

챗GPT, 어떻게 활용해야 할까?

글 김윤경 | 팬텀퍼널 대표

yoonkim3@gmail.com



인공 지능이 많은 분야에서 꾸준한 발전을 보이고 있다. 그 중에서도 특히 주목받는 기술이 바로 생성형 AI인 GPT(Generative Pretrained Transformer)인데, 이러한 생성형 AI가 우리 삶에 정말 많은 영향력을 미치고 있는 요즈음이다. 많은 사람들이 챗GPT가 무엇인지 궁금한 단계에서, 이제는 어떻게 하면 잘 활용할 수 있을지 고민하는 단계가 되었다. 이에 실제 업무에서 어떻게 GPT를 유용하게 사용할 수 있는지 ‘실무 활용’ 관점에서 집중적으로 살펴보고자 한다.

A person with dark hair and glasses is shown in profile, looking towards the right. In the foreground, there is a stylized, futuristic robot head with a glowing blue and white circular interface on its forehead. The background is a blurred office or computer room with a monitor displaying colorful data or code.

챗GPT 마케팅의 개념과 필요성

챗GPT 마케팅이란 무엇일까? 이는 인공지능 기반의 채팅봇, 즉 GPT를 활용하여 소비자와 자연스럽게 대화하는 마케팅 방식을 의미한다. 그렇다면 왜 우리에게 이것이 필요할까?

우선, 시간과 장소에 구애받지 않고 24시간 언제든지 서비스를 제공할 수 있다는 점이다. 고객은 편한 시간에 원하는 정보를 얻거나 문의사항을 처리할 수 있다. 더구나 챗봇은 한 번에 여러 사용자와 동시에 상호작용 할 수 있으므로 대기 시간 없이 실시간으로 응답 가능하다는 큰 장점이 있다.

둘째로 개인화 된 커뮤니케이션을 제공한다는 것이다. 챗GPT 마케팅은 고객의 선호도나 행동 패턴 등 데이터를 분석하여 각 고객 맞춤형 정보를 제공함으로써 개인적인 경험을 만들어 준다. 일방적인 광고보다 소비자가 직접 찾아가는 대화라는 서비스이므로 소비자 입장에서 관심있는 브랜드와 깊게 연결되는 경험을 얻게 된다.

마지막으로 비즈니스 프로세스에 최적화되어 비용을 절감한다는 장점도 가져온다. 전문 인력 없이도 바로 이해하기 쉬운 답변과 함께 정확한 정보를 제공하므로 회사 내부에서 업무 효율성을 크게 향상시킬 수 있다.

이를 통해서 우리는 무엇을 할 수 있을까? 그것은 바로 '고객 경험의 혁신'이다! 우리 모두는 그동안 고객 경험이 중요하다고 말은 해 왔지만, 이를 쉽게 구현하는 방법을 찾기 어려웠다.

하지만 챗GPT를 활용하여 마케팅을 하게되면 우리 모두의 중요한 목표 - 즉, '더 나은 고객 경험 추구'에 보다 쉽고 저렴한 비용으로 도달할 수 있기 때문에 이 기술이 이렇게 주목을 받는 것이다.

AI 마케팅의 혁신적인 변화

AI 마케팅이란 이제 우리의 일상과 비즈니스에 깊게 스며들어 있다. 그러나 AI 마케팅은 단순히 데이터를 수집하고 분석하는 것을 넘어서 혁신적인 변화를 가져오고 있다. 이것이 어떻게 가능한 걸까?

AI는 고객의 행동 패턴, 선호도, 구매력 등 복잡하고 다양한 요소들을 빠르게 학습하고 분석할 수 있는 능력을 가지고 있다. 이렇게 모아진 정보를 바탕으로 최적화된 마케팅 전략을 개발하거나 기존의 방식보다 훨씬 더 효율적으로 소비자와 커뮤니케이션 할 수 있다는 점에서 AI 마케팅은 진정한 '게임 체인저(game changer)'라 할 수 있다.

특히 챗GPT 같은 대화형 AI는 사용자와 실시간으로 대화할 수 있는 능력 때문에 다양한 업계에서 폭넓게 활용되고 있다. 예를 들어, G마켓은 모바일 앱 홈 화면에 AI를 기반으로 개인화 추천 서비스를 제공했다. 고객이 최근 구입하거나 구경한 상품들, 검색 빈도, 특정 상품페이지 체류 시간 등을 분석해 개인에게 고도화된 맞춤형 상품을 제공했고, 그 결과로 고객 만족도가 크게 향상되었다고 한다.

AI 마케팅의 가장 큰 혁신 중 하나는 기업들이 충분한 데이터만 있다면 '개별 고객'에 대해 깊이 이해하고 '맞춤형 경험'을 제공할 수 있다는 사실이다.

새롭게 등장하는 기술들이 계속해서 나타난다면 앞으로 AI 마케팅은 어느 정도까지 발전할 수 있을까? 결국 AI 마케팅의 혁신적인 변화는 우리 주변에 이미 나타나기 시작했다. 다만 여기서 중요한 것은 이러한 기회를 제대로 파악하고 활용하는 것이다.

챗GPT를 활용한 실무 효율성 향상 방안

챗GPT를 활용해서 실무에서 효율성을 향상시킬 수 있는 방안을 살펴보자. '효율성'이란 시간과 자원을 적게 소비하면서 더 좋은 결과를 얻는 것이다.

공개된 API와 함께 사용하면 챗GPT는 간단한 질문에서부터 복잡한 학습 주제에 이르기까지 다양한 상

황에서 대화를 생성할 수 있다. 예를 들어, 고객 서비스 부서에서는 챗GPT로 인해 친절함 응대와 빠른 문제 해결이 가능하다. 이런 일련의 작업을 자동화함으로써 기업들은 중요한 업무에 집중하며 동시에 비용도 줄일 수 있다.

그리고 마케팅 분야에서도 챗GPT가 브랜드 스토리텔링에 큰 도움이 될 수 있다. 이 생성형 AI 기술은 다양한 스타일과 톤으로 콘텐츠를 만들어 낼 수 있다. 디자인과 메시지 전달 방식만큼 중요한 것은 바로 '언어'다. 우리의 브랜드가 어떤 말을 하느냐에 따라 고객들의 반응이 달라질 수도 있다.

하지만 이런 혁신적인 기술도 아직까지는 완벽하지 않다. AI가 사람처럼 정확하게 감정을 파악하기 어렵기 때문에 잘못 해석될 위험도 존재한다. 챗GPT를 활용하여 실무에서의 효율성을 향상시키려면 해당 기술의 장점과 한계를 모두 이해하는 것이 중요하다.



브랜딩 활용법에 대한 기본 이해

브랜딩의 활용법을 이해하는 것은 기업이나 제품의 이미지를 만들고 관리하는 데 있어 중요한 역할을 한다. 그렇다면, 브랜딩이 왜 이렇게 중요한 걸까? 사실, 브랜딩은 단순히 로고나 슬로건을 만드는 것 이상의 의미를 갖는다. 진정한 브랜딩은 고객의 마음 속에 우리 회사와 제품에 대한 긍정적인 인식(perception)을 심어주는 일이다.

챗GPT는 AI 기반의 커뮤니케이션 도구로, 고객과 실시간으로 소통하며 그들의 문제를 해결하거나 고객이 원하는 제안을 제시할 수 있다. 예를 들어, 고객이 웹사이트에서 찾고 있는 정보가 없거나 직원과 연결되기 위해 기다릴 필요가 없도록 도움을 줄 수 있다. 더 나아가 챗GPT는 개인화된 경험을 제공함으로써 고객과 깊은 관계를 구축하는데 사용될 수 있다. 가령, 고객의 구매행동 및 선호도에 따라 맞춤형

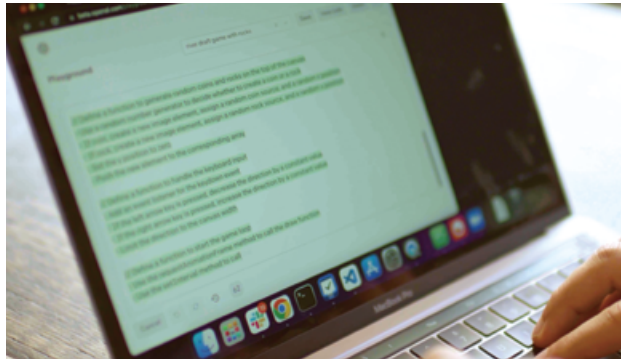
추천 등 개인화된 메시지를 전달함으로써 고객 만족도와 충성도를 높일 수 있다.

이런 모든 작업들이 바로 '브랜딩' 작업이다. 회사와 제품에 대한 긍정적인 인식 형성이 자연스럽게 일어나는 과정이다. 결국 이러한 챗GPT가 고객과 상호작용(대화, 메시지)하는 과정이 마케팅과 브랜딩 작업에 직접적인 도움을 주게 된다.

AI 마케팅을 통한 고객 관계관리(CRM) 강화

AI 마케팅을 통한 고객 관계관리(CRM) 강화에 대해 얘기하면 떠오르는 것은 무엇일까? 아마도 고객 정보를 수집하고 그걸 분석해서 최적의 마케팅 전략을 설계하는 것일까? 그런데 이제는 AI 기술이 발전함에 따라 CRM은 더욱 진화하고 있다.

우선 AI 마케팅으로 고객 데이터를 보다 심층적으로 이해할 수 있게 된다. 예를 들어, 특정 고객이 어



챗GPT 활용 중인 모습
* 출처 : openai.com 동영상 캡처

떤 상품을 좋아하는지, 어떤 광고에 반응하는지 등을 파악할 수 있다. 단지 구매행동만 파악하는 게 아니라 고객의 성향까지도 알아내게 되면서 맞춤형 서비스 제공이 가능해진 것이다. 이렇게 되면 자연스럽게 고객과의 관계도 강화되며 충성도 역시 상승한다. 그리고 가장 중요한 것은 시간과 비용의 절약이다. AI가 데이터 분석 작업을 자동화하므로 인간의 손길이 필요 없어져서 시간 절약이 가능해진다. 또한 정확한 타겟팅을 통해 비용 낭비를 줄여주니 기업들 입장에서는 마케팅 효율이 높아지게 된다.

하지만 잊지 말아야 할 것은 AI 마케팅도 결국 ‘사람’을 위한 것이다. 기계가 하는 일에 너무 의존하기보단 항상 사람 중심의 관점에서 생각해야 한다. AI가 데이터 분석과 같은 복잡하거나 반복적인 작업들을 해줌으로써 인간은 그 결과를 바탕으로 창조적인 전략과 아이디어를 도출할 수 있게 된다. 즉, 우리는 AI를 통해서 확보된 시간을 더 나은 고객 경험과 서비스를 제공할 수 있는 기회로 활용해야 한다.

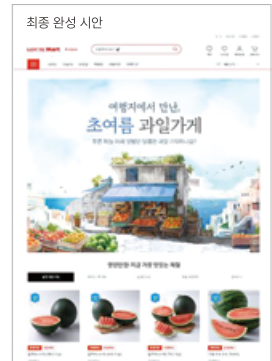
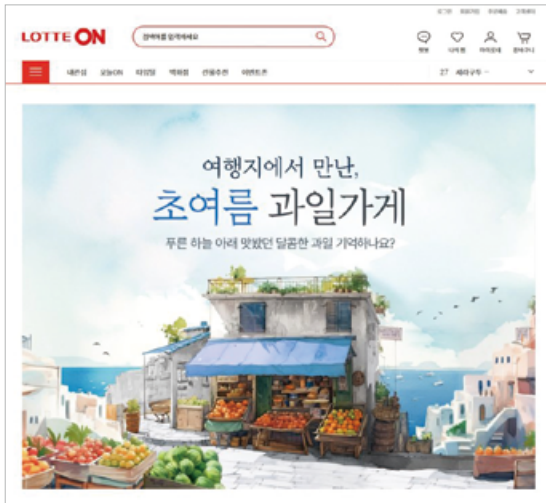
이제는 직접 AI를 마케팅 업무에 활용하여 CRM을 강화하고, 이에 대한 유효성 검증부터 실행까지 모든 단계에서 최소 비용으로 최대치의 이익을 가져오는 방법을 구체적으로 고민해 볼 시간이다.

기업들의 챗GPT 마케팅 성공 사례 분석

기업들이 챗GPT를 활용하여 마케팅 성공을 이루는 방식은 다양하다. 예를 들어, 까르푸 프랑스 쇼핑몰은 고객과의 소통을 위해 챗GPT를 사용하기 시작했다. 고객 서비스에 대한 질문이나 제품 정보에 대한 문의 등 고객들이 물어보는 일련의 질문에 실시간으로 답변하는 것이 가능하게 되었다. 그 결과 실제로 까르푸 오프라인 매장에서 경험할 수 있는 개인화된 서비스를 온라인 환경에서도 제공함으로써 상당한 만족도와 함께 매출 상승을 가져왔다.

이러한 사례들에서 우리가 집중할 것은 그동안 쉽게 구현할 수 없었던 ‘고객 경험 만족’을 아주 쉽게 구현해 낼 수 있다는 점이다.





롯데온 디자인팀이 이미지 생성형 AI인 '미드저니'를 이용해 만든 기획전 이미지
* 출처 : 롯데온

이 밖에도 다양한 회사에서 챗GPT를 비즈니스 프로세스 개선에 적극 활용하고 있다. 그 사례로 롯데온은 이커머스 기업답게 지난 3월부터 사내 메신저인 슬랙(Slack)에 챗GPT를 연동해 운영 중이다. 지난 5월 초부터는 이미지 생성형 AI인 '미드저니'를 활용해 일부 기획전 이미지를 제작하고 있다. 이를 통해 주요 문서 작성 및 검수 시간 단축과 함께 오류발생률을 감소 등에 도움을 받았다고 한다.

원고를 읽고 있는 여러분들은 이 같은 사례에 대해 어떻게 생각하고 있을까? 현재 우리가 처한 디지털 시대에서 AI와 같은 첨단 기술 없이 마케팅 전략을 구현한다는 건 상당히 힘든 일일 것이다. 지금부터라도 변화를 준비할 시간이다!

미래의 마케팅, 챗GPT 활용 가치와 전망

미래의 마케팅에서는 챗GPT가 큰 역할을 차지하게 될 것이다. 뭉니뭉니 해도 이야기를 잘 하는 AI는 우리의 일상에 밀접하게 연결되어 있으며, 그 중심에서 다양한 정보를 주고받는 친구와 같은 존재가 될 수 있다.

챗GPT를 마케팅과 브랜딩 실무에 활용함으로써, 기

업들은 이를 통해 소비자와의 대화를 효율적으로 관리하고, 더욱 창조적이며 개성적인 브랜드 이미지를 구축할 수 있다.

챗GPT 마케팅은 고객 데이터의 분석 및 처리가 가능함은 물론, 고객 집단별 맞춤형 콘텐츠 제작 등 다양한 방면에서 큰 장점을 보여주고 있으며, 이는 결국 마케팅 혁신을 이루어내는 핵심 요소가 될 것이다.

더 나아가서, 인공지능 활용과 GPT 실무는 브랜딩 전략에 있어서도 유의함을 입증하였다. 기업들은 챗GPT의 도움으로 복잡하게 얽혀있던 문제 해결과정을 단순화시키고, 최적화된 메시지 전달로 소비자들에게 명확하게 가치 제안(Value Proposition)을 제시할 수 있게 되었다.

지금까지 기업의 마케팅 업무에 챗GPT가 어떻게 활용되는지, 이러한 변화가 기업의 브랜딩 전략에 어떤 변화를 가져올 것인지 설명했다. 이 원고를 통해 디지털 시대의 새로운 패러다임인 '마케팅 혁신'에 대해서도 생각해 보시는 시간이 됐길 바란다. AI와 같은 첨단기술들이 가져올 커다란 변화의 물결 속에서 우리가 만나게 될 역동적인 세계를 상상하면서 한발 미리 앞서서 준비하길 기대한다. 📌