

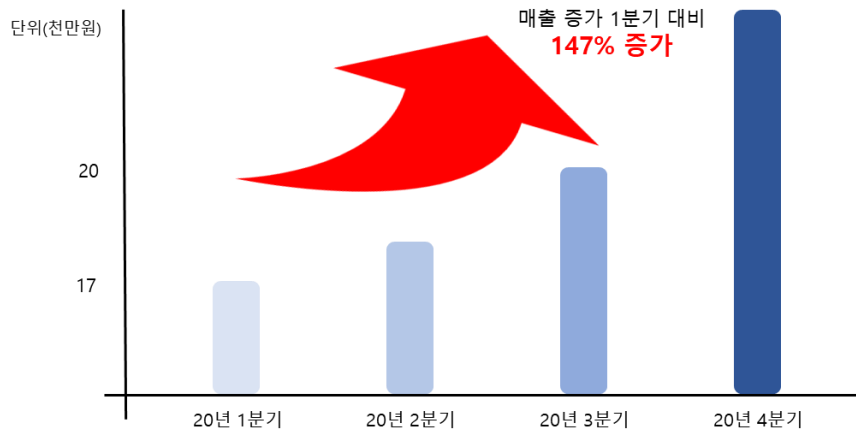


L사 적정 소비자 가격 제시 및 커뮤니케이션 오류 원인 도출 및 해결전략에 따른 거래 성사율 증가

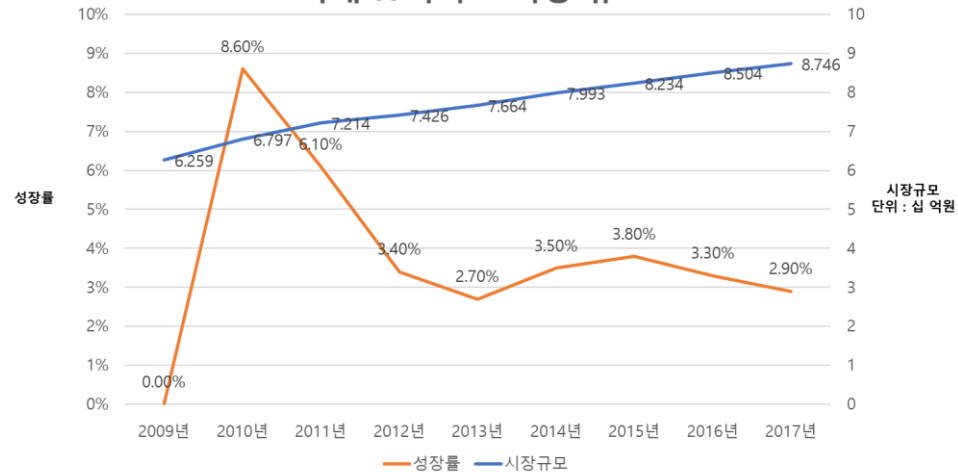
1. 추진 배경

L사는 업계 1위 국내 최대 어플리케이션으로 자리 잡아왔지만, IT아웃소싱 산업의 고도화에 따라 경쟁사와 서비스 활성화 증가, 성장률 하락. 경쟁사의 공격적인 마케팅과 자사의 서비스 고객 이탈로 인해, 경영 위기. 이에 따라 기업 회생 및 매출 증대를 위해 차별화된 서비스와 합리적인 소비자 가격 전략 제시.

L사의 매출 증가



국내 IT서비스 시장 규모



당사는 이런 위기 타개를 위해 해당 프로젝트를 통해 전분기 대비 10%이상의 매출을 증대하고자 한다.

서비스

소비자의 서비스 니즈 파악
차별화된 서비스

전략 수립

거래 성사율을 높이기 위한 서비스 홍보전략
적정 소비자 가격 전략

2. 현상파악 및 목표설정

1)같은 분야의 서비스끼리 '적정 가격'을 책정하지 못해 고객들의 불만이 높아짐

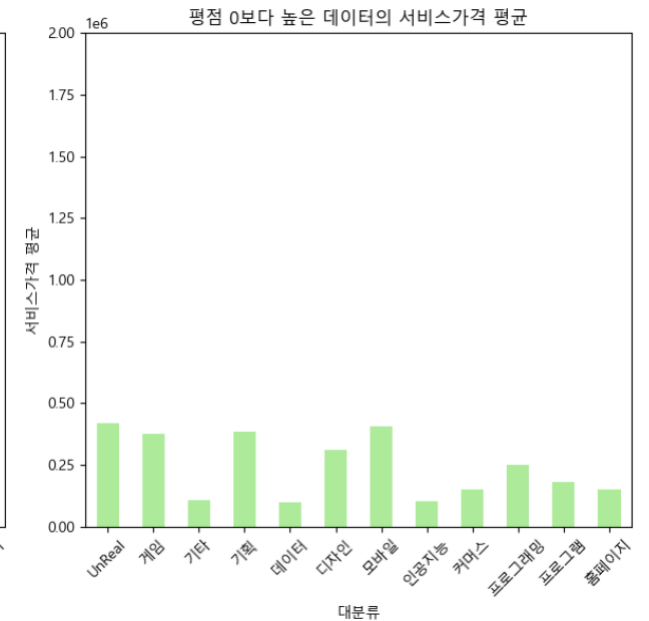
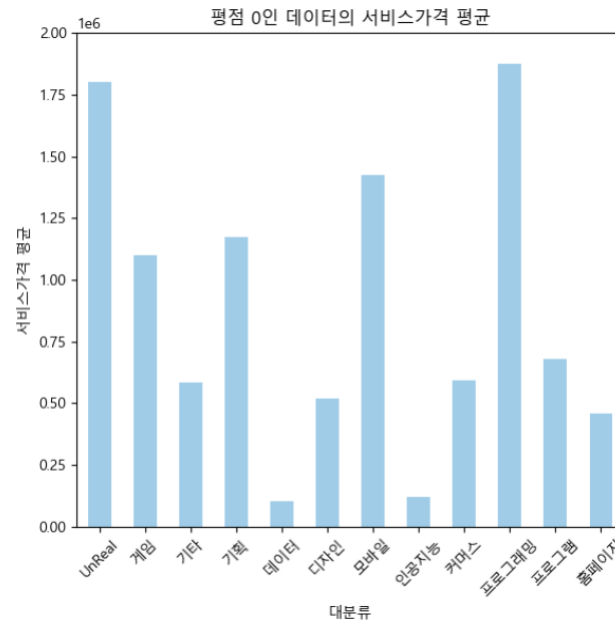
2)전문가가 고객의 요청을 확인하지 못해 거래가 이뤄지지 않거나, 추가 금액이 너무 높아 거래가 지속되지 않는 경우가 빈번함을 확인

-> 1)같은 분야의 서비스끼리 '적정 가격'을 책정해야 할 필요가 있음

-> 2)고객과 전문가 간의 커뮤니케이션이 원활해야 할 필요가 있음

서비스의 평점이 0점인 데이터가 3위로 나타남

평점	순위
5.0	1
4.9	2
0.0	3
4.8	4
4.7	5
...	...
3.6	21

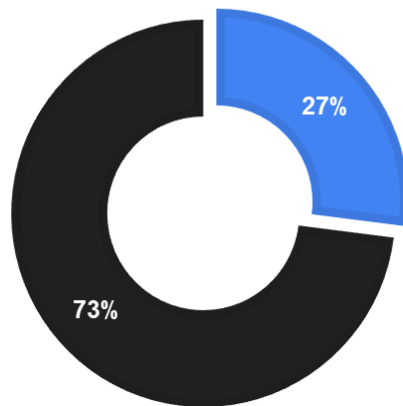


2. 현상파악 및 목표설정

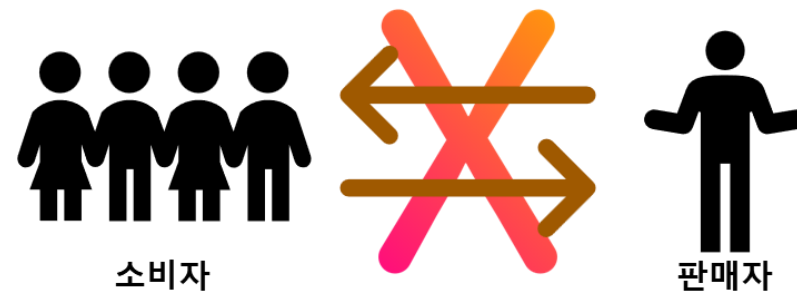
- 전체 고객님들의 4명 중 1명 이상이 서비스 수정 요청이 확인됨. IT아웃소싱 이용자인 판매자와 구매자 사이에 커뮤니케이션 오류 원인 도출 필요.

서비스 수정 요청

■ 요청 ■ 요청 안 함



커뮤니케이션 오류



3. 목표설정

앞서 확인한 추진배경 및 현황을 바탕으로 아래와 같은 목표를 수립

- > 적정 소비자 가격 예측 모델을 기반으로 전분기 대비 매출 10% 증대
- > 커뮤니케이션 오류 원인 도출 및 해결 전략을 수립하여 서비스 수정 요청을 줄임으로써 고객 추가 금액 감소

측정지표	정의	현수준 (21년 상반기)	목표 수준		
			21년 하반기	22년 상반기	22년 하반기
거래 성사율	최종 거래 성사 건 수 / 전체 계약 건 수	73%	76%	79%	84%
분기 별 매출 금액	-	2,900	2,987	3,074	3,190

단위(백만)

PROCESS

데이터수집

데이터분석

모델링

액션플랜 도출

고객 데이터

전문가 데이터

로그 데이터

서비스 데이터

Preprocessing

결측치 처리

이상치 제거

Data Imbalance

Under Sampling
(Tomek Link)
(ENN)

적정 소비자 가격 예측

CART기반 모델

파라미터 튜닝

커뮤니케이션 오류 원
인 도출

K-means Clustering

PCA

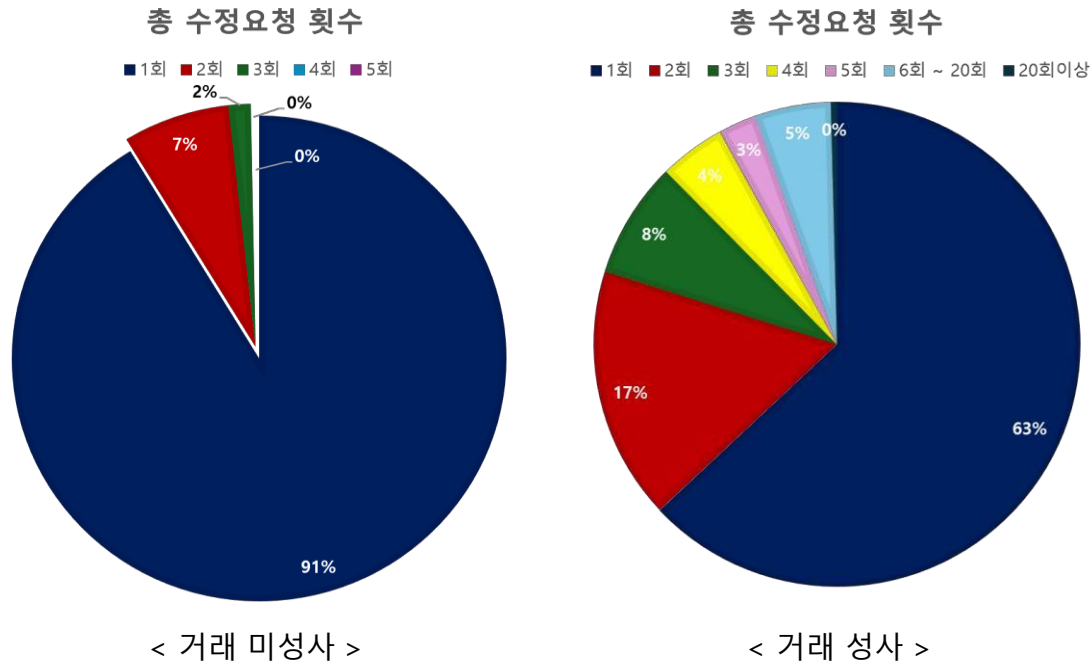
T-SNE

거래 성사율 증가

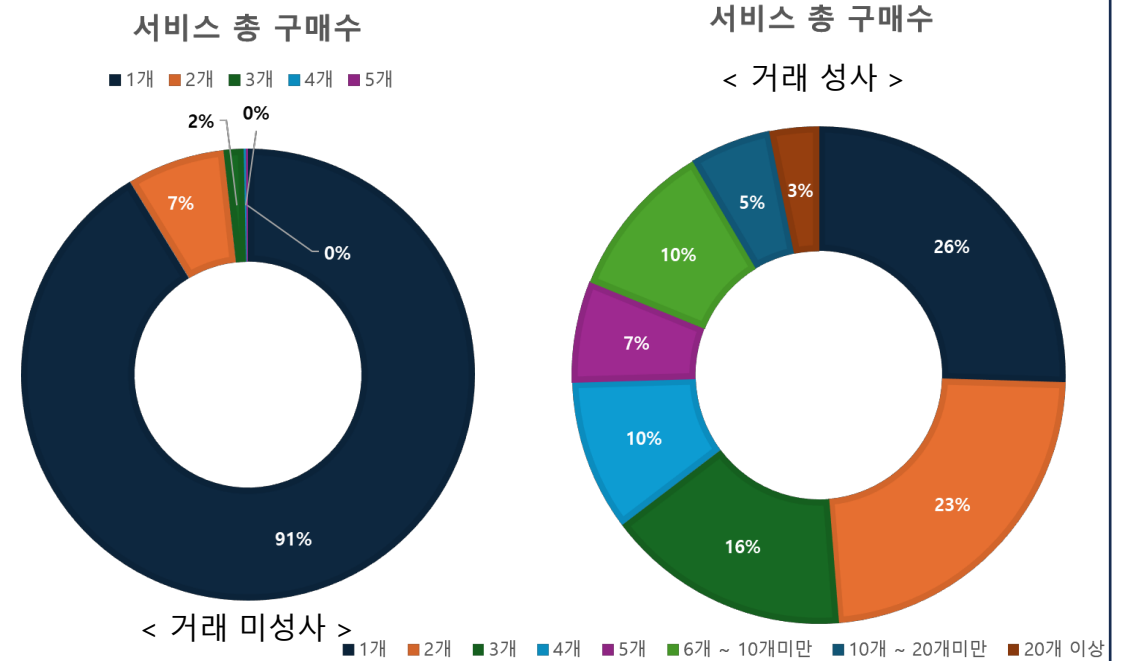
4. 분석결과1

- 거래가 성사되지 못한 건 중 총 수정요청 횟수는 대부분 1회임. 이는 초기 수정 요청에 적절히 대응하지 못했을 가능성이 높기 때문에, **고객의 수정요청에 빠르게 대응할 수 있는 헬프 데스크 운영 시스템 구축이 필요함**
- 고객의 수정요청에 빠르게 대응할 수만 있다면, 추가적으로 필요한 서비스를 마련함으로써 **서비스 총 구매수의 증가를 이끌 수 있고 이는 곧, L사의 매출 증대로 이어질 수 있음**

거래 성사 여부에 따른 총 수정요청 횟수



거래 성사 여부에 따른 서비스 총 구매수



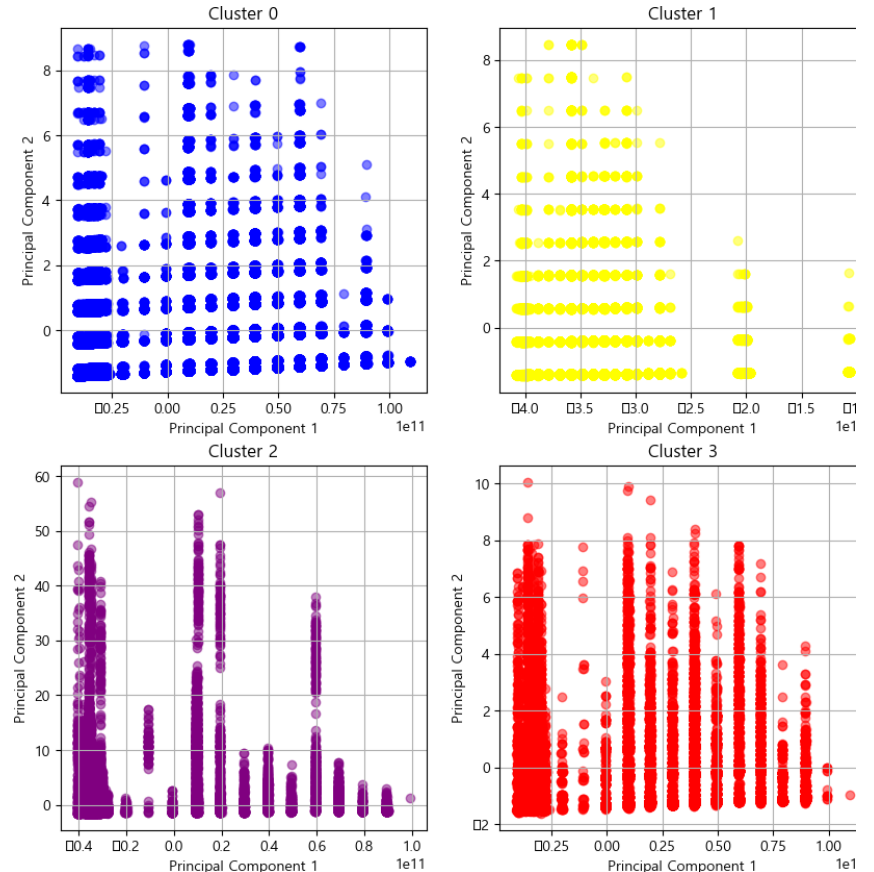
4. 분석결과2

- 커뮤니케이션의 오류가 있는 집단과 없는 집단의 분류문제에 지배적인 변수 10가지를 뽑고, Clustering 성공
- 서비스 재요청 경험없고, 구매 경험 순위가 상위권에 속하는 커뮤니케이션 정상집단과 서비스 재요청 경험이 전체 군집에 과반수에 해당하고, 구매 경험 순위가 하위권에 해당하는 커뮤니케이션 오류 집단 검출.
- 각 클러스터 별 마케팅 해결전략 개선안 수립

커뮤니케이션 오류 집단

	군집0	군집1	군집2	군집3
서비스 재요청 경험	전체의 18%	0%	전체의 18%	전체 55%
구매 경험 순위	1위	2위	4위	3위

커뮤니케이션 정상 집단



4. 분석결과3

- 고객들이 서비스를 이용하면서 대부분의 **불만 사항**은 같은 분야의 서비스끼리 '**적정 가격**'을 책정하지 못했기 때문이다. 서비스별 고객의 **적정 가격 책정 모델**이 필요
- 서비스별 가격이 **적정 가격 책정 모델**로 인해 적정 가격의 범위가 정해진다면 고객들이 가격으로 인한 불만이 해결될 것이라고 예상

소비자 가격의 평균 비교	
평점이 0이 아닌 고객	평점이 0인 고객
111,300원	715,600원



적정 소비자 가격 책정
알고리즘 개발

평점이 0인 소비자 가격의 평균 비교	
기존 소비자 가격	재편성된 소비자 가격
715,600원	670,500원

5. 개선안

개선안 1

헬프 데스크 운영 시스템 구축

고객의 수정 요청에 신속하게 대응할 수 있도록 헬프 데스크 운영 시스템을 구축하여, 초기 요청부터 높은 수준의 서비스를 제공하고 고객 만족도를 향상시킨다.

개선안 2

서비스 다양화를 통한 매출 증대

서비스 다양화를 통해 고객에게 더 많은 선택지를 제공하고, 헬프 데스크를 통한 원활한 커뮤니케이션을 통해 고객 요구에 신속하게 대응하여 서비스 총 구매 수를 증대시킨다.

개선안 3

커뮤니케이션 오류에 따른 군집별 해결전략 수립

비정상집단은 주로 경기도에 살고, 유입경로 유튜브를 통해서 서비스를 이용하는 특징에 따라, 경기도민을 위한 쿠폰 이용 경험을 유튜브를 통해 제시.