

날짜	25. 09. 17. (수) 25. 09. 18. (목)	회의 형태	대면
참여자	김가희, 김예빈, 문수빈, 김현진	시간	15:30 - 17:00 10:00 - 14:00

회의 주제: 명확한 통계를 기반으로 정량지표 수치 정하기

1. 공연 예매 시도 사용자수 측정

- 목적
 - 단순 탐색이 아닌 실제 행동(예매 시도)으로 이어지는지 평가
- 핵심 논의
 - 우리 서비스의 핵심 기능은 공연 탐색 및 접근성 향상에 있음
 - 사용자가 실제 예매 링크로 이동하는 것은 관심·행동 전환의 지표로 판단 가능
- 측정 방법
 - 예매 링크 또는 인스타그램 상세페이지 클릭 이벤트 수 카운트
 - 공연예술통합전산망(KOPIS) 통계를 근거로 주류 공연 전환율을 인용
 - 인디 공연 특성을 반영해 비율 보정($k = 0.4 \sim 0.6$)
- 근거 자료
 - 공연예술통합전산망(<https://kopis.or.kr>)
 - 주류 공연 티켓 구매율: 62.8%
 - 인디 공연의 낮은 인지도 및 좌석 점유율 고려(언플러그드의 경우 평균 약 40% 점유)
- 결론
 - 월간 예매 관련 클릭 목표: 최소 **305회**

기호	의미	값
S	8월에 열린 공연의 총 개수	480

k	주류 공연보다 구매율이 낮다고 가정하기 위해 곱하는 비율. (0.4~0.6)	0.5
b (= 0.628)	주류 공연 전환율	0.628
p = k x b	인디 추정 전환율. 인디 공연 클릭 1건당 구매로 이어질 확률의 상한선	0.314
a	공연 1건당 기대하는 암묵적 구매자 수	0.2
C = a / p	공연당 목표 클릭 수	0.637
N = S x C	월간 클릭 목표. (공연당 a명의 암묵적 구매를 기대하려면, 인디 추정 전환율 p에 비춰 최소 C번의 클릭이 필요)	약 305회

2. 캘린더 상세 페이지 이동 횟수 측정

- 기존 지표
 - 설문조사에서 가장 요구된 기능(캘린더)의 사용 정도 측정
 - 캘린더 페이지 주간 접속자 수 평가
- 개선 제안안
 - “캘린더에서 일자 선택 → 공연 리스트 클릭 → 상세페이지 이동” 횟수를 측정
- 추정 과정
 - 공연장 90곳 중 40곳 조사: 주간 공연 약 113회 추정
 - 공연당 평균 관객 20명, 탐색 전환율 30~50%
 - 공연당 캘린더 탐색자 6~10명 → 주간 678~1130회 예상
- 설문조사 근거(응답 270명)
 - 최근 3개월 내 인디 공연 관람자: 31.5% (약 85명)
 - 1~5회 관람: 60.9%, 5~10회: 23% 등
- 최종 목표치
 - 주간 캘린더 상세페이지 이동 사용자 50명 달성
 - 미가입자 포함, 기기 기준 중복 제거

3. 주간, 월간 재접속율 측정

- 측정 목적
 - 서비스 지속 이용 여부 파악
- 측정 방법
 - 로그 기반 **D7·D30** 리텐션 측정
 - 동일 사용자의 중복 접속은 1회로 집계
 - 신규 **vs** 기존 사용자 분리 분석
- 참고

	Day 1	Day 7	Day 30	
Tenjin (2023)	25~28%	11~15%	4~6%	게임 및 엔터테인먼트 앱 기준 평균치
Sendbird (2024)	약 26%	12% 내외	6% 내외	전체 앱 산업 평균
Business of Apps (2023)	26%	13%	7%	종합 평균, 특히 엔터테인먼트/커뮤니티 앱과 유사
Enable3 (2025)		10~20%	5~10%	최신 글로벌 벤치마크, 산업별 세부 차이 없음

- 최종 목표치
 - **D7(주간 재접속율): 15~20%**
 - **D30(월간 재접속율): 5~10%**

4. 스탬프 기능 사용자 측정

- 목적
 - 신규 및 기존 팬층 모두의 참여 유도
 - ‘공연 관람 인증’ 기능을 통한 사용자 활동성 평가
 - 초기 예상치
 - 신규 가입자: **5~60명**
 - 스탬프 참여율: **4~50%**
 - 사용자당 평균 등록 수: **1~2회**
 - → 합산 스탬프 수: 약 **20~50개** 예상
 - 설문 근거
 - 응답자 **270명** 중 인디 공연 관람자 **31.5%**
 - 관람 빈도 분포 고려 시 현실적 목표 설정 필요
 - 최종 목표치
 - 스탬프 사용 사용자 **30명** 이상
 - 누적 스탬프 **50개** 이상 달성
-

교수님 피드백 및 추가 논의

- “기술적 완성도보다 사용자 유입 콘텐츠가 핵심”
- **직접 현장 활동(발로 뛰기)**을 통해 사용자의 호기심 유발 필요
- ‘리뷰’ 기능을 사용자 반응의 정성적 지표로 추가 제안됨
- => 공연장 리뷰 기능 추가 및 활용 지표 설계