



클래스 플래닛

사용자 구독 여정 개선안

00 목차

01 서비스 소개

02 문제 정의

03 데이터 분석

04 실행전략 01

05 페르소나 분석

06 사용자 여정 지도

07 실행 전략 02

08 Q & A

01 서비스 소개



클래스 플래닛 일상을 즐겁고 풍요롭게

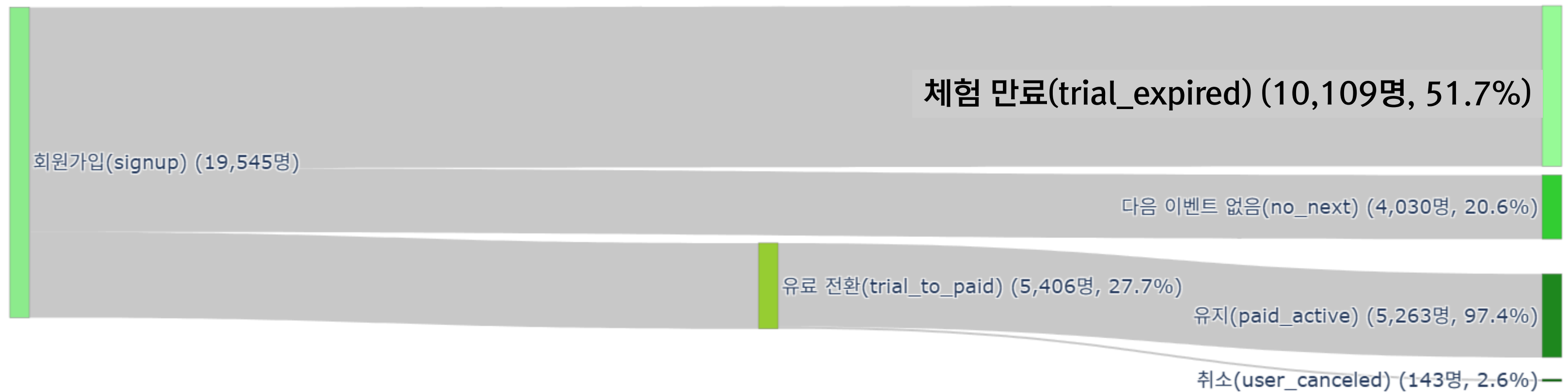
서비스 라이프 스타일 온라인 강의 제공

카테고리 취미, 재테크, 커리어, 외국어

요금제 Basic 14,000원/월, 14만원/연
Pro 28,000원/월, 28만원/연

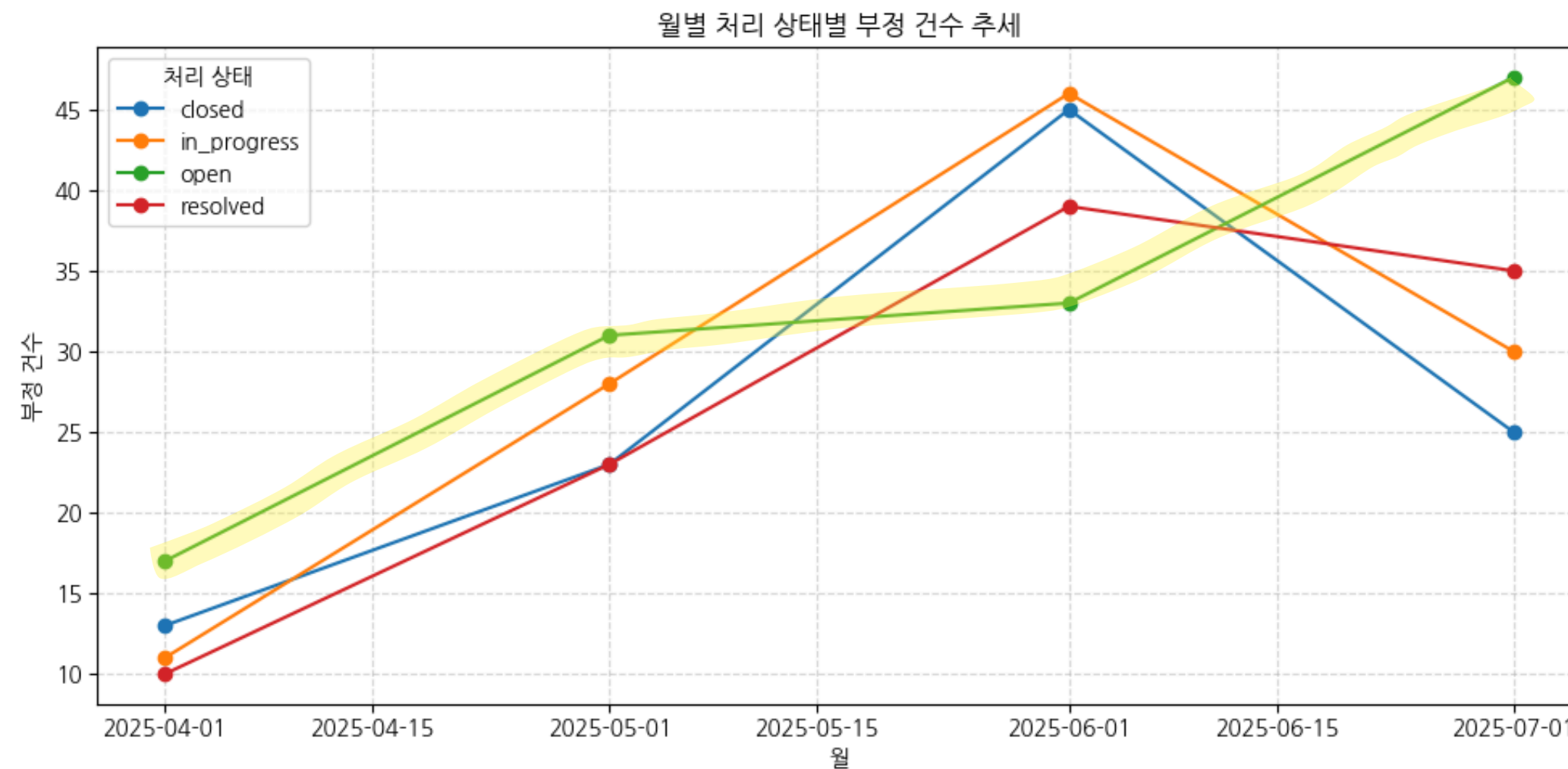
무료체험 회원가입 후 Trial 신청 시 7일 무료체험 가능

02 문제 정의



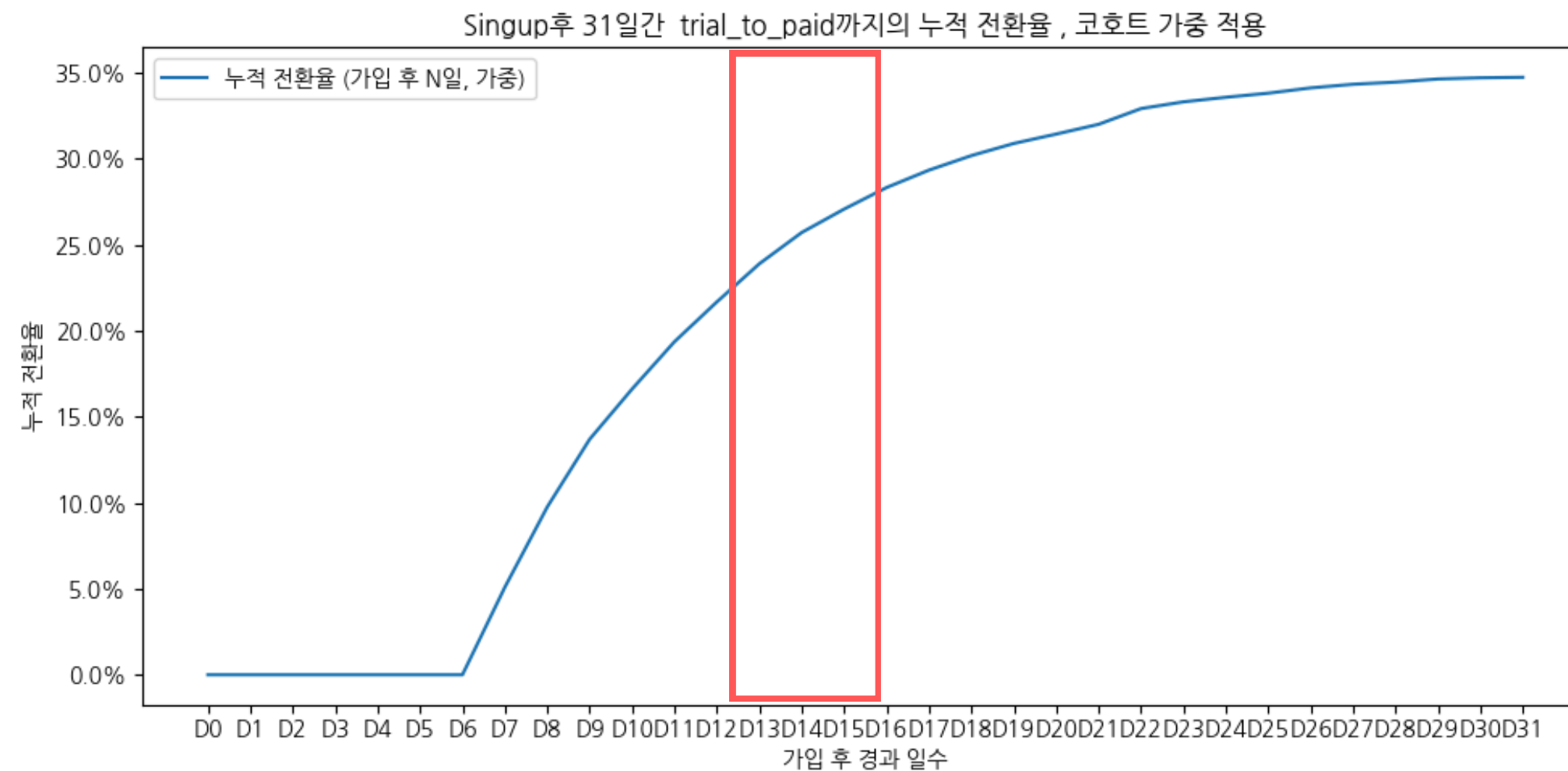
퍼널 분석 결과 유료 전환 후 유지율은 높지만,
무료 체험 후 유료 전환을 하지 않은 고객 (trial_expired)의 비율이 높아
유료 전환율을 높여야 한다.

03 데이터 분석



부정적인 감정을 느끼는 문의가 증가세를 보이며,
특히 open 상태 고객의 불만 증가 중

03 데이터 분석



회원가입 후 시간이 경과할수록 구독 전환율이 감소하며,
2주 후 부터 급격히 감소

04 실행 전략 01

✓ AI 챗봇 도입

AI 챗봇을 도입하여 증가하는 문의를 더 빠르고 편리하게 처리



✓ 푸시 알림

회원가입 후 2주가 되는 시점에 가격할인, 무료 체험 프로모션 푸시 알림 발송



05 페르소나 분석

페르소나 설정 무료 체험 후 유료 전환을 하지 않은 고객 대상으로 2명의 페르소나 설정



박서연

나이	26세
성별	여성(미혼)
거주지	송파구에 가족들과 함께 거주
직업	대학교 졸업 후 취업 준비 중
희망진로	IT 기업 마케터
경제력	월 100만원(아르바이트, 용돈)
디지털 친숙도	높음
사용 SNS	인스타그램



이정재

나이	45세
성별	남성(기혼, 3인 가구, 자녀 1명)
거주지	목동에 가족들과 함께 거주(전세)
직업	중견기업 재무팀 부장(12년차)
통근시간	지하철로 1시간 거리
경제력	연봉 7000만원
디지털 친숙도	중간
사용 SNS	페이스북

05 페르소나 분석



박서연씨 인터뷰

Q. 저희 클래스 플래닛은 어떻게 알게 되셨나요?

구글 서치 중 광고를 통해 알게 됐어요. 평소 관심있던 인플루언서가 하는 강의가 있다길래 관심이 생겼죠.

Q. 클래스 플래닛에 처음 방문했을 때 어떤 느낌이었나요?

제 관심사인 IT, 마케팅 관련 커리어 강의를 많아 흥미로웠어요. 취업에 도움이 되겠다는 생각을 했죠.

Q. 무료 체험 후 유료 구독을 하지 않은 이유는 무엇인가요?

가격 부담이 컸어요. 아직 취업 준비생이라 한 달 구독료가 부담스럽더라구요. 한 달 동안 꾸준히 강의를 들을 수 있을지 자신이 없기도 했고요.

Q. 유료 결제 시 어떤 점이 가장 고민되나요?

지금 당장 필요한 강의가 있긴 하지만, 한 달 동안 다 들을만큼 시간적 여유가 없을 것 같아요. 중간에 강의를 안 듣게 되면 돈이 아깝지 않을까 하는 걱정이 들어요.

Q. 다른 플랫폼은 사용하시나요?

무료로 볼 수 있는 유튜브를 자주 봐요. ‘현직자 브이로그’나 ‘실무 꿀팁’ 같은 걸 보면서 정보를 얻고 있어요.

Q. 가격 이외에는 다른 장벽은 없었나요?

꾸준히 들을 수 있을지 확신이 없었어요. 돈을 내고도 제대로 활용하지 못할 것 같다는 불안감이 가장 컸죠.

05 페르소나 분석



이정재씨 인터뷰

Q. 저희 클래스 플래닛은 어떻게 알게 되셨나요?

페이스북에서 우연히 광고를 봤어요.
요즘 재테크에 관심이 많아 관련 콘텐츠를 검색하다
알고리즘에 뜬 것 같습니다.

Q. 무료 체험 기간을 이용해 보신 소감은 어떠신가요?

강의는 대체로 만족스러웠습니다. 강사님도 전문적이
고, 내용도 체계적이어서 좋았습니다.

Q. 무료 체험 후 유료 구독을 하지 않은 이유는 무엇인가요?

아무래도 시간 부족이 큼니다. 일과 가정을 모두 신경쓰
면서 강의를 꾸준히 들을 시간이 있을 지 의문이 들었습
니다. 제대로 활용하지 못할 것 같았어요.


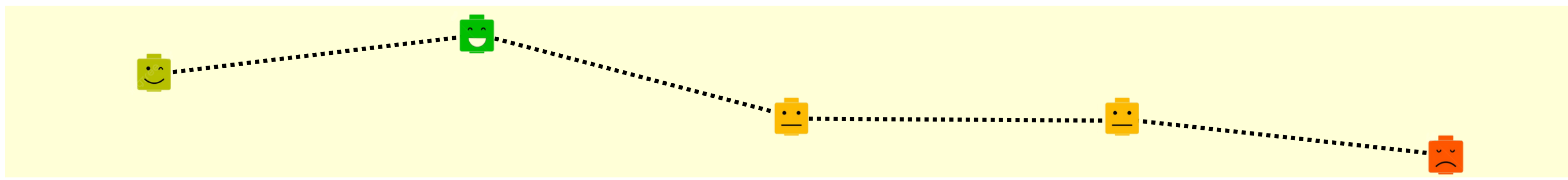
Q. 이런 온라인 강의 플랫폼은 언제 주로 이용하세요?

주로 출퇴근 시간이나 주말 오전을 활용합니다. 통근
시간이 1시간 정도라 핸드폰으로 출퇴근 시간을 활용
하는 편입니다.


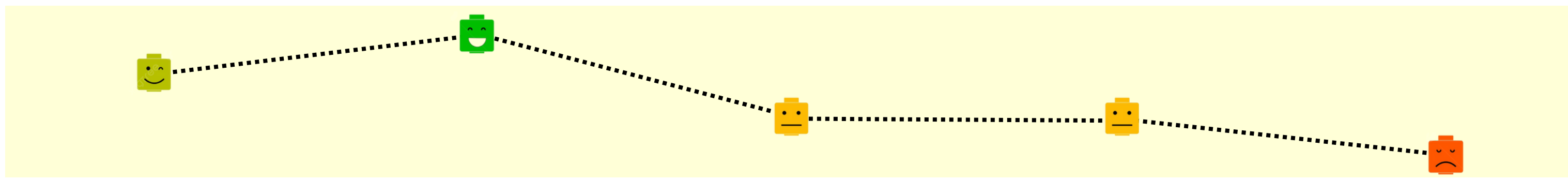
Q. 다른 플랫폼은 사용하시나요?

인프런을 사용해보긴 했습니다. 한 번 구매하면 수강
기간이 무제한이라는 점이 매력적으로 다가왔죠.

06 사용자 여정지도 박서연

	발견	탐색	체험	고민	이탈
행동	구글 광고 클릭	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 - 관심 카테고리 둘러보기 	회원가입 후 무료 체험 (7일)	유료 결제 페이지 확인	결제하지 않고 웹사이트 이탈
생각	"친구가 좋다고 하는데 한번 볼까?" "취업에 도움 되는 강의가 있을까?"	"사이트가 깔끔하고 강의가 다양하네" "나한테 꼭 필요한 강의들이 많다"	"강의 내용 괜찮다, 나머지 과정도 들어보고 싶다"	"요금이 좀 부담되는데" "꾸준히 들을 수 있을까?" "본전 못뵈고 돈 아까울 듯"	"일단 무료 영상이나 더 찾아보자" "나중에 여유 있을 때 다시 와봐야겠다"
감정	호기심, 기대감	만족, 흥미	만족, 유료 결제 고려	불안, 망설임, 부담	아쉬움, 포기 (부정)
					
Pain Point	-	-	-	지속적인 이용에 대한 불안감	요금제 프로모션의 필요성

06 사용자 여정지도 이정재

	발견	탐색	체험	고민	이탈
행동	페이스북 광고 클릭	<ul style="list-style-type: none"> - 앱 접속 - 관심 카테고리 둘러보기 - 강의 소개 페이지 	<ul style="list-style-type: none"> - 회원가입 - 무료 체험 (7일) - 출퇴근길, 주말 틈틈이 시청 	<ul style="list-style-type: none"> - 무료 체험 종료 알림 확인 - 유료 결제 페이지 접속 	<ul style="list-style-type: none"> - 결제하지 않고 앱 이탈 - 나중에 다시 방문 고려
생각	"요즘 노후 준비도 해야 하는데, 한번 알아볼까?" "광고에 나오는 강사가 꽤 유명한 사람이네."	"강의 종류와 레벨 과정이 다양하네" "시간이 없는데, 강의를 너무 길지 않았으면 좋겠다."	"강의 내용이 알차고 이해하기 쉽네." "근데 중간에 광고는 좀 거슬리네."	"바빠서 못 들을 것 같은데 돈만 날리는 거 아닐까?" "더 짧은 강의를 있나?"	"일단 지금은 결제하기 어렵겠다." "좀 더 저렴한 가격이 나오면 그때 다시 생각해 봐야지."
감정	호기심, 기대감	만족, 흥미	만족, 유료 결제 고려	불안, 망설임, 부담	아쉬움, 포기 (부정)
					
Pain Point	-	-	-	숏폼 형태의 강의의 필요성	요금제 프로모션의 필요성

06 Pain point

✓ 가격 부담

✓ 동기부여

✓ 시간 활용



박서연

월간 구독액(14,000원) 자체가
비싸고 부담으로 느껴짐

동기부여가 꾸준히 유지될지
모르겠다는 불안감



이정재

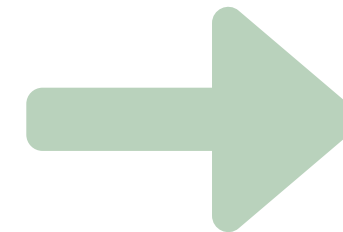
절대적인 금액보다는 시간 부족으로
활용도가 떨어질 것 같다는 불안함

시간 여유가 없다보니 1시간 내외의
긴 강의 시간 자체가 부담으로 느껴짐

07 실행전략 02 - 할인 프로모션

✓ 로드맵의 전 강의 완강 시 3000원 캐시백

✓ 친구 초대 코드 사용 시 양쪽 사용자에게 구독
결제에 사용 가능한 포인트 1000원 제공



가격 부담 완화

입소문을 통한
바이럴 마케팅 가능

07 실행전략 02 - 동기부여 방안

✓ 분야별 로드맵 제시

✓ 코드잇 벤치마킹



비전공자를 위한 Python
데이터 분석

토픽 16개 7,800명이 목표 달성

핵심 강의

토픽 ★★★★★

데이터 활용 오버뷰

📖 레슨 5

토픽 ★★★★★

프로그래밍 in Python

📖 레슨 15

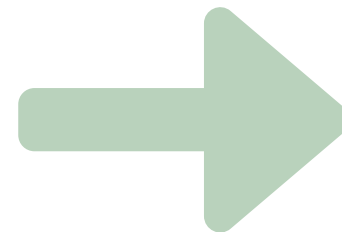


07 실행전략 02 - 섹션 신규 강의

✔ 틈새 시간을 활용할 수 있도록 15분 내외 강의로 이루어진 신규 강의 런칭

Python을 활용한
데이터분석

1시간 내외 강의 구성



데이터 파악하기

데이터 전처리

Python 시각화

15분 내외 짧은 강의로 구성

감사합니다

THANK
YOU!



08 질문과 답변

