

카카오페이 사전과제

비즈니스 데이터 분석가
윤혜준

Intro/Disclaimer

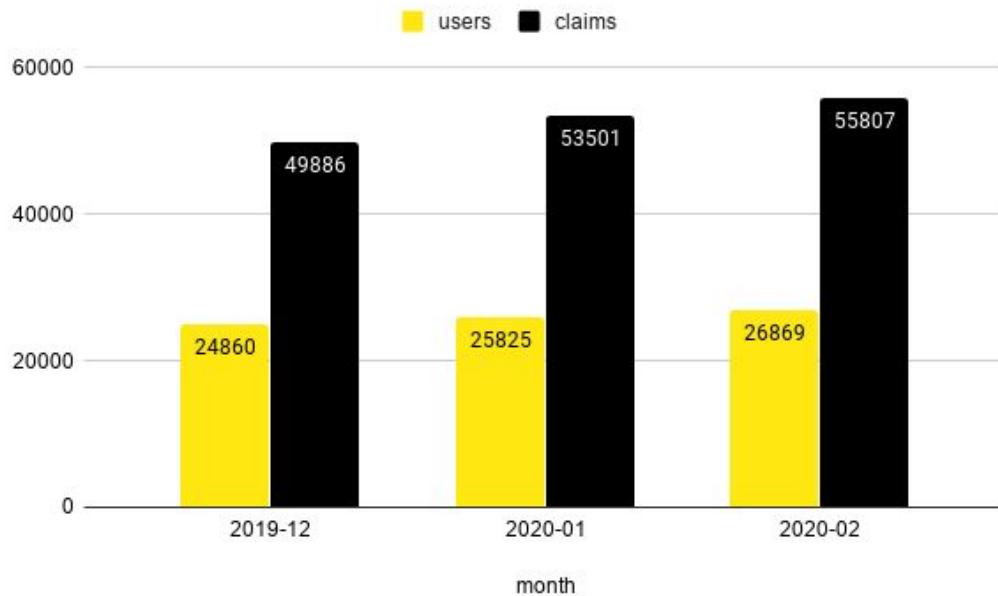
본 리포트는 2019년 12월, 2020년 1월, 2020년 2월에 발생한 더치페이 사용 내역을 바탕으로 작성되었습니다

- 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

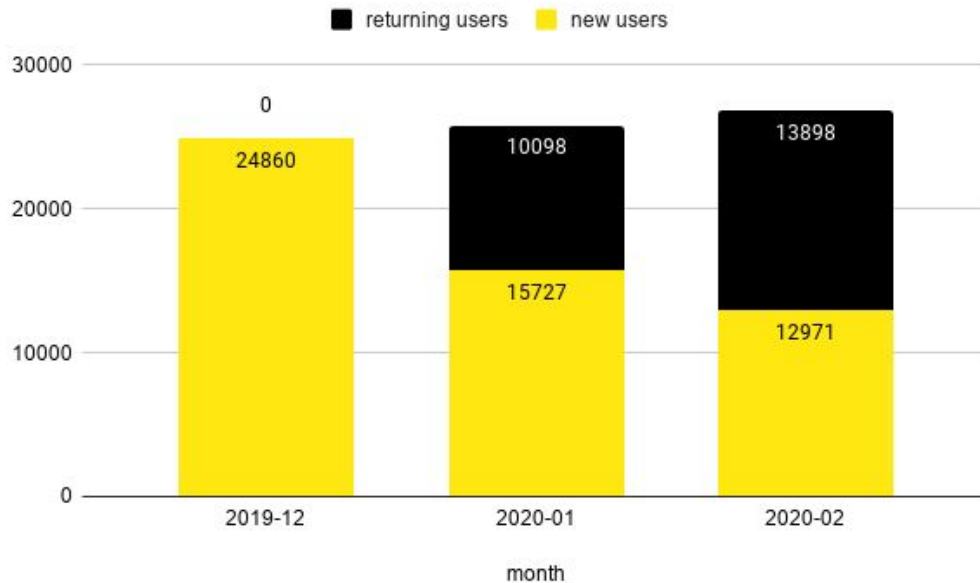


더치페이 요청 월	사용자 수	요청 건수	총 요청 금액	인당 평균 요청 건수	건당 평균 요청 금액
2019-12	24,860	49,886	61억6천5백만원	2.007	123,583원
2020-01	25,825	53,501	59억7천6백만원	2.072	111,704원
2020-02	26,869	55,807	58억8천6백만원	2.078	105,474원

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

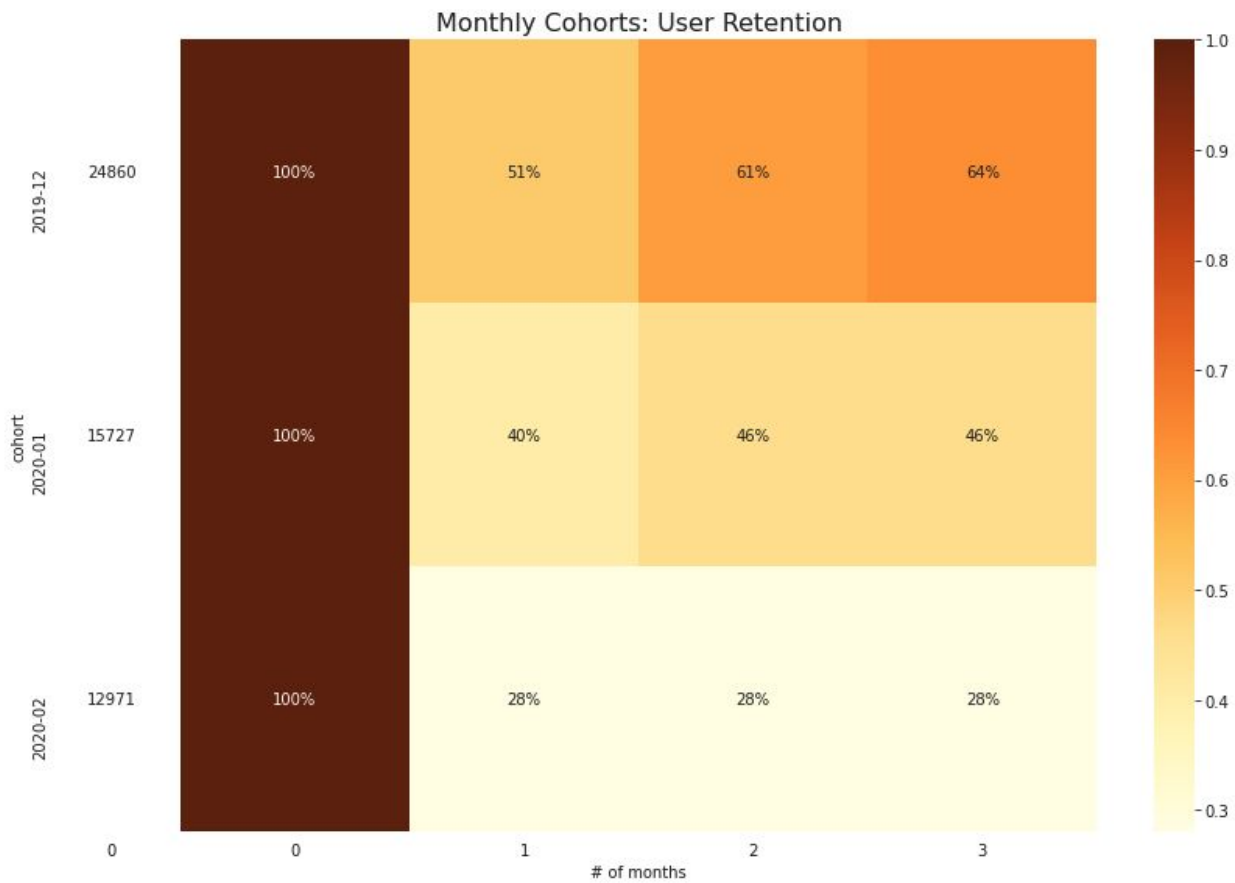


더치페이 요청 월	사용자 수	신규 사용자 수	신규 비중
2019-12	24,860	24,860	100%
2020-01	25,825	15,727	60.90%
2020-02	26,869	12,971	48.28%

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

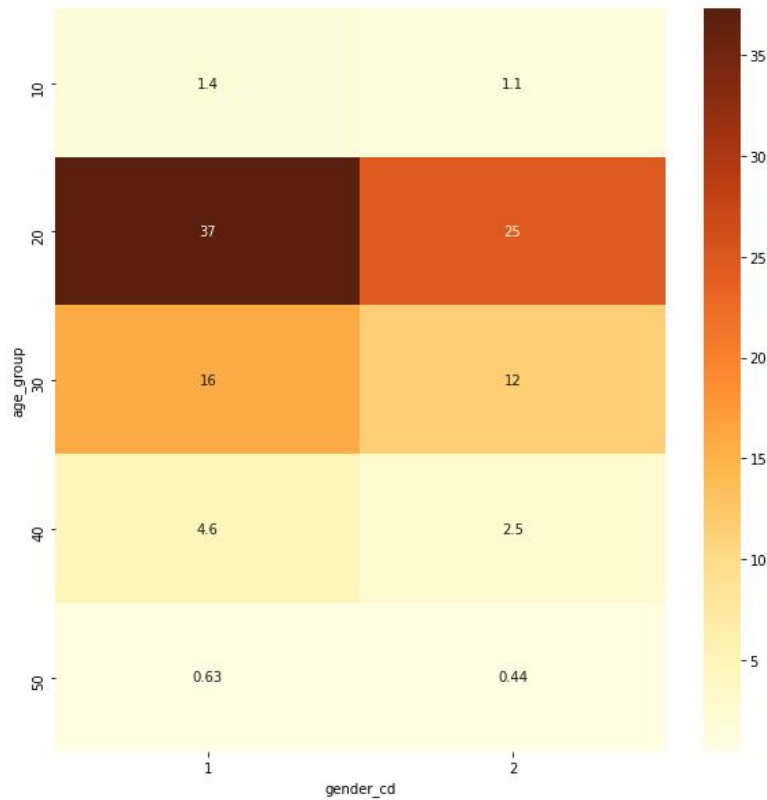


이슈

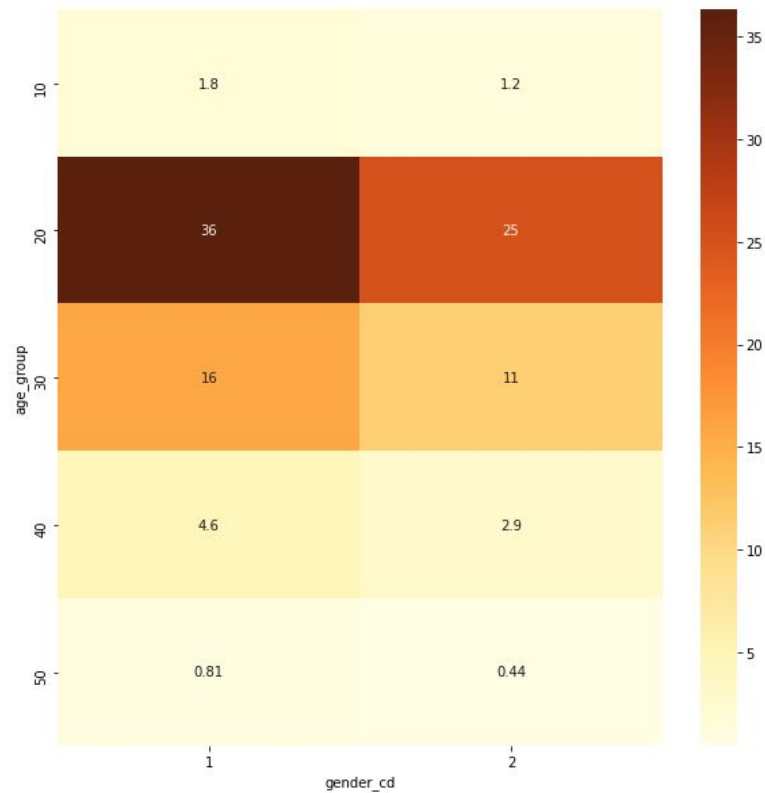
- 신규 유입 자체가 줄어 들고 있는 가운데, 새로 유입된 유저들의 **quality** 또한 의심할 필요가 있습니다: **2019년 12월**에 서비스를 처음으로 사용한 유저들의 절반이 **1개월** 이내에 서비스를 다시 사용한 반면, **2020년 2월** 코호트의 **1개월** 내 재사용률은 **28%** 밖에 안됩니다
- 재사용률이 건강한 **2019년 12월** 코호트와 그렇지 않은 **2020년 2월** 코호트 간 어떤 차이점이 존재하는지 알아보려고 했습니다

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

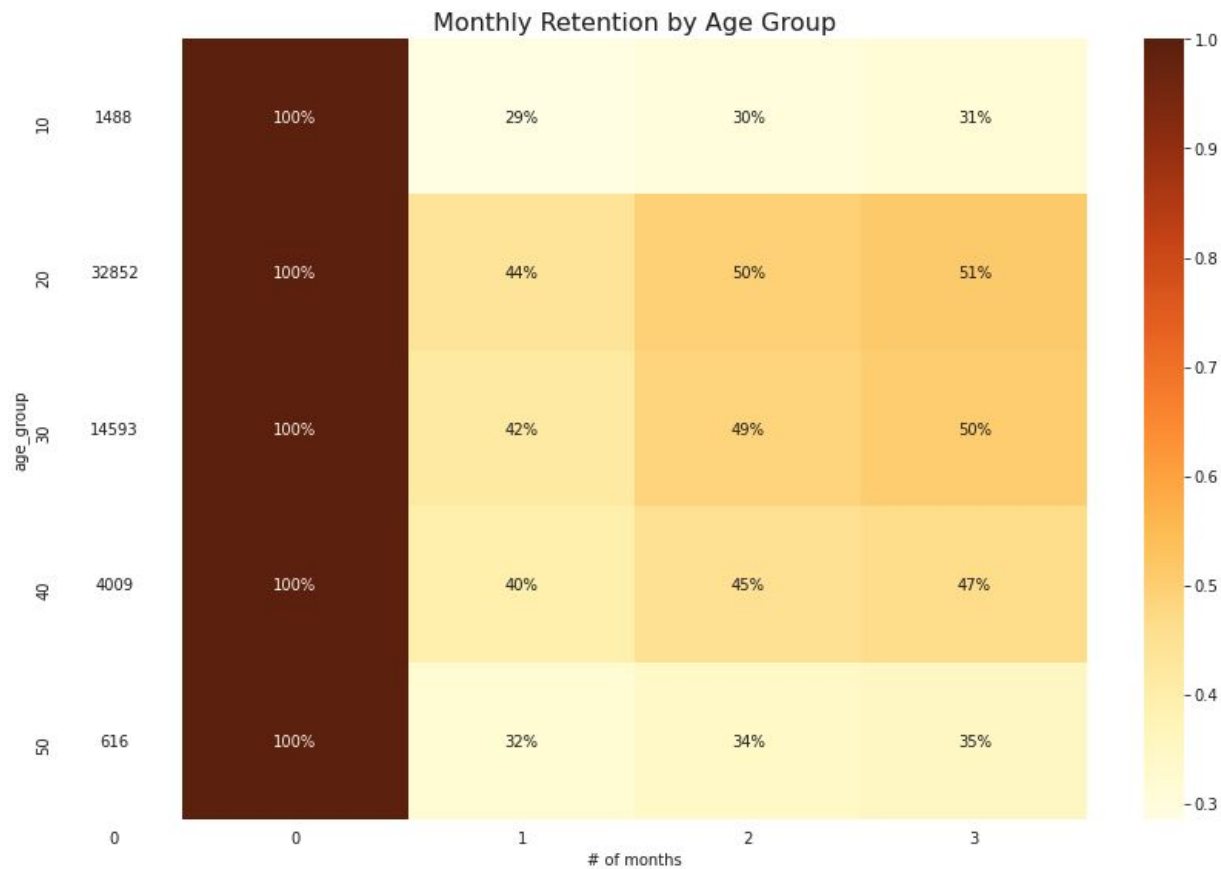
이슈

연령대	2019.12 코호트	2020.01 코호트	MoM %	2020.02 코호트	MoM %
10대	612	479	-21.73%	397	-17.12%
20대	15373	9529	-38.01%	7950	-16.57%
30대	6823	4281	-37.26%	3489	-18.50%
40대	1785	1251	-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



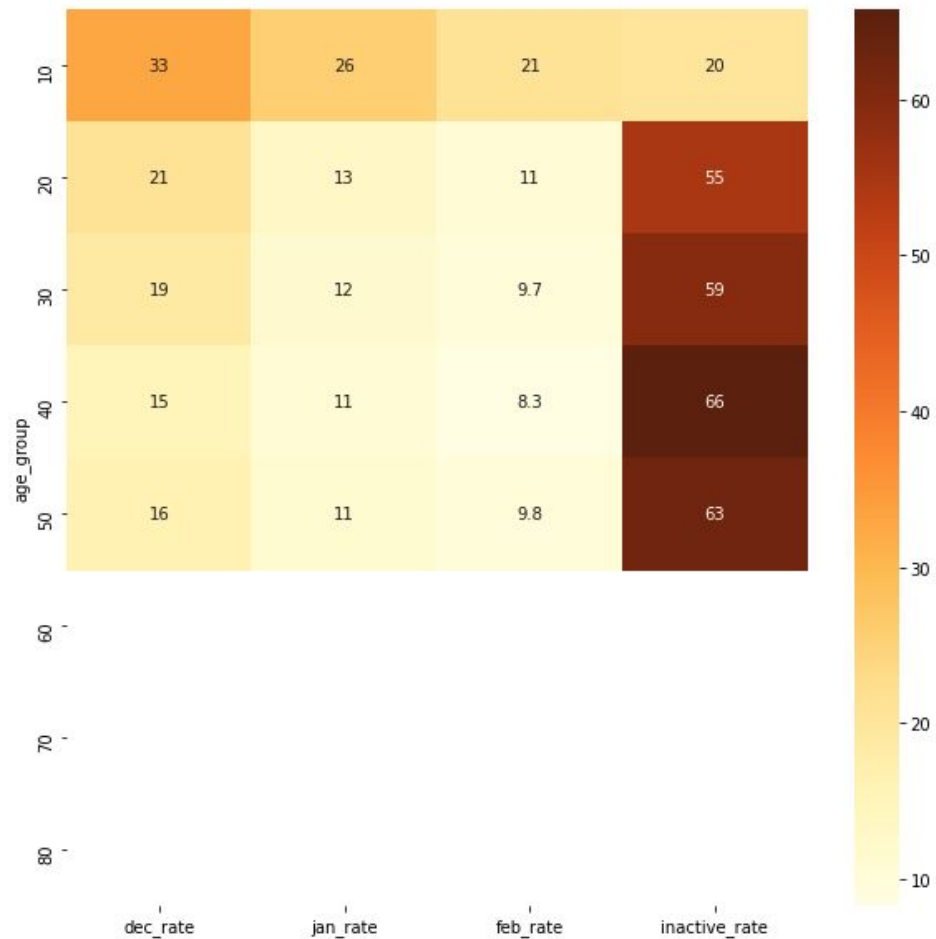
이슈

- 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.