

② 지역사회 — 동네 가게 홍보

실측 사례 · 2026.6.7 ~ 7.21 (6주)

마케팅 담당자 0명인 동네 가게, AI가 홍보를 통째로 맡게 했습니다.

서울 강서구의 18석 무인 공유오피스를 운영하며, 전략 수립부터 홍보물 제작·광고 운영·고객 응대·성과 학습까지를 생성형 AI에게 맡기고 사람은 하루 1분 승인만 하는 구조를 만들어 6주간 실전 운영한 기록입니다. 아래 수치는 전부 실측값입니다.

100%

신청 고객 17명 전원
실제 이용 고객 전환

+270%

도입 전 대비 매출 증가
(자체 장부 기준)

11배

광고 클릭률 개선
(3주 · 사람 개입 0회)

1분/일

사람의 총 투입
(보고 확인 + 승인)

홍보할 사람이 없는 동네 가게였습니다.

서울 강서구 등촌동에서 18석 규모의 무인 공유오피스를 운영합니다. 마케팅 담당 직원은 0명이고, 운영자는 본업과 병행하느라 홍보에 쓸 시간이 거의 없었습니다. 그런데 동네 가게가 손님을 만나는 통로는 이미 여러 갈래입니다 — 네이버 검색광고, 네이버 플러스(지도), 인스타그램·페이스북, 구글, 문의 문자 응대까지. 채널마다 운영 요령이 달라 하나하나가 전문가의 영역입니다.

시간이 없음

영업을 마친 늦은 밤에야 홍보 글을 고민하고, 며칠 하다 흐지부지되기를 반복했습니다.

효과를 모름

광고비는 나가는데 어떤 채널·문구가 효과인지 확인할 방법이 마땅치 않았습니다.

사람을 못 씀

마케터 한 명의 급여와 4대보험은 18석 가게에 너무 큰 결정이었습니다. 대행사는 소액 예산을 뒷전으로 미룹니다.

응대 공백

무인 운영이라 문의가 와도 놓치기 쉽고, 야간·주말에는 응대가 완전히 비었습니다.

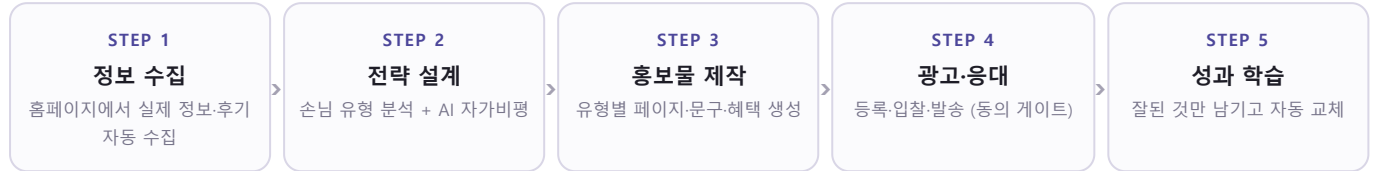
발상의 전환 — "내가 시간을 내서 마케팅을 한다"를 포기하고, **"AI가 마케팅을 실행하고 나는 승인만 한다"**는 구조를 만들기로 했습니다. AI를 글쓰기 도우미가 아니라 **실행 담당자**로 쓰는 것이 이번 활용의 출발점입니다.

도입 전의 일주일 (before)

업무	도입 전 — 사람(운영자)의 몫
전략	감으로 결정하거나, 세울 여유 자체가 없음
홍보물·페이지	외주는 건당 비용 부담, 직접 만들면 수정마다 밤 시간 소모
광고	설정해 둔 뒤 방치 — 입찰·문구 개선을 못 함
문의 응대	본업 중에는 못 받고, 야간·주말은 공백
성과 확인	채널별 관리 화면을 오가며 짐작

다섯 단계 순환을 AI가 돌리고, 사람은 두 지점에서 승인만 합니다.

생성형 AI(구글 제미나이 계열 LLM)를 단계마다 역할을 나눠 썼고, 이 순환을 자동으로 돌리는 운영 체계는 제안자가 직접 개발해 자기 가게에 쓰고 있습니다. 아래 절차 자체는 어떤 도구로도 재현할 수 있습니다(6면 참조).



단계	AI가 하는 일	과장·사고를 막는 장치
① 정보 수집	가게 홈페이지 주소만 넣으면 영업시간·위치·좌석·이용 후기 등 실제 정보를 읽어 정리	이후 모든 문구는 이 "실측 정보"만 재료로 사용
② 전략 설계	손님을 10개 유형으로 분석(야간 작업 직장인·1인 사업자·시험 준비생 등), 유형별 혜택·채널 설계	AI 자가비평 — AI가 자기 전략을 채점, 기준 미달이면 사람에게 올라오지도 않음
③ 홍보물 제작	유형별 랜딩페이지·무료 혜택(적합 좌석 진단 등)·광고 문구와 이미지 생성	실측 정보 대조 게이트 통과분만 발행 (과장·허위 차단)
④ 광고·응대	네이버·메타·구글에 캠페인 직접 등록, 승인된 월 한도 안에서 입찰 조정·저성과 정지·재배분, 신청 즉시 자동 안내	월 예산 한도 초과 집행 불가·수신 미동의자 발송 차단·야간(21~08시) 광고성 발송 자동 보류·동의 증빙 보관
⑤ 성과 학습	노출·클릭·방문·신청 데이터로 매일 실험(멀티암드 밴드), 성과 좋은 문구·페이지만 남기고 교체 → 결과가 ②의 전략으로 환류	변경 이력이 기록으로 남고, 실행된 변경은 하루 안에 되돌리기 가능

사람의 역할은 딱 두 가지 — ② 전략과 발행에 대한 승인, ④ 월 광고 예산 승인. 나머지 실행·판단·개선은 AI가 24시간 수행합니다. 운영자의 하루 투입은 아침 보고 확인 1분입니다.

신청 고객 전원이 실제 고객이 되었고, 매출이 270% 늘었습니다.

17명 → 17명

신청(리드) 전원 이용 고객 전환 — 전환율 100%

매출 +270%

도입 전 대비 (사업장 자체 장부 기준)

인건비 0원

마케팅 담당 채용 없이 6주 운영

전원 전환의 배경 — 광고를 눌러 온 손님이 "적합 좌석 진단"에 참여하고 수신 동의 후 맞춤 안내를 받는 과정을 거치므로, 신청 시점에는 이미 자신에게 맞는 가게인지 확인을 마친 상태입니다. AI는 이 선별 과정을 사람 없이 24시간 돌아가게 했습니다.

6주간 AI가 만든 것 (누적)

마케팅 전략 버전	36차례 갱신 (손님 유형 10개)
랜딩페이지	누적 171개 생성 → 12개 운영
무료 혜택(진단 등)	20종
광고 캠페인	누적 66개 → 10개 집행 중
학습 실험	189건
자동 안내 발송 / 수신 동의	201건 / 45건

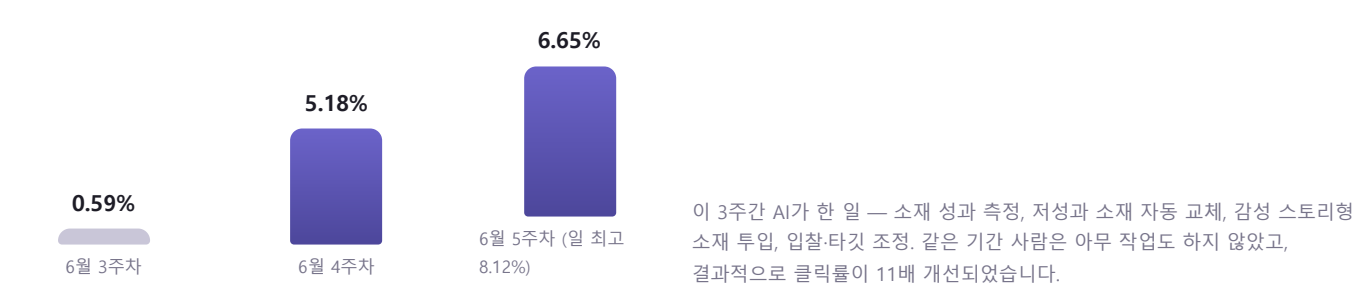
"171개 생성 → 12개 운영"이 페루프 학습의 흔적입니다. 성과가 나쁜 페이지는 자동 은퇴되고 더 나은 안으로 교체됩니다.

7월 광고·방문 (7.1~7.21 실측)

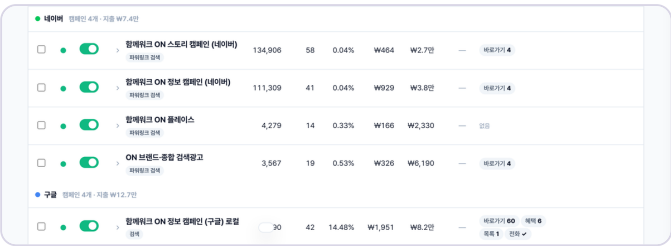
광고 노출 / 클릭	381,268회 / 6,927회
광고비 (한도 내 자동 집행)	약 67.8만 원
실방문자 (봇 1.9% 제외)	4,163명 · 9,783회
재방문율	57.4%
감성 스토리 광고 클릭률	7.19% (28일 누적)

외부 벤치마크의 페이스북 전 업종 평균 클릭률 약 0.9%(LocaliQ/WordStream, 2024) 대비 약 8배. 노출 39,631회·클릭 2,850회의 실측입니다.

자동 최적화 3주 — 주간 클릭률 변화 (사람 개입 0회)

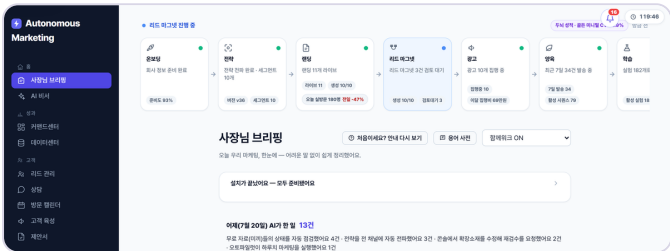


실제 운영 화면 (개인정보 없음 · 집계 지표 화면)

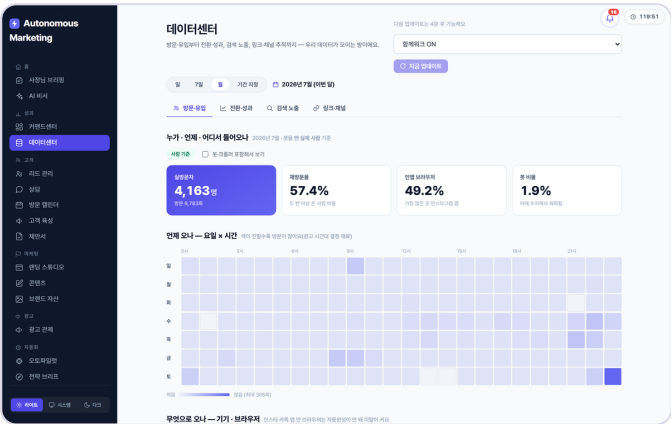


② 시가 직접 등록·운영 중인 네이버 캠페인 — 노출·클릭·비용이 실시간 집계됩니다.

① 시가 설계·자가비평(8/10점)까지 마친 전략 — 손님 유형 10개와 근거가 함께 제시됩니다.



③ 매일 아침 1분 보고 — "어제 시가 한 일"과 성과가 쉬운 말로 정리됩니다.



④ 방문·재방문·요일×시간 분석 — 학습의 재료가 되는 실측 데이터(봇 제외)입니다.

도입 전 → 후 (before / after)

업무	도입 전 — 사람의 몫	도입 후 — AI의 몫
전략	감으로, 또는 못 세움	AI 설계 + 자가비평 후 승인 요청 (1~3분)
홍보물·페이지	외주 비용·밤 시간 소모	유형별 자동 생성·교체 (누적 171개)
광고	설정 후 방치	한도 내 자동 입찰·정지·재배분 (24시간)
문의 응대	놓침 · 야간 공백	즉시 자동 안내 · 동의 기반 발송
성과 확인	채널별 화면 오가며 짐작	매일 아침 1분 보고 + 자동 학습
사람 투입	불규칙 2~3시간 → 중단 반복	하루 1분 (보고 확인 + 승인)

나만의 방식 — "생성"이 아니라 "운영"을 맡겼습니다.

① AI의 자가비평

AI가 만든 전략을 AI가 다시 채점하게 하고, 기준 미달이면 사람에게 보이지 않게 했습니다. "그럴듯한 첫 결과"를 거르는 장치입니다.

② 실측 정보만 쓰는 환각 차단

홍보물은 가게의 실제 정보(위치·가격·후기)만 재료로 쓰도록 강제했습니다. 동네 장사에서 과장은 신뢰를 한 번에 무너뜨립니다.

③ 성과 페루프

잘된 것만 남기고 자동 교체(171개 생성→12개 운영). 클릭률 11배는 사람이 아니라 이 순환이 만들었습니다.

④ 법적 안전장치의 자동화

수신 미동의자 발송 차단, 야간 광고성 발송 자동 보류, 동의 증빙 보관. 자동화일수록 법은 시스템이 지키게 했습니다.

⑤ 실패에서 만든 감시자

운영 중 신청 접수 장치의 결함으로 약 4일간 신청이 유실되는 사고를 겪었습니다. 수리에서 멈추지 않고, 매일 아침 AI가 "광고 → 페이지 → 신청" 전 구간을 순찰하며 고장을 사람보다 먼저 알리는 감시자를 추가했습니다. 실패를 절차로 바꾼 것이 이번 활용의 가장 큰 배움입니다.

따라 하기 — 특별한 도구 없이 이번 주에 시작하는 5단계

1. **정보 정리 (30분)** — 가게의 실제 정보(위치·가격·영업시간·후기·자주 받는 질문)를 문서 하나로 정리합니다. 이후 AI에게 무엇을 시키든 이 문서를 함께 붙입니다. 과장 방지의 핵심입니다.
2. **전략 (1시간)** — 생성형 AI(제미나이·ChatGPT 등)에 문서를 주고 "손님을 3~5개 유형으로 나누고 유형별 강조점·채널을 표로" 요청합니다. 그 결과를 다시 AI에게 "약점을 채점해 달라"고 시켜 한 번 거릅니다(자가비평).
3. **제작 (2시간)** — 유형별 홍보 문구를 AI로 만들고 미리캔버스·캔바로 포스터/페이지를 만듭니다. 발행 전 ①의 문서와 대조해 사실만 남깁니다.
4. **집행 (30분 + 자동)** — 네이버 검색광고·메타 광고관리자에 소액(하루 5천 원~)으로 등록하고 자동 입찰을 켭니다. 월 한도를 반드시 정합니다.
5. **학습 (주 1회 30분)** — 스프레드시트에 채널·문구별 노출·클릭·문의를 적고, 최하위 1개를 고고 최상위안의 변형을 AI로 만들어 교체합니다. 이 "고고-갈아끼우기"를 몇 주만 반복해도 수치가 달라집니다.

주의 두 가지 — 문자·이메일 안내는 반드시 수신 동의자에게만(야간 광고성 발송 제한 포함), AI가 쓴 문구는 발행 전 사실 여부를 직접 확인하십시오.

윤리·책임 표기

- 사례 사업장(함께워크 ON)은 제안자 본인이 운영하는 가게로, 상호 사용에 권리 문제가 없습니다.
- 고객 개인정보는 본문·첨부 어디에도 포함하지 않았습니다. 운영 화면 캡처는 개인 식별이 불가능한 집계 지표 화면만 사용했습니다.
- 고객 안내 발송은 전원 수신 동의 기반으로 이루어졌으며(동의 45건·시각과 문구 증빙 보관), 미동의자 발송은 시스템이 차단합니다. 야간(21~08시) 광고성 발송은 자동 보류됩니다.
- AI가 생성한 모든 홍보 문구는 가게의 실측 정보만 재료로 쓰는 검증 게이트와 발행 전 사람 승인을 거쳤습니다.

수치의 출처 (전부 실측)

수치	출처·기준
전략 36버전 · 랜딩 171→12 · 혜택 20종 · 캠페인 66→10 · 실험 189건 · 발송 201건 · 동의 45건 · 신청 17건	운영 데이터베이스 집계 (2026.6.7~7.21)
광고 노출 381,268 · 클릭 6,927 · 광고비 67.8만 원	광고 매체 API 집계 (2026.7.1~7.21)
실방문 4,163명 · 재방문을 57.4%	자체 방문 집계 (봇 1.9% 제외 · 2026.7월)
스토리 광고 클릭률 7.19% · 주간 0.59%→6.65%	메타 광고 API 실측 (2026.6.15~7.2 · 28일 누적)
신청 17명 전원 고객 전환 · 매출 +270%	사업장 자체 계약·매출 장부 (도입 전 대비)
페이스북 전 업종 평균 클릭률 약 0.9%	외부 인용 — LocaliQ/WordStream 벤치마크 (2024)

미측정·한계의 정직 표기

- "어느 광고가 얼마의 매출을 만들었나"의 광고 단위 매출 귀속은 미측정입니다(오프라인 계약과 온라인 유입의 연결 구축 중). 매출 +270%는 사업장 전체 매출 기준입니다.
- 7월 중순 신청 접수 장치 결함으로 약 4일간 신청 일부가 유실되었습니다(본문 4번에 사고와 개선 조치를 기재).
- 지도 검색으로 들어온 회의실 예약 3건은 광고 성과가 아닌 자연 유입으로 판정해 성과에서 제외했습니다.
- 성과는 업종·지역·예산에 따라 다를 수 있으며, 본 사례는 특정 가게 1곳의 6주 기록입니다.

활용 AI: 구글 제미니(Gemini) 계열 대규모 언어모델 · 순환 자동화 체계는 제안자 본인이 개발해 자기 사업장에 사용 중입니다.