

Product Metric Dashboard

North Star Metric: 프로덕트의 장기적인 성공과 지속가능한 성장을 상징하는 메트릭으로 사용자와 회사에 최대가치를 만들어낼 수 있는 방향으로 나아갈 수 있도록 가이드 해주는 역할을 한다. (최대 1개)

L1 / Core Metric: 북극성 지표를 보완하는 메트릭으로 프로덕트의 성장을 추가적으로 트래킹할 수 있도록 도와주는 핵심지표이다. 북극성 지표의 Input Metric 의 역할을 담당하기도 한다.

L2 / Driver Metric: L1 Metric의 Input Metric 으로 L1 Metric 또는 NSM을 상승시킬 수 있는 레버 / 드라이버의 역할을 담당한다. L2 지표를 올리면 L1 및 NSM의 상승에 기여해야 한다.

L3 / Supporting Metric: 프로덕트의 Health Indicator 로서 보조 지표로서 트래킹하며 모니터링을 한다. L1, L2의 조합으로 구성될 수도 있고, 독립적인 지표일 수도 있다.

Acquisition: 비회원 또는 단순 가입만 완료한 회원들의 프로덕트 방문 단계로서 방문 위주의 행동을 측정한다

Activation: 비회원 또는 회원이 유효 회원으로 전환되는 단계로서 유효회원으로의 트리거가 되는 행동을 주로 측정한다

Engagement: 유효회원의 활동성을 측정하는 단계로서 매출발생 직전까지의 행동을 주로 측정한다

Retention: 유효회원들의 활동 및 방문의 주기를 측정한다

Revenue: 유효회원들을 통해 발생하는 매출이 발생하는 단계로서 매출과 연관된 행동 및 수치들을 측정한다

Referral: 오늘의집에 대한 만족도가 높은 기준 회원들의 적극적인 활동으로 신규 회원들 또는 타 회원들의 재방문을 유도하는 행동 및 효과를 측정한다

Performance: 기술적 완성도를 통해 사용자 만족도에 직접 연관이 되는 성능을 측정하고 모니터링한다

Synergy: 프로덕트간 연결고리를 나타내는 지표로서 주로 타 프로덕트로 가치를 제공하는 지표를 측정한다

Common Currency Value (CCV): 해당 액션을 통해 발생할 수 있는 금전적 예상 가치 (추후 산정 후 추가 예정)

Time Dimension: Daily, Weekly, Monthly, Quarterly, Yearly

Channel Dimension: iOS, Android, Web (separately and combined)

Company								
Level	Metric	Type	Description	CCV [1]	WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
L0	전사 매출	Revenue	전사 매출		0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	커머스 매출	Revenue	커머스 매출		1.27% ▲	7.67% ▽	28,877,653,186	
L1	광고 매출	Revenue	광고 매출		0.36% ▲	0.16% ▽	852,872,213	
L1	O2O 매출	Revenue	O2O 매출		0.00% ▲	0.00% ▲		
L0	구매 전환율	Revenue	앱 회원 organic, 리워드 제외 커머스 구매전환율		1.12% ▲	0.16% ▽	7.84%	

Core								
Level	Metric	Type	Description	CCV [2]	WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	라이프이벤트 문제해결 고객수	Engagement	전체 경로 통한 글린다 구매자 수+종합 시공 계약자수+부분직시공 계약자수		5.57% ▽	11.08% ▲	2,124	
L1	WAU	Retention	Weekly Unique Visitors (앱/웹/비회원 포함)		0.00% ▲	0.00% ▲	4,020,497	
L1	DAU	Retention	Daily Unique Visitors (Weekly Average DAU) (앱/웹/비회원 포함)		0.00% ▲	0.00% ▲	1,021,869	
L1	Referred User from Shared Content/Outlink	Acquisition	외부에 공유된 링크 (컨텐츠, 상품)으로 인입된 사용자수		0.00% ▲	0.00% ▲	568,228	
L1	신규 회원수	Retention	기간 내 신규가입 완료한 유저		0.00% ▲	0.00% ▲	27,777	
L1	이탈 회원수	Retention	이탈 기준 (전전주에 활동이 있었고, 전주에 활동이 없는 사용자)		0.00% ▲	0.00% ▲	772,081	
L1	Sitewide Signup Conversion	Acquisition	가입 전환율 (가입완료 유저 / 가입시도 유저)		0.00% ▲	0.00% ▲	77.51%	

L1	앱 사용성 점수	Retention	반기 외부평가 4개 지수 평균 (이해도, 사용편의성, 정보발견편의성, 통일성)	0.00% ▲	0.00% ▲	.0	
L1	앱 신뢰도 점수	Retention	반기 외부평가 2개 지수 평균 (자체 보안성, 정보 신뢰도)	0.00% ▲	0.00% ▲	.0	
L1	앱 심미성 점수	Retention	반기 외부평가 2개 지수 평균 (레이아웃, 매력적 디자인)	0.00% ▲	0.00% ▲	.0	
L1	앱 플랫폼 재이용 의향	Retention	반기 외부평가 결과	0.00% ▲	0.00% ▲	.0	
L1	앱 NPS	Retention	반기 외부평가 결과	0.00% ▲	0.00% ▲	.0	

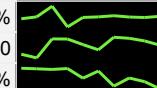
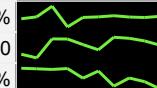
Commerce

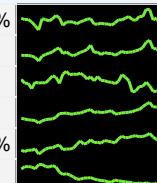
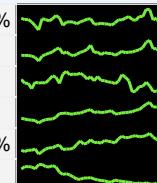
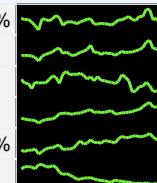
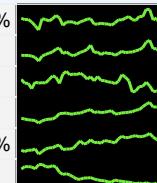
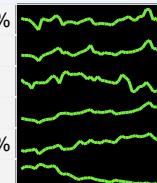
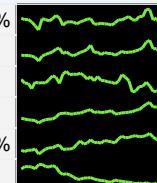
Level	Metric	Type	Description	CCV [4] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	GMV per Customer	Revenue	(모든 지표 회원 기준) AU x Buyer Conversion x Orders per Customer x AOV	3.69% ▲	6.85% ▽	16,419	
L1	Buyer Conversion	Engagement	Buyer count / AU (고객 수)	9.00% ▲	0.91% ▲	11.90%	
L1	Orders per Customer	Engagement	Order count / AU	9.25% ▲	1.42% ▲	0.16	
L1	AOV (Average Order Value)	Revenue	GMV / Order count	5.09% ▽	8.15% ▽	104,770	
L1	인당 상품조회수	Engagement	PDP PV count / AU	4.80% ▲	1.61% ▲	21.03	
L1	PDP to Purchase Conversion	Engagement	Buyer count / PDP 조회 UV	6.98% ▲	2.05% ▲	16.25%	
L1	인당 상품스크랩수	Engagement	상품 스크랩 count / AU	5.10% ▲	3.18% ▲	1.23	
L1	인당 PDP 방문 D3 category 수	Engagement	Sum(각 회원별 PDP 방문 unique D3 category 수) / AU	2.60% ▲	2.69% ▲	4.33	
L1	구매 확정 후 30일 간 리뷰작성을률	Engagement	구매 확정 후 30일 이내 작성된 리뷰 수 / 해당 기간 구매확정된 상품 옵션 수	15.34% ▽	2.76% ▽	237.62%	
L1	Share Count (Outlink) (작성중)	Referral	상품 외부 공유 카운트	0.00% ▲	0.00% ▲		

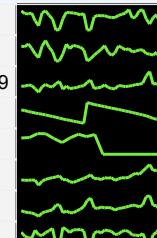
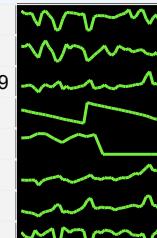
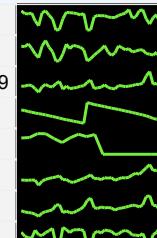
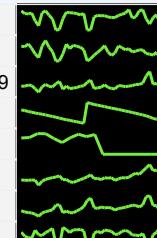
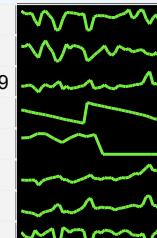
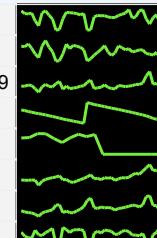
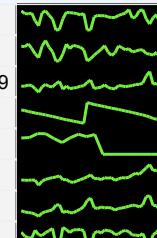
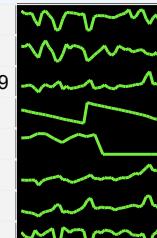
Content (모든 메트릭은 일별 지표의 주간 단위 평균 값입니다 - 주간 합산 메트릭은 별도 명시)

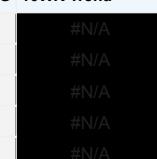
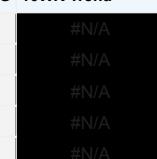
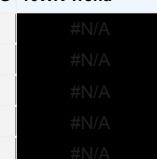
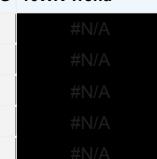
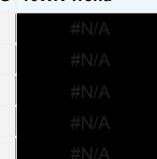
Level	Metric	Type	Description	CCV [5] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
L1	content_view_time_per_user	Activation	일간 일인당 콘텐츠 체류 시간 (CLP, CDP) (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	35	
L1	CAU_DAU	Activation	일간 콘텐츠 조회자 비율 (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	28.31%	
L1	content_views_per_user	Activation	일간 일인당 콘텐츠 조회 수 (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	2.75	
L1	tag_clicks_per_user	Engagement	일간 일인당 상품 태그 클릭 수 - 주간 평균 (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	0.83	
L1	upload_page_visitor_count	Activation	일간 업로드 페이지 진입 유저 수	0.00% ▲	100.00% ▽	1,494	
L1	upload_conversion_user_rate	Activation	일간 업로드 페이지 진입 유저 중 업로드 완료 유저 비율	0.00% ▲	100.00% ▽	67.74%	
L1	total_creator_count	Activation	일간 총 생산자 수 (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	1,306	
L1	total_content_count	Activation	일간 총 생산 수 (커뮤니티 콘텐츠 + 오가닉 콘텐츠)	0.00% ▲	100.00% ▽	1,841	
L1	new_creator_count	Engagement	일간 평균 신규 크리에이터 수 (부활 + 신규 유저)	0.00% ▲	100.00% ▽	342	
L1	commu_kr1_daily_post_views	Activation	KR1_CDP 게시글 조회수	0.00% ▲	100.00% ▽	38,189	
L1	commu_kr2_post_cnt_per_user	Activation	KR2_인당 조회 게시글수	0.00% ▲	100.00% ▽	2	
L1	commu_kr3_post_to_pdp_cvr	Revenue	KR3_게시글 PDP 전환율	0.00% ▲	100.00% ▽	5.38%	
L2	affiliate_total_cost	Revenue	B2B 기여거래액(포스트백, 추천 API)	0.00% ▲	100.00% ▽	520,837,471	

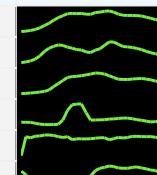
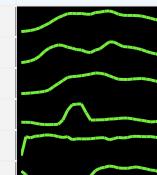
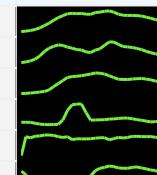
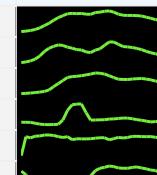
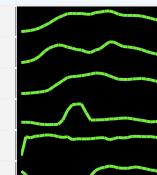
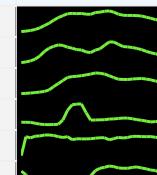
User

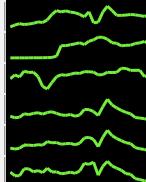
Level	Metric	Type	Description	CCV [6] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
NSM	신규가입자의 LE 정보 응답률 (D+7)	Acquisition	앱 신규 유저 중 LE 정보 입력자 수	0.00% ▲	0.00% ▲	46.77%	
L1	MAU 중 당월 이사/시공 예정 대상 유저 수	Acquisition	MAU 중 당월 이사/시공 예정 대상 유저 수	0.00% ▲	0.00% ▲	35,770.50	
L1	{M0~M2} LE 유저 중, 타겟 서비스 진입률	Activation	{M0-M2} 월 이사/시공 예정자 중 {O2O이사+O2O시공+글린다} 인입율	0.00% ▲	0.00% ▲	31.44%	

Ads							
Level	Metric	Type	Description	CCV [7] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	D1 직접 구매전환율	Synergy	구매 전환 판매수 / 광고 클릭 수	3.30% ▲	0.29% ▽	1.04%	
L1	광고 매출	Revenue	광고 노출 수 X CTR X CPC	0.36% ▲	0.16% ▽	852,872,213	
L1	인당 광고 매출	Revenue	일평균 광고 매출 / 앱DAU	4.70% ▲	0.08% ▲	221	
L1	광고 노출	Revenue	1px impression	2.63% ▲	2.30% ▲	198,277,531	
L1	CTR	Revenue	Click / 1px impression	2.33% ▲	2.47% ▽	1.56%	
L1	CPC	Revenue	광고 매출 / Click	4.44% ▽	0.07% ▲	276	

Search & Recommendation							
Level	Metric	Type	Description	CCV [8] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	Buyer Conversion by S&R	Revenue	# customer with S&R contributed purchase / DAU	4.54% ▲	0.47% ▲	7	
L1	GMV per customer by S&R	Revenue	S&R contributed GMV per customer	1.29% ▲	4.98% ▽	8,381	
L1	주간 거래액 by S&R	Revenue		0.02% ▽	6.01% ▽	16,718,121,449	
L1	반기 누적 거래액 by S&R (억 단위)	Revenue		5.74% ▲	6.09% ▲	2,440	
L2	AI Agent 가능 기여 거래액	Revenue	이미지 검색, 자연어 검색 등	2.90% ▽	18.96% ▽	82,807,086	
L2	주간 5개 이상 상품 조회자 수 (세션-상품기준)	Revenue	세션- 상품 기준 5개 이상 상품 조회자 수	1.24% ▲	0.10% ▲	143,890	
L1	D1 Retention by S&R	Retention	D1 Retention of customer who clicked/long-viewed by S&R	1.26% ▲	0.48% ▲	51	
L1	CAU ratio (CAU/DAU)	Engagement	CAU by S&R/DAU	14.77% ▲	6.34% ▲	12	

O2O							
Level	Metric	Type	Description	CCV [9] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	O2O서비스 종합 매출	Revenue	모든 O2O 서비스 전체 매출 총합 (억 단위) [10]	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	스탠다드 업체 수	Engagement	스탠다드 멤버십을 이용하는 업체 수 [11]	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	건자재유통 총 매출	Revenue	건자재 유통을 통해 발생하는 총 매출 (억 단위) [12]	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	부분직시공 매출 (준공완료일 기준)	Revenue	오늘의집 인테리어를 통한 1P 매출 (억 단위) [13]	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	종합시공 신청자수	Activation	O2O 종합시공 상담 신청자 수	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	

Global							
Level	Metric	Type	Description	CCV [1] WoW(%)	W-2/W-3(%)	10WK AVG	10WK Trend
Northstar	APP MAU (rolling)	Retention	JP+US+ID	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	APP MAU (JP)	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	APP MAU (ID)	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	APP MAU (US)	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	APP W1 retention rate	Retention	유저가 다음주에도 다시 쓸 수 있는 서비스인가?	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	
L1	APP M1 retention rate (rolling)	Retention	유저의 plateau가 형성이 되는 서비스인가?를 확인하는 지표. PMF 근간	0.00% ▲	0.00% ▲	#N/A	

L1	APP NAU (JP)	Acquisition	New active user (active = registered 완료한 유저)	0.00% ▲	0.00% ▲	.00	
L1	APP NAU (ID)	Acquisition		0.00% ▲	0.00% ▲		
L1	APP NAU (US)	Acquisition		0.00% ▲	0.00% ▲		
L1	GMV (JP)	Revenue		0.00% ▲	0.00% ▲		
L1	Buyer Count	Revenue		0.00% ▲	0.00% ▲		
L1	Buyer Conversion	Revenue		0.00% ▲	0.00% ▲		

SpaceAI						
Level	Metric	Type	Description	CCV [1: WoW(%)]	W-2/W-3(%)	10WK AVG 10WK Trend
L1	Total NAU (accum.)	Acquisition		0.00% ▲	0.00% ▲	33,008
L1	DAU 중 3회 이상 렌더링 %	Activation		0.00% ▲	0.00% ▲	26.51%
L1	DAU 중 1회 이상 렌더링 %	Activation		0.00% ▲	0.00% ▲	60.86%
L1	WAU	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	2,559
L1	W+1 Retention	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	12.87%
L1	DAU	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	441
L1	D+1 Retention	Retention		0.00% ▲	0.00% ▲	12.42%
L1	DAU/WAU	Engagement		0.00% ▲	0.00% ▲	17.24%

[1] Common Currency Value

[2] Common Currency Value

[3] 기존 90%대로 잡히던건

가입자수 / 가입진입페이지수에서 가입자수에 업체까지 포함된 수였음. 43wk에 올바르게 수정.

[4] Common Currency Value

[5] Common Currency Value

[6] Common Currency Value

[7] Common Currency Value

[8] Common Currency Value

[9] Common Currency Value

[10] = 멤버십 매출 + 스탠다드 매출 + 건자재 유통 매출 + 기타 매출

[11] = 시공신청폼 방문 대비 상담 신청완료 전환율 X 시공 상담신청폼 방문자수

[12] = (종합시공 멤버십 업체수 X 종합시공 멤버십 당 월 평균 지불 멤버십 Fee (n개월 이상 약정시 할인이 들어가기 때문에 일정하지 않음)) + (부분시공 멤버십 업체수 X 20만원)

[13] = 스탠다드 계약 거래액 (스탠다드 업체수 X 스탠다드 업체당 계약수 X 계약당 단가) X 스탠다드 수수료 2%

[14] Common Currency Value

[15] Common Currency Value