

# 1 인 콘텐츠 사업자 로드맵 - 8 편

---

## 마케팅 채널별 배포 전략

### 1. 왜 채널별 전략이 필요한가?

콘텐츠를 아무 채널에나 뿌리면 효과는 미미합니다. 채널마다 성격이 다르기 때문에, 목표, 타겟, 포맷에 따라 맞춤형 배포 전략이 필요합니다. 같은 콘텐츠라도 어떤 채널에, 어떤 형태로 올리느냐에 따라 성과가 달라집니다.

### 2. 주요 채널 유형과 특성

- 블로그: SEO 최적화 중심, 정보 탐색용, 장기 유입
- 인스타그램: 감성 중심, 짧고 강렬한 카드뉴스 또는 릴스
- 브런치: 전문가 관점 강조, 콘텐츠 퀄리티 중요
- 스마트스토어: 상품 전환 목적, 콘텐츠+CTA 필요
- 네이버 포스트: 검색 유입 + 바이럴
- 이메일: 구독자 관계 유지, 리텐션 강화

### 3. 채널별 콘텐츠 변환 전략

- 1) 블로그 → 카드뉴스 요약 → 인스타 업로드
- 2) 블로그 → 전문 의견 강화 → 브런치 리포맷
- 3) 전자책 요약 → 스마트스토어 상세페이지 활용
- 4) 강의 요약 → 네이버 포스트 or PDF 콘텐츠화
- 5) 전체 시리즈 요약 → 이메일 뉴스레터 발송

### 4. 핵심은 '입구 → 전환 → 유지'

- 입구: SEO, SNS, 오픈채팅 등 유입 지점 확보
- 전환: PDF 다운로드, 구독 유도, 상품 연결
- 유지: 뉴스레터, 워크북, 후속 강의 제공

## 5. 실전 예시: 부업 자동화 콘텐츠 배포 흐름

- ① 블로그 시리즈 업로드 (SEO 유입)
- ② 카드뉴스로 인스타그램 배포
- ③ 브런치에 전문가 시리즈 형태로 재편
- ④ PDF 통합본으로 스마트스토어 등록
- ⑤ 다운로드 유도 → 이메일 수집 → 자동화

## 6. 마무리: 채널별 전략이 콘텐츠 생명을 좌우한다

좋은 콘텐츠도 잘 보이지 않으면 의미가 없습니다. 각 채널의 목적과 구조를 이해하고 콘텐츠를 전략적으로 변환/배포하는 것이 콘텐츠 사업자의 진짜 마케팅입니다.