

PM Skills · 문서 작성 방법

첨부된 PM Skills의 제품·시장·실행 프레임은 마케팅 자료, 기획서, 제안서, 보고서 작성에 맞게 재구성했습니다. 목표와 고객을 먼저 정의하고 근거, 실행, 성과 지표로 이어지게 합니다.

이 사이트에서의 적용 범위

사이트는 PM Skills 원본 도구를 실행하거나 외부 데이터를 자동 조사하지 않습니다. 해당 스킬의 핵심 질문과 구조를 최종 프롬프트에 담아, 복사한 프롬프트를 AI에 입력했을 때 문서 초안을 만들도록 돕습니다.

PM Skills 옵션을 고르면 문서 유형에 맞는 프레임이 선택됩니다. 'PM + Spec Kit'를 고르면 대상·가치·성과 관점과 요구 정의·검증 흐름을 함께 적용합니다.

마케팅 자료 — GTM Strategy, Marketing Ideas, Positioning Ideas

대상 고객과 해결할 문제를 정한 뒤 핵심 가치 제안과 경쟁 차별점을 한 문장으로 잡습니다. 이어 채널별 메시지, 콘텐츠 형식, 행동 유도, 도달·참여·전환 지표를 연결합니다.

예: 신제품 SNS 캠페인이라면 대상 세그먼트, 채널 선택 이유, 게시물 메시지, 실행 일정, 측정할 지표를 한 흐름으로 제시합니다. 브랜드 톤과 예산이 없으면 확인 사항으로 남깁니다.

기획서 — Create PRD, Strategy Red-Team

문제와 사용자, 목표, 범위, 필수 요구, 성공 기준을 구분합니다. 우선순위를 정하고 일정·담당·자원을 연결한 뒤 가장 취약한 가정을 검토합니다.

기획서가 제품 개발 PRD가 아니라 행사나 사업 계획이라면 해당 문서에 맞는 항목만 사용합니다. 개발 기능 목록을 억지로 넣지 않습니다.

제안서 — Value Proposition, Competitor Analysis, Strategy Red-Team

받는 사람의 현재 문제와 제안의 이익을 직접 연결합니다. 차별화 근거, 실행 범위, 단계별 일정, 기대 효과, 예상 반론과 대응을 작성합니다.

비교 대상이나 시장 수치가 없으면 경쟁 우위나 효과를 사실처럼 꾸미지 않습니다. 제공된 자료와 확인이 필요한 가정을 분리합니다.

보고서 — Competitor Analysis, SWOT Analysis

자료의 출처와 신뢰도를 먼저 확인하고 관찰된 사실, 해석, 시사점, 권고안을 구분합니다. 경쟁 분석과 SWOT는 보고서 주제에 실제로 맞을 때만 적용합니다.

의사결정자가 무엇을 결정해야 하는지 요약하고, 권고안마다 근거·제약·다음 행동을 붙입니다. 확인되지 않은 수치는 '추가 확인 필요'로 표기합니다.

사용 예시와 최종 점검

초안: '지역 축제 후원 제안서를 작성해 줘.' 문서 유형 '제안서', 방법론 'PM Skills'를 선택하면 고객 문제, 차별화, 실행 범위, 기대 성과와 검증할 가정을 포함하는 프롬프트가 나옵니다.

마지막에는 독자에게 필요한 결론이 앞에 있는지, 각 주장에 근거가 있는지, 예산·일정·성과 수치를 지어내지 않았는지 확인합니다.

참고 자료: Pawel Huryn, PM Skills (MIT). 첨부 자료의 관련 스킬을 문서 작성용으로 요약·재구성.
<https://github.com/phuryn/pm-skills>