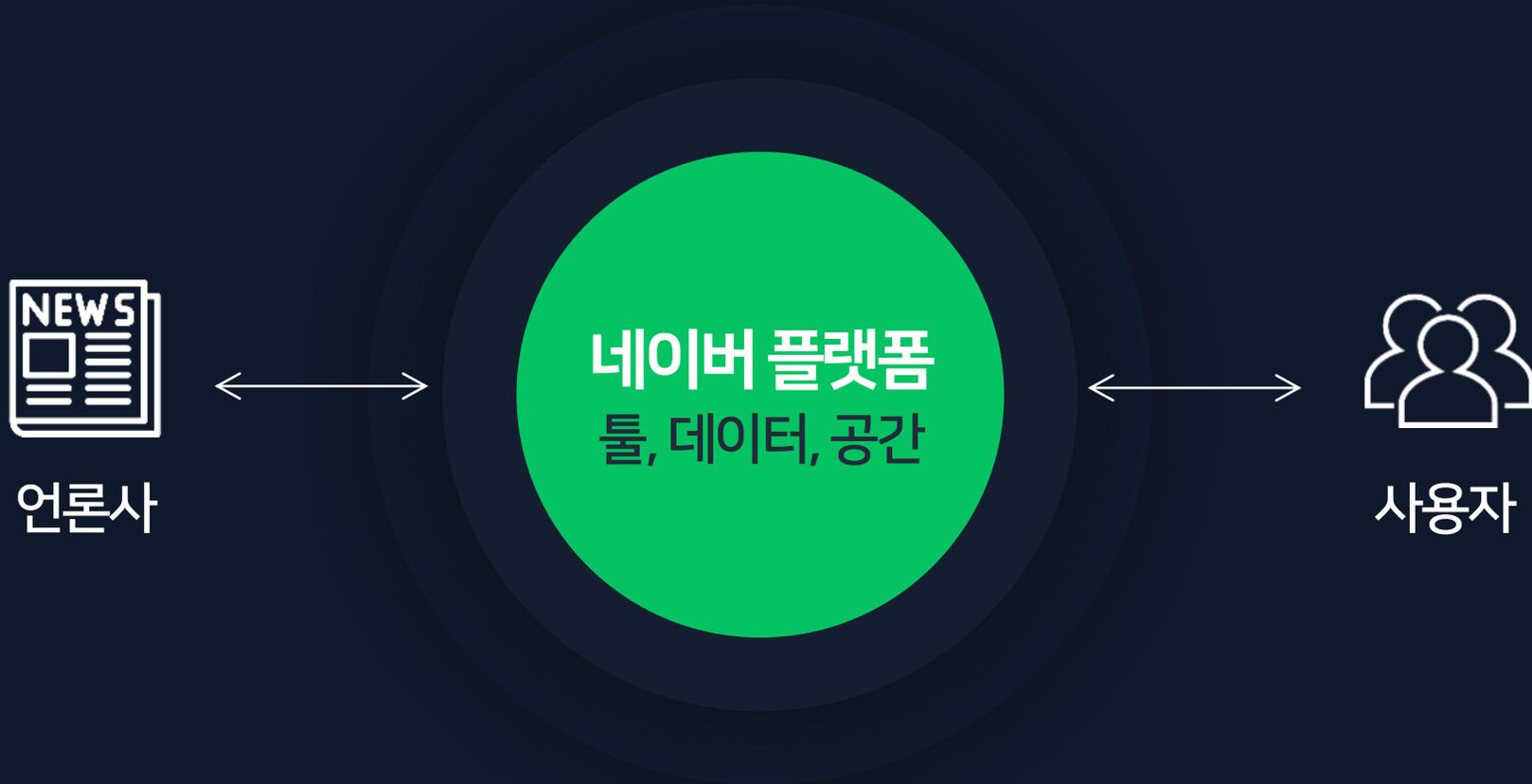


**2019  
MEDIA  
CONNECT  
DAY**

# INTRODUCTION

# 네이버 플랫폼을 통해 지난 2년간 언론사와 사용자가 직접 만나왔습니다



스마트 스토어 · 블로그 · 플레이스 · 네이버 TV · VLive

## INTRODUCTION

SESSION 1. 새로운 실험과 성과  
구독과 추천 중심 플랫폼으로

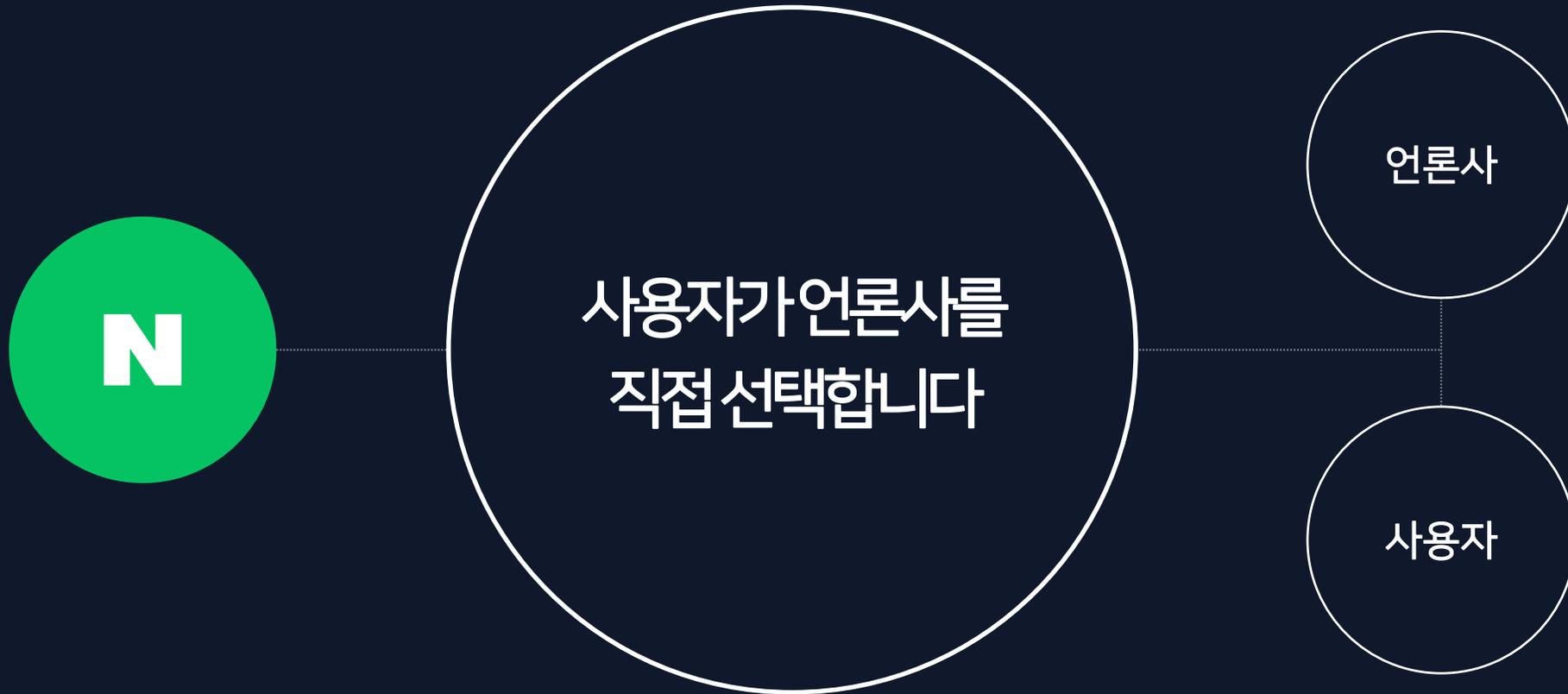
SESSION 2. 미디어를 위한 최적의 툴  
스마트 미디어 스튜디오 프로젝트  
(편집 툴, 소통 툴, 통계 툴)

SESSION 3. 비즈니스 툴  
사용자 구독과 충성도를 기반으로

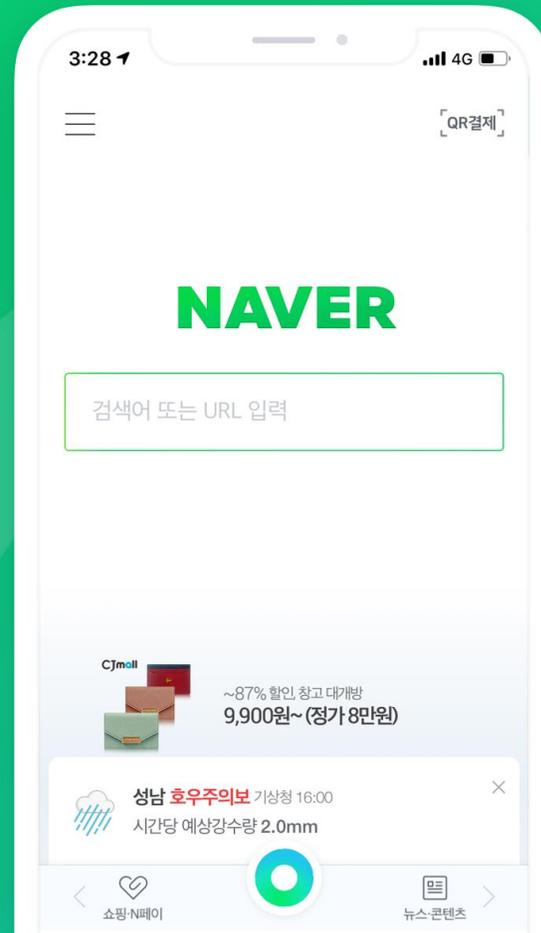
## SESSION 1

새로운 실험과 성과  
구독과 추천 중심 플랫폼으로

# 네이버 뉴스 서비스의 역할은 언론사가 사용자를 직접 만날 수 있도록 돕는 일입니다



# 2017년 10월 메인의 새로운 실험을 통해 언론사가 직접 사용자를 만나기 시작했습니다



# 뉴스를 생산한 언론사가 직접 편집한 기사를 사용자가 구독해서 볼 수 있도록 제공하고 있습니다

**언론사** 7월 15일 19:06 100만구독 구독중

경해진 文 "결국 日 경제에 더 큰 피해갈 것"  
 통령-5당 대표 조만간 회동... 日 대응 논의  
 육부 "자사고 취소로 '강남 8학군 부활' 과도한 우려"  
 찰, 패스트트랙 충돌 의원 이번 주 줄소환

01:56 01:54

문민정음 상주본, 국가반환  
 정...소장자 패소  
 최저임금 후폭풍...민주노  
 총 임금위원 사퇴

전체기사보기 >

**B 언론사** 7월 15일 19:06 구독중

글로벌 공급망 붕괴 우려에도... 日, 韓 백색국가 제외 '...  
 [ERP 혁신⑥] 비용절감 관점의 ERP 혁신, 제3자 유지...  
 과기부-방통위, 모두 소관 아니라는 '전기통신사업법 3...  
 '에픽세븐' 다시 날까...스마일게이트, 역대급 논란 정...

04:40 07:03

日 수출규제의 역설, 메모리  
 값 '반등'...우어야 하나...  
 문 대통령, "日, 경제 더 큰  
 피해 경고"...정부-여야, ...

전체기사보기 >

6:52 6월 15일 19:06 LTE

검색 뉴스 MY구독 검색차트 감성충전 # +

**언론사편집** 4개 구독중 >

**A 언론사** 7월 15일 19:12 200만구독 구독중

문 대통령 "일본 경제에 더 큰 피해"...대일 강경 메시지  
 한국-바른미래, 정경두 해임건의안 제출...추경은 '안...  
 황교안 "대통령과 조건없는 회담"...'5당 회동' 성사되나  
 직장 내 괴롭힘 금지법 16일 시행...처벌기준과 사례는

04:40 07:03

[이 시각 뉴스룸] 천동-번개 '강한 소나기'...수도권 곳...  
 독점 운영 '남산케이블카' 지난해 매출액 130억.....

전체기사보기 >

**D 언론사** 7월 15일 19:06 100만구독 구독중

文 "日, 한국에 중대한 도전" 결전  
 서언

**C 언론사** 7월 15일 19:12 200만구독 구독중

문 대통령, 수출규제에 "결국 일본 경제 더 큰 피해 갈 ...  
 수출규제 강화하는 일본의 노림수는?  
 '고 장자연 강제추행' 전직 조선일보 기자 징역 1년 구형  
 여자 선수선수 물레 촬영한 일본인 출국정지

04:40 07:03

[성한용 칼럼] 한-일 갈등,  
 치킨게임의 시작이라면  
 "정미경 세월호 발언 막말  
 아니다"...'막말 감별사' ...

전체기사보기 >

**D 언론사** 7월 15일 19:06 100만구독 구독중

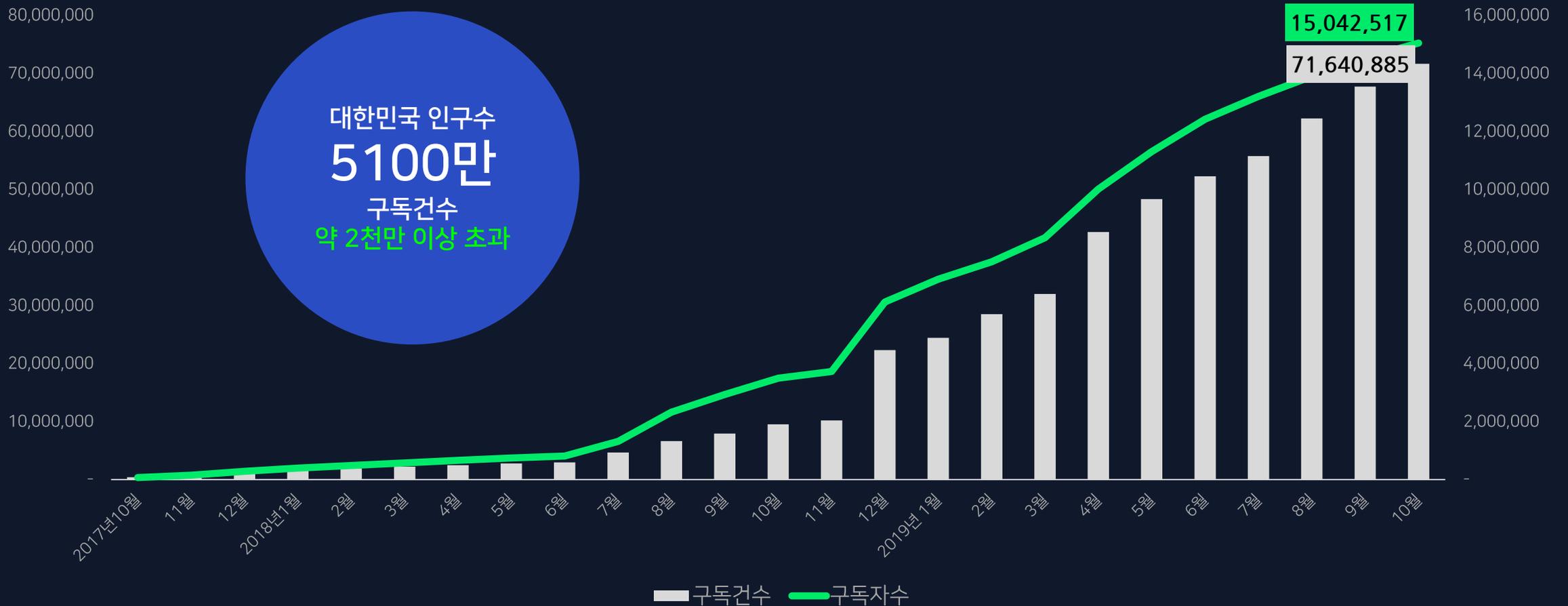
"이럴 경우 직장내 괴롭힘입니다!!" Q&A 본 직장내...  
 "유튜버니가 사과했겠지" BBQ 메뉴사기 논란 성난...  
 '땀줄 단 채 벌레 속에서...' 헛간에 딸 버린 엄마가 울...  
 "한국이 울면서 미국에 매달려" 日 산케이신문 조롱조...

04:40 07:03

'경고' 수위 높인 文..."우리  
 성장 막으려다 일본 더...  
 '신림동 성폭행 시도' 40대  
 男, 피해자에게 한 말

전체기사보기 >

# 언론사 구독은 오픈 2년 여 만에 구독자수 1,500만 명 구독건수 7,100만 건을 돌파했습니다 (2019.10.31 기준)



300만 이상 구독자를 확보한 매체도 생겼습니다  
참여 언론사 중 80% 이상이 100만 구독자를 돌파했습니다



300만  
구독자

2개 매체



200만  
구독자

11개 매체



100만  
구독자

25개 매체

# 구독자 100만 돌파를 기념해 진성 사용자들의 축하와 응원 댓글이 이어졌습니다

현장의 진실을 증앙에 두겠습니다

만 구독을 기다립니다.

NAVER 중앙일보

객관적이고 정확한 보도, 깊이 있는 뉴스를 항상 신속하게 전하겠습니다.

네이버 jtbc 구독자 여러분  
감사합니다!

Joseph\*\*\* · 댓글모음 >

축하드립니다. 앞으로도 소중하고 진실된  
뉴스룸 발전을 기대합니다!

Chris\_to\*\*\* · 댓글모음 >

앞으로도 균형 잡힌 언론으로서 진정한  
저널리즘을 실현해 주시길 당부드립니다.

Ohio\_5\*\*\* · 댓글모음 >

진실된 보도를 기대합니다.  
우리 사회의 등대가 되어주시길 기대합니다.

King\_of\*\*\* · 댓글모음 >

초심 잊지 말고 계속 진짜 뉴스를 찾아  
정진하는 모습을 기대합니다. 화이팅!

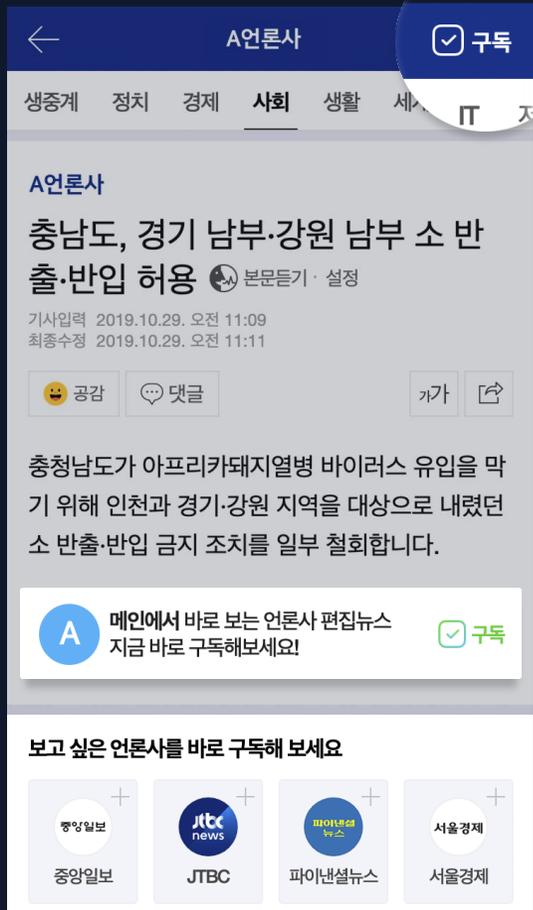
네이버에서  
상패가 왔다?!

# 구독 발생의 70%는 기사 본문을 통해 이루어집니다 기사 만족도가 구독으로 이어진다고 볼 수 있습니다

기사본문 **67%**

새로운메인 **26%**

개편전메인 **7%**



여러분들이 만난 구독자를 '평균 사용자' 개념으로 분석해 보았습니다  
전체 평균과 자사 상황을 비교해 보면 좋겠습니다

1인당 평균 4.7개 언론사를 구독하고 있습니다  
평균 재방문율은 53.8%이며 뉴스판에서 7개의 기사를 봅니다

1인당 평균  
구독 언론사 수

4.7개

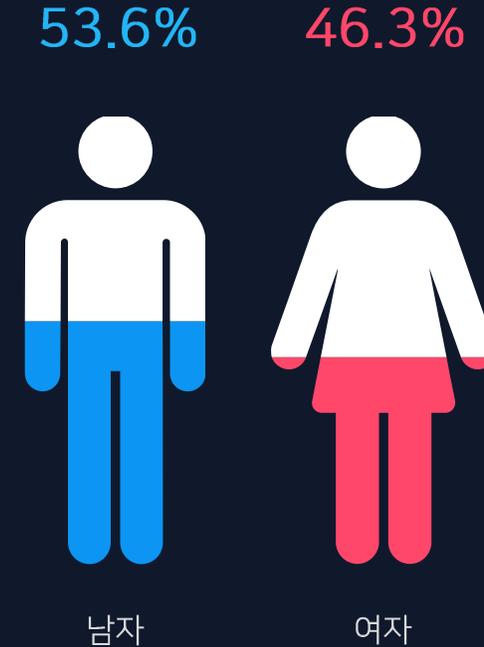
매체별  
평균 재방문율(월간)

53.8%

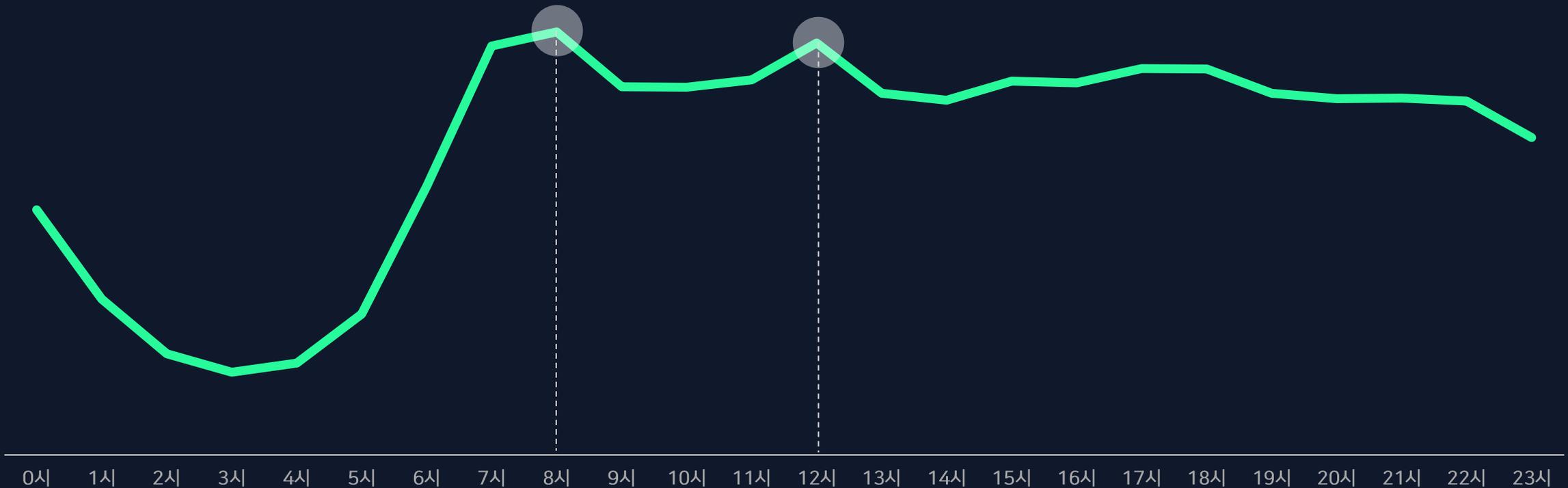
뉴스판  
1인당 클릭수(일간)

7개

# 메인 뉴스 소비는 30~40대 56.2% · 남성 53.6% 로 가장 높지만 전 연령층 · 성별에 관계없이 비교적 고른 분포를 보입니다

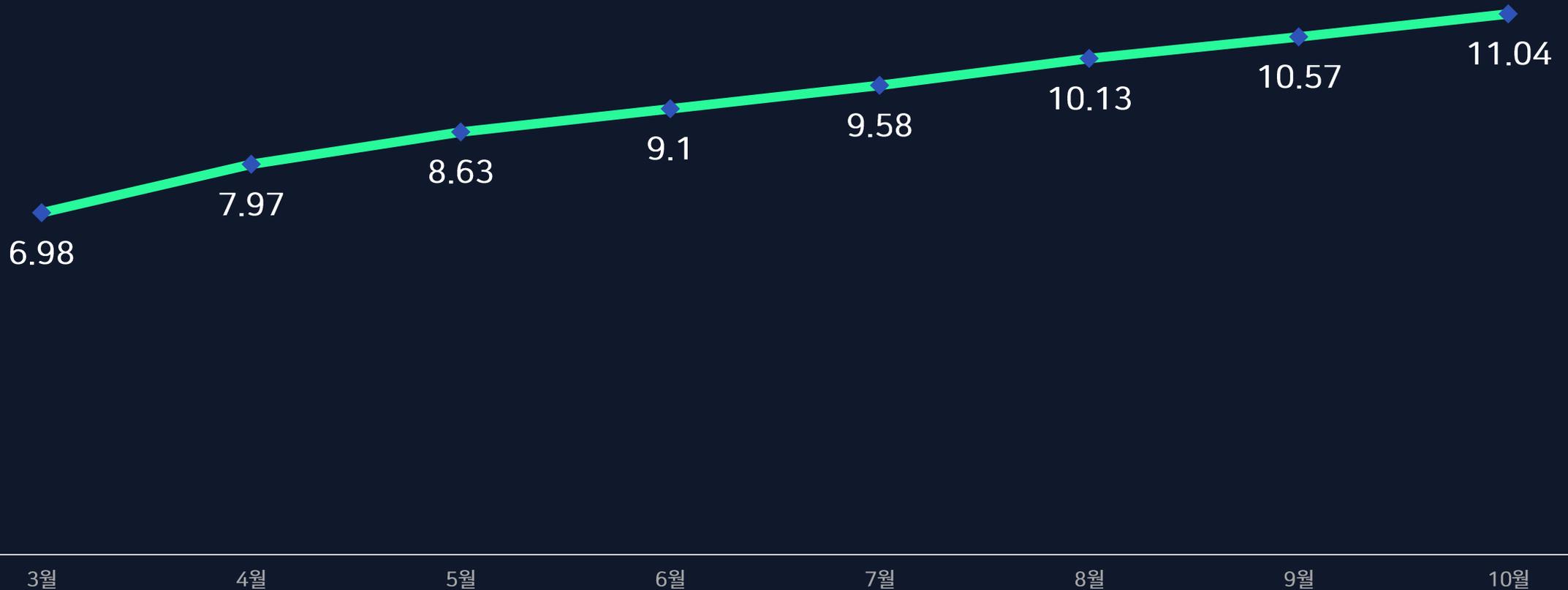


뉴스 주 소비 시간대는 **출근 시간**인 7시~8시, **점심시간**입니다  
이 시간대 기사 업데이트에 대한 기대도 높을 것으로 예상합니다



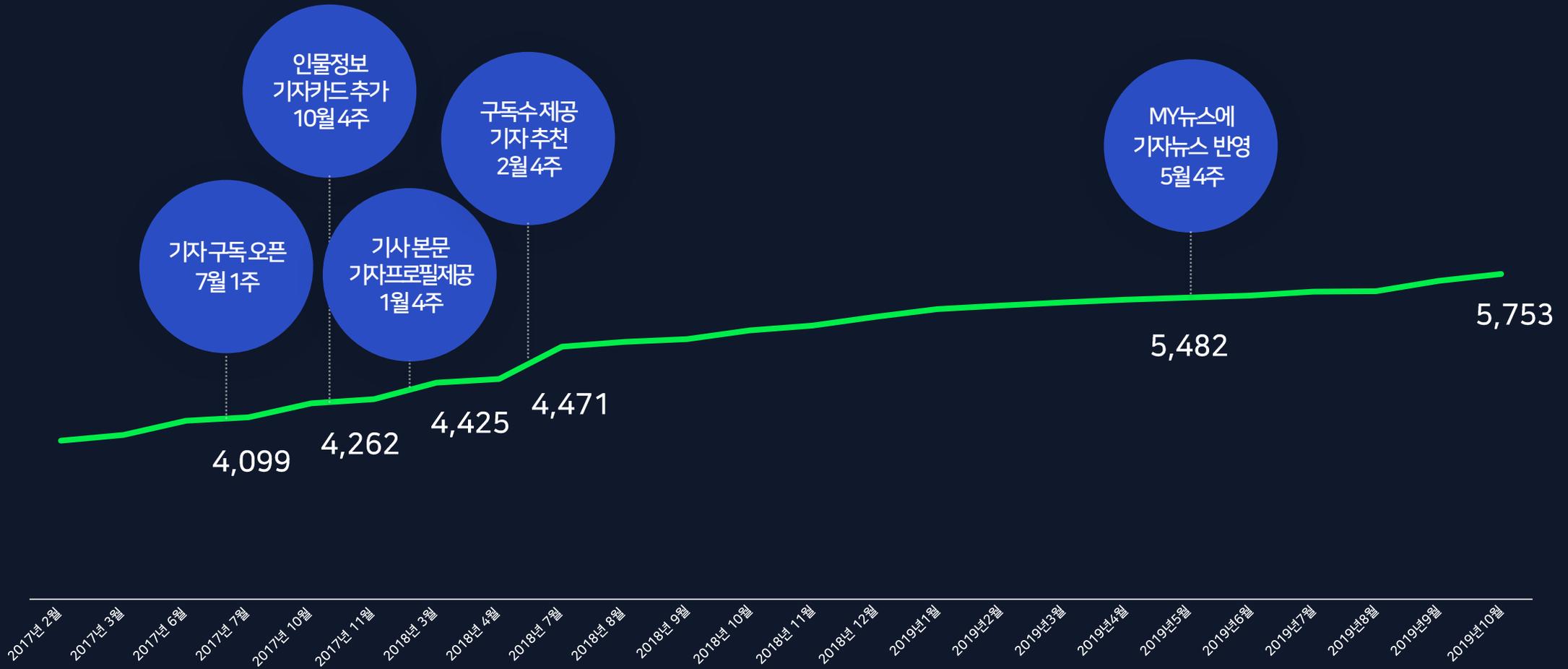
\* NDS > 모바일웹뉴스 : 10월 21일~27일 1주일 1일 평균값을 기준으로 함

언론사판 매체별 평균 해지율은 11%로 조금씩 증가하고 있습니다  
향후 사용자 해지 사유를 받아 보는 단계를 추가할 예정입니다



2016년 7월, 기사를 돋보이게 하고  
사용자와 직접 만날 수 있도록 **기자페이지를 오픈** 했습니다  
기자페이지의 구독자수와 응원수도 지속적으로 증가하고 있습니다

# 서비스 오픈 후 3년이 지난 현재 34개 매체에 소속된 5700명의 기자페이지가 개설되었습니다



# 기자페이지 구독자는 192만 명, 응원수도 152만 건을 돌파했습니다

## 구독과 응원이 많을수록 서비스에서 잘 추천되도록 하겠습니다

← JTBC | 손석희 기자



### 손석희 기자

진실을 말하겠습니다. 치우치지 않겠습니다. 귀담아 들겠습니다. 그리고 당신 편에 서겠습니다.

61,018명이 구독 중입니다.  
32,387회 응원을 받았습니다.

+기자구독    응원해요    

더 많은 기사를 보고 싶다면?  JTBC 구독

주간 많이 본 뉴스

-  [앵커브리핑] '공정? 공정!' JTBC 1일전 50+
-  [앵커브리핑] '흑과 백... 저널리즘' JTBC 2일전 30+

← 머니투데이 | 남형도 기자



### 남형도 기자

쓰레기를 치우는 아주머니께서 쓰레기통에 앉아 쉬시는 걸 보고 기자가 됐습니다. 사선에서 소외된 곳을 크게 떠들어 작은 변화라도 만들겠다면서요. 8년이 지...

26,385명이 구독 중입니다.  
16,177회 응원을 받았습니다.

+기자구독    응원해요    

더 많은 기사를 보고 싶다면?  머니투데이 구독

주간 많이 본 뉴스

-  '악플' 100개 읽어보니...마음이 무너졌다[남기자의 체헨리즘] 머니투데이 6일전 200+
-  화장실·엘레베이터 가는길에 '유니클린' "피하수가 언어오"

← 코메디닷컴 | 권순일 기자



### 권순일 기자

'건강의 시작은 병을 아는 것이다', '병을 알면 받은 치료된 것 이다'라는 서양 속담이 있습니다. 건강을 위한 정확한 지식을 전달하기 위해 늘 노력하는 건강한 기...

13,515명이 구독 중입니다.  
4,307회 응원을 받았습니다.

+기자구독    응원해요    

주간 많이 본 뉴스

-  나이 들수록 세월 빨리 가는 이유(연구) 코메디닷컴 2일전 30+
-  식사했는데 또 배고파...섬유질 부족 징후 3 코메디닷컴 6일전 10+

← KBS 뉴스 | 김원장 기자



### 김원장 기자

95년 KBS 입사이후 경제부와 사회부 등 이런 저런 부서를 거쳤습니다. 몇몇 경제 프로그램을 진행했고, 지금은 KBSITV '사사건건'을 진행합니다. 주로 경제관...

7,015명이 구독 중입니다.  
2,230회 응원을 받았습니다.

+기자구독    응원해요    

더 많은 기사를 보고 싶다면?  KBS 구독

주간 많이 본 뉴스

-  은행은 정말 우리에게 유리한 편드를 권할까? KBS 2019.09.17. 30+
-  '분양가 상한제는 비겁하다' KBS 2019.08.20. 200+
-  김현미 장관은 분양가 상한제의 방아쇠를 다지기? KBS 2019.08.20. 200+

# 기자페이지 프로필은 사용자와 거리를 좁히는 창구가 되고 있습니다

명언형

다짐형

진지형

재치형

← SBS CNBC | 김완진 기자

**김완진 기자**



아무나 할 수는 없지만, 아무나 들을 수 있는 이야기를 하겠습니다.

214명이 구독 중입니다.  
229회 응원을 받았습니다.

+기자구독   응원해요   

더 많은 기사를 보고 싶다면?  SBS CNBC 구독

주간 많이 본 뉴스

 분양가상한제 시행 임박에도...서울 아파트값은 '고공행진'  
SBS CNBC 4일전 30+

← 중앙일보 | 박광수 기자

**박광수 기자**



줄탁동기. 병아리가 알에서 나오기 위해서는 쪼이고, 쪼아야 합니다. 더욱 쪼고, 쪼이겠습니다.

블로그 >   

1,115명이 구독 중입니다.  
377회 응원을 받았습니다.

+기자구독   응원해요   

더 많은 기사를 보고 싶다면?  중앙일보 구독

주간 많이 본 뉴스

 문 지지율 45%로 반등..."조국 사퇴 후 중도층 지지 회복" [리얼미터]  
중앙일보 4일전 600+

← SBS 뉴스 | 권애리 기자

**권애리 기자**



매일 조금씩 더 배워갈수록, 부족한 그릇으로 어려운 일을 하고 있다는 걸 점점 더 깨닫게 됩니다. 그 사실을 잊지 않지만 그 사실에 짓눌리지도 않는, ...

4,722명이 구독 중입니다.  
4,466회 응원을 받았습니다.

+기자구독   응원해요   

더 많은 기사를 보고 싶다면?  SBS 구독

주간 많이 본 뉴스

 [친절한 경제] '금융 오픈마켓' 시대 초...

← 전자신문 | 함지현 기자

**함지현 기자**



Go, Ham! 고함! 어느 분야에서든 늘 나아가겠습니다.

205명이 구독 중입니다.  
256회 응원을 받았습니다.

+기자구독   응원해요   

더 많은 기사를 보고 싶다면?  전자신문 구독

주간 많이 본 뉴스

美 연내 세 번째 금리인하...제롬 파월, 향후 금리동결 기조 시사  
전자신문 5일전

# 기자 프로필은 검색에서도 유용하게 쓰이고 있습니다 더욱 다양하게 활용될 수 있는 방안에 대해 의견을 듣겠습니다

2017년 8월 31일 출시한 기자네임카드 검색 조회수도 꾸준히 상승

← 언론사A | 브라운 기자

**브라운 기자**

진실을 말하겠습니다. 치우치지 않겠습니다. 귀담아 들겠습니다. 그리고 당신 편에 서겠습니다.

61,018명이 구독 중입니다.  
32,387회 응원을 받았습니니다.

+기자구독   응원해요  

더 많은 기사를 보고 싶다면?  언론사A 구독

주간 많이 본 뉴스

[앵커브리핑] '공정? 공정!' JTBC 1일전 50+

[앵커브리핑] '흑과 백... 저널리즘'

N 브라운 기자

통합   뉴스   동영상   지식백과   지식   ...

**인물정보**

**브라운**  
언론인(방송) · 앵커

출생 1956. 6. 20.  
소속 언론사A(기자)  
가족 배우자 김샬리

학력 미네소타대학교 대학원 저널리즘 석사

데뷔 1984년  
수상 2015년 자랑스런 국민의 상

사이트 [기자페이지](#)

**기자페이지**

**브라운 기자페이지** N 17시간 전

[앵커브리핑] '상(賞) 이란 무엇인가'

← 언론사A    구독

주요뉴스   생중계   **정치**   경제   사회   생활   세

**언론사A**

[앵커브리핑] '상(賞) 이란 무엇인가'

본문듣기 · 설정

기사입력 2019.10.24. 오후 9:49

27   25  

[앵커브리핑] '상(賞) 이란 무엇인가' > 7,373

02:55

① 뷰어로 재생되는 영상

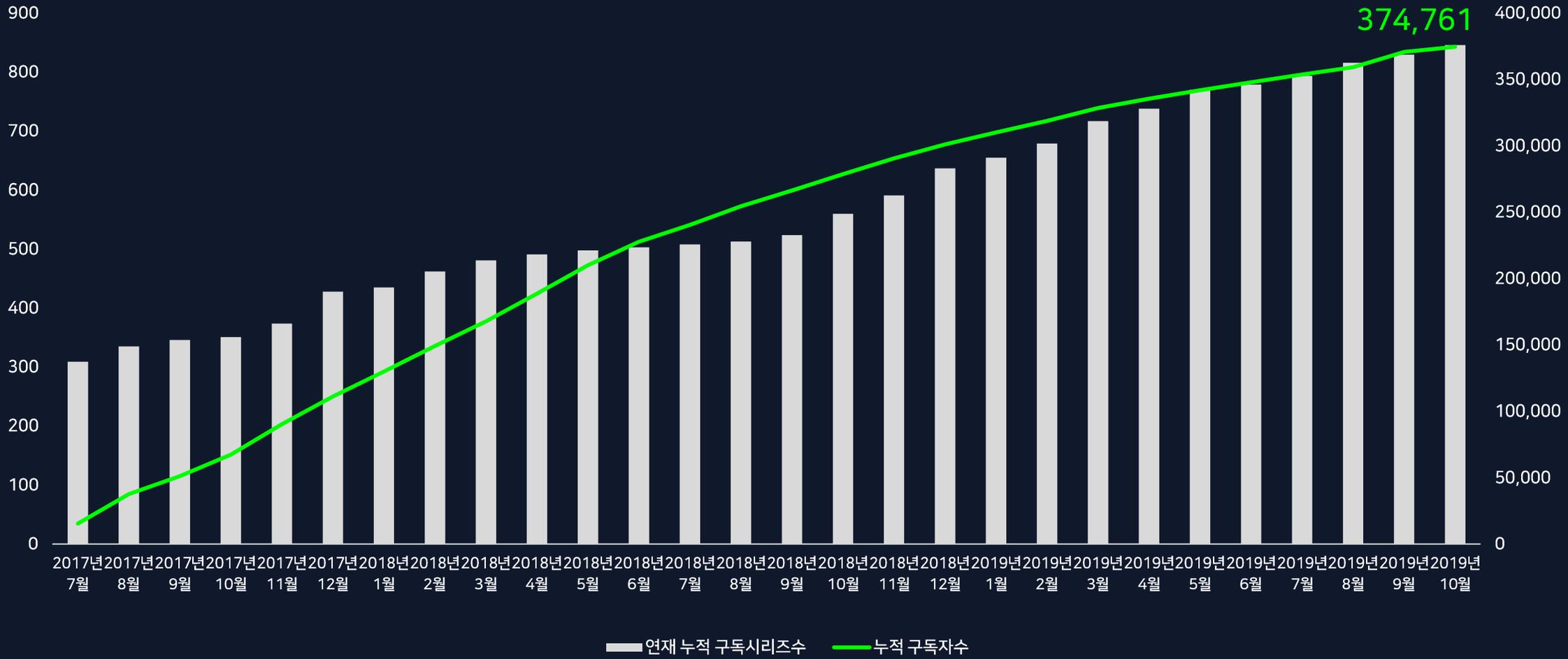
뉴스룸의 앵커브리핑을 시작하겠습니다.

"이따위 것을 **상장**이라고 주지나 말지!"



# 언론사별 연재 콘텐츠 수는 850개, 구독자수는 37만 명입니다

## 구독 중인 연재를 빠르게 전달할 수 있는 알림 기능을 붙일 예정입니다



2019년 4월 3일 전면 도입한  
AI 기술을 적용한 자동추천 모델 'MY뉴스'에서는  
새로운 뉴스 소비 방식을 시도하고 있습니다

# 자동 추천 뉴스 모델을 통해 보다 '다양한 매체'의 '다양한 뉴스' 를 제공하고 있습니다

2019년 4월 3일 개편 전

2019년 4월 3일

네이버 메인에  
언론사 주요 뉴스 수동배열



이용자별 관심 뉴스를 자동으로  
추천해주는 MY뉴스가 출시

# 뉴스를 만나는 첫 화면인 메인에 노출되는 기사수가 기존 대비 60배 상승하였습니다

1일메인노출기사수



뉴스가 실시간 업데이트 되어  
보다 빠르고 다양하게 관심 뉴스를 만나볼 수 있습니다

업데이트주기



평균  
1~2시간

개편전

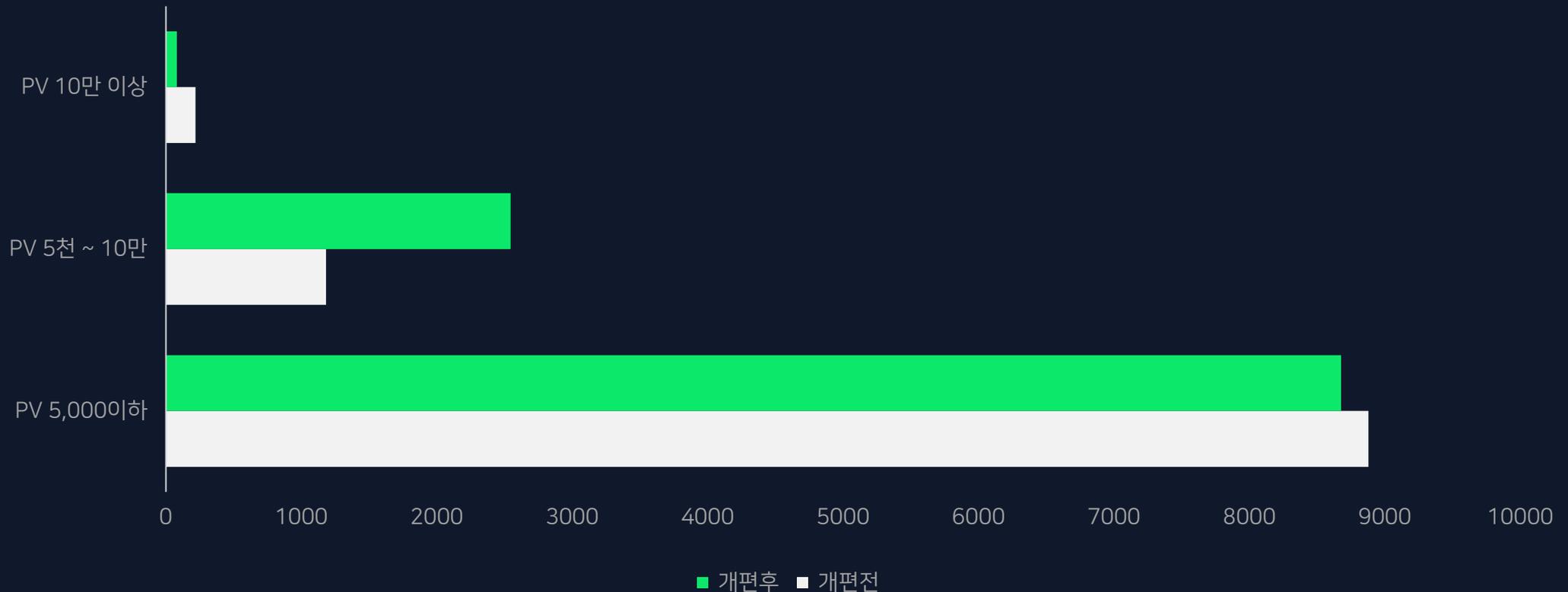


실시간

AI 추천 뉴스

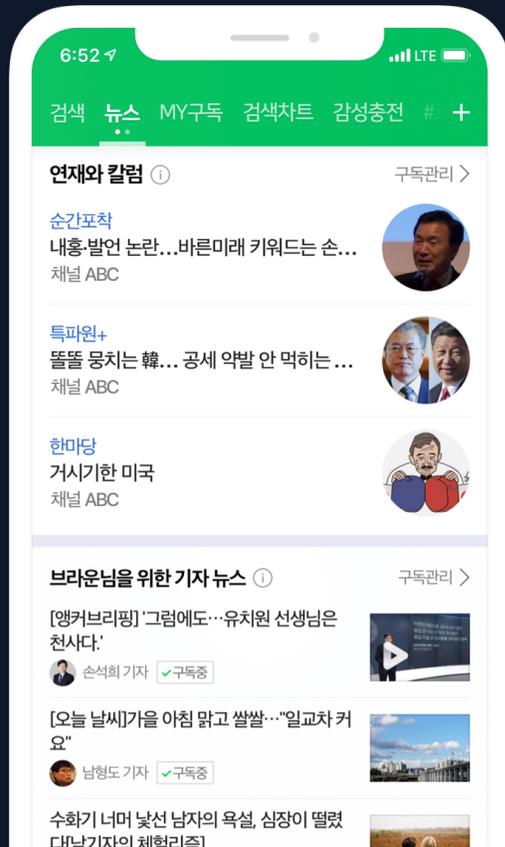
# 특정 기사에 소비가 몰리지 않고 다양한 기사들로 소비 범위가 넓어지고 있습니다 댓글 작성도 특정 기사에 집중되지 않고 분산되고 있습니다

기사본문PV변화



# 연재/기자 구독, 오디오 뉴스, 영상 뉴스 등 사용자 소비 기반에 맞는 뉴스를 추천해 주고 있습니다

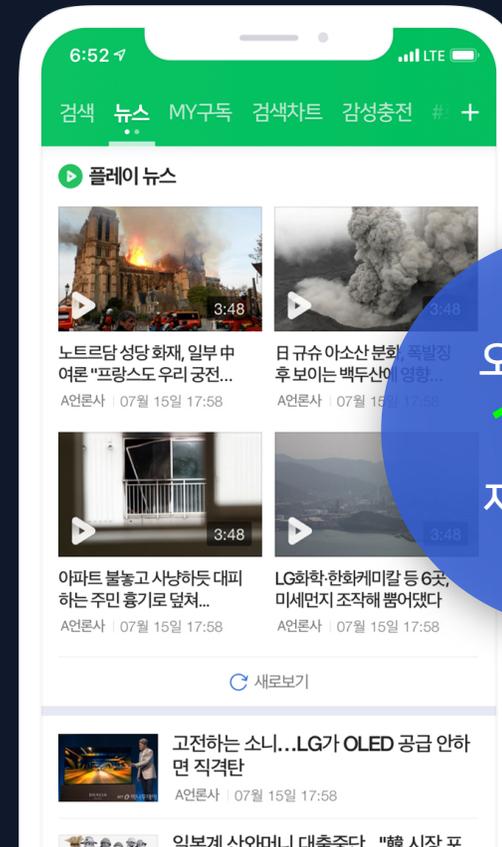
연재/기자구독추천가드 (5/2)



오디오 뉴스 (6/13)



화제 영상뉴스 (6/20)



오픈 후 대비  
140%  
재생수 증가

# MY뉴스에서 **섹션별 이슈도** 쉽게 확인할 수 있도록 생활/경제/IT/세계 섹션을 개인화하여 노출하고 있습니다

섹션 내에서도  
개인화순으로 배치



# 장기간 지속되는 이슈의 맥락을 쉽게 확인할 수 있도록 100% 자동화된 기술로 이슈 타임라인도 실험하고 있습니다

검색 결과에서도 쉽게 찾아볼 수 있도록 반영 예정

관련기사

이슈타임라인



타임라인 >



※ 장기간 연관성 높은  
문서 클러스터링을 위한 방법 및  
시스템이 특허 출원됨 (10/22)

# 20대 사용자 대상부터 관심 소비 기반으로 키워드 방식 뉴스 제공을 테스트 할 예정입니다

## 내 관심 키워드



# 이제 네이버 뉴스의 가장 큰 미션은 파트너 언론사에게 스마트한 미디어 도구를 제공하는 것입니다

취재  
Reporting

기사작성  
Writing

편집  
Editing

발행  
Publishing

배달  
Delivery

**Smart Media Studio**  
온라인 뉴스 유통에 필요한 미디어 도구 제공

편집툴

소통툴

통계툴

비즈니스툴

## SESSION 2

미디어를 위한 최적의 툴  
스마트 미디어 스튜디오 프로젝트  
편집툴 · 소통툴 · 통계툴

# 언론사 편집 관련 **매체** 의견을 들어보았습니다

직접 기사를 편집하고 사용자 유입이 많아지니 확실히 우리 매체의 흠이라는 느낌은 든다. 기사량이나 이슈에 따라 좀 더 **자유롭게 편집**할 수 있으면 좋겠다.

구독수가 높아지니 좋기도 하지만 긴장감도 있다. 속보도 구독 언론사 **속보만 더 강조되어 보인다**거나 구독 언론사 이점이 더 많이 푸쉬되면 좋겠다.

기사 성격에 맞게 **다양한 템플릿**이 있으면 좋겠다. 특집 이슈가 생기거나 뭔가 강조할 느낌이 날만한 타입이 있다면 활용할 수 있을 것 같다.

메인에서 노출되는 효과가 가장 크니 영역을 더 키울 수 없다면 더 보기나 다음판 보기 등 옵션을 통해 **추가 소비**할 수 있는 방안을 만들어주면 어떨지?

방송사다 보니 영상이 강조되는 룩이 있으면 좋겠다. 특히 자동재생 기능이 구현되길 바란다. **영상을 쉽게 보고 추가 소비가 유도**될 수 있는 방안으로 개선해주면 좋겠다

언론사 편집에 노출되는 기사에 대해 사용자 조회수를 바로바로 확인할 수 있으면 좋겠다. **사용자 반응**을 알면 더 능동적으로 편집 대처가 가능할 것 같다.

이러한 언론사 요구사항들을 툴로 구현하기 위해  
별도 프로젝트를 가동합니다

언론사별 뉴스 통합 관리 시스템

**SMART MEDIA STUDIO PROJECT**

# 스미스 프로젝트는 언론사들이 편리하게 사용할 수 있는 모든 **스마트 툴**을 구현하는 것이 목표입니다



# 뉴스 생산자에 필요한 툴은 크게 4가지로 나뉩니다 기존 툴을 통합하고 **스마트한 도구**를 추가 제공할 것입니다

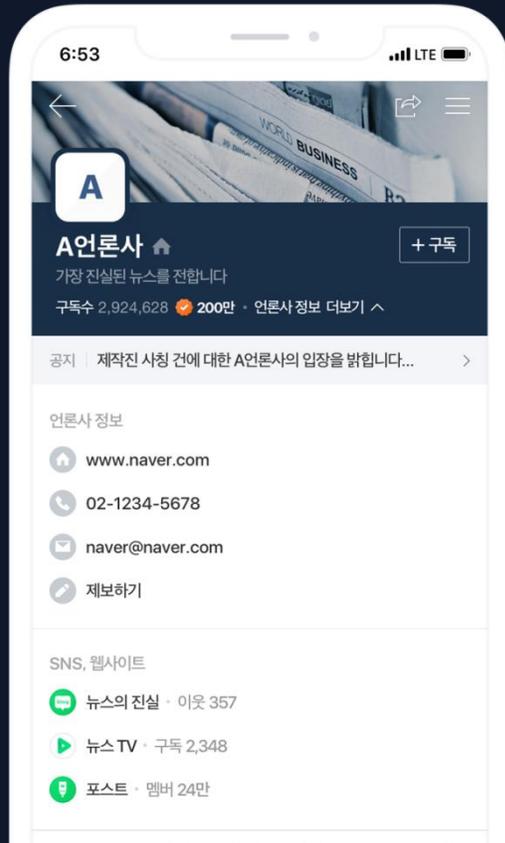
편집		소통	통계	비즈니스
언론사편집	언론사홈 프로필	댓글제공	뉴스 콘텐츠	수익
언론사속보	섹션별 편집	주요기사알림	언론사편집	후원
생중계제공	주제별 편집	제보하기	뉴스스탠드	결제
언론사홈 배열	언론사연재관리		검색뉴스	
기자페이지관리	프로모션			

제공중인 툴

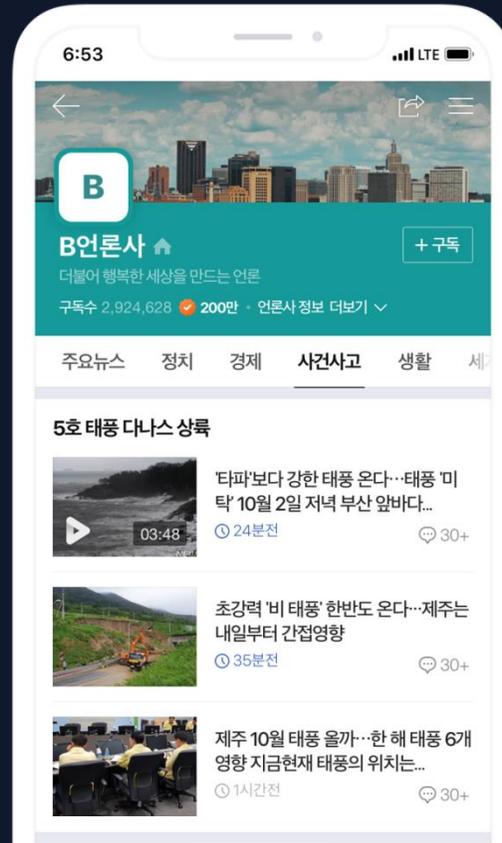
신규제공예정

# 편집 툴을 통해 자유로운 홈 구성이 가능하고 언론사 특성이 잘 드러날 수 있도록 기능을 강화합니다

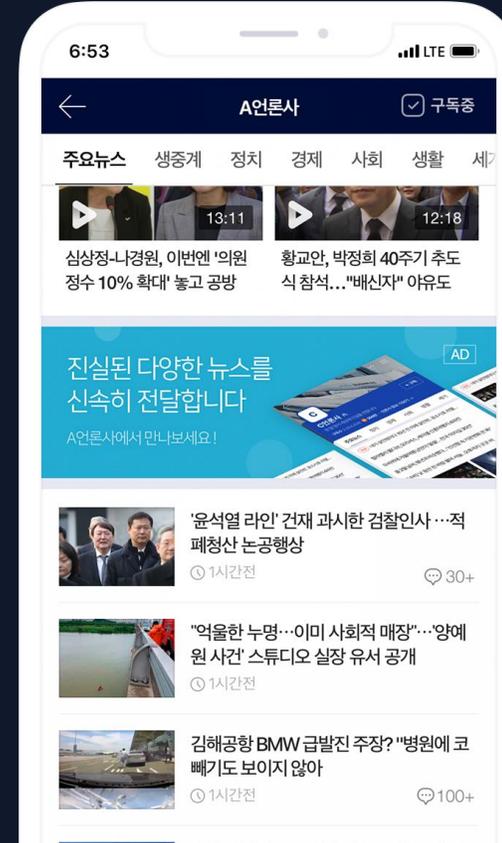
언론사 프로필 강화



섹션별 헤드라인 편집



프로모션 영역 제공

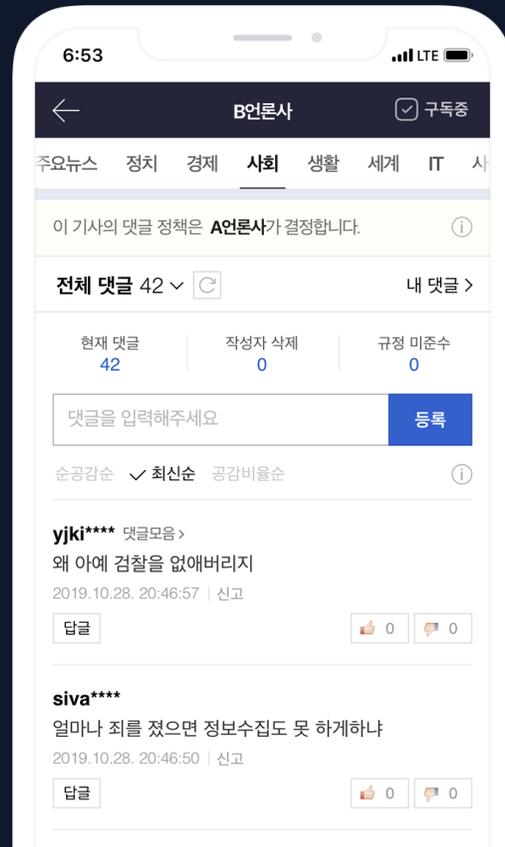


# 소통 툴을 이용해 언론사마다 댓글 옵션을 직접 선택할 수 있게 됩니다

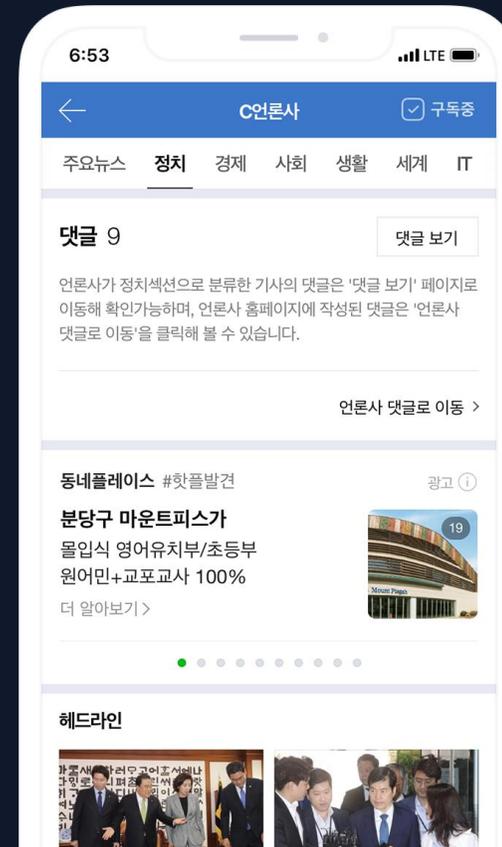
댓글 정책관리



댓글 정책관리

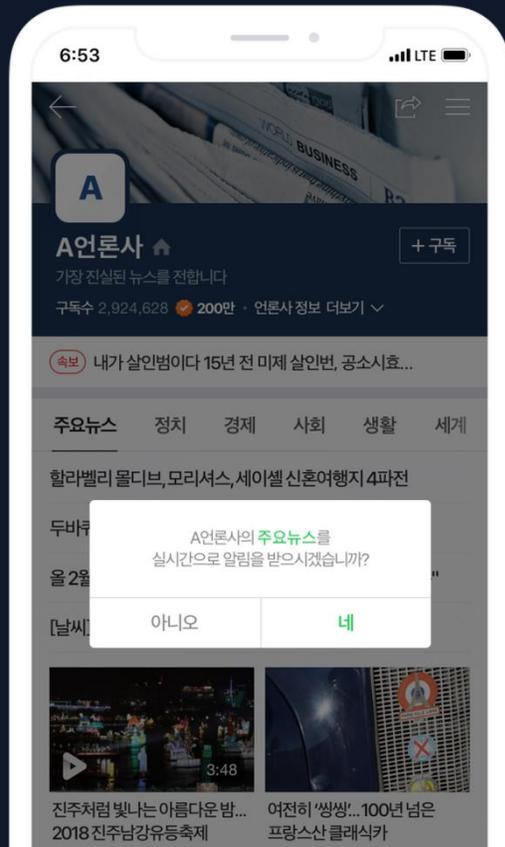


댓글 정책관리

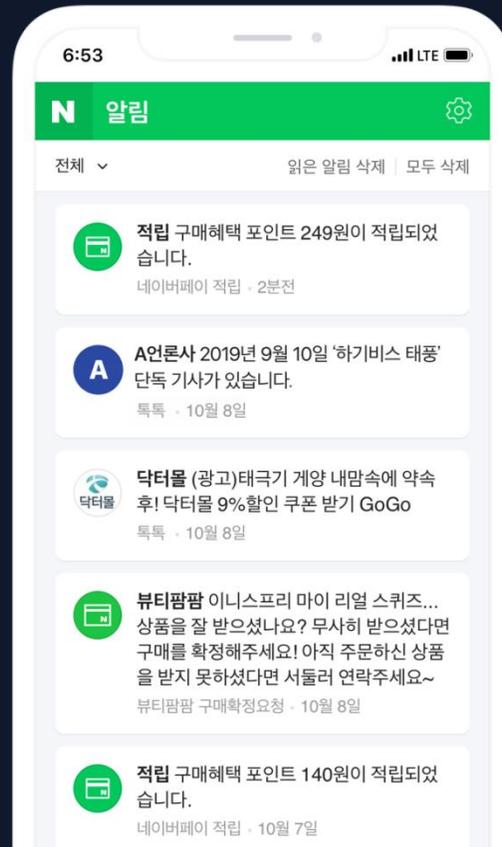


# 소통 툴을 이용해 구독자를 대상으로 알림을 주고 제보를 받을 수 있는 기능을 제공합니다

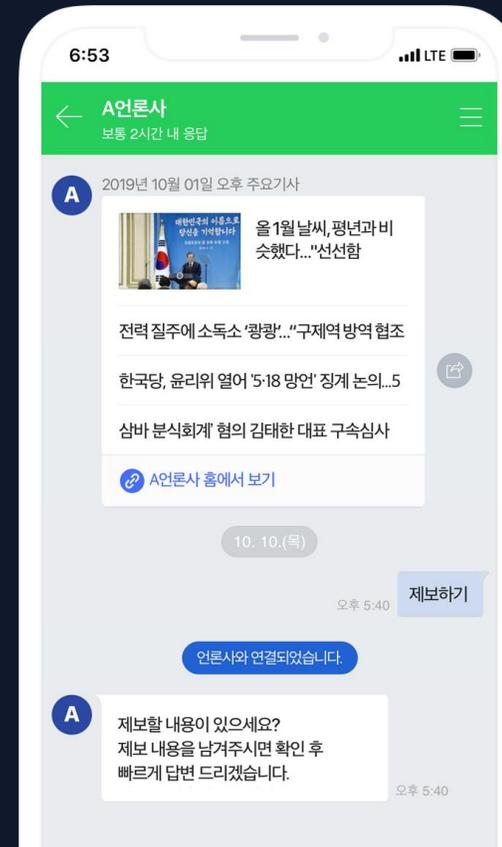
알림 동의



콘텐츠 알림

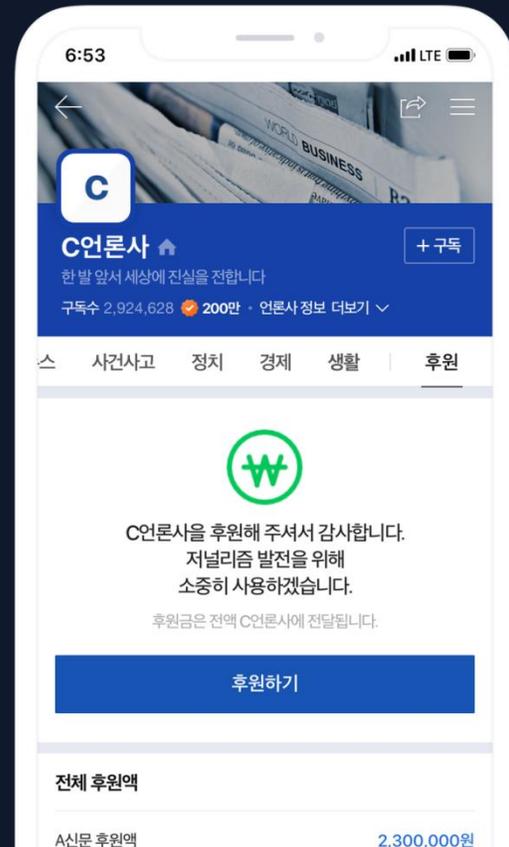


제보하기 기능

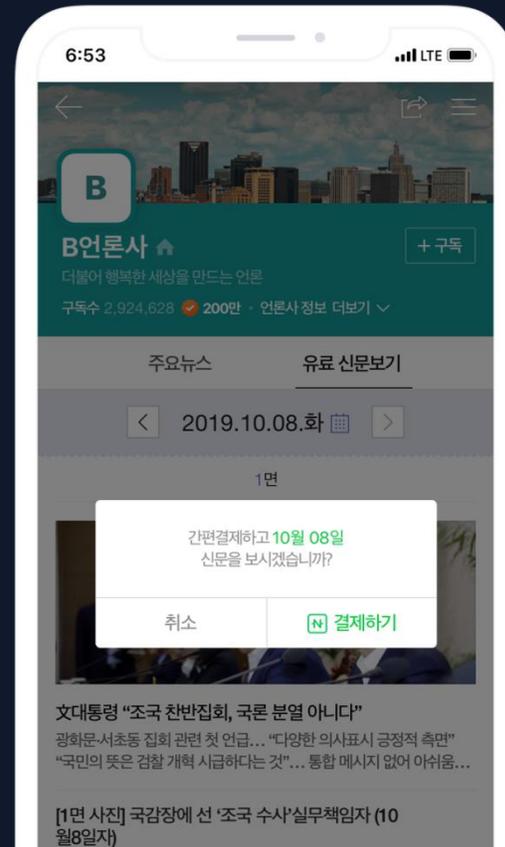


# 사용자 후원 및 유료 결제 시스템도 희망하는 언론사 중심으로 베타 테스트를 할 예정입니다

후원



결제 지원



통계 툴은 매체 니즈에 따라  
심화된 데이터를 보강해 더욱 스마트하게 바꾸어 나가겠습니다

네이버는 2016년부터 미디어 통계시스템 'INSIGHT'을 통해  
사용자의 소비 패턴을 확인하고 분석할 수 있도록  
4개 영역 42종의 지표/데이터를 제공하고 있습니다

콘텐츠 통계  
21종

언론사 편집 통계  
9종

뉴스스탠드 통계  
8종

뉴스 검색 통계  
4종

콘텐츠 소비 지표 (조회수, 클릭수, 방문자수, 유입 경로, 클릭 순위 등)

사용자 데모

사용자 반응

구독 분석

기자 페이지 분석

# 통계시스템 지표에 대한 언론사 의견을 들어 봤습니다

## “이런 점은 **유용하고 도움**이 되고 있어요 ”

**다양한 종류의 데이터**를 제공하고 있어 활용하기 좋아요

**항목별로 구분이 명확**해 직관적이고 일목요연하게 살펴볼 수 있어요

**과거 기사**들도 건별 구체적 통계를 확인할 수 있습니다

인링크 지표와 비교해볼 수 있는 **뉴스 검색 지표** 정말 유용해요

전체 언론사와 평균 데이터를 통해 **우리 언론사 위치분석**이 가능해요

# 통계시스템 지표에 대한 언론사 의견을 들어 봤습니다

## "이런 점은 **부족하고 개선이 필요**해요"

다양한 **지표**를 **실시간**으로 확인하고 싶어요

증감 비율이 아닌 **절대 수치**로 제공되면 분석에 효율적일 것 같아요

**주요 순위**를 30위까지만 제공하여 아쉬운 부분이 있습니다

전체 언론사 평균 외에도 **유사 매체의 평균**도 비교해보고 싶어요

**원하는 기간**으로 설정하여 데이터를 확인하고 싶어요

통계시스템 접속 계정 및 관리가 **좀 더 쉬웠으면** 좋겠어요

먼저 **동영상 콘텐츠**에 대한 이용 분석이 가능하도록  
관련 지표가 추가 될 예정입니다

## 라이브

—  
생중계 지표  
사용자 반응

## 재생수

—  
누적 재생수  
실시간 재생수 순위

## 사용자 분석

—  
성별·연령별  
사용자 분포

또한 사용자들이 주목한 기사를 파악할 수 있도록  
열독률 지표를 제공할 예정입니다



기사 본문

정성적  
지표 세분화



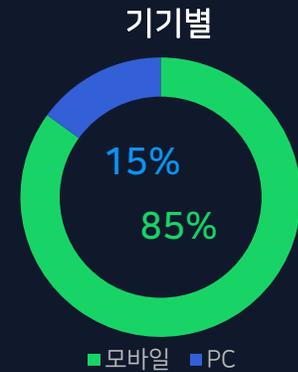
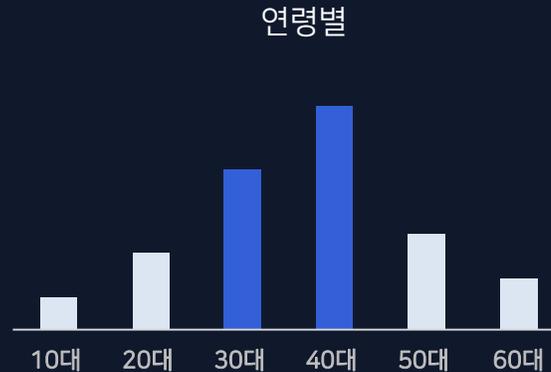
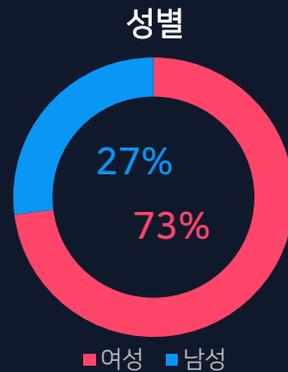
사용자가 기사 본문을 소비하는 의미 있는 지표 요소 발굴해  
기사 열독 정도를 지수화 하는 모델링 검토중

# 지표 변화의 흐름을 효과적으로 분석할 수 있도록 월별 자동 리포트를 제공하겠습니다

기사소비지표



사용자분석



## SESSION 3

# 비즈니스 툴

앞선 세션에서 말씀드린 것처럼

네이버뉴스는 언론사와 사용자를 연결하는  
플랫폼 본연의 모습으로 변화하고 있습니다

이러한 서비스 변화에 맞춰  
새로운 비즈니스 툴을 도입하고자 합니다

언론사와 네이버의 **지속가능한 성장**을 위한  
**새로운 비즈니스 툴**을 소개하고자 합니다

# 새로운 비즈니스 톨의 핵심은 다음과 같습니다

재원

뉴스에서 발생한  
광고 수익은  
모두 언론사에 제공합니다

배분

사용자의 구독과  
로열티에 따라  
광고수익이 배분됩니다

# 5가지 항목으로 나눠 설명 드리겠습니다

1 | **재원 변화**

2 | **배분 방식** 고려대 김성철교수님 연구 발표

3 | **매체 유형별 시뮬레이션**

4 | **신규 수익영역 추가**

5 | **실금검 Not good 팩터 적용**

## 1 | 자원 변화

메인 언론사 편집판 / MY뉴스판 광고 수익까지  
뉴스 기반의 광고 수익 전액을 재원으로 제공합니다

2017년 4분기부터 도입한 **플러스프로그램** 모델은  
**크게 4가지** **재원**으로 운영되어 왔습니다

**현재**

4. 기사본문 광고

3. 언론사홈 광고

2. 구독펀드

1. 전재료 MG

---

# 새로운 비즈니스 틀에서 재원을 구성하는 4개 광고 영역은 아래와 같습니다

현재	신규	
4. 기사본문 광고	4. 기사본문 광고	유지
3. 언론사홈 광고	3. 언론사홈 광고	
2. 구독펀드	2. MY뉴스판 광고	NEW
1. 전재료 MG	1. 언론사 편집판 광고	

# 4개 영역은 크게 언론사 공통, 개별 영역으로 나뉩니다

## 공통영역

## 개별영역

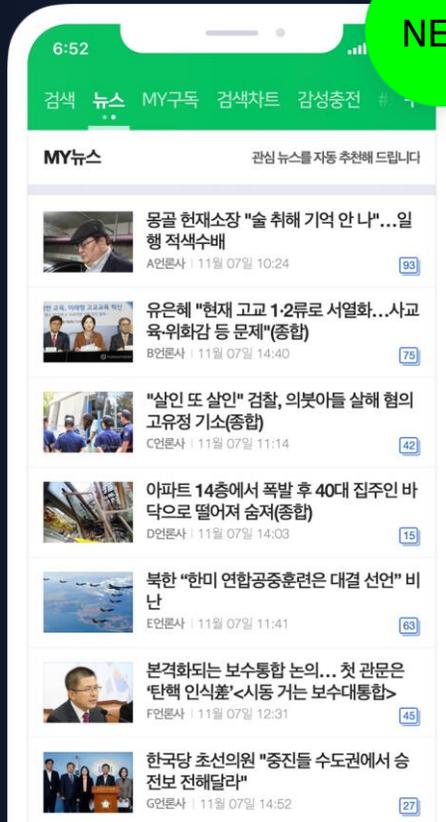
### 1. 메인 언론사 편집판

NEW



### 2. 메인 MY 뉴스판

NEW



### 3. 언론사 홈

유지



### 4. 기사 본문

유지



# 언론사홈과 기사본문은 언론사 개별 영역입니다

## 기존대로 **트래픽에 따라** 수익이 배분됩니다

공통영역

개별영역

1. 메인언론사편집판

2. 메인MY뉴스판

3. 언론사홈

4. 기사본문



트래픽  
기준

# 추가되는 메인 2개판 광고 수익 영역은 언론사별 배분 기준이 필요합니다

공통영역

개별영역

1. 메인 언론사 편집판

2. 메인 MY 뉴스판

3. 언론사 홈

4. 기사 본문



NEW



NEW

배분공식  
필요

유지



유지



## 2 | 배분 방식

전체 광고수익 재원은  
사용자 구독과 로열티에 의해서 배분됩니다

# 언론사 공통 영역 배분 공식

배분 공식은 투명성과 객관성을 확보하기 위해  
네이버가 자체적으로 정하지 않고 외부 연구진에 의뢰하였습니다

연구팀

김성철 고려대 교수· 남찬기 KAIST 교수

연구기간

2018년 9월 ~ 2019년 10월

배분 공식의 도출 배경 및 자세한 내용에 대해  
연구진이 직접 설명 드리겠습니다

# 세 가지 중요한 질문으로 시작합니다

1. 무엇을 배분할 것인가? (What to share?)

**네이버가 정하고 갈 사항**

2. 얼마나 배분할 것인가? (How much to share?)

3. 어떻게 배분할 것인가? (How to share?)

**이번 연구의 주제**

# 각 언론사별 기여도를 산출할 수 있는 기준이 필요합니다

## 그 속성은 아래와 같습니다

1

### 측정 가능성

이론적/개념적으로 고려할 수 있는 지표 가운데 실제 측정 가능한 지표 선택

2

### 객관성

단일 지표만을 사용할 경우 대표성에 대한 의문 제기  
다양한 지표 가운데 복수 지표를 선정하여 가중치를 부여하여 기여도 계산

3

### 가용성

가능한 한 기준이 단순 명료하고 계산할 때 복잡하지 않아야 함

# 각 언론사의 기여도는 양적 질적 측면을 모두 고려합니다

Kaplan & Norton이

1992년 제시한

**BSC**

(Balanced Scorecard, 균형 성과표)

**개념을** 적용합니다

성과를 균형적으로 평가할 수 있는

**핵심성과지표**

(KPI: Key Performance Index)를

선정하여 해당 기준에 따라

언론사별 성과를 평가합니다

# ICT 플랫폼/콘텐츠서비스 사업자의 유사 사례도 조사했습니다

사업자	주요지표
유튜브	시청시간
	구독자수
페이스북 라이브	팔로워수
	시청자수
카카오 TV	시청자수
	조회수
	카테고리 특성 및 독창성
	대중적 관심도
	콘텐츠의 퀄리티

사업자	주요지표
애플뉴스앱	기사 시청시간
	콘텐츠
트위치 TV	평균 동시 시청자 수
	생방송 빈도 및 일정
라이브 365 (미국 인터넷 라디오 플랫폼)	광고 노출 비율

# 먼저, 유사 사례와 네이버 기존 플러스프로그램을 참조하여 4가지 팩터를 선정했습니다

## 양적 팩터

해당언론사기사페이지  
유니크사용자수

사용자가  
기사를 열람한 횟수

**순방문자수**

선호하는  
사용자 규모

**조회수**

사용자가 읽은  
기사량

## 질적 팩터

전주대비  
이번주 방문한  
사용자수

해당언론사의기사중  
100회 이상  
소비된기사수

**사용자  
충성도**

재방문하는  
사용자 규모

**유효  
소비기사수**

실제 의미 있게  
소비되는 기사수

그리고 **전략적 지표로 구독자수 팩터 2개를 추가**했습니다  
 미디어도 일종의 'Fan Business'이며,  
 결국 충성 고객집단의 확보와 유지가 중요합니다



그래서 6개 팩터를 활용한 광고 수익 배분 공식은 다음과 같습니다



기본 팩터 : 전략적 팩터 = 70 : 30

## 이번 연구의 의의와 제언은 아래와 같습니다

생태계 내 수익배분 문제는 언제나 뜨거운 감자이지만  
유독 우리 미디어 산업에서는 이를 둘러싼 갈등이 심각합니다

동상이몽 상황에서 힘겨루기만을 반복한다면  
뉴스 생태계의 발전은 요원할 것입니다

이번 연구는 언론사와 포털이 상생할 수 있는 환경을 조성하여  
언론사들이 노력하면 더 큰 성과를 얻을 수 있게 하는데 있습니다

## 이번 연구의 의의와 제언은 아래와 같습니다

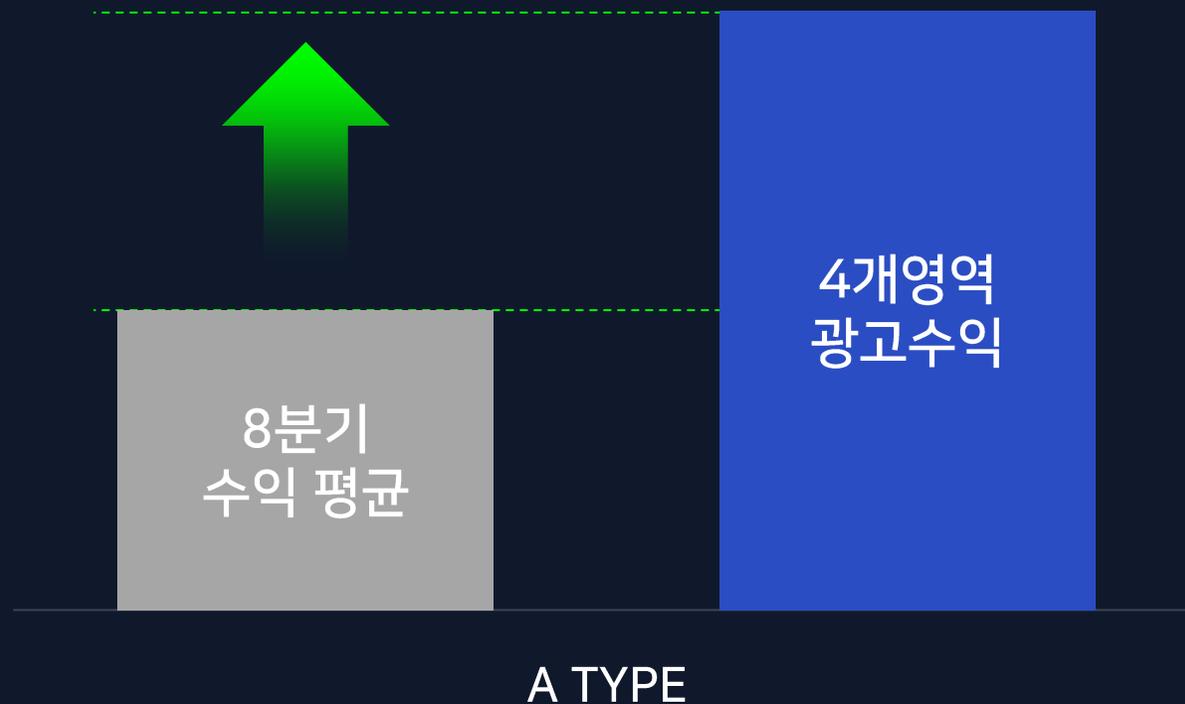
이번 연구가 제시한 배분기준이 완벽하지는 않지만  
측정 가능하고, 객관적이며, 적용이 가능하다는 측면에서  
진일보한 것이라고 생각합니다

향후 분기, 반기, 또는 연간으로  
배분기준의 적용결과를 분석하고 환경의 변화를 반영하여  
배분기준을 업그레이드하는 노력을 지속해야 할 것입니다

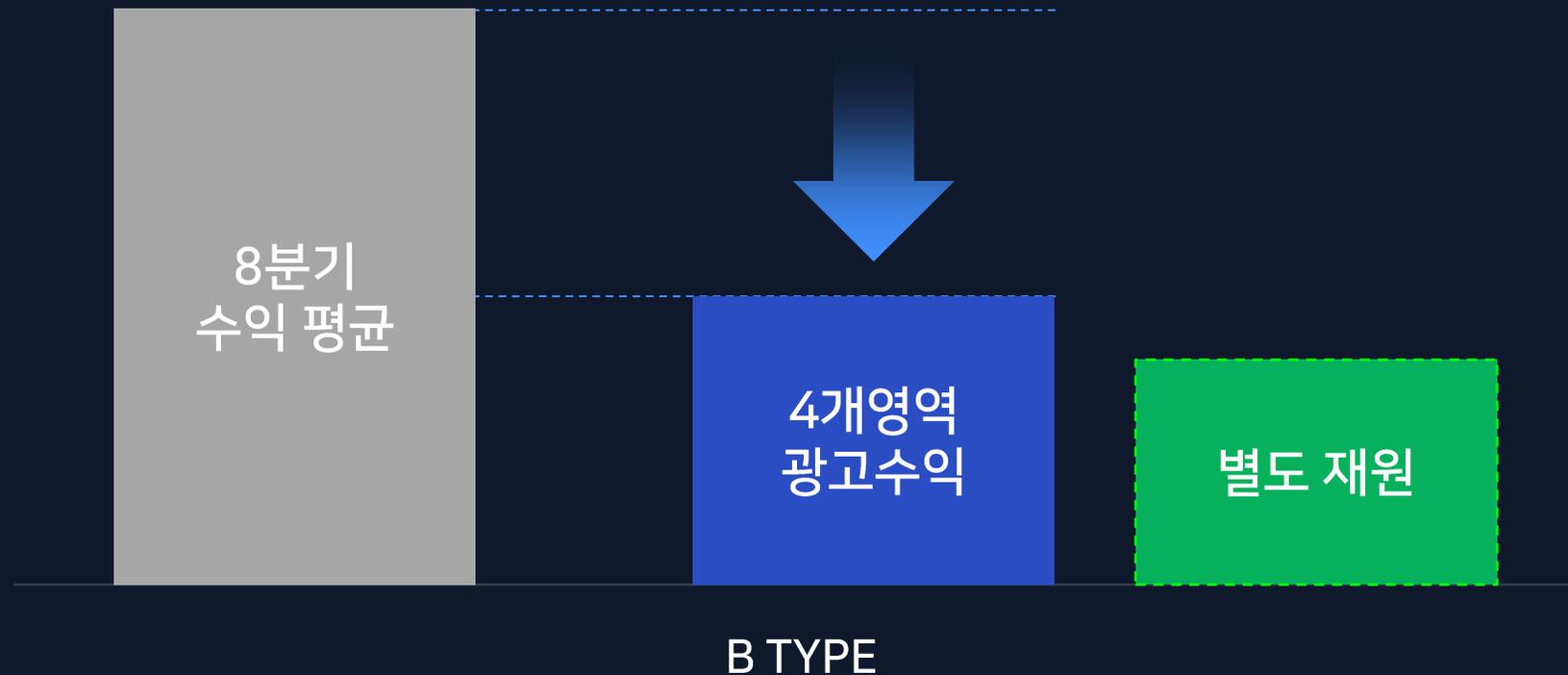
### 3 | 매체 유형별 시뮬레이션

새로운 수익모델이 적용되면 크게 2가지 유형으로 나뉩니다

A TYPE 매체는  
기존 수익 대비 신규 모델에서 **수익이 증가**할 수 있습니다  
이 경우, 증가분만큼 수익이 늘어납니다



B TYPE 매체는  
기존 수익 대비 신규 모델에서 **수익이 감소**할 수 있습니다  
이 경우 **3년간** 별도 출연한 재원으로 보전합니다  
현재보다 수익이 감소하지는 않습니다

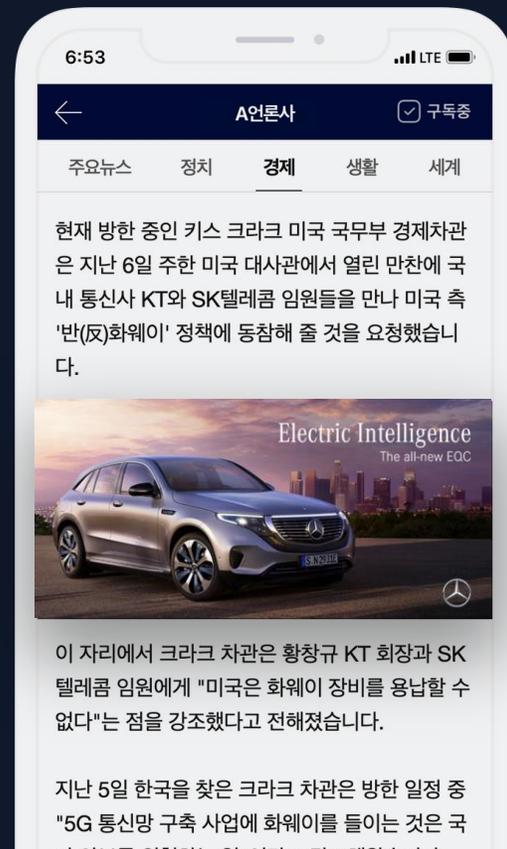


#### 4 | 신규 수익 영역 추가

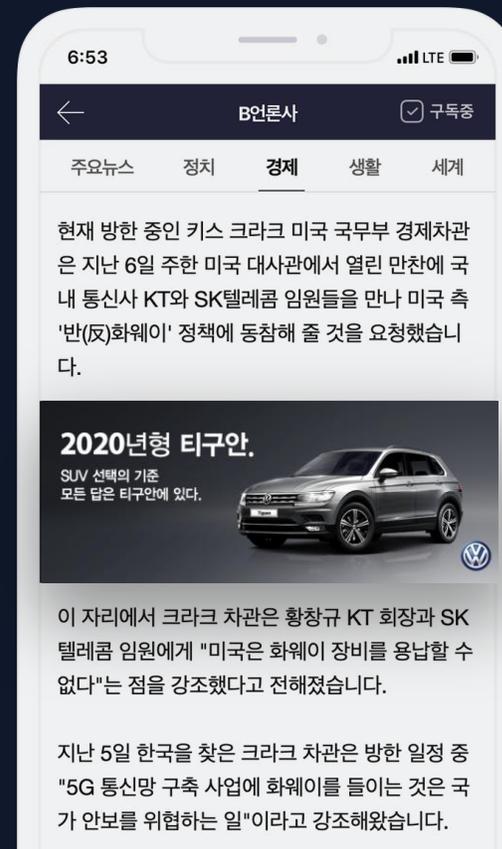
앞으로 광고 수익이 양적, 질적으로  
더욱 성장할 수 있도록 함께 노력하겠습니다

# 내년 2분기부터 기사본문 중간광고를 도입합니다 기존 기사본문 하단광고 이상의 효과가 예상됩니다

720 X 300



720 X 240



# 개별 언론사 광고 영역은 언론사 직접 영업도 가능해집니다 (네이버 광고플랫폼과 가이드 적용을 전제로 합니다)

언론사 홈

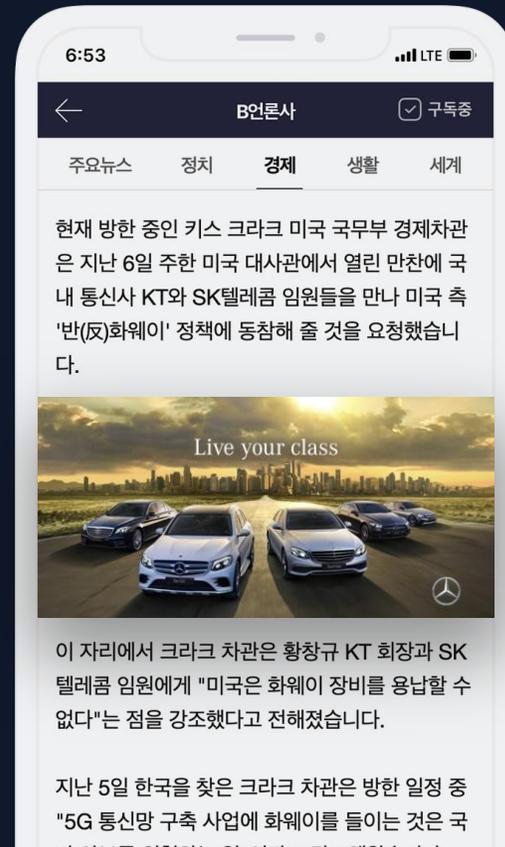


기사 본문

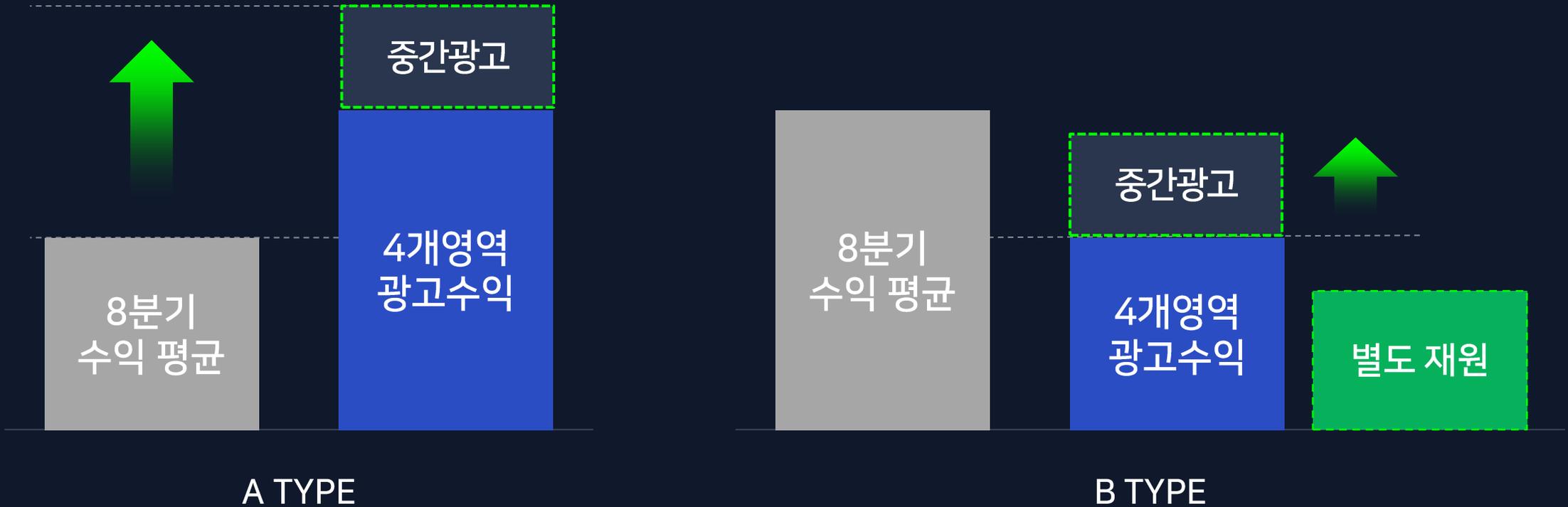


※ 세부가이드는 매체별 협의 예정

# 언론사 직접 광고 영업에 맞춰 언론사 특성에 맞는 새로운 광고 상품을 함께 고민하겠습니다



# 기사본문 중간광고가 도입되면 앞서 말한 A, B TYPE 매체 모두 수익이 추가됩니다



## 5 | 실금검 Not good 팩터 적용

실금검만을 대응하기 위해 작성된  
기사에 한해 Not good 팩터를 적용합니다

수익배분을 위해 정량적 지표를 활용하다 보니  
실금검 관련 저품질 기사 작성 등 어뷰징에 대한 우려가 많습니다

이를 고려해 '실금검 Not good 팩터' 를 도입합니다

# 현재 네이버 뉴스검색 알고리즘에 적용된 저품질 문서 팩터를 활용합니다

'개선되는 네이버 뉴스 검색 모델을 소개합니다'

오로지 그 클릭을 얻기 위한 목적으로 생성되는 어뷰징 기사가  
대량 유입되고 있습니다

네이버 뉴스 검색 알고리즘에서는 이런 이슈 검색어를 노린  
어뷰징 문서의 생산 추이를 감지하고 그것을 검색에 반영하고 있습니다

**'실금검 Not good 팩터'** 는  
뉴스검색에 적용되고 있는 알고리즘에 기반합니다  
현재 정기적으로 유형을 파악하여 업데이트 하고 있습니다

실금검 대응  
키워드기사

비정상적  
작성 시간

가십성 기사

특정 패턴

...

NG 팩터 스코어에 비례해  
전체 광고 수익에서 디스카운트 룰을 적용합니다

2020에는 스마트 미디어 스튜디오 프로젝트와 함께  
네이버 뉴스가 스마트한 **도구를 제공**하는데 집중하겠습니다

# 적용 일정 (2020년 2분기)

2020년 2월 중

● 새로운 온라인 약관 시스템 오픈

~ 3월 31일

● 제휴사별 온라인 약관 동의 진행

4월 1일 0시

● 새로운 비즈니스 수익 톨 적용

7월 2주

● 2020년 2분기 정산 결과 오픈

7월 3주

● 2020년 2분기 정산 지급

**감사합니다**