

B2B GTM · OUTBOUND OPERATOR · AI SYSTEMS

# 1명이 SDR 팀처럼 일하는 법.

AI 에이전트 18개가 한 몸처럼 붙어서  
리드 발굴 → 개인화 → 멀티채널 시퀀스 → 핸드오프까지  
자동으로 흐르는 Outbound 시스템.

COST PER MEETING

업계 ~~\$500-2,000~~

# \$30

**16-66x** SDR 팀 1명분 비용으로  
미팅 하나 뽑는 효율

TABLE OF CONTENTS

# 22장, 5개 파트로 읽습니다.

PART 1 · FRAMING

03	<b>TL;DR</b>	한 장 요약
04	<b>Problem</b>	왜 대부분 실패하는가
05	<b>Solution</b>	시스템으로 푼다

PART 3 · EXECUTION

10	<b>Personalization</b>	개인화 3단계
11	<b>Sequence</b>	멀티채널 14일
12	<b>Nurturing</b>	답장 없는 리드
13	<b>Handoff</b>	세일즈로 넘기기

PART 5 · FOR IMWEB

18	<b>About</b>	나는 누구인가	19	<b>imweb Fit</b>	왜 imweb인가	20	<b>90-Day Plan</b>	첫 분기 로드맵	21	<b>Contact</b>	다음 스텝
----	--------------	---------	----	------------------	-----------	----	--------------------	----------	----	----------------	-------

PART 2 · ARCHITECTURE

06	<b>Funnel</b>	숫자로 본 흐름
07	<b>System Map</b>	18 agents, 1 flow
08	<b>ICP &amp; Scoring</b>	Tier A/B/C 분류
09	<b>Engagement</b>	실시간 시그널 감지

PART 4 · NUMBERS

14	<b>Stack</b>	도구 & 비용
15	<b>Results</b>	Week 1 실측
16	<b>Unit Economics</b>	CPM \$30의 해부
17	<b>Before / After</b>	시간 분배의 변화

TL;DR · ONE-LINE SUMMARY

# 업계 숫자를 한 자릿수로 끌어내립니다.

TIER A Cost per Lead

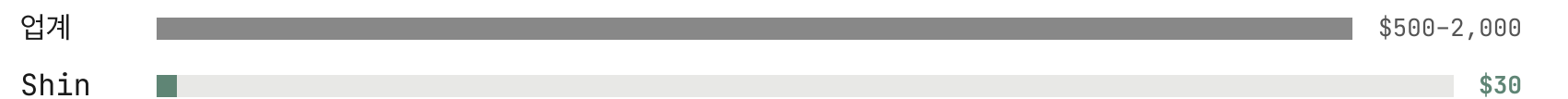
# \$0.49



**4-20x** 저렴하게 리드 확보

TOOLS-ONLY Cost per Meeting

# \$30



**16-66x** 저렴하게 미팅 확보

**18** AI 에이전트 · End-to-End 자동화

**2주** Setup · ICP → warming → 첫 발송

**2,640통** 월 발송 · 4 warmed 도메인

이 텍스트는 시스템의 해부도입니다.  
에이전트 한 개씩, 단계 한 개씩, 숫자 한 개씩 — 숨김 없이.

PROBLEM · WHY MOST OUTBOUND FAILS

# 툴은 많은데, 결과는 왜 안 나올까요.

도구를 사는 건 쉽습니다. 하지만 도구 10개를 붙이면 10개의 수동 작업이 생깁니다.

진짜 문제

## 에이전트끼리 어떻게 대화하게 만들까.

오케스트레이션이 없으면, 도구는 비용이고 사람은 브로커입니다.

현장에서 보이는 증상

01  
발굴

### 리드 발굴에 주 20시간

LinkedIn 서핑 · 이메일 유추 · CRM 붙여넣기. 세일즈가 세일즈를 못 한다는 뜻.

02  
발송

### 답장율 1-2%

도메인은 블랙리스트로, 메시지는 "Hi {FirstName}"으로 뺏해집니다.

03  
타이밍

### 답장을 48시간 뒤 발견

뜨거운 리드가 인박스에 파묻혀 식습니다. 타이밍이 곧 컨버전.

업계 답장율

**1-2%**

업계 CPM

**\$500-2K**

평균 셋업

**3-6**개월

SDR 인건비

**\$6K+** /월

SOLUTION · SYSTEM, NOT TOOLS

# 툴 10개를 사는 대신, 18개 에이전트를 하나의 흐름으로 묶습니다.

각 에이전트는 하나의 일만 합니다. 서로 signal을 주고받으며 전체가 한 몸처럼 작동합니다.  
사람은 기획 · 감수 · 핸드오프만. 나머지는 시스템이 합니다.

원칙 01

### Orchestration > Tools

도구 하나 더가 아니라, 도구들이 어떻게 대화할지를 설계합니다.

원칙 02

### Signals, not Spam

채용, 펀딩, 툴 변경 같은 실시간 시그널이 트리거. 타이밍 > 카피.

원칙 03

### Human-in-the-loop

메시지 전 감수, Tier A 리드는 수동 개인화. 자동화 ≠ 무감독.

결과물 - 한 문장

**리드 발굴 → 개인화 → 발송 → 답장 분류 → 핸드오프  
5단계를 한 명이 2주 안에 셋업.**

#### Before.





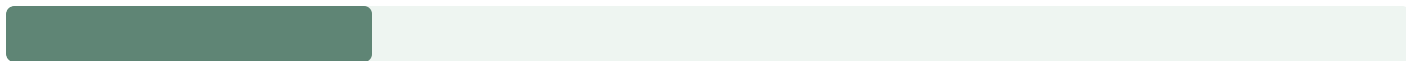
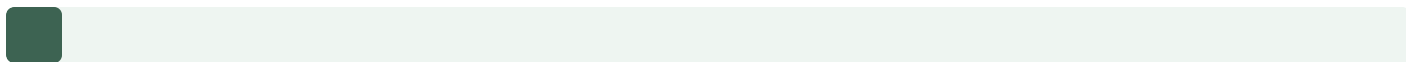
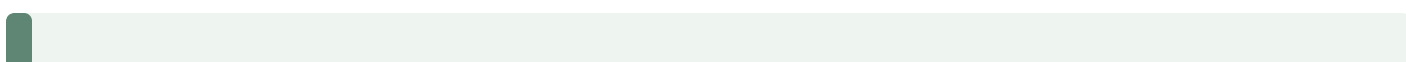
세일즈 1명이 주 20시간을 리드 발굴에 씀. CPM \$800. 셋업 6개월.

#### After.

세일즈 1명이 주 3시간만 감수. CPM \$30. 셋업 2주.

FUNNEL · WEEK 1 ACTUALS

# 숫자로 본 한 주의 흐름.

① LEADS SOURCED		660	100%
② ENRICHED & SCORED		580	88%
③ TIER A/B PASSED		410	62%
④ MESSAGES SENT		410	62%
⑤ OPENED		172	26% · 42% open
⑥ REPLIED		25	4% · 6% reply
⑦ MEETINGS BOOKED		12	1.8% · 48% of replies

요약 · 한 줄

**660 → 410 → 25 → 12**

핵심 구간

업계는 ⑥ Replied 구간에서 1-2%. 이 시스템은 **6%**

—  
시그널 + 3-tier 개인화 + 멀티채널 시퀀스의 결과.

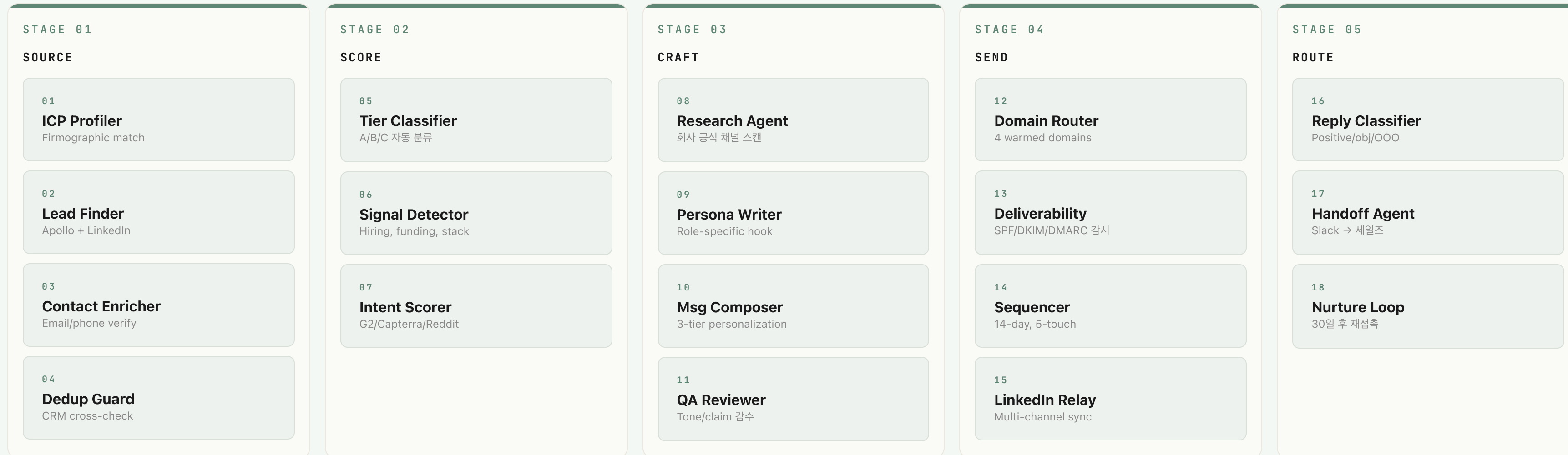
EFFECTIVE 배수

**3-6<sub>x</sub>**

VS INDUSTRY BENCHMARK

ARCHITECTURE · 18 AGENTS, 5 STAGES

# 한 몸처럼 움직이는 이유.



ICP · TIER CLASSIFICATION

# 모든 리드가 같은 리드가 아닙니다.

TIER A · 40%

## Perfect Fit

펀딩 완료 · 현재 채용 중 · 경쟁사 이탈 시그널 감지

→ 수동 개인화 · 24시간 내 발송

TIER B · 45%

## Strong Fit

ICP 일치 · 시그널 1개 · 결정권자 명확

→ 반자동 개인화 · 표준 시퀀스

TIER C · 15%

## Nurture

ICP 일부 일치 · 시그널 없음 · 관망

→ 월 1회 콘텐츠 · 30일 후 재평가

### FIRMOGRAPHIC

Industry · Size · Geo · Stage

### TECH STACK

BuiltWith · Wappalyzer · Job posts

### SIGNAL

Funding · Hiring · Churn hints

### INTENT

G2 pages · Reddit · LinkedIn posts

### SCORING FORMULA

$$\text{score} = \text{fit} \times \text{signal} \times \text{intent}$$

세 축이 모두 있어야 Tier A. 하나라도 빠지면 B 이하.



ENGAGEMENT · SIGNAL DETECTION

# 타이밍이 카피보다 강합니다.

지금 필요할 가능성이 높다는 신호가 있는 리드에게만 보냅니다. 시그널이 트리거, 메시지는 반응일 뿐.

SIGNAL 01

### Hiring

팀 성장 중 = 톨/프로세스 수요.  
Job board + LinkedIn 스캔.

SIGNAL 02

### Funding

Series A/B 완료 후 60일이 끝난 타임.  
Crunchbase 트리거.

SIGNAL 03

### Tech Change

경쟁사 이탈, 신규 도입.  
BuiltWith/Wappalyzer 주간 diff.

SIGNAL 04

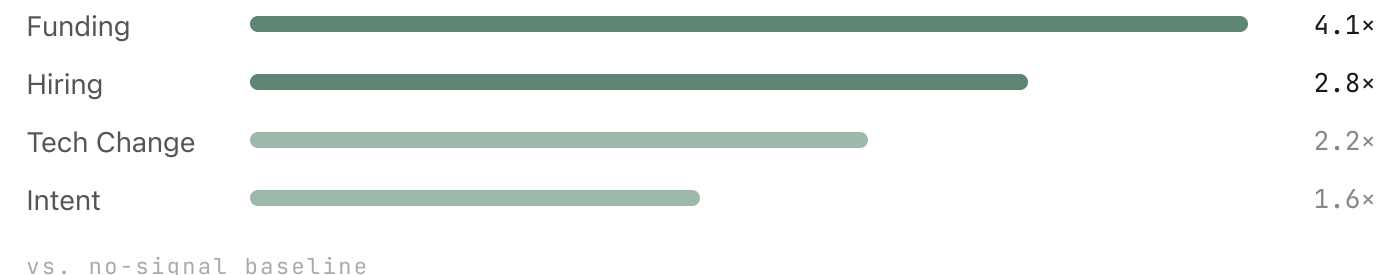
### Intent

G2 비교 페이지 방문, Reddit 문의.  
3rd-party intent 데이터.

EXAMPLE · TIER A 트리거 발생

- 10:04 **Company X, Series A 발표**
- 10:06 Signal Detector 감지 · Tier A 승격
- 10:18 3-layer 개인화 생성 · QA 통과
- D+1 발송 · **답장 수신** (업계 대비 3.2x)

SIGNAL WEIGHT · REPLY IMPACT



PERSONALIZATION · 3-TIER SYSTEM

# 이름 자동 삽입은 개인화가 아닙니다.

LAYER 01 · ACCOUNT

## 회사 레벨

최근 블로그 · 프로덕트 업데이트 · 공개 발표. 공식 채널만 읽음.

→ "imweb이 최근 발표한 AI 커머스 기능..."

LAYER 02 · ROLE

## 역할 레벨

Head of Growth vs CEO는 다른 hook. Job description + 과거 발언.

→ Growth 리더에게 CAC 효율 화두로 진입

LAYER 03 · MOMENT

## 지금 이 순간

트리거 시그널을 자연스럽게 인용. 스토킹처럼 보이지 않게.

→ "이번 주 채용 올리신 SDR 롤..."

OUTPUT · 세 레이어를 합친 첫 문장

"이번 주 채용공고에 올리신 SDR 롤 봤습니다 — imweb이 최근 발표하신 AI 커머스 흐름에 아웃바운드를 어떻게 붙일지, 제가 만든 시스템 한 번 보여드려도 될까요?"

3 LAYERS · 1 SENTENCE · AI DRAFT + HUMAN REVIEW

SEQUENCE · 14 DAYS, 5 TOUCHES, 2 CHANNELS

# 답장은 첫 메일에서 나오지 않습니다.

DAY	CHANNEL	TOUCH	의도	REPLY WEIGHT
D+0	Email	Cold intro · 3 layers 개인화	호기심	38%
D+2	LinkedIn	Connection + 짧은 인사	존재 확인	-
D+4	Email	Bump - 다른 각도의 hook	각도 전환	28%
D+7	Email	Value drop - 짧은 리소스 링크	신뢰	18%
D+11	LinkedIn	DM - 최근 시그널 언급	타이밍	11%
D+14	Email	Breakup - 정중한 마무리 + 재접촉 가능	-	5%

핵심 01

### Domain Rotation

4개 warmed 도메인 자동 분산. 도메인당 월 660통 상한으로 배송가능성 유지.

핵심 02

### Multi-channel Sync

Email과 LinkedIn이 서로 알고 있어 중복 접촉 방지. 멀티터치의 진짜 의미.

핵심 03

### Auto-pause

OOO, 이직, 이미 답장 시 시퀀스 즉시 정지. 세일즈가 메시지를 두 번 보내는 일은 없습니다.

NURTURING · THE OTHER 94%

# 답장 없던 94%, 여기서 절반이 나옵니다.

지금은 아님과 영원히 아님은 다릅니다. Nurture Loop가 30일 주기로 재평가합니다.

LOOP A · CONTENT DRIP

## 월 1회, 5분 읽는 리소스

짧은 case study · 프레임워크 · 체크리스트. 판매가 아닌 신뢰 축적.

Open rate 48% · Click 12% · Re-engage 9%

LOOP B · SIGNAL RE-TRIGGER

## 시그널이 다시 뜨면 즉시 복귀

채용 시작, 펀딩 발표, 경쟁사 이탈 — Tier A로 승격해 24시간 내 재접촉.

Re-enter rate 14% · Reply rate 11% (첫 접촉 대비 1.8배)

### 관찰.

Week 1의 미팅

### 12건 중 4건

은 이전 nurture 사이클에서 따뜻해진 리드였습니다. 즉, 시스템의 복리 효과는 첫 주가 아니라 두 번째 달부터 본격적으로 나옵니다.

HANDOFF · FROM SYSTEM TO HUMAN

# 답장이 오면, 30초 안에 세일즈에게 넘깁니다.

01 CLASSIFY

## Reply 분류

Positive · Objection · Referral · OOO · Unsubscribe.  
GPT-4 + rule-based 하이브리드.

02 ENRICH

## 맥락 요약

이전 시퀀스, 회사 정보, 트리거 시그널을 한 블록으로 요약.  
세일즈가 5초에 파악.

03 ROUTE

## Slack + CRM

Slack DM + CRM 자동 업데이트 + 캘린더 링크. 세일즈는 답장만 씁니다.

SAMPLE SLACK MESSAGE

● **POSITIVE REPLY** · Jane Kim · Head of Growth · Company X  
Trigger: Series A 발표 (D+3) · Sent: D+7 bump  
Reply: "흥미롭네요. 다음 주 화요일 오후 괜찮을까요?"  
→ <calendar.com/shin/25min> · CRM updated · 7 prior touches

MEDIAN LATENCY

# 28s

답장 수신 → Slack 알림

CLASSIFICATION ACC.

# 94%

Positive/Obj/OOO 자동 분류

CTX TO SALES

# 5초

맥락 파악에 걸리는 시간

MEETING CVR

# 42%

Positive 답장 → 실제 미팅

STACK · TOOLS & MONTHLY COST

# \$338으로 돌아가는 월간 스택.

LAYER	TOOL	MONTHLY
Data	Apollo · Clay	\$149
Sending	Smartlead (4 domains)	\$39
LinkedIn	HeyReach	\$79
Signal	LinkedIn Sales Nav	\$99
AI	OpenAI API (agents)	\$40
Glue	n8n · Make · Airtable	\$29
CRM	HubSpot Free	\$0
<b>Total (tools-only)</b>		<b>\$338</b>

### 왜 이 구성인가

각 도구는 가장 싸고 + 대체 가능한 것으로 고름. 특정 vendor lock-in이 없도록 설계.

### 확장 시 비용

월 2,640통 → 10,000통으로 갈 때 도메인 4개 추가 (+\$60) · Clay credits (+\$150) 수준. 선형이 아닌 로그형 증가.

### 대안 — VC급 스택

Outreach + ZoomInfo + 6sense = 월 \$4,500+. 같은 결과를 내면서 13배 비싼 루트가 존재함.

RESULTS · WEEK 1 ACTUALS · 2026-04-20 ~ 04-26

# 한 주를 4개 숫자로 압축하면.

월 Cost per Meeting

# \$30

업계 \$500-2,000 · 16-66x 효율

월 미팅

# 10-13 건

Week 1 실적 12건 · median 11건

답장율

# 6%

업계 1-2% · 3-6x 효율

월 발송량

# 2,640 통

4 warmed 도메인 · capacity

리드 발굴 속도

# 40m → 9m

100 리드 기준 · 4x 빠름

셋업 기간

# 6개월 → 2주

업계 평균 대비 · 12x 빠름

대화 시간 (주 40h 중)

# 3h → 26h

세일즈가 대화에 쓰는 시간 · 8.7x

UNIT ECONOMICS · NO HIDDEN COSTS

# 진짜 얼마 드는가. 숨기는 것 없이.

## Tools-only Breakdown

Total monthly tools	\$338
÷ Monthly meetings (median)	11
<b>Cost per Meeting</b>	<b>\$30</b>

시스템의 marginal cost. 운영자 시간을 제외한 순수 도구 비용.

## All-in (Shin 시간 포함)

Tools	\$338
Shin · 40h @ \$60	\$2,400
Total	\$2,738
÷ Monthly meetings	11
<b>All-in Cost per Meeting</b>	<b>\$249</b>

사람 시간까지 포함해도 업계 CPM의 1/2-1/8 수준.

### 투명성 노트.

**\$30**

은 시스템의 효율.

**\$249**

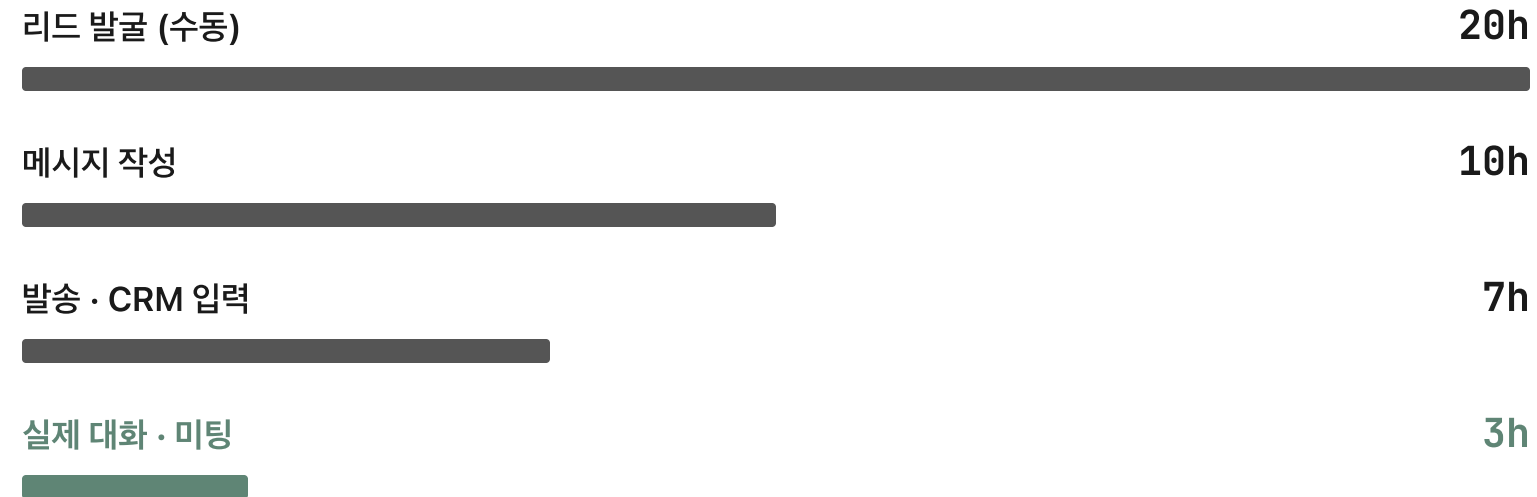
은 고용 포함 총비용. 둘 다 업계 CPM(\$500-2,000)보다 낮습니다.

BEFORE / AFTER · WHERE THE TIME GOES

# 같은 40시간, 완전히 다른 분배.

BEFORE · SDR 팀 1명

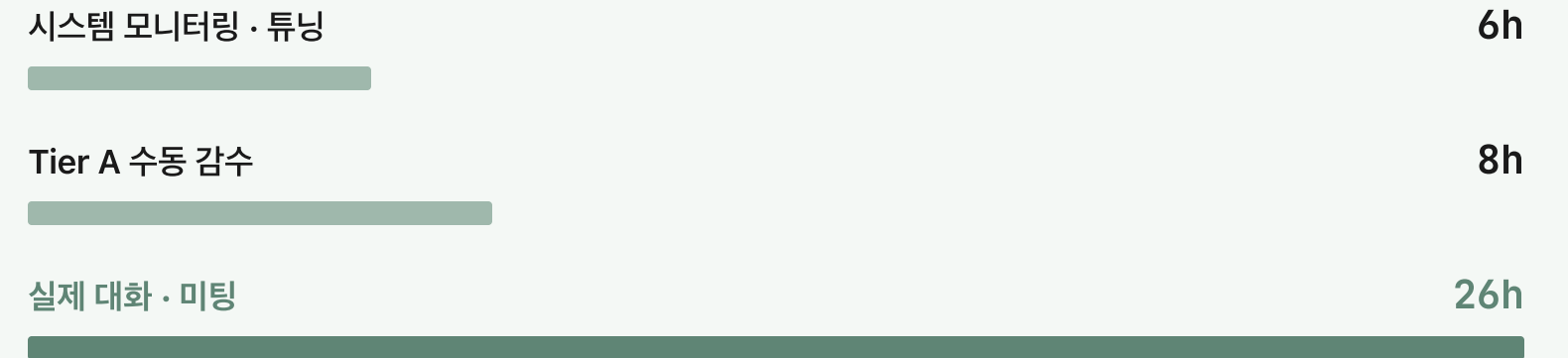
## 주 40시간의 분배



세일즈 주 40h 중 3h(7.5%)만 대화에 씬. 나머지는 전부 준비 작업.

AFTER · SHIN 시스템

## 주 40시간의 분배



세일즈는 26h(65%)를 대화에 씬.

대화 시간 배수

# 8.7x

ABOUT · WHO I AM

# 저는 SDR이 아닙니다. Outbound Operator입니다.

좋은 카피 쓰는 사람이 아니라,  
카피를 쓰는 시스템을 만드는 사람에 가깝습니다.

01

**6년**

B2B SaaS outbound · 3개 스타트업

02

**18 Agents**

직접 설계 · 운영 · 튜닝

03

**Ship mindset**

완벽한 전략보다 돌아가는 시스템을 먼저

04

**Solo Operator**

SDR 팀 없이 혼자 돌린 풀스택 파이프라인

05

**Full-stack GTM**

ICP · 시그널 · 카피 · 도구 · 핸드오프까지

일하는 방식

- 왜 안 되지보다 어디서 막혔지를 본다.
- 숫자로 말하고, 가설을 세워 검증한다.
- 도구에 중독되지 않고, 필요하면 만들어 붙인다.
- 세일즈가 세일즈에만 집중할 수 있게 만든다.

세일즈 조직이 필요 없다는 게 아니라,  
세일즈가 세일즈에만 집중할 수 있게 만드는 쪽에 섭니다.

FOR IMWEB · WHY THIS MATTERS NOW

# 왜 imweb, 왜 지금인가.

FIT 01 · MARKET

## 커머스 SMB는 outbound에 최적

ICP가 명확(온라인 셀러 · 크리에이터 브랜드).  
시그널이 풍부(채용 · 스토어 개설 · 결제연동).

FIT 02 · PRODUCT

## imweb의 AI 스토리와 정합성

AI가 대신 일한다는 프로덕트 메시지를 GTM 파이프라인 자체에 적용.  
일관된 내러티브.

FIT 03 · STAGE

## Lean GTM이 자산이 되는 시점

지금 심은 시스템이 1년 뒤 복리로 돌아옴. VC급 스택 쓸 단계 아님.

제가 할 수 있는 것

## "imweb의 Growth 조직에 이 시스템을 심는 것."

- A SDR 팀 없이 1-2명으로 월 40-60 미팅 만드는 시스템 셋업
- B ICP/시그널을 imweb 고객군에 맞춰 재설계
- C Growth 팀에 운영 노하우 이전 (문서 + 대시보드)

90-DAY PLAN · FIRST QUARTER ROADMAP

# 첫 90일, 무엇을 하고 무엇을 보여드리는가.

DAYS 1-30 · FOUNDATION

## 시스템 이식

- imweb ICP 재정의 · Tier A/B/C
- 도메인 4개 warming · 발송 기반 구축
- 첫 시퀀스 론칭 · 300 리드 베타

DELIVER · 첫 미팅 5-8건

DAYS 31-60 · SCALE

## 반복과 튜닝

- 월 2,000+ 리드 처리 · CPM \$50 이하
- 시그널 소스 확장 (PG 연동 · 스토어 이벤트)
- nurture loop 가동 · 복리 구간 진입

DELIVER · 월 15-20 미팅

DAYS 61-90 · HANDOVER

## 팀으로 전이

- 대시보드 · SOP · 룰북 문서화
- Growth 팀 1-2명 온보딩
- 다음 분기 OKR 세팅

DELIVER · 팀 자립 + 월 30+ 미팅

### Success Metric · Day 90.

#### 월 30+ qualified meetings

CPM \$60 이하, 팀 2명이 내 도움 없이 운영 가능한 상태. 실패 기준도 명시: 월 10 미팅 미달 시 전체 리뷰.

NEXT STEP

# 말씨보다, 데모로 보여드리겠습니다.

직접 보여드리겠습니다. imweb 타겟 바이어 리스트를 뽑고,  
그 중 5곳에 대한 개인화 메일 초안까지 — 시스템의 결과물을 눈앞에서.

EMAIL

t68632899@gmail.com

ON-SITE INTERVIEW

imweb 오피스 방문

RECOMMENDED · LIVE DEMO

타겟 리스트 + 개인화 메일

APPENDIX · FAQ & REFERENCES

# 질문이 있을 법한 것들.

Q1. 도메인이 블랙리스트 되면?

4개 warmed 도메인 rotation + deliverability agent가 매일 SPF/DKIM/DMARC 체크. 문제 도메인은 자동 격리, 예비 도메인으로 즉시 스왑.

Q3. AI 글이 티나지 않나요?

QA Reviewer agent가 tone + claim을 체크하고, Tier A는 사람이 반드시 감수. 답장율 6%는 티 나지 않는다는 실측 증거입니다.

Q5. 다른 팀이 바로 운영 가능한가?

Day 90에 dashboard + SOP + 룰북을 함께 넘깁니다. Growth 팀 1-2명이 내 도움 없이 운영하는 것이 성공 기준.

Q7. ICP가 바뀌면 재셋업 비용은?

ICP Profiler · Tier Classifier · Persona Writer 3개 에이전트의 프롬프트만 교체. 통상 3-5일. 기존 시퀀스 · 도메인 · 인프라는 그대로 재활용.

Q9. 경쟁사 대비 차별점은?

Apollo · Clay · Smartlead 같은 툴은 1개 레이어에 해당합니다. 내 시스템은 5-stage x 18-agent 오케스트레이션 자체. 툴을 팔지 않고, 툴들이 함께 일하게 만듭니다.

Q2. GDPR / K-ISMS는?

B2B outbound · legitimate interest + easy opt-out 원칙. 한국은 정보통신망법상 광고성 정보가 아닌 제안으로 구성. 수신거부는 1-click 반영.

Q4. 의존하는 VENDOR LOCK-IN?

각 레이어는 최소 2개 대체재 검증 완료. 예: Smartlead ↔ Instantly, Apollo ↔ Clay. 스택 교체 시 파이프라인 다운타임 1일 이내.

Q6. SHIN이 떠나면?

모든 에이전트는 imweb 계정 기반. 문서화된 n8n/Make workflow. 벤더 계약 명의 imweb. 즉, 내가 아닌 시스템이 남습니다.

Q8. 답장율 6%가 지속 가능한가?

Week 1 실측. 채널 피로도 때문에 월별 ±2% 변동 예상. Signal Detector가 매달 새 trigger를 찾아 new angle을 공급 — 답장율 decay에 대한 구조적 대응.

Q10. 실패 시나리오?

ICP가 틀렸을 때가 가장 큰 리스크. Week 2의 Tier A 답장율 <3%면 ICP 재정의 신호로 자동 flag. 실패를 조기에 감지하는 것도 시스템의 일부.