

카카오페이 사전과제

비즈니스 데이터 분석가
윤혜준

Intro/Disclaimer

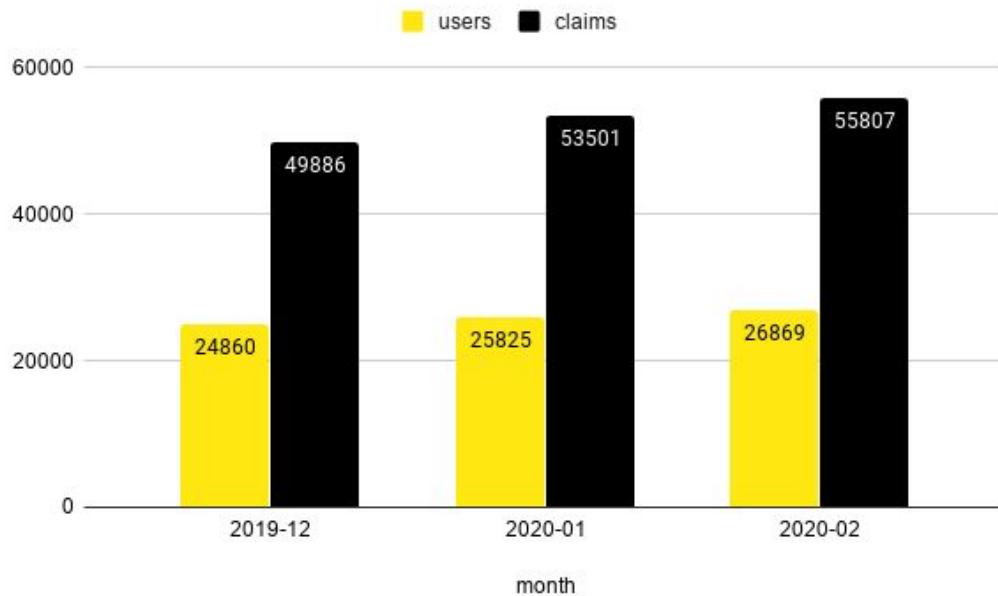
본 리포트는 2019년 12월, 2020년 1월, 2020년 2월에 발생한 더치페이 사용 내역을 바탕으로 작성되었습니다

- 주어진 데이터로만 인사이트를 추출하는 과제이기 때문에, 상황상 2019년 12월 이전 더치페이 사용자는 없다고 가정하고 분석을 진행했습니다
- 데이터상으로 보이는 사용자별 첫 기록을 사용자의 생애 첫 더치페이 서비스 사용 이력으로 간주합니다

Table of Contents

1. 현황
2. 이슈
3. 제안사항

현황

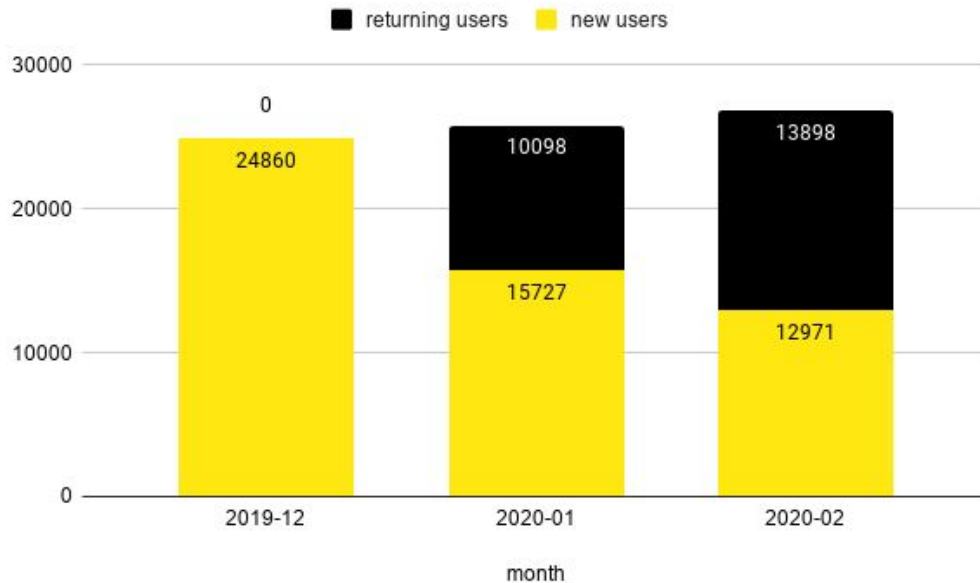


| 더치페이 요청 월 | 사용자 수 | 요청 건수 | 총 요청 금액 | 인당 평균 요청 건수 | 건당 평균 요청 금액 |
|--------------|--------|--------|-----------|----------------|----------------|
| 2019-12 | 24,860 | 49,886 | 61억6천5백만원 | 2.007 | 123,583원 |
| 2020-01 | 25,825 | 53,501 | 59억7천6백만원 | 2.072 | 111,704원 |
| 2020-02 | 26,869 | 55,807 | 58억8천6백만원 | 2.078 | 105,474원 |

현황

- 사용자 수는 2019년 12월에 약 25,000명으로 시작해서 월간 4%씩 성장하고 있습니다
- 평균적으로 1명당 한 달에 더치페이를 2번 사용해서 2019년 12월에 약 50,000건의 더치페이 요건이 발생했고 2020년 2월에 55,000건을 돌파했습니다
- 반면 거래/요청되는 총 금액은 월별로 1~3% 소폭 감소하고 있는 추세입니다

현황

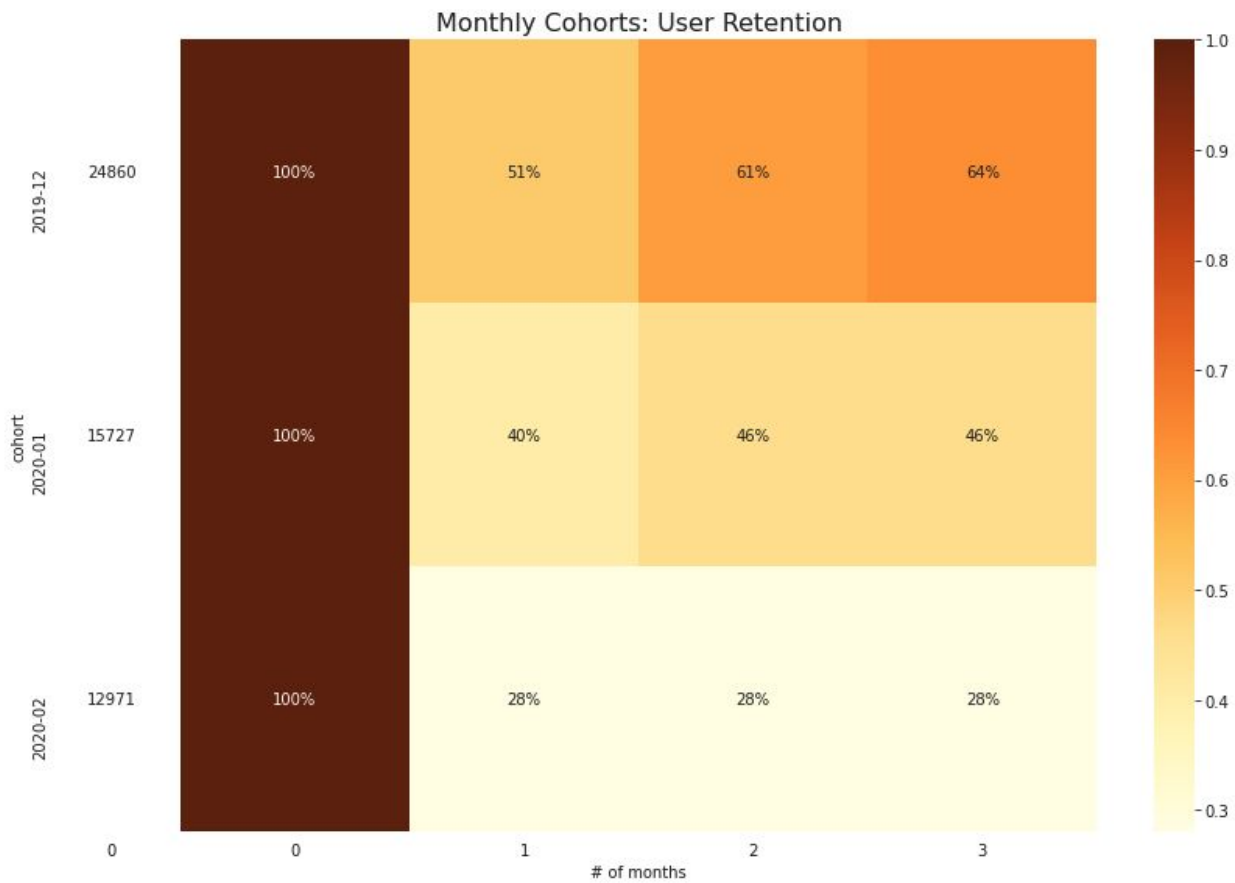


| 더치페이 요청 월 | 사용자 수 | 신규 사용자 수 | 신규 비중 |
|-----------|--------|----------|--------|
| 2019-12 | 24,860 | 24,860 | 100% |
| 2020-01 | 25,825 | 15,727 | 60.90% |
| 2020-02 | 26,869 | 12,971 | 48.28% |

현황

- 앞서 전체 사용자 수는 월별로 성장하고 있는 걸 확인했지만, 사실 신규 사용자 수와 비중은 줄어 들고 있는 상태입니다
- 단, 서론에서 언급했듯이 **2019년 12월**에 서비스를 사용한 유저들은 다 '신규'로 인지돼서 신규 유저 비중이 **100%**으로 측정되는 **bias**가 있습니다

이슈

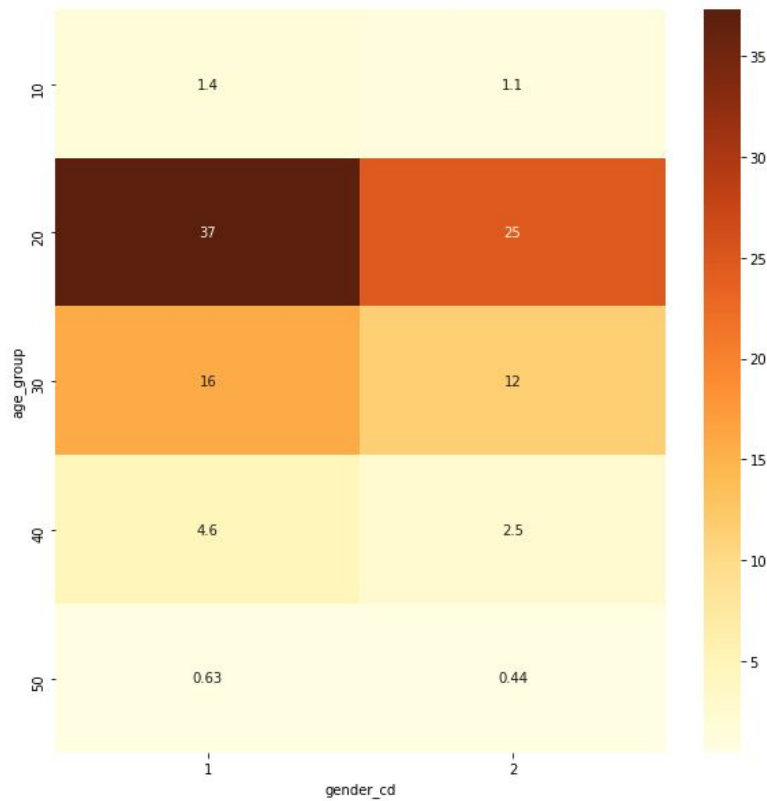


이슈

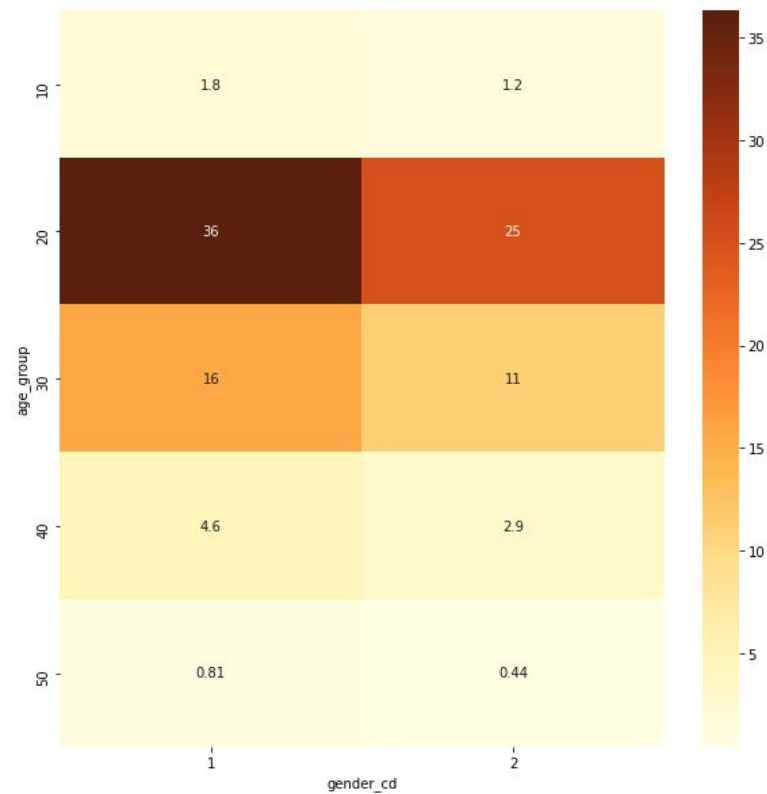
- 신규 유입 자체가 줄어 들고 있는 가운데, 새로 유입된 유저들의 **quality** 또한 의심할 필요가 있습니다: **2019년 12월**에 서비스를 처음으로 사용한 유저들의 절반이 **1개월** 이내에 서비스를 다시 사용한 반면, **2020년 2월** 코호트의 **1개월** 내 재사용률은 **28%** 밖에 안됩니다
- 재사용률이 건강한 **2019년 12월** 코호트와 그렇지 않은 **2020년 2월** 코호트 간 어떤 차이점이 존재하는지 알아보려고 했습니다

이슈

2019.12



2020.02



이슈

- 왼쪽에는 2019.12 코호트, 오른쪽에는 2020.02 코호트의 성별 및 연령대별 비율을 보여주고 있습니다: user demography로 봤을 때는 두 코호트의 구성이 거의 일치한다고 볼 수 있습니다

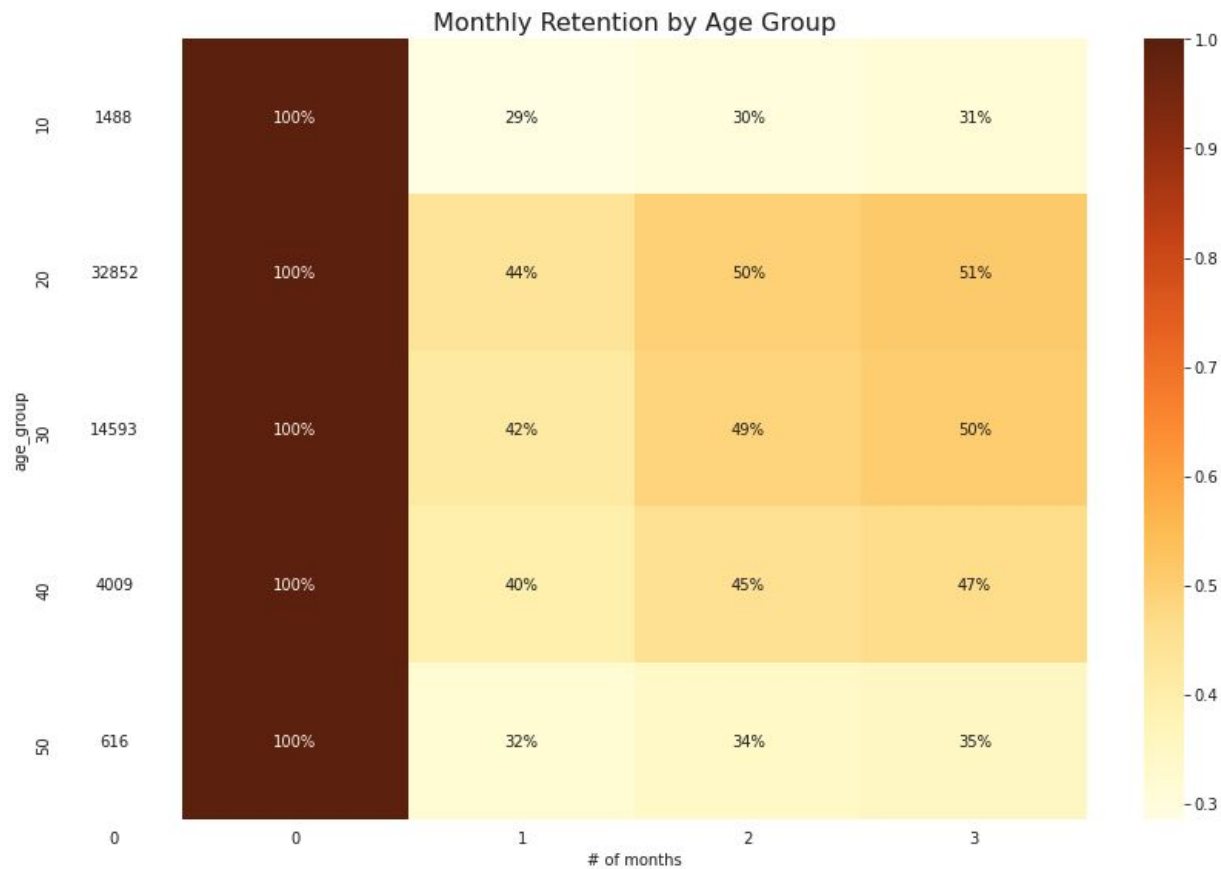
이슈

| 연령대 | 2019.12 코호트 | 2020.01 코호트 | MoM % | 2020.02 코호트 | MoM % |
|-----|----------------|----------------|---------|----------------|---------|
| 10대 | 612 | 479 | -21.73% | 397 | -17.12% |
| 20대 | 15,373 | 9,529 | -38.01% | 7,950 | -16.57% |
| 30대 | 6,823 | 4,281 | -37.26% | 3,489 | -18.50% |
| 40대 | 1,785 | 1,251 | -29.91% | 973 | -22.22% |
| 50대 | 267 | 187 | -29.96% | 162 | -13.37% |

이슈

- 각 연령대가 차지하는 비중은 세 코호트 간 비슷합니다: 코호트의 $\frac{1}{3}$ 이상이 20대 gender 1에 속해있고 $\frac{1}{4}$ 가 20대 gender 2에 속한만큼 20대가 각 코호트의 대표 연령대입니다
- 하지만 1월, 2월 연속으로 모든 연령대의 신규 사용자 수가 줄었고, 그중 20대, 30대 사용자 수 감소 폭의 타격이 가장 컸습니다: 2개월 사이에 규모가 절반으로 줄은 셈입니다

이슈



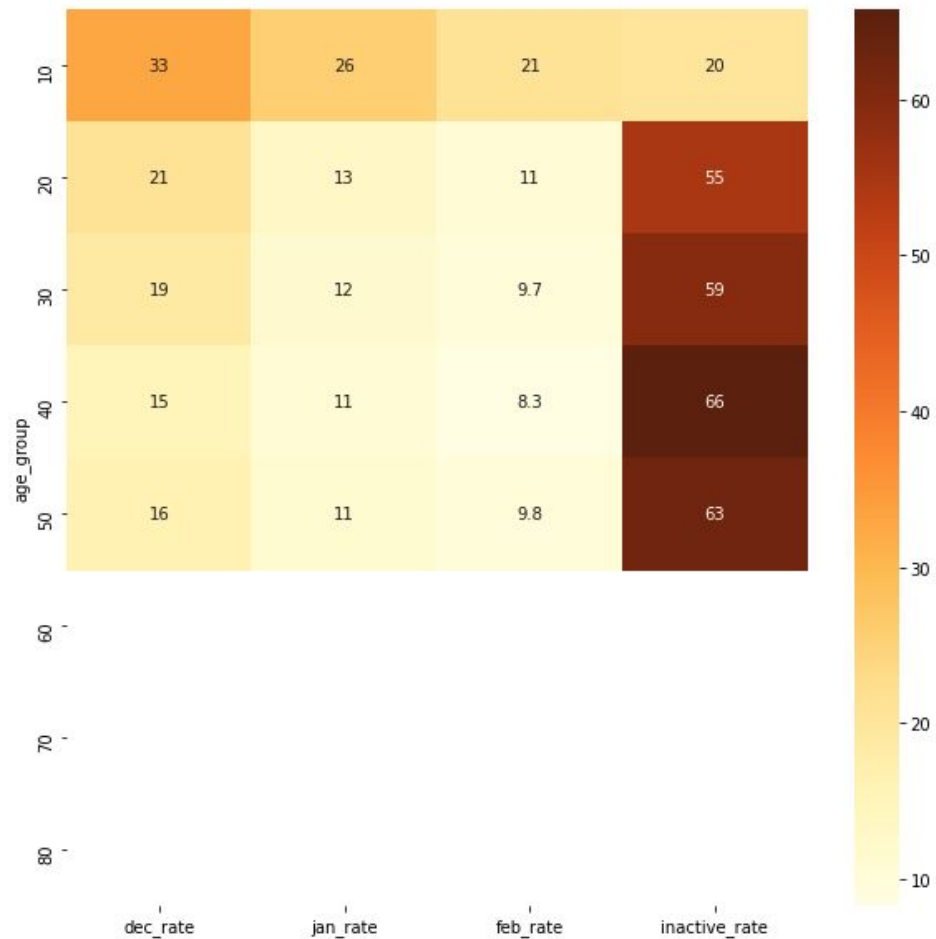
이슈

- 20대, 30대 고객군이 특히나 중요한 이유는, 이 유저들은 서비스 사용자 중 가장 많은 비중을 차지할 뿐만 아니라 실제로 재사용률이 가장 건강한 유저들이기 때문입니다
- 따라서, 이 고객군의 규모가 월별로 감소하고 있다는 그 자체로도 문제이며, 이 이슈는 서비스 재사용율에도 치명적인 영향을 준다고 볼 수 있겠습니다

제안사항

- 지금까지 설명드린 “2020.02 코호트의 재사용률 저조”와 “월별 신규 사용자 수 급감”에 대한 원인을 현재 주어진 데이터로 만을 통해 파악하기에는 한계가 있습니다
- 그래도 어떻게 하면 이런 상황을 메꿀 수 있을지 고민해봤습니다

제안사항



제안사항

- 이 차트는 서비스 사용자 데이터 기반이 아닌, 사용 여부와 무관하게 회원가입을 한 모든 유저들 기반으로 만들었습니다: 각 연령대별로 몇 퍼센트가 월별 코호트에 속하고, 얼마큼이 아직 코호트에 없는지, 즉 아직 서비스 사용 경험이 없는지를 보여줍니다
- 보시다시피, 서비스의 **core users**인 20대, 30대 유저들 중 절반 이상은 아직도 회원가입만 상태이고 서비스를 사용한 이력이 없는 것으로 나옵니다:

전체적으로 약 124,000명의 유저 중 43%만 더치페이 서비스를 경험했습니다

제안사항

- 따라서, 신규 획득을 위한 추가적 마케팅 필요 없이 이미 서비스에 대한 인지도가 있고 회원가입을 완료한 유저들을 대상으로 서비스 사용 및 활성화를 유도하는 방안(**CRM**, 프로모션 기획 등)을 모색하면 좋겠다는 생각입니다
- 아울러, 회원가입 시 가입 완료 시점 및 유입 채널 등 추가적인 데이터가 기록이 되면 앞서 정의된 두 이슈의 원인 분석에도 도움이 될 수 있을 것이며, 회원가입으로부터 서비스 첫 사용까지 소요 시간을 파악하는 등 고객 경험과 **AARRR** 퍼널을 보다 잘 관리할 수 있을 것입니다

끝까지 읽어주셔서 감사합니다 :)

E.O.D.