



SAKILA

- CREDIT -

제작 열심히하조 컨설팅

4팀

문경두

최근찬

양혜지

유용혁

이한별

주제 ‘샤킬라튜브’ 밴처기업 신설을 위한 사업제안서

청자 샤킬라그룹 임원진



2005년 9월 ~ 2006년 1월 매출 감소 해결을 위한 **sakila** 내부 재정비 기간

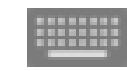
2006년 2월 14일 자료가 2006년 2월 자료의 전부 (**자료의 소실 X**)

Sakila 전체 데이터에서 층화계층 추출을 통해 선정, 대표성을 보장

Sakila DVD 대여점은 유인 매장



목차



- 01 사업 개요
- 02 현황 분석(AS IS)
- 03 비즈니스 모델 제안(TO BE)
- 04 실행 전략
- 05 결론 및 향후 제안



SAKILA

사업 개요



배경 및 시장 진입 필요성



기존 시장 상황 (Red Ocean)

오프라인 DVD 대여시장 = 포화상태

고정비 부담 ↑ (매장, 인건비 등)

운영시간 제약, 수요 편차 ↑

가격 경쟁 심화, 차별화 어려움

새로운 시장 기회 (Blue Ocean)

스트리밍 기반 구독 시장 = 초기 단계

경쟁자 거의 없음

디지털 콘텐츠 소비 전환 가속화

기술, 네트워크 인프라 급속 확산

2007년, 왜 지금인가?

넷플릭스 스트리밍 전환 시작 (2007)

고속인터넷 & PC 보급 확대

사용자 수요 : 물리적 소유 → 실시간 접근 기반

Sakila의 기회요인

이미 보유한 DVD 콘텐츠와 고객 데이터

내부 콘텐츠 자산 기반 빠른 전환 가능

OTT로의 전환 = 비용 절감 + 구독 기반 수익 확보



목표 설정



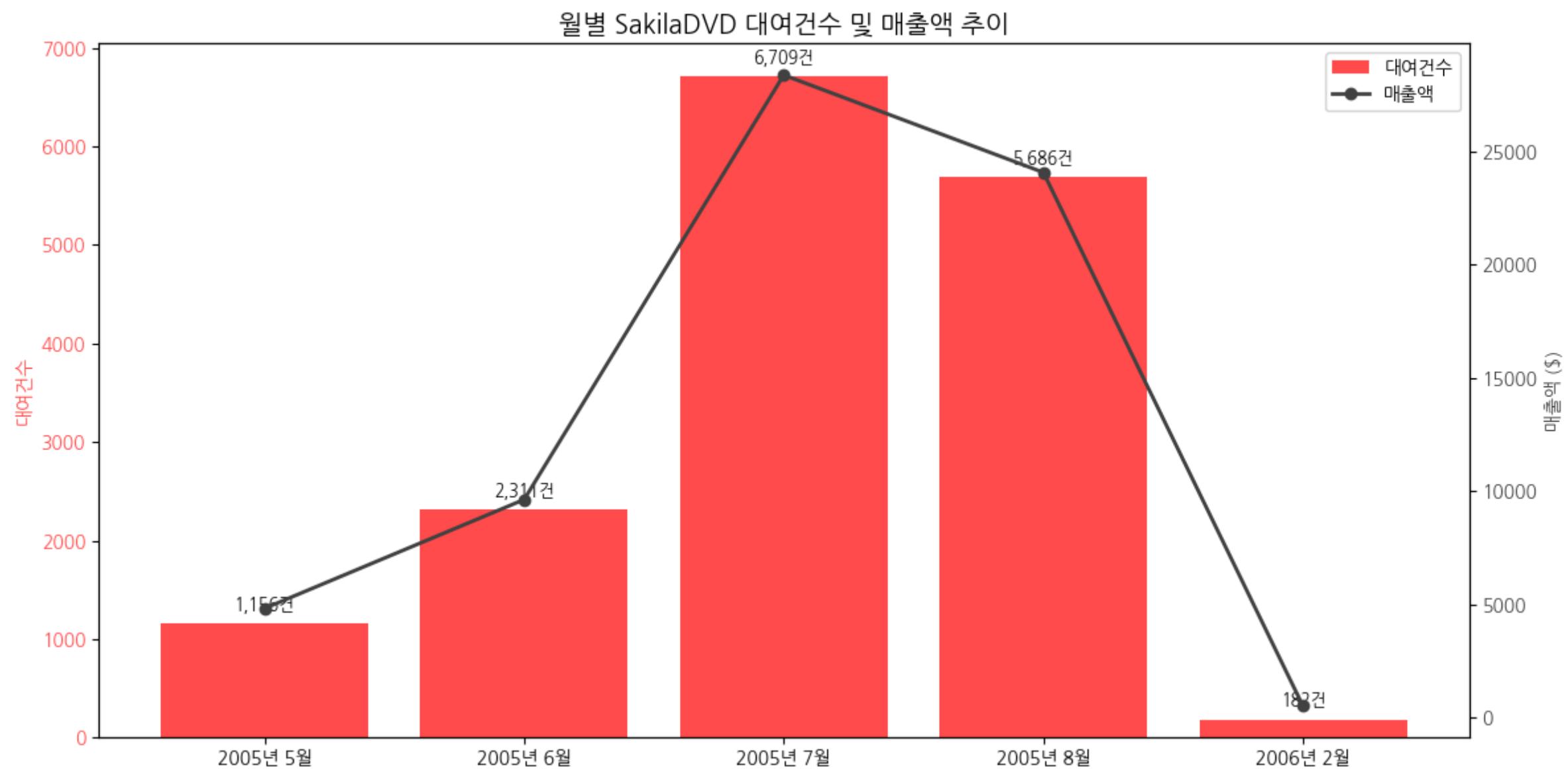
SakilaTube의 콘텐츠 및 마케팅 전략 수립을 통한
MRR 기반 지속 가능한 수익 모델 확보 및
성공적인 OTT로의 전환



SAKILA

현황 분석(AS IS)

월별 Sakila DVD 대여 건수 및 매출액 추이



2005년 7월까지

2005년 8월부터

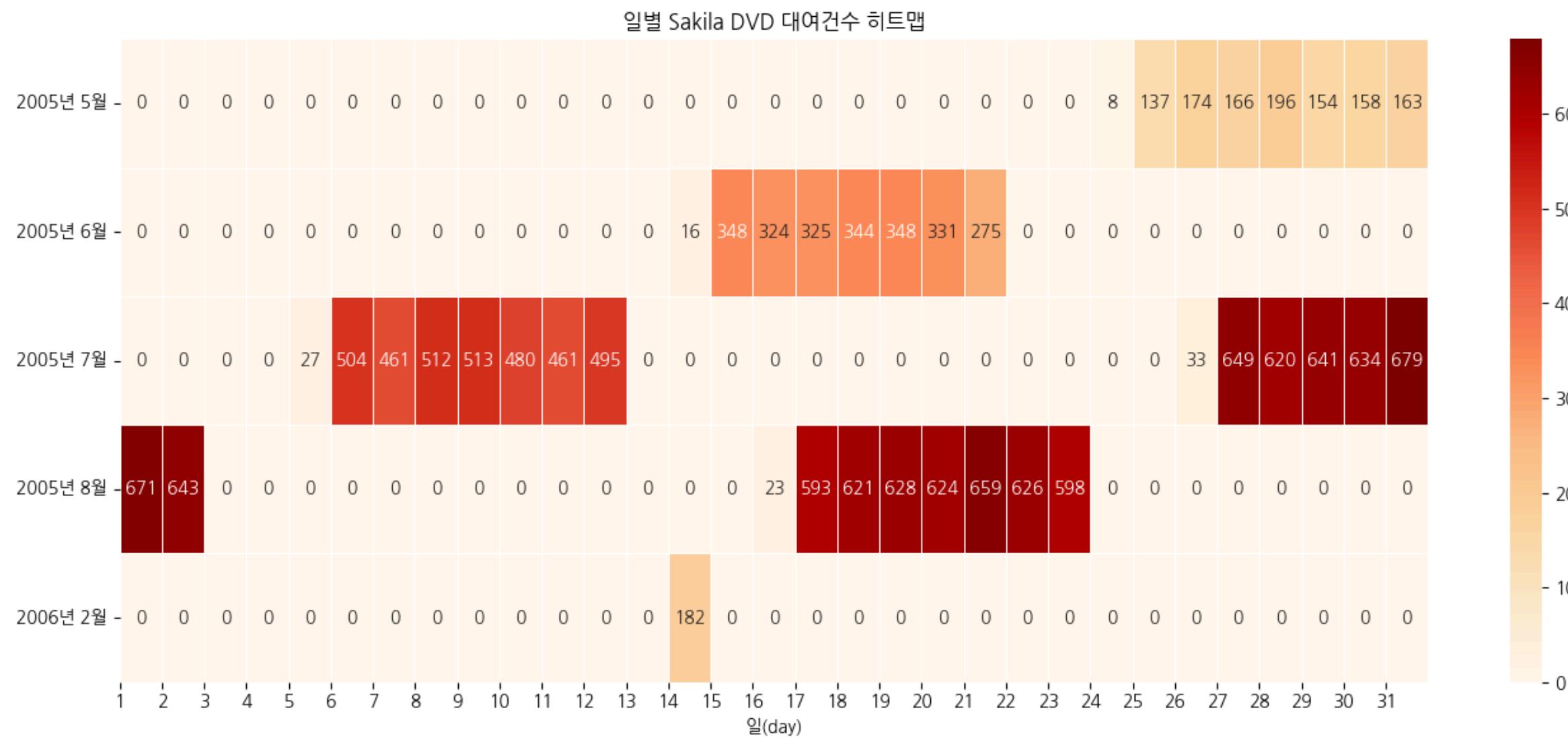
대여건수와 매출액의 **변동성 심함**
고정비 감당 어려운 구조로
이어질 가능성 높은 상황



비효율적인 영업 구조



일별 Sakila DVD 대여건수



DVD 대여 수요가 있는 날이
일정하지 않음

사실상 매출을 올릴 수 있는 날이
달의 절반도 채 되지 않음

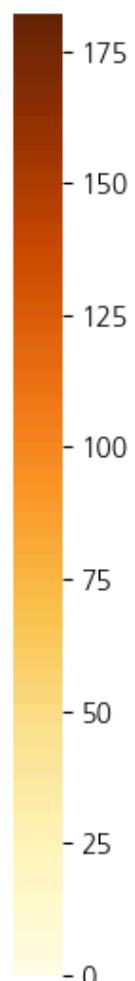
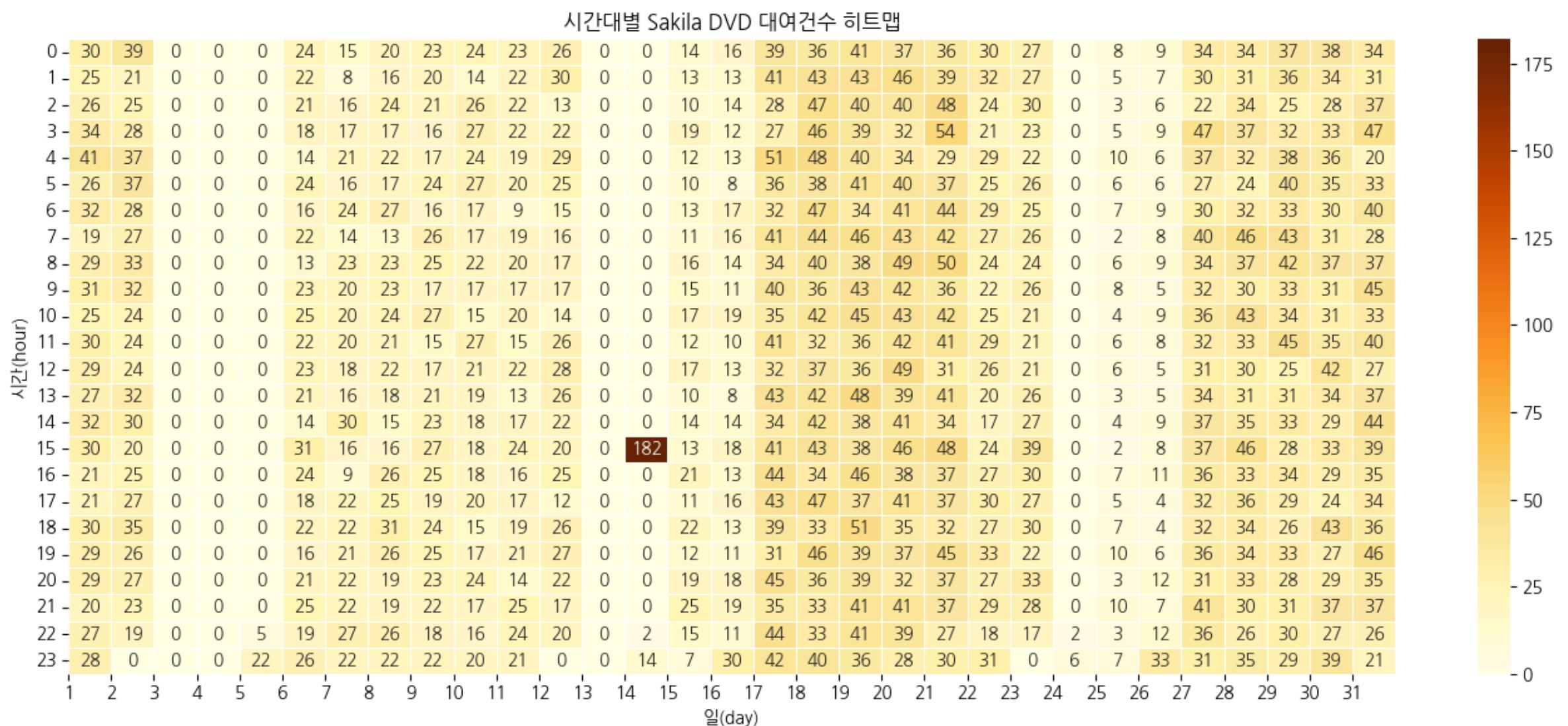
고정비 감당이 힘들어지는
악순환 발생



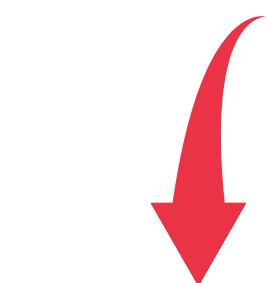
야간 수요에 따른 추가 비용 발생



시간대별 Sakila DVD 대여 건수 (전체 기간)



2006년 2월 14일 15시
대여 건수 182건 발생



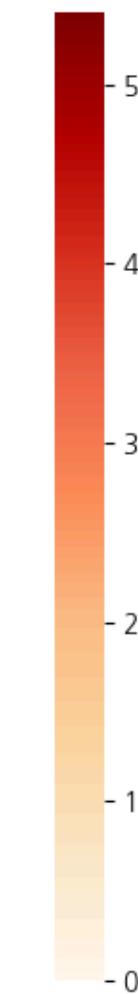
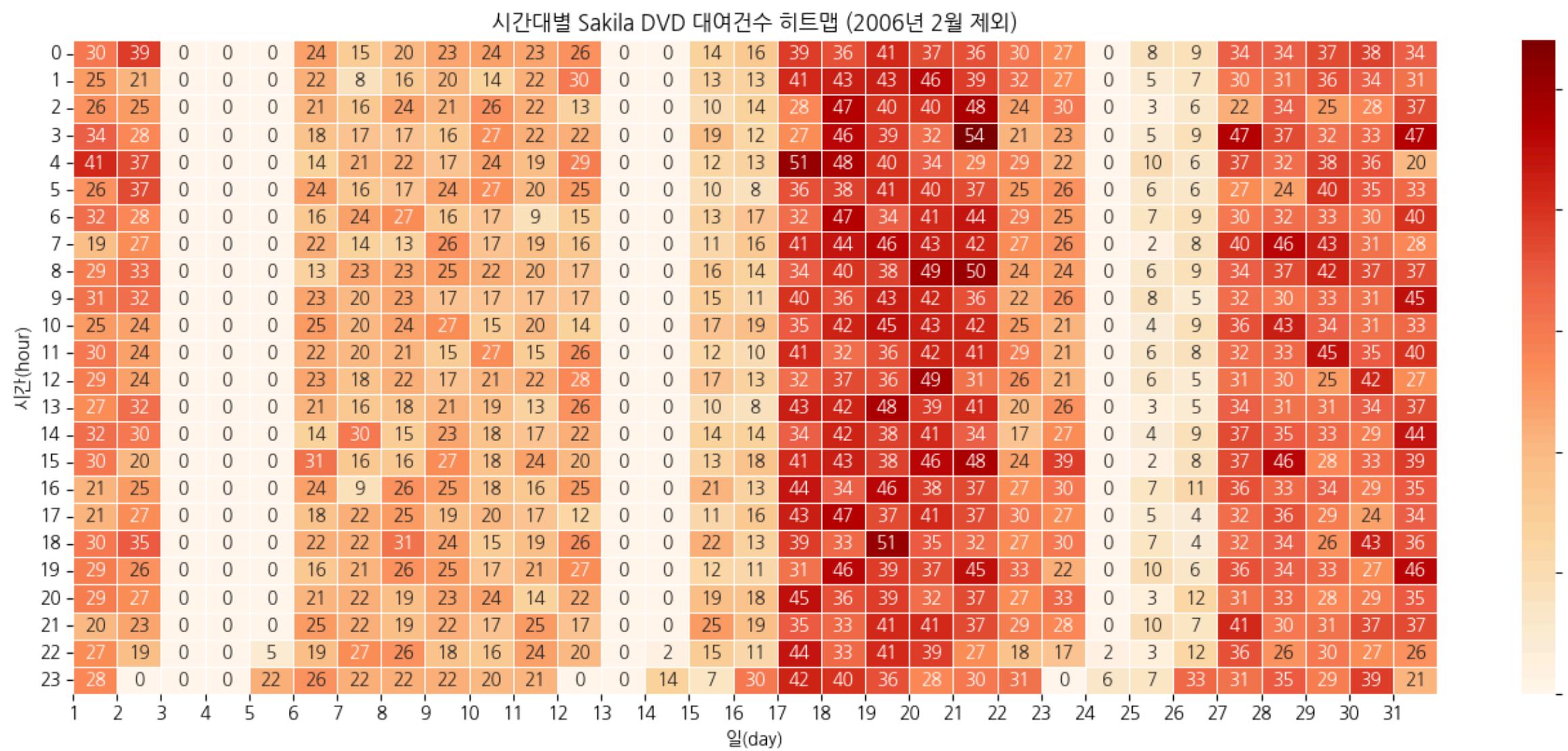
이상치로 인해
제대로 된 시간대별 대여 건수
분포 확인 어려움



야간 수요에 따른 추가 비용 발생



시간대별 Sakila DVD 대여 건수 (2006/2/14 제외)



야간에도 대여 건수 ↑
→ 야간에도 DVD 수요 ↑

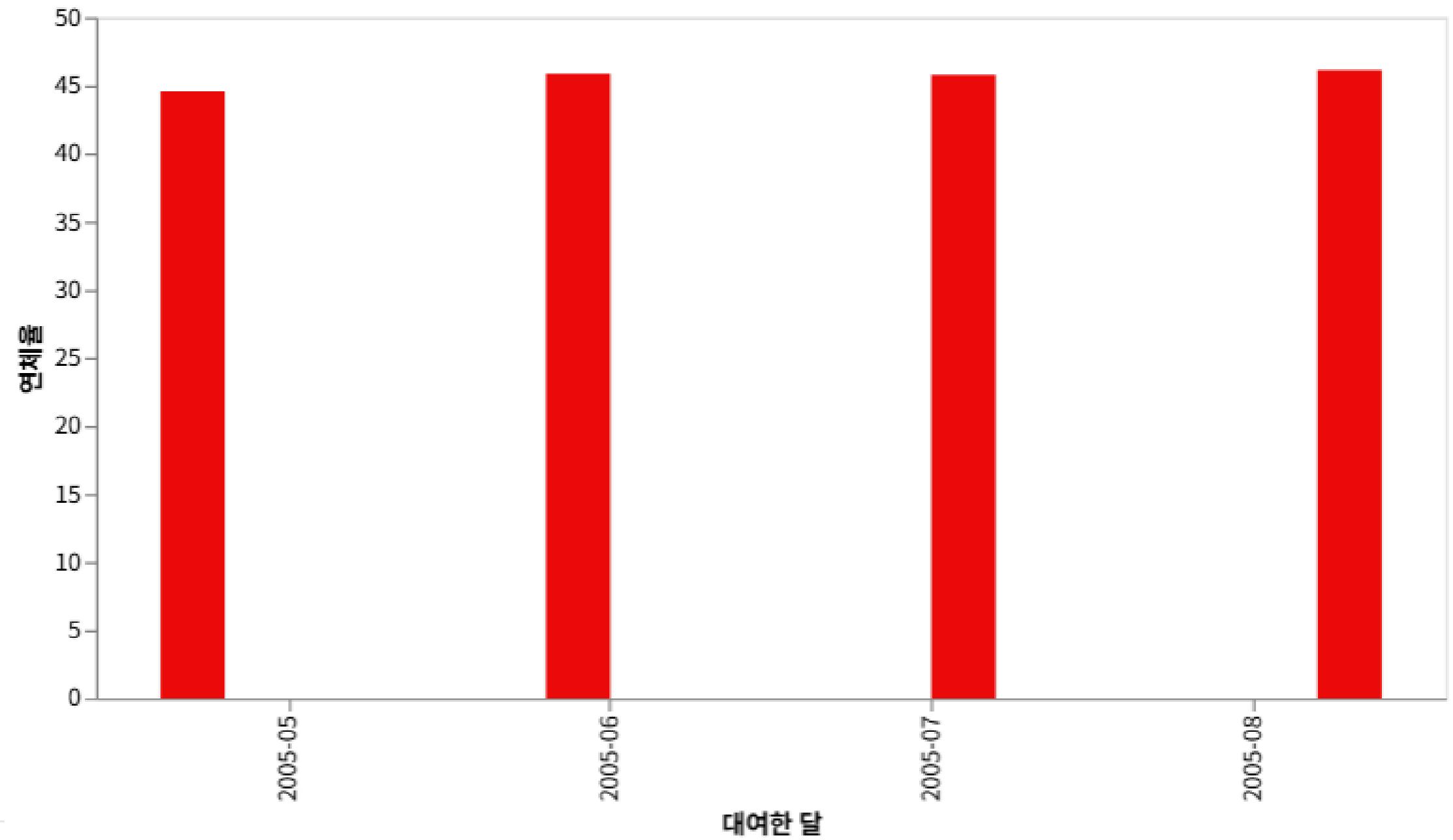
야간 운영 시 인건비 등
지속적으로 추가 고정비 발생



DVD 대여 후 높은 연체율



월별 DVD 대여 연체율 수치 (2005년 자료 대상)



DVD연체율이 50%에 육박함

- 재고 관리, 고객 맞춤 서비스에
큰 차질 발생
- 지속적으로 추가 고정비 발생



✓ 한정된 재고로 인한
선택지 제한

✓ 제한된 시간 동안만
시청 가능



SAKILA

비즈니스 모델 제안(TO BE)



구독 기반 OTT 모델 도입



WHY

기존 DVD 대여점 구조의 한계

→ 지속 가능한 수익 모델 필요

WHAT

구독형 OTT 모델 도입

고객군별 니즈 반영 → 유연한 수익 설계

콘텐츠 차등 제공 → up-selling 가능

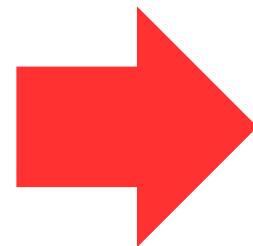
HOW

MRR 중심 구조 → 예측 가능한 반복 매출

고정비 절감 → 재고, 매장 운영 비용 ↓

개인화 서비스 강화 → 시청 데이터 기반 추천

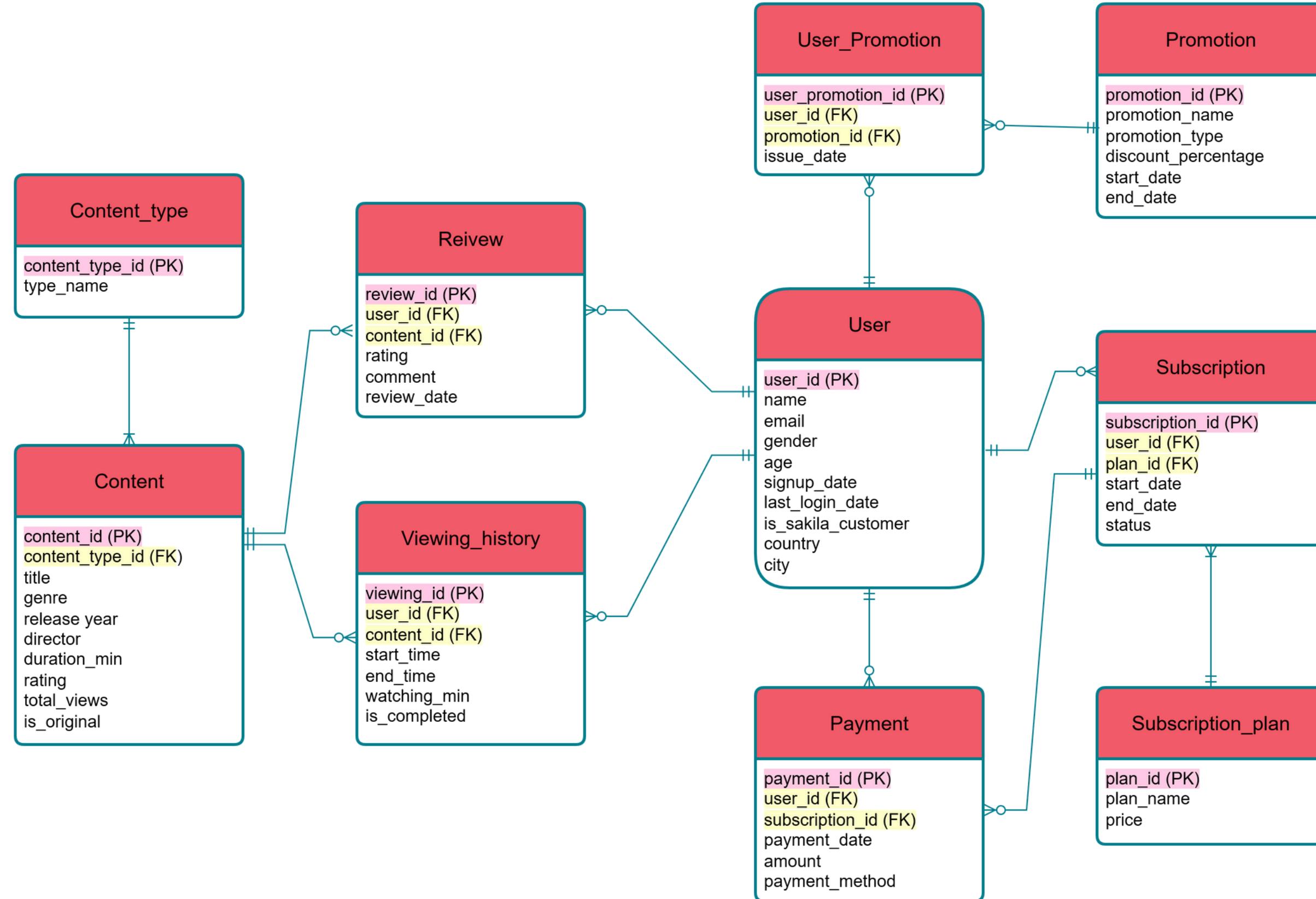
데이터 기반 고객 세분화 마케팅 가능



단순한 서비스 전환이 아니라,
지속 가능한 수익과 고객 경험만족도를 동시에 강화하는 전략적 전환



ERD





MRR 정의

MRR (Monthly Recurring Revenue)

- 유효한 구독자들이 매월 납부 중인 구독 요금의 총 합
- 단순 ‘매출’이 아닌, 지속 가능한 수익의 핵심 지표

적용 기준

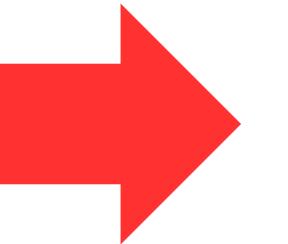
1. `subscription.status`
IN (**active, upgraded, downgraded**)
2. `start_date ≤ NOW() ≤ end_date`



MRR 계산 방식

MRR = 신규 MRR + 업그레이드 MRR
- (다운그레이드 MRR + 이탈 MRR)

- **신규 MRR** : 새 유료 고객이 발생시킨 수익
- ▲ **업그레이드 MRR** : 상위 요금제로 전환되어 추가된 수익
- ▼ **다운그레이드 MRR** : 요금 하향으로 줄어든 수익
- ✖ **이탈 MRR** : 구독 종료로 인해 사라진 반복 수익



- ✓ 100만명 베이직(광고 수익 1000만 달러)
- ✓ 100만명 스탠다드(\$3)(300만 달러)
- ✓ 100만명 프리미엄(\$5)(500만 달러)

월 예상 매출
1,800만 달러
(약 250억)



SAKILA

실행 전략



기존 플랫폼과의 차별화 포인트



YouTube

NETFLIX

긴 러닝타임

몰입형 콘텐츠 부족

콘텐츠 품질 편차 큼

S▶

SAKILA

- ✓ 20분 이내의 짧은 콘텐츠
- ✓ 큐레이팅 서비스
- ✓ 샤킬라튜브 오리지널 콘텐츠
 - 1시간 몰아보기
 - 인기 유튜버와 협작



**케이트 블란쳇
(GINA DEGENERES)**

- WIFE TURN
- BED HIGHBALL
- CALENDAR GUNFIGHT
- INTRIGUE WORST
- MOVIE SHAKESPEARE



**이진욱
(WALTER TORN)**

- AMELIE HELLFIGHTERS
- CURTAIN VIDEOTAPE
- GASLIGHT CRUSADE
- MADISON TRAP
- WITCHES PANIC



**최민식
(MATTHEW CARREY)**

- BIRCH ANTITRUST
- GRINCH MASSAGE
- MOONSHINE CABIN
- TADPOLE PARK
- TRIP NEWTON



**한지민
(MARY KEITEL)**

- ACADEMY DINOSAUR
- CASSIDY WYOMING
- DWARFS ALTER
- LOVELY JINGLE
- MEMENTO ZOOLANDER



**브래드 피트
(VAL BOLGER)**

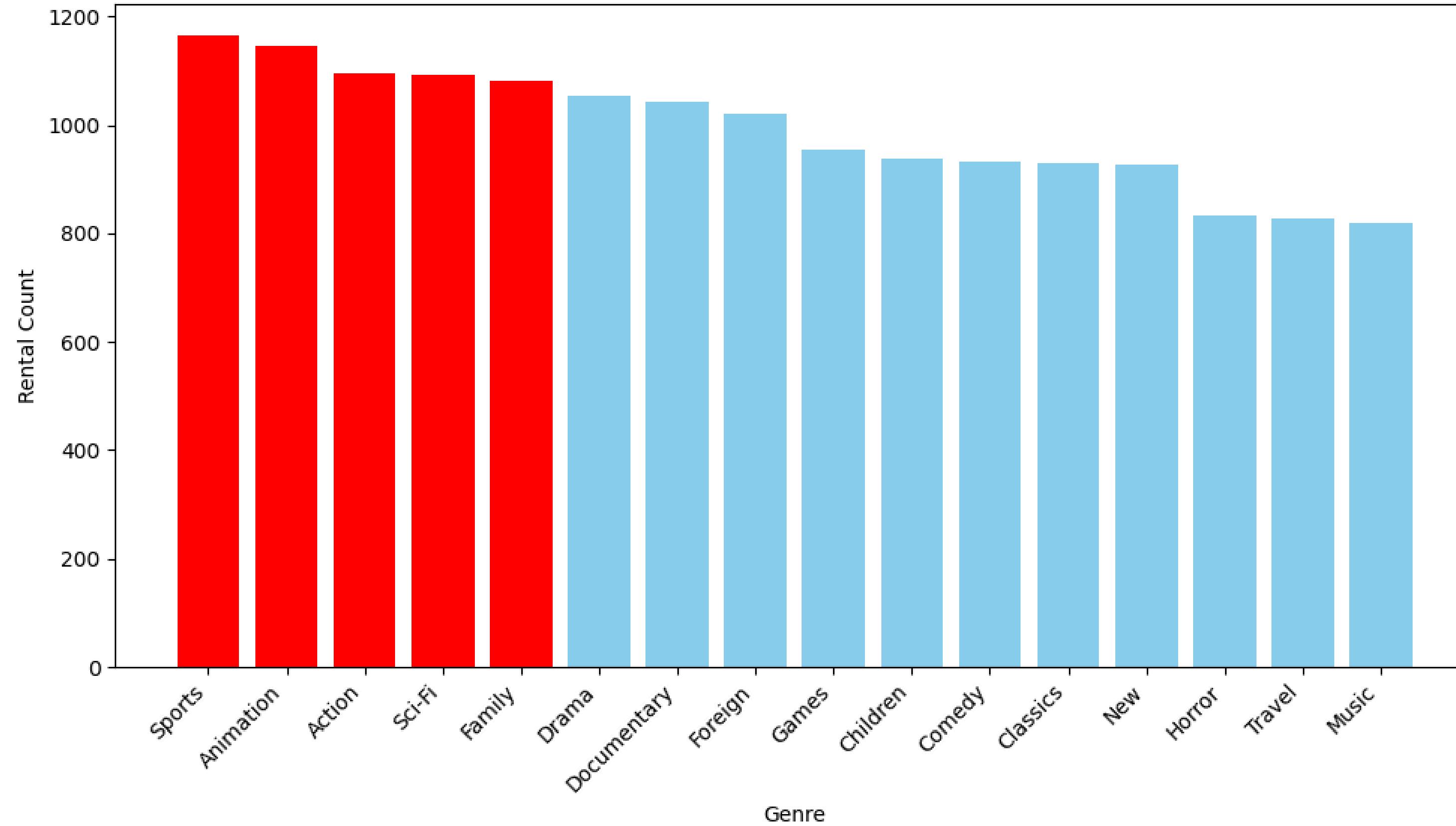
- CAPER MOTIONS
- CHITTY LOCK
- LAMBS CINCINATTI
- UNITED PILOT
- STAMPEDE DISTURBING



꺼진 영화도 다시 보자



2005 Rental Count by Genre





꺼진 영화도 다시 보자



RUGRATS SHAKESPEARE

SUSPECTS QUILLS

JUGGLER HARDLY

DOGMA FAMILY

RUSH GOODFELLAS

APACHE DIVINE

Action

조회수 533회 1일 전 더보기



SAKILA

1000만



32

공유

리믹스

오프라인 재생

Animation

조회수 533회 1일 전 더보기



SAKILA

1000만



32

공유

리믹스

오프라인 재생

Family

조회수 533회 1일 전 더보기



SAKILA

1000만



32

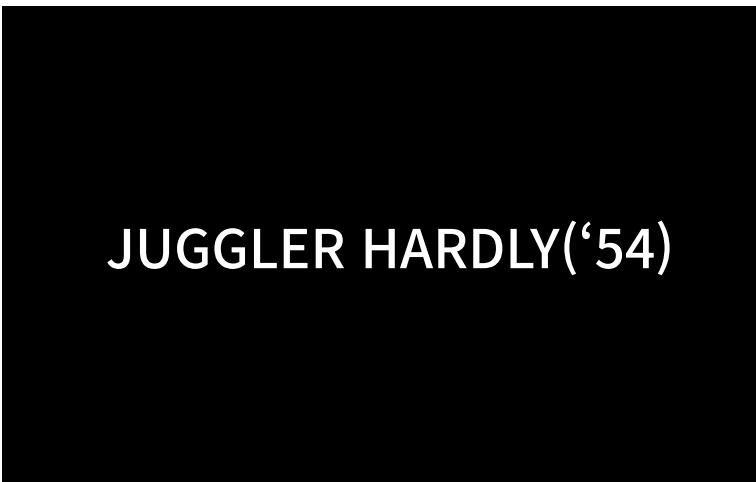
공유

리믹스

오프라인 재생



바쁘다 바빠 현대사회



 SAKILA



 SAKILA



 SAKILA



 SAKILA



 SAKILA



 SAKILA



✓ 장르

글로벌 메디컬·정치 스릴러

한미 합작 병원을 배경으로, 생명을 두고 벌어지는 갈등, 협력, 사랑,
그리고 국제적 비밀

✓ 주요 등장인물 설정

케이트 블란쳇: 美 국립보건원(NIH) 출신 외과의, 냉철하고 프로페셔널

브래드 피트: 전쟁터에서 돌아온 美 군의관, 트라우마를 안고 있음

한지민: 한국 병원 측 신경외과 전문의, 이상주의적이고 따뜻한 캐릭터

최민식: 병원 설립자이자 CEO, 비밀스러운 과거가 있음

이진욱: 응급의학과 전문의, 한지민과 과거 인연이 있음



1시간 몰아보기



ROCKETEER MOTHER

RIDGEMONT SUBMARINE

JUGGLER HARDLY

Grey's Anatomy

Dexter

Gossip Girl

American Idol

Top Shef

Survivor

Movie

조회수 533회 1일 전 더보기



32

공유

리믹스

오프라인 저



Drama

조회수 533회 1일 전 더보기



32

공유

리믹스

오프라인 저



Reality

조회수 533회 1일 전 더보기



32

공유

리믹스

오프라인 저





유튜버와 합작 콘텐츠



The Absurd 'How To' Guide Challenge

조회수 533회 1일 전 더보기



SAKILA

1000만



32 | ↴

공유

리믹스

오프라인 저

Ask Us Anything WITH Smosh

조회수 533회 1일 전 더보기



SAKILA

1000만



32 | ↴

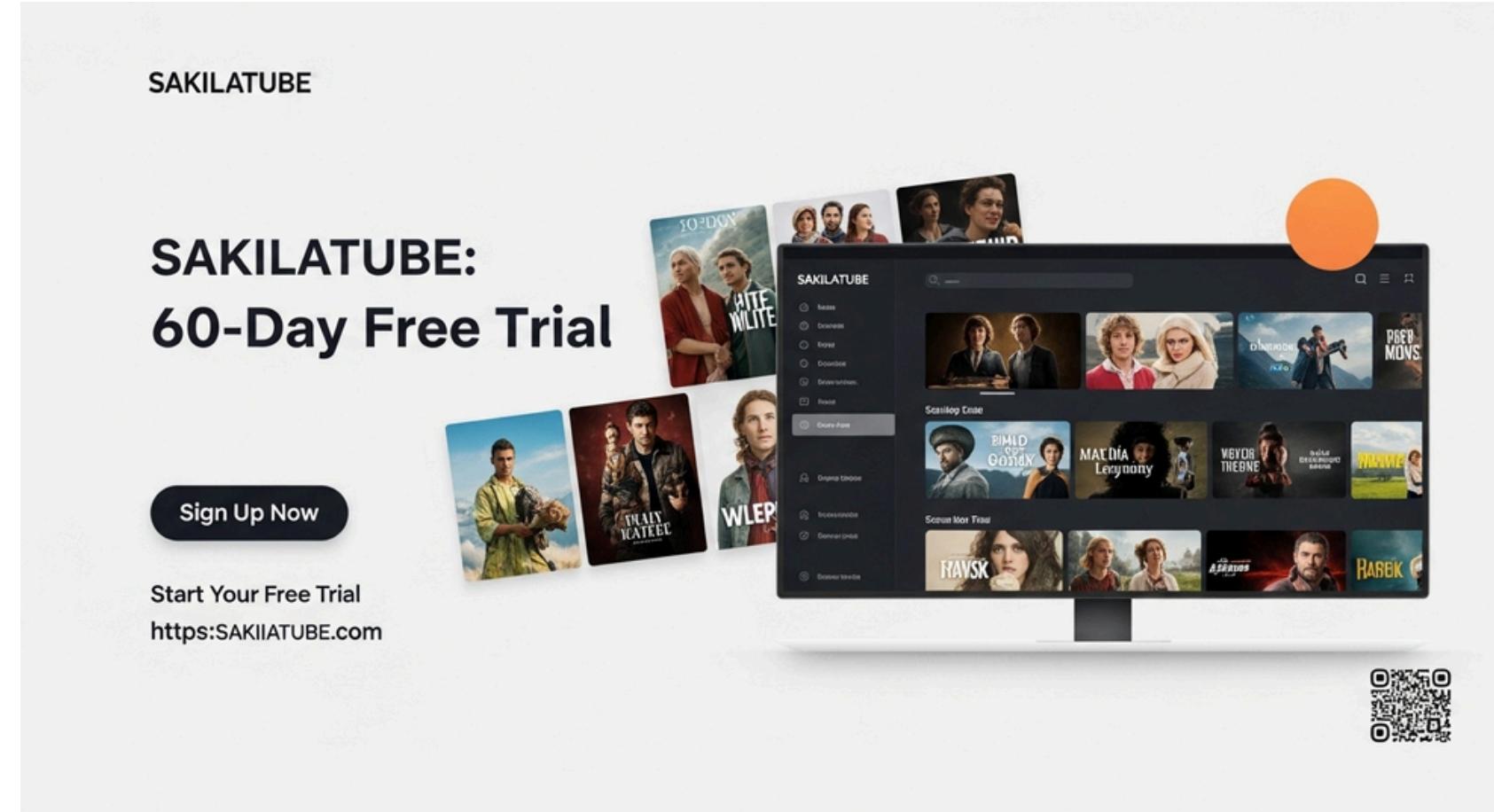
공유

리믹스

오프라인 저



구독자 유치를 위한 프로모션 전략



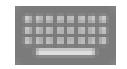
✓ 60일 무료체험 전략 (신규 사용자 유입 목적)

넷플릭스가 무료 체험 전략을 통해 가입 장벽을 낮추고
신규 사용자를 유치하는 데 성공

긴 기간의 무료체험이 Sakilatube의 성장과
시장 확보에 도움이 될 것으로 기대됨



SAKILATUBE만의 차등 구독 시스템 도입



등급 산정 방식

2007년 현재

전 세계 케이블 tv 요금제 시스템을 활용

등급 산정

Basic : 무료(광고O, 제한적 콘텐츠 제공)

Standard : 오리지널 콘텐츠 제외(광고X)

Premium : 오리지널 콘텐츠 포함(광고X)



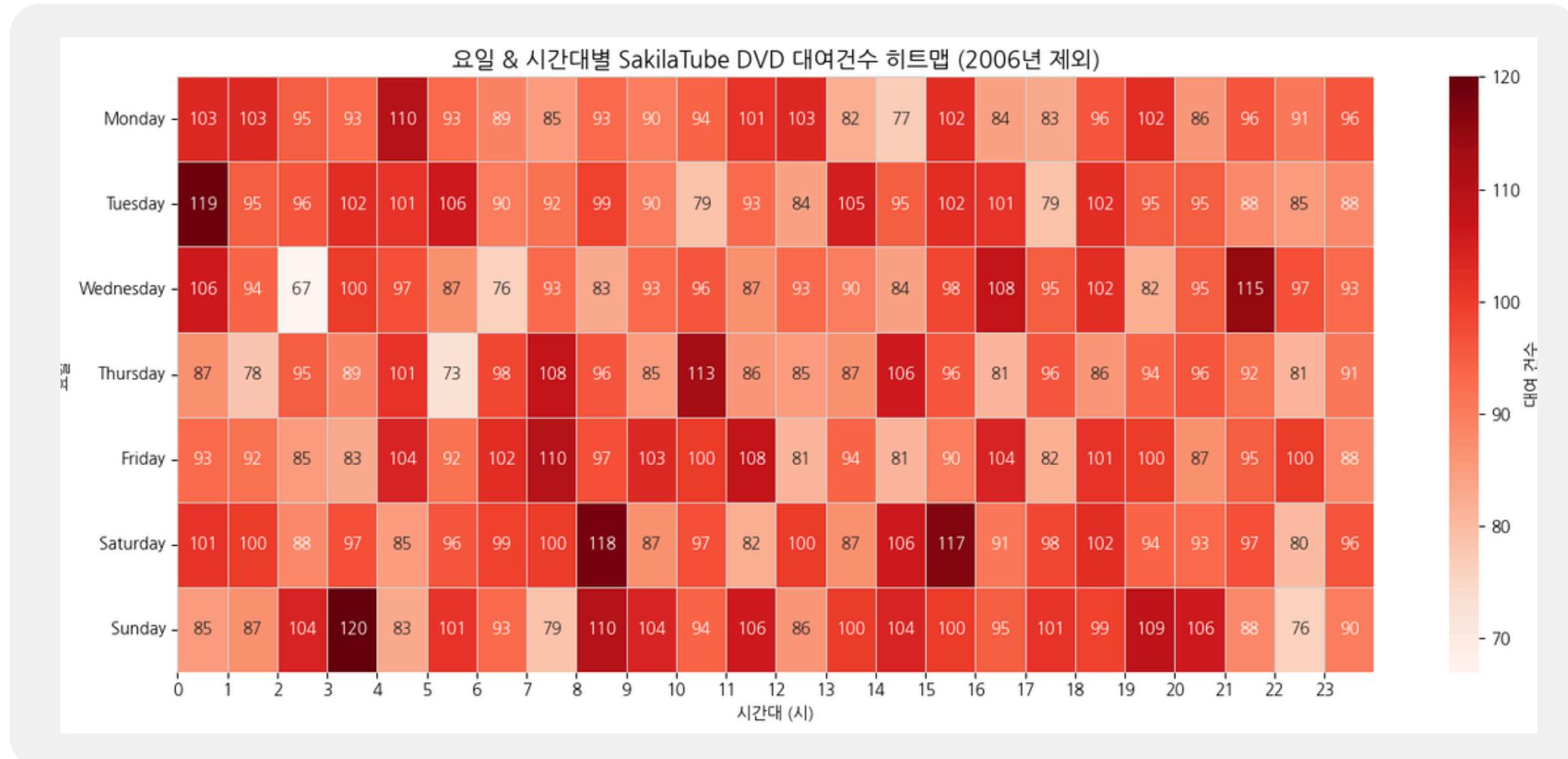
사용자 행동 기반 운영 전략 : 피크타임 집중분석



DVD 대여 수요가 집중된 피크타임 확인

해당 시간에 신작 론칭 or 푸시 알림 발송

✓ 요일 + 시간대별 패턴분석 (2006년 제외)



✓ 상위 5% 대여수요가 집중된 피크타임

	요일 category	시간대 int64	대여_건수 int64
0	Tuesday	15	284
1	Sunday	3	120
2	Tuesday	0	119
3	Saturday	8	118
4	Saturday	15	117
5	Wednesday	21	115
6	Thursday	10	113
7	Friday	7	110
8	Sunday	8	110



- ✓ MRR 기반의 안정적 수익 구조 확보
- ✓ 운영비 절감
- ✓ 고객 맞춤 콘텐츠 경험 강화



SAKILA

감사합니다



SAKILA

Drop the 질문