

그로스해킹 101

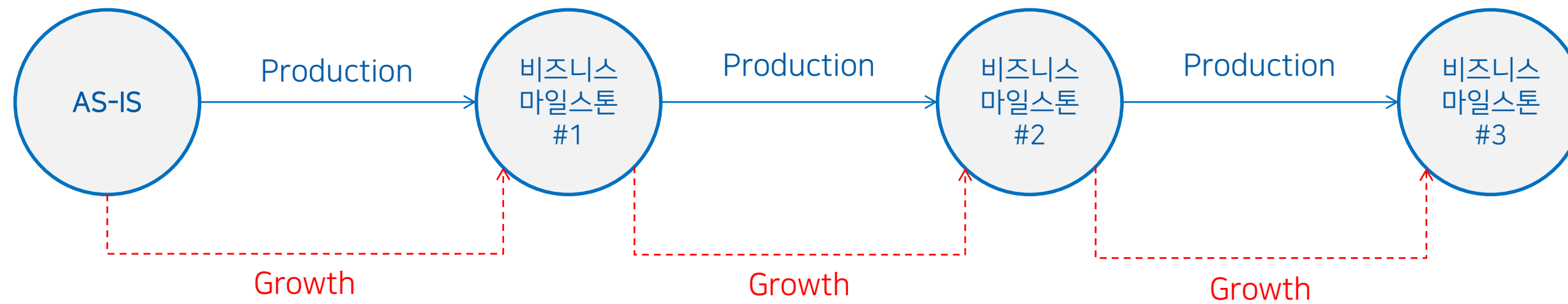
7-1. 성장을 위한 문화

그로스는, Top-Down

- 그로스 조직의 첫 관문(?)은 경영진 설득하기
 - 경영진을 설득하지 않아도 되는 그로스 조직은, 출발선에서 10걸음 정도는 앞서서 출발하는 셈
 - Bottom-up으로 성공한 사례는... 음 저는 들어본 적 없습니다 ㅠ
- 그로스는 Top-Down
 - 경영진이 데이터분석, 그로스해킹을 중요하게 생각하는 것 (X)
 - 경영진이 데이터분석, 그로스해킹을 위한 리소스와 자원, 시간을 배정하는 것 (O)
- 그로스 Lead의 역할 (=임원이 필요한 이유)
 - CEO를 비롯한 경영진의 전폭적인 지원을 끌어내기
 - 조직 외부의 간섭으로부터 보호
 - 그로스 조직과, 나머지 조직의 원활한 협업과 커뮤니케이션 지원
 - 그로스 조직을 제외한 나머지 구성원들에게, 그로스 마인드셋 전파

Production & Growth

- 그로스 해킹에 대한 오해?
 - 그로스 해킹을 하면 속도가 빨라진다?!
 - 모든 결정을 데이터에 기반해서 해야 한다?!



- 전사적으로 일하는 방식을 크게 바꾸는 것
 - 시행착오 기간이 필요
 - 데이터 기반 결정의 피로감
 - 권한 위임

데이터 접근성 높이기

- 누구나 쉽게 데이터에 접근하고, 인사이트를 얻을 수 있는 환경
- 기술적 이슈라기보다는, 정책(보안)이나 철학적 이슈
 - 경영진의 의지가 중요해지는 지점
- 데이터가 특정 조직의 자산처럼 사유화되는 것 경계
 - 가장 흔한 핑계는 보안
 - 높은 보안 수준을 유지하면서, 사내 데이터 접근성을 높이기
 - 데이터는 팀의 자산이 아니라, 회사의 자산

낮은 (또는 거의 없는) 부서 간 업무 장벽

- “그로스 조직에 여러 부서의 사람들을 한꺼번에 모아놓으면, 협업이나 커뮤니케이션이 잘 될까요?”
 - 초기에 일부 시행착오를 겪을 수는 있지만, 결과적으로는 굉장히 잘 됨 ㅎㅎ
- “저 팀은 도대체 뭘 하는거지?”
 - 그로스 조직이 실패하는 단 하나의 이유를 고르라면 이거 → 사내에서 외딴 섬이 되면 100% 실패
 - 대부분의 문제는 그로스 조직 - 회사 내 다른 부서 간 커뮤니케이션
 - 그로스 조직 - 사업부서 간 input과 output을 엄청나게 주고받는 구조가 되어야
 - 그로스 조직의 성과가 사업부서의 성과와 연계되어 있는가?

낮은 (또는 거의 없는) 부서 간 업무 장벽

- R&R이 명확한 게 항상 좋을까?
 - 느슨한 R&R이 주는 장점 → 잘 운영되는 경우 부서 간 협업을 굉장히 촉진
 - 커뮤니케이션 코스트가 낮다 → 실무자 간 커뮤니케이션을 통해 빠른 결정, 효율적인 협업
 - 부서 간 협업의 신뢰도 쌓기 → 우리 부서의 도메인 지식으로, 다른 부서 일을 도와주자!
- 성과 측정이나 평가 제도의 영향을 많이 받는 부분
 - 부서별 KPI와 별개로, 전사 OMTM이 중요한 이유 → 협업 한 프로젝트의 개수를 성과에 반영하는 회사? -_-
 - 중요한 건 외부와의 경쟁 → KPI로 치열하게 내부경쟁 하는 것 만큼 부질없는 게 없음
 - 평가와 보상이 협업 성과를 반영하는가?
 - 기술부채 없애는 게 중요 → 기술 부채를 없애는 업무가 좋은 평가를 받는가?
 - 그로스 마인드셋으로 일하는 게 중요 → 실험을 위한 환경을 세팅하고, 데이터를 처리하는 업무가 좋은 평가를 받는가?

그로스 실험은 언제부터 하면 될까요?

- 회사가 좀 더 탄탄해져서 준비가 되면...?
 - 데이터를 잘 보고 싶은데, 여러 여건 상 잘 보지 못하고 있는 회사들이 만나는 이슈
 - 완벽한 데이터 파이프라인을 설계는 했는데... 만들다가 지쳐서 중간에 어영부영 홀드
 - 데이터 분석가를 뽑긴 했는데... 문제를 푸는 것보다는, 해보고 싶은 알고리즘 써먹기
- 그냥 지금부터 시작하면 됩니다.
 - 위기 때 말고, 그냥 서비스가 잘 될 때 시작하세요.
 - 필요한 시스템을 구축하는 절대적인 시간
 - 시행착오를 겪는 시간
 - 한 명으로 시작한 '데이터가 흐르는 조직 만들기'

<https://youtu.be/lG6gJGmEbew>



Ten things I learned studying ten of the world's fastest growing startups (by Morgan Brown) Source: [Quartz](#)

#1. Growth is nothing without the product

- Must have에 해당하는 제품이 있는 상태에서 시작하는 것

#2. Growth is never 'done'

- 페이스북과 링크드인은 지금도 성장 중

#3. Growth is not marketing, marketing is not growth

- 전통적인 마케팅 playbook이 할 수 없는 영역

#4. Doing what everyone else is doing is the wrong strategy

- 케이스 스터디 할 시간에, 실험을 하나라도 더...

#5. Don't try to boil the ocean

- 스타트업에겐 항상 건너야 할 틈새가 있다

Ten things I learned studying ten of the world's fastest growing startups (by Morgan Brown) Source: [Quartz](#)

#6. Growth hacks have nothing to do with short-term tactics

- 장기적으로 활용할 수 있는 성장 엔진을 찾아내는 것

#7. Do things that don't scale, build things that do

- 규모가 안 나오는 일을 하라. 대표적으로는 사용자를 한 명 한 명 만나는 일

#8. There are analytics and then there are insights

- 무의미한 대시보드와 측정기준들을 정리하자. 우리는 데이터를 통해 인사이트를 얻고 있는가?

#9. Combining multiple growth engines can lead to faster growth

- 다양한 각도에서 하는 실험들이 서로 시너지를 일으키는 게 빠른 성장의 핵심

#10. There are no silver bullets

- 성공 공식은 없다. 하지만 성공 확률을 높일 수는 있다.