

THE EVERYTHING · FIELD GUIDES FOR TRADE BUSINESSES

AI 점포 인테리어 플레이북

AI 시대에 점포 인테리어 사업을 꾸리는 법

— 그리고 오픈 날짜를 지켜줄 사람이라며 사업주가 함께 여는 시공자가 되는 법.

완결된 시스템 · 군더더기 없음 · 자유롭게 공유 가능

THE EVERYTHING

먼저 읽어 주세요

10년 전만 해도 점포 인테리어 사업을 제대로 하려면 전화를 받는 사람, 장부를 보는 사람이 따로 있어야 했고, 그러고도 현장을 오가는 트럭 안에서 종이 쪽지에 범위와 공정과 협력업체 배치를 계산해야 했습니다.

오늘날에는 제대로 세팅한 솜씨 좋은 시공자가 사업주의 문의를 받은 그 순간 응대하고, 범위를 곧게 잡아주고, 사장님이 오픈 일정을 짤 수 있는 공정을 알려주고, 제날짜에 문을 열게 합니다. 건너편 동네의 더 큰 업체가 아직 음성 메시지를 되돌려 주는 사이예요. 그러면서도 서류 작업에 밤을 쓰는 일이 없습니다.

그 사장이 사장님보다 머리가 좋은 게 아닙니다. 인테리어를 더 잘하는 것도 아니고, 컴퓨터를 잘 다루는 사람은 더더욱 아닙니다 — 우리가 본 최고 중 한 명은 2년 전만 해도 납품 전표 뒷면에 카운터를 그리던 사람이었습니다. 그는 남들보다 먼저 한 가지를 깨달았을 뿐입니다. **사업의 지루한 절반** — 문의 응대, 후속 연락, 범위를 담은 견적, 공정 업데이트, 협력업체 조율, 기성 청구 — 이제 이 모든 것이 알아서 굴러갈 수 있다는 것어요. 그래서 그는 돈과 평판이 있는 곳에 힘을 쏟았습니다. 인테리어를 제날짜에 끝내는 일, 그리고 사업주가 모든 매장을 함께 여는 시공자가 되는 일예요.

이 플레이북은 그가 그걸 어떻게 해내는지에 대한 안내서입니다. “복사해서 쓰는 프롬프트 50개” 같은 건 없습니다. IT 업계 특유의 허세도 없습니다. 실제 시스템 — 어떻게 생각하고, 무엇을, 어떤 순서로 세팅하는지, 그리고 자리 잡기 직전에 솜씨 좋은 시공자들이 포기하게 만드는 실수들 — 을 담았습니다. 처음부터 끝까지 읽으면, 소프트웨어에 단 한 톨을 쓰지 않더라도 지금보다 더 탄탄하고 수익성 높은 인테리어 사업을 운영하게 될 것입니다.

무엇이 여전히 사장님 뒤편에 대한 솔직한 이야기

이 안내서의 어떤 내용도 인테리어를 어떻게 짓는지 정하거나, 공정을 짜거나, 범위·협력업체·공기에 대한 사장님의 판단을 대신하지 않습니다 — 그리고 이것은 현장에서의 사장님 눈, 사장님의 솜씨, 이 일이 지키는 기준을 결코 대신하지 않습니다. 이것이 말는 것은 행정 업무입니다. 그 공간에 진짜 무엇이 필요한지, 현실적인 공기는 얼마인지, 협력업체와 인허가 절차를 어떤 순서로 엮을지는 컴퓨터가 지어낸 숫자가 아니라 사장님이 내리는 판단입니다. 마감과 가구를 클라이언트의 브랜드대로 전달하는 것은 사장님의 기술이고, 공기에 대해 사업주에게 솔직한 것 — 지킬 수 없는 날짜는 약속하지 않는 것 — 은 사장님의 뒤편으로 남습니다. 모두 처음부터 끝까지 사장님의 뒤편입니다.

이 안에 담긴 것

01 새로운 경기장

사업주가 사장님을 판단하는 3가지 — 그리고 왜 먼저 응대하는 것이 현장에 도착하기도 전에 일감을 따내는가.

02 AI 우선으로 생각하라

낮은 습관에 AI를 덧붙이지 마라. AI가 모든 것을 먼저 거치도록 사업을 다시 그려라.

03 다시는 일감을 놓치지 마라

사업주에게 먼저 응대하고, 현장 실측을 예약하고, 모든 매장을 함께 여는 상대가 되라.

04 곧게 견적하라 — 범위도 공기도

범위를 담은 가격, 현실적인 공기, 그리고 왜 전화 한 통의 확정가와 약속한 날짜가 위험 신호인가.

05 깔끔스러운 독촉 없이 수금하라

단계별 기성, 그리고 청구서로 들이미는 게 아니라 작업 전에 나누는 변경 이야기.

06 스스로 굴러가는 받은편지함

분류하고, 초안을 쓰고, 사장님의 돈까지 지켜준다 — 운전 중에는 읽어주기까지.

07 당신의 디지털 사무장

아침 브리핑, 스스로 쌓이는 작업 파일, 그리고 공정과 협력업체 조율 기록.

08 실제보다 두 배 커 보여라

모든 것에 붙은 브랜드, 제날짜에 열었다는 증거, 그리고 다점포 확장과 사업주 소개 선순환.

09 30일 전환

한 번에 한 주씩, 신뢰 다이얼, 그리고 클라이언트의 오픈 날짜를 쓰는 법 — 거짓 “오늘만”이 아니라.



2분 누수 점검

어디서 사업주를 놓치고 있는지 정확히 찾아내고 — 무엇부터 고칠지 알려준다.

01

CHAPTER ONE

새로운 경기장

인테리어 시공자를 찾아 전화를 돌리는 사업주는 사장님의 지난 매장들을 볼 수 없습니다 — 온 동네에 흩어져 다른 사람 브랜드 뒤에 있으니까요. 손닿는 것으로 판단할 뿐입니다 — 그리고 바로 거기서 대부분의 시공자가 한 해의 가장 좋은 클라이언트를 소리 없이 놓칩니다.

사장님 손님은 임대차 계약을 하고 빈 상가의 월세를 내고 있는 사업주입니다 — 그리고 그들이 정말 두려워하는 건 딱 하나. 오픈을 못 맞춰 수입 없이 월세만 흘려보내는 것입니다. 일감은 다음 세 가지를 가장 먼저 해내는 곳에게 돌아갑니다:

- 1 **응대하고 — 곧은 방향을 찢는가?** 먼저 전화를 받아 미더운 손으로 들린 시공자가 실측을 탄다. 현장에 나가 있어 꿩기게 두면 다음 시공자에게 걸고 — 여는 모든 매장을, 응대한 그 사람과 함께 연다.
- 2 **제날짜에 열어줄까?** 사업주의 진짜 두려움은 공기의 붕괴다 — 절반만 지은 매장에서 월세만 나가는 것. 현실적인 공기를 주고 그것을 지키는 시공자가, 못 지킬 날짜를 약속하는 싼 시공자를 매번 이긴다.
- 3 **내 브랜드가 될까?** 인테리어는 그들의 매장 얼굴이다 — 모든 손님이 그들을 평가할 공간. 브랜드에 맞고, 마감이 좋고, 조율이 된 인테리어가 싸고 거친 것을 매번 이긴다.

이 셋 중 어느 것도 무엇에 관한 게 아닌지 눈치채셨나요? 가장 싼 가격. 세 가지 모두 연락이 닿는가, 곧은가, 제날짜인가에 관한 것입니다 — 세 개 현장을 돌릴 때 가장 놓치기 쉬운 바로 그것들이죠. 그리고 상대방은 이미 AI로 돌아가고 있습니다. 문제는 AI가 인테리어에 들어오느냐가 아니라 — 그것이 사장님을 위해 일하느냐, 사장님에게 맞서 일하느냐입니다.

좋은 소식이 있습니다. 기술이 소규모 업체의 편을 드는 건 이번이 처음입니다. 대형 인테리어 업체는 위원회를 열고, 도입 절차를 밟고, 교육 프로그램을 돌립니다. 사장님은 화요일에 결정해서 금요일이면 먼저 응대할 수 있습니다. 경기장이 막 뒤집혔습니다 — 작고 숨쉴 좋은 시공자가 이제 전국구 업체처럼 보이고 그렇게 일할 수 있습니다. 그들의 간접비 없이, 게다가 사업주가 임대차 시계에 쫓겨 인테리어 견적이 급할 때 음성사서함에 걸리지 않고요.

“그런데 저는 컴퓨터를 잘 못 다뤄요”

이걸 가장 잘 하는 작업자들도 마찬가지입니다. 우리가 본 가장 빠른 도입자 중 한 명은 현장 경력 26년에 3년 전에야 처음 컴퓨터를 잡은 사장이었습니다. 그의 말입니다. **“맞춤법 신경 쓰지 마세요. 문법도 신경 쓰지 마세요.”** 문자 한 통 보내거나 음성 메시지 하나 남길 수 있다면, 이 플레이북의 모든 것을 운영할 수 있습니다. 원하는 것을 말할 수 있는 것 — 그게 새로운 조건이고, 사업주에게 범위와 공기와 협력업체 배치를 날마다 설명하는 시공자는 이미 그걸 잘합니다.

**월 30만
~100만**

원, 그 이상도

현장관리 소프트웨어가 흔히 청구하는 금액입니다 — 그러고도 타이핑과 독촉은 여전히 사장님에게 시킵니다. 어떤 사장은 팀이 거의 쓰지도 않는 도구에 한 달에 100만 원을 쓰고 있었습니다. 이 플레이북의 모든 것은 그 지출을 대체하거나, 아니면 그 값을 하게 만듭니다.

규모가 사장님의 세 배인 업체가 느린 건 그들이 크기 때문입니다. 그게 사장님의 틈입니다. 이 플레이북은 그 틈으로 걸어 들어가는 이야기입니다.

02

CHAPTER TWO

AI 우선으로 생각하라

도구를 하나라도 건드리기 전에, 이 일을 바라보는 방식부터 바로잡아야 합니다 — 가장 큰 실수는 잘못된 소프트웨어를 사는 게 아니기 때문입니다. 그것은 낡은 방식에 AI를 덧붙여 놓고 왜 아무것도 달라지지 않는지 의아해하는 것입니다.

당신 사업의 모든 절차는 한 가지 전제 위에 세워졌습니다. 각 단계를 사람이 해야 한다는 것. 누군가 사업주 문의를 받습니다. 누군가 범위와 협력업체 배치와 공정을 짭니다. 누군가 인허가 절차, 기성 청구, 협력업체 조율을 챙깁니다. 사장님의 하루 전체가 그 전제에 맞춰 짜여 있습니다 — 그리고 그 전제는 방금 죽었습니다.

낡은 절차를 자동화하지 마세요. 다시 그리세요 — AI가 모든 것을 먼저 거치고, 사장님이 감독하는 방식으로요. 세 가지 사고 전환:

전환 하나 — 단계가 아니라 결과를 맡겨라

“어느 버튼을 누르지” 하는 생각을 멈추세요. 이제 사장님은 유능한 현장소장에게 말하듯 사업에 말합니다. 결과를 말하면, 단계는 알아서 짜냅니다. 어떤 사장은 자재상 카운터에서 메시지 하나로 자재를 채웁니다 — “응우옌 카페 인테리어에 쓸 가구용 판재랑 하드웨어 챙긴다” — 그러면 주문, 비용 처리, 장부가 알아서 정리됩니다.

전환 둘 — AI 먼저, 당신은 그다음

AI가 모든 것의 초안을 잡고, 사장님은 승인하거나, 손보거나, 뒤집습니다. 범위를 담은 견적과 공정은 사장님이 자리에 앉기도 전에 이미 작성되어 있습니다. 한 고객은 이렇게 표현했습니다. “열에 아홉은 완벽해요. 그냥 — 응, 보내 — 하면 끝이죠.” 사장님의 일은 40분의 타이핑이 아니라 10초의 판단으로 줄어듭니다.

전환 셋 — 교정은 투자다

보통의 소프트웨어에서는 같은 실수를 영원히 고칩니다. AI에서는 한 번만 고치면 됩니다. 표준 견적은 디자인, 인허가, 철거, 설비, 가구, 그리고 조율하는 협력업체들을 반드시 짚는다고, 그리고 공간을 보기 전에는 확정 숫자도 오픈 날짜도 주지 않는다고 알려주면 — 이렇게 답합니다. **“앞으로 그렇게 기억해 두겠습니다.”** 모든 교정이 쌓입니다. 6개월 뒤면 사장님처럼 견적을 내고, 사장님처럼 글을 쓰고, 사장님의 규칙을 압니다 — 사장님이 한 번 가르쳤기 때문입니다.

다시 그리기 연습

사업을 한 바퀴 돌며 모든 접점에 대해 한 가지만 물으세요. “AI가 이걸 먼저 거친다면 어떤 모습일까?”

접점	기존 방식	AI 우선
인테리어를 돌리는 사이 사업주가 전화한다	음성사서함. 다음 시공자에게 빼앗김.	응대하고 선별하고, 실측 예약 — 아침이면 범위를 담은 골은 어림 숫자와 현실적 공기까지.
한 업체나 인허가가 밀려 오픈을 위협한다	늦게 알게 되고, 오픈이 위태롭다.	움직이는 순간 표시, 그것이 날짜에 뭘 뜻하는지 물기 전에 사업주에게.
공급처 단가표 업데이트가 도착한다	200통의 메일에 묻힘. 다음 견적에 옛 단가.	추출해서 단가에 반영 — “판재와 하드웨어 인상, 견적 조정.”
인테리어 한 건이 끝난다	사진은 전화기 안, 인계는 즉흥.	인계 묶음을 보내고, 후기를 요청하고, 그 사업주의 다음 매장을 쫓는다.

여기서부터의 모든 장(章)은 이 연습을 사업의 한 부분에 적용한 것일 뿐입니다.

03

CHAPTER THREE

다시는 일감을 놓치지 마라

가장 많은 돈을 앗아가면서도 가장 덜 아픈 농침부터 시작합니다 — 청구서를 볼 일이 없기 때문입니다.

인테리어 리드는 고가이면서 상하기 쉽습니다. 인테리어 견적을 받는 사업주는 임대차 시계에 쫓겨 몇 군데에 걸고, 먼저 응대하고 날짜를 맞추는 것 같은 곳에 실측을 맡깁니다 — 느린 곳은 다시 연락이 오지 않습니다. 문의는 오후 4시, 사장님이 철거를 조율하며 현장에 있는 사이에 진동합니다. 그대로 끊깁니다. 그 사업주는 다음 시공자에게 걸어 실측을 예약하고, 이제 그가 매장을 엽니다 — 그다음 매장도, 다점포 확장도. 사라졌습니다 — 이 한 건만이 아니라, 어쩌면 그 사업주가 앞으로 여는 모든 매장까지요.

먼저 응대

가 사업주를 이긴다

임대차 시계에 쫓기는 사업주는 전화를 받고 제날짜에 열어줄 것 같은 곳에 겁니다. 놓친 문의는 미뤄진 매출이 아니라 — 그 인테리어를, 그리고 대개는 그 뒤 모든 매장을, 응대한 곳에 건넨 것입니다. 게다가 느린 응대는 검색 순위까지 끌어내려 다음 것마저 앗아갑니다.

음성사서함은 한 해의 가장 좋은 클라이언트가 죽으려 가는 곳입니다. AI 우선의 해법은 더 큼니다 — 문의는 사실 두 개의 문제이기 때문입니다.

문제 하나 — 받지 못한 전화

AI 접수원이 사장님 상호로 하루 24시간 응대하고, 통화에서 차분하고 미덥게 들리며, 모든 세부사항을 기록합니다 — 어떤 공간인지, 대략의 규모, 디자인 단계, 목표 오픈 날짜, 철거가 있는지 — 사장님이 현장에 있거나 잠든 사이예요. 그리고 일감을 따내는 바로 그 일을 합니다. 매번 먼저 응대합니다. 그래서 다른 곳이 음성사서함에 있는 사이 실측을 예약하는 시공자는 사장님입니다.

문제 둘 — 아무도 쌓지 않은 관계

인테리어 사업은 한 매장으로 이기는 게 아닙니다 — 사업주가 모든 매장을 함께 여는 시공자가 되어 이깁니다. 대부분의 시공자는 한 건을 해내고 그 나머지를 생각하지 않습니다. 먼저 응대하고, 제날짜에 열고, 그들의 브랜드를 전달하는 곳이, 그 사업주가 다음 매장에서 부르는 곳이고, 다점포 확장에서 부르는 상대이며, 완성된 공간에 들어선 다른 모든 사업주에게 추천하는 상대입니다.

- ✓ 모든 문의를 사장님 상호로 응대 — 저녁 6시에도, 주말에도, 동네 사업주들이 임대차 시계를 다투는 주에도.
- ✓ 모든 일감의 검색 가능한 기록 — “로시 카페, 월 어떻게 얼마에 봤고, 공정은 어땠지?”
- ✓ 중요한 사업주 앞에 계속 있는 후속 연락 — 그래서 다음 매장이 나오면, 부르는 건 사장님이다.
- ✓ 문의에서 나온 일감 정보 — 공간, 디자인 단계, 오픈 날짜 — 가 세 번 다시 입력되지 않고 곧바로 실측으로 흘러 들어간다.

전화는 가장 좋은 사업주를 앗아가는 물건이 아니라, 실측을 예약해 주는 물건이 됩니다 — 그리고 그들이 모든 매장을 함께 여는 시공자로 사장님을 남겨 둡니다.

04

CHAPTER FOUR

곧게 건적하라 — 범위도 공기도

인테리어에는 대부분의 업종에 없는 건적 형태가 있습니다. 숫자는 절반에 불과합니다 — 나머지 절반은 공기입니다. 클라이언트는 인테리어만큼이나 오픈 날짜를 사는 것이기 때문입니다. 그리고 그 어느 것도 전화기 너머로는 판단할 수 없습니다.

범위와 공기

그리고 약속한 날짜가 판가름의 표시

인테리어는 가격이 아니라 범위이자 공정입니다. 디자인·도면, 인허가, 철거, 설비 (전기·급배수·데이터·공조), 가구와 마감, 공정에 맞춰 순서 잡는 협력업체들, 그리고 오픈 가능한 상태의 인계. 싸게 부르는 자는 일을 따려고 낮은 숫자와 못 지킬 오픈 날짜를 내고, 도중에 공기도 예산도 무너뜨려 사업주가 월세만 흘립니다. 제대로 보고, 사장님이 오픈 일정을 짤 수 있는 현실적 공기를 주고, 곧게 값 매기면 — 사장님은 사업주가 모든 매장을 함께 여는 시공사입니다.

이 업종의 정직한 진실이 이것입니다. **보지도 않고 전화로 내놓는 확정가와 오픈 날짜는 안심이 아니라 위험 신호입니다.** 공간도, 범위도, 디자인도 보지 않고 인테리어를 제대로 값 매기고 공정을 짤 수 있는 사람은 없습니다. 정직한 한 수는 대략의 방향을 주고, 그다음 공간을 보고 재는 것입니다 — 상태, 설비, 인허가, 협력업체 — 확정된 숫자와 날짜를 약속하기 전에도.

AI 우선 건적은 이걸 쉽게 만듭니다 — AI가 나가기 전에 일감을 선별합니다. 오늘날 실제 인테리어 업체에서 그게 어떤 모습인지 보시죠.

- ✓ **올바른 질문을 먼저 던집니다.** 문의에서 AI는 가격과 공정을 실제로 정하는 것들을 짚어 나갑니다 — 공간의 종류와 규모, 디자인 단계, 설비, 인허가, 목표 오픈 — 그래서 사장님은 올바른 정보를 손에 쥐고 실측을 예약합니다.
- ✓ **당신의 구조로 값을 냅니다.** 과거 인테리어를 넣어주면 사장님의 단가와 협력업체 비용을 익혀 — 디자인, 인허가, 설비, 조율하는 협력업체를 짚은 곧고 범위를 담은 숫자를 줍니다. 그것들을 숨기는 뭉뚱그린 숫자가 아니라고요.
- ✓ **현실적인 공정을 짹니다.** 인허가 리드타임도, 설비 조율도, 순서 잡아야 하는 협력업체도 잊지 않습니다 — 그래서 사장님이 주는 공기는 실제로 지킬 수 있는 것입니다.

오픈 날짜

속이지 않는 약속

이 업종의 신뢰 파괴자가 이것입니다. 사업주는 임대차, 오픈, 직원, 재고를 모두 오픈 날짜에 걸어 뒀습니다 — 싸게 부르는 자는 일을 따려고 못 지킬 걸 알면서 그 날짜를 약속하고, 오픈은 밀리고, 사업주는 수입 없는 절반짜리 매장에서 월세만 흘립니다. 정직한 시공자는 진짜 범위·인허가·조율할 협력업체에서 짠 현실적 공기를 주고, 지키며 — 안 되는 날짜는 분명히 그렇다고 말합니다. 못 지킬 날짜를 약속하지 않는 것은 일을 잃는 게 아닙니다. 사업주가 사장님을 골라야 할 바로 그 이유입니다.

인테리어 실측은 마찰이 아니라 — 판매다

어떤 인테리어든, 한 수는 대략의 방향을 주고, 실측을 예약하고, 확정 숫자와 날짜를 약속하기 전에 재는 것입니다. 제대로 설명하면 이걸 지연이 아니라 — 사장님이 환상의 공기로 일을 따서 그들의 오픈을 망치지 않는다는 걸 사업주에게 알려주는 것입니다. “지금 대략을 드리고, 재고 나면 확정가와 현실적 공기를 — 드리는 날짜가 진짜 열 수 있는 날이 되도록요” — 이 말이 사장님의 정직함을 그들이 사장님을 고른 이유로 바꿉니다.

그다음, 다들 건너뛰는 대목 — 사업주 앞에 계속 있는 것입니다. 일 뒤의 메시지 하나. “오픈해서 장사 시작하셨네요 — 인계 묶음도 보냈고요. 다음 매장은 언제인가요?” 이 습관 하나가 단가를 낮추는 것보다 더 많은 다점포 확장을 따냅니다. AI 우선에서는 그 후속 연락이 사장님이 기억해야 할 습관이 아닙니다. 그냥 저절로 일어나는 일입니다.

핵심은 소프트웨어가 아니다

핵심은 기준입니다 — 제대로 재고, 지킬 공기를 주고, 오픈이 유지되도록 협력업체를 조율하고, 그들의 브랜드를 전달하라. 이 기준을 지키는 수첩 든 시공자가, 그러지 못하는 앱 든 시공자를 이깁니다. AI는 그 기준을 수월하게 만들 뿐입니다.

05

CHAPTER FIVE

겉끄러운 독촉 없이 수금하라

인테리어를 따냈습니다. 이제 돈을 받아야 합니다 — 그리고 인테리어는 단계별 프로젝트입니다. 착수 계약금, 진행에 따른 기성 청구, 그동안 대주는 협력업체 비용과 자재, 그리고 공간이 뜻밖의 것을 내놓을 때의 변경.

단계별 기성을 제때

기습 변경 없이

사업주에게 해줄 수 있는 가장 안심되는 일은 돈에 곧고, 꾸준한 것입니다. 착수 계약금, 인테리어가 이정표에 닿을 때마다의 기성 청구 — 철거 완료, 설비, 가구 설치, 인계 — 그리고 어떤 변경(임대인 조건, 설비 돌발)이든 나중에 들이치는 게 아니라 **작업 전 대화**로. 인계 때의 기습 “추가”야말로 다점포 사업주를 한 번짜리로 바꾸는 당사자입니다. 꾸준하고 이정표에 기반한 청구는 공정할 뿐 아니라 — 다음 매장에 계속 불리는 가장 강력한 이유입니다.

독촉은 사람 문제가 아니라 시스템 문제입니다. 시스템을 고치면 겉끄러운 대화를 다시는 하지 않습니다.

- 1 착수 계약금.** 인테리어가 정해지고 실측했을 때의 명확한 계약금 요청이 자재와 착수를 대고 — 사업주를 확실히 붙듭니다.
- 2 이정표에서 청구하라.** 눈에 보이는 이정표 — 철거, 설비, 가구, 인계 — 에 묶인 기성 청구. 그래서 아무도 신뢰로 프로젝트를 지지 않고, 사업주는 언제나 숫자의 위치를 압니다.
- 3 변경 대화를 물기 전에 하라.** 공간이 돌발을 내놓으면, 사업주는 작업이 진행되기 **전에** 그 비용과 그것이 오픈에 뭘 뜻하는지 듣습니다. 인계 때의 매복이 아니라 대화입니다.
- 4 꼭 필요할 때만 어조를 높여라.** 대부분 한두 번의 알림에 결제합니다. 사장님은 끝까지 좋은 사람으로 남습니다.

돈은 돈입니다. 초반에 AI를 짧은 목줄에 매어 두는 유일한 곳이 여기입니다. AI가 초안을 잡고, 사장님이 승인합니다 — 한 달 동안 옳게 하는 걸 지켜볼 때까지.

06

CHAPTER SIX

스스로 굴러가는 받은편지함

받은편지함은 돈이 조용히 새어 나가고 스트레스가 새어 들어오는 곳입니다.

공급처 명세서, 디자인을 확정하는 사업주, 임대인의 조건, 예약을 확인하는 협력업체, 인허가 서신, 봐 달라는 공간 사진, 후기 알림, 다음 매장을 가진 지난 사업주 — 이 모든 게 잡동사니와 뒤섞여, 세 개 업체를 현장에서 조율하는 동안 도착합니다. 한 사장은 밀린 메일 24,000통으로 시작했습니다. “메일 하나 읽으면 그게 묻혀버려요. 다시 찾지도 못하고요.”

AI 우선에서 받은편지함은 사장님이 들여다볼 즈음엔 이미 처리되어 있는 것이 됩니다:

- ✓ **분류됩니다.** 오늘 중요한 메일 세 통이 맨 위로 떠오르고, 이유가 표시됩니다 — “이건 로시 카페 임대인의 인테리어 조건, 공정에 영향 있음.”
- ✓ **초안이 작성됩니다.** 흔한 답장 — “네, 협력업체는 저희가 전부 조율합니다”, “목요일에 실측 가능합니다” — 이 쓰여 대기합니다. 훑어보고, 손보고, 보냅니다.
- ✓ **물으면 답합니다.** “로시 인테리어 얼마로 봤지? 오픈 날짜는?” — 그러면 즉시 찾아냅니다.

아무도 예상 못 한 대목 — 돈을 지켜준다

AI가 모든 걸 읽기 때문에 짚어냅니다. 한 업체의 말입니다. “잘못 주문할 뻔한 걸 막아서 이미 수백만 원을 아꼈어요 — 잠깐, 과거 작업들로 보면 이걸 원하시는 것 같은데요, 하더라고요.” 또 다른 업체는 공급처가 실수로 50% 차이 나게 청구한 걸 — 결제되기 전에 자동으로 짚어냈습니다.

07

CHAPTER SEVEN

당신의 디지털 사무장

모든 인테리어 업체에는 사무장이 있습니다. 대개 그건 밤 10시에 서둘러 그 일을 하는 사장님입니다.

한 주

사무 공백에도

한 현장 업체의 사무 담당자가 일주일 휴가를 갔습니다. 사장의 말입니다. “일주일째 사무실에 그 사람이 없는데, 오히려 그 일을 대신 해주는 데 도움이 됐어요.” 버틴 게 아니라 최고의 한 주가 됐습니다 — 후속 연락과 독촉이 그 사람이 멈춘 뒤에도 멈추지 않았으니까요.

아침 브리핑

시동을 걸기 전에. 오늘 실측과 인테리어 순서대로, 어느 현장의 인허가나 협력업체가 임박했는지(그리고 어느 게 밀리면 오픈을 위협하는지), 어느 사업주에게 오늘 후속 연락을 해야 하는지, 누구에게 기성을 독촉할지, 잊으면 공정에 발목 잡힐 그 하나. 커피와 함께 2분 — 그리고 현장소장도 압니다.

스스로 쌓이는 작업 파일

모든 사진, 견적, 디자인, 공정이 알맞은 일감에 알아서 붙습니다 — 그래서 사업주가 다음 매장으로 전화하면, 이력 전체가 거기 있습니다. 범위, 협력업체, 공기, 마감, 오픈 날짜 — 모두 한곳에.

두렵지 않은 서류 작업

범위, 공정, 기성 청구, 협력업체 조율, 인계 묶음 — 초안이 잡히고, 보내지고, 찾을 수 있는 곳에 보관됩니다. 범위나 공기에 대한 사장님의 판단을 결코 대신하지 않으며 — 그저 세 개 현장을 돌리는 동안 사라지지 않게 막을 뿐입니다.

08

CHAPTER EIGHT

실제보다 두 배 커 보여라

대형 업체가 사장님이 모르길 바라는 비밀이 있습니다. “전문가답게 보이는 것” — 그리고 “제날짜에 열어 줄 시공자로 보이는 것” — 의 대부분은 겉모습이고, 겉모습은 이제 거의 공짜입니다.

작은 인테리어 팀과 50명짜리 업체가 똑같이 흠잡을 데 없는, 브랜드가 붙은 범위서와 공정표를 보낼 수 있습니다 — 그리고 똑같은 빠른 응답, 똑같은 명확한 공기, 완성된 인테리어의 같은 사진, 사업주의 같은 진짜 후기를 보여줄 수 있습니다. 사업주가 오픈과 브랜드를 사장님에게 맡기는 업종에서, 정돈되고 아무저 보이는 소규모 업체가 대형 업체처럼 신뢰 받고 — 다점포 확장에 계속 맡겨집니다.

소개 선순환 — 우연이 아니라 의도적으로

- 1 **붙잡기** — 먼저 응대하고, 제날짜에 열고, 그들의 브랜드를 전달하라. 그래서 비교 견적 없이 그 사업주가 다음 매장을 사장님과 열게.
- 2 **후기** — 사업주가 가장 만족한 순간, 오픈해서 장사를 시작한 날에 링크와 함께 자동으로 구글 후기를 요청합니다. 후기와 빠른 응답이 순위를 끌어올리고 — 시공자를 고르는 사업주는 둘 다에 기댁니다.
- 3 **소개** — 인테리어는 상설 쇼룸입니다. 완성된 공간에 들어서는 손님과 다른 모든 사업주가 사장님의 작품을 보고 “인테리어 어디서 했어요?”라고 묻습니다. 트레이드에서 가장 강한 사업주 대 사업주 소개망 중 하나입니다.
- 4 **재수주** — 이게 게임의 전부입니다. 좋은 사업주 하나는 인테리어 한 건이 아니라 그들의 다점포 확장 전체입니다. 다음 것, 그다음 것. 모두 작업 파일에 있습니다. 알맞은 때의 후속 연락 하나가 한 매장을 여러 해의 일감으로 바꿉니다.

오늘 시작하라 — 기술이 전혀 없어도

오픈해서 장사를 시작한 날에 모든 사업주에게 후기를 요청하고, 언제나 문을 열어 두세요 — “다음 매장도 꼭 맡겨 주세요. 인테리어 물어보는 분 있으면 저에게 보내 주세요.” 바로 자기 브랜드 그대로의 공간에서 제날짜에 오픈한 사업주가 사장님이 만날 가장 마음이 열린 상대입니다.

09

CHAPTER NINE

30일 전환

위의 모든 것은 효과가 있습니다. 대부분의 시공자가 이걸 굴리지 못하는 이유는 한꺼번에 다 하려다 일 도중에 압도되어 옛 방식으로 돌아가기 때문입니다. 그러니 일을 멈추지 말고, 한 번에 한 가지씩.

- 1 **1주차 — 가장 큰 놓침부터 막아라: 받지 못한 전화.** 모든 문의를 응대하고 선별해, 곧은 방향을 주고, 실측을 예약. 이것 하나가 곧바로 이 모든 작업의 값을 뽑기 시작합니다.
- 2 **2주차 — 견적을 고쳐라.** AI가 일감을 선별하고 사장님의 구조에서 범위를 담은 곧은 숫자와 현실적 공정을 초안 하면, 사장님이 교정합니다 — 그리고 모든 교정은 AI가 간직하는 배움입니다. 확정 숫자나 날짜 전에 반드시 실측, 매 건의 후속 연락.
- 3 **3주차 — 수금을 고쳐라.** 착수 계약금, 이정표별 기성 청구, 변경은 일찍 표시, 자동 알림 — 목줄을 벌기 전까지는 돈과 관련된 모든 것을 사장님이 승인하면서.
- 4 **4주차 — 뒷사무실을 넘겨라.** 분류·초안이 끝난 받은편지함, 돌아가는 아침 브리핑, 스스로 쌓이는 작업 파일과 공정 / 조율 기록, 자동으로 요청되는 후기, 쫓는 다음 매장.

왜 넷 다냐고요? 프로세스 하나는 결코 대단하게 느껴지지 않기 때문입니다. “이거 실화냐” 하는 순간은 셋에서 옵니다 — 그때부터 조각들이 서로 대화하기 시작하니까요. 전화가 실측이 됩니다. 실측이 범위와 공정이 담긴 인테리어가 됩니다. 인테리어가 제날짜 오픈과, 기성 청구와, 같은 사업주의 다음 매장이 됩니다.

신뢰 다이얼 — 잠 못 이루지 않고 넘기는 법

새 현장소장에게 첫날부터 인테리어 한 건 전체를 맡기지 않습니다. 여기서도 마찬가지로:

- 1 **1-2주차: 모든 것을 묻습니다.** 모든 메일 초안, 모든 견적 — “이렇게 보내려는데, 괜찮죠?” 사장님은 승인하고, 교정하고, 가르칩니다.
- 2 **3-4주차: 중요한 것만 묻습니다.** 흔한 답장은 그냥 나갑니다. 돈, 새 사업주, 그리고 무게가 있는 것 — 범위, 공기, 변경 — 은 여전히 사장님의 확인을 받습니다.
- 3 **두 번째 달부터: 예외만 묻습니다.** 이제 알아서 굴러가고, 사장님은 아침 브리핑과 알림만 받습니다. 사장님은 여전히 사장님입니다 — 그저 병목이길 그만두었을 뿐입니다.

자리 잡기 직전에 숨씨 좋은 시공자들이 포기하게 만드는 실수들

- ✓ **네 주를 한꺼번에 하기.** 하지 마세요. 한 주에 하나씩. 각각이 다음을 더하기 전에 성과를 쌓습니다.
- ✓ **낮은 절차에 AI 덧붙이기.** 여전히 모든 일감을 옛 소프트웨어에 타이핑하면서 AI더러 “도와달라” 하고 있다면, 요점을 놓친 겁니다. 절차를 다시 그리세요(2장).
- ✓ **거짓 긴급에 손대기.** 필요 없습니다 — 클라이언트 자신의 오픈 날짜와 월세 시계는 어떤 업종에서도 가장 진짜인 긴급입니다. 그 정직한 걸 쓰세요. “월세 내기 시작하는 날에 여실 수 있게 끝내 드립니다.”
- ✓ **가격으로 겨루기.** 가장 싸게 이긴 순간, 돈을 맞추려고 조율을 얇게 하거나 못 지킬 날짜를 약속하는 당사자가 됩니다 — 그게 바로 무너진 오픈입니다. 사업주는 자기 브랜드로 제날짜에 열어주는 시공자에게 돈을 냅니다 — 날짜를 지킨다는 신뢰가 다점포 확장을 이기는 것이지, 가장 낮은 가격이 아닙니다.



내려 놓기 전에

2분 농침 점검

대부분의 시공자는 실력이 모자란 게 아닙니다 — 사업주를 놓치고 있는 겁니다. 사장님 돈은 싼 가격으로 낯선 손님을 이기는 데 있지 않고 — 좋은 사업주 하나가 그들의 다점포 확장 전체이자 완성된 공간에 들어선 다른 모든 사업주에게의 소개이기에, 사업주가 모든 매장을 함께 여는 시공자가 되는 데 있습니다. 그게 핵심입니다 — 먼저 응대하고, 곧게 재고, 제날짜에 열고, 그들의 브랜드를 전달하라. 솔직해지세요 — 지금 당장 사실인 항목에 체크하세요.

- ✓ 문의 응대가 자주 늦다 — 그 지연이 몇 사업주를 앗아갔는지 모른다.
- ✓ 사업주 문의가 방치됐고, 그들은 다음 시공자를 예약했다.
- ✓ 재보지 않은 공간에 전화로 확정거나 오픈 날짜를 내고 — 붕괴를 떠안았다.
- ✓ 낮은 숫자와, 사실 못 지킬 공기로 인테리어를 만 적이 있다.
- ✓ 클라이언트의 오픈 날짜를 못 맞춰 월세만 흘리게 했다.
- ✓ 지난 사업주 앞에 계속 있지 않아서, 다음 매장을 다른 사람과 연다.
- ✓ 범위, 공정, 협력업체 예약이 한곳이 아니라 머릿속과 전화에 있다.
- ✓ 한 업체나 인허가가 밀렸고, 오픈을 지키기엔 너무 늦게 알았다.
- ✓ 받은편지함이 스트레스를 주고, 중요한 것 — 임대인 조건, 기성 청구 — 이 묻힌다.
- ✓ 사업주가 다음 매장을 위해 인테리어 이력을 달라면, 찾는 데 한참 걸린다.

0-2

탄탄한 운영. 몇 군데만 손보면 더 많은 사업주의 다점포 확장에 들어가는 상대가 됩니다.

3-6

지루한 절반에서 진짜 사업주가 새고 있습니다 — 그리고 전부 고칠 수 있습니다. 1주차부터 시작하세요.

7+

사장님, 힘든 프로젝트 일은 다 해놓고 사업주를 먼저 응대할 곳에 넘겨주고 있어요. 좋은 소식은, 그게 바로 이제 가장 고치기 쉬운 부분이라는 겁니다.

가장 큰 지렛대는 더 싼 가격이 아니라 — 먼저 응대하고, 그들의 브랜드로 제날짜에 열고, 사업주 하나하나를 다점포 확장 전체와, 공간에 들어선 모든 사업주에게의 소개로 바꾸는 것입니다. 가장 크게 체크한 항목이 당신의 가장 큰 기회입니다. 거기서 시작하세요.

마지막으로 하나

직접 세팅해 드릴까요?

이 플레이북의 모든 것은 직접 만들 수 있습니다 — 시간과 인내심이 있다면, 그래야 하고요. 실제로 많이들 그렇게 합니다. 그냥 다 되어 있으면 좋겠다면 — 사업주가 전화한 그 순간 응대해 일감을 선별하고 실측을 예약하고, 디자인·인허가·설비·협력업체를 정직하게 짚은 범위를 담은 골은 견적과 현실적 공정을 초안하고, 계약금을 받고 이정표에서 청구하며 변경을 물기 전에 표시하고, 공정과 조율 기록을 챙기고, 사장님이 제날짜에 열어준 모든 사업주에게서 다음 매장을 쫓는 시가 — 이 모든 걸 하나로, 이번 주에 사장님의 인테리어 사업에서 일하도록 — 그게 우리가 만드는 것입니다. 이름은

입니다.

- ✓ 14일 무료 체험. 언제든 해지. 약정도, 계약도 없음.
- ✓ 중요한 것 — 견적, 기성 청구, 사업주 메시지 — 은 사장님이 먼저 보지 않고는 결코 나가지 않습니다.
- ✓ Microsoft Teams와 사장님이 이미 쓰는 도구 안에서 돌아갑니다.

사장님의 실제 인테리어로 작동하는 걸 the-everything-app.com에서 확인하세요 — 둘러보는 데 카드 필요 없음.

솔직한 한마디: 이걸 망가진 사업을 고쳐주지 않고, 공간을 재거나, 공정을 짜거나, 현장에서 협력업체를 조율하지도 않습니다 — 그건 여전히 사장님과, 사장님의 눈과, 사장님의 판단의 몫입니다. 이것이 고치는 건, 사장님이 해 저문 뒤 공짜로 해온 사무 일입니다.

THE EVERYTHING · 현장 사업을 위한 실전 안내서 · 자유롭게 공유 가능