

# 회원 행동 분석을 통한 구독회원 확대 전략

온라인 교육 콘텐츠 구독서비스 회원 행동 데이터 기반으로

# 목차

## I 분석 개요

## II 첫 구독 전환

### 01 퍼널 분석

- 개선 필요 단계 진단
- A/B테스트 제안

### 02 무료 체험 효과성 분석

- 무료 체험 효과성 검정
- 무료 체험 프로모션 제안

## III 재구독

### 01 콘텐츠 분석

- 콘텐츠의 효과성 검정
- 콘텐츠 전략 제안

### 02 RFM 분석

- 세그먼트별 주요 내용
- 세그먼트별 마케팅 방안

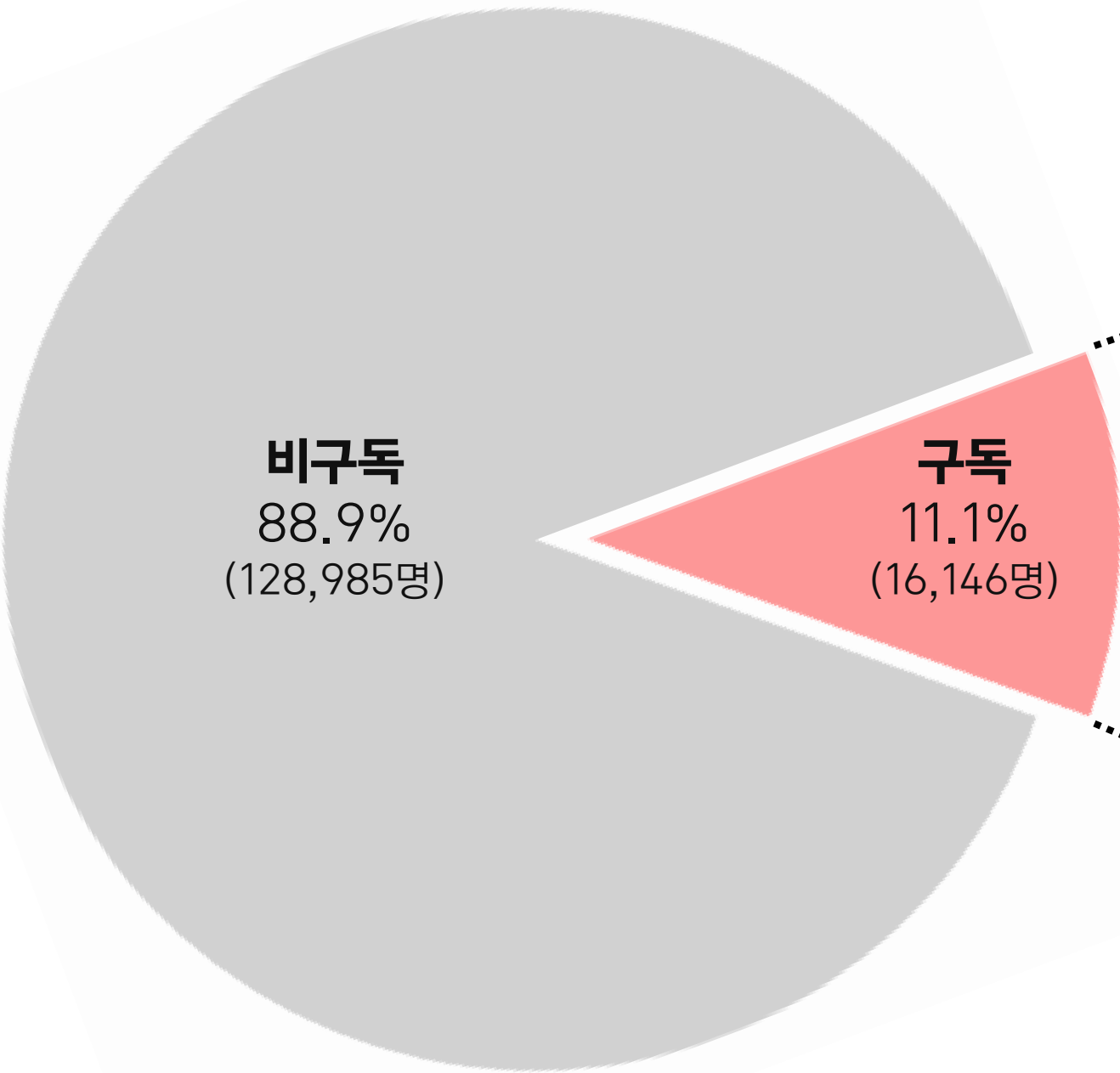


## 분석 개요

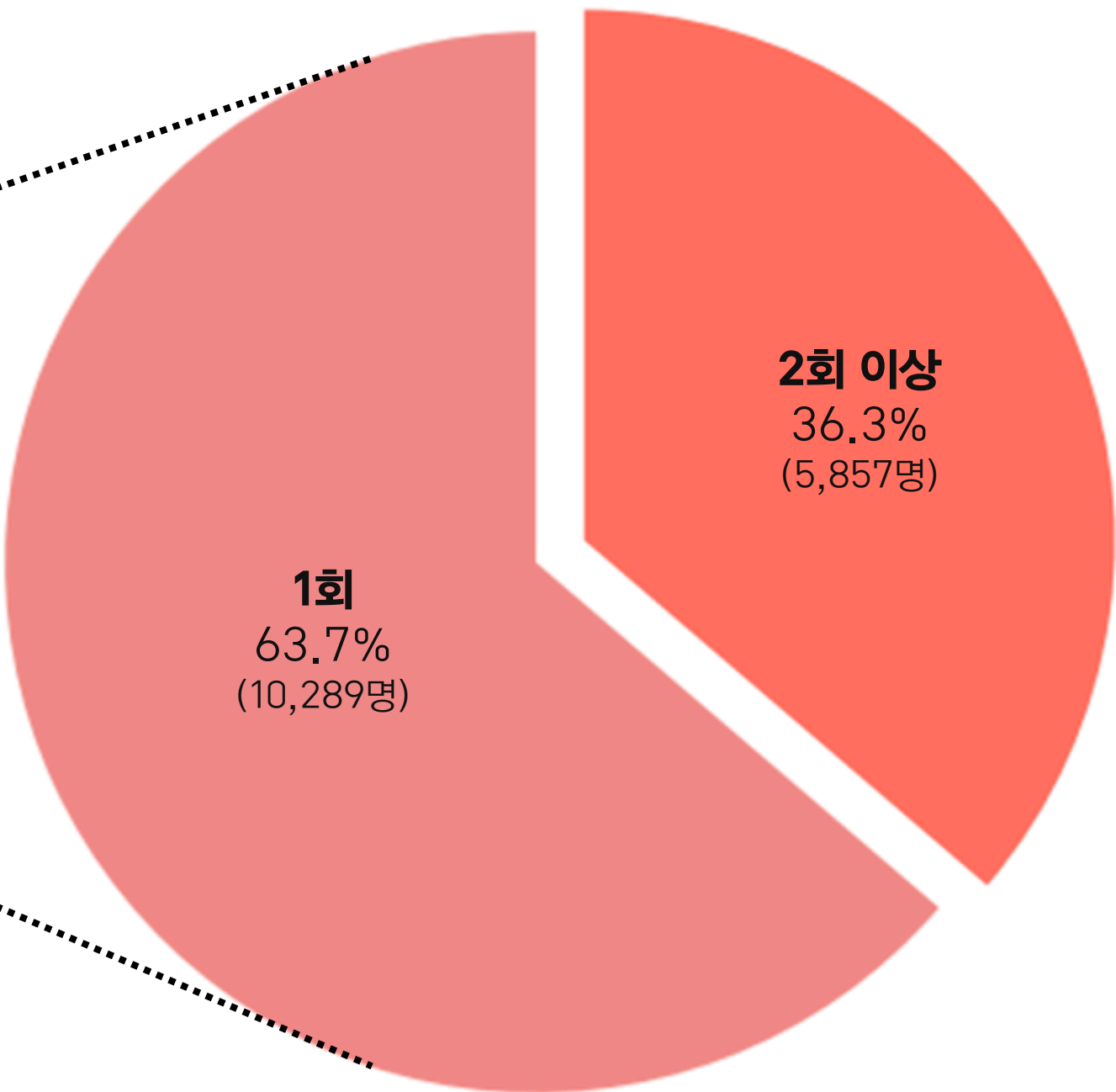
# 분석 개요

구독 서비스의 첫 구독 전환 및 재구독은 기업의 수익과 직결되므로 **구독 회원 확대**를 위한 분석을 진행

전체 회원 중 구독 회원 비율



구독 회원의 구독 횟수 비율



• 구독 회원 : 구독 이력이 1회 이상 존재하는 회원



## 첫 구독 전환

### 01 퍼널 분석

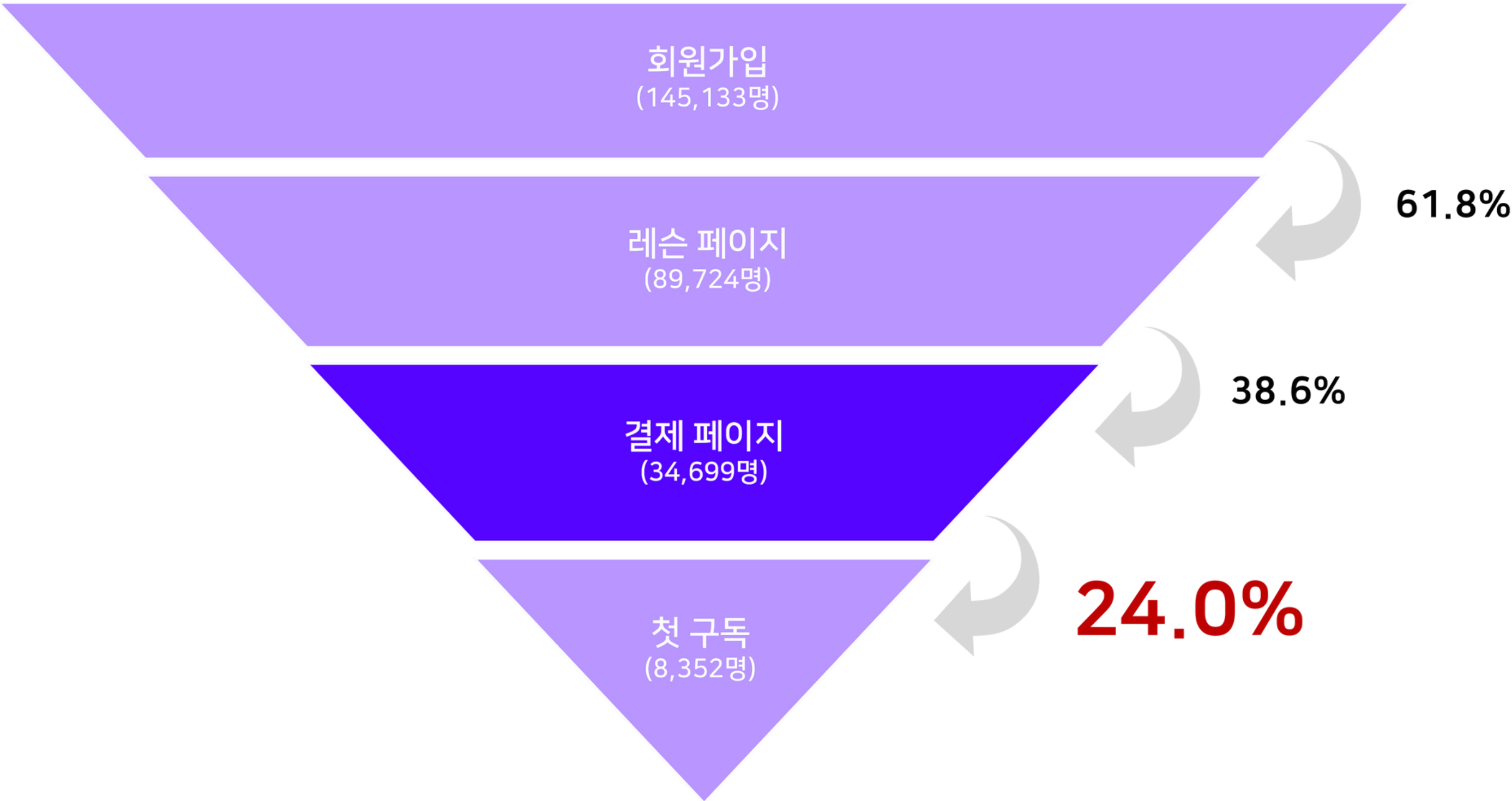
- 개선 필요 단계 진단
- A/B테스트 제안

# 퍼널 분석 - 개선 필요단계 진단



첫 구독에 이르기까지의 여정을 퍼널 분석을 통해 확인한 결과, **결제 페이지에서 가장 많은 이탈** 발생

단계별 회원수 및 전환율



# A/B 테스트 제안

선호하는 결제 수단을 찾지 못해 첫 구독으로 전환되지 않은 회원들을 타겟 유저로 정하고,  
첫 구독 전환율을 증가시키기 위하여 **결제 수단을 다양화하는 A/B테스트를 제안**

A안(기존안)	B안(변경안)
<div><div>결제 수단</div><div><div><input type="radio"/> N pay</div><div><input checked="" type="radio"/> 카드결제 (무이자 할부 지원)</div></div><div><div>카드번호MM / YY</div><div>생년월일 혹은 사업자 등록번호</div></div></div>	<div><div>결제 수단</div><div><div><input type="radio"/> N pay</div><div><input type="radio"/> pay</div><div><input type="radio"/> PAYCO</div><div><input checked="" type="radio"/> 카드결제 (무이자 할부 지원)</div></div><div><div>카드번호MM / YY</div><div>생년월일 혹은 사업자 등록번호</div></div></div>

Metric	성공지표	첫 구독 전환율 (첫 구독 회원 수/결제 페이지 유입 회원 수)					
	보조지표	구독 회원 수, 결제 수단별 클릭률(각 결제 수단별 클릭 수/결제 수단 전체 클릭 수)					
기존 지표	예상 지표	MDE	유의 수준	검정력	샘플 사이즈	실험 기간	
24%	26.93%	12.22% ↑	0.05	80%	6,784명	31일	



## 첫 구독 전환

### 02 무료 체험 효과성 분석

- 무료 체험 효과성 검정
- 무료 체험 프로모션 제안

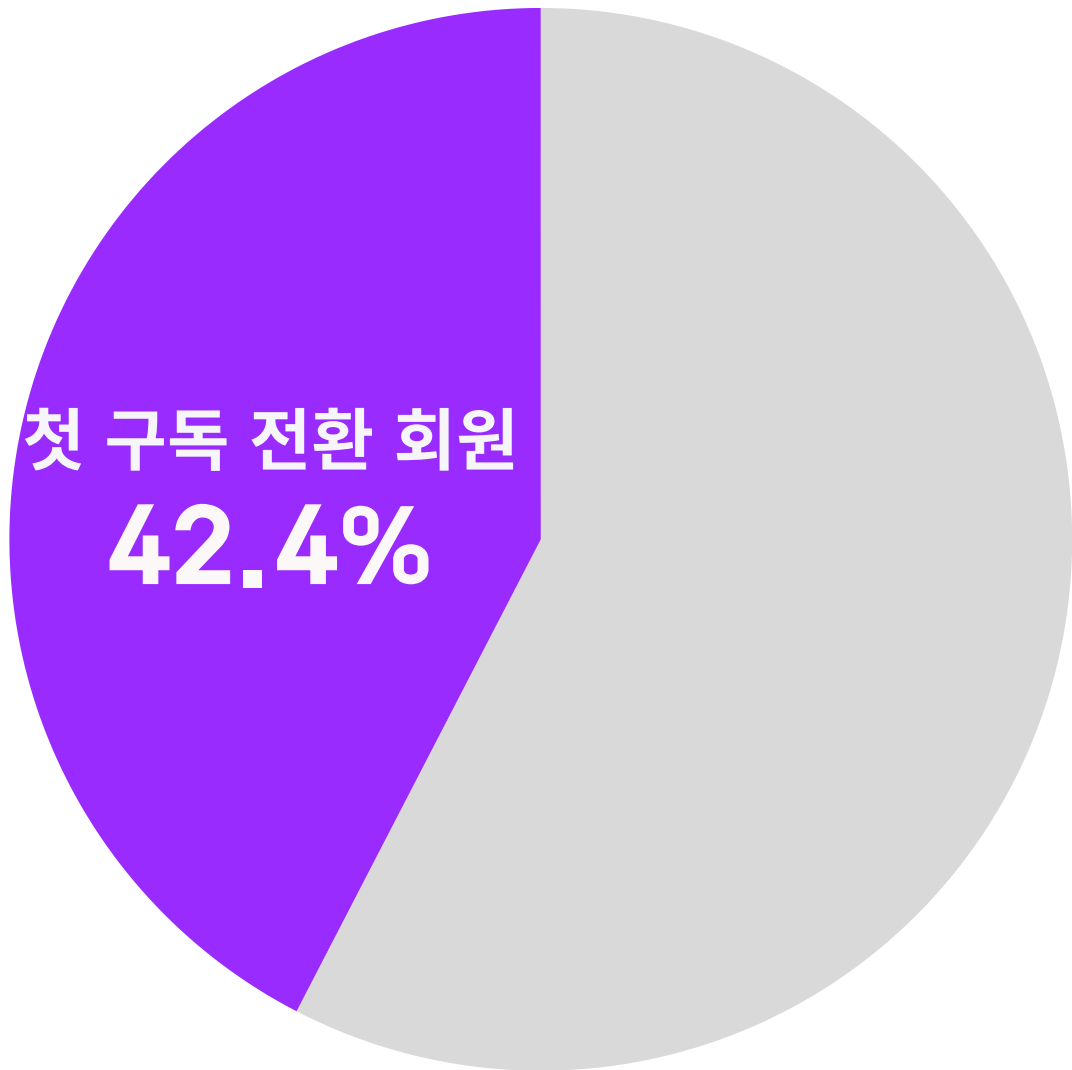


# 무료 체험 효과성 검증

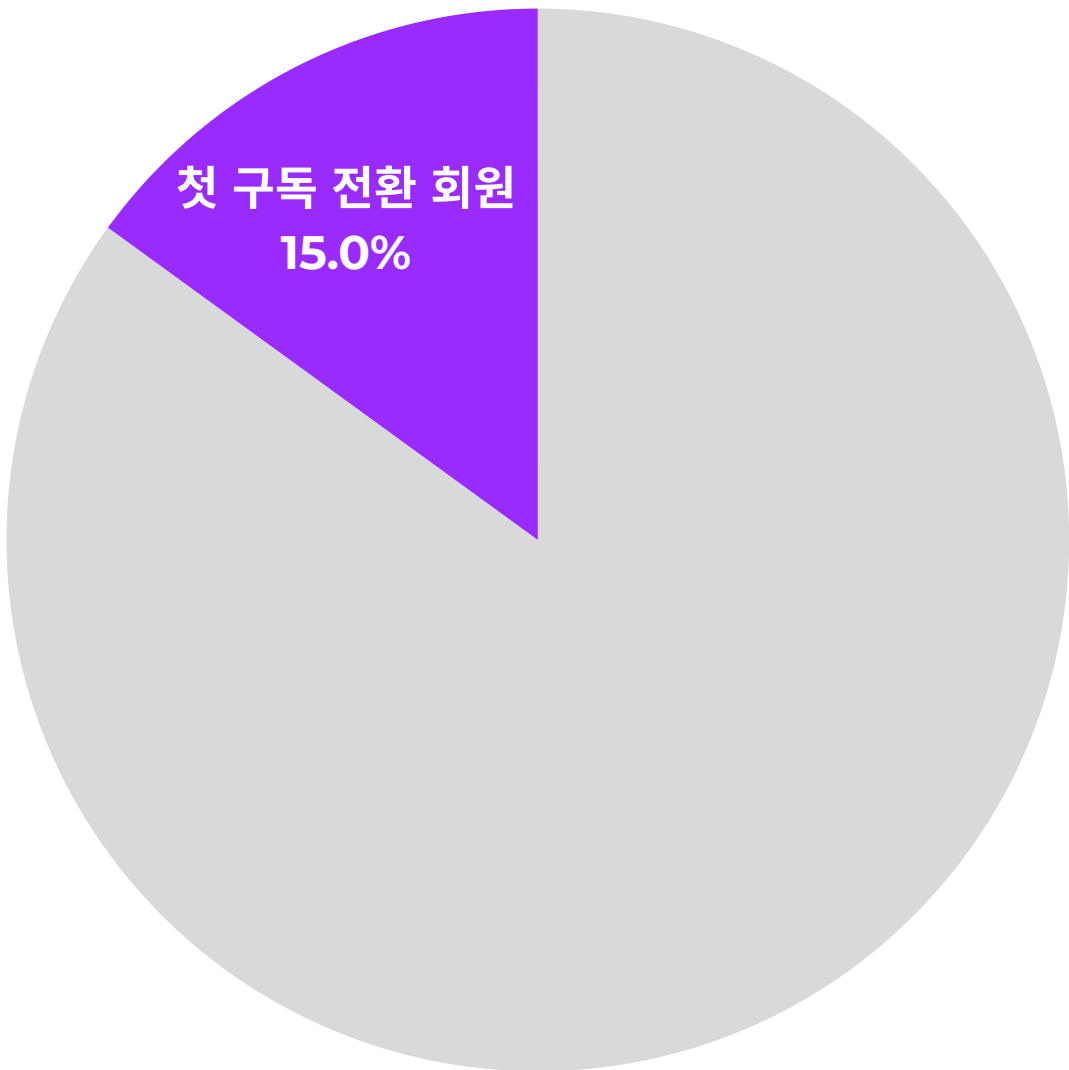


무료 체험 여부는 첫 구독 전환율에 통계적으로 유의미한 효과가 있으므로, **무료 체험 프로모션** 도입 검토 제안

체험 그룹



비체험 그룹



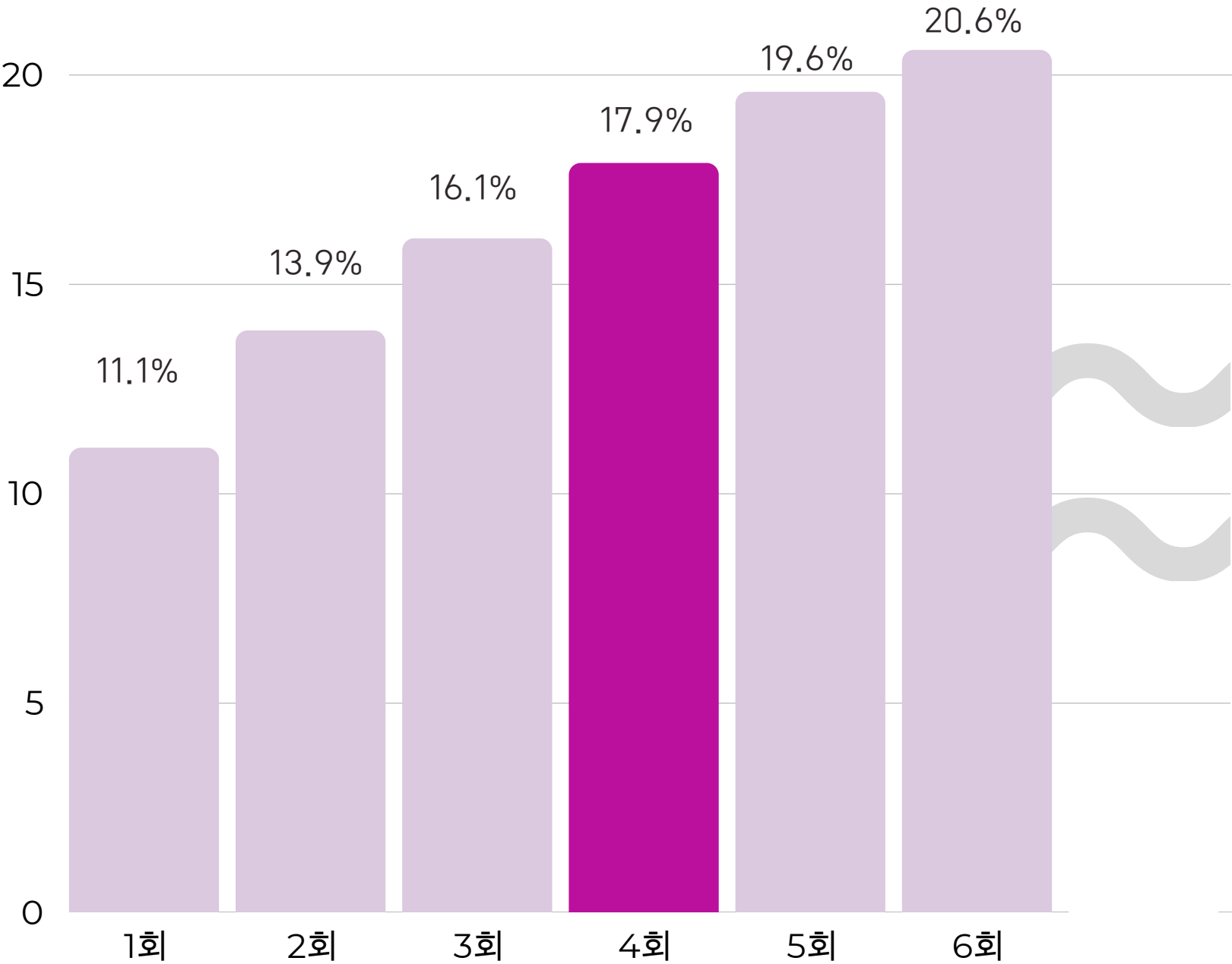
- 체험 그룹 : 총 3,698명
- 비체험 그룹 : 총 30,343명

# 무료 체험 프로모션 제안



콘텐츠 페이지 방문 횟수가 **4회**가 되는 시점에 무료 체험을 유도하는 메시지 전송

콘텐츠 페이지 방문 횟수별 무료체험 비율



그룹별 카이제곱검정 결과 요약

콘텐츠 페이지 방문 횟수별 그룹 비교		p값	유의성
1회	2회	0.00	여
2회	3회	0.00	여
3회	4회	0.04	여
4회	5회	0.13	부
5회	6회	0.45	부
6회	7회	0.83	부



## 재구독

### 01 콘텐츠 분석

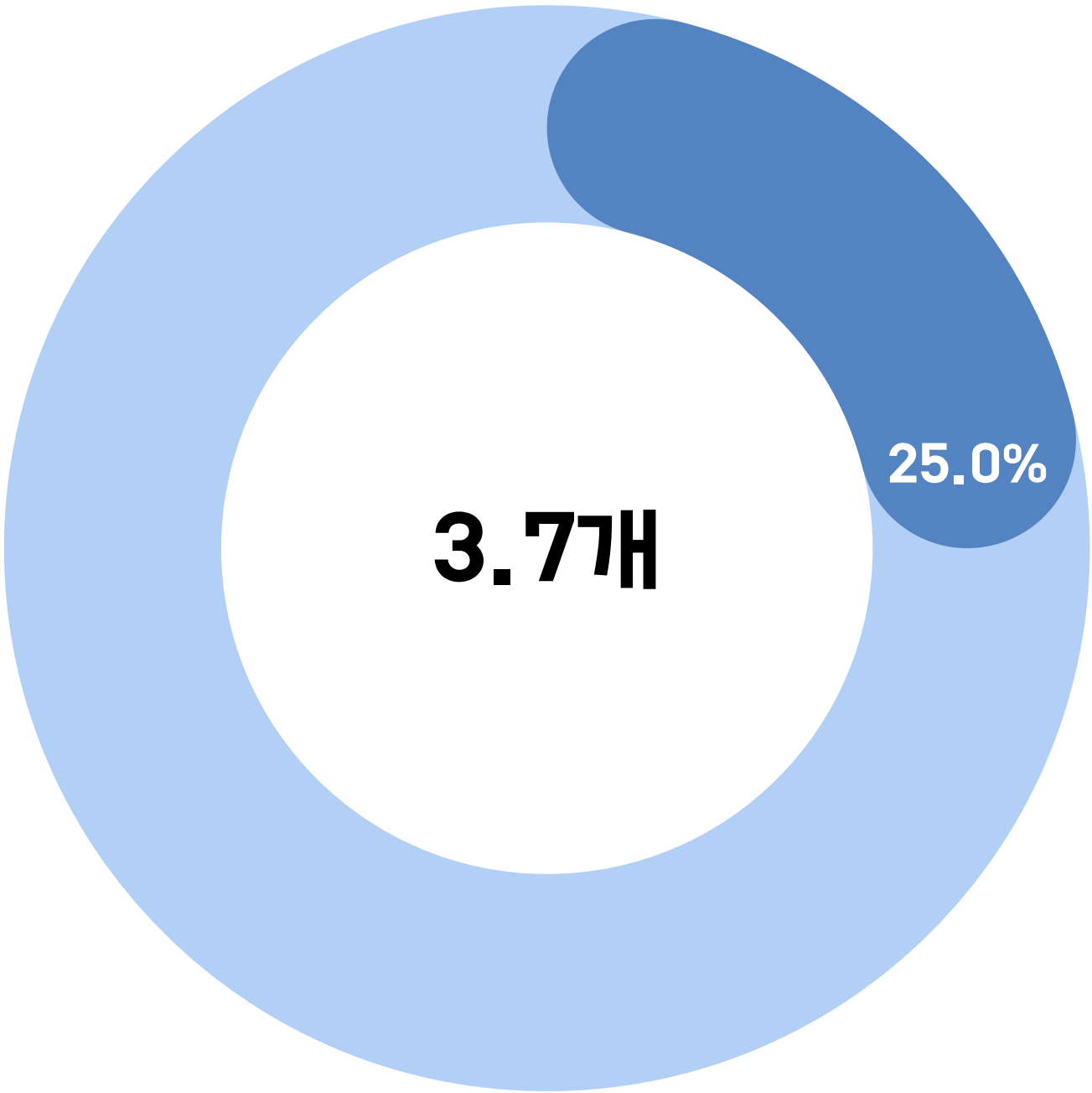
- 콘텐츠의 효과성 검정
- 콘텐츠 전략 제안

# 콘텐츠의 효과성 검증

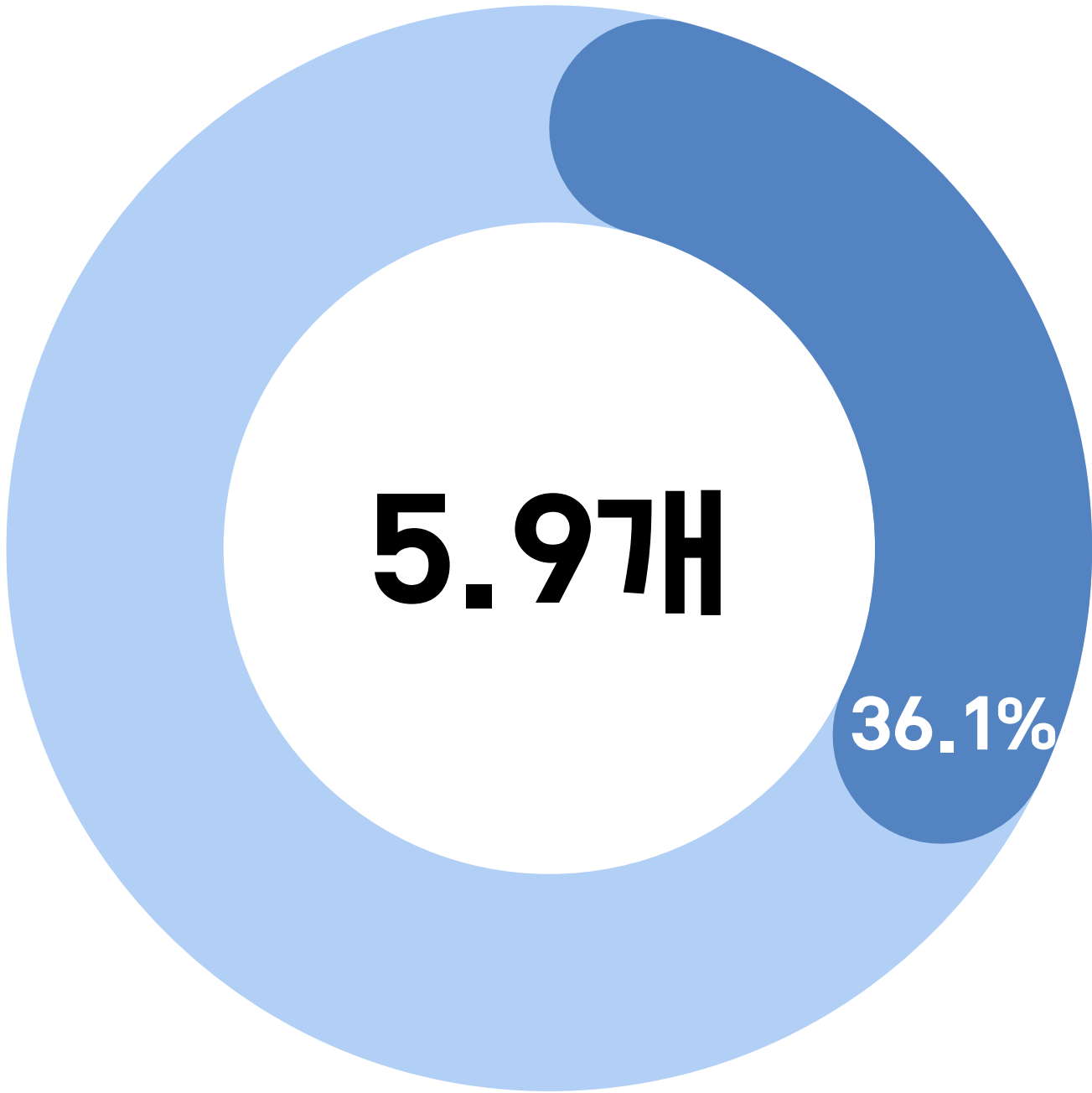


구독 회원들의 **재구독 여부**에 따라 **평균 콘텐츠 시작 개수**와 **평균 콘텐츠 수강 완료율**은 통계적으로 **유의미한 관계**가 존재

1회 구독 그룹



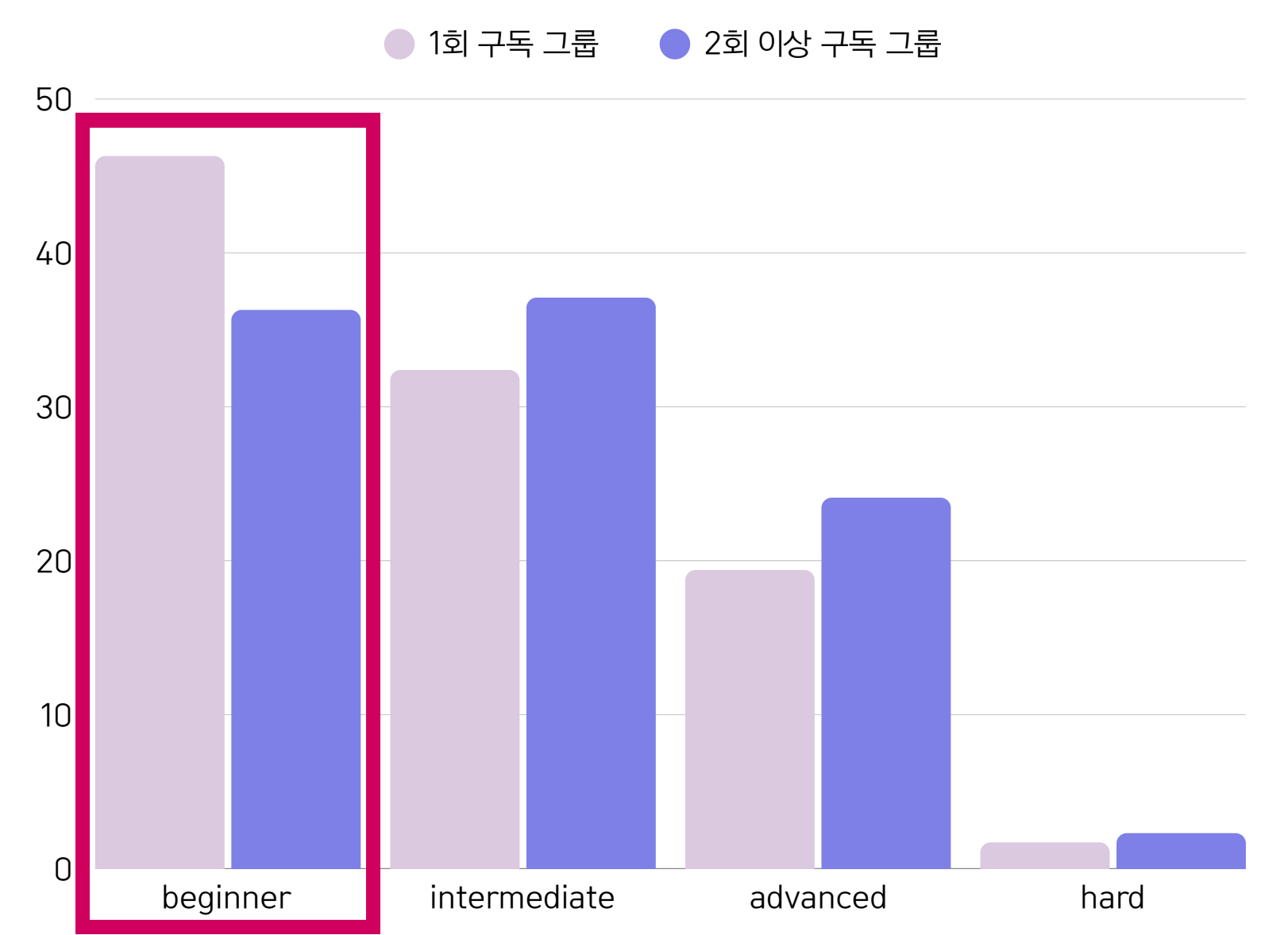
2회 이상 구독 그룹



# 재구독 여부에 따른 콘텐츠 난이도 세부 분석

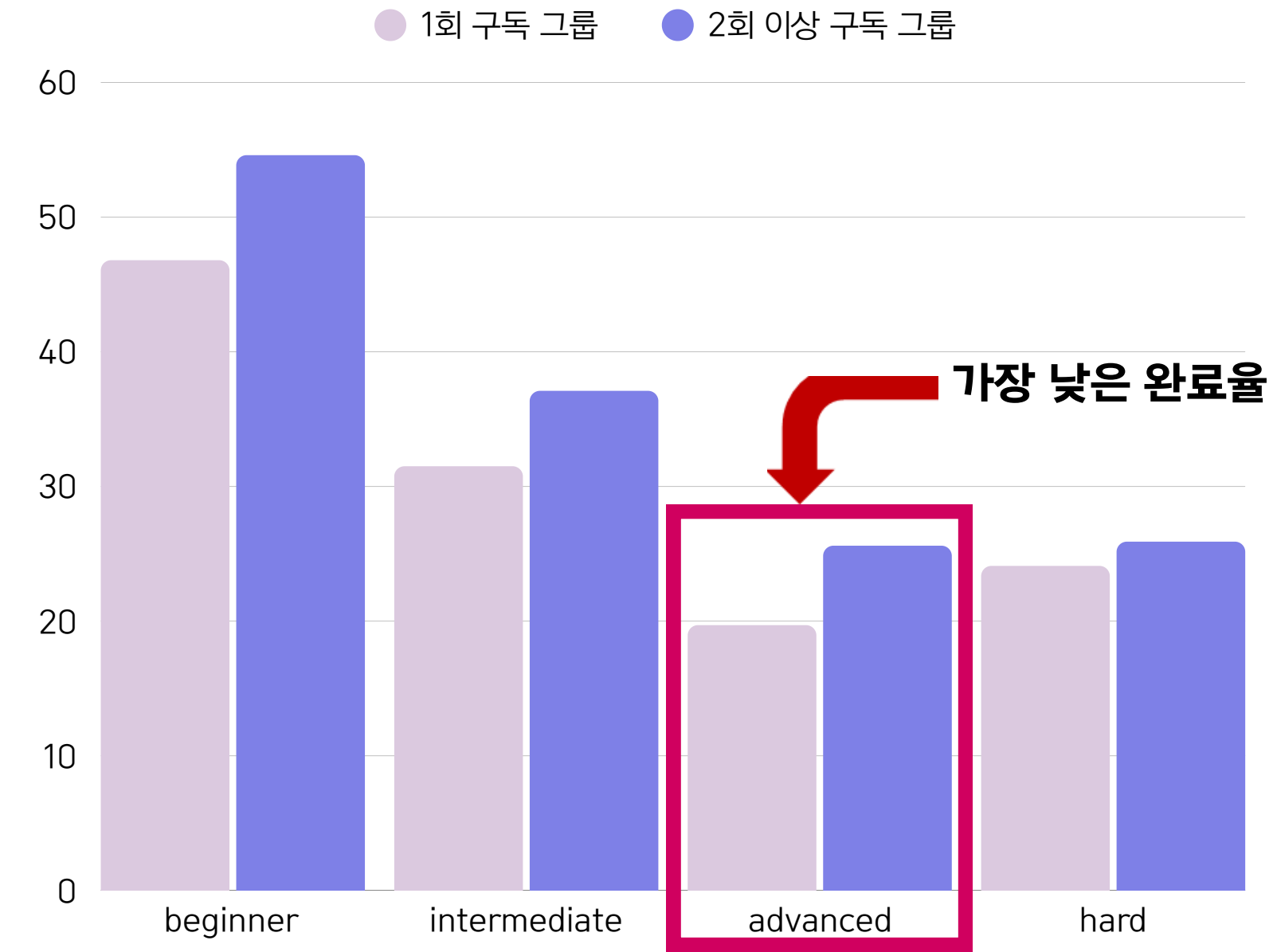
구독 회원들의 재구독 여부와 난이도 선택 사이에 통계적으로 유의한 연관성이 존재

콘텐츠 난이도별 회원 비중



- 1회 구독 그룹은 beginner 난이도에서 학습을 종료하는 경향이 높다.

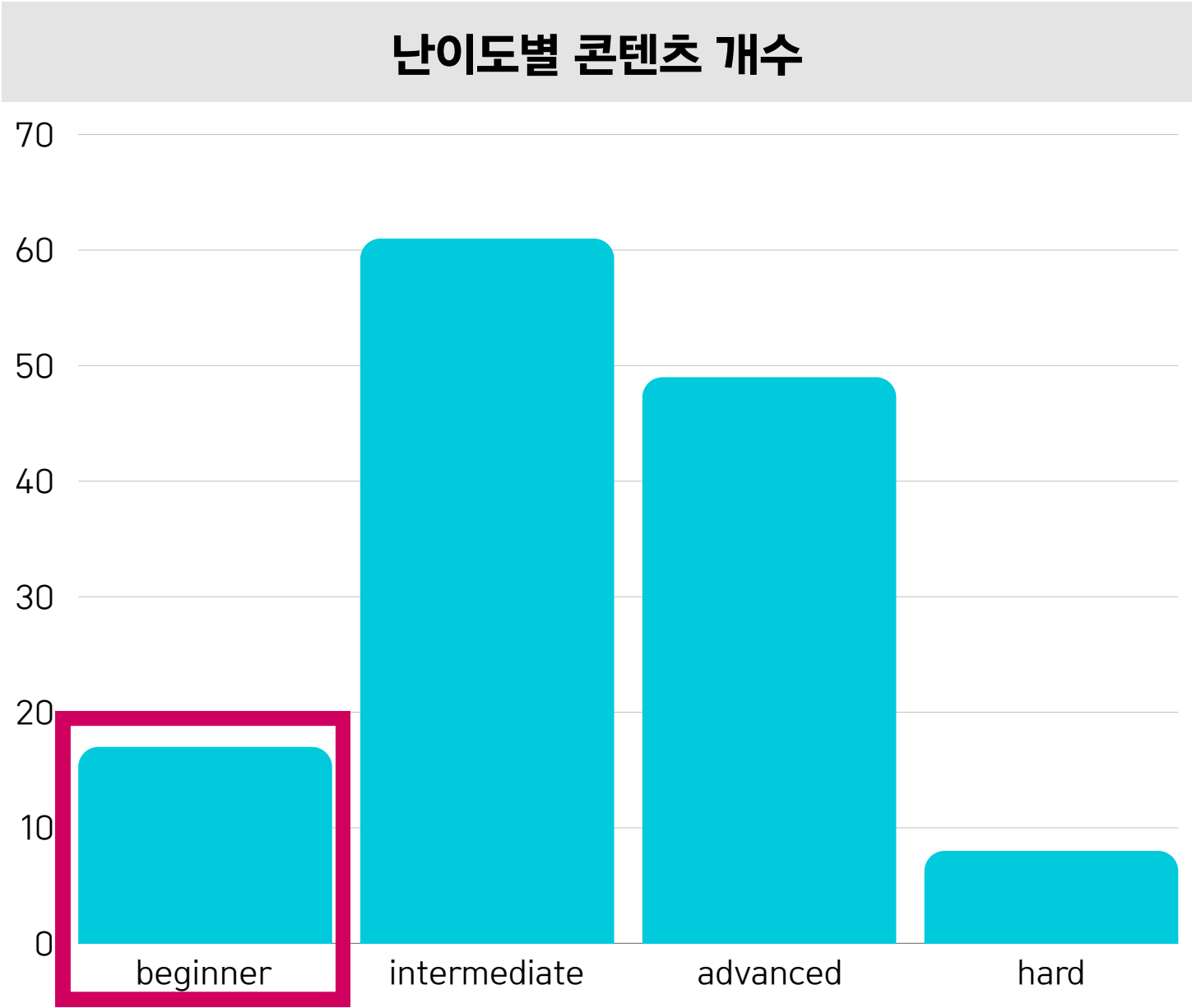
콘텐츠 난이도별 수강 완료율



- 두 그룹 모두 advanced 난이도에서 콘텐츠 수강 완료율이 타 난이도에 비해 낮다.

# 개선 방안

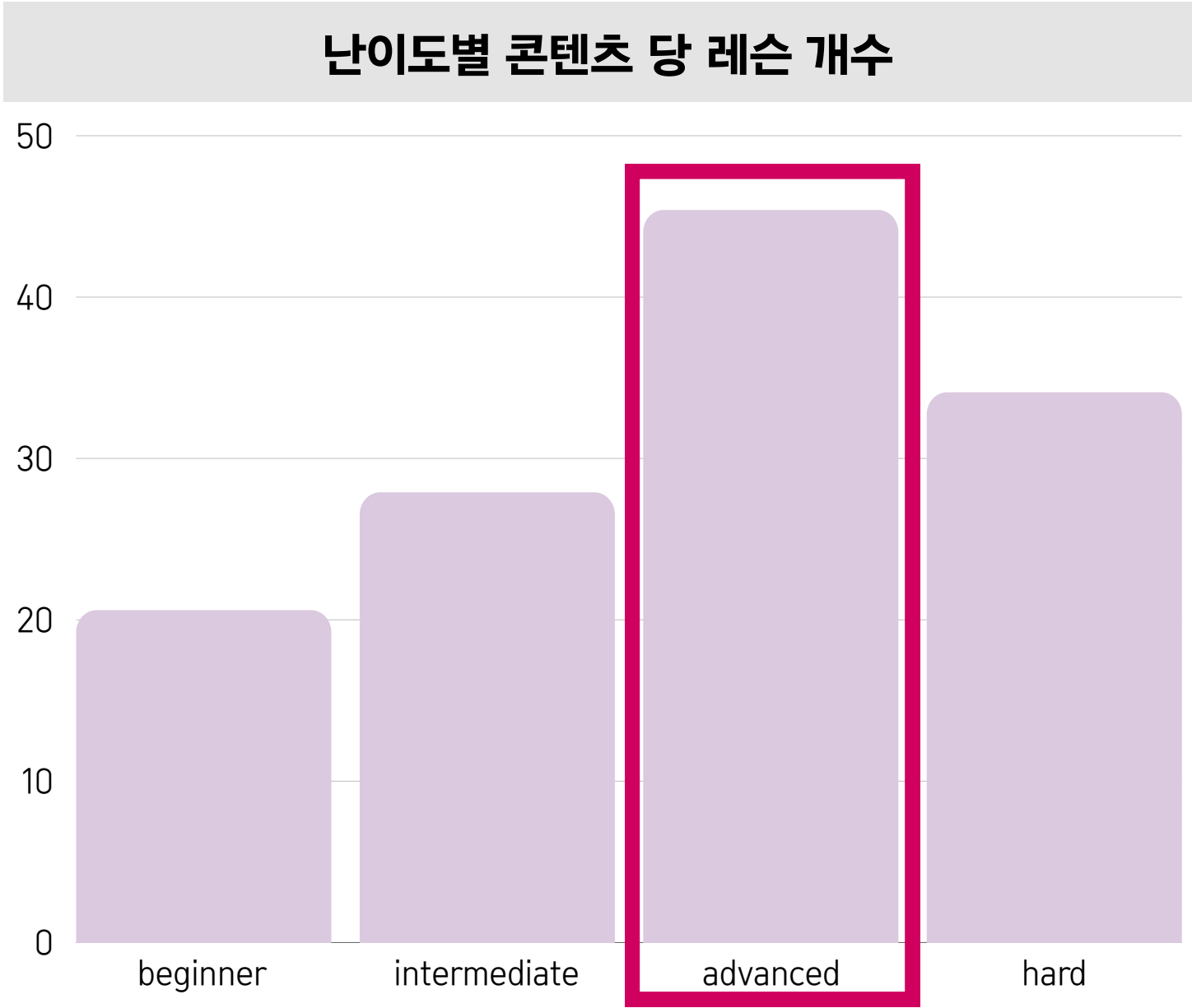
beginner 난이도의 콘텐츠 다양화, advanced의 콘텐츠 당 레슨 수 조절을 통해 콘텐츠 **수강 완료율을 높여 재구독에 기여**



타 난이도에 비해 콘텐츠의 절대적인 수가 부족



**콘텐츠의 다양화** 필요



콘텐츠 당 레슨 수가 타 난이도에 비해 많아 학습부담 완화 필요



**콘텐츠 당 레슨 수 조절**(콘텐츠 세분화)

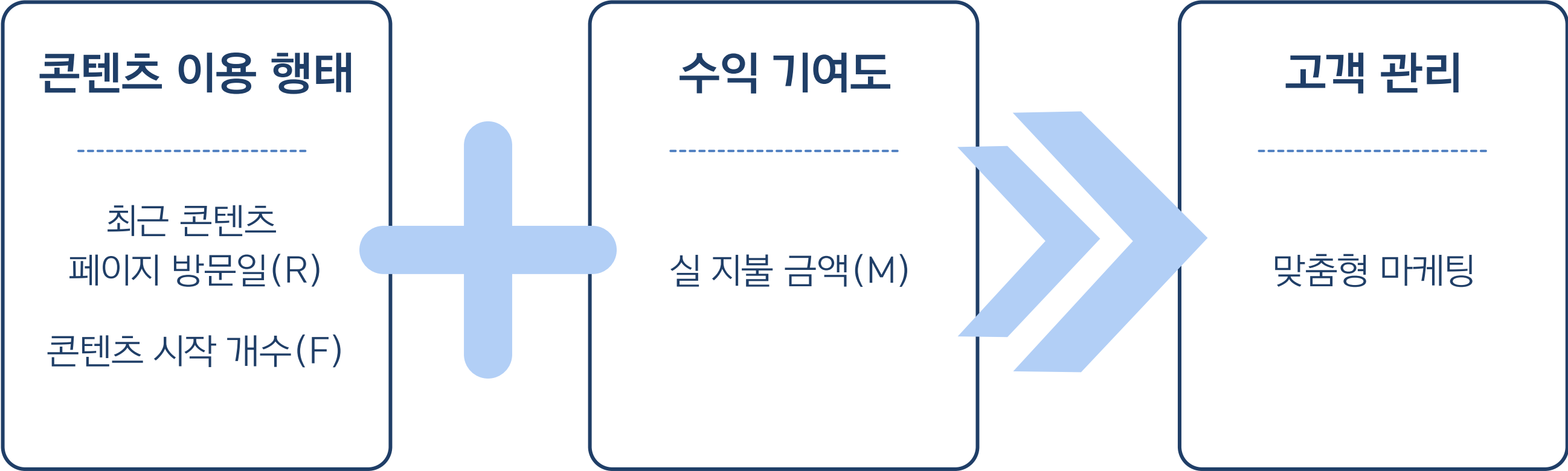


## 재구독

### 02 RFM 분석

- 세그먼트별 주요 내용
- 세그먼트별 마케팅 방안

# RFM 분석 - 분석 배경



구독 회원들을 대상으로 맞춤형 마케팅 방안 마련  
➡ 3가지 요소 고려하여 4개 세그먼트로 구분



# 세그먼트별 주요 내용



세그먼트별 주요 특성 비교					
세그먼트	고객 수	콘텐츠 페이지 방문 경과일	콘텐츠 시작 개수	실 지불 금액	인당 평균 구독 취소 횟수
🔥 충성 고객	1,310명(8.1%)	59일	15.4개	123,854원	0.7회
💡 단기 성취형 고객	2,744명(17.0%)	81일	9.7개	63,011원	0.8회
⚠️ 이탈 위험 고객	4,429명(27.4%)	206일	4.2개	89,811원	0.6회
zz 비활성 고객	7,664명(47.5%)	396일	1.0개	59,391원	0.7회

# 세그먼트별 마케팅 방안

마케팅 목표

각 세그먼트별 맞춤형 고객 관리를 통해 충성도 향상 및 비활성 고객으로의 이탈 방지



충성 고객

추천인 프로그램 실시

신규 유입 확대

기존 회원

구독기간 연장

신규 회원

할인 쿠폰 제공



단기 성취형 고객

유연한 멤버십 플랜 설계

단기 사용 후 복귀 유도

특징

재이용을 전제로 한  
‘회차형’ 플랜

예시

‘N’개월 내  
‘I’회 수강권



이탈 위험 고객

리마인드 알림 발송

리텐션 회복 유도

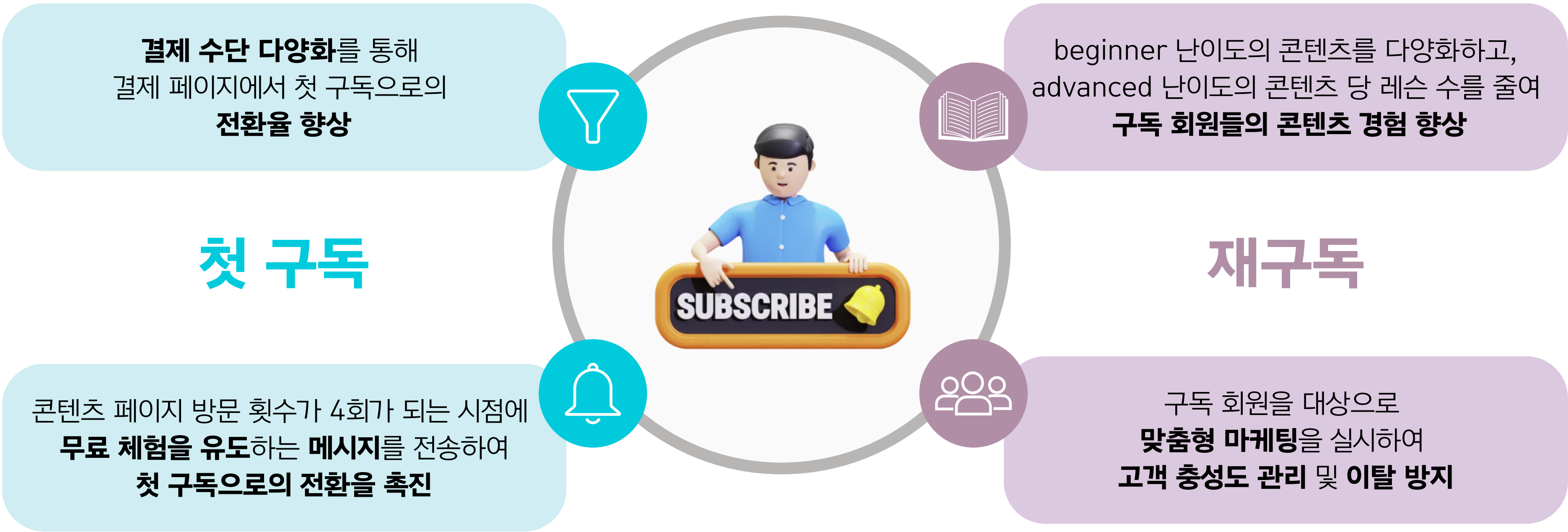
방법

이메일 또는 카톡

알림 내용

관심 분야  
신규 컨텐츠

# 요약



THANK YOU

# 참고 자료

퍼널 단계 중 1단계는 트래킹이 가능한 user\_id가 있는 회원들로 카운트하기 위하여 signup\_complete로 설정  
첫 구독까지의 여정을 보는 것이 목적이므로 첫 결제 기록을 마지막 퍼널 단계로 설정  
첫 단계 이후의 이벤트와 마지막 단계 직전의 이벤트를 수치화하여 보고  
각 lesson\_page\_enter와 payment\_page\_enter를 2,3단계로 퍼널 구성

회원가입 이후 경로

next_event	count	ratio (%)
lesson_page_enter	28755	64.31
main_page_enter	9064	20.27
payment_page_enter	4543	10.16
content_page_enter	1181	2.64
content_start	1168	2.61

결제 직전 경로

3rd_event	count	ratio (%)
payment_page_enter	4416	53.88
lesson_page_enter	1814	22.13
main_page_enter	1671	20.39
content_page_enter	295	3.6

# 참고 자료

현재 결제 페이지의 결제 수단은 2가지로 타 구독 서비스 사이트에 비해 적은 편이다.

현재 결제 페이지

결제 수단

☐ N pay

☒ 카드결제 (무이자 할부 지원)

카드번호

MM / YY

생년월일 혹은 사업자 등록번호

할부

일시불

타 사이트 결제 페이지

결제금액

상품 가격

9,900원

총 결제금액

첫달 무료 9,900원 0원

· 이번 달은 무료, 다음 결제일부터 9,900원이 결제됩니다.

결제수단

pay 카카오페이

N pay 네이버페이

PAYCO 페이코

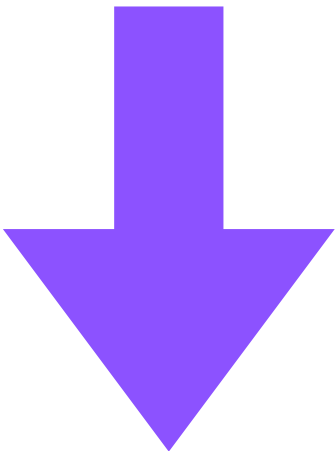
휴대폰결제

신용카드

# 참고 자료

회원 수 및 평균 완료율			
구분 (구독 횟수)	콘텐츠 난이도	회원수	수강완료율
1회	beginner	3,020 (46.3%)	46.80%
	intermediate	2,111 (32.4%)	31.50%
	advanced	1,264 (19.4%)	19.70%
	hard	112 (1.7%)	24.10%
2회 이상	beginner	1,850 (36.3%)	54.60%
	intermediate	1,890 (37.1%)	37.10%
	advanced	1,227 (24.1%)	25.60%
	hard	116 (2.3%)	25.90%

그룹에 따라 특정 난이도 비중에서 편차가 존재할 것이다.



**재구독** 여부와 **난이도** 선택 사이에 통계적으로 **유의**한 연관이 있다.

# 참고 자료

1개월 멤버십

39,800원

39,800원

멤버십 선택

12개월 멤버십

477,600원

-31%

329,000원

멤버십 선택

3개월 멤버십

119,400원

-10%

107,400원

멤버십 선택