

이벤트 주최자를 위한 LinkedIn *Playbook*

여러분의 이벤트는 더 넓은 도달을 누릴 자격이 있습니다.

- ✓ 연사, 팀, 게스트가 여러분 대신 포스팅하게 만드는 법
- ✓ 6주 전부터 2주 후까지의 일정표
- ✓ 그대로 가져다 쓰는 템플릿 8종



 oneclickbadge

oneclickbadge.com

이벤트를 위한 배지 & 인증서

이 Playbook에 담긴 내용

01	이벤트에 LinkedIn이 통하는 이유 자체 팔로워에서 멈추지 않는 도달	04
02	이벤트 전: 포스팅 일정표 일정, 역할 분담, 연사와 팀	07
03	이벤트 중: 현장의 순간 살리기 현장과 웨비나의 생생한 순간	15
04	이벤트 후: 배지 & 인증서 참가자가 이벤트를 대신 알리게 되는 과정	18
05	그대로 가져다 쓰는 템플릿 완성된 문장으로 준비된 여덟 가지 블록	22
A	부록: 체크리스트, 예시 계산 & FAQ 체크하고, 계산하고, 찾아볼 수 있게	27

이 Playbook을 읽는 방법

이 Playbook은 콘퍼런스, 웨비나, 전시회, 교육, 커뮤니티 모임까지, 이벤트를 여는 모든 분을 위해 썼습니다. 첫 Save the Date부터 행사 2주 후까지 여러분의 이벤트가 LinkedIn에서 어떻게 눈에 띄게 되는지 보여 줍니다. 가장 큰 지렛대는 연사, 전시업체, 게스트입니다. 그들의 네트워크는 여러분을 아직 모르는 사람들에게 닿기 때문입니다.

구성은 여러분의 시간 흐름을 따르고, 각 장은 따로 읽어도 됩니다. 이 Playbook 뒤에는 이벤트 배치와 참가 인증서 도구인 OneClickBadge가 있습니다. 일을 덜어 주는 대목에서만 등장하며, 일정표 자체는 이미 가진 도구만으로도 실행할 수 있습니다.

어디서부터 시작하면 좋을까

6주 전

이벤트 주간

행사가 끝난 뒤

아직 계획 중입니다

2장 Save the Date부터 행사 당일까지의 일정표를 세웁니다.

이제 실천입니다

3장 행사 당일의 현장 순간들을 모읍니다.

이벤트가 끝났습니다

4장 리캡과 인증서를 채깁니다.

당장 쓸 문구가 필요한가요? 5장에 그대로 가져다 쓰는 템플릿 8개가 있습니다.

01 이벤트에 LinkedIn이 통하는 이유

LinkedIn에서는 전문 행사에 참가한 이력을 프로필에 올리는 일이 아주 자연스럽게, 업무 네트워크 전체가 그것을 봅니다. 이벤트의 도달이 왜 게스트의 네트워크에서 생겨나는지, 그것이 기획에 어떤 의미인지 이 장에서 읽어 보세요.

게시물 하나가 네트워크 전체를 움직입니다.



1 게스트가 배지를 올립니다

2 그의 1촌들이 반응합니다

3 그들의 네트워크가 여러분의 이벤트를 봅니다

1

여러분의 이벤트는 게스트의 네트워크에서 자랍니다

대부분의 주최자는 자신이 통제할 수 있는 곳에서 이벤트를 홍보합니다. 자사 LinkedIn 페이지, 뉴스레터, 웹사이트죠. 맞는 방법이지만 한계가 있습니다. 회사 페이지의 게시물은 오가닉으로는 팔로워의 일부에게만 닿고, 그 팔로워는 대개 이벤트를 이미 압니다. 자기 채널에만 올리면 결국 자기 자신에게 이야기하는 셈입니다.

개인 프로필에서 나오는 게시물은 다르게 움직입니다. 글쓴이의 동료, 고객, 지인에게 도착합니다. 여러분의 이벤트를 아마 한 번도 들어 본 적 없는 사람들이죠. 그리고 어떤 광고로도 살 수 없는 것을 실어 나릅니다. 업무적으로 신뢰하는 사람의 추천 말입니다.

그 뒤의 메커니즘은 두 단계입니다. 연사가 배지를 올리면 게시물은 먼저 그의 1촌들에게 닿습니다. 그중 일부가 반응하고 댓글을 달고 축하를 건네는데, 반응이 하나 늘 때마다 더 많은 사람이 게시물을 봅니다. 연사와 연결되지 않은 사람들까지도요. 연사 열 명이 출연을 알리면 여러분의 이벤트는 열 개의 네트워크에서 동시에 이야기됩니다.

LinkedIn이 이 일에 잘 맞는 세 가지 이유

- 1 관계.** 한 사람의 1촌은 곧 그의 업무 네트워크, 즉 여러분의 전문 이벤트가 겨냥하는 바로 그 사람들입니다. 여기서는 도달에 타킷이 처음부터 내장되어 있습니다.
- 2 동기.** 많은 연사, 전시업체, 참가자에게는 포스팅할 자기만의 이유가 있습니다. 전문 분야에서의 역할을 보여 주고, 다른 게스트와 만날 약속을 잡고, 자신의 세션을 알리죠. 여러분은 그들이 어차피 하려던 일을 도와주는 셈입니다.
- 3 증명이 놓일 자리.** LinkedIn 프로필의 “자격증” 섹션은 참가 증명이 머무는 고정석입니다. 피드가 흘러간 지 한참 뒤에도 여러분의 이벤트는 그곳에 남아 있습니다.

프로필 등록이 잘 어울리는 경우: 이벤트가 교육 과정이나 시험, 확인 가능한 전문 성과를 인증할 때 가장 잘 맞습니다. 단순한 참가 확인이라면 인증서가 실제로 무엇을 확인해 주는지 분명히 드러나야 합니다.

걸림돌: 알아서 올리는 사람은 거의 없습니다

지렛대가 이렇게 큰데 왜 모든 이벤트가 쓰지 못할까요? 포스팅이 일이기 때문입니다. 출연을 알리려면 이벤트 이름과 날짜, 자기 얼굴이 들어간 보기 좋은 이미지가 필요합니다. 그런 그래픽을 직접 만드는 연사는 드물고, 로고 패키지를 담아 보낸 PDF도 사정을 크게 바꾸지 못합니다. 결과는 익숙하실 겁니다. 열 명 중 세 명은 아무거나 올리고, 나머지는 굳게 다짐만 합니다.

바로 여기서 미리 준비한 배지가 힘을 냅니다. 이벤트 분위기에 맞는 디자인을 한 번 만들어 링크를 보내면, 연사와 게스트는 링크를 열어 사진과 이름을 넣고 몇 분 안에 올릴 만한 이미지를 손에 집니다. 계정도 디자인 작업도 없어요. “언제 한번 해야지”가 2분짜리 단계로 바뀝니다.

이 Playbook의 도구들이 LinkedIn에만 묶여 있는 것은 아닙니다. 배지는 결국 이미지나 짧은 영상이라 XING, Instagram, Facebook에도 똑같이 올릴 수 있고, 세로형이라면 스토리로도 쓸 수 있습니다. 기준은 게스트가 주로 머무는 곳입니다. 프로필 섹션의 인증서 등록만이 LinkedIn 고유의 기능입니다.

배지가 없을 때

이벤트가 행사 당일로 끝납니다

- 도달이 자체 팔로워에서 멈춥니다
- 참가 사실이 네트워크에 보이지 않습니다
- 후기는 내부 팀만 씁니다

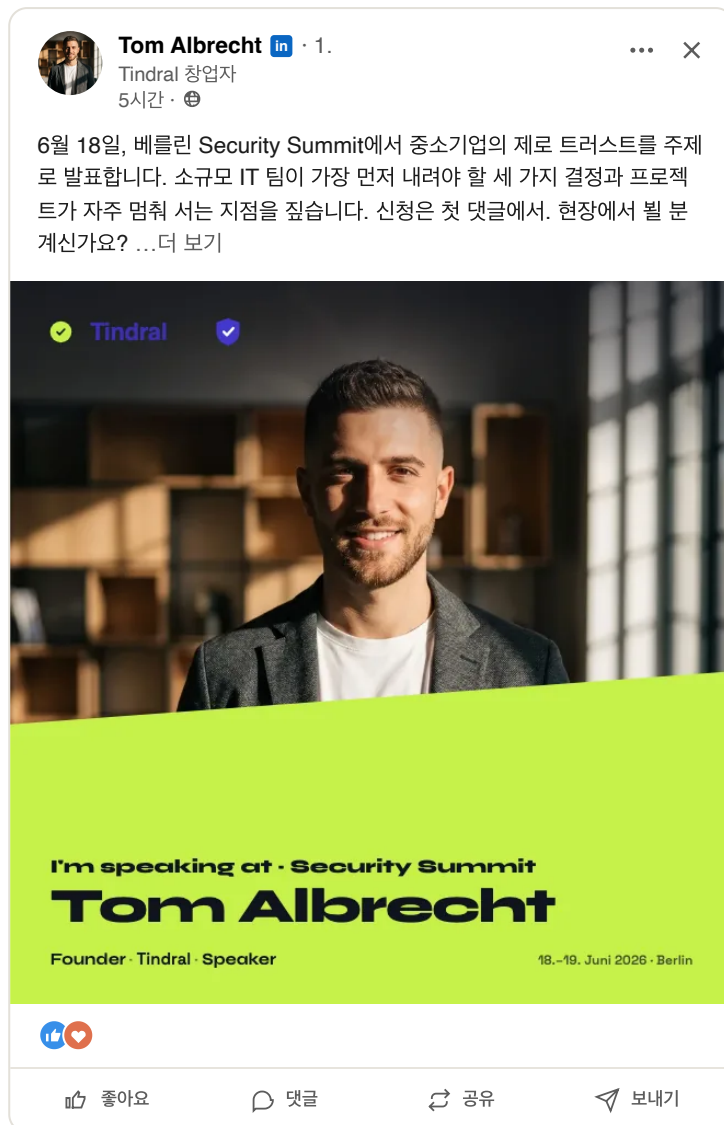
ONECLICKBADGE라면

배지 하나하나가 게시물이 됩니다

- 참가자가 각자의 네트워크에 올립니다
- 이벤트 이름이 수백 개의 피드에 나타납니다
- 인증서가 노출을 몇 주 더 늘립니다

02 이벤트 전: 포스팅 일정표

행사 전 몇 주 동안 관심은 진짜 참가 의사로 자랍니다. 여기서는 여러분이 직접 올릴 게시물의 일정표를 소개합니다. 그다음에는 연사, 팀, 게스트, 전시업체가 여러분의 도달을 키워 줍니다.



이 장의 목표는 이런 모습입니다. 연사가 직접 올린 게시물 속 연사 배치.

2

6주에 걸친 일정표, 게시물마다 임무는 하나

이벤트 공지 대부분은 타이밍에서 무너집니다. 3주 전에 게시물 하나, 그 뒤로는 침묵이죠. 게시물 하나로는 닿을 수 있는 청중 전체에 결코 닿지 못합니다. 계기가 서로 다른 게시물이 여러 개 일수록 관심 있는 사람이 이벤트를 알아차리고 제때 반응할 확률이 올라갑니다.

그러니 행사 당일부터 거꾸로 계획하세요. 게시물 하나에 임무도 하나입니다. 먼저 주목을 모으고, 그다음 프로그램을 보여 주고, 마지막에 긴박감을 더합니다.

게시물 일곱 개는 논리를 보여 주는 예시일 뿐입니다. 핵심은 6주에 걸친 고른 리듬이죠. 이 리듬을 여러분의 프로그램에 옮기세요. 연사가 많은 큰 이벤트는 같은 기간을 더 많은 게시물로 채우고, 작은 모임은 더 적어도 충분합니다. 예시 일정표는 다음 페이지에 있고, 바로 이어서 누가 어떤 게시물을 맡을지 정리합니다.

모든 게시물에 들어가야 할 것

- 1 **첫 문장에 구체적인 이득 하나.** “기대됩니다”는 이득이 아닙니다. 참가자가 무엇을 얻어가는지 쓰세요.
- 2 **얼굴 하나.** 연사 얼굴이 담긴 게시물은 텍스트 카드보다 반응이 눈에 띄게 많습니다.
- 3 **신청 링크는 정확히 하나,** 잘 보이는 자리에.

예시 · 6주 전에 올리는 SAVE THE DATE 게시물

[이벤트 이름], [날짜] [도시]에서 열립니다.

[올해 새로워진 점이나 기대할 만한 게스트를 한 문장으로]

Save the Date. 신청 접수는 곧 열립니다. 자세한 내용은 첫 댓글에서.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

다음 페이지 일정표의 첫 번째 게시물

일정표

이벤트 전 포스팅 일정

시점	게시물 유형	게시물의 임무
D - 42	Save the Date	이벤트가 있음을 알리기: 날짜, 장소, 주제 한 문장
D - 28	연사 소개 1탄	얼굴 하나와 주제 하나 보여 주기
D - 21	프로그램 하이라이트	구체적인 이득 입증하기
D - 14	연사 소개 2탄	두 번째 타깃층에 말 걸기
D - 7	비하인드	기대감 쌓기, 행사장 보여 주기
D - 3	마감 임박	긴박감, 명확한 숫자 제시
D - 1	행사 안내 & 설렘	오시는 길, 시간, 해시태그

D = 행사 당일. 시점은 참고 기준이니 여러분의 주간에 맞춰 옮기세요. 프로그램이 크면 연사 소개 두 편이 시리즈가 됩니다.

도달을 깎아 먹는 흔한 실수

가장 흔한 실수는 너무 늦게 시작하는 것입니다. 사흘 전에 첫 게시물을 올리면 쌓아 온 흐름이 힘을 발휘할 시간이 없습니다. 거의 그만큼 흔한 실수가 모든 것을 회사 페이지로만 올리는 것입니다. 페이지의 도달에는 한계가 있고, 한 사람 한 사람의 목소리가 더 멀리 갑니다.

신청 링크를 둘러싼 널리 알려진 팁이 있습니다. 본문에 링크가 없으면 게시물 도달이 높아진다는 가정 아래, 링크를 본문 대신 첫 댓글에 두는 팀들이 있죠. 여러분에게 어느 쪽이 나은지는 목표와 타깃에 따라 다르니 두 방식을 모두 시험해 보세요. 해시태그는 정말 어울리는 것만 몇 개, 분류에 도움이 될 때만 쓰세요. 어떤 키워드보다 무게가 실리는 것은 좋은 첫 문장, 손에 잡히는 이득, 분명한 다음 단계입니다.

그리고 나중에야 알아차리는 실수가 있습니다. 다른 사람들이 공유할 거리를 아무것도 준비하지 않는 것이죠. 연사가 그래픽을 직접 만들어야 한다면 대부분은 만들지 않습니다. 완성된 배지와 링크를 건네면 좋은 의도가 진짜 게시물이 됩니다.

누가 무엇을 올리나: 역할 분담

여러 사람이 이벤트를 위해 포스팅하기 시작하면 짧은 합의가 필요합니다. 안 그러면 동료 세 명이 같은 프로그램 링크를 공유하고 Save the Date는 아무도 올리지 않는 일이 벌어집니다. 아래의 분담은 발신자마다 자기 도달에 맞는 역할을 주기 때문에 그동안 잘 작동해 왔습니다.

역할 합의

발신자 다섯, 역할 다섯

발신자	강점	대표 게시물
여러분의 이벤트 페이지	언제든 다시 찾을 수 있음	Save the Date, 프로그램, 행사 안내, 리캡과 자료
경영진	무게감과 관점	이 이벤트가 존재하는 이유, 마지막의 진심 어린 감사
프로젝트 팀	현장과 가장 가까움	비하인드, 카운트다운, 당일의 현장 순간
연사	외부 네트워크	배지를 곁들인 본인 출연 공지, 주제 맛보기
부스팀	고객과의 직접 연결	홀과 부스 번호를 담은 “저희가 참가합니다”, 데모 시간

기본 원칙: 페이지는 기록하고 사람은 이야기합니다. 둘이 합쳐져야 온전한 그림이 됩니다.

연사가 포스팅하게 만들기

연사가 포스팅하지 않는 이유가 무관심인 경우는 거의 없습니다. 여러분의 무대에 서는 연사는 그 공지로 본인도 득을 보고, 그 사실을 스스로도 압니다. 빠져 있는 것은 완성된 재료입니다. 공지 이미지를 직접 만드는 일은 미팅과 미팅 사이에 끼워 넣어야 하는 디자인 과제이고, 결심은 대개 거기서 끝납니다.

결론은 불편하지만 즐거웁습니다. 연사의 포스팅 참여율은 무엇보다 도구의 문제이고, 그래서 여러분의 문제입니다. 연사의 수고를 5분 아래로 줄이면 게시물도 돌아옵니다. 그 도구가 링크로 보내는 준비된 연사 배지입니다. 사진 올리고 이름 입력하고 다운로드하면 끝, 계정도 디자인 프로그램도 필요 없습니다. 덤으로 모든 공지가 여러분 이벤트의 통일된 룩으로 나갑니다.

타이밍: 연사에게 언제 포스팅을 권할까

- 1 **섭외 확정과 함께:** 기쁨이 아직 생생할 때, 확정 메일에 배지 링크를 바로 넣으세요. 메일 템플릿은 5장에 있습니다.
- 2 **프로그램 공개와 함께:** 프로그램이 공개되면 자연스러운 두 번째 계기가 생깁니다. 이때 올리는 게시물은 구체적인 무언가를 가리킬 수 있습니다.
- 3 **2~3주 전:** 새로운 계기를 담은 리마인드 딱 한 번. 그래야 독촉처럼 느껴지지 않습니다.
- 4 **마지막 주:** 아직 소식이 없는 가장 중요한 목소리들에게만 개인 메시지.

세 가지는 하지 않아도 됩니다. 미리 정해 준 게시물 문구는 금세 연출된 느낌을 줍니다. 피드에 거의 똑같은 게시물이 열두 개 나타나면 특히 그렇죠. 내용의 틀만 제시하고 정확한 표현은 쓰는 사람에게 맡기세요. 수신자가 많은 CC 단체 메일도 별도움이 되지 않습니다. 스무 명이 동시에 호명되면 대개 아무도 책임지지 않으니, 한 명씩 따로 쓰거나 BCC로 보내세요. 행사 당일엔 출연 공지를 하기에는 이미 늦은 시점입니다. 연사, 팀, 전시업체에는 행사장에서 받은 인상을 그 자리에서 공유해 달라고 부탁하세요.

팀과 전시업체: “저희가 참가합니다”

무대에 서지 않는 모두를 위한 두 번째 목소리가 “저희가 참가합니다”입니다. 팀이 전시회에 부스를 낸다면 부스 인원 각자가 자기 배지를 올리고, 게시물 여섯 개가 개장 전부터 눈에 띄는 존재감을 만듭니다. 이미지는 달라도 되지만 핵심 정보는 어디에나 같아야 합니다. 개인 버전으로는 “저도 참가합니다”가 있습니다.

게시물에는 전시회 이름과 날짜, 그리고 가장 중요한 홀과 부스 번호가 들어갑니다. 배지는 본질적으로 길 안내이기 때문입니다. 문구는 통일하지 마세요. 영업 담당자는 만나고 싶은 고객을 쓰고, 엔지니어는 시연할 내용을 씁니다. 여섯 가지 시각이 흥미를 만들고, 여섯 개의 추천처럼 작동합니다.

이렇게 진행됩니다

디자인에서 게시물까지

1

배지 만들기

이벤트 분위기에 맞춰 로고, 제목, 날짜를 넣어 한 번만 디자인합니다.

2

팀에게 보내기

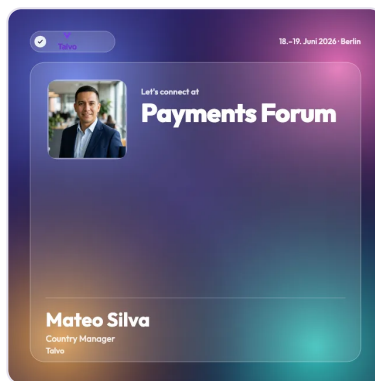
메일이나 채팅으로 링크 하나, 모두에게 같은 링크. 계정은 필요 없습니다.

3

각자 올리기

사진과 이름 넣고 다운로드해서 자기 프로필에 올리면 끝.

팀, 연사, 게스트에게 보낼 완성된 초대 문구는 5장에 있습니다. 공지를 한층 돋보이게 하고 싶다면 같은 배지를 짧은 영상 애니메이션으로도 만들 수 있습니다. 피드의 정적인 이미지들 사이에서 확실히 눈에 띕니다.

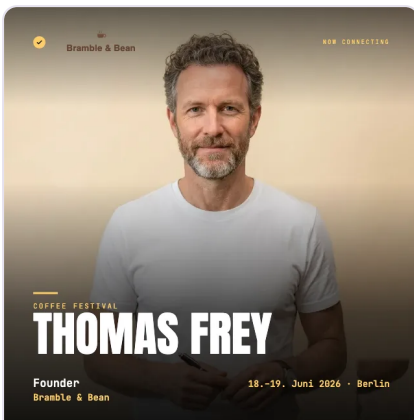


배지 갤러리에서: 부스팀용 “저희가 참가합니다” 디자인과 두 가지 다른 이벤트 룩.

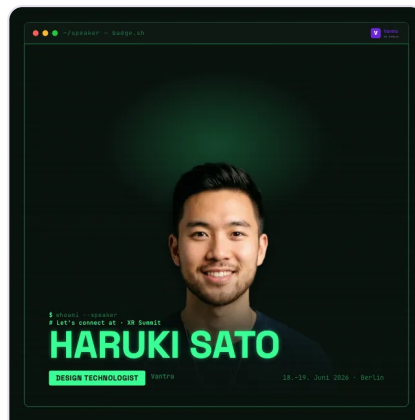
어떤 이벤트에도 어울리는 룩

배지를 기꺼이 올리느냐는 룩에도 달려 있습니다. 관련성과 적은 수고가 더 중요하긴 하지만, 좋은 디자인은 마지막 문턱을 낮춥니다. 이미지는 전문 게시물과 이직 소식 옆, 본인의 피드에 올라가고 그 사람의 얼굴을 보여 줍니다. 의무감으로 만든 것처럼 보이는 디자인은 누구도 즐겨 공유하지 않습니다.

그래서 템플릿 갤러리는 격식 있는 톤부터 발랄한 톤까지 아주 다른 분위기를 폭넓게 담았습니다. 로고, 색상, 폰트, 문구는 에디터에서 이벤트에 맞게 바꿉니다. 디자인이 최종적으로 어떤 형식으로 나갈지는 디자인과 별개로 정하는데, 자세한 내용은 다음 페이지에 있습니다.



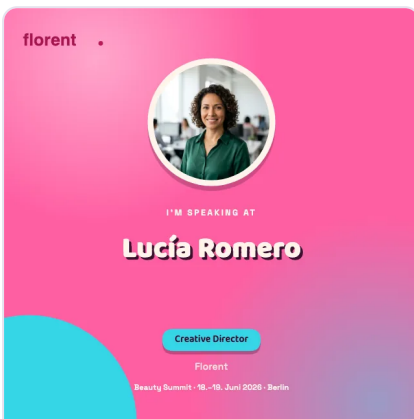
시네마 룩 · Coffee Festival



네온 터미널 · XR Summit



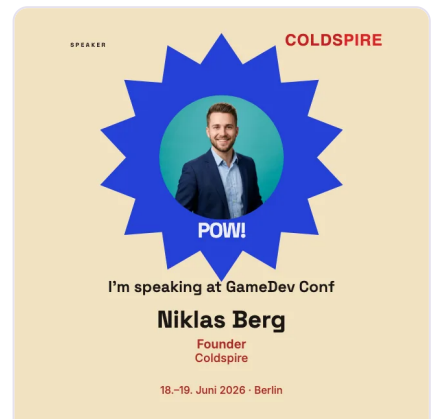
아르데코 · Photo Expo



발랄함 · Beauty Summit



클래식 · Quantum Europe



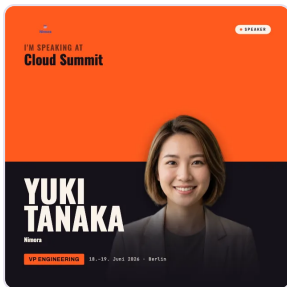
코믹 팝 · GameDev Conf

좋은 디자인을 알아보는 기준

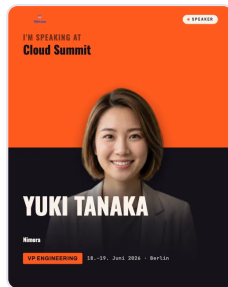
- ✓ 이름과 이벤트가 스마트폰에서 바로 읽힙니다
- ✓ 낱파와 장소가 설명 없이도 이해됩니다
- ✓ 얼굴 위에 글자나 장식이 없습니다
- ✓ 색상과 폰트가 가독성을 해치지 않으면서 이벤트와 어울립니다

네 가지 형식, 네 가지 자리

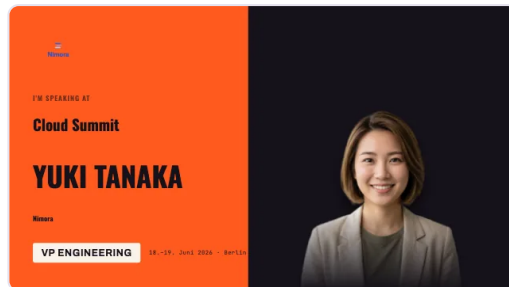
디자인할 때 네 가지 형식 가운데 하나를 정합니다. 형식마다 만들어진 자리가 다릅니다. 같은 배지를 여러 형식으로 한꺼번에 보내는 기능은 아직 없으니, 디자인이 주로 어디서 쓰일지 미리 정하세요. 형식에 따라 같은 디자인도 다르게 보이고 다른 역할을 합니다.



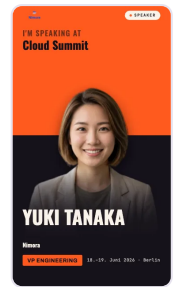
1:1 · 정사각형



4:5 · 세로형



16:9 · 가로형



9:16 · 스토리

형식

형식별로 어울리는 자리

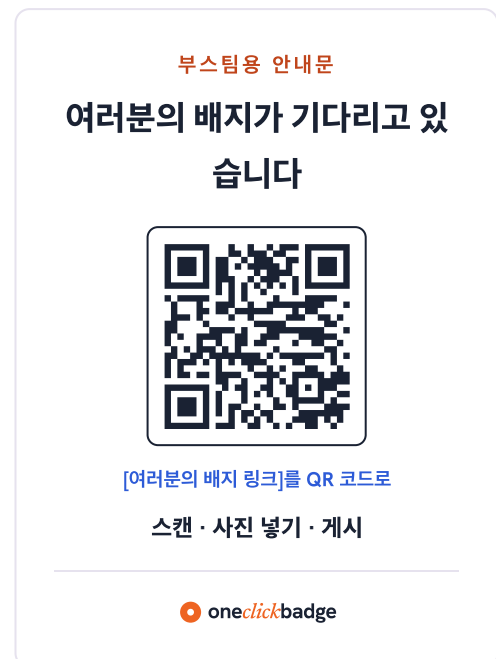
형식	만들어진 용도	참고할 점
1:1	피드의 표준, Instagram에서도 잘 작동	형식을 하나만 보낸다면 가장 안전한 선택
4:5	피드용 세로형, 모바일 스크롤에서 가장 넓은 면적 차지	존재감은 가장 크지만 세로 구도를 건디는 디자인이 필요
16:9	웹사이트, 뉴스레터, 발표 슬라이드용 가로형	피드에서는 훨씬 작게 보이는 대신 그 밖의 모든 곳에 제격
9:16	Instagram과 WhatsApp 상태용 스토리 형식	LinkedIn 피드에는 1:1이나 4:5 버전이 따로 필요

기본 원칙: 게시물에는 1:1이나 4:5, 여러분의 자체 지면에는 16:9, LinkedIn 밖에서 만나는 사람들에게는 9:16.

해상도: 기본적으로 모든 형식이 짧은 변 기준 1080픽셀로 보내드립니다. 피드, 스토리, 프로젝트에 충분히 선명하고 채팅으로 보내기에도 가볍습니다. 인쇄나 대형 프로젝션에는 다운로드할 때 픽셀이 훨씬 많은 “높음”과 “최대” 단계를 고를 수 있습니다.

03 이벤트 중: 현장의 순간 살리기

행사 당일에는 돈이 달라집니다. 이제는 지금 여기서 볼만한 일이 벌어지고 있다는 증거가 중요하죠. 좋은 순간은 그날이 알아서 만들어 주니, 이 일을 책임지고 챙길 사람 한 명만 있으면 됩니다.



왼쪽은 준비된 배지와 함께한 전시회 당일의 부스팀, 오른쪽은 바로 그 행동을 이끄는 안내문입니다.

3

짧은 게시물, 진짜 순간

가득 찬 강연장, 무대에서 나온 강렬한 한마디, 객석의 반응. 이런 순간은 연출되지 않았기 때문에 통하고, 그 자리에 없는 모두에게 잔잔한 아쉬움을 남깁니다. 강연장에서 바로 올리는 짧고 즉흥적인 게시물이 딱 맞는 도구입니다. 거칠어도 괜찮습니다. 빠르게 찍고, 오래 고민하지 말고 올리세요.

연사와 게스트에게 각자의 게시물에서 이벤트를 태그해 달라고 부탁하세요. 배지를 이미 피드에 올려 본 사람은 두 번째 인상을 한결 가볍게 공유합니다. 그리고 그날 포스팅만 담당할 팀원 한 명을 정해 두세요. 안 그러면 모두가 바빠서 결국 아무도 올리지 않습니다.

전시회에서도 마찬가지입니다. 복적이든 부스를 급히 찍은 사진 한 장에 두 문장이면 전날의 공들인 그래픽보다 힘이 세고, 전시장에서 망설이는 사람들에게 부스까지 돌아가 볼 가치가 있음을 보여 줍니다. 홀과 부스 번호는 게시물마다 반복하세요. 전시회 당일에 옛 게시물을 뒤져 번호를 찾는 사람은 없습니다.

거의 언제나 통하는 세 가지 현장 순간

- 1 **시작 직전의 강연장.** 꽉 찬 객석이 어떤 무대보다 많은 것을 말해 줍니다. 사진 한 장, 두 문장, 바로 게시.
- 2 **무대에서 나온 한 문장.** 오전의 가장 강렬한 인용문을 연사 이름, 발표 제목과 함께 텍스트 게시물로.
- 3 **무대 뒤 풍경.** 설치 작업, 기술 점검, 첫 커피를 든 팀. 매끈한 화보보다 가까운 느낌이 더 잘 통합니다.

온라인 이벤트: 전시장 없이 만드는 현장 순간

웨비나와 온라인 콘퍼런스에는 가득 찬 강연장이 없습니다. 그래도 공유할 만한 순간은 생깁니다. 모습이 다를 뿐이죠. 가장 강력한 것은 문장입니다. 발표에서 나온 과감한 주장, Q&A에서 나온 뜻밖의 답변, 아무도 예상하지 못한 설문 결과.

이런 콘텐츠에는 사진이 필요 없습니다. 누가 어떤 맥락에서 한 말인지만 분명하면, 인용문은 담백한 카드나 텍스트만으로도 충분히 통합니다. 반면 온라인 행사의 화면 캡처는 조심하세요. 참가자의 얼굴과 이름이 보일 수 있으니 미리 동의를 받아야 합니다.

중간 합류가 어울리는지는 내용에 달렸습니다. 어울리는 자리라면 웨비나가 진행되는 동안 신청을 열어 두고, 팀에서 한 명이 실시간으로 게시물을 올리게 하세요. 그러면 즉흥적으로 결정하는 사람들이 후반부에라도 들어옵니다. 앞 내용을 닫고 이어지는 세션이라면 다음 회차를 안내하는 편이 낫습니다.

예시 · 웨비나 진행 중에 올리는 인용 게시물

“[인용문 한 문장, 있는 그대로]”

[연사 이름] 님, 지금 [웨비나 제목]에서 라이브 중입니다.

녹화본이 제공됩니다. 지금이라도 함께하실 분은 첫 댓글의 링크로.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

좋은 라이브 게시물 하나로 충분할 때가 많습니다

녹화본 활용법: 라이브 게시물에서 녹화본이 나온다고 미리 알리세요. 시간을 놓친 사람은 녹화본을 받으려 신청하고, 게시물은 계속 일합니다. 녹화본과 인증서를 담은 완성된 후속 메일은 5장의 템플릿 08에 있습니다.

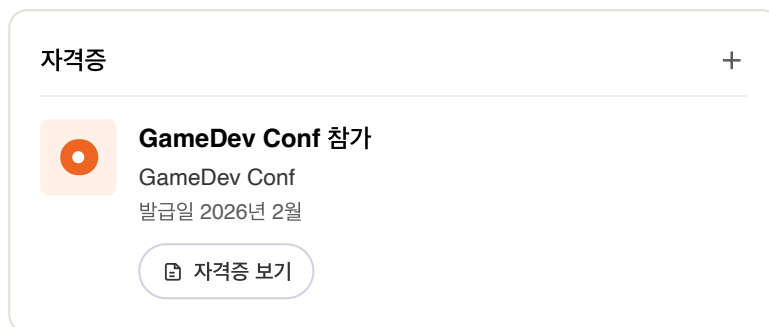
04 이벤트 후: 배지 & 인증서

대부분의 주최자는 마지막 게스트가 떠나는 순간 발신을 멈춥니다. 하지만 행사 직후야말로 전체 커뮤니케이션에서 가장 보람 있는 시간대입니다. 여러분의 이름이 아직 생생하고, 게스트에게도 마침 직접 들려줄 이야기가 있으니까요.



이벤트 분위기를 그대로 담은 참가 인증서.

LinkedIn 프로필에 등록하기



일정: 0일 차부터 14일 차까지

사후 관리가 아이디어가 없어 무너지는 일은 드뭅니다. 거의 언제나 누가 언제 무엇을 올릴지 아무도 정하지 않아서 무너지죠. 아래 플랜은 2주 동안 게시물 다섯 개로 이루어진 간결한 기본선입니다. 이벤트와 함께 자랍니다. 무대에 선 사람이 많을수록 연사에게 전할 감사도 많아집니다.

일정표

이벤트 후 2주

시점	게시물	핵심 포인트
0일 차	그날 가장 강렬한 사진과 함께 올리는 감사 게시물	짧고 따뜻하게, 결산 보고는 넣지 않기. 어떤 숫자보다 순간이 중요합니다
1~2일 차	모든 참가자에게 인증서 보내기	기억이 생생할 때 링크를 메일로 보냅니다
2~4일 차	연사 감사, 한 명씩 또는 시리즈로	각자 이름을 태그하고, 한 사람당 구체적인 순간 하나
4~7일 차	핵심 메시지를 담은 리캡 게시물	가장 강렬한 세 가지 배움이 글을 이끕니다. 뼈대는 5장에
7~14일 차	자료 공유와 다음 회차 예고	슬라이드, 녹화본, 사진첩, 그리고 다음 회차 일정

0일 차 = 행사 당일. 감사와 연사 감사는 개인 프로필에서, 리캡과 자료는 이벤트 페이지에도 함께 올립니다.

여러분의 채널 너머까지 가닿는 연사 감사

연사에게 보내는 감사는 사후 관리에서 도달이 가장 넓게 퍼지는 대목이고, 단순한 예의 차리기를 훌쩍 넘어섭니다. 연사를 이름으로 태그하고 발표 속 구체적인 순간을 짚으면 그가 반응하거나 게시물을 공유할 가능성이 높아집니다. 그러면 게시물은 그의 네트워크, 즉 여러분의 다음 이벤트를 알아야 할 바로 그 사람들에게 닿습니다. 실무 규칙은 두 가지입니다. 한 명씩 또는 작은 그룹으로 감사를 전하고, 감사 게시물 사이에 하루씩 간격을 두세요.

생략해도 좋은 것들

- 1 결산형 산문.** “즐거웠습니다”와 사진 콜라주로는 아무것도 전해지지 않습니다. 순간 하나가 더 많은 것을 이야기합니다.
- 2 거창한 숫자 자랑.** 기록 경신 수치는 광고처럼 읽힙니다. 내용에서 무엇이 남았는지 들려주세요.
- 3 긴 침묵.** 3주 뒤의 회고는 이미 떠나 버린 청중에게 도착합니다.

인증서: 참가자가 여러분 대신 써 주는 게시물

사후 관리에서 저평가된 지렛대는 게스트의 채널에 있습니다. 이벤트 분위기를 담은 참가 인증서는 모든 사람에게 참가 소식을 직접 올리거나 증명을 프로필에 등록할 계기를 줍니다. 그의 네트워크 전체가 봅니다. 일정표에서 이 타이밍이 1~2일 차에 놓인 데에는 이유가 있습니다. 행사 직후에 수령률이 가장 높고, 프로필 등록 하나하나가 여러분의 노출을 그 2주보다 훨씬 길게 늘려 줍니다.

수고는 크지 않습니다. 일이 가장 알맞은 자리로 옮겨 가기 때문입니다. 여러분은 인증서를 한 번 디자인하고 링크 하나를 공유합니다. 전체 메일로 보내거나 마지막 슬라이드에 QR 코드로 띄우면 되죠. 각자 링크를 열어 자기 이름을 직접 입력하고 자기 인증서를 다운로드합니다. 계정 없어요. 참가자 명단도 필요 없고, 이름은 저마다 실제 쓰는 표기 그대로 적게 됩니다.

이렇게 진행됩니다

디자인에서 프로필 등록까지

1

한 번 디자인

템플릿 고르고 로고와 색상 넣으면 끝.

2

링크 하나 공유

메일로, 채팅으로, 또는 마지막 슬라이드의 QR로.

3

각자 수령

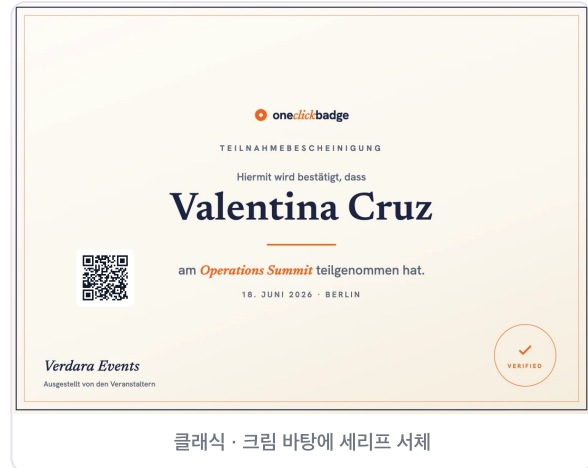
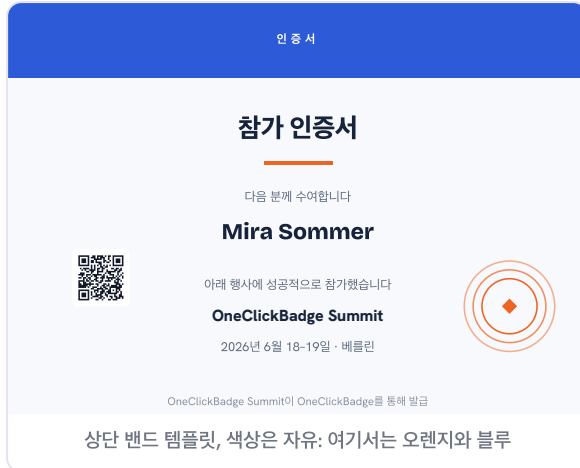
이름 입력하고 인증서 다운로드. 계정 없이.

프로필 등록은 그다음 클릭 한 번이면 됩니다. “프로필에 추가” 버튼이 제목, 주최자, 증명 주소를 미리 채워 LinkedIn에 넘겨줍니다. 이것은 LinkedIn이 수여하는 자격이 아닙니다. 누군가 참가했다는 사실을 여러분이 확인해 주는 증명이고, 기술적으로는 호스팅되는 Open Badge 2.0이라 언제든 검증할 수 있으며 필요하면 취소할 수도 있습니다.

온라인 행사에서는 미팅 채팅이 출구 역할을 합니다. 나눠 주기 가장 좋은 순간은 웨비나가 라이브로 끝나는 시점입니다. 마지막 슬라이드에 링크를 띄우고, 채팅에는 클릭할 수 있는 메시지를 올리세요. 두 템플릿 모두 5장에 있습니다.

인증서에도 여러분의 룩이 담깁니다

보기 좋은 증명은 더 기꺼이 꺼내 보이게 됩니다. 인증서 에디터의 템플릿 갤러리는 격식 있는 상장부터 기술적인 격자 룩까지 아우르고, 색상과 로고와 문구는 여러분의 이벤트를 따라갑니다.



증명을 위한 세 가지 형식



A4 가로 · 기본



A4 세로 · 인쇄용



정사각형 · 피드용

A4 가로가 기본입니다. 화면에서 상장처럼 보이고 슬라이드와 게시물에 잘 어울립니다. A4 세로는 인쇄해 액자에 넣는 상장입니다. 정사각형은 피드에서 가장 공유하기 쉽고, 배지와 같은 면적을 씁니다. 셋 모두 하나의 같은 템플릿에서 나옵니다.

05 그대로 가져다 쓰는 템플릿

여느 때라면 아무 글도 나가지 못할 순간들을 위한 문구 블록 여덟 개입니다. 자리 표시자는 파란색 대괄호로 표시되고, 나머지는 그대로 옮겨 써도 됩니다. 이 블록들은 여러분이 직접 보내는 메일과 게시물을 위한 것입니다. 연사와 게스트가 올리는 글은 그들 자신의 말로 남겨 두는 편이 좋습니다.

번호	템플릿	시점	페이지
01	연사에게 보내는 확정 메일	섭외 확정과 함께	23
02	부담 없는 리마인드	2~3주 전	23
03	카운트다운 게시물	3~5일 전	24
04	팀에게 보내는 초대 문구	4주 전	24
05	감사 게시물	행사 당일 저녁	25
06	리캡 게시물의 뼈대	4~7일 차	25
07	미팅 채팅용 메시지	웨비나 라이브 종료 시점	26
08	웨비나 후속 메일	다음 날	26

말투는 어떻게 할까요? 메일 블록은 가깝고 편한 존댓말로 썼습니다. LinkedIn에서는 그것이 자연스러우니까요. 연사와 더 격식을 갖추는 사이라면 어투만 다듬으세요. 나머지는 그대로 작동합니다.

템플릿 01 · 연사 확정 메일에 넣는 문구

함께해 주셔서 기뻐요! 두 가지만 더 전할게요:

원하시면 출연 소식을 알리실 수 있게 연사 배지를 준비해 뒀어요: [\[배지 링크\]](#)

사진 올리고 이름만 입력하면 끝이에요. 2분쯤 걸리고 계정은 필요 없어요.

포스팅하실 때는 어떤 주제로 발표하는지 들려주세요. 주제에 관한 한 문장이 저희가 내는 어떤 공지보다 잘 통해요.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

발송: 섭외 확정과 함께

“원하시면”이라는 말이 부담을 덜어 주고, 주제를 이야기해 달라는 귀뜸이 연사에게 게시물의 첫 줄을 건네줍니다.

템플릿 02 · 부담 없는 리마인드

짧은 소식이에요. 프로그램이 공개됐고, 첫 연사들이 출연 소식을 공유하기 시작했어요.

출연 소식을 아직 알리고 싶으시면 지난번 배지 링크를 그대로 쓰시면 돼요: [\[배지 링크\]](#)

곧 시작이네요. 뵙기를 기대할게요!

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

발송: 2~3주 전, 한 번만

리마인드는 이 한 번이면 대개 충분합니다. 특히 중요한 연사에게는 마지막 주의 개인 메시지가 어떤 단체 메일보다 크게 와닿습니다.

템플릿 03 · 마지막 주 카운트다운 게시물

[이벤트 이름]까지 앞으로 [남은 일수].

[가장 기대되는 것 한 문장: 프로그램 하나, 게스트 한 명, 첫 공개]

아직 고민 중인 분들께: 자리가 [잔여석 수] 남아 있습니다. 신청은 첫 댓글에서.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

게시: 3~5일 전

구체적인 잔여석 숫자가 긴박감을 믿을 만하게 만듭니다. 숫자를 밝히고 싶지 않다면 그 문장은 통째로 빼세요.

템플릿 04 · 팀에게 보내는 초대 문구

[이벤트 이름]용 “저희가 참가합니다” 배지가 완성됐어요: [배지 링크]

링크 열고, 사진 올리고, 이름 넣고, 게시하면 돼요. 2분이면 충분하고 계정도 필요 없어요.

얼굴이 많을수록 현장에서 우리가 더 잘 보여요. 홀과 부스 번호는 이미지에 이미 들어 있어요.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

발송: 메일이나 팀 채팅으로, 4주 전

템플릿 05 · 당일 저녁의 감사 게시물 (0일 차)

[이벤트 이름], 이렇게 마무리했습니다.

[그날의 구체적인 순간 하나, 한 문장. 모든 것을 요약하는 장면]

와 주신 모든 분, 연사분들, 그리고 무대 뒤의 팀에게 감사드립니다.

참가하신 분들께: 참가 인증서가 내일 메일로 갑니다. 리캡도 이어집니다.

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

게시: 행사 당일 저녁, 그날 최고의 사진과 함께

템플릿 06 · 리캡 게시물의 뼈대

[도입부로 쓸 구체적인 순간 하나, 한 문장. 그날을 압축하는 장면]

머리에 남은 세 가지:

1. [발표에서 얻은 배움, 출처와 함께]
2. [대화에서 나온 뜻밖의 이야기]
3. [풀리지 않은 채 계속 생각하게 만드는 질문]

[연사 태그] 님, [구체적인 기여] 감사했습니다. 와 주신 모든 분께도 감사드립니다.

[다음 안내: 다음 회차, 신청, 자료]

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

게시: 4~7일 차

도입부의 순간이 계속 읽을지를 결정합니다. “9시 12분에 커피가 동났고, 9시 15분에는 예순 명이 데이터 모델을 토론하고 있었다”가 어떤 형용사보다 이벤트를 잘 전합니다.

템플릿 07 · 미팅 채팅용 메시지

함께해 주셔서 감사합니다! 참가 인증서는 여기서 받으실 수 있어요(이름 입력하고 PDF 저장, 30초면 됩니다): [\[인증서 링크\]](#)

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

게시: 마지막 슬라이드가 떠 있는 동안 채팅에

마지막 슬라이드와 탭 닫기 사이의 시간은 1분 남짓이고, 그 1분이 수령률을 결정합니다.

템플릿 08 · 웨비나 후속 메일

제목 **녹화본과 인증서: [웨비나 제목]**

안녕하세요 [\[이름\]](#) 님,

[\[웨비나 제목\]](#)에 함께해 주셔서 감사합니다! 다시 보실 자료를 한데 모았어요:

녹화본: [\[링크\]](#)

참가 인증서, 이름 입력하고 PDF 저장: [\[인증서 링크\]](#)

그리고 괜찮으시면, 다음 회차는 [\[날짜\]](#)입니다. 신청은 여기서: [\[신청 링크\]](#)

다음에 또 뵙게요!

[\[팀 이름\]](#)

파란색 자리 표시자만 바꿔 넣으세요

발송: 웨비나 다음 날

이 메일은 콜에서 조용히 듣기만 한 분들까지 붙잡고, 다음 회차 일정도 함께 전합니다. 웨비나 도구의 참석자 목록으로 보내세요.

Playbook 전체를 체크리스트로

2장부터 4장까지의 모든 단계를 진행 순서대로 한 페이지에 담았습니다. 시점은 일정표에서 가져온 참고 기준이니 여러분의 주간에 맞춰 옮기세요. D = 행사 당일.

이벤트 전

- ☐ **이벤트 등록:** 일정이 확정되는 대로 LinkedIn에 이벤트 생성
- ☐ **콘텐츠 일정** 확정, 한 사람이 일정을 챙김
- ☐ **신청 접수:** 오픈 시점 계획 완료
- ☐ **Save the Date** 게시 (D - 42)
- ☐ **연사 배지** 완성, 링크는 확정 메일마다 동봉
- ☐ **팀 배지:** 홀과 부스 번호를 넣어 부스팀에 전달 (D - 28)
- ☐ **디자인:** 스마트폰 가독성 점검 완료
- ☐ **연사 소개** 기획, 각각 얼굴 하나와 주제 하나 (D - 28, D - 14)
- ☐ **프로그램 하이라이트:** 구체적인 이득과 함께 게시 (D - 21)
- ☐ **리마인드:** 아직 올리지 않은 모두에게 (D - 21 ~ D - 14)
- ☐ **비하인드** 게시, 행사장과 설렘 (D - 7)
- ☐ **카운트다운:** 잔여석 숫자와 함께 (D - 3)
- ☐ **안내 게시물:** 오시는 길, 시간, 해시태그 (D - 1)
- ☐ **모든 링크:** 발송 전 테스트 완료
- ☐ **사진과 녹화:** 팀과 규칙 합의

이벤트 중

- ☐ **한 사람**이 포스팅을 전담
- ☐ **QR 안내문:** 백오피스나 휴게 공간에 부착
- ☐ **현장 순간:** 강연장, 인용문 하나, 비하인드
- ☐ **웹비나에서는:** 팀의 인용 게시물, 종료 시점 채팅에 인증서 링크

이벤트 후

- ☐ **감사 게시물:** 가장 강렬한 사진과 함께 당일 저녁에 (0일 차)
- ☐ **인증서 링크:** 모든 참가자에게 발송 (1~2일 차)
- ☐ **연사 감사:** 한 명씩, 구체적인 순간과 함께 (2~4일 차)
- ☐ **리캡:** 세 가지 배움과 함께 게시 (4~7일 차)
- ☐ **자료 공유,** 다음 회차 일정 안내 (7~14일 차)
- ☐ **이벤트 복제:** 다음 회차의 배지와 인증서 준비 완료

숫자로 보는 예시 계산

네트워크 지렛대가 얼마나 큰지는 모의 계산으로만 정직하게 보여 줄 수 있습니다. 행사마다 사정이 다르기 때문이죠. 그래서 아래 예시 계산은 일부러 보수적인 가정으로 잡았고, 언제든 여러분의 숫자로 바꿔 넣을 수 있습니다.

중간 규모의 전문 컨퍼런스를 가정해 봅시다. 연사 열 명과 전시업체 부스팀 열다섯 명이 배지를 올립니다. 게스트는 아예 빼겠습니다. 사실은 그들이 다수를 차지할 때가 많은데요. 1인당 1촌을 600명으로 잡고, 그중 스무 명에 한 명만 게시물을 실제로 본다고 가정합니다.

모의 계산

같은 이벤트를 다룬 게시물 25개

배지를 올리는 사람 (가정: 연사 10명과 부스팀 15명, 게스트 제외)	25
1인당 1촌 수 (B2B 분야 직장인 기준의 가정)	Ø 600
게시물을 실제로 보는 1촌 (가정: 개인 게시물당 노출률 5퍼센트)	20명 중 1명

도달한 사람 ($25 \times 600 \times 5\%$)

≈ 750

모의 계산이며 실측이 아닙니다. 모든 값은 가정이니 여러분의 숫자로 바꿔 보세요. 반응을 타고 번지는 2차 도달 효과는 아직 넣지도 않았습니니다.

비교해 보죠. 팔로워 1,500명인 이벤트 페이지의 게시물이 팔로워 서른 명 중 한 명에게 닿는다고 가정하면 독자는 약 50명입니다. 여러분의 팀이 글을 못 써서 생기는 차이가 아닙니다. 발신자 25명이 각자 600명의 1촌을 가지면 합쳐서 15,000명의 접점이 펼쳐지는데, 채널 하나로는 거기에 닿을 수 없습니다. 그리고 이 도달은 값어치가 클 때가 많습니다. 연사와 게스트의 1촌들은 새로운 사람들에게 닿기 때문입니다.

자주 묻는 질문

01 연사, 게스트, 참가자에게 계정이 필요한가요?

아니요. 배지를 공유하거나 인증서를 받는 사람은 모두 링크 하나로 끝납니다. 사진이나 이름을 넣고, 다운로드하고, 게시하면 되죠. 계정은 이벤트를 관리하는 주최자인 여러분에게만 필요합니다.

02 게스트의 사진은 어디에 저장되나요?

그 사람의 기기에 남습니다. 배지는 브라우저 안에서 만들어집니다. 사진 선택, 배경 분리, 렌더링이 로컬에서 진행되고 완성된 이미지는 바로 다운로드되며, 사진은 기기를 떠나지 않습니다. 얼굴이 공개되는 것은 본인이 직접 게시하는 순간부터입니다. 인증서의 경우에는 증명 페이지가 계속 열리도록 입력한 이름이 저장됩니다.

03 배지와 인증서는 무엇이 다른가요?

배지는 이벤트 전의 이미지입니다. 여러분의 사람들이 공유하고, 도달은 그들의 네트워크에서 생깁니다. 인증서는 이벤트 후에 옵니다. 누군가 참가했다는 여러분의 확인이며, 프로필의 “자격증” 섹션에 오래 남는 항목입니다.

04 인증서는 LinkedIn이 검증하거나 인정한 것인가요?

아니요. LinkedIn은 여기서 아무것도 심사하거나 수여하지 않습니다. 기능과 프로필 섹션을 제공할 뿐이죠. 인증서는 주최자인 여러분의 확인입니다. 증명 링크 뒤에는 호스팅되는 Open Badge 2.0이 있어 주소를 언제든지 검증할 수 있고, 인증서를 취소하면 그 사실도 함께 표시됩니다.

05 초대받은 사람 중 실제로 몇 명이나 올리나요?

계기와 수고에 따라 크게 달라서, 여기서 누구도 정확한 비율을 말해 줄 수 없습니다. 확실한 것은 방향입니다. 문턱이 낮을수록 더 많이 참여합니다. 링크로 받는 배지는 문턱을 몇 분 수준으로 낮추고, 섭외 확정과 함께 오는 개인적인 부탁은 그 문턱을 더 낮춥니다.

06 게시물에 반응이 거의 없으면 어떻게 하나요?

계속 올리되 눈높이를 낮추세요. 도달은 몇 주에 걸쳐 자랍니다. 기본을 점검하세요. 게시물이 페이지 말고 사람에 게서도 나오나요? 이미지에 얼굴이 있나요? 게시물마다 주제가 딱 하나인가요? 그리고 많은 독자는 공개적으로 반응하지 않을 뿐, 읽고는 있습니다.

07 인증서 링크는 언제 보내는 게 가장 좋은가요?

이벤트가 끝나고 1~2일 차, 기억이 아직 생생할 때입니다. 웨비나라면 라이브 종료 직후 미팅 채팅과 마지막 슬라이드에서 바로요. 다음 날 보내는 후속 메일은 채팅을 놓친 모두에게 닿습니다.

여러분의 이벤트를 더 멀리 퍼뜨리는 배지.

디자인 고르고 링크 공유하면 끝. OneClickBadge로 이벤트 배지와 참가 인증서를 몇 분 만에 만듭니다. 게스트는 링크 하나로 둘 다 직접 받아 갑니다. 계정도 참가자 명단도 없어요. 공유된 배지 하나하나가 여러분이 쓰지 않아도 되는 이벤트 게시물입니다.



무료로 시작해 천천히 살펴보세요

QR 코드를 스캔하거나 oneclickbadge.com을 여세요.
질문이 있나요? support@oneclickbadge.com

여러분의 다음 이벤트는 더 넓은 도달을 누릴 자격이 있습니다.

oneclickbadge.com · 이벤트를 위한 배지 & 인증서 · © 2026 OneClickBadge

Herausgeber: Nicolas Limberg · Hafenweg 11a · 48155 Münster · Deutschland
support@oneclickbadge.com · oneclickbadge.com/impressum · oneclickbadge.com/datenschutz