

## ■ 1. 분석 배경 및 목적

### 1.1 분석 배경

- 구독형 온라인 학습 서비스의 가입자 중 약 \*\*63.33%\*\*만이 가입 직후 첫 레슨을 수강함
- 그중 15.92%만이 Day 1에 재방문하며, 전체 가입자 대비 Day 1 리텐션은 매우 낮은 수준
- 반면, Day 1에 재방문한 유저는 완강 수, 체류 시간, 상호작용 비율 모두 높으며, 이후 장기 리텐션 향상 가능성이 높은 핵심 유저로 확인됨

### 1.2 분석 목적

- Day 0 시점에서 이탈이 발생하는 주요 지점과 패턴을 정량적으로 분석
- Day 0과 Day 1 유저 간의 몰입도 차이(완강 수, 체류 시간, 이탈 시점, 상호작용 등)를 비교하여 재방문 가능성을 높일 수 있는 행동 유도 전략 수립
- 이를 통해 Day 0 유저를 Day 1 재방문 유저로 전환시키기 위한 콘텐츠 구조 개선 및 개입 포인트 도출

## ■ 2.1 테이블 설명

### ❖ 원본 제공 테이블

본 분석에 사용된 데이터는 총 17개 이벤트 로그별 테이블로 구성되어 있으며, 이벤트 키(event\_type)별로 각각의 테이블로 분리되어 제공되었다.

이벤트 키

설명

enter.main\_page, enter.signup\_page, complete.signup

유저 가입 플로우

click.content\_page\_more\_review\_button

레슨질, 후기 클릭 등

click\_lesson\_page\_related\_question\_box

start.content, enter.content\_page, end.content 콘텐츠 전체 수강 흐름

click.content\_page\_start\_content\_button,

enter.lesson\_page, complete.lesson 개별 레슨 시작 및 완강

enter.payment\_page, complete.subscription, renew.subscription, 결제 및 구독 관련  
resubscribe.subscription

cancel\_plan\_button

이들 이벤트는 모두 `client_event_time`, `user_id`, `content.id`, `lesson.id` 등의 공통 컬럼을 포함하고 있으며,  
이벤트 종류별 주요 파라미터는 2.1.1 데이터 정의서를 통해 별도 제공되었다.

---

#### ❖ 파생 데이터프레임 (분석용으로 가공하여 생성)

파생 테이블	생성 목적
유저 행동 로그	전 이벤트 테이블 통합 후, 유저의 시간 순 행동 흐름 분석용 마스터 로그
레슨 시작	레슨 시작 로그 중복 제거

레슨 수강 완료	완강 유저의 수강 시간 분석용 (이상치제거 후)
코호트	아하 모먼트 일자를 기준으로 월별 코호트 분류
유저 세그먼트	0 일차 이탈자, Day+1 재방문 유저 세그먼트 분류

이러한 파생 테이블은 분석 전처리 과정(2.2)에서 생성되었으며,  
퍼널 분석(3 절) 및 리텐션 분석(4 절), 전략 설계(5 절)의 기반이 된다.

---

☞ 이 컬럼들을 기반으로 퍼널 분석(3 절), 몰입도 분석(4 절), \*\*전략 설계(5 절)\*\*까지 전 영역에 걸쳐 분석이 수행되었다.

### ■ 3 퍼널 분석 결과

#### 3. 퍼널 분석

##### 3.1 퍼널 정의

1. Acquisition: 신규 가입자 수 (2022년 11월 1일 이후) - 98,452 명
2. Activation: 첫 레슨 진입 (complete\_lesson) - 62,339 명
3. Retention: 재방문 - 9,925 명)

##### 재방문 정의 기준

Day 1에 아래 이벤트 중 하나라도 발생한 경우 재방문으로 판단:

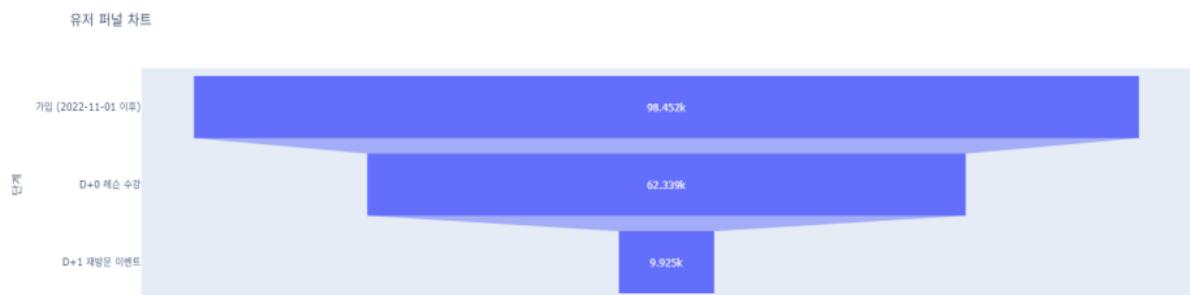
lesson\_start, content\_start, lesson\_question, complete\_subscription,  
renew\_subscription, content\_page, main\_entry, content\_start\_button,  
click\_cancel\_plan\_button, content\_review, resubscribe\_subscription,  
end\_content, complete\_lesson

### 3.2 데이터 전처리

- 위 2.2 절 필터 적용 후, 가입→첫 레슨→D+n 재방문으로 코호트 분리

### 3.3 퍼널 분석 결과

- 가입자 대비 첫 레슨 진입 비율: 63.33%
- 첫 레슨 진입 대비 Day 1 재방문율: 15.92%



## 4. 문제 현황 및 분석 결과

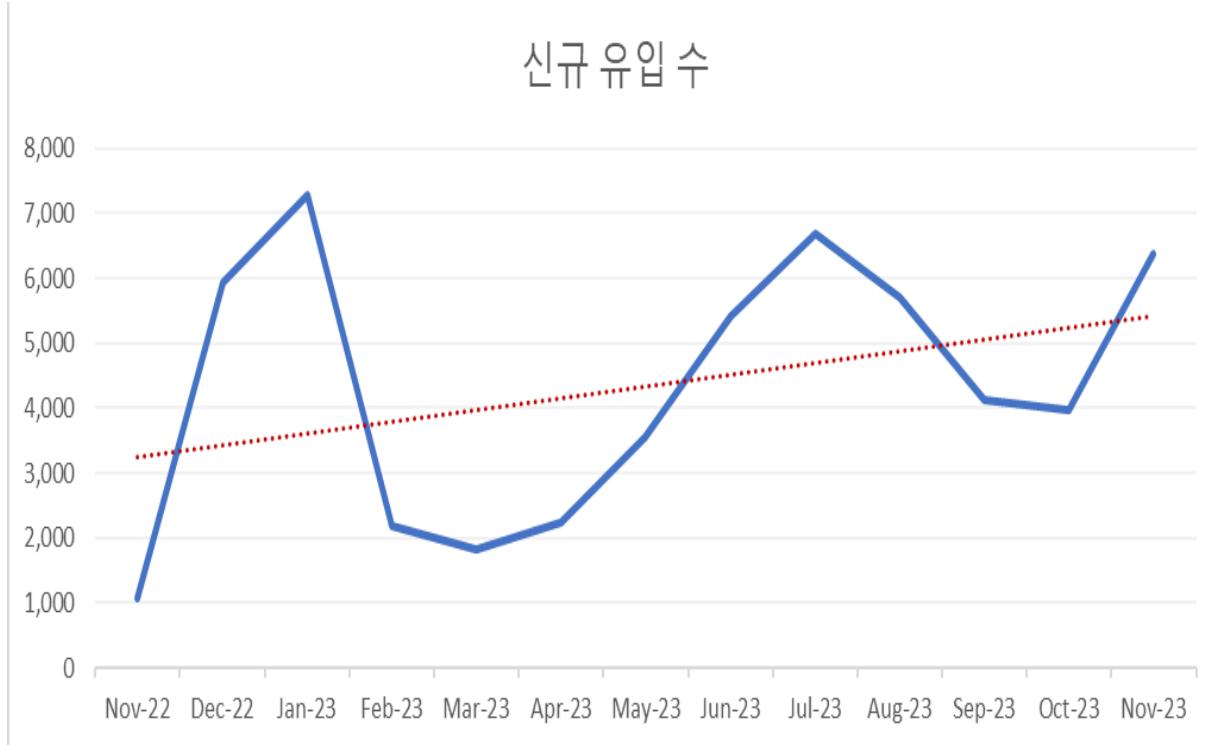
### ## 4.1 현황 분석

“전체 코호트에서 Month 0 유입 유저 수는 증가하고 있지만,  
1개월 이후 잔존 유저 수는 꾸준히 감소하고 있다.

이는 서비스가 신규 유입은 잘 이끌어내지만,

유저를 ‘머무르게 만드는 경험’에는 실패하고 있음을 보여준다.”

따라서 리텐션 전략 수립에 있어 Day 0~Day 1 전환은 전환 허들로 설정되어야 한다.

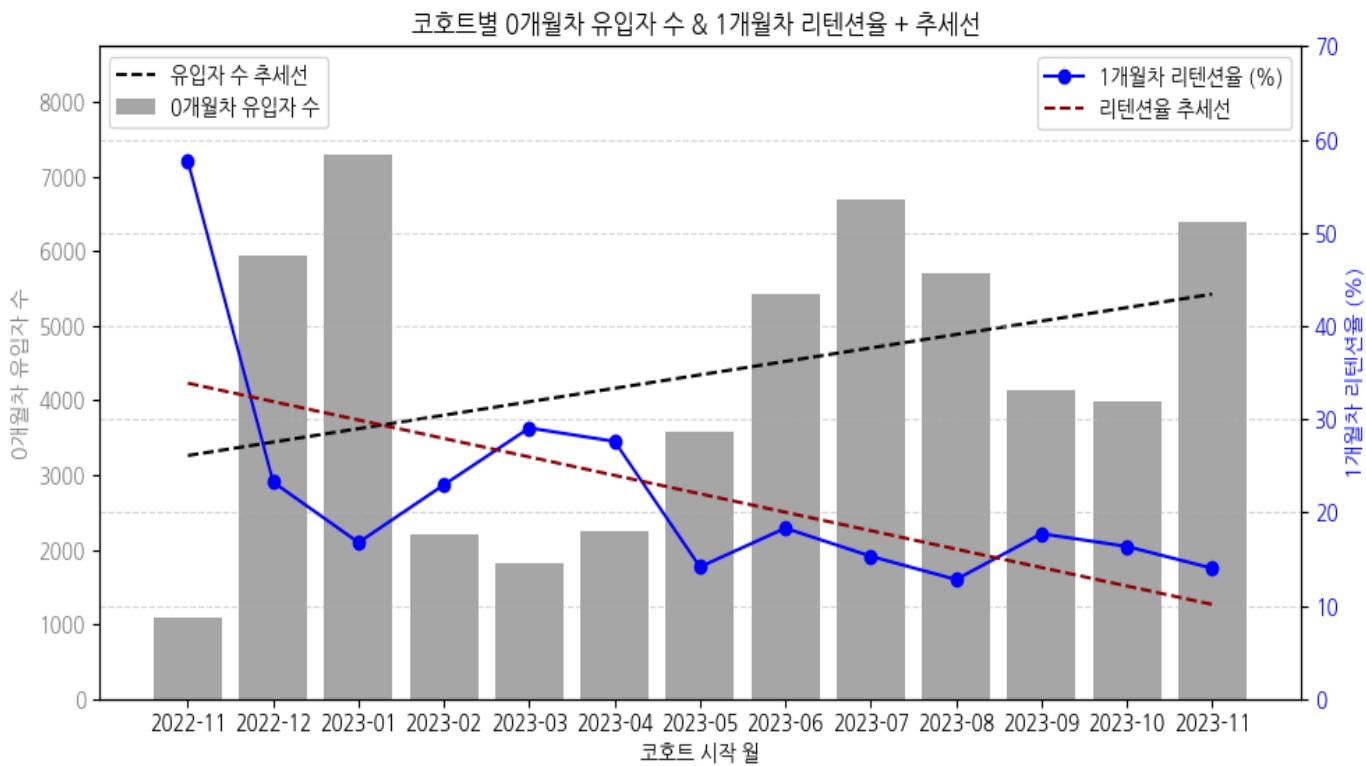


Day 0 이탈 문제의 본질을 파악하기 위해,

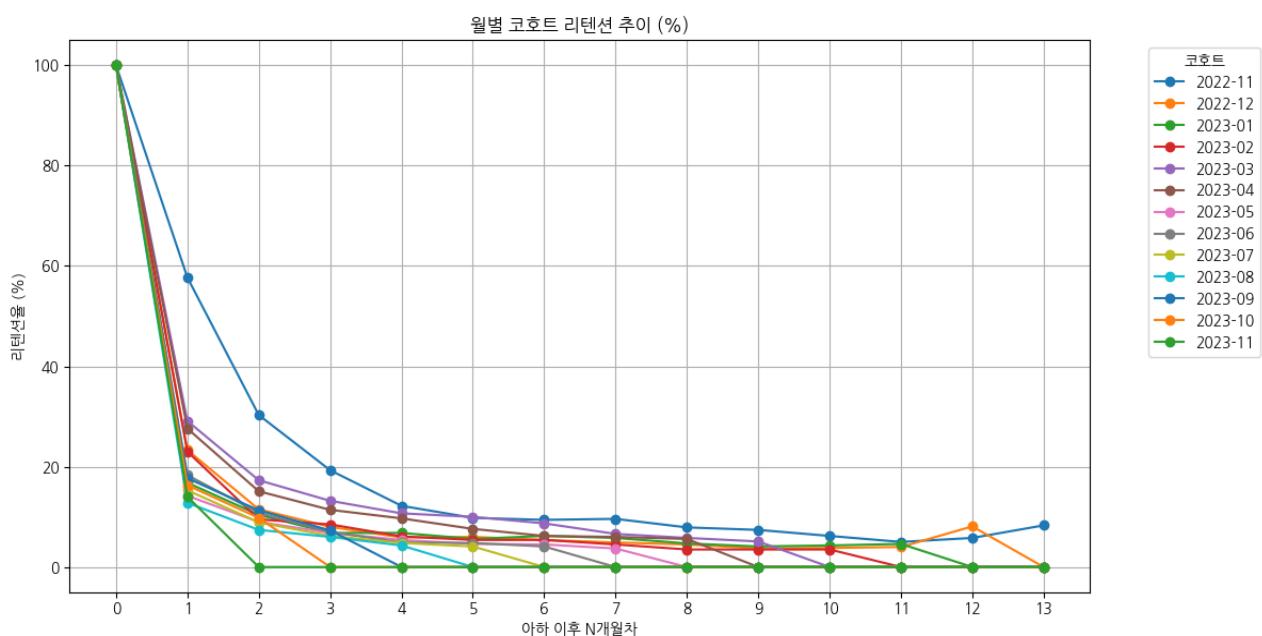
전체 유저의 리텐션 흐름을 월/주/일 단위로 분석하였다.

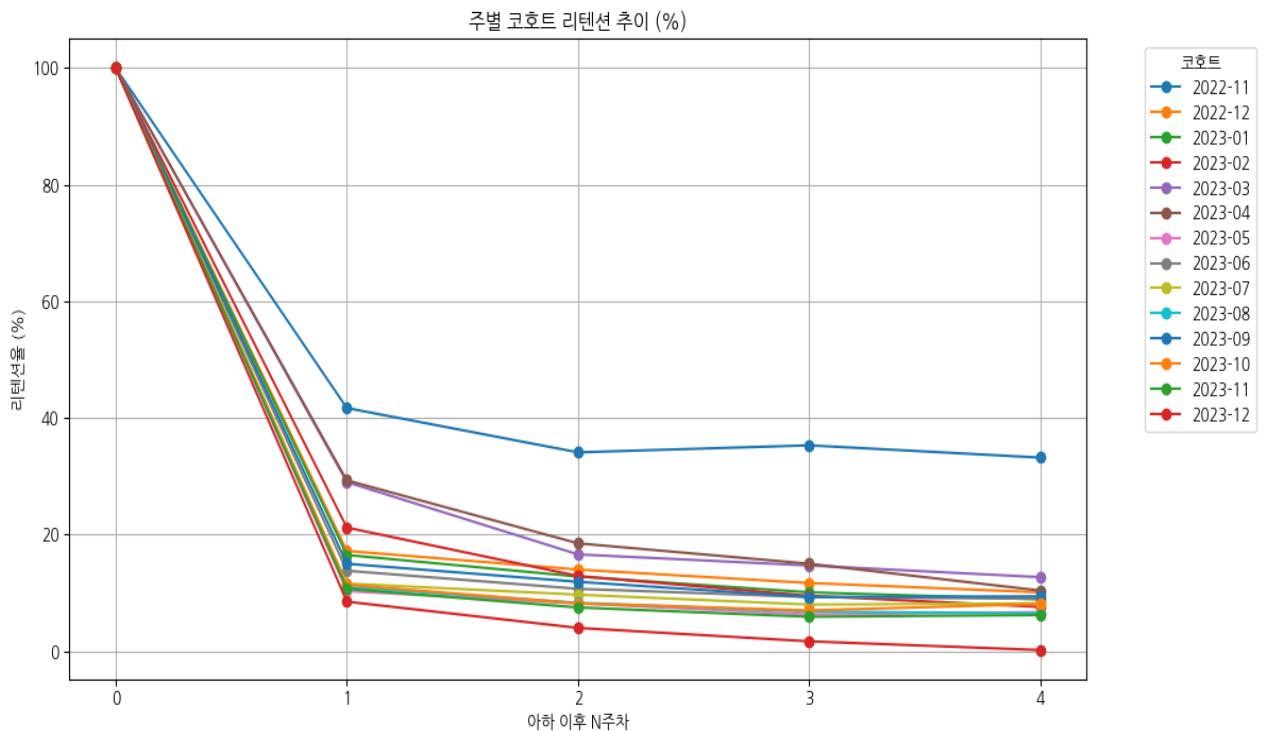
그 결과, 유저는 아하모먼트를 경험한 이후 Day 1 시점에서 대거 이탈하며,

이후 회복되지 않는 경향이 뚜렷하게 나타났다.



## ▣ 리텐션 흐름 요약



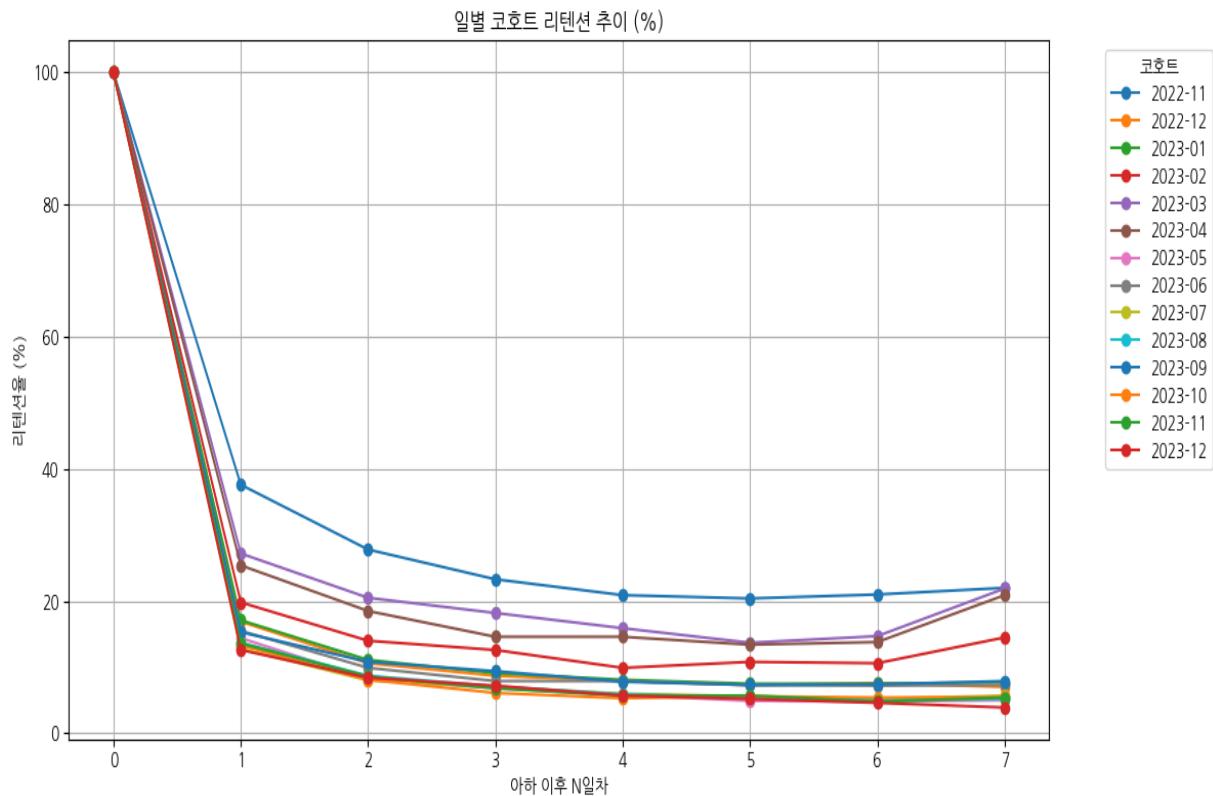


### M1, W1, D1에서 모두 급격한 하락 발생

→ 대부분의 유저가 아하모먼트 이후 바로 다음 단계(1 일차, 1 주차, 1 개월차)에서 이탈

### 그 이후엔 회복되지 않고 낮은 수치로 고착

→ Day 1에 복귀하지 못한 유저는 이후에도 서비스로 돌아오지 않는 경우가 대부분



2022년 11월 코호트를 제외하면 대부분 유사한 패턴 반복

→ 특정 마케팅 효과나 외부 요인 없이, 구조적으로 Day 1 이 전환 허들임을 시사

### ⌚ 요약 결론

“모든 코호트에서 리텐션 곡선은 D1, W1, M1에서 급락한 후 평평해지는 형태를 보였다.  
이는 서비스 진입 직후, 첫 경험 후에 유저가 계속 사용할지 여부를 결정하고,  
한 번 이탈한 유저는 다시 돌아오지 않는다는 것을 의미한다.  
따라서 Day 0 → Day 1 전환을 유도하지 못하면 장기 리텐션 확보도 불가능하다.”

### ## 4.2 문제점 파악 - Day 1 리텐션 검증

### ⌚ 가설

“아하모먼트 이후 1 일차에 재방문한 유저가 가장 충성도가 높다.”

그리고 이는 통계적으로도 검증될 수 있다.”

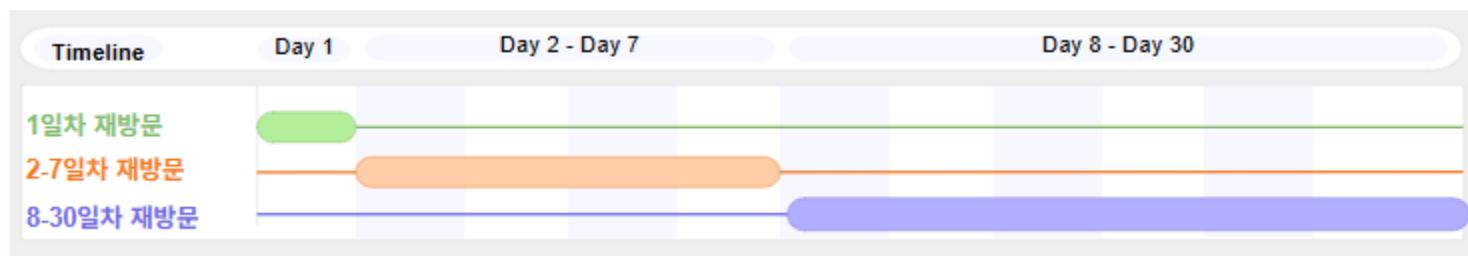
### 분석 설계

이번 분석은 유저 몰입도와 충성도를 비교하기 위함이다.

유저 몰입도는 재방문 시점별로 유저를 분류하여 지속사용기간, 레슨수강완료개수, 콘텐츠 수강완료 개수를 분석하였다.

유저 충성도는 각 코호트를 재방문 시점별로 유저를 분류하여 rolling retention 분석하였다.

재방문 시점



4.2.1 재방문 시점별로 유저를 분류하여 지속사용기간, 레슨수강완료개수, 콘텐츠 수강완료 개수를 분석 비교 결과

지표      Day 1 복귀      Day 2-7 복귀      Day 8-30 복귀

지속 사용 일수	63.5 일	56.4 일	56.0 일
----------	--------	--------	--------

콘텐츠 수강 수	85.4 회	52.2 회	33.5 회
----------	--------	--------	--------

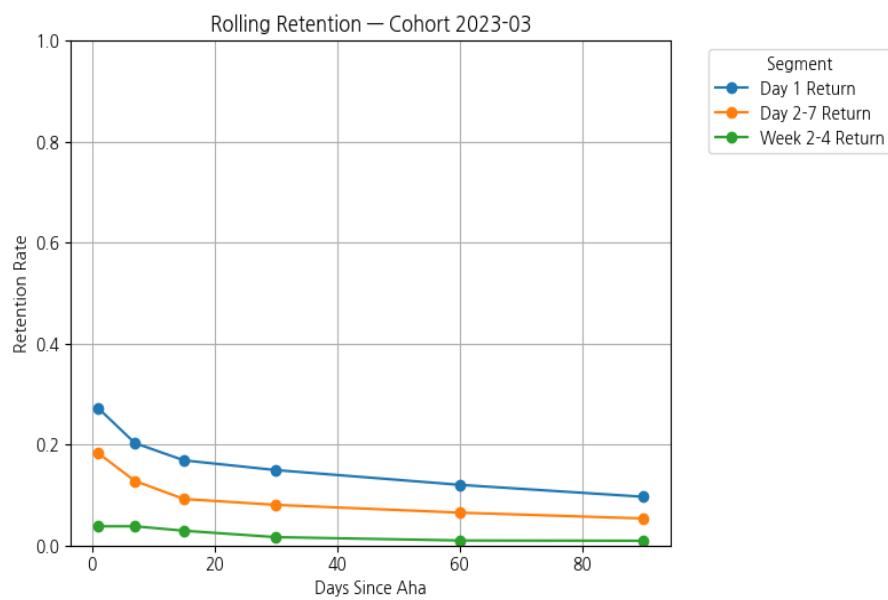
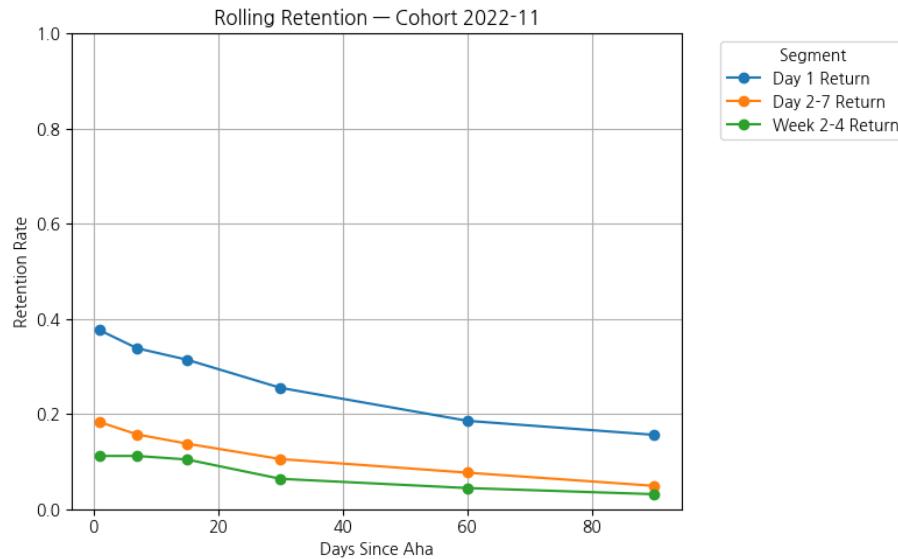
레슨 완강 수	120.8 회	86.5 회	63.9 회
---------	---------	--------	--------

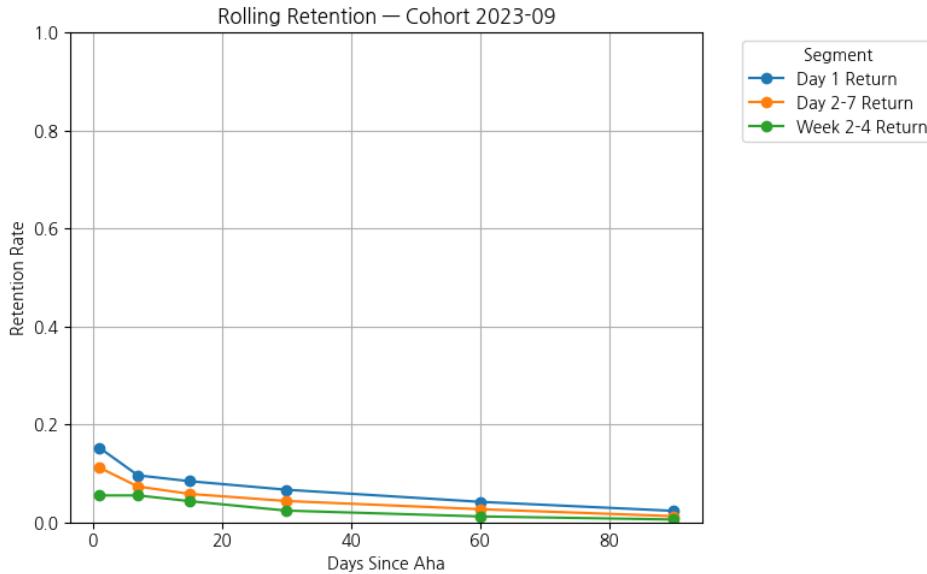
## ⌚ 결론

- Mann-Whitney U test 결과: 모든 지표에서  $p < 0.001$  세그먼트 별 차이가 유의미하다
- Day 1 유저가 전 영역에서 우수하다고 판단

### ▣ 4.2.2 각 코호트를 재방문 시점별로 유저를 분류하여 rolling retention 분석

다양한 코호트에서 세그먼트별 롤링 리텐션 곡선을 비교한 결과, 다음과 같은 핵심 패턴이 관찰되었다.





- 초반 리텐션 격차가 뚜렷하게 발생하며, 시간이 지나면서 다소 줄어들지만, 대부분의 코호트에서 Day 1 복귀 세그먼트는 가장 높은 리텐션 곡선을 끝까지 유지하였다.
- 반면, Day 2-7 및 Week 2-4 복귀 세그먼트는 초기 리텐션 수치도 낮고, 이후 급격한 하락세를 보였다. 복귀 시점이 늦을수록 장기 생존 가능성도 낮다는 것을 시사한다.
- 특히 2022년 11월을 제외한 대부분의 코호트에서 유사한 패턴이 반복되며, 이는 마케팅 효과보다 서비스 구조적으로 Day 1 복귀가 장기 고객 전환의 결정적 허들임을 보임임

☞ 따라서 Day 1 리텐션은 단순한 초기 생존이 아니라, 장기 충성 유저로의 전환 여부를 가르는 핵심 지표임이 시각적으로도 입증.

#### ↳ 4.2.3 비모수 검정 및 사후 검정

정규성 및 등분산성 조건을 만족하지 않는 점을 고려하여, 비모수 검정인 Kruskal-Wallis H-test 와 Wilcoxon rank-sum test 를 통해 유저 세그먼트 간 행동 지표 차이를 정량적으로 검증하였다.

#### 📋 Kruskal-Wallis 검정 결과

지표	H 통계량	p 값	해석
lasting_days	58,837.2	< 0.001	<input checked="" type="checkbox"/> 그룹 간 차이 있음
attempts	6,026.2	< 0.001	<input checked="" type="checkbox"/> 그룹 간 차이 있음
completions	20,024.1	< 0.001	<input checked="" type="checkbox"/> 그룹 간 차이 있음

👉 사후 검정 (Pairwise Wilcoxon rank-sum, Bonferroni 보정)

세그먼트 쌍	지속일	시도 수	완강 수
Day 1 vs Day 2-7	◎	◎	◎
Day 1 vs Day 8-30	◎	◎	◎
Day 1 vs Never Return	◎	◎	◎

◎: 유의미한 차이 있음 ( $p \leq 0.05$ ),

- Kruskal-Wallis 검정 결과, 지속 사용 기간, 시도 수, 레슨 완강 수, LTV 모든 지표에서 p-value < 0.001로 유의미한 차이가 존재함이 확인되었다.
- 이어진 \*\*사후 검정(pairwise Wilcoxon test)\*\*에서도 Day 1 복귀 유저는 다른 어떤 세그먼트보다도 모든 지표에서 유의하게 우수한 수치를 기록하였다.

👉 이로써 Day 1 복귀 세그먼트가 가장 충성도 높은 유저군이라는 사실이 통계적으로 입증되었으며, 단순 생존율을 넘어서 지속성·몰입도·수익성 모두에서 우수한 핵심 타겟팅임을 재확인할 수 있었다.

## 4.2 결론

- Day 1 유저는 모든 행동 지표에서 우수
- Rolling Retention 지표에서 지속률 우수
- 비모수 통계 검정으로도 이 차이는 통계적으로 유의미함

👉 따라서 Day 1 리텐션은 단순한 초기 생존이 아닌, 유저 충성도를 결정짓는 핵심 구간임이 입증되었다.

## ## 4.3 Day 0 일차 행동 패턴 분석

앞선 분석을 통해 우리는 Day 1에 복귀한 유저가 장기 충성도에 결정적이라는 사실을 확인하였다. 이제 다음 질문은 자연스럽게 이어진다:

“Day 0에서 어떤 행동을 한 유저가 Day 1에 재방문하게 되었는가?” 이를 위해 우리는 다음과 같은 몰입도 지표에 주목하였다:

- 레슨 완강 수 (completions)
- 레슨 완강 시간 (lesson\_dur\_min)
- 레슨 드롭아웃 시간 (dropout\_time\_sec)
- 레슨 질문 & 콘텐츠 후기 확인

이 모든 분석은 반드시 Day 0 행동에만 한정하여 진행되었으며, 유저를 Day 0 이탈자 vs Day 1 복귀자로 구분하여 비교 분석하였다.

---

### ✿ 데이터 전처리 및 분석 준비

### △ 데이터 구조의 문제점과 분석 난이도

이번 분석에서 사용한 원본 로그 데이터는 학습 서비스의 실제 사용 로그를 기반으로 하고 있었지만, 다음과 같은 구조적 오류로 인해 분석 전 정교한 전처리가 필수적이었다:

문제	설명	대응 방식
▣ 레슨 시작 로그 중복	lesson_start 가 몇 초 간격으로 반복 기록되어 몰입도 해석에 혼선	동일 유저-레슨 기준으로 첫 번째 클릭만 유지
✖ 수강 시간 미기록	lesson_start 로그 없이 complete_lesson 만 존재하는 케이스 다수	수강 시간 분석 시 이 조합 제외
? 드롭아웃 시점 미기록	유저가 언제 레슨을 중단했는지를 알려주는 로그 없음	행동 로그 기반으로 다음 행동까지의 시간을 계산해 이탈 시간 추정

#### 4.3.1 레슨 완강 수 (IQR 제거 반영 수정본)

분석 목적

Day 0 기준으로 유저가 얼마나 많은 레슨을 완강했는지를 세그먼트별로 비교하여,  
재방문 유저의 몰입 정도가 수치적으로도 유의한 차이를 보이는지 검정한다.

전처리

- 분석 대상: Day 0 에 레슨을 시작하고 완강한 유저
- 중복 레슨 제거 (`drop_duplicates`)

● 이상치 제거:

- `complete_count < Q3 + 1.5×IQR` (세그먼트별 IQR 기준 적용)
- 

통계 요약 (이상치 제거 후)

유저 세그먼트	count	mean	std	min
Day 0 이탈자 (0)	7,209	3.35	2.84	1
Day 1 재방문자 (1)	5,204	10.45	8.88	1

---

 정규성 검정 (Shapiro-Wilk)

세그먼트	W	p-value	해석
0	0.806	< 0.001	정규분포 아님
1	0.878	< 0.001	정규분포 아님

→ 정규성 만족하지 않음 → 비모수 검정 적용

---

 등분산성 검정 (Levene)

- statistic = 3,585.26,  $p < 0.001$

→ 분산이 동일하지 않음

---

#### 평균 차이 검정 (Mann-Whitney U)

- $U = 8,180,037.0, p < 0.001$

→ Day 1 유저가 유의하게 더 많은 레슨을 완강함

---

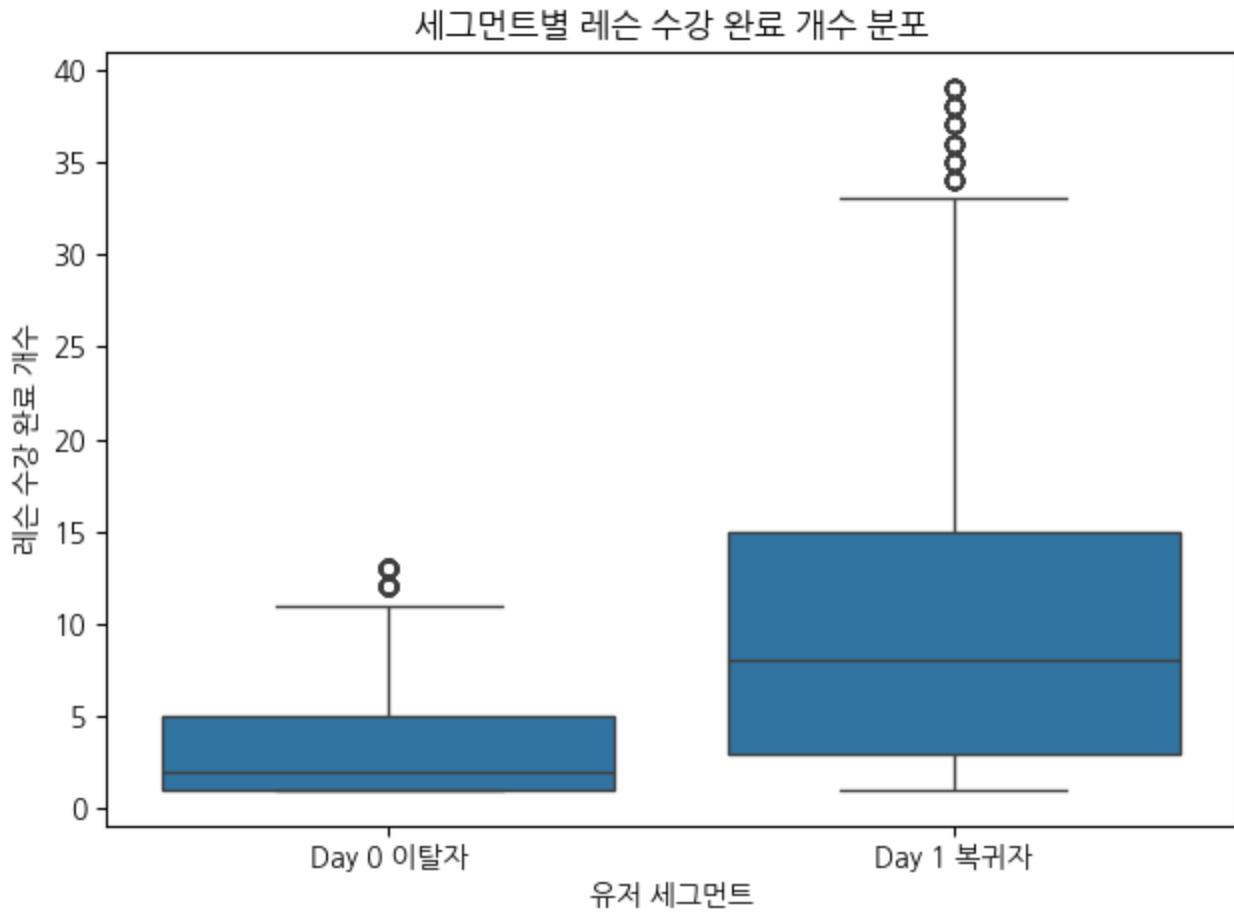
#### 결론

Day 1 재방문 유저는 Day 0 이탈 유저에 비해

약 3 배 가까이 많은 레슨을 완강하는 경향이 있으며,

이 차이는 통계적으로도 유의미함이 확인되었다 ( $p < 0.001$ ).

→ 완강 수는 몰입도 지표로 신뢰할 수 있는 강력한 지표로 해석 가능.



#### 4.3.2 레슨 완강 시간 (lesson\_dur\_min)

##### 분석 목적

레슨을 끝까지 수강한 유저의 몰입 정도를 파악하기 위해 완강에 소요된 평균 시간을 비교함.

Day 0 이탈자와 Day 1 재방문자의 레슨 완강 시간 차이가 유의미한지를 검정함.

##### 분석 방법

- 분석 대상: 아하모먼트 당일(=Day 0)에 레슨을 시작하고 완료한 유저들

- 전처리:

- 3 시간 이상 수강 기록 제외 (`lesson_dur_min < 180`)
- 세그먼트별로 IQR 기반 이상치 제거

- 비교 방법:

- 정규성: Shapiro-Wilk Test
- 등분산성: Levene's Test
- 평균 차이 검정: Mann-Whitney U Test (비모수 검정)

---

- 분석 결과 요약

유저 세그먼트	count	mean (분)	std	25%	50%
Day 0 이탈자 (0)	31,389	3.05	2.68	47 초	2 분 29 초
Day 1 재방문자 (1)	57,014	3.85	2.95	1 분 40 초	3 분 10 초

---

- 통계 검정 결과

- Shapiro-Wilk 정규성 검정

○ Day 0:  $W = 0.9068$ ,  $p < 0.001$

○ Day 1:  $W = 0.9225$ ,  $p < 0.001$

→ 두 집단 모두 정규분포 아님

### ● Levene 등분산성 검정

○ 통계량 = 115.84,  $p < 0.001$

→ 두 집단은 등분산성을 만족하지 않음

### ● Mann-Whitney U Test

○  $U = 739,563,953.5$ ,  $p < 0.001$

→ 두 집단의 수강 시간 분포에 통계적으로 유의한 차이 있음

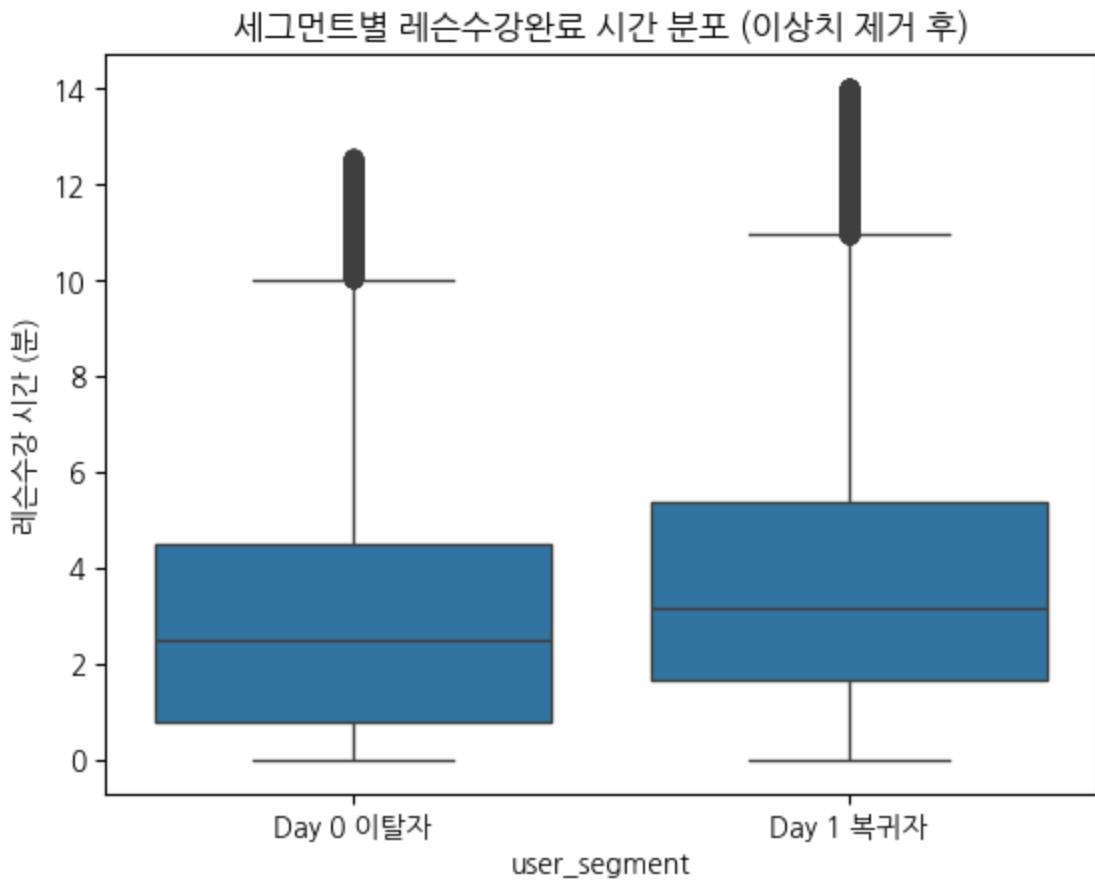
---

### 해석

재방문 유저는 이탈자보다 평균적으로 더 길게 레슨을 수강하였으며,

이 차이는 통계적으로도 유의함 ( $p < 0.001$ ).

이는 완강 시간 역시 유저 몰입도를 반영하는 지표로 활용 가능함을 시사함.



몰입구간 도출 결과

구분	25%	50%	75%	몰입구간
----	-----	-----	-----	------

Day 0 이탈자	0.79 분	2 분	4.49 분	약 0.8 분 ~ 4.5 분
	29			
		초		

Day 1 재방문자	1.67 분	3 분	5.38 분	약 1.7 분 ~ 5.4 분
	10			
		초		

### █ 4.3.3 레슨 드롭아웃 시간 (Day 0 기준, 초 단위)

#### 분석 목적

레슨을 완료하지 않은 유저들이 콘텐츠에 얼마나 머물렀는지,  
즉 \*\*"레슨 시작 후 다음 행동까지의 시간"\*\*을 기반으로 드롭아웃 지점을 추정한다.  
이를 통해 완강하지 못한 유저의 몰입 수준을 간접적으로 측정한다.

---

#### 분석 방법

- 기준: Day 0 에 레슨을 시작했으나 완료하지 않은 레슨
  - `lesson_start` → 다음 행동까지 걸린 시간(`time_diff`)을 초 단위로 계산
  - `lesson_start`, `complete_lesson` 제외한 실제 드롭 이후 행동만 분석
  - 이상치 제거: 세그먼트별 IQR 기반 필터링 적용
- 

#### 통계 요약 (초 단위 기준)

유저 세그먼트	count	mean	std	25%	50%	75%	max
Day 0 이탈자 (0)	42,213	153 초 (약 2 분 33 초)	169 초	12.6 초	96.8 초	244.9 초	826.3 초
Day 1 재방문자 (1)	18,453	185 초 (약 3 분 5 초)	189.9 초	17.4 초	134.2 초	291.4 초	826.5 초

---

## ▣ 통계 검정 결과

- Shapiro-Wilk 정규성 검정

- Day 0:  $W = 0.838$ ,  $p < 0.001$
  - Day 1:  $W = 0.864$ ,  $p < 0.001$   
→ 두 집단 모두 정규분포 아님

- Levene 등분산성 검정

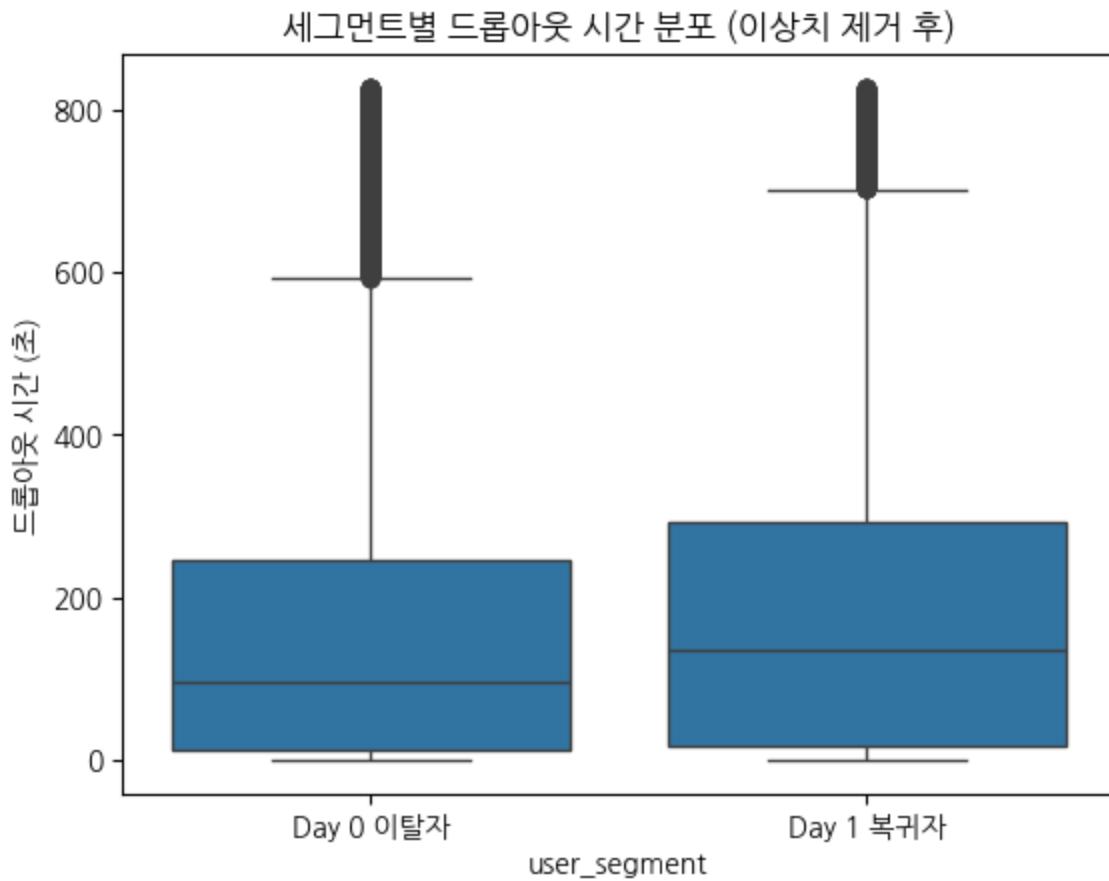
- 통계량 = 260.10,  $p < 0.001$   
→ 등분산성 만족하지 않음

- Mann-Whitney U 검정

- $U = 354,387,840.5$ ,  $p < 0.001$   
→ 두 집단의 드롭아웃 시간 분포는 통계적으로 유의하게 다름

## 🔍 해석 포인트

- 재방문 유저는 평균적으로 약 30 초 더 길게 머무른 후 이탈
- 중앙값 기준으로도 Day 1 유저는 약 37 초 더 오래 머무름 (134.2 초 vs 96.8 초)
- 이는 완강은 못 했지만, 상대적으로 더 깊이 탐색했음을 의미



#### ■ 4.3.4 레슨 질문/후기 클릭 여부에 따른 재방문율 분석

##### 분석 목적

Day 0에 레슨 중 후기 또는 질문 목록을 클릭한 유저의 행동을 기준으로,

Day 1 복귀율 차이를 정량 비교하였다.

세그먼트	유저 수	복귀 수	복귀율
------	------	------	-----

Both (질문+후기 클릭)	5,463	1,894	34.67%
-----------------	-------	-------	--------

Review Only      1,697      533      31.40%

Question Only      1,153      346      30.00%

Baseline (둘 다 안 본 유저)      14,981      2,617      **17.47%**

### ⌚ 해석

후기 또는 질문을 클릭한 유저는 약 2 배 높은 재방문율을 보였고,  
두 요소 모두 클릭한 유저가 가장 높은 몰입도와 리텐션을 기록하였다.  
→ 이는 질문 유도형 콘텐츠 설계 및 후기 노출 최적화 전략으로 활용 가능함.

### ■ 5. Day 0 이탈 방지 전략

앞선 분석을 통해 우리는 Day 1 복귀 유저가 장기 리텐션, 콘텐츠 몰입, 수익성 모든 면에서 가장 우수하다는 사실을 확인하였다. 따라서 Day 0에서의 행동을 바탕으로, 다음날 복귀를 유도하는 전략 수립이 핵심 과제로 도출되었다.

본 장에서는 다음의 핵심 인사이트를 기반으로 3 가지 전략을 제안한다:

---

### ♀ 핵심 인사이트 요약

분석 지표

관찰 결과

전략적 시사점

- |   |   |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>레슨 완강 수</b><br>Day 1 유저는 Day 0 이탈자보다 평균 3 배<br>가까운 완강 수 기록 | <input checked="" type="checkbox"/> <b>콘텐츠 완강 유도는 재방문율과</b><br>강하게 연관됨  |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>레슨 완강 시간</b><br>이탈자는 47 초, 재방문자는 3 분 이상 머무름                | <input checked="" type="checkbox"/> 1 분 안에 흥미 유도, 2~3 분 사이<br>감정적 연결 필요 |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>레슨 드롭아웃 시간</b><br>이탈자 평균 2 분 33 초, 재방문자 3 분 5 초            | <input checked="" type="checkbox"/> 이탈 직전까지 정보 탐색하므로<br>마무리 CTA 필수      |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>후기/질문 클릭 여부</b><br>클릭 유저는 2 배 이상 높은 복귀율                    | <input checked="" type="checkbox"/> 상호작용 유도는 리텐션 증대와 직접<br>연결됨          |

## 5.1 초반 이탈 방지 전략 - 몰입 구간 기반 타이밍 설계

- Day 0 이탈 유저의 대표적 이탈 시점

기준

시간

해석

25% 분위 12.6 초

👉 1 차 이탈 고비: 진입 직후 관심 못 끌면 이탈

50% 분위 1 분 37 초

👉 2 차 고비: 본문 흐름이 지루하거나 맥락을 놓침

## ◆ 시간대별 콘텐츠 전략 요약

구간

전략 키워드

전략 의도

구체 전략

1 분 이내	혹 (흥미 유도)	즉시 관심을 끌어 이탈 방지	- 강력한 문구/제목 - 5 초 이내 핵심 예시 노출 - “이 콘텐츠는 나에게 어떤 도움?”
2~3 분	심리적 관계 유도	콘텐츠가 개인적 의미 있다고 느끼게	- “공감형 문구 + 즐겨찾기” CTA - “이거 나중에 다시 보고 싶다면 저장하세요”

### ❖ 전략 요약 문장

2~3 분 구간은 이탈 고비지만,

이때 심리적 개입을 통해 유저가 “이 콘텐츠는 나에게 의미 있다”고 느끼도록 설계해야 한다.

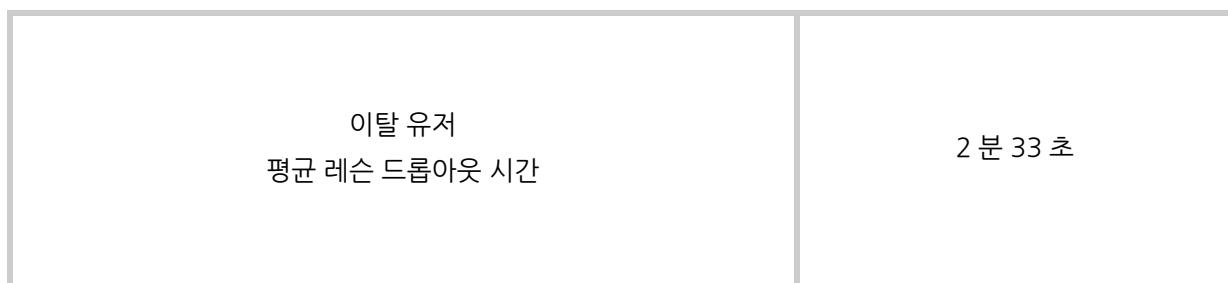
단순 CTA가 아닌 감정적 연결을 생성하는 몰입 타이밍으로 활용해야 한다.

### ■ 5.2 레슨 구조 최적화 - 3 분 몰입 구간 중심 콘텐츠 재설계

전략 목표 재방문 유저는 0 일차에 평균 8 개의 레슨을 완강 (4.3.1 참고)

- 콘텐츠 구조를 3 분 이내로 재설계함으로써,
- 이탈 유저도 0 일차에 8 개 레슨을 완강할 수 있는 흐름을 제공해야 한다.
- 이는 4.3.1 에서 확인된 \*\*재방문 유저의 평균 완강 수(8 개)\*\*와 연결되며,
- Day 1 리텐션 개선의 실질적 실천 방안으로 작동할 수 있다.

핵심 인사이트



이탈 유저 평균 레슨 수강완료 시간	3 분 3 초
재방문 유저 레슨 수강완료 중위수	8 개

#### ◆ 전략 요약

0 일차에 레슨 드롭아웃이 높은 레슨들과 콘텐츠별로 도입부에 위치한 레슨들을 3 분 이내로 수강완료 할 수 있도록 재설계한다.

#### ■ 5.3 레슨 내 상호작용 강화 - 후기/질문 클릭 유도

##### 핵심 인사이트

Day 0 기준, 후기/질문 클릭 유저는 재방문율이 최대 2 배 이상 높음  
 → 상호작용 유도는 리텐션 예측 가능한 몰입 신호

#### ◆ 구간별 인터랙션 전략

구간

인터랙션 요소

유도 방식

레슨 시작 전

다른 유저 후기 강조

- “후기 26 개 보기” 슬라이드 노출

(콘텐츠 후기)

- 모바일 하단 → 별점+리뷰 팝업

레슨 중간 (2.5~3 분)

질문 목록 자동 노출

- 평균 이탈 직전 시점에 팝업 삽입

- “이런 질문 궁금하실 수 있어요”

레슨 종료 후

질문 남기기 CTA

- “질문 남기고 리워드 받기” 메시지 제공

### ❖ 전략 요약 문장

상호작용 유도는 단순 클릭 이상으로, 유저의 몰입 상태를 활성화시키는 트리거다.  
후기/질문은 능동적 학습 전환을 도우며, 재방문 가능성을 실질적으로 강화한다.

★ 클릭형 인터랙션은 수동 시청 → 능동 학습으로 유도하며, 재방문 가능성 강화

### ▣ 3 대 전략 요약표

#### ■ 5.4 Day 0 이탈 유저 집중 레슨 전략 적용 예시

##### 분석 목적

Day 0 이탈 유저가 가장 많이 시도한 레슨을 식별하고,  
해당 레슨들의 평균 완강 시간을 확인하여  
초기 이탈을 유발했을 가능성이 높은 콘텐츠 구조를 진단한다.

---

## 📊 Top 10 레슨별 시도 횟수 및 평균 수강 시간

레슨 ID (앞 8 자리)	시도 수	완강 수	이탈률 (%)	평균 수강 시간
----------------	------	------	---------	----------

c2b88e49	2,657	517	80.53%	2 분 12 초
----------	-------	-----	--------	----------

633d1b30	2,864	2,554	10.83%	2 분 37 초
----------	-------	-------	--------	----------

2ed4b83e	18,343	4,077	77.77%	2 분 56 초
----------	--------	-------	--------	----------

6e3afbeb	3,423	1,662	51.44%	2 분 57 초
----------	-------	-------	--------	----------

bfb6543c	4,312	3,819	11.42%	3 분 13 초
----------	-------	-------	--------	----------

b734f43b	3,869	1,902	50.83%	3 분 21 초
----------	-------	-------	--------	----------

09c8a2d2	4,738	2,014	57.52%	3 분 27 초
----------	-------	-------	--------	----------

db421b66	7,405	2,368	68.01%	4 분 25 초
----------	-------	-------	--------	----------

b42c9bb3	16,320	4,804	70.56%	4 분 31 초
----------	--------	-------	--------	----------

70cb48c6	2,902	1,231	57.59%	6 분 29 초
----------	-------	-------	--------	----------

---

## ଓ 콘텐츠 개선 제안

- 평균 수강완료 시간대가 2 분대인 레슨들은 초기 이탈 방지 전략을 적용하여 1 분 이내 Hook, 2 분 이내 심리적 관계 형성 적용
  - 평균 수강완료 시간대가 3 분대인 레슨들은 레슨 내 상호작용 강화 전략을 적용하여 레슨 질문 클릭 유도 적용
  - 평균 수강완료 시간대가 4 분 이상인 레슨들은 레슨 길이 최적화 전략을 적용하여 3 분대로 레슨 재설계
- 

## ■ 6. 기대 개선 효과

### ◎ 전략 목표

- Day 0 유저가 평균 8 개 이상의 레슨을 완강할 수 있도록 콘텐츠를 3 분内外로 재구성하고, 레슨 흐름과 인터랙션 구조를 최적화하여 이탈을 방지하고 몰입을 유도함
  - 이 전략은 \*\*재방문 유저의 완강 수 중앙값(8 개)\*\*을 기반으로 설정되었으며, 완강 수와 재방문을 사이에 관찰된 강한 연관성을 활용한다
- 

## ■ 현재 현황

- 전체 유저 수  
62,339 명
- 전체 재방문율  
**15.9%** (9,925 명)
- 8 개 이상 레슨 완강자 비중  
**38%** (4,737 명)  
→ 이 중 재방문율: **64.68%** (3,064 명)

## 목표 설정

- 기준: 재방문 유저의 완강 수 중앙값 8 개
- 타겟 8 개 이상 레슨 완강자 비중  
**38%→ 50%**
- 필요 확보 인원 +1,470 명

## 기대 효과

- 총 재방문 유저 수 증가:

9,925 명 → 10,876 명 (**+951 명**)

- 전체 재방문율 상승:

**15.9% → 17.1%**

► +1.6%p 증가 예상