

000 게임 업데이트 성과 분석 및 전략 제언

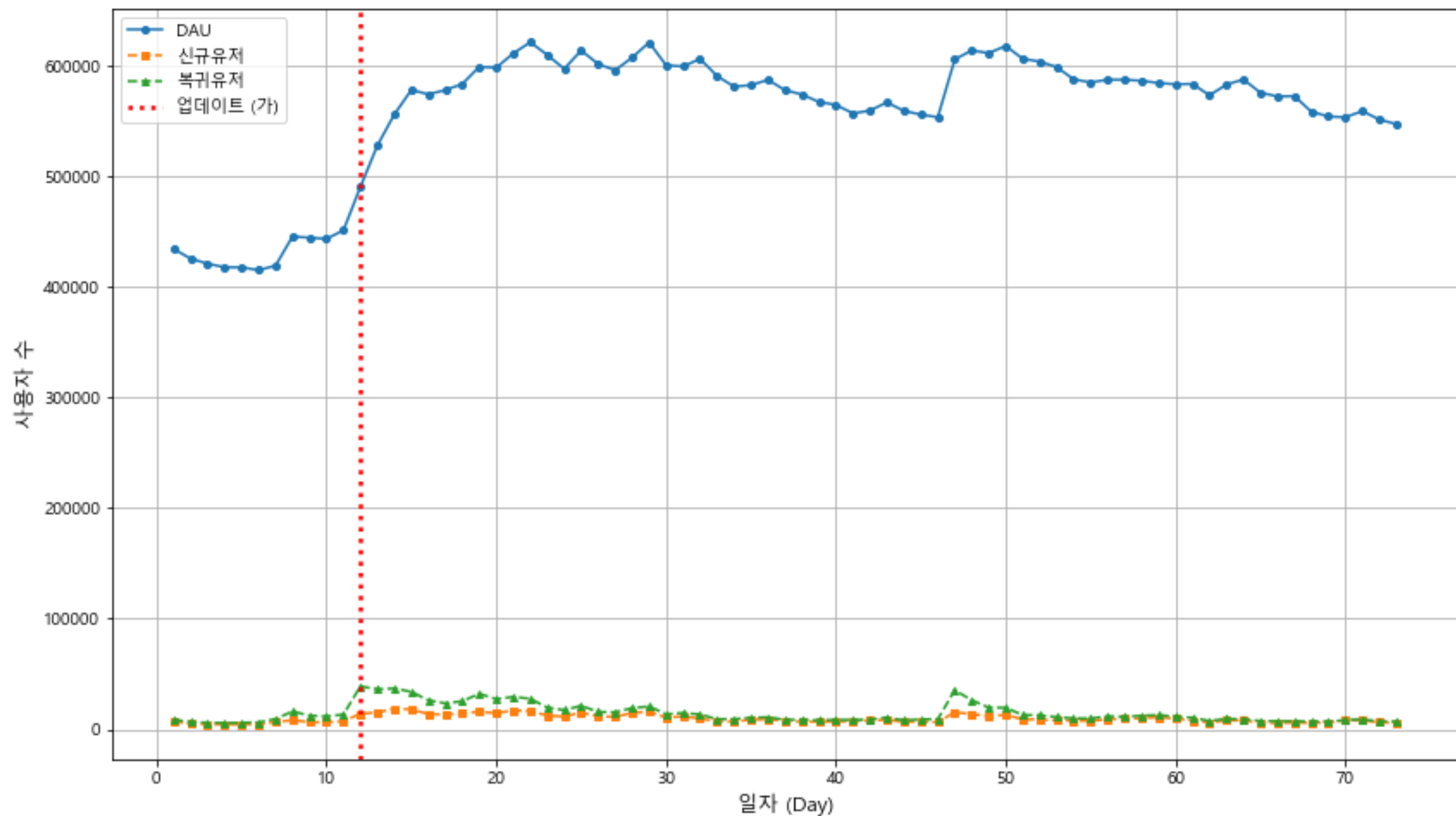
권정민

업데이트 (가) 분석 (D+12)

- 신규/복귀 유저의 대규모 유입을 이끈 업데이트
- 업데이트 직후 **DAU, 신규 유저, 복귀 유저** 수가 크게 증가
- 대규모 콘텐츠 추가 또는 대대적인 신규 이벤트가 동반된 업데이트로 추정

	업데이트 전 (D+5 ~ D+11) 평균	업데이트 후 (D+12 ~ D+18) 평균	증감률
DAU	430,967	557,364	+29.3%
신규 유저	5,689	15,286	+168.7%
복귀 유저	9,907	28,187	+184.5%
총 결제 금액	215,708,007	449,634,034	+108.4%

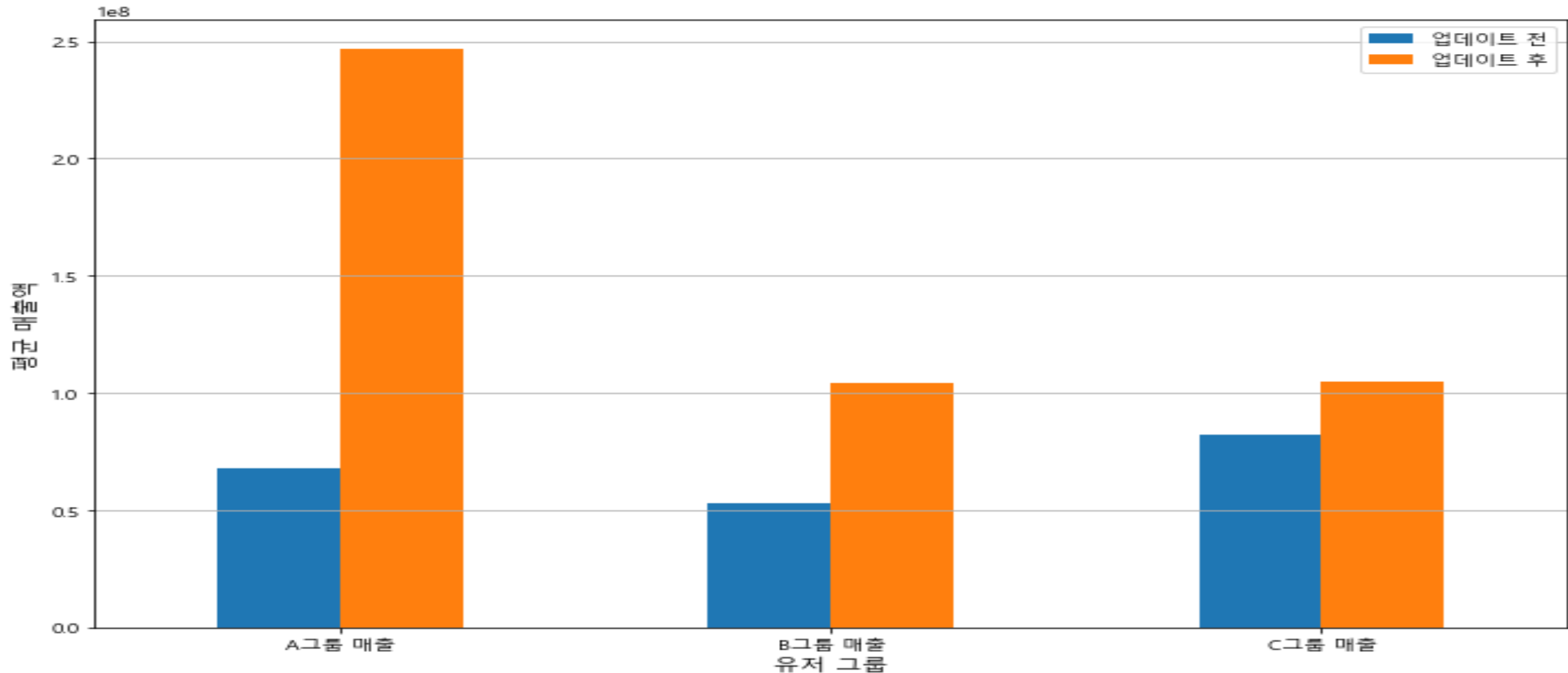
업데이트 (가) 전후 유저 유입 추이



매출 분석

- 모든 그룹의 결제가 증가
- PU(결제 유저) 수가 가장 많은 그룹은 **A그룹의 결제 금액 증가폭(약 +277%)**
- 신규/복귀 유저가 상대적으로 가성비 상품 위주로 구매하며 A그룹에 편입된 것으로 추정

업데이트 (가) 전후 그룹별 평균 매출 비교

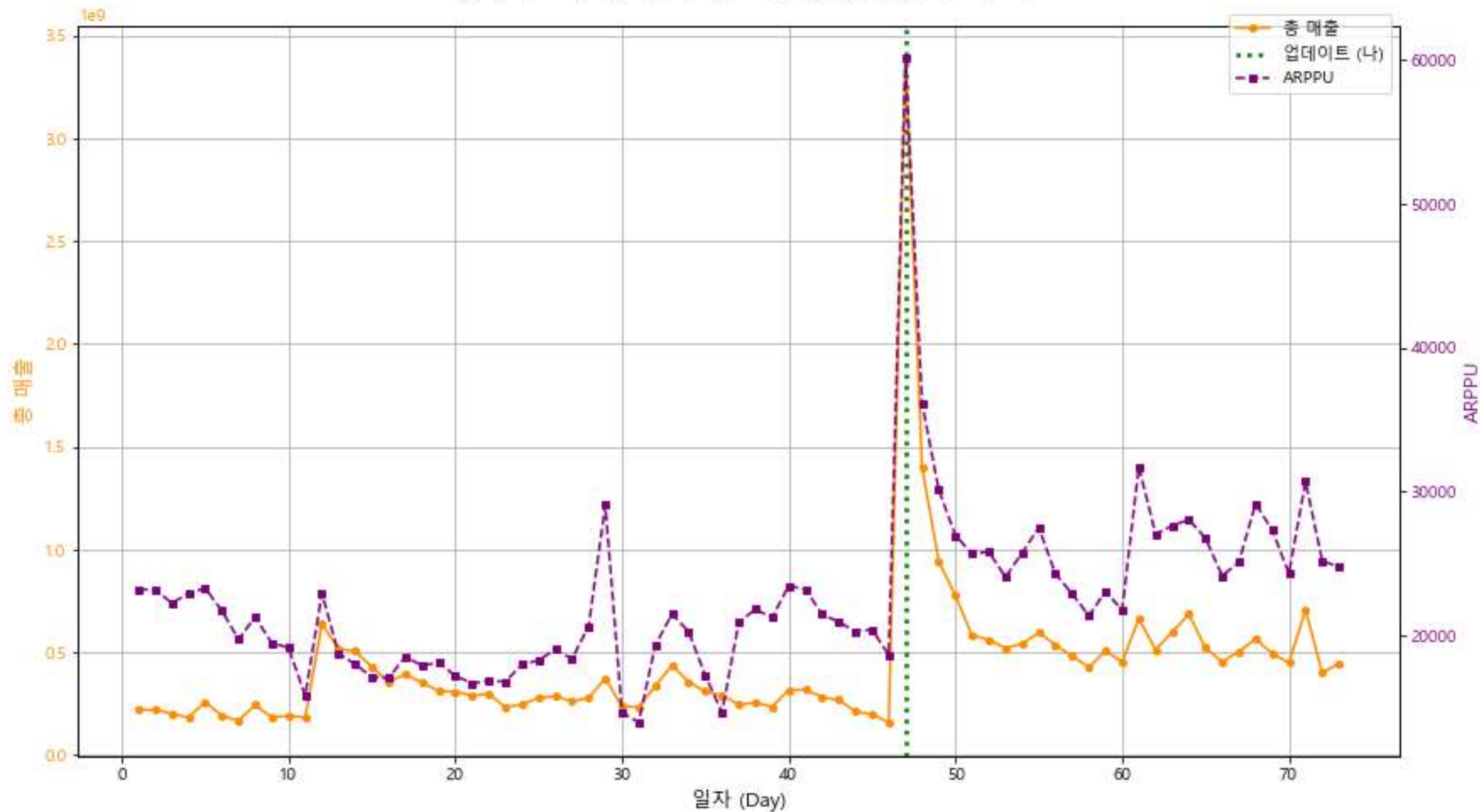


업데이트 (나) 분석 (D+47)

- DAU, 신규/복귀 유저의 증가는 상대적으로 미미
- ARPPU(유료 유저 평균 결제 금액) 상승
- **D+47 당일 총 매출액 33.8억 원 달성**(업데이트 전 평균(~2.6억 원) 대비 약 **1,200% 이상 증가**)

	업데이트 전 (D+40 ~ D+46) 평균	업데이트 후 (D+47 ~ D+53) 평균	증감률
DAU	559,375	606,233	+8.4%
신규 유저	7,100	11,489	+61.8%
ARPPU (D+46 vs D+47)	18,654	60,076 (D+47)	+222.0%
총 결제 금액	260,323,617	682,789,140	+162.3%

업데이트 (나) 전후 총 매출 및 ARPPU 추이

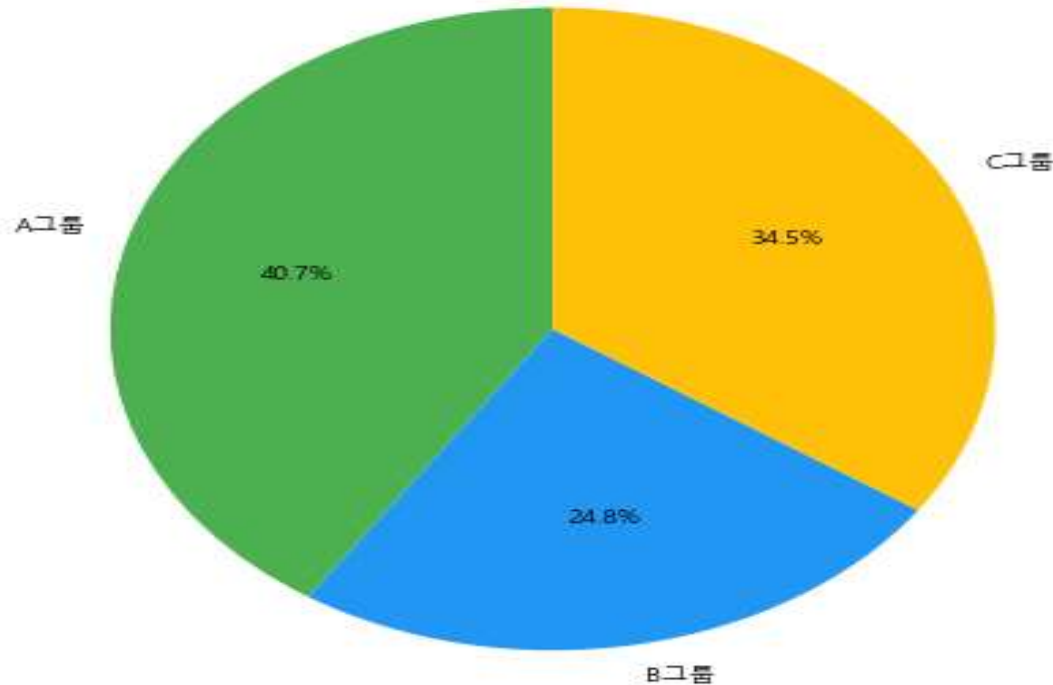


매출 분석

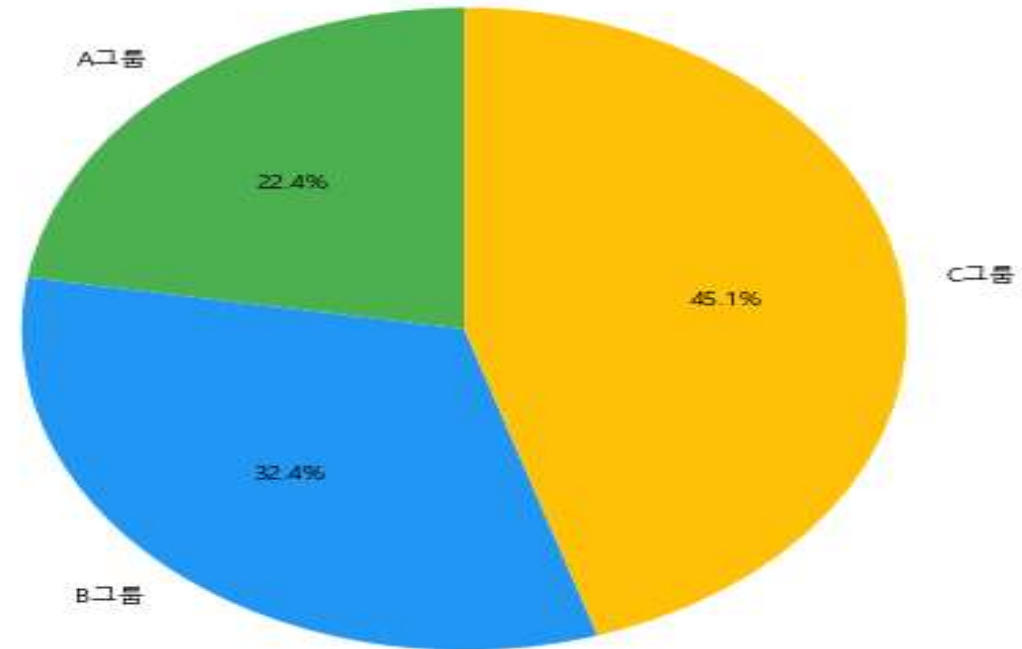
- B그룹과 C그룹의 결제 금액이 업데이트 이후(D+47~) 전체 매출의 약 77%를 차지
 - B그룹 매출: D+46 (3.6천만 원) → D+47 (11억 원), 약 **31.4배** 증가
 - C그룹 매출: D+46 (4천만 원) → D+47 (16억 원), 약 **38.7배** 증가

업데이트 (나) 전후 그룹별 매출 비중 변화

업데이트 (나) 이전 매출 비중



업데이트 (나) 이후 매출 비중



	업데이트 (가) (D+12)	업데이트 (나) (D+47)
목표	신규/복귀 유저 유입 & DAU 상승 및 안착	B/C 그룹 매출 상승 (수익 극대화)
핵심 성과 지표	DAU의 높은 수준 안정화, A그룹 매 출 증가	B/C그룹 매출, ARPPU 급증
주요 타겟	신규/복귀 유저, A그룹	B그룹, C그룹
효과 및 기대	DAU를 높은 수준으로 안착시키며 기반 유저층 확대	높은 매출 효율 달성 , 기존 충성 유 저의 높은 과금력 확인

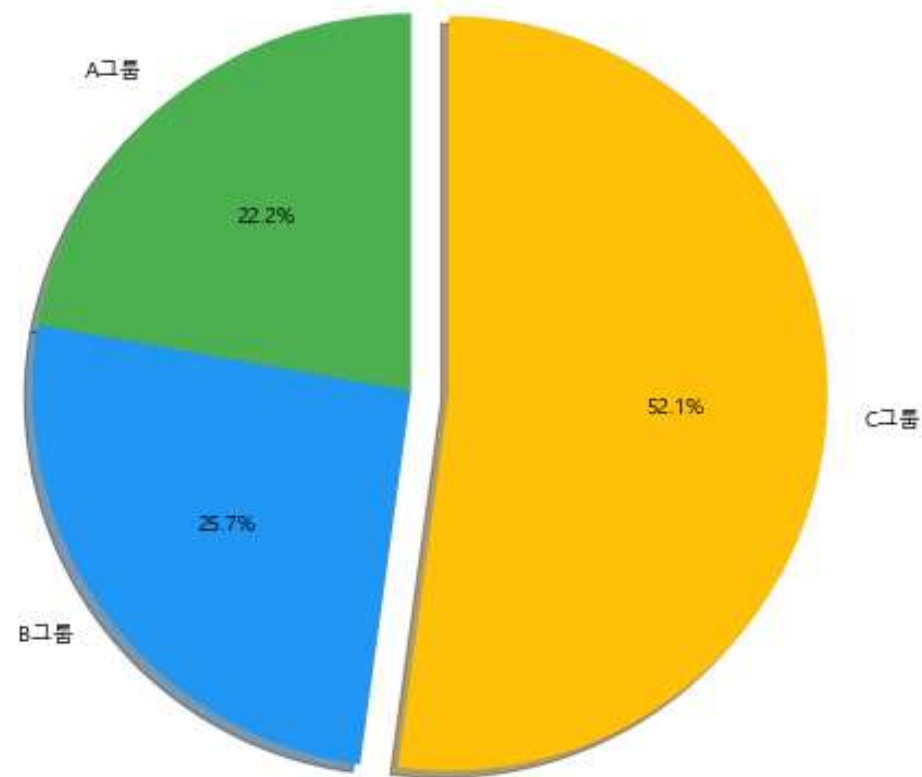
결론

- 두 업데이트는 성격과 목표가 명확히 다른 성공적인 업데이트
- (가)는 DAU를 증가시킨 후 유지하여 안정적인 기반 마련
- (나)는 그 유저풀에서 수익성을 증가시키는 역할 수행

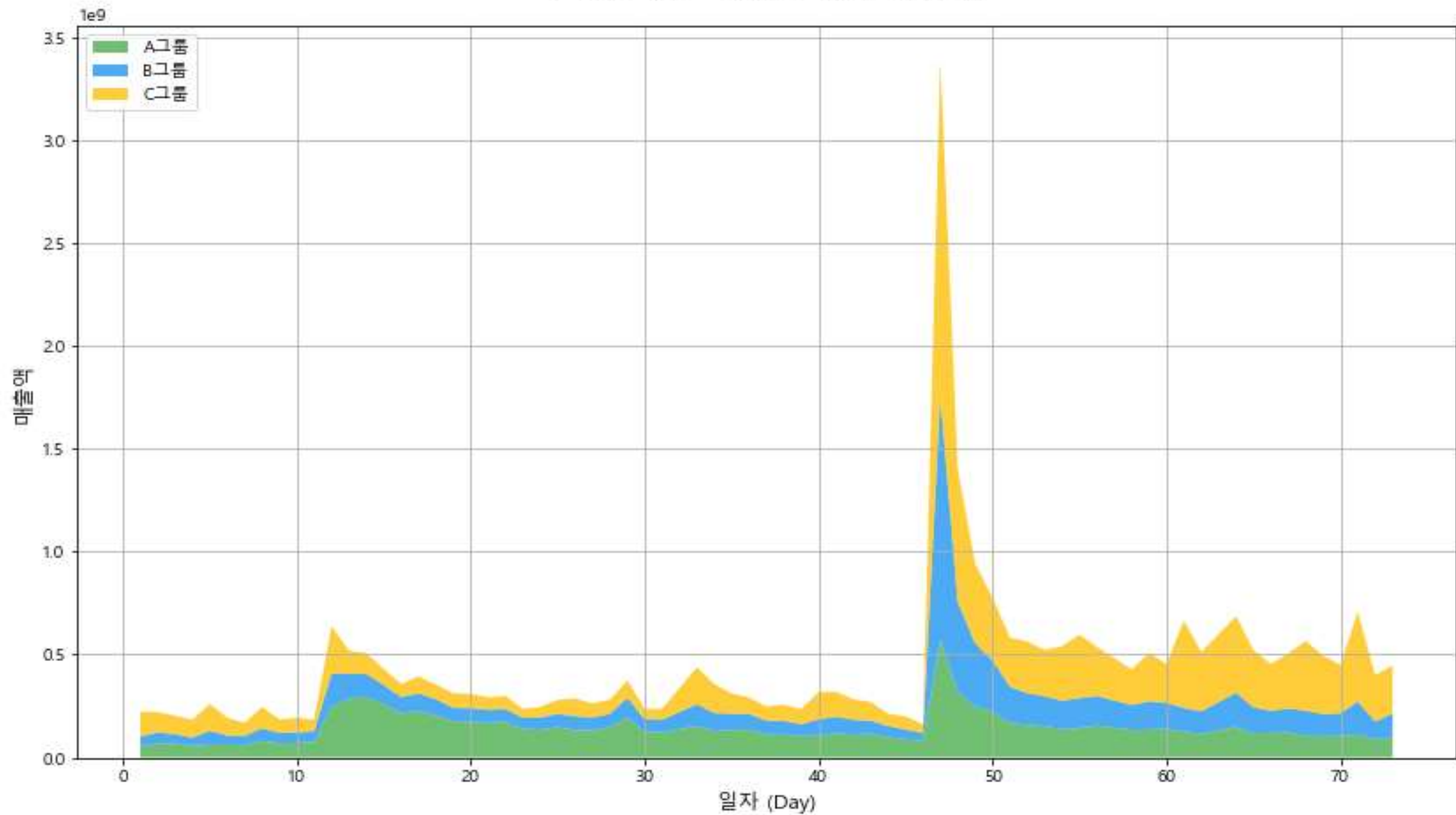
핵심 동력 C 그룹

- C그룹의 압도적인 매출 기여도
 - 데이터 후반부(D+60 이후)로 갈수록 C그룹은 전체 매출의 절반 수준 내외를 차지
 - D+73 기준, C그룹 결제 금액은 2.32억 원으로 전체 매출(4.45억 원)의 52%를 차지

D+73 기준 그룹별 매출 비중



전체 기간 그룹별 매출 기여도



C그룹의 만족도 극대화를 위한 안정적 매출 확보

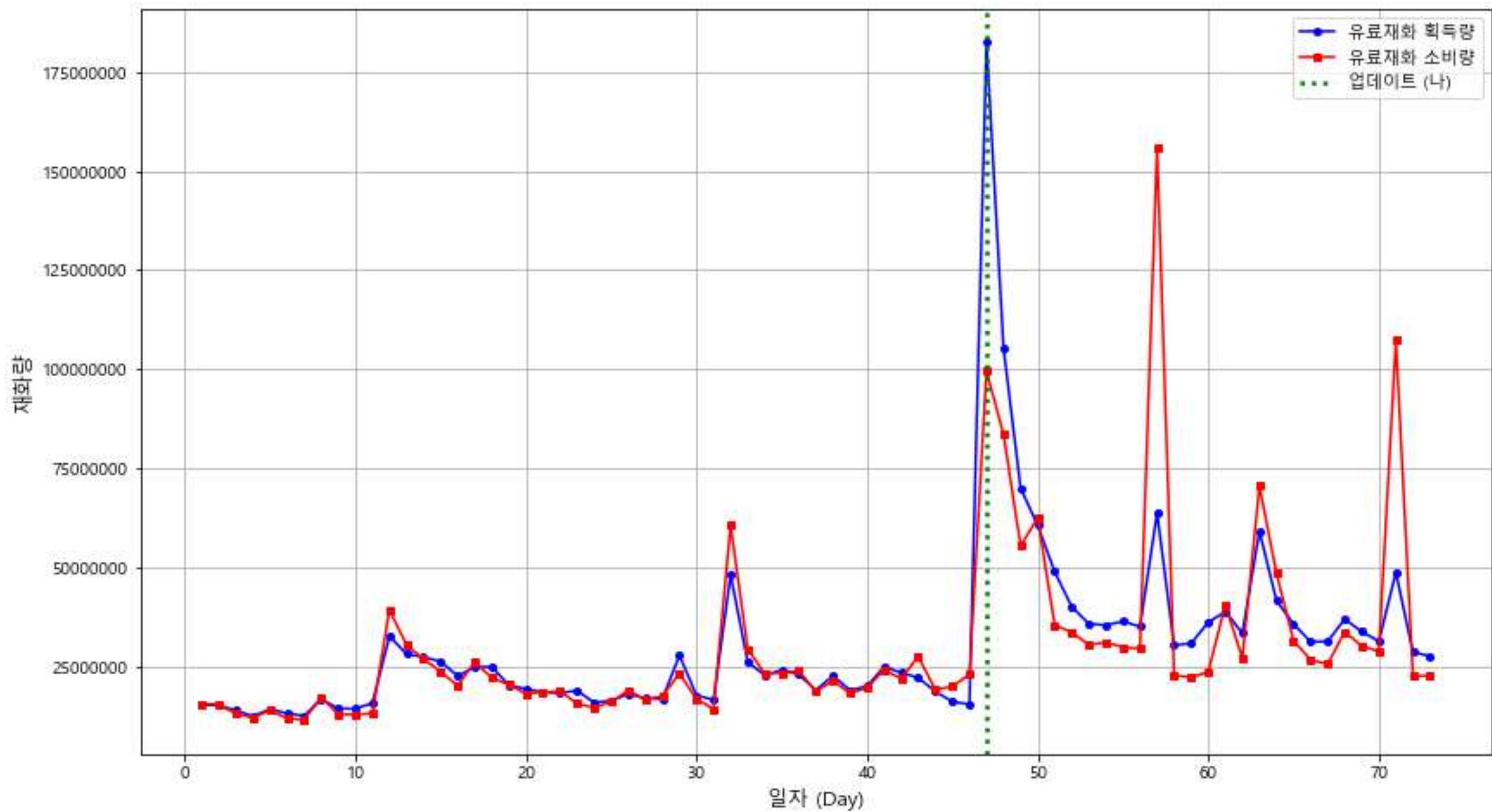
	세부 내용	기대 효과
최상위 콘텐츠	신규 레이드, 전투력 포인트 기반 랭킹 시즌제 등 희소성 보상을 제공하는 고난도 엔드/챌린지 콘텐츠 주기적 업데이트	게임의 목표 지속 제공 및 명예 과시를 통한 만족도 극대화
VIP 서비스	누적/월간 결제 금액에 따른 VIP 전용 고객센터, 별도 재화 충전 보너스 등을 제공하는 등급 시스템 도입	차별화된 대우를 통한 이탈 방지 및 충성도 강화
유료 재화 획득 통제	재화 불균형이 발생한 시점의 이벤트를 분석하고, 향후 업데이트에서는 유료 재화가 지나치게 풀리지 않도록 획득량을 통제	재화 가치 보존 및 현금성 결제의 유인 유지

BM 구조적 리스크 진단

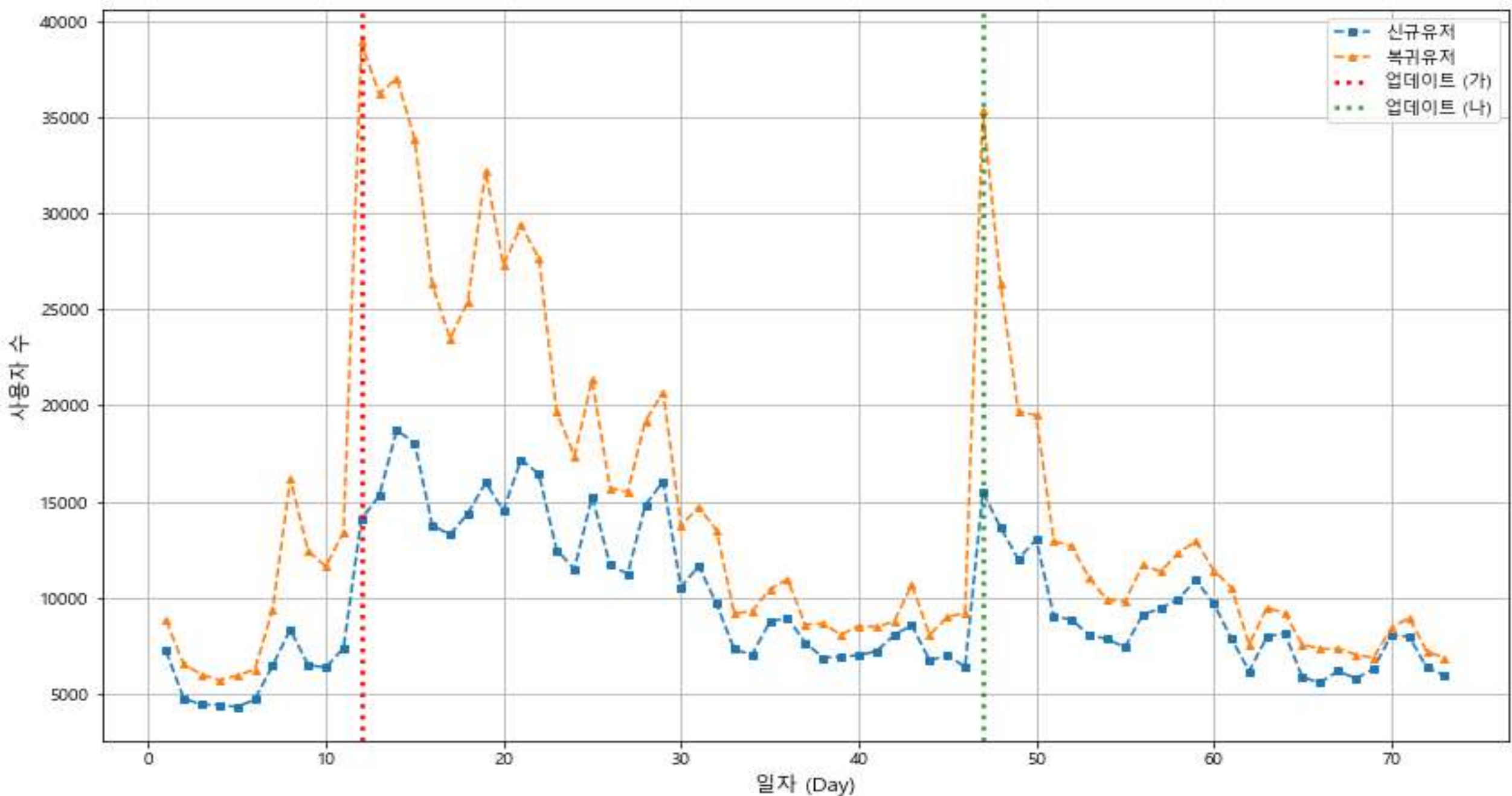
- 업데이트 (나)는 수익화 고점 능력을 증명했으나, **극심한 재화 변동성**
- 계획적인 BM 설계 능력 및 매출 예측력의 부재
- C그룹은 핵심 동력이지만, **과잉 의존은 개별 유저 이탈 시 사업이 흔들리는 구조적 취약**
- **매출 유지는 기본이며, 리스크를 분산하는 기반 확대도 동시에 추구**

	분석 결과	위험 진단
극심한 매출 변동성	<ul style="list-style-type: none"> • 업데이트 (나)의 매출 고점에서 이상적인 우 하향을 그리지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 매출 예측의 정확도가 낮음 • 재화 흐름 관리가 어려움
비효율적인 재화 관리	<ul style="list-style-type: none"> • D+47에 재화 과잉 공급(획득 > 소비) • D+57에 '강제 회수(긴급 소진)' 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 공급/수요 예측에 실패 • 당초에 계획대로 소모 시키지 못해 리스크 전략 발생
신규 유저 유입 노력과 의 충돌	<ul style="list-style-type: none"> • 재화를 쌓아 놓지 못한 유저군과의 격차를 발생시켜 진입 장벽이 될 가능성 	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 유저의 초기 이탈 가능성 • 업데이트 (가)의 성공이 BM 구조적 문제로 인해 LTV 훼손으로 이어졌을 가능성

유료 재화 획득량 및 소비량 추이



전체 기간 신규 및 복귀 유저 유입 효과 추이



- D+47의 과잉 획득량을 D+57부터 **긴급하게 소진** 시키기 위해 비정상적인 상품을 투입한 정황

필요 데이터	활용 방안	규명하고자 하는 리스크
그룹별 잔존율 코호트	유저들이 이후에도 지속적으로 게임에 접속하는지 확인	<ul style="list-style-type: none"> • 과도한 소비 후 이탈률이 증가 • 장기적인 LTV(생애 가치) 훼손 확인
상품의 재화 대비 성능 데이터	D+57에 출시된 상품이 유료 재화 단위당 제공하는 가치가 다른 상품 대비 차이에 대한 정량적 가치 파악	<ul style="list-style-type: none"> • BM 설계의 예측 실패 • 재화 회수라는 목적을 위해 밸런스를 희생한 것인지 확인

업데이트 (다), (라) 보완 전략 - 예측 가능한 재화 흐름 구축

전략	핵심 목표	실행 방안	측정 지표 (KPI)
BM 구조 개편	매출 예측 가능성 확보	<ul style="list-style-type: none"> 월 정액 구독 상품 출시: 안정적 매출 베이스라인 구축 시즌 패스 도입: 2~3개월 단위 목표를 설정, 좋은 보상 제공으로 리텐션과 결제를 같이 유도 	<ul style="list-style-type: none"> 매출 시계열 데이터 그룹별 AU 데이터(DAU) 월 정액, 시즌패스 상품 구매율
재화 통제 강화	<ul style="list-style-type: none"> 재화 가치 및 밸런스에 대한 유저 신뢰도 유지 	이달의 아이템 랜덤박스를 추가하여 유저 재화를 점진적으로 소모	유료 재화 획득/소모 시계열 데이터
성장 동력 재 확보	<ul style="list-style-type: none"> C그룹 의존도 완화 A/B 그룹의 LTV를 높여 취약성 개선 	스텝업(준준종결급) 상품 상시화: 가성비 높은 성장 패키지를 업데이트 공백기에도 상시 판매	<ul style="list-style-type: none"> 그룹별 PU 그룹별/신규/복귀 유저 매출 시계열 데이터

요약

	업데이트 특징 비교	핵심 유저 및 전략	문제점 진단	차기 업데이트 보완
핵심	<ul style="list-style-type: none"> (가) AU 기반 확대 (DAU +29.3%) (나) 수익 극대화 (ARPPU +222.0%) 	게임의 핵심 동력 C그룹 (매출 52.1%)	재화 흐름 관리 실패 (D+47 과잉 공급 → D+57 이후 과 소모 촉진)	BM 구조 개편을 통한 매출 예측 안정화
내용	성격이 다른 성공적 업데이트	- VIP 서비스 - 엔드 콘텐츠 제공	그룹별 잔존율 코호트 추가 분석	- 월 정액/시즌 패스 도입 - 재화 소모 구조 상시화