

OTT 서비스의 경쟁력 강화 방안

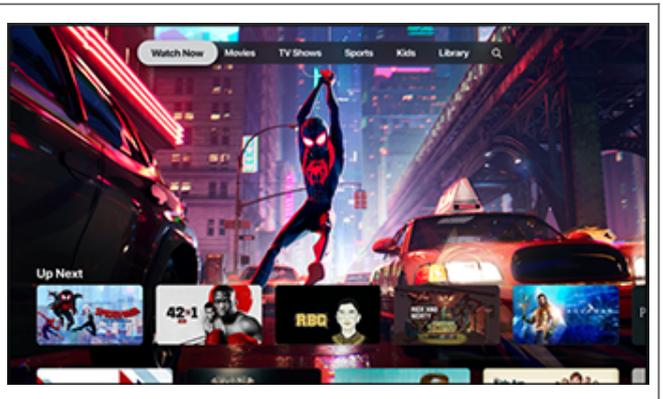
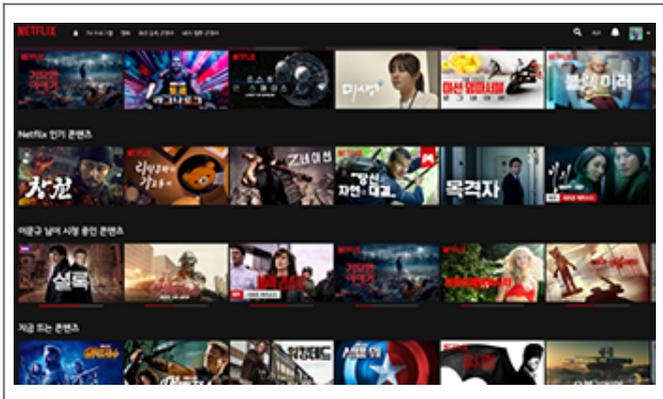
‘OTT, 즉 OTT 서비스’는 인터넷을 통해 방송 콘텐츠를 제공하는 서비스를 의미한다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다.

OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다.

OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다.

OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. K-pop 콘텐츠는 OTT 서비스의 경쟁력 강화에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다. OTT 서비스는 방송사와 케이블사 등 기존 방송사가 제공하는 유료 방송 서비스와 달리, 인터넷을 통해 무료로 제공되는 서비스도 포함된다.



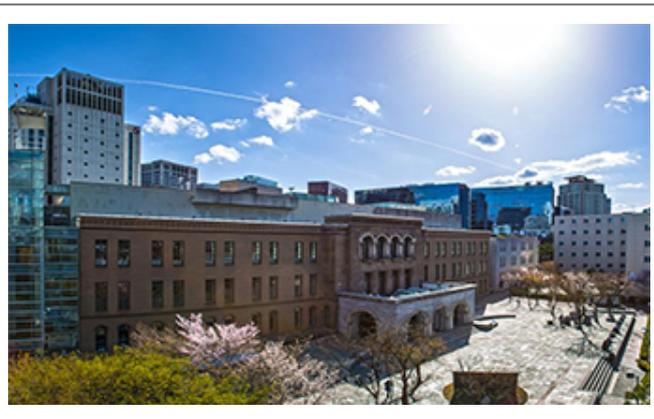
<표 1> OTT 서비스의 경쟁력 강화 방안

OTT 서비스의 경쟁력 강화 방안 (출처: IT조선, Apple)

이러한 추세에 따라 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다. 특히, 'OTT' 콘텐츠 제작에 있어서는 'OTT'의 특성에 맞는 콘텐츠를 제작하고 있다. 또한, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다.

이러한 추세에 따라 방송사들은 SNS를 통해 시청자와 소통하고, 유튜브, 네이버 TV, 아프리카 TV 등 OTT를 통해 시청자와 소통하고 있다. 또한, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다. 특히, 'OTT' 콘텐츠 제작에 있어서는 'OTT'의 특성에 맞는 콘텐츠를 제작하고 있다. 또한, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다.

이러한 추세에 따라 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다. 특히, 'OTT' 콘텐츠 제작에 있어서는 'OTT'의 특성에 맞는 콘텐츠를 제작하고 있다. 또한, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다.



<참고 2> 방송사들은, 기존 방송 콘텐츠 제작에 비해 상대적으로 낮은 제작비를 투입하면서도, 높은 시청률과 광고 수익을 기대하고 있다.

이러한 추세에 따라 방송사들은 SNS를 통해 시청자와 소통하고, 유튜브, 네이버 TV, 아프리카 TV 등 OTT를 통해 시청자와 소통하고 있다.

(참고: 방송사(가), 방송사(들))

