

[2025.12.18.~2026.06.30]

막걸리파트 26년도 SNS 운영계획안

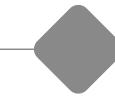
마케팅팀 / 25.12.18



국순당 막걸리파트 SNS

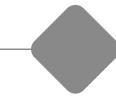
프로젝트 진척

'25.09~10



막걸리파트
신규 SNS 계정 기획

'25.10.13



인스타그램 계정 오픈
막걸리가 왜 안돼?
@mak.wave

'25.12 12~12.21



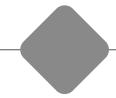
첫번째 프로젝트
막걸리 이색페어링 왜 안돼?
[막걸리x타코 팝업]

'25.12.18



26년도 운영 계획 보고
콘텐츠 구성 및
제작·업로드 일정 보고

~'26.01



신규 콘텐츠 제작
세부기획/촬영/편집

'26.02.02~



'26년 신규 콘텐츠
업로드 시작

국순당 막걸리파트 SNS

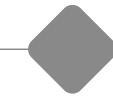
프로젝트 진척

'25.09~10



막걸리파트
신규 SNS 계정 기획

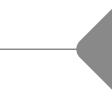
'25.10.13



인스타그램 계정 오픈

막걸리가 왜 안돼?
@mak.wave

'25.12 12~12.21



첫번째 프로젝트

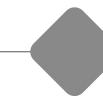
막걸리 이색페어링 왜 안돼?
[막걸리x타코 팝업]

'25.12.18



26년도 운영 계획 보고
콘텐츠 구성 및
제작·업로드 일정 보고

~'26.01



신규 콘텐츠 제작
세부기획/촬영/편집

'26.02.02~



'26년 신규 콘텐츠
업로드 시작

채널 정비 기간에도
비정기적 콘텐츠 운영 예정
(Ex. 비하인드, 신규 콘텐츠 예고편 등)

인스타그램@mak.wave

01 계정 현황 : 막걸리x타코워크

○ 오픈데이(12/12), 136명 방문

- 오픈데이 초대 이벤트 참여자 697명 (*목표 방문 인원 120명)
- 행사 당일 스토리 업로드 약 50건 확인 → ※12/15(월) 기준, 인스타 후기 24건, 블로그 리뷰 10건 이상 업데이트 중

○ 워크인 기간 (12/13~12/21) 운영 중

- (오픈데이 종료 후, 12/13~12/14 주말 기간) 국순당 메뉴 주문 66건 확인

[인스타그램 리뷰 발췌]



[블로그 후기 발췌]

[12월 팝업] 국순당 막걸리X타코워크 팝업 후기, 랍스터 타코 한...
진짜 맛있어 보이지 않나요 ㅎㅎ 이번 팝업에서 가장 기대했던 부분입니다 기본적으로 인당 막걸리 2잔을 주시는데 역시 국순당 생막걸리! 맛있더라구요 메뉴 다양한 안주와 술 메뉴 주문은 QR로 하면 됩니다 안주, ...



국순당생막걸리 X 페스카데리아 타코워크 방문후기

뭔가 느낌상 막걸리는 전이랑 먹어야 할것같고 타코는 하이볼이나 맥주랑 먹어야 할거같은데 되게 신기한 조합인 국순당생막걸리 + 타코 조합으로 팝업이 열린다고 해서 빠르게 다녀왔당! 경동시장 근처 페스카데리아에...



국순당 막걸리 x 페스카데리아 타코워크 (12/12- 12/21)

즐기고 나오면 바로 옆에 조개구이집 있는데 여기 꼭 방문해 보세요 웨이팅이 좀 길긴 한데 포장마차 분위기 좋아하는 분들이라면 꼭 방문해 보세요 행사기간 끝나기 전 이색 데이트하고 싶은 분들이라면 꼭 방문해 보...



국순당막걸리X타코워크 직접 다녀온 후기 / 막걸리랑 타코랑 ...

그곳이 국순당 타코워크 장소! 우리는 오픈데이에 초대받아서 다녀왔는데 워크인으로도 방문한 타코워크 소원트리에 이미 잔뜩 걸려있는 소원들 내년엔 꼭 부자되게 해주세요 국순당막걸리X타코워크 필수 준비물, 신분...



인스타그램@mak.wave

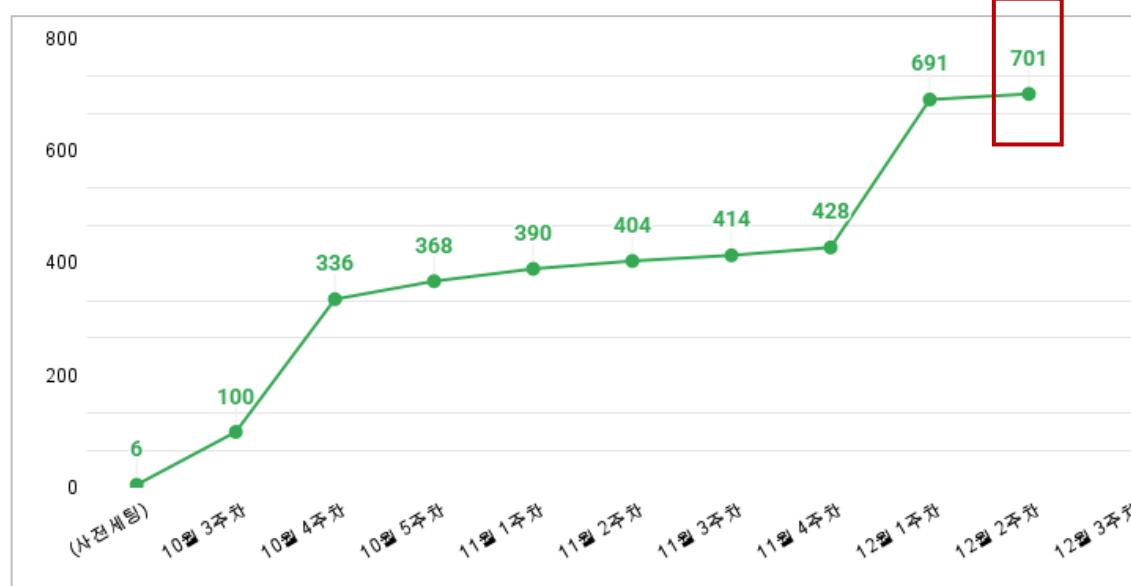
01 계정 현황 : 반응 추이

※ 12/15(월) 기준 데이터

막걸리가 왜 안돼? 막걸리웹 @mak.wave

[첫번째 미션] 막걸리 이색 페어링 왜 안돼? → 막걸리의 TPO를 넓힐 수 있는 프로젝트성 콘텐츠 진행

[주간 팔로워 추이]



○ 팔로워: 701

- 12월 1주차: 막걸리xtako 초대이벤트 응모자 다수 유입
- 12월 2주차~: 팝업 관심 타겟 유입 진행 중

[월간 데이터 평균]

※반응 = 좋아요, 댓글, 공유, 리포스팅, 저장 수치 합계

	10월	11월	12월	
업로드수량	15건	15건	11건	*11월 대비 증가율
도달평균	10,124	26,419	29,557	▲11.88% (3,138)
반응평균	98.5	87.1	152	▲74.51% (64.9)

인스타그램@mak.wave

01 계정 현황

막걸리가 왜 안돼? 막걸리웹 @mak.wave

[첫번째 미션] 막걸리 이색 페어링 왜 안돼? → 막걸리의 TPO를 넓힐 수 있는 프로젝트성 콘텐츠 진행

※ 첫번째 프로젝트에 대한 회고
(약 2.5개월, 10~12월)

▲ Good Point



Week Point ▼

인스타그램@mak.wave

01 계정 현황

막걸리가 왜 안돼? 막걸리웹 @mak.wave

[첫번째 미션] 막걸리 이색 페어링 왜 안돼? → 막걸리의 TPO를 넓힐 수 있는 프로젝트성 콘텐츠 진행

※ 첫번째 프로젝트에 대한 회고
(약 2.5개월, 10~12월)

▲ Good Point

Week Point ▼



새로운 소통 창구

[국순당 막걸리]를 주제로
SNS 언어에 맞게 타겟과 새롭게 소통

이목 집중 및 흥미거리 제공

'국순당이 이런 걸?', '재밌다'
새로운 시선의 콘텐츠로써 흥미 유도

인스타그램@mak.wave

01 계정 현황

막걸리가 왜 안돼? 막걸리웹 @mak.wave

[첫번째 미션] 막걸리 이색 페어링 왜 안돼? → 막걸리의 TPO를 넓힐 수 있는 프로젝트성 콘텐츠 진행

※ 첫번째 프로젝트에 대한 회고
(약 2.5개월, 10~12월)

▲ Good Point



Week Point ▼

새로운 소통 창구

[국순당 막걸리]를 주제로
SNS 언어에 맞게 타겟과 새롭게 소통

이목 집중 및 흥미거리 제공

'국순당이 이런 걸?', '재밌다'
새로운 시선의 콘텐츠로써 흥미 유도

볼거리 확장의 필요성

[막걸리xTPO] 주제에 집중한 것은 좋았으나
키워드를 제한시키지 않도록 조절 필요
#음식 #페어링

콘텐츠의 고객반응 유도

상황을 직관적으로 언급한 영상에 반응 결과가 높음
명확한 기승전결 구조 + 적극적 반응 유도

※참고

*11월 평균 반응 값 87.1
[타코 브랜드 찾습니다] 반응 101
[최종 보고드립니다] 반응 147
[막걸리 위크 와주세요] 반응 176

인스타그램@mak.wave

02 '26년도 운영방향

새로운 소통 창구

[국순당 막걸리]를 주제로
SNS 언어에 맞게 타겟과 새롭게 소통

이목 집중 및 흥미거리 제공

'국순당이 이런 걸?', '재밌다'
새로운 시선의 콘텐츠로써 흥미 유도

▲ Good Point

극대화



고객의 이목을 끄는
친근한 소통 방식은 유지하되

볼거리 확장의 필요성

[막걸리xTPO] 주제에 집중한것은 좋았으나
키워드를 제한시키지 않도록 조절 필요

콘텐츠의 고객반응 유도

상황을 직관적으로 언급한 영상에 반응값이 높음
명확한 기승전결 구조 + 적극적 반응 유도

Week Point▼

보완/개선

[국순당 막걸리]를 중심으로
고객의 이야기를
다양한 시리즈로 전달

인스타그램@mak.wave

02 '26년도 운영방향

고객의 이목을 끄는 친근한 소통 방식은 유지하되
국순당 막걸리를 중심으로 고객의 이야기를 다양한 시리즈로 전달

[As-Is]

국순당 막걸리 마케팅 팀의 도전기
'막걸리가 왜 안돼?'
프로젝트 수행형 속예능st

미션 1개만 운영

- 전달할 수 있는 메시지 제한적
 - 콘텐츠 전환 주기가 길
 - 하나의 메시지 반복 노출

주 4-5회

과정의 세분화 →
유사내용 반복 언급
(피로감 조성)

주제

포맷

업로드주기

[To-be]

국순당 막걸리 라이프 모음집
'마케터의 고민', '고객 이야기' 등
주제의 하위단에서 다양한 주제로 확장

콘텐츠 포맷 다양화

- 주제/내용 별 콘텐츠 구분
- 형식의 다각화를 통해 볼거리 확대
- 소비자 반응, 즉각적 반영

주 2-3회

- 주차 별 콘텐츠 구분
- 반복 언급 최소화 (기승전결 확실)

인스타그램@mak.wave

02 '26년도 운영방향

고객의 이목을 끄는 친근한 소통 방식은 유지하되
국순당 막걸리를 중심으로 고객의 이야기를 다양한 시리즈로 전달

'26년 운영 콘텐츠

중심 메시지

[검색과 프롬프트로 모든 것을 만들 수 있는 AI시대]
[사람과 술의 역할 그리고 휴머니즘]
[연결과 매개체가 되는 국순당막걸리]

국순당 막걸리와 함께하는
자연스러운 이야기에 집중



[키 메시지]
검색해도 안 나오는 진짜 이야기
진짜 막걸리 국순당

[키워드]
#연결 #연대 #공감

03 콘텐츠 구성

'26년도 SNS 운영계획

[주제] 국순당 막걸리 라이프 모음집

[키 메시지] 검색해도 안 나오는 진짜 이야기, 진짜 막걸리 국순당

[키워드] #연결 #연대 #공감



[콘텐츠 구성 아이디어]

03 콘텐츠 구성

'26년도 SNS 운영계획

[주제] 국순당 막걸리 라이프 모음집

[키 메시지] 검색해도 안 나오는 진짜 이야기, 진짜 막걸리 국순당

[키워드] #연결 #연대 #공감



[콘텐츠 구성 아이디어]

고객인터뷰형 (구성)

고객 일상 화보 + 짧은 인터뷰



먹방토크형 (비주얼)

한국 정신, 전통 토크 + 먹방



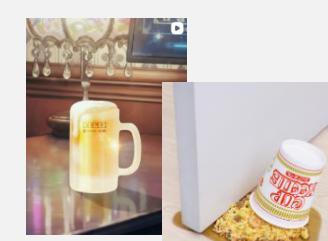
TPO공감형 (비주얼)

막걸리 한잔이 떠오르는 순간



AI 스터디 (비주얼)

AI로 굿즈/POP 테스트



홍보/이벤트

*'26년도 마케팅·영업지원 활동 연계 콘텐츠

(예시)

지역축제 입점 홍보
기획맥 신규 출시 안내
콜라보 굿즈 이벤트
B마트 구매 유도 이벤트
등...

정기 콘텐츠

비정기 콘텐츠

03 콘텐츠 구성

'26년도 SNS 운영계획

※

'26년 신규 콘텐츠를 기점으로
인스타/유튜브 채널 동시 운영
(숏폼 콘텐츠: 미러링 게재)

[주제] 국순당 막걸리 라이프 모음집

[키 메시지] 검색해도 안 나오는 진짜 이야기, 진짜 막걸리 국순당

[키워드] #연결 #연대 #공감



[콘텐츠 구성 아이디어]

고객인터뷰형 (구성)

고객 일상 화보 + 짧은 인터뷰



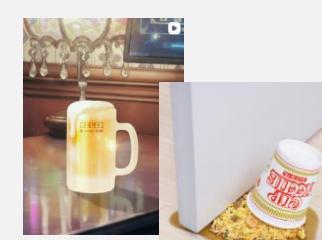
먹방토크형 (비주얼) 한국 정신, 전통 토크 + 먹방



TPO 공감형 (비주얼) 막걸리 한잔이 떠오르는 순간



AI 스터디 (비주얼) AI로 굿즈/POP 테스트



홍보/이벤트 *'26년도 마케팅·영업지원 활동 연계 콘텐츠

(예시)
지역축제 입장 흥보
기획맥 신규 출시 안내
콜라보 굿즈 이벤트
B마트 구매 유도 이벤트
등...

정기 콘텐츠

비정기 콘텐츠

03 콘텐츠 상세 : 고객인터뷰형

(가제)

순당포착 : 국순당의 시간 포착

[국순당 막걸리를 애정하는 고객] 또는 [막걸리를 취급하는 업소 사장님]을 섭외해 반전 매력의 화보와 라이프스타일에 대한 인터뷰를 담아내는 시리즈

막걸리가 갖는 고정관념(*올드함, 옛 것의 지루함)을 현대식의 비주얼에 접목해 정면돌파

'국순당 막걸리를 마시는 사람' = '인생을 지혜롭게 즐기며 사는 사람'이라는 이미지 전달

Ref.



○ 구성
※ 인물 1팀 기준
- 비주얼 화보 캐러셀 1건 (이미지 2-3장)
- 인터뷰 속풀 2건
 > 인터뷰 1편 + 스토리 1편

○ 업로드
매월, 1팀 진행 = 콘텐츠 총 3건

○ 기대효과
*업소 사장님 편의 경우,
- 화보 포스터로 출력 + 매장 부착 유도
- 막걸리 취급 업소 홍보효과
(+/-) 취급을 희망하는 업소 공개모집

*영상 재생가능

*영상 재생가능

03 콘텐츠 상세 : 먹방토크형

(가제)

취하지 아니한가 : 맛에 취하고 멋에 취하고

'막걸리엔 한국의 정신이 녹아있다' 막걸리 한 잔 하며 나누는 우리의 전통과 멋에 대한 토크 시리즈

(SNS 후킹을 고려해) 한국을 사랑하는 외국인 호스트가 역으로, 전통에 무관심했던 한국인 게스트에게 한국 전통을 알려주는 포맷으로 구성
장면 사이사이 *막걸리 잔을 부딪히고 *페어링 조합을 먹는 것 자연스럽게 반복 노출

Ref.



○ 구성 / 업로드
※ 매월, 1회 촬영
- 솟품 3건+a 분량 확보
- 하루 간격으로 릴레이 업로드

○ 기대효과
1) 법고창신의 정신 + 기업이념 전달
: 에피소드 사이, 국순당 주요 활동 언급
2) 막걸리 페어링 조합 노출
: 한식~퓨전까지 페어링 관련 언급
3) 국순당 막걸리 브랜드 활용
: 국생막/국쌀막 외
전체 막걸리 브랜드 다양하게 활용 가능

03 콘텐츠 상세 : TPO공감형

(가제)

1막1장 : 막걸리 한 잔 생각나는 장면

[막걸리가 떠오르는 순간] 또는 [막걸리를 연상시키는 비주얼]을 시네마틱 연출로 극대화한 시각 콘텐츠

일상 속 막걸리가 연상되는 상황을 감각적으로 표현 → SNS 내 시각적 후킹을 겨냥

'26년도 리뉴얼 방향인 [자연], [감성] 키워드에 대한 공감 및 유대감 형성

Ref.



*영상 재생가능



*영상 재생가능



○구성

※ 20초내외 짧은 영상 클립

- 직접 로케이션 촬영하거나,
- AI를 통해 제작

○업로드

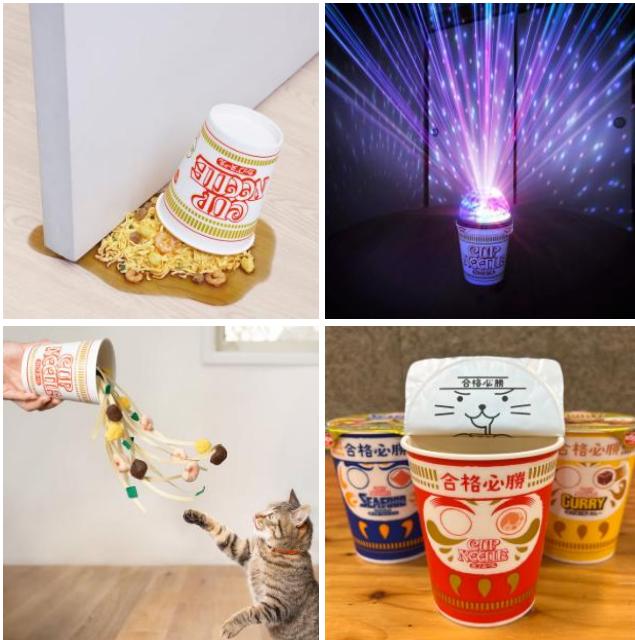
월 기준, 2건 업로드 목표

- 주 1회 예상 (ex. 1주차 / 3주차 배치)

03 콘텐츠 상세 : AI 스터디

막걸리 파트의 [굿즈 · 기획팩 · POP] 등에 대한 고객 반응 테스트 &
AI 스터디 결과물에 대한 콘텐츠 업로드
※ 영상, 카드뉴스, 이미지 등 AI 작업툴 적극 활용

[콘텐츠 예시] *굿즈 아이디어



Ref. 계정바로가기 ([컵노들JP](#))

[콘텐츠 예시] *비주얼 콘텐츠



*영상 재생 가능

○ 업로드

*비정기 콘텐츠

※ 상반기 10건 이상의 콘텐츠 업로드 목표

03 콘텐츠 상세 : 홍보/이벤트

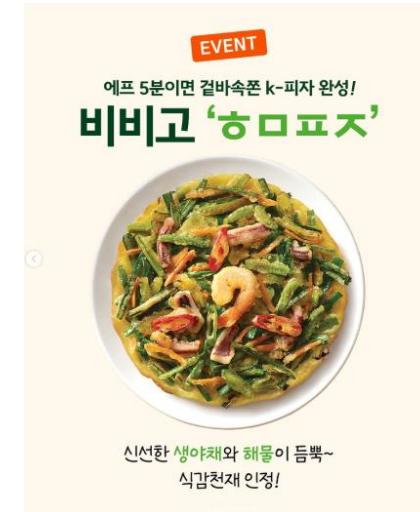
'26년도 마케팅·영업 주요 활동에 대한 홍보 바이럴 & 고객 확보/만족을 위한 팔로워 이벤트 운영

※ 비정기 콘텐츠로 이슈상황에 따라 유동적으로 대처

[콘텐츠 예시] *기획팩/굿즈 홍보 콘텐츠



[콘텐츠 예시] *제품 활용 고객 이벤트



'26년도 운영계획

04 업로드 스케줄 : '26년 가안

○ 업로드 주기 : 월 기준, 8개~10개 콘텐츠

○ 콘텐츠 구분

- 정기콘텐츠 : 순당포착(고객인터뷰형), 취하지아니한가(먹방토크형), 1막1장(TPO공감형)
- 비정기콘텐츠 : 홍보/이벤트, AI스터디

일	월	화	수	목	금	토
1월 1/25	26	27	28	29	30	31
2월 2/1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17 설날	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

~'26년 1월
콘텐츠 및 채널 정비 기간

- '26년 운영 콘텐츠 상세 기획
- 촬영 / 편집 / 업로드 세팅

[구분]

*정기콘텐츠

*비정기콘텐츠

캐러셀/이미지

캐러셀/이미지

숏폼 영상

순당포착
화보 *캐러셀

순당포착
숏폼 #1 Lifestyle

순당포착
숏폼 #2 인터뷰

1막1장
*숏폼

명절이벤트
Ex 막걸리한상인증

1막1장
*숏폼

취하지아니한가
숏폼 #1

취하지아니한가
숏폼 #2

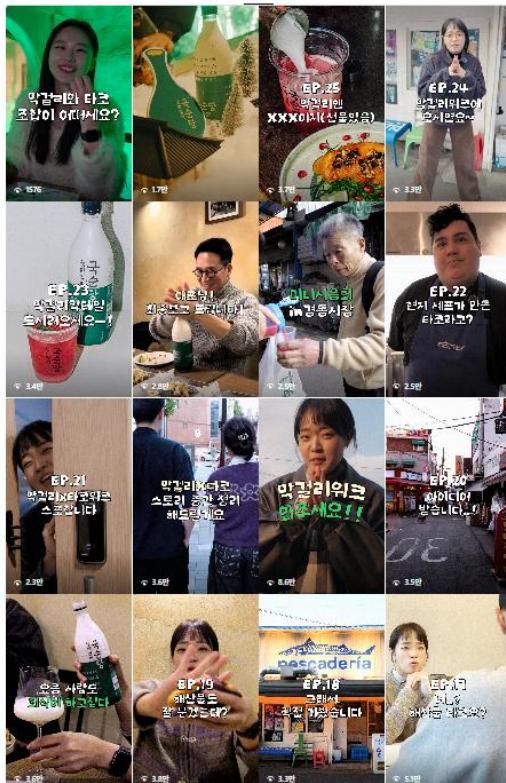
취하지아니한가
숏폼 #3

04 피드 예시 : '26년 가안

[AS-IS]

@mak.wave 계정 캡처

(운영방식)
1개의 미션 주제
릴레이로 영상 업로드



[To-be]

*참고용/예시

(운영방식)
콘텐츠 포맷 다각화
월 기준,
콘텐츠마다 시리즈 1개씩 업로드

*피드에서도
관심있는 콘텐츠를 골라 시청 가능



*계정링크바로가기

국순당 SNS

E.O.D

