - Private repo
  - .gitignore (API keys, env vars)
  - README 작성 (설치/실행 방법)
- [ ] 환경 변수 관리
  - .env.local (로컬 개발용)
  - .env.production (프로덕션)

필수 변수:

  - DATABASE\_URL=postgresql://...
  - NAVER\_API\_KEY=...
  - KAKAO\_API\_KEY=...
  - GOOGLE\_ANALYTICS\_KEY=...
  - JWT\_SECRET=...
  - SENDGRID\_API\_KEY=...
- [ ] Docker 설정 (선택)
  - Dockerfile 작성 (Node.js)
  - docker-compose.yml (PostgreSQL + Redis)
  - 로컬 개발에서 docker-compose up만으로 시작 가능

### 2.5.2 배포 설정

- [ ] Frontend 배포 (Vercel)
  - Next.js 연동 (자동 배포)
  - GitHub push → 자동 build & deploy
  - Preview URL 생성 (PR마다)
- [ ] Backend 배포 (Heroku 또는 Railway)
  - Git push 기반 자동 배포
  - Environment variables 설정
  - Logging (Papertrail)
- [ ] Database 백업
  - Daily automatic backup (AWS RDS 추천)
  - 보관 기간: 7일
- [ ] 모니터링 설정
  - Uptime monitoring (UptimeRobot)
  - Error tracking (Sentry)
  - Performance monitoring (New Relic 또는 DataDog)

담당: 개발팀  
마감: 2026-01-05

---

## Part 3. 영업 및 마케팅 전략 (Week 1-4, Month 2-3)

### 3.1 베타 테스트 병원 선정 (Week 1-2)

#### 3.1.1 후보 병원 선정 기준

이상적인 후보 조건:

- [ ] 규모: 의료진 2-3명, 스태프 5-8명 (너무 크지 않아야 피드백 빠름)
- [ ] 나이: 개원 3-7년차 (초창기 아님, 너무 오래되지 않음)
- [ ] Online 관심도: 이미 Naver 예약/Kakao 톡톡 등 활용 중
- [ ] 문제의식: 마케팅 성과가 불명확하다는 고민 표현
- [ ] 의지: 새로운 시스템 도입에 긍정적 (변화 수용도 높음)

#### 3.1.2 선정 전략

##### Step 1: 타겟 리스트 작성

- [ ] 지역: 서울 강남/서초 지역 (접근성 + 소비력 높음)
  - 네이버/다음 지도에서 "치과의원" 검색
  - Naver Business 랭킹 상위 30개 병원 수집
  - 각 병원마다 원장명, 전화, 이메일 수집 (스프레드시트)

##### Step 2: 초기 접근 (전화)

- [ ] 첫 전화 스크립트
  - "안녕하세요, [원장님 성함]님인가요?
  - 저는 [우리 회사]의 [이름]입니다.
  - 최근 우리가 개발한 병원 마케팅 분석 시스템이 있는데,
  - 원장님 병원이 어떻게 운영 중이신지 자세히 알고 싶어서 연락드렸습니다.
  - 간단하게 5분만 시간을 내실 수 있을까요?
  - (너무 긴 시간 아니고, 구매 권유 아니라는 점 강조)"
- [ ] 탈락 가능성 대비
  - "지금은 관심 없습니다" → "그렇군요. 혹시 마케팅으로 고민하시는 부분이 있으신가요?"
  - "다른 대행사 이용 중" → "저희는 다른 대행사와 달리 데이터 투명성에 집중합니다"
  - "좀 더 생각해보겠습니다" → "오늘 저녁 이메일로 자료 드릴까요?"

##### Step 3: 미팅 설정 (우수 후보 3곳)

- [ ] 미팅 아젠다 (30분)
  1. 자기소개 (2분) - "우리는 누구인가"
  2. 병원 현황 진단 (10분) - "지금 마케팅을 어떻게 하고 계신가요?"
  3. 온라인 진단 리포트 제시 (10분) - "이런 데이터 보신 적 있나요?"
  4. 베타 참여 제안 (5분) - "무료로 3개월 테스트 해보실래요?"
  5. Q&A (3분)
- [ ] 미팅 전 준비물
  - 온라인 진단 리포트 (그 병원 맞춤형) - 인상 주기 위해
  - 계약서 초안
  - 일정표 (3개월 타임라인)

담당: 영업팀  
마감: 2025-12-31

### 3.2 온라인 진단 리포트 개발 (Week 1-3)

#### 3.2.1 리포트 구성 (영업 무기)

목표: 첫 미팅에서 "우리가 뭘 할 수 있는지" 구체적으로 보여주기

[병원명] 온라인 마케팅 현황 진단
분석일: 2025-12-08
1) Naver 플레이스 현황
• 순위: 강남역 "치과" 검색 #15
• 리뷰 수: 142개 (평점 4.7/5)
• 평가: △ 리뷰가 최근 2주간 없음
→ 고객 유입 신호 약화
2) 경쟁사 비교 분석
병원명 순위 리뷰 최근리뷰
우리 병원 #15 142 2주 전
A 경쟁사 #5 289 2일 전
B 경쟁사 #8 201 5일 전
평가: △ 경쟁사 대비 리뷰 활동 부족
3) 홈페이지 분석
• 모바일 최적화: ✗ 버튼 크기 작음
• SEO 최적화: ✗ 타이틀/메타 부족
• 예약 CTA: ✗ 예약 버튼 위치 불명
4) 개선 처방전 (우선순위)
1. Naver 리뷰 유도 시스템 구축
→ 월 10-15개 리뷰 유입 예상
→ 순위 개선: #15 → #10 (3개월)
2. 홈페이지 모바일 최적화
→ 모바일 예약 버튼 클릭 ↑ 30%
→ 예약 전환율 28% → 35%
3. 온라인 마케팅 통합 대시보드
→ 월간 성과 투명성 확보
→ 데이터 기반 의사결정 가능

### 3.2.2 자동 생성 도구 개발

수동 접근의 한계:

- 각 병원마다 Naver/Google "치과의원" 검색해서 순위 확인 → 30분 소요
- 경쟁사 리뷰 수 비교 → 수작업
- → Scalability 없음

자동화 솔루션:

- [ ] Web Scraper 개발 (Python + BeautifulSoup)

## Naver 지도에서 병원 정보 수집

```
def scrape_naver_place(hospital_name, area):
```

### 1. Naver 검색

### 2. 순위 추출

### 3. 리뷰 수 추출

### 4. 최근 리뷰 날짜 추출

### 5. 별점 추출

```
return {...}
```

## 경쟁사 3-5개 자동 추출

```
def get_competitors(hospital_name, area):
```

## Naver 검색 결과에서 상위 5개 병원 추출

## 각 경쟁사 정보 scrape

```
return [...]
```

- [ ] HTML 리포트 템플릿 작성
  - Jinja2 (Python) 또는 EJS (Node.js)
  - 병원명, 위치, 분석 데이터만 변경되도록 parametrized
- [ ] PDF 생성

```
from weasyprint import HTML
```

```
def generate_diagnostic_pdf(hospital_data):
```

```
html_report = render_template('diagnostic.html', hospital_data)
```

```
HTML(string=html_report).write_pdf(f'{hospital_data["name"]}_diagnostic.pdf')
```

- [ ] 배포 방식

- 클라우드 함수 (AWS Lambda) 또는 스케줄된 작업
- 영업팀: "병원명 + 지역" 입력 → 1분 내 PDF 생성 버튼 클릭 → 리포트 즉시 발급

담당: 개발팀 (Python 스크립트) + 영업팀 (UI 테스트)

마감: 2025-12-25

---

### 3.3 고객 인터뷰 및 Validation (Week 2-4)

#### 3.3.1 인터뷰 대상 선정

- [ ] 샘플 크기: 개원 예정자 + 매출 정체 병원 각 5곳 = 10곳
- [ ] 모집 방법:
  - 지인 네트워크 (창업자 연결고리)
  - 치과 커뮤니티 (온라인: 카톡방, 카페)
  - 업계 컨설턴트 소개

#### 3.3.2 인터뷰 질문 (구조화)

##### Block 1: 현황 파악 (5분)

- "현재 병원 운영 중 마케팅은 어떻게 하고 계신가요?"
- "온라인 예약/상담 채널은 어떤 것들을 사용하세요?"
- "매달 마케팅에 얼마나 투자하세요?"

##### Block 2: Pain Point 확인 (10분)

- "마케팅 성과를 어떻게 측정하세요?"
  - 답변: "감으로" / "특정 데이터 없음" → 우리의 가치 확인
- "현재 마케팅에서 가장 불만스러운 부분?"
  - 투명성, 비용 대비 효과, 느린 개선, 의료법 리스크 등
- "이상적인 마케팅 대행사는 어떤 모습?"
  - 기대치 파악

##### Block 3: 솔루션 반응 (10분)

- "이런 통합 대시보드가 있다면 도움이 될까요?"
- "월 500만 원 정도라면 합리적인가요?"
  - Price point 검증

담당: 영업팀

마감: 2026-01-15

---

## Part 4. 운영 체계 구축 (Week 1-4, Ongoing)

## 4.1 고객 계약 및 Onboarding (Ongoing)

### 4.1.1 표준 계약서 프로세스

계약서 내용 체크리스트:

- [ ] 서비스 범위 (명확성)
  - ✓ 제공하는 것:
    - 통합 대시보드 접근권
    - 월 1회 자동 PDF 리포트
    - 콘텐츠 제작 (패키지별 다름)
    - 기술 지원 (이메일)
  - ✗ 제공하지 않는 것:
    - 매출 증가 보장
    - 24/7 실시간 전화 지원
    - 무제한 커스터마이제이션
- [ ] 계약 기간 및 가격
  - 기본(Basic): 3개월 계약, 월 3M
  - 프로(Pro): 6개월 계약, 월 5M
  - 프리미엄(Premium): 12개월 계약, 월 8M
- [ ] 의료광고 책임 명시
  - "을(고객사)은 모든 콘텐츠의 의료법 준수 여부를 최종 확인하고, 병원명으로 배포되는 모든 광고물에 대한 법적 책임을 진다.
  - 갑(우리)은 기술 지원만 담당하며, 의료광고 컴플라이언스에 대해 책임지지 않는다."
- [ ] 면책 조항
  - "다음의 경우 성과 부진은 을의 책임으로 간주:
    - 마케팅 예산 부족 (월 1M 이하)
    - 치과의 서비스 품질 저하
    - 경제 상황 악화 (recession)
    - 경쟁사의 우월한 마케팅 활동
  - 을은 이러한 요인 제어 불가에 따른 손실에 대해 책임지지 않음."
- [ ] 추가 요청 비용 규정
  - 계약 범위 내: 포함
  - 계약 범위 외: 별도 비용 협의
  - 예시:
    - 랜딩페이지 추가 개발: +2M (1개 기준)
    - 월간 콘텐츠 4개 초과: +500K (1개당)
    - 맞춤형 리포트 디자인: +1M

### 4.1.2 Onboarding 프로세스 (첫 4주)

Week 1: 계약 & 데이터 연동

- [ ] 계약서 체결 및 서명
- [ ] API 키 발급 및 등록
  - Naver 예약 API 연동
  - Kakao 톡톡 API 연동
  - Google Analytics 연동
  - 콜 트래킹 (있으면) 연동

- 홈페이지 품 통합
- [ ] 대시보드 계정 생성 및 권한 설정
  - 원장 계정 (Owner)
  - 마케팅담당자 계정 (Editor)
  - 회계담당자 계정 (Viewer) - 비용 관련만

## Week 2: 데이터 수집 및 검증

- [ ] 과거 데이터 수집 (지난 3개월)
  - API에서 역사적 데이터 가져오기
  - 데이터 정합성 확인 (실제 수치와 비교)
  - 누락/오류 수정
- [ ] 초기 대시보드 구성
  - 고객사 필요한 주요 지표 설정
  - 차트 커스터마이징 (진료과목별 분류 등)
- [ ] 온라인 워크숍 (30분)
  - 대시보드 사용법 설명
  - 자주 묻는 질문 답변

## Week 3: 콘텐츠 계획 수립 (Pro/Premium 고객)

- [ ] 콘텐츠 전략 회의
  - 어떤 주제의 콘텐츠 필요한지
  - 발행 빈도 (월 4개 vs 8개)
  - 병원의 강점 포인트 찾기
- [ ] 콘텐츠 제작 스케줄 확정
  - 1차 콘텐츠 주제 3-4개 선정
  - 각 발행 예정일 공지

## Week 4: 성과 추적 시작

- [ ] 첫 번째 대시보드 리뷰 미팅
  - "지난주 어떤 채널이 잘했나?"
  - 개선 아이디어 도출
- [ ] 향후 협력 방향 확인
  - 월 정기 미팅 일정 예약
  - 피드백 채널 확립

담당: 영업팀 + 개발팀

프로세스: 매 신규 고객마다 반복

---

## 4.2 외주 인력 풀 구축 (Week 1-4, Ongoing)

### 4.2.1 필요 직무 정의

#### 1. 의료 콘텐츠 라이터 (우선순위: 높음)

- [ ] 역할: 치과 관련 콘텐츠 작성 (블로그, SNS, 이메일)
- [ ] 요구사항:
  - 의료/치과 배경지식 (선행)
  - 한국 의료법 이해

- SEO 기초 지식
- 1달에 4-8개 포스트 작성 가능
- [ ] 급여 기준: 포스트 당 30-50만 원 (2000-3000자 기준)
- [ ] 발굴 채널:
  - 프리랜서 마켓 (오늘의팀, 크몽, 숨고)
  - LinkedIn 메시지
  - 의료 저널리즘 커뮤니티

## 2. 디자이너/UI 개발자 (우선순위: 중간)

- [ ] 역할: 랜딩페이지 이미지/배너, 대시보드 UI 개선
- [ ] 요구사항:
  - Figma 능숙함
  - 반응형 웹 이해
  - 의료 마케팅 미학 감각
- [ ] 급여 기준: 월 500만 원~1000만 원 (계약직 3개월~)
- [ ] 발굴 채널:
  - 디자인 에이전시 (프로젝트 기반 협력)
  - Behance / Dribbble 포트폴리오 검색

## 3. QA 엔지니어 (우선순위: 낮음, Phase 2)

- [ ] 역할: 대시보드/랜딩페이지 테스트, 버그 보고
- [ ] 요구사항:
  - 테스트 케이스 작성 능력
  - 브라우저/디바이스별 호환성 테스트
- [ ] 급여 기준: 시간당 50-100K (파트타임)

### 4.2.2 인력 관리 프로세스

- [ ] 계약서 템플릿 준비
  - 기밀유지 합의서 (NDA)
  - 지적재산권 양도 조항
  - 급여 및 납기 규정
- [ ] 협업 도구 설정
  - Slack (커뮤니케이션)
  - Trello / Asana (작업 관리)
  - Google Drive (공유 폴더)
  - GitHub (개발자 협업)
- [ ] 품질 관리
  - 산출물 체크리스트 (Content: SEO, 오탏, 의료법 준수 등)
  - 1차 검수: 담당 담당자
  - 2차 검수: 영업팀 (고객 관점)
  - 3차 검수: 법무 (의료법)

담당: 영업팀

마감: 2026-01-31

---

## 4.3 내부 커뮤니케이션 및 운영 체계 (Week 1, Ongoing)

### 4.3.1 협업 도구 설정

- [ ] Slack 워크스페이스 개설
  - Channel 구성:
    - #general (공지)
    - #sales (영업팀 협의)
    - #development (개발팀 협의)
    - #customer-issues (고객 문제 보고)
    - #random (자유 대화)
  - 봇 설정: Google Analytics daily summary, GitHub PR notifications
- [ ] Notion 또는 Wiki 구축
  - 문서 저장소 역할
  - 페이지 구성:
    - 회사 정보 (미션, 비전, 팀)
    - 운영 가이드 (이 문서)
    - 고객 관리 (고객 목록, 계약 정보)
    - 기술 문서 (API 문서, 배포 가이드)
- [ ] Google Calendar 공유
  - 팀 일정 (미팅, 휴가)
  - 중요 마감일 (배포, 계약 갱신)
  - 고객 onboarding 일정

### 4.3.2 정기 회의 일정

#### 주간 회의:

- [ ] 월요일 10:00 - 주간 계획
  - 이주 목표 공유
  - 이전주 평가
  - 위험 요인 확인
  - 소요시간: 30분
- [ ] 수요일 15:00 - 개발 sync
  - 개발팀만 (15분)
  - 진행 상황, 차단 사항

#### 월간 회의:

- [ ] 매월 1일 - 성과 리뷰
  - 지난달 KPI 평가 (고객 수, MRR, 만족도)
  - 이번달 목표 설정
  - 소요시간: 1시간
- [ ] 매월 15일 - 제품 개선 회의
  - 고객 피드백 정리
  - 다음 스프린트 계획 (개발)
  - 소요시간: 1시간

#### 4.3.3 성과 지표 (KPI) 추적

- [ ] 월간 KPI 대시보드 (Spreadsheet)

지표 Target Actual Status

---

신규 고객 수 (명) 2-3 ?

MRR (백만 원) 6-9 ?

고객 만족도 (%) 80%+ ?

이탈율 (%) 20% 이하 ?

평균 계약기간 5개월 ?

- [ ] 개발 진도 추적

대시보드 MVP  80%

랜딩페이지 시스템  60%

자동 리포트  30%

담당: 영업팀 (종합 관리) + 개발팀 (기술 영역)

실행: 즉시

---

## Part 5. 초기 자금 조달 및 재무 계획 (Month 1-3)

### 5.1 자금 조달 방식

Option A: 부트스트래핑 (추천, 초기 단계)

- [ ] 자기자본으로 시작

- 창업자 2명이 각각 500만 원씩 기여 = 1,000만 원
- 개발 비용 (외주): 3,000만 원 (30주 × 100만 원/주)
- 운영 비용 (3개월): 9,000만 원 (사무실 3M × 3, 클라우드 2M × 3, 마케팅 5M × 3)
- 필요: 약 4,000-5,000만 원

- [ ] 개발 비용 절감 방안

- 개발자가 직접 개발 (외주 아님) → 인건비 절감
- MVP 중심 (fancy feature 제외)
- 오픈소스 라이브러리 적극 활용
- → 실제 필요: 2,000-3,000만 원

Option B: 초기 투자 유치

- [ ] 엔젤 투자자 모금 (6-12개월 후, 수익 모멘텀 보일 때)

- 목표: 5억 원~1억 원
- 투자자 타입: Health Tech 관심 있는 엔젤, seed VC
- 용도: 개발팀 1명 추가 채용, 마케팅 강화, 국제 확장

### 5.2 월별 자금 계획

Month 1 (Dec 2025):

- 개발 비용: 1,500만 원 (아키텍처 설계, 기본 인프라)
- 운영 비용: 3,000만 원 (사무실 3M, 클라우드 2M, 마케팅 5M)
- 소계: 4,500만 원

Month 2-3 (Jan-Feb 2026):

- 개발 비용: 매월 1,500만 원
- 운영 비용: 매월 3,000만 원
- 소계: 매월 4,500만 원

#### Year 1 총예산 (추정):

개발:  $1,500 \times 3\text{개월} = 4,500\text{만 원}$

운영:  $3,000 \times 12\text{개월} = 3.6\text{억 원}$

인건비 (창업자, 기회비용): 0원 (초기는 자체 투자)

---

합계: 약 4,050만 원 (6개월 집중 개발)

+ 3,600만 원 (연간 운영)

= 7,650만 원

#### 손익분기점:

필요 MRR: 3,000만 원 (월간 운영비 + 약간의 여유)

→ 고객 6개 (월 500만 원 × 6)

→ Month 9-10 달성 가능

---

## Part 6. 위험 요소 및 대응 (Risk Management)

### 6.1 기술적 위험

위험	영향	확률	대응
API 정책 변경 (Naver, Kakao)	대시보드 기능 장애	중	정기 API 문서 모니터링, 대체 데이터 소스 검토
데이터 보안 침해	고객 신뢰 상실, 법적 문제	낮	HTTPS 필수, DB 암호화, 정 기 보안 감사
개발 지연	출시 미루기	중	Agile 스프린트 (2주), 우선순 위 명확화

### 6.2 시장/영업 위험

위험	영향	확률	대응
고객 확보 실패	매출 없음	중	베타 테스트부터 피드백 수집, 인터뷰 10곳
의료법 준수 미흡	법적 처벌, 신뢰도 하락	중	법무사 자문, 엄격한 검수 프로세스
경쟁사 출현	가격 경쟁	높	차별화 강조(치과 전문성, 기술력), 고객 로열티 강화

### 6.3 재무 위험

위험	영향	확률	대응
자금 고갈	운영 중단	중	3-6개월 유동성 확보, 조기 수익 모멘텀 추구
고객 이탈 (Churn)	MRR 하락	중	정기 만족도 조사, 적극적 고객 지원

---

## Part 7. 스케줄 및 마일스톤 (Timeline)

주간 스케줄 (Week 1-4, Dec 2025 - Jan 2026)

Week 1 (Dec 9-13)

- 
- [X] 회사명 확정
  - [X] GitHub 리포지토리 생성
  - [X] 개발팀: 아키텍처 설계 시작
  - [X] 영업팀: 베타 병원 후보 리스트업
  - [X] 법무: 의료법 가이드라인 스터디 시작

Week 2 (Dec 16-20)

- 
- [] 법인 설립 (사업자등록 완료)
  - [] 개발팀: 대시보드 UI Mock-up 완성
  - [] 개발팀: API 연동 스크립트 개발 시작 (Naver)
  - [] 영업팀: 온라인 진단 리포트 자동화 도구 Spec 정의
  - [] 영업팀: 베타 병원 3곳 설외 미팅 일정 확보

Week 3 (Dec 23-27)

- 
- [] 개발팀: 전체 API 연동 완료 (Naver, Kakao, GA4)

- [ ] 개발팀: 랜딩페이지 템플릿 3종 개발 시작
- [ ] 영업팀: 첫 번째 베타 병원 미팅 (온라인 진단 리포트 제시)
- [ ] 법무: 계약서 템플릿 완성

#### Week 4 (Dec 30 - Jan 3)

---

- [ ] 개발팀: MVP 대시보드 개발 60% 진행
- [ ] 개발팀: 랜딩페이지 템플릿 개발 완료
- [ ] 영업팀: 3개 병원 모두 베타 협력 계약 체결
- [ ] 법무: 의료광고 가이드라인 문서 완성

#### Month 2 (Jan 6 - Feb 3)

---

##### Week 5-8: MVP 개발 완료, 베타 테스트 시작

- [ ] 개발팀: 대시보드 MVP 개발 완료 (90% 기능)
- [ ] 개발팀: 자동 리포트 생성 시스템 개발 (PDF, 메일)
- [ ] 개발팀: 온라인 진단 리포트 자동화 도구 완성
- [ ] 영업팀: 베타 병원 3곳 Onboarding 완료
- [ ] 영업팀: 고객 인터뷰 10곳 실행 (Pain Point Validation)

#### Month 3 (Feb 4 - Mar 3)

---

##### Week 9-12: 솔루션 고도화, 정식 영업 시작

- [ ] 개발팀: 고객 피드백 기반 대시보드 개선 (v1.1)
- [ ] 개발팀: 모바일 반응형 완성
- [ ] 영업팀: 베타 병원 성과 리포트 정리 (Case Study)
- [ ] 영업팀: 정식 영업 시작 (월 2-3개 신규 고객 목표)
- [ ] 전체: 벤처기업 인증 신청

#### 주요 마일스톤

- M1 (Jan 5, 2026): MVP 대시보드 + 베타 병원 3곳 계약
- M2 (Mar 1, 2026): 정식 영업 시작, 누적 5-6개 고객
- M3 (Jun 1, 2026): 누적 12개 고객, 월 매출 6,000만 원
- M4 (Sep 1, 2026): 누적 15개 고객, 월 매출 7,500만 원, 손익분기점 달성

---

## Part 8. 참고 자료 및 링크

### 의료법 및 컴플라이언스

#### [1] 의료법 제27조 - 의료광고

- 출처: [law.go.kr](http://law.go.kr) (한국 법령 정보)
- URL: <https://www.law.go.kr/lisInfoP.do>
- 핵심: 의료광고 원칙적 금지, 예외 인정 사항 명시

#### [2] 의료기관 홍보 자율준칙

- 출처: 대한치과의사협회

- URL: <https://www.kda.or.kr>
- 문서: "치과의료광고 자율준칙" (공개)

## 기술 문서

- [Naver Business API](#)
- [Kakao Developers](#)
- [Google Analytics Data API](#)

## 창업 자료

- [벤처기업 인증 가이드](#)
- [기업부설연구소 설립 가이드](#)

이 문서는 팀 내부용 가이드입니다.

정기적으로 업데이트하며, 실행 과정에서 발생하는 학습을 반영합니다.

마지막 수정: 2025-12-08

다음 업데이트 예정: 2026-01-31 (Month 2 종료 후 검토)