

해외 구루들의 부의 비밀 공식

10X 자동 수익 플랫폼 공략집

고객이 저절로 쌓이고, 매출이 반복되는
단 하나의 확실한 시스템

테라클래스 임채원 지음

콘텐츠 500개, 광고비 500 써도 매출 부진,
수익 10배로 성장할 가장 확실한 시스템

★★★★★

콘텐츠는 그대로!
고객을 쌓는 구조부터
매출 자동화까지

★★★★★

자동으로 쌓이고
10배로 벌리는
수익 플랫폼의 모든 것

★★★★★

팔로워가 아니라,
DB가 자산이 되는
시스템의 모든 것

이 PDF를 100% 활용하는 방법

이 전략 자료는 단순히 읽고 끝나는 문서가 아닙니다.

아래 영상 및 진단 체크를 통해 고객이 쌓이고, 매출이 자동으로 반복되는 시스템 구축할 전략을 세워보시길 권장합니다.

영상 버전 시청

자동 수익 플랫폼에 대해서 좀 더 정확하게 이해하기 위해 지난 특강

< 2025 테라인사이트 > 를 함께 수강하실 것을 권장합니다. 올해 초 진행한 7주 스페셜 강의이며 작년까지 180만원에 판매하던 전략 강의를 무료로 제공하고 있습니다.

[영상 보기](#)

2026 테라인사이트 안내



무료 실시간 저자 특강

저절로 **고객이 쌓이고**

매출이 반복 되는 구조의 비밀

10배 자동 수익 플랫폼 구축 기법 공개

해외 구루들의 비밀 공식
10X 자동 수익 플랫폼 공략집
고객이 자동으로 쌓이고, 매출이 반복되는
단 하나의 확실한 시스템

테라인사이트 특제 저서

관객수 300만, 평균액 500 원도 매출 10억
수익 10배로 성장할 기법 확립한 시스템

관객수 10만명, 평균액 100원, 매출 10억 원
관객수 10만명, 평균액 100원, 매출 10억 원

관객수 10만명, 평균액 100원, 매출 10억 원
관객수 10만명, 평균액 100원, 매출 10억 원

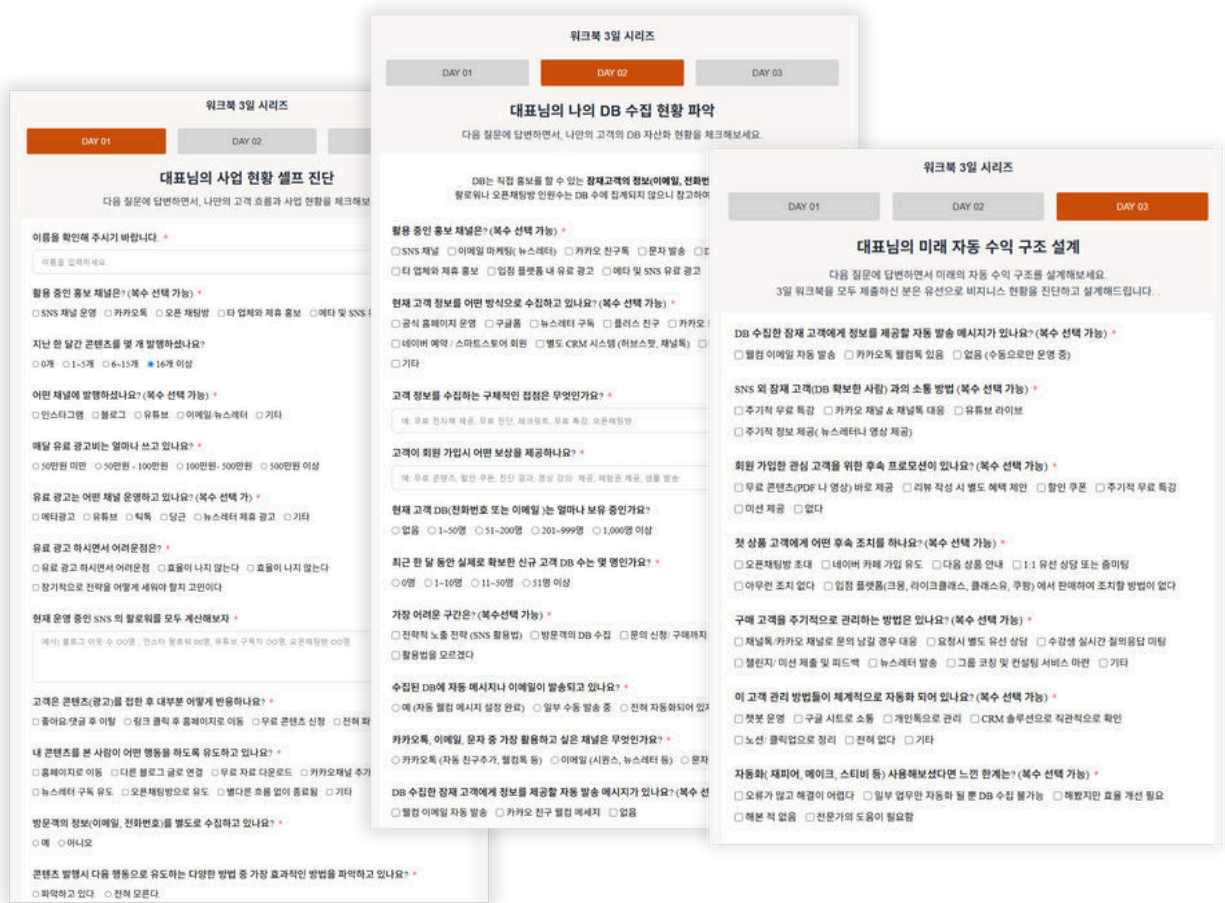
11월 26일 20시, 2026 테라인사이트 스페셜 무료 특강이 진행됩니다.
연말연시에만 진행하는 강의로서 이 책의 내용을 영상으로 해석해 드립니다.
꼭 참석하여 많은 인사이트 받아가시길 바랍니다.

[자세히 보기](#)

3일 워크북 미션

운영하시는 사업의 현황 및 미래 활용할 수 있는 전략을 직접 작성해볼 수 있는 미니 과제가 포함되어 있습니다. 아래 3가지 워크북 작성 제출시, 테라클래스에서 유선 상담을 진행해드리고 있습니다.

- DAY 01. 사업 현황 셀프 진단
- DAY 02. DB 수집 현황 파악
- DAY 03. 미래 자동 수익 구조 설계



전자책을 읽으시면서 작성하실 수 있도록 관련 챕터에서 별도로 안내해 드리고 있으며, 미리 셀프 진단을 위해 작성하고자 하실 경우 아래 버튼 클릭 시 바로 작성 가능합니다.

바로 작성

프롤로그 | 콘텐츠가 쌓이는데, 왜 수익은 빠져나갈까?

매일 콘텐츠를 올린다. 인스타그램, 블로그, 유튜브, 틱톡까지. 조회수도 나쁘지 않고, 댓글도 달린다. 그런데 통장을 보면... 여전히 0원.

"이렇게 열심히 하는데, 왜 돈이 안 벌릴까?" 혹시, 당신 이야기인가?

지난 7 년간,

- 600건의 홈페이지를 만들었고,
- 300명 이상의 수강생과 여정을 함께 했다.

빠르게 변하는 디지털 세상에서도 단 하나, <반복 가능한 구조> 만은 지켜왔다.

하나의 콘텐츠가

- 퍼널이 되고,
- DB로 쌓이고,
- CRM 시스템 안에서 자동 수익이 되는 구조.

이것이 바로 <자동 수익 플랫폼>이다.

좋아요는 쌓여도, 매출은 마이너스

조회수 5만. 팔로워 1만 명.

그런데 이번 달 매출은 고작 50만 원.

왜일까?

답은 간단하다. 콘텐츠는 있지만, 시스템이 없기 때문이다.

오늘은 인스타 릴스,

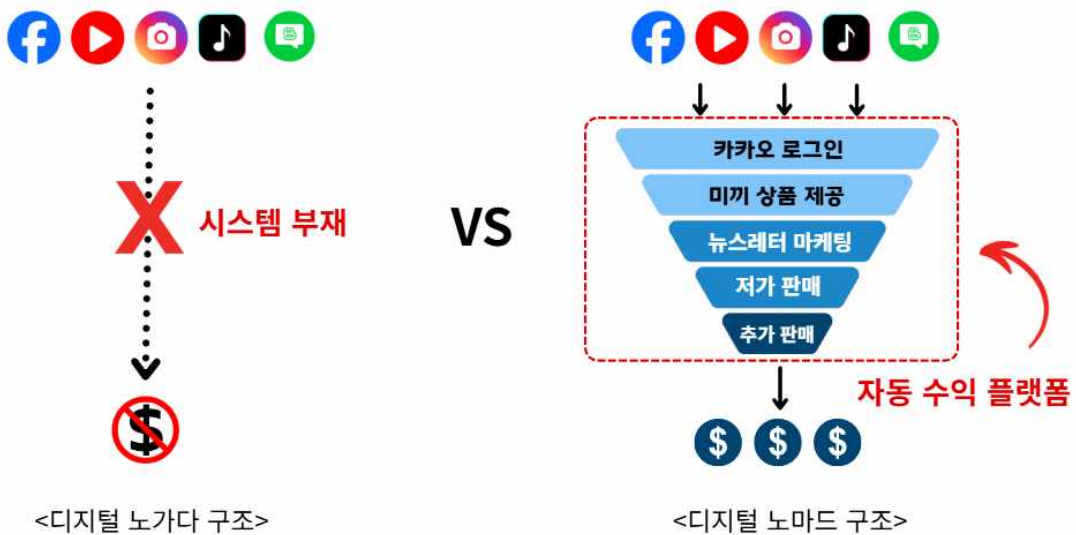
내일은 블로그 글,

그다음엔 유튜브 쇼츠...

흩어지는 채널과 콘텐츠 속에서 고객의 흐름을 기억하고 추적할 수 있는 플랫폼이 없다면 당신의 비즈니스는 매일 새로 시작해야 한다.

콘텐츠가 자산이 되는 구조를 만들자

매일 같이 콘텐츠를 만들고 있지만, 왜 매출은 늘 불안정할까? 그 이유는 명확하다. '콘텐츠'는 있으나, '시스템'이 없기 때문이다. 반복 가능한 시스템 없이는 좋아요 수가 아무리 높아도 수익도 고객도 흩어진다.



"당신의 콘텐츠는 쌓이고 있는가? 그리고 그 흐름은 반복 가능한가?"

자동 수익 플랫폼은 콘텐츠 → DB → CRM → 자동 수익으로 이어지는 한국형 퍼널 시스템을 기반으로 **완전 자동화 매출 구조**를 구축한다.

- SNS 노출이 아닌, 고객생애가치(LTV)가 쌓이는 구조
- 단발성 판매가 아닌, 지속 수익을 만드는 플랫폼

자동 수익 플랫폼은 단순한 웹사이트가 아니다.

- 콘텐츠의 반응을 기억하고,
- 고객의 행동을 자동으로 기록하며,
- 데이터를 기반으로 다시 판매가 일어나는 시스템이다.

이 PDF는 단순한 강의 자료가 아닌, **자동 수익 구조를 구축해 나가는 로드맵**이다.

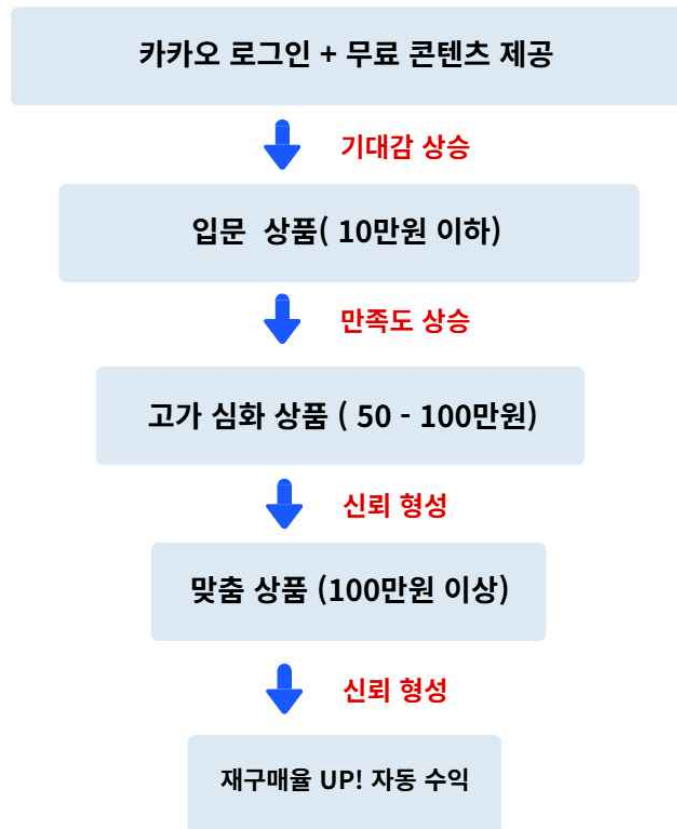
퀀텀 점프는 '운'이 아니라 '정렬'이다.

콘텐츠 × 퍼널 X CRM = 자동 수익 시스템

이 구조가 갖춰졌을 때, 당신의 콘텐츠는 마침내 자산이 된다. 이 책은 단순한 노하우 집합이 아니다. 한 번 구축하면 반복되는 수익 구조를 만드는 설계서이다. 이제는 시스템에서 고객의 데이터를 추적하고 추적해야 한다. 그 결과는, 수익으로 증명된다.

이제, 콘텐츠를 흘뿌리는 대신 수익의 순환 구조로 전환해야 한다. 지금, 이 순간이 바로 그 첫걸음이다. 이 여정을 당신도 함께 시작할 수 있다.

☑ 콘텐츠 → 자산으로 이어지는 여정 한눈에 보기



차례

프롤로그
좋아요는 쌓여도, 매출은 마이너스 3

PART 1. 한국 디지털 노마드는 왜 모두 실패하는가?

1. 왜 SNS만 올려도 매출이 안 나는가? 13
매일 올려도 매출 0원의 비밀
SNS는 ‘유입’일 뿐, ‘전환’이 아니다
좋은 콘텐츠면 팔린다’는 착각
매출을 만드는 것은 콘텐츠가 아니라 구조

2. 왜 대부분의 홈페이지는 실패하는가 19
예쁘다고 팔리는 건 아니다.
홈페이지는 시스템이지, 포트폴리오가 아니다.
외주로 만든 홈페이지는 절대 이길 수 없다.
수익을 내는 홈페이지는 이렇게 다르다.

3. 광고만 쏟아붓는데 왜 적자일까? 23
광고는 소모, 고객 정보는 자산
한 번 온 고객을 열 번 사게 만들기
쌓인 고객의 복리 효과
정리: 쏟아붓지 말고, 쌓아라

PART 2. 플랫폼을 소유한 자가 시장을 지배한다

4. 팀 페리스는 왜 18년간 흑자인가? 28
전 세계 구루들의 공통 사업 모델
팀 페리스: 150만 명 DB로 만든 ‘반자동 자산’

MJ 드마코: 광고 1도 없이 연매출 100억
 러셀 브런슨: 퍼널로 만든 1,000억짜리 제국
 성공하는 자, 모두 잠재고객 정보를 소유한다.

- 5. 부의 추월차선 공식: CENTS로 적자를 흑자로 33
 - 외부 플랫폼이 아닌, 내 시스템을 가져야 한다 (Control)
 - 쉽게 따라 할 수 없는 시스템을 만들라 (Entry)
 - 시장의 '진짜 문제'를 해결하는가 (Need)
 - 시간을 벌 수 없다면 시스템이 아니다 (Time)
 - 확장 가능한가? 복리 구조가 있는가? (Scale)
 - 자산을 10배 레버리지 하기

- 6. 한국은 휘발, 해외는 축적한다 37
 - 콘텐츠만 올리면 된다는 착각
 - 한국식 시스템: 플랫폼 위에 지은 모래성
 - 해외식 시스템: 모든 것이 내 것인 구조
 - 왜 SNS만으로는 흑자가 불가능한가
 - 한국과 해외, 시스템 철학 자체가 다르다
 - 시스템을 선택하는 것이 곧 미래를 선택하는 일이다.

PART 3. CRM 시스템이 곧 수익이다

- 7. 왜 워드프레스만 가능한가? 43
 - 겉보기엔 비슷하다. 그러나 '핵심'이 없다.
 - 아임웹, 카페24의 3가지 한계
 - AI 홈페이지 툴의 달콤한 유혹, 그리고 냉혹한 현실
 - 워드프레스가 유일한 이유
 - 워드프레스가 가능한 것들

- 8. 콘텐츠만 올려도 고객이 쌓이는 시스템 47
 - 유입 → 전환 → DB수집 → CRM 자동화 구조
 - 콘텐츠는 휘발, 시스템은 영원
 - 잠재고객(DB) 1초 자동 수집의 원리

올리기만 해도 쌓이는 자동 퍼널 시스템

9. 광고비 500만보다 DB 1,000명이 더 낫다 52
- 광고는 소모, DB는 자산
 - 한 번 온 고객을 열 번 사게 만들기
 - 고객 DB의 복리 효과

PART 4. 30일 완성: 테라클래스 실전 구축 플랜

10. 단 30일, 디지털 매장 구축 로드맵 57
- 우선순위 잡는 방법
 - 1주차: 워드프레스 기반 골조 세팅
 - 2주차: DB 수집 무료 퍼널 구축
 - 3주차: 결제 기능 탑재
 - 4주차: CRM 자동화 + 수익화 런칭

PART 5. 전환율 30%를 만드는 무료 퍼널 전략

11. 고객을 사로잡는 무료 콘텐츠 전략 65
- 무료 콘텐츠로 전환율 30% 만드는 법
 - 무료 특강/웨비나의 전환 공식
 - 고객을 키우는 3단계 가치 사다리
 - 정리: 무료 콘텐츠는 마케팅의 끝이 아니라 시작이다.
12. 콘텐츠 x CRM = 자동 수익 시스템 완성 70
- 콘텐츠는 유입을 만들고, CRM은 고객으로 전환 시킨다.
 - 콘텐츠 자산 + CRM = 자동 수익의 공식
 - 고객 여정 기반 자동화 설계 예시 (LTV 극대화)
 - 당신만의 자동 수익 시스템을 완성하라.

13. 자동 수익 플랫폼 성공 사례 74
- 120만 원 → 6,600만 원 : 55배 폭증의 전체 해부
 - 쿠팡 TOP 셀러 버리고 독립! 첫 매출 1,024만 원, 마진율 95%
 - 구독자 500명으로 매출 1천만 원 달성
 - DB 없이 웨비나 론칭! 첫 매출 420만 원
 - 추가 성공 사례들
 - 모든 성공 사례가 증명하는 단 하나의 공통 패턴
 - 보너스: 전체 여정 마무리 도표

PART 01

**콘텐츠는 있는데,
매출은 왜 0원일까?**

왜 SNS만 올려도 매출이 안 나는가?

매일 올려도 매출 0원의 비밀

매일 콘텐츠를 만들고, 매일 업로드 한다. 인스타그램, 블로그, 유튜브, 틱톡까지. 그런데 통장을 보면, 현실은 냉혹하다. 매출은 그대로다.

많은 사람들이 “노출이 곧 매출”이라고 믿는다. 하지만 실제로는 정반대다. 콘텐츠 노출은 ‘시선’을 끌 뿐, ‘지갑’을 열지 않는다. 조회수가 높고, 팔로워가 많아도, 그들이 나를 기억하지 않으면 그것은 단지 한 번의 스크롤일 뿐이다.

실제 사례: 구독자 수 vs 매출

강사 A

- 구독자: 1만 명
- 매일 정보성 콘텐츠 업로드
- 월 매출: 50만 원

강사 B

- 구독자: 500명
- 구독자를 구매자로 전환하는 시스템 구축
- 월 매출: 400만 원 이상

둘의 차이는 단 하나였다. A는 노출만 했고, B는 시스템을 만들었다. SNS는 유입의 문이다. 그러나 그 문 너머, 고객을 잡아두는 구조가 없다면 그들은 물거품처럼 사라진다. 결국 매출은 콘텐츠의 '양'이 아니라 '구조'에 달려 있다.

팔로워는 숫자지만, 잠재고객 수는 자산이다. 이 차이를 이해하는 순간, 당신의 콘텐츠는 단순한 발행물이 아니라 수익의 첫 단계가 된다.

SNS는 '유입'일 뿐, '전환'이 아니다

많은 사업자들이 SNS만 하면 다 해결될 줄 안다.

“요즘은 다 인스타로 사잖아.”

“유튜브가 곧 마케팅이야.”

하지만 SNS는 본질적으로 '관심을 끄는 입구'일 뿐, 그 자체로 전환은 쉽지 않다.

실제 사례: 릴스 조회수 5만 vs 매출 0원

한 강사가 릴스 영상 하나로 조회수 5만을 찍었다. 댓글도 많고, 팔로워도 수백 명 늘었다. 그런데 매출은 0원이었다.

반면, 다른 강사는 같은 릴스에 단 하나의 링크를 넣었다.

"무료 자료 받기" 버튼

그 결과:

- 200명이 이메일을 남겼고,
- 이 중 20명이 유료 강의로 전환됐다.

매출은 '입구 이후의 구조'에서 일어난다.

SNS는 관심을 일으키는 입구일 뿐, 구매가 일어나는 공간이 아니다. 매출은 '입구'가 아니라, '입구 이후의 구조'에서 일어난다. 즉, 유입된 사람을 어디로 보내고, 어떤 행동을 유도할 것인가가 전부다.

콘텐츠의 끝에는 항상 '다음 행동'이 필요하다.

콘텐츠의 끝에는 항상 '다음 행동'을 유도하는 장치가 필요하다.

- 무료 강의
- 체크리스트
- 뉴스레터 구독

형태는 다양하지만 핵심은 같다.

유입 → 행동 → 전환

이 프로세스가 없으면, 당신의 SNS는 평생 유입만 하고, 단 한 명도 남기지 못한다.

‘좋은 콘텐츠면 팔린다’는 착각

"좋은 콘텐츠면 언젠가 팔릴 거야."

많은 크리에이터와 강사들이 이 믿음을 품고 있다. 그래서 하루 종일 콘텐츠를 만들고, 디자인을 다듬고, 문장을 수정한다. 그런데 결과는 늘 같다. 좋아요는 쌓이지만 매출은 없다.

실제 사례: 통찰력 있는 칼럼 vs 10줄짜리 짧은 글

전문가 A

- 매주 칼럼 작성
- 통찰력 있는 글
- 조회수도 높고 반응도 좋음
- 구매: 0건

전문가 B

- 10줄짜리 짧은 글
- 끝에 한 문장 추가: "이 글의 핵심을 담은 체크리스트를 무료로 드립니다."
- 매주 수십 명의 잠재고객 유입

좋은 콘텐츠는 신뢰를 쌓지만, 전환을 만들지는 않는다.

전환을 만드는 건 콘텐츠의 퀄리티가 아니라 '다음 행동을 설계하는 구조'다. 당신의 콘텐츠가 아무리 탁월해도, 행동 유도(Call to Action)가 없다면 그것은 단지 '좋은 글'로 끝난다.

사람은 감동으로 머물지만, 행동으로만 전환한다.

콘텐츠 끝에는 언제나 문 하나를 열어두어야 한다:

- "무료로 받아보기"
- "강의 신청하기"
- "상담 예약하기"

이 작은 문장이 매출의 시작이다.



매출을 만드는 것은 콘텐츠가 아니라 구조

콘텐츠는 쌓이는데 수익은 늘지 않는다. 이유는 단순하다. 콘텐츠는 '유입의 장치'지만, 매출은 '구조의 결과'이기 때문이다. 많은 사람들이 콘텐츠를 쌓는 데에는 익숙하지만, 흐름을 만드는 데에는 무관심하다.

실제 사례: 블로그 글 200개 vs 5개

강사 A

- 블로그에 200개의 글을 올림
- "이 정도면 검색 유입이 생기겠지"
- 월 매출: 10만 원도 안 됨

강사 B

- 5개의 글로 흐름 설계: 입문 콘텐츠 → 이메일 수집 → 웨비나 초대 → 유료 전환
- 한 달 만에 200만 원 이상 매출

매출은 콘텐츠가 흘러가는 구조에서 발생한다. 결국 매출은 콘텐츠의 양이 아니라 콘텐츠가 흘러가는 구조에서 발생한다. 구조가 없으면, 콘텐츠는 휘발된다. 구조가 있으면, 콘텐츠는 축적된다.

콘텐츠를 "흐르게 하는 것"으로 전환하라. 이제 콘텐츠를 "올리는 것"에서 "흐르게 하는 것"으로 전환해야 한다.

유입 → 행동 유도 → DB 수집 → CRM 자동화

이 4단계만 작동한다면, 당신의 콘텐츠는 더 이상 노동이 아니라 자산이 된다.

DAY 01 워크북 과제

지금 대표님의 사업 현황을 셀프 진단해 보세요.

워크북 3일 시리즈

DAY 01

DAY 02

DAY 03

대표님의 사업 현황 셀프 진단

다음 질문에 답변하면서, 나만의 고객 흐름과 사업 현황을 체크해보세요.

이름을 확인해 주시기 바랍니다. *

이름을 입력하세요

활용 중인 홍보 채널은? (복수 선택 가능) *

SNS 채널 운영 카카오톡 오픈 채팅방 타 업체와 제휴 홍보 메타 및 SNS 유료 광고

지난 한 달간 콘텐츠를 몇 개 발행하셨나요?

0개 1~5개 6~15개 16개 이상

어떤 채널에 발행하셨나요? (복수 선택 가능) *

인스타그램 블로그 유튜브 이메일/뉴스레터 기타

매달 유료 광고비는 얼마나 쓰고 있나요? *

50만원 미만 50만원 - 100만원 100만원 - 500만원 500만원 이상

지금 바로 작성하기

왜 대부분의 홈페이지는 실패하는가

예쁘다고 팔리는 건 아니다.

많은 사업주들이 이렇게 말한다.

"홈페이지를 새로 만들었어요. 깔끔하고 예쁘죠?"

하지만 실제 데이터를 보면 다르다. 예쁜 홈페이지의 90%는 전환율이 1%도 되지 않는다. 심지어 방문자는 수천 명인데, 구매는 0건인 경우도 허다하다.

문제는 '디자인'이 아니라 '전환 흐름'이다.

예쁜 건 고객에게 신뢰를 줄 수는 있다. 하지만 그 이상도 이하도 아니다. 디자인은 외형일 뿐, 수익은 흐름과 구조에서 나온다.

많은 홈페이지가 '회사소개서' 이상을 넘지 못한다. 고객은 어디를 클릭해야 할지 모르고, 아무 행동 유도도 받지 못한 채 떠난다. 아무도 잡아주는 이 없는 쇼룸 같은 공간. 이것이 수많은 홈페이지가 실패하는 이유다.

홈페이지는 시스템이지, 포트폴리오가 아니다

홈페이지를 만들면서도 사람들은 자꾸만 이렇게 생각한다.

"우리 회사 이미지가 잘 보이게 하고 싶어요."

"포트폴리오를 잘 정리해서 신뢰를 주고 싶어요."

물론 그럴 수 있다. 그런데 문제는, 그 홈페이지가 '성적을 내야 할 이유'가 없다는 데 있다.

홈페이지는 브로셔가 아니다.

홈페이지는 전환을 만들어야 하는 시스템이다.

포트폴리오만 나열하고 연락처 하나 달아두면 고객이 알아서 연락할 거라는 기대는 환상이다.

고객은 아무것도 하지 않고 떠난다. 그들에게는 너무 많은 대안이 있고, 클릭 한 번이면 경쟁사로 이동할 수 있기 때문이다. 홈페이지가 고객의 행동을 유도하지 않는다면, 아무 일도 일어나지 않는다. 그저 존재할 뿐이다.

외주로 만든 홈페이지는 절대 이길 수 없다

대부분의 사업자가 홈페이지를 외주로 만든다. 처음엔 "대기업처럼 예쁘게 잘 만들어주세요."로 시작한다.

그런데 조금 지나면 문제가 생긴다:

- 문구 하나 바꾸려면 수일이 걸리고,
- 이벤트 하나 넣으려면 추가 비용이 든다.

결과적으로:

- 운영 속도는 느려지고,
- 실험은 불가능해진다.

외주는 비용이 아니라, 속도와 유연성을 빼앗아 간다. 홈페이지는 '한 번 만들고 끝'이 아니다. 지속적으로 실험하고, 수정하고, 최적화해야 하는 살아 있는 시스템이다.

구조 기획은 사업주가 직접 해야 한다. 그 누구보다 사업을 잘 아는 사람은 대표이기 때문이다. 그리고 그 구조 위에 개발자는 기술만 입히면 된다.

이게 바로 '하이브리드 제작 방식'이다:

- 전략은 대표가,
- 기술은 전문가가.

수익을 내는 홈페이지는 이렇게 다르다.

지금까지 수백건 비즈니스 홈페이지를 만들면서 딱 하나의 공통점을 발견했다.
"완벽하게 만들지 않는다. 작게 시작하고, 바로 실험한다."

실제 수익을 내는 홈페이지의 흐름

무료 콘텐츠 제공 → 이메일 수집 → 자동 응답 → 유료 전환

페이지는 3~4개면 충분하다. 중요한 건 디자인보다 전환 흐름이다.



고객의 행동을 유도하고, 그 데이터를 수집하고, 테스트하면서 조정해 간다.

이런 홈페이지는 시간이 지날수록:

- 고객 리스트가 쌓이고,
- 전환율 상승

1개의 글이 10명의 DB를 만들고, 1,000명의 DB가 월 1,000만 원을 만들어낸다.

결국 홈페이지는 '꾸미는 것'이 아니라 '쌓는 것'이다. 디자인은 잠깐이고, 시스템은 평생이다. 당신의 홈페이지가 고객을 잡아두지 못한다면, 매일 유입되는 방문자는 아무 의미가 없다. 지금 필요한 건 새로운 디자인이 아니라, 고객을 잡고 쌓을 수 있는 전환 구조다.