

반응을 이끌어내는

페이스북 콘텐츠 작성 가이드.

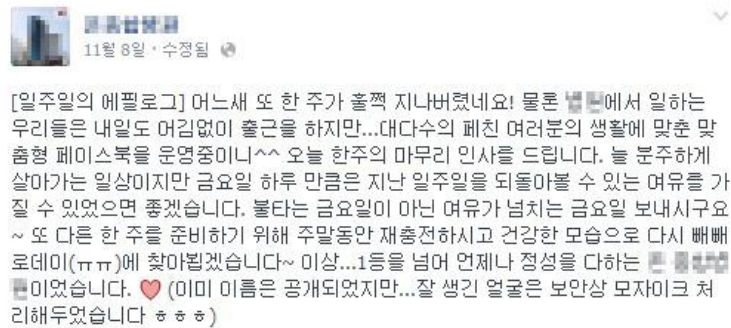
NineFactory
대표/백상권

페이스북은 기업과 잠재고객이 끊임없이 커뮤니케이션할 수 있는 최적의 플랫폼이다. 기업은 콘텐츠를 통해서 고객에게 메시지를 전달하고 고객의 반응을 통해서 커뮤니케이션을 진행해 나가게 된다. 기업이 고객에게 전달하고자 하는 메시지를 어떻게 하면 효과적으로 전달하면서 고객의 반응도 이끌어낼 수 있을까?

아래 5가지 페이스북 콘텐츠 작성 시 유의해야 할 원칙을 제시한다.

1. 짧고 심플하게

관리자의 관점에서 접근하지 마라. 기업은 항상 고객에게 전달하고 싶은 메시지가 많다. 한 가지 사실을 전달할 때도 그에 관련된 수 많은 정보들을 전달하고 싶어한다. 하지만 이용자의 관점에서는 기업이 전달하고자 하는 대부분의 정보가 그저 한 덩어리의 스팸일 뿐이다.



▲ 한 눈에 메시지가 들어오시나요?

특히나 페이스북 이용자들은 콘텐츠를 소비할 때 충분히 집중하지 않는다. 따라서 기업은 핵심메시지를 제외한 군더더기들을 과감하게 버려야 한다. 핵심메시지도 심플하고 짧게 1~2초 안에 어떤 내용인지 알 수 있을 정도로 짧아야 한다.



▲ 1~2초 안에 콘텐츠의 핵심메시지가 파악 되시죠?

부득이하게 내용이 많아질 경우에는 핵심메시지와 부연메시지를 문단으로 충분히 구분해준다.

2. 두괄식으로

대부분 콘텐츠 작성 시 간과하는 것 중에 하나가 핵심메시지의 위치이다. 보통 기사에서는 리드문이 기사의 핵심내용을 전달하는 것과 같이 페이스북 콘텐츠도 **핵심메시지를 최상단에 두어 다 읽어보지 않아도 무슨 내용인지 파악하게 하는 게 중요하다.**

아무도 당신의 글을 꼼꼼히 읽어보지 않는다.

소정 (Soojung)
11월 7일 서울특별시 근처

살벌 소셜미디어에 관심과 애정을 보내 주시는 팬님들! 늘 감사합니다. ^^
더 많이 소통하고 다가가는 **살벌**이 되기 위해 팬님들의 다양한 의견을 듣는 자리를 마련하려고 합니다!
소셜팬 대상 인터뷰에 참여해주실 수 있는 분들은 아래의 링크를 통해 신청해 주세요.
>> http://bit.ly/soosoojung_PG1

* 소정의 인터뷰 참여비가 지급 됩니다 *

레드홀릭스
11월 8일 오후 3:00

:: 자위행위를 즐겨보세요 ::

우리나라 여성들이 자위행위를 쉽게 즐기지 못하는 것의 원인은 아직까지도 여성의 성욕은 절제되어야 하는 대상이며 오직 남자의 성적 파트너로서 기능해야 한다는 잘못된 관념에서 출발합니다. 성욕은 누구에게나 자연스러운 현상이며 스스로 죄악시해서는 안 된다고 생각해요. 스스로 성욕을 죄악시하는 순간 성주체성을 상실하게 되는 것을 의미하며 그것은 영원히 자신의 성적행복을 포기하는 행위입니다.

특히, 여성들의 경우에는 자위행위 경험이 있는 경우가 오르기즘에 더 쉽게 다가가며 성적으로 훨씬 행복하다는 통계가 있습니다. 이걸 결코 우연이 아니에요. 뜨끔하신 분들, 오늘 도전해보세요

매일 씩씩열한 이야기와 자극을 원한다면 **레드홀릭스**

▲ 위 두 콘텐츠를 비교해 볼까요? 리드문의 중요성이 느껴지시나요?

3. 이미지를 첨부할 때는 핵심메시지만 담아라

보통 페이스북에서 프로모션을 진행하는 콘텐츠를 작성할 때는 이미지를 첨부하게 된다. 이때 많은 기업들이 프로모션에 어울리는 이미지를 단순하게 사용하거나 프로모션 내용을 깨알같이 적는 경우가 많다.

이미지를 같이 올릴 경우에는 뉴스피드에서 텍스트보다 이미지가 쉽게 눈에 띄고 대부분의 사용자들이 모바일에서 이용하기 때문에 **핵심메시지만을** 골라서 이미지에 삽입해야 한다.



▲ 이미지는 핵심메시지만!

4. 무한도전이 아니라 1박2일식 접근이 필요하다.

무한도전은 오랜 시간 7명의 캐릭터들이 다양한 이야기들을 가지고 성장해왔다. 대부분의 웃음코드는 이런 무한도전 캐릭터가 성장해온 부분과의 접점에서 나온다. 무한도전을 처음 보는 사람들의 반응과 계속해서 시청해온 사람들의 반응의 온도가 엄청나게 차이가 나는 이유이다.



▲ 이미지출처: MBC 무한도전 홈페이지

반면 1박2일은 매회 주어지는 상황만으로도 충분히 공감하고 웃을 수 있는 프로그램이다. 생전 처음 1박2일을 보는 사람이라도 같이 공감하며 즐길 수 있다.

1박2일식으로 콘텐츠 하나하나가 독립적으로 기능할 수 있도록 하라.

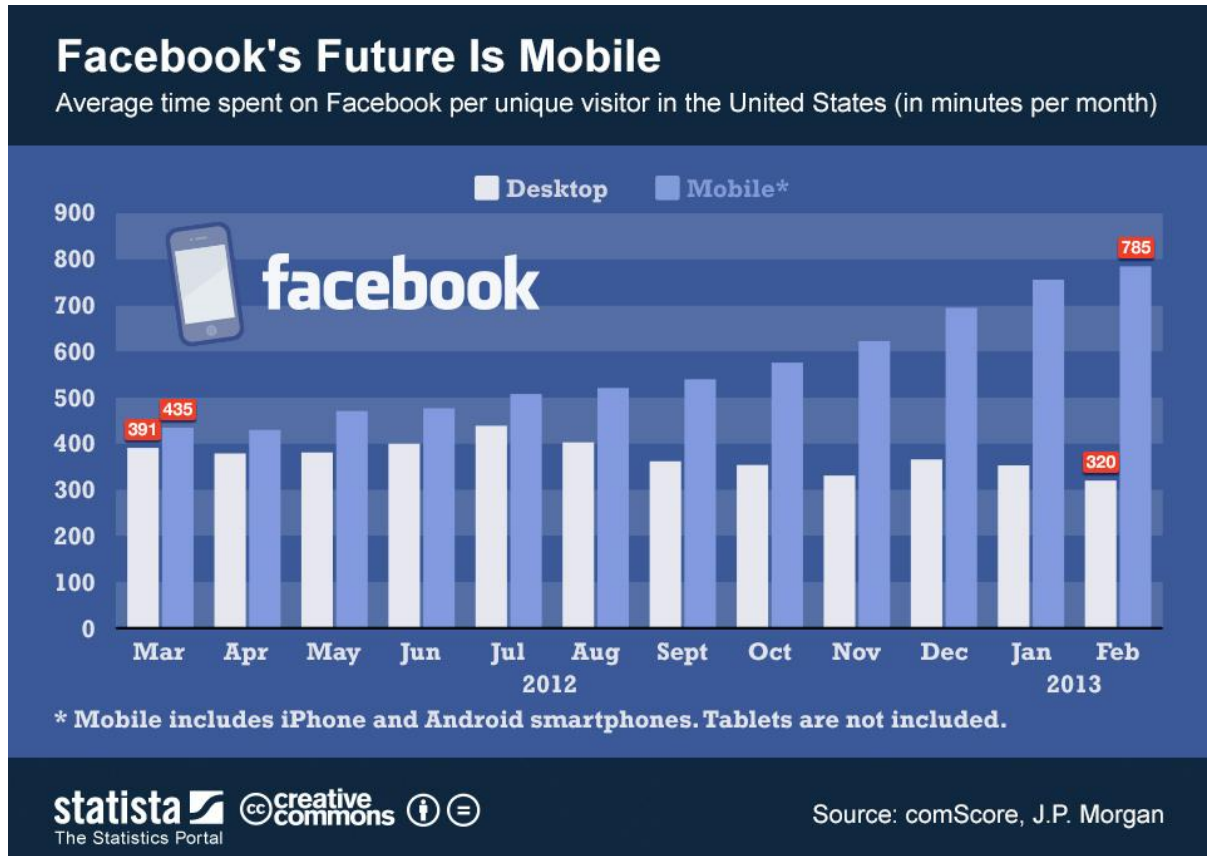


▲ 이미지 출처: KBS2 1박 2일 홈페이지

5. Only Mobile

2013년 11월 현재 대한민국 페이스북 사용자의 90% 이상이 모바일을 통해서 이용한다. 가면 갈수록 이런 추세는 점점 심해질 것이다.

대부분의 페이지 운영자들은 데스크톱PC에서 관리를 한다. 그렇게 되면 관리자가 보는 화면과 이용자가 보는 화면이 유리되어 버린다. 모바일을 고려하지 말고 **모바일 이용자만을 위해서 콘텐츠를 작성하고 구성해도 좋다.**



▲ 페이스북의 사용자의 90% 이상은 모바일 접속

NineFactory

www.ninefactory.kr

nine@ninefactory.kr

02-6009-9149