



본 만에 적용하여
매출을 올리는 세일즈 문장
기술 올리는 기술 문장

이지피 테크닉

Infodience.com

현재 당신의 사업 매출이 저조하다면, 크게 신경써야 할 것 중 한 가지가 ‘**전환율**’이다. 이 책은 당신의 판매 페이지 (상품 소개 페이지 또는 상세 페이지)의 카피라이팅에 혁신적인 변화를 주고, 전환율을 높여줄 것이다.

“문장 하나 바꾸고 매출이 300만 원 늘었습니다!”

이와 같은 이야기가 허구가 아니라는 것을, 이 책을 읽고 난 후에는 당신도 느끼게 될 것이다.

당신의 상품이 팔리지 않아 고민이라면, 또는 상세페이지를 작성할 때마다 머릿속이 하얗게 변해버리는 사람이라면 이 책을 반드시 끝까지 읽어보기 바란다.

- 목 차 -

(클릭 시 해당 페이지로 이동합니다)

| | |
|--|----|
| 서문 - 디지털 상품 판매로 역대 연봉을 달성할 수 있었던 비밀을 공개합니다 | 5 |
| 카피라이팅은 ‘사람들의 눈을 사로잡는 문장’이 아니다 | 11 |
| 이지픽 테크닉 : 고객에게 고르기 쉬운 문제를 던지는 OFFER의 기술 | 13 |
| 구매 옵션 VS 비구매 옵션 | 17 |

+ 추가 보너스

이 저작물은 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물입니다. 저자의 허가 없이 무단 전재 및 무단복제를 금합니다.

<저자 프로필>

포리얼 (김준영) | 10개의 수익 파이프라인을 가진 비즈니스 코치

17만 비즈니스 크리에이터, 온라인 사업 카테고리 베스트셀러 작가
(주)베러모먼트코퍼레이션 대표이사, 멘토레이너 대표

26살, 중앙대학교 경영학부 재학 중 첫 회사 (주)아리아케어코리아를 창업하였다. 요양 브랜드 '아리아케어'를 런칭하여 2년 만에 50개 이상의 프랜차이즈 가맹점을 개설하고 연매출 20억 원을 달성했다. 그러나 자본이 필요한 오프라인 사업의 특성상 외부 투자를 통해 자본금을 늘린 결과 지분 갈등을 겪어야 했다. 29세에 CEO 자리를 내려놓고, 통장잔고 20만 원을 시작으로 온라인 수익 만들기에 도전하였다.

2019년 5월 0명에서 시작한 포리얼 유튜브 채널은 2020년 말 1년 6개월 만에 10만 명이 구독하는 대형 채널로 성장하였다. 저자는 소셜 미디어 교육, 온라인 멘토링, 카피라이팅 교육, 전자책 판매를 포함, 2년 만에 총 10개의 수익 파이프라인을 구축하고 현재는 온라인 수익화 전문가로 활동하고 있다. “누구나 자신에게 맞는 수익화 방법이 있다”라는 슬로건으로 코칭을 제공하고 있으며, 현재까지 200명 이상의 클라이언트가 코칭을 통해 수익화에 성공했다. 부업을 꿈꾸는 직장인부터 매출이 고민인 사업가, 전업 주부까지, 상황에 맞게 수익화 주제를 탐색하고 적합한 수익화 전략 및 사업 성장 전략을 수립해주는 교육으로 많은 고객들에게 도움을 주고 있다.

저서 - 2배속으로 월급 독립



서문 - 디지털 상품 판매로 역대 연봉을 달성할 수 있었던 비밀을 공개합니다

나는 온라인을 통해 디지털 상품을 판매하여 돈을 벌었다. 디지털 상품이란, '온라인 상에 존재하는 무형의 상품'으로 지금 당신이 읽고 있는 이러한 전자책 또한 디지털 상품이라 볼 수 있다. 이외에도 온라인 강의 (영상), 오디오 교육 자료, 디자인 파일 양식, 기획서 양식, 대학교 레포트까지... 모두 디지털 상품이라 볼 수 있겠다.

다양한 디지털 상품들이 존재하고 있지만, 정확하게 말하면 나는 내가 가진 정보/노하우/경험을 담은 디지털 상품을 판매하여 돈을 번 '온라인 지식 사업가'다. 디지털 상품 판매와 더불어 내 시간을 투여하는 코칭/컨설팅 서비스를 함께 판매하여 수익을 크게 늘릴 수 있었다.

하지만 이러한 과정이 순탄했던 것은 결코 아니다. 나 역시 시작점은 막막했고, 많은 시행착오를 겪어야 했다.

그렇다, 아무것도 없이 온라인 사업으로 재기를 꿈꾸던 2019년 5월의 나를 이야기해보고자 하는 것이다.

나는 어린 나이에든 불구하고, 많은 경험과 시행착오를 겪었다. 26살, 외부투자를 받고 재가요양 사업을 하여 50개 이상의 프랜차이즈 가맹점을 유치했다. 겉보기에 사업은 승승장구하는 듯 보였다. 그러나 문제가 있었다. 다수의 투자자가 참여한 상황에서 지분갈등을 겪어야 했던 것이다. 결국 나는 공황장애를 겪고 그 회사에서 나왔다. 28살, 내가 가진 재산은 통장 속 20만 원이 전부였다.

다시 돈을 벌어보겠다고 무작정 유튜브 채널을 만들어 내 지식을 전달하기 시작했다. 지금 돌이켜보면 그 과정에서 경험

부족으로 많은 시간을 낭비했다. 허나 재미있는 사실은 그렇게 시간 낭비를 하고도 2년 만에 월 순이익 1,000만 원을 꾸준히 올리는 자유로운 온라인 지식 사업가가 될 수 있었다는 것이다.

아이러니 했다. 이전에 사업을 할 때는 매일 같이 하루 12시간 이상 일을 했다. 그럼에도 불구하고, 월급쟁이 대표이사 신세로 한달에 200만 원을 간신히 벌 수 있었다. 회사의 규모 성장을 위해 투자금이 계속해서 필요했고, 회사는 적자였다.

반면 회사에서 나온 뒤 온라인 지식 사업을 시작하고는, 1년 쯤 지난 시기에 월 1,000만 원 소득을 처음으로 달성했다. 물론 이때까지는 매달 월 1,000만 원의 수익이 꾸준히 달성되지는 않았다. 나는 일하고 싶을 때 일할 수 있는 '자유'를 얻기 위해 더 달렸고, 결국 그러한 자유까지 얻게 되었다.

어떻게 이런 일이 가능했을까? 오늘날 전 세계적으로 매일 1,300명의 백만장자(재산 12억 이상의 자산가)가 새롭게 탄생한다고 한다. 더욱 놀라운 것은 그들 중 20대, 30대의 젊은 부자 비율이 그 어느 때 보다 많아지고 있다는 점이다.

더 이상 백만장자는 직장생활로 번 돈을 열심히 저축하고 모아 지팡이 짚을 나이에 부자가 된 사람들이 아니다. 젊은

나이임에도 온라인 비즈니스에 눈을 뜨고 정당하게 번 돈으로 포르쉐와 페라리를 타는, 말 그대로 부의 추월차선을 탄 자들이다.

앞서 내가 디지털 상품을 판매하여 돈을 벌었다고 이야기 했다. 나 역시 처음부터 디지털 상품 판매로 큰 매출을 만든 것은 아니었다. 나는 고가의 서비스를 판매하기 시작하면서 매출 절벽을 경험해야 했고, 그 상황을 해결하기 위해 많은 연구를 해야했다.

그때 내가 가장 많은 시간을 쏟아 고민하고 공부한 것이 바로 '카피라이팅'이었다. 나는 내 상품을 조금이라도 더 잘 팔기 위해, 카피라이팅이 가장 발달한 미국의 세일즈 페이지 150개 이상을 뜯어보았다.

미국에서 활동하는 1인 사업가, 소규모 기업의 랜딩 페이지, 블로그, 마케팅용 이메일과 판매 제안 페이지 등을 모두 분석했다. 잘 짜여진 랜딩 페이지와 세일즈 페이지에는 공통된 요소들이 존재한다. 그것들에 더해 내가 기존에 가지고 있던 지식과 국내에서 잘 먹히는 문장 스타일을 융합하여 마침내 따라만 쓰면 완벽한 설득 논리의 글이 완성되는 '12개의

문단으로 이루어진 상세페이지 템플릿 - 12블록 테크닉'을 만들었다.

온라인 무자본 창업이 유행을 타면서 다양한 강의와 코칭 서비스가 넘쳐나고 있다. 단 며칠만에도 큰 돈을 벌 수 있다며 사람들을 현혹하는 위험한 서비스들도 더러 보인다. 놀라운 것은 짜깁기로 얼룩진 저품질의 서비스로도 큰 돈을 벌고 있는 사람들이 많다는 것이다.

이 말인즉슨, 당신 역시도 온라인을 통해 고객을 설득하는 기본적인 원리만 터득한다면 서비스의 수준이 현저하게 떨어지더라도 큰 돈을 벌 수 있다는 뜻이다. (물론 이는 도덕적으로 옳지 않으며, 나는 그런 식으로 돈을 버는 사람들('사기꾼'이라 쓰고 싶다.)을 혐오한다.)

반면, 좋은 서비스를 만들고도 그것을 잘 알리지 못해 판매에 애를 먹는 사업가들이 태반이다. 그로 인해 과장된 서비스 제공자들이 오히려 부자가 되고 있는 지금의 모순된 현실을 바로 잡는데 이 책의 정보가 조금이나마 기여할 수 있기를 바란다.

이 전자책에서는 상세 페이지에 바로 적용하여 전환율을 높일 수 있는 기술, '이지픽 테크닉'을 공개한다. 이 자료가 여러분의 경제적 자유를 달성하는 데 도움이 되기를 진심으로 희망한다.

카피라이팅은 '사람들의 눈을 사로잡는 문장'이 아니다

우리나라 사람들은 카피라이팅을 단순히 '남들의 시선을 사로잡기 위한 한 줄의 강력한 문구' 정도로 생각하는 경우가 많은 것 같다. 그러나 카피라이팅은 '광고에서 주의를 끌기 위한 문구'를 의미하는 '캐치프레이즈(catchphrase)'보다 더 넓은 의미를 담고 있는 개념이다. 상품을 판매하기 위한 상세페이지, 웹사이트의 설명글, 고객의 전화를 유도하는 홍보자료 등이 전부 카피라이팅이라고 볼 수 있다.

카피라이팅을 한 마디로 정의하면 '글을 통한 세일즈의 기술'이라고 할 수 있겠다. 보다 더 와닿는 한 마디로 정의해보면, 카피라이팅은 '글로 만든 돈을 벌어오는 기계'이다.

온라인에 잘 만들어둔 카피라이팅 글은 당신이 잠자는 동안에도 당신을 위해 세일즈를 일으키는 최고의 영업사원이 된다. 카피라이팅 글은 도달할 수 있는 범위가 무한대다. 24시간 언제나, 전국 어디에 있는 고객이든 우리의 카피라이팅 글을 통해 설득할 수 있다. 때문에 좋은 카피라이팅 글을 쓸 수 있다면, 월급 주고 관리하는 영업사원을 뽑을 필요가 없어진다.

이러한 이유로 대기업과 중견기업, 스타트업과 1인기업, 어떤 누구일지라도 온라인에서 돈을 벌고자 한다면 카피라이팅 능력은 필수적으로 갖춰야 할 역량이라고 보아야 한다.

이 책에서는 내가 만든 '카피라이팅 12블록 테크닉' 중 가장 하이라이트이자 클라이막스 파트인 '이지픽 테크닉'을 배워볼 것이다.

만약 당신의 상세 페이지에 충분한 트래픽이 들어오고 있으나 구매 전환이 현저하게 떨어진다면, 오늘 이 책을 읽고 당장 상세 페이지를 수정해보기 바란다. 이 기술만 당신의 상세 페이지에 적용해도, 전환율이 높아지는 마법을 경험할 것이다.

이지픽 테크닉 : 고객에게 고르기 쉬운 문제를 던지는 OFFER의 기술

이지픽 테크닉은 말 그대로 “Easy-Pick”, 고르기 쉬운 문제를 고객에게 던져준다는 것을 의미한다. 이지픽 테크닉은 12블록 테크닉의 제 8블록으로, 서두와 본문에서 효과적인 문제 인식과 정보 제공 및 사회적 증거를 통해 설득 밀작업을 해둔 후 던지는 세일즈를 위한 최종 클라이막스라고 볼 수 있다.

당신이 굳이 12블록 테크닉에 따라 그대로 설득용 세일즈 글을 적지 않아도, 서두에 적당한 후킹을 통해 고객의 주목을 끈 후 이지픽 테크닉을 통해 전환율을 개선할 수 있을 것이다. 많이 듣는 이야기겠지만, 이 책을 보기만 하는 것은 아무런 의미가 없다. 반드시 읽고 본인의 상세페이지, 판매페이지, 랜딩페이지에 오늘 배운 지식을 적용해보기 바란다.

이지픽 테크닉을 설명하기 전, 한 가지 설명하고 넘어가야 할 개념이 있다. 당신이 영업/세일즈와 관련된 서적이나 연애 관련 서적을 많이 읽어보았다면 ‘더블 바인딩’에 대해 들어본 적이 있을 것이다. 이 개념이 생소한 사람들을 위해 간략하게만 살펴보도록 하자.

- 더블 바인딩?

‘더블 바인딩’이란, 질문을 통해 몇 가지의 선택지를 던져 상대방이 다른 생각을 할 수 없게 만드는 커뮤니케이션 기법이다. 이렇게 설명하면 이해가 잘 안 될 것이므로, 예시를 들어보도록 하겠다.

예시)

보험 영업사원인 A가 고객과 대면 약속을 잡고 싶어하는 상황이라고 가정해보자. 이때 A가 초짜 영업인이라면, 고객과의 통화에서 옆에 아홉은 이렇게 질문을 한다.

더블 바인딩을 모르는 A :

“안녕하세요, 고객님! 지난 번에 뵈었던 000입니다!

혹시 이번주에 찾아뵙고 차 한잔 할 수 있을까요?

만나 뵙고 설명드릴게 있어서요! 이번에 아주 좋은 조건의...”

잘못된 곳이 보이는가? 위 질문이 왜 영업적으로 좋지 않은 멘트인지 모르겠다면, 다음 장을 꼭 보기 바란다.

만약 A가 더블 바인딩을 알고 있다면 아래와 같이 질문할 것이다.

더블 바인딩을 사용하는 A :

*“고객님! 잘 지내셨죠? 다름이 아니라,
마침 고객님의 조건에 딱 맞는 상품이 나와서 설명드릴게 있는데,
혹시 이번주 시간이 평일이 편하실까요, 주말이 편하실까요?”*

이제 차이가 느껴지는가?

첫번째 질문을 보면, 고객 입장에서 아래의 두 가지 선택의 기로에서 고민하게 된다.

‘이번 주에 차를 마실 수 있다고 할까,

없다고 할까?’

(이 사람을 만날까, 안 만날까?)

그러나 두번째 질문을 받으면 고객은 일반적으로 아래의 선택지에서 고민한다.

‘평일이 편하다고 할까,
주말이 편하다고 할까?’

(이 사람을 언제 만나는게 좋을까?)

둘의 차이가 느껴지는가?

질문 자체가 앞단의 결정(만남)은 확정을 지어버리고,
다음 결정(언제 만날까)에 대한 선택지만을 던지고 있다.

더블 바인딩을 사용하는 A처럼 질문했을 때, 고객은 쉽사리
영업사원이 구축한 프레임에서 빠져나가지 못하고 질문자가 던진
질문 속 옵션 안에서만 선택을 하게 된다. 즉, 만나는 건 확정된
것이고 언제 만나느냐가 문제가 되어버리는 것이다.

반면 더블 바인딩을 모르는 A처럼 질문할 경우, 고객과의 만남
성사가 후자에 비해 훨씬 어려운 과정이 될 것이다.

구매 옵션 VS 비구매 옵션

이지픽 테크닉은 고객이 '구매 옵션'과 '비구매 옵션'을 비교하게 하고, 그 사이에서 의사결정을 할 수 있도록 유도하는 글을 쓰는 것이다. 이렇게 하면 글을 읽는 고객은 판매자가 던지는 옵션 안에서만 선택을 하게 된다. 더블 바인딩처럼, 판매자가 구축한 프레임에서 쉽게 빠져나가지 못하고 구매 의사결정을 하는 것이다.

크몽에서 3,000만 원 어치 이상 판매된 나의 주식투자 기초 전자책의 상세페이지를 예시로 들어 설명하도록 하겠다.

책 읽는 것을 좋아하는 분들은 이 책을 사지 않는 것이 좋습니다.
시행착오를 좋아하시는 분들도 이 책을 사지 않는 것이 좋습니다.

전자책도 책인데, 책 읽는 걸 좋아하는 사람은 사지 말라니?
이게 무슨 소리일까? 계속 읽어보자.

서점에만 가도 우수한 주식투자 책이 매우 많습니다.
기본적으로 차트와 함께 500p 이상의 책들이 수두룩 합니다.
7권 정도의 기본서를 읽으면 핵심이 보이실 겁니다.
3,500p 정도 읽으시면 됩니다.

책을 읽는 것을 좋아하는 분들은 그 방법을 추천합니다.

주식투자를 시행착오로 배우는 분들도 많습니다.
수 백만 원의 손실액을 경험하며 수업료라 생각하고 발전하는 케이스입니다.
그럼에도 공부하지 않고 계속 수업료를 내는 분들도 계십니다.

시행착오를 좋아하고 공략집을 찾기 보다는 우직하게 부딪히는 걸 좋아하는 분들은
이 책을 읽지 않으셔도 좋습니다.

바로 이 부분이 이지픽 테크닉 문단이다. 고객으로 하여금
'가격'과 '가치'를 비교할 수 있게 선택지를 던지고 있다. 구매
옵션이 아닌, 비구매 옵션이 무엇이 있는지 보여주고 있는
부분이다.

물론, 세상에는 아래와 같이 훨씬 더 많은 비구매 옵션들이
존재한다.

1. 다른 투자 고수가 진행하는 주식투자 인터넷 강의를 들을
수도 있고,
2. 오프라인에서 배우는 다른 수업들이 있을 수도 있다.
3. 무료로 정보를 주는 커뮤니티에서 배워볼 수도 있을
것이다.

그러나, 고객은 우리가 제시한 옵션들 안에서 벗어난 생각을 하기가 힘들다.

더블 바인딩처럼, 고객의 판단 자체에 우리 의도대로 프레임을 구성했기 때문이다.

이지픽 테크닉 덕분에 고객은 아래와 같이 쉬운 선택지를 마주하게 되었다.

- 첫번째 선택지 -

총 3,500p 분량이 되는 책 7권 읽기 (책 값만 15만 원 이상)

VS

50p 분량의 핵심 정리 (3만 5천 원)

그리고,

- 두번째 선택지 -

수 백만 원 손실 (+ 시간 소모)

VS

50p 분량의 핵심 정리 (3만 5천원)

이지픽 테크닉의 핵심은 바로 이것이다.

“바보가 아닌 이상
구매 옵션을 선택해야 하는 상황을 만든다.”

그리고 이 다음, 심리적 트리거를 하나 더 넣어 썰기를 박는다.

그러나, 여기까지 읽고 계시다는 것은 조금이라도 현명하게, 더 빨리
기초지식을 쌓고 투자 세계에서 성과를 내고 싶은 분이실거라 생각합니다.

단 인쇄책 2권 값으로,
인쇄책 7권을 구매하는 비용과 읽는 시간, 투자 시행착오에 들어갈 비용을 아끼세요.

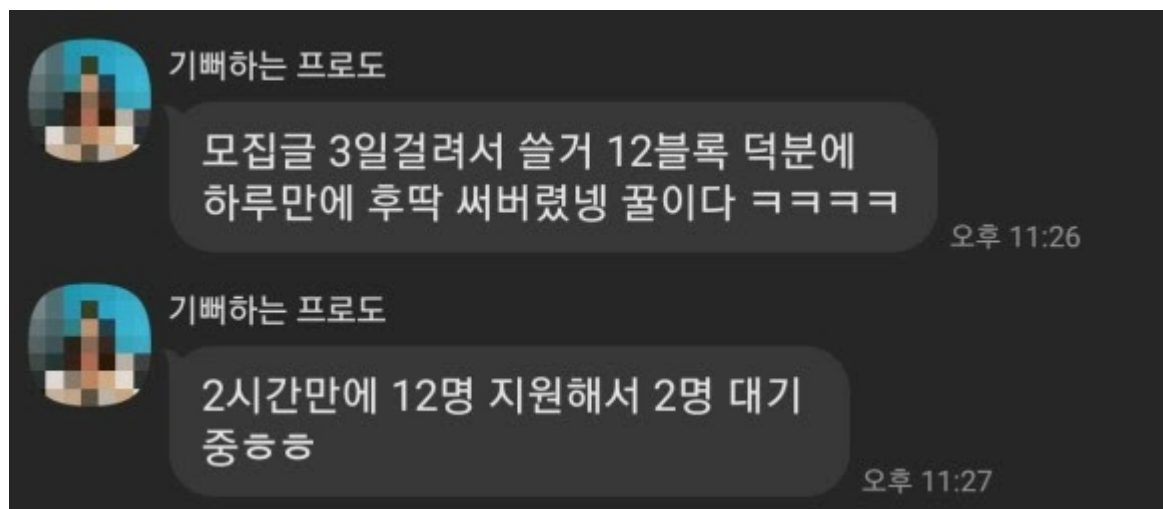
“솔직히 말해서, 이렇게 7권이나 읽고 배우려 했다면
여기까지 읽고 계시지 않을 겁니다. 당신은 현명한 분이겠지요?”

상세 페이지 앞단에서 서두와 본문 (2~7블록)의 설득 구조를
스무스하게 잘 짜두었다면, 여기까지 읽은 고객은 이런 생각을
하게 된다.

“맞아! 내가 지금 여기까지 읽고 있잖아?
이렇게 쉬운 결정을 왜 안 내리고 있지?
생각할 것도 없이 이 선택지(구매)가 현명한 의사결정이잖아?”

고객은 감정으로 구매하고 논리로 그 구매를 정당화한다. "안 사면 바보가 될 것 같아..."라는 감정 역시도 구매 결정을 내리게 만드는 강력한 동기가 된다.

이지픽 테크닉을 활용한 또 다른 예를 살펴보자.



온라인 다이어트 코칭 서비스를 제공하고 있는 지인의 블로그 모집글 속 이지픽 테크닉 활용 사례이다. 월 단위 기수제로 고객을 모집하던 이 지인은 월마다 고객 모집글을 쓰는 것이 가장 스트레스였다고 한다. '이번달에는 또 어떻게 참여를 독려할 글을 쓰고, 고객을 유치할까?'가 항상 고민이었던 것이다. 허나 12블록 테크닉 템플릿을 통해 가장 편하게 모집글을 쓰고도, 가장 좋은 참여율을 경험할 수 있었다. 역시나 이지픽 테크닉의 힘이 컸다.

“

솔직하게 말하면,
살 뺄 수 있는 방법은 단순합니다.

이 클래스 말고도
도움 받을 수 있는 곳들은 많습니다.

”

헬스장에서 1:1 PT를 받으시는 것도 좋은 방법입니다.

'닭고야 식단'과 박센 웨이트(바디프로필 등)를 배우고 싶으신 분들은 PT비용을 지불하며 전문 트레이너분들에게 PT 받는 것도 좋습니다. [평균 60만 원 소요]

제한적인 식단으로, 단기간 빠른 감량을 선호하시는 분들도 많을 것 같습니다. 매일 '저탄수화물, 고단백질, 식이섬유'로 이루어진 도시락을 싸들고 출퇴근 하고, 자기 통제력이 좋아 약속장소에서도 샐러드만 드실 자신이 있으시다면 혼자 하셔도 정말 충분합니다.

그러나, 이 모두 감량 후 일상으로 돌아갔을 때

살찌지 않을까 전전긍긍하고 -> 음식을 무서워하다가 -> 폭식증으로 이어지는 경우가 99%입니다.

여기까지 읽고 계시다는 것은 [약속, 회식, 여행] 어떤 상황에서도 자유롭게 식사하며 평생 유지할 수 있는 진짜 내 몸매, 체중을 만들고 싶으신 분들이실 겁니다.

[한달 PT비용의 반값]으로, '다이어트 결식 -> 폭식 -> 요요 -> 결식' 지옥같은 악순환으로 낭비될 시간과 비용을 아끼세요.

이제 당신의 눈에도 구매 옵션과 비구매 옵션이 눈에 들어올 것이다.

비구매 옵션 :

- 1) 헬스장에서 1:1 PT 받기 - 닭가슴살, 고구마, 야채로 구성된 '박센' 식단과 고강도의 운동, 그리고 높은 가격

2) 혼자 의지력으로 진행하기 (일명 독학) - 도시락 싸들고
출퇴근, 약속장소에서 샐러드만 먹는 극도로 통제된 삶

구매 옵션 : 약속, 회식, 여행 등 어떤 상황에서도 비교적
자유로운 식사를 하며 체중을 유지할 수 있는 근본적인 식습관
개선 (금액은 한달 PT 평균 비용의 반값 수준)

이렇듯 결정하기 쉬운 선택지와 함께, *여기까지 읽고 계시다는 것은~*
구조를 동일하게 던지고 있다. 여기까지 읽었다면 당신은 이
템플릿이 궁금할 것이다. 그냥 순서대로 쓰면, 완벽한 설득
논리의 글이 완성되기 때문이다.

결국 12블록 테크닉을 바탕으로 상세 페이지를 쓸 수 있는
단계가 되면 30분도 걸리지 않아 훌륭한 설득 세일즈 글을 쓸
수 있다. 많게는 수 백만 원까지 내면서, 상세 페이지 컨설팅을
의뢰하거나 기획 의뢰를 할 필요가 없어진다는 뜻이다.

그러나, 여기까지 읽고 나서 당신은 이런 걱정과 의문을 가지고
있을지도 모르겠다. '**나는 맨 처음 서두를 작성할 때부터**
막막한데...' 하고 말이다. 또 어떤 누군가는 '**지금 내 상세**

페이지 자체가 엉망인데 이거 하나 추가한다고 잘 팔리겠어?’
하고 성을 내고 계실지도 모르겠다.

사실 모든 세일즈 글쓰기는 서두가 절반 이상의 중요도를 차지한다. 서두에서 고객의 마음을 휘어잡지 못하면, 판매는 커녕 다음 문단을 읽게 만드는 것조차 어렵기 때문이다.

만약 당신이 여기까지 이 책을 읽었다면, 진실되게 매출 향상을 원하는 사업가 또는 판매자일거라 생각한다. 또는 능력있는 마케터가 되고자 하는 사람일지도 모르겠다.

그런 당신을 위한 작은 선물로, 상세 페이지의 파워풀한 서두를 작성할 수 있는 오픈 퀘스천(제 2블록)에 대한 강의를 함께 준비했다. 다음 장에서 링크를 통해 바로 시청해보기 바란다.

12블록 테크닉은 말 그대로 전체 12개의 블록으로,

제 1 블록 - 클릭을 부르는 제목

제 2 블록 - 오픈 퀘스천

제 3 블록 - 브레인 오프너

제 4 블록 - 자격 증명

제 5 블록 - 선제 공격

제 6 블록 - F.B 트리거

제 7 블록 - 사회적 증거

제 8 블록 - 이지픽 테크닉

제 9 블록 - 위험 탈출구

제 10 블록 - 맛보기

제 11 블록 - 반응 유도

제 12 블록 - 긴급 효과

으로 구성되어 있다. 12블록 테크닉의 변형 버전으로 고자세의 판매를 위한 13블록 테크닉 (선전포고 + 역공격 블록 추가)도 있다. 아래 링크는 고객이 상품 페이지를 클릭하여 마주하게 되는 첫 관문, 오픈 퀘스천에 대한 강의이다. 무료로 시청할 수 있도록 만들어 놓았으니, 이지픽 테크닉과 더불어 당신의 상세 페이지에 오늘 당장 적용해보기 바란다.

[제 2 블록, 의심 가득한 고객을 맞이하는 첫 관문, 오픈 퀘스천](#)

[강의 시청](#)

마치며 -

나는 불과 5년 전, 창업을 꿈꾸는 대학생으로 중앙대학교 앞 보증금 300만원, 월세 28만원의 2평짜리 단칸방에서 희망찬 미래를 그렸다.

이후 운이 좋게 투자를 받아 사업을 시작하였지만, 3년 간 열심히 달린 후 돌아온 보답은 처참했다. 나는 다시 빈털터리가 되었다. 그리고 2년이 지난 지금, 4개의 사업체를 운영하며 월 3천 만원 이상 수익을 내는 사업가가 되었다.

이 책을 읽은 당신이 나와 같은 희망을 보았으면 좋겠다. 나 역시 힘들었지만 늘 미래에 대한 희망을 품었기에 여기까지 올 수 있었다. 그리고 여전히 더욱 발전적인 미래에 대한 비전을 가지고 살고 있다.

나의 비전에는 당신이 살아갈 행복한 삶의 모습도 포함되어 있다. 우선 당신이 좋은 사례가 되어, 나와 함께 어려운 사람들이 성공할 수 있도록 돕는 멘토 역할까지 해줄 수 있는 날이 왔으면 좋겠다.

그러한 희망찬 미래를 위해, 인포디언스 비즈니스 연구소 홈페이지와 카페를 통해 더 많은 지식을 공유해드릴 날을 기대하며 책을 마친다.

- [인포디언스 비즈니스 연구소 공식 홈페이지](#)
- [네이버 카페 인포디언스 비즈니스 연구소](#)
- [저자의 유튜브 채널 바로가기](#)

이 저작물은 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물입니다. 저자의 허가 없이 무단 전재 및 무단복제를 금합니다.