



WNYC, 수상 경력이 있는 라디오 프로그램용 온라인 콘텐츠 제작에 Google Analytics를 활용

“Google Analytics는
WNYC 및 다른 방송국이
감당할 수 있는 비용으로
쉽게 구현할 수 있는
유용한 도구를
제공합니다.”

Bill Swersey
디지털 미디어 담당 이사



Google Analytics 정보

광고주와 웹 게시자는 Google의 웹 분석 서비스를 이용하여 보다 효율적인 마케팅 캠페인과 효과적인 웹사이트를 만들 수 있습니다. 광고주는 온라인 마케팅 캠페인을 최적화하고, 추천 소스를 추적하며, 웹사이트와 콘텐츠를 개선하고, 방문자의 환경설정을 식별함으로써 투자수익(ROI)을 향상시킬 수 있습니다. Google Analytics의 직관적인 인터페이스를 통해 쉽게 고객을 세분화하고 실적이 가장 우수한 광고 캠페인을 식별하며 사용자 선호도를 이해할 수 있습니다.

자세한 내용은
www.google.com/analytics/ko/
페이지를 참조하십시오.

배경

WNYC(New York Public Radio)는 미국 최고의 청취율을 자랑하는 공영 라디오 방송국으로, 매주 백만 명 이상의 청취자를 보유하고 있습니다. 뉴욕시에 본사를 둔 WNYC는 Brian Lehrer Show, Leonard Lopate Show, Fishko Files 등 일일뉴스, 토크쇼 및 문화 프로그램을 비롯하여 NPR의 On the Media, PRI의 Studio 360 with Kurt Andersen, Radio Lab과 같은 수상 경력이 있는 전국 방송용 프로그램을 제작합니다.

2006년 초, WNYC의 디지털 미디어 부서 Bill Swersey 이사는 WNYC와 온라인 방송 관련 협력을 위해 32개의 공영 방송국 및 네트워크가 조직한 IMA(Integrated Media Association: 통합 미디어 연합)를 대표하여 웹 분석에 대한 연구를 시작했습니다.

방송국의 단기적인 목표는 방문자들이 WNYC.org 사이트와 방송국 프로그램 전용 웹사이트인 onthemedial.org 및 studio360.org를 이용하는 방식을 파악하여 팀원과 프로그램 프로듀서들이 웹에 올릴 콘텐츠를 제작할 때 보다 많은 정보를 수집한 후 결정할 수 있도록 하는 것이었습니다.

보다 큰 IMA 목표를 달성하기 위해 IMA 프로그램의 핵심은 손쉽게 사용할 수 있는 프레젠테이션 형식으로 자세한 정보를 제공하고 각 계정에 서로 다른 수준의 액세스 권한을 부여할 수 있는 웹 분석 솔루션에 모든 투자자들이 실제로 액세스할 수 있도록 하는 것이었습니다.

“Google Analytics의 사용은 급격한 변화를 불러왔습니다. 방송 중에 어떤 말을 하면 하루도 지나지 않아 청취자들의 반응을 확인할 수 있게 되었습니다. 이는 Arbitron의 청취율 데이터를 확인하기 위해 6개월을 기다려야 했던 것에 비하면 실로 엄청난 변화입니다.”

Swersey 씨는 다음과 같이 말합니다. “우리는 총 라이선스 비용 및 시스템 관리에 필요한 인력 측면에서 IMA 회원으로 있는 대부분의 방송국이 감당할 수 있을 만한 페이지 태그 기반 솔루션을 원했습니다. 공영 라디오 방송 업계에서 장차 표준으로 자리잡을 수 있는 솔루션 말입니다.”

몇 달간 사용 가능한 솔루션들을 조사한 후, WNYC와 캘리포니아주 산타모니카에 소재한 KCRW는 Google Analytics를 평가하기 위한 시범 연구를 시작했습니다.

새로운 패러다임

인터넷 라디오가 지상파 라디오의 강력한 대안으로 떠오르고 있으며 미디어 웹사이트로부터 완성도가 더 높은 프로그램과 보다 새로운 정보를 원하는 청취자들의 요구가 갈수록 증가하는 현 시점에서, WNYC는 방송국 사이트와 프로그램 사이트가 방송 청취를 유도하는 직접적인 마케팅 수단에서 WNYC를 경험할 수 있는 핵심 요소로 변화해야 한다는 사실을 인식했습니다.

이제 WNYC는 웹사이트를 청취자들에게 방송국의 콘텐츠와 상호작용하고 커뮤니티를 통해 다른 WNYC 청취자들과 공유할 수 있는 고유의 기회를 제공하는 중요한 접점으로 이해하고 있습니다. 더 이상 웹사이트는 단순히 라디오 프로그램을 보조하는 역할이 아니라 블로그, 웹 검색 및 링크를 통해 사이트에 액세스하는 방문자들에게 WNYC라는 브랜드를 알리는 첫 번째 관문이 되었습니다.

2006년, 이러한 목표를 위해 'Studio 360' 및 'On the Media' 사이트가 전략적으로 새롭게 디자인되었습니다. 이 사이트에서는 콘텐츠 관리 시스템을 사용하고 있는데 이 시스템을 통해 방송 청취 경험을 향상시키고 웹 방문자들이 팟캐스트 및 주문형 방송을 통해 프로그램을 청취하도록 유도함으로써 프로듀서가 재방문 트래픽을 증가시키는 사이트 콘텐츠를 쉽게 추가하고 유지할 수 있습니다.

Google Analytics는 2006년 중반에 처음 사용된 이후로 웹 프로듀서 및 프로그램 제작자가 방문자의 관심을 끄는 콘텐츠를 평가하는 데 도움을 주는 매우 중요한 도구로 자리 잡았습니다.

목표 지향

WNYC는 신기술을 도입하는 데 앞장서 왔습니다. 이미 On The Media에서 NPR 프로그램의 첫 번째 팟캐스트 방송 제작 시 웹 스트리밍 방식을 채택했으며, 뉴욕시에서 HD 라디오 전파 테스트를 위한 방송국으로 선정되기도 했습니다. WNYC는 '기술을 위한 기술'과 같은 접근 방식은 피하고 목표를 달성하며 프로그램 청취자들을 확대하기 위한 방법으로 새로운 기술을 가장 먼저 도입했습니다.

Swersey 씨는 "WNYC는 우수한 프로그램을 제작하지만 지금까지 항상 라디오는 수명이 길지 않은 미디어였습니다. 그러나 지난 10년간의 웹 기술 및 오디오 기술 혁신을 통해 프로그램의 청취층이 한결 넓어졌고 프로그램의 수명도 길어졌습니다. 이제 라디오 프로그램의 수명은 방송에만 국한되지 않습니다"라고 설명합니다.

WNYC는 이러한 방송국의 목표를 웹 분석 및 웹 혁신에 대한 접근방식에도 확대했습니다.

Swersey 씨는 "우리가 정말로 원하는 것은 제한된 인력으로 청취자가 관심을 가지는 콘텐츠를 제공하고 있는가를 판단하는 것입니다. 우리는 이익을 지향하는 것이 아니라 목표를 지향하는 조직입니다. 방송에서와 마찬가지로 웹에서도 유용한 정보를 제공하고 되도록 많은 방문자들을 유치하는 것이 우리의 목표입니다"라고 설명합니다.

WNYC는 이제 특정 콘텐츠 및 방문자 참여에 대한 전환을 추적하고 있습니다.

Swersey 씨는 소규모 방송국에서도 웹사이트로 많은 양의 트래픽을 유도할 수 있다는 점을 지적합니다. "라디오에서는 매 10분마다 방송 중에 사이트를 홍보할 수 있습니다.

그렇다면 어떻게 해야 이러한 장점을 제대로 활용할 수 있을까요? 청취층을 넓히고 청취자들에게 효과적인 사이트를 제공하기 위해서는 어떻게 해야 할까요? 바로 이 부분을 웹 분석을 통해 해결할 수 있습니다."

전략적 사고방식

2006년 9월, Studio360.org 사이트가 다시 서비스를 시작한 지 며칠 만에 웹 분석 결과에 대해 실질적으로 액세스할 수 있는 것이 중요하다는 Swersey 씨의 판단이 옳았음이 밝혀졌습니다. 팀원들이 프로그램의 투자자를 위해 Google Analytics 교육 일정을 잡기도 전에 투자자들이 직접 사이트에서 새롭게 발견한 사실을 가지고 문의해오기 시작했습니다.

Swersey 씨는 “Julie Burstein(Studio 360 공동 제작자 및 프로듀서) 씨는 방문자들이 사이트에서 중요한 콘텐츠를 찾을 수 없도록 하는 몇 가지 문제를 즉각적으로 발견해냈습니다. 우리가 생각하기에 사이트를 멋지게 꾸미는 콘텐츠들, 예를 들면 스플래시 페이지 같은 것들이 오히려 콘텐츠를 찾는 데 방해가 되는 요소였습니다. 슬라이드 쇼 또한 보는 사람이 매우 적었습니다. 실제로는 도움이 되지 않는 것들에 너무 많은 시간을 쏟아 부었다는 사실이 우리를 다소 낙담시켰지만, 사이트가 다시 서비스를 시작한 후로 빠른 시간 내에 이러한 정보를 얻을 수 있었다는 점에 대해서는 크게 만족했습니다”라고 말합니다.

Burstein 씨는 Google Analytics를 사용하고 난 후부터 프로그램에서 웹을 언급하는 방식이 달라졌다고 말합니다.

“자세한 내용을 보려면 저희 웹사이트를 방문하세요’ 같은 단순한 문구 대신 ‘Olivia’s Pinups 슬라이드 쇼를 확인하세요’ 같은 보다 효과적이고 구체적으로 내용을 알려주는 구문을 사용했을 때 사이트 트래픽이 크게 증가하는 것을 확인했습니다.”

또한 Burstein 씨는 방문자들이 라디오 프로그램을 보완해 주는 시각적 콘텐츠에 강하게 반응한다는 사실을 발견하고 시각적 캠페인을 위주로 프로그램을 제작하게 되었다는 사실도 지적합니다.

12월, Studio 360은 디자인 회사 Pentagram에 크리스마스를 ‘새롭게 브랜딩’할 것을 의뢰했고 Pentagram이 고안해 웹사이트에 올린 슬라이드 쇼는 라디오 프로그램에서 여러 번 언급되었으며 그 결과 사이트에 많은 트래픽을 발생시켰습니다. 방문자들은 웹사이트에서 Pentagram의 디자인을 활용한 크리스마스 e-카드와 같은 웹 전용 콘텐츠도 찾아볼 수 있었습니다.

블로거 마케팅 및 전통적인 마케팅을 진행하는 동시에 방송 중에 웹사이트에 대해 전략적으로 언급한 결과, ‘새롭게 디자인한 크리스마스’ 슬라이드 쇼를 보려는 웹사이트 방문자수가 55%나 증가했습니다. 그 이후 Studio 360은 유사한 전략을 실험하고 Google Analytics를 통해 그 결과를 측정해 왔습니다.

Burstein 씨는 “Google Analytics의 사용은 급격한 변화를 불러왔습니다. 방송 중에 어떤 말을 하면 하루도 지나지 않아 청취자들의 반응을 확인할 수 있게 되었습니다. 이는 Arbitron의 청취율 데이터를 확인하기 위해 6개월을 기다려야 했던 것에 비하면 실로 엄청난 변화입니다”라고 덧붙였습니다.

Swersey 씨의 경우, Google Analytics의 가장 큰 장점으로 프로듀서들이 청취자의 주요 관심 분야를 이해하고 분명한 목적을 위해 노력과 창의력을 쏟아 부을 수 있게 된 것을 꼽았습니다. “이제 프로듀서들은 아무런 단서도 없이 좋은 콘텐츠라는 막연한 판단으로 실제로는 청취자들의 반응을 불러일으키지 못하는 콘텐츠를 제작하며 시간을 낭비하지 않게 되었습니다. 지금은 방문자들에게 가장 큰 흥미를 유발하고 가장 유용한 콘텐츠가 무엇인지 알 수 있는 정보를 가지고 작업을 합니다. 이는 정말 대단한 변화입니다.”

기금 모금 및 기타

WNYC는 보다 향상된 대화형 웹 환경을 구축함으로써 수익 창출을 위한 새로운 길을 열었습니다. 참여도가 높은 웹 청취자일수록 보다 금전적으로 여유가 있고 WNYC에 재정적으로 기여할 가능성이 높습니다. 현재 회원 가입의 50% 이상이 온라인을 통해 이루어지고 있습니다.

또한 방송국에서는 방송 중에 기부금을 모금하던 기존의 방식 대신 웹 기부를 활용할 수 있게 되었습니다. 이 새로운 모델은 청취자들에게 인기가 있었고 방송국에도 보다 효율적인 것으로 증명되었습니다. 이 모델을 통해 WNYC는 방송에서 기부금 모금 할애하는 시간을 줄이고도 웹 청취자들로부터 ‘바로 그 자리에서’ 현재의 청취자들이 미디어를 소비하는 방식으로 회원 가입 유도 및 기부금을 모금할 수 있었습니다.

새로운 수익 창출

WNYC는 방송 중인 프로그램과 관련된 CD, DVD 및 도서로 바로 연결되는 Amazon 링크를 통해서도 새로운 수익을 창출하게 되었습니다.

“현재 듣고 있는 프로그램과 관련된 정보 및 사이트로 청취자들을 실시간 연결할 수 있게 되자 WNYC의 콘텐츠 및 브랜드와의 유대 관계가 더욱 깊어졌습니다. Amazon을 추가로 활용하는 것은 저희에게 수익을 창출할 수 있는 또 다른 기회가 되었습니다”라고 Swersey 씨는 말합니다.

기타 기금 모금 방법에는 Amazon 링크 활용, CPM(1,000회 노출당비용) 후원 및 포드캐스트 후원이 있습니다. 가장 주목할 만한 점은 WNYC가 지상파 라디오 청취자 외에도 모금액을 크게 늘릴 수 있는 기회를 만들었다는 점입니다. Swersey 씨는 모든 기회에는 방송국 사이트에서 효과가 있는 콘텐츠와 그렇지 않은 콘텐츠에 대한 완벽한 이해를 바탕으로 한 창조적인 실행 능력이 필요하다고 강조합니다.

Swersey 씨는 “틀림없이 Google Analytics가 이러한 점을 이해하는 데 핵심적인 역할을 할 것입니다”라고 말합니다.

WNYC와 같이 신기술을 먼저 도입한 방송국은 다른 공영 라디오 방송국에게 좋은 사례가 되고 있으며 방송국 마케팅에 Google Analytics를 통합하는 데 대한 길잡이 역할을 하고 있습니다. 양 방송국의 시범 연구가 성공적으로 완료됨에 따라 공영 라디오 방송국에서는 이제 분석 기술 채택에 대한 모델 및 우수 사례를 참고할 수 있게 되었습니다.

Swersey 씨는 다음과 같이 성과를 요약합니다. “Google Analytics는 WNYC 및 다른 방송국이 감당할 수 있는 비용으로 쉽게 구현할 수 있는 유용한 도구를 제공합니다.”

