

포트리스 사가 소프트 런칭 데이터 분석 결과 정리

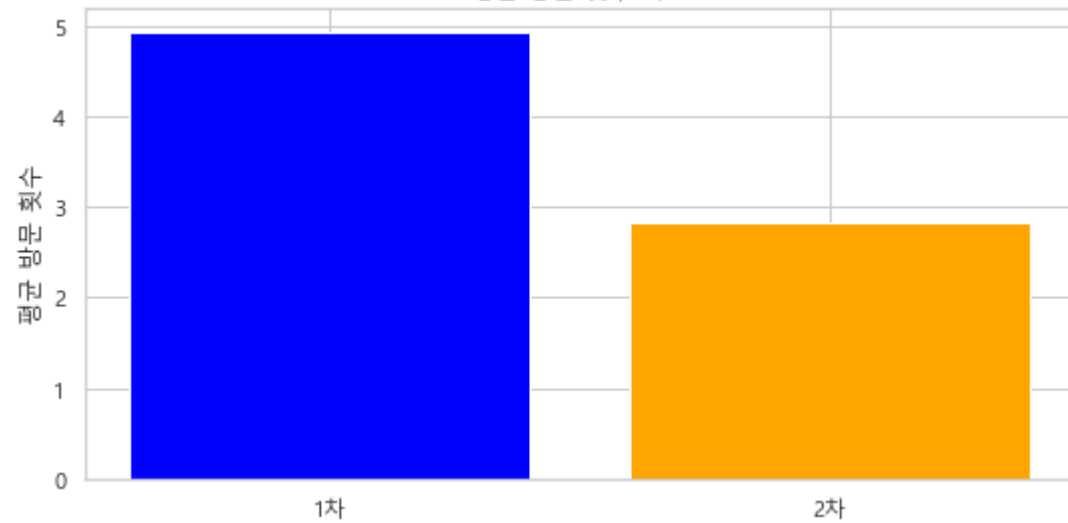
1차(2023-04-20 ~ 2023-05-05) 및 2차(2023-06-03 ~ 2023-06-20) 소프트 런칭 데이터를 기반으로 도출한 주요 분석 결과와 인사이트 정리

1. 신규 가입자
2. 총 방문 횟수
3. 평균 방문 횟수
4. D1
5. D7

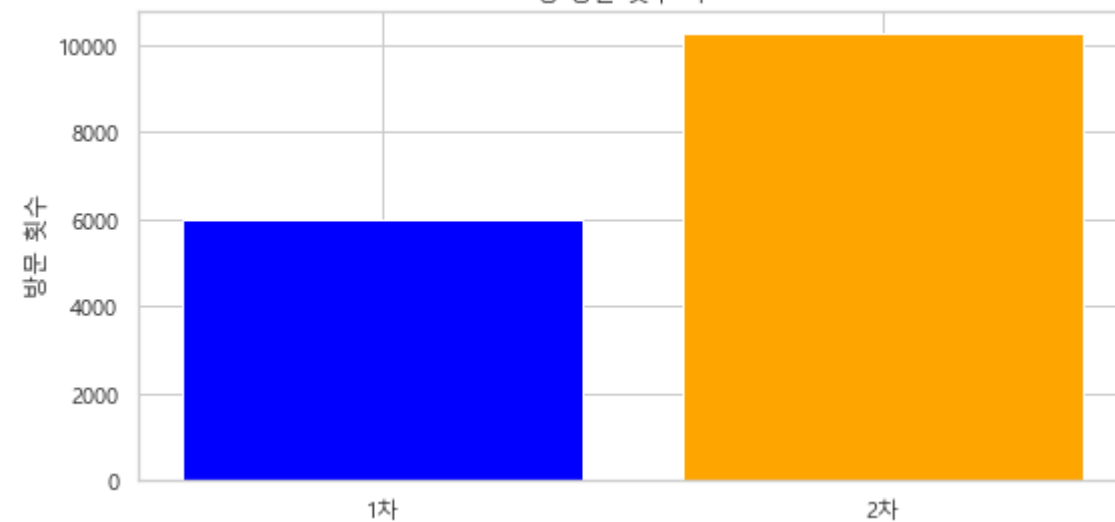
그 외 인사이트

1. 유저 방문 빈도 분포
2. 국가별 신규 유저 수
3. 국가별 총 방문 횟수
4. 전투력과 스테이지 클리어 성공률
5. 플레이 시간 및 과금 패턴
6. 유저 행동 및 방문 패턴

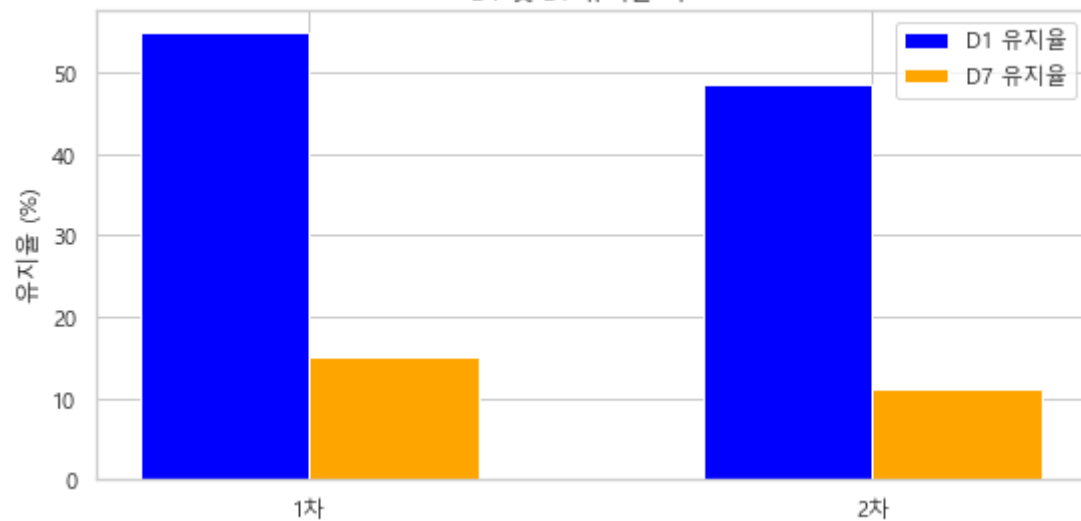
평균 방문 횟수 비교



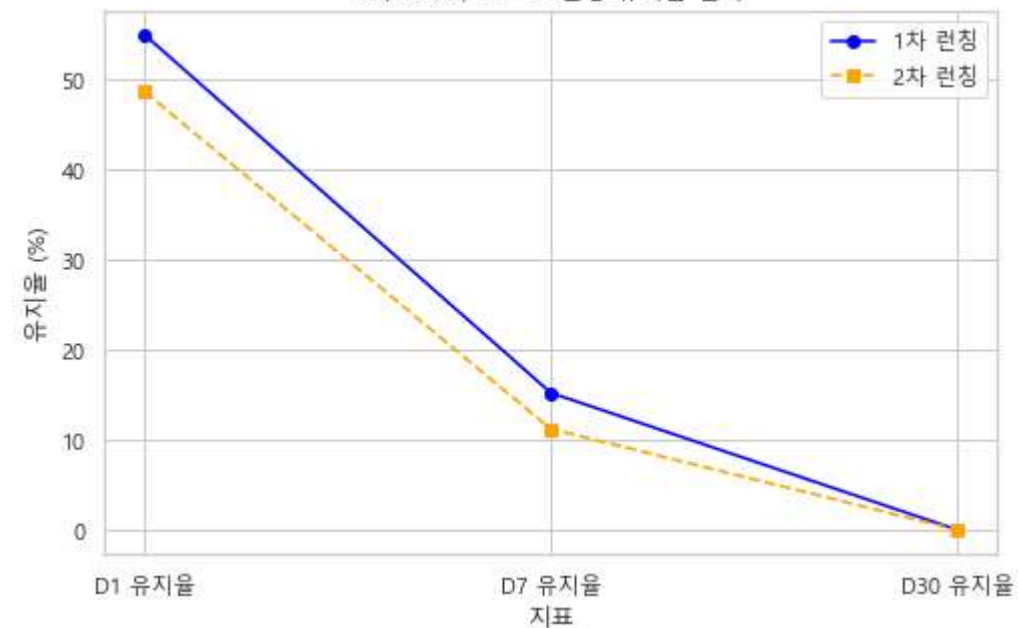
총 방문 횟수 비교



D1 및 D7 유지율 비교

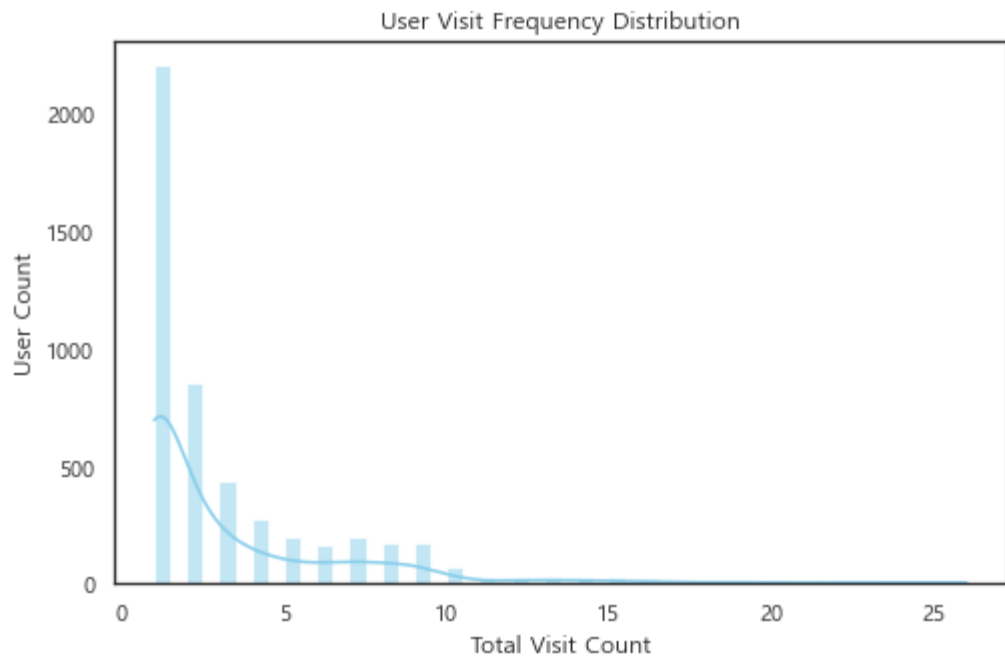


1차 vs 2차 소프트 런칭 유지율 변화



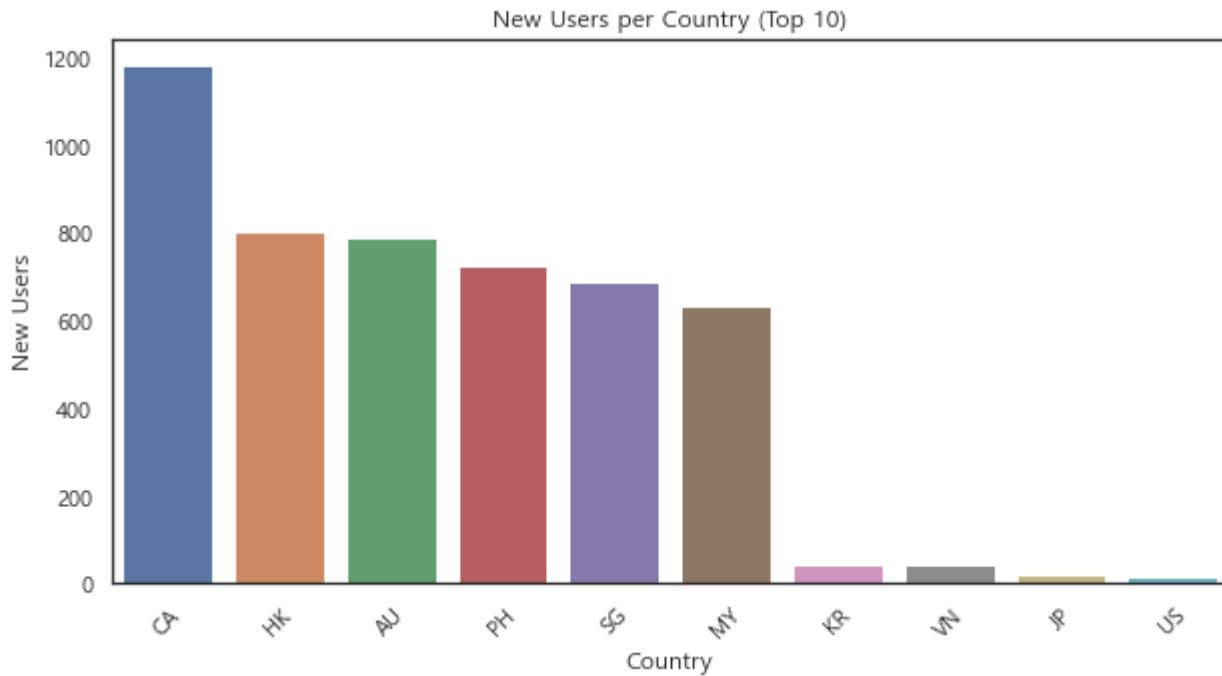
지표	1차 소프트 런칭	2차 소프트 런칭	변화
신규 가입자 수	1,211명	3,638명	▲ 증가 (~3배)
총 방문 횟수	5,990회	10,287회	▲ 증가
평균 방문 횟수	4.95회	2.83회	▼ 감소
D1 유지율	54.91%	48.60%	▼ 감소 (~6.3%)
D7 유지율	15.19%	11.19%	▼ 감소 (~4%)

- 2차 런칭의 신규 가입자는 1차 대비 약 3배 증가.
- 이는 마케팅 강화, 접근성 개선, 타겟 유저층 확대 등의 영향을 받은 것으로 보임.
- 총 방문 횟수는 증가했으나, 평균 방문 횟수는 감소.
- 이는 2차 런칭에서 유입된 유저가 많지만 개별 유저의 참여도는 낮아졌음을 의미.
- D1 유지율과 D7 유지율 모두 감소하였으며, 특히 D7 유지율이 크게 하락.
- 이는 초반 관심을 보이는 유저들이 많지만, 지속적인 플레이를 하지 않고 빠르게 이탈하는 경향이 강해졌음을 나타냄.
- 신규 유저 유입 확대는 성공적이었지만, 유저들의 참여도와 잔존율 감소가 주요 문제점으로 나타남.
- D7 유지율이 낮아진 이유를 심층 분석하고, 지속적인 플레이를 유도할 수 있는 콘텐츠, UX/UI 개선, 보상 설계 등의 개선이 필요함.
- 초기 경험 개선, 게임 내 주요 이탈 지점 분석, 재방문 유도 방안 마련이 필요.



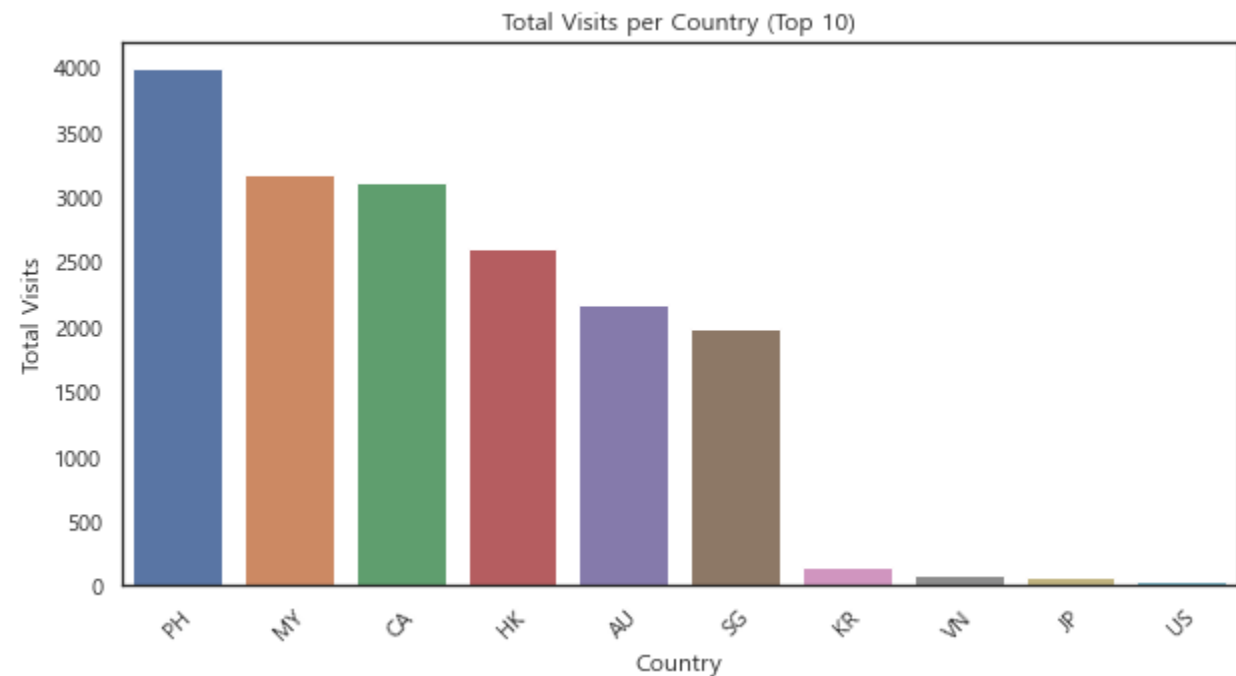
x축: 총 방문 횟수 y축: 사용자 수

- 방문 횟수 1~2회 후 이탈하는 유저가 가장 많음.
- 초반 이탈을 줄이기 위한 **온보딩 개선, 초반 보상 강화** 등의 전략이 필요.
- 방문 횟수 10회 이상인 헤비 유저 비율은 낮지만, 이들의 충성도는 높을 가능성이 큼.
- **VIP 시스템 도입, 지속 접속 보상 이벤트 운영** 등을 고려할 수 있음.



x축: 국가, y축: 신규 유저 수

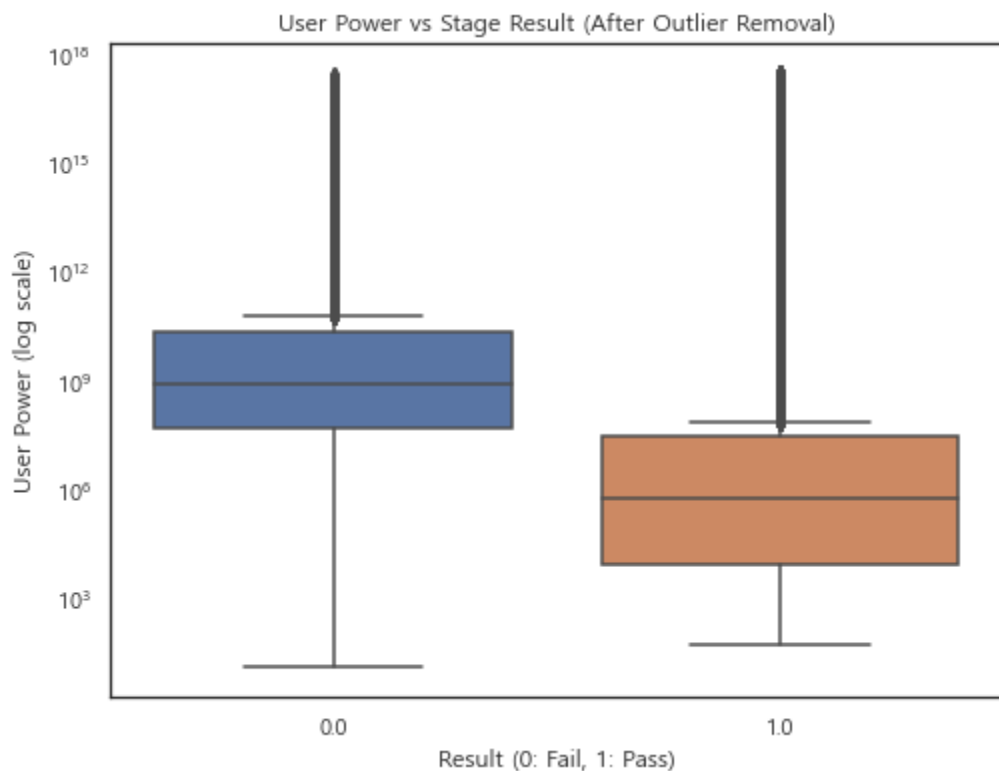
- CA에서 신규 유저가 가장 많았으며, **HK, AU, PH, SG** 순으로 이어짐.
- 해당 지역에서 효과적인 마케팅이 이루어졌거나, 현지화 수준이 높을 가능성이 있음.
- 반면 **JP, US** 등 주요 게임 시장에서의 신규 유저 유입은 상대적으로 적음.
- 현지화가 부족하거나, 해당 시장에 대한 광고/마케팅이 충분하지 않을 가능성이 있음.



x축: 국가, y축: 총 방문 횟수

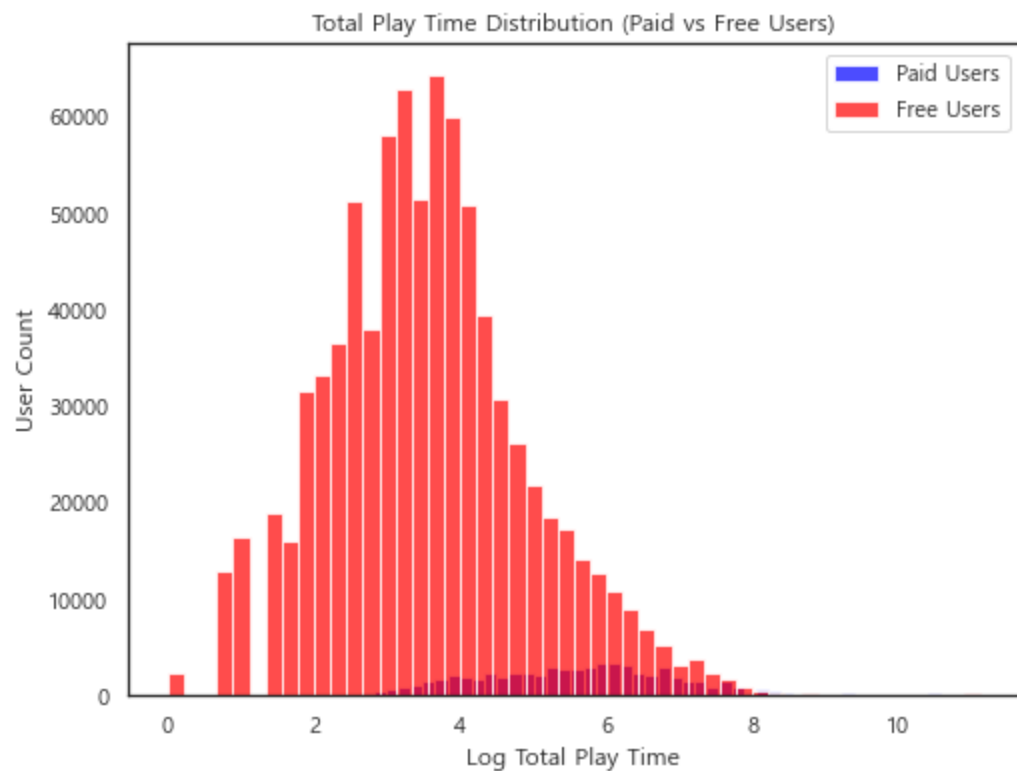
- 신규 유저가 가장 많았던 CA보다 PH이 전체 방문 횟수가 더 많음.
- 이는 PH 유저들의 1인당 방문 횟수가 많거나, 기존 유저가 꾸준히 접속하고 있다는 의미일 수 있음.
- **MY** 역시 신규 유저 비중은 중간 수준이었지만, 총 방문 횟수에서는 상위권을 기록
- 해당 국가 유저들이 게임에 대한 높은 리텐션을 보일 가능성이 있음.

유저 전투력과 스테이지 난이도에 따른 클리어 성공률



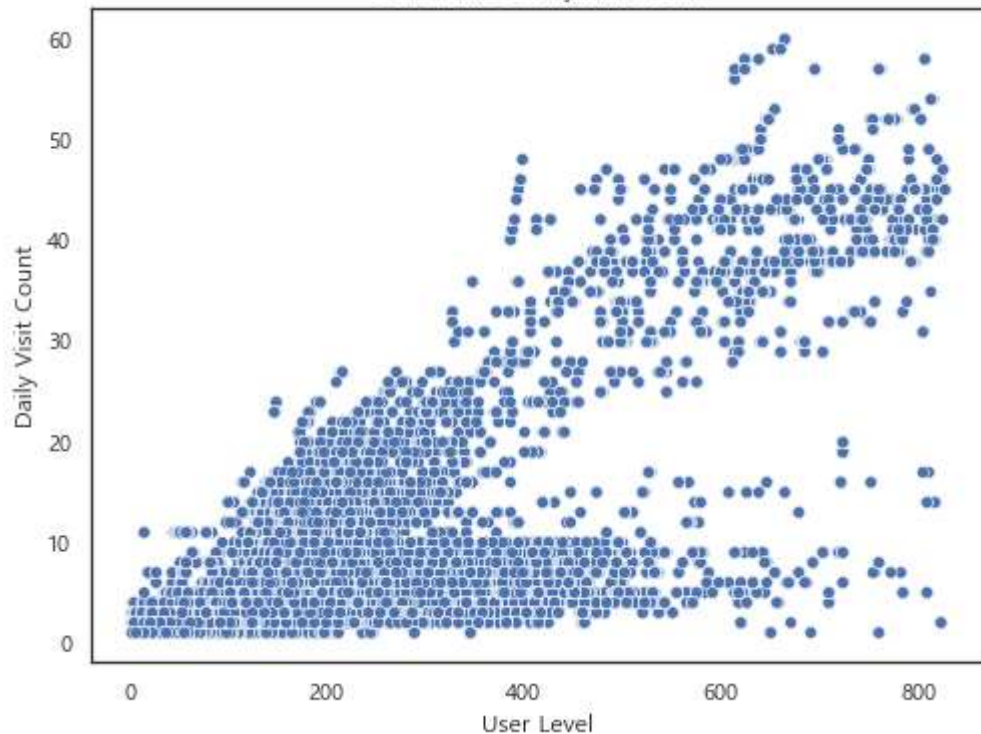
- 일반적으로 높은 전투력을 가진 유저들이 클리어에 성공하는 경향이 뚜렷하지만, 특정 스테이지에서는 전투력이 높아도 실패율이 급격히 증가하는 구간이 존재.
- 난이도 곡선이 불균형하거나, 특정 보스전 등에서 급격한 난이도 스파이크가 발생할 가능성이 있음.
- 클리어율이 극단적으로 낮아지는 스테이지 구간을 집중적으로 분석하여 밸런스 조정 필요.

유료 유저와 무료 유저의 플레이 시간 차이를 비교.



- 전체적으로 무료 유저의 절대 수가 많지만, 유료 유저는 상대적으로 더 긴 플레이 시간을 기록하는 경향이 확인됨.
- 이는 과금 유저가 게임에 대한 몰입도가 높으며, 세션당 체류 시간이 길거나 자주 접속할 가능성을 시사.
- 신규 유저 중 상당수가 빠르게 이탈하는 현상이 있어, 온보딩 경험 개선이 필요

User Level vs Daily Visit Count



- 유저 방문 데이터를 기반으로, 일별 방문 횟수 및 유저 별 총 방문 횟수를 집계하고, 국가별 신규 가입자 및 방문 빈도를 비교함.
- 전반적으로 유저 레벨이 높을수록 일일 방문 횟수가 증가하는 패턴이 관찰되어, 게임 내 성장과 몰입도가 어느 정도 연결된다는 점을 확인함.

추가적으로 진행하면 좋았을 분석

- 유저의 비율을 기준으로 승률을 분석해, 클리어 가능성과의 상관관계를 보다 정밀하게 파악.
- 특정 스테이지별 클리어 소요 시간, 스테이지 중도 포기율 등을 추가 분석하여 난이도 문제의 원인 규명.
- 과금 유저의 접속 빈도, 일별 평균 플레이 시간 분석을 통해 과금과 리텐션의 관계를 세부적으로 파악.
- 방문 횟수에 따른 잔존율 분석을 통해, 몇 회 방문한 유저들이 장기 유저로 전환될 확률이 높은지 확인.
- 방문 횟수와 유저의 평균 플레이 시간/과금 여부와의 상관관계 분석.
- 해당 국가에서의 유저 잔존율 및 과금률 분석
- 유저당 평균 방문 횟수를 국가별로 비교하여 충성도 높은 시장 선별.

더 필요했던 데이터

- **결제 지표 데이터** (ex. ARPPU, ARPU)

데이터 가공 중 어려운 점?

- 이벤트별 파라미터가 많아 전처리 작업이 필요했음
- 데이터 로그를 하나의 컬럼에 여러 파라미터를 담은 형식의 데이터는 처음이라 시행착오가 있었음