

For bloggers

광고 수익 상승을 원하는 당신에게

블로그 수익 개선 입문서

광고 수익 상승을 끊임없이 고민하는
데이블 '수익 상승 연구소'에서
광고 수익을 올릴 수 있는 TIP을 드립니다.

CONTENTS

#01

광고 수익 상승을 위한 진리 - 트래픽 (Traffic)

#02

주목해야 할 지표 - 위젯도달률

#03

위젯의 비를 적절히 활용하기 - 썸네일

#04

위젯에 대한 집중도 높이기 - 다른 글 보기 플러그인 편



STEP 0

광고 수익 상승을 위한 진리 - 트래픽 (Traffic)

/

아니, 'STEP 1'도 아니고 'STEP 0' (?) 그만큼 광고 수익을 위해서 아주 기본적으로 선행되어야 하는 게 바로 트래픽입니다. 트래픽과 광고 수익은 대체로 비례합니다. 트래픽이 많다는 것은 내 블로그에 노출되고 있는 광고를 클릭할 사용자, 즉 클릭 모수가 많다는 의미입니다. 일일 PV가 2천인 것보다 3천일 때, 3천일 때보다 4천일 때 높은 광고 수익을 낼 가능성이 높아집니다.



데이블은 트래픽 상승에 참고할 수 있는 유의미한 지표를 제공해드리고 있습니다. 대시보드에 접속한 후 좌측의 ‘로그 현황’을 클릭하면 나타나는 ‘유입 경로분석’, 게다가 이번에 ‘앱 트래픽 분석’ 기능을 새롭게 개시 했습니다.

유입경로분석(①)은 내 블로그를 방문한 사용자들이 어떤 경로를 거쳐 들어오는지 트래픽 소스(Traffic Source)를 알 수 있는 통계입니다. 앱 트래픽 분석 (②)은 유입경로를 더! 정확하게 아실 수 있도록 트래픽 발생에 기여한 ‘앱(APP)’이 무엇인지 알려드리는 통계입니다. 이 두 지표를 함께 잘 보시면 내 블로그

에 유입되는 주요 앱은 무엇이고, 어떤 경로를 통해 사용자들이 가장 많이 방문하는지 알 수 있습니다.

※ 데이블 블로그: [트래픽 상승 전략](#) 살펴보기

※ 데이블 블로그: [앱 트래픽 분석](#) 자세히 보기

STEP 1

주목해야 할 지표 - 위젯도달률(①)

‘위젯도달률’, 트래픽 상승과 함께 꼭 주목해야 할 지표입니다. 위젯도달률은 쉽게 풀이하자면 내 블로그에 방문한 사용자들의 눈에 광고가 얼마나 띄었는지 알려주는 지표입니다.



사용자가 테이블의 광고를 보기까지의 흐름을 함께 생각해볼까요? 예를 들어 김데이블씨가 운영자님의 블로그에 들어왔습니다. 블로그의 콘텐츠를 클릭한 사용자가 콘텐츠를 읽고, 이후 하단에 위치한 테이블의 위젯까지 스크롤을 내리게 되면?

그게 바로 위젯까지 도달한 게 됩니다.

블로그에 방문한 모든 사용자가 콘텐츠를 읽을 때마다 테이블 위젯의 위치까지 내려오는 비율이 테이블이 제공하는 ‘위젯도달률’입니다. 즉, 광고 수익을 높이려면 위젯 도달률도 높여야한다는

의미가 되는데요. 트래픽이 높더라도 위젯도달률이 낮으면 결국 광고가 사용자의 눈에 보이지 않았다는 의미가 되니, 위젯 도달률을 높이는 게 중요합니다!

테이블의 위젯은 ‘본문 하단’에 있을 때 클릭에 있어서 가장 큰 효과를 발휘합니다. 그렇다면 본문 하단까지 사용자를 유도해야 합니다. 사용자를 본문 하단까지 유도하는 방법은 여러가지가 있을 텐데요. 콘텐츠의 매력을 높여 완독률을 상승시키는 방법, 콘텐츠의 분량이 많을 경우 글을 나눠 시리즈로 만드는 방법 등을 활용해보시면 어떨까요?

※ 테이블 블로그: [위젯 도달률](#) 확인하기

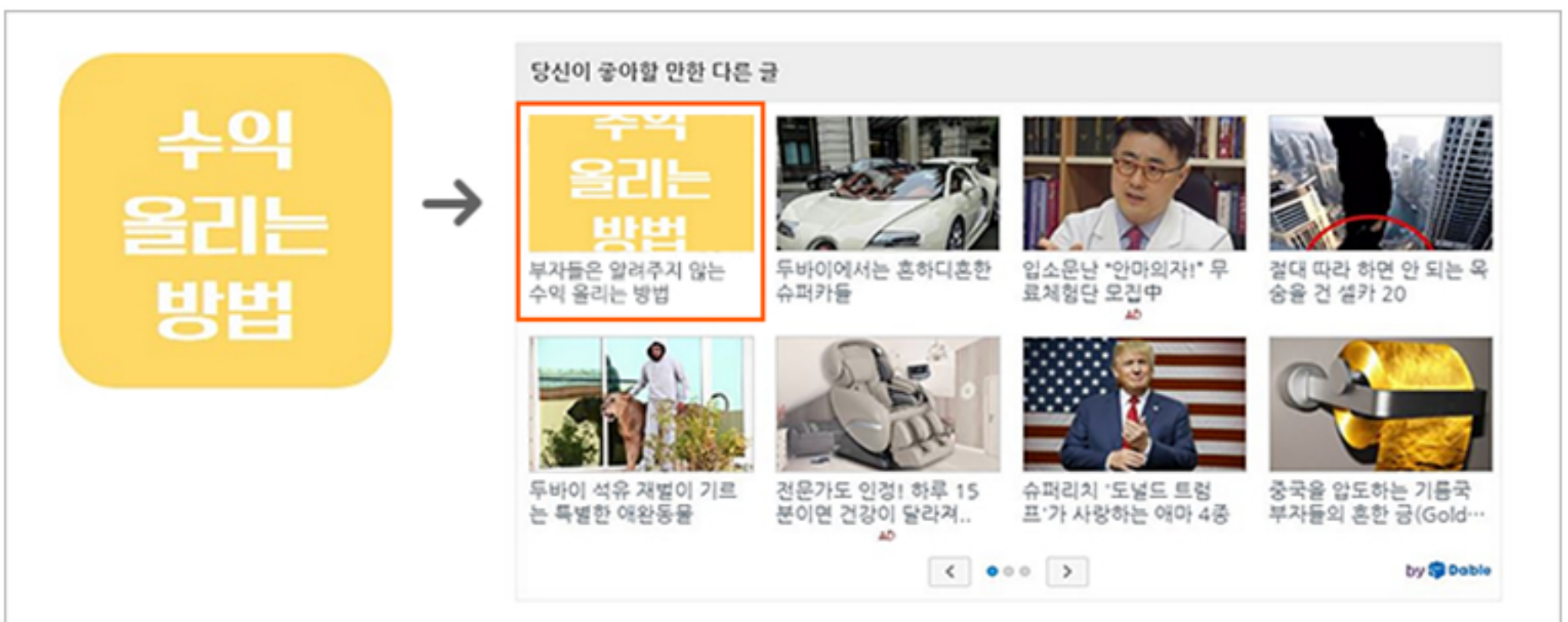
STEP 2

위젯의 UI (User Interface)를 적절히 활용하기 - 썸네일

사용자를 위젯까지 친절히 모셨는데도 성과에 방해가 되는 2가지 요소가 있습니다.

먼저 ‘썸네일’에 대해 말씀드릴게요!

블로거 분들은 주로 검색 결과에 노출되기 위해서 블로그 포스팅의 대표 이미지에 텍스트를 포함시켜 작성해주시고 계시죠. (아래 예시처럼요!) 정말 아쉽게도 데이블 위젯의 썸네일 비율은 16:10입니다. 그래서 위젯에 대표 이미지가 얹혀지면 마지막 줄 글자가 잘려 보이게 됩니다. 더불어 비슷한 톤의 배경 이미지 컬러로 각 콘텐츠의 대표 이미지를 생성해주시다보니 광고 영역과 콘텐츠 추천 영역이 명확히 구분 되죠.



데이블 위젯의 장점은 콘텐츠를 추천해주는 영역 내에 광고가 함께 포함되어 자연스럽게 광고 클릭을 유도한다는 점입니다. 그런데 추천 콘텐츠의 대표 이미지가 광고와 너무 다르다면 추천 콘텐츠의 영역과

광고의 영역이 명확하게 분리가 됩니다. 그럼 블로그를 방문하는 사용자들이 광고 영역과 콘텐츠 영역을 분리하게 되고 클릭으로 이어지지 않죠.

이 문제를 해결하는 해법! 대표 이미지의 비율을 16:10으로 맞춰주시거나 블로그 포스팅을 하실 때 대표 이미지를 위의 텍스트가 포함된 이미지가 아닌 일반 이미지로 등록해주시는 방법도 있습니다.

STEP 3

위젯에 대한 집중도 높이기 - 다른 글 보기 플러그인 편

먼저 데이블이 제공해드리는 위젯을 한 번 뜯어보겠습니다! 데이블 위젯은 블로거분들이 직접 올리신 콘텐츠와 네이티브 광고로 구성되어 있습니다. 광고를 제외하고 본다면 블로그 내의 다른 콘텐츠를 추천해주는 역할이 포함되어 있죠.

티스토리에서도 동일한 기능을 제공합니다. '다른 글 보기' 플러그인인데요. 데이블의 위젯과 티스토리가 자체적으로 제공하고 있는 플러그인을 함께 사용하고 계시는 블로거 분들의 경우엔 한 페이지에 비슷한 기능의 서비스를 중복해서 사용하고 계시는 게 됩니다 :)

광고 수익의 측면에서 사용자에게 클릭할 수 있는 추천 콘텐츠의 양이 많아질수록 자연히 광고의 클릭률은 하락하게 됩니다. 블로그를 운영 중이신 여러분은 모두 '운영 전략'을 가지고 계시는 텐데요. 운영 전략의 우선순위에 맞게 각각 서비스의 기여도를 평가하고 이를 적절하게 구성하시면 어떨까요?

블로그 수익 개선 입문서

이번에 전해드리는 TIP은 여기까지입니다.

데이블의 '수익 상승 연구소'는 항상 수익 개선을 위해
열심히 고민하고 있으니 곧 더 좋은 TIP을 들고 돌아올게요!

데이블과 함께해주시는 블로거 분들~ 감사합니다!

