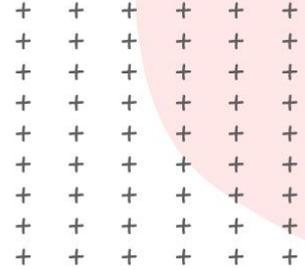
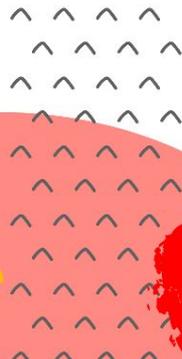
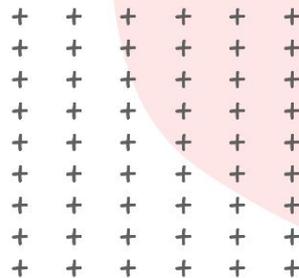


# News Creator

WORKSHOPS 2022



# 워크숍 2: 콘텐츠 전략



# 주제

01

시청자 이해 및 파악하기

02

장비 준비하기

03

콘텐츠에 맞는 형식 찾기

04

콘텐츠 패키징

05

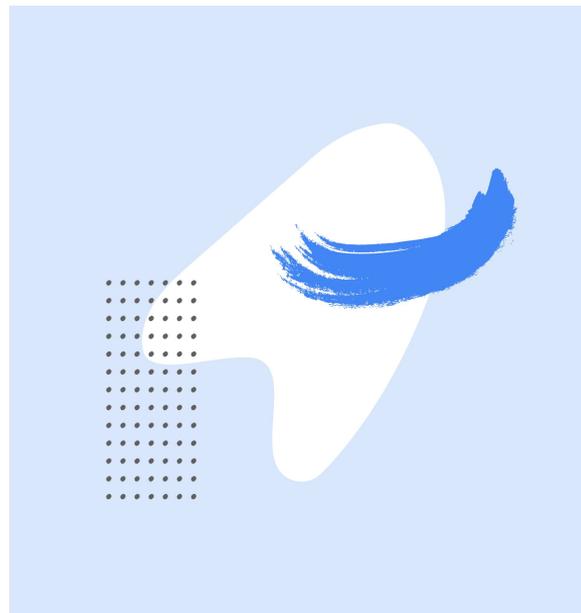
게시 고려사항

워크숍 2: 콘텐츠 전략

# 프로그램 개요

이 워크숍 시리즈에서는 다음 내용을 살펴봅니다.

- **콘텐츠 전략**: 동영상 형식, 주제 정하기, 시청자 이해하기
- **내 브랜드 정의하기**: 썸네일, 키워드 선택, 소셜 계획
- **YouTube에서 동영상을 추천하는 방법**
- **수익 창출의 기본 사항**
- **크리에이터 도구**: 크리에이터 스튜디오 기초



워크숍 2: 콘텐츠 전략

# Program overview



워크숍 2: 콘텐츠 전략

# 콘텐츠 전략

## Workshop 2



계획



패키징



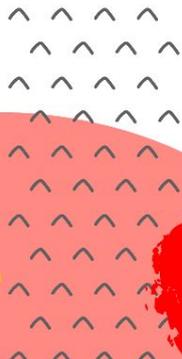
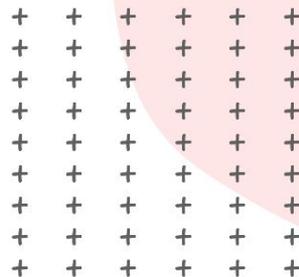
게시

## Workshop 3



프로모션

# 시청자 이해 및 파악하기



워크숍 2: 콘텐츠 전략

# 시청자가 내 콘텐츠를 찾는 방법 고려하기(트래픽 소스)

트래픽 소스의 데이터에는 내 콘텐츠가 시청자에게 노출되는 각 위치가 분류되어 있습니다. 향후 계획을 세우는 데 이 정보를 사용하되 시청자가 내 현재 콘텐츠를 어떤 방법으로 찾고 있는지도 자세히 살펴보세요. 알아야 할 중요한 정보는 다음과 같습니다.

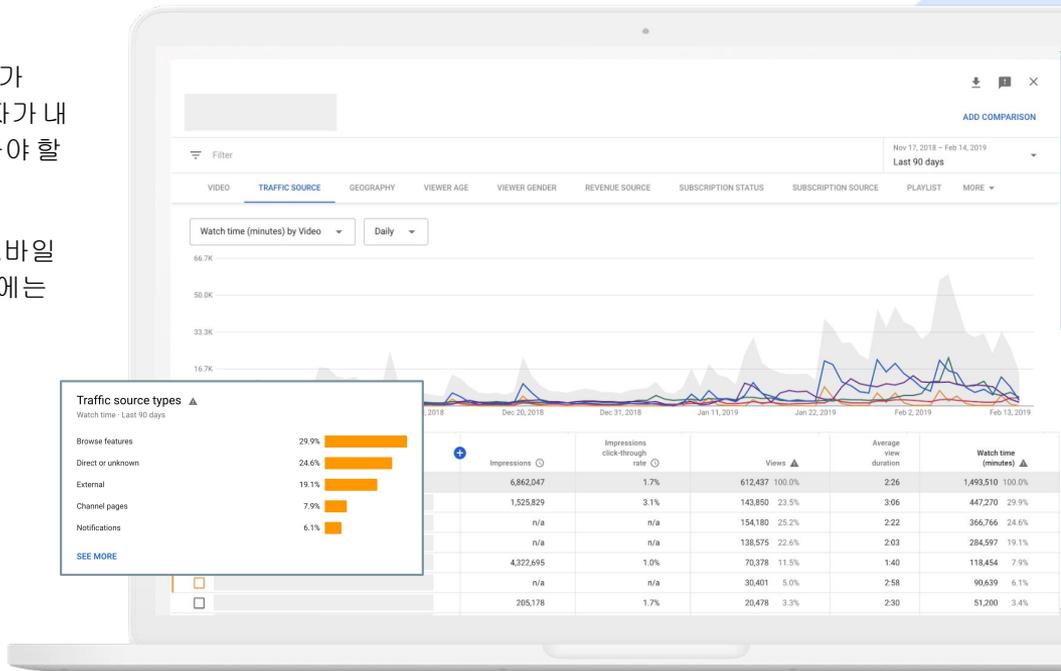
**추천 동영상**은 보기 페이지 오른쪽의 '다음 동영상' 아래에, 모바일 앱의 경우 시청 중인 동영상의 아래에 표시되고, 자동재생 시에는 다음 동영상으로 재생됩니다.

**탐색 기능**은 홈, 인기, 구독 피드에서 발생하는 트래픽을 의미합니다.

**YouTube 검색**은 시청자를 내 콘텐츠로 안내한 검색어를 보여줍니다.

**알림**은 새 동영상이 공개되면 전송되는 메시지입니다. 휴대기기의 푸시 알림이나 이메일로 전송됩니다.

YouTube 분석의 고급 모드에 대해 자세히 알아보려면 [여기](#)를 참조하세요.



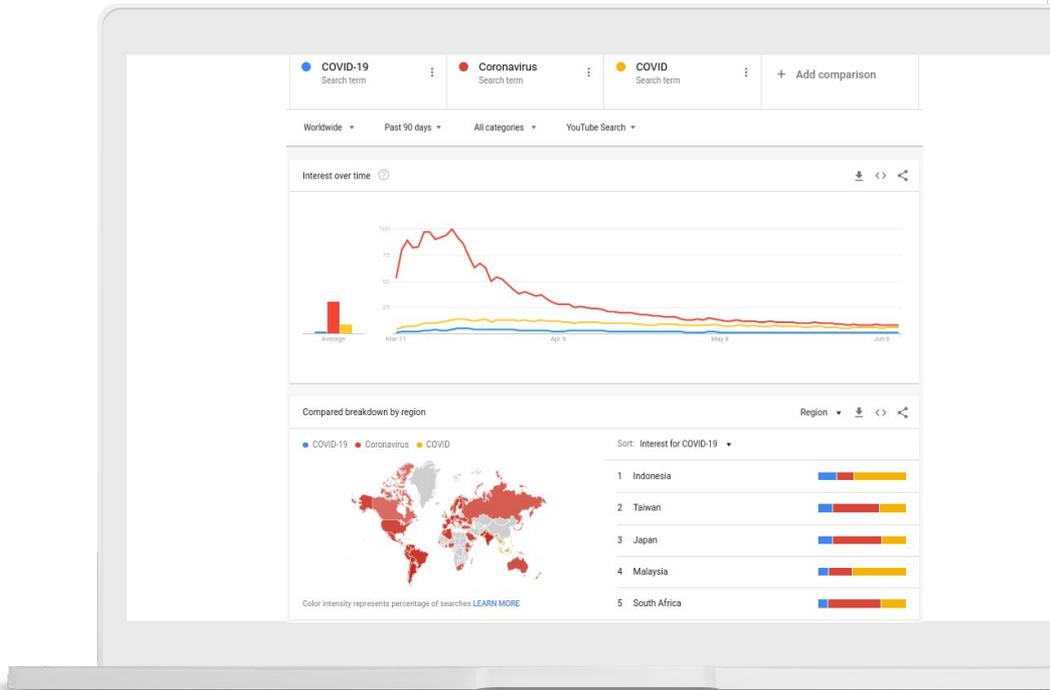
패키징

# 인기 키워드 및 트렌드 파악하기

Google 트렌드를 사용하면 다음 정보를 파악할 수 있습니다.

- 가장 인기 있는 키워드
- 키워드가 가장 인기를 끄는 위치
- 시간 흐름에 따라 변화하는 키워드 관심사 트렌드
- 웹, 뉴스, YouTube 검색에서 볼 수 있는 각기 다른 트렌드 양상

도달하려는 시청자층을 대상으로 어떤 용어를 사용할지, 업로드 시간은 언제가 좋을지 신중하게 생각해 보세요.



# 게시 분석을 통해 시청자 이해하기

\*YouTube 분석 사용법을 자세히 알아보려면 [여기를 클릭하세요.](#)

**노출수:** 동영상 썸네일이 YouTube에 표시되는 횟수를 보여줍니다.

1

**클릭률:** YouTube 노출에서 조회수로 전환되는 비율을 보여줍니다.

2

**조회수:** YouTube는 컴퓨터 프로그램이 아닌 실제 사람이 동영상을 시청하길 원합니다. 이에 따라 YouTube 시스템에서 조회수의 정당성을 확인하는 과정을 거치므로 공개 조회수와 내부에서 볼 수 있는 조회수 사이에 차이가 발생할 수 있습니다.

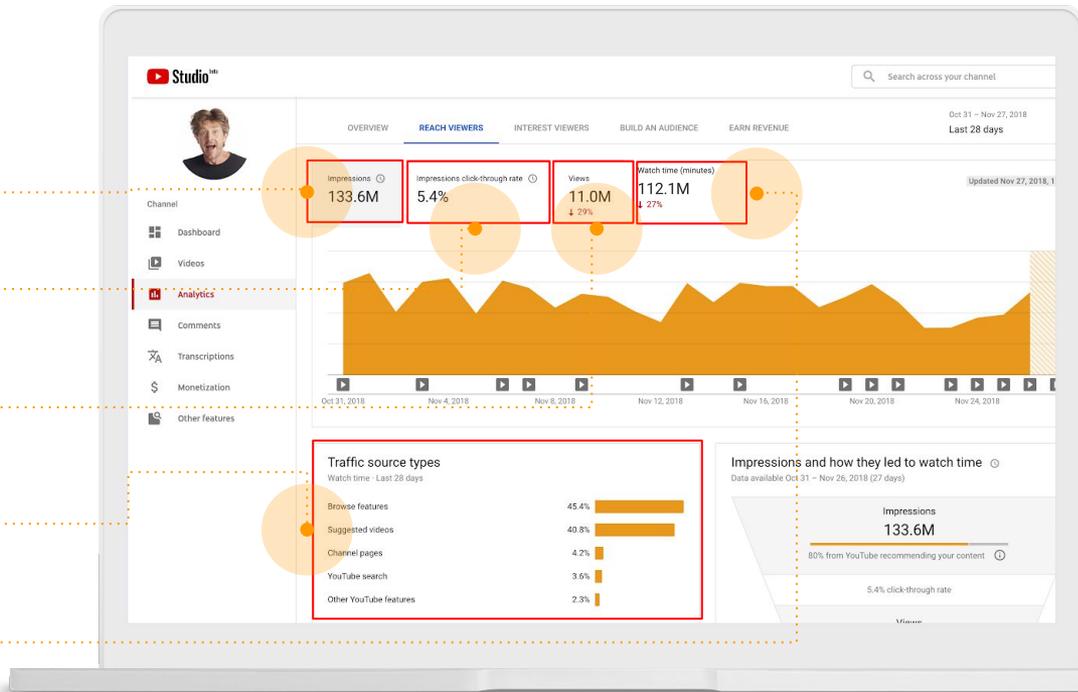
3

**트래픽 소스:** 시청자가 내 콘텐츠를 어떻게 발견하고 있는지 알려줍니다.

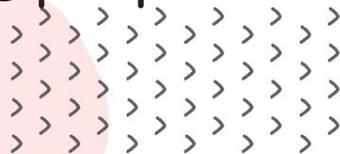
4

**시청 시간:** 시청자가 콘텐츠를 시청한 시간을 의미하며 (클릭 후 이탈하지 않고) 실제로 시청한 동영상의 수보다 더 정확하게 파악할 수 있습니다.

5



# 기본에 충실하기



기술이 발전함에 따라 동영상 제작을 위한 도구로 휴대전화를 선택하는 사람이 더 많아졌으며, 실제로 동영상 제작을 시작하기에 편리한 도구이기도 합니다.

독점 및 기밀 정보

기본에 충실하기

# 동영상 제작의 기본 사항

한 대의 휴대전화만 있어도 동영상 제작을 시작할 수 있습니다. 모든 종류의 장비에 도움이 되는 몇 가지 팁을 소개합니다.

- 1. 사람:** YouTube 동영상은 내가 속한 조직을 소개하고 표현하는 수단이므로, 다양한 배경과 커리어 단계에 있는 사람들과 함께 작업하세요. 포용적인 콘텐츠를 만드는 방법에 대해 자세히 알아보려면 이 [크리에이터 아카데미 강좌](#)를 확인해 보세요.
- 2. 조명:** 촬영할 때는 자연광을 이용하고 그림자는 피하세요. 배경을 고를 때는 시각적으로 심도가 있는 공간을 선택하는 것이 좋습니다(예: 벽 앞에서 촬영하는 것은 지양하세요).
- 3. 카메라:** 렌즈를 깨끗이 닦고 가장 좋은 화질로 설정한 다음 움직임이 없는 자리에 카메라를 수평으로 놓으세요. 휴대전화로 촬영한다면 방해 금지 모드를 설정하세요.
- 4. 촬영:** 카메라 프레임의 위에서 3분의 1 지점에 피사체의 눈이 위치하도록 구도를 잡으세요([예시](#) 참고). 내 모습을 촬영해야 한다면 시선이 내 얼굴이 아닌 카메라 렌즈를 향하도록 하세요.



**중요사항:** 본인이 소유하지 않은 저작권 보호 클립 또는 콘텐츠를 게시하는 경우 계정에 경고가 주어질 수 있습니다. 자세한 내용은 YouTube 크리에이터 아카데미의 ['저작권이란 무엇인가요?' 게시물을 참조하세요.](#)

기본에 충실하기

# 제작

우수한 제작 디자인은 다음과 같은 요소를 포함합니다.

- 밝은 색상(그리고 적절한 조명)
- 고대비
- 피사계 심도
- 눈길을 끄는 영상미

동일한 세트를 계속해서 사용하게 될 수 있으니 재미있고 다채롭게 만들어 보세요. 크리에이터들은 눈길을 끄는 영상을 만들기 위해 카메라 대면 인터뷰 인트로에 와이드 샷과 게스트 클로즈업 샷을 자주 사용합니다.



기본에 충실하기

# 좋은 품질의 오디오 녹음하기

좋은 사운드는 동영상을 보는 시청자의 경험에 엄청난 영향을 미칩니다. 일반적으로 시청자들은 카메라 및 조명 실수보다 낮은 음질에 더 민감하게 반응합니다. 사운드에서 실수를 피할 수 있는 방법을 살펴보겠습니다.

- **사운드를 고려하여 촬영 위치를 선택합니다.** 주변 소음 또는 공간의 음향(에코 등)이 오디오 녹음에 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 고려하세요.
- **외부 마이크를 사용합니다.** 스마트폰처럼 간단한 도구로도 멋진 동영상을 촬영할 수 있지만 영상만큼 좋은 품질의 오디오를 녹음하려면 카메라 마이크가 아닌 외부 마이크를 사용하는 것이 좋습니다.
- 시작하기에 앞서 이 크리에이터 아카데미 동영상에서 멋진 오디오 및 동영상 경험을 선사할 수 있는 제작 방식 기초를 살펴보세요.



YouTube 콘텐츠 제작에 대한 전반적인 개요를 알아보고 싶으신가요?  
 '제작 기술: 아이디어부터 동영상까지' 재생목록을 살펴보세요.  
[YouTube 크리에이터 아카데미](#)에서 제공합니다.

기본에 충실하기

# 솔직하게 소통하기

시청자들은 여러분의 진짜 모습을 보고 싶어 합니다.

- **개인적인 내용의 콘텐츠가 가장 좋습니다.** 거리감과 신비감은 넣어 두세요. 용기를 내서 카메라를 들고 시청자에게 직접 말을 걸어 보세요.
- **완벽하게 보이지 않아도 됩니다.** 잘못된 방법으로 보일 수 있지만 시청자는 다들 어지지 않은 날것의 느낌을 더 좋아할 수도 있습니다.
- **열린 마음으로 시청자와 소통하세요.** 실시간 스트리밍과 댓글로 소통하며 깊은 공감대를 형성할 수 있습니다.



기본에 충실하기

# 일괄 제작

동영상 제작에는 시간과 자원이 소요되므로 제작 기간 대비 최대한의 결과물을 얻는 것이 효율적입니다.

- **일괄적으로 촬영하세요.**

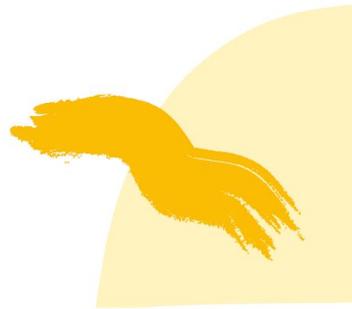
가능하다면 한 번 촬영할 때 여러 개의 동영상이 나올 수 있도록 하세요. 예를 들어, 조직 내의 전문가를 인터뷰한다면 같은 날에 두 명 이상의 촬영 일정을 잡아보세요.

- **다양한 방식으로 영상을 촬영하세요.**

촬영 목적으로 방문하는 여러 이벤트에서 창의력을 발휘하여 다양한 영상을 확보하고 이렇게 촬영한 영상들을 어떤 방식으로 패키징하면 더 많은 콘텐츠를 만들 수 있을지 고민하세요.



# 콘텐츠에 맞는 형식 찾기



워크숍 2: 콘텐츠 전략

# 효과적인 뉴스 형식 - 요약

특히 YouTube를 시작한 지 얼마 되지 않았다면 온라인 시청자들에게 익숙한 기존 형식을 활용해 보세요. 다음과 같은 인기 형식이 내 YouTube 목표에 맞는지 확인해 보세요.



뉴스 분석



실시간



설명 동영상



공동작업



인터뷰



팟캐스트



스토리텔링/다큐멘터리



뉴스 요약

매월

히어로

히어로

히어로

### 히어로 콘텐츠

완성도 높은 동영상 또는 YouTube 크리에이터 및 유명인과 공동으로 제작한 콘텐츠입니다.

매주

허브

허브

허브

허브

### 허브 콘텐츠

정기적으로 편성하는 에피소드 형식 및 실시간 스트림 콘텐츠로 시청자의 관심을 다시 끌고 구독자 수를 늘리는 데 효과적입니다.

꾸준히 인기를 끄는 콘텐츠, 낮은 빈도

헬프

### 헬프 콘텐츠

FAQ에 답변하거나, 아이디어를 설명하거나, 오랜 시간 동안 공감대를 형성한 주제를 자세히 살펴보는 형식으로 꾸준히 인기를 끄는 콘텐츠입니다.

뉴스 형식

# 히어로 콘텐츠

**게재빈도:** 낮은 빈도로 게재합니다. 보통 허브 콘텐츠보다 제작에 더 많은 노력이 필요합니다. 특정 이벤트에 기반을 두거나(예: 선거 기간) 직접 주최한 이벤트(예: 공동작업)가 기반이 될 수 있습니다.

**콘텐츠:** 대중성에 집중하여 특정 시기에 일반 대중의 관심을 더 많이 집중시킵니다.

**시청자층:** 히어로 콘텐츠는 최대한 넓은 범위에 도달하는 것이 목표이며 내 채널을 잘 모르는 시청자에게도 다가갈 수 있습니다.

**목표:** 눈에 띄게 돋보이는 장면을 만들어 다수의 일반 시청자를 장기 구독자로 전환합니다.

팁:

- YouTube Premieres 동영상, 스토리, 커뮤니티를 사용해 기대감과 인지도를 높여보세요.
- 공동작업을 통해 시청률을 높일 수 있습니다. 동영상 제목을 잘 짓는 것도 중요하지만 다른 소셜 미디어를 통해 동영상을 홍보하는 것 역시 중요합니다.



뉴스 형식

# 히어로 스토리텔링/다큐멘터리

탐사 보도 형식, 다큐멘터리 형식 등 어떤 형식이라도 깊이 있는 스토리텔링이 뒷받침된다면 경쟁력 있는 채널을 만들 수 있습니다.

- **관련성을 갖춘 히어로 콘텐츠.** 다큐멘터리 또는 탐사 콘텐츠 시리즈는 시청자에게 도달할 수 있는 커다란 기회가 될 뿐만 아니라, 여러 에피소드로 풀어야 하는 스토리인 경우 채널에 유효기간이 긴 콘텐츠를 제공하는 것 외에도 시청자를 계속 돌아오게 하는 이중 효과를 가질 수 있습니다.
- **목적에 맞는 편성.** 이와 같은 동영상은 제작에 가장 시간이 많이 소요될 수 있는 형식이므로 게시 일정을 짤 때 유의하세요. 홍보 도구를 통해 어떻게 기대감을 조성할 수 있을지 생각해 보세요. 스토리에 비하인드 스토리를 올리거나 커뮤니티에 새로운 소식을 업데이트할 수 있습니다.
- **추가 콘텐츠 만들기.** 동영상을 게시하기 전에 진행 상황을 공유하는 비하인드 스토리 영상을 공개하는 것도 좋지만, 더 많은 것을 궁금해하는 핵심 시청자층을 위해 이러한 영상을 '미공개 영상'과 함께 공개하는 방법도 있습니다.



뉴스 형식

# 히어로 공동작업

다른 채널과 협업하여 도달범위와 시청자층을 확대하는 동시에 기존 팬을 위한 멋진 콘텐츠를 만드세요.

- **신중하게 선택하세요.** 플랫폼에서 가장 인기 있는 크리에이터라고 해서 반드시 좋은 협업 대상이라고 할 수는 없습니다. 그보다 내가 가장 도달하고 싶은 시청자층을 이미 보유하고 있는 크리에이터를 찾는 것이 더 효과적입니다. (예: 내가 겨냥하고 있는 영역의 동료 또는 관련 주제와 맞닿아 있는 인기 브랜드 등)
- **내 채널이 다른 채널에 어떤 특별한 도움을 줄 수 있는지 생각해 보세요.** 내가 직접 또는 주제 전문가가 도움을 줄 수 있는지 아니면 내 시청자층을 공유할 수 있는지 등, 협업할 채널이 지금까지 경험하지 못했던 어떤 기회를 제공할 수 있는지 고민해 보세요. (물론 협업할 채널로부터 나와 내 채널이 얻을 수 있는 가치는 무엇인지도 염두에 두세요.)
- **내 채널을 위한 콘텐츠 제작에도 신경 쓰세요.** 이 강력한 홍보 기회를 최대한 활용할 수 있도록, 협업하는 채널은 물론 내 채널에서도 사용할 수 있는 콘텐츠를 개발하세요. 공동작업의 효과를 극대화할 수 있는 유일한 방법은 내 채널과 협업 채널 모두가 게시할 수 있는 훌륭한 동영상을 만드는 것입니다.

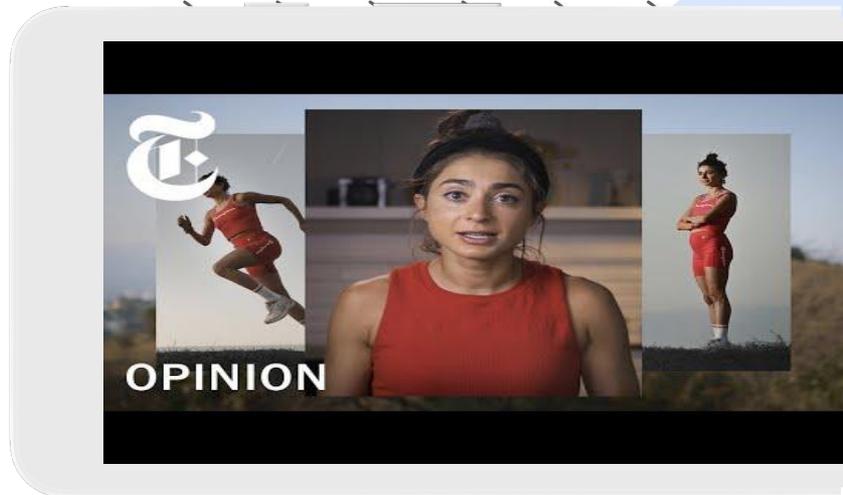


뉴스 형식

# 히어로 대중문화와 뉴스

이러한 종류의 콘텐츠는 **설명** 형식으로 만들어지는 경우가 가장 많으며 대중문화가 연결되어 있어 다양한 시청자의 관심을 끌게 됩니다. 채널에 '히어로' 효과를 가져다주는 형식이라고 할 수 있습니다.

- **신중하게 선택하세요.** 내가 만든 대중문화 관련 콘텐츠가 내 채널에 위화감 없이 어울리도록 해야 합니다. 채널과 너무 동떨어진 내용의 콘텐츠는 부정적인 반응을 불러올 뿐 아니라 시청자의 공감을 얻지 못하는 동영상만드느라 시간만 낭비하게 될 수 있습니다.
- **이런 유형의 콘텐츠를 만들 때는 대중문화를 가십 뉴스가 아닌 일반적인 뉴스처럼 생각하세요.** 내 채널의 품위를 유지하면서 YouTube에서 발생하는 토론에 가치를 더할 수 있는 중대한 사건/주제에 대한 진정성 있는 콘텐츠를 만드는 것이 목표입니다.



뉴스 형식

# 허브 콘텐츠

**게재빈도:** 내가 정한 정기적인 일정에 따라 게재합니다. 허브 콘텐츠를 채널의 토대가 되는 주요 콘텐츠로 생각하세요.

**콘텐츠:** 구독자의 취향과 기대를 제대로 충족하는 지속 가능하고 타겟팅된 콘텐츠를 만드세요. (형식을 활용하세요.)

**시청자층:** 기존 구독자를 기반으로, 내 콘텐츠를 본 적은 있지만 구독은 하지 않은 시청자를 대상으로 합니다.

**목표:** 시청자의 기대와 니즈를 충족하는 꾸준하고 일관된 콘텐츠를 만들어 시청자가 계속해서 채널을 방문하도록 유도합니다. 그리고 신규 시청자가 구독 후에 살펴볼 수 있도록 많은 콘텐츠를 준비합니다.

팁:

- 정해진 요일과 시간에 주간 에피소드 업로드 일정을 정해 일관된 시청률을 확보하세요.
- 업로드하는 허브 콘텐츠에 이 일정을 공유하여 시청자에게 언제 콘텐츠를 보러 오면 되는지 알려주세요.



뉴스 형식

# 허브 Q&A

YouTube는 TV와 다르다는 점을 기억하세요. 시청자들은 여러분의 꾸밈없는 진짜 모습을 보고 싶어 합니다. 또한 시청자들은 YouTube 플랫폼의 특징인 양방향 소통을 가치 있게 생각하기 때문에 Q&A 콘텐츠를 만들어 커뮤니티와 손쉽게 소통할 수 있습니다.

- **나에게 편한 방식으로 답변을 제공하세요.** Q&A를하기로 결정했다면 라이브를 해야 할지 주문형 콘텐츠를 만들어야 할지 고민될 수 있습니다. 적절한 질문을 먼저 고르고 싶다면 주문형 콘텐츠를 만들고, 직접 이야기를 주고받으며 답변하는 것이 채널과 커뮤니티 스타일에 맞다면 라이브를 진행하면 됩니다.
- **계재빈도는 '허브' 형식에 따라 달라질 수 있습니다.** Q&A를 계속해서 꾸준히 진행하고 싶더라도 결국은 다른 '허브' 형식에 비해 낮은 빈도로 진행하게 될 것입니다(매주 진행하는 대신 매월 진행하는 등). 어떤 방식이든 오래 지속할 수 있는 방식을 선택하세요.

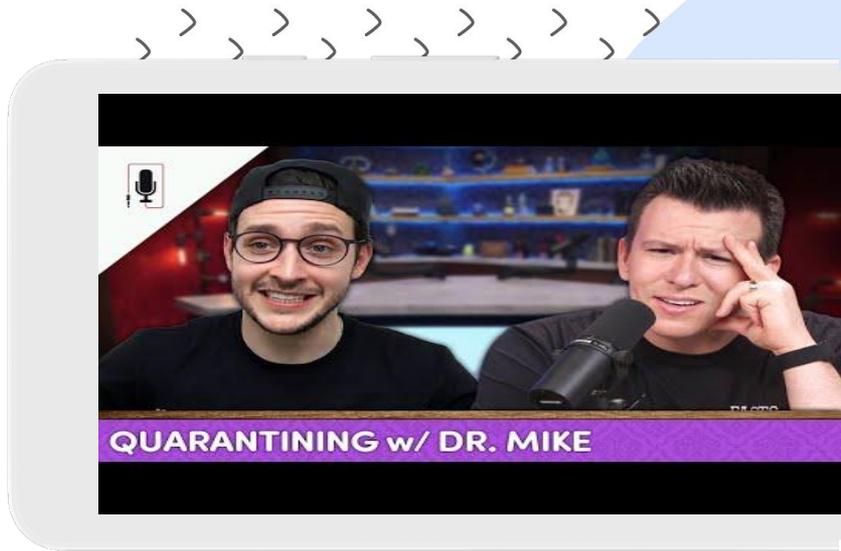


뉴스 형식

# 허브 팟캐스트

팟캐스트는 아이디어, 주제, 스토리에 관해 자유로운 방식으로 대화를 나누는 긴 형식의 콘텐츠입니다. 효과적이고 비교적 제작이 쉬운 형식이라 꾸준히 진행하기 좋은 콘텐츠가 될 수 있습니다.

- **일관된 스타일을 찾으세요.** 팟캐스트는 일반적으로 특별한 체계가 잡혀 있지 않기 때문에 일관된 스타일을 찾고 일정한 주제를 겨냥하는 것이 좋습니다. 특정 스토리를 깊게 파고드는 팟캐스트인가요, 아니면 주제 전문가나 유명 인사를 인터뷰하는 팟캐스트인가요?
- **재미있는 부분을 클립으로 업로드해 시청자의 눈길을 사로잡으세요.** 이와 같은 긴 형식의 동영상으로 새로운 시청자의 관심을 끌려면 재미있는 부분을 뽑아서 단독으로 업로드하는 것이 좋습니다. 이렇게 하면 첫째, 주제에 집중된 클립으로 더 쉽게 발견될 수 있습니다. 둘째, 클립의 짧은 길이로 콘텐츠를 샘플링하면 시청자가 많은 시간을 들이지 않고도 팟캐스트에서 어떤 이야기를 나누는지 손쉽게 파악할 수 있습니다.
- **인비디오 CTA 및 최종 화면 요소를 활용하여 시청자를 전체 길이의 팟캐스트로 유도하세요.**
- 이러한 동영상의 제목을 지을 때는 콘텐츠의 주제를 먼저 표시하고 팟캐스트 이름을 뒤에 배치하세요.

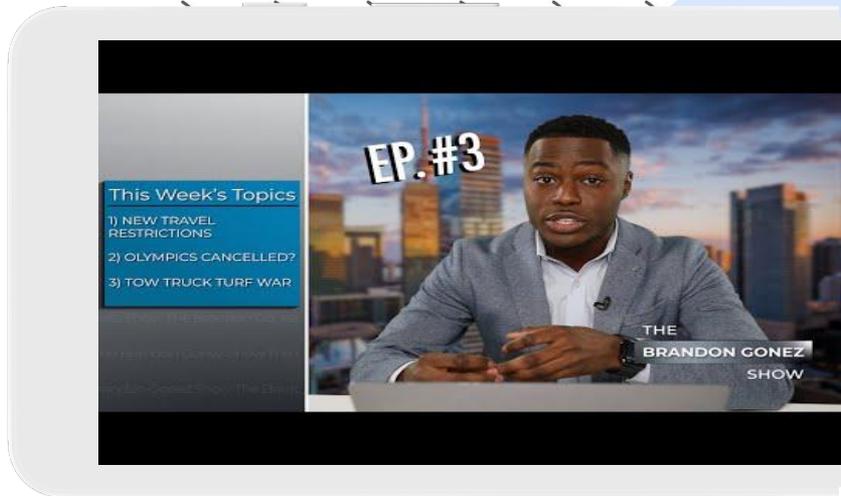


뉴스 형식

# 허브 뉴스 업데이트 및 요약

뉴스 업데이트/요약 형식을 통해 일반 대중과 관련된 일반적인 뉴스 주제와 스토리의 최신 정보를 제공할 수 있습니다. 대체로 회자되고 있지만 내용을 바로잡을 필요가 있는 뉴스를 다루기에도 좋은 형식입니다.

- **검색에 큰 비중을 두세요.** 콘텐츠 패키징에 사용하는 단어와 구문을 신중하게 선택하세요. 이러한 단어 및 구문은 검색을 통해 발견되는 데 도움이 되고 비슷한 주제의 다른 동영상과 함께 표시되도록 해 줍니다. 이때 이야기 형식으로 잘못된 사실을 바로잡는 콘텐츠를 제작하는 것도 좋습니다.
- **사람들의 관심사에서 잘 알려진 부분과 그렇지 않은 부분을 함께 다루세요.** 이 시리즈는 대중적인 의학 이야기를 다루기 좋은 콘텐츠이면서 여러분이 중점적으로 다루고 있는 분야 또는 시청자들이 쉽게 찾을 수 없는 분야의 의학 뉴스를 조명할 수 있는 방법이기도 합니다.
- **시리즈로 제작하세요.** 이 반복되는 형식을 'TV 프로그램' 스타일의 시리즈로 제작하고자 한다면 썸네일과 제목의 후반 부분(주제 기반 전략에 영향을 미치지 않도록)을 통해 콘텐츠를 브랜딩하는 방식을 고려해 보세요.



뉴스 형식

# 허브 목록형 동영상

목록형 동영상은 뉴스 업데이트를 YouTube 스타일로 색다르게 패키징할 수 있는 또 다른 인기 YouTube 형식입니다.

- **맥락을 제공하세요.** 제목과 형식에 목록의 주제가 무엇인지, 각 항목이 서로 어떻게 관련이 있는지 명확하게 드러내야 시청자들이 콘텐츠의 맥락을 이해하기 쉽고 목록형 동영상의 효과가 극대화됩니다.
- **시청자가 이탈하지 않도록 '당근'을 주세요.** 목록이 몇 개의 항목으로 이루어져 있는지 명시하면 시청자가 이 콘텐츠를 통해 몇 가지의 정보를 얻을 수 있는지 파악할 수 있으므로 동영상을 끝까지 볼 확률이 높아집니다.
- **길이가 긴 형식에는 재미있는 정보를 더하세요.** 목록형 동영상은 목록의 각 항목에 짧막하게 재미있는 정보가 들어가는 색다른 면이 있어 YouTube에서 인기 있는 콘텐츠로 통합니다. 우수한 시청 시간은 이러한 특징의 효과를 증명하며 길이가 길면서도 시청 지속 시간이 뛰어난 동영상을 만들 수 있는 지표가 됩니다.



뉴스 형식

# 헬프 콘텐츠

**게재빈도:** 히어로 동영상보다는 자주, 허브 동영상보다는 적게 게재합니다.

**콘텐츠:** 특정 질문 또는 영역과 관련하여 꾸준히 제기되는 주제를 담습니다.  
(예: NHS란 무엇인지, '그린 뉴딜' 정책은 어떻게 운영되는지 등)

**시청자층:** 보다 넓은 범위를 타겟팅할 수 있는 유형의 콘텐츠로, 보통 내 채널에 그다지 관심이 없던 일반 시청자에게 다가갈 수 있습니다.

**목표:** 시청률이 지속적으로 나오고 구독자 수가 꾸준히 증가하는 안정적인 동영상을 제공합니다.

**팁:** Google 트렌드를 활용해 Google과 YouTube에서 어떤 주제가 인기 있는지 살펴 보면서 다음에 어떤 헬프 콘텐츠를 만들지 파악하세요.

- '헬프' 콘텐츠라고 해서 반드시 '돕는' 것에만 집중해야 하는 것은 아닙니다. 헬프 콘텐츠를 유효기간이 더 긴 콘텐츠라고 생각해 보세요. 시청자들이 6개월이나 1년 후에도 관심 있게 찾을 만한 콘텐츠라고 생각하면 좋습니다.



뉴스 형식

# 헬프 설명 동영상

YouTube 플랫폼에서 주가 되는 형식이므로 여러분에게도 아마 가장 익숙한 콘텐츠일 것입니다. 특정 주제 또는 스토리를 깊이 있게 다루는 설명 동영상은 더 자세한 내용을 원하는 시청자에게 풍부한 맥락과 정보를 제공합니다.

- 설명 동영상은 하나의 주제 또는 목록을 자세히 다루며, 호스트가 애니메이션과 시각 효과와 함께 주제를 설명합니다.
- 가장 효과적인 형식 중 일부는 최근에 있었던 사건이나 이슈를 다루기 위해 만들어졌으며 이를 통해 검색 트래픽을 활용할 수 있을 뿐만 아니라 시간이 지나 사건 또는 이슈가 뉴스에 다시 등장할 때도 관련성을 유지할 수 있습니다.
- 꾸준한 관심을 받는 주제에 집중하는 설명 동영상을 구상하세요. 시청자의 댓글을 살펴보거나 Google 트렌드 및 YouTube 분석을 자세히 조사해 보면 구상에 도움이 됩니다.



뉴스 형식

# Shorts

YouTube Shorts는 짧은 길이의 새로운 동영상 형식으로, 스마트폰만으로 짧고 눈길을 끄는 동영상을 선보이려는 채널에서 활용하기 좋습니다.

- **Shorts 동영상의 조건은 무엇일까요?** 최대 60초 길이로 된 세로 동영상입니다.
- **어떻게 하면 발견되기 쉬울까요?** 동영상 제목이나 설명에 #Shorts를 사용하면 YouTube 시스템에서 내 Shorts를 추천하는 데 도움이 됩니다.
- **Shorts 전용 채널을 만들어야 할까요, 아니면 기존 채널을 활용해야 할까요?** Shorts 동영상이 긴 형식 콘텐츠와 일관성이 있는 경우 Shorts 동영상을 기본 채널에 유지하는 것이 좋습니다. 반면에 다른 스타일을 선보이고자 한다면 Shorts 동영상을 위한 새 채널을 만드는 것이 좋습니다.



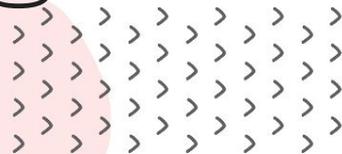
뉴스 형식

# Shorts

- Shorts는 알림에 어떤 영향을 주나요?** 종 모양 알림 아이콘을 탭한 시청자에게 Shorts 동영상에 게시될 때마다 알림이 전송되지는 않습니다.  
너무 많은 알림으로 시청자에게 부담을 주는 것을 방지하기 위해 Shorts를 적극적으로 시청하는 시청자에게 Shorts 알림을 전송합니다.
- 어떤 동영상을 만들어야 하나요?** Shorts에서는 생생하고 랜덤한, 있는 그대로의 매력이 담긴 동영상이 인정을 받습니다. 시작하는 데 어려움이 있다면 자신이 즐겨 보는 콘텐츠가 무엇이고 어떻게 하면 직접 만들 수 있을지 생각해 보세요.
- 뉴스 사례가 있다면 무엇인가요?** 뉴스 Shorts 형식 중에는 뉴스 클립과 편집된 설명 동영상이 있습니다. 여러 형식을 테스트해 보면서 시청자가 무엇에 반응하는지 살펴보세요. Shorts 시청자를 모으는 데에는 얼마간의 시간이 필요하므로 테스트 시간을 충분히 가지세요.



# 콘텐츠 패키징



패키징

# YouTube에서 콘텐츠 패키징하기

- YouTube에서의 패키징 3요소:
  - 제목: 명확하고, 이해하기 쉽고, 정확하며, 간결한 제목
  - 썸네일: 콘텐츠를 보여주는  
고해상도 썸네일
  - 설명: 첫 두 줄에 구체적으로 설명하기
- 제목과 썸네일을 함께 계획하고 만들기
- YouTube 분석에서 노출수와 CTR 데이터를 활용하여 무엇이 시청자에게 가장 효과적인지 가능해 보세요.



패키징

# 효과적인 제목과 썸네일 만들기

조화를 이루는 제목과 썸네일은 시청자가 동영상을 볼 것인지 결정하는 데 지대한 영향을 미칩니다. 이와 관련된 유용한 권장사항을 살펴보겠습니다.

- **정확성을 추구하세요.** 제목과 썸네일의 조합이 동영상의 내용을 잘 나타내도록 하세요.
- **간결하게 만드세요.** 제목은 35자(영문 70자) 미만으로 지정하고 가장 핵심적인 단어/아이디어를 앞쪽에 배치하세요.
- **검색 가능성이 높은 제목을 선택하세요.** 가능하다면 제목에 검색 가능성이 높은 키워드를 포함하세요.
- **몰입도를 높이세요.** 콘텐츠 내용에 대한 호기심을 자극하도록 제목과 썸네일을 조합하여 사용하세요.

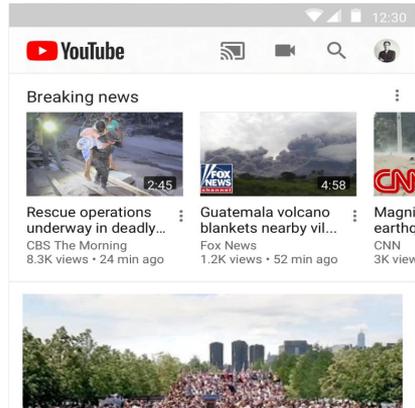
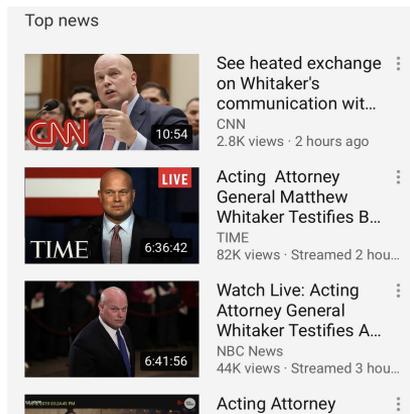
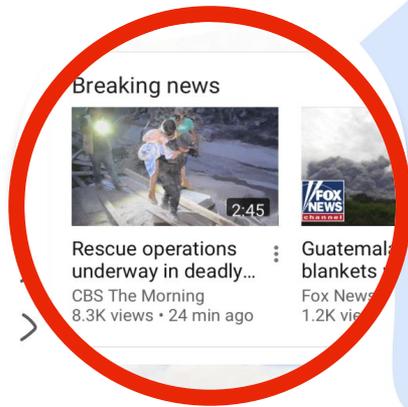


패키징

# 썸네일과 로고를 활용해 콘텐츠를 시각적으로 차별화하기

조화를 이루는 제목과 썸네일은 시청자가 동영상을 볼 것인지 결정하는 데 지대한 영향을 미칩니다. 이와 관련된 유용한 권장사항을 살펴보겠습니다.

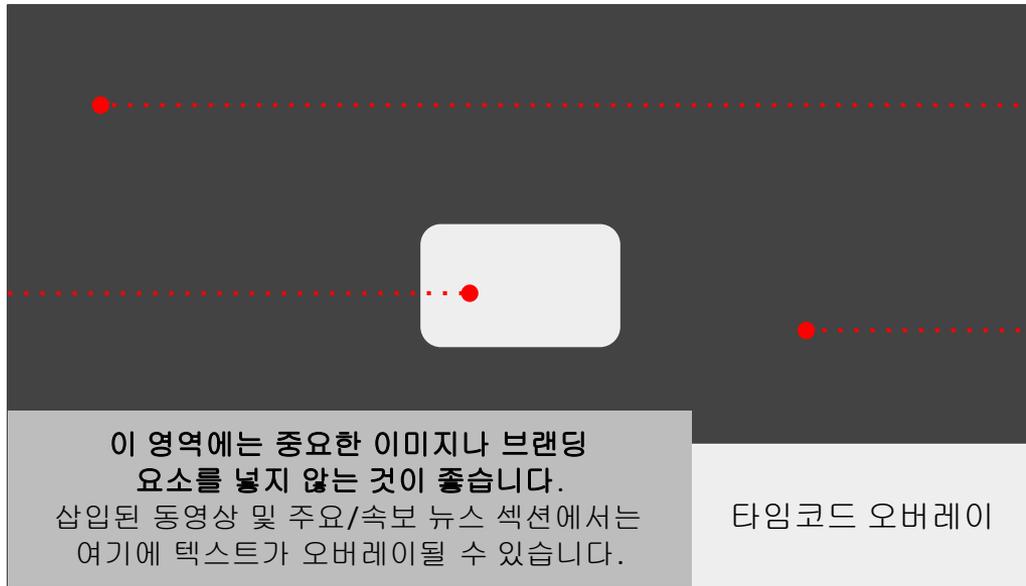
- 로고를 사용하여 시청자의 신뢰를 얻고 주요 뉴스 스토리에 노출되게 하세요.
- 시리즈 또는 주제와 연결되는 제목을 구상하여 시청자가 세션을 이어가도록 하세요.
- 편성 계획을 기반으로 썸네일 템플릿/스타일을 주제 또는 장르에 맞게 발전시키세요.
- 이 예시에서는 썸네일 이미지가 주요 뉴스 스토리와 어떤 식으로 유사성을 띌 수 있는지 살펴보세요.



패키징

# 썸네일 제작 고려사항

16:9 가로세로 비율 // 1280x720px // 파일 크기 2MB 미만



재생 버튼이  
오버레이됩니다.

브랜딩은 모서리  
쪽에 배치하는 것이  
좋습니다.

메인 이미지 팁:

1. 콘텐츠를 정확하게 표현
2. 높은 밝기
3. 고대비
4. 모든 크기에서 선명한 이미지

이 영역에는 중요한 이미지나 브랜딩  
요소를 넣지 않는 것이 좋습니다.  
삽입된 동영상 및 주요/속보 뉴스 섹션에서는  
여기에 텍스트가 오버레이될 수 있습니다.

타임코드 오버레이



패키징

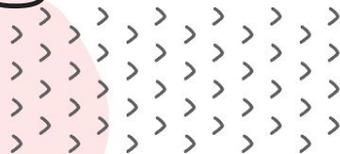
# 템플릿화된 썸네일 - 단순하면서도 효과적



템플릿화된 썸네일은 업로드 주기가 짧은 콘텐츠를 시각적으로 차별화하는 좋은 방법입니다. 템플릿화된 썸네일의 장점은 템플릿을 한 번 만들어 두면 편집자가 오버레이에 새로운 사진과 텍스트를 넣어 YouTube에 빠르게 업로드할 수 있다는 것입니다.



# 게시 고려사항



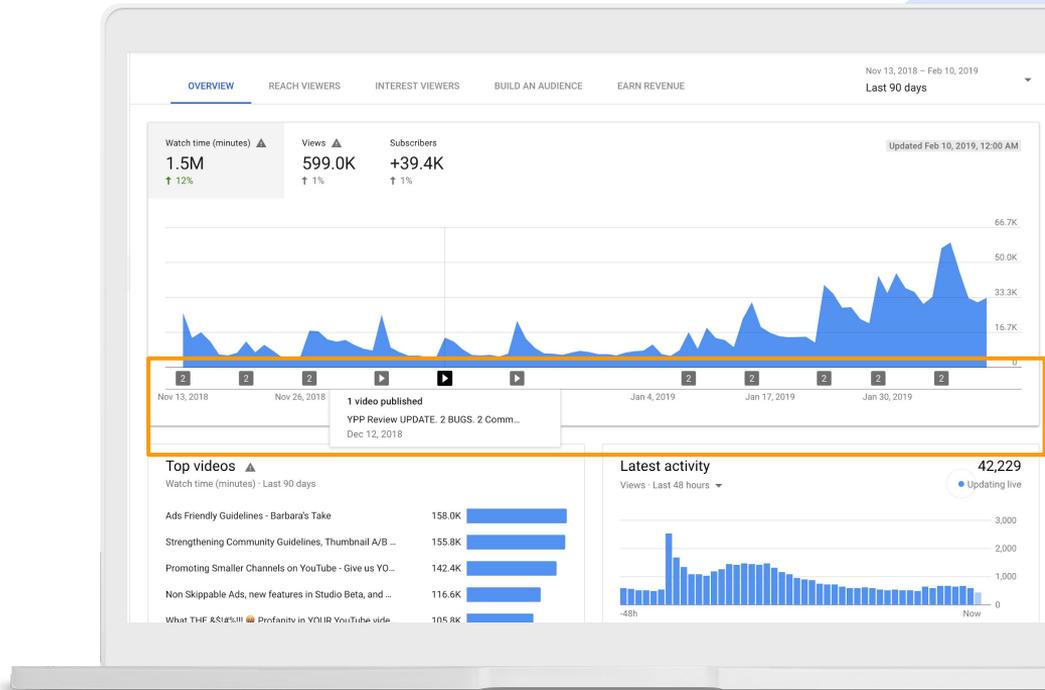
게시

# 일관성 유지하기

시청자에 대한 기대치를 보여주려면 채널 배너 또는 꾸준한 게시 주기를 통해 시청자에게 확실하게 표현하는 것이 중요합니다.

동영상 게시 일정을 꾸준히 지키고 콘텐츠 게시를 중단할 때는 미리 공지하세요.

- **꾸준함과 게시량은 같은 개념이 아닙니다.** 콘텐츠를 자주 게시하는 것보다 게시 일정을 지키는 것이 더욱 중요합니다.
- **콘텐츠를 감당할 수 있는 수준으로 유지하세요.** 동영상 제작 품질이 우수하면 좋지만 이는 지속하기가 매우 어렵습니다. 콘텐츠의 양과 질에 대한 균형을 내가 오랜 시간 지속할 수 있는 정도로 맞출 수 있도록 하세요.



게시

# 실시간 및 Premieres 동영상 비교

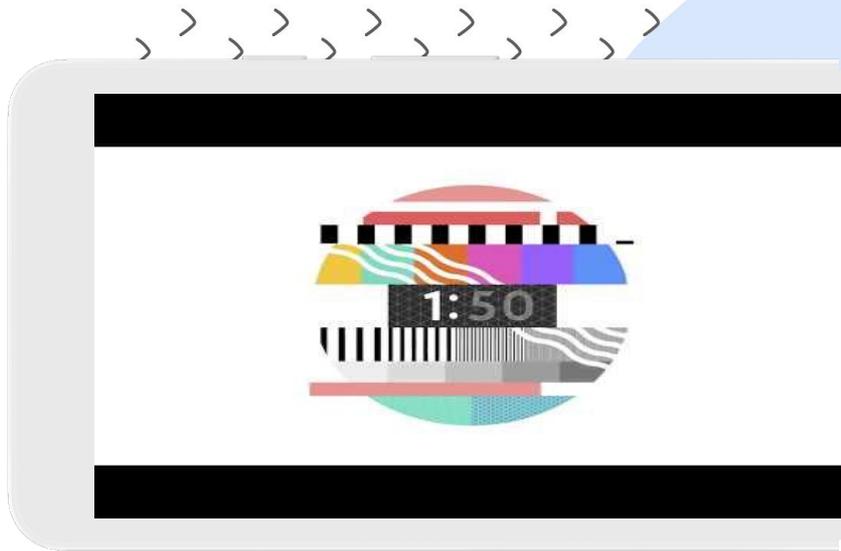
**실시간:** 용도:

- 내가 동영상을 통해 진행하는 일에 시청자의 적극적인 참여가 필요한 경우 사용합니다.
- 어떤 주제나 이슈에 대해 시청자에게 실시간으로 업데이트를 제공해야 하는 경우 사용합니다.

**Premieres 동영상:** 사전 녹화된 동영상을 실시간 동영상을 스트리밍하는 것처럼 게시합니다. 용도:

- 사전 녹화된 동영상으로 광범위한 시청자층에 도달하려는 경우 사용합니다. Premieres 동영상을 통해 모든 시청자가 동시에 동영상을 시청하는 '실시간 경험'을 선보일 수 있으며, 실시간 채팅으로 소통도 가능합니다(실시간 채팅을 사용할 경우).
- Premieres 동영상은 신중하게 선택하세요. 커뮤니티 구성원들과 특별한 의미를 나눌 수 있을 만한 동영상을 선택하는 것이 좋습니다.

**실시간 채팅 운영:** YouTube는 실시간 채팅을 진행하는 데 사용할 수 있는 다양한 도구를 제공합니다.



게시

# 분석을 통해 시청자 이해하기

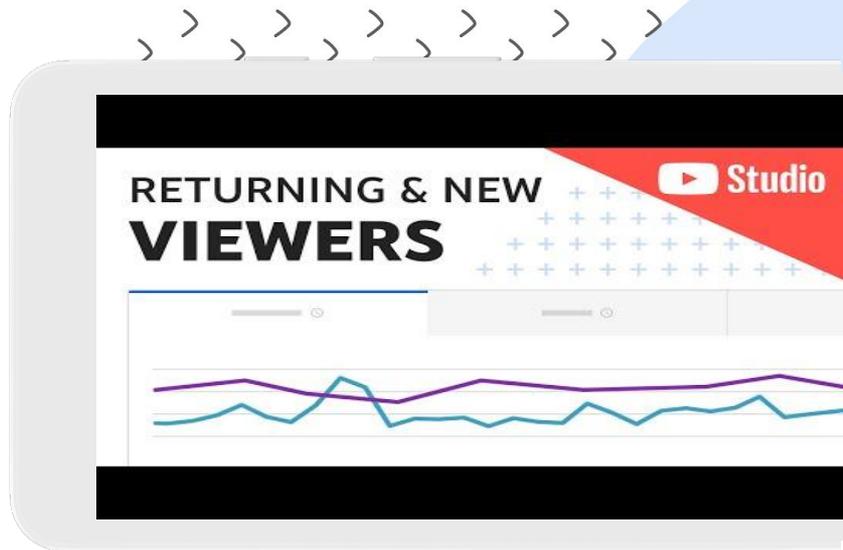
YouTube 스튜디오에서는 '시청자층 탭'을 통해 내 시청자층에 대한 유용한 정보를 확인할 수 있습니다. 이 탭에서는 다음과 같은 유용한 항목을 살펴볼 수 있습니다.

**신규 및 재방문 시청자** - 재방문 및 신규 시청자 측정항목을 참고하여 채널을 위한 콘텐츠 전략을 계획할 수 있습니다. 예를 들어 일관된 콘텐츠를 제작하여 충성도를 높이거나, 신규 시청자가 관심을 가질 만한 새로운 주제를 실험해 볼 수도 있습니다.

**내 시청자가 YouTube를 이용하는 시간대** - 이 보고서는 지난 28일 동안 시청자가 YouTube 전체에서 언제 온라인 상태였는지 보여줍니다. 내 커뮤니티를 만들거나, Premieres 동영상 일정을 예약하거나 다음 실시간 스트림을 계획하는 데 사용할 수 있습니다.

**내 시청자가 시청한 다른 동영상** - 이 보고서는 지난 7일 동안 시청자가 내 채널 외부에서 시청한 동영상이 무엇인지 보여줍니다. 이를 통해 새로운 동영상의 주제와 제목을 찾을 수 있습니다. 썸네일 아이디어 및 공동작업 기회에도 이 정보를 사용할 수 있습니다.

이 외에도 YouTube 스튜디오의 시청자층 탭에서 더 많은 정보를 참고할 수 있습니다.



# 감사합니다

