

성과 사례로 확인하는 성장의 서포터즈 운영

(성장 서포터즈 서비스소개서)

검색 유입 · 마케팅 자산 · 정책 홍보

캠페인의 목표에 따라, 서로 다른 설계와 운영 판단을 요구합니다.

같은 서포터즈라도 무엇을 성과로 볼 것인가에 따라 설계 방식이 달라집니다.

01

상위노출

검색될 가능성이 높은
콘텐츠를 어떻게 확보할까?

34%

콘텐츠 상위노출 달성

02

마케팅 자산

게시물에서 끝나지 않는
미션결과물을 어떻게 만들까?

2차 마케팅 자산확보

03

정책 홍보

생산량·참여·보고를
어떻게 함께 관리할까?

188%

콘텐츠 생산 목표 달성

※ 고객사 비공개 합의에 따라 업종·규모만 공개합니다.

검색 유입(상위노출) 이 중요한 캠페인

서포터즈 참여자가 생산한 콘텐츠를 검색 유입으로 연결하려면, 운영에서 무엇을 설계해야 할까?

플랫폼 서비스

콘텐츠 생산형 서포터즈

운영 규모 1,000명 × 6개월

고객의 과제

잠재고객에게 검색될 가능성이 높은 콘텐츠를 최대한 많이 확보하고 싶습니다.

34%

콘텐츠 상위노출 달성

499만회

검색수 확보

핵심 판단

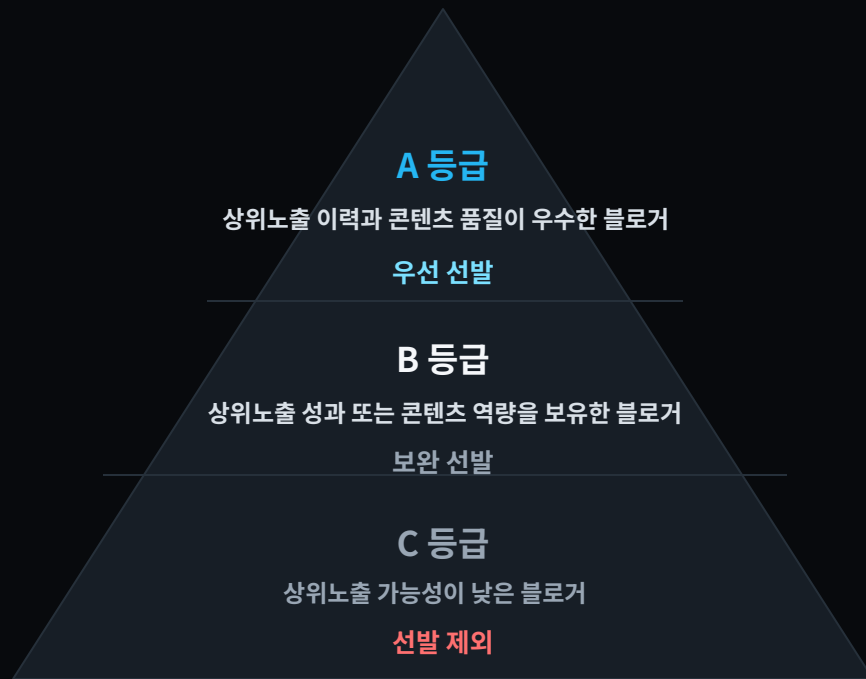
상위노출 성과는 단순히 콘텐츠 수만으로 만들 수 없습니다. 참여자 선발과 콘텐츠 생산 조건을 함께 통제해야 합니다.

※ 고객사 비공개 합의에 따라 업종·규모만 공개합니다.

상위노출 가능성이 높은 블로거를 우선 선발합니다.

모집 과정에서 블로그의 상위노출 이력과
콘텐츠 품질을 평가합니다. 상위노출
가능성이 낮은 등급의 블로거는 배제하고,
높은 레벨의 블로거부터 우선 선발합니다.

블로거 등급 평가



선발 기준

블로그 활동 이력 · 기존 콘텐츠 품질 · 상위노출 이력

검색로직에 부합하는 콘텐츠 작성 가이드를 제공합니다.

네이버 검색로직에 부합하는 상위노출의 조건을 콘텐츠 작성 가이드에 반영합니다. 참여자는 무엇을 어떻게 작성해야 하는지 사전에 이해하고, 이를 준수하지 않은 콘텐츠는 검수 과정에서 같은 기준으로 수정합니다.

상위노출 콘텐츠 작성 가이드

CONTENT GUIDE

키워드	제목 1회 · 본문 3~4회
텍스트 분량	공백 제외 1,500자 이상
이미지 분량	20매 이상
콘텐츠 구성	사용 경험과 구체적 정보가 드러나는 흐름
가이드 제공 → 미션 결과물 검수 → 기준 미준수 항목 수정 관리	

※ 실제 가이드는 캠페인별 키워드와 플랫폼 특성에 맞춰 달라집니다.

검색로직 이해도를 높여, 가이드가 실제 작성으로 이어지게 합니다.

기준을 전달하는 것만으로는 충분하지 않습니다. 현직자 멘토링과 결과물 피드백을 통해 참여자가 왜 이 기준을 지켜야 하는지 이해하고, 다음 결과물에 반영하게 합니다.

기준 전달이 아닌, 이해와 반영의 과정

01

검색 기준 해설

왜 키워드·분량·구성이
상위노출에 영향을 주는지 설명

02

현직자 멘토링

플랫폼·서비스를 이해한 상태에서
미션 결과물을 만들도록 지원

03

결과물 피드백

미준수 항목을 구체적으로
확인하고 수정 기준을 다시 안내

이해도 증진

가이드의 체크리스트를, 참여자가 스스로 적용할 수 있는 작성 기준으로 만듭니다.

상위노출 결과에 연결된 보상으로 참여동기를 강화합니다.

미션 완료만 보상하지 않습니다. 상위노출을
달성한 결과물에 추가 보상을 연결해,
참여자가 콘텐츠 품질을 끝까지 관리할
이유를 만듭니다.

성과에 따라 커지는 보상 구조

상위노출 달성

미니 시상식 · 상금 · 추천형 추가 리워드

작성 기준 충족

기준 충족 결과물에 대한 추가 확인

미션 완료

기본 활동 리워드

완료 자체보다 더 좋은 결과에 도전하도록, 보상 구조도 성과 목표에 맞춰 설계합니다.

마케팅 자산 확보가 중요한 캠페인

서포터즈 미션결과물을 광고와 마케팅에
다시 쓸 수 있는 자산으로 만들려면, 무엇을
처음부터 통제해야 할까?

앱 서비스

마케팅 서포터즈

운영 규모 30명 × 3개월

고객의 과제

단순 게시물보다, 광고·공식 채널에서 다시 쓸 수 있는 미션결과물이 필요했습니다.

광고기획·소재

미션결과물 생산

2차 마케팅 자산확보

핵심 판단

활용 가능한 미션결과물은 게시 후에 고르는 것이 아니라, 참여자 선발과 품질 기준을 정하는 순간부터
만들어집니다.

※ 고객사 비공개 합의에 따라 업종·규모만 공개합니다.

서비스 이해도가 높은 참여자를 선발합니다.

플랫폼 앱의 기능과 사용 맥락을 이해하는
결과물을 만들기 위해, 마케팅·개발
전공자를 선발했습니다. 결과물의 품질은
미션 시작 전 참여자의 이해도에서부터
결정됩니다.

선발 기준

마케팅 전공

사용자 관점 · 시장 이해 ·
광고 메시지 기획

개발 전공

기능 이해 · 서비스 구조 ·
기술적 표현의 정확성

플랫폼 앱 이해도를 갖춘
참여자 구성

양질의 미션결과물을 판단하는 기준을 먼저 수립합니다.

광고와 공식 채널에서 다시 활용할 수 있는 미션결과물의 조건을 미리 정의하고, 그 기준으로 검수했습니다. 사전 검수는 이 기준을 적용하는 과정이지, 기준 자체가 아닙니다.

미션결과물 품질 기준

01	서비스 이해	기능과 사용 맥락을 정확히 설명했는가
02	기획력	메시지와 소재가 목적에 맞게 구성됐는가
03	표현력	사용자의 관심을 끄는 방식으로 전달됐는가
04	활용 적합성	광고·공식 채널에서 다시 활용할 수 있는가

검수 방식

미션결과물을 제출 받은 뒤 평가하는 것이 아니라, 사전에 정한 품질 기준으로 확인하고 수정합니다.

저작권 및 2차 활용에 동의한 참여자만 선발합니다.

모집·계약 단계에서 미션결과물의 저작권 및 2차 활용 조건에 동의한 참여자만 선발합니다. 결과물을 만든 뒤 활용 권한을 다시 협의하지 않도록, 선발 단계에서부터 조건을 명확히 합니다.

모집·계약 단계

PARTICIPATION AGREEMENT

- ✓ 미션결과물 저작권
- ✓ 2차 활용 동의
- ✓ 활용 채널·기간
- ✓ 계약 조건 확인

동의 완료 참여자

광고 소재

공식 채널

2차 콘텐츠

활용 권한이 확보된 미션결과물만
브랜드의 마케팅 자산으로 연결합니다.

정책 홍보에서 성과와 운영 안정성이 모두 중요할 때

정책 홍보처럼 목표 생산량, 참여자 관리,
보고까지 함께 달성해야 할 때 서포터즈
운영은 어떻게 설계되어야 할까?

공공기관

정책 홍보 서포터즈

운영 규모 10명 × 6개월 × 2회

고객의 과제

생산량·참여자 활동·보고를 같은 기간 안에 안정적으로 관리해야 했습니다.

376건

콘텐츠 생산

188%

콘텐츠 생산 목표 달성

핵심 판단

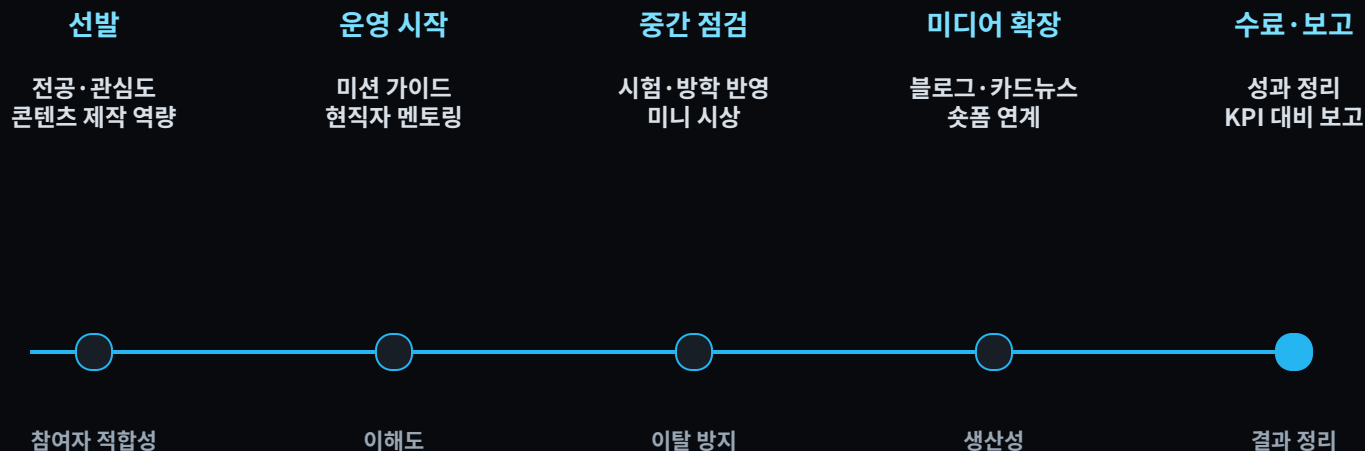
운영 안정성은 모집 이후에 관리하는 것이 아니라, 선발·일정·동기·미션 구조를 함께 설계할 때
만들어집니다.

※ 고객사 비공개 합의에 따라 업종·규모만 공개합니다.

활동을 끝까지 이어가고, 보고 가능한 결과로 남긴 운영 설계

선발, 일정, 동기, 미디어 설계를 한 개의 운영
캘린더 안에서 관리했습니다.

운영 캘린더

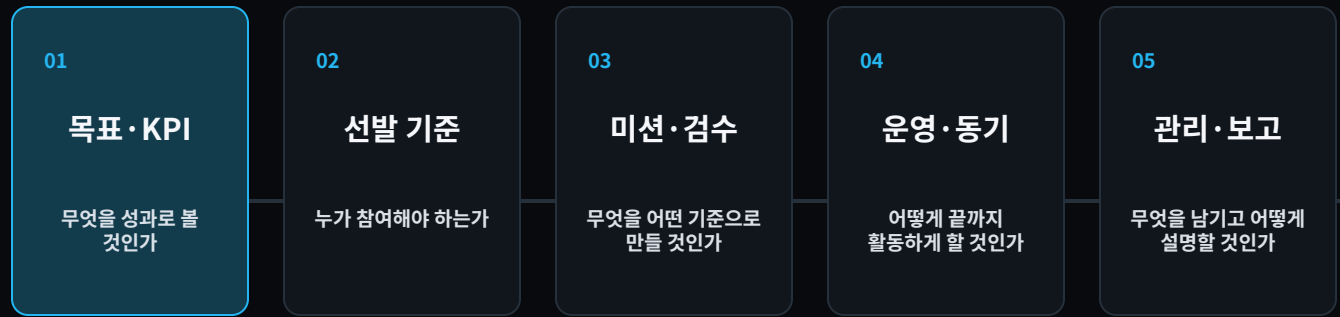


운영 포인트

활동의욕은 보상으로, 이탈은 일정 설계로, 콘텐츠 수량은 미디어 다변화로 관리합니다.

세 사례는 달랐지만, 성과를 만든 운영 원리는 같았습니다.

각 사례마다 중점은 달랐지만, 성과 목표를
운영 기준으로 바꾸고 끝까지 관리한다는
원리는 같았습니다.



사례 1은 선발 기준과 콘텐츠 작성 조건에, 사례 2는 미션결과물의 품질 기준과 활용 권한에, 사례 3은 운영·보고 체계에 더 무게를 두었습니다.

성장은 캠페인 조건에 맞춰 운영 방식을 설계합니다.

브랜드가 목표, 기간, 예산, 핵심 승인 기준을
정하면 성장은 이를 달성하기 위한
참여자·미션·검수·보상·보고 방식을
구체적인 계획으로 제시합니다.

캠페인 조건에 대한 성장의 질문과 답

Q1 상위노출을 늘리려면, 누구를 뽑아야 할까?

블로그 상위노출 이력과 콘텐츠 완성도를 평가해 선발 기준을 설정합니다.

Q2 광고에 다시 쓸 결과물을 얻으려면, 무엇을 사전에 합의해야 할까?

미션결과물의 품질 기준과 저작권·2차 활용 동의 조건을 사전에 설계합니다.

Q3 전 과정의 결과를 어떻게 입증할까?

미션·참여·성과 데이터 기준과 보고 주기를 정해 결과를 보고 가능한 형태로 남깁니다.

성장이 먼저 제시하는 것

캠페인 목표를 달성하기 위한 운영 기준과, 성과를 입증할 구체적인 실행 계획

**좋은 미션결과물이라는
모호한 요구를, 참여자와
검수자가 함께 이해할 수
있는 기준으로 바꿉니다.**

캠페인마다 다른 성과 목표를, 참여자가
실제로 만들고 검수자가 확인할 수 있는
구체적인 항목으로 정리합니다.

캠페인별 평가표 예시

성과 목표	평가 항목	확인 기준
검색 유입	상위노출 조건	키워드·분량·이미지·구성 기준 충족
마케팅 자산	미션결과물 품질	서비스 이해·기획력·표현력·활용 적합성
정책 홍보	활동·생산·보고	미션 이행·생산 목표·KPI 대비 결과

평가표가 있으면 참여자는 무엇을 만들어야 하는지 알고, 브랜드는 무엇을 결과로 인정할지 미리 합의할 수 있습니다.

보고 가능한 결과로 정리합니다.

결과를 모아서 전달하는 데 그치지 않습니다. 운영 과정과 성과 데이터를 고객사가 확인하고, 다음 판단에 활용할 수 있도록 세 종류의 보고서로 제공합니다.

보고서 제공 구조

01	실시간 보고서	모든 RAW DATA, 실시간으로 확인	참여자 · 미션 상태 · 결과물 · 링크 · 정산 현황
02	정기보고서	1개월 또는 미션 단위	유의미한 지표 · 분석 · 인사이트 · 이슈와 대응
03	최종 업무보고서	캠페인 전체 기간	종합 성과 · KPI 대비 결과 · 분석 · 인사이트

운영 과정부터 최종 성과까지, 필요한 수준의 데이터와 분석을 단계별로 제공합니다.

브랜드는 방향을 승인하고, 성장은 실행을 전담합니다.

기획부터 정산과 결과 보고까지, 브랜드에게
남는 일은 핵심 기준을 결정하고 승인하는
일입니다.

브랜드가 하는 일

핵심 방향
결정 · 승인

목표 · 예산 ·
핵심 기준

성장이 전담하는 일

01	기획	KPI·보상 체계 설계
02	모집·선발	모집·심사·계약
03	운영·검수	미션·검수·참여 관리
04	정산·보고	정산·증빙·성과 보고

전담 범위: 운영 설계 · 모집 · 선발 · 가이드 · 미션 운영 · 미션결과물 검수 · 참여자 관리 · 정산 · 결과 보고

우리 캠페인에는 어떤 운영이 필요할까요?

목표, 기간, 참여 규모, 미션결과물 활용 계획을 바탕으로
맞는 운영 방식과 건적 범위를 함께 설계합니다.

상담 신청하기 →