



허프포스트 코리아에서 타블라의 오디언스 솔루션을 통해 18%의 페이지뷰를 증가시켰습니다.



“타블라의 오디언스 솔루션 제품군은 트래픽 목표를 달성하고 퍼포먼스를 높이는데 가시적인 영향을 미쳤습니다. 타블라는 오디언스 솔루션을 통해 안정적이고 신뢰할 수 있는 트래픽을 제공하여, 유저와의 직접적인 관계형성과 더불어 유저의 참여도를 지속적으로 강화시켰습니다.”

- **곽상아**, 허프포스트 코리아 부편집장

전체 페이지뷰의

12% 가

타블라 푸시를 통해 발생했습니다.

전체 페이지뷰의

6% 가

타블라 뉴스를 통해 발생했습니다.



허프포스트 코리아에서는 타블라의 오디언스 솔루션을 통해 페이지뷰와 유저의 참여를 높일 수 있었습니다.

회사

허프포스트 코리아는 2014년 대한민국의 한겨레 신문사와 Huffpost US에 의해 설립된 디지털 미디어 플랫폼입니다.

과제

검색엔진 혹은 소셜 네트워크에서 들어온 이탈률이 높은 방문자에게 참여를 유도하여, 이들을 충성도 높은 독자로 전환시키고 더불어 광고 수익을 개선하려 했습니다.

솔루션

타블라의 오디언스 솔루션을 적용하여 오가닉 트래픽을 증가시키고, 사이트 내 독자들의 참여도를 높이고, 트렌드 키워드를 파악함으로써 매일의 인사이트를 드리고자 했습니다.

결과

타블라는 오디언스 솔루션을 통해 **18%의 페이지뷰**를 이끌어냈습니다. 타블라 푸시 프러덕트를 통해 **전체 페이지뷰의 12%** 트래픽을 발생시켰고, 타블라 뉴스를 통해 **전체 페이지뷰의 6%**를 발생시켰습니다.

소개

히프포스트 코리아는 대한민국의 한겨레 신문사와 HuffPost US에 의해 2014년에 설립된 디지털 미디어 플랫폼입니다. 히프포스트 코리아는 독창적인 관점에서 다양하고 흥미로운 국제 뉴스와 국내 뉴스를 전달하고 있습니다.

히프포스트는 뉴스, 정치, 라이프 스타일, 엔터테인먼트 등 그들이 보도하는 모든 것에 있어 사람 우선적인 접근방식을 취하며 실생활에 대한 실제 이야기를 다루고자 합니다.



타볼라 뉴스를 통해 허프포스트 코리아 전체 트래픽의 6%를 이끌어냈습니다.

허프포스트 코리아는 수익의 대부분을 기사 페이지에 있는 디스플레이 광고와 네이티브 광고에서 창출하고 있습니다. 지속적인 수익 창출을 위해서는 신뢰도와 참여율이 모두 높은 웹사이트 내 트래픽 흐름이 필요합니다. 문제는 허프포스트 코리아가 가지고 있던 대부분의 트래픽이 이탈률이 높은 검색엔진과 소셜 네트워크에서 발생한다는 점이었습니다. 광고수익을 개선하기 위해 **허프포스트 코리아**는 일회성 방문자를 참여율이 높은 충성 유저로 전환해야 했습니다.

타볼라는 문제를 해결하기 위한 고급 솔루션 제품군을 갖추고 있습니다. **타볼라**는 네이티브 광고를 선두하는 플랫폼으로 9,000곳 이상의 프리미엄 퍼블리셔 네트워크와 협력하여 웹사이트 내에서 수익을 창출하고 유저의 참여를 높입니다. **타볼라**의 새로운 AI 기반 기술을 활용하여 퍼블리셔는

웹 사이트 트래픽을 크게 늘리고 개인화된 유저 경험을 통해 독자를 이끌어냅니다. 일일 이용자 6억명에 달하는 도달 범위를 갖춘 **타볼라**는 퍼블리셔에게 검색 엔진과 소셜 네트워크 다음으로 큰 트래픽을 제공할 것입니다.

허프포스트 코리아가 목표를 달성하기 위해 필요한 것은 바로 **타볼라**의 오디언스 솔루션입니다. **허프포스트 코리아**는 다양한 솔루션을 통해 웹사이트의 콘텐츠를 수익화 하고자 **타볼라**와 파트너 관계를 시작했습니다. 퍼블리셔는 광고와 기사가 추천되는 **타볼라**의 무한 피드 프러덕트를 기사 하단에 배치하였고, 적절한 순간에 네이티브 광고와 추천 기사를 제공함으로써 독자를 만날 수 있었습니다. 또한 **타볼라**의 넥스트업 기능을 함께 활용하였습니다. 이는 기사를 끝내지 않고 사이트를 이탈할 독자를 겨냥하여 **타볼라** 피드의 콘텐츠를 미리 보여주는 플로팅 프러덕트입니다.

퍼블리셔는 웹사이트에서 독자들의 참여를 유도하고자, 페이지의 우측 날개 지면에 기사 콘텐츠로만 구성된 유닛을 적용했습니다. **타볼라** 피드의 성능은 다른 어떤 광고 플랫폼보다 높았고, **타볼라 피드 내에서의 유저 재순환을 통해 전체 트래픽의 2~3% 가량을 이끌어낼 수 있었습니다.**

허프포스트 코리아는 또한 한국 시장에서 삼성의 모든 스마트폰 내 위치한 프리미엄 지면에 기사를 노출시키는 솔루션인 **타볼라 뉴스**에 초기부터 참여한 퍼블리셔였습니다. **타볼라 뉴스**는 대규모의 유저 볼륨과 유저를 타겟팅한 배포를 통해 **허프포스트 코리아 전체 트래픽의 6%를 이끌어냈습니다.**

허프포스트 코리아는 전체 트래픽의 12%를 타블라 푸시 알림을 통해 얻을 수 있었습니다.

트래픽 증가를 위한 목표를 달성하기 위해, **허프포스트 코리아**는 **타블라** 뉴스룸을 활용했습니다. 타블라 뉴스룸은 퍼블리셔와 편집팀에게 실시간으로 실행 가능한 통찰력을 제공하는 오디언스 분석 플랫폼입니다. **타블라 뉴스룸**의 데이터로, **허프포스트 코리아**는 매일같이 인사이트를 발견하고, 편집자들이 다룰 수 있을만한 트렌드 토픽을 정확히 찾아낼 수 있었습니다.

허프포스트 코리아도 이러한 인사이트를 활용하여 타블라 푸시 알림을 구독자에 보냈습니다. 이는 페이지 뷰와 유저의 참여도를 높였고, 퍼블리셔에게 **전체 웹사이트 트래픽의 12%**를 이끌어내는 큰 영향을 미쳤습니다.

결과적으로, **타블라**의 오디언스 솔루션은 **허프포스트 코리아**의 **전체 페이지뷰의 18%**를 기여하였습니다. 또한 이는 검색엔진, 소셜네트워크와 같은 이탈률이 높은 트래픽에서 유입한 유저의 참여와 전환을 도왔습니다. 신뢰할 수 있고 제어 가능한 트래픽의 흐름을 통해 **허프포스트 코리아**는 콘텐츠를 더욱 잘 수익화하고 퍼포먼스 목표를 달성하여 장기적인 성공을 위한 독자와의 관계를 구축할 수 있었습니다.