포스팅 가이드

블로그의 설득력

포스팅 가이드 **100%** 활용하는 방법

아래에 있는 블로그 포스팅 가이드의 경우, 포스팅 다수 경험자와 포스팅 하는 법을 배우기 시작하는 분들이 다르게 사용해야 합니다.

포스팅 다수 경험자의 경우.

브랜디드 포스팅의 목적은 결국 포스팅을 천천히 쌓아 나가 구매자의 구매 의욕을 높이고자 하는 것이 목적입니다. 그러나, 다양한 주제를 하나의 틀로서 가이드를 제시하는 것은 비효율적이고, 성립하지 않습니다. 여러분의 성격이나 글 쓰는 스타일. 그리고 각 원장님의 성격이 전부 다르기 때문이죠.

포스팅 다수 경험자의 경우. 가이드가 제시하는 큰 틀 정도만 참고해 주시고. 어떻게 풀어나가는 것이 조금 더 몰입감이 있고 가독성이 좋은 글인지. 이 정도만 참고해주시면 좋겠습니다.

포스팅을 배워나가는 경우

포스팅을 이제 배우거나, 아직 확신이 없는 분들의 경우. 첫 시작을 가이드가 제시한 대로 따라하시는 것도 좋은 방법입니다.

가이드가 제시하는 근거를 주의 깊게 살펴보시고, 왜 이렇게 해야 하는가를 이해하는 게

중요한 포인트라고 생각합니다.

포스팅 기본 설정

글씨 크기

-16pt 이상.

문단 간격

두 줄 이상.

문단 모양

뚱뚱한 피라미드 형태 혹은 직사각형, 정사각형.

아래가 짧지 않은 모양새.

EX)지향해야 하는 문단 모양 예시

안녕하세요

가이드 작성자입니다.

만나서 반갑습니다------(시각적인 안정감)

EX)지양해야 하는 문단 모양 예시

안녕하세요 저는 가이드 작성자입니다. 반갑습니다.

문단은 가독성에 영향을 끼칩니다.

신경 쓰면 좋습니다. -----(시각적으로 불안)

폰트

-명조체 (안정적이고 크게 벗어나지 않는 분위기를 줍니다.)

TIP- 특정 문장의 폰트를 변형하는 것으로 분위기 반전을 줄 수도 있습니다.

사진 첨부

-사진은 최소 5장 이상 첨부해야 하며

브랜디드 한정, 꾸며지지 않은 자연스러운 이미지를 사용합니다.

문단 정렬

-중앙정렬 (모바일 화면에서의 가독성을 늘리기 위한 장치)

설정 팁: **PC**보다 모바일 검색량이 훨씬 많기 때문에 모바일을 기준으로 설정합니다.

또한 중앙정렬을 할 경우, 문단 모양새를 잡기 좋습니다.**0**

제목

문장은 짧은 것보다 긴 게. 그것도 문장형으로 끝나는 제목이 좋습니다.

독자들은 제목을 통해 필요한 정보인가를 판단하기 때문입니다.

제목은 카피라이팅의 영역입니다. 바이럴 광고가 넘쳐나는 시대. 정보의 바다 인터넷에서

어떤 제목으로 이목을 끌 수 있는지. 단순히 이목을 끄는 것이 아니라 어떻게 타겟팅 할 수 있는지를 잘 생각하여 제목을 설정하도록 합시다.

지양해야 할 예시)이 책을 읽어야 하는 이유.

지향해야 할 예시)이 책은 절대 읽지 마세요, 전문가가 알려드립니다.

타겟 설정

블로그 포스팅은 타겟이 명확해야 합니다. 병원의 컨셉이 연관되어 있는 경우도 있으며, 읽는 이에 따라 마케팅의 효과는 달라지게 됩니다. 조금 더 정확하게 말하자면, 타겟을 명확하게 한다기 보다는. 타겟을 좁히는 것이 중요합니다.

그렇다면 가장 처음에 드는 생각은 과연 '어떤 주제를' 통해 타겟을 줄일 것이냐. 일 겁니다.

이 때 중요한 것이 바로 병원의 컨셉입니다.

예시)연세통합치과 홈페이지- '무섭지 않은' 치과 컨셉.

위 이미지를 보면 아시겠지만. 연세통합 치과의 경우. 무섭지 않은 치과가 컨셉입니다. 때문에 고통을 줄여줄 수 있는 방법인 '수면마취'가 주요 키워드입니다. 당연히 타겟은 치과가 무서운. 치과공포증이 있는 사람들이죠.

만약 병원의 컨셉이 없다면, 스스로 만들어나가는 것 또한 하나의 방법입니다.

⇒타겟을 설정하고 글로 표현되는 가장 큰 공간은 제목이며. 포스팅 내용 또한 설정한 타겟에 따라 달라져야 합니다.

예시)

-당신을 위한 선택, 치아교정**(**치아교정을 원하는 사람들이 타겟**)**

-초등학생 교정. 아이 미래를 위한 선택**(**자녀를 둔 부모님을 설득하기 위해 좁혀진 타겟**)**

포스팅의 종류 이해하기

목적에 따라 달라지는 글의 방향성

블로그 포스팅의 종류는 상당히 많습니다. 이름 붙이기 나름인 것들도 있으며, 상위노출만을 목적으로 하는 포스팅 또한 존재합니다.

지금 알아볼 것은 두 가지로. 치료 전후 사진과 의사의 코멘트를 기반으로 작성되는 증례 포스팅과 검색량이 높은 키워드를 선정하여 작성하는 키워드 포스팅입니다.

이 둘의 목적은 모두 의사나 병원을 브랜드화 시키는 것에 있습니다. 우선 증례 포스팅과 키워드 포스팅 모두 포함되는 기본 설정부터 알려드리겠습니다.

원장님의 성격, 특성 파악하기.

병원이나 치과의사의 홍보가 목적인 만큼. 블로그 포스팅에 사용되는 화자. 즉, 말하는 이는 대표원장입니다. 특별한 방법을 쓰지 않더라도. 시작 부분에 “안녕하세요. 000치과 대표원장 000입니다 라고 적는 것으로 화자의 위치를 확정지을 수 있습니다.

마케팅회사의 블로그 마케팅은 해당 병원의 지위를 넘겨받아 진행됩니다. 따라서 치과의사의 권위나 병원의 명예를 중요시 해야 합니다. 때문에 블로그 포스팅을 진행할 때 그 글이 가진 성격이 원장님의 성격과 너무 다를 경우. 실제 병원을 방문하는 치과 환자와 정보 사이에 충돌이 생길 수 있습니다.

원장님의 성격을 파악하는 방법으로는 인터뷰, 홈페이지 내의 원장철학 읽기, 치과 방문 등. 다양한 방법이 있습니다. 가장 정확한 방법은 병원에 직접 방문하는 것으로, 가능하면 방문하도록 합니다.

성격, 어떻게 표현해야 할까.

마케터의 업무는 블로그 포스팅도 있지만 포스팅에 시간이 너무 소요되어서도 안 됩니다. 증례 포스팅과 키워드 포스팅 모두 **1**시간~시간 **20**분 이내에 끝낼 수 있도록 해야 합니다.

블로그 포스팅은 직접 작성하는 방법도 있지만, 시간 절약과 효율성을 위해 Chat GPT를 활용하는 것이 일반적입니다. 때문에 명령어를 입력할 때, 원장님의 성격을 지시하는 게 중요합니다.

본인이 느낀 원장님의 성격을 아래와 같이 명확하게 지시해주세요. 프로그램도 인지할 수 있을만 한 차이점이 있는 성격을 지시해야 스타일이 다른 글이 나옵니다.

따뜻하고 감성적인데 설득력 있는

- “따뜻하고 감성적으로 공감을 이끌어내면서도 설득력 있게 써줘.”

차분하고 논리적인데 친근한

- “차분하고 논리적이지만, 친근한 느낌으로 독자가 편안하게 다가올 수 있게 써줘.”

재치 있고 유머러스한데 신뢰감을 주는

- “재치 있고 유머러스하게 풀되, 신뢰감을 줄 수 있도록 써줘.”

직설적이고 명확한데 공감을 이끌어내는

- “직설적이고 명확하게, 그러나 공감할 수 있는 요소를 포함해서 써줘.”

감성적이고 서정적인데 실용적인

- “감성적이고 서정적인 표현을 쓰되, 실용적인 정보를 명확하게 전달할 수 있도록 써줘.”

논리적이고 분석적인데 유연한

- “논리적이고 분석적으로 설명하면서도, 독자의 다양한 의견을 수용할 수 있게 유연하게 써줘.”

따뜻하고 친근한데 정보가 명확한

- “따뜻하고 친근하게 다가가되, 정보는 명확하고 분명하게 전달해줘.”

Chat GPT에 위와 같이 명령했다고 하더라도 한계는 명확합니다. 외국 서버가 기반이기 때문에 번역체같이 어색한 문장들이 주를 이루고 있죠. 이럴 때는 Chat GPT에 메시지를 지정해주는 것이 좋습니다.

메시지 컨트롤

메시지를 컨트롤 하는 것은 간단합니다. 말하는 이의 성격을 지시한 이후, 포스팅의 중심이 될 메시지를 마케터가 입력하는 방법입니다. 시간이 없더라도 ‘무엇을' 말하고 싶은지 정해야 합니다.

예시) 직설적이고 명확한게. 공감할 수 있는 요소를 포함해서 네이버 블로그 포스팅을 작성해줘.

중심 메시지는 임플란트 치료를 두려워하는 사람들을 격려하고, 우리 병원의 수면마취 클리닉을 알려주는 거야.

위와 같이 작성할 경우, 마케터가 수정해야 하는 분량이 줄어드는 등, 시간을 절약할 수 있습니다.

블로그 포스팅의 경우. 최종 목적은 독자를 설득시키는 것이기에
설득의 심리학, 심리 마케팅 기술 등이 들어갑니다.

6가지 설득의 심리학 영상과 **<<**무조건 팔리는 심리 마케팅 기술 **100>>**을 참고하세요.

제목

치과 수면치료로 치과 공포증 극복할 수 있습니다.

↳희귀성의 법칙: No.25 카피를 본 순간 '저건 내 이야기야!'라고 생각하게 하라

■서론

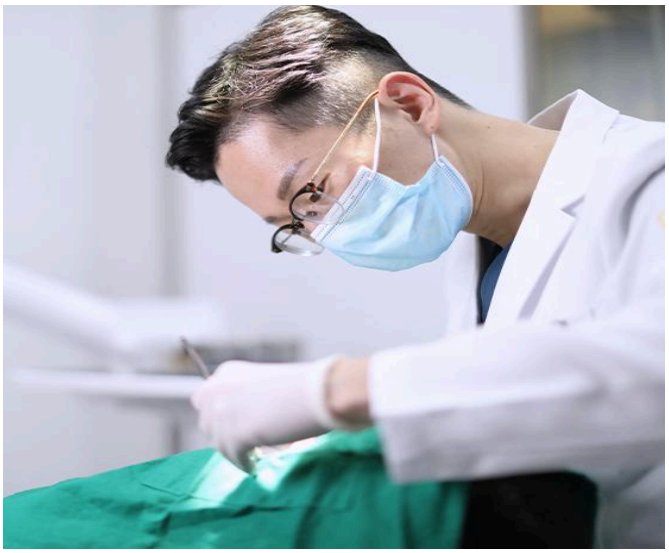
서론에서 필요한 것

서론을 작성할 경우, 화자가 의사이기 때문에 권위의 법칙을 사용하여 신뢰를 높여주는 것이 좋고 이후 글을 읽는 독자들을 블로그에 머물게 하기 위해 호감의 법칙을 넣는 것이 좋습니다.

치과의사가 할 수 있는 가장 그럴싸한 거짓말은 뭘까요.
여러분이 믿을 수 있을지 모르겠습니다만.

저는 치과 공포증 때문에 치과를 두려워하던
한 명의 아이였습니다.

↳호감의 법칙: No.47 상대와 나 사이에 다리를 놓아라



신기하지 않으신가요? 치과 공포증 때문에
치과를 등 떠밀려 가던 아이가

끝내는 치과 의사가 되었다는 말이요.

그래서 저는 강압적이거나 강요에 의한 치료는
가족에게도 권하지 않는, 그런 의사가 되었습니다.

↳권위의 법칙: 권위 있는 사람의 말로 신뢰도를 올린다.

안녕하세요, 연세통합치과 의원
대표원장 박상훈입니다.

■본론

본론에서 필요한 것

권위의 법칙과 호감의 법칙으로 독자를 사로잡고 신뢰를 주었다면
이제는 일관성의 법칙을 사용하여 독자들을 수긍하게 만들어야 합니다.

사회적 증거의 법칙을 통하여 병원의 시스템을
‘환자들'이 칭찬하는 것처럼 꾸밀 수도 있으며

희귀성의 법칙을 사용하여 해당 병원만이 가진
시스템을 은근히 드러낼 수도 있습니다.

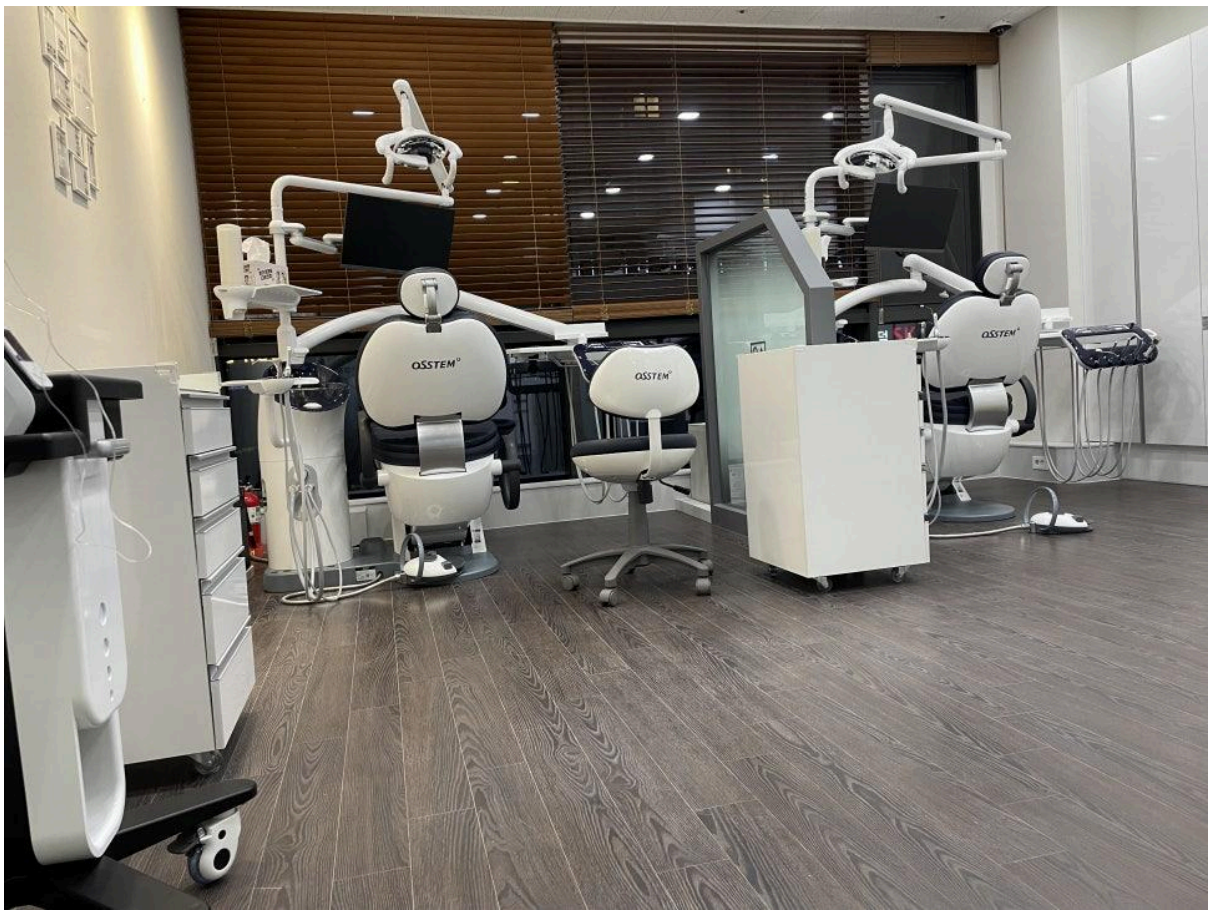
본론에서는 다양한 법칙들을 사용해야 하며
궁극적으로는 일관성의 법칙을 통해

독자를 포스팅에 ‘동의'시키는 것이 목적임을 잊지 말아야 합니다.

“두렵지 않은 치과”

“무섭지 않은 치과”를 슬로건으로 내건 채
치과 공포증 환자들을 위한 특진실을 운영한 지
벌써 2년이 되었습니다.

↳일관성의 법칙: 슬로건을 통한 공감 유도
상호성의 법칙: No.70 사람에게는 보답하려는 심리가 있다.
상호성의 법칙: No.73 이성보다는 마음을 건드려라



치과 공포증과 치과 수면치료
뗄 레야 뗄 수 없는 관계입니다.

치과 공포증이 있다고 해서
무조건 치과 수면치료를 받아야 하는 것은 아니지만.

그 정도가 심하면 하나의 대안으로 제시되고는 하죠.
그러다 보니 한 가지 궁금한 점이 있더군요.

혹시 전국에 있는 치과 중에
치과 수면치료를 하고 있는 곳이 몇 곳이나 있는지

↳일관성의 법칙: No.28 사람은 한 번 동의하면 계속 동의한다.

알고 계실까요? 사실 저도 몰랐습니다만.

병원을 모아놓은 사이트에서 검색을 해보니
189개 정도가 검색이 되더군요.

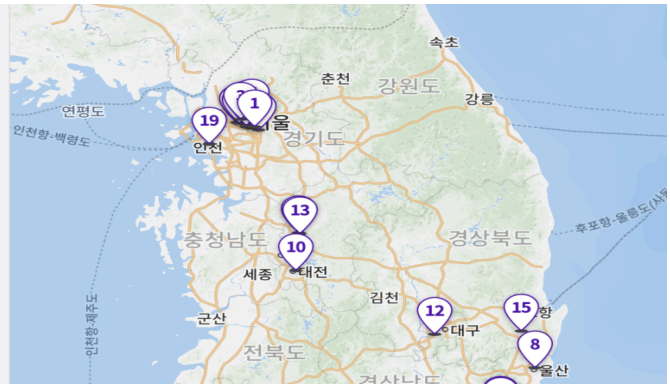
국내에 있는 치과의 수는 3만 개가 넘어가는데
치과 수면치료를 하는 곳은 고작 189곳.

↳희귀성의 법칙: 특수한 상황에 처한 환자

치과공포증이라는 단어가 흔하게 쓰이는 현재에도

공포증을 극복하기 위한 수단 중 하나인 치과 수면치료.
이걸 할 수 있는 곳이 너무나 적습니다.

↳일관성의 법칙: No.28 사람은 한 번 동의하면 계속 동의한다.



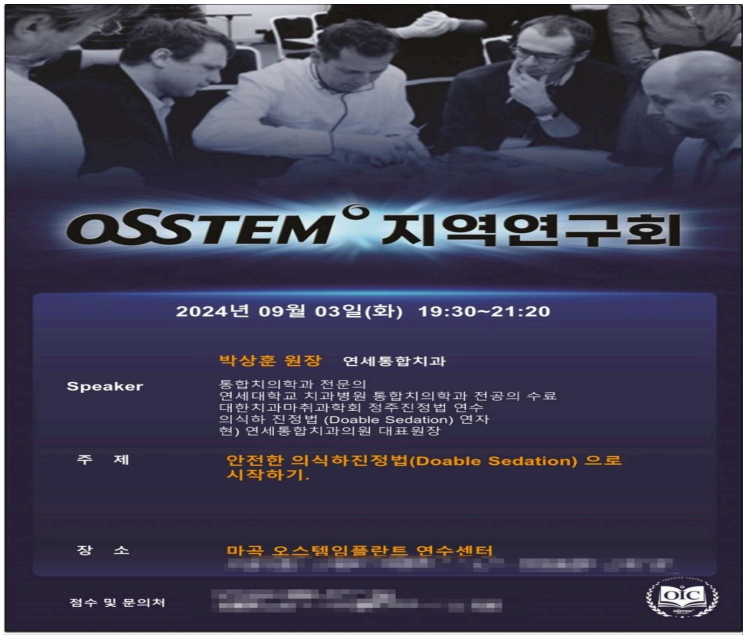
최근. 사랑니 발치를 위해 방문하신 한 환자분이 계셨습니다.

면담을 하기 전에는 몰랐던 사실이었는데.
치과 공포증 때문에 포항에서 오신 환자분이었습니다.

수면마취가 되는 곳을 찾아 포항에서
오셨다는 이야기를 듣고 깜짝 놀랐습니다.

현재 오스템 지역 세미나에서
의사들을 위한 의식하진정법(치과 수면마취) 강의를
하는 제게도. 이렇게 멀리서 오신 환자분은 처음이었습니다.

↳권위의 법칙: No.39 권위를 내세워 높게 평가하라



자차로 오셨다면 무려 4시간이 넘게 걸릴 텐데…
알고 보니 이전에 치과 공포증 때문에
내원하셨던 한 환자분의 지인이셨습니다.

“그 친구가 여기가 그나마 덜 무섭고 안 아프다길래…”

↳사회적 증거의 법칙: No.82 사람이 3명 이상 모이면 큰 힘을 발휘한다.

두렵지 않은 치과라는 슬로건을 내걸고 있는 현재
이렇게 멀리서 와주시는 환자분들을 보면
다시 초심으로 돌아가, 최선을 다할 수 있게 되는 것 같습니다.

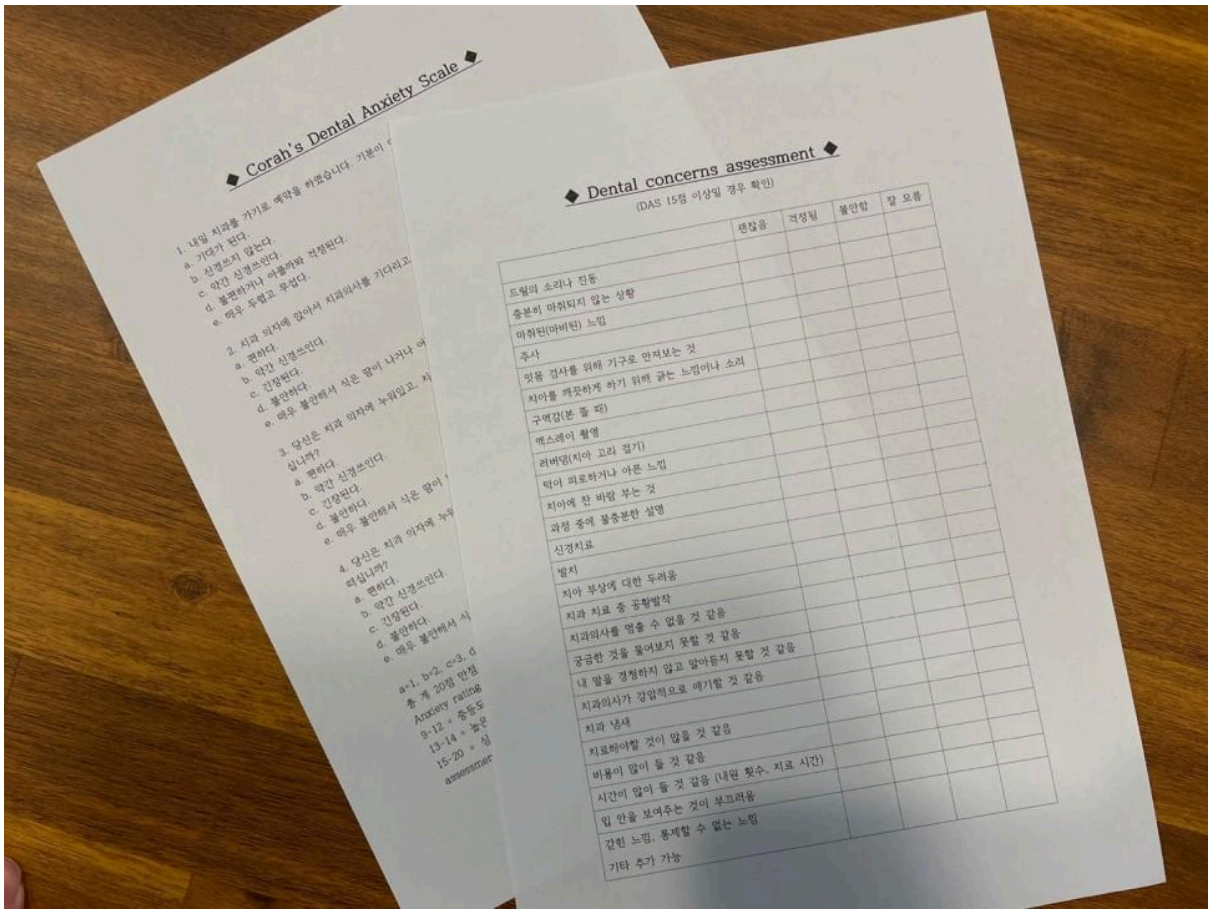
업력이 쌓인다는 것. 동료를 모아간다는 것.

얼마전 연세통합치과 특진실을 소개하는 촬영을 하였습니다. 저희…

m.blog.naver.com

↳호감의 법칙: 유기적으로 뻗어가는 포스팅

일단, 환자분께서는 공황장애 같은
특별한 전신질환은 없다는 판단이 나왔고.



이유는 알 수 없지만, 치과
공포증이 강한 상태였습니다.

내원하신 환자분은
포항 치과에서 교정 치료를 받던 중이었는데,
사랑니가 방해되어 뽑아야 하는 상황이었죠.

왜 해당 병원에서 치료받지 않으셨나…
하고 조심스럽게 여쭤봤습니다.

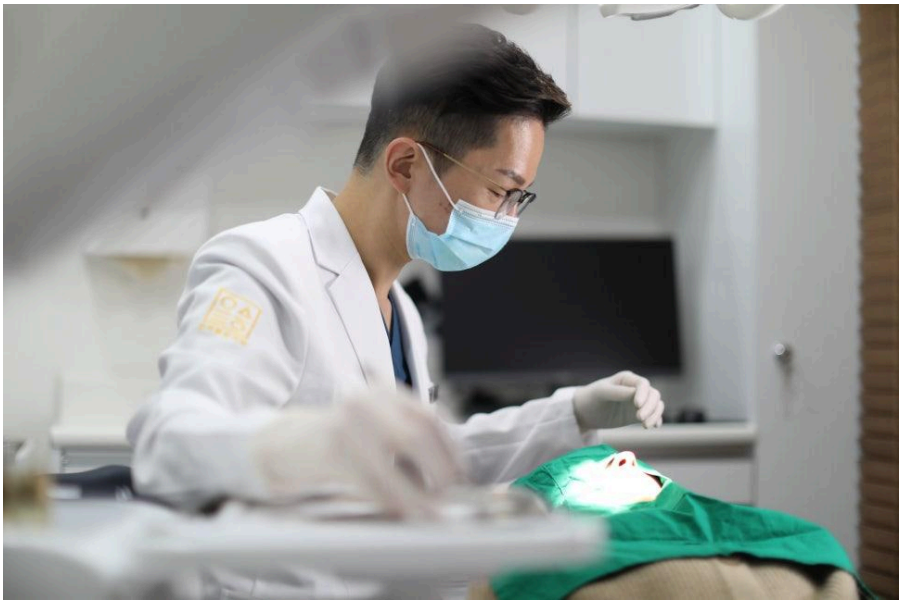
“교정까지는 괜찮은데, 발치는…”

어딜 가도 오래 걸리는 상황에
해당 병원에서는 치과 수면마취
시스템이 없는 상황. 지인에게 물어 물어

연세통합치과로 방문하신 케이스였습니다.

↳사회적 증거의 법칙: No.19 왜 TV에서 소개한 건 좋아 보일까?

평소와 같이 치과 수면치료에 들어갔지만.
사실 만감이 교차했습니다.



한 명의 의사에게 치료받기 위해
멀리서 찾아오신다는 것은. 제게 큰 영광이지만.

한 편으로는 치과 공포증
아직도 고통스러워 하시는 분들이
상당히 많다는 것을 새삼 깨달았습니다.

치과공포증, 수면마취 치과치료 로 도와드리겠습니다.
안녕하세요. 연세통합치과 대표원장 박상훈입니다. 모든 치료가 …
m.blog.naver.com

↳사회적 증거의 법칙: No.19 왜 TV에서 소개한 것은 좋아 보일까
호감의 법칙: No.47 상대와 나 사이에 다리를 놓아라.

사랑니 발치는 무사히 끝났습니다.
발치 자체가 어려운 케이스도 아니었고

뿌리도 똑바로 뻗어 어느 병원이라도
발치할 수 있는 상태셨죠.

↳상호성의 법칙: No.70 사람에게는 보답하려는 심리가 있다.

■결론

결론에서 필요한 것

권위의 법칙으로 신뢰를 주고 상호성의 법칙으로

보답하고자 하는 심리를 얻었으며. 희귀성의 법칙으로

병원만의 시스템을 강조했다면.

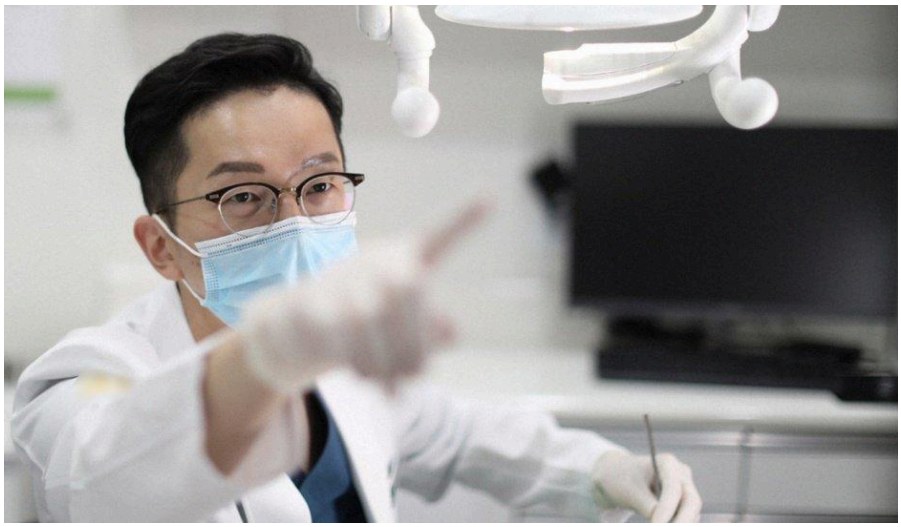
이제는 의사만이 할 수 있는 말과 메시지를 통해

일관성의 법칙을 마무리 할 때가 되었습니다.

그 끝은 병원의 지도가 될 수도 있고, 예약창이 될 수도 있습니다.

다만 수면마취(의식하 진정법)을
하는 곳이 없었을 뿐입니다.

환자분은 잘 회복하신 뒤에 귀가하셨습니다.



“감사했습니다.”

↳상호성의 법칙: No.70 사람에게는 보답하려는 심리가 있다.

환자분의 짧지만, 진심이 담긴 감사 인사가.

제게는 긴 여운이 되었습니다. 설령 그게 빈말이라고 하더라도,
제게는 삶을 이어가는, 의사로서의 원동력이 되는 것 같습니다.

연세통합 치과는 치과 공포증이 있는
환자분들을 위해 특진실을 운영중입니다.

↳희귀성의 법칙: 희소한 진료법

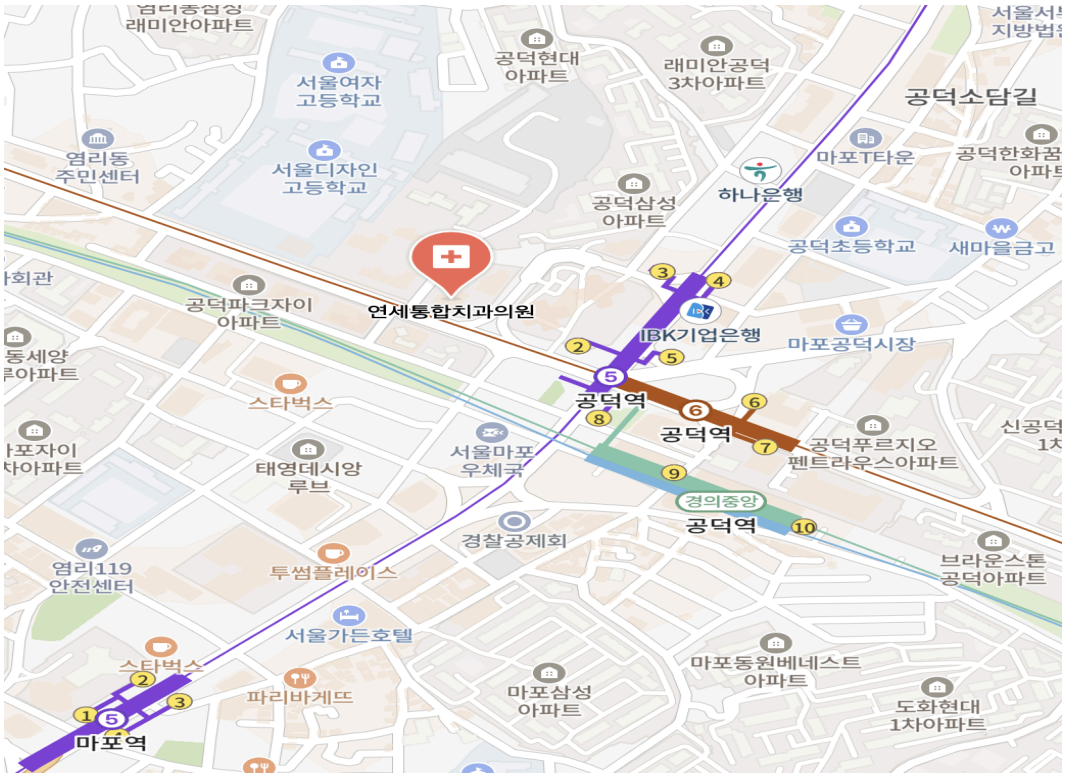
좋은 진료 시스템을 구축하기 위해
환자 정원제를 실시하고 있습니다.

↳희귀성의 법칙: 특수한 상황에 처한 환자.

치과 공포증이 있는 분들이 전국에서 오셔서
현재는 예약이 조금 힘든 상황입니다만,

↳희귀성의 법칙: No.24 바빠보이는 가게가 바쁜 가게가 된다.

찾아오시는 한 분 한 분.
최선을 다해 진료하도록 하겠습니다.



일관성의 법칙: 사람들이 동의했을 때, 지도를 보고 유입될 수 있다.

연세 통합치과 의원
박상훈 대표원장이었습니다.

본 게시물은 의료법 56조에 의거하여
의사 본인이 작성 했음을 알려드립니다.

↳일관성의 법칙: No.28 사람은 한 번 동의하면 계속 동의한다.