

페이스북 콘텐츠 전략 가이드 1

# 페이스북 페이지도 컨셉이 필요하다.

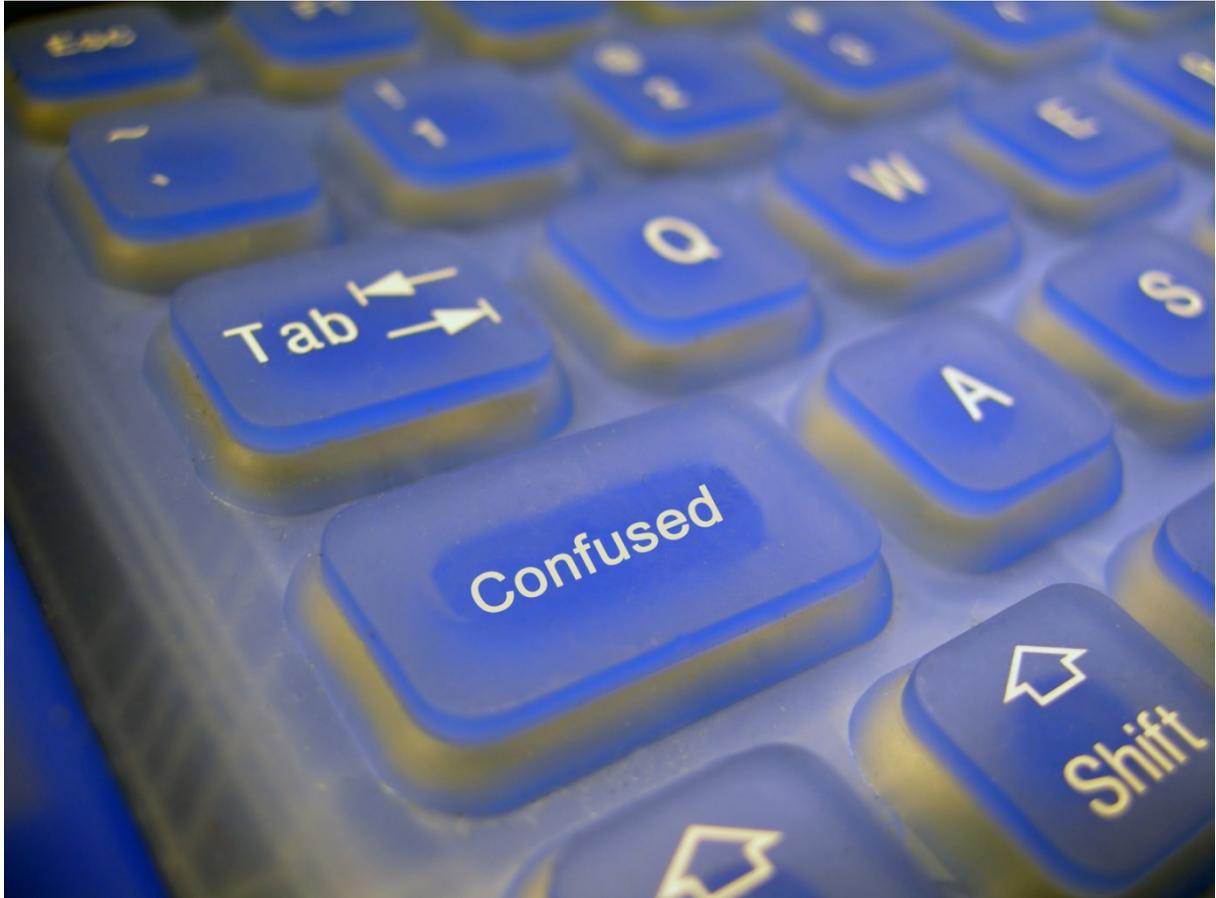
---

NineFactory

커뮤니케이션팀/방건록

많은 사람들이 페이스북 페이지를 운영하는데 있어서 무작정 페이지를 만든 다음 콘텐츠를 생산하기 시작한다. 하지만 그렇게 운영을 시작하는 페이지들은 필연적으로 콘텐츠의 질이 떨어지게 되고 결국 사공 없는 배처럼 갈 길을 잃고 한계에 부딪치게 된다.

그렇다면 이용자들이 공감하며 반응하는 콘텐츠를 지속적으로 만들어갈 수 있는 페이지운영 전략은 있을까?



페이지 콘텐츠 운영전략에서 가장 먼저 해야 할 일은 페이지 컨셉을 확실히 정하는 것이다.

컨셉이 확실히 잡혀 있다면 운영자 입장에서는 콘텐츠를 찾고 생산하는데 있어서 방향성, 즉 기준이 명확해진다. 결국 콘텐츠 생산 효율성이 높아지는 것이다. 콘텐츠의 생산 효율성이 높아진다는 것은 콘텐츠 아이디어를 찾고 구체화시키는 과정이 심플해진다는 뜻이다.

예를 들어 잠재고객과 소통하는 친근한 컨셉의 안과 페이지를 운영 중이라고 가정하자, 할로윈데이를 맞이해서 관련 콘텐츠를 만든다고 가정했을 때 아래 두 가지 이미지 중 어떤 것을 선택하는 게 좋을까?

**안과  
잠재고객과 소통하는 친근한 컨셉**



**선택은?**

안과라고 하면 라식·라섹 수술 부작용과 같은 부정적인 시선들이 있다. 또한 수술이라고 하면 ‘피’라고 하는 이미지가 연상된다. 과연 칼 맞은 아기의 이미지를 사용하는 것이 적절하겠는가? 아마 칼 맞은 이미지를 사용한다면 부정적인 생각을 가지고 있던 이용자들의 부정적인 반응이 나타날 수도 있을 것이다.

하지만 운영하는 안과페이지의 컨셉이 정립되어 있다면 친근하고 사랑스러운 호박 입은 아기의 이미지를 사용하게 될 것이다. 페이지 컨셉은 콘텐츠를 만드는데 있어서 훌륭한 나침반 역할을 하게 되는 것이다.

즉, 컨셉을 잘 잡는다면 수많은 콘텐츠 속에서도 컨셉과 맞는 적절한 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있게 되는 것이다.

“사람 = 컨셉, 의상 = 콘텐츠”라고 가정하고 아래 사진을 보면 컨셉과 콘텐츠의 밀접한 관계가 쉽게 이해 될 것이다.



출처: [좌]김지민 미투데이 [우]김지호 미투데이

컨셉과 콘텐츠의 유기적인 관계를 이해하고, 컨셉의 필요성을 인식하는 것만으로도 페이스북 페이지 운영의 주춧돌은 이미 마련된 것이다.

# NineFactory

[www.ninefactory.kr](http://www.ninefactory.kr)

[nine@ninefactory.kr](mailto:nine@ninefactory.kr)

02-6009-9149