

MVT (Minimum Viable Testing) Project

Mid term project

연세대학교 인공지능학과

김현수 교수

Project Schedule

1. Due : 5/7 (Tue) 12:00
2. Share : 5/7 (Tue) 5/10 (Fri) : 5 min Presentation/ 3 min Q&A
 - Peer Evalution : 50%, Professor : 50% : **상하위 10% 제외 절사평균**
 - 실행(구현)력, 논리력, 완성도, 발표력 각 25%
3. 2 Projects * 사전 상의없이 프로젝트 토픽 변경시 50% 감점
 - Landing page Links / DB (Google Spread Sheet) Links
 - Implication Report
 - XYZ Hypothesis / Performance Data Analysis / Final Project Selection
 - 5/3 Second Class Improvement Feedback (Team)

Project Guide Line

1. MVT는 흐릿한 생각을 명확하게 하는 것에 목적이 있다.
2. 내 생각이 옳은 지 확인하는 과정이다.
3. MVT Landing Page는 어설프게 작성되어서는 안된다.
 - 실제 있는 Product처럼 설계
 - 사용자가 경험하게 될 것을 확실하게 인지 시킴
4. 최종 연락처를 남기는 사람에게는 Incentive를 제공할 수 있도록 설계/구현 한다.
5. AI tool 소개
 - <https://ai.mobirise.com/>
6. app Wrapper
 - <https://appsgeyser.com/>

MVT 예시

1. 1990년대 카스다이렉트는 온라인 자동차 구매 웹사이트를 만들어 아직 접근성이 떨어지는 서비스에 대한 사람들의 관심 수준을 테스트
2. 맥도널드에서는 맥스파케티라는 미개발 메뉴를 마치 있는 것처럼 속여 주문량을 체크하고, 실제로는 메뉴가 없다면서 무료 버거를 제공하는 페이크 도어(Fake Door) 기법
3. 구글은 구글 글라스를 영상으로 먼저 세상에 알린 후 실제 상품 출시 여부를 결정하는 유튜브 프리토타이핑 기법을 사용했습니다
4. 에어비앤비는 웹사이트를 통해 프리토타이핑을 적용했습니다
5. 샌디는 10달러를 내고 도메인을 사고, <다람쥐 관찰 가이드북> 책 출시 광고를 만들어 반응을 체크, 책 출시 광고를 10만명이 보고, 2만 개의 좋아요

포잉 (애플리케이션 앱)

1. 고객이 앱에서 레스토랑 예약 버튼을 누르면 바로 예약 가능 여부를 확인해 레스토랑을 예약하고, 확인 문자를 보내주는 서비스를 제공
2. 초기 포잉 고객은 이 과정이 워낙 빠르게 진행됐기 때문에 당연히 자동적으로 이뤄진다고 생각
3. 하지만 실제로는 포잉 직원이 뒤에서 재빠르게 움직이고 있었다. 사무실에 있는 직원이 웹사이트를 보고 있다가 고객이 앱의 예약 버튼을 누르면 그 즉시 해당 레스토랑에 전화를 걸어 예약해 줌.
4. 포잉은 이런 절차를 자동화하기 전에 고객의 니즈를 확인하고 자세히 관찰
 - 같은 사례 : Toss

Google 사례

1. 구글에서도 비슷한 테스트를 진행한 적이 있음.
2. 2007년 'GOOG-411'이란 프로젝트를 진행
3. 무료 전화로 상담원을 연결해 본인이 있는 지역과 원하는 상품을 얘기하면 매장을 검색해 바로 연결해주는 서비스
4. 예) 내가 어디 살고 있는데 피자가 먹고 싶다고 얘기하면 주변에 피자집을 검색해서 연결
5. 구글 직원이 직접 전화 상담원이 돼 고객의 요구 사항을 듣고 정보를 검색해 려줌
6. 노림 수 : 실제 상담원 역할을 자동화할 경우 고객이 무엇을 궁금해 할지, 또 고객의 음성 패턴은 어떠한지의 데이터를 확보하기 위해서였고, 지금 구글의 인공지능 어시스턴트 OK구글이 이런 상담원 역할 구현

Prompt (AI Web builder)

맥스파게티라는 새로운 제품을 개발했습니다. 이미 2000명의 특별히 초대 받은 고객이 시식에 참여했고, 너무나 맛있다는 긍정적인 평가를 받은 새로운 메뉴입니다. 햄버거에도 새로운 도전이 있다는 것을 사람들에게 알리고 싶습니다. 초대 받기 위해서 참여를 할 수 있습니다.

Prompt Example

공격 패턴을 짜주는 복싱 프로그램

- 순발력 게임처럼, 복싱 훈련을 할 때는 한 명이 공격 패턴을 불러주고, 다른 한 명이 거기에 맞게 공격을 수행해야함. 이는 사람의 창의성을 필요로 하고, 애초에 혼자 운동하고 싶어도, 파트너가 필요함. 이에 자동으로 패턴을 짜주는 프로그램을 도입하여 위의 문제를 해결할 수 있음.

→ 공격 패턴을 짜주는 복싱 프로그램을 개발했습니다. 이미 2000명의 특별히 초대 받은 고객이 앱을 다운로드했고, 순발력 게임처럼, 복싱 훈련을 할 때는 한 명이 공격 패턴을 불러주고, 다른 한 명이 거기에 맞게 공격을 수행해야함. 이는 사람의 창의성을 필요로 하고, 애초에 혼자 운동하고 싶어도, 파트너가 필요하기 때문에 자동으로 패턴을 짜주는 프로그램을 도입하여 위의 문제를 해결할 수 있음. 이 프로그램을 다운로드 받기 위해 참여할 수 있습니다.

Landing Page Requirements - 신경써야 할 것

① 3인칭보다는 1인칭을 공감한다.

② 내가 선택하고 함께 결정한다. (사회적 증거)

- 해당 서비스를 이용한 사용자의 후기와 서비스의 SNS를 누른 친구 목록을 보여주어 사용자의 선택에 도움을 주고 있다. © 렉시, © 브런치
- 실시간 사용자 수를 노출하여 사용자의 행동을 유도하고 있다. © 스피킹맥스
- 랜딩 페이지의 SNS 노출은 좋아요를 누른 친구의 SNS 피드에 노출되어 홍보 효과를 준다. © 페이스북

③ 당장 무엇을 해야 할 지 모른다.

- 사용자는 웹 페이지에서 약 8초의 집중도를 보인다
- 긴박한 문구와 혜택을 받을 수 있는 잔여 수량을 보여주면서 전환을 유도한다. © 시원스쿨, © 야나두
- 마감 시간을 실시간으로 보여주어 사용자의 행동을 유발한다. © 시원스쿨

구체적인 행동을 명시(Call To Action)해 주는 것이 좋다.

Thumbnail 일반적인 링크 처리 메타 태그

<meta property="og:url" content="웹페이지 URL">: 웹페이지의 URL을 지정합니다.

<meta property="og:type" content="website">:

웹페이지의 유형을 지정합니다. 일반적으로 "website"를 사용합니다.

<meta property="og:title" content="웹페이지 제목">:

웹페이지의 제목을 지정합니다.

<meta property="og:description" content="웹페이지 설명">:

웹페이지에 대한 설명을 지정합니다.

<meta property="og:image" content="썸네일 이미지 URL">:

웹페이지의 대표 이미지(썸네일)의 URL을 지정합니다.

AIDA - 고객 설득 모형

Attention (인지) - Interest (흥미, 관심) - Desire (욕망) - Action (행동, 구매)

고객 구매 행동을 최초로 설명한 모델은 AIDA(1898년 E.S 루이스 제시) AIDA는 소비보다는 공급이 우위가 되던 시절의 모델

AIDMA - 고객 설득 모형

Attention (인지) - Interest (흥미) - Desire (욕망) - Memory(기억) - Action (구매)

D와 A 사이에 M(Memory) 단계가 하나 추가
노출시 지금 당장 Action 않더라도 때가 되었을 때 기억하고 Action

AISAS - 고객 설득 모형

Attention (인지) - Interest (흥미) - Search (검색) - Action(구매) - Share (공유)

흥미를 지닌 고객들은 바로 검색을 통해 구매 정보를 획득하고 Action 결정한 후 구매 경험을 공유