Friday 상세페이지 구성 기획안 · 홍보 원고 세트 (최종본)

- 계약 제2조 3번 '상세페이지·홍보 원고' 1식: ① 서비스 안내 상세페이지(광고 착지 화면) 구성 기획안 ② 블로그·검색·피드 원고 세트.
- 모든 문구는 dearfriday.net에 공개된 사실(파일럿 도시 5곳, 공개 스토리, 로컬 되기 안내, 이용약관)만 근거로 씁니다. 수치·후기·결과 약속은 넣지 않았습니다.
- 사이트 내용은 2026-10-26 공개 페이지 기준입니다. [확인 요청] 표시는 귀사 답변을 받아 확정할 곳입니다.

1부. 상세페이지(광고 착지 화면) 구성 기획안

1-1. 착지 화면을 어떻게 나누나

광고에서 말한 도시·주제가 착지 첫 화면에 그대로 보여야 광고를 누른 사람이 바로 나가지 않습니다. 지금 사이트의 화면을 그대로 쓰되, 광고 묶음마다 아래처럼 연결합니다.

착지	쓰는 광고	지금 있는 화면	첫 화면에 보여야 할 것
도시별	도시 5곳 카드뉴스, 도시 키워드	도시 화면(/ko/cities/seoul 등 5곳)	그 도시 이름, 그 도시 로컬, 그 도시 스토리
주제별(학교·집·첫해 비용·워홀)	아이 학교 등록·집·첫해 비용 카드뉴스, 주제 키워드	스토리 목록(분류: 가족·아이, 집, 생활비 등)	같은 주제 스토리 3편
로컬 되기	로컬 되기 배너	/ko/welcome	3단계 안내, '5분 인터뷰로 시작하기'
첫 화면	첫 질문 배너, 브랜드 키워드	첫 화면	입력창
유학	유학 안내 카드(배너 ④ 마지막 장 U1), 유학 키워드 K7·K8	귀사 유학 홈페이지(공개 뒤 주소 기재)	광고에서 말한 유학 상품 이름·대상 학년·지역, 상담 신청 경로

[확인 요청] 주제별(분류별) 스토리 모음 주소가 있는지 알려 주세요. 없으면 스토리 한 편을 착지로 쓰고, 다음 개선 때 주제별 모음 화면을 만드는 것을 권합니다.

1-2. 광고 전용 상세페이지 구성안(새로 만드실 때) [공통 — Friday 기준]

순서	구역	내용	근거가 되는 사이트 문구
1	첫 화면	광고와 같은 제목(예: "시드니로 가세요?") + 입력창 + '사람 찾아보기' 버튼	"어느 도시로, 무슨 일로 가세요? 말하듯 적어 주세요. 정리되지 않아도 괜찮습니다."
2	이렇게 이어 드립니다	말하듯 적기 → 도시·시기·필요한 도움 정리 → 그 도시 로컬에게 연결, 3단계 그림	"그 도시에 사는 사람에게 연결합니다"
3	그 도시의 로컬	로컬 카드(이름, 도시, 거주 기간, 지금 요청을 받는지)	"본인 확인과 거주 도시가 확인된 사람들입니다"
4	먼저 겪은 이야기	같은 도시·주제 스토리 3편 카드	"이름과 도착한 날짜가 있는 이야기만 싣습니다. 읽는 것은 무료입니다."
5		본인·거주 도시 확인, 이름·도착 날짜 공개, 원문 언어 표시	"원문 언어를 밝힌 뒤 Friday 번역을 함께 보여줍니다"

순서	구역	내용	근거가 되는 사이트 문구
	믿고 읽을 수 있는 이유		
6	자주 묻는 질문	① 무료인가요? ② 가입해야 읽을 수 있나요? ③ 전문 상담인가요? ④ 누가 가입할 수 있나요?	①② "가입 없이 둘러보기 · 이야기 읽기 무료", 약관 8조(유료 기능 없음) ③ 약관 1조(개인 경험, 전문 자문 아님) ④ 약관 2조(만 19세 이상)
7	마지막 행동	가입 버튼(구글 또는 이메일 링크 로그인)	약관 2조

자주 묻는 질문 ③은 "로컬의 이야기와 답변은 개인의 경험이며, 이민·법률·세무·의료·금융 전문 자문이 아닙니다. 중요한 일은 공식 자료나 전문가에게 확인해 주세요."처럼 약관 문장을 그대로 씁니다.

1-3. 광고 집행 전 착지 화면 점검 제안

번호	점검	이유
L1	[확인 요청] 첫 화면 '내 Local 찾기' 영역에 파일럿 도시 밖(밴쿠버·토론토·멜버른) 로컬 이름이 보입니다. 실제 로컬인지, 예시 화면인지 알려 주세요	광고는 파일럿 도시 5곳만 말하는데 착지에 다른 도시가 보이면 광고와 화면이 어긋나 보일 수 있습니다. 예시라면 예시 표시 또는 파일럿 도시로 교체를 권합니다
L2	[확인 요청] 첫 화면은 '이야기 20편 모두 보기', 탐색 목록에는 12편, 스토리 화면의 '다음 글' 등으로 열리는 공개 스토리는 15편입니다 (2026-10-26 확인). 실제 공개 편수와 목록에서 빠진 3편의 사정을 알려 주세요	숫자가 들어간 문구는 실제와 맞아야 합니다(표시광고법 제5조 실증). 광고 문구에는 편수를 쓰지 않았습니다
L3	검색 차단(robots.txt·noindex) 해제 시점	네이버 광고 심사·검색 노출(설계서 7절 C2)
L4	가입 완료 시점에 전환 이벤트 보내기	설계서 5절
L5	광고 주소의 추적 표기(utm_…)가 로그인 뒤에도 남는지	어느 광고로 가입했는지 알 수 있어야 합니다
L6	만 19세 이상 가입 조건	광고 타깃 연령을 19세 이상으로 맞춥니다
L7	로컬이 스토리 끝에 '저에게 연락해 주세요'처럼 개별 상담을 권하는 문장	광고 착지로 쓰는 스토리에 이런 문장이 있으면 Friday가 상담 서비스처럼 보일 수 있습니다. 광고 착지·블로그에는 이런 문장이 없는 스토리를 우선 고르고, 인용하지 않았습니다

1-2-가. 유학 착지 화면 구성

유학 부분은 귀사 상품 자료를 받기 전이라 일반 문구로 담았습니다. 상품 자료를 보내 주시면 무료 수정 범위 안에서 반영해 드리겠습니다. 아래는 화면 순서와 기준입니다.

순서	구역	내용
1	첫 화면	광고와 같은 제목(예: "미국 유학, 아이와 함께 준비하는 부모님께") + 상담 신청 버튼
2	진행 방식	상담 신청 → 상담 → 준비 안내 순서(귀사 상품 안내 문구가 들어갈 자리)
3	상품 안내	대상 학년·지역·상품 구성(귀사 상품 안내 문구가 들어갈 자리)

순서	구역	내용
4	먼저 겪은 이야기	학교·가족 스토리 카드(공개 스토리 제목만)
5	자주 묻는 질문	합격·입학을 보장하나요? 등(답은 귀사 상품 약관·안내 문구 그대로)
6	마지막 행동	상담 신청 양식(개인정보 수집·이용 동의 포함)

- 첫 화면 제목은 광고 문구와 같게, 상품 이름·대상은 귀사 자료에 있는 그대로.
- 자주 묻는 질문에 '합격·입학을 보장하나요?'를 넣고 답은 귀사 상품 약관·안내 문구 그대로 씁니다(보장 표현 금지, 설계서 1-3).
- 이민 상담 안내는 해외이주알선업 등록증 확인 뒤에만 넣습니다(설계서 1-1).
- 자녀 사진은 보호자 동의가 확인된 것만.

1-3-가. 유학 착지 점검

번호	점검	이유
L8	유학 착지에 상담 신청 경로(양식·전화·메신저)가 있는지, 신청 완료 화면 주소	전환 정의(설계서 5-1 유학 줄)와 추적 설치(5-2)
L9	유학 착지에 개인정보 수집·이용 동의(상담 신청 양식)	개인정보 보호법 — 양식이 있으면 동의 문구 필요

2부. 홍보 원고 세트

2-1. 검색광고 문안(네이버 파워링크·구글 반응형 검색)

글자 수 기준: 구글은 제목 30자·설명 90자(한글 1자를 2자로 셈), 네이버 파워링크는 제목 15자·설명 45자 기준으로 맞췄습니다. 괄호 안은 (네이버 글자 수 / 구글 계산값), 공백·문장 부호 포함입니다.

번호	광고그룹	제목	설명	착지
S1	시드니 워킹홀리데이	시드니 워홀 첫 달 준비 (13 / 22)	시드니에 먼저 간 로컬의 경험을 읽어 보세요. 읽는 것은 무료입니다. (38 / 65)	시드니 도시 화면·첫해 비용 스토리
S2	해외 정착 일반	도시마다 먼저 간 사람 (12 / 21)	본인 확인과 거주 도시가 확인된 로컬의 이야기를 도시별로 모았습니다. (38 / 67)	도시 둘러보기
S3	해외 정착 일반	해외 첫 도시, 로컬과 함께 (15 / 25)	어느 도시로, 무슨 일로 가는지 적으면 그 도시에 사는 사람을 찾아 드립니다. (43 / 73)	첫 화면
S4	경험담	후기 대신 경험 (8 / 14)	이름과 도착 날짜가 있는 이야기만 싣습니다. 서울·뉴욕·시드니 등 5개 도시. (43 / 72)	스토리 목록
S5	아이 학교·집·브랜드	Friday 로컬 경험담 (13 / 18)	집 구하기, 학교 등록. 그 도시에 먼저 간 사람의 경험을 읽어 보세요. (40 / 66)	스토리 목록

- [확인 요청] 브랜드 표기가 확정되면 S5 제목의 'Friday'를 그 이름으로 바꿉니다.
- 네이버 글자 수에 공백이 포함되는지는 광고 등록 화면에서 다시 확인합니다.

번호	광고그룹	제목	설명	착지
S6	K7 미국 유학 준비	미국 유학 준비 정보 (11 / 19)	아이의 미국 유학을 준비하는 부모님께. 준비 정보를 보고 상담을 신청하세요. (42 / 73)	유학 착지
S7	K8 유학 브랜드	Friday 유학 상담 (12 / 16)	미국 유학 준비 정보와 상담 연결. Friday 유학에서 시작하세요. (38 / 60)	유학 착지

- S6·S7: 유학 부분은 귀사 상품 자료를 받기 전이라 일반 문구로 담았습니다. 상품 자료를 보내 주시면 무료 수정 범위 안에서 반영해 드리겠습니다. 합격·입학 결과, '1위·최고' 표현은 쓰지 않습니다.

2-2. 블로그 원고(2편)

블로그 원고는 공개된 스토리를 소개하고 원문 링크로 보내는 글입니다. 스토리 원문 전체(2026-10-26 공개본)를 읽고, 원문에 있는 내용만 요약했습니다. 기간·서류 같은 내용은 작성자 한 사람의 경험으로 밝혀 적었습니다. 이용약관 3조에 따라 Friday는 서비스를 알릴 때 이용자 콘텐츠를 보여 주거나 링크할 수 있습니다. [확인 요청] 그래도 로컬 이름을 블로그에 넣기 전에 본인에게 한 번 알리시는 것을 권합니다.

블로그 ① 제목: 아이와 해외로 이주할 때, 학교 등록은 먼저 해 본 부모에게

> 이주를 앞둔 부모가 가장 오래 고민하는 것 중 하나는 아이의 학교입니다. 집과 일자리는 어른이 해결하지만, 새 학교와 새 언어는 아이가 마주해야 하기 때문입니다.
>
> Friday에는 이 과정을 먼저 지나온 부모들의 기록이 있습니다. 세 도시, 세 가족의 이야기를 짧게 소개합니다.
>
> **뉴욕 — 강다현 님(뉴욕 5년 차)** 아홉 살 아이와 뉴욕으로 이주한 강다현 님은 '9세 아이와 뉴욕 학교 등록하기'에서 가장 힘들었던 것으로 언어 장벽을 꼽습니다. 한국과 가장 다르게 느낀 점은 아이가 수업 시간에 적극적으로 발언하고 참여해야 하는 분위기였고, 아이의 교실 적응에 가장 큰 도움이 된 것은 학교의 ESL·ELL 언어 지원 프로그램이었다고 합니다. 같은 작성자의 '도착 첫 주 거주지 등록부터 해야 하는 이유'에서는 도착 첫 주에 거주지 주소 등록부터 했고, 공립학교 등록 때 출생증명서나 여권을 냈다는 경험을 전합니다.
>
> **핼리팩스 — CHAEHYUN 님(올해 이주)** '레딧만 믿고 학교 정하지 마세요'는 여섯 살 아이의 학교를 정한 이야기입니다. 등록 때 임대차 계약서, 예방접종 증명서, 아이 여권과 비자, 한국 학교 생활기록부, 부모 신분증과 비자를 준비했다고 합니다. 처음에는 온라인 커뮤니티 정보만으로 학교를 골랐다가, 실제로 가 보니 현지 이야기와 달라 집에서 먼 학교로 옮겼다는 경험이 담겨 있습니다. 작성자가 남긴 한 줄은 "현지에서 직접 학교 분위기를 확인해 보세요"입니다.
>
> **서울 — Mila Park 님(서울 8년 차)** 일곱 살 아이와 서울로 이주한 Mila Park 님은 '3일 만에 학교 입학'에서 학교 제도와 문의할 곳을 몰라 막막했던 경험, 거주지 등록 증명서를 내고 학교 배정·등록을 마친 과정을 전합니다. 첫 주에는 등하굣길이 안전한지 확인하려고 매일 아이를 직접 데려다주었다고 합니다. 같은 작성자의 '한국어를 모르는 상태로 초등학교 입학.'은 한국어를 모르는 아이를 바로 학교에 보낼지, 유치원에서 1년을 더 보내며 언어에 익숙해지게 할지를 아이의 성격에 따라 고르는 방법을 이야기합니다.
>
> 기간과 서류는 도시와 학교, 가족마다 다를 수 있습니다. 그래도 그 도시에서 먼저 아이 학교를 알아본 사람의 기록이 있다면 준비가 훨씬 덜 막막해집니다. 이야기는 가입 없이 무료로 읽으실 수 있습니다.
>
> ※ Friday의 이야기는 로컬의 개인 경험입니다. 학교 입학 요건과 서류는 해당 교육청·학교의 공식 안내로 꼭 확인해 주세요.
>
> [이야기 읽으러 가기 → 스토리 목록 링크]

원문: 9세 아이와 뉴욕 학교 등록하기(/ko/stories/04240b92e5aa44d6a82f93e736e3464c), 도착 첫 주 거주지 등록부터 해야 하는 이유(/ko/stories/e039318c864442828d7ea77172c63db2), 레딧만 믿고 학교 정하지 마세요(/ko/stories/5b83eadddac446438c813f1048ca0504), 3일 만에 학교 입학(/ko/stories/e6c20d6aebcf48789cb2df996f0145f7), 한국어를 모르는 상태로 초등학교 입학.(/ko/stories/64bf17b94ed94653a1a6d8a74c72e8bd)

블로그 ② 제목: 한국에 처음 오는 날, 인천공항에서 서울 시내까지

> 한국에서의 첫날은 종종 "공항에서 시내까지 길을 잃지 않고 어떻게 가지?"라는 질문으로 시작합니다.
>
> 서울에 8년째 사는 로컬 Mila Park 님의 '지하철로 서울 인천공항에서 시내로 가는 법'은 입국장에서 목적지 역까지 지하철로 이동하는 전 과정을 영상으로 보여 줍니다. 영상에서는 모든 역에 서는 일반 열차와 공항 직통 열차의 차이, 단말기와 Apple Wallet에서 교통카드(T-money)를 사고 충전하는 방법, 공항 안 길 찾기에 쓸 만한 앱까지 다룹니다. 자판기 앞에서 당황하지 않도록 교통카드를 어디서 어떻게 사는지 미리 보고 가면 첫날이 한결 편해집니다.
>
> 서울에서 일을 시작하는 분이라면 Kevin 님의 '면접에서 말이 막힌 뒤 지인 소개로 얻은 서울 첫 일자리'도 함께 읽어 보세요. 서울에서 24년째 엔지니어로 일하는 Kevin 님은 처음 일자리를 찾을 때 두세 곳에 지원했고, 그중 한 곳 면접에서 영어로 말이 막혀 거절당했습니다. 그 뒤 영어 학원과 수업으로 업무 대화가 될 만큼 말하기를 연습했고, 첫 일자리는 지인 소개로 구했습니다. "한두 번의 거절이 끝이 아니다", "부족한 걸 알게 됐다면 그때부터 채워 가면 된다"는 것이 Kevin 님이 경험으로 전하는 이야기입니다.
>
> Friday에서는 서울을 비롯해 뉴욕·샌프란시스코·핼리팩스·시드니 5개 도시의 로컬과 이야기를 볼 수 있습니다.
>
> [서울 로컬과 이야기 보기 → 서울 도시 화면 링크]

원문: 지하철로 서울 인천공항에서 시내로 가는 법(/ko/stories/bb665862142147b5b944e9b384b64d80), 면접에서 말이 막힌 뒤 지인 소개로 얻은 서울 첫 일자리(/ko/stories/4b2922e65c2745639064af786580fcb1)

- 블로그 ②의 영상은 Mila Park 님이 올린 외부 영상입니다. [확인 요청] 블로그에 영상을 직접 넣으려면 본인 허락이 필요합니다. 허락 전에는 원문 링크만 겁니다.
- [확인 요청] 게시 채널(귀사 블로그 등)과 게시 주체가 정해지면 그 채널 형식(사진 위치·글자 색·대표 사진)에 맞춰 다듬어 드립니다.
- 두 원문의 끝에 있는 '저에게 연락해 주세요' 같은 개별 상담 권유 문장은 인용하지 않았습니다(1-3 L7).

2-3. SNS 피드 글(배너·카드뉴스 6종과 짝)

짝 배너	피드 글
① 첫 질문	어느 도시로, 무슨 일로 가세요? 정리되지 않아도 괜찮습니다. 말하듯 적으면 그 도시에 사는 사람을 찾아 드립니다.
② 도시 5곳	서울 · 뉴욕 · 샌프란시스코 · 핼리팩스 · 시드니. 낯선 도시에도 먼저 온 사람이 있습니다. 도시를 열면 그곳에 모인 로컬과 이야기를 볼 수 있습니다.
③ 직접 겪은 이야기	결정을 도와준 건 후기가 아니라 경험이었습니다. 이름과 도착한 날짜가 있는 이야기만 싣습니다. 읽는 것은 무료입니다.
④ 아이 학교 등록	뉴욕, 핼리팩스, 서울. 아이 학교 등록을 먼저 해 본 부모들의 기록을 모았습니다.
⑤ 집·첫해 비용	샌프란시스코 집 구하기, 시드니에서의 첫해 비용. 살아 본 사람의 이야기부터 읽어 보세요.
	미국 유학을 준비하는 부모님께. Friday 유학에서 준비 정보를 보고 상담을 신청하세요.

짝 배너	피드 글
④ 마지막 장 U1 유학	
⑥ 로컬 되기	당신이 살아온 도시가, 누군가에게는 첫 도시입니다. 거창한 자격은 필요 없어요. 계약서를 한번 읽어 본 경험, 병원에 처음 가 본 기억이면 충분합니다.

- 해시태그 예: #해외정착 #워킹홀리데이 #해외이주 #유학준비 #시드니 #뉴욕 #샌프란시스코 #핼리팩스 #서울 — 비자·영주권 같은 결과를 떠올리게 하는 해시태그는 쓰지 않습니다.

2-4. 확인할 것

- 블로그 속 기간·서류는 원문 작성자 한 사람의 경험으로 밝혀 적었고, 광고 문안(2-1)과 피드 글(2-3)에는 기간·숫자를 쓰지 않았습니다.
- 남은 [확인 요청]: 브랜드 표기, 주제별 착지 주소, 블로그 로컬 이름 안내, 외부 영상 넣기 허락, 게시 채널, L1·L2.
- 유학 [확인 요청]: 상품 구성, 유학 홈페이지 주소, 광고에 쓸 브랜드 이름(설계서 C9~C11), 블로그 원고 2편 중 1편을 유학 주제로 바꿀지(편수는 그대로).