YouTube

시청자층 확대하기

팬층을 구축하여 더 많은 팬들이 내 음악을 듣고, 뮤직비디오를 시청하고, 내 노래로 콘텐츠를 만들도록 유도하세요.

YouTube를 활용해야 하는 이유

YouTube에는 동영상 공유 플랫폼 이상의 가치가 있습니다. 수십억 명의 음악 팬들이 활동하고 있는 YouTube 커뮤니티에서 시청자와 소통하고 직접 관계를 맺을 수 있습니다.

팬들이 음악을 듣는 곳에서 팬을 만나세요

매달 20억 명이 넘는 로그인 사용자가 뮤직비디오를 시청하는 **YouTube에는 팬들이 음악을 찾아 들을 수 있는 다양한 기회와 방법이 있습니다.**

전 세계 리스너에게 음악을 선보이세요

YouTube에는

전 세계 시청자의 관심을 끌어 지역과 언어의 경계를 넘어 팬층을 넓힐 수 있는 기회가 있습니다.

커뮤니티를 구축하세요

팬들과 개인적으로 소통하여 일반 리스너를 열성 팬으로 만드세요. 결속력 높은 커뮤니티는 나를 지지하고 홍보하며 피드백도 제공해 주기 때문에 커리어를 오래 유지하는 데 도움이 됩니다.

나에게 맞는 콘텐츠 전략 세우기

리스너 → 팬

리스너가 팬이 되는 과정을 이해하면 콘텐츠 전략을 조정하는 데 도움이 될 수 있습니다. 팬 여정의 각 단계에서 관심을 유도하려면 어떻게 해야 할까요?

1. **관심 유도**: 공들인 신곡 발표, 유행하는 숏폼, 협업으로 관심을 유도하세요.
2. **참여**: 뮤직비디오는 물론 다양한 콘텐츠를 꾸준히 제공하여 일반 시청자를 내 단골 시청자로 만드세요.
3. **전환**: 진정성 있게 소통하고 개인적인 스토리를 나누어 커뮤니티를 구축하고 충성도 높은 팬을 만드세요.
4. **유지**: 지속적인 전략을 실행해 팬들이 계속 참여하고 내 채널을 다시 찾도록 만드세요.

참고: 이 가이드의 권장사항은 참고 목적으로 제시된 것으로 YouTube 플랫폼에서의 성공을 보장하지는 않습니다. **아티스트의 채널과 동영상은 음악의 연장선으로 간주될 수 있으므로 YouTube에서 계속 진정성 있게 나를 표현하세요.**

관심 유도: 신규 리스너의 관심 사로잡기

1

신곡 발표 전략 세우기

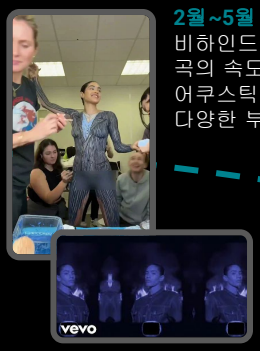
신곡인 경우 티저부터 리릭비디오, 뮤직비디오, 비하인드 영상에 이르는 **다양한** 콘텐츠를 제작하여 며칠에서 몇 주에 걸쳐 업로드해 보세요.

이러한 주기로 신곡과 관련된 콘텐츠를 계속 업로드하면 **새 콘텐츠에 대한 기대감을 키우고, 신규 시청자가 음악을 발견할 수 있는 경로를 더 많이 만들고, 팬들에게 대화를 나눌 만한 화젯거리를 제공**할 수 있습니다.

94%

무작위 표본 추출로 조사한 결과, 특정 뮤직비디오를 시청한 팬은 그 뮤직비디오를 보지 않은 팬에 비해 **다음 월에 해당 아티스트의 음악을 94% 더 많이 소비**한 것으로 나타났습니다.

2월 2일
신곡 및 리릭비디오 공개



2월~5월
비하인드 영상을 담은 Shorts, 곡의 속도를 바꿔 부른 동영상, 어쿠스틱 버전의 Shorts 등 다양한 부가 콘텐츠 공개

5월 3일
공식 뮤직비디오 공개

2

협업

다른 크리에이터나 아티스트, 팬과 협업하세요. **다른 이들과 공동작업을 진행하면 알고리즘 측면에서 서로 연결되어 새로운 시청자에게 노출될 수 있습니다.** 내 동영상에 다른 아티스트가 출연하거나, 다른 크리에이터의 채널에 게스트로 참여하거나, 프로젝트나 노래를 함께 만드는 등 다양한 공동작업이 가능합니다.

공개적으로 진행되는 **Emilio Piano의 쇼핑몰 세션에 Teddy Swims가 출연**했습니다.

Crash Adams는 다른 아티스트를 초대해 공개 석상에서 즉흥적으로 노래하는 시간을 가졌습니다.

3

글로벌 마인드 갖추기

해외 아티스트와 함께 작업하고 현지화된 콘텐츠를 제작하여 해외 시청자에게 다가가세요. 여러 언어의 자막을 추가하거나 인기곡을 다른 버전으로 만들어 다양한 시청자의 니즈를 만족시키세요.

대한민국의 아티스트 선미는 영국의 3인조 밴드 New Hope Club과 함께 **Shorts에서 간단한 공동작업**을 진행하며 자신의 곡인 '열이 올라요'에 맞춰 춤을 추는 시간을 가졌습니다.

imase는 자신의 인기 싱글 'Night Dancer'를 영어 및 한국어 버전으로 발표하고 모든 리믹스를 하나의 편집 앨범에 담아 YouTube Music에 공개했습니다.

참여: 팬에게 콘텐츠 제공

1 지속적으로 활동하기

채널이 계속 활발하게 운영되도록 꾸준히 게시하세요. 값비싼 제작비를 들인 동영상이 아니어도 됩니다. 콘텐츠를 꾸준히 올리면 시청자 역시 꾸준히 참여하고 채널을 다시 찾게 되며, 시청 시간 등의 중요한 실적을 높일 수 있습니다. 하지만 꾸준히 게시한다고 해서 매일 게시할 필요는 없다는 점도 기억하세요.

단기간 내에 많은 동영상을 업로드하기보다는 일정한 주기로 양질의 콘텐츠를 업로드하는 것이 좋습니다.

2 콘텐츠 다양화하기

공식 뮤직비디오 외에도 내 개성과 창의력을 보여주는 콘텐츠를 만들어 보세요. 예를 들자면 Q&A 세션, 커버, 챌린지, 일상 동영상 등이 있습니다. **이러한 다양한 콘텐츠는 채널을 흥미롭게 유지하고 각양각색의 팬들에게 여러 진입점과 콘텐츠를 제공할 수 있습니다.**

Vampire Weekend
'Vampire Campfire'라는 제목으로 팟캐스트 형식의 동영상 시리즈를 만들어 새 앨범 등에 대한 이야기를 나눕니다.

GReeeN
뮤직비디오와 별개로 브이로그를 활용하며 YouTube 크리에이터들과 인물 중심의 공동작업도 진행합니다.

The Macarons Project
인기곡을 자신만의 스타일로 해석한 짧은 커버곡을 게시합니다. 자연의 소리가 은은하게 들리는 경치 좋은 장소에서 간단한 커버곡을 연주하며 마음을 편안하게 해주는 독특한 시리즈를 만들고 있습니다.

Vampire Weekend

GReeeN

3 트렌드 활용하기

YouTube 안팎의 인기 트렌드에 동참하세요. 트렌드의 폭넓은 영향력 덕분에 새로운 시청자에게 노출될 수 있습니다. 가령 Shorts 동영상 또는 긴 형식 동영상을 직접 만들거나, UGC 콘텐츠에 참여하거나, 다른 아티스트와 관련된 트렌드에 동참해 보세요.

YouTube 분석에서 아이디어 탭을 사용해 시청자가 무엇을 검색하고 시청하는지 파악하세요.

가수 Jax는 노래의 오디오를 사용해 **코믹하며 반복 가능한 POV 트렌드를 만들어** 핵심 시청자층 이외의 시청자까지 사로잡았습니다.

Jordan Adetunji의 KEHLANI는 숏폼 콘텐츠로 큰 인기를 얻었습니다. Jordan은 인기에 부응하여 **새로운 2가지 버전(느린 버전 및 빠른 버전)으로 채널에 공개하여 팬들이 콘텐츠를 제작하고 참여하도록** 유도했습니다.

7억 회 이상

Shorts에서 새로운 곡을 발견한 팬이 일주일 내에 **긴 형식 동영상으로 해당 곡을 감상**한 횟수가 7억 회 이상입니다.[1]

1 | 2024년 3월 중 7일간 수집된 데이터

전환: 팬을 찐팬으로 만들기

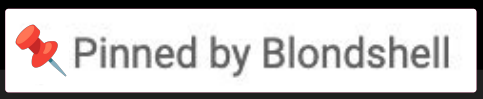
1 진정성 있는 콘텐츠 제작하기

음악과 동영상에서 진정한 내 모습을 보여주세요. **진정성으로 팬들의 공감을 얻고 나를 차별화할 수 있습니다.** 개인적인 이야기, 비하인드 영상, 창작 과정을 공유하여 시청자들과 더 깊은 유대감을 쌓으세요.

Chappell Roan은 콘서트의 클립을 게시하여 이 곡을 만든 이유와 노래에 담긴 솔직한 감정을 시청자와 나누었습니다.

2 시청자와 소통하기

댓글에 답글을 달거나, 주목할 만한 댓글을 고정하거나, 댓글에 하트를 표시하거나, 마음에 드는 팬 콘텐츠를 포함한 재생목록을 만드는 등의 방법으로 시청자와 소통하세요. **이를 통해 시청자는 존중받는다는 느낌을 받고 더 적극적으로 참여하게 됩니다.**



아티스트 Blondshell은 가장 최근에 진행한 공동작업에서 팬 댓글을 고정했습니다.

3 팬에게 리액션하기

그린 스크린 등의 기능을 사용해 팬의 Shorts 동영상에 리액션하거나, 팬의 댓글에 Shorts 동영상을 만들어 답글로 남겨 보세요. 아티스트가 이렇게 커뮤니티와 적극적으로 교류하는 모습을 보이면 더 많은 참여를 유도할 수 있습니다.

한 단계 더 나아가 팬들이 그린 스크린을 사용해 내 콘텐츠로 자신만의 콘텐츠를 제작하고 팬 재생목록에 포함하도록 독려하세요.

JVKE는 자신의 곡 'Golden Hour'를 커버한 콘텐츠에 **그린 스크린 효과**를 활용하여 호응했습니다.

유지: 팬들의 재방문 유도

1 '휴식기'에 대비한 계획

일관성이 핵심이라는 점을 잊지 마세요. 음악 발표 관련하여 특별한 이벤트가 없는 시기에도 채널의 참여도를 계속해서 일정 수준 유지하는 것이 좋습니다. 필요하다면 부담 없는 콘텐츠를 팬들에게 가끔씩이라도 공개하여 채널이 활기를 잃지 않도록 간소화된 콘텐츠 전략을 세우세요.

또한 신곡은 발표 주기의 어느 단계에서든 트렌드가 될 수 있다는 점을 명심하세요. 공개하고 몇 달 또는 몇 년이 지난 후에도 유행할 수 있습니다. **분석을 지속적으로 살펴보면서 내 카탈로그 콘텐츠가 다시 유행할 경우 이를 널리 퍼뜨릴 수 있도록 준비해 두세요.**

아티스트를 위한 리소스가 더 필요하신가요?

YouTube 웹사이트에서 최신 권장사항 플레이북과 아티스트 성공 사례를 확인하세요 ➜