깨루 퍼널 설계 발표

아델린 인체인테리어의 ‘판매하지 않는’ 퍼널 설계

몸을 읽는 것에서, 사람을 이해하는 것까지.

김수민 · 아델린 인체인테리어 연구소

2026. 11. 21

우리는 누구인가

인체인테리어는 무엇을 하나요?

뼈대·감각·마음을 살펴 나답게 사는 삶을 돕는 교육입니다.

뼈대

발 · 걷기 · 자세

대표 퍼널

이젠피트 족문체크

감각

향 · 색

대표 퍼널

인크로마센트 색과 향 체험

마음

기질 · 돌봄

대표 퍼널

아로마케어 프랙티셔너 과정

흐름: 몸결 → 감각결 → 인체인테리어

전체 설계도

7단계 그룹에 아델린을 대입했어요

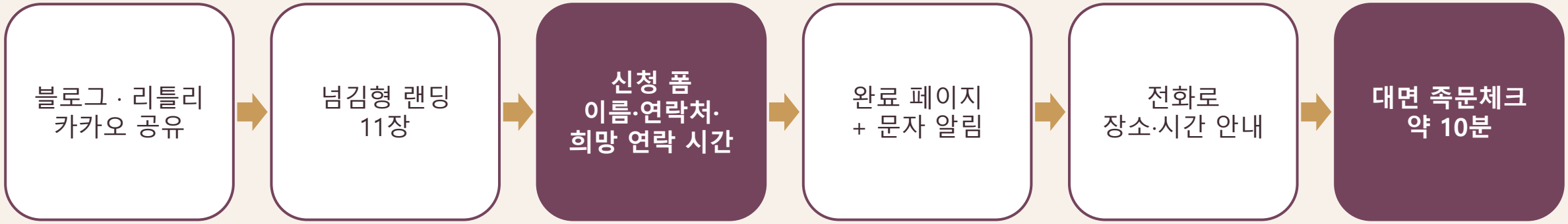


진하게 표시한 단계가 오늘 보여 드릴 퍼널이에요.

그룹 → 랜딩 → 메시지 순서로 설계 (그룹 이름은 누가 어느 단계인지 보이게)

유입 → 전환 → 체험

퍼널 ① 이젠피트 족문체크



랜딩 설계

- 카드를 넘기며 "내 발바닥 자국이 궁금하다"까지
- 질문으로 시작: 발이 쉽게 피곤한가요?
- 폼은 마지막 장에 짧게

메시지 설계

- 신청 즉시 대표 번호로 알림
- 장소는 문자에 쓰지 않고 전화로 안내
- 방문 후에 헬스풋 인솔 안내 (원하는 분만)

길대표님 피드백 반영 (11/18)

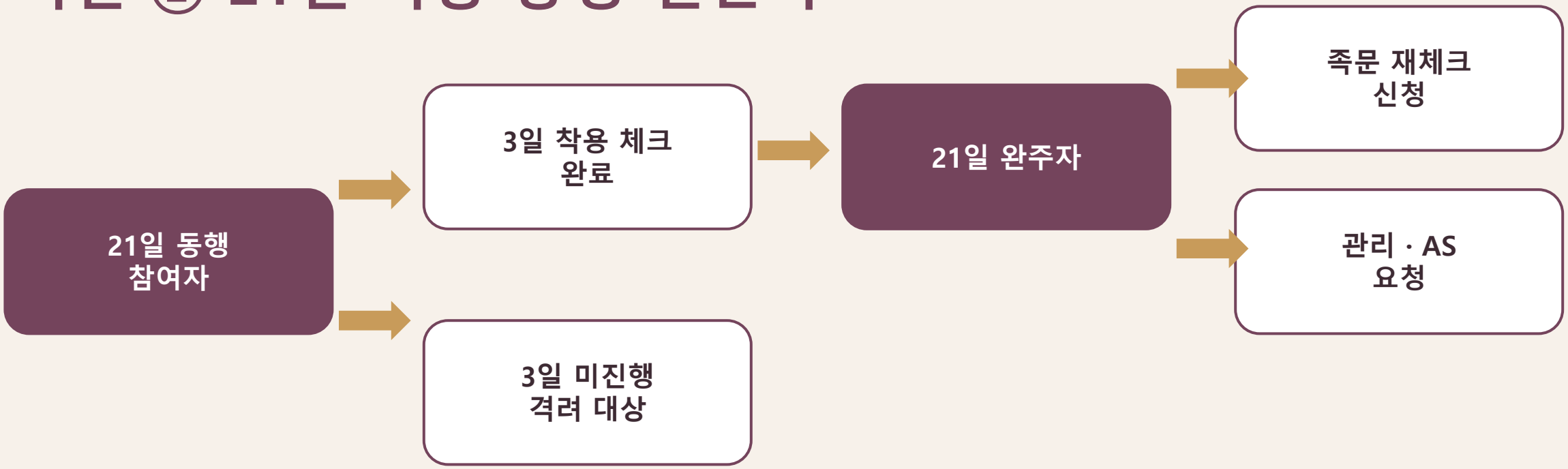
피드백을 받고 이렇게 바꿨어요

바꾸기 전	바꾼 뒤
랜딩 안에 인솔 제품 소개 장	**제품 소개는 방문 후 안내로 이동 (12장 → 11장)**
"무료" 강조 버튼 · 문구	**"직접 만나 함께 봐요 · 약 10분 · 구매 권유 없음"**
지역 이름 노출	**"장소와 시간은 전화로 안내드려요"**
설명형 제목	**공유 제목·설명을 짧게 (15자 · 30자 기준)**

무료 체크가 "판매 페이지"처럼 느껴지지 않게 하는 것이 핵심이었어요.

체험 → 재구매 → 팬덤

퍼널 ② 21일 착용 동행 챌린지



메시지

- 참여일 기준 1일차부터 자동 발송 (D-day)
- 3일째 체크 안 하면 다그치지 않고 격려 문자
- 카카오 '21일 발 소식' 하루 한 장

그룹 이름 규칙

- 누가 어느 단계인지 이름만 봐도 알게
- 실선 = 조건 이동, 점선 = 함께 참여

퍼널 앞쪽

노출 단계: 질문에서 시작하는 콘텐츠

1

질문 먼저

사람들이 실제로 묻는 말로 제목을 쓰고, 첫 문단 2~3줄에 답해요.

2

인지부조화 한 줄

"~라고 알고 있었는데, 사실은?" 으로 궁금증을 남겨요.

3

도움 제안은 한 번

글 끝에 "혼자 보기 어렵다면, 직접 만나 함께 봐 드려요."

4

배너는 어울리는 글에만

발·걷기 글에만 족문체크 배너 이미지를 붙여요.

블로그 매일 09:00 예약 발행 · 리틀리 '오늘의 몸결노트'로 최신 글 연결

운영 방법

혼자가 아니라 AI 팀장들과 운영해요

총괄팀장	마케팅팀장	강의학습팀장	번역팀장
블로그 · SNS · 발표 자료 전체 흐름 점검	퍼널 · 랜딩 · 문자 설계 깨루 제작	강의 노트 · 대본 교육 자료	원서 번역 교재 근거 자료

신청이 들어오면 휴대폰으로 알림 → 제가 직접 전화

사람이 하는 일(만남·전화·결정)과 AI가 하는 일(정리·제작·점검)을 나눴어요.

정리

배운 점과 다음 단계

배운 점

1. 퍼널은 그룹부터. 이름이 보이면 흐름이 보여요.
2. 무료 체크일수록 판매 느낌을 빼야 신청이 편해요.
3. 제품 안내는 만난 뒤, 원하는 분께만.
4. 한 번에 끝나지 않아요. 고치면서 자라요.

다음 단계

- 신청 수 → 방문 → 21일 완주율 측정
- 리드 마그넷: 「내 발에 맞는 기준 7가지」 소책자
- 감각 칸: 인크로마센트 색과 향 체험 퍼널
- 마음 칸: 아로마케어 프랙티셔너 상담 퍼널

몸을 읽는 것에서, 사람을 이해하는 것까지. 감사합니다.