

MVT Implication Note (mid-term)

학과 : 경제학과

학번 : 2019121179

이름 : 윤여균

Hypothesis

1. 문제 정의 :

- 하루에 23시간 장이 열리는 해외시장이나 24/7 휴장 없이 장이 돌아가는 암호화폐 시장의 경우엔 트레이더들이 시장 움직임에 상시 대응하기가 어려움. 이런 한계로 인한 손실이 발생하거나 기대수익을 얻지 못하는 경우가 상당히 빈번함.
- 트레이딩 경험이 쌓일수록 차트 분석이나 지표 활용 등 기법의 문제보다는, 상기한 시장 대응력의 한계로 인한 문제가 더 중요함은, 스스로의 경험 뿐 아니라 다른 개인 트레이더들이 느끼는 바도 유사했기에, 이전부터 프로그램을 이용한 자동화 매매 구축에 대한 트레이더들의 열망이 강하고, 이를 시도해 본 수 많은 선배트레이더들이 있었으나,
- 엄청난 자본력으로 시장 분석부터 자동화매매까지 대신해주는 알고리즘 구축이 되어있는 대형 IB, 증권사들과 달리 개인트레이더들은 이러한 알고리즘 구축 자체에도 어려움이 있고, 알고리즘을 구축하더라도 시장 분석이나 대응면에 있어 그 기능이 충분한 수익을 낼 만한 수준에 도달하는 것이 매우 어려웠기에, 유의미하게 성공적인 자동화매매 알고리즘을 구축한 사례는 찾아보기 힘들었음.

2. 해결책 설명(아이디어) : 결국 개인 트레이더들이 경쟁력이 있는 자동화매매 프로그램을 구축하려면, 수 많은 조건식을 통해 시장의 많은 정보를 굽어모으고, 시장 움직임에 따라 대응해 자동화 매매를 하는 알고리즘 트레이딩 방식이 아닌, 트레이더 본인이 그동안 시장을 연구하고 수많은 트레이딩 경험을 통해 구축한 자신만의 판단 기준으로 그동안의 트레이딩 내역을 인공지능이 학습하여 최대한 유사하게 트레이딩을 따라해주는 것이 현실적인 해결책이라고 판단함.

3. XyZ가설 :

- 투자 커뮤니티에는 아직 투자를 하지 않으나 정보 획득만을 위한 이용자도 있고, 현재의 시장 정보나 투자자들 분위기 등을 파악하기 위해 이용하는 장기투자자들도 많을 것이기에, 커뮤니티 이용자 중 고객층이라 할만한, 데이트레이딩을 최소 부업으로 하거나 본업으로 삼는 전업투자자의 비율은 그리 크지 않을 것이라고 생각하였음.

이에 파레토 법칙에 따라 전체 커뮤니티 이용자의 20% 정도만 전업이나 부업으로 비중을 둔 데이트레이더라고 가정하였음.

- 역시 마찬가지로 이유로 비중을 갖고 트레이딩을 하는 개인들이라면 이러한 문제점에 대해 대다수는 공감하고 있을 것이기에, 이 비중을 80%, 즉 전체 커뮤니티 이용자의 $0.2 \times 0.8 = 0.16$, 16% 정도로 가정 함. 다만 커뮤니티에는 광고글도 적지 않고, 가벼운 글들도 넘쳐나기에 대체적으로 커뮤니티 이용자들이 MVT 홍보 글을 보아도 그냥 흘러보낼 가능성도 크다고 여겨졌으며, 커뮤니티 조회수 측정 시스템에는 중복 클릭도 반영되는 비율이 높기에, 실제 조회수 대비 MVT방문자는 이 역시 2:8 파레토 비율을 감안해 3% 내외 정도로 추정하였으며, 여기서 피드백을 남겨줄 사람들의 수 역시 방문자의 20%인 0.6% 내외로 목표치를 설정함.

Hooking

1. 배포처 : 투자 커뮤니티(디시인사이드 미국주식 갤러리, 해외선물 갤러리, 나스닥 갤러리, 비트코인 갤러리) 및 자교 에타(주식게시판, 암호화폐 게시판), 일부 투자 단톡방

- FM코리아 주식갤러리 및 암호화폐갤러리, 팍스넷, 네이버 종목토론방, 토스 종목토론방 등은 활성화된 투자커뮤니티이나, 종목토론방들은 해당 종목을 보유하고 있어야만 참여 가능하고, 나머지 커뮤니티는 회원가입이 필수적이며 홍보를 금지하거나 신규 가입한 회원의 홍보행위에 우호적이지 않다보니, 평소 가입 없이 눈팅만 하고 있었던 입장에서는 MVT 활동 대상으로 선택 할 수 없었음.

- 그러한 이유로 회원가입 없이 익명으로도 게시글 작성이 가능한 디시인사이드와, 우리 학교 에타에 집중되었으며, 일부 참여하고있는 오픈채팅방에서만 제한적으로 진행을 하게 되었음.

2. 배포 카피 : 분신하나 만들어서 24시간 매매돌리면 나스닥 내 ATM기 되는건데 (이와 유사하게 어그로성을 조금 담아 제목을 조금씩 변경)

3. 배포 게시물 내용 :

1) 디시인사이드에 올린 글 예시 :

새벽까지 나스닥 사팔사팔 조져가며 힘들게 며칠동안 티끌 모아가도, 꼭 잠깐 눈 붙이거나 낮에 일정 있어 장 못 볼 때 큰거 터져서 토해내거나 별로 먹지도 못 하거나 이러니 수익률이 지수추종하고 별 차이도 없는 듯.

아 진짜 분신 하나 만들어서 24시간 컴 앞에다 앉혀놓고 매매만 조지게 하고 싶은데, 보니까 무슨 자기 매매 내역으로 학습시켜서 자동화매매하는 자신만의 AI 만들어준다는데 이거 잘 될 수 있을까?

2) 에브리타임과 단톡방에 올린 글 내용 :

- MVT 목적상 실제 서비스 준비하는 사업에 대해 제3자가 글을 작성한것처럼 반응을 취득해야 하겠으나, 학우들이 모이는 에타나, 참여하는 투자 단톡방에서 그렇게 속이며 반응을 얻는 것은 적절하지 못 하기에,
- 자신의 매매 내역을 학습해서 최대한 매매 패턴과 유사하게 자동화 매매를 하는 AI를 만들어보고 싶은데, 의견과 피드백을 구하고자 합니다. 시간이 되시면 참여해주시면 감사하겠습니다. 라는 취지로 설명과 함께 방문과 피드백을 요청함,

4. 배포처 조회수 :

- 1) 디시인사이드 갤러리들에 경우 시간당 텀을 두고 상기 갤러리들에 돌아가며 게재하였으며, 평균적으로 조회수는 게시물 1개당 수십정도로 큰 관심을 받지는 못 했음. 에브리타임과 단톡방은 조회수를 알 수 없었으나, 일부의 반응이 있었음.

Landing

1. 랜딩(MVT) 페이지 주소 : <https://nimble-madeleine-92b124.netlify.app/>

2. 랜딩 페이지 방문자 수 : 34

3. 방문자 수 데이터 분석 :

- 방문자 수가 기대했던 것보다 적은 편이었는데, 아쉬운점으로, 회원가입이 필수적인 사이트들을 이용하지 못 하다보니, 익명인 디시인사이드의 투자 갤러리 특성상 가벼운글들이 넘쳐나 글 자체의 주목을 받기가 어려웠음. 오히려 단 하나의 글만 올린 에브리타임이나 단톡방을 통한 방문자가 대부분이었음.

실제 런칭 및 상업화를 위한 과정에서 시도한다면, 여러 커뮤니티의 ID등을 가지고 활동하는 홍보 전문 업체에 의뢰하는 것이 의미있는 숫자의 방문자나 피드백을 받기에 효과적이지 않을까 생각 해 봄.

- 또한 MVT 게시 시점이 미국 대선 결과로 인한 변동성이 매우 커진 상황이라 투자자들의 관심이 이에 집중되어있었다보니 더 관심을 받기 어려운 상황이었다고 생각 됨.

Acquisition

1. 사용자 인센티브 : 별도 사용자 인센티브는 제공하지 않음

- 실제 상업화 시에 사용자에게 인센티브를 주는 것도 하나의 방법일 수는 있겠으나, 단순히 인센티브를 받기 위해 타겟이 아닌 사람들이 무의미한 피드백을 남기는 경우

도 많을 것이라 예상되기에, 사용자에게 제공할 인센티브보다는 타겟이 될만한 사람들이 최대한 많이 보고 들어와 볼 수 있게 상기한 홍보 업체 의뢰와 같은 방식에 비용을 지출하는 것이 더 효과적이지 않을까 하는 생각을 해 봄.

2. 획득 사용자 수 : 피드백을 남긴 방문자 수는 11명

3. 획득 사용자 데이터 분석 :

- 피드백을 남긴 방문자의 비율은 약 30% 가량으로 예상했던것보다는 높은 편이나, 직접적으로 방문과 피드백을 게시글에서 요청한 에브리타임과 단톡방에서의 방문자가 대다수인 것에 근거한다고 보여짐. 피드백에는 서비스에 대한 기대를 표한 경우가 다수였고, 일부 서비스의 실현 가능성 등에 대한 의문들도 존재하였음. 영터리 이메일 주소를 남긴 방문자도 있어 어느정도 의례적으로 피드백을 준 경우도 다수 있다고 생각 됨.

Implication

1. MVT 결과 분석 :

1) 우선 종합해보면 방문자의 수가 많지는 않은 편이었고, 또 MVT라는 사실을 알고 방문하거나 피드백을 남겨준 경우가 대부분이라, 실제 잠재적 이용자들의 반응을 충분히 살펴보기에는 한계가 다소 존재했다고 보여짐.

2) 또한 서비스의 특성상 실제 구현이 가능할지, 그리고 구현이 되었을때 기대했던것처럼 이용자의 매매패턴과 유사하게 자동화매매가 가능할지 등에 대해서 실제 구현 후 성과를 확인해보기 전까지는 방문자들도 미지수이다보니 서비스에 대한 소개를 접했을 때 머릿속에 바로 그려지거나 하는 것이 모호할 수 밖에 없고, 그러다보니 서비스에 대한 기대감이 제한 될 수 밖에 없지 않나 하는 생각을 해 봄.

2. 시사점 : 일상에서 우리는 너무나 많은 홍보 (심지어 일부는 사기)를 직면하고 있고, 이로 인한 피로감이 크기에 타인에게 우리의 서비스를 알리는 과정에 상당한 어려움이 크다는 것을 다시금 느낄 수 있었음. 실제 창업시에는 상기한 것처럼 홍보에 비용을 지출해 전문적인 업체와의 협력도 주된 방안이 되겠으나, 기본적으로 잠재적 이용자들의 관심을 유발할 방안에 대해서 더 많은 고민이 필요하겠다고 여겨짐.