

챗GPT 활용에 앞서 먼저 준비해야 할 것들

챗GPT를 활용한 카피라이팅 2

글 | 김병희 서원대 광고홍보학과 교수 kimthomas@hanmail.net





챗GPT를 광고 카피라이팅의 도구로 효과적으로 잘 활용하려면, 광고주의 광고 담당자와 광고회사의 카피라이터는 사전에 무엇을 준비해야 하고 챗GPT를 어떻게 활용해야 할까?

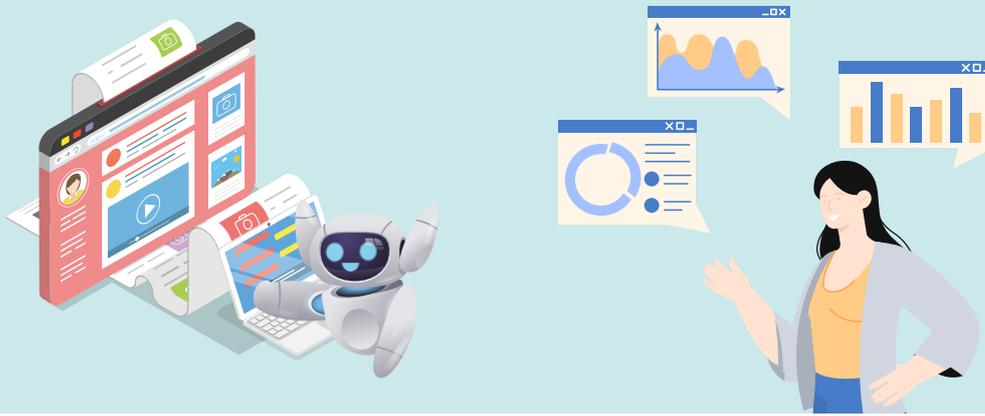
이런 저런 사항들을 미리 알아두는 사람과 그렇지 않은 사람은 분명 챗GPT를 다루는 솜씨나 카피의 결과 값에서 차이가 있게 마련이다. 그렇지만 차량의 구조나 엔진의 작동 원리를 몰라도 자동차 운전을 할 수 있듯이, 챗GPT에 관련된 전문 지식을 상세히 알지 못해도 챗GPT를 활용하는 데 있어서 심각한 문제가 되지는 않는다. 결과 값의 차이가 있을 뿐이다. 챗GPT를 활용하기에 앞서 광고주의 광고 담당자와 광고회사의 카피라이터에게 필요한 기본 자세는 다음과 같다.

첫째, 플랫폼과 소비자를 이해해야 한다.

광고 카피를 작성할 때 광고를 게재할 플랫폼과 플랫폼의 핵심 소비자를 깊이 이해하면 챗GPT에게 최적의 카피를 쓰도록 지시하는데 도움이 된다. 챗GPT를 카피라이팅의 효과적인 도구로 활용하려면 4가지에 집중해야 한다.

- ① 플랫폼의 특성을 고려해 그 플랫폼에서 가장 효과적으로 메시지를 제공하는 방법(예: Instagram은 시각 콘텐츠에 중점, Twitter는 간결한 메시지 전달, LinkedIn은 전문가 네트워킹)을 알아야 하며(플랫폼 분석),
- ② 플랫폼 이용자의 관심사와 문화를 깊이 이해해야 한다(소비자 연구).
- ③ 소셜미디어의 급변하는 트렌드에 관심을 가져야 하며(소셜미디어 트렌드 파악),
- ④ 자신이 쓴 카피가 어떻게 수용되고 있는지 ‘댓글’ ‘공유’ ‘좋아요’ 같은 반응 지표를 검토해 카피의 내용을 수정해 나가야 한다(피드백 반영).





둘째, 상세한 세부 정보를 제공해야 한다.

챗GPT에게 제품의 특성, 브랜드의 가치, 목표 소비자의 특성, 광고 목표 같은 많은 세부 정보를 제공하면 챗GPT는 카피라이터의 요구 사항을 반영해 카피를 써 준다. 챗GPT는 입력 값에 따라 출력 값을 생성하기 때문에 상세하고 명확한 세부 정보를 제공해야 한다. 이를 위해 무엇을 어떻게 해야 할까?

- ① 카피의 목표를 구체적으로 설정해야 한다. 챗GPT로부터 어떤 결과를 원하는지 명확하게 입력할 필요가 있다. “장난감 판매를 위한 페이스북 광고 카피를 써주세요. 목표 소비자는 30대 초반의 부모이며, 제품은 안전하고 교육적인 놀이를 제공한다는 점을 강조해주세요.” 이처럼 목표를 구체적으로 제시하며 카피를 써달라고 요청해야 한다.
- ② 브랜드의 느낌과 스타일을 지정해줘야 한다. 브랜드의 특성과 느낌을 챗GPT에게 설명해줘야 최적의 카피를 생성해준다.
- ③ 추가 정보를 제공해야 한다. 어떤 상황에 대한 배경 정보, 목표 소비자의 특성, 제품의 세부 사항 같은 추가 정보를 제공하면, 챗GPT는 보다 정확하고 관련성 있는 카피를 써 준다.
- ④ 설명과 안내를 추가로 제공해야 한다. 필요하다면 챗GPT에게 원하는 카피의 형식을 더 자세히 설명해야 한다. “헤드라인, 서브헤드라인, 보디카피라는 세 부분으로 구성된 광고 카피를 써주세요.” 이처럼 명확히 요청하면, 챗GPT는 그에 알맞게 적절하고 유익한 결과 값을 생성해준다.

셋째, 카피의 편집 실력을 높여야 한다.

챗GPT가 쓴 카피는 완벽하지 않을 때가 많으니 카피라이터는 챗GPT가 써주는 카피를 적절히 걸러내고 편집하는 능력을 길러야 한다. 챗GPT가 쓴 카피가 유용할지라도 광고 목표와 브랜드 가치를 만족시키는지 검토해야 한다. 카피를 보완하려면 무엇을 어떻게 해야 할까?

- ① 비판적 사고력을 길러야 한다. 챗GPT가 생성한 결과물을 분석하고 평가하는 능력이다.
- ② 브랜드의 가이드라인을 이해해야 한다. 챗GPT가 써주는 카피가 브랜드 이미지에 부합하는지 판단하고 미흡한 부분을 수정해야 한다.
- ③ 언어적 표현력과 문법 지식을 연마해야 한다. 언어적 표현력과 문법 지식을 익혀야 챗GPT가 생성한 카피를 보다 매력적으로 다듬을 수 있다.
- ④ 창의적인 통찰력을 길러야 한다. 챗GPT가 쓴 카피가 때때로 비현실적일 수도 있다. 그런 카피를 적절하게 걸러내는 창의적 통찰력이 필요한데, 브랜드의 느낌과 스타일에 맞게 수정하는 카피라이터의 솜씨와 창의성이 중요하다.

넷째, 창의성 향상을 위해 노력해야 한다.

챗GPT는 놀라운 도구일 수 있지만 어디까지나 활용 도구에 불과하다. 좋은 광고 카피는 여전히 인간 카피라이터의 창의성에서 비롯돼야 한다. 챗GPT는 아이디어를 생성하고 확장하는 데 도움이 되겠지만 최종적인 결정은 여전히 인간의 몫이다. 따라서 카피라이터는 챗GPT를 활용하면서도 자신의 창의성을 유지하고 발전시켜 나가야 한다. 챗GPT를 광고 카피라이팅의 도구로 효과적으로 활용하려면 카피라이터가 창의성 향상을 구체적으로 어떻게 해야 할까?

챗GPT는 빅데이터를 처리하고 과거의 패턴을 학습해 아이디어 발상을 할 수 있지만, 그 아이디어는 이미 존재하는 정보에서 생성한 것이다. 따라서 새롭고 독특한 창의적인 아이디어는 여전히 인간의 두뇌에서 나온다고 할 수 있다. 광고주의 광고 담당자와 광고회사의 카피라이터가 이상의 네 가지를 먼저 준비한다면 챗GPT에 유연하게 대응하며 카피라이팅 능력을 키울 수 있다. 새로운 도구와 기술에 유연하게 적응하고 효과적으로 활용하는 카피라이터는 그렇지 않은 카피라이터에 비해 효과적인 카피를 쓸 가능성이 높다. 카피라이터는 챗GPT가 생성하는 초벌 카피의 가능성을 탐색하고 활용함으로써 시간을 줄이는 동시에 효과적인 광고 카피를 완성할 수 있다.



필자 | 김병희

현재 서원대학교 광고홍보학과 교수로서 한국공공브랜드진흥원 부원장으로 봉사하고 있다. 「디지털 시대의 카피라이팅 신론: 챗GPT를 활용한 광고카피 쓰기」를 비롯해 60여 권의 저서를 출간했다.