

뉴스레터는 「소유」

인스타도 유튜브도 남의 땅입니다. 규칙이 바뀌면 내일 사라집니다.
이메일 주소만 **내 것으로 남습니다.**

50만 > 500만

이메일 50만이
구독자 500만보다 낫다

11%

유튜버 수입에서
광고가 차지한 몫

0원

내 목소리로
읽어 주는 값

수치 출처는 각 장에 함께 적었습니다.

먼저 이것부터

지금까지 배운 곳은 전부 남의 땅

어디	내가 가진 것	플랫폼이 가진 것
인스타그램	올린 사진	누구에게 보여 줄지 전부
유튜브	올린 영상	추천할지 말지 전부
스레드 · X	쓴 글	도달 범위 전부
뉴스레터	구독자 이메일 주소	없음 — 옮겨 갈 수 있습니다

앞의 셋은 **내일 규칙이 바뀌면** 끝입니다. 실제로 그런 일이 계속 일어납니다.

먼저, 정의

뉴스레터는 무엇인가

구독을 신청한 사람의 **받은편지함**으로, **정기적으로**, **직접 보내는 발행물**입니다.

추천 알고리즘을 거치지 않습니다 — 보내면 그 사람의 편지함에 갑니다.

자료 ①

구독자 명단

이메일 주소 목록. 셋 중 **유일하게 내가 소유하는 것**이고, 어디로든 들고 옮길 수 있습니다.

자료 ②

발행 도구

구독품을 만들고 편지를 대신 보내 주는 서비스. **어떤 것이든 좋습니다** — 오늘 주제는 도구가 아니라 구조입니다.

자료 ③

한 통의 글

같은 요일, 같은 시간에 도착하는 글. **정기성이 신뢰**를 만듭니다.

즉 뉴스레터는 글쓰기가 아니라 **명단 · 도구 · 글, 세 가지로 돌아가는 시스템**입니다.

「구독을 허락받은 사람에게만, 기대되는 메시지를 보낸다」 — 이 원리를 정립한 것이 세스 고딘의 『퍼미션 마케팅』(1999)입니다. 뉴스레터는 그 원리의 가장 순수한 형태입니다.

구조

뉴스레터 한 통의 해부도

받은편지함에서 — 3초의 승부

열게 만드는 3가지

- ① 보낸 사람 — 이름이 곧 브랜드. 매번 같아야 합니다
- ② 제목 — 12자 안팎, 열지 말지가 여기서 결정
- ③ 미리보기 한 줄 — 제목 다음에 보이는 두 번째 제목

열고 나서 — 5분의 흐름

읽게 만드는 4단

- ① 도입 — 왜 지금 이 이야기인가 (3~4문장)
- ② 본문 — 한 통에 주제 하나만
- ③ 행동 한 줄 — 읽고 할 일 하나
- ④ 추신(P.S.) — 의외로 가장 많이 읽히는 자리

뒤에 나오는 **틀 두 가지**는 이 해부도를 채우는 두 방식입니다.

근거 · 「제목은 본문보다 5배 읽힌다」 — 데이비드 오길비, 『Ogilvy on Advertising』 · 「추신(P.S.)을 본문보다 먼저 읽는 독자가 많다」 — 지그프리트 피겔레의 시선 추적 연구, 『Handbook of Direct Mail』

알리 압달의 선택

이메일 50만 > 구독자 500만

그가 마다한 것

500만

유튜브 구독자



그가 택한 것

50만

이메일 주소



본인의 말 그대로입니다 —

「구독자 500만보다 이메일 50만을 갖겠다.」

「이메일 목록이 있으면 내 운명을 내 손에 두게 된다.」

출처 · [Kit, 알리 압달 사례 연구](#) (2026년 8월 갱신) — 그가 쓰는 뉴스레터 회사가 정리한 인터뷰. 2년간 매출 \$5,000,000.

11%

구독자 300만 유튜버의 수입에서 광고가 차지한 몫



토마스 프랭크 — 영상으로 모으고, **제품으로 회수합니다.**

영상은 광고판이 아니라 **손님을 데려오는 길입니다.**

출처 · 월 템플릿 매출 \$120,000 대 유튜브 애드센스·제휴 \$15,000 — [Built by Foundry 정리](#). 본인이 공개해 온 수치를 모은 것이며, 시점에 따라 달라집니다.

소유한 목록이 하는 일

4일에 \$528,000

알리 압달이 블랙프라이데이 4일간 **자동 발송 하나로** 만든 매출입니다.

광고비를 쓴 것도, 알고리즘이 도와준 것도 아닙니다. **이미 가지고 있던 주소로 메일을 보냈을 뿐입니다.**



3·4강에서 배운 것은 **첫 칸**이었습니다.

오늘 배우는 것은 **두 번째 칸** — 남의 땅에 있는 사람을 내 땅으로 데려오는 법입니다.

출처 · [Kit 사례 연구](#) — 4일간 자동화 하나로 \$528,000.

실전 사례 5명

뉴스레터로 회사를 운영하는 AI 1인 기업가 5명

로완 청 · 저스틴 웰시 · 알리 압달 · 마크 루 · 토니 딘 — 5명 모두 뉴스레터로 1인 기업의 마케팅을 돌립니다. 방식은 셋으로
갈리지만, 본진이 이메일 목록이라는 점은 같습니다.

본체형 — 뉴스레터가 회사 로완 청 · The Rundown AI 0 → 250만 구독 · 연 ~\$7M · 3년 매일 발행 (EP.10)	깔때기형 — 상품이 뒤에 저스틴 웰시 · Saturday Solopreneur 연 \$4.15M · 마진 86% — 「진짜 상품은 뉴스레터 뒤에 있다」 (EP.11)	깔때기형 — 상품이 뒤에 알리 압달 · LifeNotes 구독자 665만 대신 이메일 50만을 택함 (EP.15)	장부형 — 신뢰의 기록 마크 루 구독 42,851명 — 매출 공개가 곧 「진짜 번다」는 증거 (EP.3)
장부형 — 신뢰의 기록 토니 딘 제품 매각까지 여정 전부를 뉴스레터로 공개 (EP.5)			

수치는 전부 본인 공개 자료 기준입니다. 카드를 누르면 인물별 상세 분석이 열립니다.

PART 1 이론 마무리

네 강이 모이는 곳 — 소유

2강

인스타는 「멋」

0.4초 안에 멈추게 합니다

3강

텍스트는 「횃수」

자주 마주치게 합니다

4강

유튜브는 「소리」

오래 머물게 합니다

5강

뉴스레터는 「소유」

내 땅으로 데려옵니다

앞의 셋은 **모으는 기술**이고, 오늘은 **지키는 기술**입니다.

모으기만 하고 안 데려오면, 플랫폼이 규칙을 바꾸는 날 전부 사라집니다.

냉정하게

뉴스레터가 죽는 진짜 이유

사람들이 생각하는 이유

「구독자가 안 모여서」

사실 이걸 시작도 안 한 사람의 걱정입니다.

실제 이유

「매주가 안 돌아와서」

3통까지는 씁니다. 8주 차에 멈춥니다. 쓸 시간도, 쓸 거리도 떨어집니다.

그러니 오늘 풀 문제는 **「어떻게 모으냐」**가 아니라 **「어떻게 계속하냐」**입니다.

그리고 계속하려면 **한 번 쓴 것을 여러 번 쓰고, 만드는 값이 0이어야** 합니다.

계속하게 하는 틀

따라 쓰는 틀 두 가지

위의 다섯 사람이 실제로 쓰는 구조를 두 틀로 정리했습니다. **하나 골라서 그대로** 시작하십시오.

큐레이션형 · 로완 청 방식

「모아서 정리」 — 매일도 가능

- ① 제목 — 오늘 알게 된 것 하나
 - ② 소식 3개 — 각각 두 줄: 무슨 일 + 왜 중요한가
 - ③ 맺음 한 줄 — 내 생각
- 소재가 밖에서 오니 쓸 거리가 안 떨어집니다.

에세이형 · 저스틴 웰시 방식

「하나만 깊게」 — 주 1회

- ① 도입 — 내가 겪은 장면 하나
- ② 본문 — 거기서 배운 틀 하나
- ③ 실행 — 해 볼 일 세 가지
- ④ 맺음 — 내 상품 한 줄. **매주 토요일 같은 시간.**

공통 규칙 둘 — **5분 안에 읽히게, 한 통에 하나만.**

이 틀은 새것이 아닙니다 — 에세이형은 카피라이팅 고전 공식 PAS(문제 → 공감 → 해결)의 적용이고, 도입-본문-행동의 흐름은 AIDA(주의-흥미-욕구-행동, 1898년 세인트 엘모 루이스)에서 온 것입니다. 100년 넘게 검증된 구조입니다.

틀이 통하는 근거

연구가 확인한 두 가지

스탠퍼드 · 시카고대 실험 (2018)

+20%

제목에 받는 사람 이름 하나 넣었을 때 오른 열람률. 구독 취소는 17% 줄고, 문의는 31% 늘었습니다.

닐슨 노먼 그룹 · 이용성 연구

훔기

독자는 읽지 않고 훔습니다. 제목과 첫 문장에서 승부가 나기 때문에, 감이 아니라 틀이 필요합니다.

출처 · [Sahni · Wheeler · Chintagunta, "Personalization in Email Marketing", Marketing Science \(2018\)](#) — 이메일 수십만 통 무작위 실험 · [Nielsen Norman Group, Email Newsletters: Surviving Inbox Congestion](#)

로컬 없이 하면

API로 만들 때의 값

한 편 4,000자 · 월 4회 · 다시 만들기 2회 기준 — **전부 유료 API**로 돌리면 이렇게 됩니다.

오디오 생성

일레븐랩스 기준

연 161,280원

텍스트 생성

연 ~4,800원

API 합계

연 16.6만 원

글은 헐값인데 목소리가 값의 97%를 가져갑니다. 그래서 2개월을 못 갑니다.

로컬 AI

0원

글도 목소리도 내 컴퓨터에서. 몇 번을 다시 만들어도 같습니다.

출처 · 텍스트: 클로드 Sonnet 5 공식 단가 — 입력 100만 토큰당 \$3 · 출력 \$15 (anthropic.com/pricing) — 한 편(초안+수정 2회)에 약 100원 · 오디오: 일레븐랩스 초과분 1,000자당 \$0.30 (elevenlabs.io/pricing) · 환율 1,400원 기준.

오늘의 실습

들리는 뉴스레터

오늘 실습은 **텍스트 생성과 오디오 생성을 한 흐름**으로 합니다.

로컬 AI가 글을 쓰고, 4강에서 만든 **내 목소리**가 그 글을 읽습니다.



남들이 안 하는 이유

값

매주 성우를 쓰거나 직접 녹음해야 합니다. 그래서 2개월을 못 갑니다.

우리가 할 수 있는 이유

0원

내 컴퓨터에서 만듭니다. 몇 번을 다시 만들어도 같습니다.

4강에서 확인한 대로 **10명 중 6명은 화면을 안 봅니다.**

출퇴근길에 **읽을** 수는 없어도 **들을** 수는 있습니다.

이미 흐름입니다 — 서브스택 앱은 글을 **자동으로 읽어 주고**, TIME은 **돈을 내고** AI 낭독을 달았습니다.

그리고 이것이 오늘 드리는 **사업 아이템**입니다 — 오디오 없는 뉴스레터·블로그에 **낭독을 입혀 주는 서비스.**

TIME이 돈 주고 사는 일을, 내 목소리 클론으로 **0원에 시작**할 수 있습니다.

나만의 뉴스레터 **스튜디오** 만들기

처음부터 짓지 않습니다. 세계 개발자들이 파 놓은 터(깃허브) 위에서
안티그래비티로 내 것을 짓고, 로컬 AI를 꾹습니다.



영상에서 쓴 명령 3개 · 그대로 붙여넣기

1) 깃허브 채팅에

뉴스레터 자동화 개발 레포 탐5. 이 중 가장 최근에 개발된 것은?

→ 마지막 업데이트 날짜를 꼭 확인 — 4~6년 전 것은 거른다

2) 코드 복사 후 안티그래비티에 (새 폴더를 만들어 저장하고 시작)

이 코드를 기반으로 나의 목적에 맞게 재개발 시작.

목표: 뉴스레터 생성, 이메일 등록 시 자동 전송, 완전 한글 버전.

3) 로컬 AI 연결 (LM STUDIO 개발자 모드 → 로컬 서버 → API 주소 복사)

AI 생성을 로컬 AI인 LM STUDIO에 연결해서 생성할 수 있도록 개발해 줘.

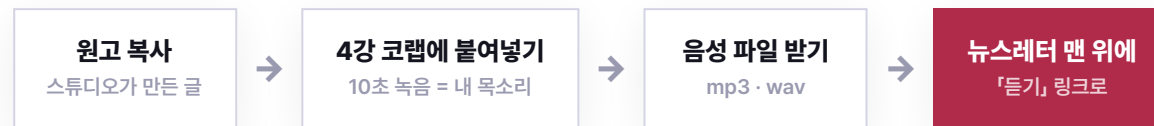
[복사한 API 주소 붙여넣기]

→ LM STUDIO가 안 되면: "LM STUDIO 말고 올라마로 해줘"

유료 API는 쓰지 않습니다 — 생성은 전부 로컬 AI. 오늘의 핵심 5가지: 문제 정의 → 바이트 코딩으로 개발 → 로컬 AI 연결 → 자동화 → 운영. 완성이 목표가 아니라 이 과정을 반복하는 훈련이 목표입니다.

실습 ② — 확장

원고에 내 목소리 입히기



4강 실습 코드 (코랩)

설치 없이 바로 해 보기

4강 실습 2에서 한 그대로입니다 — **10초 녹음이면 내 목소리**가 됩니다.

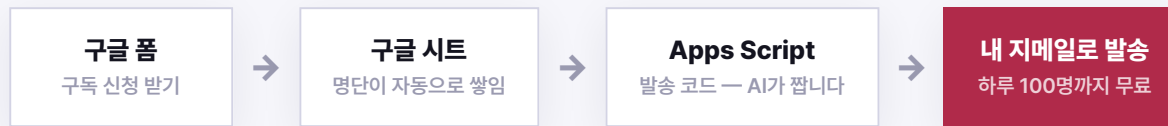
이걸로 **들리는 뉴스레터**가 완성됩니다.

자세한 단계는 [4강 교재](#) 실습 장에 있습니다.

미리 보기 — 발송도 0원

보내는 것까지 구글로 0원

스티비 같은 발송 서비스 없이도 됩니다. 도메인도, 서버도 필요 없습니다.



지금 바로 시도 — AI에게 이렇게 시키십시오

구글 시트에 '이메일'과 '수신거부' 열이 있어. 이 시트의 명단에게
내 지메일로 뉴스레터를 보내는 구글 Apps Script를 짜 줘.
- 수신거부 열이 "예"인 사람은 건너뛰어
- 메일 맨 아래에 수신거부 안내 한 줄을 넣어
- 하루 100명 한도를 넘지 않게 해 줘
설치 방법도 단계별로 알려 줘.

무료 지메일의 자동 발송 한도는 하루 100명입니다 — 첫 구독자 100명까지는 전부 0원이라는 뜻입니다. 넘치면 그때 도구를 빌리면 됩니다. 궁금하신 분은 위 명령으로 지금 바로 시도해 보셔도 됩니다.

계속하는 법

한 번 쓰고 네 곳에 쓴다

원본

뉴스레터

가장 긴 글. 여기서 시작합니다.

파생 1

오디오

내 목소리로 읽은 파일. 4강에서 만든 것.

파생 2

스레드 · X

핵심만 잘라 여러 조각으로. 3강에서 만든 것.

파생 3

인스타 캡션

한 문장으로 줄여 이미지에 엮습니다.

매주 네 개를 만드는 것이 아니라 하나를 만들어 네 번 씁니다.

이렇게 해야 8주 차에 멈추지 않습니다.

밝혀 드립니다

넣지 않은 것과 그 이유

「뉴스레터 평균 개봉률 40%」
기준이 제각각

업종·측정 방식마다 크게 달라 하나의 수치로 말
할 수 없습니다.

「이메일 1달러 쓰면 36달러」
출처가 오래됨

널리 인용되지만 원 조사 시점이 오래됐고 지금
값은 다릅니다.

특정 뉴스레터 서비스 추천
오늘 주제 아님

어디에 담을지보다 무엇을 계속 보낼 수 있나가
먼저입니다.

토마스 프랭크 연도별 매출
시점이 섞임

공개 시점이 달라, 비율(11% 대 89%)만 남겼
습니다.

남긴 수치는 본인 인터뷰와 그가 쓰는 서비스의 공개 사례에서 확인한 것뿐입니다.

5강 정리

오늘 할 일 두 가지

하나

데려오기

지금 올리는 콘텐츠에 「여기서 받아 보세요」 한 줄을 넣으십시오. 그것부터입니다.

둘

들리게

뉴스레터 한 편을 내 목소리로 읽어 보십시오. 실습에서 함께 합니다.

Part 1 이론이 오늘로 끝납니다. 다음은 **직접 만드는 5개** 강입니다.

6강 · 프로젝트 기획 — 8월 19일 수요일 저녁 10시. 실습 프로젝트 하나로 완주가 시작됩니다.

강의 목록

9월 · 나만의 인공지능 (8/20 엘리버드)