



NFT의 모든 것

최고의 NFT 입문서

암호화폐 지갑과 NFT 거래소부터, 전문 용어 및 출시 전략까지!
NFT에 대해 알아야 할 모든 것이 담겨져 있습니다.



reddit

| V NFT



독자에게 보내는 메시지



CHRIS SARANDOS, 레딧 NA Vertical 마케팅 총괄

만약 길거리에서 누군가에게 NFT가 무엇인지 묻는다면, 대부분의 사람들은 원숭이나 고양이 이미지라고 답할텐데요. NFT가 디지털 아트가 될 수 있다는 말도 맞지만, 사실 NFT는 그 이상의 것이라고 생각합니다. 결국 NFT는 블록체인에 저장된 소유권에 대한 증명과 검증 가능한 거래 이력을 나타냅니다. 흥미로운 점은 이벤트 티켓팅부터 차량 정비 이력, 공급망 관리까지 대부분의 모든 산업에 걸쳐 활용 사례가 존재하며, 기회는 무한하다는 것이죠. 기업은 NFT를 통해 로열티 프로그램을 만들고, 브랜드를 중심으로 커뮤니티를 구축하며, 브랜드를 디지털 세계로 확장함으로써 소비자와 긴밀하게 연결될 수 있는 새로운 시대의 가능성을 제시할 수 있습니다. 그리고 지금이 NFT 전략을 수립하기에 가장 좋은 시기죠. 이 가이드북은 당신이 NFT 프로젝트를 시작하는 데 필요한 모든 내용을 다루고 있습니다. 행복한 여정이 되시길 바랍니다!



AVERY AKKINENI, VaynerNFT 의장

NFT는 2021년 올해의 단어로 선정되었지만, 아직도 극히 일부만이 NFT를 가지고 있습니다. 이 가이드북에서는 NFT 시장의 기본 원리를 알려드리는데요. 가이드북을 통해 NFT 프로젝트를 성공적으로 시작할 수 있도록 도움이 되었으면 합니다. Web3 기술은 디지털자산에 대한 소유권이 혁신을 위한 무한한 가능성을 열어줌으로써 소비자 행동의 엄청난 변화를 상징합니다. 탈중앙화와 창조의 주권에 힘입어 블록체인 기술을 기반으로 구축된 Web3는 소비자가 디지털 매체와 소통할 수 있는 방식을 바꾸고 있습니다. NFT는 이 움직임의 거대한 초석이라고 할 수 있는데요. 우리는 여러분이 NFT가 지금까지 걸어온 방향과 지금부터 걸어갈 방향에 대한 이해를 돕기 위해 이 가이드북을 작성했습니다. VaynerNFT는 지난 1년 간 콜렉터, 크리에이터 및 기업이 Web3에 진입하는데 도움을 주며 NFT 트렌드의 중심에 있었습니다. 이제 준비가 되신 분들은 앉아서 자리에 앉아 안전벨트를 매고, 저희가 준비한 NFT 가이드북을 확인해 보세요!



목차

04 NFT의 간략한 역사

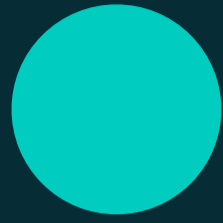
10 누구나 이해할 수 있는 NFT

14 NFT의 7가지 유형

18 NFT의 가치

19 NFT 출시 가이드

37 레딧의 NFT 커뮤니티



r/NFTsMarketplace



NFT의

간략한 역사



NFT의 간략한 역사



2021년은 NFT의 해였다

훗날 우리의 후손들이 역사를 돌아볼 때, **2021년을 NFT의 열풍이 시작된 때**로 기억할 것입니다. 2017년 세계 최초의 블록체인 게임 이자 이더리움에 발행된 NFT인 크립토키티(Crypto Kitties)에서 NFT 혁명이 시작됐다는 주장도 있을 수 있지만¹, 올해야말로 NFT의 성장과 인기가 엄청났는데요. 후손들은 NFT가 어떻게 구글에서도 지코인, 블록체인, 심지어 이더리움을 제치고 올해 가장 많이 검색된 단어 중 하나였는지 알게 될 것입니다.

2021년, 영국 콜린스 사전이 선정한 올해의 단어는 바로 "NFT"였습니다. 그리고 이 모든 것이 크리스티에서 진행된 첫 NFT 경매인 비플(Beeple)의 **"매일: 첫 5,000일(Everydays: The First 5,000 Days)"**에서 비롯되었는데요. 비플의 작품은 약 6,934만 달러(약 785억 원)에 낙찰되면서 생존한 작가 중 세계에서 3번째로 비싼 낙찰가를 기록했습니다.²

이 경매만으로도 NFT 시장의 가능성이 드러났고, 전 세계의 관심을 끌게 되었습니다. 미래를 예측할 수는 없지만, 이것은 NFT의 거대한 트렌드에 있어 서막에 불과합니다.



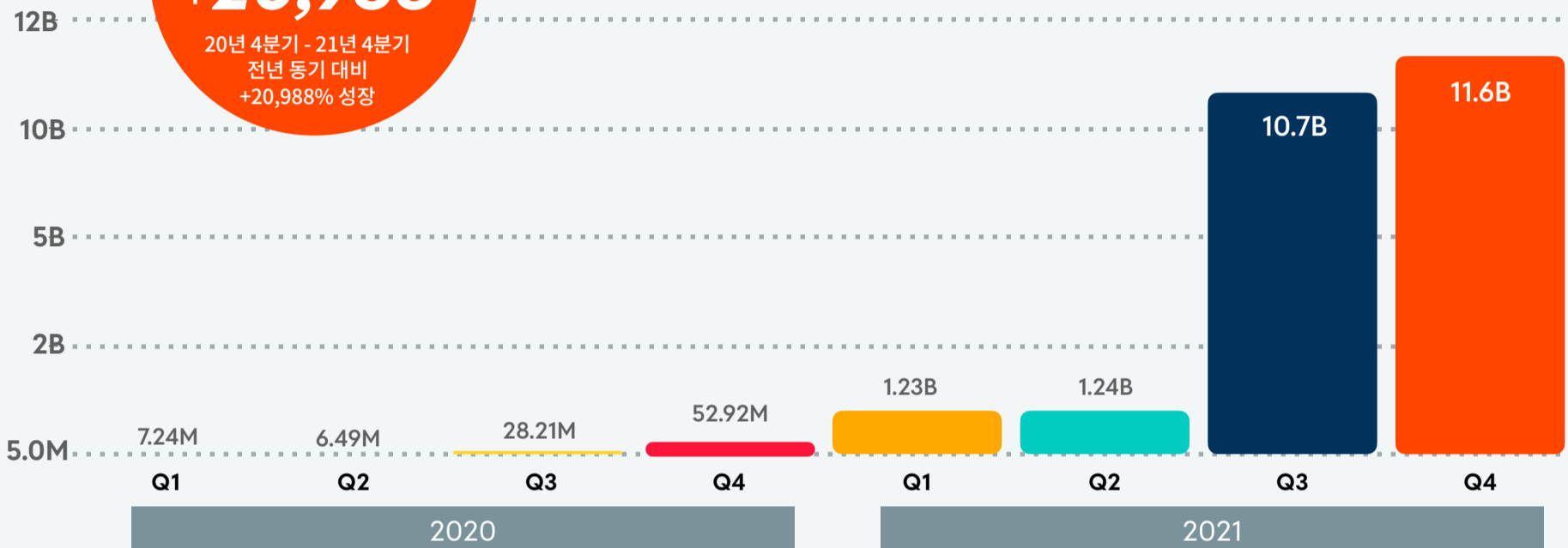
NFT는 트렌드를 넘어 생활의 일부가 될 것이다

2021년 하반기 NFT 판매량 급증



아래 수치를 보면, NFT 시장은 지난 2년간 폭발적으로 성장했습니다.

Source: DappRadar 2021-2022



레딧에서 NFT 관련 대화가 증가하고 있습니다



r/CryptoCurrency

저는 NFT 3개를 가지고 있는데요. 하나는 누군가에게 빌려주고, 하나는 지갑에 보유하며 보너스 에어드랍을 받고 있습니다. 나머지 하나는 기능도 없고, 누구나 우클릭으로 복사할 수 있는 귀여운 우주 친구예요. 전 그들 모두를 사랑합니다!

↑ Vote ↓ Reply

레딧에서 NFT를 주제로 한 대화가 급증하고 있으며, NFT를 언급하는 비율이 전년 대비 **+3,949%** 정도 증가했습니다.

Source: Reddit Internal 2021-2022

2021년 가장 비싸게 팔린 NFT



THE MERGE



\$91.8M



EVERYDAYS



\$69.3M



HUMAN ONE



\$29.9M



CRYPTOPUNK #7532



\$11.75M



전문가들은 NFT 시장의 성장을 다음과 같이 예측합니다.

\$80B
BY 2025



NFT에 진출하고 있는 기업들

NFT는 엄청난 거래량과 급증하는 수요로, 기업들에게 매우 매력적인 기회로 다가왔습니다. 모든 산업의 회사들이 NFT에 참여하는 것이 바로 그 이유인데요.

수익적인 측면 외에도, 기업들은 몇 가지 이유로 NFT를 활용한 테스트를 하고 있습니다.

기업은 NFT를 통해 고객을 유치하고, 새로운 경험을 제공하는데요. 이를 통해 기존의 관계를 보다 강화하며, 새로운 기술 혁신의 선두에 서서 브랜드의 인지도와 명성을 높일 수 있습니다.

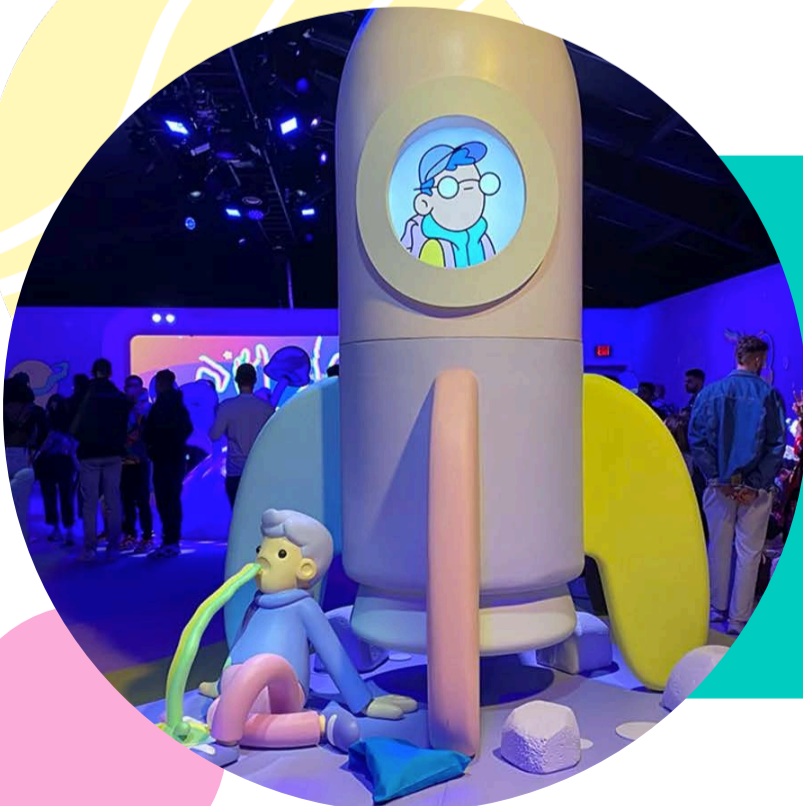


60%

레디터의 60%는 기업들이 NFT의 미래를 구축하는 데 도움이 될 수 있다는 데 동의합니다.

Source: Reddit Internal 2022

기업들이 NFT에 진출하는 두 가지 방법이 있습니다. **자체 NFT를 출시하거나, 기존 프로젝트와 제휴**하는 것인데요. 베어(BEHR)라는 페인트 회사는 두들스(Doodles)와의 제휴를 통해 SXSW에서 몰입감 있는 경험을 제공하였습니다. **두들스와 협업**함으로써 베어는 차별화는 물론 그들의 브랜드를 창의성과 혁신의 개념에 맞출 수 있었는데요. **또 Web3에서 매우 유명한 프로젝트인 두들스와의 파트너십**을 통해, 새로운 유저들을 확보하면서 신뢰를 얻게 되었습니다.



"우리는 베어가 두들스와의 협업을 통해 NFT에 첫 발을 내딛게 되어 매우 기쁩니다. 이 협업이 각 브랜드의 핵심 가치와 사명을 말해 주고, 그들의 커뮤니티에 영감을 가져올 수 있을 것이라 생각합니다."

VERY AKKINENI, VaynerNFT 의장



NFT는 디지털 아트를 넘어 진화하고 있다

최근 NFT는 예술과 연예계에서 많은 관심을 받았습니다. 그러나 Web3와 메타버스의 등장, 가상 상품에 대한 소비자의 욕구 증가와 디지털 소유권 개념에 관심이 쏠리면서, NFT는 디지털 아트를 넘어 크게 확장하고 있습니다. 우리는 NFT가 음악, 엔터테인먼트, 스포츠 및 라이브 이벤트로 확산되어 단순한 디지털 수집품 이상의 가치와 유틸리티를 제공하는 것을 목격하기 시작했는데요. 아직 초기 단계지만 NFT를 활용한 서비스는 아래와 같이 정리할 수 있습니다.

- **제품의 신뢰성 보장:** 온라인으로 구입한 제품의 QR 코드를 스캔, 제조에서 배송까지 전체 과정을 볼 수 있습니다.
- **부동산:** NFT를 통해 토지 계약서를 양도하고, 소유권을 확인할 수 있습니다. 심지어 시간이 지남에 따라 부동산 가격의 변화를 추적하는 데도 사용될 수 있습니다.
- **차량 이력조회:** NFT는 차량의 사고나 정비 이력 조회 등에 대한 문제를 해결할 수 있습니다. NFT와 블록체인 기술을 자동차에 접목한다는 것은 예비 구매자가 차량 이력에 대한 투명한 정보를 갖는 것이고, 신뢰할 수 있는 중고차 구매로 이어집니다.
- **공급망:** NFT를 통해 기업들은 제품에 대한 제작 과정부터 운송, 배송 완료까지의 과정을 추적할 수 있습니다. 이를 통해 공급망 상에서 투명성을 유지할 뿐만 아니라, 소비자는 어떤 경로에서 비용이 나가는 지 등에 대한 통찰력을 얻을 수 있습니다.
- **티케팅:** NFT는 티켓 사기 및 환경 문제(종이 낭비)를 해결할 수 있습니다. (ex: 콘서트, 스포츠 이벤트, 주차권 등)

NFT는 양날의 칼이 될 수 있으며, 많은 혼란을 야기할 수도 있습니다. 다만 NFT가 우리의 일상을 새롭게 만들 수 있는 잠재력이 있다는 것도 사실입니다.

부동산

Bloomberg
US Edition

Crypto Mortgages Let Homebuyers Keep Bitcoin, Put Down Nothing

New home loans are deepening the role of volatile digital assets in the real estate market.



By Heather Perlberg
April 27, 2022, 8:01 AM CST
From **Crypto**

It took Vincent Burniske months to get a seven-figure loan to buy two small apartment buildings in a coveted Miami neighborhood. The sports-media consultant had money – but much of it was tied up in crypto.

Digital wealth meant little to banks when it came to a mortgage. And

패션

Firstpost

Future of fashion in NFTs: How the pandemic has pushed designers to embrace blockchain technology

"The digital age is a reality, and sooner or later, NFT will make a strong impact but the only thing which needs to be seen is the regulation, consumption pattern, and the impact it will bring in the fashion space. Will it be a disruptor or a supporter, that time will tell."

Nivedita | May 01, 2022 09:33:03 IST



Representational image

When ace Indian couturier Manish Malhotra forayed into the crypto world with his first-ever collection of non-fungible tokens (NFTs) – unique digital items that can be bought using cryptocurrencies – in 2021, it seemed like the Indian fashion industry is ready to explore this new digital avenue.

In the same year, Indian menswear designer Raghavendra Rathore too launched a collection of his artwork as NFTs via blockchain technology, and it has definitely reaffirmed the belief.


"The pandemic has helped accelerate the growth of virtual fashion. NFTs open a new world

음악

FORTUNE

Music artists are making what they'd earn from 1 million streams in '2 minutes' with NFTs. Now they're turning toward Web3 – right alongside Snoop Dogg

BY TAYLOR LOCKE
April 27, 2022 11:06 AM CST



There are only 10,000 original Bored Ape Yacht Club NFTs

Sign up for the **Fortune Features** email list so you don't miss our biggest features, exclusive interviews, and investigations.

Snoop Dogg said he was bringing his music to the metaverse. He wasn't lying.

On 4/20, the rapper, songwriter and entrepreneur dropped *Death Row Session: Vol. 2* as a non-fungible token, or NFT, on platform Sound.xyz. All 1,000 copies quickly sold out for a total of 100 Ether, or just over \$300,000, in a single day.

Snoop isn't new to Web3, a name for a decentralized iteration of the internet that relies on blockchain technology. He owns several digital assets, including CryptoPunk and Bored Ape NFTs, and has created many of his



업계 리더의 관점



SANDRA HELOU, 질리카의 메타버스&NFT 총괄

NFT는 브랜드가 소비자와의 새로운 경험과 참여 등을 이끌어 내는데 큰 잠재력을 보유하고 있습니다. 더 중요한 것은 NFT가 Web3에서 커뮤니티를 구축하는 토대라는 것인데요. NFT 커뮤니티가 제대로 활성화 된다면 디지털 세계 및 물리적 세계, 그리고 산업 전반으로 영향력이 확산될 수 있습니다. NFT가 단순한 유행이 아닌 소유권, 검증 및 디지털 경제로의 패스로 인식되는 것이죠.

SANCHAN SAXENA, 코인베이스의 프로젝트 VP

NFT는 크리에이터가 커뮤니티에 참여하고, 구축하는 방법을 바꾸는 데 있어 매우 중요한 역할을 합니다. 저는 크리에이터가 NFT를 통해 중개인을 없애고, 콘텐츠의 수익화와 고객에 대한 소유권을 되찾는 것을 보았는데요. NFT의 유틸리티는 해가 지날수록 커질 것이며, NFT는 우리 모두가 갈망하는 Web3를 구축하는 데 있어 여전히 중요한 역할을 할 것이라고 믿고 있습니다.



NIKHIL KUMAR, 솔라나랩스의 프로젝트 매니저

NFT는 웹에서 작동하는 고객 충성도 프로그램을 위한 환경의 일부가 될 것입니다. 또 NFT의 상호 운용적인 특성으로 인해 브랜드 간 협업이 더욱 쉬워질 것으로 기대됩니다. "솔라나 페이" 같은 제품이 출시되면 판매 시점에서 토큰 소유를 확인하고, 할인이나 NFT 또는 기타 토큰 기반의 보상 작업을 가능하게 하고, 특별한 혜택을 제공해줄 수 있습니다. Web3 빌더들은 개발되고 있는 도구의 어포던스를 연구하며, 예측하긴 어렵지만 놀라운 결과를 기대할 수 있을 것입니다.

TIAGO AMARAL, 인에비터블 코파운더

디지털 공간에서 소유권을 가져오기 위한 방법으로 NFT가 점점 더 중요해지고 있습니다. 그래서 저는 NFT 세계가 1조 달러 시장이 될 것으로 생각하는데요. 탈중앙화된 브랜드가 계속 생겨남에 따라, 다양한 시장 참여자들은 새로운 비즈니스 전략과 법적 문제에 직면하게 될 것입니다. 그리고 저는 NFT에 의해 수억 개의 일자리가 창출될 것으로 생각합니다. 그 중 일부는 우리가 이해할 수 있는 범위를 벗어날 것이고요. 어떤 크리에이터는 브랜드보다 더 강력해질 것입니다. 결과적으로 Web3를 기반으로 하는 브랜드는 토큰, 커뮤니티 및 최첨단 제품과 결합하여 세계에서 가장 영향력 있는 회사 중 하나가 될 것이라 생각합니다.





NFT의 간략한 역사를 배웠으니,
이제 NFT가 무엇인지 배워 볼까요?

r/NFTsMarketplace



누구나
이해할 수 있는 **NFT**



누구나 이해할 수 있는 NFT

대체 가능 vs 대체 불가능

대체 가능하다는 것은 다른 동일한 것으로 쉽게 대체될 수 있다는 것을 의미합니다. 10달러 지폐는 다른 10달러 지폐로 쉽게 대체될 수 있다는 거죠. 내가 가진 10달러 지폐와 친구가 가지고 있는 10달러 지폐는 분명히 다른 지폐인데, 물건을 살 때 사용하면 같은 가치를 가집니다.

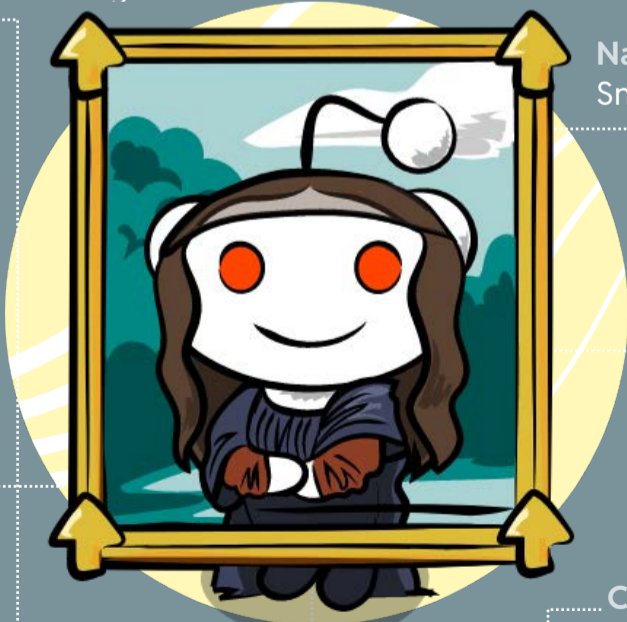
NFT는 **대체 불가능 토큰(Non-Fungible Token)**을 의미합니다. 스미스소니언 재단의 호프 다이아몬드나 시스티나 성당과 같이 다른 것으로 대체할 수 없는 고유한 사본인데요. 또 주목해야 할 부분은 NFT가 변하지 않는다는 것이며 (편집할 수 없음), 블록체인에 저장된다는 것입니다. 이에 대한 내용은 뒤에서 자세히 설명하겠습니다.



무엇이 NFT를 유일무이하게 만들까요?

Description

A friendly, ever smiling alien



Name
Snoo Mona Lisa

Birthday
May 20, 2071

Contract
ERC721

Owned by
1111111

예를 들어 이 NFT 아트를 그린다고 가정해보겠습니다. 무엇이 이 NFT를 유일무이하게 만들까요?

1. 그림을 그리는 사람
2. 그림을 그린 날짜
3. 기법(그림 도구, 첨가제 등) 등



누구나 이해할 수 있는 NFT

NFT를 소유한다는 것의 의미



당신의 NFT를 보호하고 홍보하기 위해 이 모든 증거와 정보를 가상의 기억장치, 즉 데이터를 블록체인에 기록하여 일종의 "ID카드"를 만들 수 있습니다.

그리고 이 기억장치에서 내 NFT를 찾으려면 특정 숫자를 추가해야 합니다. 가상의 기억장치에 있는 NFT에 대한 모든 정보를 토큰이라고 가정합니다. 작품에 접근하려면 해당 토큰에 접근하여 모든 정보를 얻을 수 있어야 하며, 웹사이트나 분산화된 시스템에서 이 이미지가 호스팅되는 위치를 알 수 있어야 합니다.

그냥 마우스 오른쪽 버튼을 클릭하면 이미지를 저장할 수 있지 않나요?

네, 맞습니다. 하지만 그렇다 해도 그 이미지를 소유하거나, 권리를 갖는 것은 아닙니다.

블록체인은 트랜잭션과 데이터를 읽고 승인하는 모든 네트워크를 포함합니다. 블록체인은 가장 안전한 형태의 장부로, 중요한 정보와 함께 증거를 나타내는 "디지털 서명"(또는 위에서 언급한 ID 카드)을 직접 생성합니다.





누구나 이해할 수 있는 NFT

NFT는 어떻게 구매하나요? 몇 가지 단계만 따라하세요.

1

가장 먼저 거래소에서 암호화폐를 구입하세요.

NFT에서 가장 많이 사용되는 것은 **이더리움**이지만, NFT가 어떤 블록체인을 기반으로 하는 지에 따라 다른 암호화폐가 필요할 수 있습니다. 예를 들어 솔시 (Solsea)는 **솔라나(암호화폐)**를 사용해야 합니다.

2

구입한 암호화폐를 지갑으로 옮기세요.

암호화폐 지갑을 암호화폐를 저장하고 이체하는 은행 계좌라고 생각하세요.



METAMASK



LEDGER



Temple



ZilPay Wallet



TREZOR



Trust Wallet



Phantom

3

암호화폐 지갑과 NFT 마켓플레이스를 연결하세요.

이제 NFT 마켓플레이스에서 NFT를 구입할 수 있습니다.

NFT 마켓플레이스가 부족하진 않습니다. 현재 가장 큰 마켓플레이스는 이더리움을 주로 사용하는 오픈씨 (Opensea)이며, 다른 주요 거래소는 **Rarible, Nifty Gateway, SuperRare, Mintable, NBA Top Shot, Axie Infinity Market** 등이 있습니다.

NFT를 어디에서 살 수 있죠?

4



OpenSea



SR



N



M



AXIE INFINITY



TOPSHOT



NFT의 유형



NFT의 7가지 유형

NFT의 현재 위상

NFT가 인기 있는 이유 중 하나는 바로 디지털 아트부터 NBA 선수의 플레이 영상을 담은 트레이딩 카드에 이르기까지, **셀 수 없이 많은 형태**를 가지고 있기 때문입니다. 다양한 종류의 NFT가 있으며, 기업이나 브랜드는 NFT를 자체 IP와 연결하려는 창의적인 시도를 하고 있습니다.

그럼 오늘은 NFT의 7가지 유형에 대해 이야기 해보도록 하겠습니다.

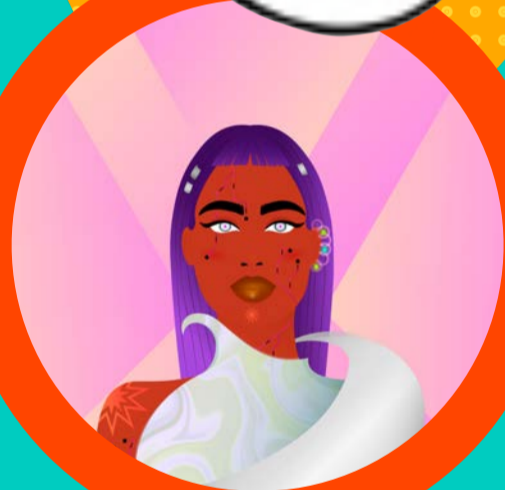
아트워크

해당 유형은 **한정판**으로 발행되는 NFT 유형입니다. 말그대로 한정된 수로 제작되어 전시하고 판매되는 예술 작품인데요. 다만 항상 한정판 (1/1)으로 제작되는 것은 아닙니다. 아티스트들은 때때로 실제 작품의 복사본을 만드는데요. 다만 복사본조차 많이 만들지 않기 때문에, **여전히 희소성과 가치를 창출**할 수 있습니다.



 @SeriousCoolNFT

 @worldofwomenft



PFP & 아바타

PFP & 아바타는 **NFT를 SNS의 프로필 사진으로 사용**하는 유형입니다. 크립토펅크나 데드펠라즈와 같은 프로젝트를 통해 대중화되었으며, Web3를 통해 더 자주 보게될 것입니다. 트위터와 같은 소셜 미디어 회사는 유저가 NFT를 아바타로 표시할 수 있는 기능을 업데이트하고, 소유권을 보여주기 위해 블록체인 주소와 같은 세부 내용도 포함시키고 있습니다.



사진

사진 NFT는 기존 사진 작품의 에디션처럼 수집될 수 있습니다. 다만 거래부터 소유권까지 모든 것이 블록 체인을 통해 디지털 방식으로 진행된다는 점이 전통 미술과 유일한 차이점입니다. 이 유형을 통해 사진작가들이 자신의 작품을 새로운 방식으로 마케팅하고 판매할 수 있는 방법입니다.



@creative_commons_collection



컬렉터블

해당 유형은 디지털 트레이딩 카드, 스포츠 기념품, 비디오 클립, 콘서트 티켓 등 수집품 형태를 취합니다. 디즈니는 스타워즈나 심슨과 같은 시리즈의 컬렉션인 '골든 모멘트(Golden Moments)'를 판매함으로써 NFT 수집 서비스를 강화하고 있습니다. 골든 모멘트를 통해 디즈니, 픽사, 마블, 그리고 스타워즈 등의 이야기와 순간에서 영감을 얻은 디지털 황금 조각상을 수집할 수 있습니다. 또 NBA Top Shot NFT는 사람들이 가장 좋아하는 NBA 선수들의 특정 게임 플레이 순간을 포착한 비디오 클립을 수집할 수 있습니다.



@stellabelle



제너레이티브 아트

제너레이티브 아트는 컴퓨터 알고리즘을 통해 자동적으로 생성되는 작품을 말합니다. 대표적으로 아트 블록스(Art Blocks)는 제너레이티브 아트를 NFT로 제공하는 프로젝트이자 플랫폼인데요. 아트 블록스에서 생성된 타일러 홉스의 피덴자 시리즈는 NFT 1개 당 수백만 달러의 수익을 올리기도 했습니다.



@coolcatsnft



음악

아마도 올해는 우리의 귀를 위한 해가 될 수도 있습니다. 2021년 PFP NFT가 유행했다면, 2022년엔 음악 NFT가 대세가 될 수도 있습니다. 음악 NFT는 아이튠즈에서 단 순 트랙을 구매하는 데 있어 매력적인 대안이 될 수 있는데요. 다만 한 가지 큰 차이가 있습니다. 아이튠즈는 음악을 들을 수 있는 권리를 사는 반면에 음악 NFT는 누구나 음악을 들을 수 있으며 **트랙에 대한 소유권을 부여**합니다.



음악 NFT는 다양하게 사용할 수 있습니다. 음악 NFT를 통해 좋아하는 아티스트의 콘서트 티켓을 할인된 가격에 구매할 수 있습니다. 모든 건 아티스트가 음악 NFT를 어떻게 구성하냐에 달려 있습니다.

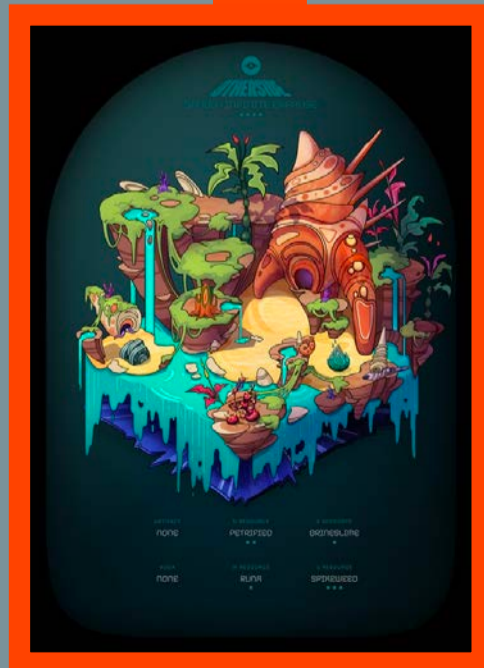
미국인 래퍼 나스와 같은 아티스트가 이 분야에 진출하고 있으며, 블록체인 기반 음악 플랫폼 Royal과 협력하여 "Ultra Black"과 "Rare"라는 곡에 대한 **스트리밍 로열티를 포함하는 NFT를 판매**하고 있습니다.



NFT 게임화

Play-to-Earn (혹은 Play-and-Earn) 게임은 블록체인 기술을 적용한 새로운 유형입니다. P2E는 유저가 금전적 보상을 위해 게임 머니나 아이템을 사고 파는 'GamFi' 라는 새로운 용어로도 표현할 수 있는데요.

게임 내에서 사용되는 자산은 NFT로 만들어져, 가치가 생기고 유저끼리 사고 팔수도 있습니다. 게임화 NFT는 다음 빅 트렌드를 주도 할 것입니다. 게임화 NFT를 통해 유저는 게임도 하고, 심지어 돈도 벌 수 있게 되는 것이죠.





NFT의 가치

왜 사람들은 NFT에 큰 돈을 쓸까요? 우리는 그 이유를 6가지로 요약했습니다.

희귀도

대부분의 NFT 컬렉션은 NFT가 서로 다른 가치를 가지는 희귀도 시스템을 가지고 있습니다. **일반적으로 희귀할수록 더욱 비싸다는 것인데요.** 예를 들어, 포켓몬이나 유희왕 같은 카드게임의 카드팩은 까기 전까지는 어떤 카드가 나올 지 알 수 없습니다. 마찬가지로 NFT 컬렉션 중 일부는 출시 초기에 희귀도가 높은 NFT를 민팅할 수 있는 기회가 주어집니다.

유틸리티

유틸리티는 NFT 미래 가치에 큰 역할을 하게 될 요소 중 하나입니다. **쉽게 말하면 '쓰임새'인데요.** 예를 들어 NFT를 통해 클럽이나 페스티벌, 콘서트에 대한 입장을 뜻합니다. 이미 NFT를 통해 커뮤니티에 참여하는 경우도 많지만, 넷플릭스나 소호하우스의 Web3 버전을 볼 날이 머지 않은 것 같습니다.

지속적인 수익

일부 NFT 프로젝트는 **NFT의 홀더와 수익을 공유하는 시스템**을 갖추고 있습니다. 수익은 에어드랍, 혹은 자금을 지원받거나 2차 판매 수수료를 공유함으로써 얻을 수 있는데요. 다만 너무 높은 수익은 문제가 될 수 있으며, 이로 인해 NFT 프로젝트 자체가 법적 조사를 받을 수도 있습니다.

1

IP 권리

NFT는 일반적으로 홀더에게 **제한 없이 상업적으로 활용할 수 있는 권리를** 제공합니다. 개인이 NFT를 전시하거나 수정하고, 특별한 콘텐츠에 사용할 수 있고, 해당 권리를 양도하거나 판매할 수 있습니다. 온라인을 기반으로 다양한 비즈니스를 하는 홀더들은 이 IP를 활용함으로써 NFT 컬렉션의 가치를 더욱 높일 수 있습니다.

2

언더라이팅

보통 언더라이팅은 투자 은행(IB)이 기업이나 정부를 대신해서 자본을 모으는 과정을 뜻하는데요. NFT에서 언더라이팅은 **하나의 대상(자산)을 구매하고, 지분을 나누는 조각투자**라고 볼 수 있습니다. 투자 대상은 강남의 빌딩부터 클래식 자동차까지 다양할 수 있습니다. 이 방법은 최근 프로젝트의 가치를 저장하는 데 널리 사용되고 있습니다. 다만 이러한 프로젝트는 법적 위험을 감수해야 합니다.

4

커뮤니티

대부분의 NFT 홀더는 **NFT에 있어서 커뮤니티가 가장 중요**하다고 말합니다. 강력한 커뮤니티를 만들기 위해서는 먼저 사람들을 끌어들이기 위한 확실한 가치를 제안해야 합니다. 커뮤니티를 통해 확실한 가치가 전달된다면, 당신의 NFT 프로젝트는 잠재적인 구매자는 물론 충성스러운 추종자, 홍보대사가 자연스럽게 생겨날 것입니다.

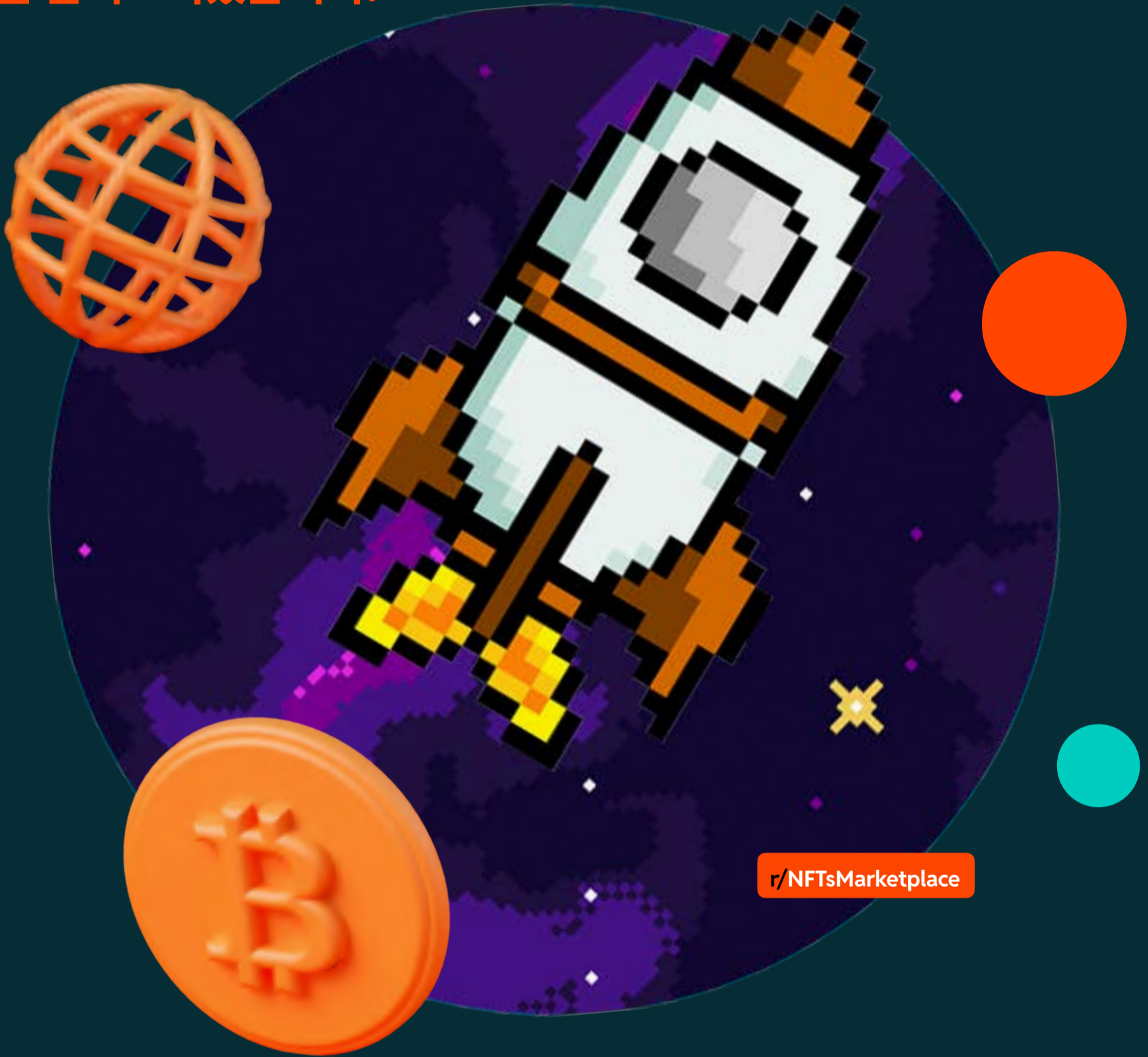
5

6



이제 NFT에 대해 어느 정도 감이 오셨나요?
이제 기업이 NFT를 어떻게 활용하는지 궁금하실 텐데요.

지금 알려드리겠습니다.



[r/NFTsMarketplace](#)

NFT 출시 가이드

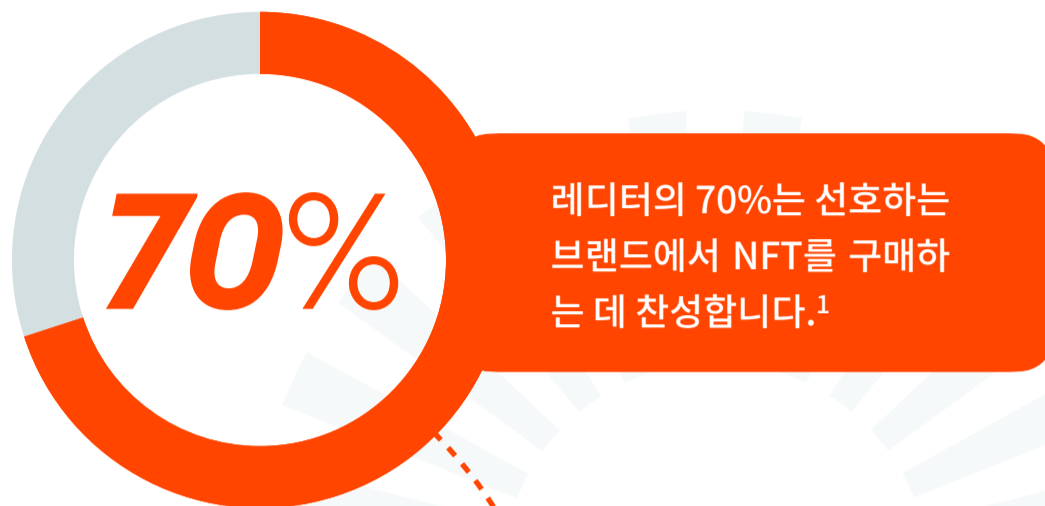


NFT 출시 가이드

가장 먼저 생각해봐야 할 것

NFT는 소비자와 브랜드 모두에게 새로운 영역입니다. 그러나 우리가 기억해야 할 중요한 것은 Web3와 NFT 커뮤니티가 마케팅에 대해 잘 안다는 것입니다.

레디터의 70%는 자신이 좋아하는 브랜드에서 NFT를 발행한다면, 구매하는 것에 찬성이라고 답하였습니다. 반대로 35%의 레디터는 브랜드가 NFT의 미래를 망칠 수도 있다고 생각합니다.



그러나 또한...



지속 가능하고 성공적인 모델을 만들기 위해 브랜드는 부지런해야 합니다. 이 모델은 커뮤니티 구축에 대한 유기적인 투자로부터 시작되는데요. 물론 가치를 창출하며, 유저에게 중요한 방식으로 진행되어야 합니다.

이제 NFT를 출시하기 위한 6단계를 알려드리겠습니다.



출시를 위한 NFT 로드맵

1. 틈새시장 파악

급성장하는 시장에서 틈새를 찾는 것은 어렵지만 중요합니다. 브랜드는 스포츠, 자동차, 캐릭터 중 어떤 틈새시장을 공략하고 싶은지 고민해야 하며, 이 틈새시장이 고객의 관심사에 부합하는지 확인해야 합니다.



2. 유틸리티 정하기

성공적인 NFT 프로젝트는 독점적인 액세스, 즉 VIP 파티에 참여하거나 특별한 상품을 구매할 수 있는 것이든 **유틸리티(사용처)**가 반드시 있어야 합니다. 스스로에게 물어보세요. 당신의 NFT는 홀더에게 어떤 가치를 줄 수 있나요?



3. 팀을 구성하다

브랜드는 커뮤니티 매니저와 마케터, 그리고 개발자와 아티스트까지 프로젝트를 실행하기 위해 올스타 팀이 필요합니다. **뛰어나고 신뢰할 수 있는 사람**은 프로젝트의 성공에 필수적입니다.



4. 타임라인 & 로드맵

미리 계획을 세우고 프로젝트 로드맵에 대해 커뮤니티에게 지속적으로 공개하면서 투명성을 유지해야 합니다. 주요 마일스톤(이정표)과 홀더가 **프로젝트의 미래에 기대할 수 있도록** 꾸준히 설명해야 합니다.



5. 커뮤니티 빌딩 & 마케팅

이 단계는 틀림없이 가장 중요하고 필수적입니다. NFT 프로젝트는 해당 커뮤니티의 성공만큼만 성공할 가능성이 높습니다.

6. 런칭

이제 런칭할 시간입니다. 하지만 아직 끝나지 않았습니다. 커뮤니티를 활성화하고 프로젝트를 지속적으로 개선하면 장기적인 성공으로 이어질 것입니다.



틈새시장 파악

NFT 프로젝트가 성공하는 이유는 단순한 예술 그 이상의 것입니다. 원숭이, 고양이, 두꺼비, 곰 이미지가 중요한 것이 아니라, 시장의 어떤 공백을 메우는 것인데요. 그것은 바로 **고객과의 관계에서 긴밀하게 연결되며 특별한 감정을 불러일으키는 것**입니다.

최고의 프로젝트는 명확한 예술과 컨셉, 브랜드 및 가치를 제안합니다. 이들이 생각하는 NFT는 단순한 예술이 아닙니다. 경우에 따라 NFT가 특별한 혜택을 제공하거나, 어떤 커뮤니티에 입장할 수 있다든지 또는 게임화할 수 있는 자산 역할을 할 수도 있습니다. 중요한 것은 프로필 이미지, 디자인, 웹사이트 및 마케팅 등 모든 것에 주의를 기울여야 한다는 것입니다.



예를 들어, BAYC는 비주류지만 트렌디한 서비스와 가치를 제공합니다. 쿨캣츠는 가족과 같이 즐겁고 건강한 가치를 전달하죠. 그리고 월드 오브 우먼은 모두를 위한 대표성, 포용성, 평등한 기회를 제공하고 있습니다.

따라서 틈새 시장을 파악하기 위한 가장 중요한 첫 번째 단계는 **먼저 타겟을 파악하는 것**입니다. 우리 고객은 무엇에 관심이 있나요? 고객과 관련된 새로운 트렌드를 알고 있나요?

두 번째 단계는 NFT 프로젝트의 개념을 정하는 것입니다. NFT의 주요 개념을 정하고, 다른 NFT 컬렉션을 탐색하면서 영감을 얻습니다.

고려해야 할 사항

- 타겟은 누구입니까? 목표로 하는 커뮤니티가 어디인가요? 예: 게이머, 콜렉터
- 당신의 NFT 프로젝트가 새롭고 독특한 것을 제공하나요?

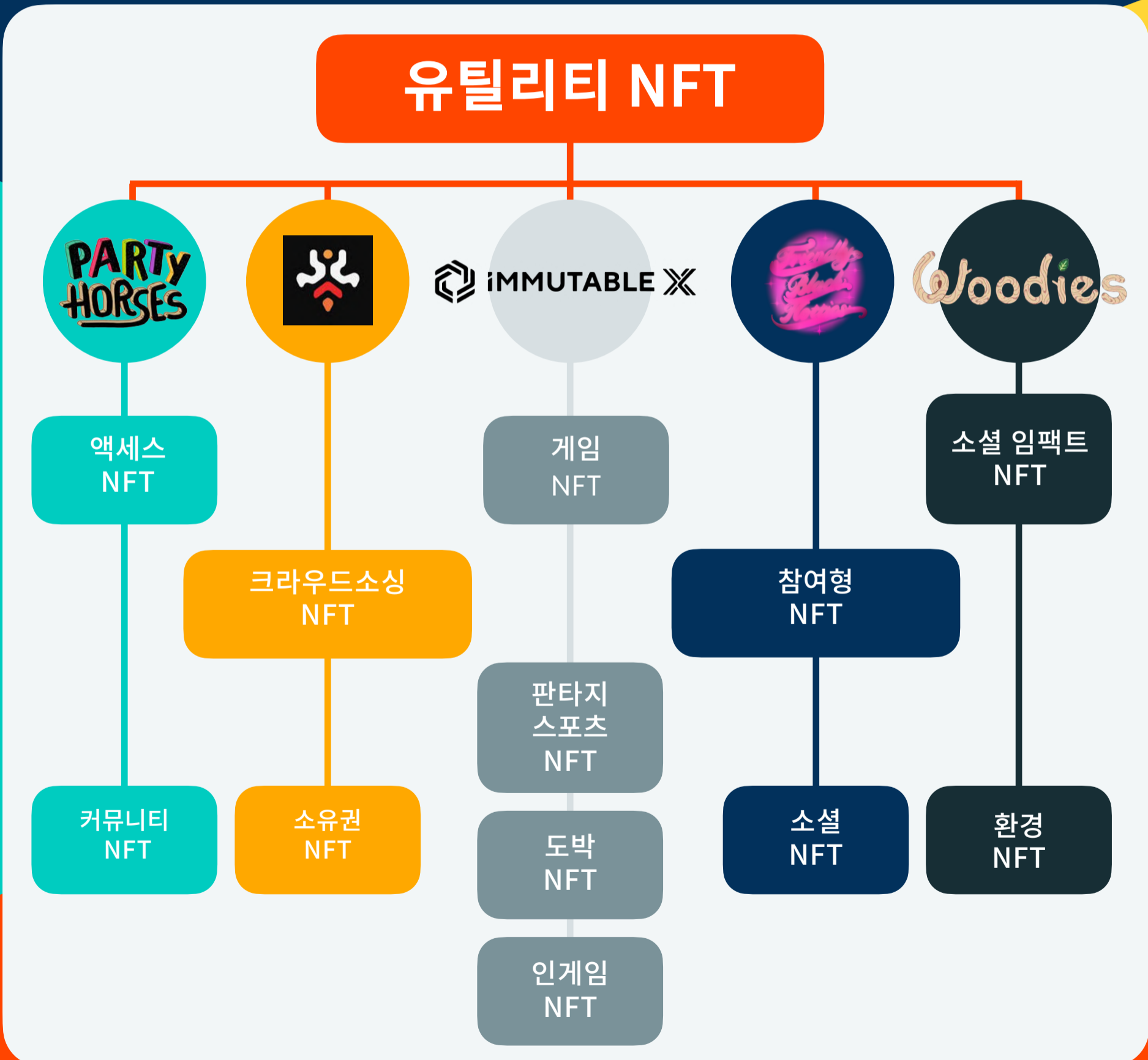




유틸리티 정하기

타겟을 파악한 후, NFT의 유틸리티를 정해야 합니다. 유틸리티를 쉽게 설명하면 ‘어디에 쓰는가’ 즉, NFT를 활용하는 것을 뜻합니다. 홀더에게 다양한 경험을 제공하고, 향후 출시될 제품에 대한 조기 액세스를 제공하며, 프리미엄 이벤트에 대한 회원 자격을 얻거나, 홀더에게 수익(배당금)을 안겨줄 수도 있습니다.

다음은 유틸리티의 다양한 사용 사례를 분류한 차트입니다. 다음 페이지에서 각각의 의미에 대해 더 자세히 알아보겠습니다.





유틸리티 정하기

접근 가능



‘접근 가능’ 유틸리티를 가지는 NFT는 홀더에게 물리적 세계와 디지털 세계 모두에서 특별한 접근 권한을 부여합니다. 예를 들어 연예인이나 스포츠 선수와 함께하는 파티부터 프리미엄 콘텐츠, 브랜드 방향성에 대한 투표 등에 참여할 수 있는 것인데요. (온라인과 오프라인 모두 포함)

유틸리티는 **강력한 마케팅 수단**으로도 활용할 수 있습니다. 이를 통해 NFT 프로젝트 운영팀은 자발적으로 프로젝트를 홍보해주면서 장기적으로 머무는 활동적인 콜렉터들을 커뮤니티로 끌어들이 수 있습니다.

프로젝트 살펴보기: 파티 호스 (Party Horse)

파티 호스는 이더리움 메인넷에 존재하는 3,200개의 NFT로 구성된 컬렉션입니다. 파티 호스의 비전은 NFT를 통해 훌륭한 예술과 브랜드와의 협업으로 만드는 독점 제품과 특별한 경험을 멤버들에게 제공하는 미래를 만드는 것인데요.

파티 호스 팀은 2022년 1월, NFT 공간의 두 가지 주요 문제인 액세스 및 유틸리티를 해결할 수 있는 기회를 발견했습니다. 팀은 파티 호스 NFT 홀더에게 한정판 버번 위스키 한 병을 무료로 제공하기 위해 메이커스 마크와 협력했습니다. 팀은 메인 NFT 출시 전에 기대감을 높이기 위해, 화이트리스트를 보장하고, 홀더에게 다양한 혜택을 제공하는 "Pre-Game" NFT를 무료로 배포했습니다. 결과적으로 2,000개의 Pre-Game NFT는 첫날에 완판되었습니다.

왜 이 방식이 효과가 있었을까요? 파티 호스 팀은 런칭 성공을 파트너십의 진정성이라고 생각합니다. 켄터키 원주민으로서, 메이커스 마크와 파티 호스는 같은 문화적 기원에 뿌리를 두고 있을 뿐만 아니라, 그들의 충성스러운 커뮤니티, 혁신, 예술에 대한 감상에 의해서도 얼라인되어 있습니다. 메이커스 마크에게는 새로운 유형의 고객을 얻기 위해 NFT라는 예술과 새로운 기술 매체를 실험하는 것이었죠.



"NFT는 브랜드와 제품에 보다 쉽게 접근할 수 있도록 혁신적인 접근 방식을 제공하고 있습니다. 우리는 NFT와 같은 액세스 포인트로 기술을 사용하는 것을 우선시하여 사려 깊게 조정되고 직접적인 소비자 경험을 가능하게 하고 있습니다."

Craig Jackson, 메이커스 마크의 글로벌 디지털 디렉터





유틸리티 정하기



게임

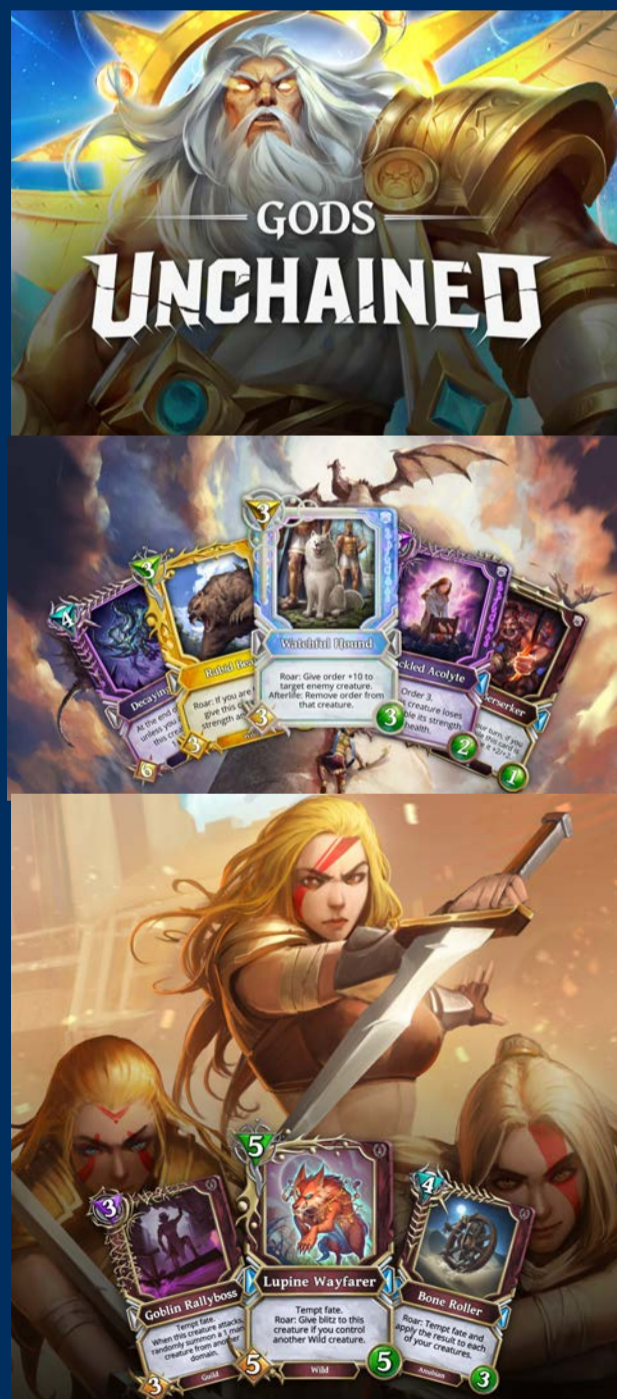
게임 유틸리티를 가지는 NFT의 홀더는 게임을 통해 **다양한 혜택과 게임 아이템**으로 드랍되는 특별한 NFT를 얻을 수 있습니다. 더 샌드박스도 인게임 NFT에서 가장 두드러지는 예시인데요. 단순한 아이템 드롭이나 보상에 관한 것이 아닙니다. 챔피언스 어센션 같은 P2E 게임이자 NFT 프로젝트는 캐릭터가 곧 NFT이며, 레벨업을 통해 캐릭터를 성장시키고 새로운 힘을 얻을 수 있습니다.

프로젝트 살펴보기: 갓즈 언체인드(GU)

이뮤터블 X(레이어 2 솔루션)에 의해 구동되는 갓즈 언체인드(이하 GU)는 플레이어가 실제 카드를 소유하는 것과 마찬가지로 NFT를 통해 게임 내의 자산을 소유하거나 거래 및 업그레이드할 수 있도록 함으로써 P2E의 미래를 구축하고 있습니다. GU는 매직 더 개더링의 전 게임 디렉터인 크리스 클레이가 이끄는 전략적인 기술 기반의 트레이딩 카드 게임인데요. GU는 장대한 스토리와 카드 결투의 수집성과 기술을 NFT에 적용합니다.

이 게임은 P2E 방식으로 수만 명의 유저와 NFT 홀더를 보유하고 있습니다. 플레이어는 게임 플레이를 통해 카드를 얻을 수 있으며, 심지어 그들의 텍을 업그레이드 시키거나 거래하기 위해 새로운 카드를 만들 수도 있습니다. 5,500만 달러 이상의 카드가 시장에서 교환되었고, 전 세계에 1,300만 달러 이상의 NFT가 출시되었습니다.

블록체인 게임 공간에서는 '재미'가 사라졌고, 우리가 흔히 아는 게임들은 여전히 '소유'와 '수익' 기능이 결합되어 있습니다. GU는 이 두 가지를 모두 달성할 수 있는 길을 걷고 있는데요. 전략적인 텍을 구축하는 플레이어든, 희귀하고 이쁜 카드를 모으는 수집가든, 각 NFT는 플레이어가 소유한 한 장의 카드로 게임 플레이의 코어이자 게임 역사의 일부로서 기능합니다.





유틸리티 정하기

참여

여기에는 커뮤니티 내에서 다른 사용자와 교류하는 데 사용할 수 있는 NFT가 포함됩니다. 예를 들어 소셜 NFT는 GIF, 이모티콘, 배지, 프로필 사진, 댓글 삽입 등으로 사용할 수 있습니다. 이 유틸리티는 주로 특별한 연결을 해제하고 보유자에 대한 액세스를 해제 하는 데 사용됩니다.



프로젝트 살펴보기: 프렌들리 블랙 하티즈 (Friendly black hotties)

프렌들리 블랙 하티즈는 흑인 여성들이 Web3와 크립토를 구성하고 만들 수 있는 권한을 부여하는 온라인 소셜 클럽입니다. 컬렉션은 980개의 NFT로 구성되며, 솔라나 NFT 마켓플레이스인 매직에덴에서 1.5솔에 판매되고 있습니다.

이들의 목표는 Web3를 통해 흑인 여성 사상가들의 네트워크를 키우는 것인데요. 커뮤니티의 탄탄한 커리큘럼을 통해 커뮤니티 참여자들은 블록체인 기술에 대한 지식을 얻을 수 있습니다. 또 과제를 완료하고 리서치를 통해 암호화폐도 얻을 수 있습니다.

이 NFT 프로젝트의 차별화 요소는 무엇일까요? 프렌들리 블랙 하티즈 NFT를 구매하면 커뮤니티 구성원(일명 하티즈)으로 프라이빗 디스코드와 큐레이션된 콘텐츠, 온라인 학습, 토큰 보상 및 멋진 PFP를 이용할 수 있습니다.



 @friendlyhotties

"저는 BAYC가 Web3에서 가장 열정적인 NFT 커뮤니티가 되는 것을 지켜봤고, 그 가치는 커뮤니티에 의해 주도되고 공유된다고 생각합니다. 저 역시 같은 흑인들이 똑같은 열정을 느낄 수 있는 커뮤니티를 원했습니다. 불행하게도, 여성과 흑인들은 Web3와 크립토에 심각하게 소외되고 있습니다. 저는 더 많은 흑인 여성들을 Web3에 참여시키고 흑인과 여성 Web3 사상가들로 구성된 네트워크를 만들기 위해 프렌들리 블랙 하티즈를 만들었습니다." - Simone Banna, 설립자





유틸리티 정하기

소셜 임팩트



소셜 임팩트란 사회적 가치를 추구하는 활동을 통해 사회에 긍정적인 임팩트(영향력)를 끼치는 것을 뜻합니다. NFT 분야의 흥미로운 발전 중 하나는 바로 이 소셜 임팩트 프로젝트인데요. NFT와 탈중앙 커뮤니티의 출현은 사회적 책임과 지속 가능성에 대한 새로운 사고방식으로 이어졌습니다.

NFT 분야의 많은 프로젝트들이 사회적 가치를 창출하고 주변 세상을 개선하기 위해 NFT를 어떻게 사용할 것인지를 설명하는 로드맵을 만들고 있습니다. 예를 들어, 'Typical Tigers'는 NFT 수익금 이 홀더의 지시에 따라 호랑이의 구조 및 보호를 지원하는 프로젝트입니다.

이 새로운 운동은 커뮤니티와 프로젝트 사이에 더 강한 유대를 형성하고, 회사와 소비자 관계를 보다 밀접한 파트너십으로 전환합니다.

프로젝트 살펴보기: 우디즈(Woodies)

우디즈는 환경 보호에 초점을 맞춘 스토리 중심의 엔터테인먼트 브랜드입니다. 우디즈 NFT 컬렉션은 풍부한 지식, 독특한 예술 작품, 직접 만나는 야외 행사와 자선 활동을 하는데요. 이를 통해 커뮤니티 참여자들에게 몰입할 수 있는 기회를 제공함으로써 물리적 세계와 디지털 세계 사이의 가교 역할을 합니다.

우디즈 컬렉션은 9,739개의 독특한 캐릭터로 구성되어 있으며, Grelysian, Des Lucrece과 Jae-838이 그린 900개 이상의 자연을 주제로 한 특성으로 구성되어 있습니다. 이 프로젝트는 혁신적인 민팅 방식을 사용하여 런칭 후 30분 만에 완판되었습니다. 일명 우디즈 민트 패스포트라고 불리는 방식을 통해 새로운 민팅 경험을 제공하였는데요. 우디즈는 "미래를 위한 나무"라는 단체와 협력하여, 100만 그루의 나무를 심겠다는 목표를 달성했습니다. 금액적으로는 총 88.6 ETH (당시 약 242,000 달러)가 기부되었습니다.

우디즈의 다음 목표는 무엇일까요? 우디즈는 3D 아바타로의 업그레이드는 물론 2022년 여름에는 애니메이션 단편이 제작될 예정입니다.

Woodies

임팩트의 결과

1,000,000

심은 나무의 수

88.6 2,000

ETH 기부

영향을 받은 농가

250 36,160

에이커 복원

향후 20년 동안 포집한 CO2의 양(톤)



우디즈는 시작부터 커뮤니티, 스토리텔링, 환경 보호에 집중했습니다. 풍부한 스토리와 사랑스런 캐릭터를 통해 우리는 환경을 보호하고 싶어하는 사람들의 커뮤니티를 만들 수 있었습니다. NFT가 환경을 파괴한다는 이야기와는 달리, 우리는 NFT가 야외 모험, 환경 보존, 교육의 수단이 될 수 있다는 것을 세계에 보여주기로 결심했습니다."

- CMO, Richard Powazynski



유틸리티 정하기

소유권

소유권의 개념은 **프로젝트 혹은 지분에 소유권을 제공하는 것**입니다. 이러한 유형의 NFT의 소유자는 일반적으로 그들이 지분을 가지고 있는 기업의 의사결정 과정에서 발언권을 가질 수 있는 접근 권한을 부여받습니다. 최근 들어 본 사례는 BlockbusterDAO로, 블록버스터를 구매하여 블록체인에서 실행되는 스트리밍 서비스를 제공하고자 합니다. 이 DAO는 블록버스터 DAO NFT를 발행하여 500만 달러를 모으는 것을 목표로 했습니다.

유사한 조직이 독특한 Wu Tang Clan 앨범을 구입하는 데 성공했으며 다른 조직은 희귀한 미국 헌법 사본을 구입하는 데 거의 근접했습니다. 올바른 상상력으로 가능성은 무궁무진합니다. 자본 조달은 고도로 규제될 수 있으므로 이러한 종류의 NFT를 구축할 때는 가볍게 진행하십시오.

프로젝트 살펴보기: 립스웨터(Lipsweater)

립스웨터는 열정적인 하키 마니아들로 구성된 커뮤니티입니다. 그들의 목표는 하키를 미래로 이끄는 것인데요. 립스웨터는 커뮤니티와 함께 새로운 메타버스 하키 브랜드를 만들고 있습니다.

NHL과 전국 스포츠 연맹, 올림픽, 그리고 전통 미디어와 같은 중앙화된 조직들이 수년간 우리가 사랑하는 스포츠를 위한 중개자였는데요. 립스웨터는 새로운 유형의 조직의 중추를 구축할 수 있는 전례 없는 기회를 가지고 있습니다. 팬, NHL 선수, 마이너리거, 비어리거, 청소년 코치, 자원봉사자, 트레이너, 에이전트, 교육자, 그리고 그 사이에 있는 모든 사람이 NFT를 소유함으로써 이익을 얻고 실질적인 이익을 창출할 수 있는 곳이죠. 그들의 목표는 개인이 자신의 흥미와 열정을 위해 일할 수 있는 세상을 만드는 것입니다.

해당 NFT의 홀더는 프로 마이너리그 하키팀 운영에 관여합니다. 새로운 선수를 스카우트하고, 잠재 고객을 모으고 스폰서를 찾고, 상품을 디자인하고 판매하며, 자금을 조달하는 업무를 뒤에서 돕습니다.





팀 빌딩

다음으로, NFT 프로젝트를 시작하려면 실력있고 열정적인 사람들을 모아야 하며, 팀 빌딩의 세 가지 주요 카테고리는 다음과 같습니다.

아티스트

NFT를 만들기 위해서 아티스트가 필요하고, 웹사이트 제작에도 아티스트 (=디자이너)가 필요합니다. 만약 제너레이티브 아트로 제작한다고 해도 웹사이트를 위한 위한 디자이너, 아티스트는 필수입니다.



개발자

개발자는 NFT를 민팅하고, 스마트 계약을 만드는 업무에서 필수입니다. 예를 들어 누가 2차 마켓의 로열티나 크리에이터 수수료를 받는지, 누군가가 NFT를 구매할 때 어떠한 변화가 일어나는지 등의 일들을 자동화 하기 위해서 반드시 개발자가 필요합니다.



마케터

모든 SNS 채널과 커뮤니티를 관리하는 커뮤니티 매니저와 협업 및 홍보를 위한 마케터가 반드시 필요합니다.



고려해야 할 사항

프로젝트를 믿고 비전을 실행할 수 있는 팀원이 있나요?



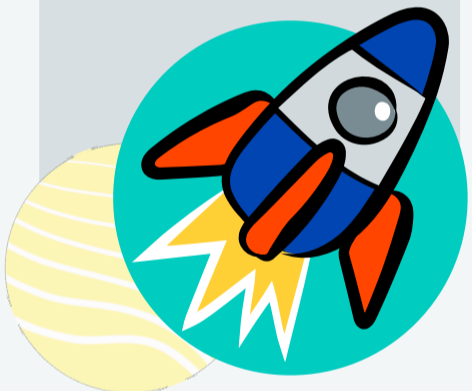
타임라인 & 로드맵

NFT 프로젝트의 장기적인 가치를 전달하기 위해서는 프로젝트의 목표와 전략을 제시하는 내부 로드맵이 반드시 필요합니다. 일반적으로 주요 프로젝트의 마일스톤, 장단기 목표, 그리고 마케팅 및 성장에 대한 계획이 포함됩니다.

로드맵에는 프로젝트의 인지도와 인기를 높이는 촉매제 역할을 하는 마케팅 활동도 포함되어야 합니다. 커뮤니티 참여도를 높이는 데 도움이 될 모든 마케팅 활동에 대한 타임라인을 만드세요.

내부 가이드를 통해 타임라인에 따라 활동을 미리 계획해야 합니다. 그리고 실제 타임라인에 따라 순조롭게 진행될 수 있도록 관리해야 합니다.

1. NFT 런칭



2. 런칭 파티



3. 오프라인 밋업



6. 로드맵 2.0 발표



5. NFT

에어드랍 & 경품



4. 커뮤니티 리워드 & 활성화





타임라인 & 로드맵

해당 단계에서는 NFT의 가격 책정 기준, 타임라인, 그리고 추가 에어드랍 등과 같이 NFT 프로젝트에 진행되는 모든 기술적 내용을 다룹니다.

NFT 가격과 브랜드 가치가 일치한가요? 예를 들어 페라리의 NFT는 고급스러움을 내세우는 럭셔리 브랜드이기 때문에 더 높은 가격에 판매하는 것이 타당합니다. 같은 맥락에서 맥도날드가 NFT를 어마무시한 가격에 판매하는 것은 타당하지 않습니다. 또한 브랜드는 NFT와 함께 제공되는 디지털 상품의 가격에 주의를 기울여야 합니다. 이벤트 참여권, 콘서트 티켓, 그리고 디지털 굿즈의 가격은 브랜드와 일치해야 합니다.

수천 종류의 NFT가 한 번에 에어드랍되는 형식이던, 느리지만 예정되어 있던 스케줄이던 NFT를 배포하기 위한 명확한 전략이 있어야 합니다.

가계소득은 좋은 척도입니다

40%

가계소득이

\$100K - \$150K

인 사람들의 40%가 NFT를 구매할 가능성이 있음

가격을 제대로 책정하세요.

레디터들이 NFT에 지출할 수 있는 최적의 가격은

\$200-\$300¹

고려해야 할 사항

내 프로젝트의 로드맵은 NFT 홀더를 흥분시키는 주요 마일스톤을 보여주고 있나요?





커뮤니티 빌딩 & 마케팅

"커뮤니티가 곧 프로젝트고, 프로젝트가 곧 커뮤니티다"

커뮤니티 빌딩은 프로젝트가 집중해야 할 가장 중요한 파트입니다. 재미있는 아이디어가 많이 탄생하지만, 이를 뒷받침할 실질적인 커뮤니티가 없으면 결코 성공하지 못합니다.

커뮤니티가 필수적인 이유는 결국 NFT가 커뮤니티로 인해 발전했기 때문입니다. 커뮤니티는 구성원에게 소속감, 교육, 정체성, 그리고 즐거움을 제공합니다.

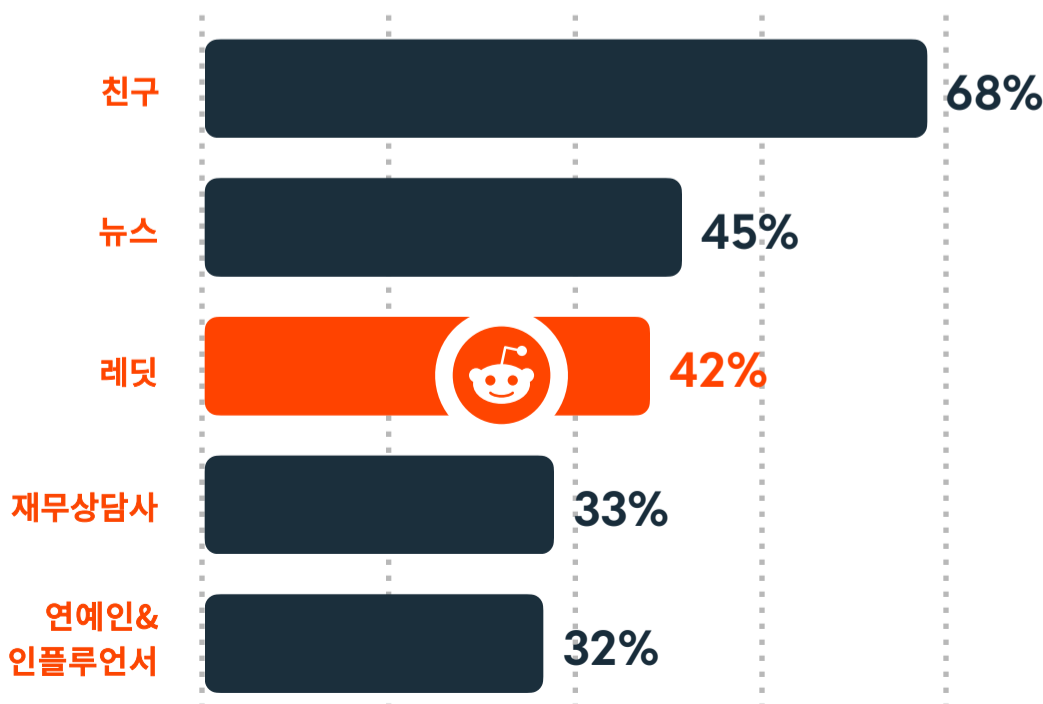


Lazy Lions라는 프로젝트는 단순한 예술 작품 컬렉션 이상을 목표로 하는 프로젝트의 대표적인 예시입니다. 홀더는 즉시 글로벌 커뮤니티의 일원이 되며 많은 혜택을 받습니다. 또 월 마다 제공되는 **'ROARwards'** 부터 상업적 권리와 AMA를 통해 개발 단계에서의 견을 제시할 수 있는 권리, 그리고 향후 토큰 에어드랍 및 경품을 받을 수 있는 자격이 주어집니다.

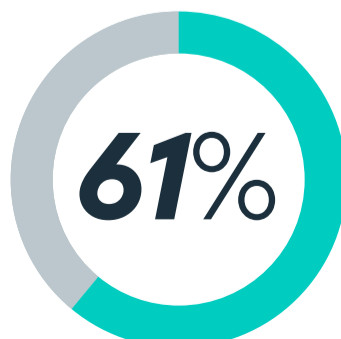
커뮤니티는 프로젝트의 가장 큰 지지자

커뮤니티는 브랜드의 엠버서더이자 지지자이기도 합니다. 친구에게 프로젝트를 추천하고, 잠재 구매자와 그들이 구축한 충성도가 높은 네트워크의 사람들에게 컬렉션의 가치에 대해 샤라웃을 해줄 사람들입니다.

사람들이 NFT에 대해 처음 알게 되고, 배우게 되는 채널¹



레딧의 68%는 친구로부터 NFT에 대해 알게 되고, 참여하게 됩니다.



레딧의 61%는 커뮤니티가 NFT와 크립토의 중요한 요소라는데 동의합니다.

¹Source: Reddit Internal 2022



커뮤니티 빌딩 & 마케팅

그럼 강력한 커뮤니티는 어떻게 만드나요?

1 SNS에서 목소리를 내야 합니다.

NFT를 위한 강력한 커뮤니티를 빌딩하는 데 있어 SNS는 가장 이상적인 장소입니다. 트위터는 NFT 토론 및 프로모션을 위한 플랫폼으로, 홀더가 자신의 프로필 사진으로 NFT를 선보일 수 있도록 합니다. 레딧은 크립토 청중과 소통하는 데 사용될 수도 있으며, 자유로운 토론과 커뮤니티 중심 지원, 서브레딧 공유 등을 위한 더 많은 공간을 제공하고 있습니다.

텔레그램은 크립토 및 NFT 커뮤니티에서 자유롭게 실시간으로 커뮤니케이션을 할 수 있어 특히 인기가 높습니다. 디스코드는 지난 몇 년 동안 게임 중심의 메신저 플랫폼에서 크립토 및 NFT 커뮤니티를 포함한 포괄적인 장소로 발전했는데요. 디스코드 채널을 통해 커뮤니티에 가입하고 파운더와 다른 홀더의 의견을 들을 수 있습니다.

42%

NFT에 익숙한 사람 중 42%가 레딧으로부터 NFT에 대해 배우게 됩니다.¹

44%

SNS 사용자의 44%는 레딧이 암호화폐 뉴스, 커뮤니티 및 교육을 위한 최고의 장소라는데 동의합니다.¹

2 얼리 어답터에게 보상

하이프와 팔로잉을 많이 얻는 방법은 이미 NFT에 열심히 참여하는 사람에게 보상을 주는 것입니다. 예를 들어 Invisible Friends NFT 프로젝트는 얼리 액세스 목록에 있는 사람들을 위해 100% 사전 판매될 것이라고 발표했습니다. 다른 기업들도 이런 얼리 어답터들에게 추가 이벤트, NFT 에어드롭, 다가오는 캐릭터 경품 및 스테이킹 어워드에 대한 특별한 혜택을 제공합니다.

얼리 어답터에게 보상을 주는 것은 단순히 그들을 우리 NFT의 홀더로 데려오는 것 뿐만 아니라 그들을 열성적인 브랜드 홍보대사로도 변화시킬 수 있습니다.



커뮤니티 빌딩 & 마케팅

3

일관성 있고 투명한 커뮤니티 참여

주로 익명화된 공간에서 브랜드가 커뮤니티와 자주, 그리고 투명하게 소통하는 것이 특히 중요합니다. 많은 NFT 팀들은 소통을 위해 "커뮤니티 콜"과 AMA를 진행하는데요.

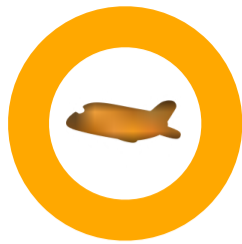
기존 브랜드와 회사들이 생각없이 NFT를 출시하는 것은 눈속임처럼 보일 수 있으며, 궁극적으로 쌓아놓은 브랜드 평판을 손상시킬 수 있습니다. 그러니 레거시 브랜드일수록 자주 소통하고, 진정성 있게 소통해야 합니다.

**4**

경품

경품을 제공하는 것은 인지도를 쌓고, 팔로워를 늘리고, 참여를 유도하는 좋은 방법이 될 수 있습니다. 이러한 이벤트 참여는 SNS 팔로우, 게시물 공유, 친구를 태그하는 것 등입니다.





런칭

이제 런칭할 시간입니다. 다음은 어떻게 해야 하죠?

NFT 에어드랍 이후에도, 커뮤니티와 협력하여 홀더 및 잠재 홀더를 위한 가치를 지속적으로 제공해야 합니다. 구성원들이 추후 가치 상승을 기대할 수 있는 것, 즉 이벤트 또는 추가 에어드랍 여부에 대한 내용을 설명하는 것이 매우 중요합니다.

에어드랍이란 공중(air)에서 떨어뜨린다(drop)는 뜻으로서, 해당 암호화폐 소유자들에게 무상으로 코인이나 NFT 등을 지급하는 행위를 말합니다. 쉽게 말해 NFT를 보유하고 있는 홀더에게 추가로 혜택을 주는 것인데요. 브랜드는 홀더나 초기 소유자들에게 보상을 주기 위해 에어드랍을 활용하고 있습니다.

또한 NFT의 가시성을 높일 수 있는 다른 방법에 대해서도 생각해야 합니다. 여러분의 NFT가 영향력 있는 행사나 브랜드와의 파트너십, 특별 이벤트 또는 세일즈 파트너와 협력하고 있나요? NFT를 넘어서 생각해보면, Web3에는 여러 흥미로운 발전이 일어나고 있습니다. 예를 들어 메타버스는 브랜드가 커뮤니티에 직접 참여할 수 있을 뿐만 아니라, 점차 확장됨에 따라 NFT의 가치를 강화할 수 있는 기회를 제공합니다.



런칭 전 체크리스트

본격적인 NFT 컬렉션의 런칭 전에 반드시 고객 입장이 되어 다음과 같은 질문을 하세요.



1. 왜 내 NFT가 중요할까요?
2. 다른 NFT와 어떻게 다른가요? 차별점은 무엇인가요?
3. 왜 사람들은 앞으로 수년간 우리 NFT를 가지려고 할까요?
4. NFT가 고객에게 제공하는 가치는 무엇일까요?
5. 얼마나 독점적인 혜택을 제공하나요?



런칭

런칭 전 고려 사항

NFT는 브랜드에게 큰 기회를 제공하지만, 출시 전에 고려해야 할 몇 가지 사항이 있습니다. 재무적인 부분이나 세금, IT에서 법률까지 적절한 인프라를 갖추기 위해서는 팀은 물론 외부 전문가와의 긴밀한 협조가 필요합니다.



암호화폐 지갑 및 블록체인 인프라 구축

여러분의 회사나 팀은 NFT와 암호화폐를 은행 계좌에 보관할 수 없습니다.

결국 조직 내에서도 크립토를 위한 새로운 기술 스택 및 인프라를 도입할 필요가 있습니다.



법적 이슈, 규제 지침의 필요성

NFT는 아직 법적 이슈나 규제 지침이 부족합니다. 주요 참여자들은 참여하고자 하는 욕구와 법적 규제에 대해 다양한 입장을 취했습니다.

조언을 여러분의 법무팀에게 최대한 빨리 전달하고, 앞서 나갈 수 있도록 법무적인 도움을 받아야 합니다.



NFT 커뮤니티 (마켓플레이스, 아티스트, 테이스트 메이커) 와의 파트너십

핵심 인프라 외에도 성공적인 NFT 프로젝트를 운영하기 위해서는 파트너십이 무엇보다 중요합니다.

앞에서 '진정성'과 '커뮤니티'에 대해 논의했고, 새로운 참여자는 결국 합법적이고 똑똑한 파트너를 찾는 것이 좋습니다.



탐다운 방식의 Web3 전략 개발

NFT 프로젝트의 판매가 완료되었다고 모든 것이 끝나지 않습니다. 운영 팀은 5주가 아니라 5년을 고민해야 합니다. 초기 전략 및 설정된 원칙과 실험에 대한 측정된 접근 방식을 개발하는 것이 필요합니다.

이 씬은 산만함으로 가득 차 있으며, 여러분의 조직은 기민하게 반응하며 움직여야 합니다.



레딧의 NFT 커뮤니티



레딧의 NFT 고객

레디터는 NFT에 대해 잘 알고 있습니다.

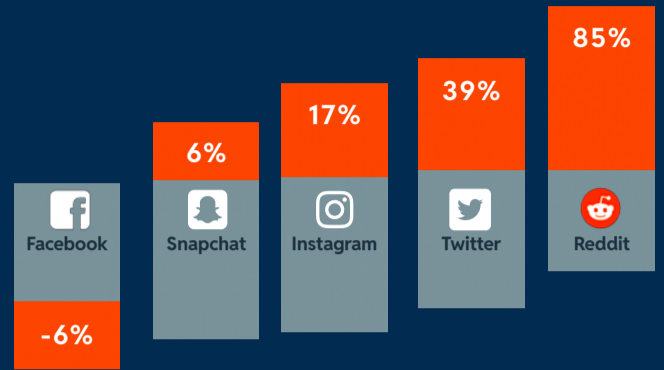
44%

레디터의 44%는 레딧이 NFT와 크립토 뉴스, 커뮤니티 및 교육을 위한 최고의 장소라고 말합니다.

85%

레디터의 85%는 일반 인터넷 사용자보다 NFT에 더 익숙할 가능성이 있습니다.

레디터는 다른 유저보다 NFT에 더 익숙합니다.



NFT에 익숙한 유저의 가능성

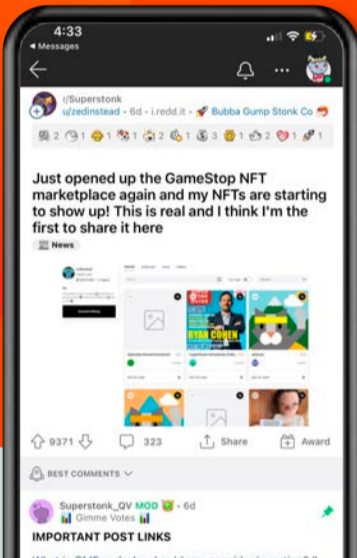
Source: Reddit Internal 2021-2022

레딧에서 NFT 관련 대화가 급증하고 있습니다.

레딧은 NFT 리서치 및 토론의 장으로, 지난 6개월 동안 NFT 관련 대화가 기하급수적으로 증가했습니다.

+300x

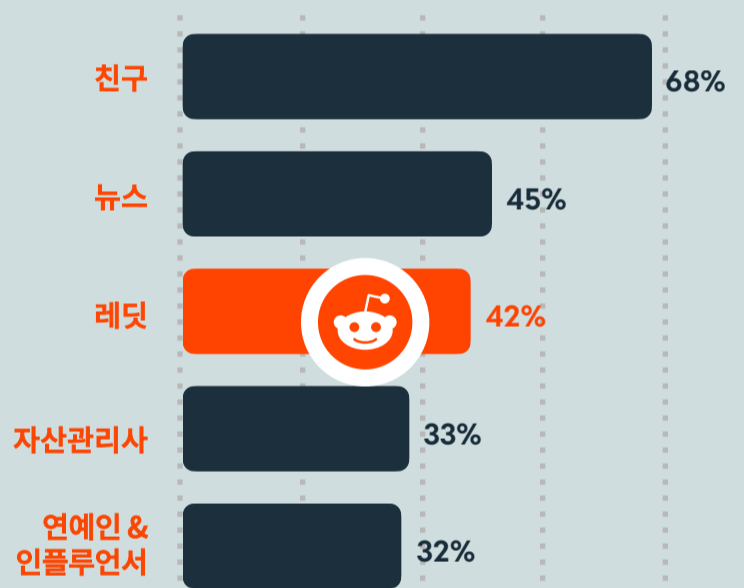
지난 6개월 동안 r/nftsmarketplace의 총 조회수가 +300배 증가했습니다.



+423x

지난 6개월 동안 NFT에 대한 언급이 +423배 증가했습니다.

Reddit은 NFT 뉴스 및 정보의 허브입니다.



Source: Reddit Internal 2022

NFT 사용자 알아보기

연령

13-17

13~17세는 NFT에 가장 익숙합니다. 놀랍게도 35~40세가 18~24세보다 NFT에 더 익숙합니다.

성별

80%

남성은 여성보다 NFT에 익숙할 가능성이 80% 더 높습니다.

HHI

40%

소득이 \$100,000 - \$150,000인 사람들의 40%가 NFT를 구매할 가능성이 높습니다.

NFT에 익숙한 사용자를 분류할 수 있습니다.

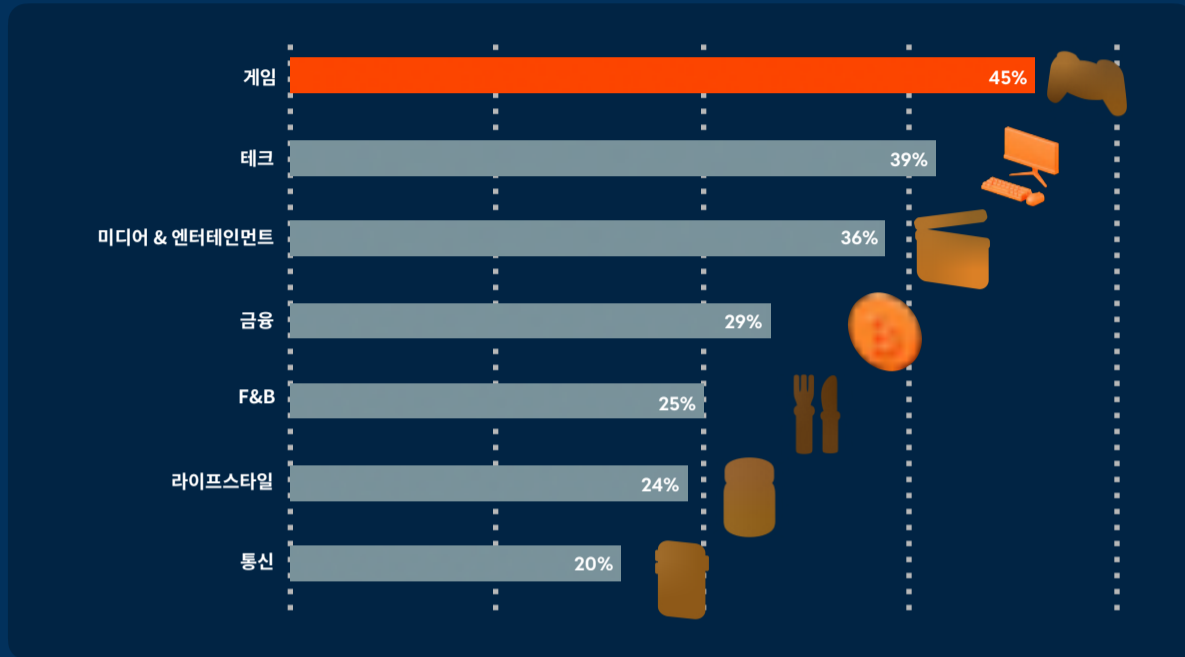
Source: Reddit Internal 2022



레딧의 NFT 청중

레디터는 모든 산업 분야에서 NFT를 구매할 준비가 되어있습니다.

게임 및 금융에서 테크 및 엔터테인먼트에 이르기까지, 레디터는 다양한 분야의 NFT를 구매하는 것에 관심을 갖고 있습니다.



1 IN 2

그리고 그들의 욕구는 강력하며, 좋아하는 브랜드에서 NFT를 구매할 의향이 있습니다.



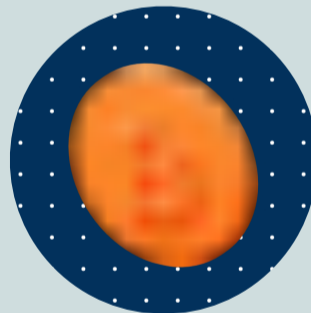
하지만 아직 넘어야 할 장벽이 있습니다

NFT에 대한 교육과 구매 비용이 가장 큰 진입 장벽입니다.



59%

레디터의 59%는 NFT 및 블록체인이 어렵다고 답합니다.



54%

레디터의 54%는 NFT가 너무 비싸서 구매하지 않는다고 답합니다.

높은 장벽에도 불구하고 여전히 관심이 많습니다

NFT에 대한 관심은 예술 그 자체를 넘어 있습니다. NFT에 관심있는 사람들에게는 아래의 요소가 가장 큰 이유입니다.

커뮤니티 접근



57%

특별한 제품



44%

새로운 시도와 경험



42%



레딧에서 NFT를 활성화하는 방법

레딧에서 NFT 프로젝트를 시작할 때 고려해야 할 사항

NFT의 인기가 점차 높아짐에 따라, 레딧에서 NFT 캠페인을 성공적으로 시작하는 방법을 본 가이드를 통해 배우고 발전시킬 수 있습니다.

레딧의 절반은 자신이 좋아하는 브랜드에서 NFT를 구매할 수 있지만 대다수는 브랜드가 NFT의 미래를 망칠 수도 있다고 생각합니다.

지속 가능하고 성공적인 모델을 만들기 위해 브랜드는 부지런해야 합니다. 이 모델은 커뮤니티 구축에 대한 유기적인 투자로부터 시작되는데요. 물론 가치를 창출하면서 유저에게 중요한 방식으로 진행되어야 합니다.

교육에 집중하세요

잠재적인 NFT 보유자와 고객에게 교육 콘텐츠를 홍보하는 것을 고려하십시오. 청중에게 정보를 제공하는 AMA, 참여 안내 또는 영상은 더 큰 인식과 대규모 유입으로 이어질 것입니다.

74%

74%의 사람들은 NFT를 만드는 브랜드도 소비자에게 NFT에 대해 교육해줘야 한다는 것에 동의합니다.

커뮤니티와 연결하세요

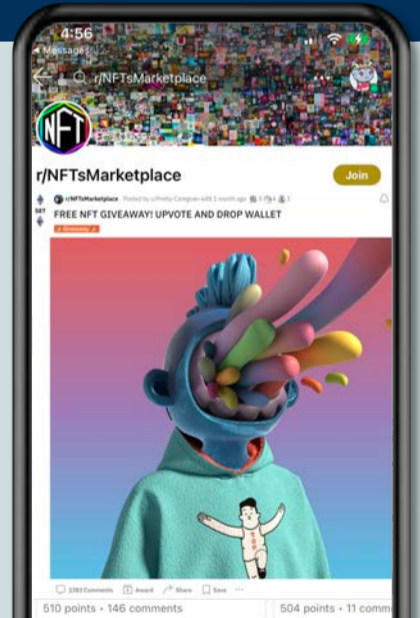
참여자의 목소리를 높이고, 일관되고 투명한 커뮤니티 참여를 통해 프로젝트 의사 결정 과정에서 발언권을 부여해야 합니다.



5명 중 3명은 커뮤니티가 NFT 및 크립토의 중요한 요소라는 데 동의합니다.

새로운 시도와 실험을 하세요

NFT를 구매하는 가장 많이 언급되는 이유 중 하나는 바로 굿즈와 같은 독점 제품에 대한 접근입니다. 어떤 장점이 있든 간에, 해당 제품이나 서비스가 유저의 열정 포인트와 일치하고 구매에 대한 영감과 흥분을 얻을 수 있는지 확인해야 합니다.



결국 진정성이 핵심입니다

마케팅 활동에서 진정성을 유지해야 합니다. 가치를 창출하고 사용자에게 중요한 방식으로 브랜드를 초월하는 커뮤니티 구축에 대한 유기적 투자로 시작합니다.

45%

45%의 사람들은 브랜드가 NFT의 미래를 망칠수 있다고 생각한다.



팀 소개



Emily Le

레딧 시니어 마케팅 리드



Chris Sarandos

레딧 NA 버티컬 마케팅 헤드

VNFT



Avery Akkineni

VaynerNFT 의장



Sebastian Oddo

VaynerNFT 클라이언트
파트너십 SVP



감사합니다