

생산성앱의 쉽고 빠른 탐색

투두일리

정진성, 김성훈, 주효성





문제 정의 과정 - 문제상황 및 문제 원인

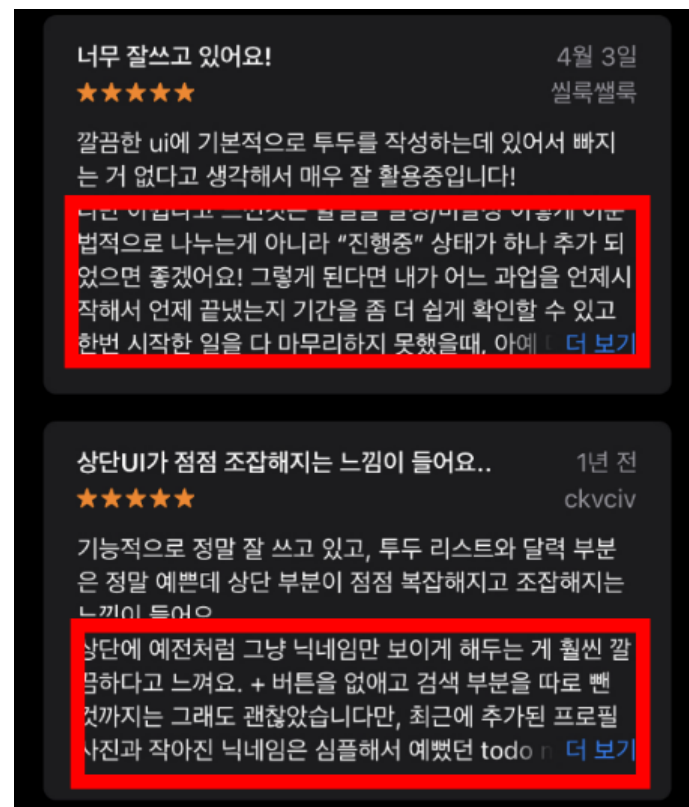
1. 서비스 기획



생산성 앱을 쓰고 싶은 사람들이
본인에게 적합한 기능을 제공하는 생산성 앱을 찾기 어렵다.

* 생산성 서비스?

삶에서 더욱 많은 성과를 낼 수 있도록 돕는 모든 형태의 앱/웹 서비스
e.g. 투두리스트 기록, 다이어리, 루틴 수립 서비스 등..



- 스토어에서 제공하는 설명/리뷰에서 앱에 대한 정보를 파악하는데 시간 소요
- 리뷰보다는 개선 요청사항들이 대다수



- 앱스토어에서 적합한 정보를 찾지 못해 결국 다른 플랫폼으로 이동



- 유튜브/블로그 리뷰는 다운로드를 위해 앱스토어 검색 과정을 다시 거쳐야함



✓ 해결방안

- 생산성 앱을 모아서 보여주고 보고싶은 것만 필터링하게 해준다.
- 각 앱 별로 특징, 추천대상 등을 보여주고 바로 다운로드 할 수 있도록 스토어로 연결해준다.



✓ 핵심가설

- 생산성 앱을 모아서 보여주면 우리 사이트에서 앱을 탐색할 것이다.
- 각 앱 별로 상세정보를 제공하고 본인에게 필요한 앱이라고 판단하면 앱을 다운로드할 것이다.

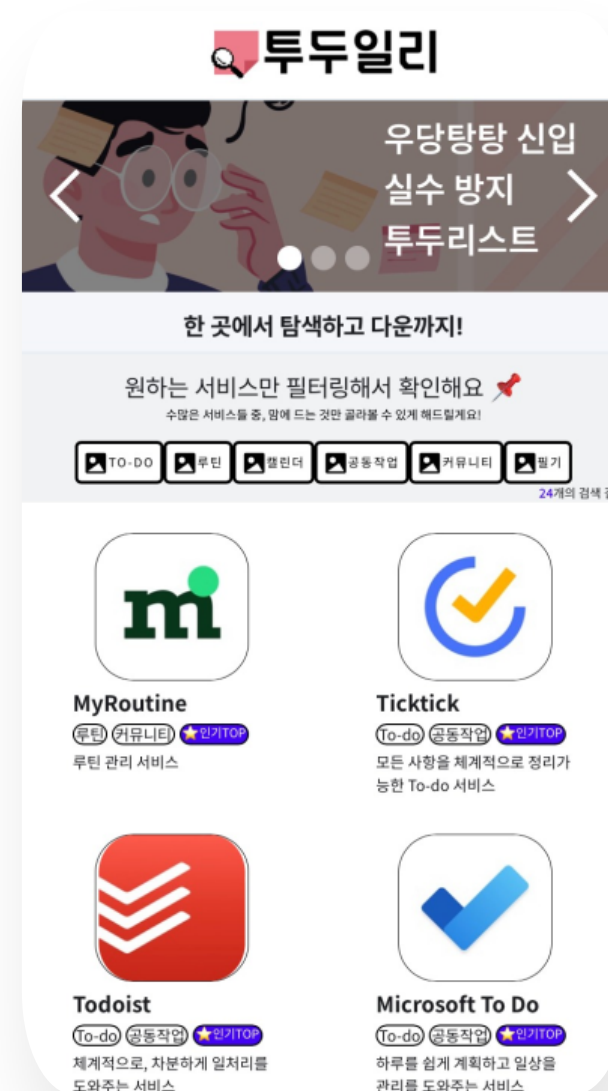


서비스 기능 소개

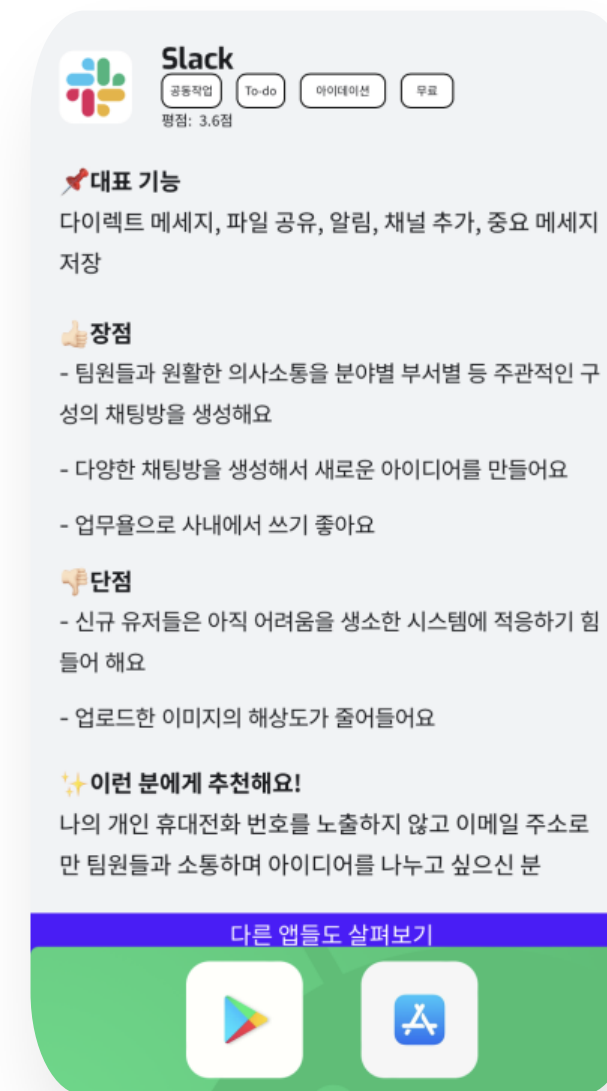
투두일리

생산성 서비스의 탐색/비교/다운을
한 곳에서 해결하도록 돕는 정보조회서비스

- 23.09.29 출시
- 23.10.21 기준 총 사용자 609명



- 생산성 앱 한 눈에 모아보기
- 인기 Top 서비스 확인
- 관심사에 맞는 키워드로 필터링

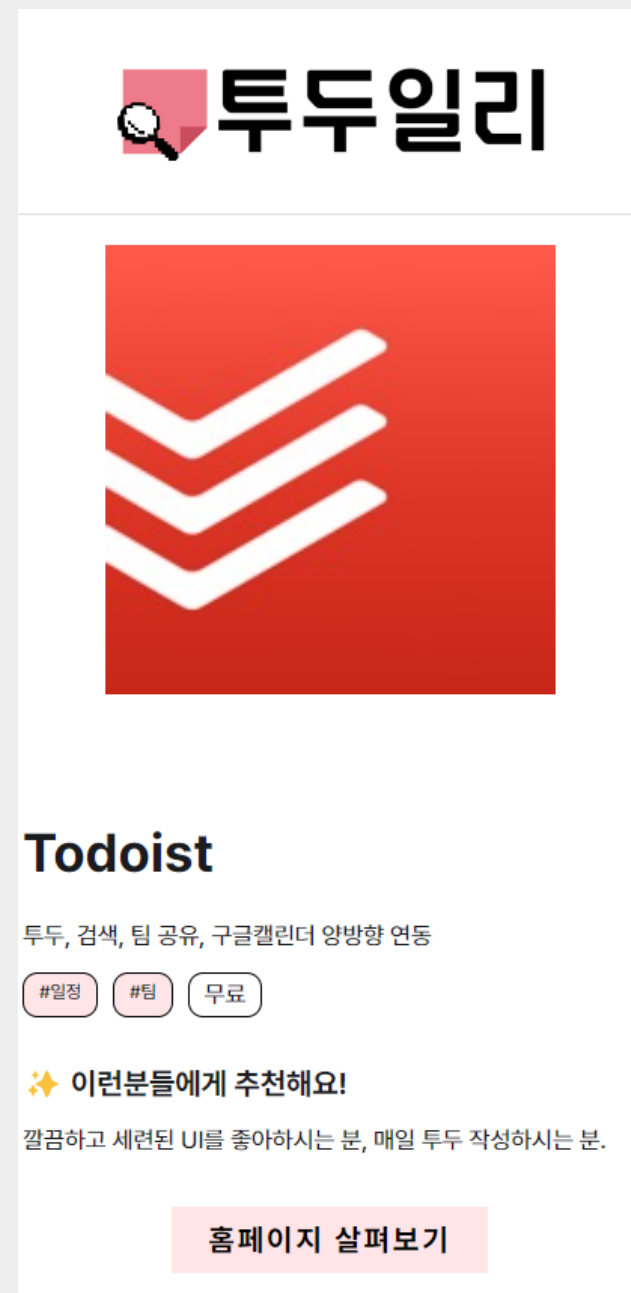
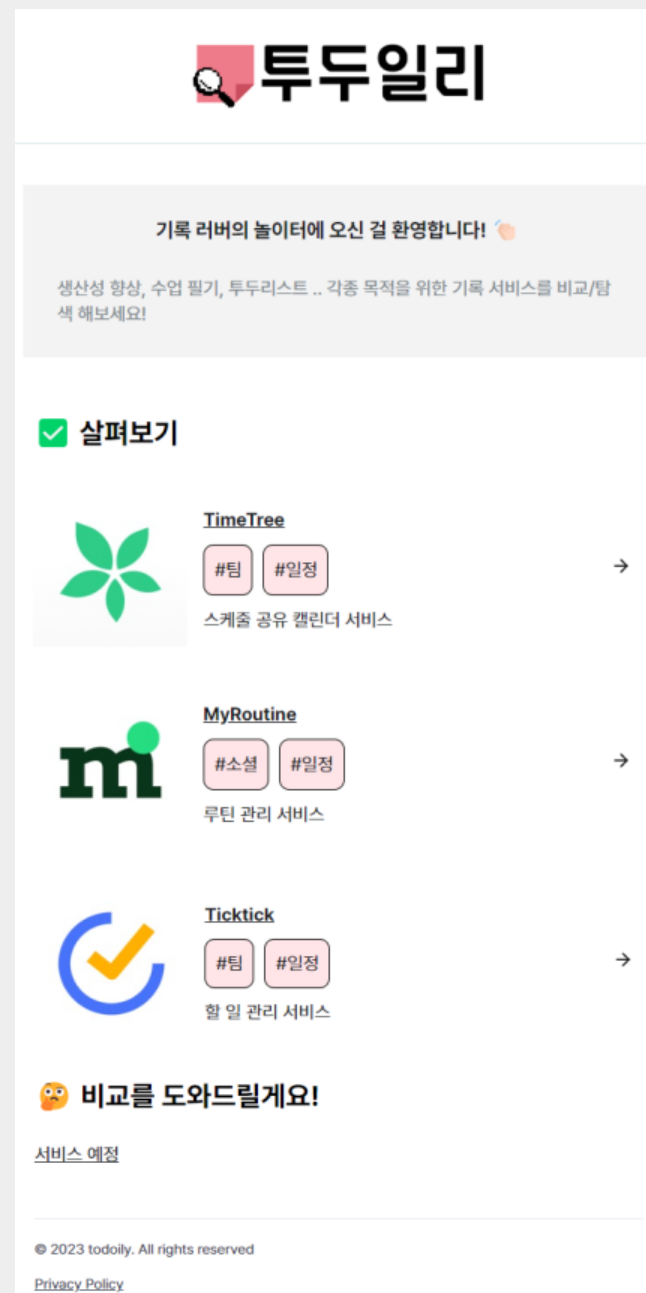


- 내게 맞는지 확인 가능한 리뷰
- 앱 별로 동일한 양식의 상세리뷰
- 다운로드로 바로 이동 버튼

2. 서비스 소개



- 서비스 추천 아티클



✓ 피보팅 후

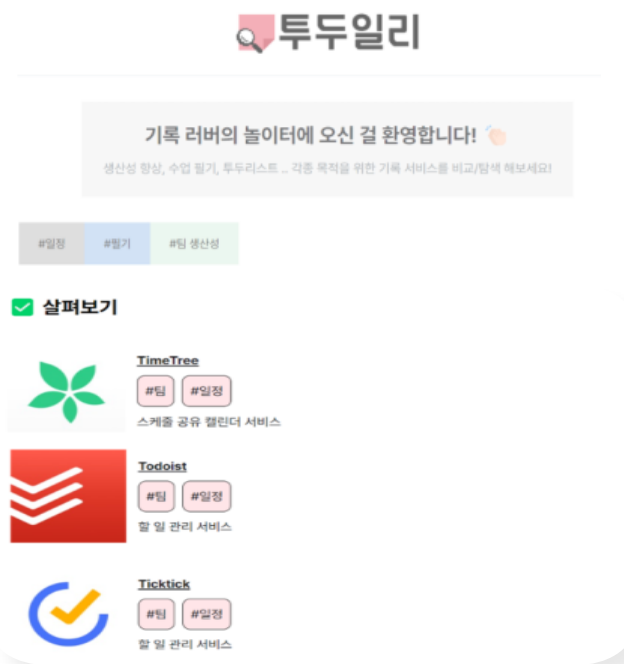
기획부터 완성까지 소요 기간
5일 (9/24 - 9/29)

✓ MVP 최소 기능 스펙

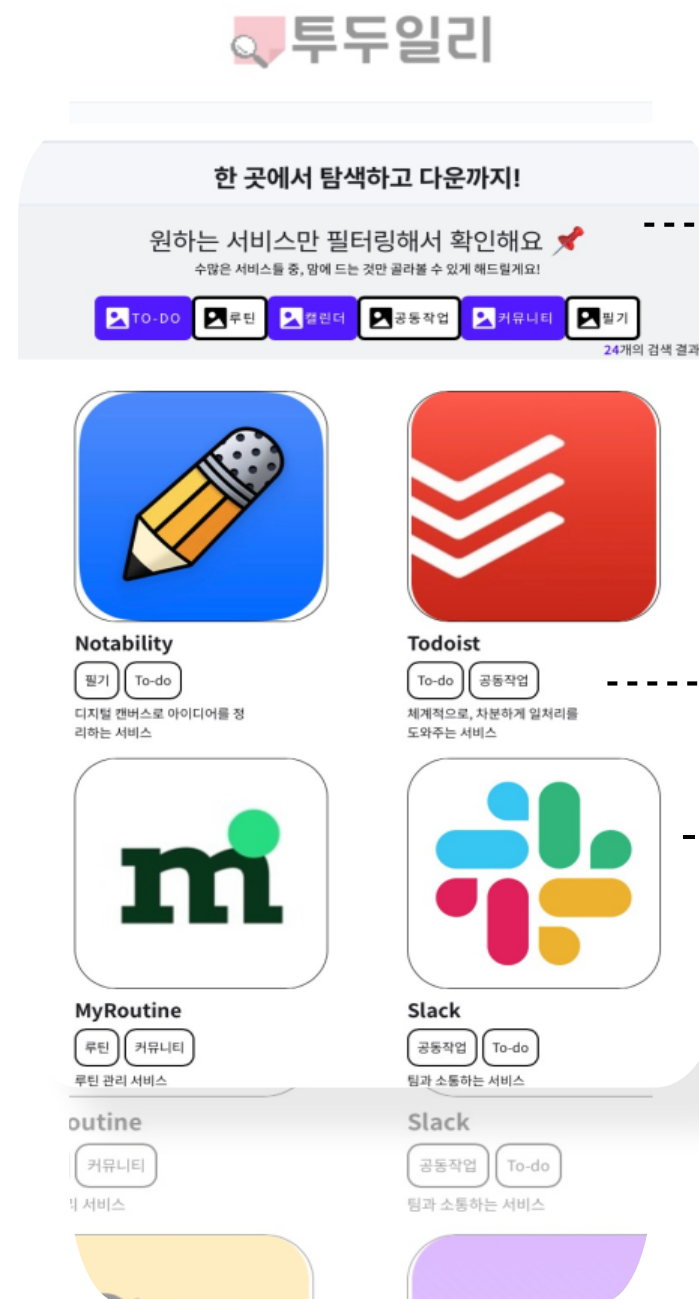
- 서비스 10개
- 비교 콘텐츠 카테고리만 제작
- 최소한의 서비스 설명
- 상세페이지내 다운로드 구현 대신
홈페이지 링크 추가

KPI	가설	목표	1차 개선 전 (09/29~10/04)	1차 개선 (10/05~10/12)	2차 개선 (10/13~10/19)	3차 개선 예정 (10/20~10/26)
메인페이지 방문자 대비 상세페이지 방문자 전환율	생산성 앱을 모아서 보여주면 투두일리에서 앱을 탐색할 것이다.	메인페이지 진입 후 상세페이지 전환율 30%	29.4 (목표 대비 0.6% ▼)	37.6% (목표 대비 7.6% ▲)	29.2% (목표 대비 0.8% ▼)	38% 예상 (목표 대비 8% ▲)
상세페이지 방문자 대비 다운로드 버튼 클릭 전환율	각 앱 별로 상세정보를 제공하고 본인에게 필요한 앱이라고 판단하면 앱을 다운로드할 것이다.	상세페이지 진입 후 다운로드 클릭 전환율 50%	25% (목표 대비 25% ▼)	48.5% (목표 대비 1.5% ▼)	21.44% (목표 대비 28.56% ▼)	30% 예상 (목표 대비 20% ▼)

개선 전



개선 후



- 원하는 키워드로 필터링 기능

- 서비스 노출열 2열로 수정

✓ 개선 이유

메인에서 상세페이지 전환율
목표치 0.6% 미달성 (실전환율 29.4%)

서비스 비교 사이트 3곳
(producthunt, 디스콰이엇, 10words)의
UI를 분석하여 개선 방안 도출

👏 개선 결과

메인에서 상세페이지 전환율 **28% ▲** 증가

1. 집계기간

개선 전 09/29~10/04

개선 후 10/05~10/12

2. 전환율 계산 모수

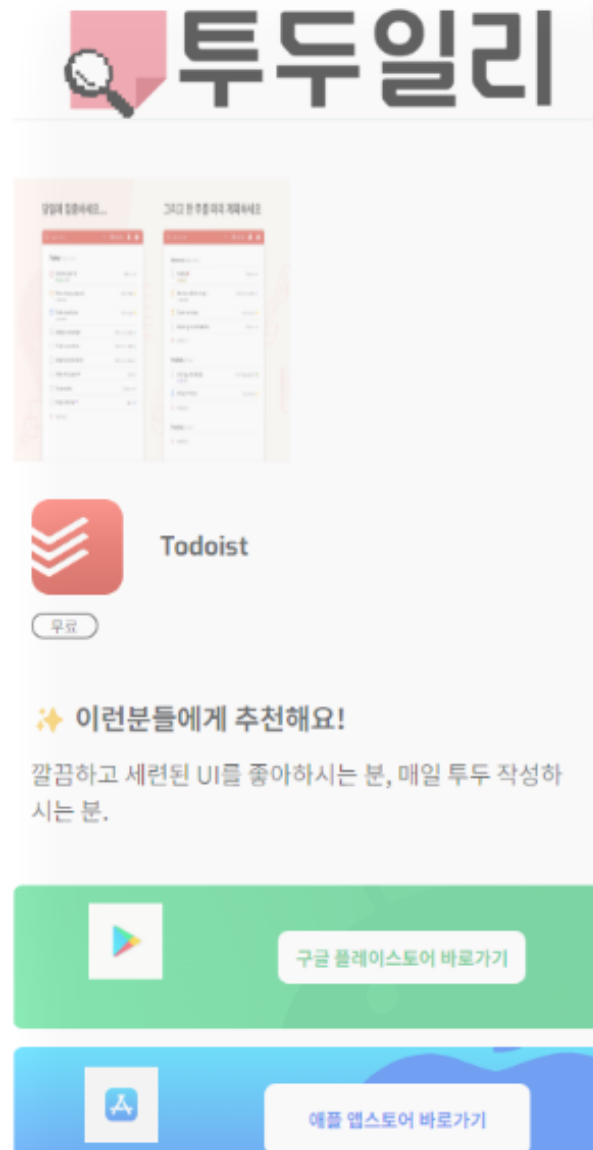
메인페이지 모수

개선 전 76명, 개선 후 161명

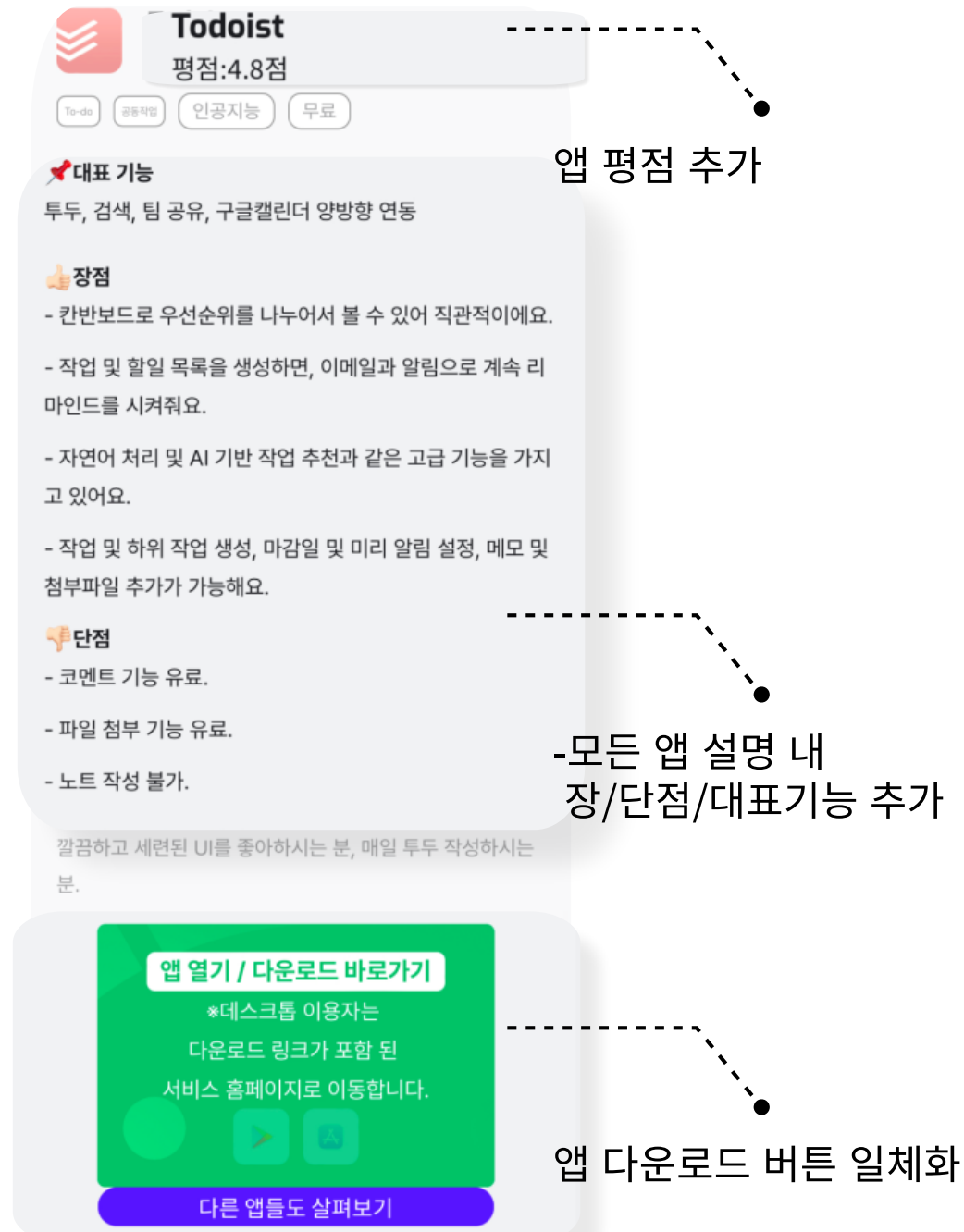
상세페이지 모수

개선 전 26명, 개선 후 47명

개선 전



개선 후



✓ 개선 이유

상세페이지 진입 대비 다운 클릭 전환율 목표치 1.5% 미달성 (실전환율 48.5%)

7명과 심층 인터뷰 후, 서비스 다운로드까지 하지 않은 이유가 상세페이지의 정보 부족임을 파악

추가로, 유입을 늘리기 위한 마케팅 동시 시작

👏 개선 결과

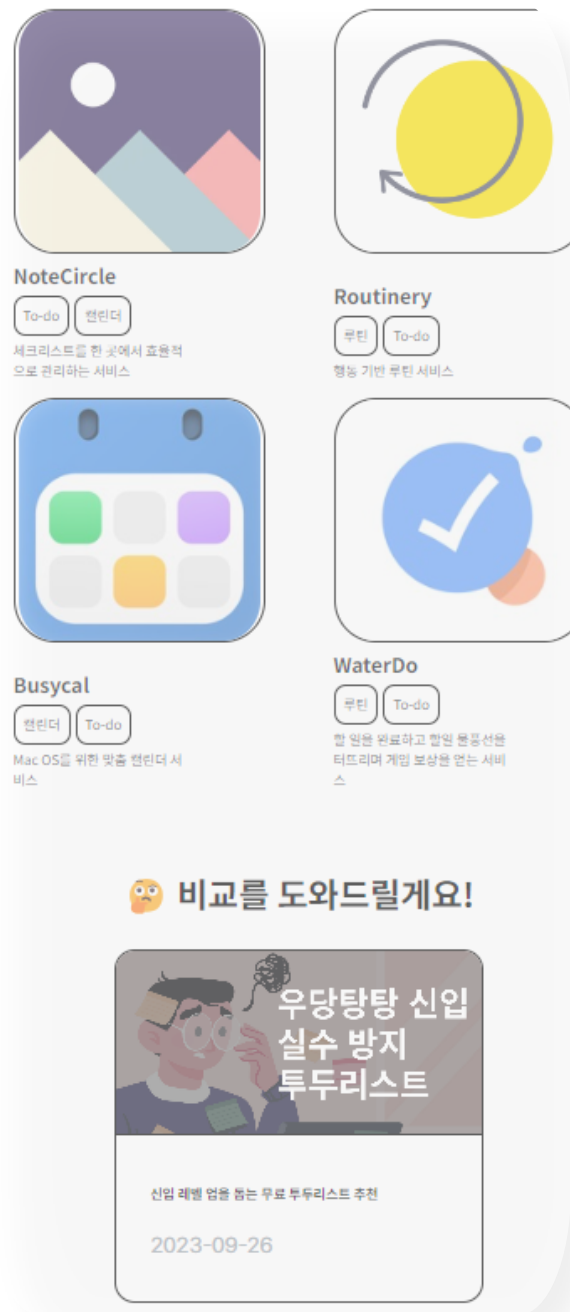
다운로드 클릭 전환율 **70% ▼** 하락

Date	CTR(%)	CPC(원)
23.10.14	0.3	₩58
23.10.15	0.9	₩108
23.10.16	0.6	₩98
소계	0.8	₩106

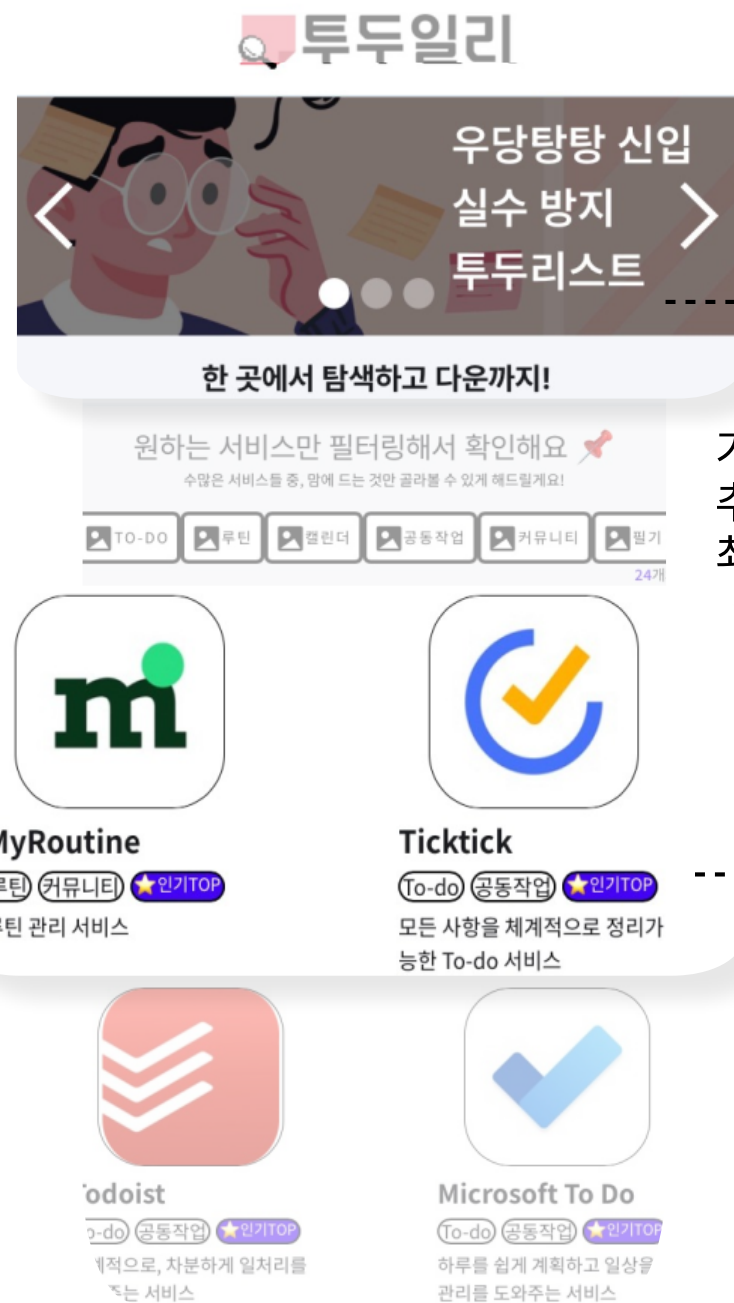
마케팅 결과치

1. 집계기간
개선 전 10/05~10/12
개선 후 10/13~10/19
2. 전환율 계산 모수
상세페이지 모수
개선 전 47명, 개선 후 99명
다운로드 클릭자 모수
개선 전 26명, 개선 후 17명

개선 전



개선 후



✓ 개선 이유

상세페이지 진입 대비 다운 클릭 전환율 목표치 28.56% 미달성 (실전환율 21.4%)

다운로드로 이끌 수 있는 퍼널을 늘리고, 다운로드를 하도록 압박이 필요했음

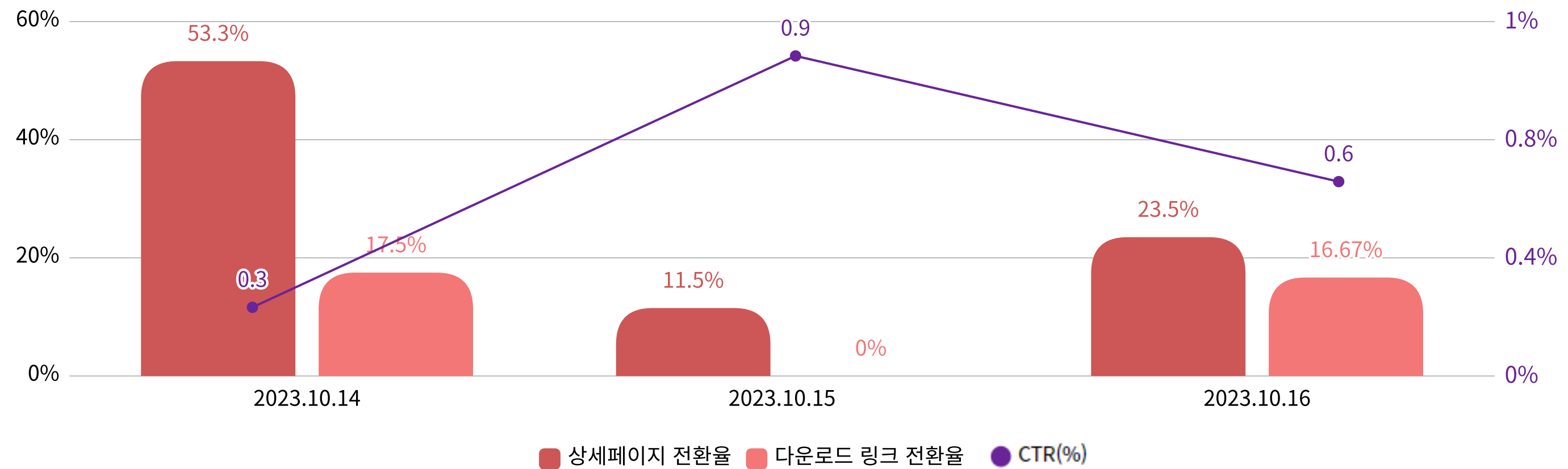
또한, 마케팅 중 타게팅이 광범위 했으며, 소재 중 다운로드 언급이 적음을 통해 마케팅 소재 수정

👏 개선 결과

다운로드 클릭 전환율 40% ▲ 상승 예상
상세페이지 전환율 30% ▲ 상승 예상

- 집계기간
개선 전 10/13~10/19
개선 후 10/20~10/26

진행내용	1차 구글애즈 검색광고, 유튜브 DA 2차 구글애즈 검색광고 (진행 중)	진행기간	1차 10/14-10/16 2차 10/20-10/22 (성과 측정 중)
------	---	------	--



1차 캠페인은 CTR이 높을 수록 서비스 내 전환율이 낮아졌음.
이를 통해 광고 캠페인의 타겟팅이 잘못되었다는 인사이트를 얻었고,
리타겟팅 후 2차 광고 캠페인 진행 중



최종회고 (Keep/Problem/Try)

5. 서비스 회고

Keep



"5번의 기획 수정,
1번의 피보팅"
지치지않고 다시
시도하는 끈기



문제가 생겼을 때,
빠른 대안 제시 역량

Problem



리소스활용과
업무별 시간분배의 어려움



데이터 선정 부터
수집-분석까지의 전체적 어려움

Try



데일리 스크럼/회고 뿐 아니라,
하루 안에도 자연이 생길 일은
지속 점검 및 보고 하는 습관



데이터 기반 사고를 통해
기획 단계부터
필요 데이터와 데이터 위치를
염두에 두고,
분석 방법까지 수립해서 개선
에 차질이 생기지 않도록 방지