



# 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 관점**에서 해석하기 위해 진행한 분석이다.

조회수만으로는 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 기준**이 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 컸고,  
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 테스트**를 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 프로젝트**다.

---

## 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 데이터**를 활용해

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

단순 상관관계 도출이 아니라,

**언제, 어떤 조건에서, 왜 평점이 하락하는지**를 규명하고

기능 추가가 아닌 **경험 구조 조정 관점의 인사이트**를 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 학습

- 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