

김삼문 3주차 발표

2025 캡스톤디자인

김가희, 김예빈, 김현진, 문수빈, 전수아

측정값

- 8월 한달 모든 공연장의 공연 횟수 총합 = 약 530회
- 1개월 간 인디 공연 관람 가능 인원 예측 = 24,000명 ((공연장 공연 횟수 x 공연장 좌석수) 총합)
- 1개월 간 실제 관람자 약 40% = 9,600명($24,000 * 0.4$)
- 이 중 앱 사용자 40% = 약 3,800명($9,600 * 0.4$)
- 주간 앱 사용자 = 약 960명($3,800/4$)

평가지표 1. WAU

목적: 사용자수 평가

기준: 월간 사용자 n명 이상 달성

인공지능: 5 ~ 6주 기간이므로 월간으로는 1회 밖에 측정 불가 + 런칭 초기

=> 주간 평균 (WAU) 기준 추천

- 주마다 데이터 포인트가 쌓여서 트렌드 확인 가능
- 목표 관리에 유연

평가지표 1. WAU

김삼문:

1. 내가 말한 정보를 바탕으로 목표치를 몇으로 정해야 할까?

인공지능:

1. 공급 기반 추정 약 960명/주, 수요 기반 약 110명/주

차이가 큰 이유: 공급 기반은 '시장 전체 관객 풀' 기준, 수요 기반은 '설문 응답자 샘플'만 반영

=> 공급 기반은 상한선, 수요 기반은 하한선으로 보는 게 합리적

- 270명 응답
- 3개월 이내 인디 공연 관람 31.5%
- 이 중 1회 이상 5회 미만 60.9%,
- 5회 이상 10회 미만 23%
- 10회 이상 15회 미만 6.9%
- 15회 이상이 9.2%

2 수요(설문) 기반 추정

표본 조사: 270명 중 3개월 이내 인디 공연 관람 경험자 = 31.5% (≈85명)

한 달 기준 관람자: $85 \div 3 \approx 28$ 명

→ 주간 기준 관람자 = $28 \div 4.3 \approx 6.6$ 명

즉, 표본의 **약 2.44%**가 한 주에 공연을 본다고 추정 가능

이를 전체 고유 관람객 풀(≈4,672명/주, 공급 기반에서 도출)로 환산하면:

$4,672 \times 0.0244 \approx 114$ 명/주

따라서 설문 데이터를 활용한 수요 기반 추정치는 약 110~115명/주 수준

평가지표 1. WAU

최종: 주간 합산 수 평균 약 550명($(110+960)/2$)

- 하한선 : 110명
- 상한선 : 960명

평가지표 2. 실제 공연 예매를 시도한 사용자수 측정

목적: 단순 공연 탐색에 그치지 않고 실제 행동 (예매 시도)으로 이어지는지 평가

기준: 1개월간 모든 공연을 대상으로 예매 링크 또는 인스타그램 게시물 링크를 클릭한 수를 합산한 값이 최소 N회

김삼문:

1. 시중의 티켓 판매 서비스가 앱/웹의 실적을 평가하는 기준과 우리의 평가 기준이 비슷한지 알려주고,
2. 최근 3개월간 비인디공연의 티켓 구매율이 62.8%(공연예술통합전산망 통계) + 8월 한달간 공연의 총 개수가 약 480회 정도일 때, N의 값을 근거 있게 도출해줘.

평가지표 2. 실제 공연 예매를 시도한 사용자수 측정

인공지능: 평가 기준 합당 OK + 실제 구매로 이어질 수 있는 최소 클릭 수 계산

결론

- 합당성: 현재의 평가 기준은 다른 티켓 판매 플랫폼에서 사용하는 전환율 기반 평가 방식과 유사하고, 실제 예매로 이어지는 클릭 수를 계산하는 방식은 아주 합리적이고 실용적입니다.

S : 8월 전체 공연 수 (530)

b : 주류 공연 예매 전환율 (0.628)

p : 인디 공연 클릭 1건당 구매로 이어질 확률의 상한선

a : 공연 1건당 기대하는 암묵적 구매자 수

C : 공연당 목표 클릭 수 (a / p)

N : 월간 클릭 목표 ($S \times C$)


→ 169회

평가지표 2. 실제 공연 예매를 시도한 사용자수 측정

김삼문:

주류 공연의 예매 전환율보다 인디 공연이 훨씬 낮을텐데, 공식 도출 과정이 합당한 걸까? 주류 공연의 예매 전환율이 62.8%면 100명 중 62명은 예매한다는 뜻인데, 인디 공연은 그정도까지 예매를 안해.

인공지능: 보정 계수 k , 혹은 다른 형태의 가중치(weight) 포함

 그럼 현실적으로 어떻게 해야 할까?

우리가 구하려는 건 **인디 공연의 예매 전환율 추정치 p^{**} 예요.

이걸 다음과 같이 계산합니다:

$$p = b \times k$$

- b : 주류 공연의 평균 전환율 (0.628)
- k : 인디 공연 전환율의 상대 보정 계수 (예: 0.4 ~ 0.6)

평가지표 2. 실제 공연 예매를 시도한 사용자수 측정

k – 인디 공연 예매 전환율 (0.4–0.6) 포함

S : 8월 전체 공연 수 (530)

b : 주류 공연 예매 전환율 (0.628)

p : 인디 공연 클릭 1건당 구매로 이어질 확률의 상한선 ($k \times b$)

k : 인디 공연 예매 전환율 (0.5)

a : 공연 1건당 기대하는 암묵적 구매자 수 (0.2)

C : 공연당 목표 클릭 수 (a / p)

N : 월간 클릭 목표 ($S \times C$)

최종: 1개월간 모든 공연을 대상으로 예매 링크 또는 인스타그램 게시물 링크를 클릭한 수를 합산한 값이 최소 **340**회 달성

평가지표 3. 공연장 리뷰 작성 및 반응

목적: 사용자 유입 및 참여도 평가

기존: 작성한 리뷰 개수 총합 N개 이상

인공지능 : 단순 개수 기준만으로는 조회, 좋아요 등 사용자 반응과 결합되지 않으면 성공 판단 어려움
=> 리뷰 반응 지표, 사용자 작성 리뷰 개수 적용

평가지표 3. 공연장 리뷰 작성 및 반응

김삼문: 조회는 미가입자도 가능, 좋아요와 리뷰 작성은 가입자만 가능하니까 각각 1, 2, 3점을 주고
총합 몇 점 달성을 목표로 잡는 건 어때?

인공지능: 조회는 문턱이 낮고(비가입자 가능), 좋아요·작성은 문턱이 높으니(가입자 한정)
같은 단위로 혼합해 점수화하는 방식은 합리적

But, 좋아요·작성은 상대적으로 적으므로 의미(가입자 참여, 콘텐츠 생산)를 더 반영하려면
좋아요와 작성에 더 큰 가중치를 주는 편으로 보완 필요.

권장 가중치 (간단, 정수)

조회(View) = **1점**

좋아요(Like) = **3점**

사용자 작성(Review create by 회원) = **10점**

평가지표 3. 공연장 리뷰 작성 및 반응

김삼문: 서울, 인천 공연장 약 70곳 중 우리가 리뷰를 작성해야 할 공연장의 최소 수를 어떻게 정할까?

인공지능: UX 기준으로는 전체의 1/3~1/2 커버리지가 있으면 “빈 앱”으로 안 보임.

=> 총 공연장 97개 중 32 ~ 48개 공연장 리뷰를 직접 작성하는 게 적정

우리가 작성하는 공연장 리뷰 개수 (Seed Review)

전체 공연장: 약 95곳

직접 방문 가능한 서울·인천: 약 70곳

현실적 한계: 한 달 남짓 기간 동안 모든 공연장 방문은 불가능

최소 임계치: 사용자들이 앱에 들어왔을 때 ******“웬만한 공연장은 기본 정보가 있다”******는 느낌을 줄 수 있어야 함.

UX 기준으로는 전체의 1/3~1/2 커버리지가 있으면 “빈 앱”으로 안 보임.

따라서 **20~25개 공연장 리뷰**를 우리가 직접 작성하는 게 적정.

평가지표 3. 공연장 리뷰 작성 및 반응

최종:

- 공연장 50개 리뷰 달성
- 리뷰 조회수 1점, 좋아요 3점, 리뷰 작성 10점으로 계산
- 최종 총점 목표: 총합 1,500점 이상

요약

1. WAU 주간 합산 수 약 550명
2. 모든 공연을 대상으로 예매 링크 또는 인스타그램 게시물 링크를 클릭한 수를 합산한 값이 최소 340회 달성
3. 공연장 리뷰 작성 + 사용자 반응 달성
 - 공연장 50개 리뷰 달성
 - 리뷰 조회수 1점, 좋아요 3점, 리뷰 작성 10점으로 계산
 - 최종 총점 목표: 총합 1,500점 이상

감사합니다

2025 캡스톤디자인

김가희, 김예빈, 김현진, 문수빈, 전수아