

D-90 ~ D-61

규제와 제품

기간

- ☐ **Responsible Person을 정하고 FDA 등록까지 마치셨나요?**
미국 밖에 있는 제조 시설은 미국 에이전트를 지정해야 FDA에 등록할 수 있습니다. 라벨에도 부작용 신고를 받을 미국 연락처가 들어가야 하니, 라벨은 생산 전에 확정해 두는 게 안전합니다.
- ☐ **미국에서는 어느 채널로 팔고, 재고는 어디서 출고할지 정하셨나요?**
아마존, 틱톡샵, 자사몰을 처음부터 한꺼번에 열 필요는 없습니다. 첫 달 재고를 잡을 때는 시딩으로 나갈 수량까지 함께 계산해 두세요.
- ☐ **먼저 미국에 낼 제품 3~5개를 골라 두셨나요?**
한 루틴으로 이어지는 구성이면 영상으로 보여 주기 쉽습니다.
- ☐ **영문 상세페이지에 미국 소비자가 실제로 쓰는 표현을 담으셨나요?**
리뷰에 자주 나오는 표현을 모아 두었다가 상세페이지 문장에 그대로 가져다 쓰세요.
- ☐ **시딩 준비는 D-72쯤 시작하셨나요?**
크리에이터 지원 접수부터 제품 발송까지 6주쯤 걸리기 때문에, 이때 시작해야 입점 한 달 전부터 게시물이 올라오기 시작합니다.

D-60 ~ D-31

크리에이터 콘텐츠

기간

- ☐ **제품을 몇 개 보내야 할지 계산해 보셨나요?**
필요한 게시물 수 _____ ÷ 0.7 = 보낼 제품 수 _____
0.7은 제품을 받은 크리에이터 10명 중 7명꼴로 게시물을 올린다는 BAZZAAL 집계입니다. 제품은 받았다고 답한 크리에이터에게만 보냅니다.
- ☐ **누구에게 보낼지 기준을 정해 두셨나요?**
무가 시딩에 참여하는 크리에이터는 대부분 나노 크리에이터입니다. 팔로워 수는 최소 기준으로만 두고, 최근 게시물에 반응이 얼마나 붙는지, 우리 제품을 자기 루틴 안에서 자연스럽게 보여 줄 수 있는 사람인지를 확인하세요. MEDIHEAL 시딩에서도 마스크를 실제 스킨케어 루틴 안에서 보여 준 게시물의 반응이 가장 좋았습니다.
- ☐ **새 게시물이 한 달에 8~12개씩 올라오고 있나요?**
이 속도를 이어 가려면 연락할 크리에이터 명단과 매번 다시 쓸 수 있는 브리프가 있어야 하고, 배송도 늘 같은 순서로 돌아가야 합니다.
- ☐ **어필리에이트 커미션은 정하셨나요?**
미국 뷰티 브랜드의 어필리에이트 커미션은 보통 15~30%입니다(ELIOT). 처음에는 모두 같은 비율로 시작하고, 실제로 판매가 나온 크리에이터부터 비율을 조정해 보세요.

D-30 ~ D-1

판매 기록과 입점 첫 주

기간

- ☐ **판매 숫자를 매주 한 시트에 정리하고 계신가요?**
아마존 리뷰가 늘어나는 속도와 틱톡샵 판매, 자사몰 미국 주문을 한곳에 모아 두면 바이어 미팅에 그대로 가져갈 수 있습니다.
- ☐ **반응 좋은 게시물의 사용권은 받아 두셨나요?**
무가 시딩 게시물이라도 저작권은 크리에이터에게 있어서, 허락 없이는 광고에 쓸 수 없습니다. 틱톡에서는 크리에이터가 Spark Ads 코드를 발급해 주는 방식으로 허락을 받고, 코드 기간은 7일, 30일, 60일, 365일 중에서 크리에이터가 고릅니다.
- ☐ **입점일 앞뒤로 게시물이 언제 올라갈지 정해 두셨나요?**
언박싱 영상과 사용법 영상은 입점일 전에, 매장 방문 영상은 입점 첫 주 동안 올라오게 잡습니다.