

BOOKFORGE PRACTICAL

스레드 가이드북

프로필 세팅부터 첫 7일 운영까지

threads._hacker 지음

스레드 가이드북

프로필 세팅부터 첫 7일 운영까지

threads._hacker

2026-09

차례

CH 01	왜 지금 스레드인가	1
CH 02	계정과 프로필 세팅	6
CH 03	첫 게시물과 글쓰기 기본	13
CH 04	고객으로 이어지는 운영 구조	19
CH 05	오래 운영하는 방법	27

CHAPTER

01

왜 지금 스레드인가

취미로 소비하던 스레드를 고객과 기회를 만드는 생산 도구로 다시 바라봅니다.

● 여러분들은 왜 스레드를 하시나요?

스레드는 취미로 즐겨도 정말 재미있는 SNS입니다. 짧은 생각을 올리고, 낯선 사람의 일상에 답하고, 비슷한 관심사를 가진 사람과 대화하는 것만으로도 충분히 즐겁습니다.

그러나 내가 단순히 취미로 소비하는 동안 누군가는 스레드를 가장 강력한 수익화 수단으로 이용하고 있습니다. 여기서 말하는 수익화는 글 한 편을 올리자마자 돈이 생긴다는 뜻이 아닙니다. 내가 자는 동안에도 새로운 사람이 글을 발견하고, 프로필을 읽고, 내가 제공하는 자료나 서비스에 관심을 갖게 되는 길을 만드는 일입니다.

이 책은 스레드를 시간 때우기용 앱이 아니라 고객을 모을 수 있는 글의 공간으로 바라보는 관점을 전합니다. 거창한 장비나 화려한 편집 없이도 작은 사업의 경험과 판단을 꾸준히 꺼내 놓는 방법을 다룹니다.

저는 개발자로서 서비스 홍보와 자기 PR의 필요성을 느끼고 스레드를 처음 시작했습니다. 처음에는 처참했습니다. 남들처럼 일상글로 시작하다가도 며칠을 넘기지 못했고, 홍보를 위해 쓴 글은 사람들의 반응을 얻지 못했습니다. 무엇을 써야 하는지보다 무엇을 팔아야 하는지만 생각했기 때문입니다.

그래서 잘되는 채널과 돈을 버는 채널을 연구하기 시작했습니다. 그때 새로운 관점이 보였습니다. 스레드로 사업의 고객을 유치하고, 새로운 비즈니스로 건너가는 다리를 만들고, 자신의 지적 재산을 파는 생산자들은 게시물을 광고 전단처럼 쓰지 않았습니다. 독자가 가진 문제를 먼저 말하고, 자신이 그 문제를 판단하는 기준을 보여 주고, 다음 행동으로 이동할 길을 만들었습니다.

이 책에서 여러분이 만들 것은 바이럴 문장 한 줄이 아닙니다. 누구를 위한 계정인지 설명하는 프로필, 팔로우할 이유를 보여 주는 첫 게시물, 그리고 일주일 동안 반복할 수 있는 운영 순서입니다.

● 첫 번째 이유: 제작 부담이 낮습니다

인스타그램이나 유튜브를 시작할 때 많은 사람이 촬영, 편집, 장비부터 떠올립니다. 스레드는 문장 몇 줄로 출발할 수 있습니다. 완벽한 촬영 환경을 기다리지 않고 오늘 고객에게 들은 질문 하나를 바로 글로 바꿀 수 있습니다.

제작 부담이 낮다는 것은 대충 써도 된다는 뜻이 아닙니다. 한 번의 콘텐츠에 모든 시간과 비용을 걸지 않아도 된다는 뜻입니다. 작은 글을 여러 번 발행하면서 어떤 문제와 표현에 독자가 반응하는지 확인할 수 있습니다. 반응이 없으면 실패한 브랜드가 되는 것이 아니라 다음 글에서 질문과 표현을 바꾸면 됩니다.

표 1-1 낮은 제작 부담을 운영 방식으로 바꾸기

막연한 접근	생산자의 접근
완벽한 아이디어가 생길 때까지 기다린다	오늘 들은 고객 질문을 한 문장으로 기록한다
한 글에 브랜드의 모든 것을 설명한다	한 글에 한 가지 문제와 판단만 담는다
조회수가 낮으면 글을 지운다	첫 줄, 주제, 반응을 기록하고 다음 글을 바꾼다

자료: 저자 정리

오늘 할 일

최근 일주일 동안 고객이나 지인이 반복해서 물어본 질문 세 개를 적으세요. 그중 가장 자주 들은 질문 하나가 첫 콘텐츠 후보입니다.

● 두 번째 이유: 사람의 말투로 가까이 갈 수 있습니다

스레드는 텍스트를 중심으로 공개 대화를 나누는 서비스입니다. 피드에는 이미 팔로우한 계정뿐 아니라 아직 발견하지 않은 창작자의 추천 게시물도 섞일 수 있습니다. 따라서 규모가 작은 계정도 자신의 글을 새로운 사람에게 보여 줄 가능성이 있습니다. 다만 추천 여부와 노출량을 보장할 수는 없습니다.

짧은 글은 상품 설명보다 사람의 판단과 장면을 전달하기 좋습니다. “우리 서비스가 좋습니다”라고 말하는 대신 “오늘 상담에서 고객이 가장 오래 망설인 지점은 가격이 아니라 선택 기준이 없다는 것이었습니다”라고 쓰면 독자는 자신의 상황을 떠올릴 수 있습니다.

감정적 접근은 과장된 감동을 만드는 기술이 아닙니다. 독자가 실제로 사용하는 말, 망설이는 순간, 자주 하는 실수를 구체적으로 보여 주는 일입니다. 사람은 자신의 장면을 발견했을 때 글을 멈춰 읽습니다.

● 주의

친근한 말투와 근거 없는 단정은 다릅니다. 경험을 일반 법칙처럼 포장하거나 특정 결과를 보장하지 마세요. “제가 운영한 계정에서는”처럼 경험의 범위를 분명히 적습니다.

● 세 번째 이유: AI로 반복 부담을 줄일 수 있습니다

스레드는 문장 중심이라 AI를 보조 도구로 쓰기 쉽습니다. 고객 질문을 주제로 분류하고, 한 문단을 여러 컷 줄로 바꾸고, 긴 메모를 짧게 다듬는 일에 활용할 수 있습니다. 하지만 AI가 내 경험과 판단까지 대신 만들게 두면 글이 비슷해집니다.

AI에게 처음부터 “잘 터지는 글을 써줘”라고 요청하지 마세요. 먼저 내가 직접 자료를 제공합니다.

1. 실제 고객이 한 말
2. 그 말을 들은 상황
3. 내가 내린 판단
4. 독자가 글을 읽고 해보길 바라는 행동

재료가 구체적일수록 결과도 구체적입니다. AI는 빈 화면을 채우는 작가가 아니라 이미 가진 경험을 정리하는 편집자로 두는 편이 좋습니다.

초안이 나오면 내가 실제로 하지 않은 행동과 말하지 않은 성과를 지웁니다. 남은 문장이 누구에게나 해당하는 조언뿐이라면 고객이 한 말이나 작업 장면을 하나 다시 넣습니다. 이 확인이 AI 문장을 내 콘텐츠로 바꾸는 마지막 단계입니다.

게시 전에는 문장보다 사실을 먼저 확인합니다. 내 경험의 범위와 독자에게 원하는 행동이 서로 맞는지 한 번 더 읽습니다.

● 소비자에서 생산자로 바뀌는 기준

생산자는 모든 글에서 판매하지 않습니다. 대신 글마다 역할을 정합니다. 어떤 글은 독자가 문제를 알아보게 하고, 어떤 글은 나의 판단 기준을 보여 주며, 어떤 글은 자료나 문의로 이동할 길을 안내합니다. 이 역할은 4장에서 자세히 다룹니다.

오늘부터 피드를 볼 때도 질문을 바꿔 보세요. “이 글 재미있다”에서 멈추지 말고 “첫 문장에서 어떤 장면을 보여 줬나”, “왜 끝까지 읽었나”, “글을 읽은 뒤 무엇을 하게 만들었나”를 관찰합니다. 소비했던 시간도 생산의 재료가 됩니다.

● 이 장의 요점

스레드의 장점은 글 몇 줄이 자동으로 수익을 만든다는 데 있지 않습니다. 낮은 제작 부담으로 고객의 문제와 내 관점을 여러 번 시험하고, 프로필과 다음 행동으로 이어지는 길을 만들 수 있다는 데 있습니다.

- 최근 고객 질문 세 개를 적습니다.
- 그중 가장 자주 들은 질문 하나를 고릅니다.
- 고객이 한 말, 내가 본 장면, 내가 내린 판단을 한 문장씩 씁니다.
- 소비한 콘텐츠에서도 첫 문장, 장면, 마지막 행동을 관찰합니다.

이 네 가지 기록은 다음 장에서 계정 주제를 정할 때 다시 사용합니다. 내가 실제로 설명할 경험과 고객이 반복해서 묻는 문제가 겹치는 지점이 좋은 출발점입니다.

CHAPTER

02

계정과 프로필 세팅

처음 방문한 사람이 누구를 위한 계정인지 5초 안에 이해하도록 계정 주제와 프로필을 완성합니다.

● **프로필은 짧은 소개문이 아니라 안내판입니다**

좋은 게시물을 읽은 사람은 대개 작성자가 누구인지 확인합니다. 이때 프로필에서 “누구에게 어떤 도움을 주는 계정인지”가 보이지 않으면 관심은 쉽게 끊깁니다. 프로필의 목적은 나를 멋지게 설명하는 것이 아니라 처음 온 사람이 다음 세 질문에 답하게 하는 것입니다.

- 1. 이 계정은 누구를 위한 것인가?
- 2. 어떤 문제를 다루는가?
- 3. 더 알고 싶으면 어디로 가야 하는가?

스레드는 Instagram 사용자 이름과 인증 상태를 이어받으면서 Threads용 프로필을 조정할 수 있습니다. 프로필에는 여러 링크를 둘 수 있지만, 링크를 많이 넣을 수 있다는 사실과 많이 넣어야 한다는 전략은 다릅니다. 초보 계정은 가장 중요한 다음 행동 하나를 먼저 보여 주는 편이 명확합니다.

● **계정 주제부터 한 문장으로 정합니다**

주제는 관심사의 목록이 아닙니다. 독자가 받을 도움을 설명하는 한 문장입니다. 다음 세 칸을 채워 보세요.

표 2-1 계정 주제 한 문장 공식

질문	작성할 내용	카페 계정 예시
누구에게	가장 잘 이해하는 구체적 대상	동네에서 작은 카페를 운영하는 사장님
어떤 문제를	반복해서 겪는 한 가지 문제	손님은 오지만 재방문이 이어지지 않는 문제
어떤 방식으로	내가 제공할 판단과 방법	매장 경험과 메시지 개선 사례로 설명

자료: 저자 정리

세 칸을 연결하면 다음과 같습니다.

동네 카페 사장님에게 손님의 재방문을 만드는 매장 경험과 메시지 개선법을 알려드립니다.

“사업과 마케팅 이야기를 합니다”보다 대상과 문제가 분명합니다. 이 문장은 평생 고정하는 슬로건이 아닙니다. 첫 7일 동안 글을 발행하며 내가 꾸준히 설명할 수 있는지, 실제 독자가 반응하는지 확인하는 임시 약속입니다.

직접 작성하기

나는 [구체적인 대상]에게 [반복되는 문제]를 [내 경험이나 방식]으로 해결하는 방법을 알려준다. 빈칸을 채운 뒤 불필요한 형용사를 지우세요.

완성한 문장은 소개와 고정 글을 판단하는 기준이 됩니다.

당장 증명할 수 없는 약속은 빼고, 앞으로 일곱 번 이상 설명할 수 있는 주제만 남깁니다.

이름: 검색될 분야를 함께 적습니다

이름 칸에 닉네임만 쓰면 기존에 나를 아는 사람에게는 충분하지만 처음 보는 사람에게는 단서가 없습니다. 닉네임 뒤에 전문 분야나 대상이 알아볼 단어를 붙입니다.

- 김사장
- 김사장 | 카페 재방문 마케팅
- 김사장 | 동네 카페 단골 만들기

분야를 붙일 때 자격이나 성과를 과장하지 않습니다. “매출 폭발 전문가”처럼 증명하기 어려운 표현보다 내가 실제로 반복해서 다룰 주제를 적습니다. 이름이 너무 길어 화면에서 잘린다면 핵심 분야 하나만 남깁니다.

분야 단어는 고객이 찾거나 알아볼 표현을 사용합니다.

내가 내부에서 사용하는 직무명보다 고객이 문제를 말할 때 쓰는 단어가 우선입니다.

이름만 읽어도 앞으로 다룰 주제 하나를 예상할 수 있어야 합니다.

프로필을 수정한 날짜와 현재 목표를 함께 메모합니다.

이름과 소개 문장을 한곳에 복사해 두면 다음 회고에서 무엇이 바뀌었는지 확인할 수 있습니다.

후보가 두 개라면 실제 고객과 나눈 대화에서 더 자주 등장한 단어를 고릅니다. 전문 분야와 대상이 모두 필요할 때도 구분 기호를 한 번만 사용해 읽기 쉽게 만듭니다.

● **소개: 대상, 문제, 결과를 한 번에 보여 줍니다**

소개는 경력 전체를 요약하는 공간이 아닙니다.

방문자가 자신과 관련 있는 계정인지 판단하게 하는 공간입니다.

수정 전:

| 열심히 살아가는 자영업자입니다. 일상과 사업 이야기를 기록합니다.

수정 후:

| 동네 카페 사장님의 단골 전환을 돕습니다. 매장 경험과 메시지를 직접 고친 사례를 나눕니다.

수정 전 소개는 사람이 성실하다는 사실은 보여 주지만 누구에게 어떤 도움을 주는 지 알기 어렵습니다.

수정 후 소개는 대상, 목표, 앞으로 볼 콘텐츠가 한 번에 보입니다.

소개 마지막에는 발행 리듬이나 대표 자료를 짧게 안내할 수 있습니다. 다만 약속한 발행 횟수를 지키기 어렵다면 “매일 업로드” 같은 표현은 넣지 않습니다.

● **링크: 가장 중요한 다음 행동을 먼저 둡니다**

Threads는 프로필에 여러 링크를 추가하고 링크 방문 수를 확인할 수 있는 기능을 제공합니다. 하지만 처음에는 목적지를 하나로 정하는 것이 좋습니다. 무료 전자책, 예약 페이지, 상품 목록, 뉴스레터를 한꺼번에 강조하면 독자는 무엇을 눌러야 할지 결정하기 어렵습니다.

링크를 정하기 전에 독자가 지금 어느 단계에 있는지도 생각합니다. 아직 나를 처음 본 사람에게 바로 유료 상담을 요구하는 것보다 판단 기준을 확인할 수 있는 무료 자료를 먼저 제공하는 편이 자연스러울 수 있습니다. 이미 서비스 대상과 범위를 충분히 설명해 온 계정이라면 예약 페이지를 앞에 둘 수 있습니다.

링크 제목에는 **바로가기** 대신 받을 결과를 적습니다. 링크를 누른 첫 화면에서도 같은 제목과 대상을 다시 확인할 수 있어야 합니다.

첫 링크를 정한 뒤에는 모바일에서 직접 눌러 봅니다. 제목과 첫 화면이 프로필에서 약속한 내용을 이어서 설명하는지, 신청이나 문의를 완료하는 데 불필요한 단계가 없는지 확인합니다.

첫 링크와 고정 글의 첫 문장도 함께 기록합니다. 수정 직후 조회수만으로 판단하지 말고, 이후 게시물에서 들어온 질문이 계정의 대상과 맞는지 봅니다.

표 2-2 목적에 따른 첫 링크 선택

현재 목표	우선 링크
처음 신뢰를 쌓는 단계	무료 체크리스트 또는 전자책
상담 대상을 이미 설명한 계정	상담 안내 또는 예약 페이지
상품이 단순하고 구매 조건이 명확함	대표 상품 페이지
장기적으로 관계를 이어감	뉴스레터 구독 페이지

자료: 저자 정리

● 고정 글: 처음 읽을 대표 설명을 준비합니다

고정 글은 프로필 소개에서 다 담지 못한 판단과 근거를 보여 주는 대표 글입니다. 기능 제공 상태와 고정할 수 있는 게시물 수는 앱에서 확인하되, 내용은 다음 순서로 준비합니다.

1. 내가 반복해서 해결하려는 문제
2. 그 문제를 중요하게 보는 이유
3. 내가 경험한 장면이나 작은 사례
4. 앞으로 이 계정에서 다룰 내용
5. 가장 중요한 다음 행동 하나

고정 글을 단순한 상품 광고로 만들면 아직 신뢰가 없는 방문자는 머무르기 어렵습니다. “왜 이 문제를 다루는 사람인지”가 먼저 보이고, 무료 자료나 문의는 마지막에 연결합니다.

고정 글의 첫 문장은 프로필 소개를 반복하지 말고 독자가 겪는 장면으로 시작합니다. 카페 계정이라면 “손님은 많은데 단골 이름이 떠오르지 않는 날이 계속됐습니다”라고 시작할 수 있습니다. 이어서 할인보다 재방문 이유를 먼저 설계해야 한다는 판단, 실제로 바꾼 영수증 문구나 메뉴판의 한 문장, 앞으로 공유할 사례를 적습니다.

마지막 문장은 계정의 현재 목표에 맞춥니다. 무료 자료가 준비됐다면 어떤 사람에게 필요한 자료인지 설명하고 링크를 안내합니다. 아직 자료가 없다면 비슷한 문제를 겪는지 묻는 질문으로 끝내도 충분합니다. 중요한 것은 프로필에서 약속한 대상과 고정 글의 독자가 같아야 한다는 점입니다.

고정 글을 작성한 뒤에는 소개 문장과 나란히 읽습니다. 두 글이 서로 다른 고객을 부르거나 다른 결과를 약속한다면 한쪽을 수정합니다.

● 하나의 가상 계정을 완성해 봅니다

표 2-3 프로필 수정 전후

항목	수정 전	수정 후
이름	김사장	김사장 · 카페 재방문 마케팅
소개	열심히 사는 자영업자의 일상	동네 카페 사장님의 단골 전환을 돕습니다. 매장 경험과 메시지 개선 사례를 나눕니다
링크	블로그, 쇼핑물, 지도, 개인 SNS	카페 단골 전환 체크리스트
고정 글	신메뉴 할인 안내	손님은 오는데 단골이 늘지 않았던 세 가지 이유

자료: 저자 작성 가상 사례

수정 후 프로필은 화려하지 않습니다. 대신 이름, 소개, 링크, 고정 글이 모두 같은 대상을 향합니다. 이 정렬이 중요합니다. 게시물에서 카페 사장님의 문제를 말했는데 프로필에는 개인 일상만 있다면 관심이 끊깁니다.

● 5초 점검

프로필을 처음 보는 사람에게 보여 주고 “누구를 위한 계정 같아?”, “무엇을 알려줄 것 같아?”, “다음에는 어디를 눌러야 해?”라고 물어보세요. 세 답이 내가 의도한 것과 같으면 기본 세팅이 끝난 것입니다.

● 이 장의 요약

프로필은 이름·소개·링크·고정 글을 따로 꾸미는 작업이 아닙니다. 네 요소가 같은 대상과 문제, 다음 행동을 가리키도록 맞추는 작업입니다.

- 계정 주제를 대상·문제·방식의 한 문장으로 적고, 이름과 소개에도 같은 대상이 보이게 합니다.
- 링크와 고정 글은 가장 중요한 다음 행동 하나로 연결합니다.

CHAPTER

03

첫 게시물과 글쓰기 기본

자기소개에 머물지 않고 팔로우할 이유를 보여 주는 첫 게시물과 한 편의 글 구조를 익힙니다.

● 첫 게시물은 이력서가 아닙니다

계정을 만들면 많은 사람이 “안녕하세요, 오늘부터 스레드 시작합니다”라고 씁니다. 틀린 문장은 아니지만 처음 보는 사람이 팔로우할 이유는 부족합니다. 독자는 작성자의 시작을 축하하기 전에 이 계정이 자신의 문제와 어떤 관계가 있는지 판단합니다.

첫 게시물의 목적은 나를 모두 소개하는 것이 아닙니다. 앞으로 이 계정에서 어떤 문제를 어떤 관점으로 다룰지 보여 주고, 독자가 대화에 참여할 작은 질문을 남기는 것입니다.

● 첫 게시물 네 단계

● 1. 독자가 겪는 장면

추상적인 문제보다 눈앞에 그려지는 장면으로 시작합니다.

- 추상적: 카페 마케팅은 어렵습니다.
- 구체적: 주말에는 자리가 가득 차는데 월요일이 되면 단골 손님 이름이 세 명도 떠오르지 않았습니다.

구체적인 장면은 과장된 자극이 아닙니다. 대상이 실제로 겪는 시간, 장소, 행동을 보여 주는 일입니다.

● 2. 내가 발견한 문제

장면 뒤에는 내가 내린 판단을 한 가지 붙입니다. “홍보가 부족해서”처럼 넓은 결론보다 무엇을 관찰했는지 설명합니다.

손님이 다시 올 이유를 메뉴가 아니라 경험과 메시지에서 설계하지 않았기 때문이었습니다.

● 3. 앞으로 제공할 내용

독자가 이 계정을 계속 보면 무엇을 얻게 되는지 약속합니다. 다룰 주제를 두세 가지로 제한하면 계정의 방향이 보입니다.

이 계정에서는 작은 카페가 바로 적용할 수 있는 재방문 메시지, 매장 경험, 단골 관리 사례를 기록합니다.

● 4. 대화를 여는 질문

첫 게시물의 마지막은 판매 링크보다 답하기 쉬운 질문이 좋습니다. 상대의 경험을 묻되 너무 넓게 묻지 않습니다.

여러분 매장에서는 손님이 다시 오게 만드는 장치가 무엇인가요?

● 첫 게시물 완성 예시

주말에는 자리가 가득 차는데 월요일이 되면 단골 손님 이름이 세 명도 떠오르지 않았습니다. 손님이 다시 올 이유를 메뉴가 아니라 경험과 메시지에서 설계하지 않았기 때문이었습니다. 그 뒤 영수증 문구와 재방문 안내를 하나씩 고치며 작은 변화를 기록했습니다. 이 계정에서는 동네 카페가 바로 적용할 수 있는 재방문 메시지, 매장 경험, 단골 관리 사례를 나누겠습니다. 여러분 매장에는 손님이 다시 올 이유가 한 문장으로 보이나요?

이 글에는 화려한 성과가 없습니다. 대신 어떤 독자를 위한 계정인지, 어떤 문제를 관찰했는지, 앞으로 무엇을 제공할지가 보입니다.

완성 예시에서 업종만 바꾸지 말고 자신의 실제 장면으로 다시 씁니다. 내가 직접 바꾼 행동이 아직 없다면 고객에게 반복해서 들은 질문과 앞으로 확인할 실험을 솔직하게 적습니다. 시작 단계라는 사실을 숨길 필요는 없습니다.

● 첫 게시물 점검

내 이야기로 시작했더라도 독자가 자신의 장면을 발견할 수 있는지 확인하세요. 경력 소개가 절반을 넘는다면 고객이 겪는 장면을 앞으로 옮깁니다.

● 평소 글 한 편의 네 단계

첫 게시물 다음부터는 모든 글을 새로운 형식으로 만들 필요가 없습니다.

첫 줄 → 장면 또는 근거 → 결론 → 행동 하나 의 기본 구조를 반복합니다.

표 3-1 한 편의 글 구조

구간	역할	스스로 묻는 질문
첫 줄	멈춰 읽을 이유	누구의 어떤 장면을 말하는가
장면 또는 근거	주장에 구체성 부여	내가 실제로 본 것은 무엇인가
결론	판단 한 가지 전달	그래서 무엇을 바꿔야 하는가
행동 하나	대화 또는 이동	댓글, 저장, 프로필 중 무엇 하나 인가

자료: 저자 정리

● **홍보 문장을 독자 중심 글로 고칩니다**

수정 전:

저희 카페는 최고급 원두를 사용하고 분위기가 좋습니다. 신메뉴도 출시했으니 많이 방문해 주세요. 이벤트도 진행 중입니다.

이 글은 작성자가 말하고 싶은 장점은 많지만 독자가 멈춰야 할 장면이 없습니다. 최고급, 좋은 분위기 같은 표현은 다른 매장도 사용할 수 있고 한 글에 방문, 신메뉴, 이벤트가 함께 들어 있습니다.

수정 후:

커피 맛이 좋은데도 두 번째 방문이 적다면, 손님이 나간 뒤 기억할 문장이 없는지 확인해 보세요. 메뉴판 첫 줄을 “좋은 원두를 씁니다”에서 “월요일 아침을 덜 급하게 만드는 한 잔”으로 바꾸자 손님과 시작되는 대화가 달라졌습니다. 여러분 메뉴판의 첫 문장은 무엇인가요?

수정 후 글은 특정한 문제로 시작하고, 실제로 바꾼 문장을 보여 주며, 답하기 쉬운 질문 하나로 끝납니다. 결과 수치를 만들지 않고도 경험과 판단을 전달할 수 있습니다.

● 첫 줄을 만드는 세 가지 출발점

- **고객의 말:** 상담, 댓글, 매장에서 실제로 들은 표현을 기록합니다. “맛은 있는데 자주 올 이유가 없어요.”라는 말이 단골 문제를 가장 정확하게 설명할 수 있습니다.
- **내가 본 장면:** 업무 중 반복해서 본 행동을 씁니다. 할인 쿠폰을 받은 손님보다 이름을 불러 준 손님이 먼저 다시 왔다는 장면처럼 적습니다.
- **흔한 오해와 내 판단:** 모두가 믿는 말에 무조건 반대하지 말고 내 경험에서 달랐던 조건을 설명합니다. 단골은 할인만이 아니라 다음 방문에 이어질 기억에서 시작될 수 있습니다.

첫 줄을 과장하려고 숫자나 단정을 만들지 마세요. 첫 줄의 역할은 사람을 속여 멈추게 하는 것이 아니라 “이 글이 내 이야기일 수 있다”는 단서를 주는 것입니다.

세 출발점 중 하나만 골라도 됩니다. 고객의 말로 시작했다면 같은 글에 오해 반박과 작업 일지까지 모두 넣지 않습니다. 한 편을 쓰고 남은 재료는 다음 게시물로 남겨 둡니다.

● 마지막 행동은 하나만 남깁니다

한 글에서 댓글, 저장, 팔로우, 링크 클릭, 구매를 모두 요청하면 어느 것도 선택하기 어렵습니다. 글의 역할에 따라 행동 하나만 정합니다.

- 경험을 모으는 관심글: 구체적인 질문에 댓글
- 나중에 다시 볼 기준을 주는 신뢰글: 저장
- 자세한 자료가 있는 전환글: 프로필 링크 확인

행동을 정했다면 그 행동에 답할 이유도 본문에 있는지 확인합니다. 질문을 남겼다면 독자가 경험을 떠올릴 장면이 있어야 하고, 링크로 안내한다면 자료의 대상과 얻은 결과를 먼저 설명해야 합니다.

팔로우는 모든 글에서 직접 요청하지 않아도 됩니다. 계정의 약속과 글의 품질이 반복되면 독자가 판단할 수 있습니다.

● 발행 전 1분 편집

1. 첫 줄에 대상이나 장면이 보이는가
2. 주장에 실제 경험 또는 판단 근거가 있는가
3. 한 글에 결론이 하나인가
4. 지워도 의미가 같은 문장이 반복되는가
5. 마지막 행동이 하나인가

소리 내어 읽었을 때 숨이 차는 문장은 둘로 나눕니다. 전문 용어는 고객이 실제로 쓰는 말로 바꿉니다. 글을 멋있게 만드는 편집보다 이해하기 쉽게 만드는 편집이 먼저입니다.

● 이 장의 요점

첫 게시물은 팔로우할 이유를 보여 주고, 평소 게시물은 첫 줄·장면 또는 근거·결론·행동 하나의 구조로 씁니다. 추상적인 장점보다 실제 고객의 말과 내가 본 장면이 강한 재료입니다.

- 첫 게시물에는 고객의 장면과 앞으로 제공할 내용을 넣고, 평소 글에는 실제 경험이나 판단 근거를 하나 넣습니다.
- 첫 줄은 본문에서 가장 구체적인 문장을 활용하고 마지막 행동은 하나만 고릅니다.

04

고객으로 이어지는 운영 구조

관심·신뢰·전환 글의 역할을 구분하고 첫 7일의 발행 순서를 미리 정합니다.

● 모든 글에서 판매하지 않습니다

사업을 위해 계정을 만들었더라도 매번 상품을 소개하면 독자가 나를 이해할 시간이 없습니다. 반대로 유용한 정보만 계속 올리고 다음 행동을 한 번도 안내하지 않으면 관심이 관계나 문의로 이어지기 어렵습니다.

해결 방법은 글마다 역할을 나누는 것입니다. 이 책에서는 초보자가 구분하기 쉬운 세 가지 역할을 사용합니다.

1. 관심글: 독자가 자신의 문제를 발견하게 한다.
2. 신뢰글: 내가 문제를 판단하고 해결하는 방식을 보여 준다.
3. 전환글: 도움을 받을 대상과 범위, 다음 행동을 안내한다.

이 구분은 플랫폼의 공식 분류가 아니라 운영을 단순하게 만드는 저자의 실전 프레임입니다. 비율을 기계적으로 지킬 필요도 없습니다. 한 주의 글이 모두 같은 역할에 몰리지 않았는지 확인하는 표지판으로 사용합니다.

● 관심글: “내 이야기다”라고 느끼게 합니다

관심글은 넓은 대중을 자극하는 글이 아닙니다. 내가 돕고 싶은 사람이 반복해서 겪는 문제를 자신의 말과 장면으로 보여 주는 글입니다.

카페 계정의 관심글 소재:

- 손님은 많은데 이름이 떠오르는 단골은 적은 날
- 메뉴가 많아질수록 주문 시간이 길어진 장면
- 할인 행사가 끝나자 방문도 함께 끊긴 경험
- 리뷰는 좋은데 재방문 이유가 보이지 않는 문제

첫 줄에서 문제를 말하고, 본문에서는 왜 그런 일이 생기는지 한 가지 관찰을 덧붙입니다. 마지막에는 독자의 경험을 묻습니다.

● 관심글 질문

“여러분은 어떻게 생각하세요?”보다 “여러분 매장에서는 첫 방문 손님에게 다음 방문 이유를 언제 알려 주나요?”처럼 답의 범위를 좁히세요.

● 신뢰글: 판단 과정을 보여 줍니다

신뢰는 “전문가입니다”라고 선언해서 생기지 않습니다. 같은 문제를 어떤 순서로 보고 무엇을 선택하는지 반복해서 보여 줄 때 쌓입니다.

신뢰글에는 다음 재료를 사용할 수 있습니다.

- 작업 전후의 차이
- 선택하지 않은 방법과 그 이유
- 고객 질문에 답하는 순서
- 작은 실패와 다음 실험
- 도구보다 먼저 확인할 기준

예를 들어 “카페 재방문율을 높이는 다섯 가지 비법”보다 “메뉴판을 고치기 전에 직원이 손님에게 반복해서 받는 질문부터 적었습니다”가 판단 과정을 더 잘 보여 줍니다. 내가 실제로 한 행동을 설명할 수 있기 때문입니다.

신뢰글에서도 결과를 부풀리지 않습니다. 수치가 없으면 관찰 가능한 변화만 씁니다. “매출이 폭발했다” 대신 “손님이 메뉴를 고르기 전에 묻던 질문이 줄었다”처럼 범위를 명확히 합니다.

작은 변화라도 전후의 조건을 함께 적으면 독자가 판단할 수 있습니다. 무엇을 바꿨는지, 어느 장면에서 변화를 봤는지, 아직 확인하지 못한 것은 무엇인지 구분합니다.

이렇게 쓰면 작은 사례도 과장 없이 신뢰를 만듭니다. 독자는 결과의 크기뿐 아니라 같은 판단을 자신의 상황에 적용할 수 있는지 살펴봅니다.

● 전환글: 누구에게 무엇을 제공하는지 분명히 합니다

전환글은 판매를 숨기는 글이 아닙니다. 대상과 제공 범위, 다음 행동을 정직하게 안내하는 글입니다.

표 4-1 전환글의 네 요소

요소	확인할 질문	예시
대상	누구에게 필요한가	재방문 메시지를 처음 만드는 동네 카페 사장님
문제	어떤 상황을 해결하는가	홍보는 하지만 단골 전환 문장 이 없는 상황
제공	무엇을 받을 수 있는가	프로필과 첫 7일 글을 점검하는 체크리스트
행동	어디에서 받는가	프로필 첫 링크에서 이메일로 받기

자료: 저자 정리

전환글을 올리기 전에 프로필과 링크를 확인합니다. 글에서는 무료 자료를 안내했는데 링크 첫 화면에는 다른 상품이 보이면 이동이 끊깁니다. 게시물, 프로필, 링크 페이지가 같은 약속을 말해야 합니다.

● 첫 7일은 역할을 섞어 배치합니다

처음부터 21일치 아이디어를 만들면 실행 전에 지치기 쉽습니다. 먼저 7일을 완주합니다. 하루 한 편이 부담스럽다면 같은 순서를 2주에 나누어도 됩니다. 중요한 것은 매일 발행하는 기록보다 역할이 다른 글을 한 번씩 직접 써 보는 것입니다.

운영표를 채울 때는 제목부터 만들지 않습니다. 먼저 각 날짜에 사용할 실제 재료를 한 줄씩 적습니다. 고객 질문, 작업 중 사진, 바꾼 문장, 실패한 선택처럼 이미 존재하는 재료를 넣은 뒤 첫 줄을 만듭니다. 재료가 비어 있는 날은 억지로 발행하지 말고 고객 대화와 업무 기록을 수집하는 날로 바꿉니다.

일곱 칸을 채운 뒤 비슷한 주제가 연속되는지도 봅니다. 같은 문제라도 질문, 과정, 전후 비교처럼 서로 다른 각도로 배치하면 반복감이 줄어듭니다.

표 4-2 스레드 첫 7일 운영표

날짜	역할	주제 예시	작성 목표
1일	관심	고객이 반복해서 겪는 실수	대상이 자신의 문제를 알아보게 한다
2일	신뢰	내가 문제를 판단하는 기준	선택 순서를 보여 준다
3일	관심	가장 자주 듣는 질문	고객의 말을 그대로 사 용한다
4일	신뢰	작업 과정과 선택 이유	결과보다 과정을 설명 한다
5일	관심	잘못 알려진 상식	경험에서 달랐던 조건 을 말한다
6일	신뢰	작은 전후 비교	바꾼 행동 하나를 보여 준다
7일	전환	무료 자료 또는 상담 안 내	대상·범위·다음 행동을 명확히 한다

자료: 저자 제안

● **각 날짜의 실제 시작 문장**

● **1일: 고객의 실수**

할인 쿠폰을 만들기 전에 손님이 왜 다시 와야 하는지 한 문장으로 말할 수 있는지부터 확인하세요.

● **2일: 판단 기준**

재방문 메시지를 고칠 때 저는 멋진 문장보다 직원이 실제로 말할 수 있는지를 먼저 봅니다.

- **3일: 자주 듣는 질문**

“스레드에 매일 올릴 말이 없어요.” 대부분 아이디어가 없는 게 아니라 고객 질문을 기록하지 않았습니

- **4일: 작업 과정**

오늘은 메뉴판을 쓰기 전에 지난 일주일의 고객 질문부터 세 묶음으로 나눴습니

- **5일: 흔한 오해**

일상글을 쓰면 브랜딩이 흐려지는 게 아닙니다. 일상에서 어떤 장면을 골라 어떤 판단을 붙이는지가 문제입니

- **6일: 전후 비교**

“좋은 원두를 씁니다”를 “월요일 아침을 덜 급하게 만드는 한 잔”으로 바꾸면 설명의 중심이 상품에서 손님으로 이동합니

- **7일: 전환**

프로필과 첫 글을 만들었지만 무엇보다 고칠지 모르겠는 분을 위해 첫 7일 점검표를 정리했습니다.

문장을 그대로 복사하기보다 내 업종의 대상, 문제, 경험으로 바꿉니다. 예시의 역할은 정답을 제공하는 것이 아니라 추상적인 설명을 실제 문장으로 연결하는 데 있습니

- **발행 후에는 조회수만 보지 않습니다**

Threads Insights에서는 게시물 수, 총 조회수, 신규 팔로워, 답글 등을 주간 단위로 확인할 수 있습니다. 링크 방문 수를 확인할 수 있는 기능도 제공됩니다. 계정과 지역에 따라 화면은 달라질 수 있으므로 현재 앱에서 이용 가능 여부를 확인합니

초보자는 다음 네 항목만 기록해도 충분합니다.

- 첫 줄: 어떤 대상과 장면으로 시작했는가
- 역할: 관심, 신뢰, 전환 중 무엇이었는가
- 반응: 답글에서 어떤 말이 반복됐는가
- 다음 수정: 다음 글에서 한 가지만 무엇을 바꿀 것인가

조회수가 높아도 대상과 다른 사람이 모였다면 사업 계정에는 의미가 작을 수 있습니다. 반대로 조회수가 크지 않아도 구체적인 질문과 프로필 이동이 생겼다면 다음 글의 중요한 단서가 됩니다.

● 7일이 끝난 뒤 한 번만 회고합니다

매 글마다 결과를 판단하면 숫자에 끌려가기 쉽습니다. 일곱 편을 모두 발행한 뒤 한 번에 펼쳐 놓고 비교합니다. 가장 많은 조회수를 얻은 글만 고르지 말고, 내가 돕고 싶은 사람이 구체적으로 답한 글과 프로필의 약속을 더 잘 보여 준 글을 함께 찾습니다.

세 가지 질문이면 충분합니다. 첫째, 어떤 고객의 말이나 장면에서 대화가 시작됐는가. 둘째, 내 판단이 가장 분명했던 글은 무엇인가. 셋째, 다음 주에 같은 역할로 다시 써 볼 소재는 무엇인가. 답을 적으면 다음 7일의 관심글 두 편, 신뢰글 두 편, 전환글 한 편의 후보가 생깁니다.

반응이 없었던 글에서는 한 요소만 바꿉니다. 주제와 첫 줄과 결론을 모두 바꾸면 무엇이 문제였는지 알 수 없습니다. 같은 판단을 유지한 채 첫 줄의 장면만 구체적으로 바꾸거나, 같은 첫 줄을 유지한 채 근거를 실제 사례로 교체합니다. 운영은 정답을 맞히는 시험보다 작은 수정의 연속에 가깝습니다.

● 이 장의 요점

관심글은 문제를 발견하게 하고, 신뢰글은 판단 과정을 보여 주며, 전환글은 대상·제공 범위·다음 행동을 안내합니다. 첫 7일에는 세 역할을 직접 한 번씩 써 보고 발행 후의 질문과 반응을 기록하세요.

- 관심글에는 고객의 장면을, 신뢰글에는 선택 순서와 이유를 넣습니다.

- 전환글에는 대상·제공 범위·다음 행동을 쓰고, 일곱 편을 한 번에 비교해 다음 수정 하나를 정합니다.

● 다음 7일 계획 만들기

회고에서 찾은 고객의 말 하나를 다음 주 관심글의 첫 줄로 옮깁니다. 판단이 가장 분명했던 글에서는 결론을 유지하고 새로운 작업 장면을 붙여 신뢰글로 발전시킵니다. 아직 설명이 부족했던 서비스나 무료 자료가 있다면 대상과 제공 범위를 다시 적어 전환글 한 편을 준비합니다.

표 4-3 다음 주 계획표

고를 재료	다음 글의 역할	바꿀 한 가지
답글에서 반복된 고객의 말	관심	첫 줄의 장면을 더 구체적으로 쓴다
내 선택 기준이 분명했던 글	신뢰	다른 실제 사례를 근거로 붙인다
질문이 남은 서비스 안내	전환	대상과 제공 범위를 먼저 밝힌다

자료: 저자 제안

이 계획표의 목적은 더 많은 글을 채우는 것이 아닙니다. 지난주에 얻은 대화를 다음 콘텐츠로 연결하는 것입니다. 재료가 없다면 발행 횟수를 늘리기보다 고객 질문을 듣고 작업 장면을 기록하는 시간을 먼저 확보합니다.

05

오래 운영하는 방법

초보자가 반복하는 실수를 줄이고 자신의 관점과 고객 중심 글쓰기를 남기는 운영 습관을 만듭니다.

- **성장은 한 번의 바이럴보다 반복 가능한 기록에서 시작합니다**

첫 게시물을 올리고 나면 숫자를 자주 확인하게 됩니다. 기대보다 조회수가 낮으면 주제를 바꾸고 싶고, 반응이 큰 글이 나오면 같은 문장을 반복하고 싶어집니다. 하지만 계정을 오래 운영하려면 한 번의 결과보다 내가 반복할 수 있는 수집, 작성, 발행, 회고의 순서를 먼저 만들어야 합니다.

스레드 운영은 매일 새로운 사람이 되는 일이 아닙니다. 같은 고객 문제를 다른 장면과 근거로 설명하며 내 판단을 축적하는 일입니다. 관점이 쌓이면 독자는 게시물 한 편이 아니라 계정 전체를 통해 나를 이해합니다.

반복 가능한 운영은 네 단계면 충분합니다. 업무 중 고객의 말을 수집하고, 그중 하나에 내 판단을 붙여 작성하고, 역할을 정해 발행하고, 일주일 뒤 다음 수정 하나를 기록합니다. 아이디어가 부족할 때는 더 많은 정보를 찾기 전에 첫 단계인 수집으로 돌아갑니다.

- **실수 1: 모든 글에서 바로 판매합니다**

문제: 독자가 문제를 이해하고 작성자를 판단할 시간 없이 상품과 링크만 반복합니다.

교정: 이번 글의 역할을 관심, 신뢰, 전환 중 하나로 먼저 정합니다. 전환글이 아니라면 상품 설명을 지우고 독자가 가져갈 판단 하나를 남깁니다.

판매 문장을 지운 자리가 비어 보인다면 고객이 상품을 찾기 전 어떤 문제를 겪는지 한 장면을 추가합니다.

그 장면만으로도 독자가 문제를 알아볼 수 있다면 관심글의 역할은 충분합니다. 판매는 다음 전환글에서 분명하게 안내합니다.

- **실수 2: 한 글에 여러 메시지를 넣습니다**

문제: 자기소개, 정보, 상품, 이벤트, 질문을 한 번에 넣어 무엇을 기억해야 하는지 모호해집니다.

교정: 제목을 붙인다면 무엇이라고 부를지 생각합니다. 제목을 하나로 정할 수 없다면 글을 둘로 나눕니다. 마지막 행동도 댓글, 저장, 프로필 이동 중 하나만 선택합니다.

● **실수 3: 유행하는 문체를 그대로 복사합니다**

문제: 순간적으로 비슷한 모양의 글은 만들 수 있지만 내가 실제로 경험한 장면과 판단이 사라집니다. 다른 계정의 문체를 떼어 내면 남은 내용이 없습니다.

교정: 형식은 참고하되 재료는 내 기록에서 가져옵니다. 고객의 실제 질문, 작업 중 선택한 기준, 실패한 시도, 바꾼 문장을 먼저 적고 그 뒤에 글의 구조를 적용합니다.

비슷한 글을 발견했을 때는 문장보다 구조만 메모합니다. 첫 줄이 질문인지 장면인지, 본문에 어떤 근거가 있는지, 끝에서 무엇을 요청하는지만 분리해 봅니다.

그 구조를 내 메모에 적용할 때는 첫 줄부터 다시 작성합니다. 원문의 고유한 표현과 사례는 가져오지 않고, 내가 직접 설명할 수 있는 경험만 사용합니다.

● **나만의 색깔을 찾는 질문**

“나는 어떤 말투를 써야 하나?”보다 “같은 문제를 볼 때 나는 무엇부터 확인하는가?”를 물으세요. 색깔은 말끝보다 반복되는 선택 기준에서 만들어집니다.

● **실수 4: 반응이 적은 글을 바로 지웁니다**

문제: 무엇을 바꾸면 되는지 기록하지 못하고, 다음 글에서도 같은 실수를 반복합니다. 초반의 작은 표본만으로 계정 전체의 방향을 판단하게 됩니다.

교정: 글을 지우기 전에 첫 줄, 역할, 주제, 답글에서 반복된 말, 다음 수정 한 가지를 기록합니다. 내용에 사실 오류나 권리 문제가 없다면 학습 자료로 남겨 둡니다.

일주일 뒤 같은 역할의 글끼리 비교하면 한 편의 우연한 결과보다 반복되는 차이를 볼 수 있습니다. 첫 줄의 대상이 분명했는지, 근거가 실제 장면이었는지 차례로 확인합니다.

● 실수 5: 확인되지 않은 자동화를 사용합니다

문제: 무분별한 수집, 반복 답글, 대량 행동은 사람과의 대화를 해칠 뿐 아니라 계정 안전에도 도움이 되지 않습니다. Meta는 허가받지 않은 자동화에 의한 데이터 수집을 약관 위반으로 설명해 왔습니다.

교정: AI는 아이디어 분류와 문장 편집에 사용하고, 게시 전 사실 확인과 최종 판단은 직접 합니다. 로그인 정보는 공식 앱과 공식 웹사이트 밖에 입력하지 않습니다. 메시지 요청과 숨김 폴더 등 안전 설정은 현재 앱에서 확인합니다.

도구가 요구하는 권한과 실제 필요한 기능도 비교합니다. 게시물 작성만 필요한데 계정 전체 접근이나 대량 수집 권한을 요구한다면 연결하지 않습니다.

표 5-1 초보자 실수와 한 가지 교정 행동

실수	오늘 바꿀 행동
모든 글에서 판매	글의 역할 하나를 먼저 표시한다
여러 메시지와 요청	결론과 행동을 각각 하나만 남긴다
유행 문체 복사	고객 질문과 내 판단부터 적는다
낮은 반응에 즉시 삭제	다음 수정 한 가지를 기록한다
확인되지 않은 자동화	수집·게시 권한과 공식 경로를 확인한다

자료: 저자 정리

● 고객 중심 글쓰기와 내 색깔은 반대가 아닙니다

고객 중심으로 쓴다고 해서 내가 사라지는 것은 아닙니다. 고객의 문제를 출발점으로 삼고, 그 문제를 바라보는 내 경험과 판단을 넣는 것입니다.

고객만 있고 내가 없는 글:

카페 사장님이 알아야 할 마케팅 팁 다섯 가지입니다.

나만 있고 고객이 없는 글:

오늘도 열심히 일했고 많은 것을 느꼈습니다.

고객과 내가 함께 있는 글:

오늘 메뉴판을 고치면서 손님이 많이 묻는 질문과 우리가 강조하고 싶은 장점이 전혀 다르다는 걸 발견했습니다. 먼저 설명하고 싶은 마음보다 먼저 궁금해하는 말을 앞에 두었습니다.

마지막 글에는 고객의 장면과 작성자의 실제 작업, 선택 기준이 함께 있습니다. 이런 기록이 쌓일수록 다른 사람이 흉내 내기 어려운 계정이 됩니다.

● 공식을 적용한 테스트 계정의 성과

아래 이미지는 이 책에서 설명한 관점과 운영 공식을 시험한 계정의 과거 성과입니다. 누적 조회수 88만은 특정 기간의 테스트 결과이며, 같은 방법이 모든 계정에 같은 결과를 보장한다는 뜻이 아닙니다.

성과 화면을 볼 때는 숫자의 크기뿐 아니라 어떤 기간과 계정에서 나온 결과인지 확인해야 합니다. 이 책은 해당 수치를 성공 보장이 아니라 운영 공식을 계속 검토하게 만든 근거로 사용합니다.

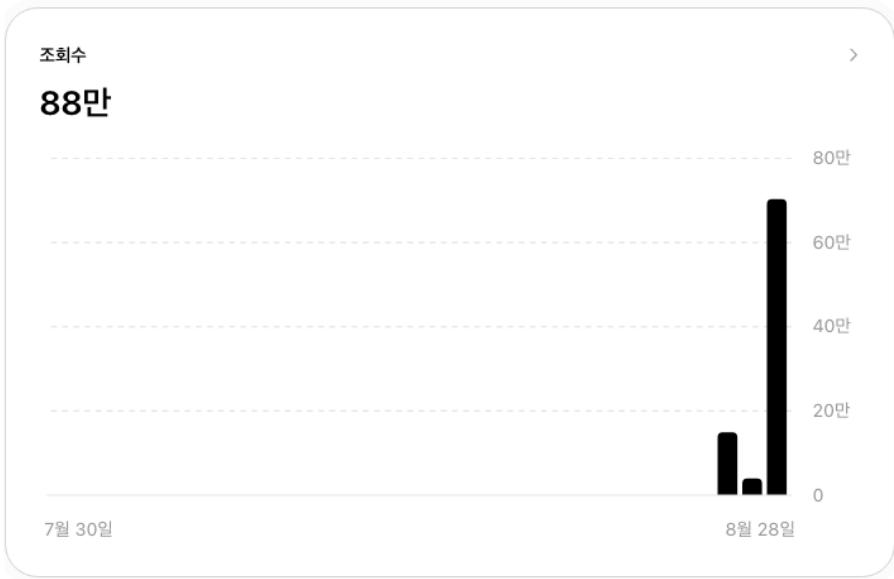
중요한 것은 숫자만 따라가는 것이 아니라 어떤 글의 역할과 운영 순서가 결과를 만들었는지 기록하는 일입니다. 조회수가 높은 글에서도 대상이 맞았는지, 프로필로 이동할 이유가 있었는지, 다음 글에서 반복할 수 있는 요소가 무엇인지 따로 봅니다.

● 마지막 점검표

● 프로필

- 이름에 내가 반복해서 다룰 분야가 보이는가
- 소개에서 대상, 문제, 제공할 내용이 보이는가
- 가장 중요한 다음 행동이 하나로 보이는가

요약 ①



▲ 공식을 적용한 테스트 계정의 누적 조회수 88만 성과 화면

출처 : threads_hacker 제공

- 고정 글이 상품 광고보다 문제와 관점을 먼저 설명하는가
- **게시물**
 - 첫 줄에 대상의 말이나 구체적인 장면이 있는가
 - 한 글에 판단과 결론이 하나인가
 - 실제 경험, 선택 기준, 관찰 중 하나가 들어 있는가
 - 마지막 행동이 댓글, 저장, 프로필 이동 중 하나인가
- **운영**
 - 다음 7일의 관심·신뢰·전환 글이 미리 정해졌는가
 - 고객 질문을 계속 모을 장소가 있는가
 - 발행 후 첫 줄, 역할, 반응, 다음 수정을 기록하는가
 - 확인되지 않은 자동화와 과장된 성과 약속을 피하는가
- **오늘 바로 시작하는 세 가지**
 1. 계정 주제를 누구에게 + 어떤 문제를 + 어떤 방식으로 해결 한 문장으로 적습니다.

2. 프로필의 이름·소개·링크·고정 글이 같은 대상을 가리키도록 맞춥니다.
3. 고객이 실제로 한 말 하나를 골라 첫 게시물 네 단계로 작성합니다.

완벽한 브랜드가 된 뒤 시작할 필요는 없습니다. 첫 7일은 정답을 증명하는 기간이 아니라 내 경험과 고객의 문제를 연결하는 방식을 찾는 기간입니다. 글을 올리고, 대화를 읽고, 다음 글에서 한 가지만 바꾸세요. 그 반복이 소비하던 계정을 생산하는 계정으로 바꿉니다.

● 참고한 공식 자료

- Meta, [Introducing Threads: A New Way to Share With Text](https://about.fb.com/news/2023/07/introducing-threads-new-app-text-sharing/), <https://about.fb.com/news/2023/07/introducing-threads-new-app-text-sharing/>
- Meta, [New Threads Features for a More Personalized Experience That You Control](https://about.fb.com/news/2025/03/new-threads-features-more-personalized-experience-you-control/), <https://about.fb.com/news/2025/03/new-threads-features-more-personalized-experience-you-control/>
- Meta, [Introducing Messaging and Highlighted Perspectives on Threads](https://about.fb.com/news/2025/07/introducing-messaging-highlighted-perspectives-threads/), <https://about.fb.com/news/2025/07/introducing-messaging-highlighted-perspectives-threads/>

● 이 장의 요점

오래 가는 계정은 매번 새로운 비법을 찾지 않습니다. 고객의 말을 수집하고, 내 판단을 한 편의 글로 만들고, 역할을 나누어 발행하고, 다음 수정 한 가지를 기록하는 순서를 반복합니다.

- 유행 문체보다 실제 고객의 말과 내 선택 기준을 기록합니다.
- 낮은 반응만으로 글을 지우지 않고 다음 수정점을 남깁니다.
- AI와 자동화는 정리와 편집을 돕는 범위에서 사용합니다.
- 프로필, 게시물, 7일 운영표를 한 주에 한 번 함께 점검합니다.

이 순서를 지키면 매일 새로운 아이디어를 발명하지 않아도 됩니다. 사업 안에서 이미 일어난 대화와 선택이 다음 콘텐츠의 재료가 됩니다.

스레드 가이드북 — 프로필 세팅부터 첫 7일 운영까지

지은이 threads._hacker

초판 1쇄 발행 2026-09

펴낸곳 bookforge · 조판 bookforge 자동 조판 파이프라인

본문 서체 Pretendard · 표제 서체 Pretendard

이 책의 내용은 조사 시점 기준이며, 인용·수치는 본문 표기 출처를 따릅니다.