

2025년 카카오톡 비즈니스 채널 수익화 전략: AI, 커머스, 광고를 아우르는 통합 가이드

서론: 카카오톡 비즈니스 생태계의 이해와 전략적 접근

카카오톡은 단순한 메신저를 넘어, 대한민국 소비자와 비즈니스를 연결하는 거대한 생태계로 진화했다. 2025년을 맞이하여 기업과 소상공인은 카카오톡 비즈니스 채널을 단순한 고객 소통 창구를 넘어 적극적인 수익 창출의 핵심 허브로 활용해야 한다. 본 보고서는 최신 정보를 기반으로 카카오톡 비즈니스 채널을 활용한 다각적인 수익화 방법을 심층적으로 분석하고, 카카오톡쇼핑, 광고, 그리고 인공지능(AI) 기술을 통합하는 실질적인 전략을 제시하는 것을 목표로 한다.

성공적인 수익화를 위해서는 개별 도구의 기능을 이해하는 것을 넘어, 각 서비스가 어떻게 유기적으로 연결되어 시너지를 창출하는지 파악하는 것이 중요하다. 예를 들어, 카카오톡싱크를 통해 확보한 고객 데이터를 기반으로 정교한 타겟 메시지를 발송하고, 이를 카카오톡 스토어의 특달 프로모션으로 연결하여 구매 전환율을 극대화하는 통합적인 접근이 필요하다. 또한, AI 이모티콘 제작과 같이 잠재적 관심이 높은 분야에 대해서는 기술적 가능성과 플랫폼의 공식 정책을 명확히 구분하여, 실현 불가능한 전략에 자원을 낭비하지 않도록 하는 현실적인 판단이 요구된다.

본 보고서는 카카오톡 비즈니스 채널의 기초 구축부터 커머스, 광고, 최신 AI 기술 동향에 이르기까지, 수익화의 전 과정을 체계적으로 안내할 것이다. 아래 표는 본 보고서에서 다룰 카카오톡 비즈니스 채널의 주요 수익화 모델을 요약한 것이다.

표 1: 카카오톡 비즈니스 채널 수익화 모델 요약

수익화 카테고리	세부 도구	주요 목표	2025년 실행 가능성
직접 커머스	카카오톡 스토어 (톡스토어)	카카오톡 내 상품 판매를 통한 직접 매출 발생	매우 높음
	카카오톡 특달	공동 구매를 통한 단기 대량 판매 및 바이럴	매우 높음

		효과	
	카카오쇼핑라이브 (카쇼라)	실시간 소통을 통한 브랜드 인지도 및 판매 증대	조건부 높음 (권한 필요)
광고 및 마케팅	채널 메시지 (친구톡)	확보된 채널 친구 대상 직접 마케팅 및 프로모션	매우 높음
	카카오 비즈보드	채팅탭 최상단 노출을 통한 대규모 트래픽 확보	매우 높음
	기타 광고 상품	디스플레이, 동영상, 검색 광고 등을 통한 잠재고객 도달	매우 높음
크리에이터 경제	카카오 이모티콘	이모티콘 제작 및 판매를 통한 저작권 수익	높음 (단, AI 제작 불가)
	AI 활용 이모티콘 제작	AI를 이용한 이모티콘 제작 및 판매	불가 (플랫폼 정책상 제한)
자동화 및 데이터	카카오톡 채널 챗봇	24시간 고객 응대 자동화 및 운영 효율 증대	매우 높음
	카카오싱크 (Kakao Sync)	회원가입 간소화, 채널 친구 및 고객 데이터 확보	매우 높음 (필수 전략)

이 보고서를 통해 독자들은 2025년 카카오 비즈니스 환경의 복잡성을 이해하고, 자신의 비즈니스에 최적화된 수익화 전략을 수립하는 데 필요한 모든 정보를 얻게 될 것이다.

제 1부: 기반 구축 - 전략적 허브로서의 카카오톡 비즈니스 채널 마스터하기

카카오톡 비즈니스 채널은 단순히 메시지를 보내는 도구가 아니다. 모든 수익화 활동의 출발점이자 고객 관계를 관리하는 디지털 본부(Digital Headquarters)다. 성공적인 수익 창출을 위해서는 이 기반을 견고하게 구축하고 최적화하는 과정이 선행되어야 한다.

1.1 비즈니스 채널: 카카오톡 안의 디지털 본사

카카오톡 채널은 누구나 무료로 개설할 수 있는 카카오톡 내의 모바일 비즈니스 홈이다.¹ 이곳은 고객과의 최전선 소통 창구이자, 브랜드의 모든 정보와 활동이 집결되는 중심지 역할을 한다.

채널의 핵심 기능은 비즈니스 정보, 브랜드 소식, 프로모션, 공지사항 등 다양한 콘텐츠를 한곳에 모아 고객에게 일목요연하게 보여주는 것이다.¹ 또한, '웹사이트 방문', '앱 사용하기', '동영상 보기'와 같은 다양한 액션 버튼을 통해 고객의 특정 행동을 유도할 수 있다.¹ 사진, 동영상, 카드뷰 등 다채로운 형식의 '소식(포스트)' 발행이 가능하며, 고객들은 '좋아요'와 '댓글'로 즉각적인 피드백을 남기고 '공유하기'를 통해 콘텐츠를 확산시킬 수 있다.¹

1.2 결정적 업그레이드: '비즈니스 채널' 인증 획득

단순히 채널을 개설하는 것만으로는 카카오의 강력한 비즈니스 도구들을 온전히 활용할 수 없다. 핵심은 '비즈니스 채널'로의 인증 절차를 완료하는 것이다.

인증 절차: 일반 채널을 비즈니스 채널로 전환하기 위해서는 사업자등록증과 같은 공식 서류를 제출하여 카카오의 심사를 받아야 한다.⁴ 이 과정은 카카오 비즈니스 계정이 필요하며, 서류 제출 후 심사 및 승인까지 영업일 기준 약 3~5일이 소요된다.⁴

인증의 혜택: 비즈니스 채널로 인증되면 프로필에 신뢰를 상징하는 'B' 모양의 비즈니스 채널 배지가 부착되어 사칭 위험을 방지하고 고객에게 높은 신뢰감을 준다.⁷ 또한, 카카오톡 내 검색 결과에서 우선 노출되는 혜택을 받으며, 무엇보다 '알림톡', '친구톡', '카카오싱크'와 같은 핵심적인 비즈니스 도구 사용 권한이 부여된다.⁴ 채널 홈의 배경색을 지정하거나 '브랜드 카드'를 활용해 브랜딩을 강화하는 것도 비즈니스 채널만의 특권이다.⁷

여기서 간과해서는 안 될 중요한 점은 바로 **3~5일**의 심사 기간이 전체 마케팅 일정에 미치는 영향이다. 많은 사업주가 '무료로 쉽게' 채널을 개설할 수 있다는 점에만 주목하여, 채널 개설과 동시에 제품 출시나 광고 캠페인을 계획하는 경우가 많다. 하지만 친구톡 메시지 발송이나 카카오텍 연동과 같은 핵심 수익화 활동은 반드시 비즈니스 채널 인증이 완료되어야만 가능하다. 따라서 채널 개설 직후 비즈니스 채널 전환 신청을 하지 않으면, 최대 일주일간 아무런 본격적인 마케팅 활동도 진행하지 못하는 치명적인 공백이 발생할 수 있다. 이는 비즈니스 채널 인증을 단순한 행정 절차를 넘어, 비즈니스 론칭 프로젝트의 가장 중요한 첫 번째 관문이자 타임라인의 핵심 변수로 인식해야 함을 의미한다.

1.3 전환을 유도하는 채널 홈 최적화

채널 홈은 고객이 브랜드를 만나는 첫인상이자, 실질적인 행동을 유도하는 공간이다. 이곳을 전략적으로 구성하고 관리하는 것이 중요하다.

- **채널 관리:** PC의 채널 관리자센터, 전용 모바일 앱, 그리고 일상적으로 사용하는 카카오톡 앱을 통해서도 언제 어디서든 채널 관리가 가능하다.¹ 이를 통해 실시간으로 포스트를 작성하고 고객과의 1:1 채팅에 응대할 수 있다.
- **핵심 구성 요소:**
 - **1:1 채팅 및 스마트채팅:** 실시간 고객 문의, 예약, 상담의 핵심 도구다. 채팅 가능 시간을 설정하거나, 자주 묻는 질문(FAQ)에 대한 자동응답 기능을 활용하여 운영 효율을 높일 수 있다.¹ '스마트채팅'은 미리 정의된 버튼을 통해 고객이 클릭만으로 원하는 정보를 빠르게 얻도록 돕는다.¹
 - **소식(포스트):** 채널의 핵심 콘텐츠 마케팅 수단이다. 신제품 소식, 브랜드 스토리, 이벤트 공지 등 다양한 내용을 적절한 형태로 발행해야 한다.¹
 - **채널 홈 카드:** 채널 홈에 추가할 수 있는 커스텀 영역으로, 매장 위치, 중요 공지, 할인 쿠폰 등 고객에게 강조하고 싶은 정보를 배치할 수 있다.⁶
- **통계 분석:** 카카오톡 채널은 친구 수, 포스트 반응, 메시지 클릭률 등 기능별 통계 데이터를 대시보드 형태로 제공한다.¹ 친구가 어떤 경로로 추가되었는지, 어떤 포스트의 반응이 좋은지 등을 주기적으로 분석하여 채널 운영 전략을 지속적으로 개선해야 한다.

제 2부: E-커머스 엔진 - 카카오톡 커머스 생태계를 통한 수익화

카카오톡 비즈니스 채널이 고객과의 관계를 구축하는 공간이라면, 카카오톡 커머스 생태계는 그 관계를 직접적인 매출로 전환하는 강력한 엔진이다. 카카오톡 스토어부터 톡딜, 쇼핑라이브까지 각 채널의 특성을 이해하고 전략적으로 활용해야 한다.

2.1 카카오톡 스토어(톡스토어): 앱 안의 내 상점

톡스토어는 카카오톡 내에서 상품을 직접 판매할 수 있는 가장 기본적인 E-커머스 솔루션이다.

- 입점 조건 및 절차:
 - 자격: 국내 사업자등록번호를 보유한 사업자만 입점이 가능하며, 개인이나 해외 사업자는 대상에서 제외된다.⁸ 건강기능식품, 의료기기 등 특정 카테고리의 상품을 판매하기 위해서는 관련 인허가 서류를 추가로 제출해야 한다.⁸
 - 필요 서류: 사업자등록증, 대표자 인감증명서(또는 본인서명사실확인서), 정산받을 통장 사본 등이 필요하다. 제출 서류에 포함된 주민등록번호 뒷자리 등 민감한 개인정보는 반드시 마스킹 처리해야 한다.⁸
 - 입점 과정: 카카오톡 커머스 판매자센터에서 입점 신청을 시작하며, 카카오톡 비즈니스 통합 회원가입, 2단계 인증, 약관 동의, 서류 제출 등의 절차를 거친다.⁸
- 수수료 구조:
 - 기본 수수료: 입점 및 등록 비용은 없으나, 판매 발생 시 결제 수수료(PG 수수료) 명목으로 **3.5%(VAT 포함)**가 부과된다.⁹
 - 채널 연동 추가 수수료: 어떤 경로를 통해 판매가 이루어졌는지에 따라 추가 수수료가 발생한다. 예를 들어, 톡딜을 통해 판매되면 **10%**, 카카오톡 쇼핑라이브를 통해 판매되면 ****7.7%****의 수수료가 적용된다. 카카오톡 쇼핑탭 등 다른 지면을 통해 유입된 경우에도 ****3.3%****의 노출 수수료가 추가될 수 있다.¹⁰
- 채널 연동의 중요성: 톡스토어는 반드시 카카오톡 비즈니스 채널과 연동해야 그 효과를 극대화할 수 있다.¹¹ 연동을 통해 채널 홈에 추천 상품을 노출하거나, 채널을 추가한 친구에게만 제공하는 전용 할인 혜택을 설정하는 등 강력한 연계 마케팅이 가능해진다.¹²

표 2: 카카오톡 커머스 플랫폼 비교: 톡스토어 vs. 톡딜 vs. 쇼핑라이브

구분	카카오톡 스토어 (톡스토어)	카카오톡 톡딜	카카오톡 쇼핑라이브 (카쇼라)
핵심 기능	상시 상품 판매	79시간 한정 공동구매	실시간 영상 판매

주요 목표	안정적인 온라인 판매 채널 구축	단기간 내 폭발적 판매, 바이럴 마케팅	브랜드 스토리텔링, 고객 소통, 즉각적 판매
판매 수수료	기본 3.5% + 채널별 추가 수수료	10% (고정)	7.7% (고정)
진입 장벽	낮음 (사업자라면 누구나 가능)	중간 (상품 선정 및 조건 충족 필요)	높음 (판매 실적 또는 제휴 필요, 교육 이수)
성공 전략	꾸준한 상품 관리 및 채널 연동 마케팅	매력적인 상품과 가격, 집중 광고	명확한 방송 콘셉트, 사전 홍보, 시청자 참여 유도

2.2 카카오 특딜: 공동구매를 활용한 폭발적 매출 증대

특딜은 카카오톡의 공유 기능을 활용한 공동구매 서비스로, 단기간에 높은 판매고와 바이럴 효과를 만들어내는 데 특화되어 있다.¹³

- 참여 조건:
 - 필수 설정: 특딜에 참여하기 위해서는 배송비 무료 정책이 필수이며, 텍스트어가 비즈니스 채널과 연동되어 있어야 하고, 관련 전시 설정이 모두 **ON** 상태여야 한다.¹⁴
 - 이미지 가이드: 상품 대표 이미지는 텍스트나 과도한 그래픽 요소를 배제한 1:1 정방형 비율의 자연스러운 연출컷을 사용해야 한다.¹⁴
 - 수수료: 특딜을 통해 발생한 모든 매출에 대해 ****10%****의 고정 수수료가 적용된다.¹⁰
- 성공 전략: 성공적인 특딜을 위해서는 시장의 수요가 높은 상품을 매력적인 가격에 제공하는 것이 기본이다. 딜이 진행되는 **79시간** 동안 카카오 비즈보드 광고 등을 집중적으로 집행하여 트래픽을 유입시키는 전략이 효과적이다.¹⁶ 또한, 카카오쇼핑의 '베스트' 랭킹에 오른 상품들을 분석하여 성공 요인을 벤치마킹하는 것도 좋은 방법이다.¹⁷

2.3 카카오쇼핑라이브(카쇼라): 실시간 소통과 판매의 장

카쇼라는 실시간 영상 스트리밍을 통해 고객과 직접 소통하며 상품을 판매하는 라이브

커머스 플랫폼이다.

- 방송 권한 획득: 카쇼라는 아무나 진행할 수 없다. 최근 3개월간 톡스토어 거래액 50만 원 또는 주문 20건 이상의 실적을 달성하거나, 공식 '브랜드 스토어'로 등록된 판매자에게 정기적으로 권한이 부여된다.⁸ 이 기준에 미달하더라도 공식 제휴 제안을 통해 권한을 신청할 수 있으며, 승인 후에는 VOD 교육을 필수로 이수해야 한다.¹⁸
- 성공 전략:
 - 사전 준비: '라이브 한정 특가'와 같은 명확한 콘셉트를 설정하고, 방송 시작 전 채널 메시지 등을 통해 적극적으로 사전 홍보를 진행해야 한다.¹⁹
 - 방송 중: 텍스트 설명보다는 제품을 직접 시연하고 사용 후기를 보여주는 데 집중하며, '지금 댓글 남기면 추첨'과 같은 실시간 이벤트를 통해 시청자의 참여를 유도해야 한다. "아래 버튼을 눌러 구매하세요"와 같은 명확한 행동 유도(CTA) 문구를 반복적으로 사용하는 것이 중요하다.¹⁹
 - 성공의 기반: 카쇼라의 성공은 결국 얼마나 많은 채널 친구를 확보했는가에 크게 좌우된다. 이들이 방송의 초기 시청자이자 핵심 구매층이 되기 때문이다.¹⁹

2.4 2025년 수수료 정책의 지각 변동과 기회

2025년, 카카오 커머스 수수료 정책에는 중대한 변화가 있었다. 공정거래위원회의 조사 이후, 카카오는 '카카오톡 선물하기'의 불합리한 수수료 부과 방식을 자진 시정했다.²⁰

- 과거 방식: 이전에는 판매자가 의무적으로 무료 배송 정책을 채택해야 했고, 카카오는 배송비가 포함된 전체 판매 가격을 기준으로 수수료를 산정하여 수취했다.²¹
- 2025년 신규 정책: 새로운 정책에 따라 판매자는 무료, 유료, 조건부 무료 등 배송 방식을 자유롭게 선택할 수 있게 되었다. 가장 중요한 변화는 수수료 산정 기준 금액에서 배송비가 제외된다는 점이다.²¹

이 변화는 단순한 수수료 조정이 아니라, 특정 카테고리 상품의 수익 구조를 근본적으로 바꾸는 전략적 기회를 의미한다. 예를 들어, 10만 원짜리 가구를 판매하며 배송비가 1만 원 발생하는 경우를 가정해보자. 과거에는 수수료 기준액이 11만 원이었지만, 이제는 10만 원이 된다. 특딜 수수료 10%를 적용하면, 판매자는 과거 11,000원을 내던 것에서 10,000원만 내면 되므로, 상품 하나당 1,000원의 추가 이익을 얻게 된다. 이는 판매 수수료가 9.1% 감소하는 효과와 같다. 이러한 변화는 가구, 가전, 대용량 식품 등 배송비 부담이 컸던 상품들의 수익성을 크게 개선시켜, 이전에 카카오 입점을 망설였던 카테고리의 사업자들에게 새로운 시장 진입의 문을 열어주는 중요한 전환점이 될 것이다.

제 3부: 성장 증폭기 - 전략적 광고를 통한 수익화

고객을 유치하고 이들을 구매로 이끌기 위해서는 카카오의 광고 상품을 전략적으로 활용해야 한다. 2부에서 다룬 커머스 엔진에 연료를 공급하는 것이 바로 광고의 역할이다.

3.1 채널 메시지(친구톡): 내 팔로워에게 직접 마케팅하기

채널 메시지는 이미 내 채널을 추가한 친구들에게 직접 도달하는 가장 확실한 마케팅 수단이다.

- 종류 및 가격:
 - 일반 메시지: 전체 친구 또는 국가/OS 등 넓은 범위의 타겟에게 발송하는 메시지로, 건당 15원(VAT 별도)의 비용이 발생한다.²³
 - 타겟 메시지: 연령, 성별 또는 사전에 생성한 특정 고객 그룹에게 발송하는 메시지로, 건당 20원(VAT 별도)의 비용이 발생한다.²³ (일부 자료에서는 VAT 포함 가격인 17원/22원으로 표기되기도 하나, 기본 구조는 동일하다.²⁴)
- 형태: 메시지는 단순 텍스트와 이미지 조합부터 여러 장의 이미지를 보여주는 앨범형, 쿠폰형, 카탈로그형 등 다양한 형태로 발송하여 마케팅 목적에 맞게 활용할 수 있다.²⁴
- 타겟팅의 한계: 카카오톡 채널 메시지의 고질적인 약점은 정교한 타겟팅 기능의 부재다. 외부 솔루션 없이는 연령, 성별과 같은 기본적인 인구통계학적 정보 외에 고객의 구매 이력이나 관심사와 같은 행동 기반 타겟팅이 불가능하다.²⁵ 이는 불필요한 광고 메시지 발송으로 인한 비용 낭비와 고객 피로도 증가, 그리고 결국 채널 차단으로 이어지는 주요 원인이 된다. 이 문제는 5부에서 다룰 '카카오싱크'를 통해 해결할 수 있다.

표 3: 2025년 카카오톡 채널 메시지 가격 및 타겟팅 전략

메시지 유형	건당 비용 (VAT 별도)	타겟팅 능력	권장 활용 사례
일반 메시지	15원	전체 친구, 국가, OS	전사적 공지, 모든 고객 대상의 대규모 이벤트 안내

타겟 메시지	20원	연령, 성별, 친구 그룹	특정 연령/성별에 맞는 신제품 출시, VIP 고객 대상 특별 혜택 제공
--------	-----	---------------	---

일반 메시지와 타겟 메시지 간의 **33%** 가격 차이는 중요한 전략적 시사점을 제공한다. 20원의 타겟 메시지를 사용하는 결정은, 해당 타겟 그룹의 구매 전환율이 일반 그룹보다 최소 **33%** 이상 높을 것이라는 데이터 기반의 확신이 있을 때만 정당화된다. 예를 들어, 1,000명에게 메시지를 보낼 때 일반 메시지는 15,000원, 타겟 메시지는 20,000원의 비용이 든다. 만약 일반 메시지의 전환율이 1%(10건 판매)였다면, 타겟 메시지는 최소 1.33%(약 14건 판매) 이상의 전환율을 보여야만 더 높은 비용을 상쇄하고 동일한 광고 효율을 달성할 수 있다. 이러한 데이터가 없다면, 비싼 타겟 메시지는 맹목적인 도박에 불과하다.

3.2 카카오톡 비즈보드: 채팅탭의 황금 시간대 점령

카카오톡 비즈보드는 카카오톡 앱에서 트래픽이 가장 집중되는 '채팅 목록' 최상단에 노출되는 배너 광고다.²⁶

- 개념: 사용자의 시선이 가장 많이 머무는 위치를 활용하여 브랜드와 사용자를 자연스럽게 연결하는 고효율 광고 상품이다.²⁸
- 기능: 비즈보드의 가장 큰 특징은 카카오톡 앱을 벗어나지 않고도 광고주가 원하는 최종 행동(Action)을 완결시킬 수 있다는 점이다.²⁷ 배너 클릭 시 톡스토어 상품 페이지, 챗봇 상담, 채널 추가, 이벤트 참여 폼 등 다양한 '톡 내 랜딩 페이지'로 즉시 연결된다.²⁹
- 광고 소재: 오브젝트형, 썸네일형, 마스킹형, 텍스트형 등 4가지 기본 배너 유형을 제공하며, 할인 혜택 등을 강조하는 '배지'를 추가하여 주목도를 높일 수 있다.³⁰

3.3 더 넓은 광고 생태계의 활용

카카오톡은 채널 관련 광고 외에도 다음(Daum) 포털 및 카카오톡의 다양한 서비스 지면에 노출되는 디스플레이 광고, 동영상 시청 전후에 삽입되는 인스트림/아웃스트림 동영상 광고, 키워드 검색 광고 등 포괄적인 광고 솔루션을 제공한다.²⁶

성공적인 비즈니스는 이러한 도구들을 통합적으로 운영한다. 예를 들어, 디스플레이

광고로 브랜드 인지도를 높여 잠재고객을 채널 친구로 유치하고, 유치된 친구들에게는 정교하게 타겟팅된 채널 메시지로 관계를 형성한다. 이후, 특딜 프로모션을 진행하면서 비즈보드 광고를 집중적으로 집행하여 구매 전환을 극대화하는 시나리오를 구성할 수 있다.

제 4부: 크리에이터 경제 - AI 기반 이모티콘 제작의 현실과 허상

사용자의 질문 중 하나였던 'AI를 활용한 카카오톡 이모티콘 제작'은 많은 예비 창작자들의 관심을 끄는 주제다. 그러나 기술적 가능성과 플랫폼의 상업적 허용은 별개의 문제이며, 2025년 현재 명확한 정책적 결론이 내려진 상태다.

4.1 이모티콘 시장: 매력적이지만 치열한 경쟁의 장

카카오 이모티콘 시장은 약 7,000억 원 규모로 추산되며, 1만여 명의 창작자가 활동하는 거대한 생태계다.³² 인기 작가의 경우 월 100만 원에서 500만 원 이상의 안정적인 수익을 창출하며, 이는 '디지털 연금'이라는 기대를 낳고 있다.³³

- 수익 구조: 이모티콘 한 세트는 통상 2,500원에 판매된다. 이 중 작가에게 돌아가는 수익은 약 30~40% 수준으로, 세트당 750원에서 1,000원 정도의 수익이 발생한다.³³

4.2 AI 제작 열풍: 기술적 실현 가능성과 현실의 벽

최근 ChatGPT-4o와 같은 고성능 이미지 생성 AI의 등장은 그림 실력이 없는 사람도 쉽게 이모티콘을 만들 수 있다는 기대를 증폭시켰다. 온라인에는 AI 프롬프트 작성법을 통해 일관된 캐릭터를 다양한 표정과 포즈로 생성하고, 카카오가 요구하는 기술 규격(예: 멈춰있는 이모티콘 32종, 360x360px PNG 파일)에 맞춰 제작하는 방법들이 공유되고 있다.³³

표 4: AI 이모티콘 제작 - 기술적 가능성 vs. 상업적 실행 가능성 (2025년 기준)

구분	기술적 "How-To" 가이드의 주장	카카오 공식 정책 (2025년)
AI로 제작 가능한가?	예. ChatGPT-4o 등으로 제작 가능 ³³	-
스튜디오에 제안 가능한가?	예. 제작 후 제안하면 된다고 안내 ³⁵	아니요. 제안 단계에서 제한됨 ³⁶
심사에 통과될 수 있는가?	통과 가능성을 시사함	아니요. 입점 제한 정책 유지 ³⁷
공식 정책의 이유는?	-	저작권 침해 위험, 기존 창작자 생태계 보호, AI 생성물의 법적 지위 모호성 ³⁷
2025년 권장 전략	AI를 활용한 부업으로 추천	시도 금지. 전통적인 방식의 창작 활동에 집중

4.3 결정적 장애물: AI 생성 콘텐츠에 대한 카카오의 2025년 공식 정책

결론부터 말하자면, 2025년 현재 카카오는 생성형 AI 기술을 활용해 만든 이모티콘의 입점을 공식적으로 금지하고 있다.³⁷ 이 정책은 2023년 말, 법률 전문가 및 창작자 커뮤니티와의 논의를 거쳐 확정되었으며, 현재까지 유효하다.

● 입점 금지 이유:

1. 미해결된 저작권 문제: 생성형 AI는 방대한 데이터를 학습하는 과정에서 원작자의 동의 없이 이미지를 사용하는 경우가 많다. 플랫폼 사업자인 카카오 입장에서는 AI가 생성한 결과물이 제3자의 저작권을 침해하지 않았음을 보증할 수 없다.³⁶
2. 인간 창작자 생태계 보호: 저비용으로 대량 생산된 AI 이모티콘이 시장에 유입될 경우, 기존 창작자들의 노력을 평가절하하고 시장 질서를 훼손할 수 있다는 우려가 크다.³⁷
3. 법적 보호의 모호성: 현행법상 AI 생성물 자체는 저작물로 인정받기 어려워, 지적재산권(IP) 라이선스를 기반으로 하는 이모티콘 비즈니스의 근간을 흔들 수 있다.³⁷

4.4 공식적인 경로: 카카오 이모티콘 스튜디오

따라서 이모티콘을 통해 수익을 창출하고자 하는 창작자는 반드시 인간이 직접 창작한 결과물을 공식적인 경로인 카카오 이모티콘 스튜디오를 통해 제안해야 한다.⁴² 제안된 시안은 약 2~4주간의 심사 과정을 거치며, 승인될 경우 상품화 단계를 거쳐 최종 출시된다.⁴⁵

사용자의 질문에 대한 가장 정확하고 책임 있는 답변은, 2025년 현재 'AI를 활용한 카카오톡 이모티콘 제작'은 ****전략적 교착 상태(dead-end)****에 있다는 것이다. 온라인에 만연한 '누구나 쉽게 돈 버는 법'이라는 정보는 현실과 다르다. 이 경로에 시간과 자원을 투자하는 것은 심사 단계에서 100% 거절될 것이 확실하므로, 기업이나 개인은 이러한 시도를 중단하고 검증된 수익화 전략에 집중해야 한다.

제 5부: 전략적 자동화와 통합 - 효율성 및 고객 데이터 극대화

카카오 비즈니스 생태계의 각 도구들을 유기적으로 연결하고 운영 효율을 극대화하기 위해서는 자동화와 데이터 통합이 필수적이다. 카카오싱크와 챗봇은 이 과제를 해결하는 핵심 솔루션이다.

5.1 카카오싱크(Kakao Sync): 현대 카카오 마케팅의 초석

카카오싱크는 단순한 '간편 로그인' 기능이 아니다. 이는 3부에서 지적된 채널 메시지 타겟팅의 한계를 정면으로 돌파하는 가장 강력한 무기다.

- **핵심 기능:** 사용자가 특정 웹사이트나 앱에 카카오싱크를 통해 회원가입을 하면, 단 한 번의 클릭으로 서비스 약관 동의, 회원 가입, 그리고 해당 비즈니스의 카카오톡 채널 친구 추가가 동시에 완료된다.⁴⁶
- **데이터 수집:** 이 과정에서 사업주는 사용자의 동의 하에 이름, 연락처, 이메일 등 CRM에 필수적인 개인정보를 합법적으로 수집할 수 있다.⁴⁶
- **도입 효과:** 카카오싱크 도입 후 채널 친구 수가 월평균 3.6배 증가했다는 분석 결과가 있으며, 롯데면세점, 발란과 같은 대형 브랜드들도 회원 확보를 위해 적극적으로 활용하고 있다.⁴⁹

표 5: 카카오싱크 vs. 전통적 방식 비교 분석

구분	전통적 방식 (개별 가입 + 채널 추가 유도)	카카오싱크 (Kakao Sync)
회원 확보	다단계 정보 입력으로 가입 이탈률 높음	원클릭 간편가입으로 가입률 극대화
채널 친구 증가	사용자가 직접 검색/추가해야 하므로 전환율 낮음	회원가입 시 자동으로 친구 추가되어 전환율 높음
데이터 연동	웹사이트 회원 DB와 카카오 채널 친구 DB 분리	카카오 사용자 ID와 자사 회원 DB가 직접 연동
타겟팅 능력	불가능 또는 매우 제한적 (성별/연령 등)	가능. 구매 이력, 장바구니 정보 등 자사 데이터를 활용한 초정밀 타겟팅

카카오싱크의 진정한 가치는 데이터 연동에 있다. 싱크를 통해 '카카오 사용자 ID'와 자사몰의 '고객 구매 이력'을 연결할 수 있게 된다. 이는 "최근 3개월 내 A 상품을 구매한 VIP 고객"과 같은 매우 구체적인 고객 그룹을 생성하고, 이들에게만 맞춤형 채널 메시지를 발송하는 것을 가능하게 한다. 이로써 채널 메시지는 무차별적인 방송(Broadcast) 도구에서 정교한 CRM 마케팅 도구로 탈바꿈한다. 따라서 모든 비즈니스의 전략적 순서는 명확하다. **1단계:** 카카오싱크를 도입하여 양질의 데이터가 연동된 채널 친구를 확보한다. **2단계:** 이 데이터를 기반으로 고효율의 타겟 메시지 캠페인을 집행한다. 1단계 없이는 2단계의 효율을 기대할 수 없다.

5.2 챗봇: 24시간 고객 응대 및 판매 자동화

챗봇은 반복적인 고객 문의를 24시간 자동으로 처리하여 인적 자원을 보다 중요한 업무에 집중시키는 역할을 한다.¹

- 개발의 장단점:
 - 장점: 카카오가 프론트엔드 UI를 제공하므로 백엔드 API 개발에 집중하면 되어 개발 속도가 빠르다. 자연어 처리(NLU)를 지원하며, 텍스트, 이미지, 카드 등 다양한 형태의 응답 포맷을 제공한다.⁵²
 - 단점: 모든 기능이 '채팅'이라는 한정된 UI를 통해 제공되므로, 비즈니스 로직이 복잡한 서비스에는 부적합하며 사용자가 답답함을 느낄 수 있다. 또한, 사용자가 챗봇과만 대화하고 상담원에게 직접 메시지를 보내지 않은 경우, 사업자가 먼저

말을 걸 수 없는 기술적 제약이 존재한다.⁵²

- 검증된 효율성: 실제 챗봇 도입 사례 연구에 따르면, 챗봇 자동화 이후 사용자 관리에 소요되는 일일 평균 시간이 75분에서 15분으로 80%나 감소하는 효과가 있었다.⁵²

제 6부: 미래 전망 - AI 통합과 2025년 이후의 전략

카카오의 비즈니스 생태계는 정체되어 있지 않다. 특히 AI 기술과의 결합은 향후 비즈니스 방식에 근본적인 변화를 예고한다.

6.1 OpenAI와의 동맹: 카카오 AI의 새로운 시대

2025년 2월, 카카오는 오픈AI(OpenAI)와 전격적인 전략적 제휴를 발표했다. 이는 오픈AI가 한국 기업과 맺은 최초의 파트너십으로, 그 의미가 매우 크다.⁵³

- 목표: 양사의 공동 목표는 'AI 서비스의 대중화'다. 이를 위해 카카오톡, 그리고 카카오가 자체 개발 중인 AI 비서 '카나나(Kanana)' 등 핵심 서비스에 오픈AI의 최신 기술을 접목할 계획이다.⁵³
- '모델 오케스트레이션' 전략: 카카오의 AI 전략은 특정 모델에 종속되지 않는 하이브리드 방식이다. 자체 개발한 AI 모델과 오픈AI와 같은 외부의 우수한 모델을 상황에 맞게 최적으로 조합(Orchestration)하여 사용자에게 최상의 결과물을 제공하는 것을 목표로 한다.⁵³

6.2 '소버린 AI'를 넘어 실용적인 비즈니스 도구로

카카오는 한국의 사용자 데이터와 문화적 맥락을 가장 잘 이해하는 역량을 바탕으로 '이용자를 가장 잘 이해하는 개인화된 AI'를 구현하고자 한다.⁵³ 이는 국가적 어젠다인 '소버린(자주적) AI'와 방향을 같이하면서도, 실제 서비스에 적용하는 실용주의적 접근을 취한다.⁵⁵

이러한 AI 기술의 발전은 향후 비즈니스 사용자들에게 새로운 차원의 도구를 제공할 것으로 예상된다. 단순한 고객 응대 챗봇을 넘어, AI가 판매 데이터를 분석하여 매출을 예측하고, 가장 효율적인 광고 캠페인을 자동으로 설계 및 집행하며, 고객 행동 패턴을

기반으로 최적의 타겟 그룹을 지능적으로 분류해주는 서비스가 등장할 수 있다.

6.3 결론 및 2025년 전략적 권고

2025년 카카오톡 비즈니스 채널을 통한 성공적인 수익화는 개별 도구의 단편적인 활용이 아닌, 전체 생태계를 아우르는 통합적 '수익화 플라이휠(Monetization Flywheel)'을 구축하는 데에 달려있다.

1. 기반 다지기 (**Foundation**): 신뢰도 높은 비즈니스 채널을 신속하게 구축하고 최적화한다.
2. 고객 및 데이터 확보 (**Acquisition**): 카카오싱크를 비즈니스의 최우선 과제로 도입하여, 마케팅의 원천이 될 양질의 채널 친구와 데이터를 확보한다.
3. 관계 형성 및 육성 (**Nurturing**): 확보된 데이터를 기반으로 정교하게 타겟팅된 채널 메시지를 발송하여 고객과의 관계를 강화한다.
4. 전환 및 판매 (**Conversion**): 톡스토어를 기본 판매 채널로 삼고, 톡딜과 쇼핑라이브를 활용해 전략적으로 매출을 극대화한다.
5. 성장 가속화 (**Amplification**): 비즈보드를 포함한 다양한 광고 상품을 활용하여 플라이휠의 최상단에 새로운 잠재고객을 지속적으로 유입시킨다.
6. 효율화 (**Efficiency**): 챗봇을 통해 반복적인 업무를 자동화하여 핵심 전략에 집중할 수 있는 자원을 확보한다.

AI와 관련해서는 이중적인 접근이 필요하다. 거시적으로는 카카오의 AI 전략이 가져올 새로운 비즈니스 인텔리전스 도구의 등장을 예의주시하고 대비해야 하지만, 미시적으로는 'AI 이모티콘 제작'과 같이 현재 정책적으로 막혀있는 길에 대한 환상을 버려야 한다.

결론적으로, 2025년 이후 카카오 비즈니스에서의 성공은 카카오싱크를 축으로 한 데이터 기반의 고객 여정 설계 능력에 의해 좌우될 것이다. 각 도구의 유기적 연결을 통해 끊임없이 순환하고 성장하는 자신만의 '수익화 플라이휠'을 만드는 기업만이 치열한 디지털 시장에서 지속 가능한 성장을 이룰 수 있을 것이다.

참고 자료

1. 카카오톡 채널 - 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/info/kakaotalkchannel/>
2. 카카오톡 채널 비용 총정리(플러스 친구 추가 비용) - 채널칸, 8월 9, 2025에 액세스, <http://www.channelcan.com/post/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1-%EC%B1%84%EB%84%90-%EB%B9%84%EC%9A%A9>
3. 소개 | kakao business 비즈니스 가이드, 8월 9, 2025에 액세스,

- <https://kakaobusiness.gitbook.io/main/channel/info>
4. 카카오 비즈니스 채널 만들기 - 솔라피, 8월 9, 2025에 액세스, <https://solapi.com/guides/kakao-make-channel/>
 5. 발신번호 등록 및 카카오톡 채널 개설 방법 (비즈니스 인증 포함) - 비즈고 블로그, 8월 9, 2025에 액세스, <https://blog.bizgo.io/howto/callerid-guide/>
 6. 카카오 채널 개설부터 세팅까지, 2024 최신판 총정리! - 킴그로우, 8월 9, 2025에 액세스, <https://app.keepgrow.com/landing/232>
 7. 카카오톡 채널 사용가이드 [카카오톡 채널 꾸미기] - YouTube, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=46ZC7Cfmgcc>
 8. 입점하기 | kakao business 비즈니스 가이드 - 카카오비즈니스 가이드, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaobusiness.gitbook.io/main/tool/talkstore/start>
 9. 카카오톡 스토어 입점 방법과 수수료 및 참고 자료 - 큐레터, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.i-boss.co.kr/ab-qletter-403842>
 10. 톡스토어 판매자 - 카카오톡커머스 고객센터, 8월 9, 2025에 액세스, <https://ccs.kakao.com/help?service=104>
 11. [활용Tip] 카카오톡 스토어 X 카카오톡 채널 연동 방법, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaotalkstore.tistory.com/15>
 12. 카카오톡 스토어 | kakao business 비즈니스 가이드, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaobusiness.gitbook.io/main/tool/talkstore>
 13. 카카오 톡스토어 톡딜 79시간만에 3000만원 판매되는 쇼핑몰 입점하기 1단계 - YouTube, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=uX5SUdvzpUo>
 14. [활용Tip] 톡딜 상품 선정 시 체크사항 (사은품, 원산지, 어드민 설정 등) - 톡스토어 커뮤니티, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaotalkstore.tistory.com/575>
 15. 톡스토어 커뮤니티, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaotalkstore.tistory.com/>
 16. 카카오톡 스토어에 카카오톡 채널을 연동하여 단골 고객을 만드는 대상주식회사 성공사례 - 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/info/insight/25>
 17. 카카오 톡스토어 톡딜 79시간만에 2000만원 판매하는 쇼핑몰 입점 2단계 - YouTube, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=pV4eZ-kYcmc>
 18. 카카오쇼핑라이브 - 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/info/shoppinglive/>
 19. 현직 마케터의 카카오 쇼핑라이브 공략 | 에이엠피엠글로벌, 8월 9, 2025에 액세스, <https://home.ampm.co.kr/ae-dlswo/insight/10391>
 20. '배송비에 수수료 추가' 카카오...시정 방안 제안 (2025.01.20/12MBC뉴스) - YouTube, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=1bjJl1cLLSQ>
 21. 카카오-납품업자 간 거래 질서 개선 및 상생·협력을 위한 동의의결 확정 - 대한민국 정책브리핑, 8월 9, 2025에 액세스, <https://m.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156699207&gubun=presRelease&pageIndex=1&repCode=C00001>
 22. '카톡 선물' 입점업체, 배송료에 판매수수료 안내도 된다 - MBC 뉴스, 8월 9, 2025에 액세스, https://imnews.imbc.com/news/2025/econo/article/6737874_36737.html
 23. 메시지 | kakao business 비즈니스 가이드, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaobusiness.gitbook.io/main/channel/run/message>
 24. 카카오톡 채널 - 나무위키, 8월 9, 2025에 액세스, <https://namu.wiki/w/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1%20%E>

[C%B1%84%EB%84%90](#)

25. 카카오톡채널 단점 보완하는 방법 - 오모플레이(OMOPLAY), 8월 9, 2025에 액세스, <https://omoplay.com/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1%EC%B1%84%EB%84%90-%EB%8B%A8%EC%A0%90-%EB%B3%B4%EC%99%84%ED%95%98%EB%8A%94-%EB%B0%A9%EB%B2%95/>
26. 2025 KPP 파트너사가 알려주는 카카오 광고 꿀팁 대공개 - 이루다마케팅, 8월 9, 2025에 액세스, <https://e-ruda.net/contents/board-detail/2025-KPP-%ED%8C%8C%ED%8A%B8%EB%84%88%EC%82%AC%EA%B0%80-%EC%95%8C%EB%A0%A4%EC%A3%BC%EB%8A%94-%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4-%EA%B4%91%EA%B3%A0-%EA%BF%80%ED%8C%81-%EB%8C%80%EA%B3%B5%EA%B0%9C-262>
27. 카카오 비즈보드 상품소개서 - 카카오톡 배너 광고 > Notice | 애드프렌즈 배너광고대행사, 8월 9, 2025에 액세스, https://adfriends.co.kr/bbs/board.php?bo_table=notice&wr_id=49
28. 카카오톡 비즈보드 - 보장형 광고, 8월 9, 2025에 액세스, https://t1.kakaocdn.net/kakao_biz_common/public/docs/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%B3%B4%EB%93%9C_%EC%83%81%ED%92%88%EC%86%8C%EA%B0%9C%EC%84%9C_ver0.3.1_190430.pdf
29. 카카오톡 비즈보드, 8월 9, 2025에 액세스, https://t1.daumcdn.net/biz/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%B3%B4%EB%93%9C_%EC%83%81%ED%92%88%EC%86%8C%EA%B0%9C%EC%84%9C_ver15.pdf
30. 카카오 비즈보드 | kakao business 비즈니스 가이드, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaobusiness.gitbook.io/main/ad/moment/start/talkboard>
31. 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/>
32. 퇴근 후 2시간, '카카오 이모티콘'으로 평생 연금 만들기: 심층 분석 보고서 - TILNOTE, 8월 9, 2025에 액세스, <https://tilnote.io/pages/688373f265132c82f71f6e8e>
33. AI로 쉽게 만드는 카카오톡 이모티콘 수익화 가이드 - 네이버 프리미엄콘텐츠, 8월 9, 2025에 액세스, <https://contents.premium.naver.com/quantopia/koreanfinancetimes/contents/250330215035501xp>
34. "ChatGPT로 만든 이모티콘, 진짜 카톡에 판매 가능할까? 🤔" - YouTube, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=syJ0TPmJxJI>
35. 댓글 : AI로 쉽게 만드는 카카오톡 이모티콘 수익화 가이드 - 네이버 프리미엄콘텐츠, 8월 9, 2025에 액세스, <https://contents.premium.naver.com/quantopia/koreanfinancetimes/comment/250330215035501xp>
36. AI가 만든 카톡 이모티콘으로 수익 창출될까?...카카오 “판단 어렵네 ...”, 8월 9, 2025에 액세스, <https://v.daum.net/v/20230403175854112>
37. 카카오에서 생성형 AI 활용한 이모티콘 못쓴다 - 서울경제, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.sedaily.com/NewsView/29UN55DSRT>
38. "AI가 만든 '이모티콘'으로 돈 번다고?" 카톡 입점 제한 유지 - 뉴시스, 8월 9, 2025에 액세스, https://mobile.newsis.com/view/NISX20230911_0002446238
39. AI가 만든 카톡 이모티콘은 누구 것?...카카오, 입점 정책 고심 - 데일리굿뉴스, 8월 9,

2025에 액세스,

<https://www.goodnews1.com/news/articleView.html?idxno=417193>

40. 카카오, AI 기술로 제작된 이모티콘의 카톡 입점 제한한다(종합) - 연합뉴스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230911095651017>
41. 이모티콘도 챗GPT가 '똑딱'...카카오 "저작권 침해, 입점 제한" - 뉴스1, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.news1.kr/it-science/general-it/5743296>
42. 초보도 가능! 카카오톡 이모티콘 스튜디오 가입법, 5분 만에 마스터하기! - koto-ba 님의 블로그, 8월 9, 2025에 액세스, <https://koto-ba.tistory.com/entry/%EC%B4%88%EB%B3%B4%EB%8F%84-%EA%B0%80%EB%8A%A5-%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1-%EC%9D%B4%EB%AA%A8%ED%8B%B0%EC%BD%98-%EC%8A%A4%ED%8A%9C%EB%94%94%EC%98%A4-%EA%B0%80%EC%9E%85%EB%B2%95-5%EB%B6%84-%EB%A7%8C%EC%97%90-%EB%A7%88%EC%8A%A4%ED%84%B0%ED%95%98%EA%B8%B0>
43. 카카오톡 이모티콘을 만들어 보고 싶어요!! 이모티콘 제작 왕 초보를 위한 글, 8월 9, 2025에 액세스, <https://creator.emotipang.com/blog/kakaotalk-emoticon-tip>
44. 카카오 이모티콘 스튜디오, 8월 9, 2025에 액세스, <https://emoticonstudio.kakao.com/>
45. 카카오톡 이모티콘 제안 가이드, 8월 9, 2025에 액세스, <https://emoticonstudio.kakao.com/pages/start>
46. 카카오텍 연동하기 (카카오 로그인) - 아임웹, 8월 9, 2025에 액세스, <http://imweb.me/faq?mode=view&category=29&category2=47&idx=71735>
47. 카카오텍 개발가이드, 8월 9, 2025에 액세스, https://t1.kakaocdn.net/kakao_biz_common/public/docs/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%EC%8B%B1%ED%81%AC%20%EA%B0%9C%EB%B0%9C%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C_Ver1.1_20190411.pdf
48. 카카오텍으로 회원가입부터 CRM 마케팅까지 자동화하기 - NHN 커머스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://www.nhn-commerce.com/main/blog/25/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%EC%8B%B1%ED%81%AC%EB%A1%9C-%ED%9A%8C%EC%9B%90%EA%B0%80%EC%9E%85%EB%B6%80%ED%84%B0-CRM-%EB%A7%88%EC%BC%80%ED%8C%85%EA%B9%8C%EC%A7%80-%EC%9E%90%EB%8F%99%ED%99%94%ED%95%98%EA%B8%B0-1226>
49. 카카오텍 개발에 대한 사례와 레퍼런스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://kakaosync.net/website-list/1>
50. 카카오텍 - 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/info/kakaosync/>
51. 카카오톡 채널 챗봇 - 카카오비즈니스, 8월 9, 2025에 액세스, <https://business.kakao.com/info/chatbot/>
52. 카카오톡 채널 챗봇 자동화를 통한 Product 개발기. 챗봇을 개발하게 ..., 8월 9, 2025에 액세스, <https://tech.neordinary.co.kr/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4%ED%86%A1-%EC%B1%84%EB%84%90-%EC%B1%97%EB%B4%87-%EC%9E%90%EB%8F%99%ED%99%94%EB%A5%BC-%ED%86%B5%ED%95%9C-product-%EA%B0%9C%EB%B0%9C%EA%B8%B0-55b4d4d8ee59>

53. 카카오, 국내 최초로 오픈AI와 전략적 제휴 체결 | 카카오, 8월 9, 2025에 액세스,
<https://www.kakaocorp.com/page/detail/11450?lang=KOR>
54. 카카오, AI 전환 원년 선언...'카나나' 앞세워 B2C 시장 정조준 - ZUM 뉴스, 8월 9, 2025에 액세스,
<https://m.news.zum.com/articles/100085700/%EC%B9%B4%EC%B9%B4%EC%98%A4-ai-%EC%A0%84%ED%99%98-%EC%9B%90%EB%85%84-%EC%84%A0%EC%96%B8-%EC%B9%B4%EB%82%98%EB%82%98-%EC%95%9E%EC%84%B8%EC%9B%8C-b2c-%EC%8B%9C%EC%9E%A5-%EC%A0%95%EC%A1%B0%EC%A4%80?>
55. 정신아 카카오 대표 "소버린 AI, 서비스로 실현" - Daum, 8월 9, 2025에 액세스,
<https://v.daum.net/v/20250808063137388>