AI를 활용한 구매전환형 모바일 상세페이지 제작

하비공작소 이현정

목차

1 AI 시대의 상세페이지

- 과거 vs 현재 제작 프로세스
- AI 도구의 역할과 한계
- 제작 시간 단축 효과

2 구매전환형 페이지 구조

- 8단계 상세페이지 구조
- 고객 중심 카피 작성법

3 AI 활용 실전

- ChatGPT 프롬프트 작성
- AI 문구 및 이미지 생성
- 저작권 및 주의사항

4 디자인 실습

- 디자인 기본
- 템플릿 활용 및 편집
- AI 기능 활용법

5 모바일 최적화

- 모바일 사용자 특징
- 가독성 및 레이아웃
- 최종 점검 체크리스트

6 실습 및 피드백

- 예제 상품 선정
- AI→디자인 사이트 제작 실습
- 발표 및 피드백

강사 소개 및 강의 목표

3시간 동안 AI를 활용한 상세페이지 제작의 전 과정을 배우고, 실제로 제작해보는 실전 강의입니다.

01 오늘 만들 결과물

- AI가 작성한 문구
- AI가 만든 이미지
-디자인 사이트로 편집한 모바일용 상세페이지

02 강의 목표

- AI로 상세페이지 기획
- 미리캔버스 디자인
- 모바일 최적화 페이지 제작
- 구매전환 높은 구조 이해

03 실습 중심 학습

이론 30% + 실습 70% 구성으로 배운 내용을 바로 적용하며
실무 역량을 키웁니다.

AI 시대의 상세페이지 제작 흐름

1

과거 제작 프로세스

- 기획

(경쟁사 분석, 고객 후기 분석,

상품 소구점, 타겟층 기획)

- 카피 작성
- 제품 촬영
- 디자인

시간이 오래 걸리는 단계별 작업

2

현재 제작 프로세스

- AI 기획
- AI 카피
- AI 이미지
- 텍스트만 편집

제작 시간이 크게 단축됨

AI가 잘하는 것과 못하는 것



AI가 잘하는 것

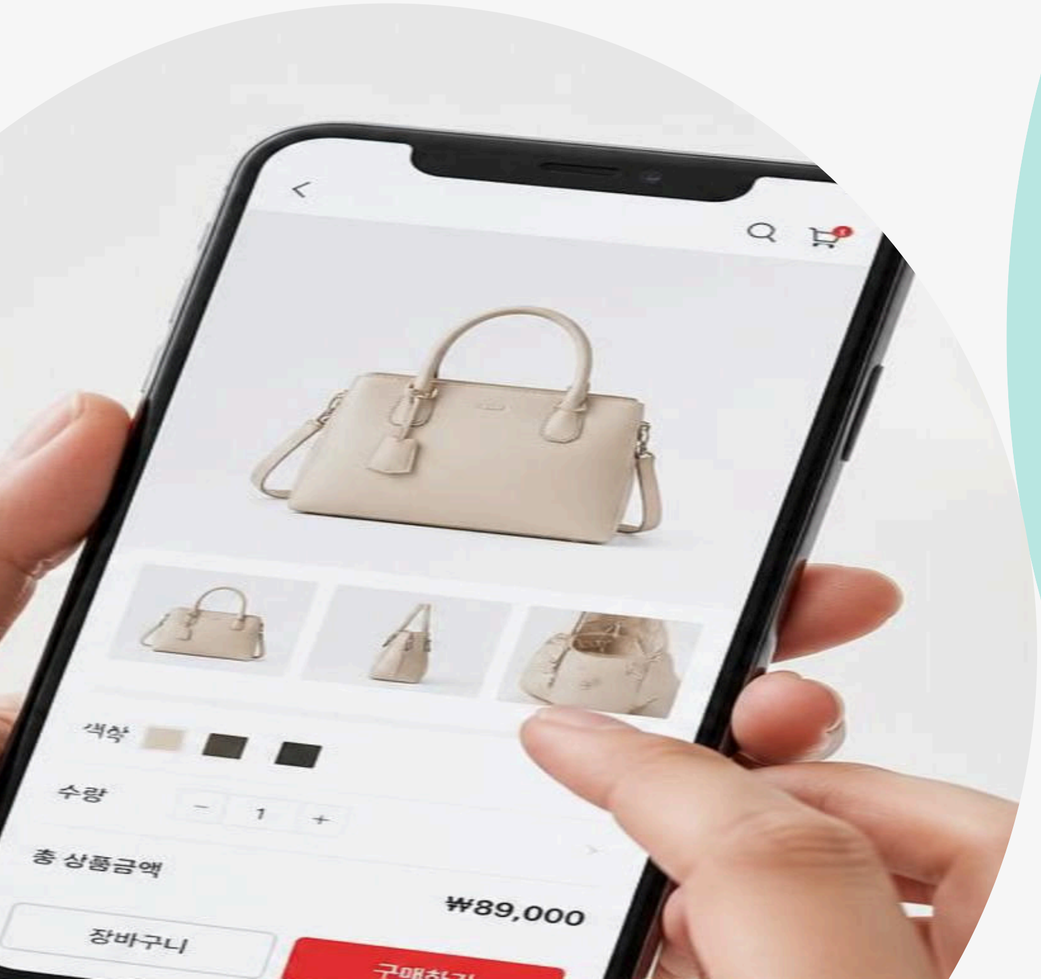
- 문구 작성
- 아이디어 제안
- 이미지 생성
- 번역
- 표 작성
- 콘텐츠 요약

AI가 못하는 것

- 고객 감성 이해
- 최종 판단
- 브랜드 방향 설정

AI와 디자이너 협업이 가장 효과적입니다.

왜 상세페이지가 중요한가



광고는 클릭을 만들고, 상세페이지는 구매를 만든다

아무리 좋은 광고로 고객을 유입시켜도 상세페이지가 부실하면
구매로 이어지지 않습니다.
상세페이지는 고객이 구매 결정을 내리는 마지막 단계에서 가장 중요한 역할을 합니다.

구매 전환율을 높이기 위해서는 고객의 구매 심리를 이해하고,
그에 맞는 구조와 내용으로 상세페이지를 설계해야 합니다.

고객 구매 심리: AIDA 모델

1

Attention (주목)

- 고객의 시선을 사로잡는 첫 화면
- 강렬한 비주얼과 헤드라인
- 3초 안에 무엇인지 전달
- 스크롤을 유도하는 디자인
- 색상과 이미지로 시선 집중

2

Interest (관심)

- 제품에 대한 호기심 유발
- 고객의 문제점 제시
- 공감할 수 있는 상황 묘사
- '나에게 필요한 제품'이라는 인식
- 구체적인 정보 제공 시작

3

Desire (욕구)

- 제품을 갖고 싶게 만들기
- 차별점과 특장점 강조
- 고객 후기와 사용 사례
- 감성적 카피로 욕구 자극
- 제품 사용 후 변화 제시

4

Action (행동)

- 구매 결정을 유도하는 단계
- 명확한 CTA 버튼 배치
- 할인, 혜택 등 구매 동기 부여
- 지금 구매해야 하는 이유 제시
- 간편한 구매 프로세스 안내

구매전환형 8단계 구조

효과적인 상세페이지는
고객의 구매 여정을 따라 설계됩니다.
각 단계는 고객을 다음 단계로 자연스럽게 이끌며,
최종적으로 구매 전환을 만들어냅니다.

01 ① 첫 화면 → ② 문제 제시

3초 안에 제품의 핵심 가치를 전달하고, 고객이 겪고 있는 불편함이나 문제를 명확히 제시합니다.

02 ③ 해결방법 → ④ 제품 특징

제품이 어떻게 문제를 해결하는지 보여주고, 핵심 기능과 특징을 구체적으로 설명합니다.

03 ⑤ 차별점 → ⑥ 사용방법

경쟁 제품과의 차별점을 강조하고, 실제 사용 방법을 단계별로 쉽게 안내합니다.

04 ⑦ 후기 → ⑧ 구매 유도

실제 고객 후기로 신뢰를 구축하고, 명확한 CTA로 즉시 구매를 유도합니다.

첫 화면 만들기

상세페이지의 첫 화면은 3초 안에 승부를 결정합니다. 고객이 스크롤을 내릴지, 페이지를 떠날지가 이 순간에 결정되므로 핵심 메시지를 명확하게 전달해야 합니다.

01 ① 무엇인지 (What)

- 제품명과 카테고리를 명확히 표시
- 한눈에 알아볼 수 있는 제품 이미지
- 복잡한 설명보다 직관적인 표현 사용

02 ② 왜 좋은지 (Why)

- 핵심 혜택을 한 문장으로 요약
- 고객이 얻을 수 있는 구체적인 효과
- 숫자나 결과로 신뢰성 강화

03 ③ 누구를 위한 것인지 (Who)

- 타겟 고객을 명확히 지정
- '이런 분들께 추천합니다' 형식 활용
- 고객이 자신의 이야기라고 느끼게 만들기

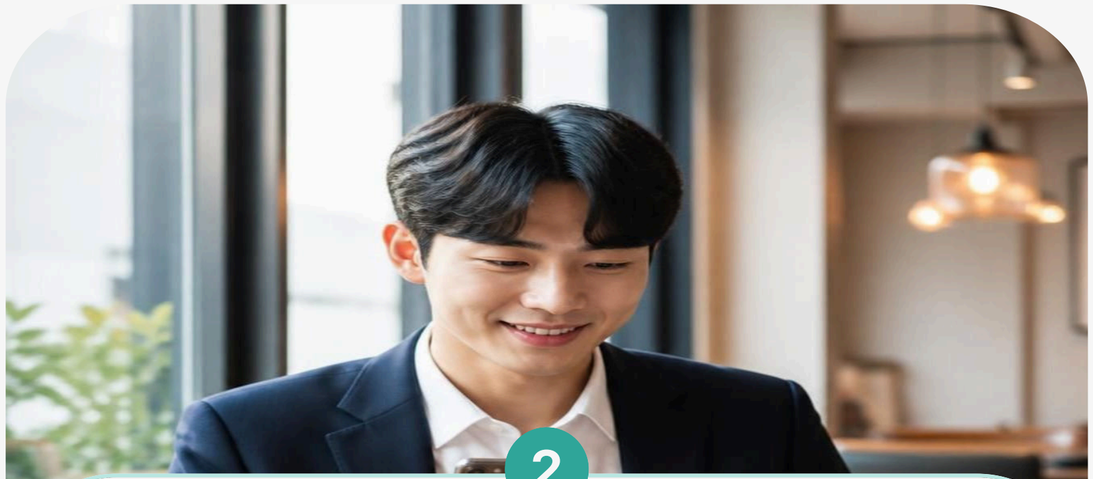
고객은 기능보다 효과를 산다



1

기능 중심 카피

- 10000mAh 대용량 배터리
- 듀얼 USB 포트 지원
- 고속 충전 기술 적용
- 알루미늄 합금 소재



2

고객 중심 카피

- 하루 종일 충전 걱정 없이 사용
- 두 기기를 동시에 충전 가능
- 30분이면 50% 충전 완료
- 가볍고 튼튼해서 휴대 편리

ChatGPT 프롬프트 작성법

① 역할 (Role)

- '당신은 마케팅 전문가입니다'
- '상세페이지 기획자 역할로'
- 역할을 명확히 지정하여 전문적 답변 유도

② 목적 & 대상 (Purpose & Target)

- '30대 직장인을 대상으로'
- '공기청정기 상세페이지 문구 작성'
- 목표·타겟과 맥락을 구체적으로 제공

③ 톤앤매너 (Tone & Manner)

- '친근하고 공감 가는 톤으로'
- '전문적이지만 쉬운 표현으로'
- 감성적 분위기와 원하는 톤을 명확히

④ 형식 (Format)

- '3가지 옵션으로 제시해줘'
- '각 50자 이내로 작성'
- '불릿 포인트 형식으로' 및 출력 형식 지정

AI 문구 수정 및 최적화

1

짧게 수정하기

- '위 문구를 30자 이내로 줄여줘'
- '핵심만 남기고 간결하게'
- '모바일에서 읽기 쉽게'
- 불필요한 수식어 제거
- 임팩트 있는 표현으로 압축

2

감성적으로 바꾸기

- '더 감성적인 표현으로 바꿔줘'
- '고객의 마음을 움직이는 문구로'
- '공감할 수 있는 스토리 추가'
- 이성보다 감성에 호소
- 따뜻하고 친근한 느낌

3

신뢰성 높이기

- '구체적인 수치를 넣어줘'
- '전문 용어를 추가해줘'
- '객관적인 근거 제시'
- 고객 후기나 데이터 활용
- 신뢰감을 주는 표현 사용

4

톤 조정하기

- 'SNS 게시글 느낌으로'
- '브랜드 공식 홈페이지 톤으로'
- '친구에게 말하듯이'
- 상황에 맞는 톤 선택
- 일관된 브랜드 보이스 유지

AI 이미지 생성 활용



AI로 만들 수 있는 이미지 유형

- 제품: 실제 제품 이미지 생성
- 배경: 다양한 분위기의 배경 제작
- 소품: 제품을 돋보이게 하는 소품
- 일러스트: 감성적인 일러스트 제작

이미지 프롬프트 5요소

- 구도: 제품 배치·앵글
- 조명: 밝기와 분위기
- 배경: 어울리는 배경 선택
- 색상: 브랜드 컬러 반영
- 비율: 모바일 적합 비율

AI 활용 시 주의사항

저작권

- AI 생성 이미지의 저작권 확인
- 타인의 저작물 무단 사용 금지
- 상업적 이용 가능 여부 체크

허위광고

- 사실과 다른 효과 표현 금지
- 과학적 근거 없는 주장 자제
- 소비자 오인 방지

과장표현

- 실제보다 과도하게 부풀린 표현 금지
- 객관적 사실 기반 작성
- 검증 가능한 내용만 사용

상표권

- 타 브랜드 상표 무단 사용 금지
- 유사 상표 사용 주의
- 상표권 침해 방지

템플릿 활용 및 편집

템플릿은 디자인 시간을 크게 단축시켜주는 핵심 도구입니다. 제품의 특성과 타겟 고객에 맞는 템플릿을 선택하면 전문적인 결과물을 빠르게 만들 수 있습니다.

01 좋은 템플릿 고르는 법

- 제품 카테고리에 맞는 템플릿 선택
- 모바일 최적화 여부 확인
- 수정이 용이한 구조인지 체크

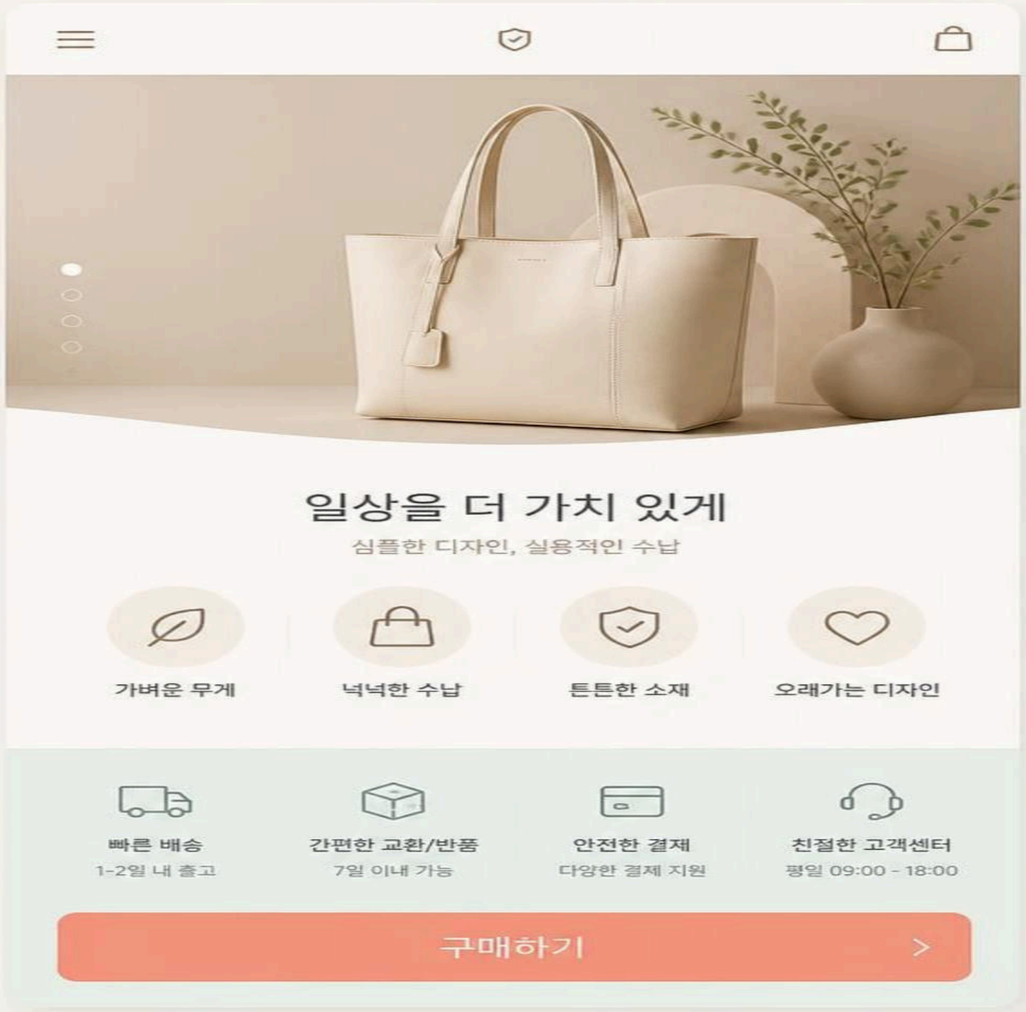
02 사진 넣기

- 고해상도 이미지 업로드
- 배경 제거 기능 활용
- 이미지 크기와 위치 조정

03 폰트 선택

- 가독성 높은 한글 폰트 선택
- 제목과 본문 폰트 구분
- 2~3개 폰트로 통일성 유지

디자인 통일성 만들기



색상 60-30-10 법칙

- 주 색상 60%: 브랜드 메인 컬러
- 보조 색상 30%: 주 색상과 조화
- 강조 색상 10%: CTA 버튼 등
- 3가지 색상으로 통일감 유지

아이콘 활용법

- 일관된 스타일의 아이콘 사용
- 텍스트 정보를 시각화
- 복잡한 설명을 간단히 표현
- 브랜드 컬러에 맞게 색상 조정

모바일 사용자의 특징

1

스크롤 패턴

- 위에서 아래로 빠르게 스크롤
- 3초 안에 관심 결정
- 중요 정보는 상단 배치
- 긴 페이지도 거부감 없음

2

빠른 판단

- 첫 화면에서 즉시 판단
- 복잡한 설명 회피
- 시각적 요소 우선
- 핵심만 빠르게 파악

3

큰 글씨 선호

- 작은 글씨는 읽기 어려움
- 최소 14pt 이상 권장
- 제목은 더 크게
- 가독성이 구매 결정

4

터치 인터페이스

- 버튼은 손가락 크기
- 클릭 영역 충분히
- 여백 확보 필수
- 실수 방지 디자인

모바일 가독성 높이기



1

좋은 예

- 한 줄에 한 문장
- 충분한 여백 확보
- 큰 폰트 사용
- 명확한 구조



2

나쁜 예

- 작은 글씨로 빽빽하게
- 여백 없이 꽉 채움
- 복잡한 레이아웃
- 정보 과다

모바일 최적화 레이아웃

모바일 화면은 작기 때문에 정보를 효과적으로 배치하는 것이 중요합니다. 사용자가 스크롤하면서 자연스럽게 정보를 받아들일 수 있도록 설계해야 합니다.

01 한 줄 구성

- 한 줄에 하나의 메시지만 전달
- 문장은 짧고 명확하게
- 좌우 스크롤 절대 금지

02 여백 활용

- 텍스트 블록 사이 충분한 간격
- 시각적 휴식 공간 제공
- 답답함 방지

03 큰 버튼 디자인

- 최소 44×44px 이상
- 명확한 CTA 문구
- 눈에 띄는 색상 사용





정보의 우선순위 배치

위에서 아래로 흐름

모바일 사용자는 위에서 아래로 스크롤하며 정보를 습득합니다. 가장 중요한 정보를 상단에 배치하고, 점차 상세한 내용으로 이어지도록 구성해야 합니다.

핵심 → 장점 → 상세정보 순서

첫 화면에는 제품의 핵심 가치를 전달하고, 그다음 주요 장점과 차별점을 보여줍니다. 마지막에 상세 스펙과 사용 방법 등 부가 정보를 배치합니다.

최종 점검 체크리스트

첫 화면이 강한가

- 3초 안에 이해 가능
- 핵심 메시지 명확
- 시선을 사로잡는 비주얼

문구가 짧고 명확한가

- 한 문장 20자 이내
- 전문 용어 최소화
- 고객 중심 표현

이미지가 선명한가

- 고해상도 이미지 사용
- 제품이 명확히 보임
- 배경과 대비 확실

모바일 가독성과 CTA

- 마지막 확인은 반드시 모바일화면으로 확인하기
- CTA 버튼 명확
- 구매 동선 자연스러움