

그로스해킹 101

## 2-1. AARRR

---

# 지표 (Metric)

로그를 특정 기준에 따라서 요약한 숫자

## 지표가 중요한 이유

- 현재 상황을 정확하게 이해하도록 해준다
- 목표를 명확하게 해 준다
- 의사결정을 하는 데 기준이 된다

# 지표를 관리하는 두 가지 방법

- 1) Task-based
- 2) Framework-based

## Task-based

### 마케팅 팀

- 검색 마케팅
- SNS 마케팅
- 이벤트 관리

### 운영팀

- 사용자 문의/신고사항 처리
- 강성 CS 중재
- 스토어 리뷰 관리

### 개발팀

- 앱 업데이트
- 버그 Fix
- 모니터링 시스템 구축

### 사업팀

- 신규 계약
- 파트너 관리
- 판매 중 상품 관리

## Task-based

### 마케팅 팀

- 검색 마케팅 : 지난 달 네이버 검색광고 키워드별 CTR는 평균 3.5% 입니다.
- SNS 마케팅 : 이번 주 Facebook 광고의 ROAS는 200% 입니다.
- 이벤트 관리 : 신학기 할인이벤트 참여자는 1200명 입니다.

### 운영팀

- 사용자 문의/신고사항 처리 : 오늘 처리한 CS 문의 수는 300건 입니다.
- 강성 CS 중재 : 지난 주 강성CS가 2건 발생했으며, 보상액은 60만원입니다.
- 스토어 리뷰 관리 : 이번 달에 등록된 앱스토어 리뷰는 400개이고, 평균 평점은 3.2점입니다.

### 개발팀

- 앱 업데이트 : 월요일에 배포한 버전 3.0의 채택율은 60%입니다.
- 버그 Fix : 이번 배포에는 총 12건의 버그 수정이 포함되어 있습니다.
- 모니터링 시스템 구축 : 서버 모니터링을 통해 총 35개 지표에 대해 알럿을 받습니다.

### 사업팀

- 신규 계약 : 이 달 신규 계약은 12건입니다.
- 파트너 관리 : 이 달의 Churn MRR은 800만원 입니다.
- 판매 중 상품 관리 : 이번 달 판매상품의 ASP는 6만원입니다.

## Task-based

### 마케팅 팀

- 검색 마케팅 : 지난 달 네이버 검색광고 **키워드별 CTR**는 평균 **3.5%** 입니다.
- SNS 마케팅 : 이번 주 Facebook 광고의 **ROAS**는 **200%** 입니다.
- 이벤트 관리 : 신학기 할인이벤트 **참여자**는 **1200명** 입니다.

### 운영팀

- 사용자 문의/신고사항 처리 : 오늘 처리한 CS **문의 수**는 **300건** 입니다.
- 강성 CS 중재 : 지난 주 **강성CS**가 **2건** 발생했으며, **보상액**은 **60만원**입니다.
- 스토어 리뷰 관리 : 이번 달에 등록된 앱스토어 **리뷰**는 **400개**이고, **평균 평점**은 **3.2점**입니다.

### 개발팀

- 앱 업데이트 : 월요일에 배포한 버전 3.0의 **채택율**은 **60%**입니다.
- 버그 Fix : 이번 배포에는 총 **12건의 버그 수정**이 포함되어 있습니다.
- 모니터링 시스템 구축 : 서버 모니터링을 통해 총 **35개** 지표에 대해 **알럿**을 받습니다.

### 사업팀

- 신규 계약 : 이 달 **신규 계약**은 **12건**입니다.
- 파트너 관리 : 이 달의 **Churn MRR**은 **800만원** 입니다.
- 판매 중 상품 관리 : 이번 달 판매상품의 **ASP**는 **6만원**입니다.

# Task-based

마케팅

- 검색 마케팅 : 지난 달 네이버 검색광고 키워드별 CTR는 평균 3.5% 입니다.
- SNS 마케팅 : 네이버, Facebook 광고의 ROAS는 200% 입니다.

- Task → 지표
- 무엇이 중요한지 판단하기 어려움
- 전체 프로세스에서 누락된 Task가 존재할 수 있음
- 팀별로 관리되며, 서비스/프로덕트 관점에서 최적화되지 않음
- 놀지 않았다는 걸 증명하기 위해 지표가 사용된다?!

.2점입니다.

니다.

사업팀

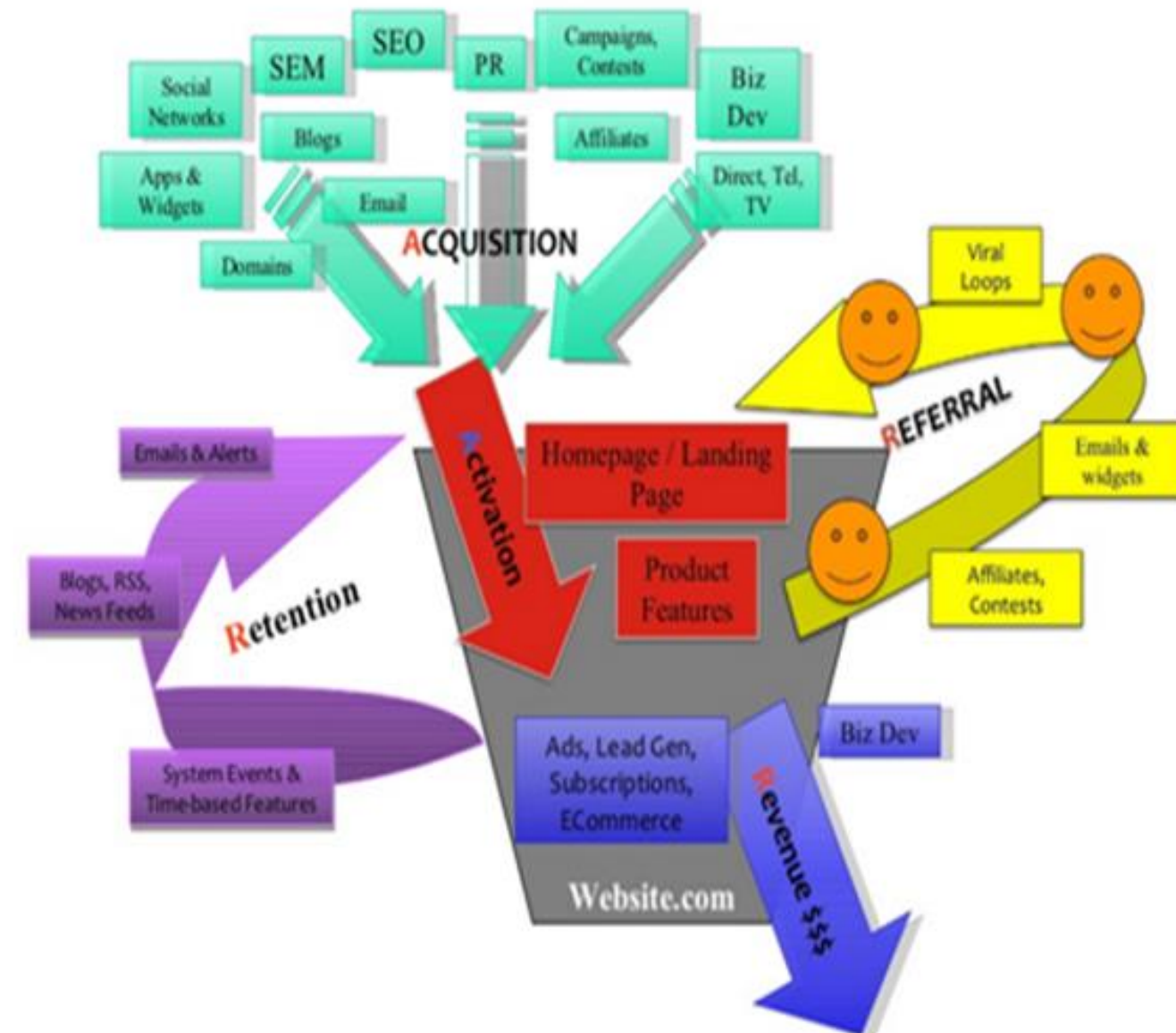
- 파트너 관리 : 유료고객의 MRR은 85% 입니다.
- 판매 중 상품 관리 : 이번 달 판매상품의 ASP는 6만원입니다.

## 효율적인 지표 관리

- 1) 회사 조직도가 따라 나뉘는 게 아니라, User Lifecycle을 기반으로 Stage 구분
- 2) 유저가 들어오는 순간부터, 나가는 순간까지를 모두 포괄
- 3) 각 단계가 일종의 funnel 형태로 서로 유기적으로 엮여 있음
- 4) 지표 → Task



# AARRR by Dave McClure



Source: [Startup Metrics for Pirates](#)

Category	User Status	Conv %	Est. Value
Acquisition	<b>Visit Site</b> (or landing page, or external widget)	100%	\$.01
Acquisition	<b>Doesn't Abandon</b> (views 2+ pages, stays 10+ sec, 2+ clicks)	70%	\$.05
Activation	<b>Happy 1<sup>st</sup> Visit</b> (views X pages, stays Y sec, Z clicks)	30%	\$.25
Activation	<b>Email/Blog/RSS/Widget Signup</b> (anything that could lead to repeat visit)	5%	\$1
Activation	<b>Acct Signup</b> (includes profile data)	2%	\$3
Retention	<b>Email Open / RSS view → Clickthru</b>	3%	\$2
Retention	<b>Repeat Visitor</b> (3+ visits in first 30 days)	2%	\$5
Referral	<b>Refer 1+ users who visit site</b>	2%	\$3
Referral	<b>Refer 1+ users who activate</b>	1%	\$10
Revenue	<b>User generates minimum revenue</b>	2%	\$5
Revenue	<b>User generates break-even revenue</b>	1%	\$25

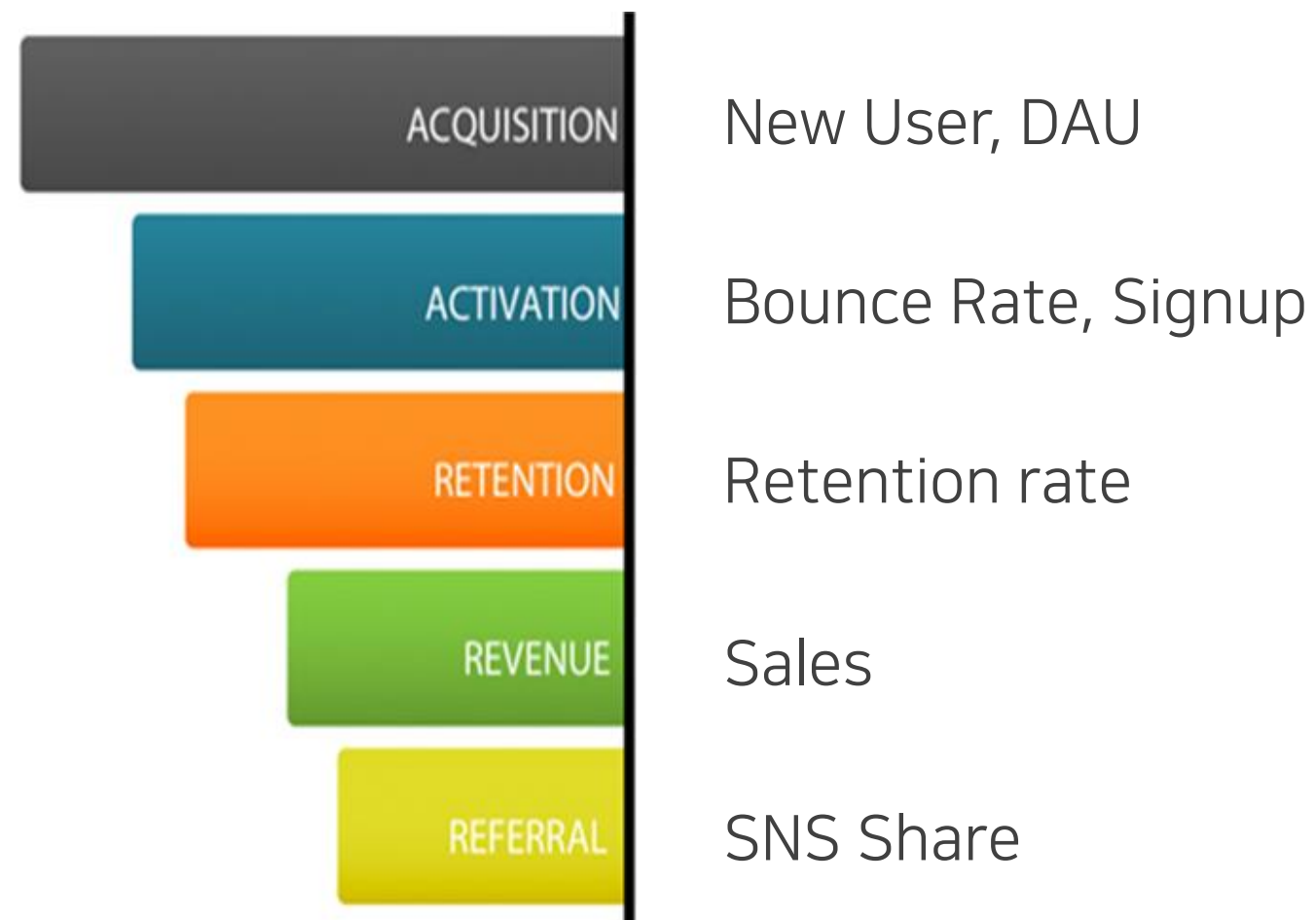
Source: [Startup Metrics for Pirates](#)

# AARRR에 대한 오해 1

- 5개 단계가 있고, 각 단계별로 중요하게 봐야하는 지표들이 있다는 거 아니가요?

→ 단순히 단계별로 지표 모니터링하라는 거 아니에요...

→ 이거 계산은 누구나 다 할 수 있습니다. 사실 중요한 건 그 다음



→ 심지어 모니터링하라는 지표도 잘못 알려주는 경우 많음...

# AARRR에 대한 오해 2

- 깔대기는 첫 부분이 가장 중요하니깐, Acquisition부터?
  - 소중한 팬을 분노한 안티로 만드는 가장 빠른 방법은,
  - Activation & Retention이 잘 준비되지 않았는데, Acquisition 채널을 활짝 열어버리는 것...



**Dave McClure** , Geek, Investor, Troublemaker, Sith Lord. at 500 Startups

note: although AAARR 5-step model is presented with 'Acquisition' first, the typical order i recommend startups to use is to focus on Activation & Retention first, \*then\* Acquisition & Referral, \*then\* Revenue.

# AARRR을 활용하는 방법

- 각 단계별로 풀어야 하는 문제를 확인한다.
- 각 단계별로 활용되는 주요 지표를 선별하고, 측정한다.
- 측정된 지표가 가지는 의미를 이해한다.
- 현 단계에서 개선해야 하는 목표 지표를 정하고, 실험을 통해 단계적으로 개선한다.