

YTN User Activity Analysis(PC)

❖ 본 분석자료는 포트폴리오용 예시 자료로
실제 데이터와 상이한 점을 미리 말씀드립니다.
기업비밀 사항에 저촉될 여지가 있는 데이터들은
모두 비공개, 마스킹, 수정 처리한 점 참고부탁드립니다.

내용과 관련된 문의는 언제든지 noiravee@gmail.com
로 해주시면 감사하겠습니다.

- 1. 탐색(EDA)**
- 2. 사용자 여정(User Journey)**
- 3. 시사점 및 제언**

1. 탐색

월별 PV 추세

월별 UV 추세

20XX.XX.XX ~20XX.XX.XX

출처 :XX

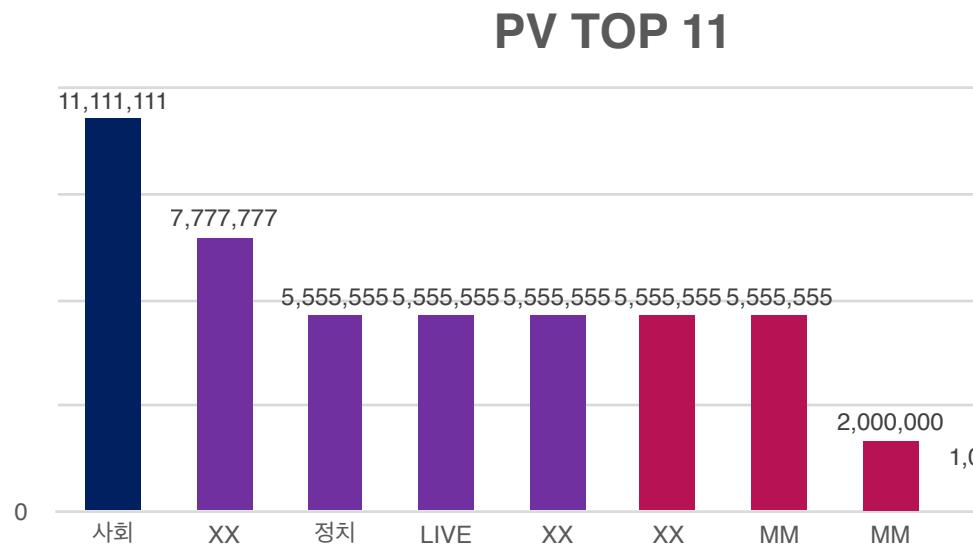
월평균 PV(지난 1년) MW XXX만
PC XXX만
APP XXX만

PC X,XXX만 수준 PV 달성을 위한 기폭제 필요
APP 변동성이 가장 낮다

1. 탐색

- MMM 메뉴에 대한 XXX 높음
- XXX
- XXX

PC 메뉴 PV TOP 11



각 메뉴별 상세 PV순위(10만 PV이상)

* PV합계: XXXXXX

뉴스	XX	XX	프로그램	XX	제보영상	다시보기	기타
사회 (XXX%)	(XX%)	방송(XX%)	MMM (XX)	운세 (XX%)	최신제보 (XX%)	MM (XX%)	에러(XX%)
MM (XX%)		XX	현장생중계 (XX%)		제보랭킹 (0.2%)	메인(XX%)	회원가입(XX%)
정치 (XX%)		XX					XX
XX (XX%)		XX					XX
메인 (XX%)							시청자의견 (XX%)
MM (XX%)							편성표(XX%)
문화(XX%)							
XX							
XX							
검색(XX%)							

20MM.MM.MM ~ 20MM.MM.MM

출처 :

1. 탐색

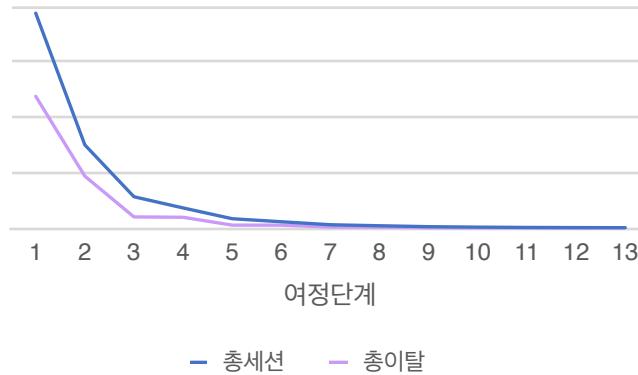
여정 단계별 월평균 세션/ 이탈/ 이탈률

- 초기 이탈률이 낮을 수록 서비스에 대한 관심도가 높다고 할 수 있음
- APP > XX > XX** 순으로 서비스에 대한 관심도가 높다고 해석할 수 있음
- PC의 경우 여정 초반의 이탈률이 XXX%로 높음
- MW 의 경우도 초반 이탈률이 XX% 가량으로 높음
- Pv/ UV(방문자 한 명이 조회하는 페이지의 수)의 경우 XXX

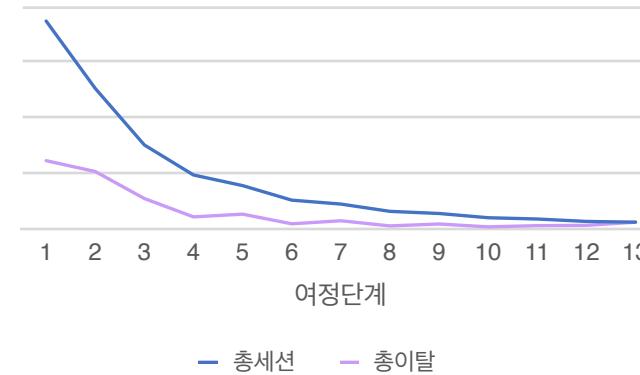
PC



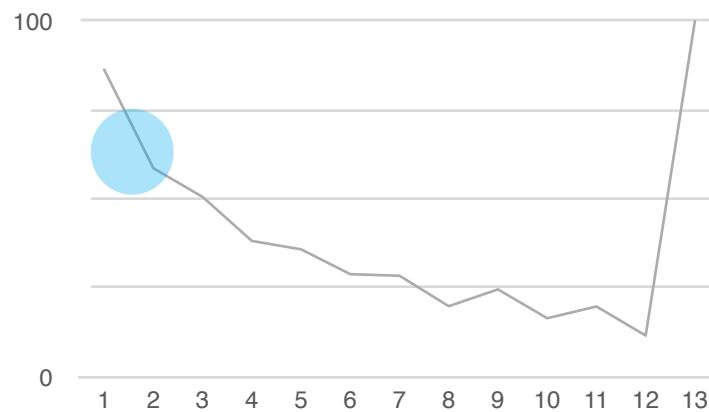
MW



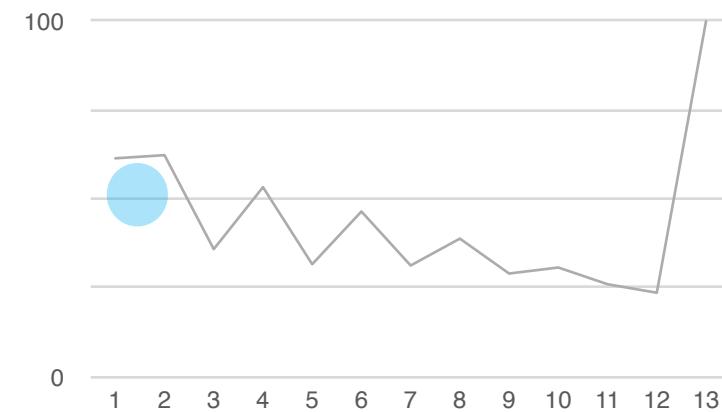
APP



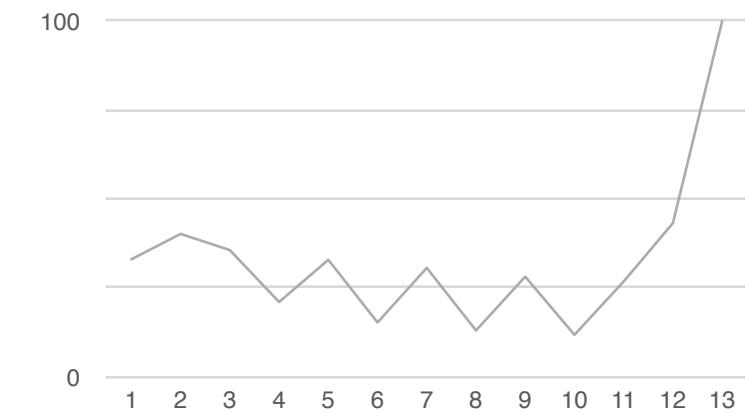
이탈률



이탈률



이탈률

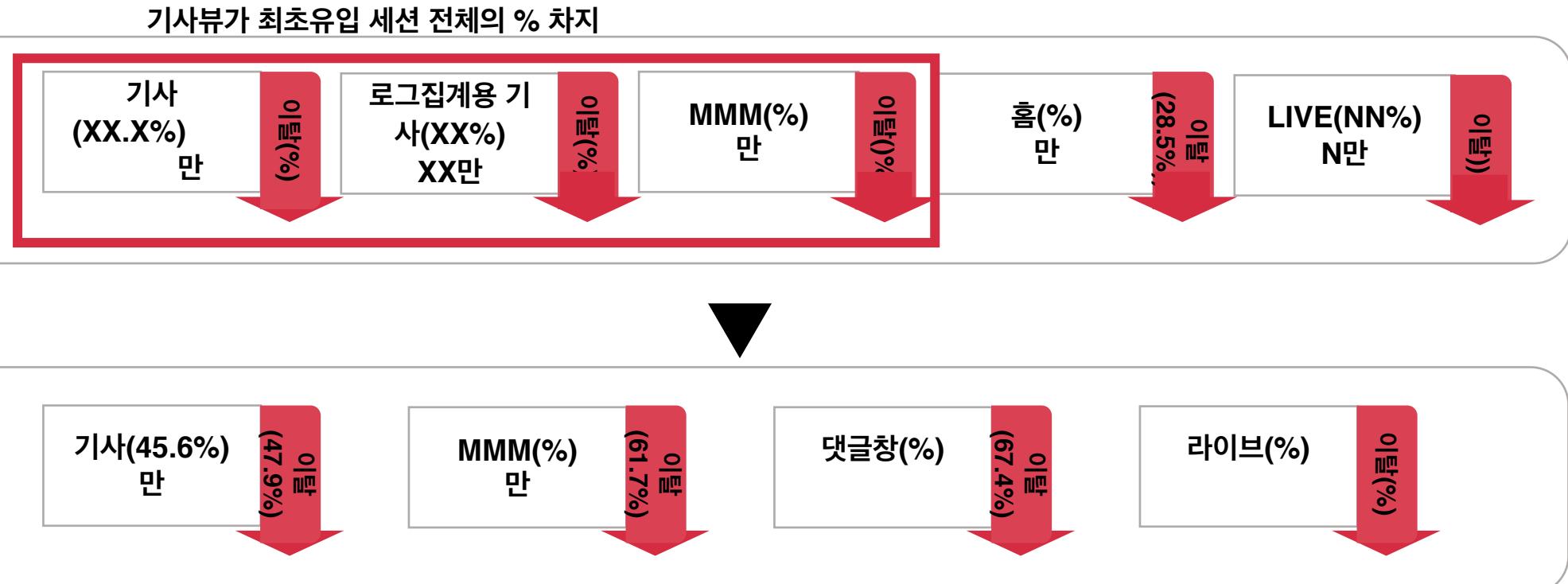


20XX.XX.XX ~XXXX.XX.XX

출처 : Google Analytics

2. 사용자여정 –UI PC 유입초기 흐름

- 첫번째 상호작용 전 이탈의 비율이 매우 높음
- 나머지 유저는 주로 MMMMM으로 이동하는 패턴



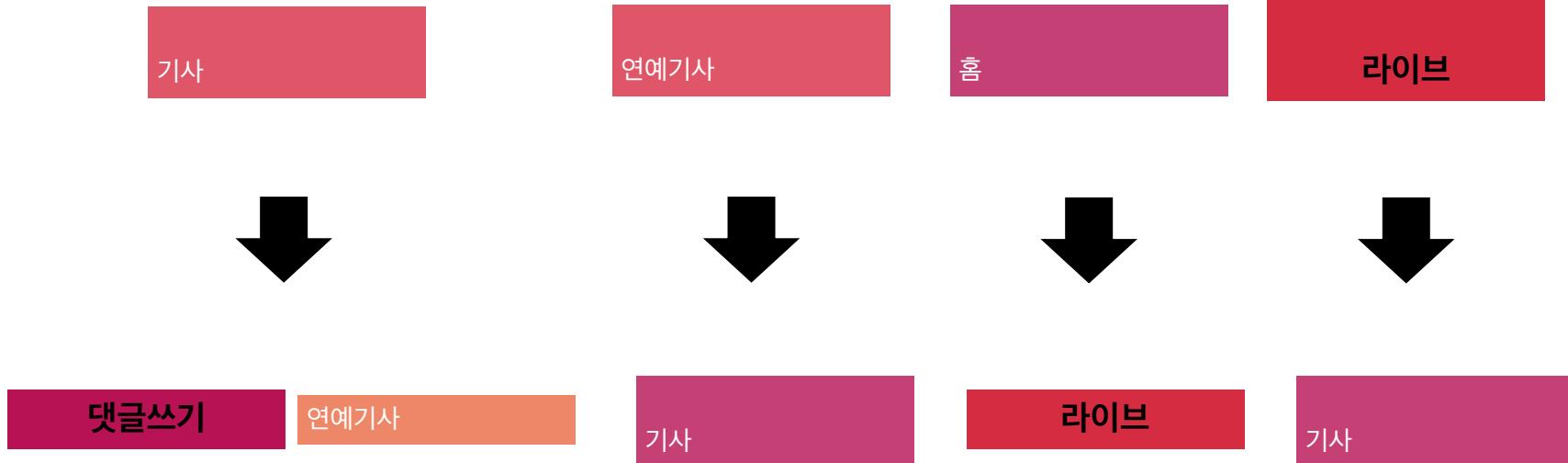
20MM.MM.MM ~ 20MM.MM.MM

출처 : Google Analytics

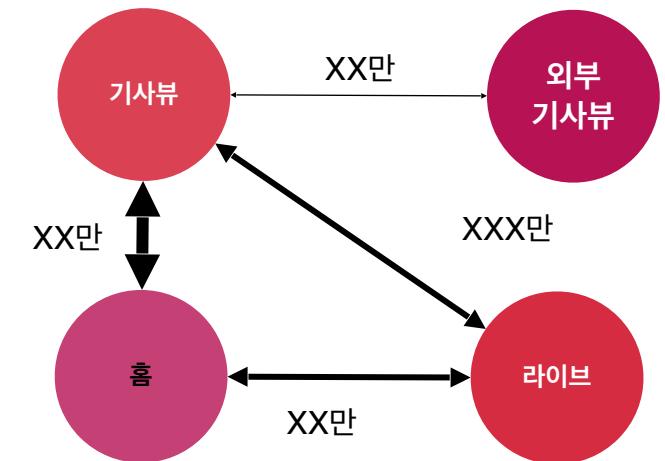
2. 사용자 여정-UI

PC 유입초기 흐름 요약

- 첫번째 상호작용에서 기사류-연예기사-댓글쓰기-라이브 간 긴밀히 연계될 수 있는 연결고리, 선순환 매커니즘이 필요.



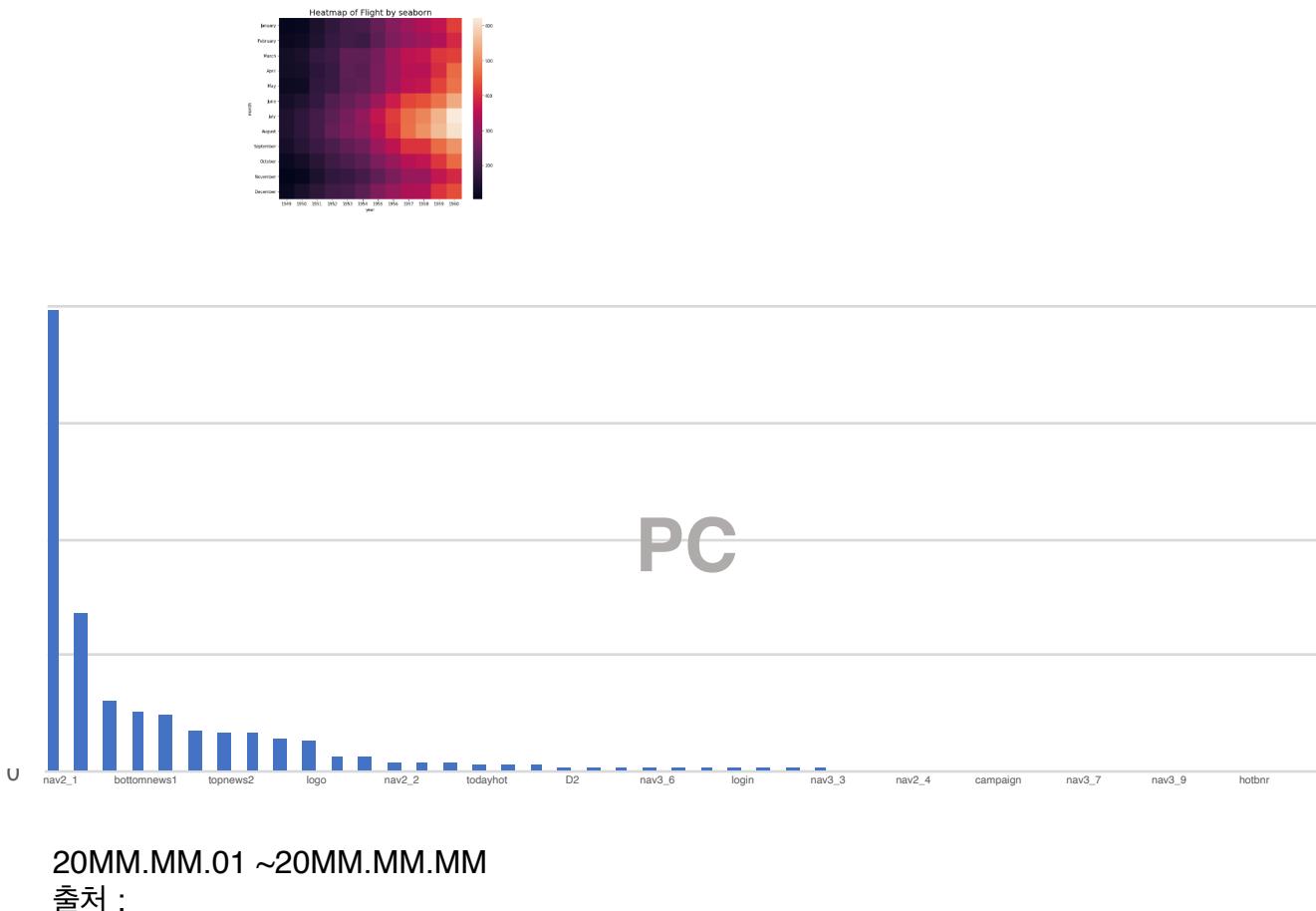
초기 4번째 상호작용까지의
상호작용 빈도



- 홈-기사류-라이브 간에 대한 상호작용 빈도가 높은 편임

2. 사용자 여정 - UI

메인페이지 평균클릭수 랭킹

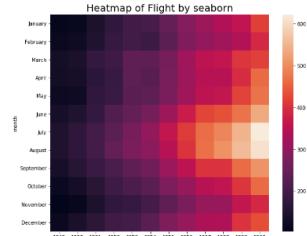


- 메뉴 클릭 수가 압도적으로 높음
- 영상 > 이미지 > 텍스트 일수록 클릭률이 높은 경향을 보임

1. MMM	MMM
2. AAA스(상단)	MMM
3. BBB(중앙)	MMM
4. MMMM	MMM
5. 인기뉴스	MMM
6. MMMM(우측)	MMM
7. MMM(하단)	MM
8. MMMM(하단)	MM
9. 검색	MM
10. MMM	MM

2. 사용자 여정- UI

PC 메인 평균클릭수 히트맵(헤더 영역)



- 라이브,검색, 다시보기, 로고에 대한 클릭율이 높음

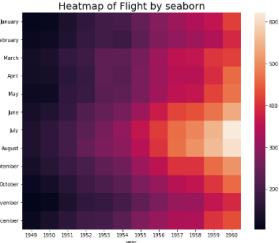


20XX.XX.XX ~20XX.XX.XX
출처 :

2. 사용자 여정- UI

PC 메인 평균클릭수 히트맵 (바디/풋터 영역)

- #### • 최고 클릭수



20mm.MM.MM ~20MM.MM.MM

출처 :

2. 사용자 여정- UI

기사뷰페이지 월평균 클릭수 랭킹(Ylog X월)

N000-N0000
N000-N000
N000-N000
N00-N000
N00-N00

요약

PC



20XX.XX.XX ~20XX.XX.XX
출처 : XXX/ MMM

- 모든 유형에서 기사영상 클릭 수 압도적 높음
- 텍스트보다 이미지+텍스트 기사 레이아웃일 수록 클릭 수가 높은 편

1. 기사영상	XXXXX
2. XXXX	XXXXX
3. XXXXXX	XXX
4. LIVE	XXX
5. 댓글쓰기	XX
6. 로고	XXXX
7. XXXXX	XXXX
8. 제보XXX	XX
XXXXX	XX
10. XXXX	XXXXX
11. XXXX	XX
12. 썸네일(영상하단)	XXXX

2. 사용자 여정 - UI

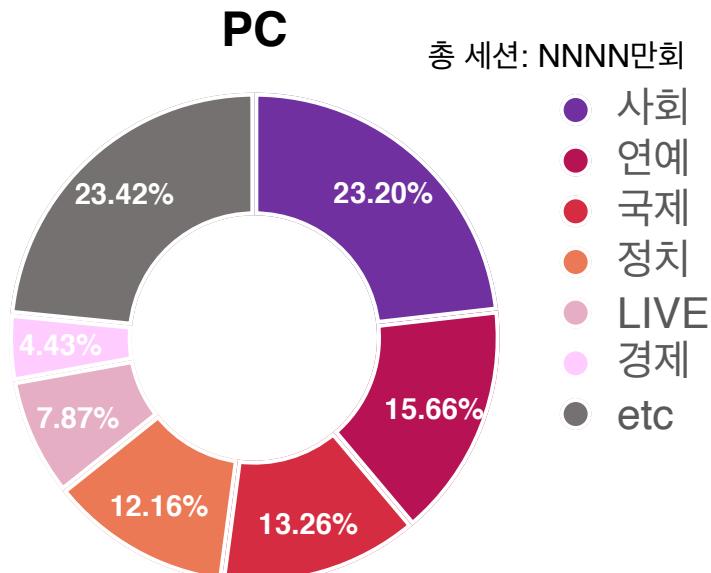
PC 기사류 평균클릭수 히트맵()

- 최다 클릭 수
- AAA, BBB, CCC 순으로 클릭수 높음



2. 사용자 여정 - Content

콘텐츠 분야별 최초유입 비중



20NN.NN.NN ~20NN.NN.NN

출처 : Google Analytics

인기기사 소비 경향

사회 : #사건사고 #코로나 #유명인의 범죄연루, 의혹

연예 : #연예인경조사 #의혹 #구설 #사건사고 연루

국제 : #코로나 #트럼프 #국제재난 #갈등 #전쟁

3. 시사점 및 제언

끊임없이 탐색 가능한 cycle 구축 필요

초기 이탈률을 줄일 수 있는 메커니즘과 플로우가 필요

제언

콘텐츠 측면

- LIVE에서 방영중인 실시간 방송과 관련된 이슈기사를 지속적으로 소비할 수 있도록 유도할 수 있는 기능 추가
- 기사부에 관련기사, 후속기사를 통한 연계
- 이미지, 썸네일 등을 혼합한 기사배치
- 특집 연재, 기획연재 메뉴 페이지에 대한 강화 고려

UI 측면

- 와플뉴스 투데이 페이지 Path에 대한 개선 필요
- 클릭 히트맵 분석결과를 반영한 레이아웃 조정, 재배치 고려
- 사회, 연예, 국제 뉴스, 날씨, 검색, 다시보기에 대한 메뉴위치 조정 등