

1 인 콘텐츠 사업자 로드맵 - 23 편

유료 멤버십 단계별 가격 구조 설계

1. 왜 멤버십 가격을 나눠야 하는가?

단일 가격 구조는 다양한 니즈를 충족시키기 어렵습니다. 유료 멤버십은 단계별로 구성해야 다양한 참여자의 수준과 목적을 수용할 수 있습니다.

2. 가격 구조 유형 예시

- 베이직: 월 9,900 원 / 콘텐츠 열람 + 커뮤니티 참여
- 스탠다드: 월 29,000 원 / 베이직 + Q&A 참여, 뉴스레터 아카이브
- 프리미엄: 월 79,000 원 / 스탠다드 + 1:1 컨설팅/맞춤 리포트

3. 각 단계별 혜택 설계 전략

- 가격보다 '상위 단계로 넘어갈 이유'를 명확히 구성해야 합니다.
- 단계 간의 간극은 가격 차이보다 기능/혜택의 질 차이로 설계합니다.

4. 가입 유도 전략

- 초기에는 상위 단계 오픈 없이 베이직 중심으로 시작
- 운영 안정화 후, 점진적으로 중간/고가 단계 오픈
- 무료 체험 → 유료 전환 Funnel 구조 도입

5. 가격 검증 방법

- 기존 구매자의 반응, 가격 민감도 조사
- 유사 멤버십 프로그램의 벤치마킹
- 2~3 개월 단위로 운영 후 A/B 테스트 진행

6. 결론

단계별 유료 멤버십은 단순한 수익 모델이 아닌, 콘텐츠 구조와 관계 설정의 핵심 도구입니다. ‘가성비’보다 ‘관계의 깊이’를 가격 구조에 반영해야 합니다.