

골목마케터가 사장님들에게 공유하는 팔리는 카피 100개!

1. 유입 및 가입 유도 카피 (20개)

목적: 고객의 호기심과 참여를 유도해 서비스에 첫 발을 들이게 하는 것.

CTA(Call to Action) 강조: "지금 가입", "무료 체험 시작" 등 즉각적인 행동을 유도하는 문구를 포함하세요.

무료 혜택 활용: 샘플, 쿠폰팩 등 초기 진입 장벽을 낮출 요소를 강조하세요.

시각적 요소 추가: 제품 샘플 사진, 혜택 관련 이미지를 활용해 관심을 끌어보세요.

긴급성 부각: "지금만 가능!", "한정 수량" 등의 문구로 고객의 행동을 빠르게 유도하세요.

1. "이사 비용 걱정 끝! 🚚 전국 전문가의 무료 견적 지금 받아보세요."
 2. "댁님이 건강, 무료 상담과 경품 기회까지 놓치지 마세요! 🐾"
 3. "지금 가입하면 3만 원 쿠폰팩 드립니다! 놓치면 후회!"
 4. "샘플 먼저 써보고 본품은 고민 없이 선택하세요."
 5. "무료 샘플로 먼저 경험하고, 완벽한 선택을 만들어 보세요!"
 6. "여름 다이어트 준비? 웰컴 쿠폰팩으로 가볍게 시작하세요."
 7. "7일 무료 체험으로 아이의 공부 습관을 직접 확인하세요!"
 8. "힘들게 장보기는 그만! 웰컴 쿠폰팩으로 스마트 쇼핑하세요."
 9. "운동 고민? 7일 무료 체험으로 나만의 루틴 찾아보세요!"
 10. "단독 특가와 무료 배송 혜택, 지금 바로 확인하세요."
 11. "베스트셀러 한정 수량, 빠르게 확인하고 놓치지 마세요!"
 12. "하루 커피값으로 삶의 만족도를 높여보세요."
 13. "이번 시즌만 40% 할인! 한 곳 다른 퀄리티를 경험하세요."
 14. "가입만 하면 5만 원 상당의 웰컴 쿠폰팩 증정!"
 15. "1개만 구매해도 무료 배송! 지금부터 부담 없는 쇼핑 시작."
 16. "가입 후 첫 구매, 최대 3만 원 할인 혜택까지!"
 17. "출근길, 여유로운 아침을 만들고 싶다면 지금 확인하세요."
 18. "지금 구매하면 선물용 포장까지 무료로 제공됩니다!"
 19. "웰컴 쿠폰팩으로 부담 없이 시작하세요. 지금 바로!"
 20. "가입만으로도 혜택이 와르르! 시작할 준비 되셨나요?"
-

2. 구매 전환 유도 카피 (20개)

목적: 고객이 구매를 결정하게 만드는 것.

문제 해결 강조: "다이어트 고민?", "운동 초보라면"처럼 고객의 문제를 직접적으로 언급하세요.

가치와 혜택 비교: "하루 커피값으로 만족도 UP", "10번 빨아도 새 옷 같은 티셔츠"처럼 가치를 강조하세요.

긴급성 강조: "오늘만 특가", "마지막 수량" 등의 문구로 구매 결정을 재촉하세요.

리뷰나 추천 활용: 고객 리뷰를 활용하거나 "많은 분들이 선택한 제품"으로 신뢰를 더하세요.

21. "다이어트 식단 고민? 간편식으로 건강과 맛 모두 잡으세요!"
 22. "영양사가 설계한 도시락, 간편하게 직장에서도 건강 챙기기."
 23. "단 하루 특가! 지금 구매하면 최대 50% 할인."
 24. "갓 지은 밥 같은 맛, 이제 간편식에서도 느껴보세요."
 25. "10번 빨아도 새 옷 같은 티셔츠, 지금 바로 만나보세요."
 26. "충간 소음 걱정 없는 홈트 루틴으로 편안하게 운동하세요."
 27. "운동 초보라면, 맞춤형 루틴으로 시작해보세요!"
 28. "매일 신선한 맛, 간편하고 빠르게 준비하세요."
 29. "30% 할인 혜택, 단 하루만 가능! 지금 구매하세요."
 30. "기다리던 신제품 출시, 선착순 한정 혜택!"
 31. "베스트셀러 30개 한정, 지금 구매 기회를 잡으세요."
 32. "운동 시작이 어렵다면, 7일 체험으로 가볍게 출발!"
 33. "마지막 수량, 품절 전 빠르게 확인하세요!"
 34. "1+1 혜택, 지금 구매하면 두 배로 즐길 기회!"
 35. "땀띠 고민은 그만, 쿨링 티셔츠로 여름을 쾌적하게."
 36. "무료 배송과 한정 특가, 지금 구매로 모두 가져가세요."
 37. "추가 사은품 증정, 지금 구매해야 할 이유!"
 38. "최고의 가성비로 만족도를 높여보세요."
 39. "한 번의 클릭으로 일상이 달라지는 선택, 지금 시작하세요."
 40. "더 이상 고민하지 마세요. 지금이 바로 구매할 시간입니다."
-

3. 재구매 및 충성 고객 유도 카피 (20개)

목적: 기존 고객과의 관계를 강화하고 재구매를 유도하는 것.

감사 메시지 포함: "항상 사랑해주셔서 감사합니다!" 같은 진정성 있는 문구를 활용하세요.

개인화된 혜택 제공: "NN님만을 위한 특별 쿠폰" 같은 문구로 개인화된 느낌을 주세요.

한정 혜택 강조: "이번 달만 가능한 혜택"으로 긴급성과 특별함을 전달하세요.

멤버십 프로그램 활용: 등급 업데이트나 추가 혜택 제공을 강조해 충성도를 높이세요.

41. "NN님, 특별 쿠폰이 기다리고 있어요! 지금 확인해보세요."
 42. "멤버십 등급이 업데이트되었습니다! 추가 혜택을 확인하세요."
 43. "재구매 고객님만을 위한 단독 할인, 지금 이용하세요."
 44. "마지막 기회! 추가 혜택을 놓치지 마세요."
 45. "N만 원 상당의 쿠폰이 곧 소멸됩니다. 서둘러 확인하세요!"
 46. "NN님 장바구니 속 제품, 품질 전에 구매하세요."
 47. "가장 사랑받은 제품, 지금 할인 중! 빠르게 만나보세요."
 48. "NN님을 위한 특별 감사 이벤트, 지금 참여해보세요!"
 49. "단 하루! 특별한 쿠폰 혜택을 준비했습니다."
 50. "회원 등급 혜택이 곧 종료됩니다! 추가 쿠폰 확인하세요."
 51. "재입고된 인기 상품, NN님을 기다립니다."
 52. "감사의 마음을 담아 특별 쿠폰을 드립니다."
 53. "NN님만을 위한 스페셜 이벤트, 지금 확인하세요."
 54. "이번달 단독 세일, 추가 혜택을 확인하세요."
 55. "멤버십 고객만의 할인, 지금 바로 누려보세요."
 56. "NN님께 특별히 준비한 한정 할인 혜택!"
 57. "한정 이벤트, 지금 참여하고 혜택을 받으세요."
 58. "NN님, 오랜만에 돌아오셨군요! 환영 쿠폰을 확인하세요."
 59. "한정된 기회, 지금 추가 쿠폰으로 더 알뜰하게."
 60. "감사의 마음을 담은 혜택, NN님을 위한 쿠폰을 확인하세요."
-

4. 스토리텔링형 카피 (20개)

목적: 고객의 공감을 끌어내고 신뢰감을 높이는 것.

구체적인 숫자 활용: "회원 10kg 감량", "PT 1백만 원" 같은 구체적인 데이터로 신뢰를 전달하세요.

문제와 해결 과정 제시: "책만 보면 졸던 제가..."처럼 고객이 자신의 상황과 비교할 수 있도록 문제와 해결책을 나란히 배치하세요.

진정성 있는 경험 강조: "제가 직접 경험한"처럼 솔직한 스토리를 중심에 두세요.

감정적인 연결: "유럽 여행에서 지갑을 잃어버렸을 때..." 같은 스토리로 고객의 감정에 연결점을 만들어주세요.

61. "유럽 여행에서도 믿었던 도난 방지 가방, 제 경험에서 시작되었습니다."
 62. "책만 보면 졸던 제가, 이제 1년에 50권을 읽게 된 비결."
 63. "PT 1천만 원의 결과물, 모든 걸 녹여낸 완벽한 운동 루틴."
 64. "회원 100kg 감량 성공! 제 노하우에서 시작된 작은 변화."
 65. "사진 못 찍던 제가 만든 가이드, 이제 스냅 작가가 되었습니다."
 66. "코골이로 고생했던 40년의 끝, 제가 만든 스티커가 답입니다."
 67. "퇴직금 1억 날리고 얻은 교훈, 월매출 1억으로 돌아오다."
 68. "운동 초보도 따라 할 수 있는 홈트 프로그램, 제 경험 그대로."
 69. "다섯 번의 퇴사 끝에, 연봉 1억의 길을 찾았습니다."
 70. "작은 선택이 제 삶을 완전히 바꿨습니다."
 71. "도난 방지 가방이 저를 지켜주었듯, 여러분의 여행도 도울게요."
 72. "운동과 다이어트, 이 도구로 모두 해결했습니다."
 73. "회원들의 성공 스토리, 이 도구가 모든 걸 바꾸었습니다."
 74. "제 여행을 완벽하게 지켜준 가방, 지금 만나보세요."
 75. "운동이 어렵다면, 제 프로그램으로 간단히 시작하세요."
 76. "작은 변화에서 시작된 큰 결과, 지금 확인해 보세요."
 77. "직접 체험한 변화, 지금 바로 시작하세요."
 78. "이 도구가 제 일상을 어떻게 바꾸었는지 보여드릴게요."
 79. "유저들이 입증한 진짜 변화, 직접 확인하세요."
 80. "저처럼 삶을 바꿀 준비 되셨나요? 한 번의 선택이 시작입니다."
-

5. 비교/공감 유도 카피 (20개)

목적: 고객이 자신의 상황을 쉽게 투영하고 제품이 필요하다고 느끼게 만드는 것.

일상적인 고민 언급: "운동은 하고 싶지만 시간은 없고..." 같은 문구로 고객의 고민을 정확히 짚어주세요.

대조 효과 활용: "무겁고 투박한 가방 vs 가볍고 깔끔한 디자인"처럼 현재와 제품 사용 후의 모습을 대비하세요.

친근한 문구 사용: "다들 이런 고민 해보셨죠?"처럼 고객이 공감할 만한 표현을 사용하세요.

행동 유도 문구 추가: "지금 바로 바꿔보세요!"처럼 변화를 시도할 행동을 구체적으로 제안하세요.

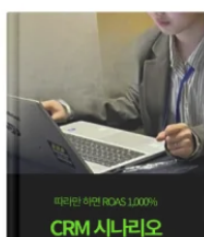
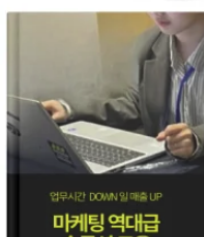
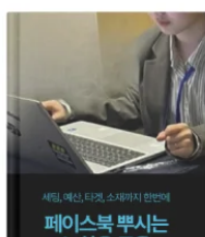
81. "운동, 하긴 해야 하는데 시간 없죠? 하루 10분 루틴으로 시작하세요."
82. "다이어트 결심만 한다면, 간편식으로 부담 없이 시작하세요."
83. "잘 알고 있잖아요, 작은 차이가 큰 변화를 만든다는 걸."
84. "매번 깨지던 액정, 이제는 걱정 없는 보호 필름으로 끝내세요."
85. "무겁고 투박한 가방? 깔끔하고 가벼운 디자인으로 바꿔보세요."
86. "냉장고 청소하기 귀찮으셨죠? 전문가가 단숨에 해결해 드립니다."
87. "스마트폰으로만 메모? 효과적인 정리는 이 도구가 정답입니다."
88. "운동 고민 그만! 7일 체험으로 자신만의 루틴을 찾아보세요."
89. "아침마다 허둥대는 출근길, 여유로운 아침을 만들어보세요."
90. "영양가 없는 식단 vs 간편하고 건강한 다이어트 식단."
91. "무겁고 불편한 가방 대신, 가볍고 튼튼한 선택이 여기 있습니다."
92. "매번 놓치던 여행 계획, 이 플래너로 완벽히 준비하세요."
93. "피부 고민 끝, 3단계 케어로 간단히 해결하세요."
94. "발이 아팠던 이유? 이 신발 하나로 답을 찾았습니다."
95. "층간 소음 걱정 없이 운동하는 방법, 지금 시작하세요."
96. "정리하기 귀찮으셨죠? 이 도구로 책상을 깔끔하게."
97. "누구나 쉽게 따라 하는 운동 루틴, 지금 바로 시작하세요."
98. "매일 고민하던 공부, 하루 15분만 투자하세요."
99. "건강한 간편식, 더 이상 고민하지 말고 시작하세요."
100. "다이어트, 간단한 솔루션으로 더 이상 스트레스 받지 마세요."



이외에도 페이스북 광고 + 상세페이지 +
CRM 마케팅에 대한 도움이 필요하다면?

1일치 광고비로

광고 효율을 **200%** 올려보세요!



<https://waymarketer.imweb.me/>

 엘리버드 특가 + 부록 **3**종 무료 증정 