YouTube

소규모 비즈니스를 위한 YouTube 플레이북

YouTube에서 호소력 있는 동영상으로 고객과 소통하기

여기서 다룰 내용은 다음과 같습니다.

1. YouTube 소개
2. YouTube에서 비즈니스를 위한 채널 만들기
3. 눈길을 끄는 동영상 만들기
4. 고객의 액션 유도하기
5. 비즈니스에 중요한 잠재고객에게 더 많이 도달하기

1

YouTube 소개

YouTube는 전 세계에서 가장 큰 동영상 네트워크이자 Google 다음으로 큰 검색엔진입니다. 매일 수많은 비즈니스들이 채널을 설정하고 직접 동영상을 만들어 관심도 높은 고객에게 도달하고 있습니다. 몇 가지 통계를 살펴보겠습니다.

YouTube - 세계 최대의 동영상 네트워크

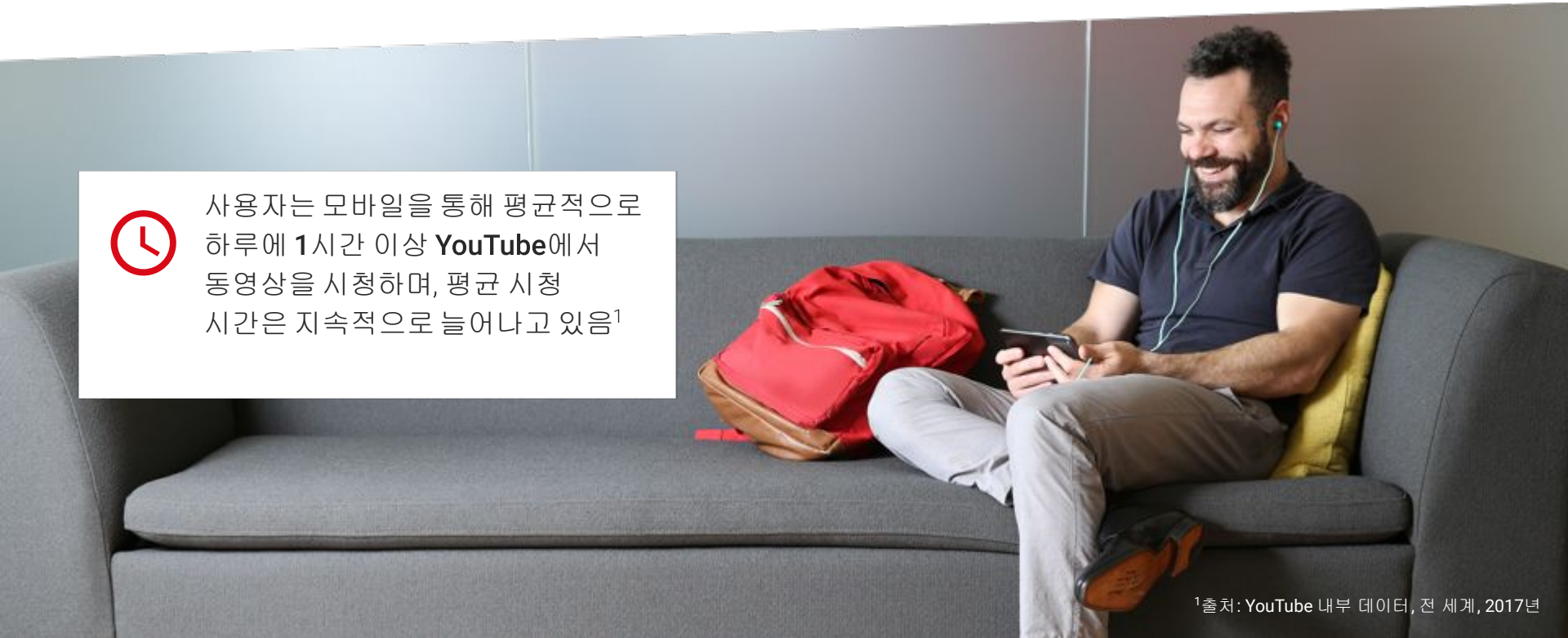
매월 **15**억 명의 사용자가 로그인하고 YouTube를 방문하며, 이는 전 세계 인터넷 사용자 수의 절반에 가까운 수치임[1]

지난 2년 동안 **YouTube**에서 광고를 운영하는 중소기업의 수가 **2**배로 증가[2]

매분 **400**시간 분량의 새로운 콘텐츠가 YouTube에 업로드됨[3]

[1]1출처: YouTube 내부 데이터, 전 세계, 2017년. [2]출처: YouTube 내부 데이터, 전 세계, 2016년. [3]출처: YouTube 내부 데이터, 전 세계, 2015년

지속적인 시청을 유도하는 YouTube



사용자는 모바일을 통해 평균적으로 하루에 **1**시간 이상 **YouTube**에서 동영상을 시청하며, 평균 시청 시간은 지속적으로 늘어나고 있음[1]

[1]출처: YouTube 내부 데이터, 전 세계, 2017년

2

YouTube에 내 비즈니스를 위한 공간 만들기

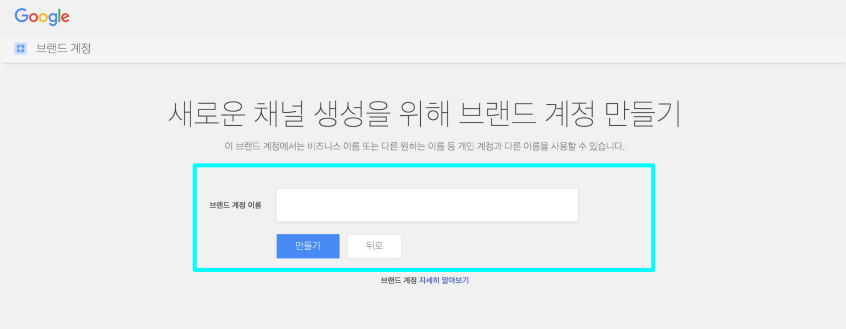
이제 YouTube에서 내 비즈니스를 위한 공간을 만들어 사람들이 모든 콘텐츠를 한 곳에서 쉽게 찾을 수 있도록 하는 방법을 알아보겠습니다.

시작하기

YouTube에 내 비즈니스를 위한 공간을 만드세요.

1. YouTube에서 내 비즈니스의 계정을 만들거나 로그인합니다.

2. 안내 메시지에 따라 새 채널을 만들고 필요한 입력란에 정보를 입력합니다.



간단한 팁:
개인 계정이 아니라 비즈니스 계정을 사용하고 있는지 확인하세요.

성공적인 채널 만들기

1단계: 카테고리 선택

동영상에서 소개하려는 내용과 가장 잘 맞는 카테고리를 선택해야 합니다. 비슷한 비즈니스의 YouTube 채널을 살펴보고 시작하는 것도 좋습니다.

검색할 수 있는 몇 가지 카테고리의 예는 다음과 같습니다.

자동차

뷰티/패션

음식

게임

노하우/스타일

성공적인 채널 만들기

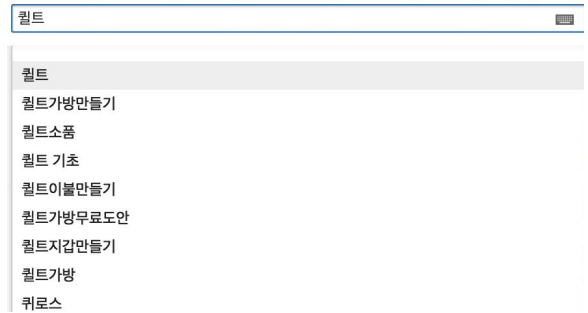
2단계: 내 카테고리와 비슷한 다른 채널 참고하기

동종 업계 다른 채널을 살펴볼 때는 아래 질문에 대한 답을 생각해 보세요.

- 이 채널에 있는 어떤 유형의 콘텐츠를 내 비즈니스를 위해 활용할 수 있는가?
- 이 채널에서 도달하고자 하는 잠재고객은 어떤 사람들인가?

간단한 팁:

YouTube 검색에서 자동 완성 결과를 살펴보면 채널에서 사용할 일반적인 주제와 트렌드를 파악하는 데 도움이 됩니다.



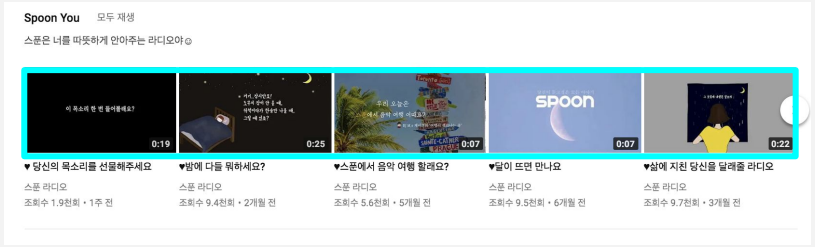
성공적인 채널 만들기

3단계: 시청자에게 내 비즈니스 소개하기

- 채널 예고편:
  사람들에게 내 비즈니스와 채널을 알리세요.

간단한 팁:

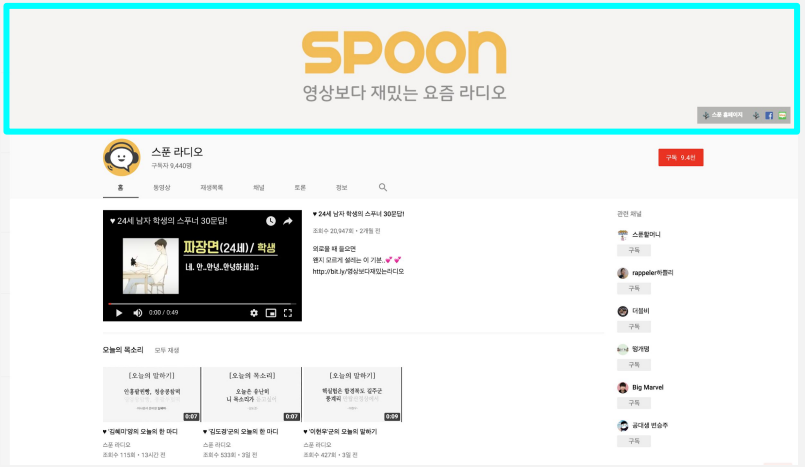
채널의 정보 탭에 웹사이트 링크와 기타 페이지를 추가하여 비즈니스에 더 많은 잠재고객을 유도하세요.



- 채널 섹션:
  제품 또는 주제별로 동영상을 구성하고 추천 콘텐츠를 강조해서 소개하세요.

나만의 채널 만들기

- **채널 배너, 아이콘, 이름 업데이트**
  비즈니스를 나타내는 로고를 추가하거나 채널 배너를 맞춤설정하세요.

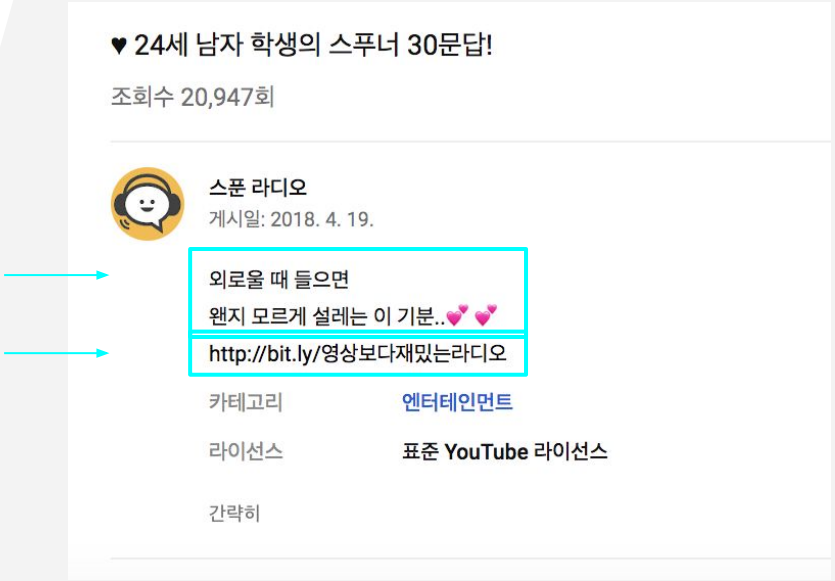


간단한 팁:
새로운 시청자와 재방문 구독자에게 각기 다른 레이아웃을 보여 줄 수 있습니다.

유용한 설명 작성하기

- **채널 특징을 잘 보여주고 검색에 잘 나타나는 콘텐츠를 먼저 배치**
  이렇게 하면 동영상이 무엇을 보여주려는지 시청자가 바로 이해할 수 있습니다.

- **필요에 따라 추가 정보와 링크 넣기**
  채널 설명, 소셜 링크 등을 통해 시청자에게 동영상 및 비즈니스에 대한 추가 정보를 제공할 수 있습니다.



간단한 팁:

설명에서 맨 처음 몇 문장은 YouTube 검색결과에 표시되므로 명확하게 액션을 유도하는 문구(CTA)를 사용해야 합니다.

3

눈길을 끄는 동영상 만들기

YouTube에서 동영상을 통해 비즈니스에 대한 스토리를 공유하는 방법을 살펴보겠습니다. 성공적인 동영상 캠페인을 위한 설정에 도움이 되는 몇 가지 팁을 확인하세요.

동영상 만들기

동영상을 만들 때는 다음과 같은 사항을 명심해야 합니다.

- 동영상의 출연진
- 전달하고자 하는 스토리
- 영상과 사운드 녹화를 위한 최상의 방법
- 촬영을 마친 후 최종본을 만들기 위한 최상의 편집 방법

초기 컨셉부터 최종 편집본까지, 동영상을 쉽게 만들 수 있도록 Google에서 준비한 동영상 광고 만들기 빠른 가이드를 참조하세요.

이미 동영상이 있는 경우

업로드하기

고객이 내 비즈니스를 쉽게 찾을 수 있도록 하기

- 사람들이 내 비즈니스의 동영상을 쉽게 찾을 수 있게 하려면 **검색 가능성이 높은 제목 및 설명을 작성** 하는 것이 중요합니다. 내 동영상을 검색하지 않은 경우라도 관련 검색결과에 노출될 수 있도록 하는 것이 좋습니다.

- 적절한 키워드를 사용해 설명을 잘 작성하면 검색결과에 동영상이 노출될 가능성을 높여서 조회수와 시청 시간을 늘릴 수 있습니다.

간단한 팁:

'방법' 및 '리뷰'와 같은 일반적인 검색어를 사용하는 것도 더 많은 사용자에게 도달할 수 있는 좋은 방법입니다.

검색 가능성이 높은 제목 작성하기

몇 가지 유용한 팁:

- 검색결과에 쉽게 표시될 수 있도록 22자 (한글 기준) 이내로 작성.
- 동영상이 무슨 내용인지 쉽게 파악할 수 있도록 콘텐츠 유형(예: '~하는 법') 알리기

Quilt Snips Mini Tutorial - Easy Cathedral Window
Missouri Star Quilt Company • 조회수 4.6만회 • 6개월 전
Click here to watch the full tutorial: http://bit.ly/qsCathedralWindow_yt **Cathedral Window quilts** are always so intimidating, but not ...

- 사람들이 비슷한 동영상을 찾아볼 수 있도록 브랜드 또는 시리즈로 라벨 지정하기

Tuft & Needle Presents: Mattresses Uncovered
Tuft & Needle • 조회수 210만회 • 2년 전
Updated: Over-priced, over-complicated **mattresses** have been the standard—until now. Our **Mattress** is made with transparency ...

4

고객의 액션 유도하기

관심이 있는 고객이 내 사이트를 방문하고 비슷한 동영상을 보는 등의 액션을 취하도록 유도하는 데 도움이 되는 몇 가지 기능을 살펴보겠습니다.

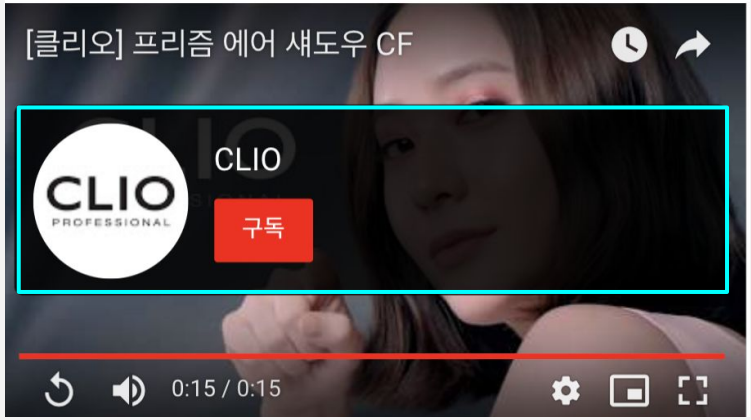
최종 화면

정의:
최종 화면은 동영상에서 마지막 5~20초 동안 표시되는 화면입니다. 최대 4개의 요소를 추가하여 콘텐츠, 채널, 웹사이트를 홍보할 수 있습니다.

효과적인 이유:

- 사용자 참여 시간 연장 - 다른 동영상과 재생목록을 홍보하여 시청률을 높이고 참여를 늘리세요.
- 추가적인 링크 연결 - 웹사이트에 연결하여 모든 동영상에서 트래픽을 유도하세요.
- 구독자 수 늘리기 - 구독자를 채널에 초대하세요.
- 다른 채널 홍보 - 다른 채널이 있는 경우 최종 화면을 통해 시청자들에게 알리세요.

시작 방법:
고객센터 를 방문하여 최종 화면을 설정하는 방법을 단계별로 알아보세요.



간단한 팁:
최종 화면은 길이가 25초 이상인 동영상에서만 만들 수 있습니다.

정보 카드

정의:
동영상 내에서 중요한 순간에 시청자가 액션을 취할 수 있도록 만들어 줍니다. 동영상 콘텐츠 내에서 활용할 수 있는 다양한 템플릿 중에서 선택하세요.

효과적인 이유:
사용자가 다음 단계로 진행하도록 만드는 방법입니다. 예를 들어 시청자가 '자세히 알아보기', '앱 다운로드', '지금 구매', '동영상 더보기' 또는 비즈니스에 중요한 다른 액션을 취하도록 초대할 수 있습니다.

시작 방법:
고객센터 를 방문하여 정보 카드를 만드는 방법을 단계별로 알아보세요.

5

비즈니스에 중요한 잠재고객에게 더 많이 도달하기

시청자들이 동영상에 어떻게 호응하는지 파악하고 지속적인 관심을 유도하는 방법을 알아보세요. 또한 YouTube 광고를 통해 관심이 있는 고객에게 더욱 널리 비즈니스를 홍보하는 방법도 알아볼 수 있습니다.

채널을 웹사이트, SNS, 이메일과 통합

브랜드의 동영상을 잠재고객에게 보여주고, 브랜드와의 지속적인 상호작용을 유도하고, 입소문을 통해 비즈니스의 스토리를 퍼뜨리는 데 도움이 되는 훌륭한 방법입니다.

예를 들어 동영상을 자사 블로그에 게시하거나 마케팅 이메일에 링크를 넣어 보낼 수 있습니다.

전환 가능성이 높은 새로운 잠재고객에게 도달하기

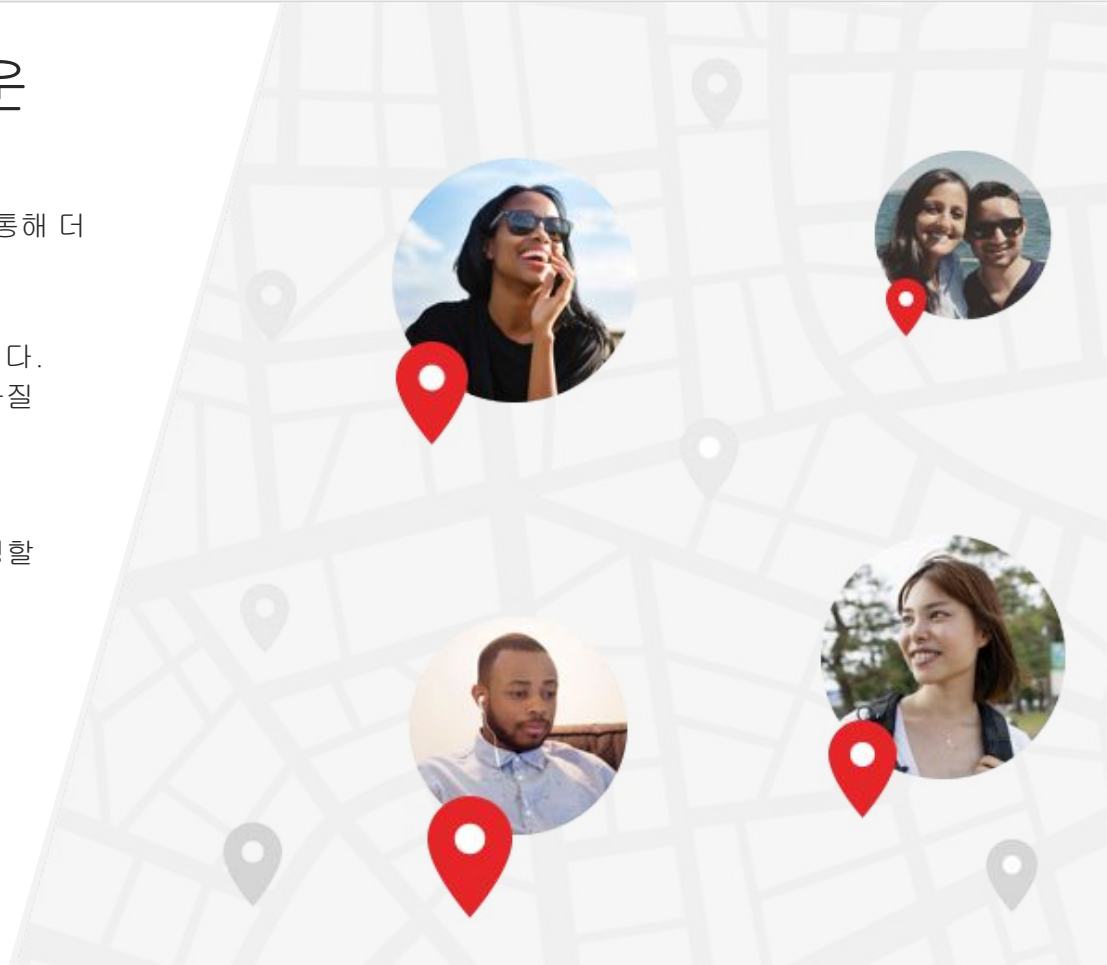
비즈니스 지역 또는 전 세계를 무대로 YouTube 광고를 통해 더 많은 잠재고객에게 도달하세요.

- **비즈니스에 중요하고 적합한 사용자에게 도달**
  모든 사용자를 대상으로 광고를 게재할 필요는 없습니다. 비즈니스에서 제공하는 제품 또는 서비스에 관심을 가질 만한 사용자에게만 게재하면 됩니다.

- **동영상 광고를 볼 때만 비용 지불**
  사용자가 TrueView 광고를 클릭하거나 30초 이상 시청할 때만 비용이 청구됩니다.

- **현재까지의 실적 및 개선이 필요한 부분 확인**
  사용자가 동영상 광고에 어떻게 반응하고 있는지 실시간으로 실적을 파악하고 개선이 필요한 부분을 확인할 수 있습니다.

시작하기



YouTube에서 비즈니스 광고를 시작하는 데 도움이 되는 추가 자료

- YouTube 광고
- 비즈니스를 위한 YouTube 채널
- YouTube 동영상 제작 플랫폼