

MVT 시사점노트

심정균 11/8

학과 : 컴퓨터과학과

학번 : 2020147594

이름 : 심정균

Hypothesis 1. 문제 정의 : 2. 해결책 설명 (아이디어) : 3. XYZ 가설 :

1. 문제 정의: 긴 동영상의 특정 부분을 찾는 것은 너무 번거롭습니다.

확장: 동영상 시청 시 더 빠르게 콘텐츠를 파악하는 방법

2. 해결책 설명 (아이디어) : 현대 사회에서는 각종 미디어 회사와 인터넷 서비스 제공업체의 유도에 따라 사람들이 점점 단편적인 정보를 소비하는 데 익숙해지고 있습니다. 이를 영상 서비스에 적용해 보면, 사람들이 짧은 영상을 더 선호하게 된다는 결과로 나타납니다. 하지만 모든 콘텐츠가 짧은 영상으로 적합하게 전달되는 것은 아닙니다. 다큐멘터리, 온라인 강의, TV 프로그램 등 여러 콘텐츠는 긴 영상으로 제공되는 것이 더 효과적이거나 필수적일 수 있습니다. 이러한 상황을 고려할 때, 저는 현재 빠르게 발전하고 있는 AI 기술을 활용하여 사람들이 긴 영상 콘텐츠를 효율적으로 소비할 수 있도록 돕는 것이 좋은 아이디어라고 생각합니다. 긴 영상을 요약하고, 타임라인을 생성하며, 요약 내용을 PDF 문서로 정리하고 마인드맵으로 구성하는 AI 영상 요약 도우미를 개발하려고 합니다.

욕구 단계 이론에 따르면, 이 서비스는 사람들이 더 효율적으로 영상 콘텐츠를 습득할 수 있도록 돕는 도구로서, 사용자들이 자기 성장과 사회적 욕구를 충족하는 데 기여할 수 있습니다.

이 서비스를 통해 문제가 해결되는 상태는, 누구나 저의 서비스를 통해 영상 콘텐츠를 요약할 수 있도록 하는 것입니다. 여기에는 영상 내용 요약뿐만 아니라, 시간 축등 제공하는 기능도 포함됩니다.

3. XYZ 가설: 만약 저의 서비스가 충분히 간단하고 효율적이라면, 10 분 이상의 긴 영상을 시청하는 사람들 중 10%가 제 서비스를 이용하여 영상 콘텐츠를 더 빠르게 습득하는 선택을 할 것입니다.

Hooking 1. 배포처: 2. 배포 카피: 3. 배포 게시물 내용: 4. 배포처 조회수 (측정 가능한 경우):

1. **배포처** : wechat20 학번 그룹, 중고거래 그룹, 에타 자유재시판, 무악학사 개시판, 총 4 곳
2. **배포 카피**: 더 빠르게, 더 편리한 AI 시대의 생산성 서비스를 제공!
3. Sum4U 영상 요약 도우미 사전 수요 조사에 참여 부탁드립니다~

안녕하세요, 여러분~ 잠시 시간 내어 읽어주시면 감사하겠습니다~

아래 링크는 제 중간 프로젝트 과제 소개 페이지입니다. 현재 제품 출시 전에 사전 수요 조사를 진행하고 있습니다. 저희는 YouTube 등 다양한 영상 플랫폼에서 영상을 요약하고, 타임라인을 생성하며, 요약 내용을 PDF 문서로 정리하고 마인드맵으로 구성하는 AI 영상 요약 도우미를 개발하려고 합니다.

이 프로젝트에 관심이 있거나 추가하고 싶은 기능이 있으시다면, 답글로 이메일 주소와 함께 의견을 남겨 주시면 감사하겠습니다. 프로젝트가 출시되면 관심을 보여주신 분들께 알림 이메일을 보내드릴 예정입니다. 여러분의 소중한 의견이 저희 제품에 도움이 된다면, 스타벅스 커피 쿠폰을 드리겠습니다~

본 프로젝트는 연세대학교 수업 과제이므로, 개인정보 유출이나 스팸 메일 걱정은 하지 않으셔도 됩니다. 여러분의 관심과 지원에 감사드립니다!

4. 측정하기 힘듭니다.

Landing 1. 랜딩(MVT) 페이지 주소: 2. 랜딩 페이지 방문자 수: 3. 방문자수 데이터 분석:

1. 랜딩(MVT) 페이지 주소: <https://vocal-baklava-1c4620.netlify.app>

2. 랜딩 페이지 방문자 수: 각 게시판에서의 방문자는 각각 16 명, 13 명, 3 명, 2 명으로 나타났으며, 이메일을 남긴 사람은 6 명, 제품에 대한 의견을 남긴 사람은 2 명이었습니다. 그리고 웹사이트에서 구체적인 내용을 클릭한 사용자는 총 3 명이었습니다.

3. 대부분의 방문자가 위챗 채팅 그룹에서 유입되었음. 이는 채팅 그룹이 포럼보다 더 많은 사람들이 주기적으로 확인하며, 링크의 노출 빈도도 더 높기 때문이라고 판단됨. 링크를 게시한 직후 몇 시간 동안은 지속적으로 새로운 클릭이 발생했으나, 이후 링크가 다른 채팅 메시지들로 덮여서 사람들 시야에서 사라졌기 때문에 점차 관심이 줄어들.

Acquisition 1. 사용자 인센티브: 2. 획득 사용자 수: 3. 획득 사용자 데이터 분석:

1. 사용자 인센티브: 데이터가 적어 정확한 판단은 어렵지만, 영상 내용을 요약하고 문서로 생성해 주는 점이 사용자들에게 매력적으로 다가갈 수 있다고 생각함.

2. 획득 사용자 수: 총 6 명, 모두 위챗 링크를 통해 접속한 사용자들임.

3. 획득 사용자 데이터 분석: 획득 사용자 중 한 명은 격려의 메시지를 남겼으며, 다른 한 명은 온라인 강의를 들으며 동시에 번역하는 서비스의 추가를 희망했음. 아쉬운 점은 에브리타임을 통해 획득한 사용자가 없었다는 것임. 저는 유학생보다 한국 사용자들로부터 더 많은 피드백을 받고 싶었는데, 그들이 이 서비스의 사용 환경에 더 잘 맞을 것으로 판단되기 때문임.

Implication

1. MVT 결과 분석: 얻은 결과는 예상과 일부 비슷하면서도 차이를 보였음. WeChat 링크를 클릭한 사용자가 많았던 반면, 에브리타임에서의 클릭 수는 기대보다 훨씬 적었음. 제 분석에 따르면, 외국인 유학생들은 외국어 영상 시청 시 이해에 어려움을 겪기 때문에 본국 사람들보다 영상 요약 서비스에 대한 필요성이 더 클 가능성이 있음. 또한, 채팅 그룹에 게시했기 때문에 사용자들이 제가 같은 연세대학교 유학생임을 인지하여 더 신뢰하고 호기심을 느낀 것으로 보임. 반면 에브리타임 자유게시판에 올린 게시물은 충분한 흥미를 유발하지 못했으며, 게시판의 높은 게시물 수로 인해 제 글이 금방 묻혔음. 무악학사 게시판의 경우에는 글이 계속 상단에 남아 있었지만, 역시 충분한 주목을 받지 못했음.

2. 시사점: 웹페이지 제작은 매우 흥미로웠으나, 사용자의 관심을 끄는 것은 예상보다 훨씬 어려웠음. 이는 제가 링크를 게시할 최적의 장소를 찾지 못했기 때문이라고 생각함. 제공하려는 서비스가 영상 요약이라는 점을 고려할 때, 이와 관련된 사용자들이 많이 모인 장소를 찾는 것이 중요했으나, 이는 쉬운 일이 아님을 깨달음. 또한, 웹사이트의 디자인이 매력적이지 못했고, 게시글의 문구 또한 충분히 매력적이지 않았음. 전체적으로 이번 MVT 는 매우 흥미롭고 신선한 경험이었으며, 많은 것을 배울 수 있었음.