

CreatorFlow KR

크리에이터·UGC 제작자를 위한
광고·협찬 운영팩

문의 → 계약 → 제작 → 게시 → 정산 → 성과 기록

브랜드 협찬을 한 줄씩 기록하면 미수금, 일정 위험, 실질 시급, 월별 현금과 콘텐츠 성과가 자동 연결됩니다.

포함 시트

협찬파이프라인	문의·조건·기한·입금·미수금·다음 행동
콘텐츠캘린더	제작 단계·마감·게시 URL·성과 지표
비용내역	캠페인별 소품·외주·장소·교통 등 직접비
대시보드/월간요약	계약·입금·순현금·일정 위험·12개월 흐름
단가도우미	시간·직접비·사용권·급행·수수료를 반영한 견적

1. 처음 10분 설정

노란색은 입력 셀, 회색은 자동 계산 셀입니다. 회색 수식 영역은 수정하지 마세요.

Step 1 · 설정 시트

기준일	대시보드의 이번 달과 7일 내 마감 판단 기준
월 순수익 목표	입금 - 직접비 - 적립액 기준의 월 목표
목표 지급	캠페인 예상 지급과 견적도우미의 노동 가치 기준
적립률	세금·비상자금 등 현금 보수성을 위한 사용자 설정값
조회 연도	월간요약의 1월~12월 기준 연도

Step 2 · 샘플 데이터 교체

- 협찬파이프라인의 샘플 6건을 실제 캠페인으로 덮어씁니다.
- 콘텐츠캘린더와 비용내역의 캠페인ID를 같은 코드로 연결합니다.
- 안 쓰는 샘플은 입력 셀만 비우고 계산 열은 그대로 둡니다.
- 시작하기 시트의 체크 시트가 PASS인지 확인합니다.

캠페인ID는 연결의 중심입니다. 예: CF-001. 세 시트에서 같은 캠페인은 반드시 같은 ID를 사용하세요.

입력 순서

1 문의	2 계약	3 제작	4 정산
브랜드·캠페인·응답기한	금액·사용권·게시/지급기한	콘텐츠 단계·마감·직접비	입금액·입금일·성과

2. 협찬파이프라인 운영

캠페인 한 건을 한 행에 기록합니다. 다음 행동과 위험 표시를 기준으로 매일 우선순위를 정하세요.

문의일/응답기한	회신이 필요한 날짜를 기록하면 응답 임박·지연을 표시
게시기한/지급기한	콘텐츠 마감과 정산 지연을 별도로 관리
계약금액/입금액	전체 약정 금액과 실제 수령액을 구분
직접비/적립액	비용내역과 설정값에서 자동 연결
예상순수익/미수금	계약금액 - 직접비 - 적립액, 계약금액 - 입금액
실제시간/예상시급	미팅·수정·관리시간까지 포함해 수익성을 판단
사용권/다음 행동	2차 활용 개월 수와 지금 할 일을 텍스트로 남김

위험 표시를 읽는 법

응답임박	2일 안에 회신·제안서 발송
응답지연	기한이 지난 문의 조건을 재확인
마감지연	게시일이 지난 제작 건을 최우선 처리
입금지연	지급기한과 계약의 정산 조건을 확인
정상	현재 기준으로 일정·입금 경고 없음

상태가 '게시완료'여도 잔금이 남아 있으면 지급기한을 반드시 입력하세요. 미수금은 계약금액과 입금액의 차이입니다.

3. 콘텐츠·비용·성과 연결

콘텐츠캘린더

- 콘텐츠ID와 캠페인ID를 입력하고 플랫폼·포맷·제작 단계를 선택합니다.
- 촬영일·마감일·게시일을 분리해 지연 원인을 찾습니다.
- 게시 후 URL, 조회수, 좋아요, 댓글, 저장, 클릭, 전환을 입력합니다.
- 참여율은 (좋아요+댓글+저장) / 조회수로 자동 계산됩니다.

비용내역

- 소품·외주·장소·교통·장비·광고비를 캠페인별로 한 줄씩 기록합니다.
- 상태가 '확정'인 비용만 파이프라인 직접비와 월간요약에 반영됩니다.
- 캠페인ID가 틀리면 체크 시트가 미등록 캠페인 비용으로 표시합니다.

성과 해석

조회수	도달 규모. 플랫폼별 노출 조건 차이를 함께 고려
참여율	반응의 밀도. 포맷과 주제별 비교에 사용
클릭/전환	행동 성과. 추적 기준이 동일한 캠페인끼리 비교
실질 지급	성과와 별개로 제작자의 수익 지속 가능성을 판단

성과 수치는 브랜드가 제공한 값과 플랫폼 화면의 측정 시점을 함께 메모하세요. 서로 다른 집계 기간은 직접 비교하지 않는 것이 안전합니다.

4. 단가도우미와 대시보드

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

A

B

C

D

E

F

단가도우미

시간, 직접비, 사용권, 급행, 수수료와 적립률을 반영한 견적 하한선입니다.

입력	값	설명
플랫폼	Instagram	제안할 주 플랫폼
포맷	릴스	제작물 형식
기획 시간	2.0시간	아이디어·콘타·브랜딩 확인
촬영 시간	3.0시간	준비·촬영 포함
편집 시간	5.0시간	편집·자막·썸네일
수정 1회 시간	1.5시간	추가 수정 1회당 예상 시간
포함 수정 횟수	1회	기본 포함 횟수
직접비	100,000원	소품·장소·외주 등
사용권 기간	3개월	2차 촬영 기간(개월)
월 사용권 가산률	5.0%	노동가치 × 개월 × 가산률
급행 가산률	10.0%	일정 단축 가산
플랫폼·에이전시 수수료	10.0%	정산 시 차감되는 비율
적립률	15.0%	설정 시트와 연결

자동 계산 결과

총 예상 시간	11.5시간
노동 가치	920,000원
사용권 가산	138,000원
원가 기준 소계	1,158,000원
권장 견적	1,698,400원
협상 하한선 (-10%)	1,528,560원
여유 견적 (+15%)	1,953,160원
예상 순수익	1,173,800원
예상 실질 시급	102,070원/시간

해석 1 · 권장 견적은 수수료와 적립 후에도 시간가치와 직접비를 남기기 위한 기준입니다.

해석 2 · 사용권 기간, 매체, 편집·재촬영, 광고 집행 범위는 금액과 별도로 기록하세요.

해석 3 · 이 결과는 협상 참고값이며 계약·세무·법률 판단을 대신하지 않습니다.

총 예상 시간	기획+촬영+편집+(수정 1회 시간×포함 횟수)
사용권 가산	노동 가치×사용권 개월×월 가산률
권장 견적	직접비·급행·수수료·적립률을 반영한 기준값
협상 하한/여유	권장 견적의 -10%, +15% 시나리오
예상 실질 시급	수수료·적립·직접비 차감 후 시간당 금액

사용권 기간·매체, 광고 집행, 원본 파일, 재촬영, 추가 수정은 금액과 함께 별도 조건으로 기록하세요.

대시보드 우선순위

- 7일 내 마감에 있으면 제작 일정을 먼저 고정합니다.
- 미수금이 커지면 지급기한과 잔금 조건을 확인합니다.
- 목표 달성률이 낮으면 확정 입금과 진행 캠페인을 함께 봅니다.
- MODEL STATUS가 FAIL이면 체크 시트를 먼저 수정합니다.

5. 데일리·주간 루틴과 FAQ

매일 3분	주 1회 15분	월말 20분
새 문의 등록 다음 행동 확인 마감·입금 위험 처리	제작 단계 갱신 비용·시간 입력 잔금·사용권 확인	월간요약 검토 단가·포맷별 수익성 비교 다음 달 목표 조정

자주 묻는 질문

Q. 적립률은 세금 신고액인가요?

아니요. 현금 보수성을 위한 사용자 설정값입니다.

Q. 비용이 파이프라인에 안 잡힙니다.

비용 상태가 '확정'인지, 캠페인ID가 정확히 같은지 확인하세요.

Q. 미수금이 이상합니다.

계약금액과 입금액을 확인하고 체크 시트의 금액 오류를 수정하세요.

Q. 한 캠페인에 콘텐츠가 여러 개면요?

콘텐츠ID는 각각 만들고 캠페인ID를 동일하게 연결하세요.

Q. 파일을 안전하게 쓰려면요?

노란색 입력 셀만 수정하고 원본 파일을 별도로 보관하세요.

면책: CreatorFlow KR은 광고·협찬 운영 보조 도구이며 계약·세무·법률 자문이 아닙니다. 실제 조건과 신고는 계약 당사자 및 관련 전문가가 확인해야 합니다.