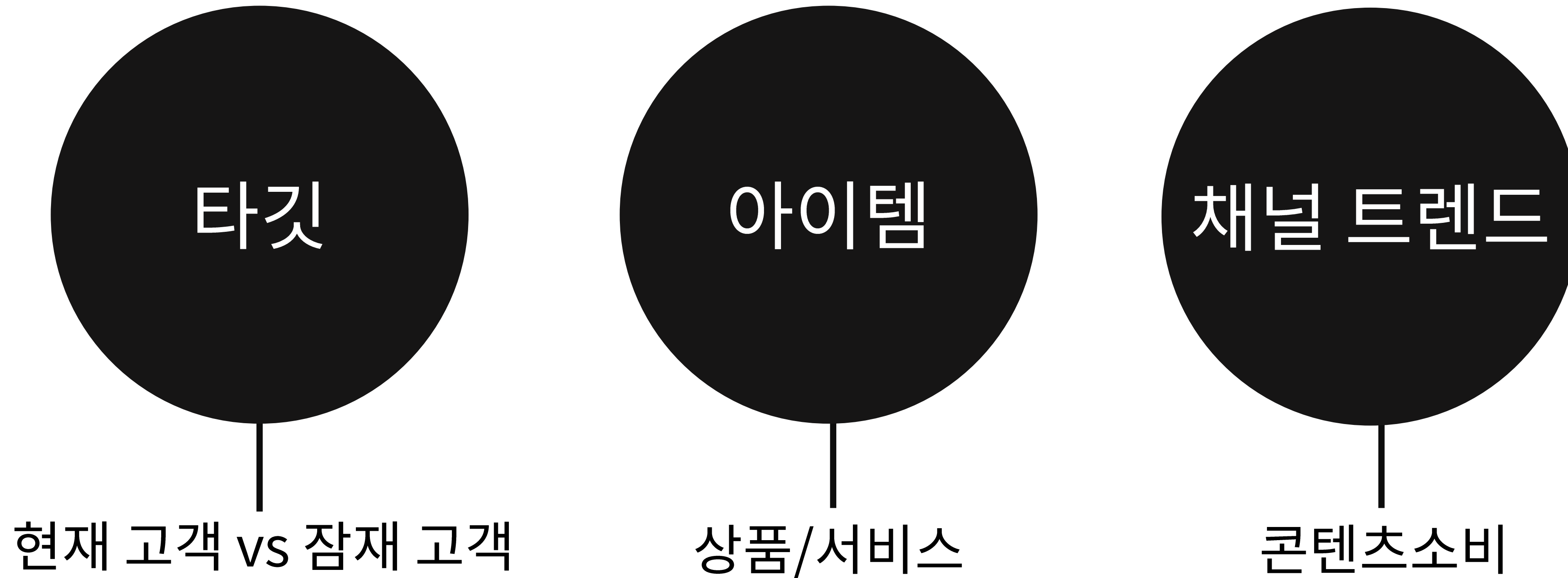


# 선택과 집중 : 중심 채널과 서브 채널 설정

# 주요 채널과 서브 채널 구분의 시작

코어 타겟 VS 서브 타겟  
코어 채널 VS 서브 채널  
**현재**(반응) VS **미래**(기회)

무조건 인기있는 채널이라는 이유로 주요채널이 되어서는 안된다.  
“채널 운영의 목표를 기준으로 3가지 점검”



## 예시 1\_판매를 목적으로 50대 남성 타겟의 자동차 클리너를 홍보하기 위한 채널은?

운영 목적

판매

타겟

50대 남성

아이템

자동차  
클리너

트렌드

유튜브  
인스타그램  
페이스북  
블로그

## 예시 2\_노출을 목적으로 30대 엄마 타겟의 유아 용품을 홍보하기 위한 채널은?

운영 목적

노출

타겟

30대 엄마

아이템

유아 용품

트렌드

유튜브  
인스타그램  
페이스북  
블로그

## 콘텐츠 미러링(mirroring)

서브 채널로는 링크형태or동일 이미지를 노출만 하는 방향으로  
만들어진 콘텐츠를 링크 공유하여 단순 업로드

## OSMU (One Source Multi Use)

주요 채널에 집중하면서 타 SNS 별 컨셉에 맞춰 콘텐츠 규격 최적화로  
같은 내용을 다르게 다시 재-생산하여 업로드

**감사합니다**