CPA MARKETING GUIDE

초보 마케터를 위한 블로그로 수익내기

> 방문자 0명에서 시작해
> 한 달에 치킨 한 마리 값을 만드는 가장 현실적인 방법

이런 분을 위해 썼습니다

- 블로그는 있는데 방문자가 없는 분
- 블로그로 한 달에 치킨 한 마리 값이라도 벌어보고 싶은 분
- CPA 마케팅을 시작했지만 어디서 사람을 데려올지 모르는 분

완전 초보를 위한 실전 가이드 · 전 2강 + 부록

CONTENTS

목차

0강 프롤로그

CPA는 방문자가 적어도 수익이 나는 구조입니다

1강 블로그로 수익내기, 어떻게 하지?

1-1. 포스팅, 글을 잘 써야 합니다

1-2. 누구나 쉽게 접할 수 있는 일상을 콘텐츠화 하자

1-3. 1주일에 최소 3개 이상의 포스팅 작성하기

1-4. 어떤 블로그를 개설할까

2강 블로그로 수익내기, 상위노출 어떻게 하나요?

2-1. 키워드 선정

2-2. 상위노출 포스팅 작성하는 방법

부록 첫 30일 실행 플랜 & 자주 묻는 질문

그대로 따라 하면 되는 4주 스케줄표

읽기 전에

본 자료는 CPA 마케팅을 이제 막 시작하는 초보분들에게 도움을 드리기 위해 작성했습니다. 이미 블로그를 운영 중이고 일 방문자가 일정 수준 이상인 분이라면, 대부분 이미 알고 계신 내용일 겁니다. **화려한 기술이 아니라, 초보가 3개월 안에 첫 수익을 만드는 데 필요한 최소한의 것만** 담았습니다.

한 가지 약속

이 책은 "한 달에 1,000만 원"을 약속하지 않습니다. 대신 **가이드대로 3개월만 따라 하면, 매달 치킨 한 마리 값은 스스로 만들 수 있는 구조**를 만들어 드립니다. 그 구조가 만들어지면 그다음은 배수의 문제일 뿐입니다.

CHAPTER 0

프롤로그

블로그로 돈을 못 버는 이유는 글솜씨가 없어서가 아닙니다. **돈이 만들어지는 구조를 모른 채** 글만 쓰고 있기 때문입니다.

CPA는 방문자 수 싸움이 아닙니다

CPA는 **Cost Per Action**, 즉 방문자가 '신청 · 상담 · 가입' 같은 **행동을 완료했을 때** 수당이 발생하는 구조입니다. 광고를 몇 번 보여줬는지, 몇 번 클릭했는지가 아니라 **단 한 명이 신청서를 넣었는지**가 기준입니다.

구분	광고형(애드센스 등)	CPA
수익 기준	노출 · 클릭 수	신청 · 상담 등 행동 1건
필요 트래픽	많을수록 유리 (일 1,000명↑)	적어도 가능 (일 50~100명)
건당 단가	수 원 ~ 수십 원	수천 원 ~ 수만 원
핵심 변수	방문자 수	방문자의 **의도**

바로 이 지점이 초보에게 기회입니다. 하루 방문자 1,000명을 만드는 데는 1년이 걸리지만, **"자동차 보험 갱신 얼마 나왔나"를 검색해서 들어온 50명**을 만드는 데는 3개월이면 충분합니다. 그리고 그 50명 중 1명만 견적을 신청해도 수당이 발생합니다.

> **아무나 100명이 아니라, 그 주제를 검색해서 들어온 30명이 훨씬 비쌉니다.**
> **이 책 전체가 결국 이 한 문장을 만드는 방법입니다.**

그래서 우리가 할 일은 딱 두 가지

1. **검색해서 들어오게 만든다** — 키워드를 먼저 정하고 그 키워드에 맞는 글을 씁니다. (2강)
2. **들어온 사람이 신뢰하게 만든다** — 내 경험이 담긴 글로 "이 사람 말은 믿을 만하다"를 만듭니다. (1강)

1강에서 **글과 습관**을, 2강에서 **노출 기술**을 다룹니다. 순서를 바꾸지 마세요. 기술만 배우고 글이 없으면 아무 일도 일어나지 않습니다.

3개월 뒤 목표

누적 포스팅 **36개 이상** / 일 방문자 **50~150명** / 검색 유입 비중 **60% 이상**
이 세 숫자만 만들면 첫 수당은 자연히 따라옵니다.

1-1. 포스팅, 글을 잘 써야 합니다

여기서 '잘 쓴다'는 건 문학적으로 아름답게 쓰는 게 아닙니다. **검색해서 들어온 사람의 질문에, 끝까지, 내 말로 답하는 것**입니다.

잘 쓴 글의 3요소

요소	확인 질문
① **검색 의도 일치**	이 키워드를 검색한 사람이 진짜 알고 싶은 게 내 글 안에 있는가?
② **끝까지 읽힘**	결론을 앞에 두고, 소제목으로 끊고, 사진으로 쉬어가게 했는가?
③ **내 경험 한 줄**	남이 절대 못 쓰는 문장(내가 낸 금액, 내가 겪은 불편)이 있는가?

특히 ③**번이 승부처**입니다. 네이버는 몇 년 전부터 정보를 그럴듯하게 정리한 글보다 **직접 겪은 사람이 쓴 글**을 위로 올립니다. "보험료가 비쌉니다"가 아니라 "작년 74만 원에서 올해 91만 원이 나왔습니다"라고 쓰는 순간, 그 글은 다른 글이 됩니다.

그대로 쓰면 되는 글 구조

1. **도입 3~4줄** — 내가 왜 이걸 알아봤는지 상황 설명. 여기서 이탈이 결정됩니다.
2. **결론 먼저** — "결론부터 말하면 저는 OO으로 했고, 얼마 아꼈습니다."
3. **본문 소제목 3~5개** — 비교 / 과정 / 실제 후기 / 주의할 점 순서가 무난합니다.
4. **정리 박스** — 3줄 요약. 스크롤만 내린 사람을 잡는 자리입니다.
5. **다음 행동** — 더 알아보고 싶은 사람을 위한 안내 한 줄. (CPA 링크 자리)

기본 분량 기준

항목	최소	비고
글자 수	1,500자 이상	공백 포함. 2,000자 넘어가면 안정적
이미지	10장 내외	**직접 찍은 사진**이 원칙
소제목	3개 이상	스크롤 피로를 줄여 체류시간을 늘림
동영상	10초라도 1개	체류시간 지표에 유리

초보가 가장 많이 하는 실수

다른 블로그 글을 **복사해 문장만 바꿔 쓰는 것**. 이건 거의 100% 걸립니다. 유사문서로 분류되면 그 글만 안 뜨는 게 아니라 **블로그 전체 지수가 내려갑니다**. 차라리 어설퍼도 내 문장으로 800자를 쓰고, 다음 글에서 1,500자로 늘리세요.

1-2. 누구나 쉽게 접할 수 있는 일상을 콘텐츠화 하자

초보가 3일 만에 멈추는 이유는 하나입니다. **"쓸 게 없어서."**
하지만 쓸 게 없는 게 아니라, 쓸 것을 알아보지 못하는 것뿐입니다.

소재는 매일 3개씩 생깁니다

오늘 하루 중 이 세 가지만 적어보세요. 그게 전부 포스팅 소재입니다.

- **돈을 쓴 것** — 결제 문자 내역이 곧 콘텐츠 목록입니다.
- **검색한 것** — 내가 궁금했다면 다른 사람도 검색합니다.
- **결정한 것** — 무엇과 무엇을 비교하다 왜 이걸 골랐는지가 가장 잘 읽히는 글입니다.

일상 → 콘텐츠 → 수익 연결 예시

일상	포스팅 제목 예시	연결 가능한 CPA
자동차 보험 갱신	1년 무사고인데 보험료 17만 원 오른 이유	자동차보험 비교견적
이사 · 도배 견적	30평 아파트 도배 견적 3곳 비교한 후기	인테리어 상담신청
헬스장 등록	PT 없이 3개월 다녀본 솔직 후기	다이어트 · 건강식품
카드 발급	주유 할인 카드 두 장 6개월 써본 결과	카드 · 금융 신청
부모님 병원	어머니 임플란트 상담받고 온 후기	병원 · 시술 상담
사업자 등록	혼자 사업자 내면서 헷갈렸던 것 정리	세무 · 정책자금 상담

> 상품을 정해놓고 글을 짜내지 마세요.
> **내 경험에서 출발해, 그 경험이 닿는 상품을 나중에 붙이는 것**이 순서입니다.

일상 소재가 강한 진짜 이유

1. **사진이 있습니다.** 직접 찍은 사진 10장은 그 자체로 다른 글과의 차별점입니다.
2. **남이 못 씁니다.** 내 영수증, 내 견적서는 세상에 하나뿐이라 유사문서가 될 수 없습니다.
3. **검색 의도가 선명합니다.** "후기"를 검색하는 사람은 이미 **살까 말까 고민 중**인 사람, 즉 전환 직전의 방문자입니다.

실전 팁 — 소재 은행 만들기

휴대폰 메모장에 '블로그 소재'라는 메모 하나를 만들고, 떠오를 때마다 한 줄씩 던져 두세요. 글을 쓸 때 소재를 고민하면 30분이 날아가지만, 이미 20개가 쌓여 있으면 바로 씁니다. **글이 막히는 게 아니라 소재가 막히는 것**입니다.

1-3. 1주일에 최소 3개 이상의 포스팅 작성하기

"1일 1포스팅"이 정답인 건 맞습니다. 문제는 **대부분 2주 안에 그만둔다**는 것입니다.
그래서 이 책은 **지속 가능한 최소선인 주 3회**를 기준으로 합니다.

왜 하필 3개인가

블로그 지수는 **많이 쓰는 것보다 끊기지 않는 것**에 반응합니다. 일주일에 7개를 쓰고 3주 쉬는 것보다, 3개씩 12주를 채우는 쪽이 훨씬 강합니다. 주 3회 × 12주 = **36개**. 경험상 검색 유입이 눈에 띄게 붙기 시작하는 지점이 대략 이 부근입니다.

주 3개를 어떻게 나눌 것인가

유형	목적	내용
① **수익 글**	전환	CPA와 연결되는 주제. 비교 · 후기 · 견적 · 신청 과정
② **유입 글**	방문자	검색량 있는 정보성 글. 수익과 직접 연결 안 돼도 OK
③ **일상 글**	신뢰 · 지수	맛집, 나들이, 근황. 블로그가 '사람이 하는 곳'임을 보여줌

세 개가 모두 광고 냄새 나는 글이면 블로그가 빠르게 무거워집니다. ②③이 ①을 지켜주는 방패라고 생각하세요.

끊기지 않게 만드는 4가지 장치

1. **요일을 고정합니다.** 월 · 수 · 금. 발행 시간도 오전 9시처럼 고정하세요.
2. **예약 발행을 씁니다.** 주말에 3개를 몰아 쓰고 평일에 하나씩 나가게 합니다.
3. **소재는 몰아서, 글은 나눠서.** 소재 10개 정리 → 사진 정리 → 글쓰기 순으로 분리하면 훨씬 빠릅니다.
4. **완벽하게 쓰려 하지 않습니다.** 20번째 글이 5번째 글보다 잘 써집니다. 개수가 실력을 만듭니다.

> **주의 — 몰아쓰기 발행은 위험합니다**
>
> 하루에 3~4개를 한꺼번에 발행하는 건 오히려 마이너스입니다. 특히 개설 초기 블로그는 **하루 1개를 넘기지 마세요**. 기계적인 패턴으로 보일수록 손해입니다.

12주 누적 그림

시점	누적 글	보통 이 시기에 일어나는 일
1개월	12개	방문자 거의 없음. 정상입니다. 여기서 대부분 포기합니다.
2개월	24개	세부 키워드 몇 개가 1페이지에 잡히기 시작
3개월	36개	검색 유입이 전체의 절반 이상으로. **첫 수당이 나오는 구간**

1-4. 어떤 블로그를 개설할까

결론부터 말하면, **초보는 네이버 블로그로 시작하세요.** 이유는 하나, 가장 빨리 방문자가 붙기 때문입니다.

플랫폼 비교

구분	장점	단점	초보 추천
네이버 블로그	국내 검색 유입이 압도적, 초기 노출이 빠름, 상담 신청형 CPA와 궁합이 좋음, 무료 · 세팅 불필요	외부 링크 · 광고성 문서에 대한 제재가 엄격, 계정 의존	★★★ 여기서 시작
티스토리	애드센스 등 광고 자유도 높음, 구글 유입 확보 가능	초기 노출까지 오래 걸림(3~6개월), 저품질 대응 어려움	★★ 3개월 뒤 병행
워드프레스	완전한 내 자산, 제약 없음, 장기적으로 가장 강함	도메인 · 호스팅 비용, 세팅 난이도, 초기 유입이 사실상 0	★ 수익 난 뒤

잡블로그는 만들지 마세요

네이버는 **C-Rank**라는 기준으로 "이 블로그가 어떤 주제에 전문성이 있는가"를 봅니다. 오늘 맛집, 내일 대출, 모레 강아지를 쓰면 **어느 주제에서도 전문 블로그로 인정받지 못합니다.**

주력 주제 1개 + 보조 주제 1~2개로 좁히세요. 예를 들어 '자동차 · 보험'을 주력으로 잡았다면, 차량 관리 · 정비소 후기 · 보험 갱신 · 중고차까지가 한 덩어리입니다. 여기에 '일상' 카테고리 하나만 더하면 충분합니다.

개설 체크리스트

- [ ] **블로그명** — 주제 키워드가 들어가게. (예: "차 타는 직장인의 기록")
- [ ] **닉네임 · 프로필** — 왜 이 주제를 쓰는 사람인지 두 줄로 설명. 신뢰의 시작점입니다.
- [ ] **카테고리 5개 이내** — 많을수록 주제가 흩어집니다.
- [ ] **첫 20개 글은 광고 링크 없이** — 신생 블로그가 광고부터 붙이면 그대로 묻힙니다.
- [ ] **이웃 활동 하루 10분** — 같은 주제 블로그 위주로. 초기 유입과 지수에 모두 도움이 됩니다.
- [ ] **스마트에디터 ONE 사용** — 글감 · 장소 · 태그 기능을 그대로 쓰는 편이 유리합니다.

기존 블로그가 있다면?

활동 이력이 있는 계정이 신규보다 유리합니다. 다만 예전에 광고 글을 잔뜩 올려 이미 저품질 상태라면, 미련 없이 **새 계정으로 다시 시작**하는 편이 빠릅니다. 판단 기준은 간단합니다. **내 블로그명을 검색했을 때 내 글이 안 나오면** 문제가 있는 상태입니다.

2-1. 키워드 선정

> 글을 쓰고 나서 키워드를 찾는 게 아니라, **키워드를 먼저 찾고 그 키워드에 맞춰 씁니다.** 순서가 반대면 묻힙니다.

필요한 도구 (전부 무료)

도구	용도
네이버 검색광고 키워드도구	월간 검색수 확인. **가장 정확한 기준 자료**이며 필수입니다.
블랙키위 / 키워드마스터	검색량과 문서수를 한 화면에서 비교. 경쟁도 판단이 빠릅니다.
네이버 검색창 자동완성	사람들이 실제 쓰는 표현 수집. 세부 키워드의 보고

키워드 고르는 3단계

1. **씨앗 키워드 10개** — 내 주제에서 떠오르는 큰 단어를 일단 적습니다. (자동차보험, 도배, 임플란트…)
2. **월간 검색수 확인** — 초보는 **월 1,000~5,000** 구간을 노립니다. 1만 이상은 상위 블로그들의 영역입니다.
3. **경쟁도 확인** — 네이버에서 그 키워드를 검색해 **블로그 탭의 총 문서수**를 봅니다.

경쟁률 = 총 문서수 ÷ 월간 검색수 (작을수록 좋음)

경쟁률	판정	초보 대응
0.3 이하	**매우 좋음**	바로 씁니다. 잘 쓰면 1페이지 가능
0.3 ~ 1.0	해볼 만함	글 품질로 승부. 사진 · 경험 많이
1.0 ~ 3.0	어려움	세부 키워드로 쪼개서 접근
3.0 이상	포기	3개월 뒤에 다시 도전

세부 키워드(롱테일)로 쪼개는 법

큰 키워드에 **지역 · 대상 · 상황 · 시점**을 붙여 3~4단어로 만듭니다. 검색량은 줄지만 **경쟁이 사라지고 전환율은 오히려 올라갑니다.**

나쁜 키워드 (너무 큼)	좋은 키워드 (세부)
다이어트	직장인 저녁 대체 다이어트 도시락 후기
자동차보험	1년 무사고 자동차보험 갱신 인상 이유
인테리어	30평 아파트 도배 견적 비교 후기
사업자등록	1인 사업자 등록 혼자 하는 순서

키워드 30개 리스트를 먼저 만드세요

메모장에 **키워드 / 검색수 / 문서수 / 경쟁률 / 발행여부** 다섯 칸을 만들어 30개를 채우세요. 이게 곧 **10주치 글감**입니다.

2-2. 상위노출 포스팅 작성하는 방법

노출은 **블로그의 힘(C-Rank)**과 **글 자체의 힘(D.I.A.)**이 결정합니다. 블로그의 힘은 시간이 만들지만, **글의 힘은 오늘 당장 바꿀 수 있습니다.**

발행 전 10개 체크리스트

- ☐ **제목 앞쪽에 목표 키워드**를 넣었는가 (전체 25자 내외, 키워드는 1회만)
- ☐ **첫 문단 안**에 목표 키워드가 자연스럽게 1회 들어갔는가
- ☐ 본문 전체 키워드 **5~7회** — 억지로 더 넣으면 오히려 감점입니다
- ☐ 글자 수 **1,500자 이상**이고, 태그를 **5~10개** 달았는가
- ☐ **직접 찍은 사진** 10장 내외를 넣었는가 (퍼온 이미지는 효과가 거의 없습니다)
- ☐ 소제목으로 **3~5개 단락**으로 나눴는가
- ☐ 짧은 **동영상** 하나라도 넣었는가 (체류시간)
- ☐ 본문에 **외부 링크는 1~2개까지**만 있는가
- ☐ 발행 후 **2일간은 수정하지 않기** — 잦은 수정은 마이너스로 작용합니다

D.I.A.가 좋아하는 글의 특징

이렇게 쓰면 밀립니다	이렇게 쓰면 올라갑니다
"보험료가 많이 올랐습니다"	"74만 원 → 91만 원, 17만 원 올랐습니다"
모델컷 · 퍼온 이미지	내 견적서, 내 영수증, 내가 찍은 현장 사진
"좋습니다" 일변도	"이건 좋았고 이건 아쉬웠습니다" (양면)

저품질을 부르는 3가지

1. **복사 · 짜깁기** — 유사문서 판정. 가장 흔하고 가장 치명적입니다.
2. **링크 남발** — 배너와 링크가 여러 개면 광고 문서로 분류됩니다.
3. **패턴 발행** — 하루에 몰아서 여러 개, 매번 같은 형식의 광고 글.

CPA 링크는 어디에 붙일까

- **위치** — 본문 중간이 아니라 **'정리' 다음, 글 맨 끝에 1개**.
- **문맥** — "저는 여기서 비교해보고 결정했습니다"처럼 **후기의 연장선**으로.
- **비율** — 전체 글의 **3분의 1 이하에만** 링크를 답니다.

기억하세요

블로그는 **수익을 내는 곳이 아니라 신뢰를 쌓는 곳**입니다. 순서를 뒤집는 순간 블로그가 먼저 죽습니다.

APPENDIX

첫 30일 실행 플랜

주차	할 일	완료 기준
1주차 **세팅**	블로그 개설 · 주제 확정 · 카테고리 정리 · 프로필 작성 · 키워드 30개 리스트 만들기	키워드 표 30줄 완성 글 3개 발행 (광고 없음)
2주차 **습관**	월 · 수 · 금 발행 고정. 유형별로 수익글 1 · 유입글 1 · 일상글 1	누적 6개 이웃 30명
3주차 **점검**	내 글이 몇 위인지 직접 검색해 확인. 안 잡히는 키워드는 더 잘게 쪼개기	누적 9개 1페이지 진입 1개 이상
4주차 **연결**	가장 잘 잡힌 글 1~2개에만 CPA 안내 문구 자연스럽게 추가	누적 12개 검색 유입 발생 확인

자주 묻는 질문

Q. 방문자 몇 명부터 수익이 나나요?

정해진 숫자는 없습니다. 다만 **주제가 맞는 방문자**라면 일 50~100명에서도 신청은 발생합니다. 반대로 일 1,000명이 와도 주제가 어긋나 있으면 0건입니다. 숫자보다 **어떤 키워드로 들어왔는가**를 보세요.

Q. 글은 AI로 써도 되나요?

초안 정리와 구조 잡기까지는 큰 도움이 됩니다. 다만 **내 사진과 내 경험이 빠진 AI 글은 상위노출이 어렵습니다.** AI로 뼈대를 만들고, 살은 반드시 내 경험으로 채우세요.

Q. 저품질에 걸린 것 같아요.

2~3주간 **광고 링크를 전부 빼고** 일상 · 정보 글만 정상 발행하세요. 회복되는 경우가 많습니다. 그동안 새 글을 무리하게 늘리지 마세요.

Q. 하루에 몇 개까지 써도 되나요?

초기 3개월은 **하루 1개**가 상한선입니다. 몰아쓰기는 지수에 도움이 되지 않습니다.

Q. 3개월 했는데 수익이 없습니다.

둘 중 하나입니다. ① 키워드가 너무 커서 노출이 안 되고 있거나, ② 노출은 되는데 **구매 의도가 없는 키워드**만 잡고 있거나. 검색 유입 키워드 목록을 열어보고, '후기 · 비교 · 견적 · 가격'이 붙은 키워드가 있는지 확인하세요. 없다면 그게 원인입니다.

EPILOGUE

마치며

여기까지가 전부입니다. 더 대단한 비법은 없습니다.

이 책에 적힌 것 중 어려운 기술은 하나도 없습니다. 키워드를 먼저 찾고, 내 경험으로 쓰고, 일주일에 세 번 올리는 것. 그게 전부입니다. **다만 이걸 12주 동안 끊지 않고 하는 사람이 100명 중 5명도 안 됩니다.** 그래서 이 일이 아직도 돈이 됩니다.

> **첫 달에 방문자가 없는 건 실패가 아니라 정상입니다.**
> **그 구간을 견딘 사람에게만 3개월 뒤가 옵니다.**

오늘 당장 할 세 가지

1. 블로그 주제를 **한 문장으로** 적어보세요. ("나는 OOO에 대해 쓰는 사람이다")
2. 네이버 검색광고 키워드도구에 들어가 **키워드 10개**의 검색량을 확인하세요.
3. 그중 경쟁률이 가장 낮은 키워드로 **오늘 첫 글**을 쓰세요. 완벽하지 않아도 됩니다.

다음 단계

블로그에 검색 유입이 붙기 시작했다면, 그다음은 **어떤 CPA 상품을 붙이느냐**의 문제입니다. 같은 방문자 100명이라도 상품에 따라 수익은 몇 배로 달라집니다. 그 부분은 다음 자료에서 다루겠습니다.

초보 마케터를 위한 블로그로 수익내기

CPA MARKETING GUIDE

본 자료의 무단 복제 및 재배포를 금합니다.
수록된 수치와 기준은 일반적인 사례이며, 성과를 보장하지 않습니다.