

1인 기업가·프리랜서를 위한 실무 북인사이트

내 자격증이 아니라, 고객의 변화를 팔아라

『무기가 되는 스토리』가 알려주는 1인기업 메시지 설계법

독서모임 발제 및 실무 적용 가이드

우리가 자주 하는 가장 큰 착각

“내가 얼마나 준비된 사람인지 증명해야
고객이 믿어 줄 것이다.”



고객은 나의 스펙을 다 읽어줄 시간이 없습니다.
고객이 가장 먼저 확인하는 것은 ‘이 사람이 대단한가’가 아니라
‘이 서비스가 지금 나에게 필요한가’입니다.



시선의 방향을 바꾸는 패러다임 시프트

“주인공은 **고객**이지,
회사가 아니다.”

홍보의 출발점은 ‘나의 자기소개’가 아니라 ‘**고객의 상황**’이어야 합니다.

당신의 홍보 문구는 어느 쪽입니까?

나 중심 (Me-Centric)

캔바와 영상 편집 앱 사용법을
알려 드립니다.

저는 관련 자격증이 10개 있습니다.

제가 무엇을 잘하는지
보여 드리겠습니다.

고객 중심 (Hero-Centric)

막막한 1인 기업가가 직접
홍보물을 완성하도록 돕습니다.

저도 처음엔 앱을 배우고도
완성하지 못해 답답했습니다.

당신이 원하는 결과에 도착하도록
이 과정을 안내하겠습니다.

고객 문제의 빙산 (The Iceberg of Pain)



외적인 문제 (현상)

홍보 이미지를 혼자 만들지 못한다.

내적인 문제 (감정)

앱을 열 때마다 어렵고
자신이 없다. 두렵다.

철학적 문제 (가치)

좋은 상품이 있다면 디지털 기술 때문에
알릴 기회를 잃어서는 안 된다.

겉으로 드러나는 불편만 자극하지 말고, **마음속 문제에 공감할 때 '정보'가 '신뢰'로 바뀝니다.**

?

여러분의 고객이 진짜로 두려워하는 ‘내적인 문제(감정)’는 무엇입니까?

- 기능을 모르는 것 너머에 어떤 부끄러움이나 답답함이 있나요?
- 고객이 반복해서 하소연하는 진짜 고민은 무엇인가요?

1분간 생각한 후 옆 사람과 나누어 보세요.

믿을 만한 안내자의 2가지 조건

공감 (Empathy)

고객이 어디서 막히는지
알고 있다는 느낌

예: 저도 여러 앱을 배우고도
헤맸습니다.



능력의 근거 (Authority)

문제를 해결해 줄 수
있다는 증거

예: 수업 시간 안에 반드시
결과물을 완성합니다.

강사는 앞장서서 자신을 자랑하는 사람이 아니라, **옆에서 길을 보여주는 사람**입니다.

행동을 돕는 3단계 징검다리

고객이 움직이지 않는 이유는 의지가 부족해서가 아니라, 무엇을 해야 할지 불확실하기 때문입니다.

불확실성 (Uncertainty)

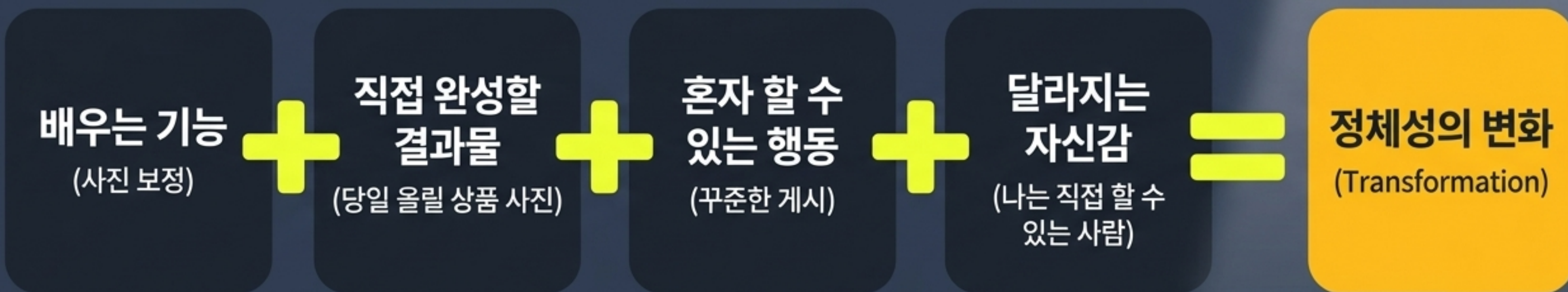
**현재 수준 확인
(Assess)**

**강사와 함께 제작
(Create)**

**혼자 완성하고 게시
(Post)**

거창한 목차 15개를 나열하지 마세요.
고객이 밟게 될 '간단한 계획'을 보여주고 분명한 첫걸음(상담, 신청)을 요구하세요.

성공을 설명하는 마법의 공식



기능 설명에 멈추지 말고, 달라진 일상을 상상하게 만드세요.

더하는 기술보다 덜어내는 기술

첫 화면의 정보가 많아질수록 고객은 화면을 떠납니다.
다음 3가지 필터를 통과하지 못하면 뒤로 미루세요.

1. 이 정보가 고객의 **문제**를 이해시키는가?
2. 나의 **해결 방법**을 믿게 하는가?
3. 고객이 다음 **행동**을 선택하게 돕는가?

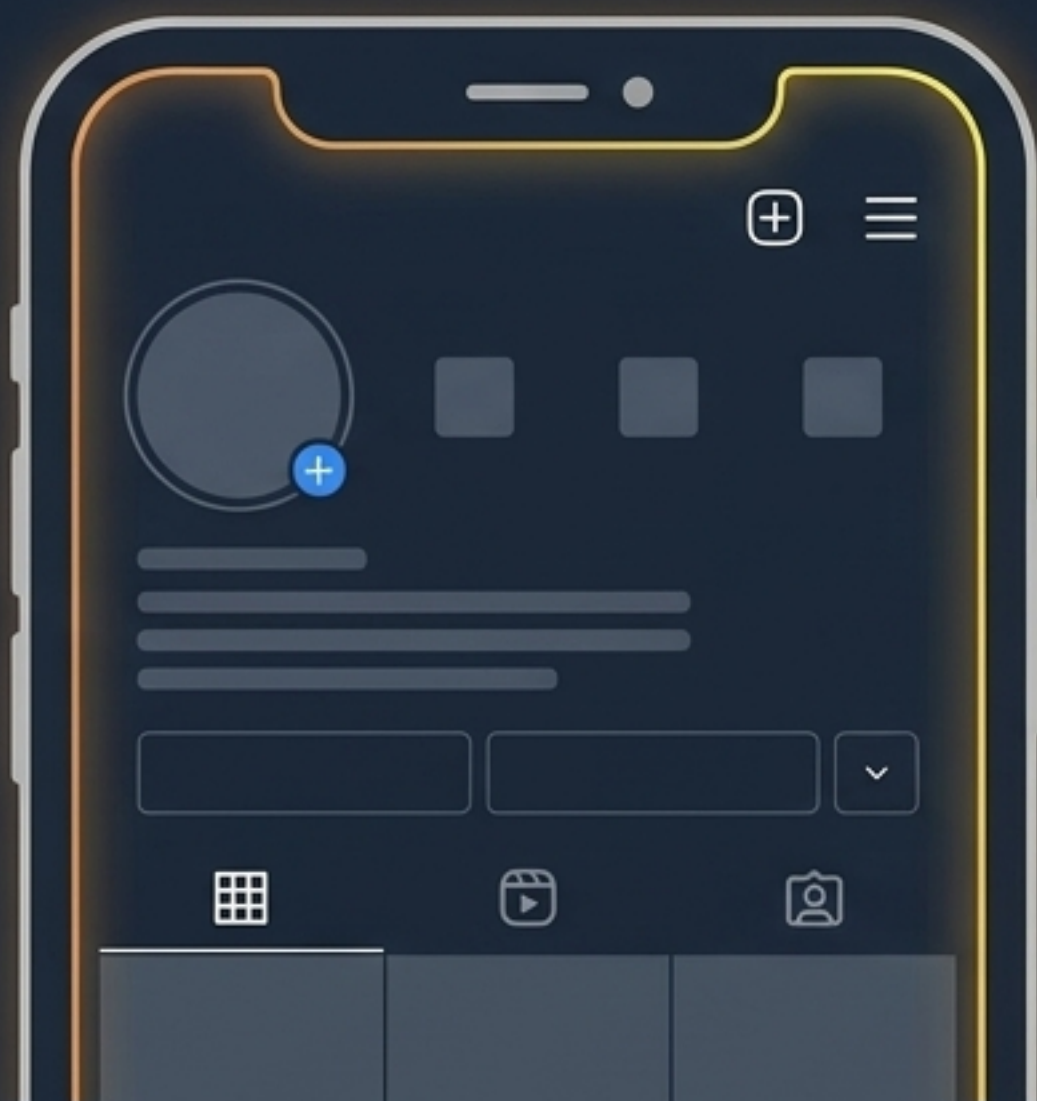


한 페이지 고객 이야기 (1-Page Brand Story Framework)



독서모임 실전 적용 (1-Minute Rewrite)

지금 당장 나의 소개글을 '**고객 이야기**'로 한 줄 수정해 봅시다.



저는 [_____] 때문에
답답한 [_____] (타겟 고객)가
[_____] (3단계 계획/해결책)를
통해 [_____] (가능한 변화/일상)
하도록 돕는 안내자입니다.

완성된 문장을 모임원들에게 발표하고 피드백을 받아보세요.

북인사이드 한 줄 결론

**내 브랜드를 설명하기 전에,
고객이 원하는 변화와 그곳까지
가는 길을 먼저 보여 주세요.**

좋은 홍보는 나를 크게 보이게 만드는 일이 아니라, 고객이 자신의 문제를 분명하게 보도록 돕는 일입니다.