



핀터레스트 마케팅 노하우

이웃 0명, 광고료 0원으로 1.2만 노출 노하우



핀터레스트 마케팅노하우

이웃 0명, 광고료 0원으로 1.2만 노출 노하우

- 01 왜 핀터레스트인가
- 02 인스타그램 vs 핀터레스트의 차이점
- 03 상위노출에 유리한 핀터레스트 계정 생성 방법
- 04 나에게 적합한 인기 키워드 찾는 방법
- 05 핀의 구조 : 트래픽 유입 최적화
- 06 손쉽게 핀 콘텐츠 생성하는 꿀팁
- 07 수십가지 핀을 10분 만에 제작하는 방법
- 08 계정 20개의 효과 : 보드로 노출 극대화
- 09 핀 조회 및 노출 통계 분석 방법
- 10 다양한 비즈니스 활용 노하우

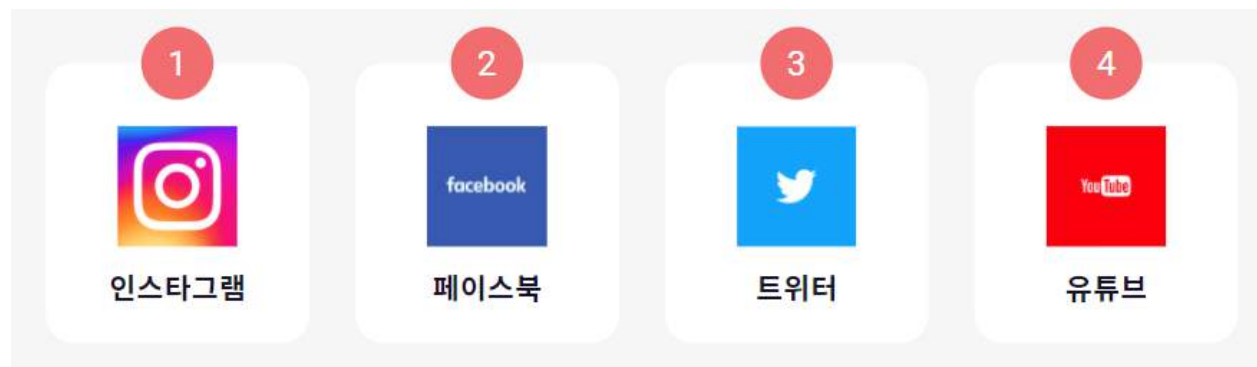
이 자료는 대한민국 저작권법의 보호를 받습니다. 작성된 모든 내용의 권리는 작성자인 테라픽셀 임채원 대표에게 있으며, 저작자의 승인이 없는 모든 사용이 금지됩니다. 이 자료의 일부 혹은 전체 내용을 무단으로 복제, 배포, 2 차적저작물 작성할 경우 5 년 이하의 징역 또는 5 천만원 이하의 벌금과 민사상 손해배상을 청구합니다.

01. 왜 핀터레스트 인가

핀터레스트! 이제 국내에서도 누구나 다 알고 있는 핀터레스트!

우리는 이 핀터레스트를 얼마나 활용하고 있을까?. 저자는 2019년 190개국의 판매하는 쇼핑몰 노마드베베의 홍보 채널로 핀터레스트를 활용했다. 미국에서는 온라인 마케터들의 필수 채널이 바로 이 핀터레스트입니다. 다른 채널보다 유입을 늘리기에 효율적이고 효과적이기 때문입니다.

핀터레스트는 우리가 애용하는 소셜 플랫폼 중에 어떤 플랫폼과 가장 흡사할까?

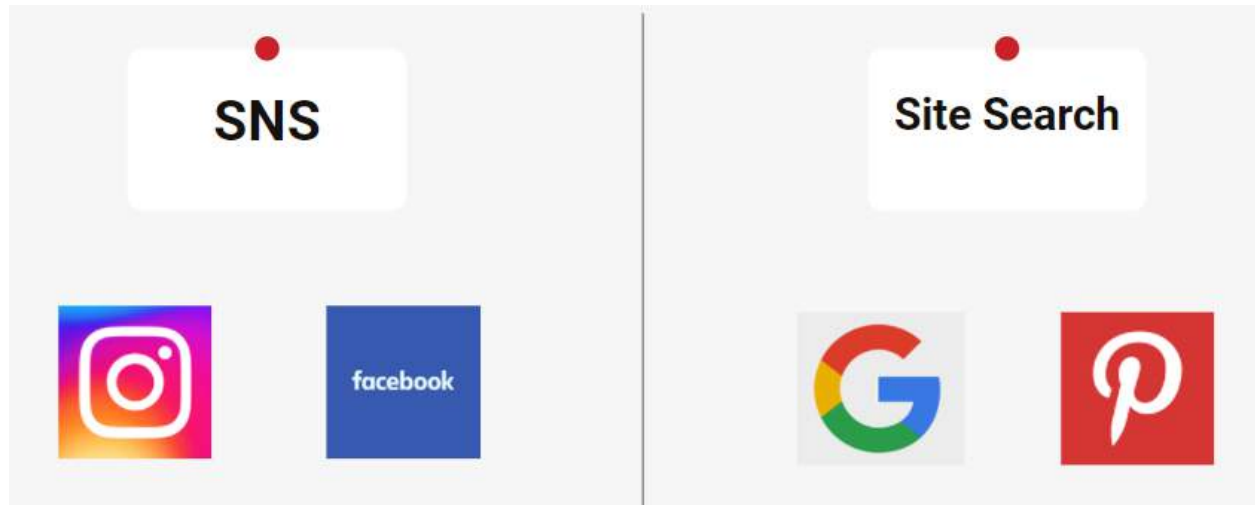


인스타그램 페이스북 트위터 유튜브 이 네 가지 중에 어떤 것과 가장 흡사할까요? 네 보통 대부분 인스타그램을 가장 많이 떠올린다. 하지만 제대로 알아보면 인스타그램와는 전혀 다른 구조이다.

핀터레스트의 뜻을 먼저 알아보자.

핀터레스의 뜻은 핀 플러스 인터레스트 즉 합성어이다. 흥미 있는 것을 핀으로 고정한다 즉 온라인에서는 **흥미로운 콘텐츠를 저장한다**는 뜻으로 해석할 수 있다. 즉 선호하는 콘텐츠를 나의 계정에 저장하는 것이 핀터레스트의 뜻이기도 하고 가장 중요한 핵심 기능이다.

그렇다면 우리가 알고 있는 소셜 플랫폼과 어떻게 다른걸까?



핀터레스트의 가장 큰 특징 중 하나는 소셜 채널이 아니라 이미지 검색엔진 이다.
 인스타그램이나 페이스북 같은 소셜 미디어가 아니라 필요한 비주얼 콘텐츠를 탐색하는
 검색엔진이다. 즉 구글과 가장 흡사한 구조인 셈이다.

특징 02 : 미래지향적 플랫폼



핀터레스트는 유일한 미래지향적 소셜 플랫폼이다.우리가 언제 핀터레스트를 방문하는지
 떠올려볼까? 보통 무엇인가 비주얼적인 아이디어가 필요할 때 방문한다. 목적 자체가
 이웃과의 소통이 아니라 미래 프로젝트 기획용이다.

- 어떤 DIY 프로젝트를 하거나 디자인 작업을 할 때.
- 새로운 요리 레시피가 필요할 때
- 인테리어 나 건축 디자인 아이디어가 필요할 때

여러 가지 아이디어를 얻기 위해서 핀터레스트를 사용한다.
즉 이웃과의 과거 스토리가 아니라 내가 미래에 필요한 정보를 검색하기 위한 용도이다.

특징 03 : 같은 콘텐츠로 무한 생성 가능



가능한 키워드

어린이날 + 핸드 메이드
소품 도시락 + 어린이집 선물



가능한 키워드 (무제한)

어린이날, 생일 파티, 어린이집 선물,
소품 도시락, 크리스마스, 핸드메이드, 할로윈

핀터레스트는 하나의 콘텐츠로 무한 피드 생성이 가능하다. 인스타그램이나 블로그처럼 매일 업로드 하지 않아도 과거에 콘텐츠들도 상위 노출을 할 수 있다. 콘텐츠 하나로 150 개의 핀은 생성할 수 있고 콘텐츠 하나로 150 개의 포스팅 효과를 낼 수도 있습니다. 그 노하우를 하나씩 설명해 알려드리고자 한다. 그럼 이 핀터레스트는 얼마나 많은 사람들이 사용하고 있을까?

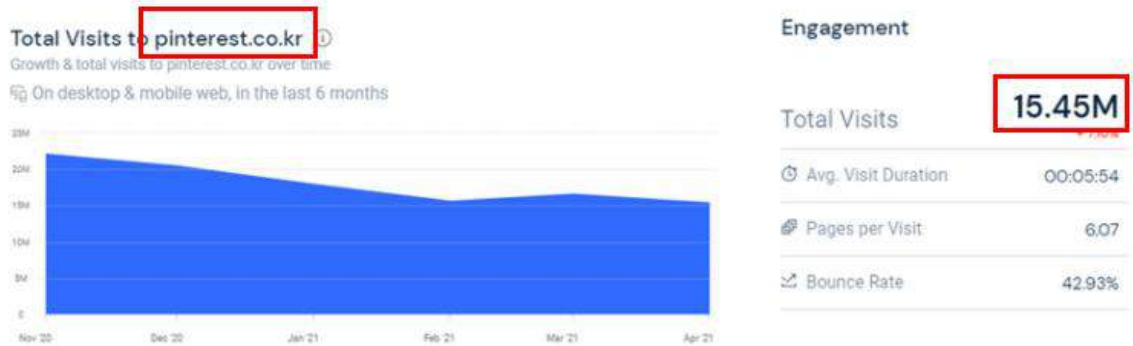


- 월평균 방문자 수가 487800 만 명입니다.
- 총 생산된 핀 갯수만 2 백만 개

- 월간 25 만개의 키워드 검색

그렇다면 한국에서는 얼마나 많은 사람들이 이용하고 있을까?

여기 수치는 핀터레스트 한국 사이트의 지난 6 개월 방문객 수치다



무려 매달 평균 1500 만 명이 방문하고 있습니다. 이제 온라인 마케팅하는 분들께는 인지도가 있다는 뜻이다.

핀터레스트로 사진만 찾을 게 아니라 나의 콘텐츠를 1500 만 명에게 노출하고 싶지 않은가? 그게 가능합니다. 어떤 콘텐츠들이 인기 있는지 한번 살펴보자. 나에게 접목할 수 있는 아이디어들을 찾을 수 있다.



- 요리 레시피 디저트 플레이팅 음식 관련 콘텐츠 가능하죠.
- 웹 그래픽 이미지 소스
- 로고 상세 페이지 디자인 비주얼 콘텐츠를 디자인하시는 분
- 해외여행 가거나 국내 여행지 정보
- 여러 가지 건축물 그리고 주택 인테리어 정보
- 예쁜 인테리어 소품

- 맞춤 제작 상품
- 모바일 케이스

어떤가? 핀터레스트 하루라도 빨리 시작해야 되지 않을까?

이 PDF 는 핀터레스트 계정 생성상위 노출하는 방법, 그리고 콘텐츠를 빠르고 효율적으로 제작하는 방법, 그리고 핀터레스트를 응용할 수 있는 비즈니스 모델까지 공개하고자 한다.

02. 인스타그램 vs 핀터레스트의 차이점

핀터레스트에 대해서 공부하기 전에 먼저 인스타그램과의 차이에 대해서 알아보자.

인스타그램과 비교를 하는 이유는 비주얼 콘텐츠 소셜 플랫폼 중에 가장 유사하기도 하고 국내에서 가장 많이 사용하는 SNS 채널이기 때문이다.

두 플랫폼의 차이를 알면 핀터레스트를 어떻게 활용할 수 있는지 인사이트를 얻을 수 있다.

1. 사용 목적



가장 큰 차이는 바로 사용 목적이다. 인스타그램은 이웃들과 관계를 맺고 맺어진 친구들의 스토리들을 공유하거나 참여하는 것이 목적이다. 하지만 핀터레스트의 주 목적은 DIY 프로젝트 창의적인 아이디어를 참고하기 위한 탐색이 주 목적이다. 즉 이웃이 아닌 참고자 하는 콘텐츠의 인사이트를 얻기 위한 방문이 주 목적입니다. 목적이 다르기 때문에 콘텐츠의 스토리텔링 방법도 확연히 다르다.