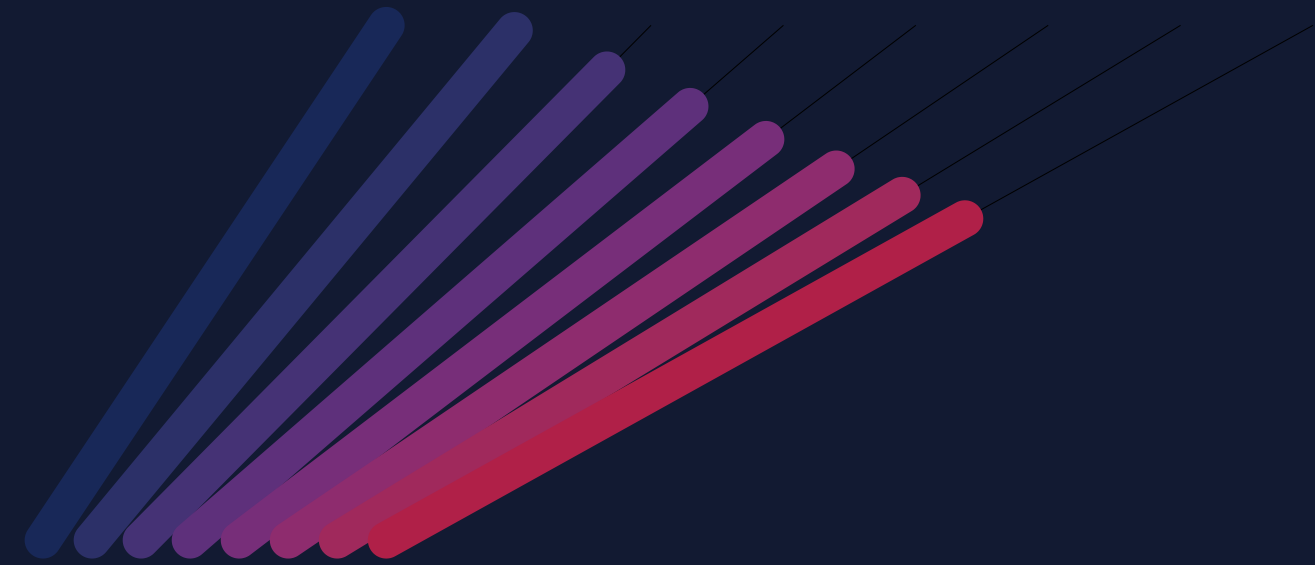




AX 디자인팩토리 부트캠프

청년도약 인재양성 부트캠프 · 온라인 과정

무엇을 약속하나 — 근거 가 없으면 광고가 아니다

유성구 연구단지 도시락족에게, 이 사람은 무엇을 약속할 수 있을까요.

과목	차시	길이
AI 기반 디지털 마케팅	2 / 3	26분

도입

오늘 정하는 것

이 편이 끝나면 한 문장에 답할 수 있어야 합니다.

Q 이 약속에 경쟁사 이름을 넣어도 말이 됩니까

답이 "예"라면 아직 약속이 아닙니다.

도입

이 편이 끝나면 보는 것

약속 문장 카드 + 근거 3개 카드 + 전단 1장 (재구성)

이 편 시연 결과물 재구성(카드·전단 장수, 데이터 수치 아님) · 확인일 2026-09-05

가치 제안과 실증 책임

이론

6:00

소재 없이 - 어디서든 쓰는 이야기

경쟁사 이름을 넣어도 말이 되면 약속이 아닙니다

가치 제안은 누가, 어떤 상황에서, 무엇을 얻는다, 왜 여기서만 — 네 조각입니다. 마지막 조각이 없으면 어느 가게에 붙여도 말이 됩니다.

누가 마지막에 보는가

카피라이터

문장이 매끄러운지

- 술술 읽히는가
- 어색한 데가 없는가

법무

문장 뒤에 자료가 있는지

- 근거 자료로 증명할 수 있는가
- 최상급·절대적 표현은 특히

이론 · 확인 순서

오늘 쓸 확인 셋

- 1 가치 제안 네 조각으로 문장을 세운다
- 2 경쟁사 테스트로 약속인지 확인한다
- 3 법무 확인 — 최상급·절대적 표현에 자료가 있는지 본다

근거로 약속을 다시 쓴다

시연

15:00

배경 (카드매출 · 폐업률) → 근거 (식품표시 · 정오전수령 · 타겟수요)

AI 초안 — 경쟁사 테스트 (재구성)

"유성구 연구단지 점심 포장 메뉴 타겟에게 약속 문장을 써줘" → "신선하고 건강한 점심 포장 메뉴를 빠르고 편하게 즐기세요" · 다른 카페 이름을 넣어도 그대로 말이 된다 — 아직 약속이 아니다

AI 채팅 재구성 · 확인일 2026-09-05

배경 확인 — 카드매출과 폐업 률, 약속의 근거는 아니다 (재구성)

카드매출(2020년 3~7월, 구 전체 업종 합 분모) 유성구 일반음식점 비중 40%(다섯 구 중 가장 높다, 다음 중구 32.7%와 마진 18% 이상) — 먹으러 오는 사람은 많지만 밥집 경쟁도 치열한 편이다 · 04-4 폐업 코호트(2019년 인허가 업소 전체, 2년 내 폐업률) 동28.4%·서26.7%·중23.5%·유성21.7%·대덕18.2%(다섯 구 중 유성은 아래에서 두 번째, 대덕보다는 뚜렷이 높음·마진 16.13%) → 두 숫자는 시점도 다르고(2020년·2019년), 약속 조각(정오 전 수령·알레르기 표시)의 어느 것도 증명하지 않아 전단에는 붙이지 않는다

시연 · 근거

근거 세 개 — 약속 조각과 1:1

근거	증명하는 조각	뜻
식품 표시 지식(전공)	알레르기 표시	성분·영양 표시를 정확히 고를 수 있다
조리·포장 시간표(운영)	정오 전 수령	이 사람이 직접 통제하는 사실
05-1 타겟 재사용	유성구 연구단지	점심 포장 수요가 그 자리에 있다

market.md §2 · 이 편 시연 재구성(운영 시간표) · 05-1 근거 절(타겟 확정) · 확인일 2026-09-05

기준 먼저 → 5안 → 함정 → 전단 (재구성)

기준 세 개를 먼저 적는다 (정오 전 수령·알레르기 표시·경쟁사 이름 테스트) → AI에 5안 요청 → 세 기준으로 선택 → 선택된 안에 "업계 최고 수준의", "100% 안전한"이 매끄럽게 섞여 있다 (함정) → 두 표현을 지우고 전단 완성 - 유성구 연구단지, 점심 12시, 정오 전 수령, 알레르기 표시

AI 채팅 재구성 · 확인일 2026-09-05

근거가 없으면 소망이다

정리

2:00

다음 차시로

근거를 붙일 수 없는 약속은 광고가 아니라 소망입니다.

다음 차시

약속을 세웠습니다. 다음은 그 약속을 지켰는지 무엇으로 확인할지입니다.

배웠는지 재는 질문 — 이 약속에 경쟁사 이름을 넣어도 말이 됩니까?

