

홍보 게시물 말고, AI가 인용할 기록을 남깁니다.

러닝화 한 켤레를 30일, 200km 썬 본 사람이 어떤 조건에서 무엇을 느꼈는지를 남깁니다. 그 기록은 브랜드 보고서가 되고, 동시에 검색과 AI가 인용하는 문장이 됩니다.

국내 최초

러닝·트레일 제품의 실사용 기록을 AI 검색이 인용할 수 있는 형태의 콘텐츠까지 한 줄로 잇는 서비스는 국내에서 필드테스트가 처음입니다.



브랜드가 받는 것

테스터 한 명당, 이만큼이 남습니다.

먼저 결과물부터 말씀드립니다. 아래 여섯 가지가 테스터 한 명마다 나옵니다.



인원을 늘리면 그대로 곱해집니다

3명 → 사진 15~30장 · 콘텐츠 6편 · 보고서 3부 + 통합 1부

10명 → 사진 50~100장 · 콘텐츠 20편 · 보고서 10부 + 통합 1부

여섯 가지가 각각 따로 만들어지는 것이 아닙니다. 조건을 채운 뒤 쓴 기록 한 편에서 전부 나옵니다. 그래서 기록을 받는 방식이 곧 결과물의 질입니다.

1 네이버 AI 활용 콘텐츠

테스터의 실사용 사례로 만든 콘텐츠를 브랜드 자사 네이버 블로그에 올립니다. 네이버 AI 검색이 읽어 가는 구조로 씁니다.

2 구글 AI 활용 콘텐츠

같은 사례를 구글 챗GPT 쪽이 인용하기 좋은 구조로 다시 써서 브랜드 자사 블로그에 올립니다.

3 브랜드 보고서

테스터 한 명당 보고서 한 부, 그리고 모든 테스터를 묶은 통합 보고서 한 부. 마케팅 문구가 아니라 개발팀이 읽는 자료입니다.

4 실사용 사진 최소 5장

광고에 써도 된다는 협의가 끝난 실제 사용 사진입니다. 한 명이 최소 5장, 최대 10장을 올립니다. 사진 없이는 테스트가 종료되지 않습니다.

5 공개 활용 콘텐츠

테스터가 직접 쓴 문장과 활동명(닉네임)을 공개·재활용해도 된다는 동의를 받아 둡니다. 지어낸 문장은 한 줄도 없습니다.

6

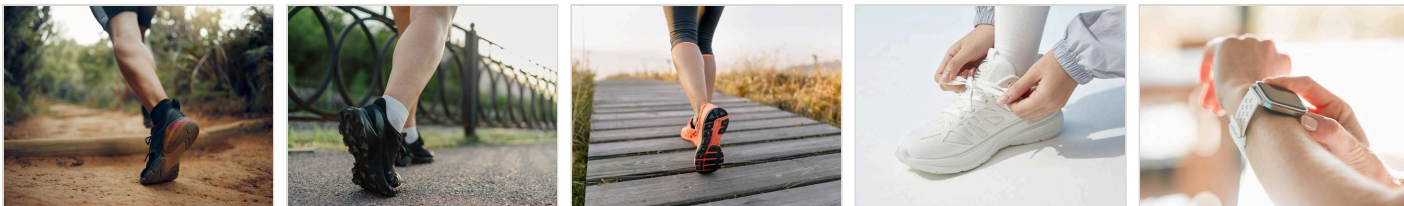
후기 원문 링크

테스터가 자기 채널에 올린 후기 주소를 드립니다. 마케팅 자료에 실어도 된다는 동의까지 함께 받습니다.

테스터 3명이면 × 3

사진 15장, 콘텐츠 6편, 개별 보고서 3부 + 통합 보고서 1부, 원문 링크 3개. 모집 인원을 늘리시면 그만큼 그대로 늘어납니다.

사진은 이런 것들이 옵니다



진흙이 낀 밑창, 200km 신은 뒤의 아웃솔, 젖은 등판 같은 것들입니다. 제품이 보이면 충분하고 얼굴은 없어도 됩니다. 올라오는 사진은 가로 1400px 로 정리되고 촬영 위치 정보(GPS)는 지워집니다.

※ 위 다섯 장은 구도를 보여 드리는 예시 이미지이며, 실제 테스터가 올린 사진이 아닙니다.

지금 브랜드가 겪는 일

후기는 쌓이는데, 팔리지는 않습니다.

일반 체험단

●●●●●●●●●● 발자마자 · 개봉 사진과 첫인상

제품이 실제로 달라지는 구간
쿠셔닝 · 아웃솔 마모 · 세탁 후 변형 · 물집 지점

필드테스트

최소 거리 · 기간을 채우는 동안에는 쓰지 않습니다

여기서부터 작성

0일

7일

14일

21일

30일

그래서 후기 100개가 다 같은 말입니다. 가볍다 · 예쁘다 · 편하다.

셋 다 같은 원인입니다. 조건 없이, 겪기도 전에 쓴 글은 근거가 되지 못합니다.

후기가 쓸모없어지는 이유는 성의가 아니라 시점입니다. 제품이 무엇을 드러내기도 전에 글이 끝나 있습니다.

“후기 100개가 다 같은 말입니다”

가볍다·예쁘다·편하다. 누구에게 맞는 제품인지가 어디에도 없어서, 정작 살까 말까 망설이는 사람에게 도움이 되지 않습니다.

“받자마자 쓴 글이 대부분입니다”

박스를 여는 사진과 첫인상. 3주 차에 쿠셔닝이 어떻게 달라졌는지, 젖은 바위에서 어땠는지는 아무도 쓰지 않습니다.

“AI에게 물으면 우리 제품이 없습니다”

“발볼 넓은 트레일화 추천”을 챗GPT에 묻는 사람이 늘고 있는데, 그 대답에 인용되는 건 광고 문구가 아니라 조건이 붙은 기록입니다.

셋 다 같은 원인입니다. 조건 없이 쓴 글은 근거가 되지 못합니다.

왜 지금인가

검색이 “목록”에서 “대답”으로 넘어가는 중입니다.

예전 · 링크 열 개



사람이 직접 열어 보고 골랐습니다

지금 · 문장으로 된 대답 하나



AI가 문장을 골라 씁니다. 어떤 문장을 고르느냐가 전부입니다

인용되는 문장 / 인용되지 않는 문장

× “가볍고 편한 착화감의 프리미엄 트레일화”
누가 언제 무엇을 했는지가 없어 근거가 되지 못합니다

✓ “72kg · 아스팔트 240km · 3주 차부터 종족부 놀림”
조건과 출처가 붙어 있어 그대로 인용됩니다

매끄러운 홍보 문구는 인용되지 않습니다. 조건이 붙은 문장만 인용됩니다. 필드테스트는 처음부터 그 형태로 기록이 나오도록 만들어졌습니다.

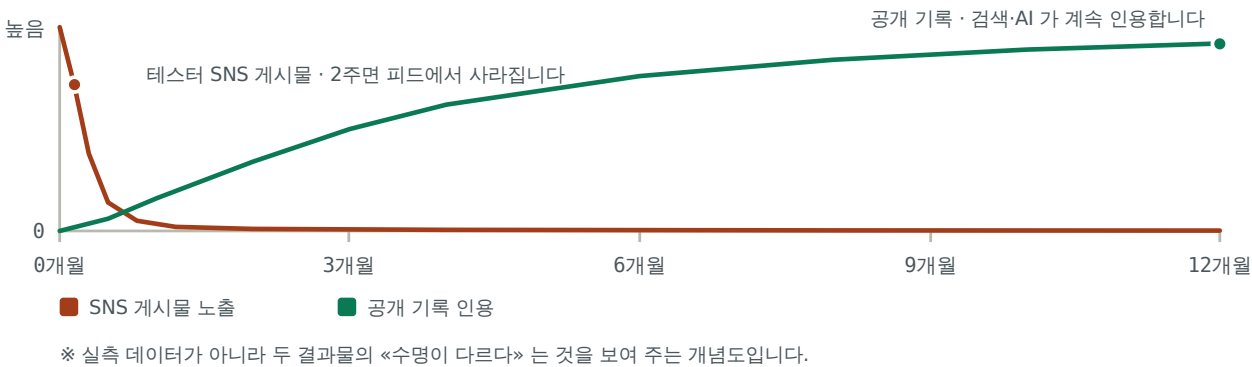
예전에는 사람들이 검색창에 단어를 넣고 파란 링크 열 개를 훑었습니다. 지금은 챗GPT·퍼플렉시티·제미나이에게 문장으로 묻고, 문장으로 된 답을 받습니다. 그 답을 만들 때 AI가 고르는 문장은 정해져 있습니다. 누가, 어떤 조건에서, 얼마나 써 보고, 뭐라고 했는지가 분명한 문장입니다.

매끄러운 홍보 문구는 인용되지 않습니다. 근거가 없기 때문입니다. 반대로 “몸무게 72kg 러너가 아스팔트 위주로 240km를 뒀 뒤 3주 차부터 중족부가 놀리기 시작했다”는 문장은 인용됩니다. 조건과 출처가 붙어 있어서입니다.

필드테스트는 처음부터 **그 형태로 기록이 나오도록** 설계된 곳입니다. 좋은 글을 쓴 뒤에 검색을 신경 쓰는 순서가 아니라, 기록을 받는 방식 자체가 그렇게 짜여 있습니다.

무엇이 **다른가**

같은 돈으로, 다른 것이 납습니다.



같은 돈을 써도 남는 것이 다릅니다. 한쪽은 **며칠**, 다른 쪽은 **계속 인용되는 문서**로 납습니다.

	일반 체험단	필드테스트
쓰는 시점	제품 받고 바로	최소 사용 거리·기간을 채운 뒤에만
사용 조건	적지 않음	거리·기간·노면·날씨·페이스를 함께 기록
단점	대개 빠짐	“이런 분께는 추천하지 않습니다”를 반드시 작성
테스터 검증	팔로워 수	월 주행거리·누적 상승고도·페이스·본인 사진
결과물	테스터 SNS 게시물	브랜드 보고서 + 필드테스트 공개 기록 + 원문 링크
수명	피드에서 며칠	검색·AI가 계속 인용하는 문서로 남음

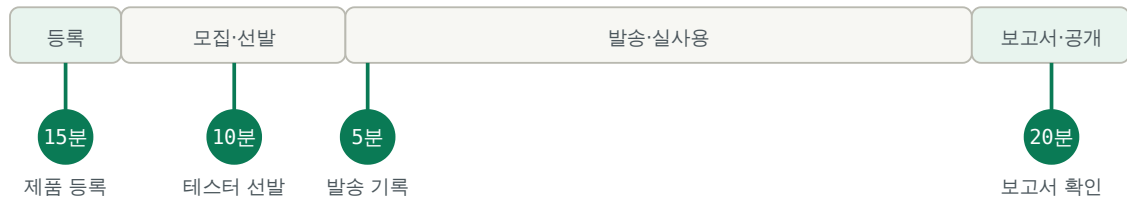
단점을 적게 하는 것이 이 서비스의 핵심입니다. 맞지 않는 사람이 적혀 있어야 나머지 말이 믿기고, AI도 그런 문장을 인용합니다. **맞지 않는 사람을 분명히 적었다는 이유로** 테스터가 불이익을 받지 않습니다.

등록에서 보고서까지 4단계.

브랜드가 실제로 손을 쓰는 시간은 아래에 적어 두었습니다. 나머지는 저희가 합니다.

전체 일정
4~5주

브랜드가
쓰는 시간



합계 50분

그리고 제품 한 개와 택배비. 모집·검수·기록 독촉·보고서 작성·발행은 저희가 합니다.

* 발송은 브랜드가 직접 하시고, 손으로 전달하신 경우에는 택배 정보 없이 발송 처리하실 수 있습니다.

브랜드가 들이는 것은 **50분과 제품 하나**입니다. 나머지 4~5주는 기다리는 시간이고, 그동안의 일은 저희가 맡습니다.

STEP 1

제품 등록

제품 정보와 테스트 조건(최소 거리·기간·노면 등)을 넣고, 테스터에게 물어볼 질문을 고릅니다. 질문은 분류에 맞춰 미리 준비돼 있어 고르기만 하면 됩니다.

브랜드 15분

STEP 2

모집과 선발

조건에 맞는 러너가 지원합니다. 월 주행거리·누적 상승고도·페이스·활동 채널을 보고 브랜드가 직접 고릅니다. 프로필과 지원 동기가 한 화면에 정리돼 나옵니다.

브랜드 10분

STEP 3

발송과 실사용

수락한 테스터에게 제품을 보내고 택배사·운송장을 넣으면, 테스터 화면에 배송 상태가 뜹니다. 그다음은 기다리는 시간입니다. 14~30일, 제품에 따라.

브랜드 5분 + 배송비

STEP 4

보고서와 공개 기록

기록이 들어오면 보고서가 자동으로 만들어집니다. 브랜드가 확인하고 허락한 내용만 필드테스트 블로그에 AI가 읽는 구조로 발행됩니다.

브랜드 20분

그 결과물이 만들어지는 방식

앞의 여섯 가지는 이렇게 만들어집니다.

맨 앞에서 보신 결과물이 어디서 나오는지, 무엇을 근거로 쓰이는지입니다.

브랜드 보고서 (웹 · PDF)

테스터별 기록, 조건별 비교, 질문마다의 답, 사용 장면 사진, 테스터 프로필. 마케팅 문구가 아니라 개발팀이 읽을 수 있는 자료로 만듭니다. 사이즈·노면·페이스별로 갈리는 지점이 보입니다.

공개 기록 · 네이버·구글 AI 가 읽는 형태

같은 내용을 검색과 AI가 인용하기 좋은 구조로 씁니다. 맨 앞에 요약, 사실은 목록으로, 인용마다 작성자와 원문 주소. 구조화 데이터(JSON-LD)도 함께 붙입니다. 지어낸 문장은 한 줄도 없습니다. 전부 테스터가 직접 쓴 말입니다.

원문 링크

테스터가 자기 채널(네이버 블로그·인스타그램·유튜브)에 올린 후기 주소를 함께 드립니다. 공정거래위원회 지침에 따라 제품을 제공받았다는 사실이 표기됩니다.

브랜드가 말하는 이 제품 NEW

무엇을 노리고 만든 제품인지 한 단락 적어 주시면, 보고서와 공개 기록에 그대로 실립니다. 만든 쪽의 의도와 실제 사용 기록이 나란히 놓이면, 읽는 사람도 AI도 판단할 근거가 생깁니다.



실제로 이런 모양입니다

기록 한 편에서 잘라 온 부분.

테스터가 쓴 문장 한 줄

“발볼이 넓은 편이라 265를 신는데 이 신발은 265가 조금 조입니다.
장거리에서 새끼발가락이 눌리는 느낌이 20km 지점부터 왔습니다.”

어떤 몸인지

발볼 넓음 · 265

무엇이 일어났는지

새끼발가락 눌림

언제부터

20km 지점

누가 · 어디에 올렸는지

활동명 + 원문 주소

브랜드에게는

사이즈 안내를 고칠 근거

AI 에게는

“발볼 넓은 사람은?” 의 답

이 한 문장이 이 서비스의 값입니다. 조건이 붙어 있어서 브랜드에게도 AI 에게도 쓸모가 생깁니다.

케이던스랩 CR-9 · 러닝 3명 · 누적 660km · 사용 31회 (예시)

30일

220km/인

D+ 2,400m

트레일 70%

우천 4회

처음에 끈을 풀어서 다시 묶는데 굉장히 잘 묶이겠다는 생각이 딱 들더라구요. 그리고 신자마자 바닥 접지가 너무 좋아서 놀랐습니다. 원래 저는 비브람이 아니면 의심을 먼저 하는데, 이건 비브람이 아닌데도 비 오는 날의 바위를 밟았을 때도 괜찮았습니다.

아그랬냐 테스터 · 러닝 6년 · 월 180km · 트레일 · 네이버 블로그 원문 →

발볼이 넓은 편이라 265를 신는데, 이 신발은 265가 조금 조입니다. **발볼이 넓은 분은 반 사이즈 올려 신으시길 권합니다.** 장거리에서 새끼발가락이 눌리는 느낌이 20km 지점부터 왔습니다.

바람길 테스터 · 러닝 4년 · 월 240km · 로드 · 인스타그램 원문 →

두 번째 인용 같은 문장이 이 서비스의 값입니다. 브랜드에게는 사이즈 안내를 고칠 근거가 되고, AI 에게는 “발볼 넓은 사람은?”이라는 질문의 답이 됩니다.

브랜드가 기다리지 않게 만들었습니다.

- | | |
|--------|---|
| 1명씩 종료 | 3명을 모집해도 끝난 사람부터 따로 마무리 합니다. 먼저 끝낸 테스터의 기록이 남은 사람을 기다리느라 몇 주씩 묵지 않습니다. 중도에 못 하게 된 분이 있으면 그 자리만 비우고 나머지로 마무리할 수 있습니다. |
| 사용 사진 | 테스터가 실제 사용 장면 사진을 5~10장 올립니다. 사진 없이는 제출이 안 됩니다 . 보고서와 공개 기록에 함께 실리고, 브랜드 광고·상세페이지·SNS 에도 쓰일 수 있도록 가입할 때 미리 동의를 받아 둡니다. 후기 게시물 주소(URL)도 마케팅 자료에 쓰일 수 있습니다. |
| 기록 수정 | 테스터가 제출 뒤에도 기록을 고칠 수 있고, 수정 이력이 남습니다 . 무엇이 언제 바뀌었는지 보고서에서 그대로 보입니다. |
| 발송 추적 | 수락 후 3일 이내 발송 을 기준으로 잡고, 택배사·운송장을 넣으면 테스터가 확인합니다. “보냈는데 못 받았다”는 실랑이가 없어집니다. |
| 질문 배정 | 질문을 최대 20개까지 담아 두면 한 사람당 5개씩 다르게 나갑니다. 같은 질문에 세 사람이 비슷한 답을 내는 대신, 더 넓은 범위가 덮입니다. 모두에게 같은 질문을 낼 수도 있습니다. |
| 자동 발행 | 보고서에서 허락을 켜면 공개 기록이 블로그에 자동으로 올라갑니다 . 브랜드가 건별로 확인하고 허락한 것만 나갑니다. 허락하지 않은 내용은 보고서 안에만 남습니다. |
| 가입 간소화 | 사업자등록번호를 넣으시면 국세청 조회로 바로 확인 해 승인 없이 이용하실 수 있습니다. 번호 없이 가입하시면 운영자 확인을 거칩니다. |

못 쓰는 후기가 아니라, 믿기는 기록을 만듭니다.

- 써 보지 않은 것에 대해 쓰지 않습니다. 정해진 기간과 최소 사용 거리를 채운 뒤에 씁니다.
- “이런 사람에게는 추천하지 않는다”까지 씁니다. 사람을 밝혀야 비로소 근거가 됩니다.
- 사소한 것을 적습니다. 뒤꿈치가 쏠린 지점, 3주 차에 달라진 쿠셔닝, 세탁 후 변한 촉감.
- 조건을 함께 적습니다. 언제 어디서 몇 km를 어떤 날씨와 노면에서 썼는지.
- 기한을 지키고, 제품을 제공받았다는 사실을 공개 후기에 표기합니다.
- 제품만 받고 그만두지 않습니다. 연락 없이 미이행하면 계정이 정지되고 재가입이 제한됩니다.
- **사용 장면 사진을 5장 이상 올립니다.** 사진이 없으면 테스트가 종료되지 않습니다.
- **활동명(닉네임) 공개와 사용경험 전체의 콘텐츠 재활용에 동의**하고, 본인이 올린 후기 게시물 주소 (URL)가 브랜드 마케팅에 쓰이는 것에도 동의합니다.

위 내용은 가입 화면에서 항목별로 따로 체크를 받습니다. 뭉뚱그린 「활용 동의」가 아니라 무엇을 주는지 하나씩 밝히고 받기 때문에, 브랜드가 받아 가는 사진·문장·링크는 전부 사전 동의가 끝난 것입니다.

제품 하나, 테스터 한 명. 1인 체험권을 무료로 드립니다.

설명을 백 줄 읽는 것보다 한 바퀴 돌려 보시는 편이 빠릅니다. 제품 하나를 등록하시고 테스터 한 명을 직접 골라 보세요. 등록 → 선발 → 발송 → 기록 → 보고서 → 공개 기록까지 전 과정이 그대로 돌아갑니다.

- 브랜드가 쓰는 시간은 전부 합쳐 **1시간이 안 됩니다.**
- 드는 비용은 **제품 한 개와 택배비**뿐입니다.
- 나온 보고서와 공개 기록을 보시고, **쓸모 있다고 판단되실 때 이어 가시면 됩니다.**

체험권은 운영자가 직접 드립니다. 아래 연락처로 제품 종류와 원하시는 일정만 알려 주시면 계정에 넣어 드립니다. 먼저 결제하실 필요가 없습니다.

체험판

처음 거래하는 브랜드용. 한 제품의 흐름 전체를 확인하실 때.

3명 · 190,000원

가장 많이 선택

기본

보고서·공개 기록·원문 링크 전부 포함. 조건별 경향이 보이기 시작하는 인원입니다.

5명 · 290,000원

확장

열 명이 같은 조건을 거치면 우연과 경향이 갈립니다. 사이즈·색상별로 나눠 보실 때도.

10명 · 490,000원

부가세 별도 · 무통장 입금 · 이용권 발급 후에는 환불되지 않습니다(사용 전이면 운영자가 회수해 드립니다).

시작하기

제품 하나만 정해 주세요.

나머지는 저희가 준비합니다. 회신 한 줄이면 1인 체험권을 계정에 넣어 드리고, 등록 화면까지 안내해 드리겠습니다. 모집부터 보고서까지 보통 4~5주입니다.

fieldtest.kr

hello@fieldtest.kr

010-9333-9086

브랜드 계정 만들기

FIELDTEST · 필드테스트

샤폰 · 대표 장준무 · 사업자등록번호 312-29-29333 · 통신판매업신고 2021-충남천안-2238

충남 천안시 서북구 1공단4길 25, 2층 228호 · hello@fieldtest.kr

