1 인 콘텐츠 사업자 로드맵 - 19 편

클래스 판매 후 컨설팅 연계 전략

1. 클래스는 컨설팅의 시작점

클래스는 콘텐츠 전달의 수단일 뿐, 고객과 관계를 맺고 더 깊은 문제 해결로 이어가는 중요한 출발점입니다. 단순 수강으로 끝나지 않도록, 컨설팅으로 자연스럽게 연결하는 구조가 필요합니다.

2. 컨설팅으로 연결되는 클래스 설계

- 클래스 내용은 개념+기초 실행 중심 구성
- 중간에 '개별 사례 적용의 어려움'을 자극
- 마무리 시점에 '심화 맞춤 피드백'을 희망하는 수강자에 컨설팅 제안

3. 연결 포인트 만들기

- 클래스 마지막 슬라이드: '맞춤 진단 받고 싶다면?' CTA 삽입
- 수강 완료 메일에 컨설팅 신청 링크 포함
- 전자책/PDF 후반부에 컨설팅 체크리스트 부록 삽입

4. 컨설팅 상품 구성 전략

- 기본형: 1 회 1:1 진단 (30~60 분)
- 확장형: 3 회/5 회 세션 패키지 (과제 피드백 포함)
- 고급형: 템플릿 제공 + 실전 적용 피드백 + 기간별 코칭

5. 가격 책정과 타이밍

- 클래스 단가 대비 3~10 배 수준으로 설계
- 수강 후 3~7 일 이내 리마인드 메일 or 쿠폰 제공
- 초기 신청자 대상 '파일럿 베타' 운영으로 후기 확보

6. 운영 툴과 자동화 전략

- 예약: 타임트리, Calendly, 네이버 예약
- 결제: 스마트스토어, 크몽, 채널톡 플러그인
- 자료 배포: Notion, 이메일 자동화 (스티비, 샌드버드)

7. 결론

클래스가 끝났다고 관계도 끝나는 건 아닙니다. 컨설팅은 신뢰의 연장이며, 수익의 확장선입니다. 자동화 도구를 활용해 매끄러운 전환 흐름을 설계해보세요.