

## [IT 업계 기초 지표]

SQL이나 Python 등 데이터 분석을 위한 여러 가지 툴을 학습했다면, 이제는 어떤 용어들이 있고 이를 어떻게 활용하는 지에 대한 이해가 필요하다. 각 지표는 어떤 의미인지, 어떻게 계산하는 지, 어떻게 활용할 것인지를 해당 문서를 통해 파악한다.

### AU(Active User)

- 활성화 유저, 일반적으로 특정 기간 접속 유저를 가리키는 말
- DAU(Daily Active User): 일별 접속자 수
- 이외에 WAU(Weekly Active User), MAU(Monthly Active User) 등으로 활용하여 사용

### Retention

- 잔존율, 특정 기간 접속한 유저들이 이후 접속한 비중
- [D+1] Retention: 접속한 유저 중 하루 뒤에 몇 %가 접속했는지?
  - 2023년 1월 1일 DAU는 100만명이라고 가정
  - 그 중 2023년 1월 2일에 65만명이 접속했다면? 2023-01-01의 D+1 Retention은 65%
- D+2, D+3, D+7, W+1, M+1 등으로 기준을 바꾸어 활용할 수 있음

### Revenue(Gross)

- 서비스 내 발생한 매출
- Revenue에서 비용 등을 제외한 실제 수익(Net)

### PU(Paying User/Paid User)

- 구매 유저를 가리키며, 특정 기간을 설정하여 해당 기간의 구매한 고유 유저 수
- BU(Buying User)라고 부르기도 함

### PUR(Paying User Rate)

- $\text{Paying User} \div \text{Active User}$ ; 전체 활성화 유저 중 해당 기간 구매 유저의 비중
- 얼마나 많은 유저들이 구매 경험이 있는지를 가리킴

## ARPU(Average Revenue Per User)

- $\text{Revenue} \div \text{Active User}$ ; 기간 매출을 기간 접속자로 나눈 값으로, 1인당 매출을 나타냄
- Daily 기준으로 본다면 ARPDAU로 표현
- 광고 단가를 설정하기 위해 해당 개념을 활용하기도 함

## ARPPU(Average Revenue Per Paying User)

- $\text{Revenue} \div \text{Paying User}$ ; 구매 유저 1인당 평균 매출
- 전체 유저가 아닌 구매 유저를 기준으로 산정한 값이며, 상품 가격 등 BM(Business Model)을 기획할 때 참고

## LTV(Lifetime Value)

- 한 명의 고객이 서비스 내에서 평생 결제하는 비용
- 전체 기간이 아닌 가입 후 N일로 설정하여, 모객 단가를 설정하는 데에 참고하기도 함

## PLC(Product Life Cycle)

- 제품의 수명 주기를 말함
- 추가적인 콘텐츠 개발을 통해 유저들의 PLC를 지속해줄 필요가 있음

## KPI(Key Performance Index, Indicator)

- 목표 달성과 전략 설정을 위한 핵심 지표
- 매출과 트래픽 기준 중 어떤 것을 KPI로 설정하느냐에 따라 서비스 방향성이 바뀜
- 예를 들어, PUR과 ARPPU 중 어떤 것을 KPI로 삼을지에 따라 BM 방향성이 결정