

제품 설명 하나로 랜딩페이지와 브로슈어 만들기

제품 정보를 웹과 PDF로 옮기는 AI 실무

05

BRAND MATERIALS

읽기 전에 · 무료 샘플

이 책은 한 가지 실무 과제를 따라 해보는 안내서입니다. 교육용으로 구성된 사례와 실제로 확인한 출처를 구분하며, 각 도구의 이용 조건과 화면은 바뀔 수 있습니다.

본문과 함께 제공된 templates 폴더의 양식을 복사해 사용하세요. 예시 데이터는 실제 고객·주문·연구결과가 아닙니다. 무료 샘플에는 본문 일부만 수록되어 있습니다.

TechKnowEdge 편집팀 | 초판 2026.09

AI 보조 집필 및 편집: Astra Ultra

책과 양식의 무단 재판매·재배포는 허용하지 않습니다. 제공 양식은 구매자 본인의 업무·학습에 맞게 수정할 수 있습니다.

사진도 사양서도 있는데 첫 문장을 못 쓰는 이유

제품 사진은 폴더에 있고, 사양은 제작용체의 문서에 있고, 장점은 메신저에 남아 있다. 소개 페이지를 만들려면 이 자료들이 같은 상품을 설명하도록 정리되어야 한다. 메모의 제안을 사실처럼 쓰면 문장은 멋있어져도 고객이 받는 상품을 정확히 알기 어려울 수 있다.

아래는 가상 문구 브랜드 모은의 메모다. 실제 고객이나 상품의 기록이 아닌 교육용 합성 사례다.

프리미엄 종이. 어디에나 쓱 들어감. 내지는 50장일 듯. 펜이랑 찍으면 예뻐. 날짜가 없으니 언제든 시작. 생산성을 높여주는 필수템으로 소개하면 어떨까.

이 메모를 바로 카피로 바꾸면 “언제 어디서나 생산성을 높이는 프리미엄 문구”가 될 수 있다. 그러나 이 말로는 제품 형태도, 내지 구성도, 펜 포함 여부도 알 수 없다. 먼저 메모에서 확인할 질문을 꺼내야 한다.

사실과 제안을 나눈 한 장

질문	합성 사례의 답
무엇인가?	하루칸 데스크 메모 패드
크기와 매수는?	90 × 140 mm, 내지 50매
무엇을 적나?	오늘 할 일·메모·다음 행동
날짜가 인쇄되었나?	날짜와 요일 미인쇄
무엇이 들어 있나?	패드 1개, 사용 안내 카드 1장
펜도 받나?	펜과 연출 소품은 제외

“생산성을 높인다”는 자료가 없으므로 보류한다. “어디에나”도 모든 수납 공간에 대한 확인이 없으므로 빼고 실제 규격을 제공한다. “프리미엄”을 대신할 근거가 없다면 모호한 수식어 대신 내지의 모습을 설명한다.

사용 제안은 쓸 수 있다. “오늘 할 일 칸에 먼저 시작할 일을 적어보세요”는 실제 내지에서 할 수 있는 행동이다. “다시는 일을 놓치지 않습니다”처럼 결과를 보장하는 문장과는 범위가 다르다.

같은 정보로 만든 웹 첫 화면

모은 하루칸 데스크 메모 패드

오늘 적을 일을 한 장에

오늘 할 일·메모·다음 행동을 한 장에 적어보세요. 날짜가 미리 인쇄되어 있지 않아 필요한 날부터 사용할 수 있습니다.

내지 50매 · 90 × 140 mm

행동 문구: 크기와 구성 확인하기

웹에서는 이 링크가 실제 규격 영역으로 이동해야 한다. 버튼처럼 보이는 장식만으로는 다음 행동이 완성되지 않는다.

같은 정보로 만든 브로셔 한 쪽

모은 / 하루칸

오늘 적을 일을 한 장에

오늘 할 일, 메모, 다음 행동을 나누어 적는 데스크 메모 패드입니다. 날짜가 미리 인쇄되어 있지 않아 필요한 날부터 사용할 수 있습니다.

크기: 가로 90 × 세로 140 mm. 내지: 50매.

기본 구성은 메모 패드 1개와 사용 안내 카드 1장입니다. 펜과 연출 소품은 포함되지 않습니다.

교육용 합성 사례. 실제 상품의 시험 결과나 고객 후기를 뜻하지 않습니다.

브로셔에서는 클릭하지 않아도 구성 정보가 남아 있어야 한다. 웹과 순서나 길이는 달라질 수 있지만 매수와 구성은 같은 사실을 말해야 한다.

짧은 실습과 답안

“100 g/m² 종이로 어떤 펜에도 번지지 않습니다”를 어떻게 고치면 좋을까?

가능한 답은 “내지 종이 평량은 100 g/m²입니다”다. 평량만으로 모든 필기구의 결과를 확인할 수 없으므로 뒷부분은 보류한다. 실제 안내에 필기 성능이 필요하다면 사용할 필기구와 조건을 정해 확인해야 한다. 평량을 패드 전체 무게로 바꾸어 쓰지도 않는다.

전체 책에서 이어지는 작업

전체 원고는 10장으로 제품 정보, 주장과 근거, 고객 질문, 카피, 모바일 랜딩, 네 쪽 브로셔, 시각 자료, 검수, 수정 요청, 전달을 다룬다. 부록에는 세 가지 CSV, 근거·카피 문서, 반응형 HTML, 브로셔 원고, 검수표, 수정 요청서의 8개 파일이 있다.

이 책은 소개 자료 제작과 검수를 위한 실습서다. 실제 상품의 매출·광고 성과를 보장하거나 개별 브랜드의 제작·운영을 대행하는 상품은 아니다. 샘플을 읽고 자신의 제품에 필요한 정보와 근거가 있는지 먼저 확인해보자.