

MARKETING STRATEGY

Chapter 4. 광고 카피

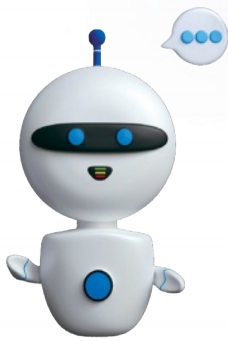
챗GPT를 활용한 카피라이팅

초벌 카피를 발전시키는
솜씨와 역량이 중요하다

글 | 김병희 서원대학교 광고홍보학과 교수 kimthomas@hanmail.net



어느 자리를 가도 챗GPT는 대화의 단골 주제이다.



2021년에 첫 선을 보인 이후, 챗GPT-4는 개발자들도 놀라워할 정도로 상상을 초월한 인기를 얻고 있다. 챗GPT를 광고의 여러 영역에서 활용할 수 있지만 카피를 쓸 때 쓰임새가 가장 많다. 해외에서는 재스퍼나 카피스미스 같은 영어 카피라이팅 서비스만 해도 100여 개에 이르고 우리나라에서도 ‘한국어 광고 문구’ 분야는 생성형 인공지능 사업의 핵심 분야로 떠올랐다. 자칫하다 인간 카피라이터가 밥을 굶게 생겼다. 어떤 소비자에게 적합한 표현을 찾을 때도 챗GPT는 도움이 된다. 몇 가지 사례를 통해 챗GPT를 카피라이팅에서 어떻게 활용할 수 있는지 살펴보기로 하자.

첫째, 제품 특성을 알리는 카피라이팅이다. 가령 환경친화적인 티셔츠를 판매하는 브랜드의 광고 카피를 쓴다고 가정해보자. 그렇다면 챗GPT에게 “환경을 보호하면서도 스타일을 유지하고 싶어 하는 소비자에게 제품 판매를 촉진하는 카피”를 써달라고 하면, 챗GPT는 곧바로 카피를 생성해준다.

Chapt GPT

“지구를 사랑하는 우리 모두를 위한 티셔츠! 우리의 지속 가능한 티셔츠는 단지 맵시 있을 뿐만 아니라, 각각의 티셔츠가 지구를 지키는데 이바지합니다. 나무 심는 마음으로 지금 바로 이 티셔츠를 선택하면 당신의 패션 감각을 표현하고 환경 보호에도 이바지합니다.”

챗GPT를 광고 카피라이팅의 도구로 활용해 ‘제품 특성의 고지’에 집중하는 광고 카피를 써달라고 하면, 챗GPT는 제품의 특성을 고려한 맞춤형 광고 카피를 써준다. 예컨대, 고

성능 노트북을 알리는 카피를 쓰기 위해 챗GPT를 활용하려면 다음과 같은 과정을 거치면 된다. 먼저 챗GPT가 제품의 특성과 장점을 이해할 수 있도록 그 노트북이 강력한 프로세서, 뛰어난 배터리 수명, 우수한 그래픽 카드, 휴대성, 고품질의 디스플레이가 있다고 강조해야 한다. 다음으로 챗GPT가 목표 시장과 브랜드의 느낌을 이해할 수 있게 하면 챗GPT는 여러 정보를 바탕으로 이런 카피를 써줄 수 있다.

Chapt GPT

“최신 고성능 노트북이 당신의 일상을 혁신적으로 바꿉니다. 강력한 프로세서와 우수한 그래픽 카드로 복잡한 업무도 쉽게 처리하고, 배터리 수명이 뛰어나 언제 어디에서나 사용할 수 있습니다. 고품질의 디스플레이는 당신의 시각 경험을 확장합니다. 전문가든 게임의 고수든 OO노트북이 당신의 기대를 만족시킬 것입니다.”

둘째, 목표 소비자와의 공감을 유발하는 카피라이팅이다. 회사를 대상으로 기업의 업무 도구에 대한 카피를 쓴다고 가정해보자. 챗GPT에게 회사원들이 느끼는 업무의 난이도에 대해 알려주고, 회사원들에게 구체적으로 도움이 되는 그 업무 도구에 대한 정보를 제공하면 챗GPT는 이런 카피를 쓸 수 있다.

Chapt GPT

“업무가 고민이라고요? OO업무 도구를 준비해보세요. 이 도구는 당신에게 필요한 정보를 쉽고 빠르게 찾아서 업무 시간을 효과적으로 쓸 수 있도록 도와줍니다. 더 이상 불필요한 스트레스에 시달리지 마세요. 업무가 즐거워지는 순간을 직접 경험해보세요.”

챗GPT는 이처럼 다양한 상황과 요구사항에 맞는 카피를 쓰는 데 도움이 된다. 제품에 대한 정보나 요구사항을 제시하면 챗GPT는 이를 바탕으로 효과적인 광고 카피를 쓰는 데 필요한 독창적인 아이디어를 제공해준다.

챗GPT에게 ‘목표 소비자 공감’에 집중하는 광고 카피를 써달라고 하면, 목표 소비자의 공감을 끌어내는 광고 카피를 쓸 수 있다. 챗GPT는 소비자의 경험, 감정, 선호도를 이해하고 그들의 언어에 맞게 카피를 생성할 수 있다.

예컨대, 신혼여행 상품을 알리는 여행사의 광고 카피를 쓴다고 가정해보자. 먼저 챗GPT는 목표 소비자인 신혼부부의 기대감을 이해해야 한다. 이들은 아마도 낭만적인 경험을 바랄 것이고 특별한 추억을 만들려고 할 것이다. 다음으로 챗GPT에게 브랜드의 느낌을 알려줘야 한다. 여행 상품에서는 따뜻하고 친근하며 안전하고 편안한 여행 경험을 제공한다는 사실을 강조할 것이다. 챗GPT는 이런 정보를 바탕으로 공감을 유발하는 이런 카피를 토해낼 것이다.

Chapt GPT

“신혼여행은 단순한 여행이 아닙니다. 그것은 두 사람의 새로운 삶의 시작, 특별한 추억을 만들기 위한 완벽한 시간입니다. 저희는 그 특별한 순간을 완벽하게 만들어 드리기 위해 모든 것을 준비했습니다. 따뜻한 햇볕이 가득한 해변에서의 아침 식사, 별이 빛나는 밤하늘 아래에서의 낭만적인 저녁 식사. 모든 것을 당신만을 위해 준비했습니다. 저희와 함께 추억을 만들어보세요.”

이렇게 챗GPT를 활용하면 브랜드와 제품의 특성을 반영한 효과적인 광고 카피를 얻을 수 있다. 인공지능의 뛰어난 언어 습득 능력과 창의적 사고는 효과적인 광고 카피를 쓰는 데 상당한 도움이 될 것이다.

또한 챗GPT는 목표 소비자의 감정과 경험에 대한 깊은 이해를 바탕으로 소비자들이 관심을 가질만한 카피를 생성할 수 있다. 소비자들이 공감하는 카피는 브랜드와 소비자 사이에 강한 연결고리를 만들어 주고 브랜드 이미지를 강화하는데 상당한 영향을 미친다. 챗GPT를 활용하지 않아도 카피를 쓸 수 있겠지만 챗GPT의 도움을 받아 차별 카피를 얻고, 그것을 바탕으로 카피를 발전시키는 것도 나쁘지는 않다. 이제 차별 카피를 발전시키는 솜씨와 역량에 카피라이터의 밥줄이 달려있다고 해도 지나친 말은 아니다.



필자 | 김병희

김병희는 현재 서원대학교 광고홍보학과 교수로서 한국공공브랜드진흥원 부원장으로 봉사하고 있다. 한국광고학회 제24대 회장과 한국PR학회 제15대 회장으로 봉사했다. 한국갤럽학술상 대상(2011), 제1회 제일기획학술상 저술 부문 대상(2012), 교육부·한국연구재단의 우수 연구자 50인(2017) 등을 수상했고, 정부의 정책 소통에 기여한 공로를 인정받아 대통령 표창(2019)을 받았다.