웹드라마 1장 기획서
예시: 자체 회차 〈남미새 본인 시점〉

머법관 채널 · 2025년 11월 15일 공개 · 8분 2초

102만 회
조회수

72%
30초 시점 시청 유지율(최근 365일, YouTube 스튜디오)

칸	내용	출처
주제	사랑 vs 우정. "남자에 미친게 아니다. 그저 순애였다."	기획회의
한 줄 이야기	우정보다 사랑을 택했을 때 남미새로 오해받았던 억울함들을 풀어준다. 과연 잘못된 걸까?	기획회의
보는 사람이 끝나고 할 일	투표로 편을 고른다: "남미새다(우정이 먼저다)" / "순애다(사랑이 먼저일 수 있다)"	기획회의 '투표'
미리 적어 둔 예상 반응	"어장녀 특. 본인이 어장치는지 모름." 등 12개	기획회의 '예상 댓글·반응'
분량·장소	기획 6~7분, 로케이션 2곳(야외 제외) → 완성본 8분 2초	기획회의 / 공개 영상
첫 30초: 대사 전에 보여줄 상황	스토리에 "술 마실 사람?" 한 줄 → 휴대폰을 두고 나간 사이 DM 답장이 쌓임 → 돌아와 목록을 보고 한 명에게 전화(0:00~0:21, 말은 스토리 문구 한 줄)	최종 대본 S#0 / 공개 영상
30초 안에 겹치는 관계	남사친 건용과 통화하면서 다른 남자 두식에게 DM, 두식은 답이 없음(0:24~0:33)	최종 대본 S#1 / 공개 영상
브랜드 자리	자체 채널 회차라 없음. 브랜드가 들어온다면 '상황을 보여주는 물건'(이 회차에선 휴대폰 화면) 자리가 첫 후보	젠느 제안
성공을 볼 숫자	썸네일 클릭률 · 30초 유지율 · 평균 시청 시간	채널 운영 기준

이 장은 기획회의 문서와 최종 대본·공개 영상을 한 장으로 다시 정리한 것입니다. 기획회의 단계의 인물 이름·구성은 대본을 쓰며 바뀌었고, 첫 30초와 관계 칸은 최종 대본 기준입니다.

A · 첫 장면

제품이 상황을 보여주는 순간으로 엽니다

광고 문구 대신, 인물이 어떤 상황인지 보여주는 물건(이 회차는 휴대폰 화면)이 첫 장면을 맡습니다.

B · 첫 대사 전

말보다 상황이 먼저입니다

첫 21초 동안 나오는 말은 스토리 문구 한 줄입니다. 인사·로고로 첫 10초를 쓰지 않습니다.

C · 30초 안

두 쪽을 만나게 합니다

두 인물, 또는 고객의 불편과 지금 쓰는 방법이 부딪히는 장면을 30초 안에 넣습니다.

우리 브랜드 웹드라마 1장 기획서

아는 칸만 채워도 됩니다. 인쇄해서 써도, 칸 이름과 답만 메일·카톡으로 보내셔도 됩니다. 비어 있는 칸은 구성안에서 제안드립니다.

칸	적는 법	우리 브랜드
주제	둘 중 무엇을 고를지 갈리는 질문 하나(예: 사랑 vs 우정)	
한 줄 이야기	누가 무엇 때문에 곤란한가, 한두 문장	
보는 사람이 끝나고 할 일	투표·댓글·문의·가입·방문·다음 회 시청 중 하나	
미리 적어 둘 예상 반응	보는 사람이 남길 말 3~5개	
분량·장소	길이, 촬영 장소 수	
첫 30초: 대사 전에 보여줄 상황	설명 없이 화면만으로 알 수 있는 장면 하나	
30초 안에 겹치는 관계·문제	두 인물, 또는 고객의 불편과 지금 쓰는 방법이 부딪히는 순간	
브랜드 자리	상황을 보여주는 물건 / 고민을 푸는 도구 / 생각이 바뀌는 전환, 셋 중 하나	
브랜드 세 질문	① 인물이 이 서비스를 어떻게 쓰게 되나 ② 이야기 안에서 어떤 도구가 되나 ③ 쓰고 나서 무엇을 얻나. 좋게만 그리지 말고 한 번 실망하는 과정도	
공개할 곳	브랜드 채널 / 외부 채널 / 광고 집행	
성공을 볼 숫자	클릭률 · 30초 유지율 · 평균 시청 · 문의 수	
일정·예산 범위	희망 공개일, 예산 범위(비워도 됨)	

이 양식을 채워 보내 주시면 3영업일 안에 구성안으로 돌려드립니다. 계약 의무는 없습니다.