

동아일보

한국



“이제 독자의 관심사와 참여도 수준을 더욱 깊이 있게 이해하고 이들의 요구에 즉각 대응할 수 있습니다. 과거에는 불가능했던 일이죠. 사용자 분석 데이터에 대한 심층적인 이해는 동아일보가 새로 수립한 '데이터 기반, 독자 중심 디지털 전략'의 핵심입니다.”

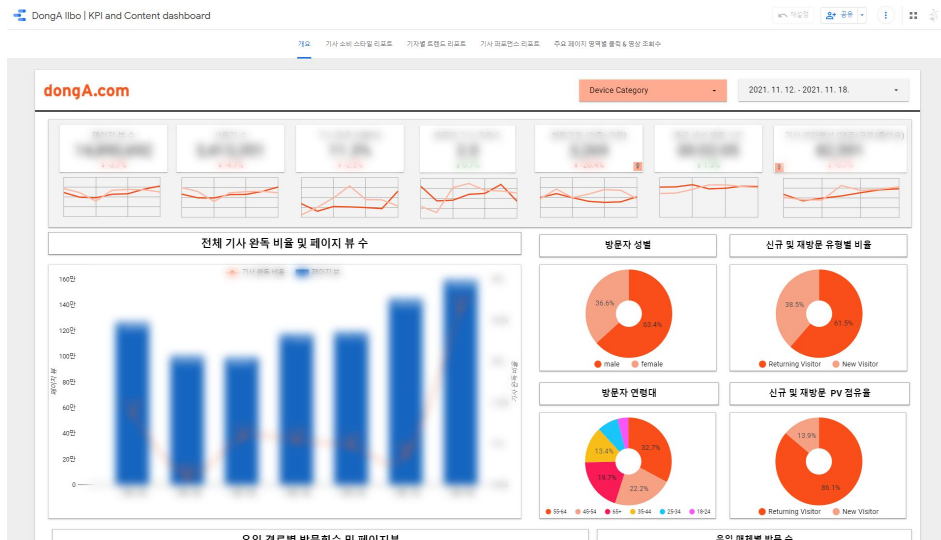
신석호, 동아일보 편집국 부국장

28%

사용자 회원가입 완료율 증가

243%

뉴스레터 구독자 전환율 증가



과제

1920년 창간된 동아일보는 한국의 유명 신문사로서 일일 발행 부수가 100만 부에 달합니다. 동아일보는 15개의 계열사로 구성된 동아미디어그룹의 모회사입니다.

다양한 수상 경력을 자랑하는 동아일보는 국내외에서 찬사를 받아온 언론사입니다. 그러나 조직 내 Google 애널리틱스 계정이 급속히 많아지면서, 당사 웹사이트의 실적을 총체적이고 일원화된 시각으로 파악하기가 어려워졌습니다.

한국의 3대 신문사 중 하나인 동아일보는 디지털 조직으로 거듭나고 데이터 기반의 의사 결정을 실현하려면 새로운 분석 도구를 구축해야 한다는 사실을 잘 알고 있었습니다. 장기적인 비즈니스 건전성과 지속 가능성을 확보하기 위해서는 이러한 변화가 반드시 필요했습니다.

결과

2021년, 동아일보는 한층 개선된 데이터 기반 전략의 실행 토대를 마련하고 구조화된 데이터 추적 프로세스 및 거버넌스를 갖추는 작업에 착수했습니다. 작업은 3단계로 진행되었습니다. 우선 데이터 분석 현황을 확인했고, 다음으로 모든 콘텐츠, 동영상, 사용자 활동에 대한 추적 기능을 설정했습니다. 마지막으로 Google 데이터 스튜디오를 사용해 대시보드를 개발했습니다.

동아일보는 Google 뉴스 이니셔티브(GNI) 및 마케팅 회사 겸 Google 애널리틱스 360 공인 리셀러인 Jellyfish와 손잡고 심도 있는 사용자 분석 기능을 새로 개발하는 데 성공했습니다. 여기에는 세분화, 측정, 추적 기능이 포함되었습니다. 이와 함께 새로운 데이터 시각화 대시보드를 도입하여 웹사이트의 실시간 실적을 간편하게 모니터링할 수 있도록 하고 데이터 기반의 의사 결정을 간소화했으며, 더욱 스마트한 콘텐츠 전략 기획을 지원했습니다.

GNI 및 Jellyfish와 협력한 3개월 동안 새로 얻은 유용한 정보를 활용해 등록 절차를 최적화한 결과, 독자의 회원가입 완료율이 28% 늘었습니다. 또한 독자 유입 경로에 대한 데이터 분석을 통해 당사의 웹사이트 운영 정책을 효과적으로 변경했으며, 이는 동아일보의 뉴스레터 구독자 전환율이 243%나 증가하는 성과로 이어졌습니다.