제안서의 법칙

광고주를 사로잡는 '적게 쓰되 효과적으로' 마스터 가이드

체인지 리더스 심화 모듈 | 다퍼주는남자

들어가며 : 가장 흔한 실수

광고주를 섭외하는 제안서 작성에서 가장 흔한 실수는 무엇일까요?

"당신이 할 수 있는 모든 것을 보여주려는 것"입니다.

⚠️ 주의 : 오버리서치의 함정

많은 수강생들이 하는 실수가 하나 있습니다.

"영업하기 전에 먼저 공부부터!"

이렇게 생각하는 수강생들의 패턴 :

1. 블로그 마케팅에 대해 더 깊이 공부하기
2. 광고주가 원하는 게 정확히 뭔지 분석하기
3. 경쟁사 사례를 더 많이 수집하기
4. 완벽한 제안서를 위해 더 고민하기
5. 그 다음에 처음으로 광고주에게 연락하기

결과?

- 2주 후에도 아무도 연락을 안 함
- 너무 많은 정보가 있어서 오히려 광고주가 거부감을 느낌
- 제안서가 너무 길어져서 읽지 않음
- "역시 이 일은 어렵다"는 생각만 들음

오버리서치는 오버액션을 만듭니다.

✅ 올바른 순서

6. "지금 이대로"로 광고주 10곳에 연락하기
7. 반응 보기. 뭐가 통하고 뭐가 안 되는지 확인
8. 그 경험을 바탕으로 제안서 다시 쓰기
9. 더 많은 광고주에게 개선된 버전 보내기

이 가이드는 "완벽함"이 아니라 "실행"을 돕기 위해 만들어졌습니다. 지금 바로 시작하세요.

제1장. 광고주의 심리

01. 당신의 능력은 그들의 관심사가 아니다

당신이 블로그 최적화를 얼마나 잘 할 수 있는지는 광고주에게 중요하지 않습니다.

광고주가 보는 건 오직 하나입니다 :

"내가 투자한 돈으로 얼마를 벌 수 있을까?"

제안서에서 "저희는 다음을 제공합니다"라고 시작하면,

광고주는 이미 당신의 능력을 평가하는 '검수자' 모드로 들어갑니다.

이건 당신이 원하는 모드가 아닙니다.

02. FOMO(Fear Of Missing Out) - 경쟁사 심리

광고주, 특히 소상공인과 중소 브랜드는 강한 불안감을 가지고 있습니다.

"혹시 경쟁사가 이미 블로그 마케팅을 하고 있진 않을까?"

이 심리를 자극하는 것이 제안서의 가장 강력한 무기입니다.

실제 예시 :

- 약한 제안서 : "블로그 마케팅은 효과적입니다."

- 강한 제안서 : "당신의 경쟁사 3곳 0000은 이미 블로그 마케팅으로 월 매출을 30% 증가시켰습니다."

03. 읽다가 멈추는 순간 = 게임 오버

제안서가 복잡해 보이면, "나중에 읽어야겠다"는 생각이 들고, "나중에"는 영원히 오지 않습니다.

짧고 명확 > 길고 상세

항상 이 원칙을 기억하세요.

제2장. 광고주의 의사결정 프로세스

약한 제안서를 받은 광고주

"제안서가 왔다" → "먼저 한 줄 읽어보자" → " 복잡해 보이는데?" → "나중에 봐야겠다" ← 이 순간 99% 끝

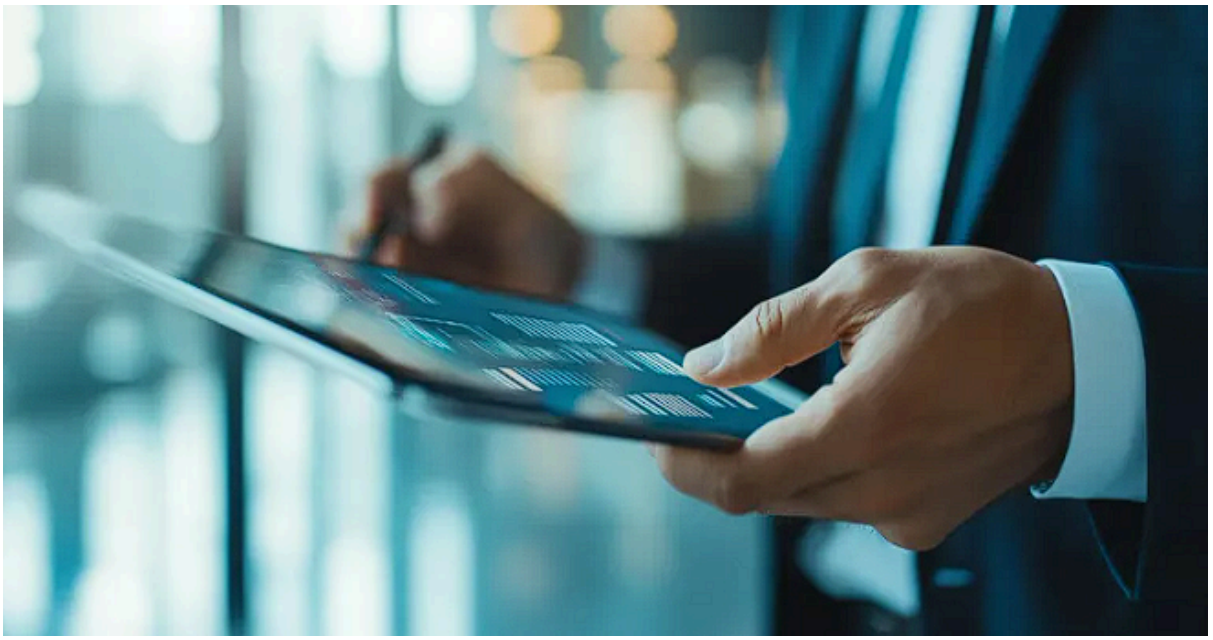
vs

강한 제안서를 받은 광고주

"제안서가 왔다" → "어? 경쟁사들이 이미 하고 있네?" → "그럼 나도 해야 할 것 같은데..." →

"언제 시작할 수 있을까?" ← 이 순간 상담 확정

제3장. 효과 있는 제안서의 3가지 핵심



핵심 1. 경쟁사 비교 + "다른 곳도 이미 하고 있다" 강조

제안서의 첫 부분에 경쟁사 사례를 반드시 포함하세요.

약한 표현

- 블로그 마케팅은 현재 가장 효과적인 마케팅 채널입니다.
- 많은 기업이 블로그를 통해 고객을 모으고 있습니다.

강한 표현

- 당신의 경쟁사 A는 이미 월 50개의 블로그 리뷰로 고객을 모으고 있습니다.
- 당신의 경쟁사 B는 블로그 마케팅으로 월 매출 30% 증가를 기록했습니다.
- 당신의 경쟁사 C는 지난 3개월간 블로그를 통해 600명의 신규 고객을 확보했습니다.

구체적인 수치, 구체적인 경쟁사. 이게 FOMO를 만드는 방법입니다.

핵심 2. "내가 해줄 수 있다" ❌ → "함께 하면 이렇게 될 거다" ⭕

"내가 무엇을 할 수 있나" → "당신이 얻을 결과"

약한 표현

- 저희는 블로그 SEO 최적화를 제공합니다.
- 저희는 고품질의 블로그 콘텐츠를 작성해줍니다.
- 저희는 월 30개의 리뷰를 관리합니다.

강한 표현

- 함께 시작하면, 3개월 내에 월 20명 이상의 신규 고객을 확보할 수 있습니다.
- 현재와 같은 마케팅 비용으로, 고객 문의가 2배 늘어날 수 있습니다.
- 여름 성수기 전에 준비하면, 당신의 예약 상황이 크게 달라질 겁니다.

광고주는 '당신의 능력'이 아니라 '자신이 얻을 결과'에 투자합니다.

핵심 3. 초등학생도 이해하는 쉬운 단어

전문 용어는 제안서를 읽는 속도를 느리게 만듭니다. 광고주는 당신의 분야 전문가가 아닙니다.

피해야 할 표현

- 고객 접점 최적화 / 네이버 검색 알고리즘 개선 / 콘텐츠 마케팅 자동화
- 타겟 고객층 세그멘테이션 / 모바일 UX 개선

쉬운 표현

- 고객들이 더 자주 보고 더 쉽게 클릭하게 / 검색했을 때 당신의 가게가 위에 떠요
- 매월 자동으로 고객이 들어오게 / 당신의 가게에 관심 있는 사람들만 모으게
- 매달 돈 쓰지 않아도 꾸준히 고객이 찾아와요

제4장. Before & After 다양한 업종 사례

사례 1) 카페 사업가

❌ **BEFORE**

저희는 블로그 마케팅 전문가입니다. 저희는 고품질의 블로그 콘텐츠를 작성하고 SEO 최적화를 제공합니다. 월 100만원의 기본 패키지로 서비스를 제공하고 있습니다.

⭕ **AFTER**

사장님님 근처의 유사 카페 3곳이 이미 블로그를 통해 월 50~80명의 신규 고객을 확보하고 있습니다. 지난 4개월 우리 고객들은 월 평균 방문자 300명 증가, 주말 예약 80% 증가를 경험했습니다. 3개월 후 당신의 카페는 매월 자동으로 30~50명의 고객이 들어오는 시스템이 완성될 겁니다.

사례 2) 뷰티 샵 사업가

❌ **BEFORE**

블로그를 통한 고급 마케팅 전략으로 당신의 샵의 인지도를 높입니다. 저희 팀은 고도의 SEO 기술과 콘텐츠 마케팅 경험을 보유하고 있으며, 매월 정기적인 성과 분석을 제공합니다.

⭕ **AFTER**

사장님의 경쟁사 B 샵은 지난달 블로그 고객만으로 400만원의 추가 매출을 기록했습니다. 당신도 같은 시스템으로 4주 내에 첫 블로그 고객을 확보할 수 있습니다. 지금이 가장 빠른 시작 시점입니다.

사례 3) 음식점 사장

❌ **BEFORE**

저희는 음식점 전문 블로그 마케팅을 제공합니다. 우수한 콘텐츠와 유기적 트래픽 증가 전략으로 당신의 식당 방문객을 늘려드릴 것입니다.

⭕ **AFTER**

사장님 골목의 한돈 구이 가게들은 이미 블로그로 월 150명 이상의 예약을 받고 있습니다. 특히 주말과 저녁 시간 예약이 70%까지 증가했다고 합니다. 당신이 8월 휴가철 전에 시작하면, 9월 추석은 완전히 다른 예약 상황이 될 겁니다.

사례 4) 의류 편집샵 사업가

❌ **BEFORE**

블로그 최적화를 통해 온라인 입점을 지원합니다. 당사의 마케팅 자동화 솔루션으로 고객 접점을 극대화하겠습니다.

⭕ **AFTER**

사장님의 경쟁 상권 3개의 편집샵은 벌써 블로그 스타일링 후기로 월 60~80명의 신규 손님을 모으고 있습니다. 가을 시즌 성수기 전에 준비하면 당신은 다른 경험을 하게 될 겁니다. 먼저 시작한 편집샵은 이미 재구매율이 45% 올랐으니까요.

사례 5) 피부 클리닉 원장

❌ **BEFORE**

저희는 의료 기관 전문 온라인 마케팅을 제공합니다. 신뢰도 높은 콘텐츠를 작성하여 환자 확보에 도움을 드립니다.

⭕ **AFTER**

사장님 지역의 피부과 2곳은 블로그 시술 후기와 피부 케어 정보로 월 80~120명의 신규 환자를 확보하고 있습니다. 가장 놀라운 점은 그들이 재방문율 65%를 기록했다는 거고요. 여름이 끝나기 전에 시작하면 가을 피부 관리 수요를 모두 잡을 수 있을 겁니다.

사례 6) 초등 수학 학원 원장

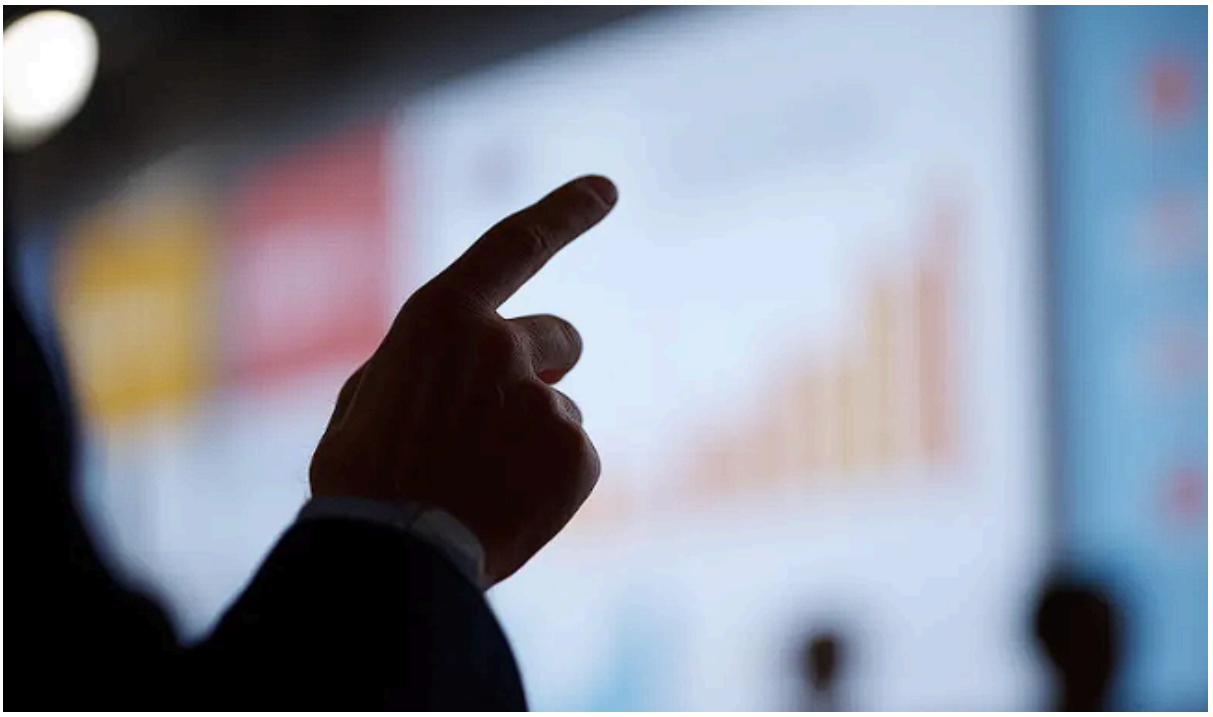
❌ **BEFORE**

저희는 학원 마케팅 전문가입니다. 교육 콘텐츠 마케팅과 SEO 최적화를 통해 학생 모집을 지원하겠습니다.

⭕ **AFTER**

사장님의 학원 반경 1km 내 초등 수학 학원 2곳은 이미 "학부모 필독 수학 팁" 블로그로 월 40~50명의 문의를 받고 있습니다. 그들의 신입생 비율은 지난해보다 60% 증가했어요. 9월 신학기는 이미 예약이 거의 찼다고 합니다. 사장님도 아직 시간이 있으니 상반기 등원생 충원을 노릴 수 있을 겁니다.

제5장. 작성 체크리스트 & 실전 팁



제안서 작성 5단계

1. 경쟁사 언급 - 먼저 "당신의 경쟁사 ○○는..."부터 시작

2. 결과 제시 - 구체적인 숫자로 보여주기 (월 ○명, ○%의 증가)
3. 당신의 변화 - "함께 하면 당신은 이렇게 될 거다" 선언
4. 쉬운 말 - 전문 용어 대신 초등학생이 알 수 있는 말
5. 긴급성 - "지금 시작이 가장 효과적입니다" 추가

제안서 체크리스트

□ 경쟁사 언급이 제안서 앞 1/3에 있는가?

□ 구체적인 숫자 (월 ○명, ○% 증가, 개월)가 3개 이상 있는가?

□ "당신은", "당신의 가게는"으로 시작하는 문장이 5개 이상 있는가?

□ "제공합니다", "해줍니다" 같은 '나 중심' 표현이 없는가?

□ 전문 용어가 완전히 제거되었는가? (SEO, 알고리즘, 최적화 등)

□ 제안서가 1페이지 또는 2페이지 이내인가?

□ 읽으면서 "이 정도면 충분한데?"라고 느껴지는가?

□ 더 빨리 연락하도록 만드는 시간 제한이나 긴급성이 있는가?

실전 표현들

경쟁사 강조

- "당신 주변의 3개 카페는 이미 블로그로 월 50명씩의 고객을 모으고 있습니다."
- "비슷한 규모의 미용실은 지난 3개월간 블로그 고객으로 1,200만원을 벌었습니다."
- "당신의 경쟁 지역 식당 3곳 중 2곳이 이미 시작했다는 걸 아세요?"
- "벌써 시작한 곳들은 예약이 거의 차버렸습니다."

결과 강조

- "3개월 후, 당신의 예약은 지금보다 2배 늘어날 겁니다."
- "지금의 마케팅 비용 그대로, 고객은 3배로 늘어나는 일이 가능합니다."
- "매달 자동으로 20~30명의 고객이 찾아오는 시스템을 만들 수 있습니다."

- "성수기 전에 준비하면, 당신의 상황은 완전히 달라질 겁니다."

쉬운 표현

- "고객들이 검색했을 때 당신 가게가 위에 떠요"
- "블로그를 통해 자동으로 고객이 들어와요"
- "매월 돈 쓰지 않고도 꾸준히 고객이 찾아와요"
- "당신의 가게에 관심 있는 사람들만 골라 모아요"

마무리 : 실행의 순서

마지막으로 강조할 것 하나 :

"지금 이 상태로 ***10***곳에 보내는 것이***"***

"2주를 더 공부하고 ***1***곳에 보내는 것보다 낫습니다***."***

기억하세요 :

- 당신의 능력 ❌ → 광고주의 이득 ⭕
- 상세한 설명 ❌ → 간단 명료함 ⭕
- 전문 용어 ❌ → 초등학생 표현 ⭕

- 나 중심 ❌ → 당신 중심 ⭕
- 일반적 표현 ❌ → 경쟁사 강조 ⭕

"짧고 명확하면, 광고주는 반드시 읽습니다."

이제 시작하세요. 오버리서치는 그만.

지금 이대로 첫 10곳에 제안서를 보내세요.

그 반응이 당신을 가장 빠르게 성장시킬 것입니다.

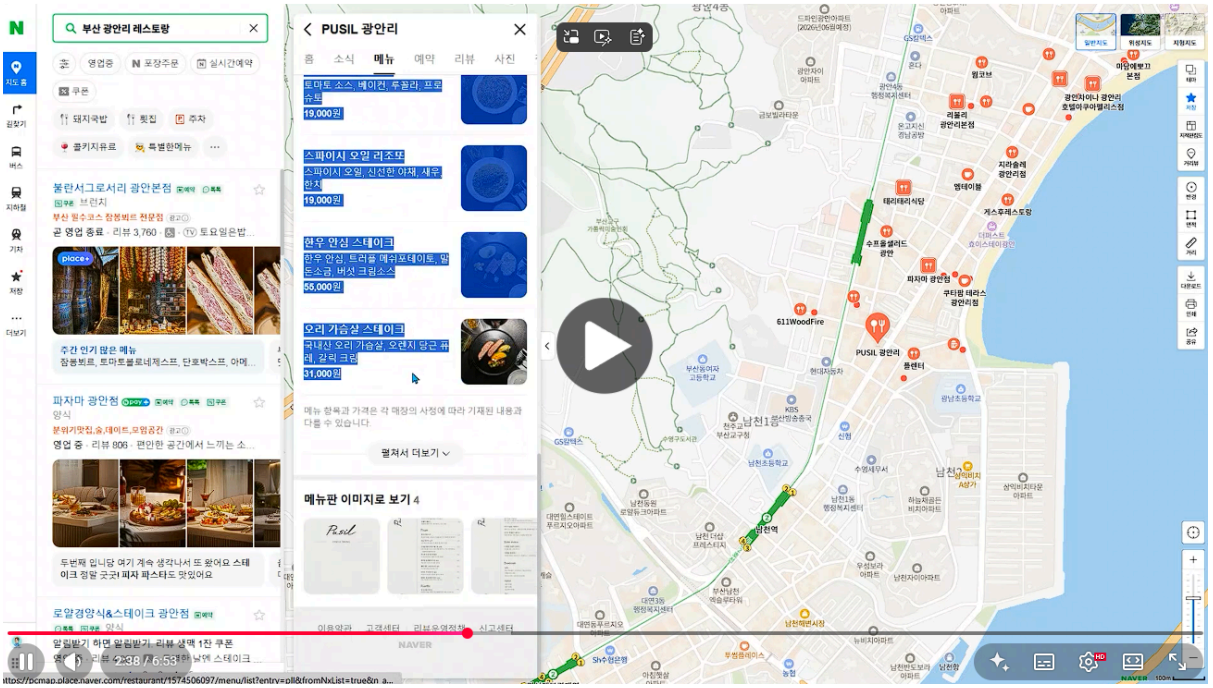
광고주의 정보가 있다면 “광고주

다퍼주는남자 | 체인지 리더스

"적게 쓰되 효과적으로"

간단 제안서 만드는 방법 영상

보러가기 클릭


부산 광안리 레스토랑
PUSIL 광안리
홈 소식 메뉴 예약 리뷰 사진
토마토 소스, 베이컨, 루꼴라, 프로슈토
19,000원
스파이시 오일 리조또
스파이시 오일, 신선한 야채, 새우, 한치
19,000원
한우 안심 스테이크
한우 안심, 트러플 매쉬포테이토, 말돈소금, 버섯 크림소스
55,000원
오리 가슴살 스테이크
국내산 오리 가슴살, 오렌지 알근 퓨레, 갈릭 크림
31,000원
펼쳐서 더보기
메뉴판 이미지로 보기 4
PUSIL 광안리
611WoodFire
2:38 / 6:53