

KREPA 회원사를 위한 콘텐츠 마케팅 세미나

유튜브에 이용당하지 말고,
유튜브를 이용하라!

#마케팅, 홍보 #도전, 목표달성
#브랜딩 #영상 제작, 콘텐츠 제작

김노연

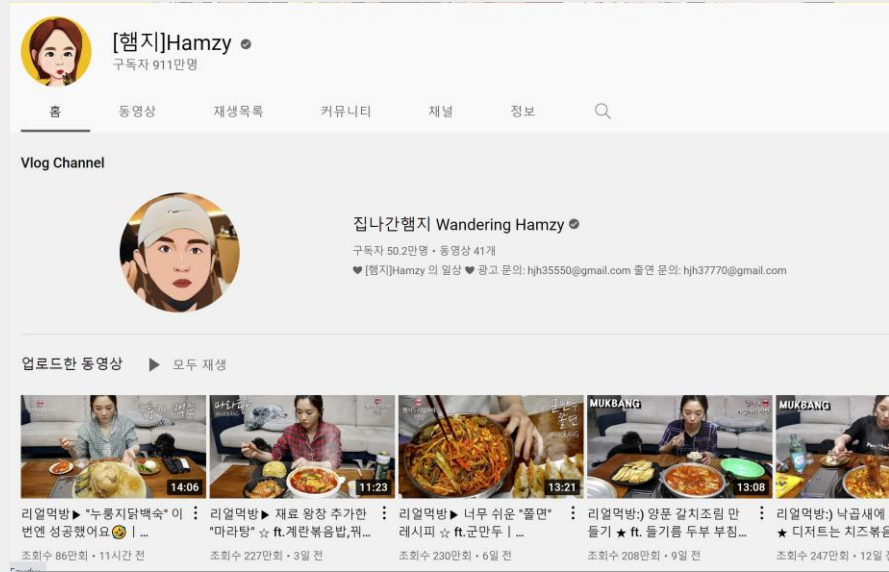


김도연

Kim, Doyeon

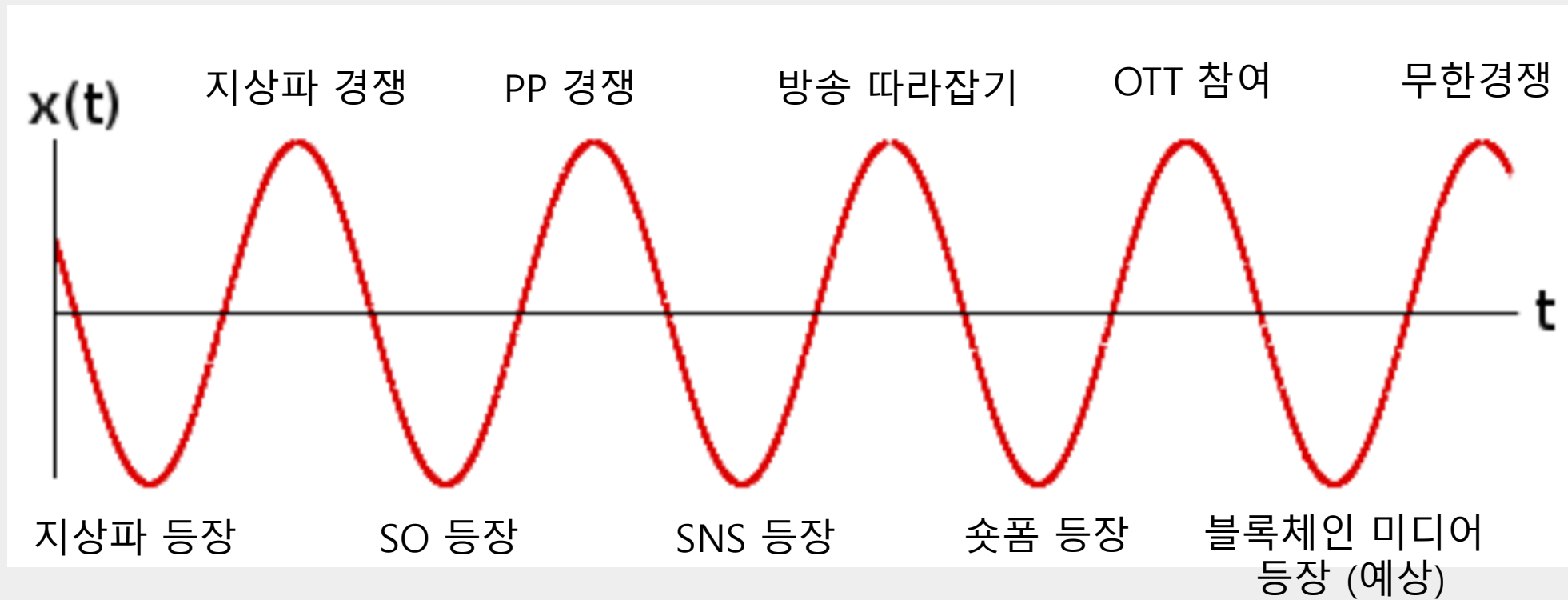
- 고려대학교 국어국문학과 졸업
 - 전) (주)한국경제TV 제작PD (공채 16기)
 - 현) (주)콘텐츠민주주의 대표이사
 - 현) (사)한국콘텐츠컨설팅협회 이사장
 - 현) 대구과학대학교
방송영상제작과 교수
- 한국직업사전 등재 국내1호 콘텐츠컨설턴트

‘유튜브를 한다’라는 것?



‘특이함’이 먹혔던 시절과 그렇지 않은 지금... 콘텐츠 성패의 차이

사인 곡선을 닮은 콘텐츠 퀄리티 주기



사고방식 1단계 : '콘텐츠는 잘 만들어야...!'

사고방식 2단계 : '고정관념을 깨야...!'

사고방식 3단계 : '고정관념을 깨야 한다는 고정관념조차 깨자...!'

사고방식 4단계 : '콘텐츠 스펙트럼을 입체적으로 활용하자...!'

유튜브를 하는 목적?

퍼스널브랜딩

홍보

진로

포트폴리오

커뮤니케이션

취업

자기계발

관중(?)

경제활동

취미

“조회수, 구독자만 높으면 뭐라도 되겠죠?”

‘숫자’ 바로 알기

- K-콘텐츠의 약진이 의미하는 것



플랫폼은 저마다의 존재 목적이 있다

‘숫자’ 바로 알기

- 플랫폼이 부여하는 숫자의 의미



4.야밤에깼을때공감.jpg

회별별점 ★★☆☆☆ 2.91 (참여 245978) |

의견쓰기 29,991

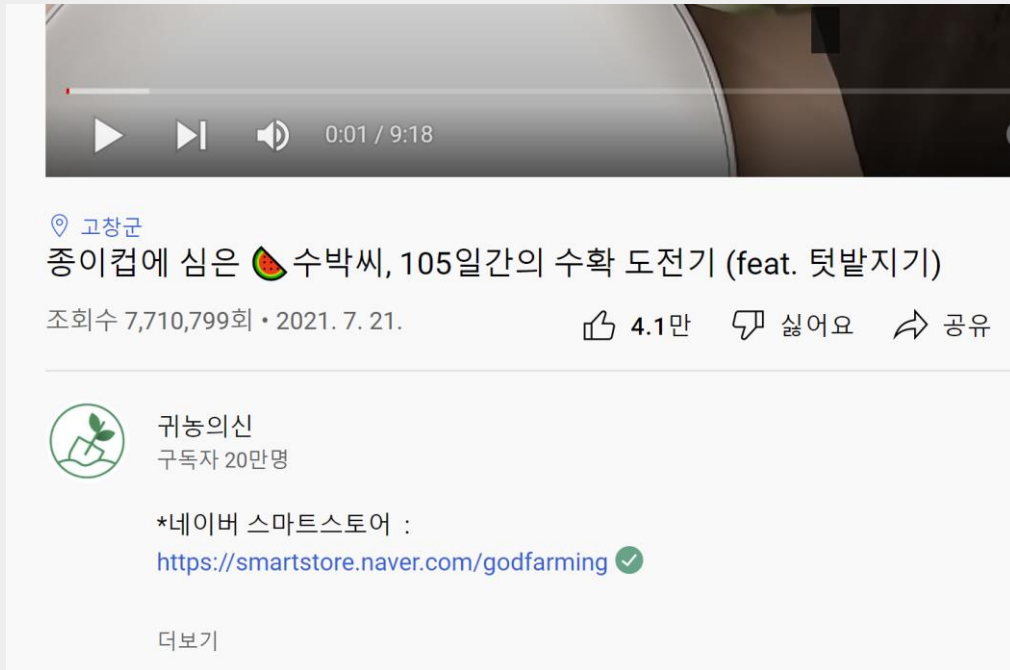


‘숫자’ 바로 알기



유튜브를 만족시키려 하지 말고 유튜브를 이용할 것

유튜브에서 돈을 벌 수 있을까?



VS



조회수, 구독자의 성격이 더 중요하다.

기본 정보

선수 성장

66
LV.7

2017 LIVE

SP R '17 윤성환

66
LV.7

제구 67 체력 87
변화 67 정신 68
구위 61 회복 52
구속 64

선발 S 중계 F 마무리 F

4FB D
CHU E
2FB D SLD D
CRV E
FRK E

2017 LIVE

SP R '17 윤성환

선수 스탯 초기화

Lv.7

+

경험치 투입권을 이용하여
레벨업과 성장포인트를 획득할 수 있습니다.

스탯 분배

경험치 투입

	선수능력		필요포인트	적용
제구	68	1	3	▼ ▲
변화	67	0	1	▼ ▲
구위	62	1	3	▼ ▲
구속	67	3	7	▼ ▲
체력	87	0	1	▼ ▲
정신	68	0	1	▼ ▲
회복	52	0	1	▼ ▲

보유 성장 포인트

16

확인

ESG

네가 여기서 왜 나와...

유튜브 활용 경험

나의 원칙 1. 콘텐츠로 해결 가능한 문제를 발견하여 해결하자

나의 원칙 2. 내가 가진 걸 활용하여 인맥을 넓히고 나를 알리자

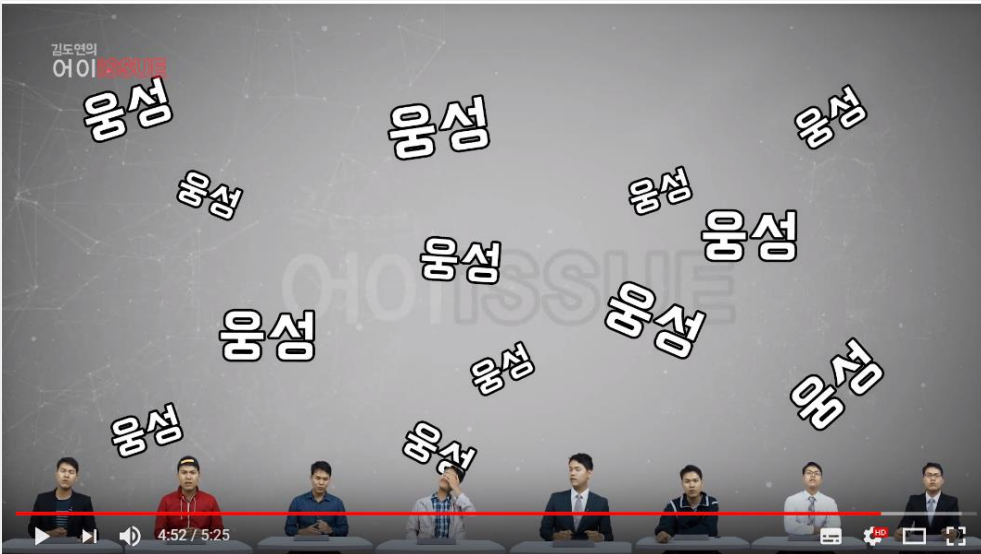
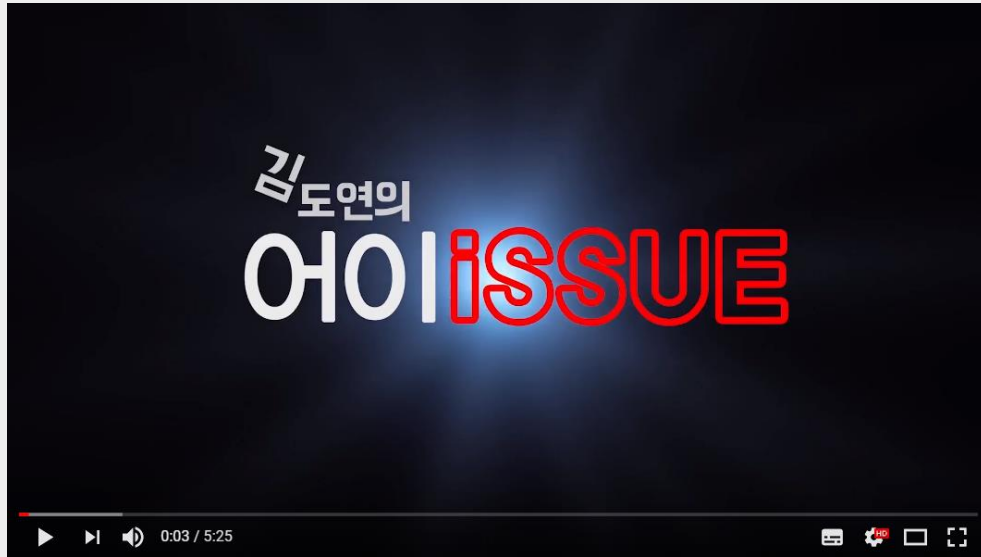
나의 원칙 3. 일반 유튜버들과는 차별화된 나의 과시하자

**** 목표 : ‘콘텐츠 컨설팅’이라는 사업 아이템을 유효하게 만들자 ****

유튜브 활용 경험



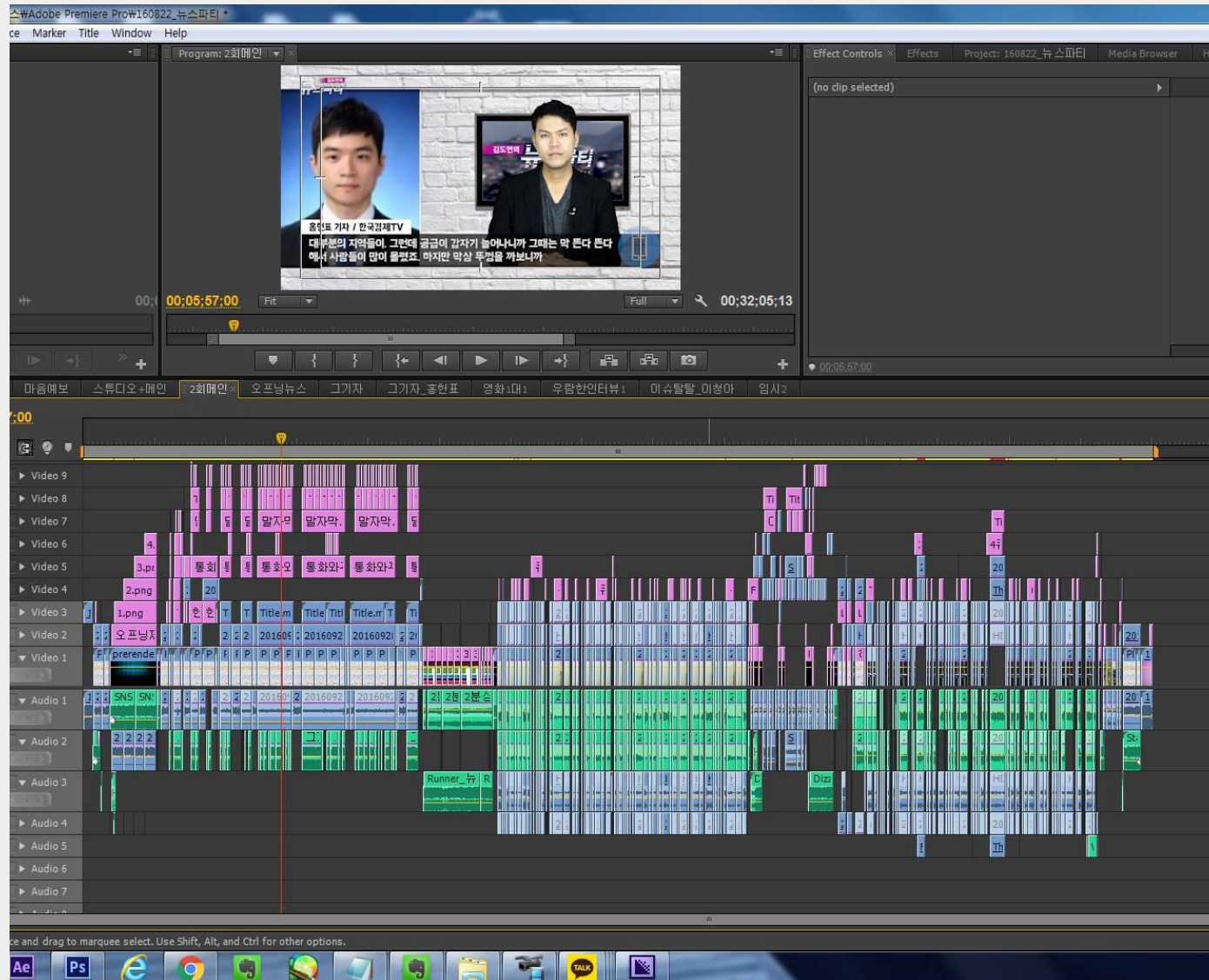
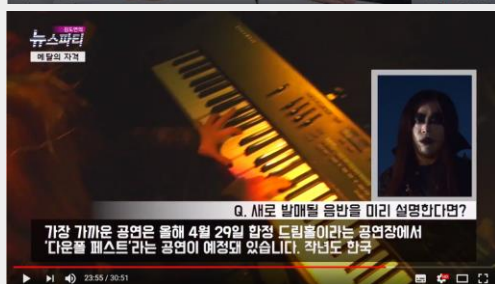
유튜브 활용 경험



유튜브 활용 경험



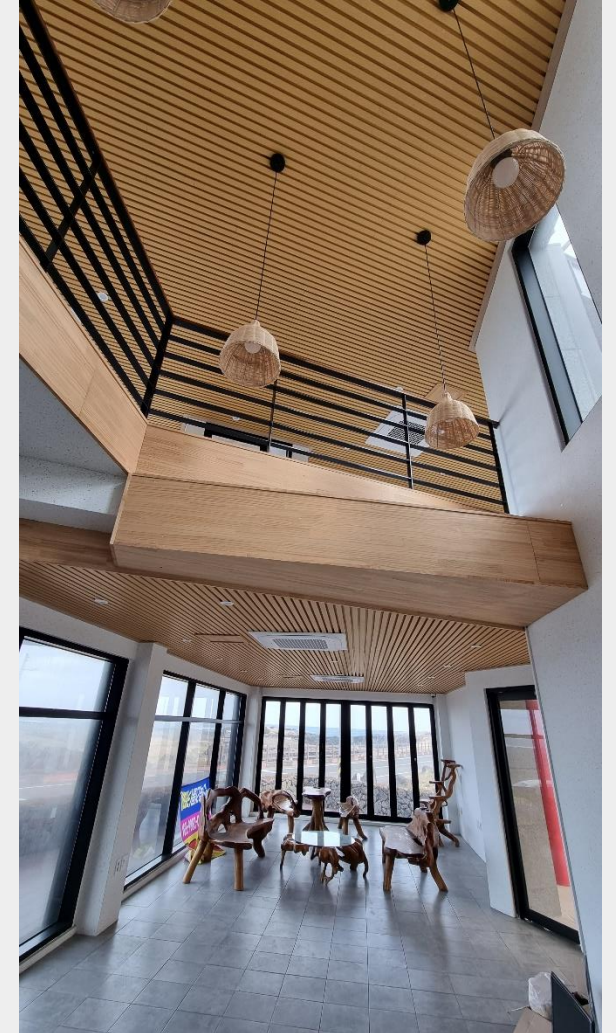
유튜브 활용 경험



유튜브 활용 경험



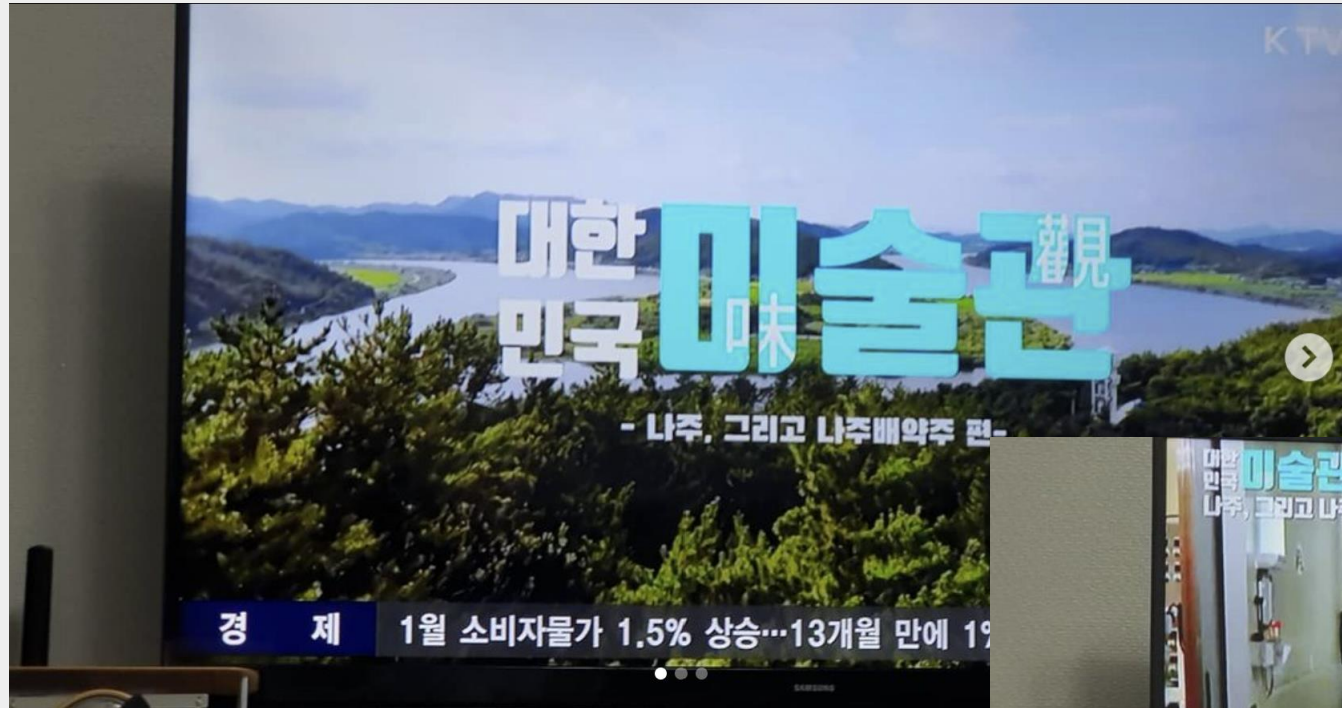
유튜브 활용 경험



유튜브 활용 경험



유튜브 활용 경험



유튜브 활용 경험





00만 구독자 만드는 데 드는
시간과 돈

VS

거기서 나온직한 성과를 여러분
본업에서 창출하는 데 드는 시간과 돈

4대 플랫폼의 콘텐츠 Tiering

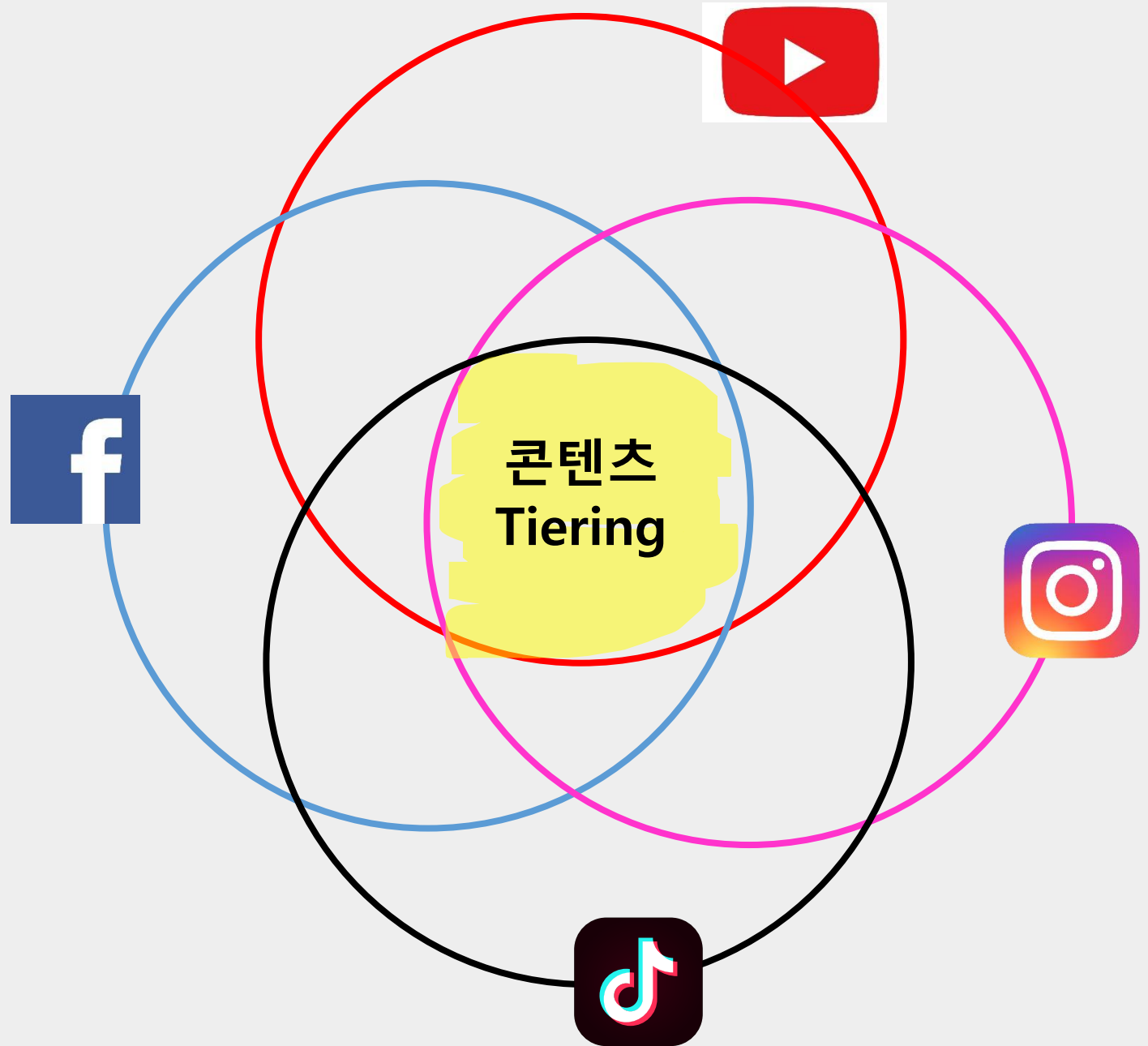


장편 영상	IGTV	존재 근거	존재 근거	3분 라이선스
이미지	존재 근거	존재 근거	X	X
숏폼	인스타 릴스	페이스북 릴스	유튜브 숏츠	존재 근거
라이브	인스타 라이브	페이스북 라이브	유튜브 라이브	틱톡 라이브
휘발성 스토리	인스타 스토리	페이스북 스토리	X	X

- 각 플랫폼의 존재 근거는 명분일 뿐, 각자의 콘텐츠 Tiering을 통한 라인업 형성 중
- 플랫폼 간의 비교를 통해 마케팅 트렌드 가늠 가능

서로 다른 출발점을 가진
플랫폼들이지만
결국 한 가지
목적으로 귀결된다!

-> 광고 효과



‘(가칭)콘텐츠 Tiering’

- 콘텐츠 포맷들을 우열 없이 나열하여 서로 다른 Targeting을 꾀하고 이를 종합하여 마케팅 하는 스펙트럼적 사고방식
- R/T, 예산, 플랫폼, 상품 등에 따라 분류 가능
- 포맷 자체가 가진 내재적 영향력보다는 인터랙티브 효과와의 상호작용에 따른 콘텐츠 제작 전략 수립의 근거

수혜자는 누구일까?



<https://www.yna.co.kr/view/AKR20200909077200003?input=1195m>

https://sports.khan.co.kr/bizlife/sk_index.html?art_id=202110192353003&sec_id=561050&pt=nv

<https://www.mk.co.kr/news/politics/view/2020/12/1331002/>

관광객 유입 효과는 어느 쪽이 좋을까?



VS



121억 원 VS 3,000만 원



3월 14일 오전 10:56 · 🌐

기아에서 <아빠가 된 양아치들>이라는 아주 좇같은 틈새시장을 찾아
내, 연구개발끝에 시판하게된 차로써

분명 승합차인데 6기통이라는 좇같은 단어를 붙여서 스포츠카인척 하
는 그런 차다.

그러다보니 스포츠카는 타고 싶은데 돈은 없는 애새끼 낳고도 철이라곤
안든 새끼들의 머스트해브 아이템이 되게되고

양아치의, 양아치를 위한, 양아치에 의한 그런 아주 좇같은 차라 할 수
있다



주기종

아직도 대기 반년 일년짜리 차량인데 셀리님때문에 차량
출고 빨라질듯 ㅎ

좋아요 답글 달기 3주



신주영

공감!

좋아요 답글 달기 3주



리표단

생긴건 보통 양아치가 아니던데 ...

좋아요 답글 달기 3주



박재윤

v6자연흡기 300마력... ...

좋아요 답글 달기 3주



손민석

조거팬츠가 빠짐

좋아요 답글 달기 3주



김현석

ㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 주문완료 ...

좋아요 답글 달기 3주



Brian H Min

공유합니다 ~~^^ ...

좋아요 답글 달기 3주



김도현
하준

...

좋아요 답글 달기 3주



김종익

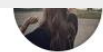
저 모자 ㅋㅋㅋㅋ ...

좋아요 답글 달기 3주



엄태일

...



3월 14일 오전 10:56 · 🌐

기아에서 <아빠가 된 양아치들>이라는 아주 좇같은 틈새시장을 찾아
내, 연구개발끝에 시판하게된 차로써

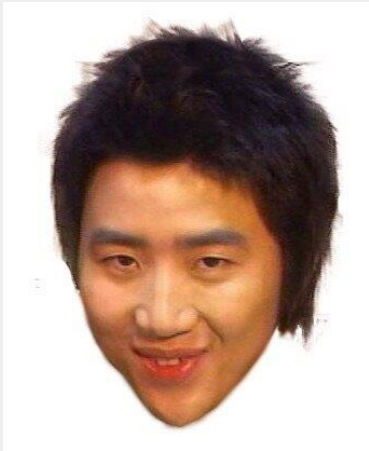
분명 승합차인데 6기통이라는 좇같은 단어를 붙여서 스포츠카인척 하
는 그런 차다.

그러다보니 스포츠카는 타고 싶는데 돈은 없는 애새끼 낳고도 철이라곤
안든 새끼들의 머스트해브 아이템이 되게되고

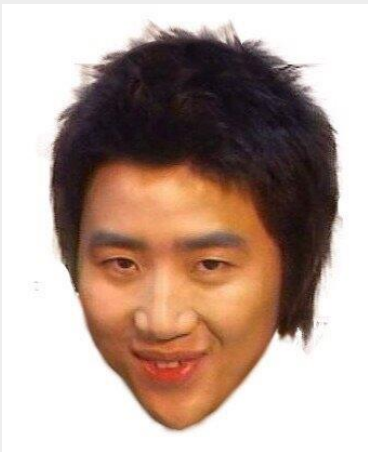
양아치의, 양아치를 위한, 양아치에 의한 그런 아주 좇같은 차라 할 수
있다



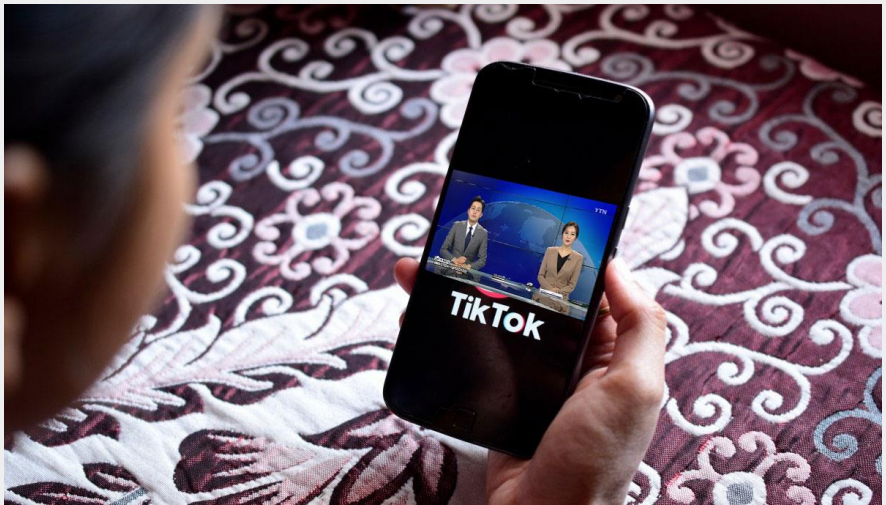
한국경제신문

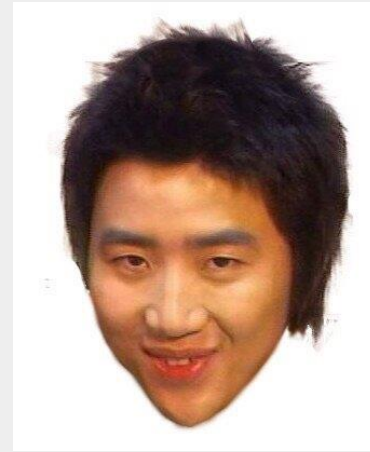


"조회수 높으면 장땡!"

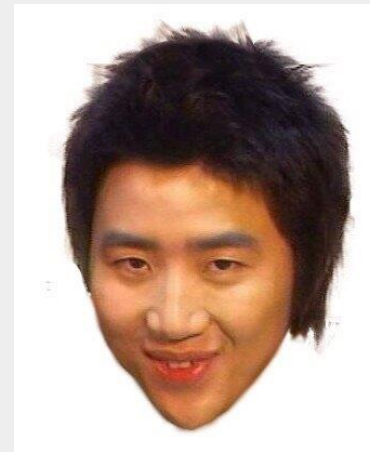
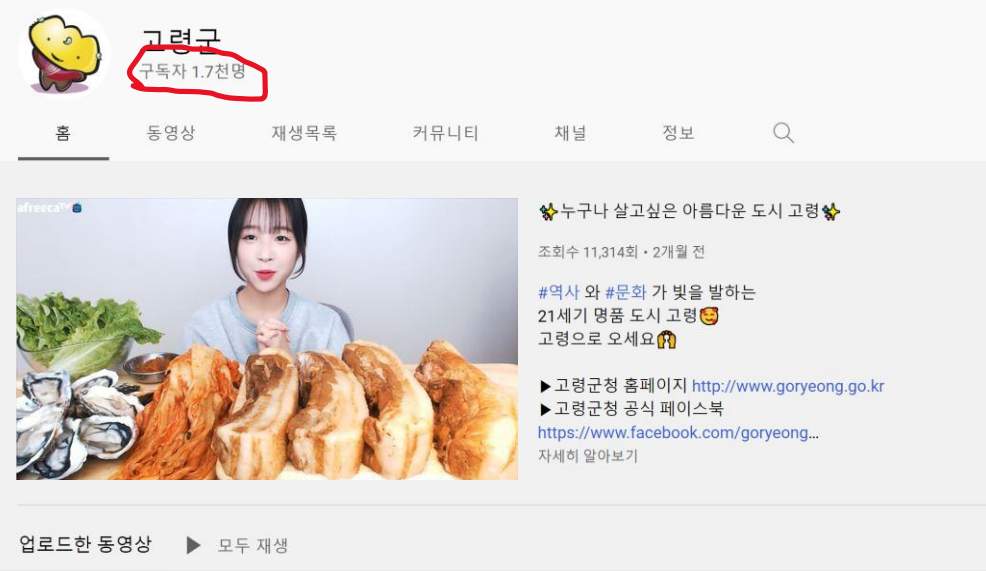


"틱톡이 잘나간다며?"



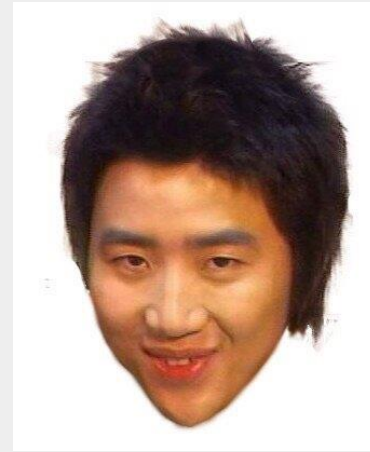
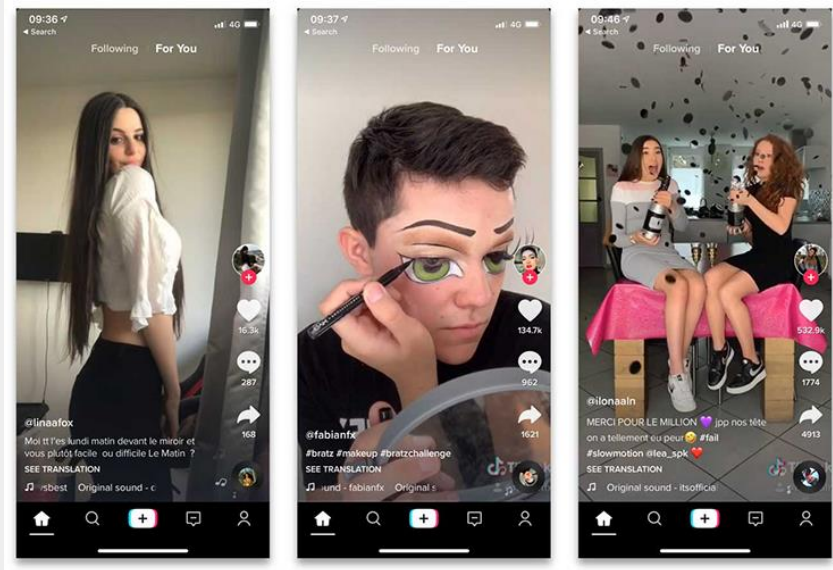


"인플루언서 마케팅!"

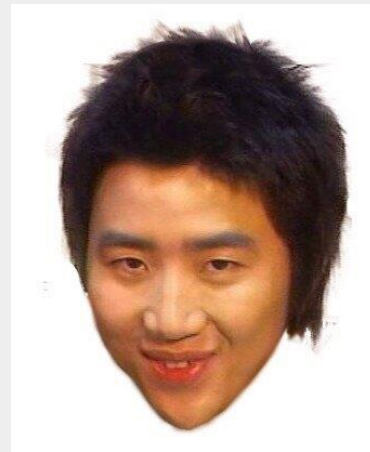


"제작비 많이 쓰면
효과도 좋겠지?"

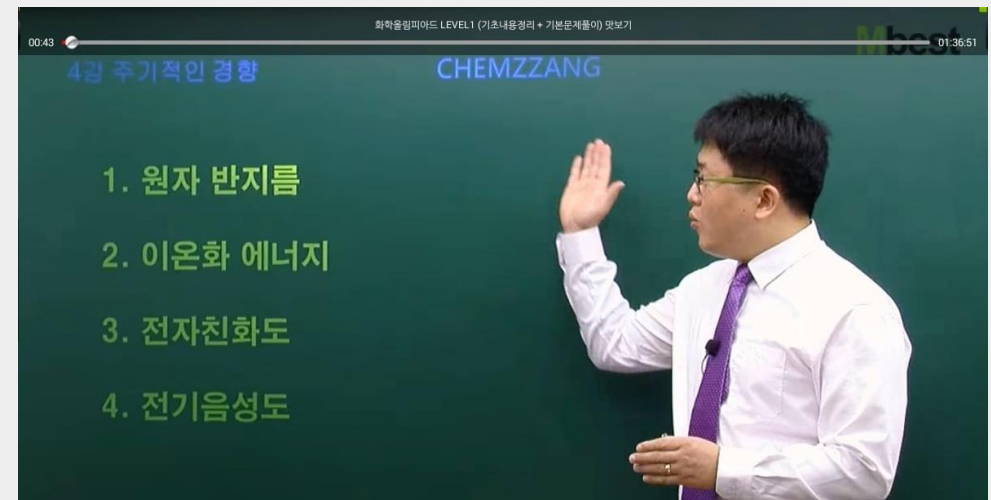


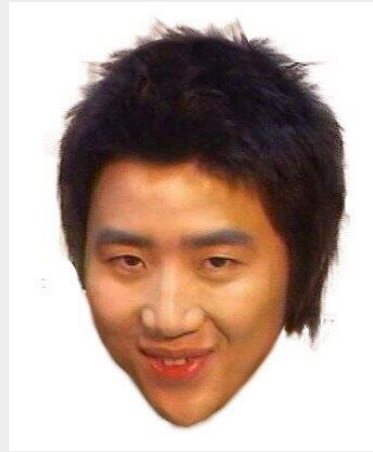


"트렌드는 스피드지!"

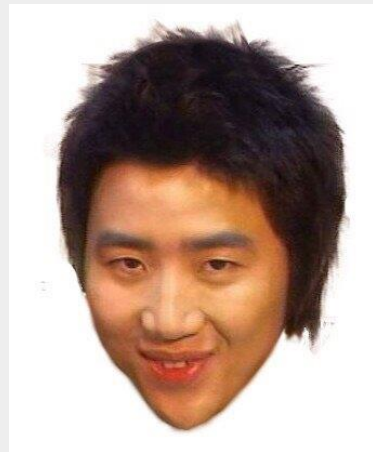
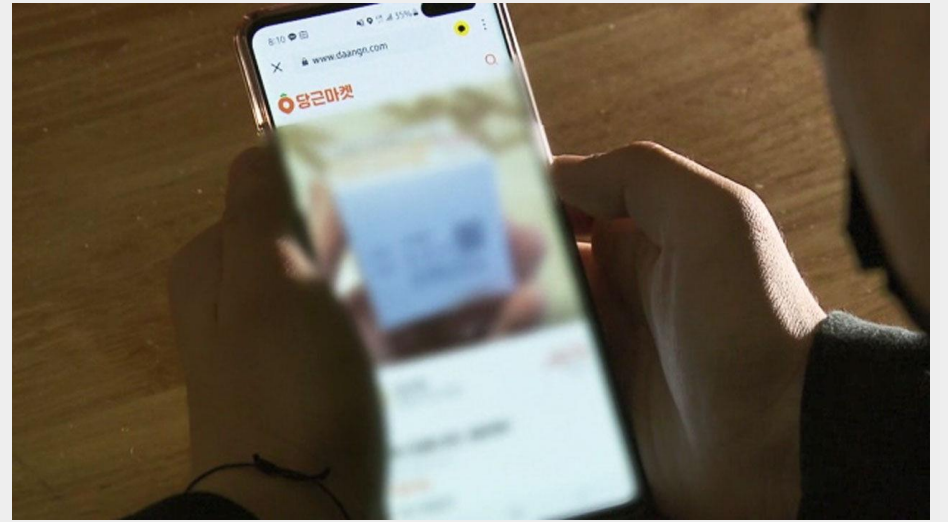


"예능처럼 만들어야..."

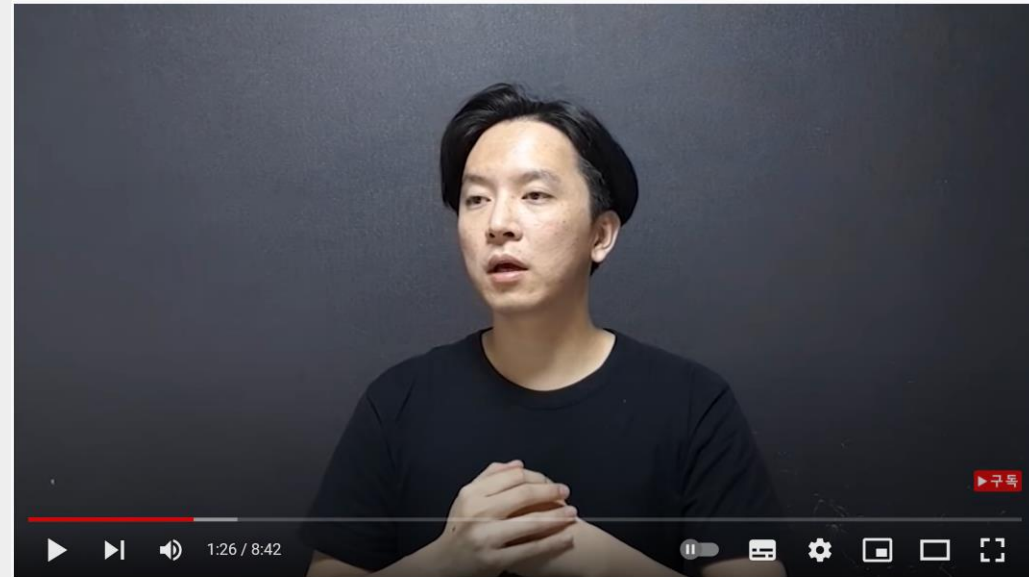




"광고 많이 태워야지!"



"비싼 장비 써야지!"



월 순익 1000만원 올리는 생각법, 한국에는 직업에 귀천이 있습니다.

조회수 1,426,180회...

2.2
만

싫
어
유

공유

오프라인 저장

THANKS

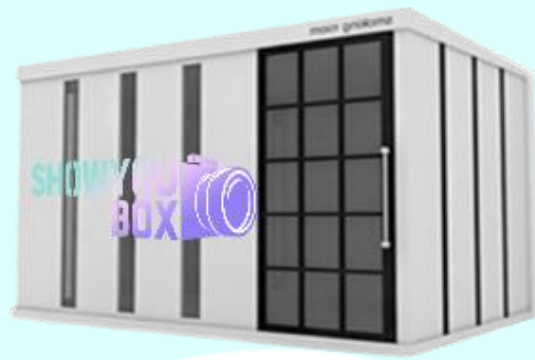
클립

저장 ...

벤치마킹 시 주의할 점



“그들처럼 한다고 그들처럼 되진 않는다.
그들처럼 되는 유일한 방법은 그들처럼 되지 않는 것이다.”



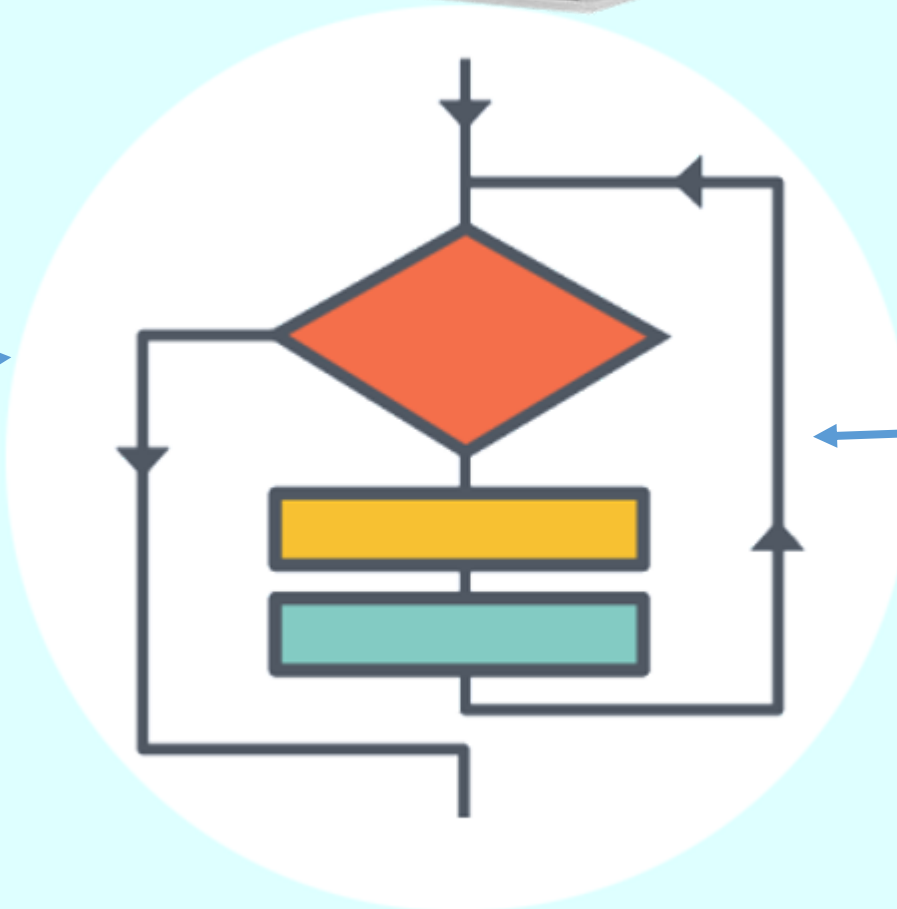
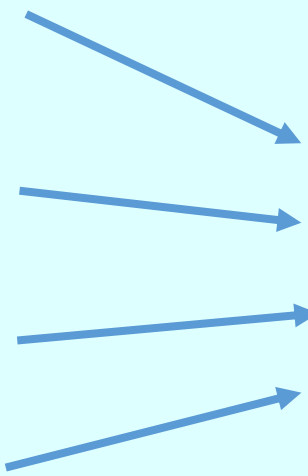
플랫폼은?

타겟은?

상품 성격은?

강점은?

⋮



예산!!



콘텐츠 마케팅 전략

콘텐츠적 매력을 찾아내는 방법

당신에게 유리한 전장을 골라라 (경쟁이 필요없는 곳으로 가라)

의외성을 활용하라(퀄리티는 더이상 매력이 아니다)

실적에 초연한 모습으로 일관하라

**** You must be very you****

콘텐츠 성패 = 제작비(X) 합목적성(O)



감사합니다