1. 분석 목적

기업의 입장: 카테고리별로 인기 있는 시기나 요일 <너무 한정적

성공할 유투버 예측<- 효용성이 없다고 생각했는데, 승진님 말씀대로 유투버 투자하는 사업자 입장에서 의미 있는 자료일 것 같다. Ex 중소화장품 회사가 뷰티 크리에이터에게 미리 투자 등. 이런 경우에는 한 회사를 선정하여 그 회사의 카테고리에 맞게 설정해야 할 것. Ex) 화장품, 애완용품 …. 단, 이 경우 비호감형 컨텐츠 X이므로, 좋아요 대비 싫어요가 일정 이하일 조건에 대해서도 검색.

>>필요한 자료: 조회수, 조회수 추이 변화에서 일정 조회수 이하인 시기의 정보(동영상 길이, 동영상 제목 키워드, 싫어요 대비 좋아요 개수, 조회수 대비 댓글 개수>>>회사가 괜찮은 크리에이터 찾아내는 용도), 조회수 추이 변화에서 그 이후 정보 (회사가 크리에이터를 어떻게 티칭할 것인지 용도)

유투버의 관점: 인기를 얻고, 유지하는 방법>> 사실 상 회사가 크레이이터를 어떻게 티칭할 것인가라는 관점에서 본다면 위의 관점과 합칠 수 있을듯

인기를 얻는 과정은 인기 영상의 정보. 인기를 유지하는 방법은 조회수가 급감소하는 사람들(인기 동영상이 1개로 끝나는 것, or 인기 영상 채택이 6달 이하 등)과 조회수가 유지되거나 증가하는 사람들 (시기별로 조회수를 비교하여 증가하거나 인기 영상 채택이 6달 이상) 비교 (단, 여기서 인기 영상 채택이 1달 이상 이하의 기준은 1개의 영상이 아니라, 6개월 내 올린 영상의 인기영상 채택 yes no 기준)

>>>필요한 자료: 특정 조회수 이상의 영상 중 그 전에 인기영상이 2개 이하인 것의 데이터(영상 길이, 카테고리별 영상 제목 키워드), 조회수가 증가하는 사람들과 감소하는 사람들의 데이터(영상 길이, 영상 제목 키워드의 변화, 영상 올리는 주기)

1. 도움이 되는 정보들

-정치: 수, 목 비율 높음. 일요일: 필름, 애니메이션, 애니몰

-인기동영상이 1개인 채널이 더 많지만, 2개 이상인 채널이 더 좋은 값

-오랫동안 인기 유지: music entertainment, gaming (여가 생활)

-태그는 조회수와 관련 X

3. 회의 중 정리

-쓸모가 있어야 함.

-sns이니 어떤 관점에서든 ‘인기 있는 영상, 조회수가 높거나 좋아하거나, 인 것이 중요’

-과거와 현재의 ‘트렌드’ 비교

-같은 카테고리 내에서의 인지도 비교

조회수가 높은 영상 제목의 키워드

-지속적 인기를 누리는 채널 내에서

동영상 올리는 주기, 동영상 길이 등

-제목 키워드, 동영상 올리는 주기, 동영상 길이, 같은 카테고리 내에서 키워드 비교