

“ 아직 1년이 채 되지 않았지만 타볼라 피드 (Taboola Feed)를 적용한 후 기존에 없던 수익이 상당히 상승했으며, 독자들이 페이지에서 머무는 시간도 길어졌습니다. 물론 깔끔하고 시원한 UI 제공으로 기사 페이지가 좀 더 정돈되기도 했습니다.”

- 노정영, 위키트리 브랜드 뉴스 팀장

 뉴스

위키트리는 타볼라 피드 (Taboola Feed)를 통해 월수익, 유저 참여, 그리고 세션당 페이지를 상승시키고 있습니다.

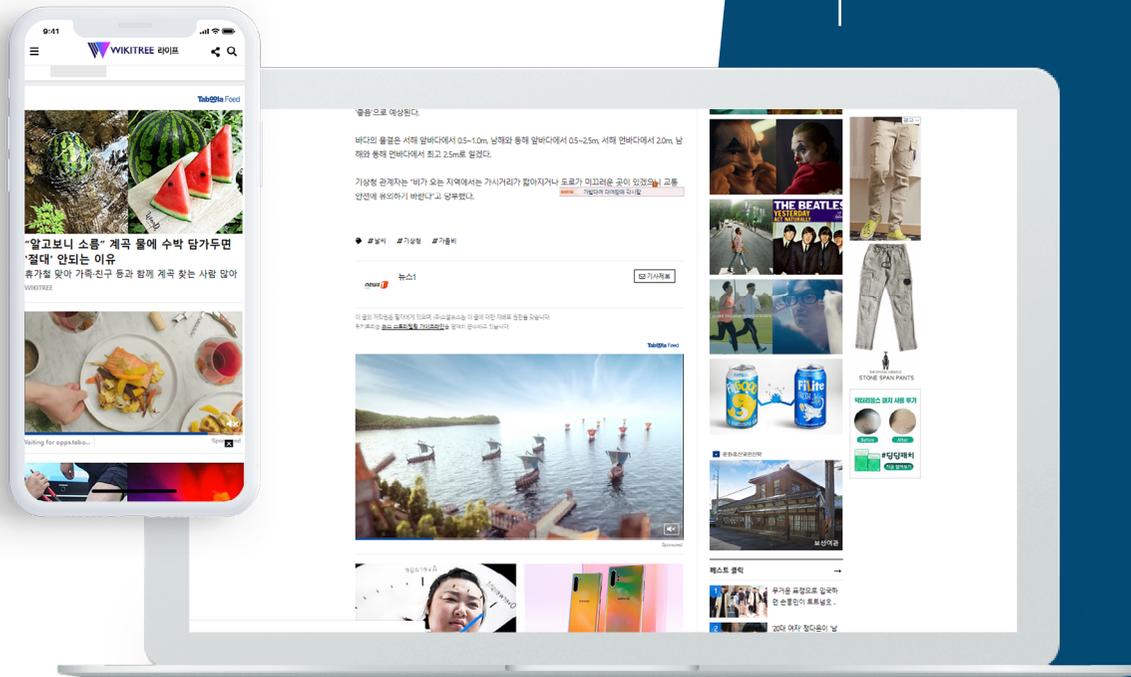
1938%

월간 광고 수익 증가

54%

세션당 페이지 증가

타블라(Taboola)를 통해 위키트리는 세션당 페이지를 54% 증가시켰습니다.



회사

한국을 선두하는 퍼블리셔 중 하나인 위키트리는 독자들이 세계를 바라볼 수 있는 시각을 다양화 하고, 세대간 공감대와 소통을 촉진 시키고 있습니다.

도전

젊은 독자층을 사이트에 좀더 머무르게 하고, 기존의 디스플레이 배너가 기사를 가리는 점으로 인한 불편한 유저 경험을 바꿀 수 있는 대체 파트너를 찾고자 했습니다.

솔루션

젊은 독자층을 사이트에 좀더 머무르게 하고, 기존의 디스플레이 배너가 기사를 가리는 점으로 인한 불편한 유저 경험을 바꿀 수 있는 대체 파트너를 찾고자 했습니다.

결과

타블라와 더불어, 위키트리는 월 광고 수익, 유저 참여 및 세션당 페이지 증가를 경험했습니다.

소개

한국에서 가장 큰 퍼블리셔 중 하나인 위키프리는 젊은 층의 독자들이 세계를 보는 방법을 다양화하고 있습니다. 독자층이 젊은 세대임을 감안하여, 위키프리는 독자들이 사이트 내에서 오랜 시간 동안 참여를 하게 만드는 것에 대한 고민을 지속적으로 하고 있었습니다.

또한 위키프리는 디스플레이 광고에 대한 고민이 깊었습니다. 위키프리 사이트에서 이러한 광고가 게시된 위치는 기사를 읽는 것을 방해하기도 하고, 독자들에게 불편한 경험을 만들어 내기도 했습니다.

타블라와 함께 위키프리는 이러한 문제점들을 해결할 수 있었습니다.

위키프리는 넥스트 업(Next up)과 슬라이더 비디오(Detach to Slider)와 같은 타블라의 다양한 프러덕트를 활용하면서 여러 성과를 마주했습니다.

원래 위키프리는 페이스북 인스턴트 기사를 사용하여 콘텐츠를 발행했습니다. 하지만 이를 통한 트래픽의 퀄리티와 퍼포먼스가 낮다는 것을 확인했습니다. 이에 기사 발행 방식을 페이스북의 일반적인 포스팅을 통하는 것으로 변경하면서, 유저를 위키프리 사이트 내로 불러와 수익화 하고자 하였습니다.

이러한 전략의 일환으로, 위키프리는 타블라 피드(Taboola Feed)를 적용했습니다. 기사 페이지의 타블라 무한 피드(Taboola Continuous Feed)와 더불어 AMP 페이지도 타블라 피드(Taboola Feed)를 적용하여, 독자들이 클릭하고 관심 가질 수 있는 기회를 확대했습니다.

위키프리는 넥스트 업(Next Up)을 사용했습니다. 이는 유저들이 사이트를 이탈하기 전에 스티키 광고 형태로 콘텐츠를 추천하여, 유저의 재참여를 유도하는 타블라 프러덕트입니다.

또한 위키프리는 슬라이더 비디오(Detach to Slider)를 사용했습니다. 이는 유저가 스크롤 하면 동영상상이 피드에서 분리되어 화면 모서리에 고정 되는 형태로, 유저를 방해하지 않으면서 가시율과 영상 시청 완료율을 높이는 프러덕트입니다.

위키프리는 퍼블리셔를 전담하며 실질적인 도움을 주는 어카운트 매니지먼트 팀에 자신감을 느낍니다..

위키프리는 24시간 내내 도움을 주는 타블라(Taboola) 어카운트 매니지먼트 팀에 안심하고 있습니다.

전담 어카운트 매니지먼트 팀을 통해 위키프리는 실시간으로 제안 및 개선을 확인할 수 있고, A/B테스트, 분기별 비즈니스 리뷰와 지속적인 캠페인 최적화를 받고 있습니다.