

# 데이터너겟 GA4 트래픽 분석 보고서

분석 기간: 2025년 1월 13일 ~ 2025년 2월 9일작성일자: 2025년 2월 10일보고서 버전: v1.0

## 목차

- 트래픽 개요
- 트래픽 소스 세부 분석
- 사용자 행동 분석
- 주요 인사이트 및 제언

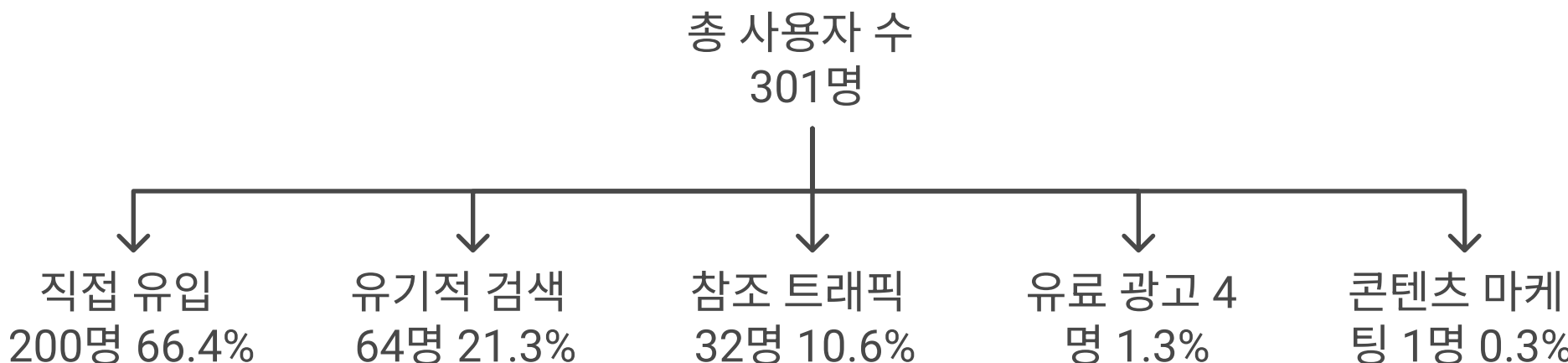
## 1. 트래픽 개요

### 1.1 총 사용자 분석

트래픽 유형사용자 수비율

직접 유입 (Direct) | 200명66.4%  
유기적 검색 (Organic) | 64명21.3%  
참조 트래픽 (Referral) | 32명10.6%  
유료 광고 (CPC) | 4명1.3%  
콘텐츠 마케팅 | 1명0.3%  
총계301명100%

### 웹사이트 트래픽 유입 경로

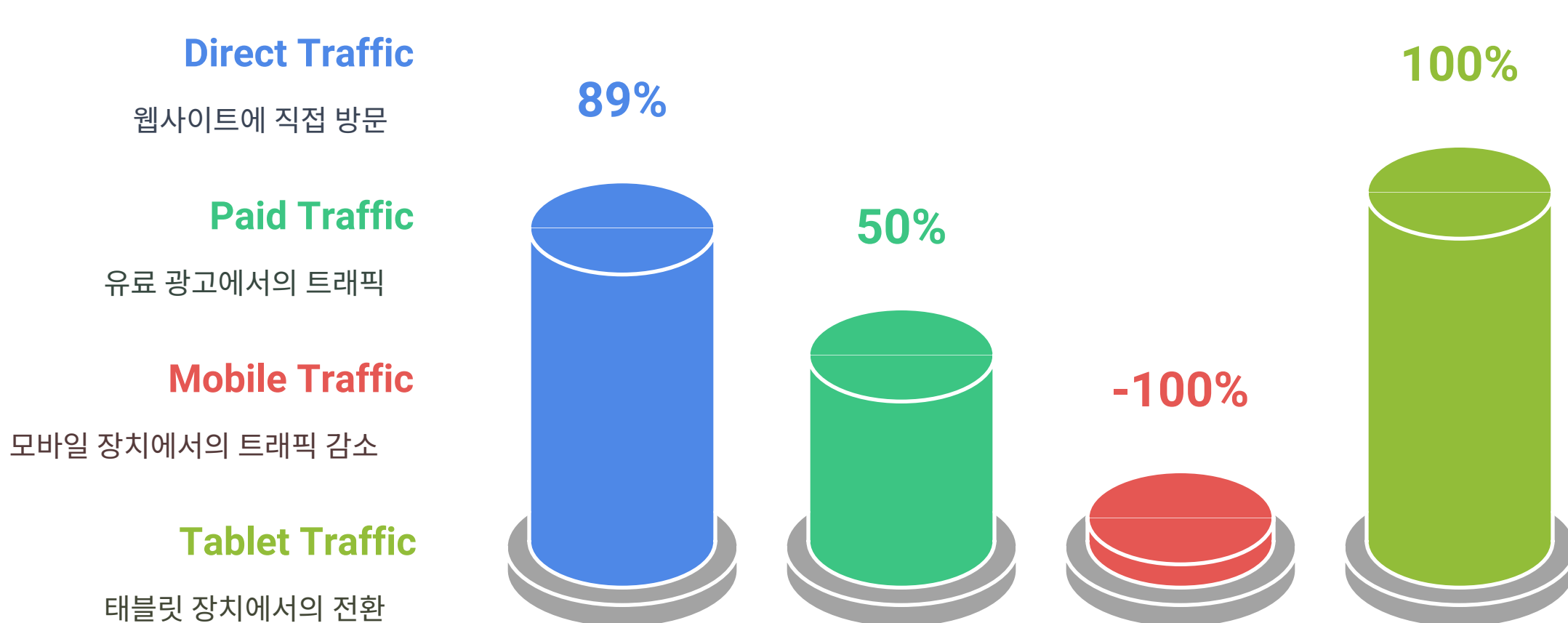


### 1.2 디바이스별 사용 현황

트래픽 유형DesktopMobileTablet

Direct Traffic | 89%11% | -  
Paid Traffic | 50%50% | -  
Mobile Traffic | -100% | -  
Tablet Traffic | -- | 100%

### 트래픽 유형 분석



## 2. 트래픽 소스 세부 분석

### 2.1 검색 엔진 트래픽

검색엔진유기 트래픽유료 트래픽총계

Google | 33명4명 | 37명  
Naver | 30명- | 30명  
Bing | 1명- | 1명

### 2.2 레퍼럴 트래픽 상세

DCinside 플랫폼

- gall.dcinside.com: 16명
- m.dcinside.com: 3명

Naver 관련 플랫폼

- ad.search.naver.com: 2명
- m.search.naver.com: 2명
- m.ad.search.naver.com: 1명
- naver.com: 1명

기타 레퍼럴

- labbit.kr: 2명
- weirdsector.co.kr: 2명
- weirdsector.tistory.com: 2명
- br.nate.com: 1명

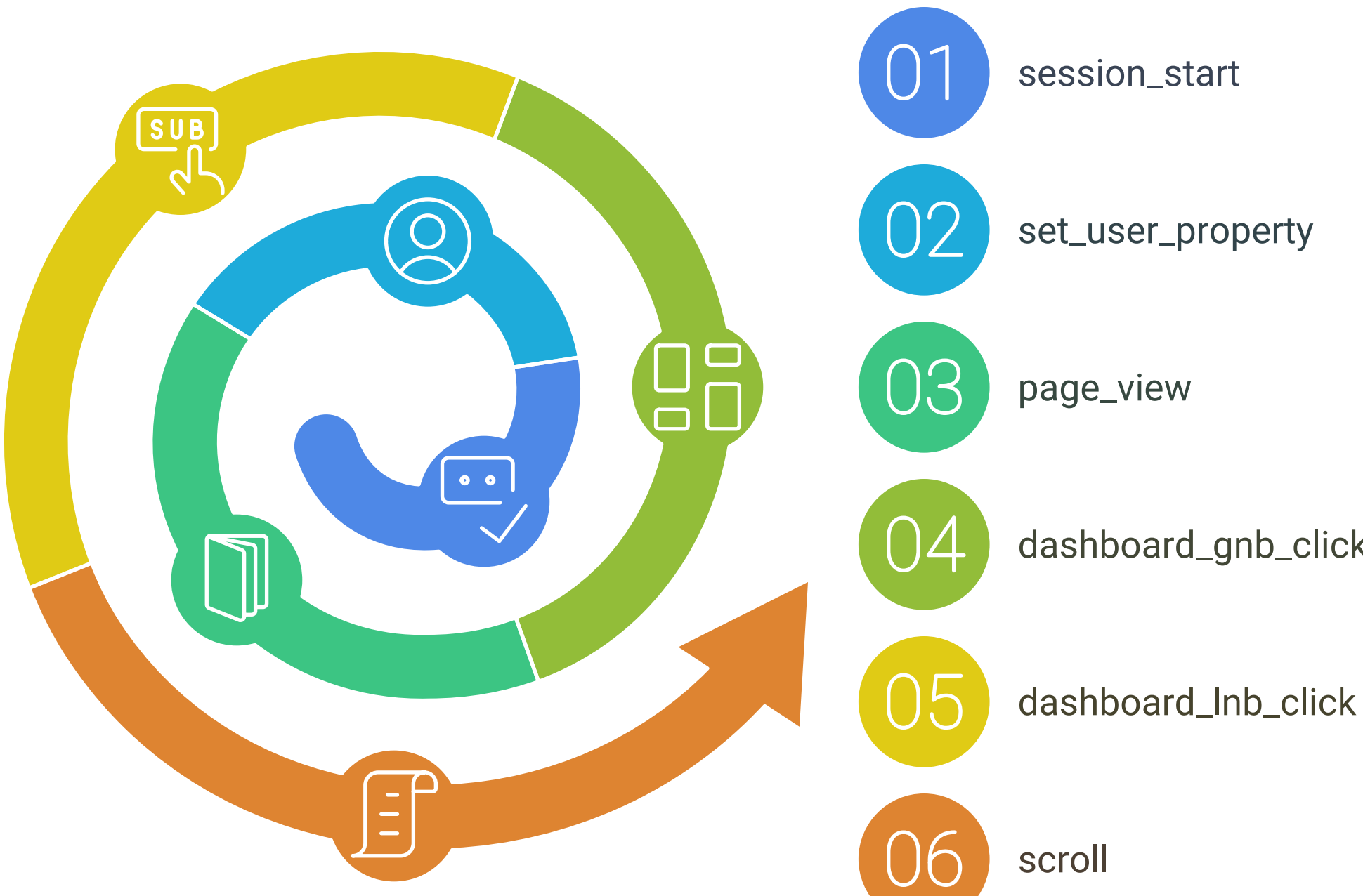
## 3. 사용자 행동 분석

### 3.1 주요 이벤트 흐름

이벤트 유형발생 횟수

session\_start | 334회  
set\_user\_property | 138회  
page\_view | 134회  
dashboard\_gnb\_click | 4회  
dashboard\_inb\_click | 4회  
scroll | 4회  
gnb\_click | 2회  
link\_click | 1회

### 사용자 행동 이벤트 순서



### 3.2 새로운 방문자 행동

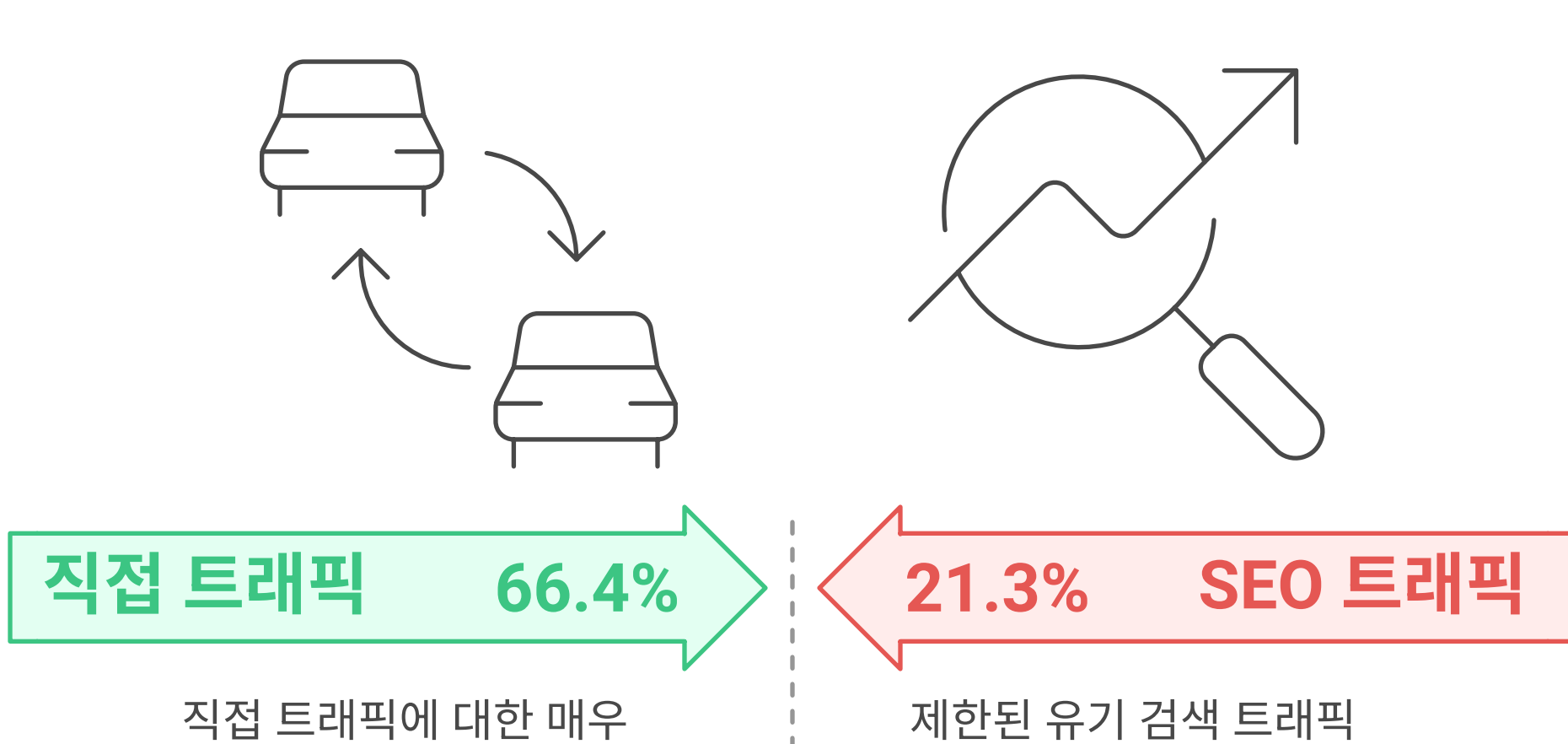
- first\_visit: 66회
- 신규 방문자 page\_view: 27회
- 신규 방문자 session\_start: 10회

## 4. 주요 인사이트 및 제언

### 4.1 트래픽 확보 전략

- 직접 트래픽 의존도
  - 현재 상태: 66.4%로 매우 높음
  - 의미: 브랜드 인지도가 높거나 반복 방문이 많은 것으로 추정
  - 제언: 직접 유입 사용자의 충성도 분석 및 활용 전략 수립 필요
- 검색 엔진 최적화(SEO)
  - 현재 상태: 21.3%의 유기 검색 트래픽
  - 제언: 키워드 전략 수립 및 콘텐츠 최적화 필요

### 트래픽 의존도 비교



### 4.2 플랫폼별 접근 전략

- 커뮤니티
  - DCinside가 주요 레퍼럴 소스
  - 커뮤니티 특성을 고려한 콘텐츠 전략 수립 필요
- 검색 광고 전략
  - Naver 검색 광고 성과 검토 필요
  - 현재 낮은 유입률 개선을 위한 키워드 및 예산 재분배 고려

### 4.3 개선 제안사항

- 유료 광고 전략 재검토
  - 현재 1.3%의 낮은 비중
  - 효과적인 채널 선정 및 예산 배분 필요
- 콘텐츠 마케팅 강화
  - 현재 0.3%의 미미한 수준
  - 콘텐츠 제작 및 배포 전략 수립 필요
- 사용자 경험 개선
  - 디바이스별 최적화 필요
  - 인터랙션 요소 개선을 통한 체류시간 증가 도모