



포트폴리오

프로젝트 1. YouTube 콘텐츠 성과 판단 기준 재정의

- 🔗 Live Demo (Streamlit)
→ <https://yt-trend-xxx.streamlit.app>
- 🔗 GitHub Repository
→ <https://github.com/BANSEOK-KANG1/yt-trend>

프로젝트 개요

본 프로젝트는 유튜브 콘텐츠 성과를 조회수 중심이 아닌 사용자 반응 관점에서 해석하기 위해 진행한 분석이다.

조회수는 노출의 결과일 뿐, 실제 사용자의 몰입이나 만족을 충분히 설명하지 못한다고 판단했고, 이에 따라 **참여율(ER = 좋아요 + 댓글 / 조회수)**을 핵심 지표로 설정했다.

목표는 콘텐츠 제목·설명 키워드와 사용자 반응 간의 관계를 분석해

어떤 콘텐츠가 실제 반응을 이끌어내는지 판단 기준을 재정의하는 것이었다.

문제 정의

- 조회수가 높은 콘텐츠가 항상 사용자 반응이 좋은 것은 아니다
- 자극적인 제목은 클릭을 유도할 수 있으나, 참여로 이어지는지는 별도의 문제다
- 콘텐츠 성과를 판단할 일관된 KPI 기준이 부재하다

이 프로젝트는

“어떤 콘텐츠가 사용자에게 실제 반응을 이끌어내는가?”라는 질문에서 출발했다.

접근 방식

1) 핵심 지표 재정의

- 조회수(View Count)를 성과 지표에서 제외
- 참여율(ER)을 주요 KPI로 설정해 반응의 질에 집중

2) 데이터 수집

- YouTube Data API 활용
- 키워드·기간·지역별 영상 데이터 수집
- 제목, 설명, 조회수, 좋아요, 댓글 등 메타데이터 확보

3) 분석 및 시각화

- 제목·설명 텍스트 토큰화 후 키워드 빈도 분석
- 워드클라우드로 반복 키워드 시각화
- 조회수 대비 참여율 분포를 통해 콘텐츠 유형별 반응 차이 확인

핵심 인사이트

1. 조회수 상위 콘텐츠 ≠ 참여율 상위 콘텐츠

조회수는 높지만 참여율이 낮은 콘텐츠가 다수 확인되었으며,
반대로 조회수는 중간 수준이지만 참여율이 높은 콘텐츠도 존재했다.

2. 자극적인 키워드는 클릭에는 유리하지만 반응에는 불안정하다

강한 표현의 키워드는 조회수 편차가 컼고,
참여율 측면에서는 일관된 우위를 보이지 않았다.

3. 맥락을 설명하는 키워드 조합이 더 안정적인 반응을 만든다

'하루', '과정', '루틴' 등 흐름을 설명하는 키워드가
참여율이 높은 콘텐츠에서 반복적으로 등장했다.

4. 참여율이 높은 콘텐츠는 반응의 분산이 낮다

일시적 바이럴보다, 댓글과 반응이 일정하게 유지되는 콘텐츠가
장기적으로 더 의미 있는 성과를 만든다고 판단했다.

PM 관점 해석

이 프로젝트를 통해

- 무엇을 성과로 볼 것인가(KPI 정의)
- 어떤 지표가 실제 사용자 행동을 설명하는가

- 단기 반응과 장기 반응을 어떻게 구분할 것인가

를 구조적으로 다루는 연습을 했다.

이는 게임이나 모바일 서비스에서

UA, Retention, LTV를 해석하고 A/B 테스트 가설을 세우는 과정과

유사한 문제 구조를 가진다고 생각한다.

실행 관점 판단

실제 서비스 환경이라면,

참여율(ER) 기준 상위 키워드 조합을 중심으로

제목 구조와 썸네일 메시지를 분리한 A/B 테스트를 우선 제안했을 것이다.

이는 클릭 유도 요소와

실제 사용자 반응을 유도하는 요소를 구분해 검증하기 위한 판단이었다.

한 줄 요약

이 프로젝트는 데이터를 통해 성과 판단 기준을 재정의하고,

사용자 반응을 중심으로 의사결정을 구조화한 PM 관점의 분석 프로젝트다.

프로젝트 2. 트렌드 지수–리뷰 평점 관계 분석

-  GitHub Repository (분석 코드 + README)
→ <https://github.com/.../trend-review-analysis>
-  Dataset (CSV)
→ 같은 GitHub repo 안에 `/data` 폴더로 포함

프로젝트 개요

본 프로젝트는 **약 13만 건의 리뷰 데이터**와

주별 트렌드 지수 데이터를 활용해

외부 수요 변화가 사용자 경험(리뷰 평점)에 미치는 영향을 분석했다.

단순 상관관계 도출이 아니라,

언제, 어떤 조건에서, 왜 평점이 하락하는지를 규명하고

기능 추가가 아닌 **경험 구조 조정** 관점의 인사이트를 도출하는 데 목적이 있다.

핵심 결과 요약

- 주별 트렌드 지수와 리뷰 평점 간 **중간 수준의 음의 상관관계(-0.441)** 확인
- 수요가 급증한 시점에서 평점 하락이 두드러짐
- 리뷰 수 급증 구간에서 평균 평점이 장기간 낮게 유지되는 패턴 관찰
- 계절 분석 결과, 겨울철이 상대적으로 안정적인 평점 분포를 보임

이 결과는

수요 증가가 항상 긍정적인 사용자 경험으로 이어지지 않음을 시사한다.

PM으로서의 핵심

- 수요 증가는 항상 좋은 신호가 아니다
- 지표는 단독으로 보면 착시를 만든다
- 문제 해결의 핵심은

“무엇을 더 만들 것인가”가 아니라

“사용자가 언제 무엇을 먼저 경험하게 할 것인가”였다