

makers

voice & tone

guideline

목차

1. 이렇게 활용하세요 4

2. 메이커스 글쓰기 시작하기 6

1. 비전과 미션

1. 비전 : 공동체에 기여하는 제조업의 새로운 패러다임 만들기
2. 미션 : 새로운 제품이 재고라는 허들을 넘을 수 있게끔
제작자와 고객을 연결하기
3. 태그라인 : 가치 있는 생산, 기분 좋은 생활

2. 메이커스를 설명하는 5가지 관형어

1. 믿을 만한
2. 신선한
3. 간결한
4. 함께하는
5. 지속 가능한

3. 메이커스 페르소나

3. 메이커스 글쓰기 원칙

11

1. 고객에게 신뢰를 강요하지 않습니다.
2. 고객의 발견을 돕습니다.
3. 고객의 시간을 빼앗지 않습니다.
4. 고객의 감수성을 존중합니다.
5. 고객에게 사회적 가치를 가장하지 않습니다.

4. 메이커스 영역별 가이드

27

1. 메인카피
2. 오픈예정 카피
3. 상세페이지

1.

이렇게 활용하세요

메이커스에서 펜대를 쥐는 사람은 다양합니다. 카피라이터는 물론이고 MD, 서비스 기획자, 디자이너에 이르기까지, 많은 사람이 서비스에 노출되는 문장을 직접 쓰고 고치죠. 여기서 관건은 ‘어떻게 해야 누가 글을 쓰든 고객에게 동일한 사람과 대화하는 듯한 느낌을 줄 수 있는가’입니다. 그렇다면 복잡한 협업 과정에서도 일관된 톤과 목소리를 유지할 수 있도록 우리를 인도하는 방향키는 무엇일까요.

Q. “메이커스다운가?”

A. 이 질문이야말로 서비스에 사용된 커피의 적절성 여부를 판가름할 궁극적인 리트머스라 할 수 있겠습니다. 톤에 어긋나는지, 이전부터 메이커스가 내오던 목소리와 다른지 판단할 수 있는 가장 간단한 기제인 셈이죠. 하지만 **메이커스다운**이 정의되지 않는다면 이 질문은 동어반복에 불과할 뿐. 그렇기에 메이커스다운이란 그릇에 내용을 채워 넣고자 했습니다.

이미 모든 구성원이 이곳에서 메이커스다운을 매일 수행하고 있는 만큼, 특별히 낯설게 읽힐 내용은 없습니다. 다만 우리의 암묵지가 의심될 때, 무엇이 메이커스다운인지 헷갈릴 때 언제든지 찾아주세요. 어떻게 문장을 써 내릴지 암담할 때엔 바로

3. **메이커스 글쓰기 원칙**을 훑어보셔도 좋습니다.

2.

메이커스 글쓰기 시작하기

매주 새로운 제품을 공개하는 공동주문 커머스,
배송 시간이 긴 만큼 가치 있는 제품을 전달하는
주문제작 서비스, 라이프스타일을 제안하는 큐레이션 등.
메이커스 하면 떠오르는 문장을 나열해 보았습니다.
이런 연상고리를 거슬러 올라가며 우리의 비전과 미션,
가치를 정리했습니다. 어떤 태도로 서비스 카피를
써야 할지 막막하다면, 이 대전제로 돌아와주세요.

1. 비전과 미션

메이커스는 카카오의 소셜 임팩트 조직으로 첫발을 내디뎠습니다. 소셜 임팩트는 공동체의 문제를 해결하며 재무적 성과 또한 놓치지 않는 CSR 방법론을 뜻하죠. 제조업의 발목을 잡는 재고가 우리 앞에 놓인 숙제였습니다. 이를 해결하기 위해 메이커스가 선택한 방식은 고객의 수요를 예측해 필요한 만큼만 만드는 주문제작이었죠.

메이커스 임팩트



생산 비용의 낭비를 최소화해 제작자가 양질의 신제품을 더 많이 선보이는 선순환 구조. 제조업의 새로운 패러다임을 만들기 위해 메이커스가 그린 설계도입니다.

이러한 메이커스 모델을 구현할 원동력은 결국 고객입니다. 이를 위해 우리는 공동주문 방식을 적극적으로 채택하고, 대형 제조사로 영역을 확장하며 견실한 서비스로 성장하고 있습니다. 고객이 필요로 하는 만큼 만들어 공동체를 이롭게 한다는 메이커스의 DNA를 유지하면서 말이죠.

비전 공동체에 기여하는 제조업의 새로운 패러다임 만들기

미션 새로운 제품이 재고라는 허들을 넘을 수 있게끔
제작자와 고객을 연결하기

태그라인 가치 있는 생산, 기분 좋은 생활

2. 메이커스를 표현하는 5가지 관형어

메이커스의 비전과 미션은 아래 5가지 관형어로 구체화합니다. 글을 쓰기 전 메이커스의 가치를 담고 있고, 메이커스가 닦고 싶은 이 5가지 표현을 떠올려보세요. 무엇이 메이커스다운지 헷갈릴 때마다 글쓰기 태도를 점검하는 체크포인트가 되어줄 겁니다.

1. **믿을 만한**

믿고 살 수 있는 제품을 믿음직스러운 방식으로 소개한다.

2. **신선한**

새로운 제품을 기꺼이 발견하도록 호기심을 유발한다.

3. **간결한**

고객이 필요로 하는 정보를 간결하게 전달한다.

4. **함께하는**

제작자와 고객, 고객과 서비스를 연결한다.

5. **지속 가능한**

필요한 만큼만 만들고, 생태계를 배려하는 방향으로 나아간다.

3. 메이커스 페르소나

이제 여러분이 메이커스라는 배역을 더 자연스럽게 연기할 수 있도록 가상의 인격체를 만들어보겠습니다. 서비스 구성원이 정의한 메이커스다움과 5가지 형용사, 우리 고객이 인지한 이미지를 토대로요. 처음엔 조금 어색하겠지만, 글쓰기에 생생한 목소리를 불어넣는 데 힌트를 줄 겁니다.

참고로 메이커스의 인상에 대한 질문을 던졌을 때, 327명의 고객 중 40%가 '신선함'을, 21%가 '신뢰'를, 10%가 '실용'을 떠올렸다고 합니다.

당신에게 더 나은 생활을 제안하는 라이프 큐레이터

전문성을 갖췄지만 산뜻한 애티튜드의
30대 중후반 미혼 여성 김명선 씨
리빙 편집샵 팀장, ISFJ



성격

한마디로 말하자면 외유내강이겠네요. 차분하고 부드러운 태도 속 강단이 돋보입니다. 말할 때는 핵심으로 바로 들어가고, 차분한 언변으로 듣는 이를 잘 설득하죠. 되도록 생각하는 대로 행동하려 하지만 타인의 의견을 폭넓게 받아들입니다. 싫어하는 단어는 '거품'. 과한 치장이나 호들갑을 꺼립니다. 표정과 감정을 겉으로 잘 드러내지 않는 편이라 가끔 본심을 읽기 힘들다는 평을 받습니다.

업무 스타일

“내 고객에게 친절하지만 파트너사도 그렇게 생각할까?” 가격과 퀄리티를 모두 생각하는 깐깐함이 돋보입니다. 두 가지를 모두 잡으려는 강박감이 있어 파트너사와 왕왕 부딪히죠. 신선하거나 품질이 좋거나. 물건을 들어올 때 김명선 씨가 택한 기준입니다. 신선한 제품으로 이목을 끌고, 품질 좋은 제품으로 매출을 견인합니다. 가끔 이 두 가지 기준 중 우선순위가 헛갈릴 때도 있죠.

손님이 들어오면 우선 눈으로 훑습니다.
 스스로 고를 수 있도록 개입하지 않되, 설명을
 요청하면 간결하게 정리해주죠. 제품을 설명하는
 보드를 곳곳에 세워둘 정도로 세심한 편입니다.
 고객의 목소리에 민감하게 반응하며 사소한
 질문도 메모해두는 습관이 있습니다.
 작은 단서라도 기록해두었다가 파트너사에 말을
 전하곤 하죠. 이렇게 모든 걸 책임지려는 태도가
 번아웃으로 이어질 때도 있습니다.

취향

비건은 아니지만 그들의 라이프스타일이
 정당하다고 생각하며, 간헐적으로 실천해보기도
 합니다. 카페에는 텀블러를 꼬박꼬박 챙겨가는
 편이죠. 라이프스타일 매거진을 자주 꺼내
 읽습니다. 인스타그램의 피드 톤은 최대한
 일관되게 맞추려고 하죠. 어렸을 적 라디오에
 사연을 응모하는 족족 선정된 경험도 있답니다.

참고: 20년 3/31~4/7 고객조사 총성고객 156명, 일반고객 171명 응답

* 중복응답가능

구매 이유

신선함 > 신뢰 > 실용 > 주문제작 > 세련

신선함: "유용한 아이디어 상품", "매주 새로운 상품 만나볼 수 있다"

신뢰: "검증된 제품을 소개", "믿고 살 수 있다"

신선함	131	40.1%
신뢰	69	21.1%
실용	33	10.1%
주문제작	23	7.0%
세련	12	3.7%
총 응답자	327	

아쉬운 점

제품 > 배송 > 서비스

제품: "더 다양한 제품을 만나보고 싶다.", "신선한 아이디어 상품이 많았으면 좋겠다"

배송: "배송기간이 너무 길다." "배송비를 각각 결제하는게 불만이다"

서비스: "장바구니 기능이 필요하다", "재주문을 언제 할 수 있는지 알고 싶다"

제품	107	54.9%
서비스	17	8.7%
배송	33	16.9%
총 응답자	195	

구매할 때마다 스스로 질문을 던져보세요.

Q. "이럴 때 김명선 씨라면 어떻게 썼을까?"

3.

메이커스 글쓰기 원칙

메이커스 글쓰기의 각론입니다. 우리의 비전과 미션, 서비스 페르소나를 구체적인 지침으로 녹여냈죠. 어떤 문장이 메이커스에 적합할지 확실치 않을 때, 이 영역을 참조하세요.

1. 고객에게 신뢰를 강요하지 않습니다.

14

합쇼체가 표준, 해요체는 예외입니다. 후자는 패션, 잡화, 간편식 등 감성 소구가 필요한 제품을 설명할 때, 질문을 던지거나 청유할 때 부분적으로 사용합니다.

과장 없는 말씨로 제품을 소개합니다.

공격적인 광고성 문구를 지양합니다.

표준어와 한국어 어문 규범을 따릅니다.

유행어, 합성어 등을 보수적으로 사용합니다.

되도록 긍정적인 말꼬리를 사용합니다.

다른 제품과 비교하지 않습니다.

2. 고객의 발견을 돕습니다.

17

제품에 대한 호기심을 유발합니다.

제품을 구체적으로 묘사합니다.

클리셰를 피합니다.

제품이 고객의 문제를 어떻게 해결하는지 드러냅니다.

고객이 해당 제품이 필요할 만한 상황을 제안합니다.

제품의 원리를 충분히 이해한 뒤 외당게 표현합니다.

마감하기 전 고객 입장에서 다시 읽어봅니다.

3. 고객의 시간을 빼앗지 않습니다.

21

뜻 없이 공간을 차지하는 어휘는 생략합니다.

중복을 피합니다.

피동형 대신 능동형으로 간결하게 씁니다.

사물이 주어인 사동형 문장에 주의합니다.

4. 고객의 감수성을 존중합니다.

24

고객의 구매후기를 바탕으로 제품이 개선됐다면 이를 명시합니다.

고객을 가르치려 들지 않습니다.

고객이 주시하는 사회적 사안을 예민하게 감지합니다.

5. 고객에게 사회적 가치를 가장하지 않습니다.

25

생태계 구성원을 배제하는 표현을 쓰지 않습니다.

젠더 스테레오타입에 갇힌 표현은 피합니다.

그린 워싱을 지양합니다.

1. 고객에게 신뢰를 강요하지 않습니다.

메이커스 배송 기간은 깁니다. 그럼에도 제품을 선택한 고객의 안목을 믿어야 하죠. 우리는 제품을 선보이는 이유를 자연스럽게 설명하면 됩니다.

합쇼체가 표준, 해요체는 예외입니다. 후자는 패션, 잡화, 간편식 등 감성 소구가 필요한 제품을 설명할 때, 질문을 던지거나 청구할 때 부분적으로 사용합니다.

과장 없는 말씨로 제품을 소개합니다.

- ✗ 혹시 세트보다 단품으로 구매하고 싶으신 분들을 위해서 블라우스만! 혹은 팬츠만! 따로 구매도 가능해요.

화자의 감정이 도드라지지 않도록 느낌표 사용을 지양합니다.

TIP 느낌표는 감탄문이나 감탄사의 끝에 쓰거나, 어구, 평서문, 명령문, 청구문에 특별히 강한 느낌을 나타낼 때, 물음의 말로 놀람이나 항의의 뜻을 나타낼 때, 감정을 넣어 대답하거나 다른 사람을 부를 때 씁니다.

출처: 표준국어대사전

- 하늘거리는 리넨 블라우스와 와이드 팬츠를 세트로 입어보세요. 포말한 듯 편안한 두 옷을 따로 또 같이 연출할 기회.

세트 스타일을 제안하되 '따로 또 같이'라는 표현으로 제각기 연출할 수 있음을 드러냅니다. 판매 옵션 관련 내용은 상세페이지에 기재되는 정보인 만큼 중복으로 기재하지 않습니다.

- ✗ 명절 선물도 역시 메이커스 프라이م.

'역시'라는 부사에서 공감대를 억지로 만들어내려는 의도가 엿보입니다.

- 만족도 높은 메이커스 프라이م 직각양말로 편안함을 선물하세요.

청유형 어미로 선물용 제품임을 넉넉히 드러냅니다.

공격적인 광고성 문구를 지양합니다.

- × 놀라운 가격으로 메이커스에서 먼저 선보입니다.
'놀라운'처럼 과장이 목적인 관형어는 사용하지 않습니다. 가격 또한 고객이 체감할 메이커스의 특징점 중 하나지만, 적극적으로 드러내지 않습니다.
- 메이커스 단독 구성으로 선보입니다.
'혜택'이라는 말 대신 '구성'을 사용합니다.

표준어와 한국어 어문 규범을 따릅니다.

- × 시원하게 입기 좋은 린넨과 레이온 혼방을 사용했어요.
표준국어대사전에 따르면 린넨의 공식 표기법은 '리넨'입니다. 제품명에 들어가 고유명사로써 활용하는 경우를 제외하곤 리넨으로 통일합니다.
- × 통풍이 잘되고 가벼운 아사면으로 만들었습니다.
'아사'는 삼베를 뜻하는 일본어 표현이죠. 외래어 표현에 유의하되 일본어 잔재는 되도록 순화한 표현을 사용합니다.
- 리넨처럼 시원하면서 구김이 덜 가는 팬츠입니다.
'아사'가 낯설게 읽힐 여지가 있는 만큼 원사의 특징점을 드러냈습니다.

유행어, 합성어 등을 보수적으로 사용합니다.

- × 말랑쫄깃부들 모찌느낌의 원단과 구름솜이 부드럽고 포근함을 더해줘요.
말랑하다, 쫄깃하다, 부들부들하다 모두 사전에 기재된 표준어인데도, 이 세 가지 어휘를 모두 더한 '말랑쫄깃부들'은 그렇지 않습니다.
- 찹쌀떡처럼 말랑하고 부드러운 원단을 구름처럼 폭신한 솜으로 가득 채웠죠.
합성어를 풀어 써도 본래 맥락을 전달할 수 있다면 되도록 그렇게 적습니다. 준말의 경우 작은따옴표, 괄호를 곁할 수 있습니다.

되도록 긍정적인 말꼬리를 사용합니다.

- × 더워지는 날씨에 자꾸만 마스크가 달라붙어 유독 숨쉬기가 힘듭니다.
제품 효용을 효과적으로 전달하려다 보면 부정형 표현에 눈길이 가기 마련이죠.
문제 해결과 결부하지 않는다면 되도록 삼가주세요.
- 더워지는 날씨, 숨쉬기 편안한 덴탈형 비말 차단 마스크로 바꿔보세요.
‘더워지는 날씨’란 부정적 조건을 문장 첫머리에 두고, 그 해결책으로써 덴탈형 비말 차단 마스크를 제안하는 방식입니다.
- × 마이크로 파우더로 잘게 쪼개진 입자가 피부 사이사이를 균일하게 메꿔 피부결은 부드럽게, 지속력도 당연. 커버력도 뒤지지 않습니다
‘뒤지지 않습니다’와 같은 부정형 말꼬리 대신 ‘뛰어납니다’와 같은 긍정형 표현으로 갈무리합니다
- 특허받은 초극세 브러시가 피부를 균일하고 부드럽게 메우는 파운데이션입니다.
생소한 ‘마이크로 파우더’라는 어휘 대신 특징점을 직관적으로 드러내는 ‘특허받은’이란 표현으로 문장을 시작했습니다. ‘커버(cover)+력(力)’이라는 출처 불명의 조합어를 ‘피부를 균일하고 부드럽게 메우는’이라는 관형어로 갈음했습니다.

다른 제품과 비교하지 않습니다.

- × 반팔 면 티셔츠는 종류별로 이미 너무 많이 가지고 있고, 원마일웨어 맨투맨은 슬슬 지겹죠.
해당 제품을 반팔 면 티셔츠, 원마일웨어 맨투맨과 함께 진열하는 상황이 발생한다면 다소 애매하겠죠? 자칫하다간 타사 비방으로 읽힐 여지도 있습니다.

2. 고객의 발견을 돕습니다.

메이커스는 검색이 아닌 발견이 주가 되는 서비스입니다.

제품에 대한 고객의 호기심을 자극하고,
궁금증을 풀어줄 수 있도록 말을 건네야 하죠.

제품에 대한 호기심을 유발합니다.

- 이 두유에 검은약콩 몇 개나 들었게요?
위 문장은 히스 형제가 말하는 '공백 이론'을 톡 채널 메시지에 적용한 사례입니다. 공백 이론은 상대의 지식에 공백이 있다는 사실을 알아차리도록 질문이나 수수께끼를 던지는 방법론이죠.

제품을 구체적으로 묘사합니다.

- 한 팩에 95알, 마시는 검은약콩
상기한 메시지를 통해 서비스로 진입하는 고객에게 구체적인 숫자(한 팩에 95알)를 내세워 곧바로 호기심의 공백을 해소할 수 있도록 했습니다.
- ✗ 반을 갈라 치즈를 채우는 단순 가공법이 아닌 고구마 속에 모짜렐라를 채우는 특허 기술로 제조하여 섭취 시 편리하고 더욱 맛있습니다.
제품을 만드는 특별한 노하우에 비해 효용이 평이해 보입니다.
- 쭈욱 늘어나는 치즈의 고소함과 군고구마의 달달함으로 입안을 가득 채워보세요.
취식할 때의 상황을 공감각적으로 묘사해 구체성을 확보했습니다.

클리셰를 피합니다.

- ✗ 블루라이트를 차단하고 눈부심을 방지하여 편안한 작업환경을 완성합니다.
'완성하다'는 제품을 유려하게 소개하고 싶을 때 생각나는 상투적인 표현입니다.
작업 환경이 이 제품만으로 완성되진 않겠죠?

- 블루라이트를 차단하고 눈부심을 방지합니다.
클리셰를 지웠더니 제품의 효용이 선명해졌습니다.
- × 부드러운 송치로 슬리퍼가 특별해집니다. 아치형의 솔 디자인과 내부에 적용된 인조가죽으로 발등은 부드럽고, 바닥의 쿠션감으로 발바닥이 편안합니다.
'특별하다'는 내용 없는 수사입니다. '발바닥이 편안하다'라는 표현 또한 주관적이어서 구체적으로 와닿지 않죠.
- 부드러운 송치 가죽으로 만든 슬리퍼. 발의 아치를 닮은 중창으로 쿠션감을 높였고, 인조가죽으로 마감해 발등에 닿는 촉감이 부드럽죠.
수사에 불과하거나 주관적인 표현 대신 해상도 높은 표현을 사용했습니다.

제품이 고객의 문제를 어떻게 해결하는지 드러냅니다.

- × 하나의 철판을 접어 만들어 오래 사용해도 양날이 틀어지지 않습니다.
실리콘 캐처로 잘린 손톱의 틈 현상도 방지합니다.
특장점을 단순히 나열한 문장입니다. 제품이 실제로 사용되는 상황과 괴리된 것처럼 읽히죠.
- 지렛대의 원리를 적용해 적은 힘으로 쉽게 손톱을 자릅니다.
잘린 손톱이 튀어나가지 않도록 실리콘으로 가공했죠.
손톱깎이 사용자의 애로 사항을 한 번 더 고민했습니다.
- 물놀이 후 젖은 옷 등은 가방에 넣기 난감하죠.
김밥을 말듯 돌돌 말면 납작해지는 여행용 팩을 써보세요.
의류 등을 압축 보관할 수 있는 팩 세트를 여행자 시각에서 풀어보았습니다.
자기만의 수납공간이 적은 사회초년생, 집 안을 더 효율적으로 사용하고 싶은 40대 여성 등 인물을 구체적으로 상상할수록 디테일이 살아나죠.

제품이 필요할 만한 상황을 제안합니다.

- 종잡을 수 없는 봄 날씨에는 가벼운 스카프를 챙겨 다니세요.
날씨도 좋은 포인트 중 하나죠. 다만 계절성 표현을 반복적으로 노출하면 문구가 천편일률적으로 읽힐 수 있으니 잦은 사용은 지양합니다.

제품의 원리를 충분히 이해한 뒤 와닿게 표현합니다.

- ✘ 다이어터를 위해 가르시니아 750mg과 Non-GMO 대두, 분리대두단백(ISP), 필수 아미노산 BCAA 2,000mg을 담았습니다.

체중 감량에 관심 있는 분이라면 다이어트 보조제 가르시니아를 아실지도 모르겠습니다. 다만 배경지식이 없는 고객이라면 읽기 피곤한 문장이죠. 읽을 때 인지 자원을 필요로 할수록 빠르게 넘기고 싶어지기 마련. 성분을 지칭하는 고유명사 등이 제품의 특징점이라면 효용을 먼저 써주세요.
- 지속 가능한 다이어터를 위해 가르시니아 750mg과 필수 아미노산 2,000mg 등 건강한 성분을 두루 담았죠.

다이어트 앞에 '지속 가능한'이란 관형어를 붙여 가르시니아 등의 효능을 간접적으로 드러냈습니다. '건강한'이란 관형어 또한 마찬가지죠.
- ✘ 자궁의 평활근의 수축 이완 기능을 회복시켜 원발성 생리통을 치료하는 데 도움을 주는 의료가기 세이브먼스입니다.

표준국어대사전에 따르면 평활근은 "가로무늬가 없는 근육. 내장이나 혈관 따위의 벽을 이룬다"고 합니다. 월경통의 원인을 간접적으로 지시해 신뢰도를 높이는 효과는 있지만, 제품 이해의 허들을 높이는 해부학적 용어인 만큼 지양합니다.
- 일차성 생리통을 완화하도록 자궁의 수축, 이완 기능을 회복시켜주는 의료가기 세이브먼스를 써보세요.

'평활근'과 '원발성'을 포기하고 '일차성 생리통'이라는 표현을 사용했습니다.
- ✘ 막대 모양의 입자들로 이루어진 징크옥사이드라 뭉침 없이 고르게 발리죠.

낮선 성분의 화학적 특징으로 문장을 시작하다 보니 잘 와닿지 않습니다
- 잘 뭉치지 않는 막대형 징크옥사이드를 함유해 부드럽게 발립니다.

제품 효용과 연관된 성분 특성으로 문장을 시작해 해당 성분의 특징점으로 마무리했습니다.

× 특허 유산균 5종을 함유한 혼합유산균으로 기능성 인정을 받은 이래도용, 체중, 체질량지수, 체지방량, 복부 총 지방면적, 허리둘레, 엉덩이둘레 감소의 인체시험 결과가 있는 돌외잎주정추출분말로 기능성 인정을 받은 저래도용입니다.

이래도용, 저래도용의 효용을 각각 설명하려다 보니 지나치게 길어진 문장입니다.

○ 자기 전에는 장운동에 도움을 주는 프로바이오틱스를, 식후에는 체지방 감소를 케어하는 돌외잎주정추출분말을. 2종을 함께 먹으면 시너지 효과가 날 거예요.

제품 자체에 대한 설명을 앞세우는 대신 고객에게 유용한 섭취법을 강조했습니다.

마감하기 전 고객 입장에서 다시 읽어봅니다.

3. 고객의 시간을 빼앗지 않습니다.

어떤 물건보다 값진 재화는 시간입니다.
메이커스는 고객의 시간을 낭비하지 않도록
정보의 우선순위를 따져 간결하게 전달합니다.

뜻 없이 공간을 차지하는 어휘는 생략합니다.

- ✗ 컬러풀한 캐릭터가 부담스러웠다면, 모노톤의 유니크한 캐릭터로 만나보세요.
화이트와 블랙 중 취향에 맞게 선택할 수 있습니다.

‘만나보세요’, ‘~할 수 있습니다’ 등 문장의 공간만 차지하는 표현에 주의하세요.
가급적 본용언 위주로 표현합니다.
- 컬러풀한 캐릭터 대신 모노톤의 유니크한 매력을 담았습니다.
화이트와 블랙이 있습니다.

불필요한 표현을 걷어냈더니 문장이 담백해졌습니다.
- ✗ 경추를 올바르게 지지해주고, 허리까지 편안한 베개로 충분한 숙면이 가능합니다.
제품의 효용을 강조하고 싶을 때 눈길이 가는 보조용언 ‘주다’. 하지만 ‘가능하다’와
마찬가지로 없어도 무방하죠.
- 경추를 올바르게 지지하고, 허리까지 편안해 숙면을 돕습니다.
보조용언 ‘주다’를 삭제하고, 의미가 어중간한 ‘가능하다’ 대신 ‘돕다’를 사용했더니
문장이 선명해졌습니다.
- ✗ 물방울이 표면에 동그랗게 맺히지 않는 하이드로필릭 코팅을 통해 미세한 수분
입자인 김 서림을 근본적으로 방지합니다.

‘~을(를) 통해’, ‘~에 대해’, ‘~에 의해’ 등은 대표적인 번역 투 표현입니다.
문어체처럼 읽히죠.
- 물방울이 맺히지 않는 하이드로필릭 코팅으로 김 서림을 차단해 시야를 확보합니다.
‘을 통해’를 ‘으로’로 수정했더니 자연스럽게 읽힙니다. 문장의 어절 수도 줄었죠.

중복을 피합니다.

- × 천안에서 재배한 100% 국산 배를 설탕, 방부제 없이 19시간 동안 냉풍 건조해 만든 영양 만점 간식입니다.
‘천안에서 재배한’이란 표현은 해당 제품이 ‘100% 국산’임을 내포합니다.
- 천안에서 재배한 배를 설탕, 방부제 없이 19시간 동안 냉풍 건조해 만듭니다.
중복되는 표현 중 더 구체적인 선택지를 골라 씁니다.
- × 유통 처리를 미리 해 놓았기 때문에 가정에서는 에어프라이어 조리만으로도 바삭하고 맛있게 완성할 수 있는 돈가스입니다. 메이커스를 통해 맛있게 소문난 브랜드 탐육에서 이번에도 정성껏 만들어 담았습니다.
‘맛있다’는 식품을 꾸미는 게으른 수사 중 하나죠. 앞뒤 문장으로 같은 관형어를 반복하는 습관도 문장의 완성도를 떨어뜨립니다.
- 고기 전문 브랜드 탐육에서 오랜 연구 끝에 개발한 전분과 비법 빵가루를 입힌 돈가스입니다. 에어프라이어로 쉽게 조리하죠.
‘맛있다’라는 관형어를 반복해서 노출하는 대신 브랜드의 노하우를 강조했습니다.
- × 소시품이 적을 때는 단추를 채워 슬림 모드로, 소시품이 많을 때는 단추를 풀러 와이드 모드로 변신이 가능한 듀얼백인백.
소시품이라는 주어가 두 번 등장하는 복문입니다.
- 소시품의 양에 따라 단추로 크기를 조절하는 듀얼백인백.
문장의 구조를 단순화하며 길어도 줄였습니다.

피동형 대신 능동형으로 간결하게 씁니다.

- × 3중직 도통한 소재로 땀 흡수성과 사용감은 물론 시원함, 쾌적함도 오래 유지됩니다.
‘도통함’과 ‘시원함’이라는 모순적 특성을 나란히 배치하고, 사물의 갖가지 특성을 피동형으로 적은 문장입니다.
- 3중직으로 두툼하지만 땀을 잘 흡수하고, 시원함을 오래 유지하죠.
능동형으로 바꾸니 제품의 특징점이 선명해졌습니다.
- × 잊혀져 가는 우리 문화의 가치를 재해석하는 브랜드 오이뮤와 전통이 깃들어 있는 도시 전주를 담은 전용 상품으로 탄생한 성냥과 선향.
‘잊혀지다’는 ‘잊다’에 피동형을 중복으로 적용한 표현입니다. ‘깃들어 있는’에서 ‘있는’은 없어도 되는 보조 동사이기도 하죠. 전체적으로는 주술이 호응하지 않는 어색한 복문입니다.
- 우리 문화의 과거와 현재를 잇는 디자인 스튜디오 오이뮤가 전통 향방과 만났습니다. 전통이 깃든 도시 전주를 선향과 성냥에 담았죠.
한 문장을 두 문장으로 쪼개고, 문법 오류이자 클리셰이기도 한 ‘잊혀져 가는’이란 표현을 지웠습니다.

사물이 주어인 사동형 문장에 주의합니다

- × 상큼한 시트러스 향이 기분을 편안하게 합니다.
사물이 주어, 고객이 목적어가 되면 사동형 문장이 됩니다. ‘~하게 하다’와 같은 표현은 문장의 길이를 늘이고, 매끄럽지 않게 읽힙니다.
- 상큼한 시트러스 향으로 마음까지 편안해집니다.
사물 대신 고객이 문장의 중심에 오도록 고쳐 썼습니다.

4. 고객의 감수성을 존중합니다.

고객은 소비자가 아닌 인간으로서 물건을 고릅니다.

그들은 제품에 담긴 생각까지 함께 주문하죠. 고객의 공감을 얻고 마음을 다치게 하지 않도록 표현을 고민해야 하는 이유입니다.

고객의 구매후기를 바탕으로 제품이 개선됐다면 이를 명시합니다.

- 고객의 후기를 바탕으로 더 편해진 라운드넥 홈웨어입니다.
고객이 정성스레 남긴 구매후기는 메이커스의 중요한 자산입니다.
후기가 제품 리뉴얼에 이바지했다면 이를 드러내주세요.
- 2만 여분의 투표로 재탄생한 야쿠르트 보랭백입니다.
투표 이벤트를 거쳐 만든 제품은 관련 맥락을 적어주세요.

고객을 가르치려 들지 않습니다.

- × 샤워할 땀 머리를 써야지
샤워헤드 제품을 재치 있게 소개하려는 목적의 카피입니다. 하지만 핀잔을 주는 말씨로 쓰였군요. 의도와 상관없이 부정적으로 읽힐 여지는 되도록 지양합니다.

고객이 주시하는 사회적 사안을 예민하게 감지합니다.

- × 리클라이너에는 일본 KOYO 사의 14단 기어를 사용했습니다.
한창 반일 감정이 고조되었을 때 제품 상세페이지에 사용된 문구가 문제시된 바 있습니다. 객관적인 사실을 명시하는 문장이라 하더라도 고객이 어떤 표현에 반응할지 섬세히 살펴야 합니다.
- 내구성을 고려해 세계적으로 인정받는 제조사의 14단 기어를 사용했습니다.
국적과 기업명을 명시하지 않고서도 제조사의 명성을 전달할 수 있습니다.

5. 고객에게 사회적 가치를 가장하지 않습니다.

재고의 문제는 결국 우리가 사는 세계의 지속 가능성과 이어집니다. 메이커스 모델이 생태계에 끼치는 영향을 참여하게 인지하는 동시에 사회적 가치를 가장한 표현을 남용하지 않습니다

생태계 구성원을 배제하는 표현을 쓰지 않습니다.

- × 36개월 내외의 새끼를 낳지 않은 암소인 미경산 한우, 그래서 육질이 부드럽고 마블링이 우수합니다.
부드러운 육질이라는 제품의 USP를 드러내기 위해 '암소가 아직 출산하지 않았다'는 사실을 자극적으로 강조한 사례입니다.
- 개월 수가 적어 육질이 부드러운 한우 세트입니다.
동물 복지를 심대하게 침해하는 듯한 표현 대신, 보편적으로 통용되는 기준으로 서술합니다.

젠더 스테레오타입에 갇힌 표현은 피합니다.

- × 남성적인 테일러링에 여성적인 실루엣을 더한 양면적 디자인으로, 누구나 편하게 입을 수 있습니다.
'남성적', '여성적' 등 성별의 특성을 고착하는 듯한 표현은 피해주세요. 성별 고정관념에 기대지 않고도 충분히 전달할 수 있습니다.
 - 고민 없이 꺼내 들면서도 격식을 갖추 수 있는 젠더리스 제품이죠.
'젠더리스'라는 외래어 표현으로 위와 같은 함정을 피했습니다. 또한 '편하게 입는다'는 특징점을 문장 첫머리에 드러냈죠
- 참고 1. 한겨레 젠더 보도 가이드라인
참고 2. 뉴닉의 여성용어 가이드

그린 워싱을 지양합니다.

- × 동물성 원료를 사용하지 않은 친환경적인 비건 인증 제품입니다.
'비거니즘 = 친환경'이란 단순 구도는 위험합니다. 식물성 원료를 사용하면서도 환경을 저해할 수 있기 마련이죠. 어떻게 환경에 기여하는지 간단하게라도 설명하기 어렵다면 검증받은 사실 위주로 전달합니다.
- 동물성 원료를 사용하지 않은 비건 인증 제품입니다.
'친환경적'이란 관형어를 빼기만 해도 담백합니다.
- × 유기농 면화 100%로 만들어 입는 나도, 내가 사는 지구도 아프지 않습니다.
전형적인 그린 워싱의 사례라고 볼 수 있습니다. 감성 소구의 전제는 정확한 사실 전달인 만큼, 유기농 면사의 효과를 침소봉대하지 않습니다.
- 매일 입는 옷인 만큼 엄선한 유기농 면으로 만들었습니다. 농약이나 화학 비료를 3년간 쓰지 않은 땅에서 재배했죠.
유기농 면이 어떤 면에서 환경에 덜 해로운지 명시했습니다.

4.

메이커스 영역별 가이드

1. 메인카피

메이커스의 홈 탭에 노출되는 제품 카피입니다. 주문하기 버튼이 있는 상세페이지로 안내하죠. 이때 고객의 신뢰와 제품에 대한 호기심 두 가지 가치를 모두 만족시킬 수 있도록 균형 잡힌 어투로 말을 건네야 합니다. 앞서 언급한 글쓰기 원칙을 참고해주세요.

분량 리드 19자, 서브 120자 **목적** 상세페이지 진입, 제품 발견 **포맷** 카드형

리드카피

- 구체적이거나 보편적이거나, 제품을 대표하는 특성을 한 줄에 담습니다.
- 제품의 톤앤매너를 압축해 전달합니다.
- 제품을 고객의 문제 해결을 돕는 솔루션으로 포지셔닝합니다.
- 고객이 본인의 상황을 환기할 만한 질문을 던집니다.

그 외 이름 빌리기, 비교, 호명, 당위, 방법론 등 스크롤 내리는 손가락을 기분 좋게 멈추게 할 표현을 고민합니다.

서브카피

- 문장당 글자 수는 되도록 40자를 넘기지 않으며, 문장을 기계적으로 나열하지 않습니다.
- 최대 글자 수를 넘기지 않는 선에서 상기한 원칙을 따라 씁니다.

2. 오픈예정 카피

오픈예정 탭은 제품을 오픈하기 전 미리 고객에게 전시하는 영역입니다. 미래의 구매 의사를 불러일으키는 것이 주된 목적이죠. 고객이 쉽게 스크롤을 내리며 탐색하도록, 제품의 효용을 비교적 적은 글자 수로 예리하게 드러냅니다.

분량 리드 19자, 서브 80자 **목적** 알림 신청 유도, 노출 빈도 증대 **포맷** 카드형

3. 상세페이지

제품의 특징점을 충분히 알리는 영역입니다. 제품에 이미 관심을 보인 고객이 정보를 빠르게 수용할 수 있도록 최대한 간결하고 담백하게 전달합니다. 메인카피, 오픈예정 카피에 비해 영역이 세로로 긴 만큼 읽기의 허들을 낮추는 것이 관건.

분량 한눈에 보는 핵심 포인트 최대 5개 및 28자 **목적** 구매 전환 **포맷** 줄글형

대제(H1) 및 중제(H2) 영역

- 상세페이지 최상단에 위치한 대제 영역은 제품의 요약분이라 할 수 있습니다. 해당 영역만 읽어도 제품의 특징점이 도드라지도록 씁니다.
- 시인성을 위해 대제와 중제는 가급적 한 줄을 넘기지 않는 편이 좋습니다.
한 줄 기준 : 갤럭시 기준 대제 15자, 중제 19자
- 탐색이 용이하게끔 문장과 문단 모두 정보의 중요도 순으로 배치합니다.
대제 영역만 읽어도, 대제 및 중제와 서브카피 첫 줄만 읽어도 필요한 내용을 확인할 수 있도록 씁니다
- 문장은 간결하되 제품 주요 특징을 빼놓지 않습니다.
문장을 짧게 다듬는 데 집중하다 보면 도리어 무성의하게 비칠 수 있다는 점을 유의합니다.

한눈에 보는 핵심 포인트

- 제품의 주된 소구점을 고객의 효용성 관점에서 중요도 순으로 기술합니다.
- 제품 카테고리마다 중요한 포인트가 달라집니다.
<한눈에 보는 핵심 포인트 가이드> 문서를 참조해주세요.
- 총 항목은 3개~4개를 권장하며, 5개를 넘어가지 않도록 적습니다.
또한 각 항목은 28자를 넘지 않습니다.
- 해당 제품이 생활의 문제를 어떻게 해결해주는지 강조하며,
고객이 느낄 효용이 문장의 앞에 오도록 씁니다.
- 각 핵심포인트 마지막에 메이커스 단독 구성에 관해 적되,
'혜택'이란 어휘는 피합니다.

카테고리별 포인트

참고 1. 한눈에 보는 핵심 포인트 가이드

푸드

제작자 특성 : 오세득 셰프 등 유명인이나 식품 장인, 유명 맛집일 경우

ex) 집에서 맛보는 군산 맛집 이성당

관능적 특성 : 특유의 풍미, 식감 등

ex) 32시간 숙성으로 쫄깃한 식감

성분적 특성 : 원재료의 특징점

ex) 국내산 NON-GMO 햇콩으로 제작

가공적 특성 : 가공과 제작 방식의 특징점

ex) 저온 추출로 영양 성분 파괴 최소화

구성적 특성 : 메이커스 단독 구성 등

ex) 메이커스 단독 45일 섭취분 구성

건강식품

원료적 특성 : 원재료 성분에 대한 영양학적, 기능적, 배합적 특성

ex) 흡수율이 높은 저분자 콜라겐으로 제작,
한 팩으로 1일 단백질 섭취량 100% 충족

가공적 특성 : 제품 가공법과 제품 자체의 형태에 대한 특성

ex) 사과즙으로 비린맛을 잡아 섭취 용이,
어린 아이도 삼키기 쉬운 작은 환 형태

포장적 특성 : 패키지에 대한 특성

ex) 휴대가 편리한 1회 섭취분 개별 포장

구성적 특성

생활/주방

소재적 특성 : 제품 원료의 특징점

ex) 독성이 없는 000으로 제작, 윤리적으로 채취한
구스다운 우모로 제작

기능적 특성 : 제품의 효용성과 관련된 특성

ex) 잔류 염소 제거하는 세디먼트 필터 탑재

활용적 특성 : 활용도와 관련된 특성

ex) 16개 고리 탑재로 모든 국산 이불 커버에 호환 가능,
종량제 봉투를 바로 끼워 사용 가능

디자인적 특성 : 심미성을 포함한 제품 설계의 특징점

ex) 인테리어를 해치지 않는 모던 디자인

구성적 특성

패션

소재적 특성 : 제품 소재와 관련된 특성

ex) 최상급 파시나마 캐시미어 100%로 제작,
물세탁 할 수 있는 폴리에스테르 원단으로 제작

가공적 특성 : 소재의 가공과 관련된 특성

ex) 수축과 뒤틀림을 방지하기 위한 텐터덤블 가공,
항균 소취 가공으로 체취 감소

디자인적 특성 : 심미성을 포함한 제품 설계의 특징점

ex) 세미 와이드 디자인으로 자연스러운 실루엣 연출,
몸의 균형과 자세를 바로잡는 아치탑 구조

구성적 특성 : ex) 활용도 높은 아이보리 컬러 단독 공개

건강/스포츠 운동기구 의료기기 등

기능적 특성 : 제품의 하드웨어, 소프트웨어적 차별화된 효용성

ex) 피부에 대지 않고 체온을 측정하는 비접촉 스캔 방식,
공을 다시 주울 필요 없는 전자식 오토리턴

활용적 특성 : 제품의 활용도와 관련된 특성

ex) 물 온도 등 체온 외 사물 온도도 측정 가능

사용성 : 기능 외 사용자를 배려하는 제품의 특성

ex) 왼손, 오른손 구분 없이 사용 가능,
오래 착용해도 귀가 아프지 않도록 디자인

소재적 특성 : 제품 소재의 특징점

ex) 세균 번식 위험이 없는 항균 소재,
미끄럼을 방지하는 실리콘 흡착판 사용

구성적 특성

뷰티

원료적 특성 : 제품 성분의 특징점

ex) 100% 프랑스산 라벤더 꿀 함유,
석유에서 추출 성분 대신 아가베와 시어버터로 제작

공법적 특성 : 제품 가공법의 특징점

ex) 흡수율이 높도록 리포솜 형태로 가공

포장적 특성 : 사용을 용이하게 하는 패키징 방법

ex) 위생적인 개별 캡슐 포장

효능적 특성 : 시험으로 검증된 제품의 효과

ex) 피부 탄력에 도움을 주는 아데노신 함유,
저자극 테스트에서 0.00 무자극 판정

구성적 특성

IT/가전

기능적 특성 : 하드웨어적, 소프트웨어적 차별화된 효율성

ex) 휴대폰과 태블릿을 한 번에 충전하는 듀얼 고속충전,
장르와 취향에 따라 고르는 4가지 EQ 시스템 지원

안전 관련 특성 : 사용자의 안전을 고려한 제품적 특성

ex) 전자파가 발생하지 않는 DC 전압,
안전성을 인증 받은 리튬 폴리머 배터리 사용

디자인적 특성 : 심미성을 포괄한 제품 설계의 특징점

ex) 세련된 메탈 소재 마감,
주머니에 쏙 들어가는 슬림한 두께

구성적 특성 : 메이커스 단독 구성일 경우 명시

ex) 지니뮤직 2개월 이용권과 무선충전기 단독 구성,
헤드 5종 포함 구성

취미/문구

디자인 특성 : 심미성을 포괄하는 제품 설계의 특징점

ex) 깊고 풍부한 울림을 구현한 더블 플레이트,
속지 리필이 가능해 오래 사용 가능

소재적 특성 : 제품 소재의 특징점

ex) 고급스러운 베라펠레 협회 인증 베지터블 레더로 제작

활용적 특성 : 제품의 활용도와 관련된 특성

ex) 손목 및 팔꿈치 받침대로도 활용 가능

구성적 특성

레저

여행/숙박

장소적 특성 : ex) 남아프리카 리조트를 모티브로 지은 이국적 호텔,
사계절 즐기는 야외 온수풀

구성적 특성 : ex) 디럭스 마운틴뷰 -> 디럭스 가든뷰 업그레이드,
1박 시 해운 튜브, 2박 시 미니바 포함 구성

반려동물

기능적 특성 : 제품의 하드웨어와 소프트웨어적 차별화된 효용성

ex) 물을 갈아주지 않아도 24시간 신선한 물 공급,
긁속 박테리아로 인한 염증을 효과적으로 관리

소재적 특성 : 원자재와 관련된 특성

ex) 100% 휴먼그레이드 원료로 제작,
어린이가 식기에 사용되는 실리콘으로 제작

안전 관련 특성 : 안전성 관련 특성

ex) 무자계 열선과 3중 안전장치로 전자파와
화재 걱정 제로

디자인적 특성 : 심미성을 포괄한 제품 설계의 특징점

ex) 반려견의 몸에 꼭 맞는 입체 제작 패턴

구성적 특성

to be continued

makers voice & tone guideline

ver. 1.0

Editor christopher.oh

Designer olive.j

Published by kakaomakers

kakaomakers