

페이스북 사용설명서 (ver.1.6)

▣ WHY? 페이스북인가!

페이스북은 손쉽게 만들어 이용할 수 있는 ‘개인’ or ‘단체’, ‘기업’ 홈페이지입니다

기존에 개인이나 기업이 홈페이지를 운영하려면 홈페이지 주소(도메인)를 구입하고, 호스팅 업체에 홈페이지를 올릴 가상의 공간을 임대하고(호스팅), 웹프로그래머와 웹디자이너가 관리해야 했습니다. 물론 네이버 블로그나 다음 카페, 싸이월드 미니홈피, 티스토리 블로그 같은 무료로 홈페이지를 운영할 수 있습니다.

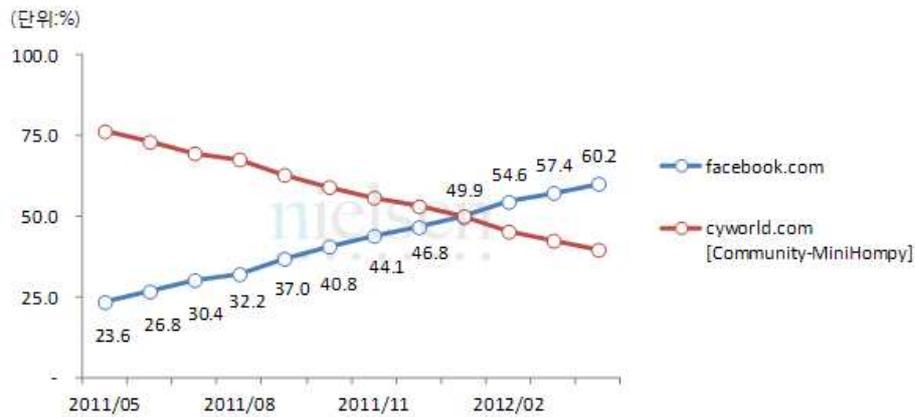
페이스북이 위의 홈페이지들과 결정적인 차이는 철저히 인맥에 기반한 네트워크 서비스이며 국내의 간판적 SNS서비스인 ‘싸이월드 미니홈피’가 이용자가 한정된 공간에 머물러 있도록 닫힌 구조였다면 페이스북은 2007년, 리눅스처럼 소스를 공개해 지금까지 엄청난 변화를 거쳐왔고 앞으로도 그럴 것입니다. 페이스북은 기본적으로 ‘열린 구조’로 설계되어 있으며, 즉 ‘개방성’이 강한 채널입니다.



페이스북은 현재 전 세계적으로 11억 명(월사용자, MAUs)이 사용하고 있으며, 페이스북이 기업공개(IPO), 나스닥 상장당시 시가총액이 1,000억 달러에 이르러 구글의 강력한 경쟁자로 부상하기 시작했습니다. 페이스북 CEO '주커버그'는 새로운 그래프엔진을 설명하는 자리에서 페이스북에는 2400억 건의 사진, 1조건의 링크 등 각종 SNS정보가 축적되어 있다고 말한 바 있습니다.

페이스북이 포털사이트에 축적된 데이터와의 결정적인 차이점은 바로 ‘사람에 대한 정보’ 자체가 온전히 ‘빅데이터’ 형태로 존재하고 있다는 것입니다.

페이스북의 이용자 수는 2013년 3월 기준, 월 11억 1천 만명, 매일 접속자 6억 6천 만명, 모바일 접속자 월 7억 5천 1백만명, 일평균 45억 개 좋아요 클릭 되었으며, 2013년 5월 기준 매일 47억 5천만 개의 콘텐츠가 공유되고 있습니다. 페이스북은 2011년 이미 국내 간편적 SNS인 '싸이월드 미니홈피'를 추월했습니다. 더욱이 '싸이월드 미니홈피'의 주된 이용자층이 10, 20대 위주였다면 페이스북은 30, 40대까지 이용률이 급격하게 늘고 있어 싸이월드 미니홈피 보다 더 폭넓은 사용자층을 형성하고 있습니다.



(Source: Nielsen KoreanClick Behavioral Data)

페이스북은 개인이 자신의 브랜드를 극대화 하여 자신의 가치를 높이려 하거나, 기업이 자신들의 상품이나 서비스를 필요로 하는 '고객'에게 1:1 제공해 기업의 브랜드 가치를 높이고 매출을 극대화하려거나 할 때, 페이스북을 대체할 만한 시장은 현재로서 존재하지 않기 때문입니다. 페이스북 시대는 이미 시작되었고, 페이스북 시대가 '타임라인'이 되어 흘러가고 있습니다.



▶ HOW?, 페이스북 주요 기능의 이해하기

시각적으로 보이는 것을 기준으로 한다면, 기본적인 페이스북 구조는 아래 화면처럼 보입니다. 가입 시 등록한 계정으로 로그인하면 자신이 올린 글과 친구들이 올린 글들을 볼 수 있는 '뉴스 피드'가 가장 먼저 눈에 띄게 됩니다.



• 뉴스피드(News Feed)

자신이 올린 글(유튜브 공유, 트위터 리트윗 포함)과 친구들의 올린 모든 글을 한 번에 볼 수 있습니다. 싸이월드에서 일촌들이 올린 글들을 사이홈피를 일일이 찾아다니지 않아도 한꺼번에 보기가 가능한 '모아보기'와 비슷하지요. 뉴스피드는 엄밀히 말하면 '개인 공간'은 아닙니다. 자신과 친구들이 생산한 '뉴스 콘텐츠'들이 한 곳에 모이는 곳으로 생각하면 됩니다. 아래 빨간색 테두리가 크게 쳐진 부분이 '뉴스피드'입니다. 참고로 좌측에 정사각형 빨간색 테두리는 뉴스피드에 올라온 게시글 중에 원치 않는 게시글을 감추는 기능을 가진 탭입니다.

그 다음으로 페이스북을 이해할 때 가장 기본적인 용어가 개인 '프로필(profile)'과 기업 '페이지(page)' 개념입니다. 개인 프로필(profile)은 페이스북 회원에 가입하고 나면 자동으로 생기며, 아래와 같은 페이지입니다.

• **프로필(Profile)** : 페이스북 회원에 가입하고 나면 자동으로 생기며, 한 계정당 5,000명까지 친구를 추가할 수 있습니다.

개인 프로필은 친구를 추가해 관리할 수 있기 때문에, 친구가 많아지거나 전문적으로 페이스북을 사용하려는 기업이나 유명인의 경우에는 "페이지(page)"를 만들어 사용하게 됩니다. 페이스북에서는 상업적인 (혹은 비상업적이어도 단체인 경우) 용도로 계정을 개설하려면 "페이지"란 개념의 계정을 사용해야 합니다. 아래 페이스북 화면은 "페이지"로 개설한 것입니다. 보이는 겉모습은 개인 '프로필(profile)'과 같습니다.



→ 커버

→ Custom Tab (커스텀 탭)

→ 타임라인

• **페이지(Page)** : 팬 페이지라고 지칭하기도 하며, 특정 상품이나 브랜드, 유명인, 기업에서 제작, '친구'가 아닌 '좋아요'를 통한 '팬'을 무한대로 만들 수 있습니다. 공개적으로 운영하기 때문에 '팬'이 아닌 사람도 페이지를 포스팅을 볼 수 있으며, 여러 명이 동시에 관리할 수 있는 기능을 제공합니다. 페이지에 대한 통계를 볼 수 있고, 페이지를 커스터마이징해서 사용할 수 있습니다 (자세한 설명은 '커스텀 탭'에서 설명)

• **커스텀 탭(Custom tab)** 커버 이미지 밑에 들어가는 메뉴들을 '페이지 앱'이라고 부릅니다. 다른 말로 '메뉴 탭'이나 '커스텀 탭 Custom Tab'이라고도 합니다. 타임라인이 적용되기 전에 좌측 메뉴들 탭 앱(tab app)이라고 불렀습니다. 기본적으로 사진, 좋아요, 동영상, 이벤트 앱이 깔려 있으며, 추가적으로 '사진 공유 앱'이나 '설문조사 앱' 같은 다양한 앱을 설치하거나, 기존에 앱을 활용해서 '회사 및 브랜드 소개'를 멋지게 표현할 수 있습니다.

아무래도 페이스북이 외국에서 개발한 것이다 보니 이런 곳에 메뉴를 추가하시려면 "Facebook Page Custom Tab"이라고 구글링해보시면 많은 정보를 얻으실 수 있을 것 같습니다. 이런 페이스북 "페이지"를 적절하게 꾸미기 위해서 몇몇 앱이 있습니다 (wix, iwipa, woobox, tradablebits 등).

• **담벼락** : 담벼락은 현재 페이스북의 '타임라인'의 <구 버전>입니다. 아직 '담벼락'을 사용하는 유저들이 있기에 '용어'의 혼선이 있습니다. 쉽게 설명하면 내가 글을 쓰는 공간입니다.

• **타임라인(Time Line)** : '타임라인'은 페이스북의 가장 핵심적인 기능을 담고 있는 부분입니다. 사전적 의미로는 '연대표(chronology)', '시간표'란 뜻이 있습니다. 오른쪽 빨간 상자에 보면 연대가 보이시죠? 이게 타임라인을 가장 잘 표현해 주는 것인데요, 년도별로 이동해서 포스팅을

볼 수 있습니다.

‘기업 페이지’를 두고 타임라인을 이해하면, 기업의 활동이 히스토리가 연대별로 한 눈에 쏘옥 들어오기 때문에 광고주에게 매력 만점입니다. 과거시점으로 글을 올릴 수 있고(지난 사진을 한참 뒤에 정리할 수 있습니다) 포스팅 메뉴를 강조해서 크게 보여주는 ‘하이라이트’ 기능을 구현할 수 있습니다. 또한 중요한 공지나 뉴스를 제일 최상단 포스팅으로 ‘고정’할 수 있습니다. 타임라인이 적용되면서 커버스토리로 브랜드를 표현해줄 수 있게 된 점도 매우 훌륭합니다.

‘개인 프로필(profile)’에서 타임라인은 사용자의 역사를 말해주는 사진, 소식, 경험을 한데 모은 것입니다. 글을 쓰는 <입력상자>는 같지만 타임라인의 기능과 모양이 ‘기업 페이지’와 다릅니다. 나의 생각의 글로 표현하고 사진과 동영상 콘텐츠를 올릴 수 있으며, 직업&학업, 가족관계, 여행 정보를 올릴 수 있는<중요 이벤트>기능이 구현됩니다. ‘활동로그’는 페이스북 사용자의 페이스북 초기부터 현재까지 활동이력이 시간 순에 따라 기록됩니다.

‘로그(log, 배, 비행기 등의 항해일지)’란 말은 말 그대로 ‘시간이 흐름에 따라 데이터가 기록’된다는 의미이니 ‘타임라인’을 가장 잘 설명해 주는 말입니다. 개인 프로필의 타임라인에서 제공하는 기능은 커버 사진 추가, 기본 정보 편집, 과거 소식으로 바로 이동하기, Facebook 활동로그 보기, 강조하려는 소식에 별 표시, 중요 이벤트 추가, 상태 업데이트, 사진 보기 및 추가, 앱 활동 공유, 이달의 하이라이트 표시입니다.

기업 페이지와 개인 프로필 모두 오픈 그래피티가 적용되는데요. 사용자의 액션이 모두 기록되는 개념으로 ‘좋아요’를 표시한 페이지를 보여주거나, 어떤 음악을 들었는지, 어떤 뉴스를 보았는지 알 수 있습니다. 페이스북 친구들의 기호를 파악할 수 있고, 광고주는 오픈 그래피티를 통해 기업을 더욱 부각할 수 있는 사항을 보여줄 수 있습니다.

페이스북의 타임라인의 구 버전이 ‘담벼락’이지만 타임라인은 이전 ‘담벼락’에서는 없었던 사진, 동영상을 더 돋보이게 하고 활동기록을 유무를 자유롭게 설정하는 등 편의기능이 대폭 강화되었습니다. 기존 페이스북 사용자들이 ‘담벼락’을 ‘타임라인’으로 변경하면 이전으로 돌아갈 수 없습니다. **타임라인**은 ‘동영상편집’을 한 번이라도 한 유저들에게는 익숙한 말인데 처음 보시는 분은 낯선 용어입니다. 사전적 의미는 ‘역사를 기록한 연표’, 그러니까 ‘시간순서 대로 무엇인가를 기록한 것’인데 **페이스북에서는 한 개인 또는 기업의 활동이력을 시간 흐름에 따라 고스란히 기록해 나간 곳 으로** 이해하면 좋을 듯 합니다.

- **친구** : 페이스북은 한 계정당 5,000명까지 친구를 추가해 관리할 수 있습니다. 5,000명이 넘게 친구가 있다면 별도 계정을 만들면 됩니다. 페이스북에서 제공하는 메일, 휴대폰번호를 이용한 다양한 친구 찾기 방법으로 인맥을 찾아 자신의 친구로 등록할 수 있으며 친구가 되면 자신의 게시물과 친구의 게시물을 서로 볼 수 있고 공유할 수 있으며 게시물을 ‘전체공개’로 할 경우 ‘친구의 친구’도 게시물을 볼 수 있으며 단순히 ‘받아보기’도 가능합니다. 물론 게시물의 공개범위를 타임라인의 커버 상단 우측 코너의 <설정> 버튼을 클릭해 변경할 수 있습니다.

- **그룹** : 다음사이트의 ‘카페’ 커뮤니티 유사합니다. 공개, 비공개, 비밀 그룹을 설정할 수 있고

단체쪽지, 채팅이 가능합니다. 포털사이트의 '카페'와 차이점은 기존의 카페는 운영자가 만든 후 가입신청을 받고 승인 후 이용할 수 있지만, 페이스북의 그룹은 운영자가 '친구' or '친구의 친구'를 승인 없이 가입(포함)시킬 수 있습니다. 이것이 가능한 것은 그룹의 구성원이 나를 추천하면 가입이 가능하기 때문입니다. 이것이 싫다면 해당 그룹을 클릭 후 <그룹탈퇴>를 클릭해 주시면 됩니다.

페이스북 그룹 300개의 그룹 활동이 가능하며 그룹멤버 수는 제한이 없습니다. 그룹명은 250명이 되면 변경이 가능하고 그룹 내 채팅 가능인원 수는 250명이며 페이지 팬 수 역시 제한이 없습니다.

- **노트** : 타임라인에는 '입력상자'을 통해 기록할 수 있는 글은 420자로 제한이 되어있어 그 이상의 긴 글을 쓰려면 노트를 사용해야 합니다. '일기', '에세이', '칼럼', '여행 후기', '경험담' 등을 이미지를 곁들이거나 유튜브 동영상을 링크를 포함시켜 자유롭게 기록할 수 있습니다.

- **좋아요** : 페이스북이 이용자들에게 매력적으로 다가서게 된 것이 바로 '좋아요'라는 공감표시입니다. 자신이나, 친구들이 게시물에 '좋아요'를 클릭함으로 '공감대'를 높여서 친밀감을 더해주고 유대감을 극대화 시켜줍니다. '좋아요'의 수가 자신의 인기 척도를 가늠해 볼 수도 있게 되니 '스타'가 부럽지 않은 만족감을 가져다 주기도 합니다.

- **메세지** : 페이스북 내에서 '친구'들에게 메시지를 서로 주고받을 수 있습니다. 온라인 상태라면 실시간 채팅이 가능하고 사진, 문서, 음악파일들을 전송할 수 있으며 첨부파일 최대 용량은 10MB입니다.

- **사진** : 페이스북 사진첩은 1개의 사진첩에 200장의 사진을 등록할 수 있으며, 사진 1개당 50명까지 태그(tag)가 가능합니다. 사진첩 개수는 제한이 없으며 모바일로 사진첩을 만들 경우 사진의 개수가 100장이 넘게 되면 자동으로 사진첩이 생성됩니다.

- **앱(App)** : <앱>이란 '어플리케이션(application)'의 줄임말 이며 <응용프로그램>이란 말입니다. 회사나 가정에서 쓰는 컴퓨터에 뭔가를 설치할 때 우리는 프로그램을 설치한다고 합니다. 비슷한 말로 소프트웨어나 어플리케이션이란 말도 있지만, 우리는 윈도우즈, 아래아한글, MS오피스 들을 프로그램이라고 합니다. 신문이나 언론매체에서는 여러 가지 표현을 쓰지만 우리는 이런 것 들을 통상적으로 "프로그램"이라고 말해왔습니다. 반면에 스마트폰에 설치하는 응용프로그램을 APP(앱)이나 어플이란 용어를 쓰고 있습니다. 이유는 모르겠지만 페이스북에서는 프로그램 단위를 '앱'이라는 표현을 씁니다. 그래서 위 페이스북의 Custom Tab 존 에 들어가는 모든 프로그램이나 메뉴들은 '앱'이라고 부릅니다.

- **앱센터** : 페이스북이 제공하는 '응용프로그램'을 설치해 사용할 수 있으며 현재는 '게임'이 주 대상이며 페이스북 안에서만 이용할 수 있습니다.

▣ PLUS+, 페이스북 마케팅 용어 정리

- 아래의 용어들의 페이스북관 관련된 분석이나 통계수치를 볼 때 참고가 됩니다.

- 충성도(loyalty) : Weekly Customer Loyalty
- 주 단위로, 내글에 얼마나 많은 사람이 반응을 보였는지 정도

$$Loyalty = \frac{\frac{Contents\ Likes + Comments + Shared + Comment\ Likes}{Weekly\ Post}}{Weekly\ Fans}$$

*Content Likes + Comments + Shared + Comments Likes = Page Weekly Activity

- 인게이지먼트(engagement) : Page Total Engagement
- 내 글에 얼마나 많은 사람들이 반응을 보였는지 정도

$$Engagement = \frac{\frac{Contents\ Likes + Comments + Shared + Comment\ Likes}{Total\ Post}}{Total\ Fans}$$

*Content Likes + Comments + Shared + Comments Likes = Page Total Activity

- Fans : Page Total Fans
- 팬 : 내 페이지 팬의 수
- TAT : Page Total People Talking About This
- TAT : 한 개의 게시글 포스팅에 팬들이 반응을 보인 수치
- Post : Weekly Post
- 포스트 : 한 주에 올린 게시글의 수
- Likes : Weekly Post Likes
- 좋아요 : 한 주에 올린 게시글에 어느 정도의 좋아요가 있는지 정도
- Shared : Weekly Post Shared
- 공유 : 한 주에 올린 게시글에 몇 건의 공유가 있었는지 정도
- Comments : Weekly Comments
- 댓글 : 한 주에 올린 게시글에 몇 개의 '좋아요'가 있었는지 정도
- Unique Users (like) : Weekly Like Users
- 좋아요를 누른 고유사용자 : 한 주에 '좋아요'를 한 사람 (계정)
- Unique Users (comment) : Weekly Comment Users
- 댓글을 단 고유사용자 : 한 주에 '댓글'을 단 사람 (계정)