



한 페이지로 승부를 보는

랜딩페이지로 문의 늘리기

구조 설계 · 카피라이팅 · 폼 최적화 실전 워크플로우

인테리어 상담 서비스 '웰컴인테리어'가 문의율 낮은 랜딩페이지를 처음부터 다시 설계해 전환율을 끌어올리는 과정을 그대로 따라갑니다. 실제 카피 문구, 섹션 구조, 폼 코드까지 그대로 복사해서 쓸 수 있게 담았습니다.

영스하우스 (Young's House)

010-3252-3233

목차

0장. 이 가이드를 따라가는 방법 — 웰컴인테리어 소개

1장. 왜 랜딩페이지인가

1-1장. 시작 전 자가진단

2장. 전환을 위한 섹션 구조 설계

2-1장. 후크(Hook) 섹션 작성법

2-2장. 스크롤을 유도하는 디자인 팁

3장. 카피라이팅 공식

3-2장. 긴급성과 신뢰의 균형

3-1장. 실전 카피 예시 — 섹션별 전체

3-3장. 업종별 헤드라인 변형 10종

4장. 폼 설계 — 입력 필드 최소화 원칙

4-1장. EmailJS 폼 연동 코드

5장. 신뢰 요소 배치하기

5-1장. 신뢰 요소 배치 위치 가이드

5-2장. FAQ 섹션으로 마지막 망설임 없애기

6장. A/B 테스트 기본

6-1장. 테스트 아이디어 10가지

7장. 광고 연동 — 광고와 랜딩페이지 매칭

8장. 전환율 분석 — 기본 지표 이해

8-1장. 내 전환 퍼널 계산 워크시트

9장. 4주 실행 플랜

10장. 8주 로드맵

11장. 자주 하는 실수 10가지

12장. 실전 체크리스트 및 템플릿 모음

부록1. 다른 업종 케이스 — 부동산 · 학원

부록2. 용어 정리

부록3. 자주 묻는 질문 모음

부록4. 카피 템플릿 모음

부록5. 폼 필드 설계 워크시트

부록6. 색상 · 폰트 가이드

부록7. 30일 자가진단

부록8. 유입 경로별 대응 전략

부록9. 감사 페이지(Thank You Page) 설계

부록10. 견적 · 작업 범위 안내 템플릿

0장. 이 가이드를 따라가는 방법

이 가이드는 인테리어 상담 서비스 '웰컴인테리어'가 방문자는 많은데 문의 전환이 낮았던 랜딩페이지를 다시 설계하는 과정을 따라갑니다. 초록 박스는 실제로 쓴 카피와 구조이며, 그대로 복사해서 업종만 바꿔 쓸 수 있습니다.

CASE STUDY . 웰컴인테리어 랜딩페이지

서비스: 웰컴인테리어 (아파트 인테리어 상담·견적)

문제: 월 방문자 800명, 문의 전환율 0.8% (업계 평균 2~3%에 크게 못 미침)

목표: 전환율 2.5% 이상으로 개선

제약: 별도 광고 예산 증액 없이 페이지 구조·카피만 개선

이 가이드 전체에서 웰컴인테리어의 실제 개선 전후 카피, 섹션 구조, 폼 코드까지 그대로 보여드립니다.

1장. 왜 랜딩페이지인가

일반 홈페이지는 여러 메뉴로 방문자를 분산시키지만, 랜딩페이지는 하나의 목표(문의, 신청, 구매)로 방문자를 몰아갑니다. 광고를 통해 유입되는 트래픽일수록 랜딩페이지의 효과가 극대화됩니다.

일반 홈페이지 vs 랜딩페이지

구분	일반 홈페이지	랜딩페이지
메뉴 구조	여러 메뉴, 여러 목적	단일 페이지, 단일 목적
방문자 동선	자유롭게 탐색	위에서 아래로 유도
적합한 상황	브랜드 전반 소개	광고·캠페인 연동 전환 목적

웰컴인테리어는 기존 6개 메뉴짜리 홈페이지에 광고를 연결하고 있었습니다. 방문자가 메뉴를 탐색하다 이탈하는 경우가 많았고, 이 문제를 해결하기 위해 단일 목적 랜딩페이지로 전환했습니다.

1-1장. 시작 전 자가진단

질문	관련 장
페이지의 단 하나의 목표(전환 액션)가 명확한가	2장
첫 화면에서 3초 안에 핵심 메시지가 전달되는가	2-1장
폼 입력 필드가 꼭 필요한 것만 남아있는가	4장
신뢰를 줄 만한 요소(후기, 사례)가 배치되어 있는가	5장

2장. 전환을 위한 섹션 구조 설계

전환율 높은 랜딩페이지는 대부분 비슷한 순서를 따릅니다. 방문자의 심리 흐름(관심 → 신뢰 → 결정)에 맞춰 섹션을 배치하기 때문입니다.

순서	섹션	목적
1	후크(Hook)	3초 안에 관심을 끌고 스크롤을 유도
2	문제 제기	방문자가 겪는 문제에 공감시키기
3	해결책 제시	우리 서비스가 그 문제를 어떻게 해결하는지
4	신뢰 요소	후기, 시공 사례, 자격증 등
5	가격/혜택	명확한 가격 또는 상담 혜택 안내
6	폼(CTA)	최소 입력으로 문의 접수
7	FAQ	마지막 망설임을 해소

2-1장. 후크(Hook) 섹션 작성법

첫 화면은 스크롤 여부를 결정짓는 가장 중요한 구간입니다. 이미지보다 문구가 핵심이며, 방문자가 얻을 결과를 구체적으로 보여줘야 합니다.

나쁜 예 (모호한 후크)

믿을 수 있는 인테리어 파트너, 웰컴인테리어와 함께하세요.

좋은 예 (구체적 결과 제시)

24평 아파트 인테리어, 평균 견적보다 300만원 절약하는 방법
무료 상담으로 3분 안에 확인하세요.

2-2장. 스크롤을 유도하는 디자인 팁

- 다음 섹션이 살짝 보이도록 여백을 조정 — 화면이 완전히 끊기면 스크롤 의욕이 줄어들
- 스크롤 유도 화살표나 애니메이션을 후크 섹션 하단에 배치
- 첫 화면에 너무 많은 정보를 담지 않기 — 궁금증을 남겨야 다음 섹션을 읽음

흔한 실수

히어로 섹션에 이미 모든 정보(가격, 후기, 연락처)를 다 담으면 방문자가 굳이 스크롤할 이유가 없어집니다. 핵심 한 가지만 강하게 전달하세요.

3장. 카피라이팅 공식

랜딩페이지 카피는 예쁜 문장보다 명확한 문장이 우선입니다. 아래 공식을 섹션마다 적용하면 빠짐없이 채울 수 있습니다.

헤드라인 공식

- 타겟 + 문제 + 결과 조합 (예: '[24평 아파트 거주자]가 [비싼 견적] 없이 [원하는 인테리어]를 완성하는 법')
- 숫자를 넣으면 구체성이 올라감 (평균, 300만원, 3분 등)
- 형용사보다 동사 중심 문장이 행동을 유도함

CTA 버튼 문구

나쁜 예	좋은 예
제출하기	무료 견적 3분 안에 받기
문의하기	지금 상담 예약하기
신청	선착순 10팀 혜택 받기

3-2장. 긴급성과 신뢰의 균형

긴급성 문구는 전환을 끌어올리지만, 과하면 오히려 신뢰를 깎습니다. 두 요소를 함께 쓸 때는 균형을 맞춰야 합니다.

문구 유형	예시	주의점
긴급성	이번 달 상담 10팀 한정	실제 사실이어야 함, 상시 노출 금지
신뢰성	누적 시공 1,200건, 15년 경력	구체적 숫자로 증명
균형 조합	15년 경력 업체의 이번 달 한정 상담	신뢰 먼저, 긴급성은 보조

허위 긴급성 주의
'선착순', '한정'을 상시로 걸어두면 방문자가 금방 눈치채고 신뢰를 잃습니다. 실제 운영 방침과 일치하는 문구만 사용하세요.

3-1장. 실전 카피 예시 — 섹션별 전체

웰컴인테리어가 실제로 적용한 섹션별 카피 전문입니다. 그대로 복사해서 업종·숫자만 바꿔 쓸 수 있습니다.

후크 섹션

24평 아파트 인테리어, 평균 견적보다 300만원 절약하는 법
무료 상담으로 3분 안에 확인하세요.

문제 제기 섹션

인테리어 견적, 업체마다 다 달라서 뭘 믿어야 할지 모르겠다면
바가지 쓸까 봐 계약이 망설여진다면
당신만 그런 게 아닙니다.

해결책 섹션

웰컴인테리어는 시공 전 3개 업체 견적을 비교해드립니다.
숨겨진 추가 비용 없이, 처음 안내드린 금액 그대로 진행합니다.

CTA 섹션

지금 무료 상담 신청하면
24시간 내 담당 매니저가 직접 연락드립니다.

3-3장. 업종별 헤드라인 변형 10종

카페·베이커리

매일 아침 갓 구운 빵, 직접 로스팅한 원두로 완성하는 하루

뷰티샵

예약 없이 헤매지 않는 시술, 지금 바로 예약하세요

부동산

OO단지 시세, 5분이면 비교 끝

학원

레벨테스트 하나로 우리 아이 학습 방향이 보입니다

피트니스

3개월, 숫자로 증명하는 변화

반려동물 서비스

예민한 우리 아이도 편안하게, 10년 경력이 다릅니다

법률·세무

복잡한 서류, 첫 상담에서 정리해드립니다

웨딩

평생 한 번, 후회 없는 선택을 위한 무료 상담

이사·청소

견적 비교 없이 바로, 오늘 확인하는 정확한 비용

자동차 정비

숨은 비용 없이, 점검 결과 그대로 보여드립니다

4장. 폼 설계 — 입력 필드 최소화 원칙

폼 필드가 하나 늘어날 때마다 이탈률이 올라갑니다. 정말 필요한 정보만 남기고, 나머지는 상담 과정에서 자연스럽게 물어보는 것이 전환율에 유리합니다.

필드	웰컴인테리어 판단
이름	필수 유지
연락처	필수 유지
평형/면적	필수 유지 (견적 산정에 꼭 필요)
상세 주소	제거 — 상담 시 확인
예산 범위	선택형 버튼으로 단순화 (직접 입력 대신)
상세 요청사항	선택 입력으로 전환 (필수 해제)

흔한 실수

정보를 많이 받을수록 좋다고 생각하기 쉽지만, 실제로는 필드 3개를 넘어가면 이탈률이 급격히 올라간다는 데이터가 많습니다. 최소 필드로 먼저 접수받고, 나머지는 상담 통화에서 확인하세요.

4-1장. EmailJS 폼 연동 코드

최소 필드 폼 코드

```
<form id="leadForm">
  <input name="name" placeholder="이름" required>
  <input name="phone" placeholder="연락처" required>
  <select name="size" required>
    <option>20평대</option><option>30평대</option><option>40평대 이상</option>
  </select>
  <button type="submit">무료 견적 3분 안에 받기</button>
</form>
```

5장. 신뢰 요소 배치하기

방문자가 문의를 망설이는 가장 큰 이유는 '이 업체를 믿을 수 있는가'입니다. 신뢰 요소를 폼 바로 위나 근처에 배치하면 전환에 직접적인 도움이 됩니다.

- 실제 시공 사진 (전후 비교가 가장 효과적)
- 고객 후기 — 별점보다 구체적인 서술형 후기가 신뢰도 높음
- 숫자로 보여주는 실적 (누적 시공 건수, 운영 연차)
- 자격증·인증 마크 (건설업 등록증 등)

웰컴인테리어 후기 섹션 예시

"세 군데 견적 받았는데 여기가 제일 투명했어요.
추가 비용 없다고 하셨는데 정말 그대로였습니다." — 마포구 30평대 고객

5-1장. 신뢰 요소 배치 위치 가이드

위치	배치할 요소
히어로 바로 아래	누적 실적 숫자 (간단한 한 줄)
해결책 섹션 옆	자격증·인증 마크
폼 바로 위	가장 설득력 있는 후기 1~2개
페이지 하단	전체 후기 모음, 시공 사례 갤러리

모든 신뢰 요소를 한 곳에 몰아넣기보다, 방문자가 망설일 만한 지점마다 나눠 배치하는 것이 효과적입니다.

5-2장. FAQ 섹션으로 마지막 망설임 없애기

폼 바로 위 또는 페이지 하단에 FAQ를 배치하면, 문의하기 전 남은 궁금증을 해소해 이탈을 막을 수 있습니다.

웰컴인테리어 FAQ 섹션 예시

- Q. 상담은 정말 무료인가요?
A. 네, 방문 상담과 견적까지 비용이 발생하지 않습니다.
- Q. 계약 안 해도 상담만 받을 수 있나요?
A. 물론입니다. 부담 없이 견적만 비교해보셔도 괜찮습니다.

6장. A/B 테스트 기본

감으로 판단하지 말고, 한 번에 하나의 요소만 바꿔서 실제 데이터로 비교하는 것이 A/B 테스트의 핵심 원칙입니다.

테스트 진행 원칙

- 한 번에 하나의 변수만 변경 (헤드라인만, 또는 버튼 문구만)
- 최소 표본 확보 후 판단 (방문자 수가 너무 적으면 우연일 수 있음)
- 테스트 기간을 미리 정해두고 중간에 판단 흔들리지 않기

6-1장. 테스트 아이디어 10가지

- 헤드라인 문구 변경 (숫자 포함 vs 미포함)
- CTA 버튼 색상 변경
- CTA 버튼 문구 변경
- 폼 위치 (상단 고정 vs 하단 배치)
- 후기 섹션 위치 이동
- 히어로 이미지 교체 (사진 vs 일러스트)
- 가격 노출 여부
- 긴급성 문구 추가 여부 (선착순, 기간 한정)
- 폼 필드 개수 조정
- 페이지 전체 길이 (짧게 vs 상세하게)

7장. 광고 연동 — 광고와 랜딩페이지 매칭

광고 문구와 랜딩페이지 헤드라인이 다르면 방문자가 혼란을 느껴 이탈합니다. 광고를 클릭했을 때 본 약속이 랜딩페이지에서 그대로 이어져야 합니다.

광고 문구	랜딩페이지 헤드라인
24평 인테리어 300만원 절약	24평 아파트 인테리어, 평균 견적보다 300만원 절약하는 법

이렇게 문구를 일치시키는 것을 '메시지 매칭(Message Match)'이라고 합니다. 광고에서 약속한 것과 랜딩페이지 첫인상이 다르면, 아무리 좋은 카피도 전환으로 이어지지 않습니다.

8장. 전환율 분석 — 기본 지표 이해

지표	의미	확인 방법
방문자 수	페이지에 들어온 사람 수	구글 애널리틱스 등
전환 수	폼 제출 완료 건수	폼 제출 이벤트 트래킹
전환율	$\text{전환 수} \div \text{방문자 수} \times 100$	위 두 지표로 계산
이탈률	폼 진입 후 미완료 비율	폼 이벤트 단계별 트래킹

웰컴인테리어 개선 전후 비교

구분	개선 전	개선 후
월 방문자	800명	800명 (동일)
전환율	0.8%	2.6%
월 문의 수	6.4건	20.8건

광고비를 늘리지 않고도 구조와 카피 개선만으로 문의 수가 3배 이상 증가했습니다. 이것이 랜딩페이지 최적화의 핵심 가치입니다.

8-1장. 내 전환 퍼널 계산 워크시트

웰컴인테리어 예시의 오른쪽 칸에 본인 사이트의 숫자를 채워 비교해보세요.

항목	웰컴인테리어	직접 입력
월 방문자 수	800명	
월 전환(문의) 수	6~21건	
현재 전환율	0.8~2.6%	
업계 평균 전환율	2~3%	
목표 전환율	3%	

9장. 4주 실행 플랜

주차	핵심 과제
1주차	섹션 구조 재설계(2장), 헤드라인·CTA 카피 초안 작성(3장)
2주차	폼 필드 최소화(4장), 신뢰 요소 배치(5장)
3주차	광고 문구와 랜딩페이지 메시지 매칭(7장)
4주차	A/B 테스트 1차 진행(6장), 전환율 데이터 점검(8장)

10장. 8주 로드맵

기간	과제
1~2주	섹션 구조·카피 재설계
3주	폼 최적화, 신뢰 요소 배치
4주	광고 메시지 매칭 점검
5~6주	A/B 테스트 1~2차 진행
7주	테스트 결과 반영, 페이지 확정
8주	전환율 데이터 종합 점검, 다음 개선 계획 수립

11장. 자주 하는 실수 10가지

한 페이지에 여러 목표를 담는다

문의도 받고 회원가입도 받고 뉴스레터도 받으려 하면 전환율이 모두 떨어집니다. 하나의 목표만 남기세요.

첫 화면에 핵심 메시지가 없다

3초 안에 무엇을 해결해주는지 전달되지 않으면 이탈합니다. 2-1장 후크 원칙을 적용하세요.

폼 필드가 너무 많다

3개를 넘어가면 이탈률이 급격히 올라갑니다. 4장 기준으로 다시 점검하세요.

광고 문구와 페이지 메시지가 다르다

메시지 매칭이 깨지면 아무리 좋은 카피도 소용없습니다.

신뢰 요소 없이 바로 폼만 배치한다

방문자는 결정 전에 신뢰를 확인하고 싶어합니다. 5장을 참고하세요.

모바일 최적화를 확인하지 않는다

광고 트래픽의 다수는 모바일입니다. 모바일 화면에서 CTA가 잘 보이는지 확인하세요.

여러 요소를 한 번에 바꾼다

무엇이 효과가 있었는지 알 수 없게 됩니다. 6장 A/B 테스트 원칙을 지키세요.

전환율을 측정하지 않는다

감으로 판단하면 개선 방향을 잘못 잡기 쉽습니다. 8장 지표를 꼭 트래킹하세요.

CTA 문구가 밋밋하다

'제출하기'보다 구체적 혜택이 담긴 문구가 전환율이 높습니다. 3장을 참고하세요.

한 번 만들고 다시 안 본다

전환율은 계속 개선해야 하는 지표입니다. 6장 테스트를 주기적으로 진행하세요.

12장. 실전 체크리스트 및 템플릿 모음

구조 단계

- 페이지의 단일 목표가 명확한가 (1장)
- 후크 섹션이 3초 안에 핵심을 전달하는가 (2-1장)
- 섹션 순서가 방문자 심리 흐름을 따르는가 (2장)

전환 단계

- 폼 필드가 최소화되어 있는가 (4장)
- 신뢰 요소가 폼 근처에 배치되어 있는가 (5장)
- 광고 문구와 메시지가 일치하는가 (7장)

이 가이드에 포함된 템플릿

- 섹션별 실전 카피 전문 (3-1장)
- EmailJS 최소 필드 폼 코드 (4-1장)
- A/B 테스트 아이디어 10가지 (6-1장)

부록1. 다른 업종 케이스 스터디

부동산 — 예그린공인중개사

후크 섹션

OO단지 전세 시세, 중개사무소 3곳 비교보다 빠른 1분 확인
지금 바로 카톡으로 물어보세요.

학원 — 스마트영어학원

후크 섹션

초등 6학년 영어, 중학교 가기 전 이 레벨은 꼭 넘겨야 합니다
무료 레벨테스트로 확인해보세요.

피트니스 — 파워짐

후크 섹션

3개월 만에 체지방 5kg, 회원 후기로 증명합니다
첫 상담 + 체험 1회 무료로 받아보세요.

부록2. 용어 정리

용어	설명
랜딩페이지	단일 목표(전환)를 위해 설계된 단일 페이지
CTA	Call To Action. 방문자에게 원하는 행동을 요청하는 버튼·문구
전환율	방문자 중 목표 행동을 완료한 비율
메시지 매칭	광고 문구와 랜딩페이지 문구를 일치시키는 것
A/B 테스트	한 가지 요소만 바꿔 두 버전의 성과를 비교하는 실험
이탈률	페이지 진입 후 행동 없이 떠나는 비율

부록3. 자주 묻는 질문 모음

Q. 랜딩페이지는 몇 개 섹션이 적당한가요?

업종에 따라 다르지만, 이 가이드의 7단계 구조(2장)를 기본으로 시작해 반응을 보며 늘리거나 줄이는 것을 권장합니다.

Q. 전환율이 낮으면 무조건 디자인을 바꿔야 하나요?

디자인보다 카피와 구조 문제인 경우가 더 많습니다. 3장 카피부터 먼저 점검하세요.

Q. A/B 테스트는 얼마나 오래 해야 하나요?

트래픽 규모에 따라 다르지만, 최소 1~2주는 진행해 요일별 변동을 반영하는 것이 안전합니다.

Q. 모바일과 PC 버전을 다르게 만들어야 하나요?

완전히 다르게 만들 필요는 없지만, 모바일에서 CTA 버튼이 스크롤 없이 보이는지는 꼭 확인해야 합니다.

부록4. 카피 템플릿 모음

후크 섹션 템플릿

[타겟]이 [문제] 없이 [원하는 결과]를 얻는 법
[행동 유도 문구]로 확인하세요.

문제 제기 템플릿

[문제 상황]하다면
[또 다른 문제 상황]하다면
당신만 그런 게 아닙니다.

CTA 템플릿

지금 [행동]하면
[구체적 혜택/다음 단계]해드립니다.

부록5. 폼 필드 설계 워크시트

지금 쓰고 있는 폼의 필드를 아래 표에 채워보고, 정말 필수인지 다시 판단해보세요.

필드명	필수 여부	제거/유지 판단

부록6. 색상 · 폰트 가이드

랜딩페이지 디자인에서 색상과 폰트는 통일감이 핵심입니다. 아래는 실전에서 자주 쓰는 조합입니다.

업종 톤	추천 컬러 조합	추천 폰트
신뢰감(부동산, 금융)	네이비 + 화이트 + 골드 포인트	Pretendard, 명조 조합
활기참(피트니스, 교육)	오렌지 + 화이트	Pretendard Bold
고급스러움(인테리어, 웨딩)	딥그린 또는 차콜 + 베이지	Pretendard, 세리프 포인트

CTA 버튼 색상은 배경색과 대비가 뚜렷한 색을 선택해야 시선을 끄니다. 웰컴인테리어는 차콜 배경에 오렌지 CTA 버튼으로 대비를 확실히 했습니다.

부록7. 30일 자가진단

가이드를 따라 실행한 지 30일이 지난 시점에 아래 항목을 점검해보세요.

점검 항목	체크
단일 목표로 페이지를 재설계했는가	
폼 필드를 최소화했는가	
신뢰 요소를 배치했는가	
A/B 테스트를 최소 1회 이상 진행했는가	
전환율을 개선 전후로 비교했는가	

5개 중 3개 이상 체크했다면 순조롭게 진행되고 있는 것입니다. 나머지는 다음 30일 목표로 이어가세요.

부록8. 유입 경로별 대응 전략

방문자가 어디서 왔는지에 따라 기대하는 내용이 다릅니다. 유입 경로별로 랜딩페이지 강조점을 다르게 가져가면 전환율을 더 끌어올릴 수 있습니다.

유입 경로	방문자 특성	강조할 것
검색 광고	이미 필요를 인지하고 검색함	빠른 해결책과 가격
SNS 광고	우연히 발견, 필요 인지 낮음	문제 공감과 스토리
블로그/콘텐츠	정보 탐색 중, 비교 단계	신뢰 요소와 상세 설명

부록9. 감사 페이지(Thank You Page) 설계

폼 제출 후 보여지는 감사 페이지는 흔히 간과되지만, 다음 행동을 유도할 수 있는 마지막 기회입니다.

- 제출 확인 + 다음 단계 안내 (예: '24시간 내 연락드립니다')
- SNS 팔로우 유도 — 상담 전 신뢰를 더 쌓을 기회
- 관련 콘텐츠(블로그, 시공 사례) 링크로 체류시간 확보
- 전환 추적 스크립트(광고 픽셀)를 감사 페이지에 심어 정확한 전환 측정

전환 측정 필수

감사 페이지 도달을 기준으로 광고 전환을 측정하는 경우가 많습니다. 페이지 자체를 생략하면 광고 최적화에 필요한 데이터를 놓치게 됩니다.

부록10. 견적 · 작업 범위 안내 템플릿

이 워크플로우로 다른 사람의 랜딩페이지 제작을 대행하게 된다면, 아래 템플릿으로 작업 범위를 명확히 안내하면 분쟁을 줄일 수 있습니다.

작업 범위 안내 문구 예시

안녕하세요, 영스하우스입니다.

요청하신 랜딩페이지(단일 페이지 기준) 제작 범위 안내드립니다.

- 포함: 섹션 구조 설계, 카피 초안, 폼 연동, 반응형 디자인
- 별도 협의: A/B 테스트 운영 대행, 광고 세팅
- 카피 확정은 고객사 검수 1회 포함, 추가 수정은 별도 협의

예상 제작 기간: 콘텐츠 확정 후 3~5일

이 가이드는 영스하우스가 실제 랜딩페이지 제작 업무에서 쌓은 경험을 바탕으로, 가상 브랜드 사례를 통해 재구성한 것입니다. 랜딩페이지 제작이나 전환율 최적화 작업 문의는 010-3252-3233 으로 연락 주세요.