

3.0 마케팅을 위해 고객과 소통하기

비즈니스는 시장의 상황과 필요에 의해서 시작합니다. 따라서 마케팅의 시작도 시장에서 시작되어야 하는 것이고 고객으로 부터 보고 듣는 것이 먼저 입니다. 시간과 비용으로 어려웠던 소통을 **SNS** 와 스마트폰을 통해 직접 해결할 수 있습니다.

“다루기 어렵고 시간내기 어려운데 업체에 맡기면 안될까요?” 라고 하시는 경우가 많습니다. 지출을 줄이고 수입을 높이는 것이 쉬우신가요? **SNS** 와 스마트폰은 지출을 줄이고 수입을 높이는 지름길입니다. 사업의 어느 단계도 폰 만지는 것보다는 어렵고 시간이 많이 들어갑니다.

마케팅에서 고객과의 온라인 소통은 별도 시간이나 추가비용이 들어가지 않고 자투리 시간과 이미 지불한 비용 안에서 할 수 있기 때문에 가장 중요합니다. 중요한 것은 기본을 지키며 소통하는 것입니다. 기본을 지키면 빠르게 좋아질 수 있습니다.

SNS 를 활용한 소통의 장점은 “비동기대화”에 있습니다. 오프라인의 만남이나 통화, 채팅 등은 고객의 요구에 우리는 즉각 반응해야 합니다. **SNS** 상의 댓글과 답글은 그럴 필요가 없습니다. 이어져있는 긴 시간은 현실의 실무를 위해 쓰고 짧은 자투리 시간에 댓글로 소통하면 충분합니다. 심지어는 습관적으로 또는 감정적으로 낭비되는 시간들을 생산적인 부분에 알차게 투자하는 가장 좋은 방법이 되기도 합니다.

SNS는 직접 고객과 소통하는 공간입니다.

사장님이 있는 상점과 없는 상점이 다르듯이 고객과 소통하고 이야기 나누는 것만으로도 운영에 많은 부분이 달라지게 됩니다. 현장에서 직접 고객을 알 수 있기 때문입니다. 고객에 대해서 알고, 알게된 사실을 사업에 반영하고, 다시 또 고객에게 알리는 것이 마케팅이라고 하면 고객과 **SNS**를 통해 직접 소통하는 것은 단골확보에 매우 중요합니다. 오프라인 상점만을 고객 소통공간으로 믿으면 소통 범위와 시간대가 매우 줄어듭니다. 그러나 페이스북 답글이 내 고객을 만나는 창구라는 것을 알게 되면 지역 분들을 만나는 기회가 활짝 열리는 것을 경험할 수 있습니다.

스마트폰과 SNS가 있기에 가능합니다.

온라인의 소통은 오프라인 소통보다 비용과 시간적인 면에서 효율적입니다. 편리한 스마트폰, 그리고 만나지 않고 온라인으로 고객과 소통하고, 유용한 링크와 매장과 상품 및 운영진의 사진과 동영상을 무료로 공유합니다. 우리가 아침에 눈뜰때 부터 잠들때까지 스마트폰을 몸에서 떼어놓지 않는 것처럼 우리 지역 분들도 스마트폰을 몸에서 떼어놓지 않습니다. 항상 함께 있는 것과 마찬가지로 것입니다. 전화통화와 다른 점은 서로의 바쁜 시간을 해치지 않는다는 것입니다. 출서빙이 바쁠 때는 주문전화도 바로 받기 힘들지만 **SNS** 답글은 불리고 뜸들이는 잠깐 시간에도, 오후 휴식시간 앞뒤 잠깐에도 달 수 있습니다.

디지털을 통해 고객과 하는 온라인의 소통은 그대로 디지털 콘텐츠가 됩니다.

오프라인의 소통은 온라인에서 유통되는 콘텐츠로 옮겨지기가 쉽지 않습니다. 사실 앞에 고객이 있는데 생방송을 하거나 녹화, 녹음, 촬영, 메모는 쉽지 않습니다. 역설로 들릴 수 있지만 서로 떨어져 있으면서 진행하는 소통은 댓글처럼 모두 쉽게 디지털로 기록할 수 있습니다. **SNS** 소통은 비공개 사항만 아니면 바로 온라인 콘텐츠입니다. 그렇게 검색되어지는 콘텐츠는 브랜드 구축의 기본이 됩니다.

시간이 많이 투자될 수 있는 것은 소셜미디어의 콘텐츠를 별도로 준비할 때 흔히 일어납니다. 실무에 필요한 소통을 소셜네트워크서비스를 통해 진행할 때는 시간을 오히려 절약하게 됩니다. 불필요한 콘텐츠를 만들지 않고 실무에 필요한 질문과 의뢰만을 올리는 것은 시간을 절약하고 잠재고객의 마음을 편하게 해줍니다. 너무 완벽하게 마무리한 배포용 콘텐츠는 작성에 시간도 많이 들고 고객이 개입할 여지를 차단해버립니다.

답글을 어렵게 느껴지시면 고객이 쓰는 어투나 패턴을 비슷하게만 하시면 됩니다. 모두 같은 수준으로 할 필요도 없고 그렇게 해서도 안됩니다. 간단하게 중요한 부분만 다시 언급하며 내 경험에 의한 공감을 표현하고 필요한 질문만 하는 것으로 충분합니다. **SNS** 를 통한 모든 소통은 단순함이 기본입니다.

3.1 고객소통을 위한 시간만들기

사실 무엇으로든 24시간은 채워져 있으므로 새로운 것을 할 때는 누구라도 항상 시간이 없고 부족하게 됩니다. 숨쉴틈 없다는 사장님들도 많으시겠지만 그래도 시간을 만들 수 있다는 것은 스스로 모두 알고 계십니다. 시간을 기분 좋게 만들어내는 도구와 방법은 많습니다. 그 중에 오늘 실천 가능한 것들을 하고 거기서 얻어진 즐거운 시간으로 내일은 더 많은 시간을 만드실 수 있습니다.

비즈니스에서 시간을 만드는 것은 그 자체로 노하우입니다. 품질을 유지하면서 시간을 줄이거나 같은 시간에 시장에서 요구하는 품질로 높이는 것은 사업의 수준을 달리하게 해줍니다. 그렇게 만들어진 시간은 노하우일 뿐만 아니라 마켓과 내부환경을 돌아볼 수 있게 만들고 트렌드를 맞추거나 만들어낼 수도 있습니다. 항상 변화하며 적응해야하는 사업의 기본을 지킬 수 있게 해줍니다.

당장 돈을 들어 해결하고 싶을 때 중요한 사업자산과 노하우를 놓치는 것은 아닌지 판단해야 합니다. 마케팅을 위한 소통을 업체나 외부인에게 맡기는 것은 사업을 위한 가장 중요한 자산인 고객과의 신뢰관계를 비용까지 들어가면서 남에게 헌납하는 결정일 수 있습니다. 많은 대행업체가 구체적인 관계의 질과 양을 따지지 않고 콘텐츠의 노출만으로 마케팅을 후퇴시키는 경우가 흔합니다. 이를 극복하고 관계와 노하우를 사업자산화 하는 방법이 시간을 만들어 내는 것입니다.

스마트폰과 SNS로 시간 만들기

1. 아날로그보다 디지털 우선으로 : 2000년 필름카메라에서 디지털카메라로 2010년 스마트폰으로

캘린더, 메모, 카메라 등 스마트폰을 활용하면 대부분 클라우드와 연결되어 파일을 전송할 필요가 없으며, 언제 어디서든 인터넷이 되면 접근이 가능합니다. 또한 함께 일하는 사람들과 공유도 편리합니다.

2. 단지 디지털화보다 온라인으로 : 녹화해서 편집하기보다 라이브방송 우선

사진을 찍고, 영상을 찍는 것뿐 아니라 찍고 즉시 올리는 습관을 갖거나 바로 생방송 하는 것을 해보면 따로 시간을 만들지 않아도 바로 콘텐츠도 생성되고 들어오는 사람들과 소통하면서 마케팅이 가능합니다.

3. 개별경쟁보다 협업으로 : 개인보다 동료, 우리 점포보다 상가와 거리 우선

내 사업만 홍보를 중요시 하는 것은 SNS 마케팅과 맞지 않습니다. 가까운 다른 점포와 함께 간다면 공통의 타겟 고객들에게 전달 될 수 있는 기회가 됩니다. 또한 “OO 거리” 라는 말이 상징하듯이 한 상점보다 상가와 거리가 함께 홍보 하는 것이 훨씬더 효율적입니다.

4. 큰 시간 만들기보다 오늘 작은 시간을 만들기

작은 시간을 효율적으로 사용할 수 있도록 하는 것이 바로 스마트폰과 SNS입니다. 기존의 방식으로 많은 시간이 걸리는 것도 훨씬 더 짧은 시간에 가능할 수 있도록 도와줍니다.

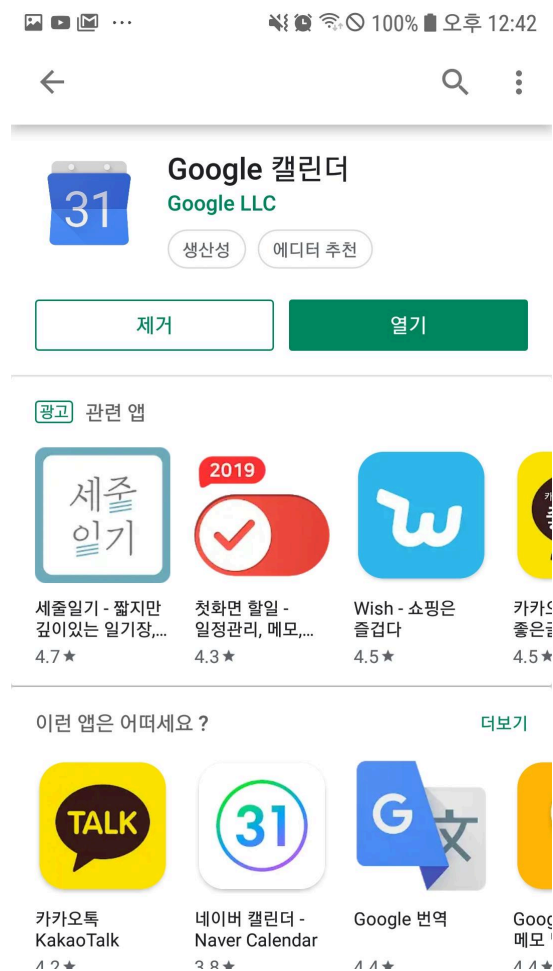
5. 주기점검 앱을 통해서 시간만들기

구글 캘린더와 킵, 알람 등을 활용하여 잊어서 놓치는 일이 없도록 하는 것부터 일정과 점검해야 할 것을 한 눈에 손쉽게 볼 수 있도록 하는 것도 시간을 만들고 스트레스를 줄여주는 데 많은 역할을 합니다.

앱

구글 캘린더

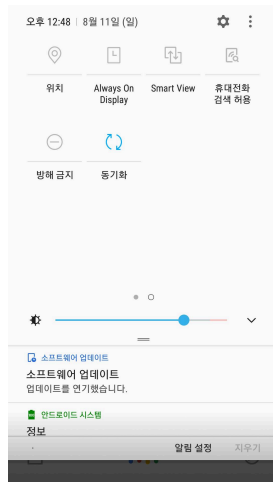
[01_01.jpg]



먼저 구글캘린더앱에 시계부를 적어봅니다. 터치만 하면 시간을 어떻게 썼는지 기록을 할 수 있습니다. 기록이 있으면 분석을 할 수 있습니다.

여기서 잠깐!

[01_02.jpg]



캘린더를 사용할 때는 **PC**와 스마트폰, 그리고 공유자와의 데이터의 동기화가 원활해야합니다. 그래서 스마트폰의 설정화면에서 동기화가 켜져있는지 확인합니다.

기본 일정 입력하기

[01_03.jpg]



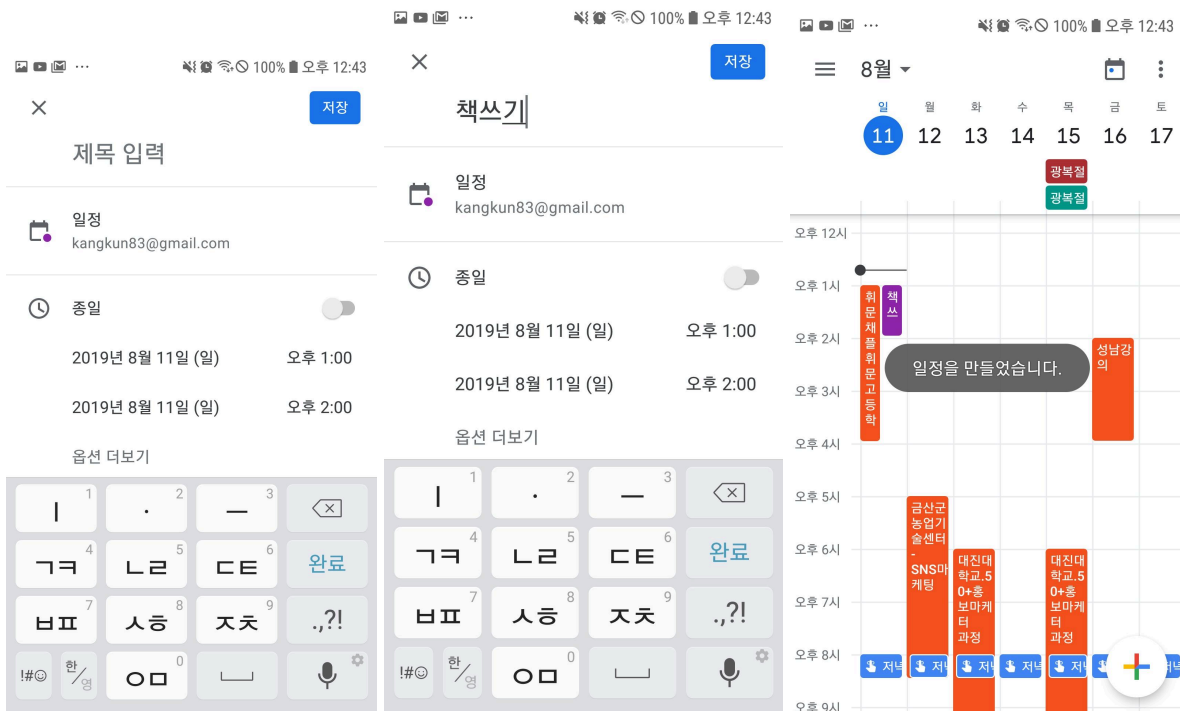
오른쪽 하단의 **[+]** 버튼 터치

[01_04.jpg]



일정 터치

[01_05.jpg] [01_06.jpg] [01_07.jpg]



제목 입력 후 저장

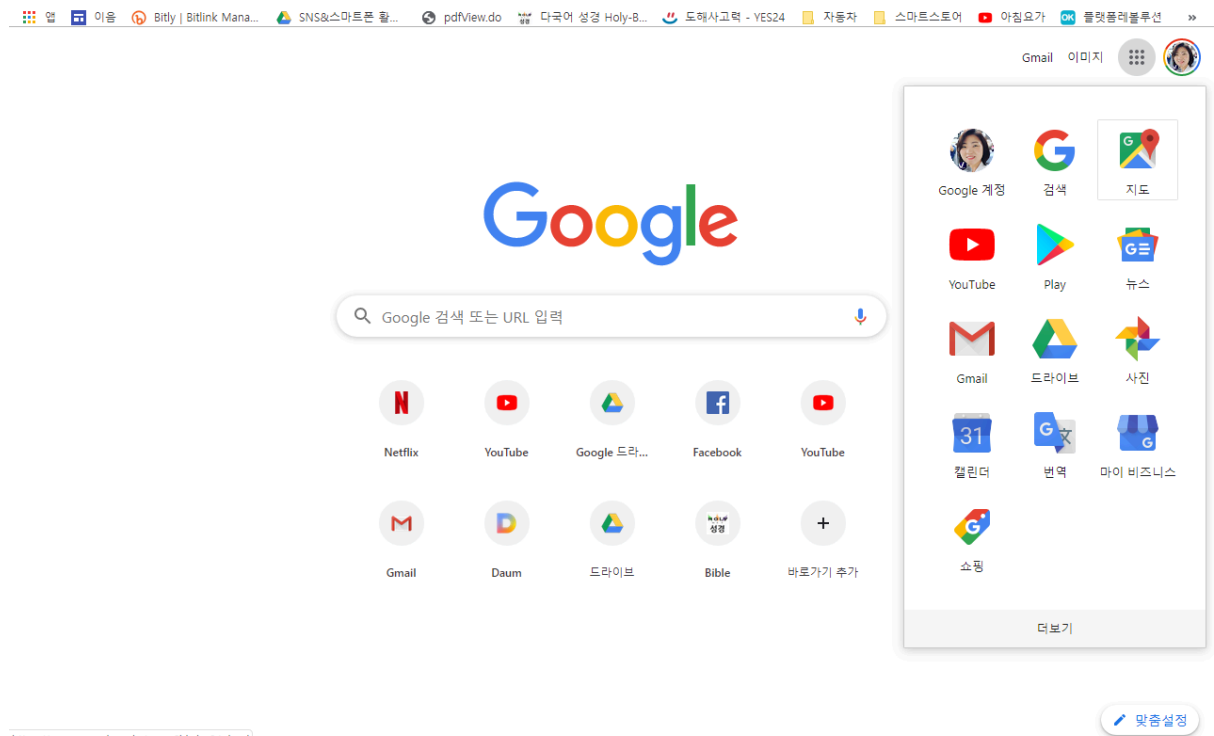
구글 캘린더를 활용하는 팁!

1. 장소, 종류에 따라 캘린더를 분리 합니다.

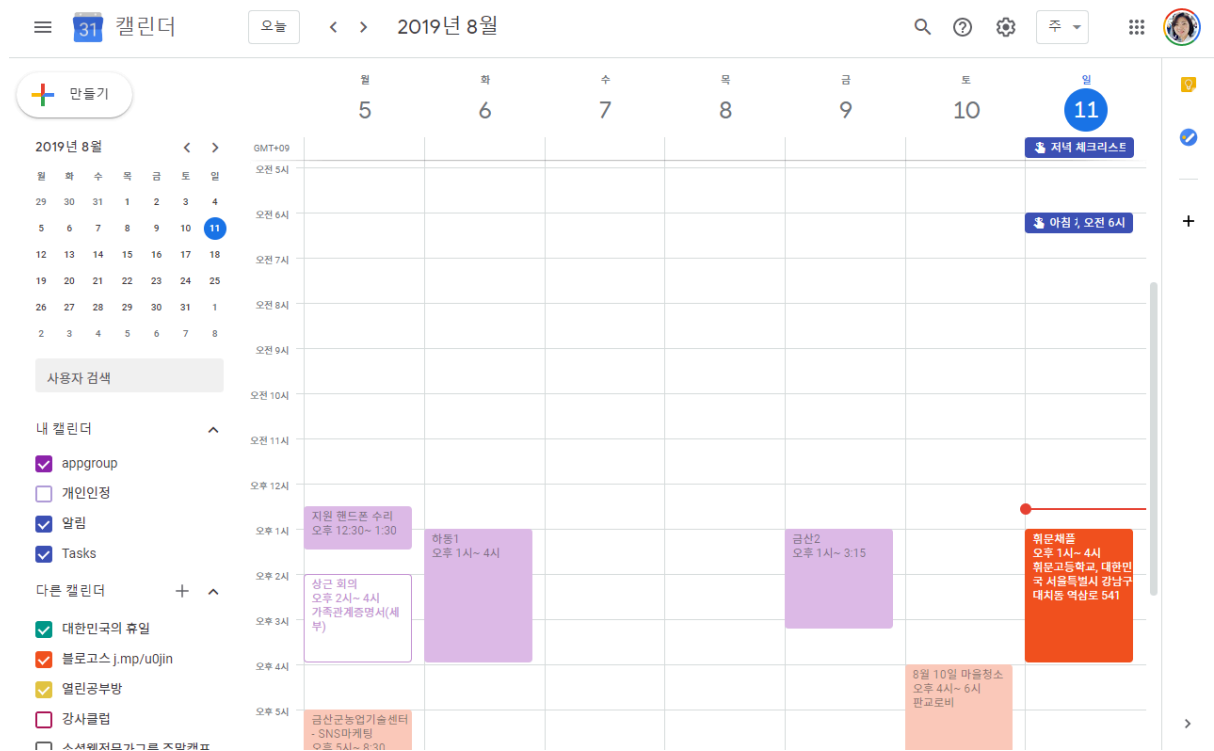
캘린더를 여러개를 생성할 수 있습니다. 인력의 배치, 장소의 예약 현황, 일정의 종류에 따라서 구분하여 관리 합니다. 종류별로 나누면 비어있는 시간대를 쉽게 찾아낼 수 있습니다.

캘린더를 개설하는 것은 PC 화면에서만 가능합니다.

[01_08.png]



<https://calendar.google.com/> 접속 혹은 크롬 브라우저의 바로가기를 활용하여 구글 캘린더를 클릭
[01_09.png]



왼쪽 메뉴에서 [다른 캘린더] [+] 부분을 클릭
[01_10.png]

31

캘린더

오늘

< >

2019년 8월

🔍 ? ⚙️

주 ▾

👤

만들기

2019년 8월

월 화 수 목 금 토 일

29 30 31 1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18

19 20 21 22 23 24 25

26 27 28 29 30 31 1

2 3 4 5 6 7 8

사용자 검색

내 캘린더

☒ appgroup

☐ 개인인정

☒ 알림

☒ Tasks

다른 캘린더

☒ 대한민국의 휴일

☒ 블로그s.j.mp/u0j

☒ 열린공부방

☐ 강사클럽

☐ 스터디자료가 가득한 캘린더

캘린더 구독

새 캘린더 만들기

관심분야와 관련된 캘린더

URL로 추가

가져오기

GMT+09

오전 5시

오전 6시

오전 7시

오전 8시

오전 9시

오전 10시

오전 11시

오전 12시

오후 1시

오후 2시

오후 3시

오후 4시

오후 5시

오후 6시

오후 7시

오후 8시

오후 9시

오후 10시

오후 11시

오후 12시

저녁 체크리스트

아침 1, 오전 6시

지원 랜드폰 수리

하동1

금산2

위문채품

8월 10일 마을청소

새 캘린더 만들기 클릭

[01_11.png] [01_11_1.png]

← 설정

👤

일반

캘린더 추가

캘린더 구독

새 캘린더 만들기

관심분야와 관련된 캘린더

URL로 추가

가져오기/내보내기

내 캘린더의 설정

● appgroup

● Contacts

● [#bdy365]365일 생일...

● 2.인성교육

● 가족

● 개인인정

● 구글아카데미

● 다중지능연구소

● 디지털에이징

새 캘린더 만들기

이름

스터디룸A

설명

스터디룸 A의 예약 현황

시간대

(GMT+09:00) 한국 표준시 - 서울

소유자

kangkun83@gmail.com

캘린더 만들기

일반

캘린더 추가

- 캘린더 구독
- 새 캘린더 만들기
- 관심분야와 관련된 캘린더
- URL로 추가

가져오기/내보내기

내 캘린더의 설정

- appgroup
- Contacts
- [#bday365]365일 생일...
- 2.인성교육
- 가족
- 개인인정
- 구글아카데미
- 다중지능연구소
- 디지털에이징

새 캘린더 만들기

이름

설명

시간대
(GMT+09:00) 한국 표준시 - 서울

소유자
kangkun83@gmail.com

캘린더 만들기

"스터디룸A"이(가) 만들어졌습니다. 설정

이름, 설명 입력 후 캘린더 만들기 클릭 [설정] 옆에 [←]를 클릭하여 홈 화면으로 이동 [01_12.png][01_12_01.png]

≡ 31 캘린더 오늘 < > 2019년 8월

만들기

월	화	수	목	금	토	일
5	6	7	8	9	10	11

사용자 검색

내 캘린더

- ☒ appgroup
- ☐ 개인인정
- ☒ 스터디룸A
- ☒ 알림
- ☒ Tasks

다른 캘린더

- ☒ 대한민국의 휴일
- ☒ 블로그스.j.mp/u0jin
- ☒ 열린공부방
- ☐ 감사클럽
- ☐ 소셜웹전문가그룹 주말캠프
- ☐ 소셜조합-사무실예약
- ☐ 소셜홈 소셜홈 개요

이 항목만 표시

목록에서 숨기기

설정 및 공유

하루 1시~4시

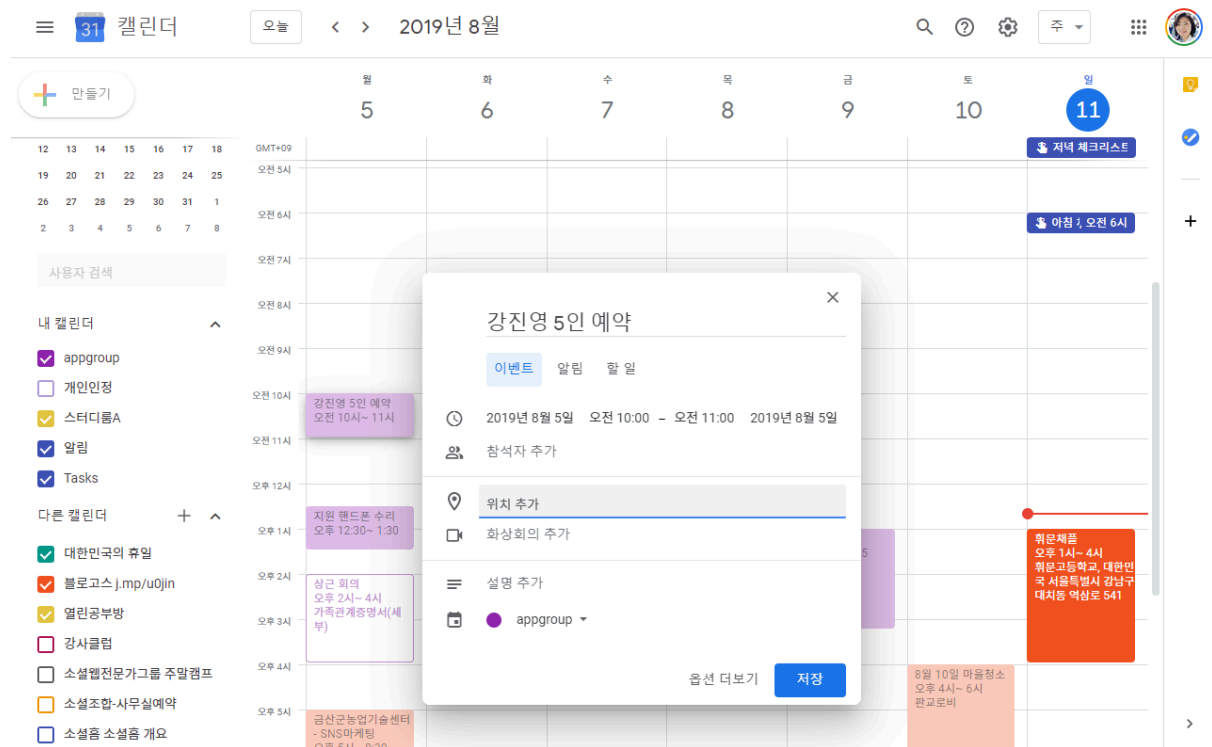
금산2 오후 1시~3:15

8월 10일 마을청소 오후 4시~6시 판교로비

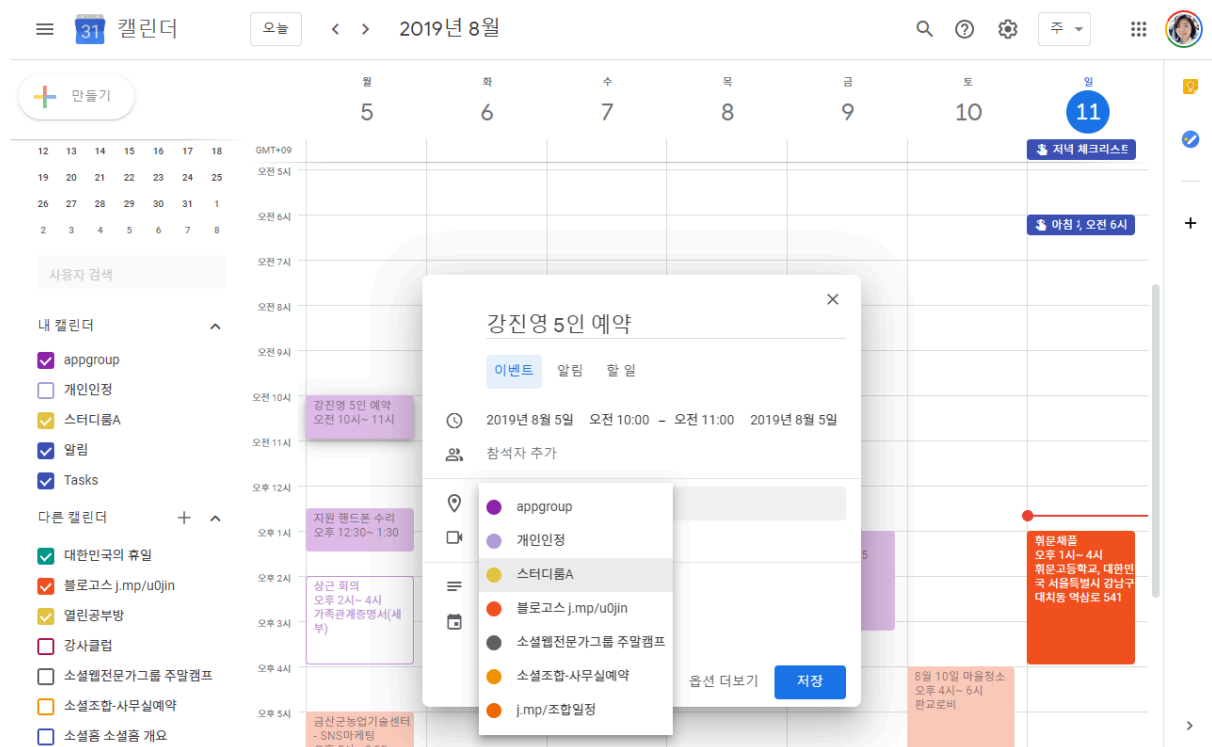
8월 10일 마을청소 오후 4시~6시 판교로비

[내 캘린더] 만들어진 캘린더 이름 옆에 [점3개 : 더보기] 메뉴를 클릭하여 다른 캘린더와 구분되게 색상을 선택

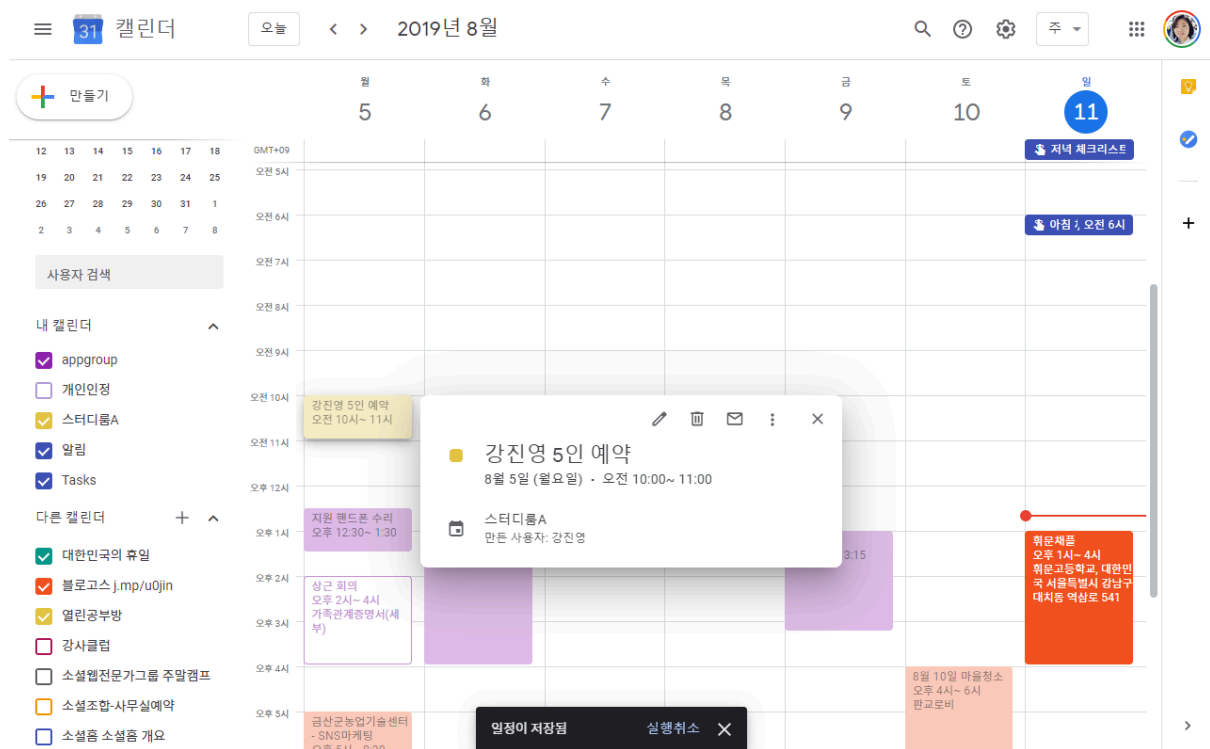
[01_13.png]



캘린더를 입력 할 땐 입력하고자 하는 시간을 클릭 제목, 시간을 알맞게 입력한 후 [01_14.png]

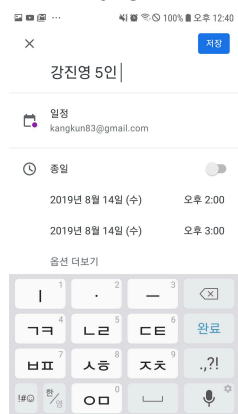


하단에 캘린더를 알맞게 선택 한 후 저장 [01_18.png]



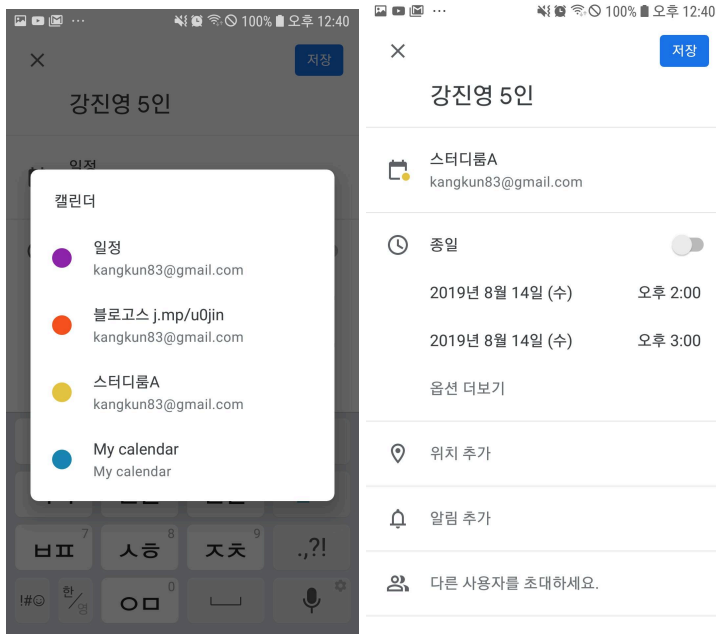
스마트폰에서 일정 입력

[01_15.jpg]



일정 입력 화면에서 [일정] 터치

[01_16.jpg] [01_17.jpg]

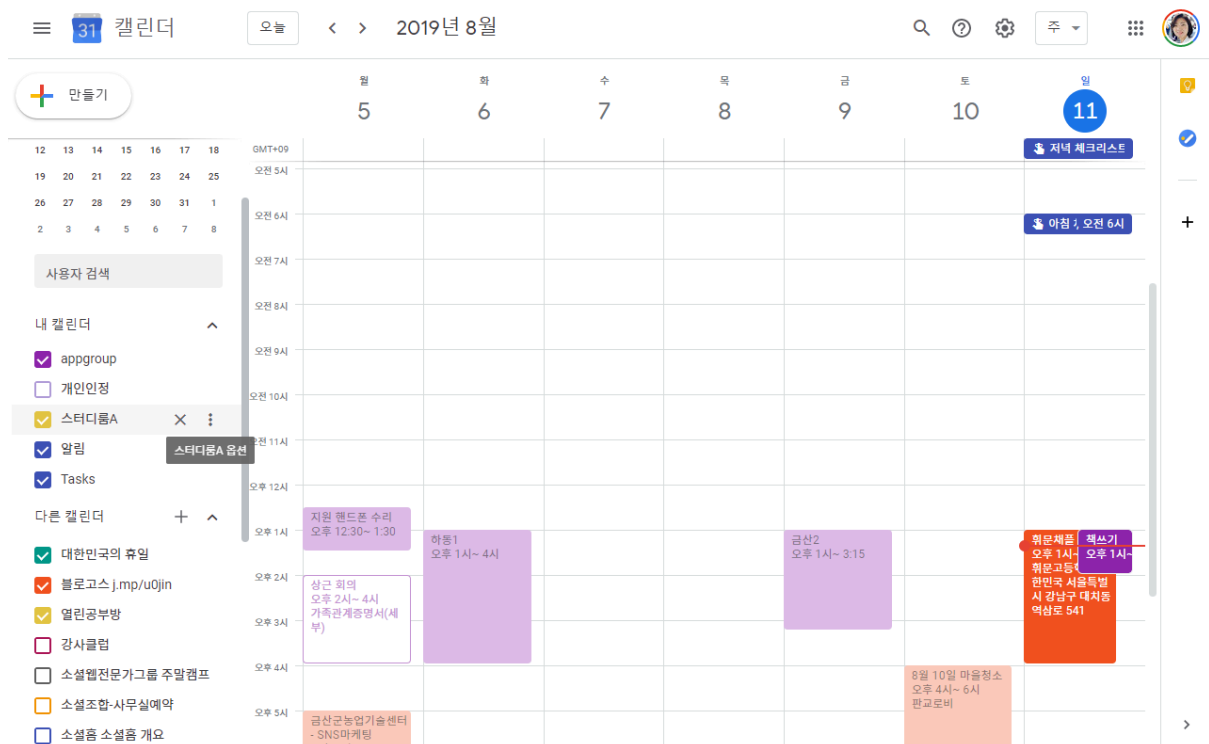


입력하는 일정에 맞는 캘린더를 선택 후 저장

2. 필요한 사람들과 공유 합니다.

캘린더를 공유하는 것도 PC 화면에서만 가능합니다.

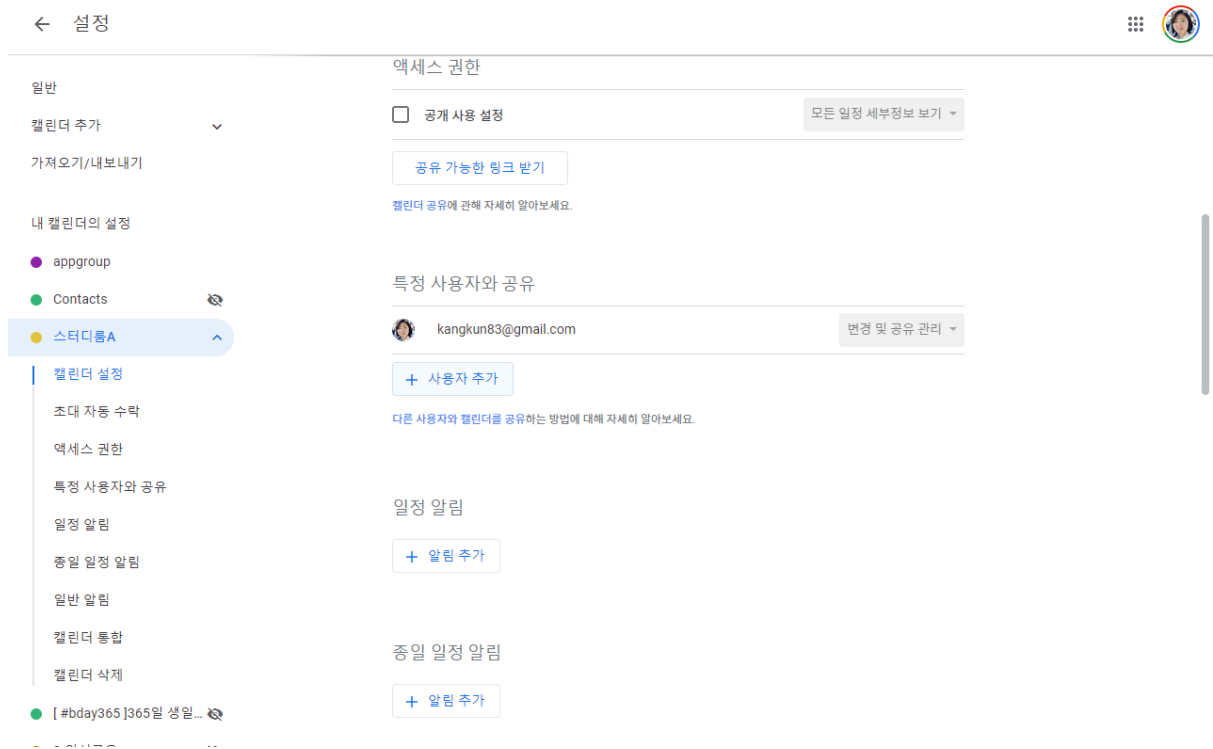
[01_19.png]



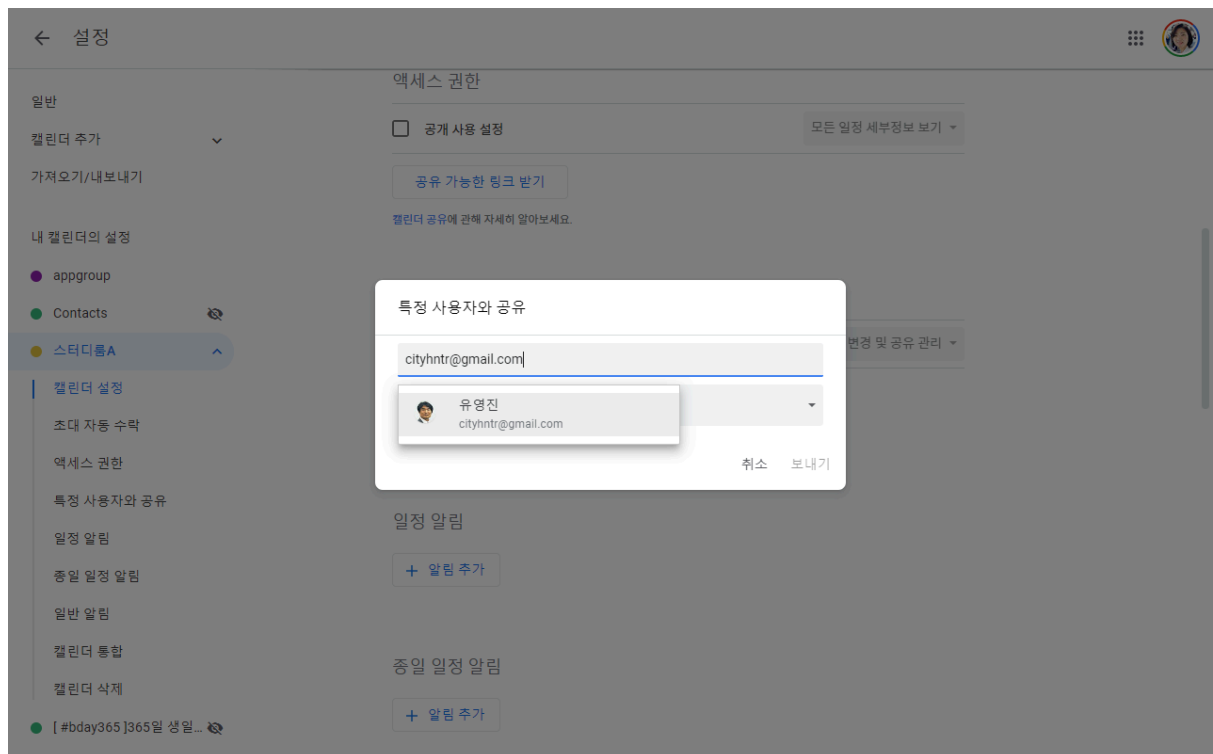
공유하고자 하는 캘린더의 [점3개 : 더보기] 버튼을 클릭

[01_20.png]

[설정 및 공유] 클릭 [01_21.png]

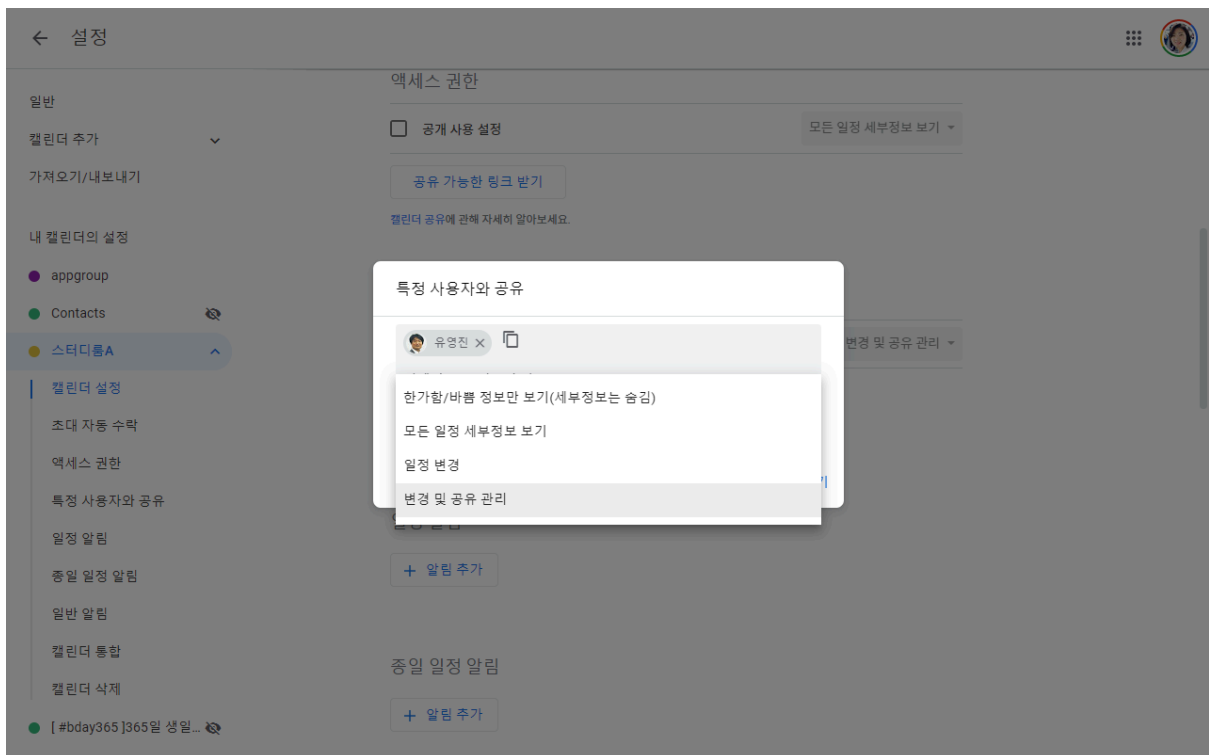
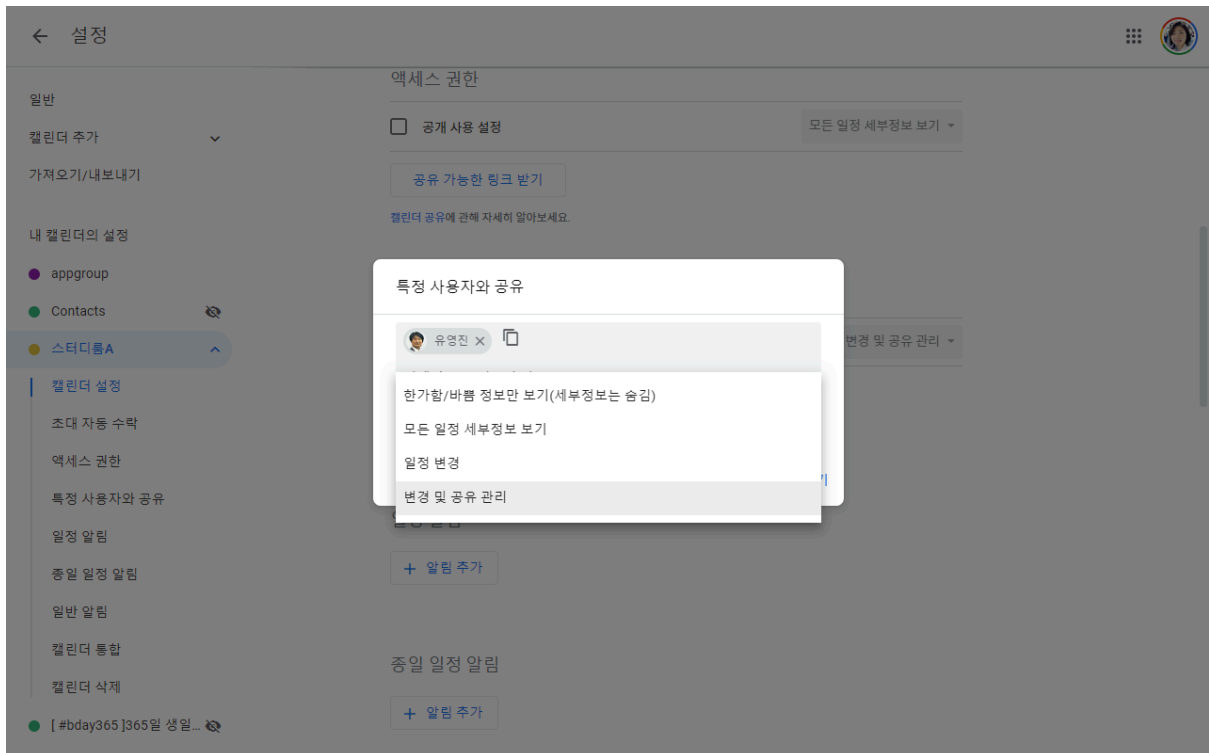


사용자 추가 클릭 [01_22.png]



초대할 사용자의 gmail 을 입력 [01_23.png][01_24.png][01_25.png]





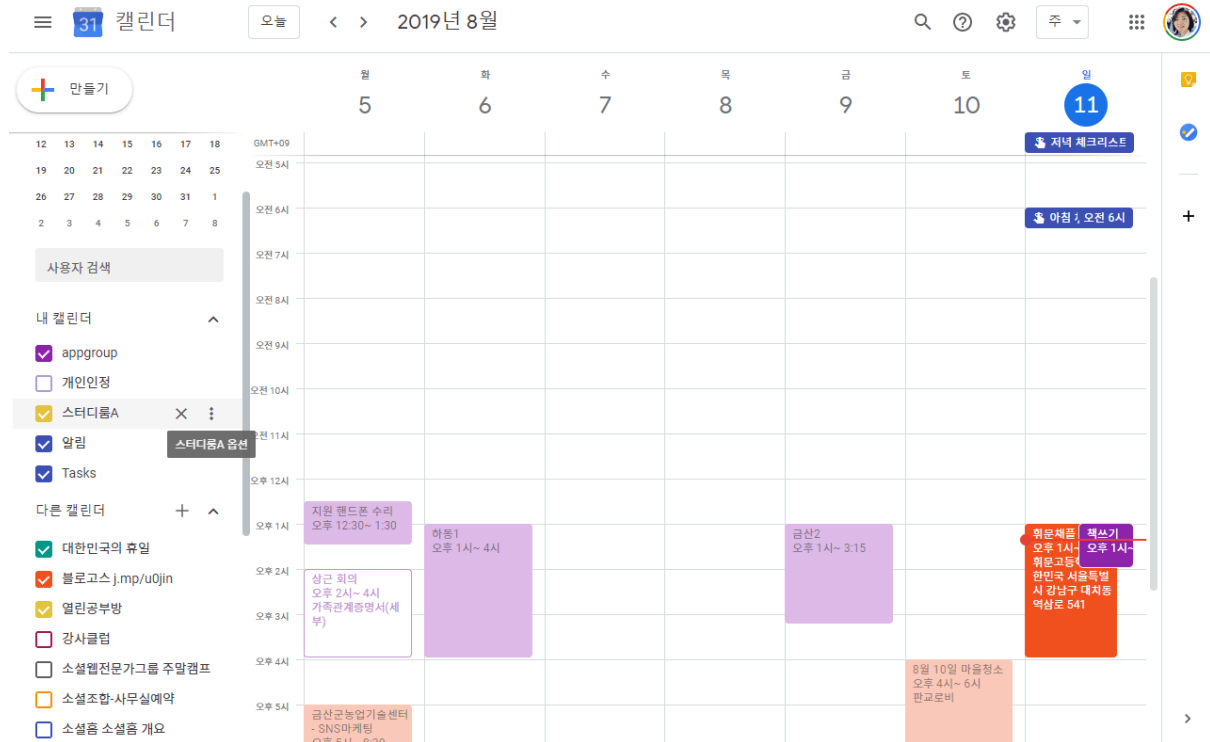
[권한] 설정을 클릭하여 알맞게 선택 한 후 [보내기] 클릭

3. 캘린더를 공개하여 필요한 곳에 사용합니다.

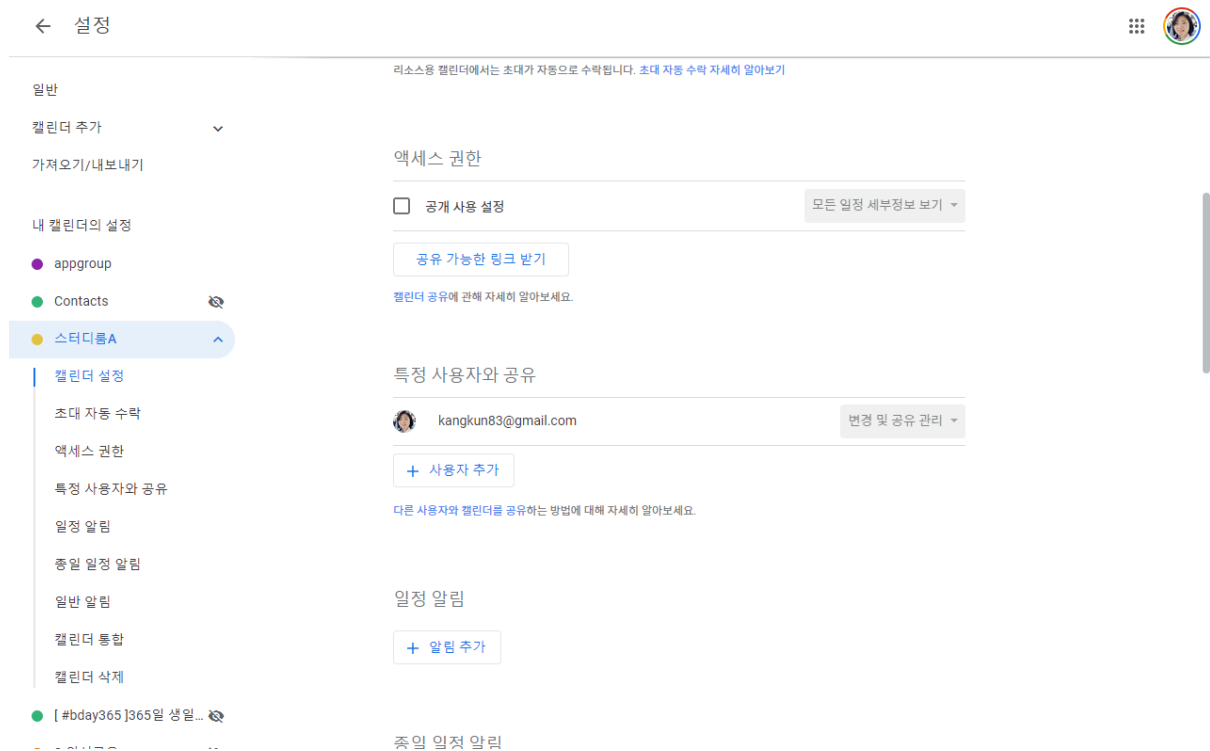
캘린더를 웹에 공개 해야할 경우가 있다. 예를 들자면 공간의 예약 현황을 보여줘야 하는 경우 누구나 볼 수 있도록 공개 해놓으면 홈페이지에도 삽입이 가능하고

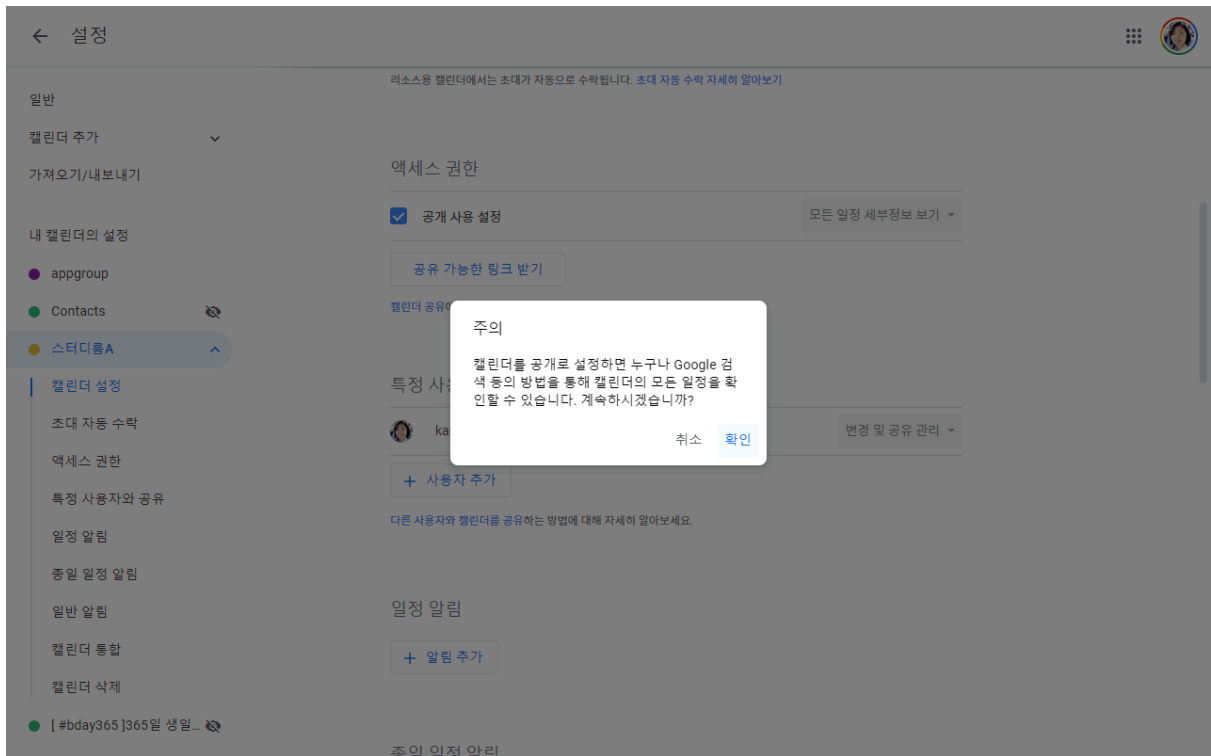
단축주소로 만들어 문자, 카톡, QR코드 등으로 전달하기 편리하게 활용이 가능합니다.

[01_19.png]



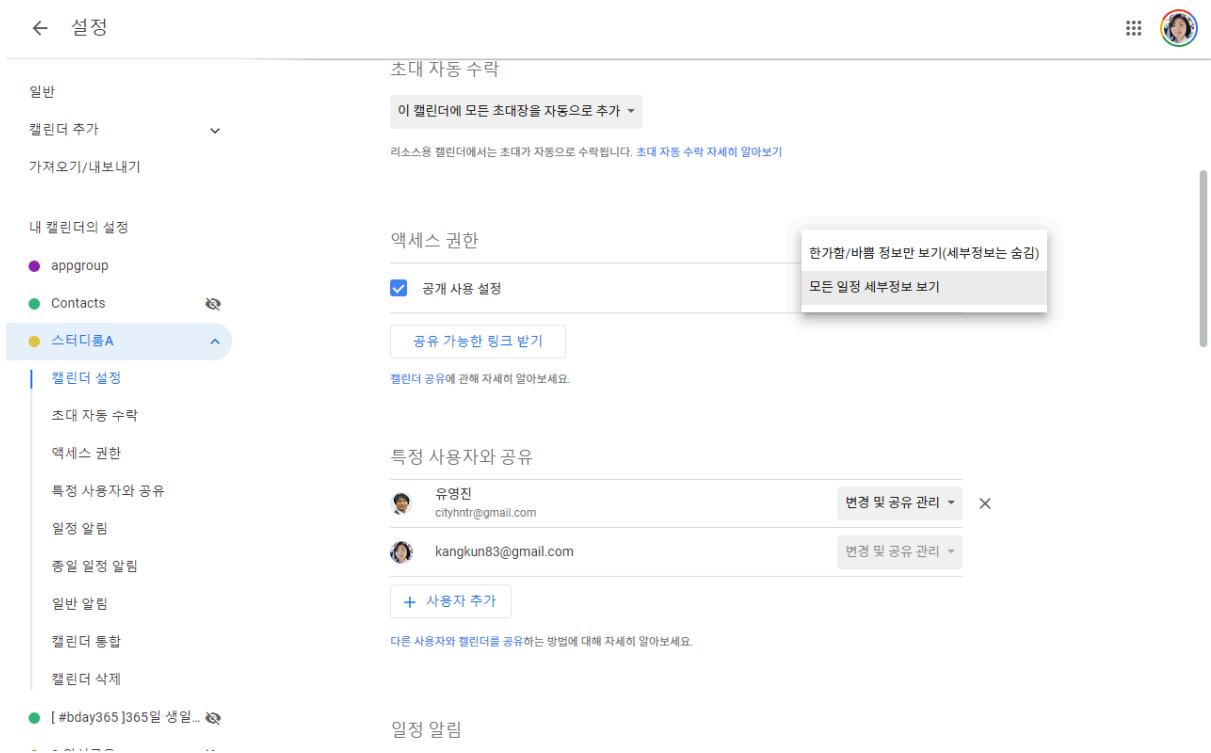
2번 실습의 캘린더의 [점3개: 더보기] 버튼 클릭
[01_26.png][01_27.png]





액세스 권한 메뉴에서 공개 사용 설정의 앞 부분을 클릭하여 캘린더를 공개 설정으로 변경

[01_28.png]



[변경 및 공유 관리]에서 공개의 정도를 설정

[01_29.png]

스터디룸A

2019년 8월 11일 - 17일

	8/11 (일)	8/12 (월)	8/13 (화)	8/14 (수)	8/15 (목)	8/16 (금)	8/17 (토)
오전 5시							
오전 6시							
오전 7시							
오전 8시							
오전 9시							
오전 10시							
오전 11시							
오후 12시							
오후 1시		오후 12:30 - 오후 1:30 배움					
오후 2시							
오후 3시							
오후 4시							
오후 5시							
오후 6시							
오후 7시							
오후 8시							
오후 9시							

다들 시간대로 표시된 일정: 한국 표준시 - 서울

Google Calendar

한가함/바쁨 정보만 보기는 세부 정보만 숨기고 공개 하는 것입니다.
개인정보가 포함되어 공개 되면 안될 시 사용하면 좋은 옵션입니다.

[01_30.png]

스터디룸A

2019년 8월 11일 - 17일

	8/11 (일)	8/12 (월)	8/13 (화)	8/14 (수)	8/15 (목)	8/16 (금)	8/17 (토)
오전 5시							
오전 6시							
오전 7시							
오전 8시							
오전 9시							
오전 10시							
오전 11시							
오후 12시							
오후 1시		오후 12:30 - 오후 1:30 강연장 예약					
오후 2시							
오후 3시							
오후 4시							
오후 5시							
오후 6시							
오후 7시							
오후 8시							
오후 9시							

다들 시간대로 표시된 일정: 한국 표준시 - 서울

Google Calendar

모든 일정 세부정보 보기는 일정에 입력한 모든 정보를 보여주는 것입니다.
공공기관, 행사 캘린더 처럼 상세한 내용까지 모두 봐야하는 경우 사용합니다.

[01_31.png]

← 설정

일반

캘린더 추가

가져오기/내보내기

내 캘린더의 설정

● appgroup

● Contacts

● **스터디룸A**

캘린더 설정

초대 자동 수락

엑세스 권한

특정 사용자와 공유

일정 알림

종일 일정 알림

일반 알림

캘린더 통합

캘린더 삭제

● [#bdays365]365일 생일...

...

캘린더 통합

캘린더 ID

6ctj96m1gpn9mjfp89f1e0e00o@group.calendar.google.com

이 캘린더의 공개 URL

https://calendar.google.com/calendar/embed?src=6ctj96m1gpn9mjfp89f1e0e00o%40group.ca

이 URL을 사용하면 웹브라우저에서 이 캘린더에 액세스할 수 있습니다.

삽입 코드

<iframe src="https://calendar.google.com/calendar/embed?src=6ctj96m1gpn9mjfp89f1e0e00o

이 코드를 사용하여 이 캘린더를 웹페이지에 삽입하세요.

코드를 맞춤설정하거나 여러 캘린더를 삽입할 수 있습니다.

맞춤설정

iCal 형식의 공개 주소

https://calendar.google.com/calendar/ical/6ctj96m1gpn9mjfp89f1e0e00o%40group.calendar.g

이 주소를 사용하여 다른 애플리케이션에서 이 캘린더에 액세스하세요.

iCal 형식의 비공개 주소

https://calendar.google.com/calendar/ical/6ctj96m1gpn9mjfp89f1e0e00o%40group.calendar.g

이 주소를 사용하면 캘린더를 공개로 설정하지 않고도 다른 애플리케이션에서 이 캘린더에 액세스할 수 있습니다.

경고: 신뢰할 수 있는 사용자에게만 이 캘린더의 모든 일정 세부정보를 볼 수 있도록 공유하세요.

이 주소를 재설정하고 현재 주소를 무효화할 수 있습니다.

재설정

캘린더 공개 URL 은 복사하여 **bit.ly** 등을 활용하여 주소를 짧게 만들어 주소로 사람들에게 공유 할 수 있으며 삽입코드는 복사하여 홈페이지에 삽입할 수 있는 코드입니다.

예시

[01_32.png]

소셜웹전문가협동조합

홈

일정

사업

출판

강사

캠프

교육

공유

j.mp/조합일정

2019년 8월 5일 - 11일

주 일 일정목록

8. 5. (월)	8. 6. (화)	8. 7. (수)	8. 8. (목)	8. 9. (금)	8. 10. (토)	8. 11. (일)
오전 7시						
오전 8시						
오전 9시						9시 - 11시 김포천의 마케팅자동화 영등포50플러스센터, 대한민국 서울특별시 영등포구 여의 동 56
오전 10시						
오전 11시		10:30 - 오후 1시 장민영의 소셜그라운드 - 문 설화남				
오후 12시						
오후 1시						
오후 2시		오후 2시 - 오후 3시 유영진의 소셜마케팅강좌 - 과천경매장				
오후 3시						
오후 4시						
오후 5시						
오후 6시	오후 6시 - 오후 9시 기조교육,백리라님 서울시도심권50플러스센터, 대한민국 서울특별시 송파구 문리동 본의동 수부로26길 26	오후 7시 - 오후 9시 강진영의 스타트본교실 - 다미움	오후 7시 - 오후 9시 안원,김미영의 플로그(4이 미지)클럽	오후 5시 - 오후 7시 김포천의 마케팅자동화 영등포50플러스센터, 대한민 국 서울특별시 영등포구 여의 동 56		
오후 7시				오후 7시 - 오후 9시 의성,소설공부방 - 이경진 님		
오후 8시		연천소문서포터		의성군농업기술센터, 대한민 국 경상북도 의성군 불암면 본 토리 922-2		
오후 9시						

[01_33.png] [01_34.png]

 캘린더



왼쪽 항목을 클릭하여 보여지는 부분을 설정
하단의 표시할 캘린더를 설정
[삽입 코드]를 복사하여 홈페이지에 삽입

알람앱

다음으로 알람앱이 큰 도움이 됩니다. 주방의 타이머도 유용하지만 학교종처럼 일정한 시간에 울리는 알람은 일정을 놓치거나 늦어지는 일이 없게 해서 일과를 여유있게 만들어 줍니다.

기능활용

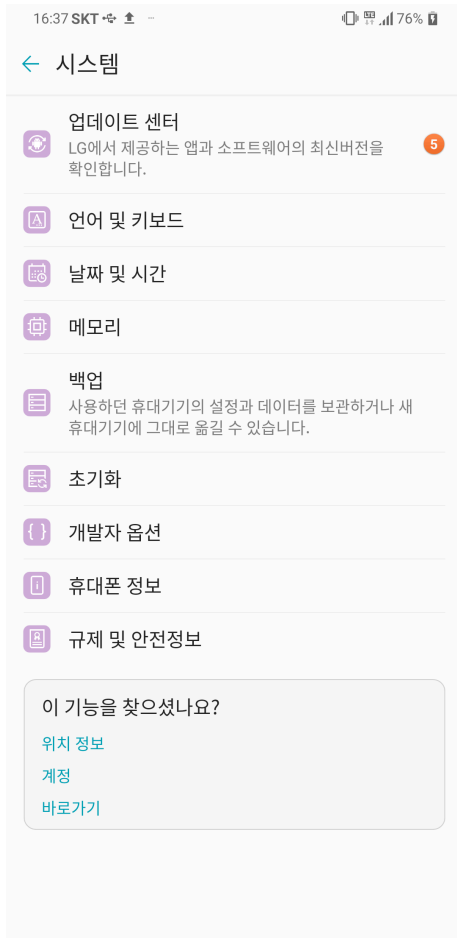
스마트폰 음성입력

스마트폰에서 가장 중요하면서도 안쓰는 기능이 바로 음성을 활용한 스마트폰 활용입니다. 다양한 홍보 영상에서 음성 활용을 강조하고 있지만, 스마트폰이라면 누구나 사용이 가능한 기능이며, 가장 효율적으로 사용하는 방법입니다.

스마트폰 사용에서 가장 많은 시간을 차지 하는 시간이 바로 입력을 하는 시간 일 것입니다. SNS, 카카오톡, 문자에서 자판을 한글, 영문, 숫자, 특수문자를 옮겨가며 입력하다 보면 시간이 걸리기 마련입니다. 음성 입력을 사용하면 이런 번거로움 없이 입력 후 오타 수정만 해주면 되고, 자주 사용하는 시간이 늘어날 수록 정확도는 높아질 것입니다.

여기서 잠깐!: 음성 입력은 기계학습으로 자주 사용하면 할 수록 정확도가 높아집니다. 한 2일 정도만 인내심을 갖고 사용해 보세요. 그럼 다른 사람과 내 목소리를 구분하고, 자주 사용하는 단어들로 정확하게 인식 합니다.

[01_42.png]



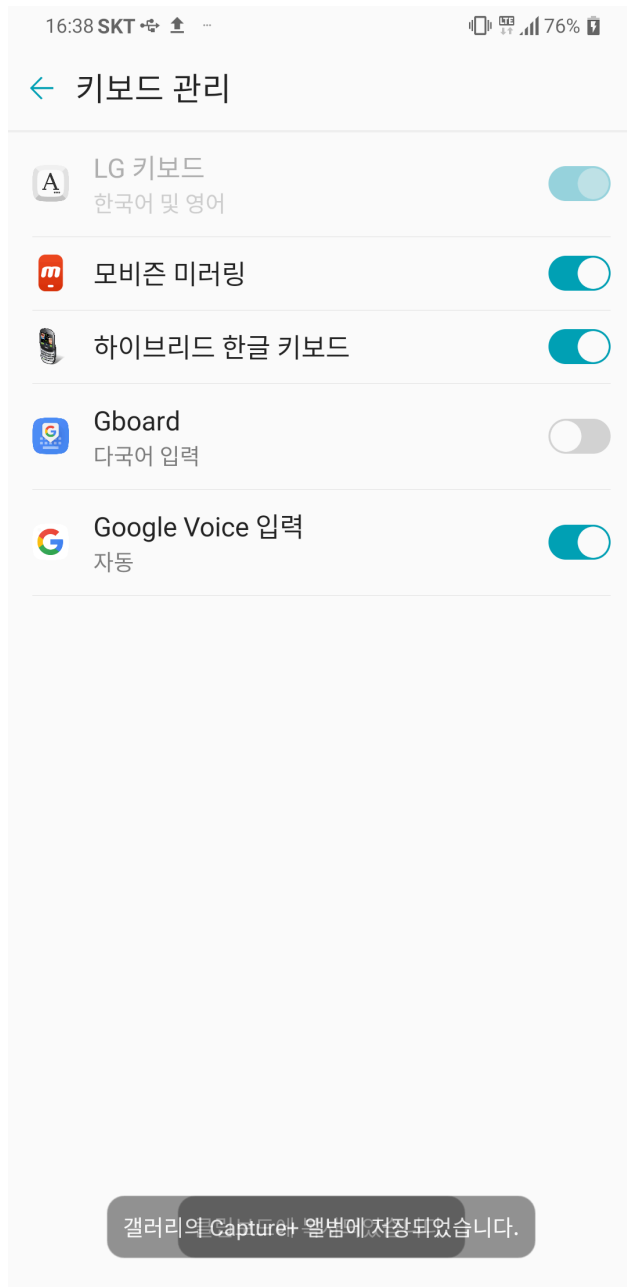
설정의 [언어 및 키보드] 를 찾아 터치

[01_43.png]



스크린 키보드

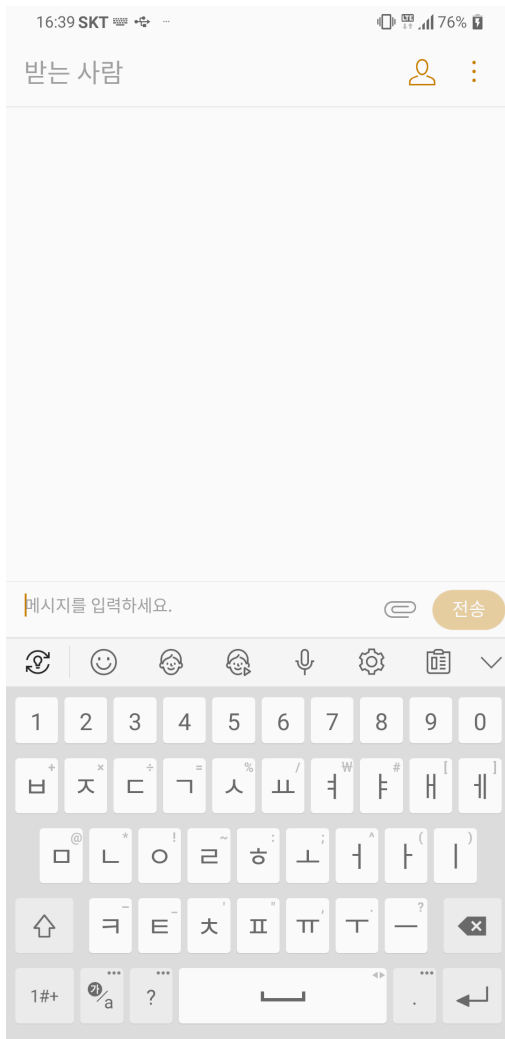
[01_44.png]



google voice 입력 on

삼성 기종의 경우 삼성 보이스 입력은 꺼주는 것이 좋습니다. 구글 보이스 입력이 정확도가 더 좋습니다.

[01_45.png]



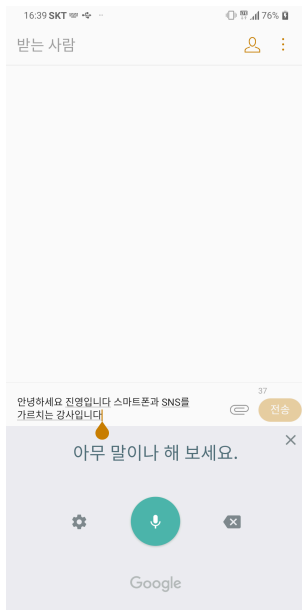
자판의 위 부분 혹은 자판 안에 마이크 아이콘을 찾아 터치

만약 아이콘이 안나올 경우

상단의 [] 을 터치 하시거나

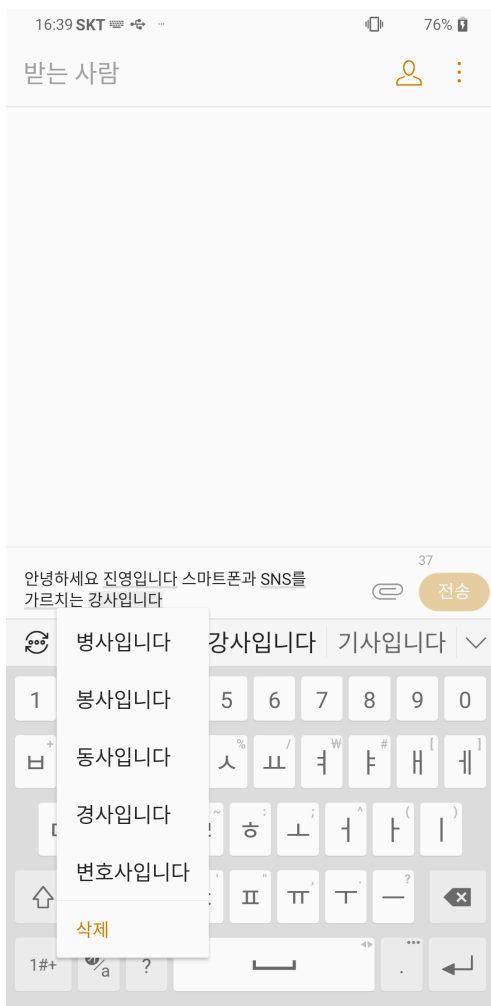
자판의 오른쪽 상단에 [...] 이라고 되어 있는 부분을 꼭 눌러 마이크 아이콘을 찾습니다.

[01_46.png]



마이크의 색이 이미지와 같으면 목소리로 입력을 시도 합니다. 입력 후 상단의 [x] 를 터치하여 수정 할 수 있도록 자판을 불러 옵니다.

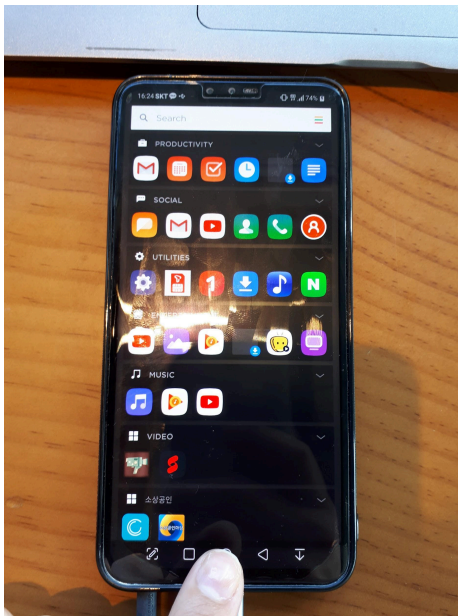
[01_47.png]



수정하고 싶은 단어, 문장을 터치하면 추천 글이 나옵니다. 터치하시면 수정이 됩니다.

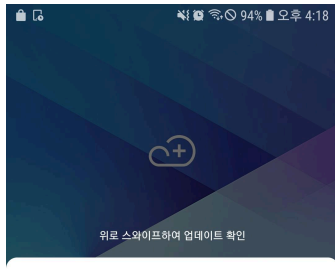
스마트폰 음성명령 - 구글 어시스턴트 사용하기

[01_34.jpg] [01_35.jpg]



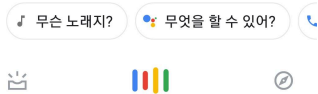
스마트폰의 홈버튼을 길게 꾹 눌러 줍니다.

[01_36.jpg]



안녕하세요, Google
어시스턴트입니다.
무엇을 도와드릴까요?

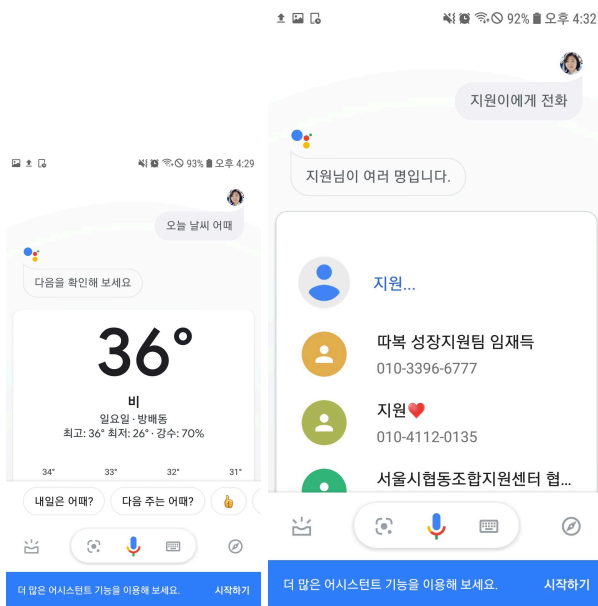
듣는 중...



구글 어시스턴트가 실행이 되면 아래와 같이 말로 명령합니다.

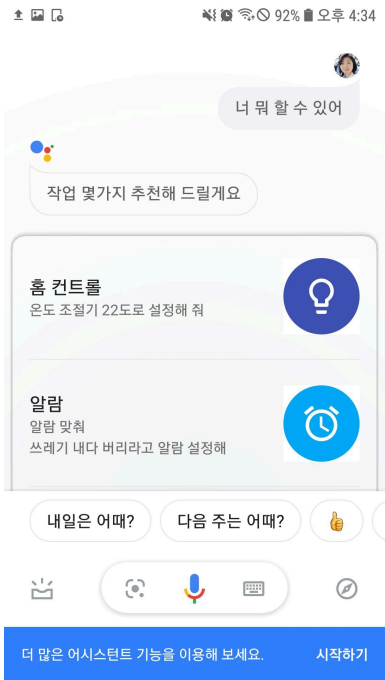
앱 찾지 말고 음성으로 실행하기 : “카카오톡 실행” “페이스북 실행” 이렇게 “앱이름 + 실행” 이라고 외쳐주면 터치하지 않아도 앱을 실행할 수 있습니다.
오늘 날씨 물어보기 : “오늘 날씨 어때?”

[01_38.jpg][01_40.jpg]



전화 및 문자 하기 : “000 에게 전화” 이름을 부를 때는 전화번호에 저장된 전화로 하셔야 하며, 처음엔 비슷한 전화목록이 보여지는데 처음에만 목록에서 선택하고 이후로는 선택한 이름으로 전화를 걸어 줍니다.

[01_41.jpg]



그 외에 기타 기능 알아보기 : “너 무엇을 할 수 있어?” 라고 물어보면 할 수 있는 나머지를 안내 해줍니다.

3.2 채팅방 활용법과 고객 소통

SNS의 경우 공개적인 대화, 네트워크가 마케팅의 효과를 높이는 기본 원리입니다. 하지만, 때론 (예비)고객들과 1대1 채팅이 필요할 때가 있습니다. 채팅은 동기형과 비동기형 커뮤니케이션의 중간 형태로 실시간 확인과 대답에 대한 부담을 줄여줍니다. 또한 요즘 채팅에는 페이 서비스들의 탑재로 편리한 결제가 가능한 경우도 많습니다.

여기서 잠깐!

동기형 커뮤니케이션이란 전화, 영상통화, 화상회의 등 상대방도 동시에 접속하여 대화를 해야하는 경우를 뜻합니다.

고객의 입장에서 채팅은 비대면 서비스로 편하게 바로 접근하면서도 비교적 쉽고 가볍게 신뢰를 검증하는 방법이 됩니다. 또한 문의에 대한 기록, 예약한 현황 등이 기록에 남기 때문에 불필요한 대화의 시간을 줄여 줍니다.

상점의 입장에서는 전화와 다르게 가능한 시간에 소통이 가능하고, 링크, 사진 등이 첨부 가능하기 때문에 다양한 자료들을 고객들에게 보내 줄 수 있기 때문에 효율적인 소통이 가능합니다. 또한 채팅의 경우 친구, 팔로워 보다 한 단계 가까워진 관계로 나아갈 수 있는 기회가 됩니다.

특히 1인 매장이거나 심리상담과 같이 비공개 상담이 필요한 경우, 병원처럼 서비스를 시작하기 전에 사전에 고객의 개인의 정보나 설문이 필요한 업종의 경우에는 유용합니다.

그렇지만 채팅의 경우 고객이 늘어나면 관리가 힘들고 시간의 소모가 큼니다. 직접 하는 것에 어려움을 느껴서 가족/직원 쪽에 맡기는 경우 챗봇(자동 응답) 기능을 활용하면 좋습니다.

카카오톡 서비스에서의 채팅 서비스

카카오 플러스

이벤트, 정보, 소식 등을 알려주기 위해 사용하기 좋은 서비스로 상대방이 플러스 친구를 맺어야 소식을 보낼 수 있으며, 1대1 채팅도 가능합니다. 단독몰의 경우 알림톡이나 상담톡 서비스(유료)를 홈페이지와 연동할 수 있습니다.

카카오플러스를 활용하기 위해서는 스마트폰의 앱과 웹(PC)을 통해 접근하여 사용합니다.

오픈톡

오픈톡의 경우 친구를 맺거나, 개인의 프로필을 볼 수 없으므로 심리상담이나 의료 상담의 경우처럼 고객이 개인의 정보를 최소한 노출하며 대화하고 싶을 때 사용하는 기능입니다.

페이스북 페이지

대상이 글로벌 하거나 20대 부터 40대까지의 넓은 대상을 하고자 할 때 페이스북 페이지나 그룹을 주 홍보 채널로 삼는 경우에는 페이스북 페이지 계정을 사용하게 됩니다.

인스타그램 다이렉트

비주얼이 중심이 되는 인스타그램에서는 날개의 글들을 다이렉트 기능을 활용하여 첨부 할 수 있기 때문에 하나의 상품을 두고 대화하는 것이 유용합니다.

네이버 톡톡

네이버 블로그 혹은 스마트스토어를 중심으로 상품 콘텐츠를 구성하였다면 네이버 톡톡이 유용합니다.

#메모

카카오 플러스
앱 설치 및 가입 안내
챗봇 안내
결제 활용 법

페이스북 페이지
자동 응답 설정
(응답 가능한 시간)

고객 및 사업파트너와의 소통 채널로서 채팅방은 짧고 간결한 메시지를 주고 받는 것이 가능하다. 요즘 채팅도구는 문자 뿐만 아니라 음성, 이미지, 영상, 파일 등 다양한 형태의 콘텐츠를 전달하는 것이 가능하고 간단한 결재, 선물이나 설문, 이벤트 까지 가능한 경우도 있다.

1:1 채팅

전화 다음 문자 사이 정도로 만족도 높다.
기존 대화/동기-비동기 중간 반동기 커뮤니케이션
자료 전달

모바일 채팅 커뮤니케이션과 카카오톡



동료, 고객 및 사업파트너와의 소통 채널로서 채팅방은 짧고 간결한 메시지를 주고 받는 것이 가능합니다. 요즘 채팅도구는 문자 뿐만 아니라 음성, 이미지, 영상, 파일 등 다양한 형태의 콘텐츠를 전달하는 것이 가능하고 간단한 결제, 선물이나 설문, 이벤트 까지 가능한 경우도 있습니다. 채팅서비스는 전화 다음 문자와 메일 서비스를 대체합니다. 기존 대화/동기-비동기 중간 반동기 커뮤니케이션의 특징을 가집니다. 자료 전달 용도로도 많이 쓰입니다.

카톡방 운영 요령

1. 카카오페이
2. 오픈채팅방이랑 일반 단체방 차이
3. 채팅방 들어온 사람들 친구 맺기
4. 사진 편집 기능, 사진 원본 전달하기, 설문 일정
5. 한꺼번에 초대 x / 적게 일부씩 초대
6. 고객이 득이 있을 때 제시

라이브톡 / 페이스북, 보이스트록

라이브톡은 3인 이상의 채팅방에서만 활성화 됩니다.

채팅 커뮤니케이션에서의 보안관리

1. 조직 구성원에 따라 톡방을 만든다.
2. 문제 없는 커뮤니케이션은 SNS 를 사용하고 공개되어서는 안되는 내용만 톡방에서 다룬다.
3. 사실과 가설을 명시해서 다룬다. 기밀기한이 넘은 내용은 원본과 요약을 SNS 에 공개한다.

단점

1. 고객이 늘어나면 관리가 힘들다.

2. 시간 소모가 크다
3. 직접 못하면 가족/직원 쪽에 맡기는 경우
4. 챗봇도 학습

페이스북 메신저 - 화상대화

그룹대화

1. 한 가지 주제를 가지고 음성, 영상과 함께 개인간의 통화 및 그룹에서 여럿이 함께하는 통화도 가능하다,,
2. 그룹대화에서는 요원들이 맡은 임무를 함께 소통하면서 일을 해결해 가는 다양한 기능을 가지고 있다.
3. 공유를 함으로써 부족한 부분을 전문적인 도움을 받아 쉽게 해결이 가능하다.

***비밀대화도 할 수 있으며, 당연히 상대방과 자신만이 메시지를 볼 수 있으며. 서로의 메시지가 사라지도록 설정을 할 수 있습니다.

***대화방에서 사진, 파일첨가, 설문들을 할 수 있는 문서작성 도구를 사용 최대한 극대화 할 수 있으며, 그룹작업시 작업자가 바뀌어도 임무를 수행할 수 있도록 할 수 있으며, 추가적으로 인원을 충당하여 작업을 원활하게 하는 여건도 가지고 있다.

위와 같은 메신저의 기능은 모두 페이스북 이용 및 연동에 최적화 되어 있으며, 꼭 필요한 것 이외에는 불필요한 푸시 알림이 없다는 것도 사용자의 입장에서는 다른 메신저와 다른 장점인 것이다.

*조직 구성원에 따라 특방을 만든다

실무나 활용방안으로서, 소비자와 생산자의 관계를 이 특방을 통하여 대화를 하면서 자연스럽게 홍보(제품을 사용법 및 장점들을)를 함에 있어서, 초대자를 특정한 (나이 및 직업등) 그룹대화의 방(여러 대화방을 만들어서)을 만들어 활동을 할 수 있는지요?

*문제 없는 커뮤니케이션은 **SNS**를 사용한다.

일반적인 개인간의 사소한 이야기들을 의미하는 것으로 해석해도 되겠지요?

*공개되어서는 안되는 내용만 특방에서 다룬다.

*사실과 가설을 명시해서 다룬다.

활용 tip!

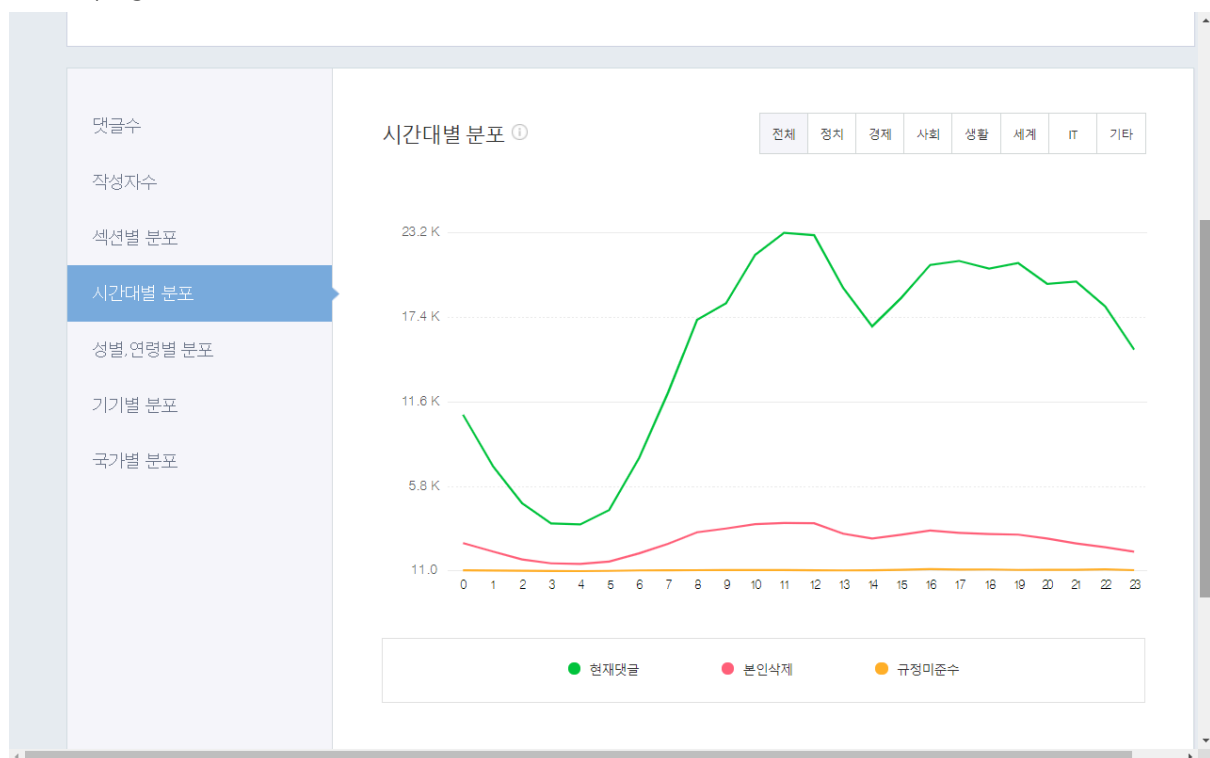
1. 자주 쓰는 내용은 상용구 활용
2. 음성 활용
3. 프로필 활용
 - a. 응답 가능한 시간 혹은 FAQ 안내
4. 블로그 활용
 - a. 자주 묻는 질문은 카테고리를 잡고 활용

3.3 하루를 시작하기 전에 올리는 SNS 글

SNS에서 언제 글을 올리면 가장 좋을까요? 라는 말을 많이 듣습니다.

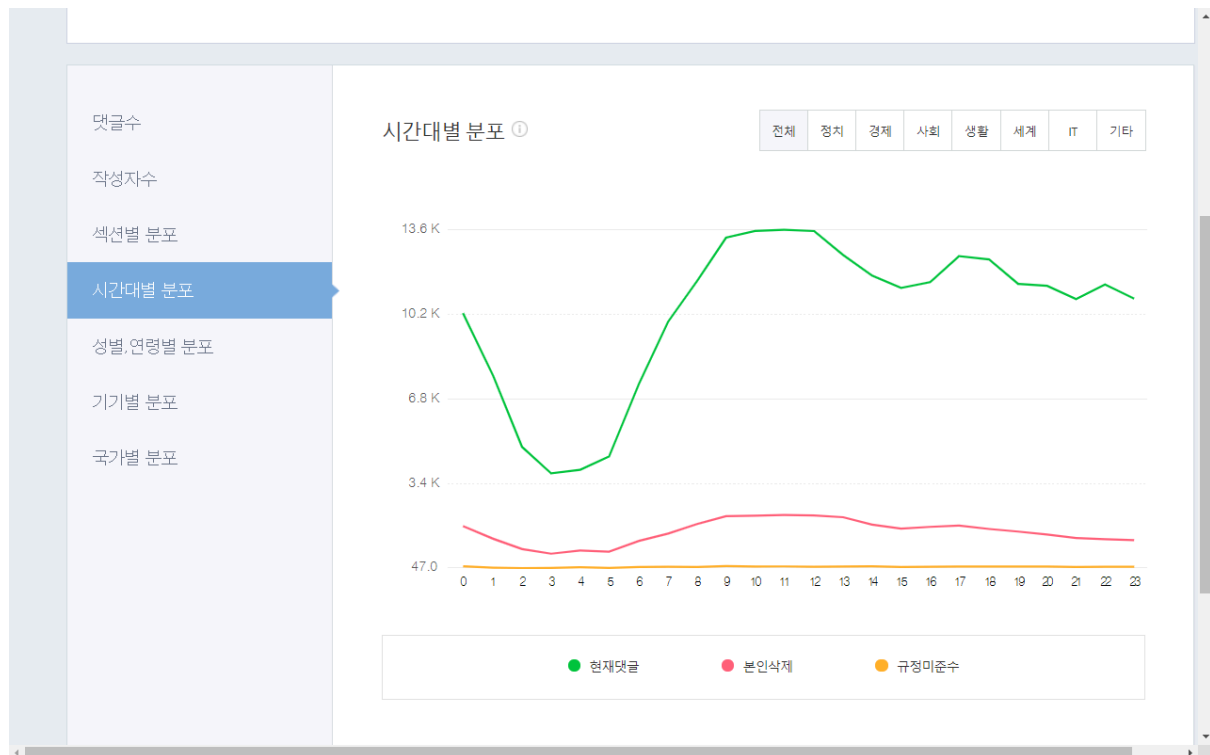
실제로 네이버 데이터랩의 댓글 통계를 보면 사람들이 온라인에 접속하는 시간을 추측해 볼 수 있습니다. 평일의 경우 가장 정점은 오전 10시이고, 그 이후로도 계속 유지되다가 오후 9시를 기점으로 하향세를 보입니다. 주말은 11시, 12시에 정점을 찍고 늦게까지 유지 되는 경향을 보입니다.

[3_01.png]



2019년 7월 22일 월요일 데이터

[3_02.png]



2019년 7월 27일 월요일 데이터

오전에 글을 일찍 올리게 되면 사람들에게 하루를 기점으로 노출이 되는 시간이 늘어나게 되고, 페이스북의 경우 당일 올린 글들이 친구들의 타임라인에 더욱 잘 전달이 됩니다.

그러니 글은 일찍 올리는 편이 좋습니다.

또한, 일찍 올리는 글은 신선하며 부지런하고 성실한 이미지를 주어서 사업에 긍정적인 효과를 줍니다. 또한 당일 일정이나 과제를 올리면 많은 분들의 조언과 호응, 공지효과를 얻어서 협업 등에서 우선 순위를 얻을 수도 있습니다. 보통 첫 글이나 첫 댓글은 약간 눈치를 보며 늦어지는 경향이 있으므로 먼저 올리면 토론, 협업을 활성화 시키는 효과도 있습니다.

페이스북에 글을 올릴 때 고려해야할 것들은 댓글이 많이 달릴 수 있는 글들을 올리는 것입니다. 친구들과 댓글을 통한 소통은 친구들의 뉴스피드에 잘 전달되고, 댓글과 답글을 통해서 서로 쌓은 신뢰의 점수는 페이스북에 누적되어 더 많은 사람들에게 잘 전달됩니다.

또한 글을 올릴 때 사진, 동영상을 첨부하면 좋습니다.

사진은 3장 이상 올리는 것이 좋습니다. 그 이유는 가로와 세로와 상관없이 가장 무난하게 모든 이미지가 표현이 되기 때문입니다.



페이스북에서 글을 올릴 때 고려해야 할 것은

페이스북 인스타그램의 댓글과 글에서 “@” 태그 및 이미지 태그활용하기

페이스북에서 사람을 언급하는 “@”의 기능은 글과 댓글과 답글에서 사용할 수 있습니다. 상대방에게 알림이 가며, 글에는 태그된 사람 혹은 요소들이 링크가 되어 사람들의 이해를 도울 수 있습니다.

주의 해야 할 점은 상관이 없는 사람들이나 요소들을 태그하게 되면 사람들에게 오히려 신뢰를 잃을 수 있고, 게시글을 신고할 수도 있으니 주의 해야 합니다.

@ 사용하기

댓글과 답글 구분하기

글과 댓글에서 사람들의 참여를 촉진하는 4가지 방법/문.청.사.례

페이스북에서 글의 사람들의 참여를 유도하는 것은 각 글의 노출도만 높아지는 것이 아니라 개인의 신뢰와 댓글과 답글, 좋아요로 참여한 사람들과의 관계의 점수도 높아지기 때문에 중요합니다. 따라서 참여를 촉진하는 방법을 알고 글을 구성하고, 댓글로 소통하는 것이 좋습니다.

물문(問) 물어보는 것

사업을 하며 결정해야 할 것은 정말 많습니다. 인쇄물, 상품의 이름, 서비스 가격 등 사람들과 함께 진행하면 다양한 의견, 정보를 수렴할 수 있습니다. 그리고 다른 글보다도 질문하는 글은 다른 사람들의 댓글 즉, 참여를 유도하기 가장 좋은 글 입니다.

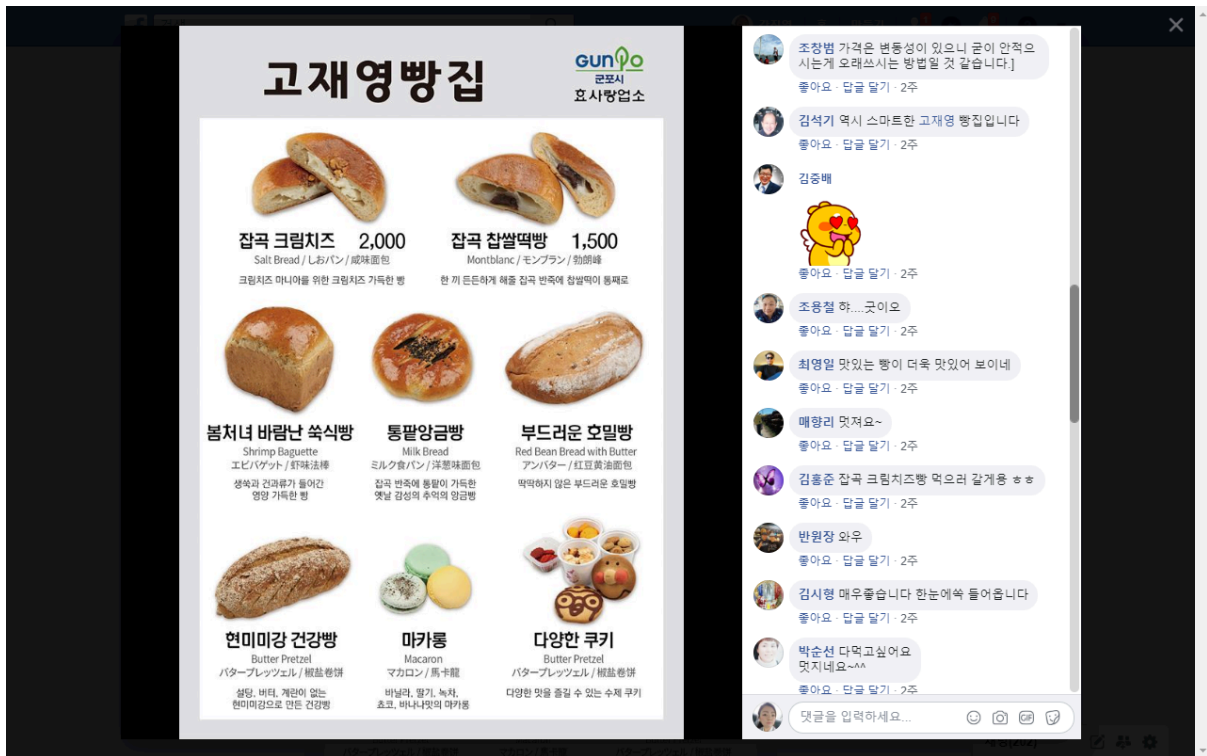
[3_03.png]



[3_04.png]



[3_05.png]



[3_06.png]



고재영 빵집의 메뉴판 시안 의견 받기

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3517224251636358&set=pb.100000464539078.-2207520000.1566106997.&type=3&theater>

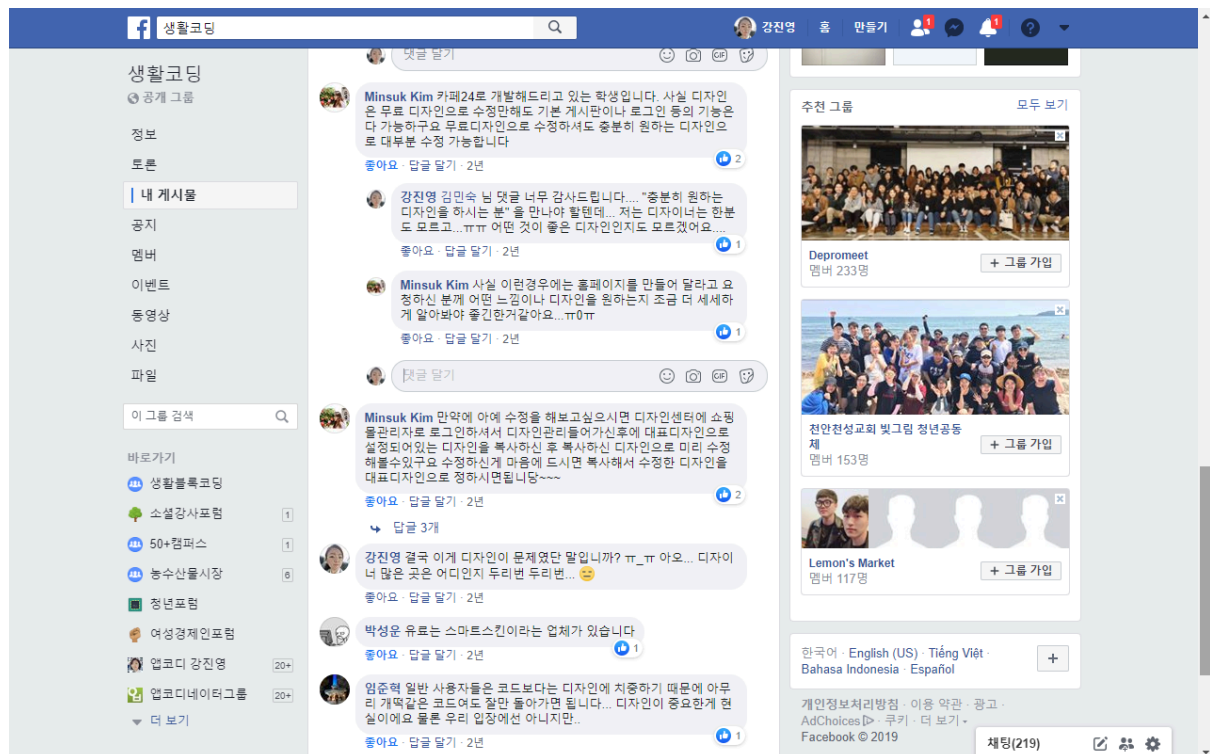
청할 청(請) 부탁하는 것

사업은 많은 사람들의 손길을 필요로 합니다. 물품을 구매 하는 것, 사람을 구하는 것 등 모든 것 등을 예를 들 수 있습니다. 부탁하는 글은 사업에서 꼭 필요한 네트워크도 늘어날 뿐 아니라 대화의 내용에서 서로의 분야에 대한 정보의 교환이 일어나고, 협업을 촉진시켜 사업의 새로운 기회 또한 모색하게 해줍니다.

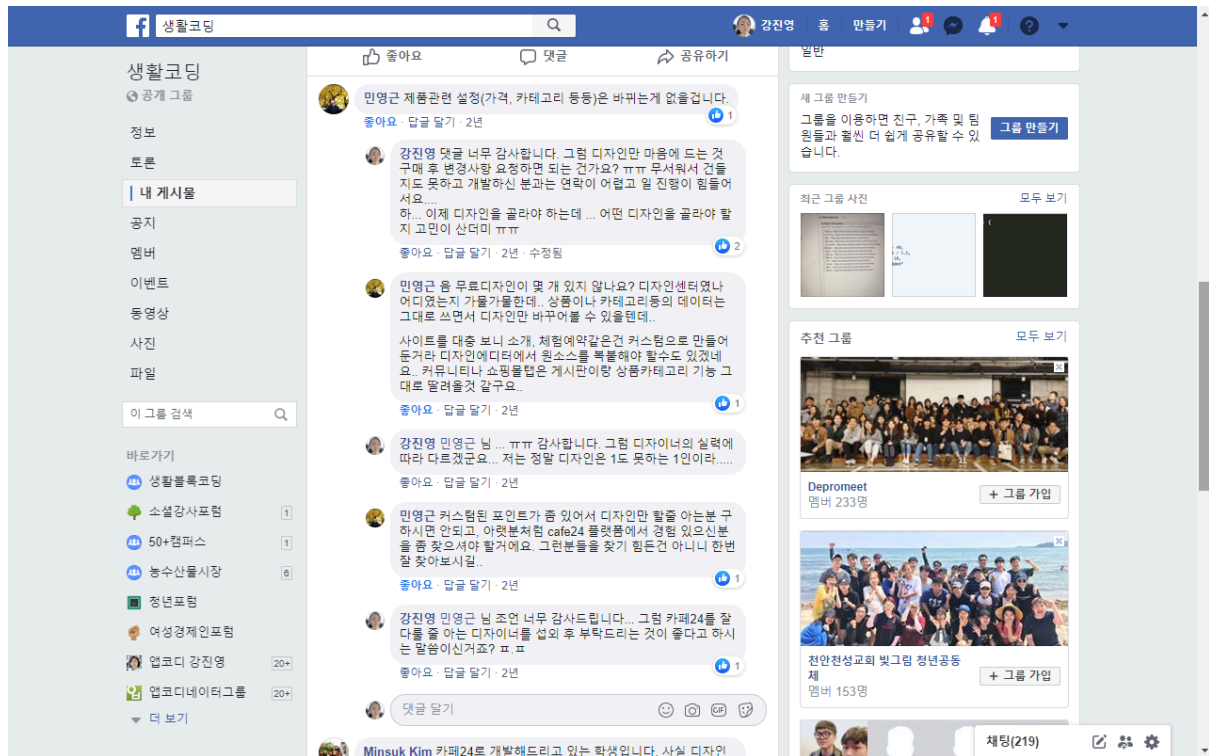
[3_07.png]



[3_08.png]



[3_09.png]



<https://www.facebook.com/groups/codingeverybody/permalink/1589944394379424/>

Tip. 부탁하는 글이나 청하는 글은 페이스북 그룹을 통해서 하시는 것이 효율적일 때가 많습니다.

(페이스북 그룹 검색하는 방법 2-2 참조)

전문가 그룹에 글을 올리게 되면 평소에 마케팅이 되는 페이스북 친구와는 다른 대상들에게 홍보가 되며, 그룹의 규모에 따라서는 타임라인에 올려서 친구들의 뉴스피드에 올리는 것보다도 훨씬 홍보효과가 높아집니다.

사례할 사(謝) 감사를 표현하는 것

주로 감사는 댓글과 답글을 통해서 이뤄집니다. 사람들의 다양한 참여 (자료조사, 의견주기, 사람 소개 등) 에 대한 감사를 표현합니다. 가볍게는 단순한 답글 부터 작은 선물(쿠폰, 기프티콘 등) 까지 상황에 따라서 적절하게 표현하시면 됩니다.

예절 레(禮) 예의를 갖추는 것

친한 사람하더라도 반말을 하거나 의견에 감정적으로 대응하여 불편한 대화가 오고가는 것은 바람직하지 않습니다. 오프라인에서 사람을 대하듯이 예의를 갖추고 대화를 하면 사람들의 참여를 더욱 촉진하게 됩니다.

(물론, 사실 관계를 밝혀야 하는 일의 경우에는 단호하게 대응해야 할 때도 있지만 이 경우에도 비속어를 하거나 감정적인 표현은 자제 하는 것이 좋습니다.)

SNS마케팅의 콘텐츠에서 가장 중요한 덕목은 바로 진실, 성실, 겸손입니다.

진실은 나중에 거짓이 밝혀졌을 때의 위험을 줄여줍니다.
성실은 고객과의 관계를 지속적으로 가질 수 있는 기반이 됩니다.
겸손은 내 의견을 강하게 주장했을 때의 책임감의 부담을 없애 줍니다.

페이스북 인스타그램 글에서 태그 잘 사용하기

SNS안에서 태그 기능은 사진과 글에서 사용하면 몇몇 사람들의 적극적인 참여를 유도하고,글의 등장하는 사람들을 구체적으로 지명하기 때문에 보는 사람으로 하여금 스토리를 입체적이고 구체적으로 알 수 있게 해줍니다.

페이스북 인스타그램의 댓글과 글에서 “@” 태그 및 이미지 태그활용하기

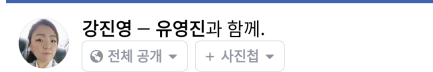
페이스북에서 사람을 언급하는 “@” 의 기능은 글과 댓글과 답글에서 사용할 수 있습니다.
상대방에게 알림이 가며, 글에는 태그된 사람 혹은 요소들이 링크가 되어 사람들의 이해를 도울 수 있습니다.
주의 해야 할 점은 상관이 없는 사람들이나 요소들을 태그하게 되면 사람들에게 오히려 신뢰를 잃을 수 있고, 게시글을 신고할 수도 있으니 주의 해야 합니다.

이미지에서 사람 태그 사용하기

페이스북에서

사람이 들어간 사진을 올리면 페이스북에서는 자동으로 사람을 태그 해 줍니다. 태그가 자동으로 안된 사람은 얼굴을 눌러서 수동으로 태그 하면 됩니다.

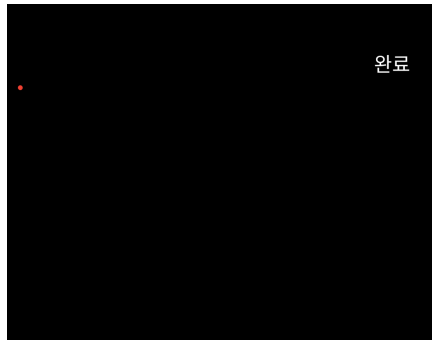
[3_10.png] [3_11.png]



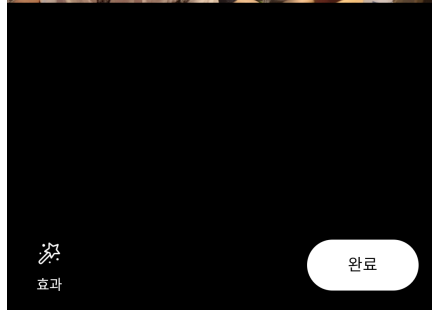
이 사진에 대해 이야기해주세요...



게시물에 추가

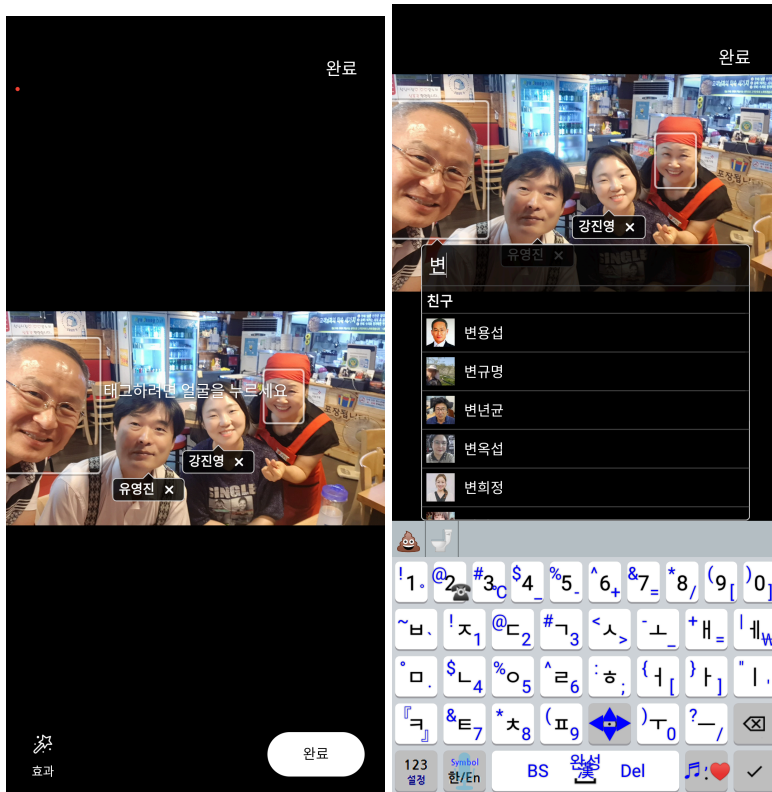


완료



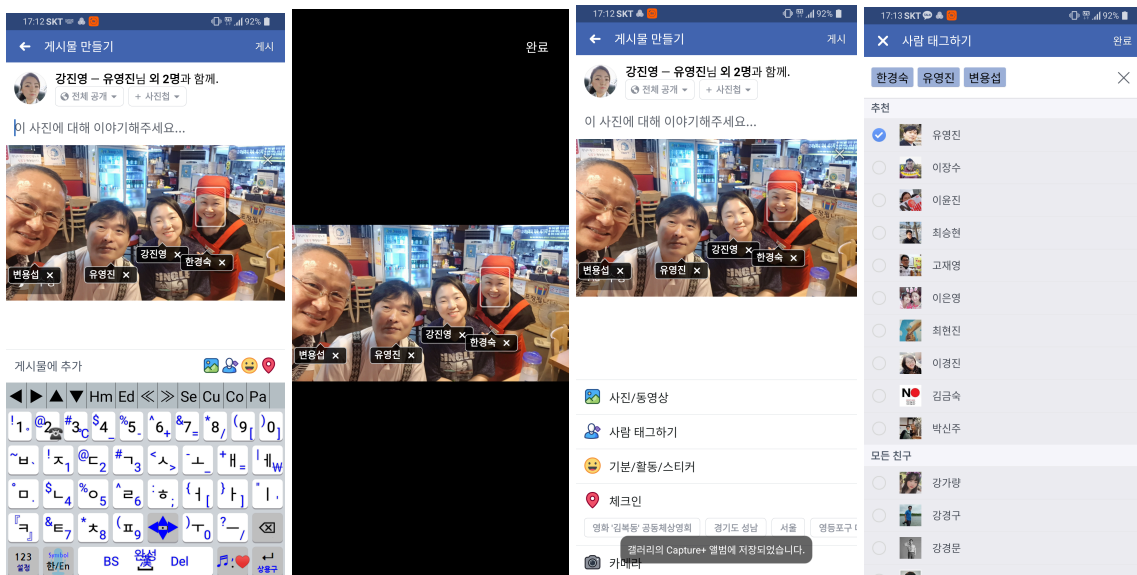
해당되는 사람의 얼굴을 터치 하고 이름을 터치하여 이름으로 검색하여 해당되는 이름을 터치 하면 화면에 이름이 표시되고 [완료] 를 터치하여 완성합니다.

[3_11.png][3_12.png]



사진에 등장하는 친구는 아니지만 언급하고 싶은 친구는 글에서 “@” 를 사용하여 태그하거나 [게시물에 추가] 기능을 사용하여 사람을 태그 합니다.

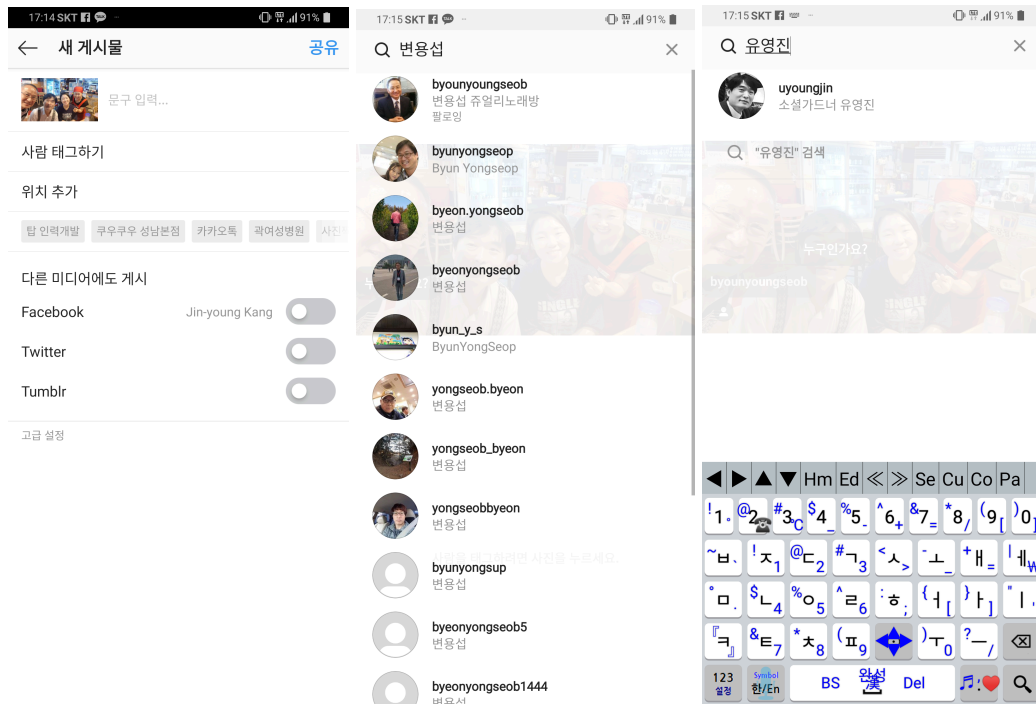
[3_13.png][3_14.png][3_15.png] [3_16.png]



글을 완성하면 글에 태그된 사람들이 글에 포함되고, 해당되는 사람의 프로필로 이동할 수 있습니다.

인스타그램에서

사진을 올리면 [사람 태그하기] 기능을 사용하여 사람을 태그 할 수 있습니다.
 태그할 얼굴을 터치 한 후 인스타그램의 사용자를 검색하여 맞는 사람을 찾아 터치 합니다.
 [3_17.png] [3_18.png] [3_19.png]



글을 올리면 이미지에 태그가 되고, 터치하면 해당되는 사람의 계정으로 이동합니다.
 [3_20.png]

3.4 실제감을 고객에게 전달하기

SNS 마케팅을 위하여 글보다는 사진, 사진보다 영상, 일반영상보다 현장 생방송이 현장감을 더 북돋워줍니다. 특히, 상점에서 긴 시간을 보내야 하는 경우 예를 들면, 카페나 식당, 공영장 등 다양한 체험을 하는 경우에 공간감을 고객에게 전달하는 것은 중요합니다.

다양한 사진, 동영상 등의 형태로 장소의 모습을 전달하는 것은 고객이 장소를 직접 가보기 전에 상상속으로 장소를 간접 경험이 가능합니다. 그런 간접 경험은 장소에 대한 신뢰를 높여주어서 낯선 곳을 방문할 수 있는 용기를 줍니다.

같은 시간을 투자해서 더 많은 효과를 거두는 몇가지 방법을 소개 합니다.

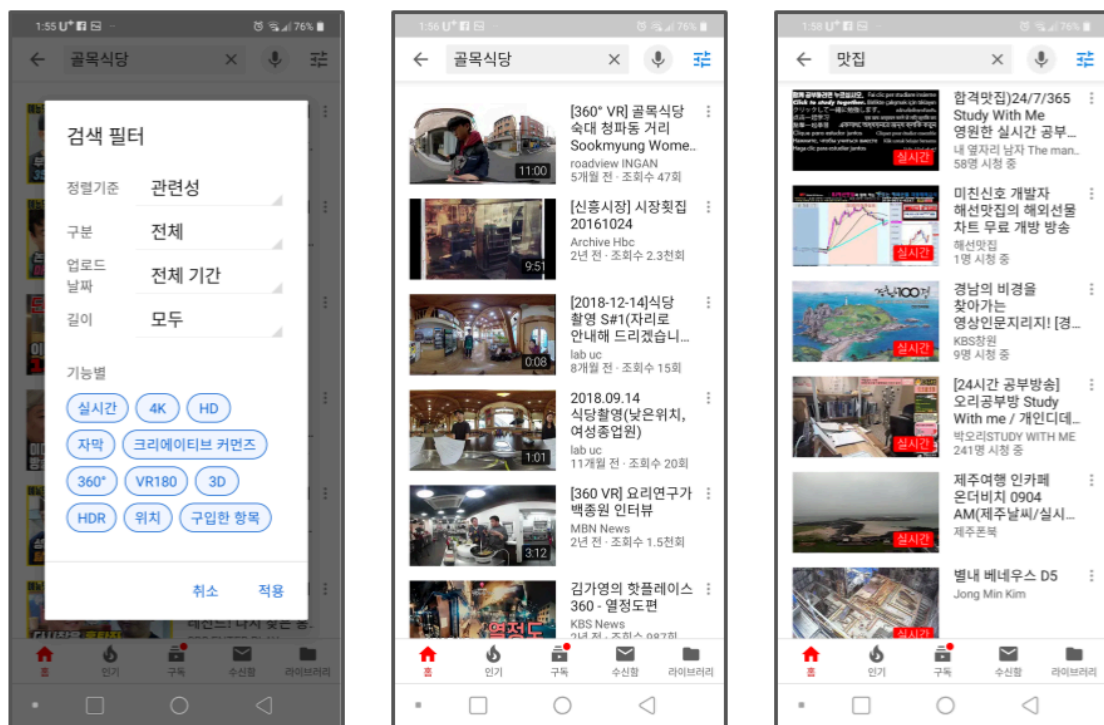
여기서 잠깐! 장비나 네트워크 상태에 따라 해상도가 떨어지는 경우도 있습니다.

1. 상품의 3D 사진 적용하기
2. 공간의 360 VR 사진 찍어 올리기
3. 뷰

리치미디어

360 VR 과 실시간 생방송

360 카메라나 파노라마, 라이브방송을 적절히 활용하면 현장의 실제감을 전달하기 좋습니다.



좌: 유튜브의 리치미디어용 필터 중: 골목식당의 **360VR** 영상 우: 맛집들의 실시간방송 시작

지도서비스

구글지도/네이버/다음 지도 연결

3D

제품을 완벽하게 표현하는 **3D** 솔루션은 아직 없지만 입체적인 느낌을 강조해주는 것으로는 페이스북 **3D** 사진이 있습니다.

3.5 고객이 반드시 찍는 QR코드 만들기

QR코드란? Quick Response의 약자로 문자 정보를 보는 2차원 형태의 코드입니다. 스마트폰이 대중화 되고 나서는 주로 URL 정보를 담아 제작하여 별도의 입력 없이 손쉽게 정보에 접근 할 수 있도록 제공하고 있습니다.

블로그, 유튜브 등 각종 소셜미디어를 통해 많은 정보들을 생산합니다. 이런 정보들은 온라인에서 사람들을 통해 공유 됩니다. 그런 가치들을 오프라인에 전달하는 방법 중 하나가 바로 이 QR코드 입니다.

QR코드의 필요성

원하는 정보에 빠르게 접근 할 수 있습니다.

스마트폰에서 가장 어려운 것은 url을 입력하는 것입니다. 자판이 작으며 영문자판을 부담스럽게 생각하시는 사람들도 많습니다. 또한 홈페이지 혹은 검색 결과는 몇번의 터치를 QR코드는 이런 번거로움 없이도 해당하는 정보를 바로 접속할 수 있어 고객에게 원하는 정보로 손쉽게 유도가 가능합니다.

상품, 서비스의 부가가치를 높여 줍니다.

상점에서 오프라인 인쇄물 등에서 표현할 수 있는 상품, 서비스의 가치는 한계가 있고 비용이 증가하게 됩니다. 하지만 디지털 콘텐츠는 한번의 제작으로 추가 비용없이 지속적으로 사용할 수 있으며, 멀티미디어의 표현도 추가 비용없이 고객의 스마트폰으로도 가능합니다.

즉, QR코드는 오프라인으로는 표현할 수 없는 상품, 서비스의 부가가치를 높여줍니다.

공유와 저장이 손쉽습니다.

QR코드는 도메인(URL)을 손쉽게 접근할 수 있도록 하며, 그 기록은 고객의 스마트폰에 남게 됩니다. 기록이 남게 되고, 다른 사람들에게 공유가 쉽게 됩니다.

즉, QR코드는 관계와 콘텐츠 유통이 원활하게 할 수 있도록 온라인과 오프라인의 다리 역할을 할 수 있게 해줍니다.

QR코드 제작 아이디어

1. 친구맺기나 팔로우 하기

페이스북이나 인스타그램 혹은 페이스북 그룹, 페이스북 페이지 등 주소를 QR코드를 만들어서 사람들과 연결을 손쉽게 할 수 있도록 도와줍니다.

2. 상품에 부가가치를 더하기

상품의 가치를 더해주는 블로그 글이나 유튜브 동영상 등을 넣어 줍니다.
예를 들면 “우리 상품을 만들어지기 까지”, “만든 사람의 인사하기” 등
상품을 선택할 때 결정적인 영향을 미치는 콘텐츠를 연결해주면 좋습니다.

3. 상품을 사용 시 유용한 관련한 정보 주기

보관법, 다양한 사용법, 사후 관리법 등 상품을 사용을 구매 후에 도움을 받을 수 있는 영상이나 콘텐츠로 만들면 고객 응대의 시간이 절약됩니다.

QR 제작 시 주의해야 할 점

저자 블로그에서
더 많은 정보를
확인하세요!



1004.kangkun.kr

1. 되도록이면 짧은 주소로 만듭니다.

QR코드는 텍스트의 길이가 길어질 수록 코드의 모양이 복잡해져서 인식도가 떨어집니다. **bit.ly** 등 주소를 줄여주는 사이트를 활용하여 복잡하고 긴 주소를 짧게 줄인 다음 QR코드로 만들어 줍니다.

2. 블로그, 유튜브 등 모바일에서의 사용이 용이한 서비스로 만듭니다.

QR코드를 찍는 도구가 스마트폰이기 때문에 스마트폰에서 보기가 편리한 웹서비스의 주소로 만들어야 합니다.

3. 보조적인 텍스트 정보를 함께 제공합니다.

QR코드를 찍어야 하는 이유 혹은 혜택에 대한 언급과 함께 QR코드 인식이 어려울 경우 (스마트폰 카메라 고장 등) 접근이 가능하도록 **URL** 주소도 함께 적어줘야 합니다.

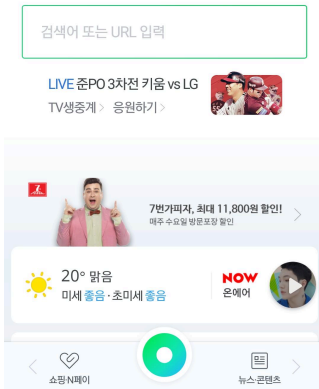
4. 라벨지 등으로 만들어서 적용하고자 하는 곳에 붙여서 테스트 해봅니다.

QR코드를 부착하는 곳이 굴곡이 있거나 위치등으로 잘 찍히지 않을 수가 있습니다. 우편물 라벨지나 손쉬운 인쇄를 사용하여 적용하고자 하는 곳에 부착하고 반드시 테스트를 해보셔야 합니다.

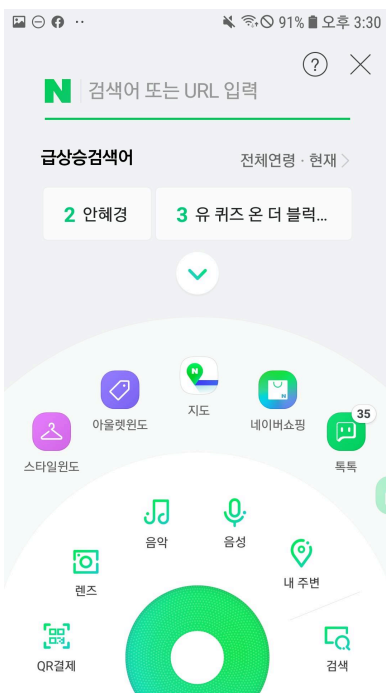
QR코드 읽기

요즘 스마트폰의 카메라 앱에는 QR코드를 자동으로 인식하는 기능들이 내장되어 있는 경우가 많습니다. 혹은 네이버 앱의 스마트렌즈 QR/바코드 기능을 사용 하여 손쉽게 QR코드를 읽을 수 있습니다.

[05_01.jpg]

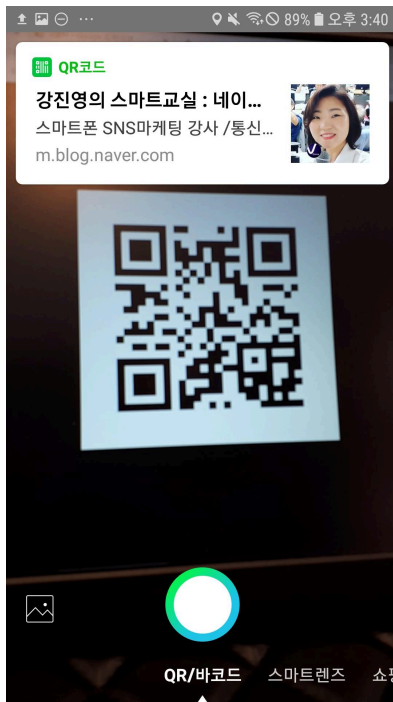


네이버 앱에서 가운데 있는 버튼을 터치
[05_02.jpg]



[렌즈] 기능을 터치

[05_03.jpg]



하단의 QR코드 바코드 혹은 스마트 렌즈 기능을 선택 후 바코드를 카메라로 비추면 자동으로 인식하고, 상단에 뜨는 팝업을 터치하면 해당 URL로 이동합니다.

QR코드 제작

스마트폰에서 손쉽게 QR코드를 제작 할 수 있는 앱은 바코드스캐너 입니다.

[05_04.jpg]



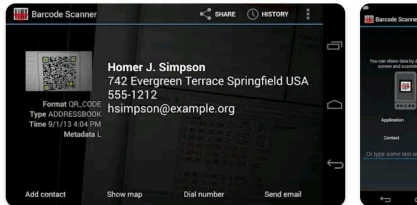
바코드 스캐너 ZXing Team

4.1★
리뷰 62만개

1억 이상
다운로드

3
만 3세 이상

설치



앱 정보



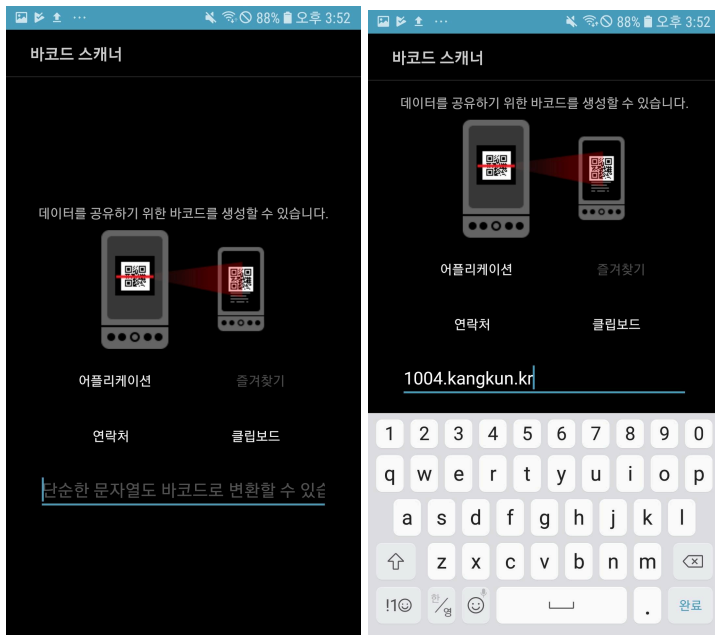
제품 또는 URL을 포함하는 바코드에 바코드를, 그래서에
대한 정보를 문의하고,

[05_05.jpg]



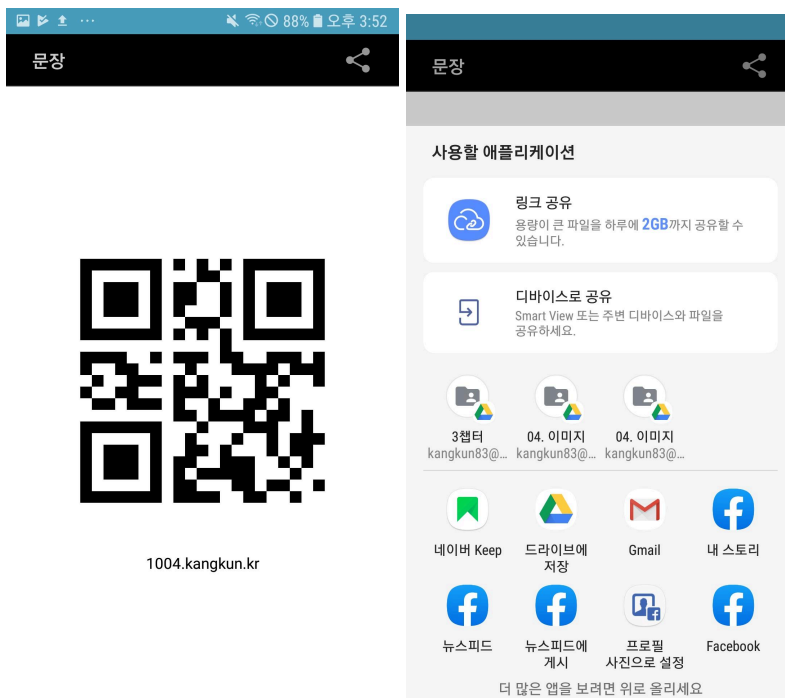
처음에 보이는 화면에서 보이는 빨간 줄이 보이는 투명한 부분에 바코드를 카메라로 비추면 QR코드가 인식이 되고 [공유] 버튼을 터치하면 QR코드를 만드는 화면으로 이동합니다.

[05_06.jpg] [05_07.jpg]



입력란을 터치하여 QR코드로 만들고자 하는 URL을 입력하고 키보드의 [완료] 버튼을 터치합니다.

[05_08.jpg] [05_08.jpg]

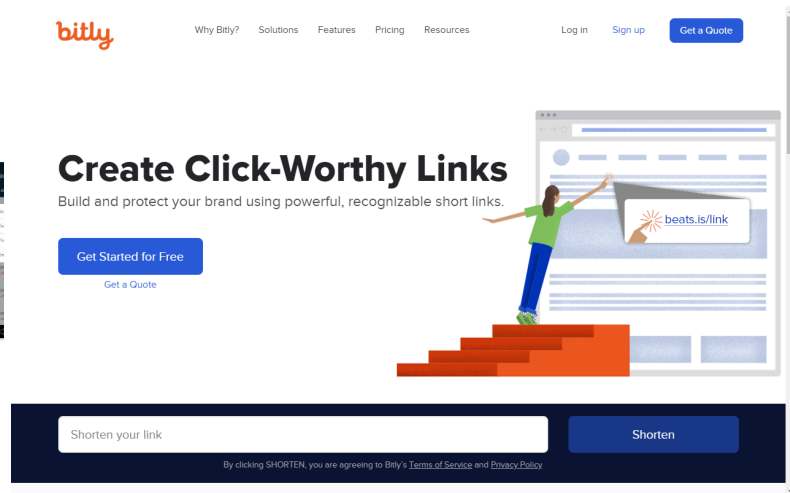
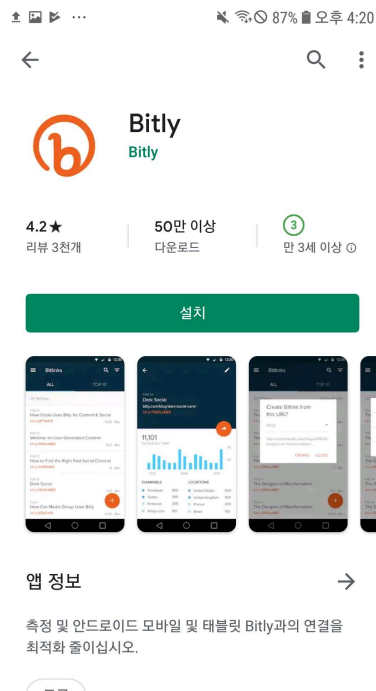


QR코드가 완료되어 만들어지면 상단 오른쪽의 [공유]버튼을 터치하여 이메일,카카오톡 나에게 보내기, 구글 드라이브 등으로 공유하여 이미지로 저장하여 사용합니다.

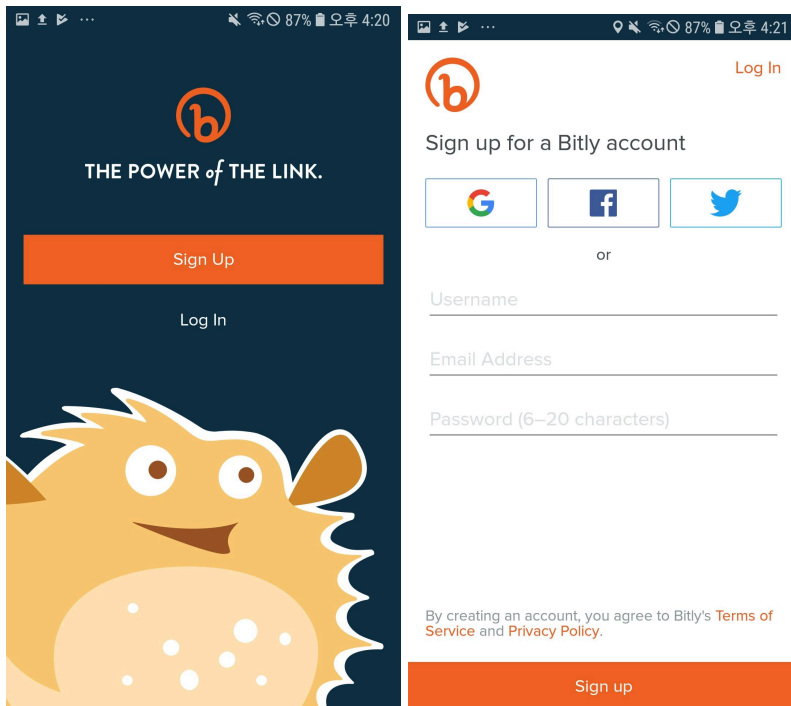
URL 간단하게 줄여주는 서비스 bit.ly

PC에선 <http://bit.ly> 로 접속하고, 스마트폰에서는 bit.ly 로 검색하여 앱을 사용하면 됩니다.

[05_11.jpg][05_12.png]

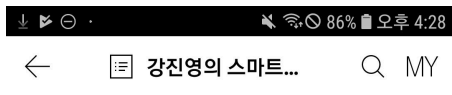


[05_15.jpg][05_13.jpg]



구글, 페이스북, 트위터를 활용하거나 이메일로 가입하여 로그인 가능합니다.

[05_14.jpg]



소셜북

자동차정비업자를 위한 SNS 와 스마트폰 활용법 - (SNS마 케팅 강사 강진영)

앱코디 강진영
2019. 6. 12. 9:00

트 통계

※ 강의 의뢰처 : TEAM

※ 내용 : #스마트폰 하

케팅

※ 일시 : 2019년 3월

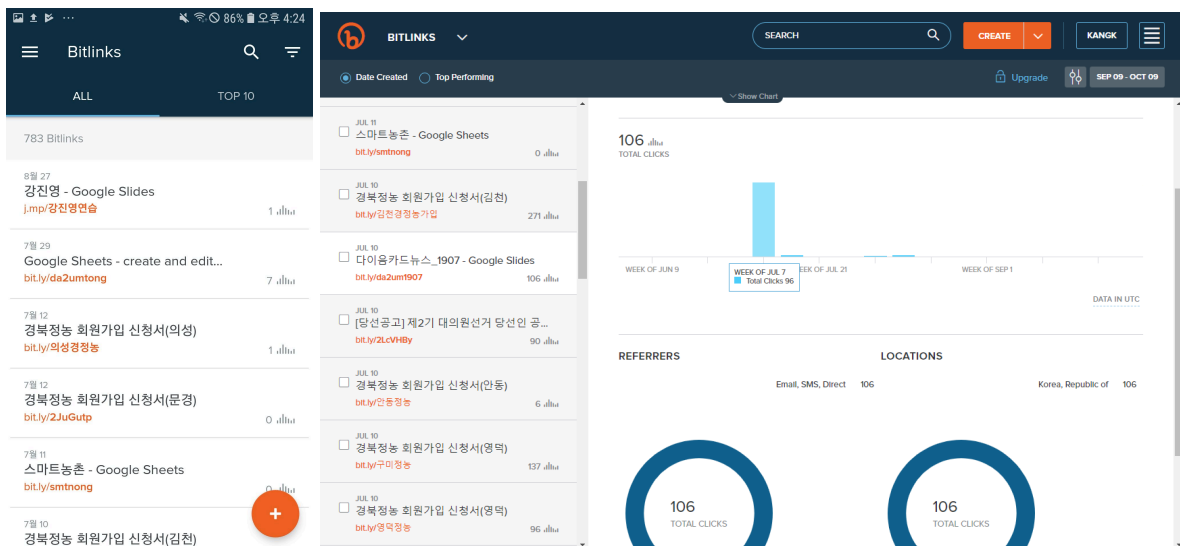
4시간)

※ 강의안 :

10 ... 4

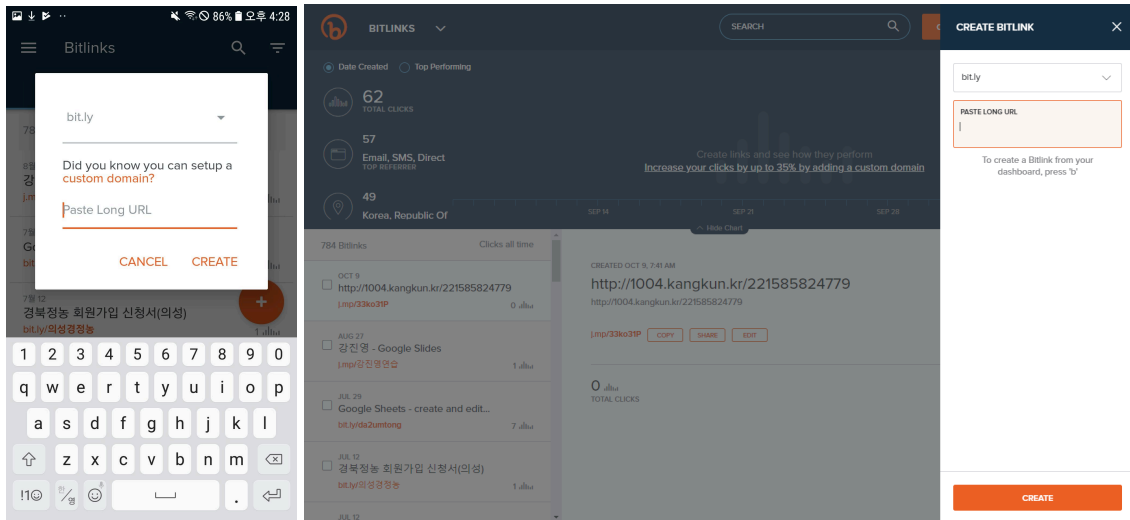
예시 : 블로그 주소 복사하기
우선 줄이고 싶은 주소를 복사합니다. 예시

[05_15.jpg][05_16.png]



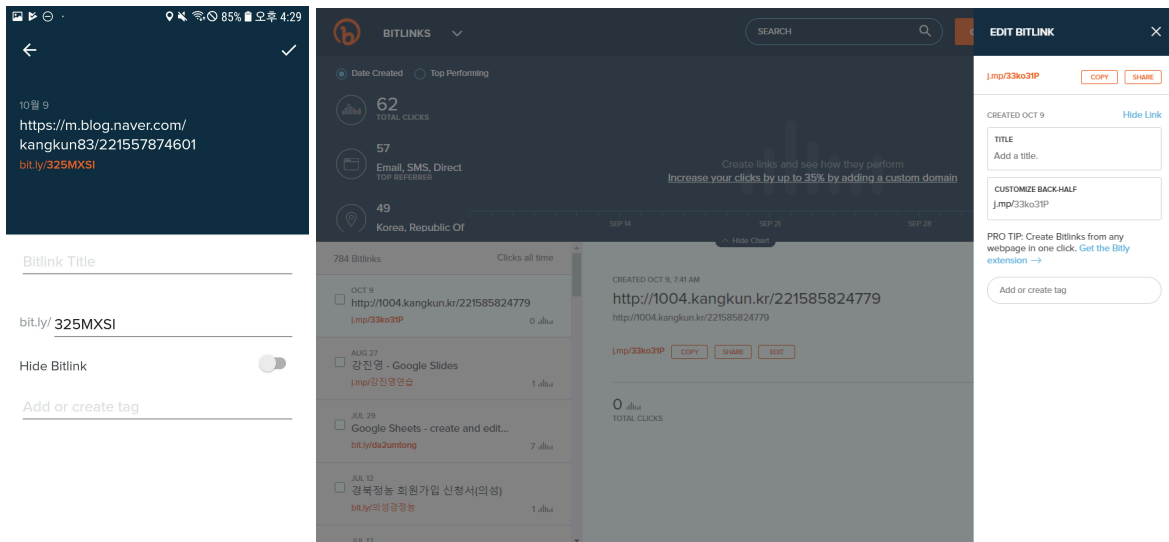
앱에서는 [더하기] 버튼을 PC에선 오른쪽 상단의 [CREATE] 를 클릭합니다.

[05_17.jpg][05_18.png]



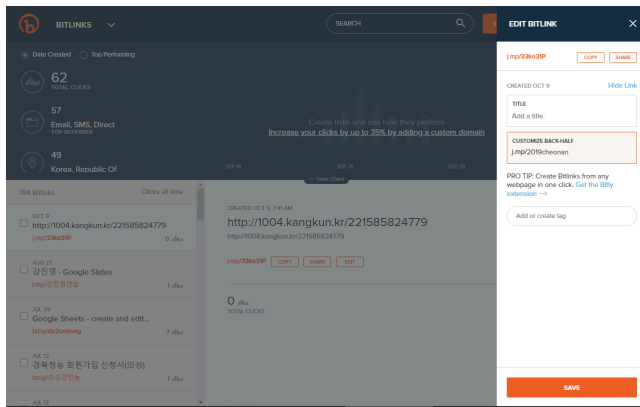
복사한 주소를 붙여넣기 한 후 [CREATE] 를 클릭합니다.

[05_19.jpg][05_20.png]



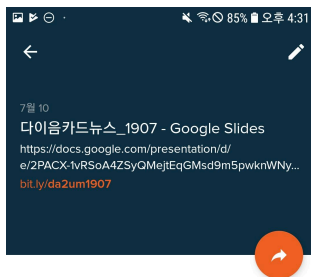
표시된 부분에 무작위로 설정된 주소를 의미가 있고 짧은 주소로 변경합니다.
한글도 가능합니다.

[05_21.png]



주소를 만들때는 중복된 주소, 대소문자 구분합니다. 이와 같은 사항을 주의하여 만듭니다.
잘못된 주소의 경우는 생성되지 않습니다.

[05_27.jpg][05_28.png]

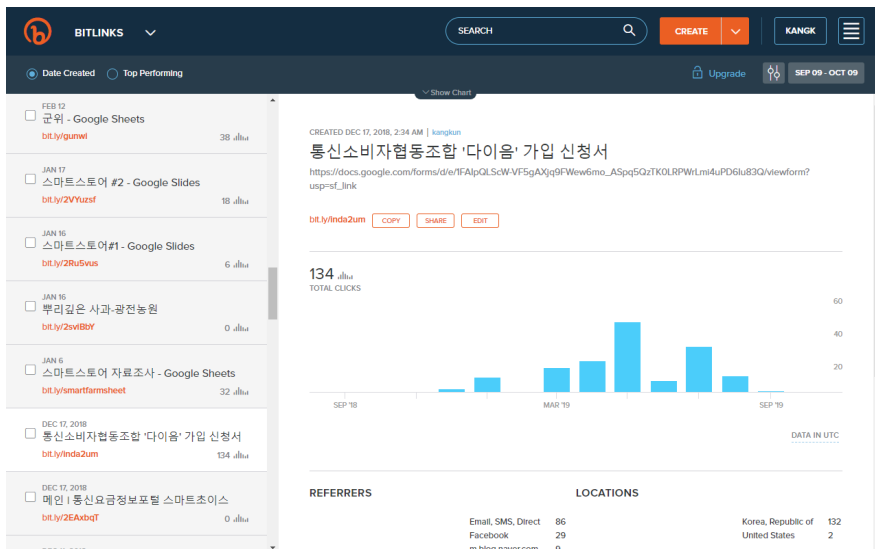


106

CLICKS ALL TIME



REFERRING CHANNELS



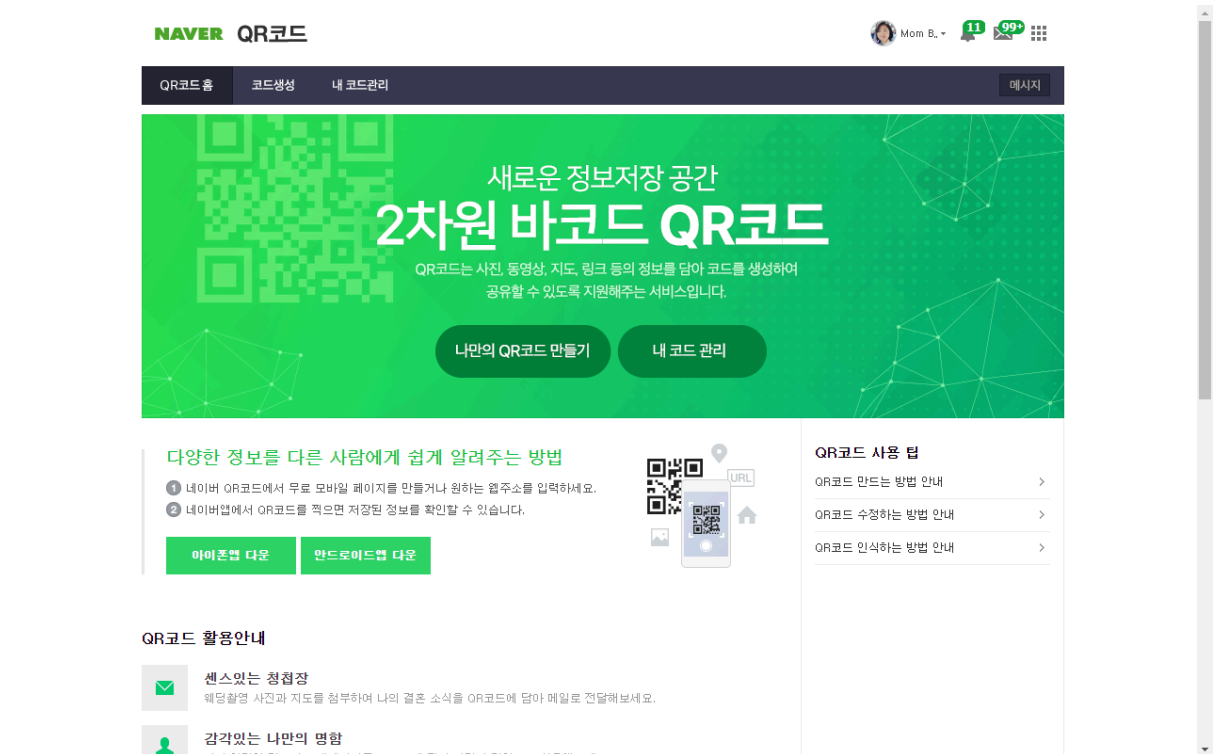
줄인 주소로 접속한 것에 대한 간단한 분석도 함께 제공합니다.

QR코드와 함께 간단한 모바일 사이트 만들기

네이버 QR코드 서비스(<https://qr.naver.com/>)를 활용하면 간단한 모바일 사이트 제작과 QR코드 까지 함께 제작이 가능합니다.

해당 서비스는 로그인해야 사용이 가능합니다.

[05_22.png]



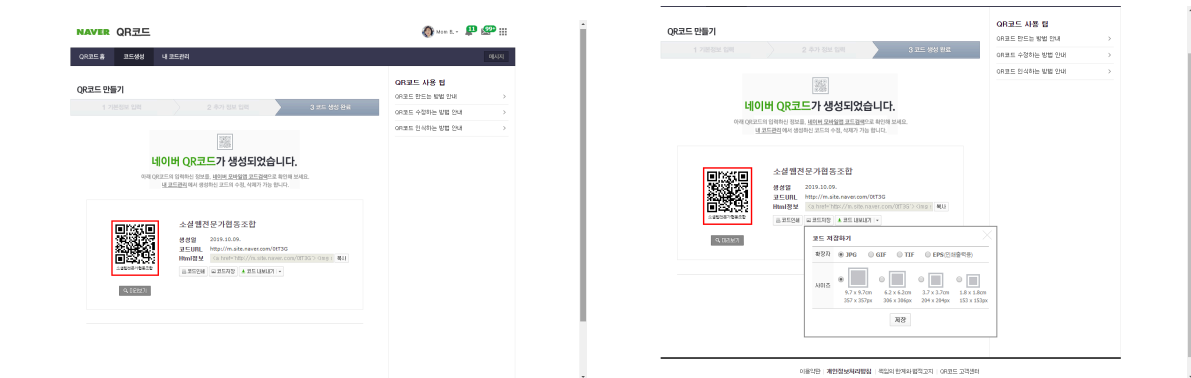
[나만의 QR코드 만들기] 클릭 합니다.

[05_23.png]



[작성완료]를 클릭합니다.
[05_26.png][05_25.png]

[05_26.png][05_25.png]



만들어진 화면에서 [코드저장]을 클릭하면 용도에 맞게 다운로드 받으면 됩니다.

네이버 모바일 홈페이지 예시 [05_26.png]



3.6 SNS안에서 설문조사하기

구글설문지

- 작성법 조절

- 동영상과 사진 활용 부분

- 문구로 표현하느라 고민

- 이미지 파일로 여러 선택사항 제시하고 번호 고르세요

짧은 주소가 필수

- j.mp** 로그인모드

- 주소 커스터마이징 때문

- 배포/카톡/메신저/댓글답글/블로그/버튼등에 연결 글에서 언급

- 인쇄물에서 명함/**QRcode** 바뀌도 이미지 간결

- 작은 이미지 가능

- 인식율 높음

반드시 시트로 연결 옵션 쓰셔야

- 구글 스프레드 시트

- 피벗테이블

- vlookup**

- offset**

- query** 등...

- importrange**

- 어렵게 느낄 수 있어서 보조팁으로

- 예시 파일을 첨부?

자료관리 하실 때는 혼자가 아니라 협업을 고려해서

- 엑셀과의 차이

- 상인회/다른 상인/계약한 외부 전문가

- 강사/**MOU** 체결한 곳

- 자녀나 기타 친지

- 알바

- 모두 배워서 하는 것은 취미생활로 도전

구글 스프레드시트 (drive.google.com)-

구글 스프레드시트는 시트를 만들어 서식을 지정하고 자료 조사도 신속하게 분석하여 데이터를 관리하며 팀원간에 함께 작업할 수 있는 온라인 스프레드시트앱 입니다. 마이크로오피스중 엑셀에 해당되고 문서 사용하던 것을 그대로 웹에서 사용합니다. 컴퓨터,태블릿,스마트폰에서 연동된다는 것이 가장 큰 장점입니다. 엑셀프로그램을 사용하시던 분들은 손쉽게 사용할 수 있고 공유도 자유롭게 할 수 있습니다. 문서 작성하다가 사라지더라도 문서가 자동 저장되기 때문에 걱정하실 필요가 없습니다..

마케팅 활용 방안

- 목록관리로 체계가 있는 블로그 글쓰기가 가능해져서 흩어져 있는 블로그 글이나 페이스북 글을 통합관리 할 수 있습니다.
- 부동산 물건 관리 대장을 사용하여 공동물건을 공유할 수 있습니다.
- 자영업자들은 매출 관리 대장으로 스마트폰으로 관리가 편리합니다.

컴퓨터에서 Google 스프레드시트 사용 방법

스프레드시트 만들기

시트를 만드는 두가지 방법이 있습니다.

sheets.google.com에서 홈 화면에서  를 클릭해서 스프레드시트를 만드는 방법
Google 내 드라이브에 들어가서 왼쪽 위 '새로만들기'를 클릭하고 팝업창이 나오면 Google 스프레드시트를 클릭해서 시트를 생성 하는 방법이 있습니다.

시트 이름 정하기와 변경하기

시트 왼쪽 상단의 '제목없는 시트'를 더블 클릭하여 시트 이름을 정하고 이름을 변경할 때에도 같은 곳을 더블 클릭해서 변경할 이름을 넣습니다.

시트의 추가, 이름변경

왼쪽 아래의  버튼을 클릭해서 시트를 추가합니다.  버튼은 시트가 많을 경우 쉽게 찾게 해 줍니다.

해당 시트에서 우클릭하면 시트의 이름바꾸기, 복사, 이동, 색상을 바꿀 수 있습니다.

사용자 간의 공유 및 공동작업

다른 사용자와 파일 및 폴더를 공유할 수 있으며 관리와 효율을 높이기 위해서 제일 먼저 해야 할 작업은 폴더를 만든 후에 협업하며 움직일 수 있게 하는 마스터시트를 먼저 만드는게 스마트워크의 아주 중요한 작업입니다.

시트를 만든 다음 공유를 하는 방법에 대해서 설명 드리겠습니다.

우측 상단의 공유를 누릅니다.

사용자에 이메일을 등록하고 펜 옆에 역삼각형을 누르면 수정가능, 댓글 작성 가능, 보기 가능한 팝업창이 뜹니다.

수정가능에 체크를 하면 사용자들이 파일을 직접 수정할 수 있고, 댓글 작성 가능은 댓글 또는 제안만 작성 할 수 있습니다. 또 보기 가능은 보는것만 가능한데 최종 파일을 볼 수 있습니다. 여기에서는 수정 가능으로 지정하고 전송을 누릅니다.

링크삽입, 댓글삽입,차트삽입

시트 만들때 가장 중요한 것은 셀에 **URL**을 삽입해서 외부자료로 연결하는 링크삽입 기능입니다.

구글 스프레시트는 각각의 셀마다 링크 주소를 생성할 수 있습니다.

링크를 걸고자 하는 셀에 있는 글자가 검정색에서 파란색으로 바뀝니다.

순서대로 따라 해 볼게요.

오른쪽 마우스 클릭 > 링크삽입 > 링크주소 입력하고 적용 > 링크가 삽입되면 글자에 밑줄이 그어지면서 글자가 파란색으로 바뀝니다.

댓글삽입은 해당셀에서 우클릭 ‘댓글삽입’으로 한 셀의 정보와 관련된 토론도 가능하고 댓글의 ‘더보기’클릭하면 삽입한 댓글을 삭제,수정하거나 그 댓글에 링크를 달 수 있습니다.

스마트폰에서 Google 스프레드시트 사용 방법

3.7 고객에게 후기 유도하기

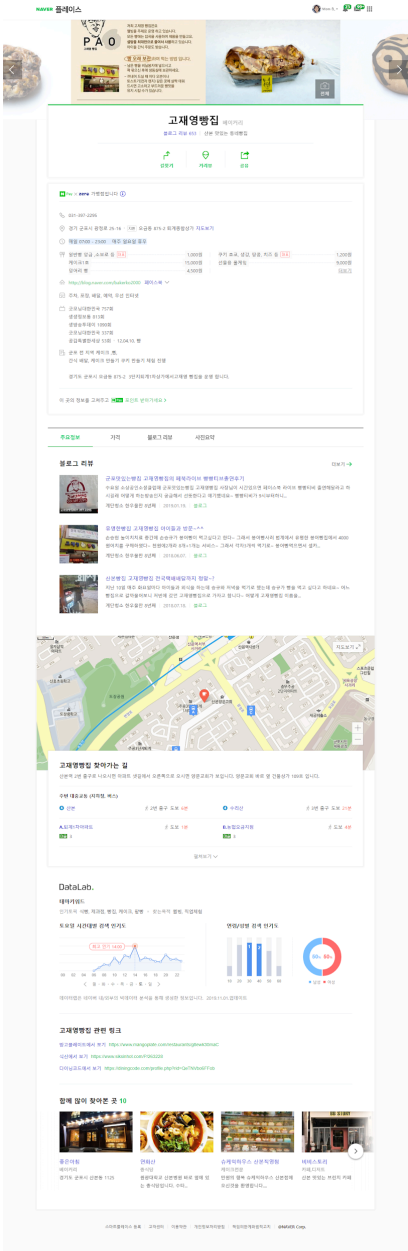
개요

일반적인 소상공인의 경우 대부분의 고객과 예비고객은 전문적인 콘텐츠를 원하기 보다 다양한 후기를 원합니다. 이미 경험한 고객의 후기는 다양한 입장과 상황에 대한 정보가 들어있어서 사업자와 소비자 모두에게 매우 유용합니다. 사업자가 직접 작성한 콘텐츠는 상품과 서비스에 대한 충실한 기초정보를 담을 수는 있지만 소비자는 광고로 생각해서 신뢰가 매우 낮을 수도 있습니다.

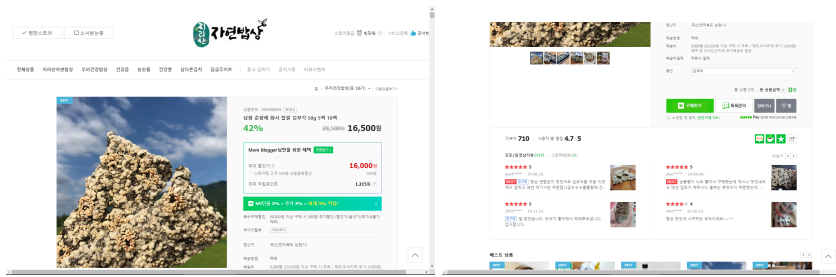
후기의 종류

	설명	후기 남기는 곳	장점	단점
댓글	댓글을 통한 후기 남기기 시스템적으로 가장 잘 갖춰져 있음	네이버 다음의 지역 업체 정보 배달 앱 등을 통한 후기 쇼핑몰 및 오픈몰	손쉽게 접근이 되어 후기를 남길 확률이 높음 구매 혹은 방문에 손쉽게 영향을 미침 관리가 비교적 쉬움	구글이나 네이버 등 포털 사이트에서 검색이 안됨 클린 후기라는 말이 생겨날 정도로 조작이 가능하여 신뢰도가 낮음 상투적이고 짧은 후기가 대부분
해시태그	해시태그를 제시하여 후기 유도	각종 인스타그램, 페이스북, 카카오톡 등 이미지를 중심으로 한 소셜웹 채널	소셜미디어의 특성으로 친구들에게 전달되어 타겟층에게 노출 유리 노출된 사용자로 하여금 해시태그로 유도 가능 후기 작성자와 친구맺기, 팔로우 등으로 관계 맺기가 편리	부정적 콘텐츠에 대한 대비 필요 개인 채널에 남김으로 콘텐츠 관리의 어려움 혜택 받고 바로 지우는 경우도 생김
미디어를 통한 후기	상품을 구매 혹은 제공하여 실제 경험을 사진, 동영상, 글 등으로 나누는 것	블로그, 유튜브 등 개인 미디어	검색이 상당히 잘 됨 자세한 설명으로	상품 및 서비스를 무상으로 제공 받거나 대가를 받고 작성한 콘텐츠는 반드시

			많은 정보 전달하여 구매 전 정보 수집을 하는 소비자에게 도움	표기하도록 정책이 바뀌었다. 많은 콘텐츠가 생성되기 어렵다 (비용이 다소 든다.)
--	--	--	---	---



[07_01.png]
고재영 빵집의 블로그 리뷰



[07_02.png] [07_03.png]
네이버 스마트스토어 고영문님의 지리산 자연밥상 후기



[07_04.png]
양평포레스트펜션의 해시태그를 활용한 인스타그램 후기

좋은 후기 유도 전략

긍정적인 기본 후기는 있어야 함

댓글 후기의 경우 기존에 몇개는 있어야 좋습니다. 그래서 상품이나 지역업체 등록, 배달 앱 등을 활용할 때 초반에 긍정적인 댓글을 적극적으로 유도 하는 것이 중요합니다.

적절한 혜택 필요

쇼핑몰, 스마트 스토어 등의 오픈몰 경우는 내부에 포인트나 쿠폰등을 통한 혜택을 줄 수 있고, 방문 고객에게는 음료수나 간단한 사은품을 증정하는 등의 적절한 혜택이 중요합니다. 혜택을 받은 사람은 긍정적인 후기를 남길 확률이 높기 때문입니다

해시태그, 제목, 키워드를 소비자 입장에서 정하기

상점을 나타내는 해시태그, 그리고 상품 및 서비스들에 적절하게 나열하거나 우리 상점을 표현하는 다양한 단어들을 함께 표현해주면 후기를 남길 때 많은 도움이 됩니다.

메뉴판, 간판, 인테리어, 상품 설명 등에 고객의 눈이 머무르는 곳에 표현을 해주면 좋습니다.

요즘에는 문장보다는 간략하고 강렬한 단어들로 표현해주면 좋습니다.

어떤 식으로 후기를 남겨야 할지 기존의 우수 후기들을 상품 설명에 나열하거나 인쇄해서 벽에 붙여주는 것도 후기를 어떤 식으로 남길지 힌트를 주는 역할도 합니다.

효과

. 소비자에게 신뢰도가 높다

. 현장 정보와 고객의 시각, 느낌이 담겨 있어서 품질개선과 비용절감 등 사업자에게 매우 유용하다.

3.A 원혜덕 혹은 고영문