

PROJECTS

9UP프로야구

- 사업 운영 목표 설정
- 상품 기획 관리
- 이벤트 기획 관리
- 데이터 분석
- 마케팅

사업 운영 목표 설정 관리

사업 결산 및 BEP 시뮬레이션

- 직전 년도 결산을 통한 문제점 파악
 - ✓ 과도하게 편향된 마케팅 비용 집행 (연말 DAU 개선에 관여가 되지 않음)
 - ✓ 선수 연대 추가가 아닌 신규 카드 출시 등의 유저 성장 콘텐츠 필요
 - ✓ 프로젝트 인원 감축 필요

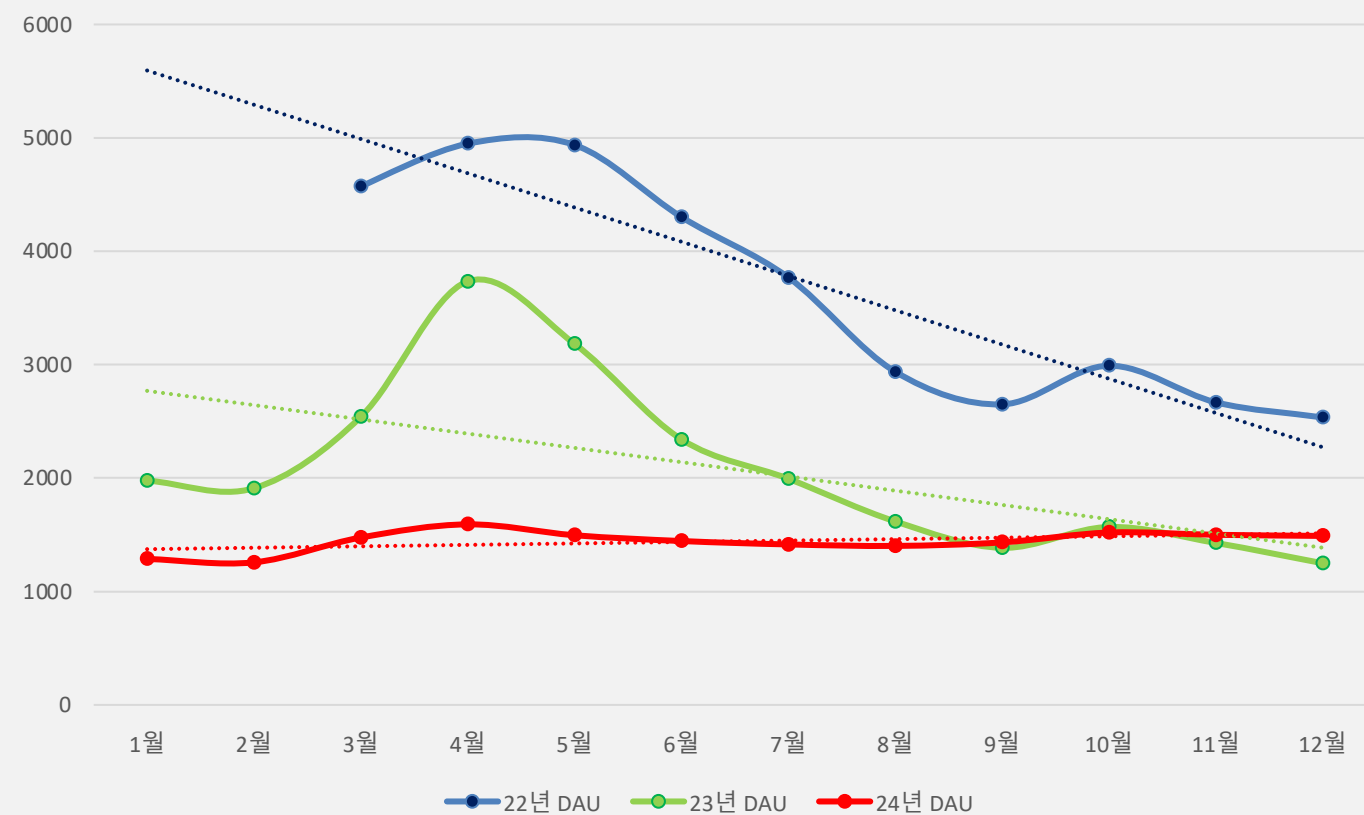
업데이트	00년대 선수 추가	드래프트 업데이트	판타지 업데이트	초기화권 업데이트	아이템 분해 업데이트	90년대 선수 추가	시즌패스 업데이트	트위스트 업데이트	+15강 업데이트	아이템샵 개편	80년대 업데이트	23년 선수 추가	
월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	24년 12월	Total
23년 순매출	75153400	84597800	108154200	105870800	83367200	65578800	75200300	54700100	64836100	77896700	49473900	42358400	887187700
23년 DAU (평균)	1978	1911	2541	3735	3183	2341	1994	1618	1385	1569	1428	1249	2078
인건비	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩66,026,648	₩792,319,776
공통비	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩16,242,769	₩194,913,228
광고비	₩3,000,000	₩270,000	₩70,000,000	₩70,000,000	₩70,000,000	₩70,000,000	₩0	₩0	₩0	₩0	₩40,000,000	₩0	₩323,270,000
KBO	₩3,607,363	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩3,363,636	₩40,607,359
선수협	₩3,832,823	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩3,545,455	₩42,832,828
한은회	₩1,878,835	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩2,727,273	₩31,878,838
일구회	₩1,690,952	₩1,631,186	₩1,611,673	₩1,590,366	₩1,808,789	₩1,635,297	₩1,665,182	₩1,528,081	₩1,270,540	₩1,338,408	₩1,338,408	₩1,338,408	₩18,447,290
외국인	₩37,576,700	₩362,486	₩358,150	₩353,415	₩401,953	₩363,399	₩370,041	₩339,573	₩282,342	₩297,424	₩297,424	₩297,424	₩41,300,331
선수사진	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩1,181,818	₩14,181,816
스탯티즈	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩2,545,455	₩30,545,460
총 비용	₩137,583,363	₩97,896,726	₩167,602,877	₩167,576,835	₩167,843,796	₩167,631,750	₩97,668,277	₩97,500,708	₩97,185,936	₩97,268,886	₩137,268,886	₩97,268,886	₩1,530,296,926
손익	(₩44,484,274)	(₩25,538,189)	(₩32,750,408)	(₩33,565,156)	(₩25,206,829)	(₩31,358,439)	(₩30,352,821)	(₩35,967,951)	(₩46,998,274)	(₩43,999,441)	(₩34,599,216)	(₩34,599,216)	(₩419,420,214)

사업 운영 목표 설정 관리

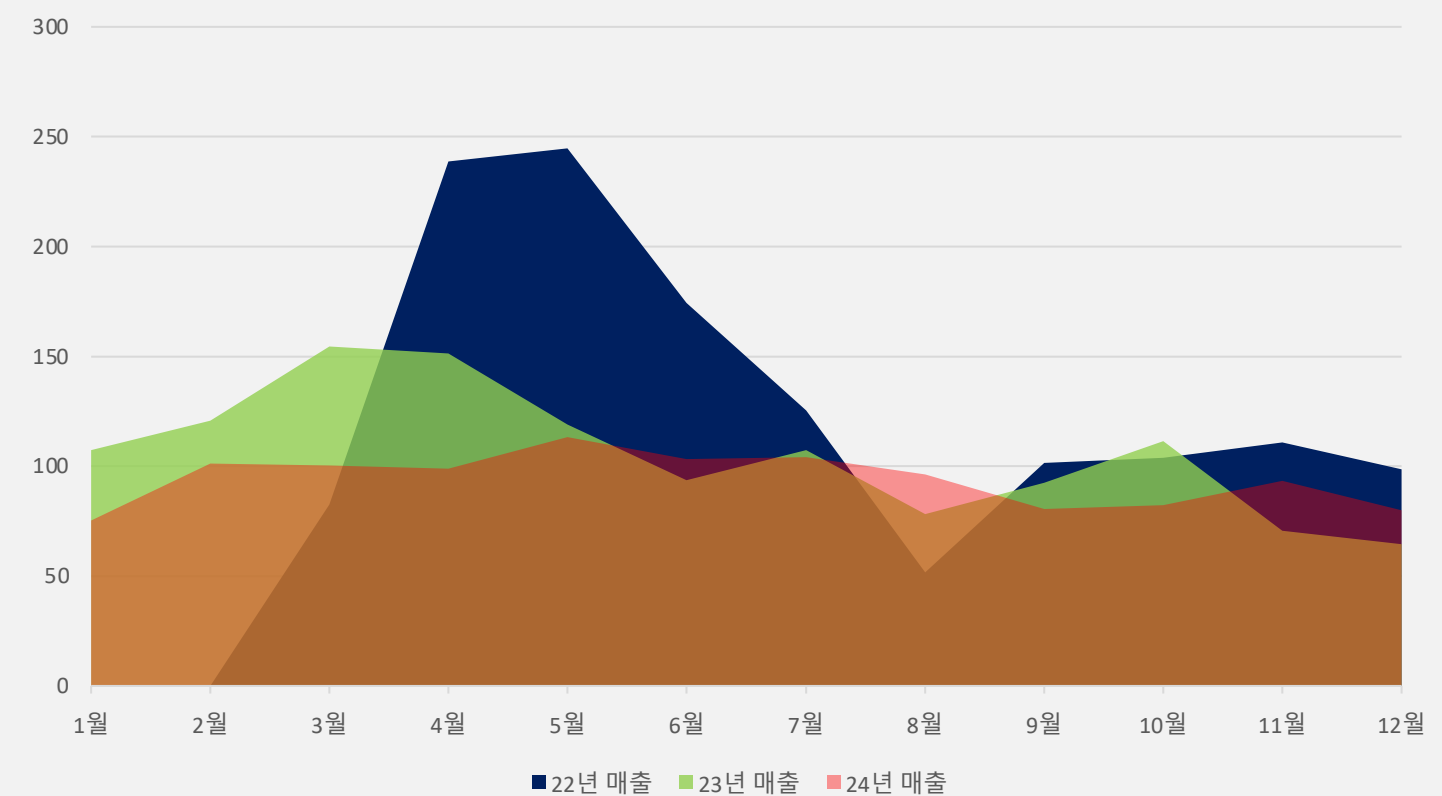
사업 전략 수립

- 신규 등급 카드 발매 및 기간 매출 콘텐츠 개발팀 요청
 - ✓ 선수 카드 돌파 콘텐츠 추가 및 디그니티 신규 등급 카드 출시 준비
- “시즌 마케팅 유입 유저를 1년 이상 잡고 있지 못하는 게임.”
 - ✓ 마케팅 집행 사업팀으로 이관, 마케팅 진행 방식 변경 (p.16)
- **결과: 마케팅 비용 2.2억 축소 대비 0.9억원 순 효과 달성**

월평균 DAU 추세



매출 그래프



상품 기획

신규 상품 개발 프로세스

- 기획서를 토대로 확률 시뮬레이션 진행 (카드 팩 + 조합)
- 카드 확률, 천장 횟수 등을 시뮬레이션을 통해 매직 넘버 설정
- 원하는 카드를 얻기 위한 필요 횟수와 기대 장수 설정으로 PLC 구축 진행

주간 S카드		추천재화	
조합	10%	조합권(배포량+지름량)	
뽑기	90%	cash(접근성 우선)	

조합비중이 낮아야 신규유저가 잘못된 루트로 빠지는 것을 방지 할 수 있음

카드 팩 + 조합 기대 장수	카드팩 위시 드랍	조합 기대 장수	조합 기여도
1.500	1.25	0.250	16.67%

150

조합 확률

S카드 수	12	위시 S카드	1	조합 횟수 컨트롤: 조합권		
A카드	A카드	S카드(PS)	A카드 소모량	A카드 기대 조합 횟수	타팀 S카드	위시 S카드
3	97%	3%	2.03	1.48	2.75%	0.250%
S카드		S카드	타팀 S카드	위시 S카드	S카드 조합 확률	위시 S카드
3		100%	91.67%	8.33%	30.56%	2.55%

S카드 팩 1슬롯 확률

A카드 확률	95%	
S카드 확률	5%	
S카드 나올 확률	33.7%	
위시 S카드 확률	0.42%	
카드 팩 오픈 (독립 시행)	8	
카드 팩 위시 디그 확률	3.3%	천장으로 얻는 장수
기대 횟수 (천장)	25	1
천장 + 카드팩+ 조합	2.500	<기대 장수 (이상 얻음)

카드 획득	200	조합 가능 횟수	디그 기대 장수	위시 디그 기대 장수	확률
A카드	190	37.00	3.00	0.25	
S카드	10		위시 디그 장수	1.500	77.69%

상품 기획

PLC 설정

- 시뮬레이션을 토대로 목표 코호트 PLC 설정
- 인게임 재화 지급분을 토대로 패키지 판매 수량 확보
- ✓ 캐시, 인게임 획득, 이벤트 보유 수량을 제외한 나머지 = 판매 가능 수량

목표: 과금러 1차 S카드 3개월에 15강 (S카드 3개월마다 출시)

카드팩	기대 장수	카드 팩 기대 장수	조합 기대 장수	획득 카드 수	조합 가능 횟수
25	2.5	2.08	0.4	200	39.00
50	5	4.17	0.8	400	78.00
75	7.5	6.25	1.3	600	118.00
100	10	8.33	1.7	800	157.00
125	12.5	10.42	2.1	1000	196.00
150	15	12.50	2.5	1200	236.00
175	17.5	14.58	2.9	1400	275.00

< 3개월 판매 수량

필요 조합 회수 (1장 획득)	캐시 판매	아레나 교환	이벤트 지급	주간 무료 트레이드권
94	15	3	1	19
풀강까지 필요한 조합 횟수	1410	주간 판매 가능 수량	5	

* 트레이드(조합)권은 기간 매출, 카드 팩은 이벤트 패키지로 판매

* 트레이드권 판매를 통한 PLC 조절

상품 기획

패키지 구성

- 목표 기간 및 목표 코호트 인원 파악
- 시뮬레이션을 통한 수량 파악 후 기간 매출 패키지 및 이벤트 패키지 등으로 상품 설계
 - ✓ 가치 판단 희석을 위해 묶음 상품으로 구성 후 판매

패키지 판매	가격 (패키지 구매 수량 제한 2회)	월간 인당 기대 매출	월 기대 매출 (83명)
이벤트 패키지 B	₩55,000	₩110,000	₩9,130,000
이벤트 패키지 C	₩99,000	₩198,000	₩16,434,000
이벤트 패키지 D	₩149,000	₩298,000	₩24,734,000
주간 트레이드권	₩9,900	₩39,600	₩3,286,800
월 51~100만원 결제 유저		₩645,600	₩53,584,800

* 이벤트 패키지 월간 로테이션 판매, 구매 수량 제한 2회

* 월간 50~100만원 구매 유저 평균 83명

* 가치 판단 희석을 위해 CASH 및 플레이블 등을 묶음 상품으로 판매

이벤트 기획

티빙 쿠폰 프로모션 기획

- 인터넷 야구 중계 tiving으로 전환 (유료화 진행)
- 티빙 쿠폰 지급을 통한 신규 유저 모객 및 구매 촉진 프로모션 진행
- ✓ 목표 1. 야구 유료화 이슈 활용 프로모션 진행 → 유저 친화 게임 인식 → 충성 고객 전환
- ✓ 목표 2. 구매 감사 이벤트를 통한 비용 헷징

7일 특별 출석 보상

[가정의 달 기념 7일 특별 출석 보상]

운영 일정 : 5월 1일(수) 00:00부터 5월 15(수) 23:59까지

1일차	파이스타 프리미엄 팩 구매권 5개
2일차	바인더 키 10개
3일차	특별 각인 박스 코인 5개
4일차	파이스타 에이스 팩 구매권 5개
5일차	파이스타 히트 팩 구매권 5개
6일차	경험치 아이템 50,000개
7일차	50 CASH + 티빙 미용권 (1개월) 응모 자격

- 특별 출석 보상은 게임 내 우측 영역 '이벤트' 아이콘을 통해 접근하실 수 있으며, 보상판에서 보상 이미지를 선택하시면 보상을 획득하실 수 있습니다.
- 보상은 1일차부터 순차적으로 획득하실 수 있으며, 매일 00시 기준으로 보상 획득이 가능해집니다.
- 출석 이벤트를 모두 완료한 유저 중 50분을 선정해 티빙 광고형 스탠다드 미용권 (1개월)을 인게임 우편을 통해 지급드릴 예정입니다.

구매 감사 이벤트

[겍나 신나는 5월 이벤트 - 구매 감사 이벤트]

- 기간: **4월 30일 00:00 부터 5월 15일 23:59까지**
- 대상: 기간 동안 9UP프로야구 인게임 아이템 구매 금액이 **55,000원 이상인 유저**
- 내용: 대상 유저 우편함으로 **티빙 광고형 스탠다드 미용권 (1개월)** 전원 증정
 - **미용권은 16일 이후 미용권 구매 후 지급 예정입니다.**

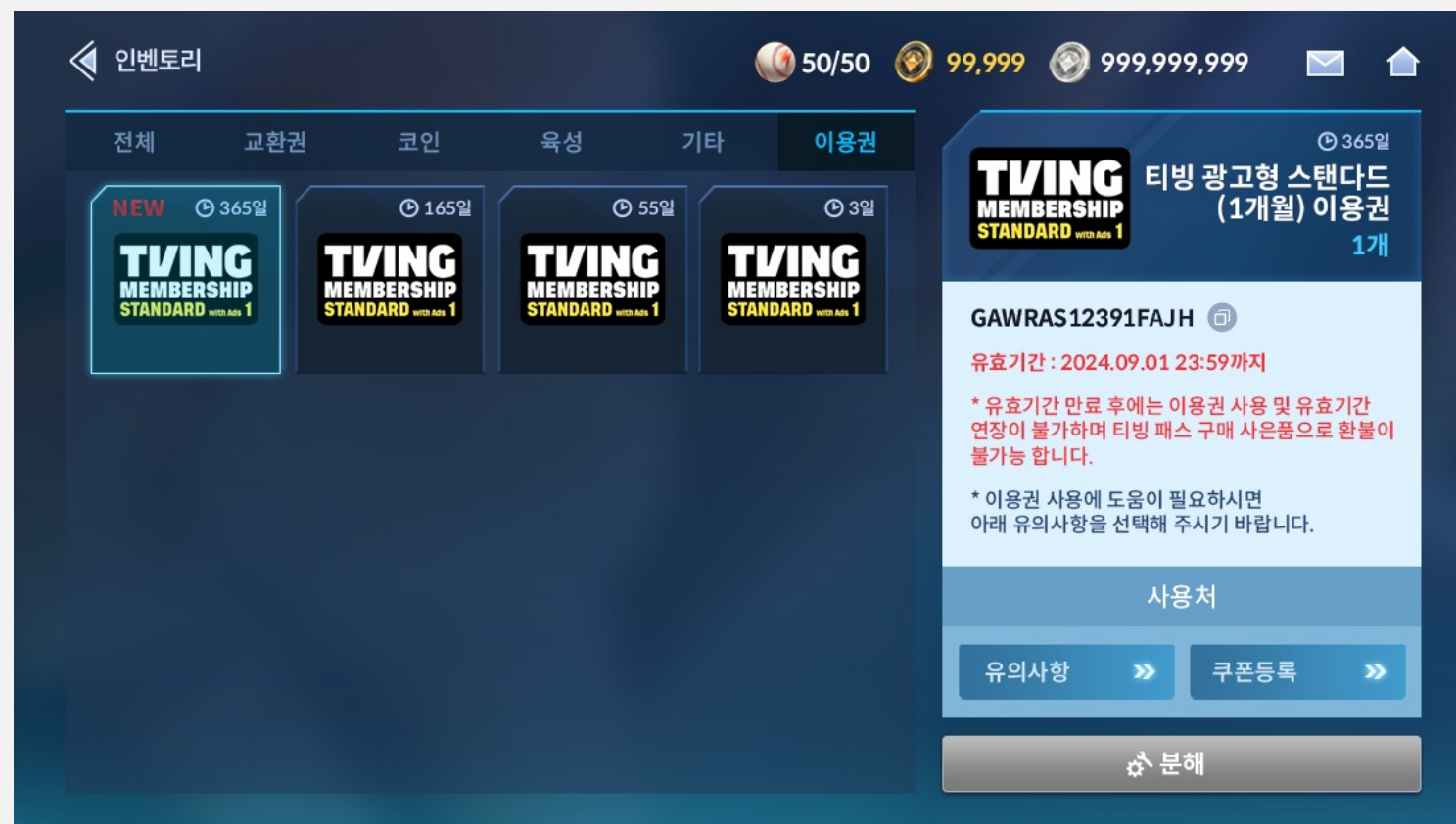


이벤트 기획

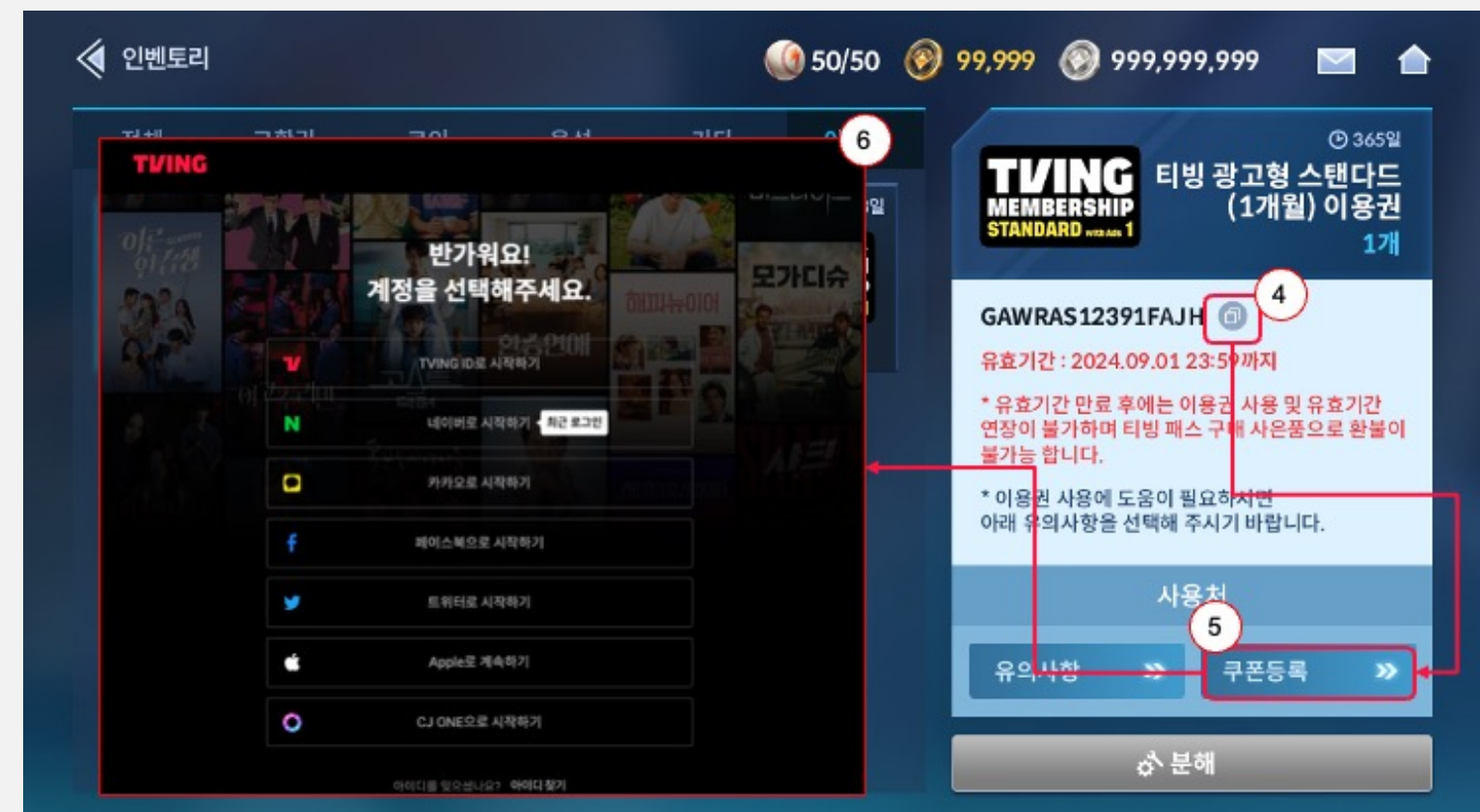
쿠폰 인벤토리 시스템 기획

- 쿠폰 지급을 위한 개인정보 수집 회피 방안
- 인게임 내 외부 쿠폰 지급을 통해 추후 기타 브랜드와 협업 확정

쿠폰 인벤토리



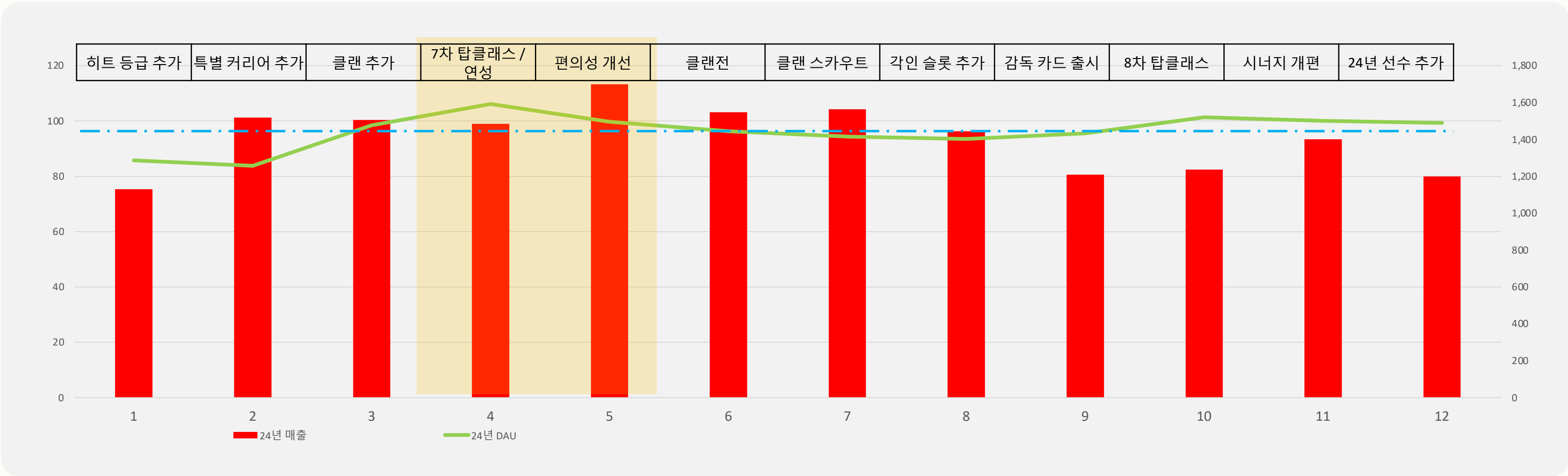
쿠폰 사용 방법



이벤트 기획

프로모션 효과

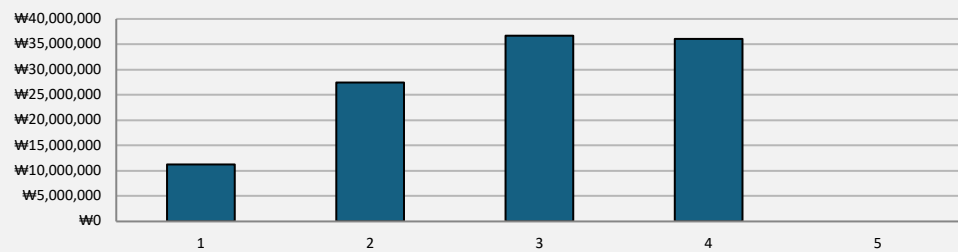
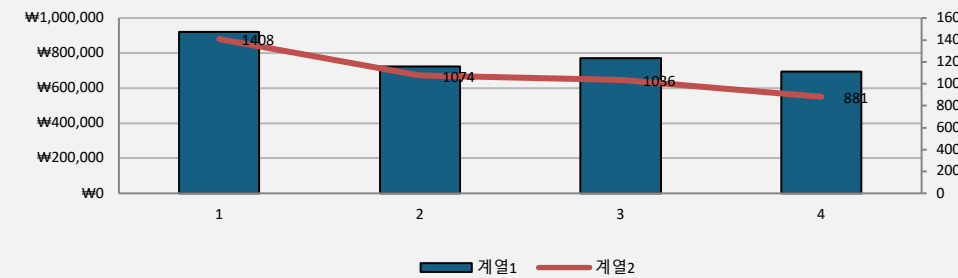
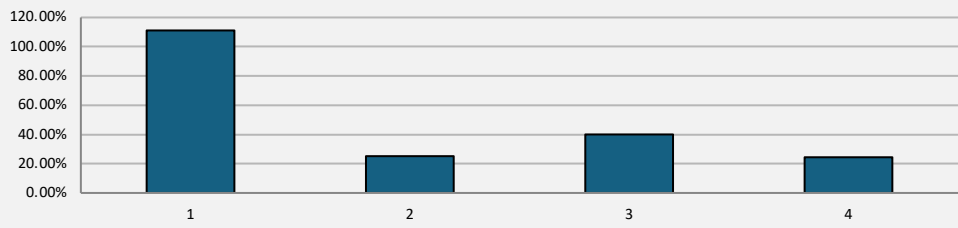
- 전월(4월) 대비 매출 상승
 - ✓ 구매 감사 이벤트로 쿠폰 비용 헷징
 - ✓ 긍정 여론 등을 토대로 유저 친화 게임적 인식 성공
- DAU 방어 미비
 - ✓ 야구 개막 시즌 이후 DAU 낙폭을 막기엔 효과성 미비



데이터 분석

매출 리포트

- 주/월간 분석 리포트를 통한 라이브 서비스 지표 확인
- 주간 매출 목표치 달성 확인 → 부족 매출은 추가 패키지 판매, 이벤트 등을 통해 월간 매출 도달
- 패키지 판매량 등을 토대로 콘텐츠 소비 간접 확인



마케팅 지표 평가	마케팅 비용	인스톨 비용 (구글 콘솔)	1주간 수익		2주간 수익			노출량	인스톨	구매 전환	노출량 대비 인스톨
주간 평가	Weekly Cost	CPI	Revenue 1w	ROI +7	Revenue 2w	구글 UA 목표 ROI 설정	ROI +14	impression	install	Active	CVR
3월 1주	₩1,614,054	₩4,149	₩734,600	45.51%	₩1,793,500	19%	111.12%	79,728	389	485	0.49%
3월 2주	₩1,846,707	₩3,471	₩339,600	18.39%	₩464,490	19%	25.15%	86,345	532	590	0.62%
3월 3주	₩1,662,685	₩4,307	₩419,120	25.21%	₩664,870	19%	39.99%	83,520	386	510	0.46%
3월 4주	₩1,778,667	₩4,136	₩332,430	18.69%		19%	24.40%	102,540	430	487	0.42%
	마케팅 비용	인스톨 비용	가입 유저 7일간 구매 수익		가입 유저 14일간 구매 수익			노출량	인스톨	구매 전환	노출량 대비 인스톨
월간 평가	COST	CPI	Revenue 1w	ROI +7	Revenue 2w	구글 UA 목표 ROI 설정	ROI +14	impression	install	Active	CVR
3월	₩6,902,113	₩3,974	₩1,825,750	26.45%	₩2,922,860	19%	42.35%	352,133	1,737	2,072	0.49%

* 인하우스 신규 유저 데이터 (3사 통합)

신규 유저 매출 지표 평가	주간 신규 매출	주간 신규 유저	주간 신규 구매 유저	신규 유저 구매 전환율	주간 신규 유저당 구매 금액	주간 신규 구매 유저 평균 구매 금액	D+14~21 유저 주간 매출	D+14~21 주간 유저	D+14~21 구매 유저
주간 평가	Weekly NU Revenue	WNU	WNPU	NPU Rate	ARPU	ARPPU	Weekly NU Revenue	WNU	WNPU
3월 1주	₩921,300	1408	29	2.06%	₩654	₩31,769	₩1,243,400	314	39
3월 2주	₩724,700	1074	18	1.68%	₩675	₩40,261	₩3,703,700	355	58
3월 3주	₩770,750	1036	58	5.60%	₩744	₩13,289	₩2,212,440	388	129
3월 4주	₩696,340	881	39	4.43%	₩790	₩17,855	₩2,040,960	303	56
3월	7D	30D	LTV : CPI (CAC)						
LTV	₩786	₩1,810	0.46						

* 주간 매출 목표 = 월간 매출 / 해당 월 주차, 주간 매출 합과 월간 매출 차이 발생 (주간 매출의 경우, 이전 달의 일수가 겹치는 경우가 있음)

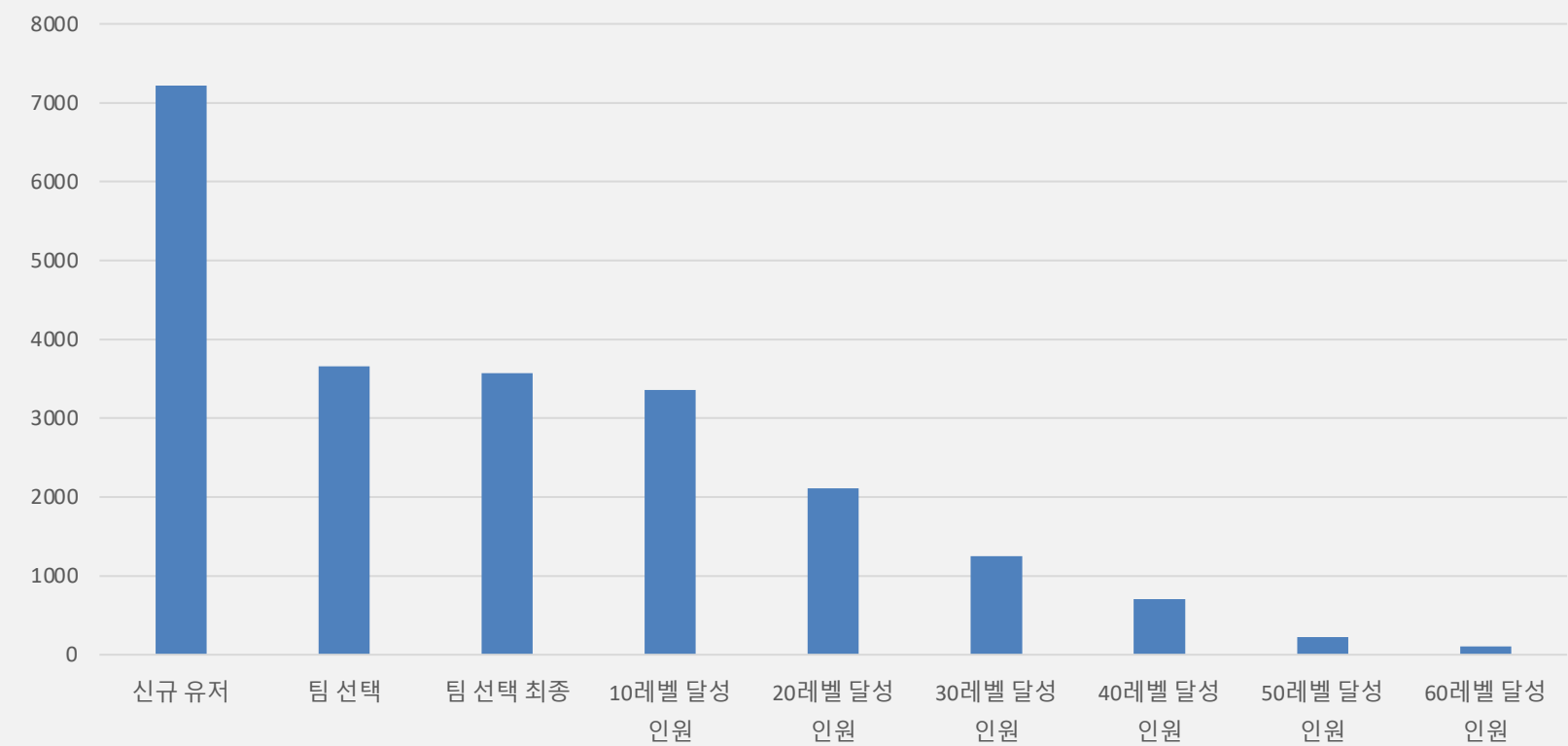
매출 지표 평가		주간 매출	목표 달성율	주간 유저 수	주간 구매 유저	주간 활성 유저당 구매 금액	주간 구매 유저 평균 구매 금액	주간 구매 유저 비율
주간 평가	목표 매출	Weekly Revenue	Goal Rate	WAU	WPU	ARPU	ARPPU	WPU Rate
3월 1주	₩39,600,000	₩11,253,900	28%	1493	148	₩7,538	₩76,040	9.91%
3월 2주	₩39,600,000	₩27,438,500	69%	1634	181	₩16,792	₩151,594	11.08%
3월 3주	₩39,600,000	₩36,687,290	93%	1749	646	₩20,976	₩56,791	36.94%
3월 4주	₩39,600,000	₩36,052,870	91%	1838	316	₩19,615	₩114,091	17.19%
	목표 매출	월간 매출	목표 달성율	월간 유저 수	월간 PU	월간 활성 유저당 구매 금액	월간 구매 유저 평균 구매 금액	월간 구매 유저 비율
월간 평가	Goal Revenue	Monthly Revenue (매출)	Goal Rate	MAU	MPU	ARPMAU	ARPPMU	MPU Rate
2월	₩95,040,000	₩101,956,914	107.28%	3895	560	₩26,176.36	₩182,065.92	14.38%
3월	₩158,400,000	₩111,432,560	70.35%	5198	1146	₩21,437.58	₩97,236.09	22.05%

데이터 분석

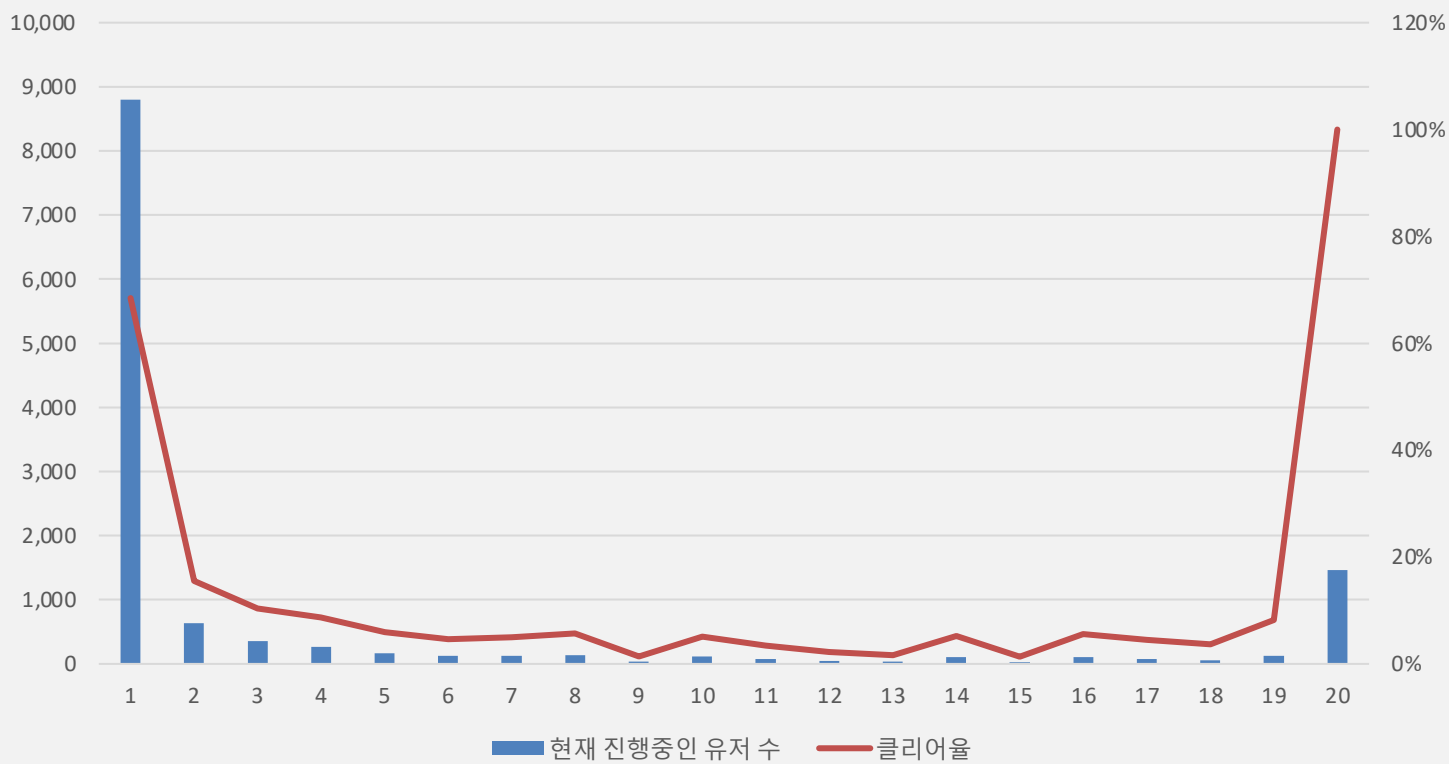
유저 초반 경험 개선

- 구글 UA 진행으로 매일 신규 유저는 유입되나, 기존 유저의 DAU 개선이 되지 않음
- 퍼널 이벤트 삽입을 통해 유저 누수가 있는 곳 파악 → 초반 10레벨 이후 유저 누수 심화
- 가이드 미션 클리어 데이터를 통해 초반 개선 지점 파악
- ✓ 기획팀 해당 내용 전달, 가이드 미션 2단계 부터 개선 요청

퍼널 이벤트



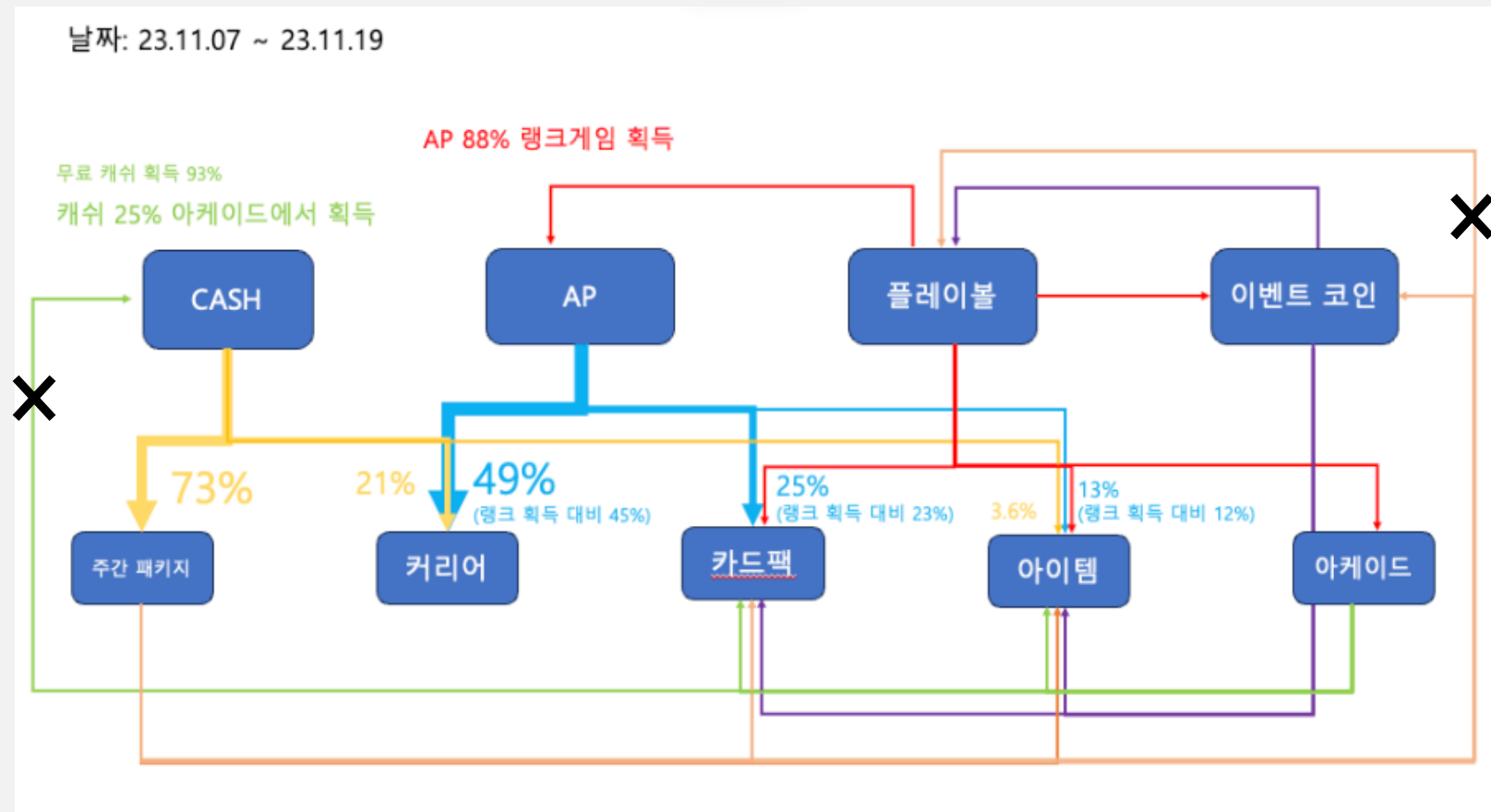
가이드 미션 단계별 완료 인원 및 클리어율



데이터 분석

재화 흐름 추적

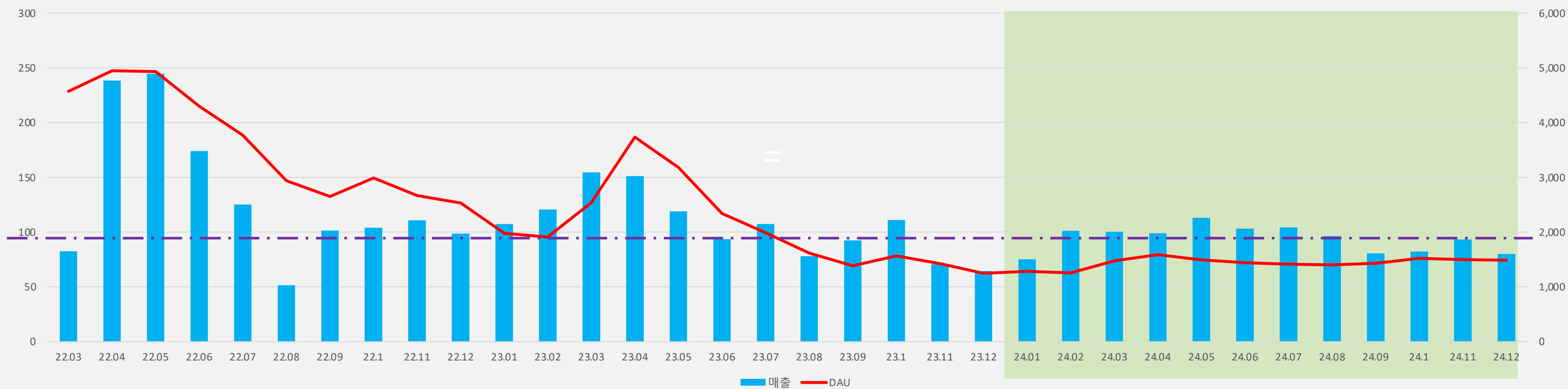
- 하드 커런시 재화 및 플레이 충전 재화 판매 저조
- 재화 흐름 추적 결과 인게임 내 재화 순환구조 발생
- 개선 방안:
 - ✓ 게임에서 획득한 확률형 박스형 아이템(아케이드)에 추가로 아이템을 지급하여 획득 확률 낮춤
 - ✓ 주간 패키지 내 플레이볼 충전권을 동등한 가치의 다른 아이템으로 교환



마케팅

마케팅 효율화 작업 진행

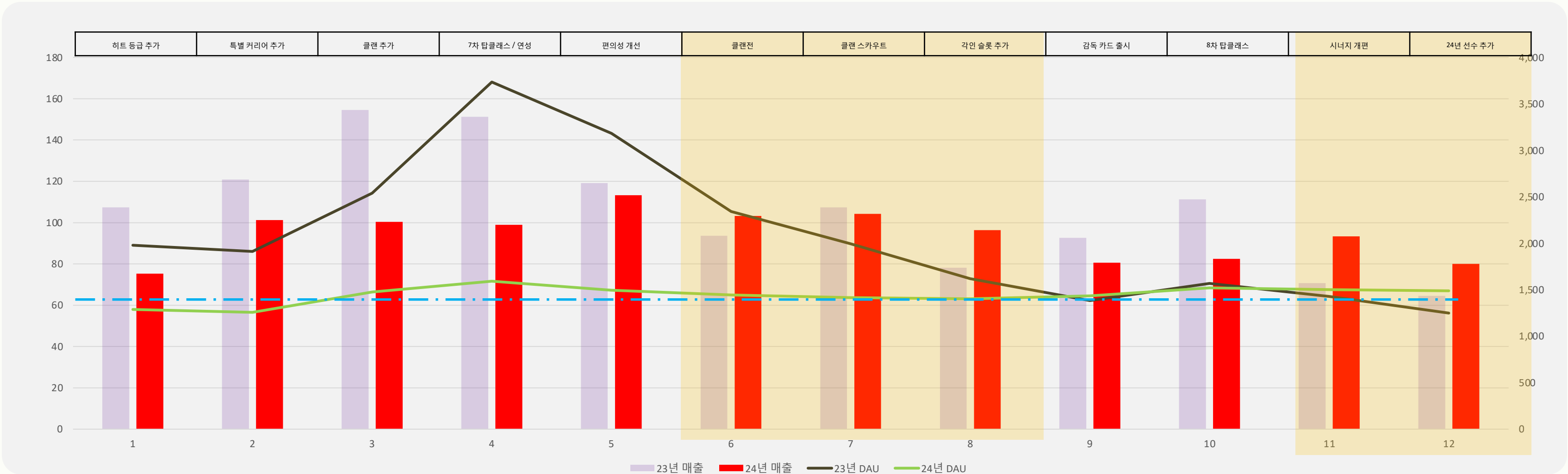
- 마케팅 전문 인원 퇴사로 인한 업무 사업팀 이관
- 시즌(개막, 포스트 시즌) 마케팅 진행 → 상시 마케팅으로 변경
- ✓ 마케팅 비용 축소: 23년 2.8억 → 24년 0.6억



마케팅

마케팅 집행 결과

- 24년 12월 DAU > 23년 12월 DAU
- 매출 23년 12.6억 → 24년 11.5억 매출 달성
 - ✓ 마케팅 비용 절감(2.2억) 대비 0.9억원 순 효과 달성



Thank you