

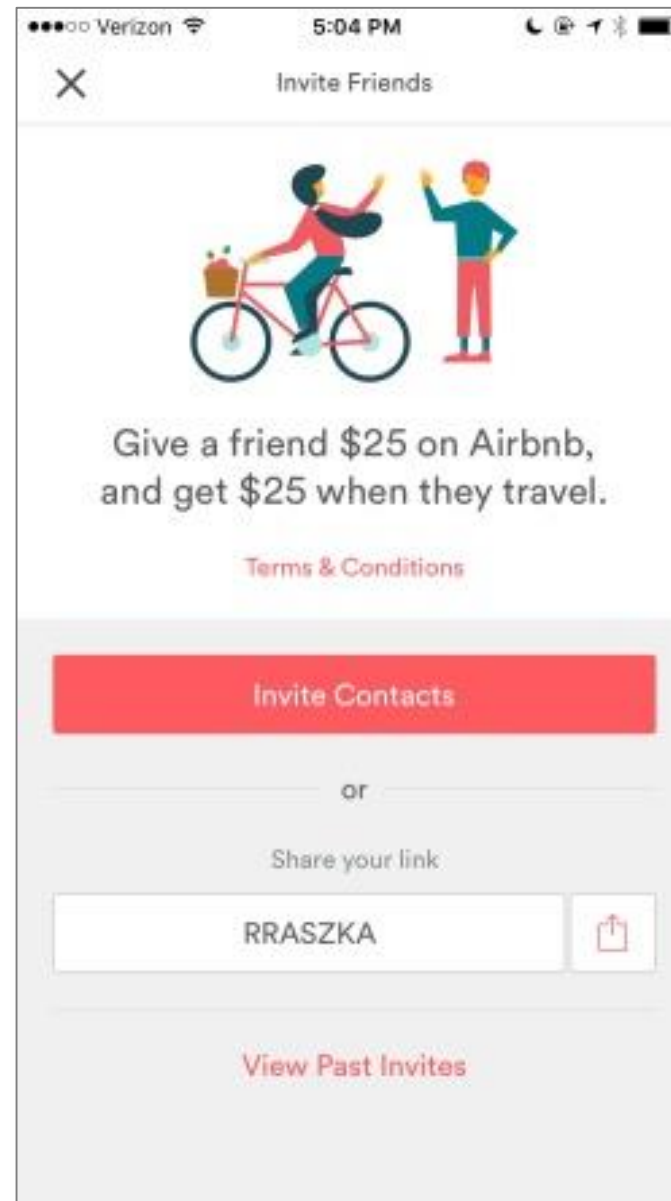
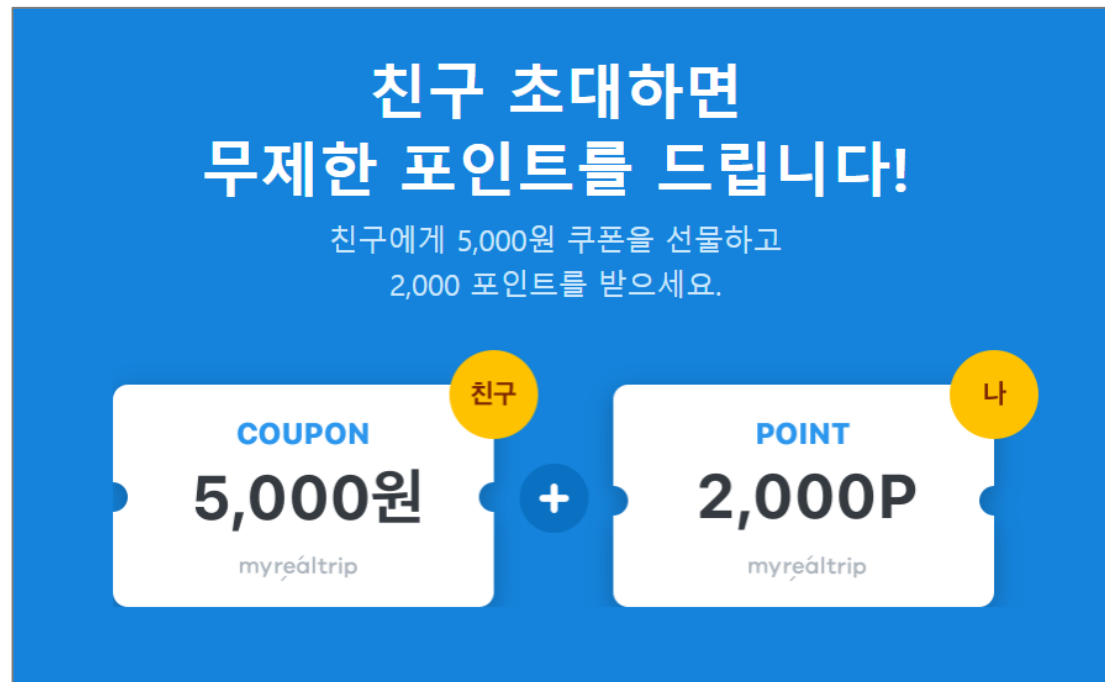
그로스해킹 101

## 2-6. Referral

---

# Referral

Organic 유입의 한 단계. 기존 사용자의 추천, 입소문을 통한 사용자 확대



# Referral

Organic 유입의 한 단계. 기존 사용자의 추천, 입소문을 통한 사용자 확대

- Viral Coefficient
  - $\text{User} * \text{invitation rate} * \text{invitations sent per user} * \text{conversion rate} / \text{User}$
  - User 10000명
  - invitation rate 20% → 2000명이 친구 초대
  - invitations sent per user 5 → 1인당 평균 5명의 친구 초대
  - conversion rate → 초대받은 친구의 30%가 가입
  - $10000 * 0.2 * 5 * 0.3 = 3000$
  - $\text{Viral Coefficient} = 3000 / 10000 = 0.3$

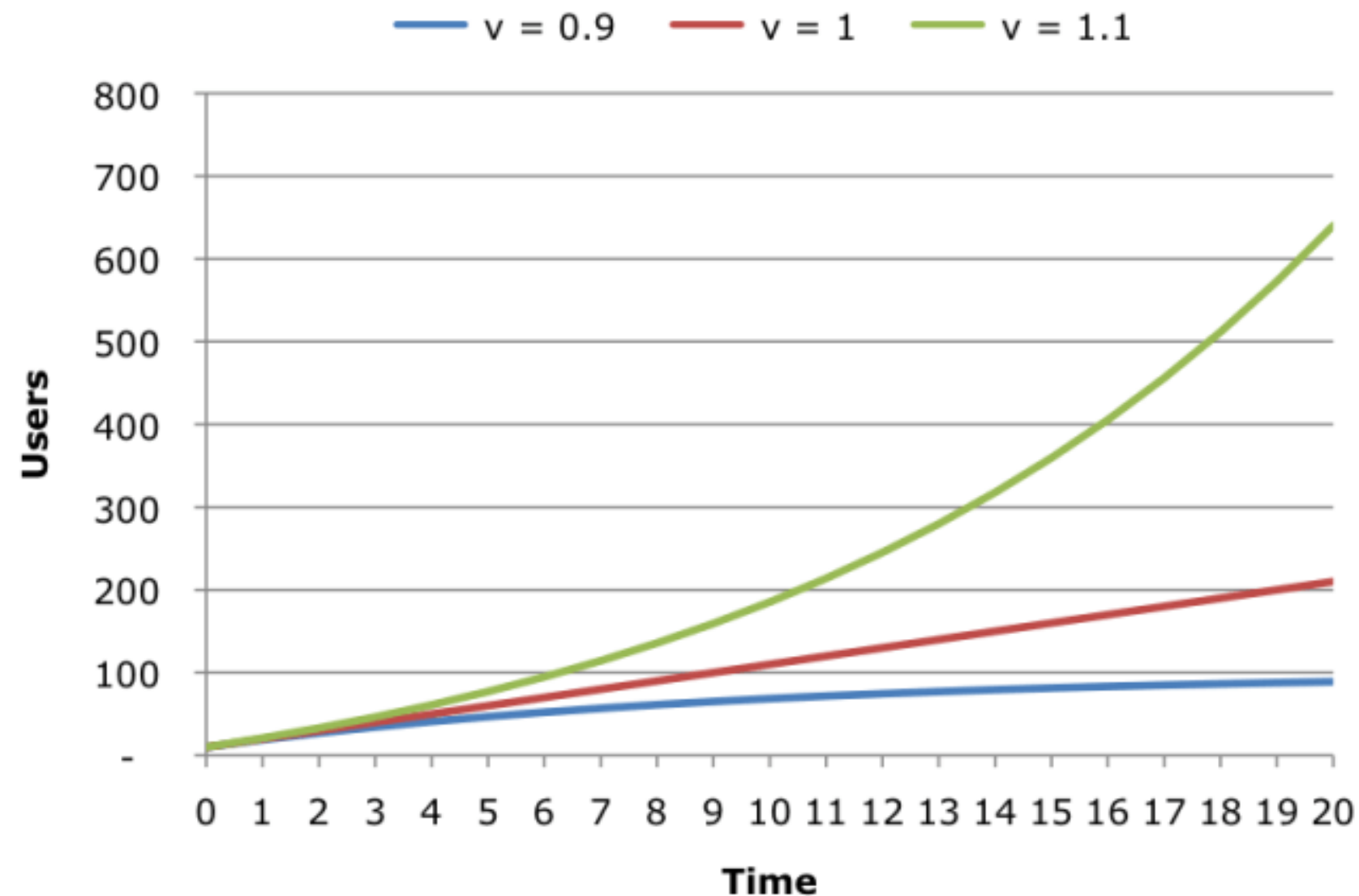
# Viral Coefficient가 말해주지 않는 것

- 주기
  - $\text{User} * \text{invitation rate} * \text{invitations sent per user} * \text{conversion rate} / \text{User}$
  - 초대 주기가 얼마나 빠른가? 에 대해서 고려하지 않음
- Saturate 수준
  - 초대 하는 사람의 시선에서 본 숫자
  - 초대 받을 수 있는 사람은 무한하지 않음
  - 전체 Target 시장에서 얼마나 Saturate 되었는지에 대한 정보 없음
- 전반적인 User 경험
  - 초대받은 사람이 서비스 핵심가치를 경험하고, 만족했는지?
  - 초대한 사람이 어느 정도의 진심을 담아(?) 친구를 초대했는지?

초대받은 사람은 얼마나  
친 친구가 마음에 들까?

# Viral Coefficient에 따른 사용자 증가

- 가속도가 붙는 명확한 기준점 = 1
  - 1을 초과하면 기하급수적 증가. 1미만이면 성장이 멈춤



주의: 문제가 일어난 자국 코너하는지  
→ 우선순위에 영향  
증가

# Referral 고려사항

- 좋은 제품이 우선

- Viral loop는 좋은 제품이 만들어지고 난 이후에 고민해야 하는 부분
- 단기적인 효과가 있을 수 있지만, 장기적으로는 사용자의 반발을 부를 수 있는 기능
- [Viral Loops or Viral Oops?](#)

게임App에서  
너가 상품을 보면 친구를 많이 생각...

- 필수요건이라고 하기엔 좀...

- 그로스 = 성장 = Viral = Referral 로 오해하는 경우가 많은데
- Referral 은 잘 동작하지 않는게 Default.

대부분 앱은 친구 초대 잘...

- 내가 지금까지 살아오면서 너무 마음에 들어서 친구를 데려온 서비스가 과연 몇 개나 되는지를 생각해보면...
- 카테고리에 따라서는 Friends Invitation이 거의(전혀?!) 동작하지 않는 경우도 있다
- Viral 을 잘 해야한다... 보다, Viral이 일어날 수 있는 정도로 좋은 제품을 만들어야 한다 로 이해하는 게 좋다고 생각

# Referral 고려사항

- Viral이 발생하는 맥락(Context)를 얼마나 잘 설계했는가?
  - 추천을 해야하는 이유를 만들어 줘야 함 (viral은 대표적으로 사용자에게 떠먹여 줘야 하는 영역)
  - 사용자들이 우리 서비스를 이야기 할 때 어떤 언어를 사용하는가?
  - 고객들이 제품의 장점에 대해 소셜미디어에 남기거나, 온라인 리뷰를 남길 때 묘사한 언어
- 초대하는 사람의 경험과, 초대받는 사람의 경험을 나눠서 각각 최적화
  - 초대하는 사람에게도, 초대받는 사람이 받는 혜택은 중요하다 (에어비앤비 20\$ 사례)
  - 초대받은 사람의 acquisition - activation 에 이르는 funnel 관리가 안 되어있으면 이 모든 게 무쓸모...
- 친구초대는 Organic 채널이긴 하지만, 공짜 채널은 아님
  - 다른 Attribution 채널과 똑같은 선상에서 평가가 필요

# NUX : New User Experience

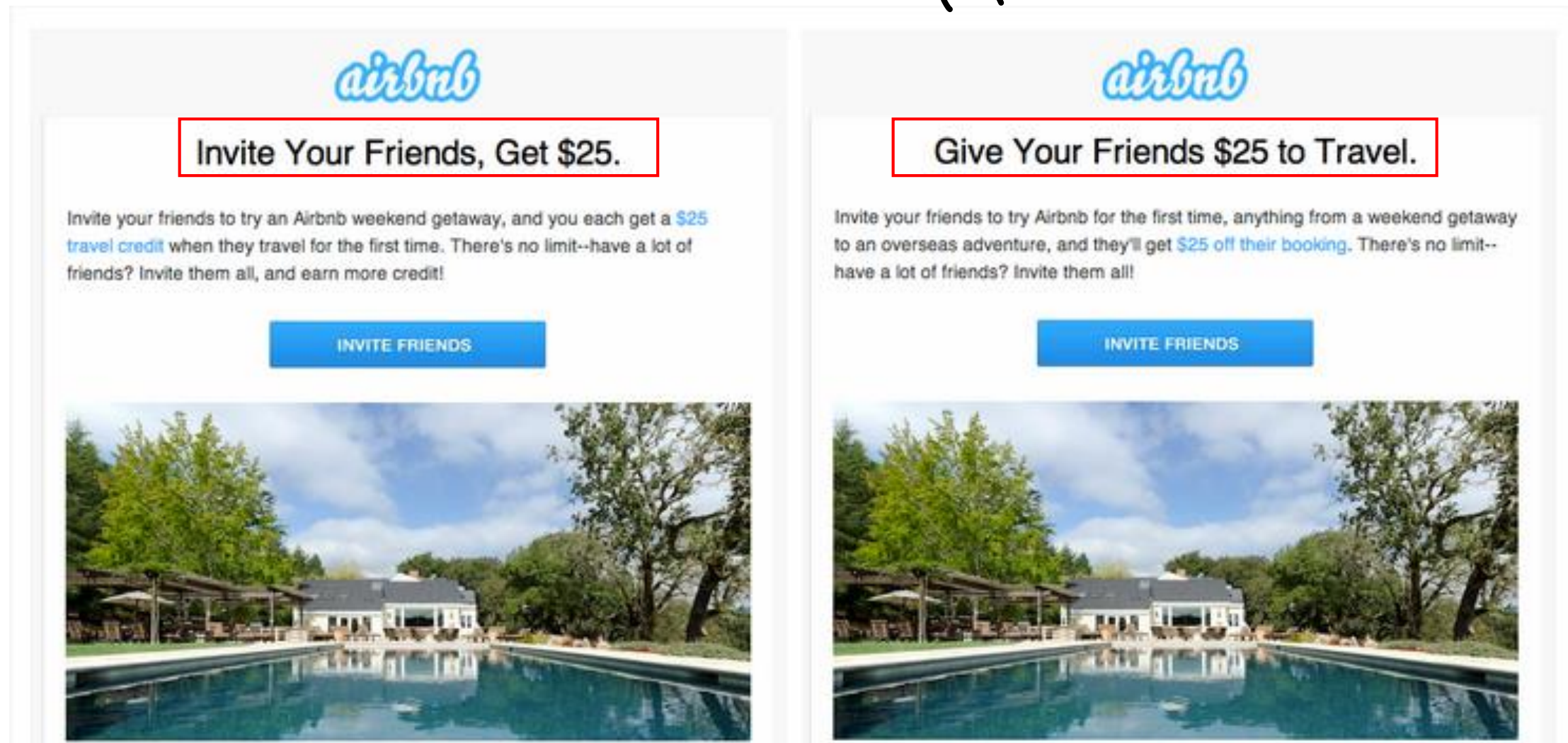
사용자 경험의 특별한 부분

- 가입 & 온보딩 프로세스 최적화
  - 단 한번 겪는 경험
  - 많지 않은 모수
- 테스트하기 어려움
- 코호트를 나누기 어려움



# Referral – Use Case

이게 더 효과가 더 좋았다.





# Referral – Use Case



## Q 레알팜 추천인

vir\*\*\*\* | 질문 4건 질문마감률 100% | 2013.06.17 13:37

레알팜 새로 하시는분들  
추천인으로

좀 부탁드립니다.

5레벨 달성하시고 쪽지 주시면 레알팜 게임머니로 10만원 보내드릴게요  
다른분들처럼 많이는 못 보내드리지만 저쩍에 모은돈 다 방출입니다.

영웅오리가 너무 갖고싶어요.ㅠㅠ

추천인 하고 5레벨달성 후에 쪽지 주시면 지원금 보내드릴게요

