

코로나19, 보도자료 트렌드까지 바뀌

세계적으로 코로나가 확산되며 많은 기업들이 기사 실 폐쇄, 보도자료 확산 방안 강구 등 외부인과 접촉이 많은 홍보 업무를 조율하며 감염 방지를 위한 준비에 나섰다. 이런 가운데 마케팅 커뮤니케이션 컨설팅 기업인 씨전(Cision)은 코로나19 확산 속 기업의 뉴스 배포 관행과 행태를 분석한 '보도자료 상태(State of the Press Release)' 보고서를 발표했다. 이번 보고서는 2019년 6월부터 2020년 5월까지 피알뉴스와이어(PR Newswire)의 배포망을 통해 미국에서 배포된 100,000건 이상의 보도자료를 분석했다.

보도자료 48% '코로나19' 언급

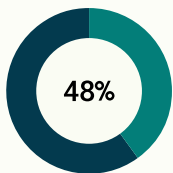
보고서에 따르면 코로나가 전 세계적으로 확산된 올해 3~5월 전체 보도자료 중 48%가 코로나19를 언급한 것으로 나타났는데 특히 CSR과 공공안전 관련 정보가 급격히 늘어난 것으로 조사됐다.

구체적으로 살펴보면 전년 동기간 대비 여행 관련 보

도자료는 36% 감소한 반면 전염병 관리에 대한 보도자료는 무려 3,140% 증가한 것으로 나타났다. 기업의 사회적 책임에 관한 보도자료 또한 54% 증가했고, 공공 안전 이슈는 66% 증가했다. 미래에 있을 이벤트, 프로모션에 관련한 자료는 절대적 비중 자체는 높았지만, 지난해와 비교하면 절반 이하(-128%)로 푹 떨어졌고, 전시·행사 뉴스는 3분의 1 수준(-337%)으로 감소했다.

평일 오전, 멀티미디어 포함해 배포하면 오픈 확률 ↑

많은 기업들은 월~목요일 오전 8시에 보도자료를 배포한 것으로 나타났다. 이 중 화요일 전송량이 가장 많았고, 화요일-수요일-목요일 순으로 많이 열람한 것으로 나타났다. 다만 IR 관련 이슈는 통계치와는 조금 다른 결과를 나타냈는데 업종 특성상 해당 자료는 증권 시장 마감 직후인 평일 오후 4시 전후로 가장 많이 배포, 오픈되고 있었다. 보도량이 가장 많았던 날은 화요일과 수요일로 기록됐다.



of total press releases put out by Cision March-May mentioned COVID-19.

The monthly breakdown was :

33% of all copy crossing the PR Newswire network in June mentioned COVID-19



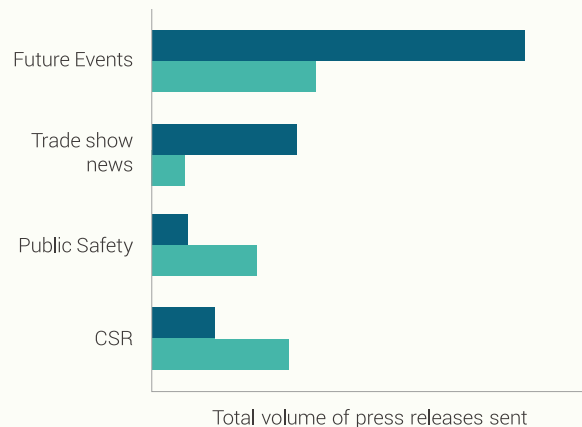
42% did in May

47% in April, and

31% in March

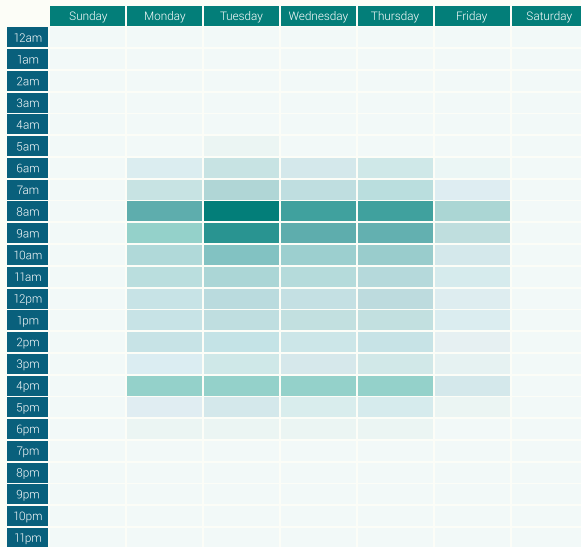
*보도자료에서 '코로나19'가 언급된 비율.

■ 2019 Releases ■ 2020 Releases

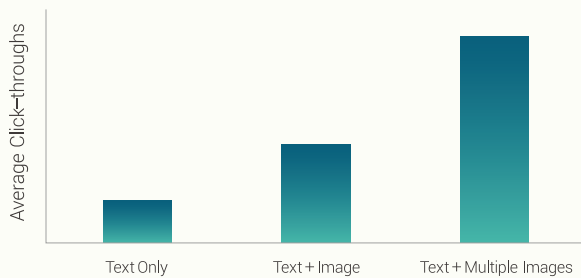


Total volume of press releases sent

*주제별 보도자료 증감 현황.



*요일별, 시간별 보도자료 배포량 비교.

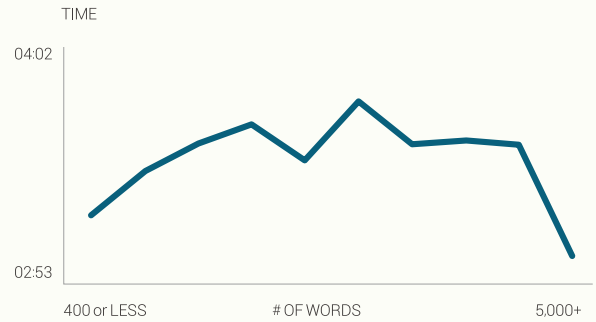


*클릭률을 높일 수 있는 보도자료 형식.

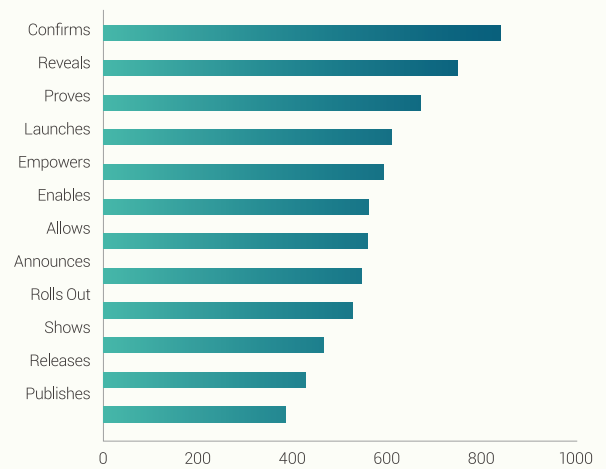
보도자료 배포 시점 관련해서 씨전은 중요한 뉴스를 전하는 공기업 등이 아니라면 차별화를 위해 자료가 몰리는 시간을 피하는 것이 좋다고 조언했다. 또한 배포할 때는 텍스트, 텍스트+이미지 형식으로만 구성된 조합보다는 텍스트와 함께 동영상 등을 포함한 멀티미디어 자료를 배포하는 것이 클릭률을 보다 높일 수 있을 것이라고 덧붙였다.

보도자료 읽는 시간은 3분 39초, 내용은 되도록 간략하게 작성하라

씨전은 가독성, 효율성을 위해 평균 686개 단어, 되도록이면 40개 단어 이하로 작성하는 것이 좋다고 제언했다. 보다 많은 내용을 전달하기 위해 장문의 보도자료를 작성해 배포해도 대부분의 사람들은 시간을 많이 할애하



*자료 길이별 독자들이 읽는데 할애한 시간



*클릭률이 높았던 보도자료 제목 단어 순위.

*모든 이미지 출처 : 씨전(Cision).

지 않는다고. 왜냐하면 씨전이 분석한 바에 따르면 보도자료 내용이 5000개 단어에 가까워질수록 자료를 읽는 시간이 감소한 것으로 나타났기 때문이다.

대부분의 사람들이 보도자료를 읽는데 걸리는 시간은 평균 3분 39초, 그때 읽은 보도자료의 제목 길이는 평균 88자인 것으로 분석됐다. 독자들은 짧은 시간 내에 내용을 파악하고 싶어하기 때문에 제목 역시 간결하게 구성해 중요 키워드는 초반 70자에 포함시키는 것이 좋다는 의견이다. 따라서 전달할 내용이 많다면 보도자료의 하이라이트를 함께 작성하고 원하는 경우 참고할 수 있는 콘텐츠를 함께 안내하는 것이 적절하다고 권했다. 아울러 클릭률이 높았던 제목에 포함된 단어로는 확인(confirms), 공개(reveals), 입증(proves) 순으로 나타났다. **K A A**

김다혜 dahye@kaa.or.kr