

"크리에이터와
팬이 만나는
공간"



팬심 분석 보고서

AIB 14기 최유진

목차



서비스 소개

일리오에서 제공하는
팬심 서비스 소개

서비스 분석

팬심 서비스 및 비즈니스
모델 분석

데이터 분석

경쟁사 서비스 및 유사
업종 리포트 분석
SWOT 분석

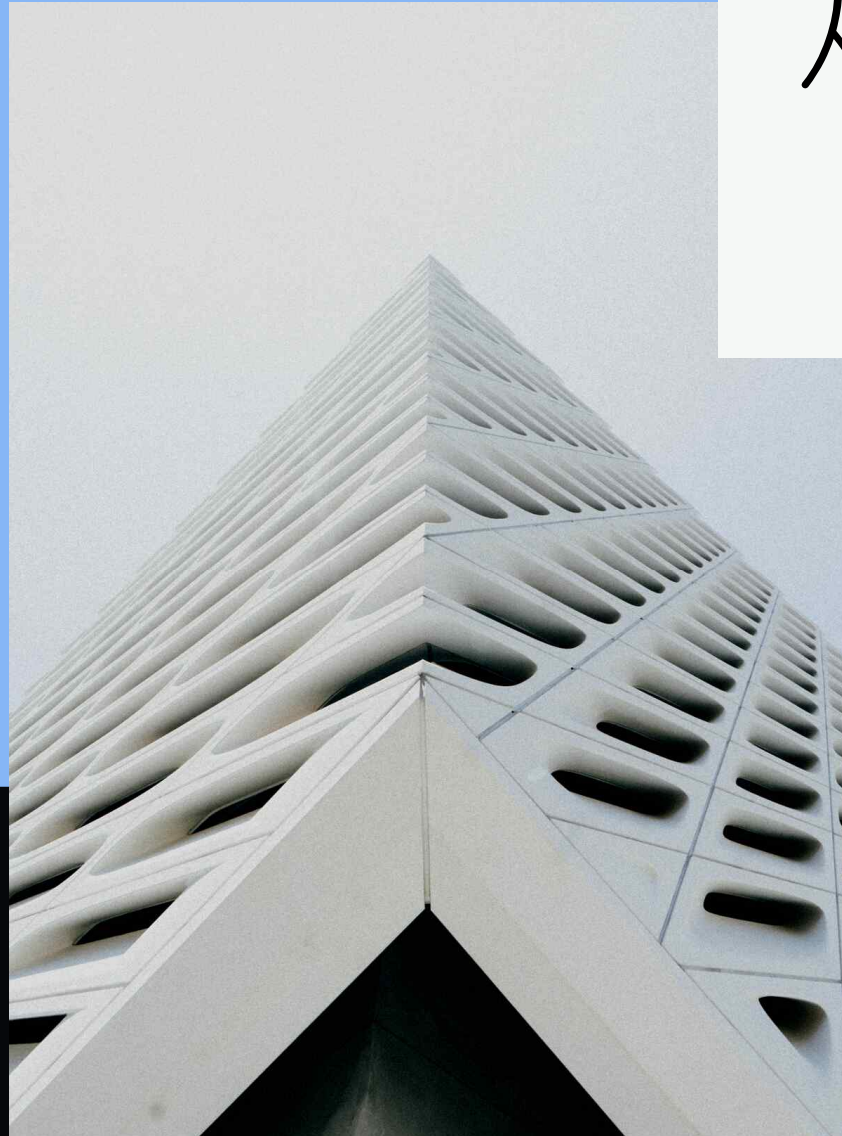
인사이트 도출

분석 결과에 따른
인사이트 도출 및 향후
방향성 수립

F *FANCIM*

서비스
소개

About
FANCIM





우리의 미션

셀럽과 찐팬의

건강한 소통문화 를

만들어갑니다

프로마음컨설턴트 찐심 2020 ver. (8)

우리의 비전

- 1. 백팬일셀, 백명의 찐팬이면 셀럽 하나가 먹고산다**

셀럽에게 찬양들을 늘릴 수 있는 서비스를 제공하여 셀럽 활동으로 삶을 영위할 수 있는 건강한 환경을!
- 2. 팬심은 글로벌 K-팬문화 1위 서비스를 만든다**

팬들은 만족스러운 소통을, 셀럽은 성장 가능성을 열어주는 방법으로 K-팬문화를 구축하여 전세계로!
- 3. 셀럽은 하나의 직업이다**

셀럽, 크리에이터가 누구에게나 인정받는 직업이 될 수 있도록, 직업의식과 대중관을 가지고 일하는 셀럽이 많아질 수 있도록!
- 4. 찐팬도 하나의 직업이다**

팬 활동도 하나의 다양한 직업같은 취미로 인정받을 수 있도록, 마치 '직업'처럼 올바르게 즐기도록 팬 활동이 문화로!

이 글은 곧 성지가 됩니다

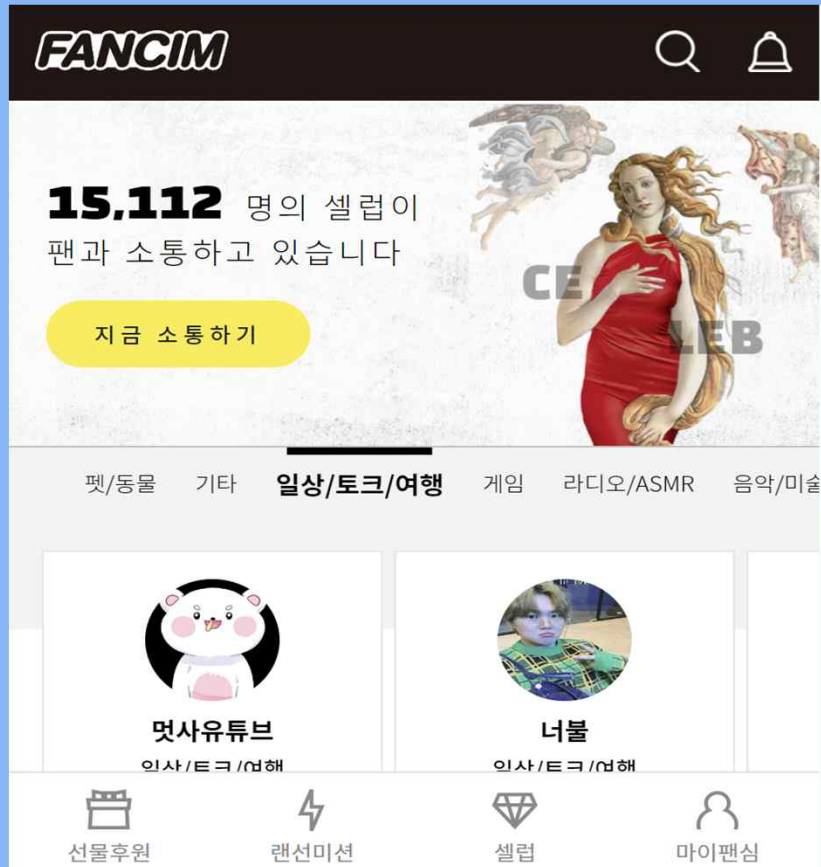
프로마음컨설턴트 찐심 2020 ver. (9)

소통

Give&Take

"주고 받는 것의 가치"

WEB



APP

내 셀럽에게 오는 프라이빗 메시지 | 팬심M

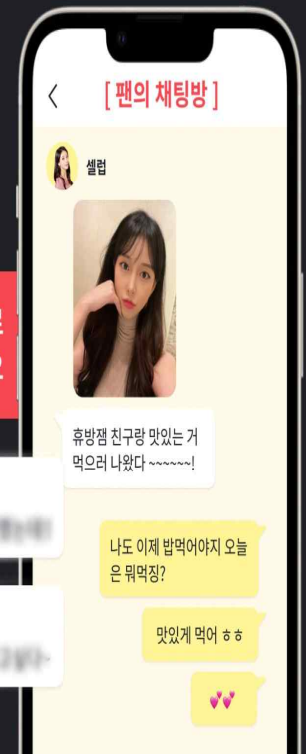
셀럽의 소소한 일상
1:1로 전하는 자유로운 대화
프라이빗한 셀럽과의 메시지

팬은 서로
안 보여요

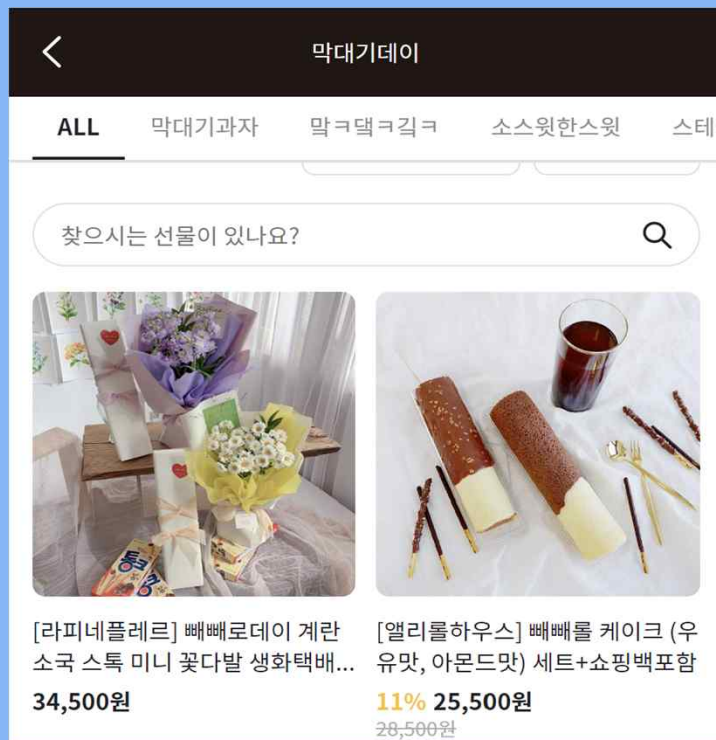
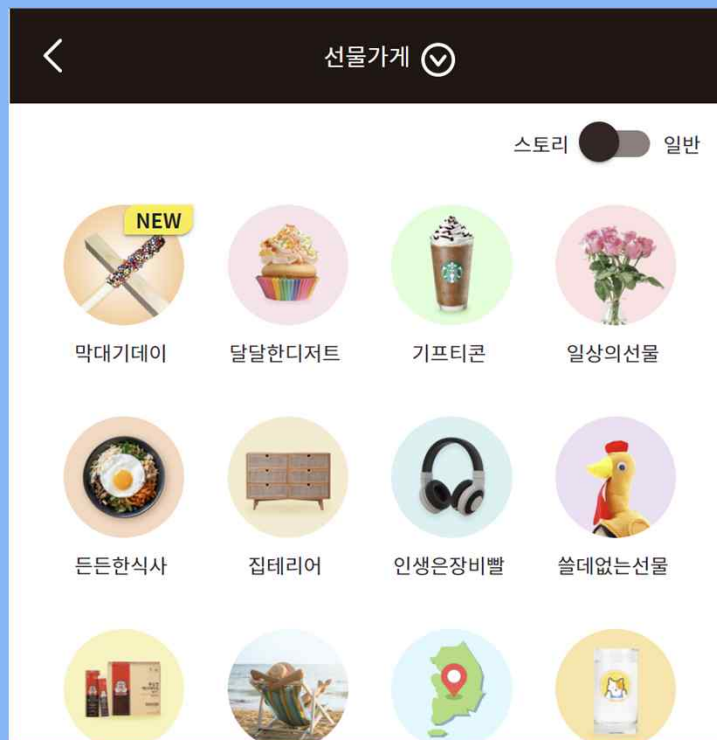


App Store

Google Play



선물가게



• 커머스 몰

• 카카오 선물하기와 유사한 형태

• 상품 금액과 배송비 결제 후 배송

이거 보낼래요

박스

사이즈 안내

서비스 안내

소형

3,500원

가로 + 세로 + 높이가 100cm 이하, 5kg 이하
(우체국 4호 박스까지)

중형

6,000원

가로 + 세로 + 높이가 120cm 이하, 15kg 이하
(우체국 5호 박스까지)

초과

문의

1:1 문의 또는 채널톡으로 문의해 주세요.

보내는 분 실명 기재

주소 본인 주소

연락처 연락 가능한 연락처

우편번호

알려드립니다!

보낼 때는 **팬심 송장**으로 교체되며
실명은 **닉네임**으로 변경 되고,
주소와 연락처는 **노출되지 않습니다**

받는 분 팬심 (FANCIM)

주소 서울시 마포구 동교로 39길 4-13 4층, 팬심

연락처 0502 - 360 - 1253

우편번호

• 자신이 직접 준비한 선물
배송 가능

• 선물 사이즈에 따른 배송비

• 상품 금액과 배송비 결제
후 배송

• 팬심 송장으로 대체

저거 보낼래요

신청서 작성

카테고리

① 카테고리 및 상세 품목은 안전을 위해 수집되오니 신중하게 적어주세요.

카테고리



카테고리 상세



URL 주소

URL 링크

상세 옵션(사이즈, 수량, 컬러 등)

① 해외 배송 상품의 경우 2022년 4월 부로 통관법 개정 및 분실 문제로 인해 팬심에서 수령, 검수 후 재 출고되며 주문 전 개인결제창으로 추가 비용 5000원이 부과됩니다.

상세 품목

쇼핑몰 최종 결제 금액

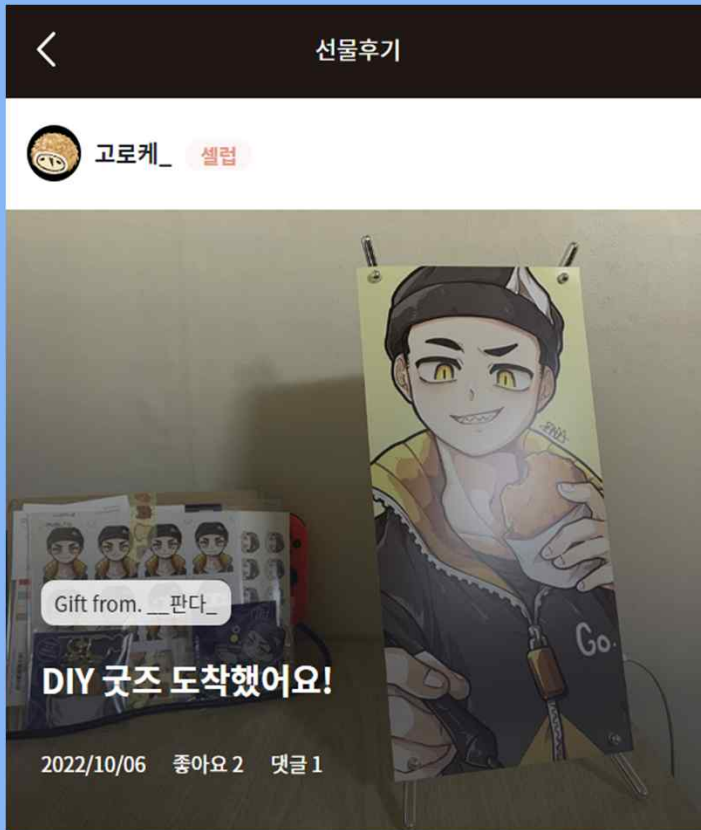
배송비, 상품 상세 옵션을 모두 포함한 최종

• 원하는 상품 링크 첨부

• 상품 금액 및 서비스
이용료 지불

• 대리 구매 및 배송

선물 후기



- 후원 받은 선물의 후기 작성
- SNS 게시글 형태
- 댓글과 좋아요 기능

랜선미션

랜선미션 ⚡

팬이 셀럽에게 다양한 미션을 요청할 수 있습니다



호요시 ◀ 호요시

호요시 카드 굿즈 제작

2,171 장전 중 20



악어 ◀ 흥행기원

악어형!! 보고싶은
콘텐츠 설문조사 한번
하자!

2,361 장전 중 16



허니독 ◀ 허니독

최강여스 롤대회 개최

21,419 장전 중 2



아리명몽



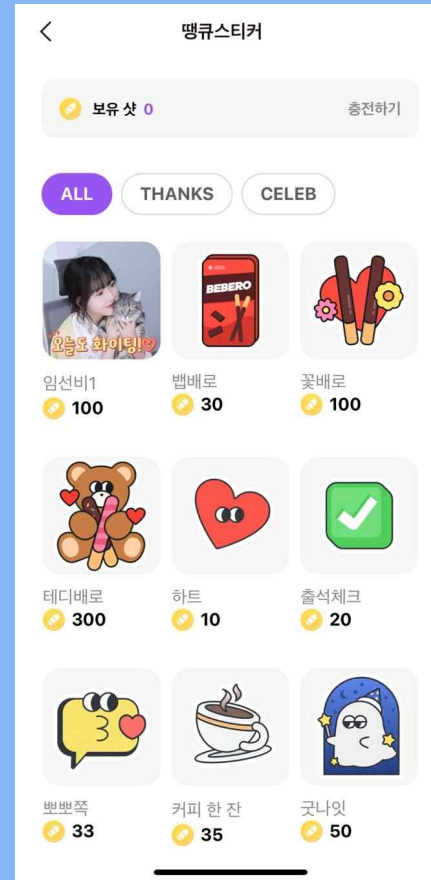
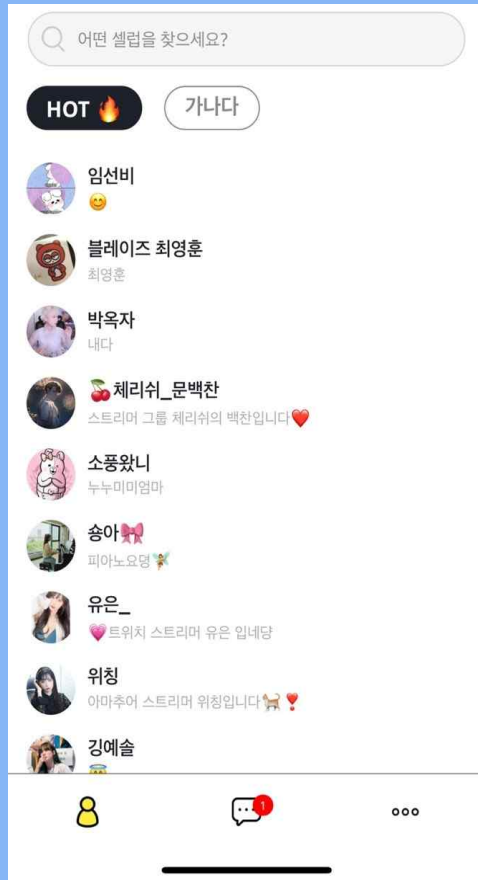
2020/12/12

민트초코치킨 먹방 완료!!

미션 완료 했습니다 우에에게 ㄱ...

- 팬들이 콘텐츠를 기획
- 콘텐츠 기획 후 후원금 유치하여 수행 요청
- 셀럽이 수락 시 미션 수행
- 미션 성공 시 후원금 지급
- 후원금 먹튀 방지

팬심M(Mobile)

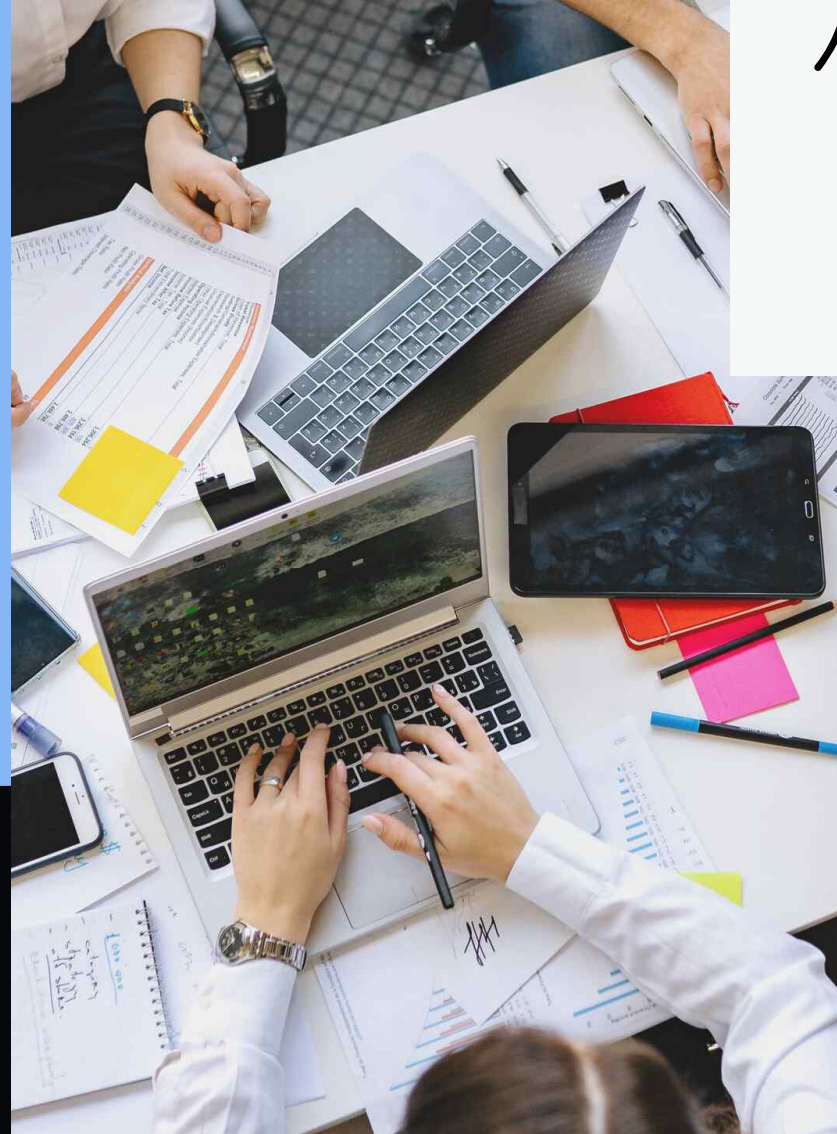


- 원하는 셀럽 검색
- 그룹 채팅방 형식
- 팬 시점에서는 1:1 채팅
- 셀럽 시점은 팬과의 그룹 채팅방
- 스티커 선물 기능

F FANCIM

서비스
분석

Service
Analysis



서비스 이익구조

FANCIM



수수료 및 구독료
업힐 팬 관리 및 추가 유입

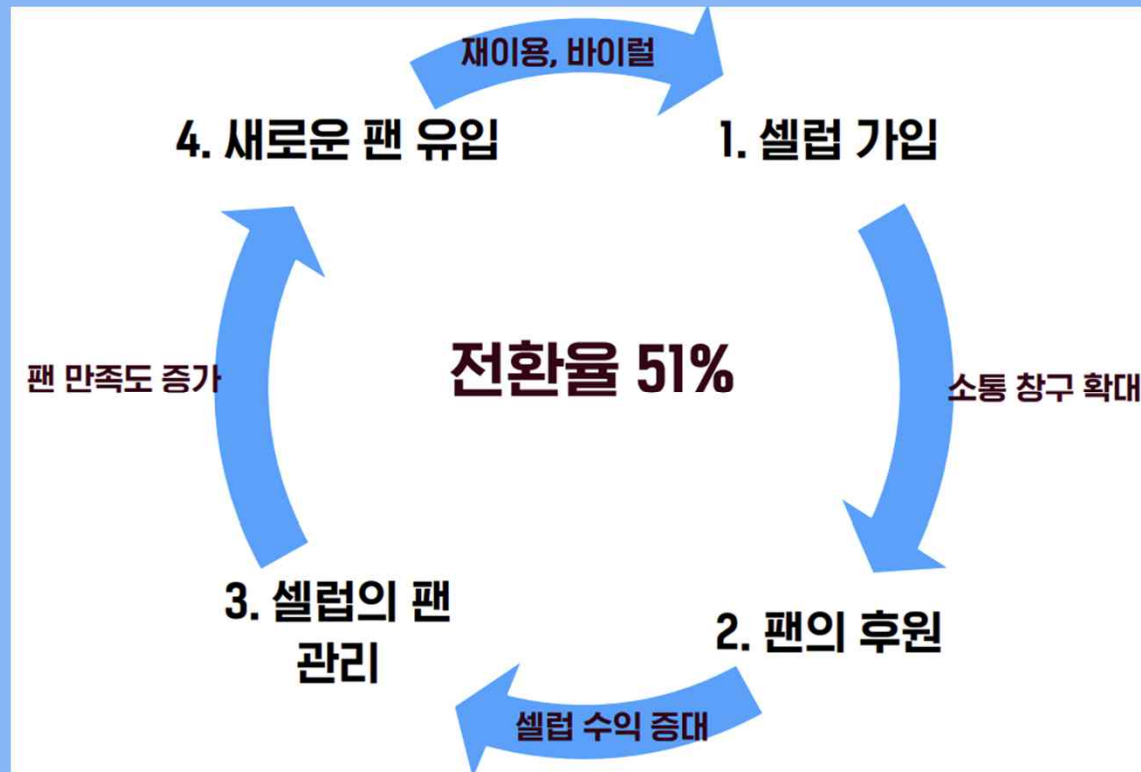
선물 후원
미션 수행 후원금
선물 역조공
방송 외적 친밀감



수수료 및 서비스 이용료
셀럽과의 소통

BM

“주고 받는 것의 가치”



효과&검증



2021.5 기준



2022.11 기준

50% 가량 ↑

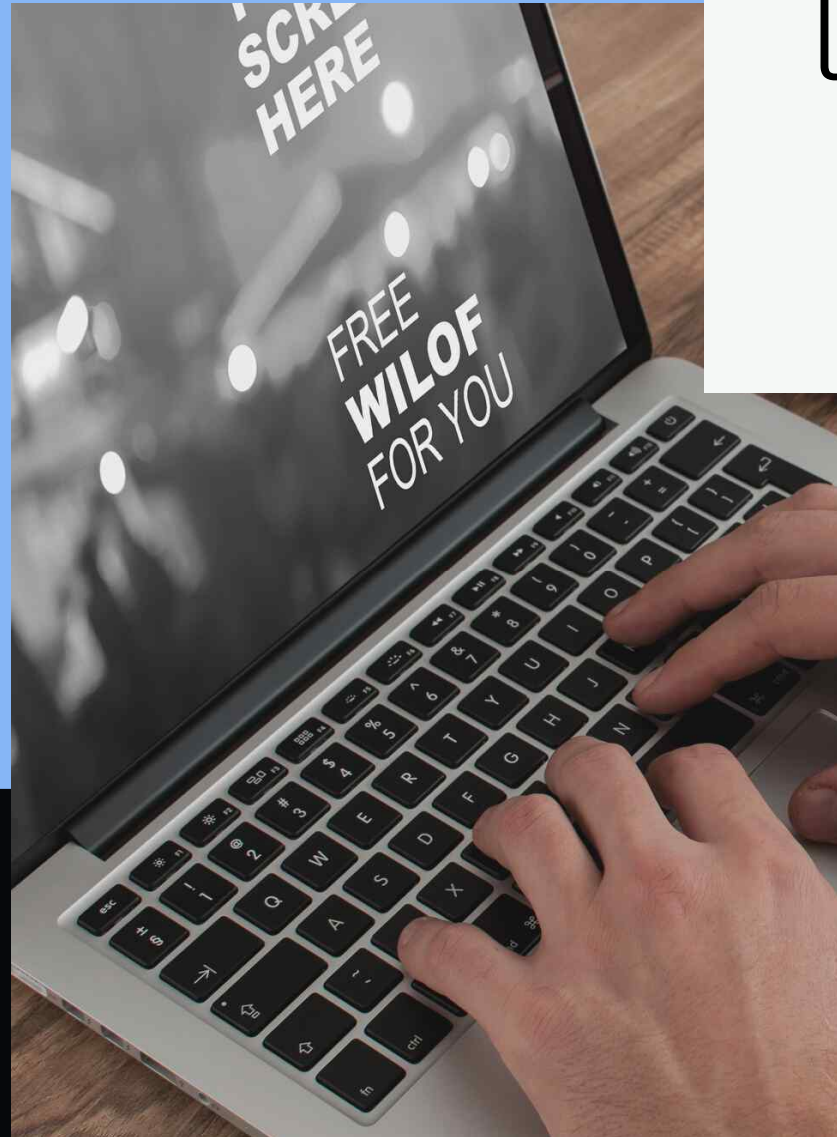
“2년간 7만건 이상의 선물 전달“

“1400개 이상의 랜선미션 진행“

“팬심M 메신저 리텐션 90% 이상“

F *FANCIM*

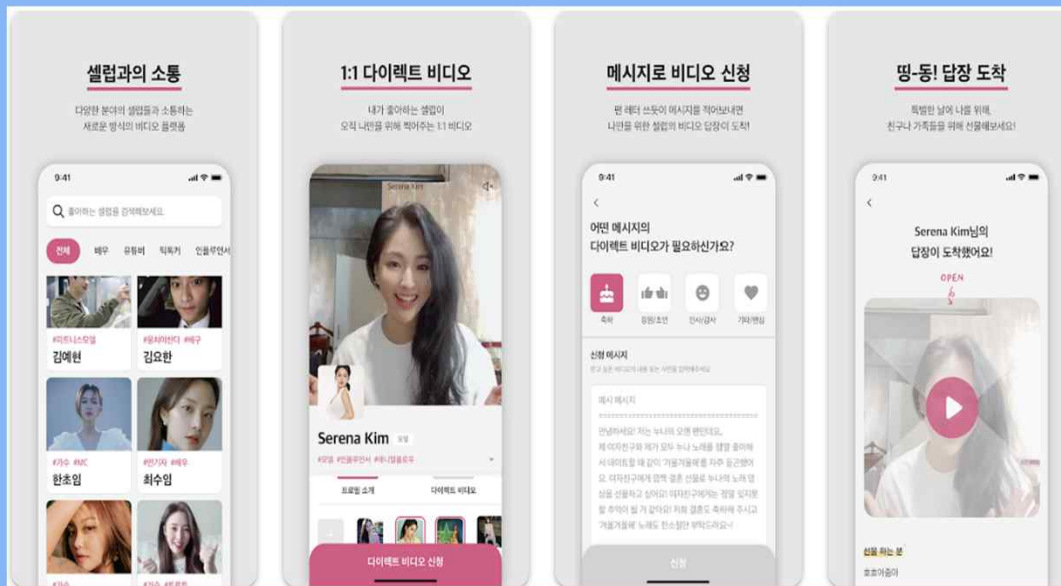
DATA Analysis



데이터
분석

유사 업종 분석

1. 셀럽 포유



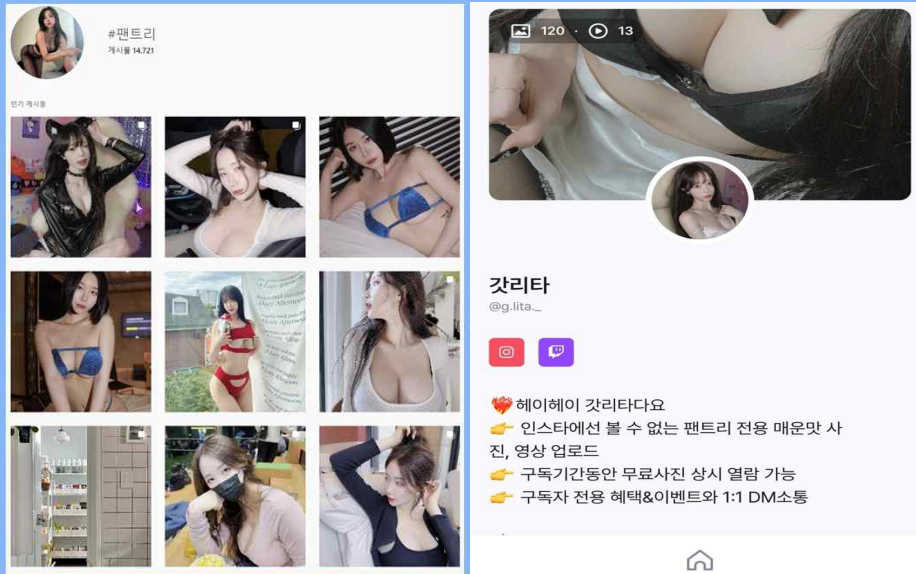
- 셀럽에게 비디오 요청
- 셀럽이 촬영으로 응답하는 방식으로 소통
- 과도한 리소스 필요(번거로움)

유사 업종 분석

2.팬트리(Fantrie)

팬은 자신이 좋아하는 크리에이터를 아래의 방식으로 후원할 수 있습니다.

1. 월간 정기 후원(구독)
2. **UNLOCK/PPV** 결제로 특정 콘텐츠 구입(판매)
3. 팬트리 전용 포인트인 **Trie** 결제 후, **tip** 선물



- 크리에이터의 특별한 콘텐츠를 정기 구독권 또는 포인트로 결제
- 국내에서는 셀럽의 과한 노출 콘텐츠가 주력 상품
- CAC는 낮지만 유료 결제후 고객의 리텐션이 저조

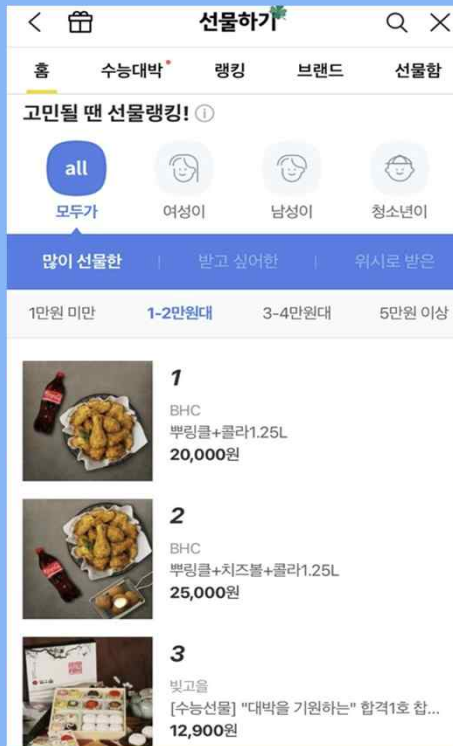
구독 서비스를 셀럽이 사용한다면?

구독 ➡ 팬관리

(특별 CRM 서비스)

유사 업종 분석

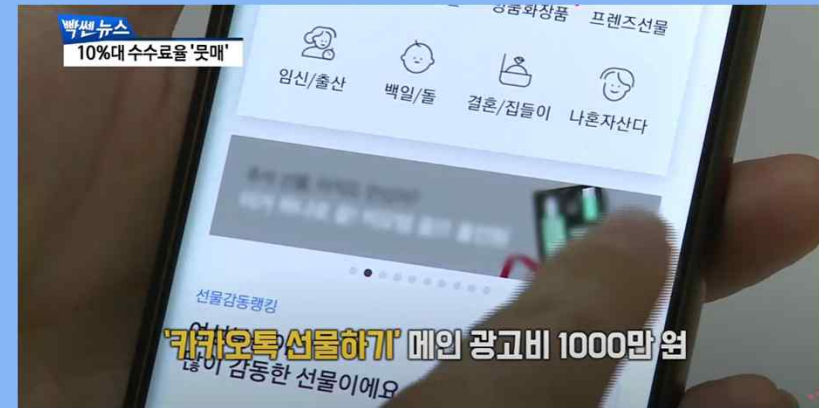
3. 카카오톡 선물하기(커머스몰)



카카오톡(좌측)



팬심(우측)



- 세분화 되어있고 편리한 UI
- 높은 광고비용(500-1000만원) 및 수수료(10-15%)

규모가 커질수록 광고 수익 창출 **증가**
현재 제휴 업체가 상대적으로 **적은편**



경쟁력 있는 광고비용 및 수수료

유사 업종 분석

“CRM(고객관계관리)”

15,112

가입 셀럽 수

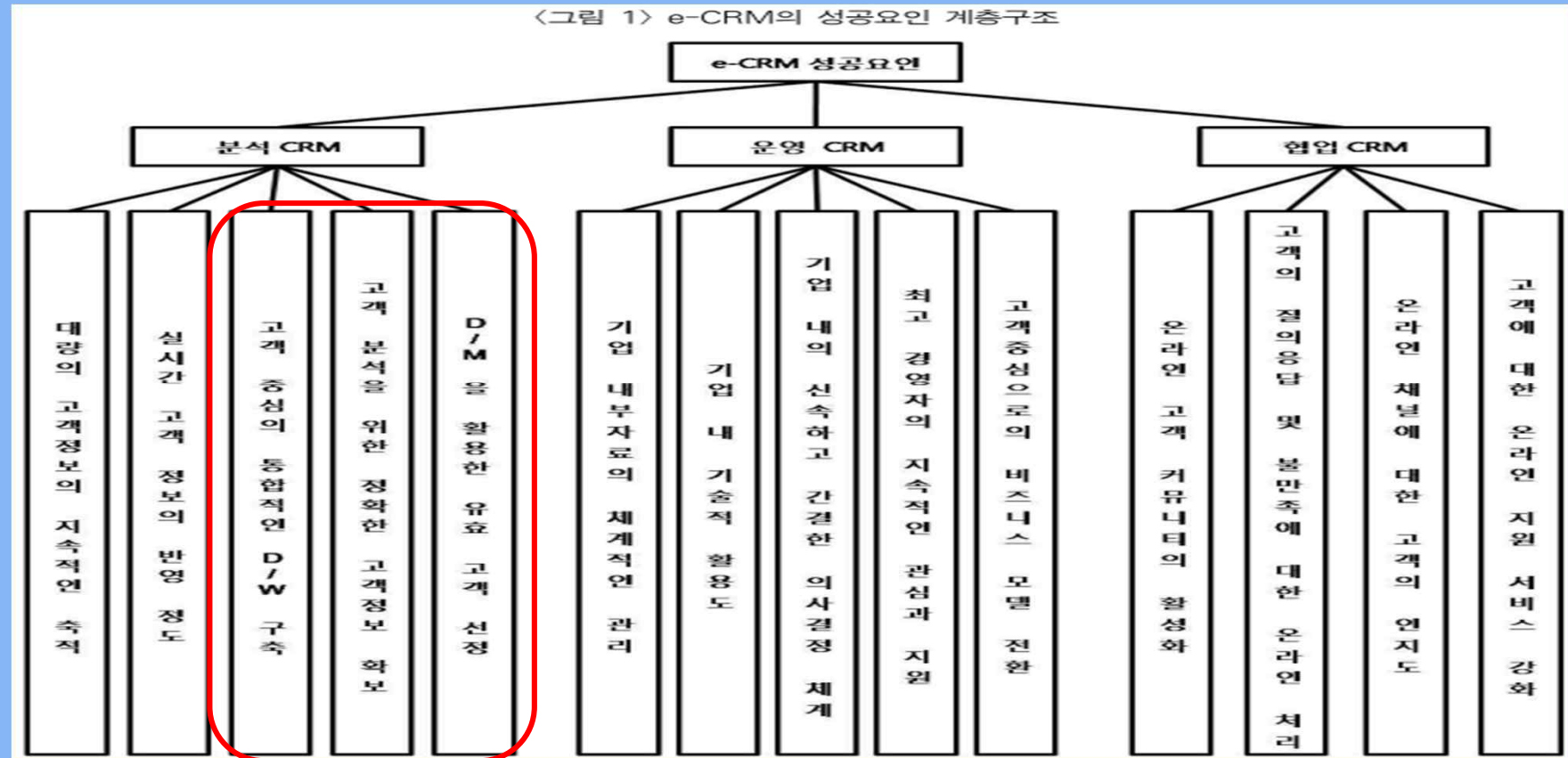
성장을 위한 팬 관리.

15만 이상

가입 팬 수

셀럽의 팬 관리 서비스를 통해 더
많은 후원 및 친밀감 형성

유사 업종 분석



신동혁,김성진,안현철,Shin Dong-Hyuk,Kim Seong-Jin,and Ahn Hyun-Chul. " 분석적 계층 프로세스(AHP) 기법을 이용한 e-CRM의 성공요인 분석." CRM연구 4.1 (2011): 19-34.

유사 업종 분석

구분	구성요소	성공요인	가중치
e-CRM	분석 e-CRM (0.3185)	대량의 고객정보의 지속적인 축적	0.0346
		실시간 고객 정보의 반영 정도	0.0385
		고객 중심의 통합적인 데이터웨어하우스 구축	0.0762
		고객 분석을 위한 정확한 고객정보 확보	0.1029
		데이터 마이닝을 활용한 유효 고객 선정	0.0663
	운영 e-CRM (0.3364)	기업 내부자료의 체계적인 관리	0.0444
		기업 내 기술적 활용도	0.0316
		기업 내의 신속하고 간결한 의사결정 체계	0.0516
		최고 경영자의 지속적인 관심과 지원	0.1084
		고객중심으로의 비즈니스 모델 전환	0.1004
	협업 e-CRM (0.3451)	온라인 고객 커뮤니티의 활성화	0.0872
		고객의 질의응답 및 불만족에 대한 온라인 처리	0.1059
		온라인 채널에 대한 고객의 인지도	0.0617
		고객에 대한 온라인 지원 서비스 강화	0.0902

성공 요인에 따른 가중치

“데이터 마이닝을 활용한 유효 고객 선정“

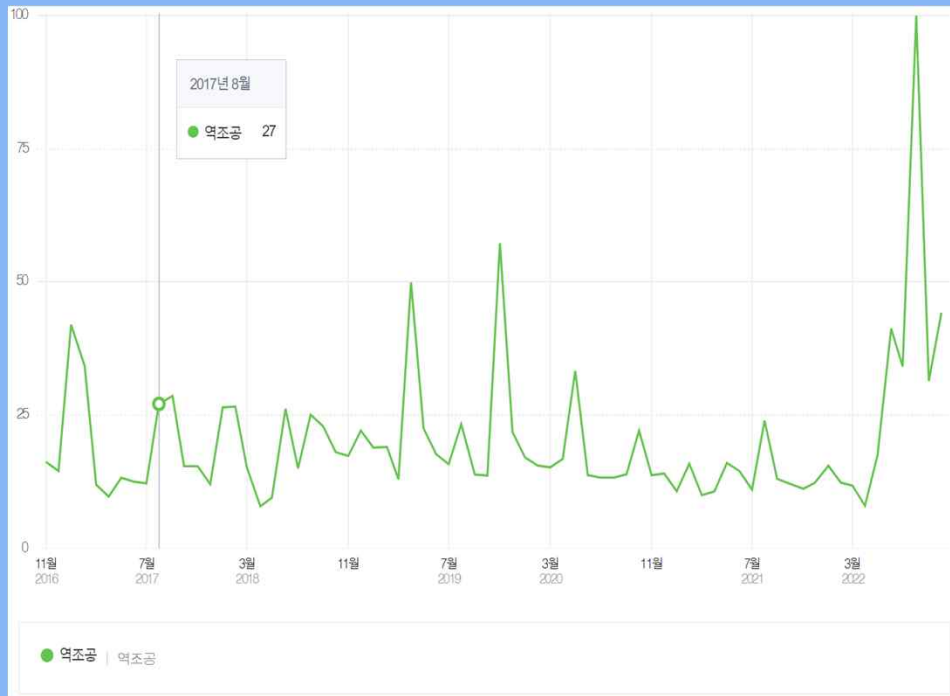


구독 서비스를 셀럽이 사용한다면?

구독 → **팬관리**

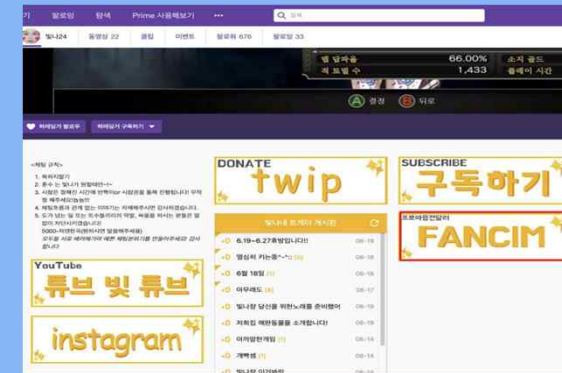
(특별 CRM 서비스)

SWOT 분석 – S(강점)

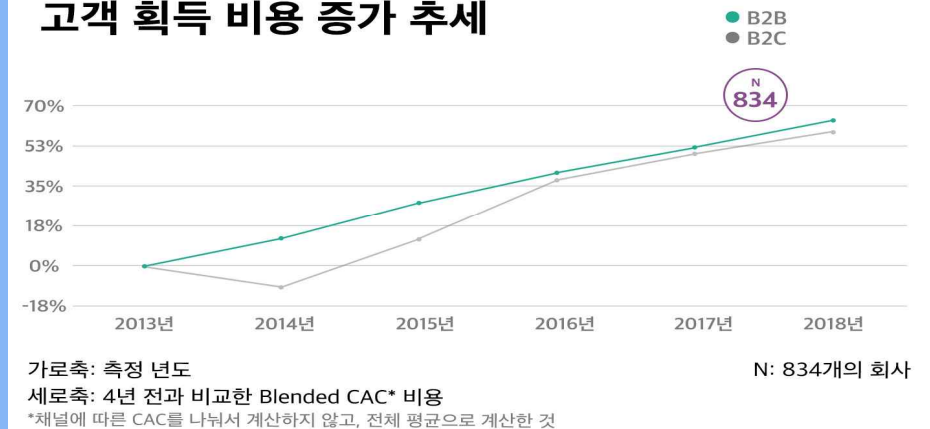


역조공(셀럽이 팬에게 선물)

- 역조공 서비스를 제공하는 유사업종 기업의 부재
- 타 기업과의 차별점



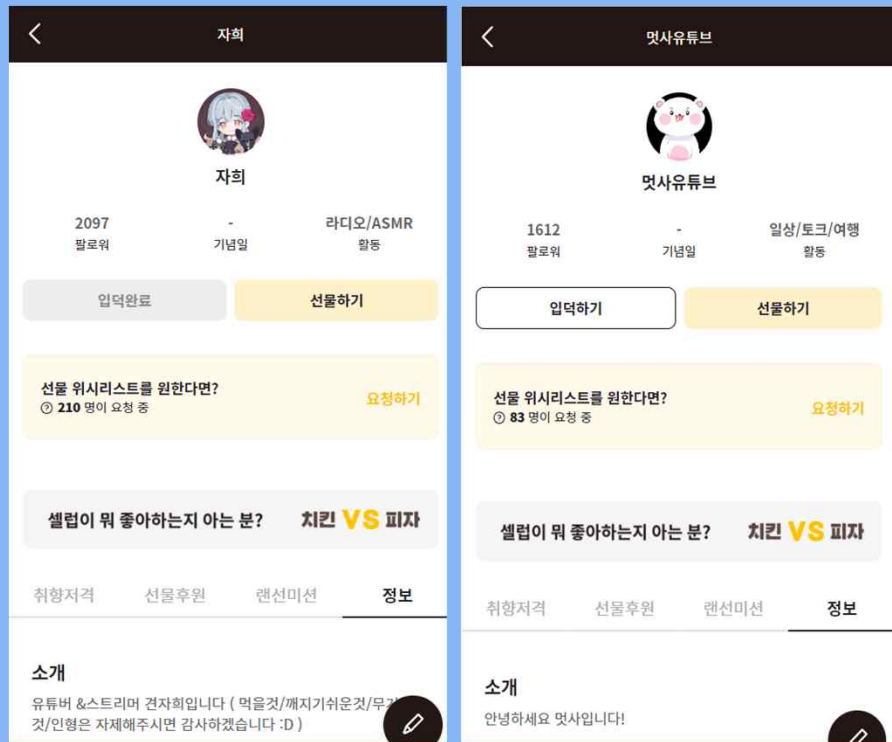
고객 획득 비용 증가 추세



낮은 CAC(고객확보비용)

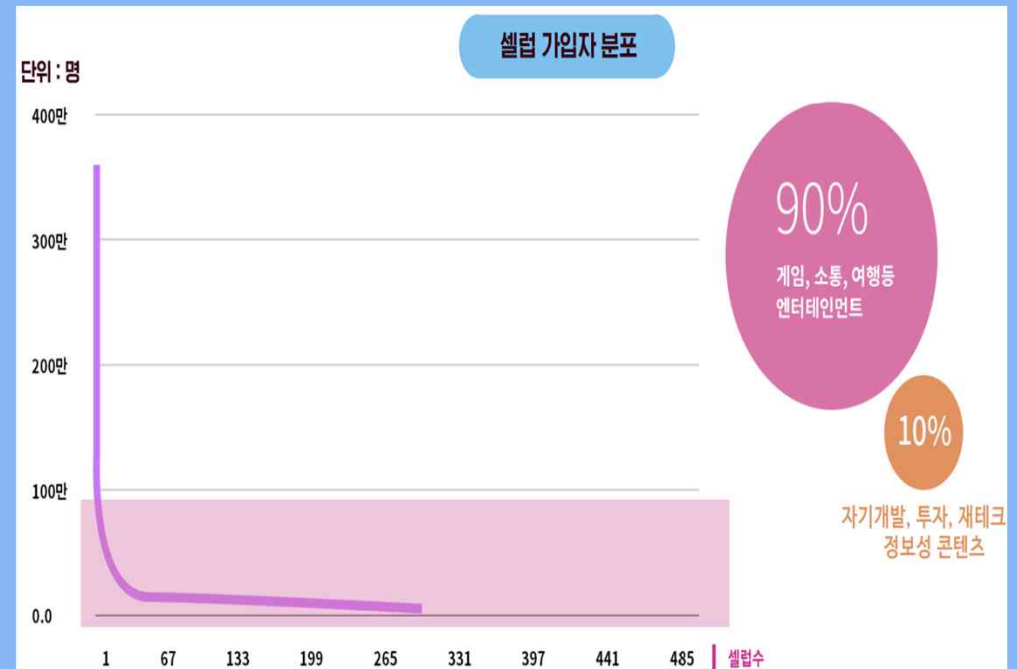
- 셀럽이 직접 홍보
- 타 시장 분위기는 CAC 증가 추세

SWOT 분석 – W (약점)



내부 팬 순환 유도 부재

- 보유 셀럽의 소개 정보 미흡
- 팬심 이용중인 팬들이 기존 팔로우 셀럽 외 타 셀럽 관심 유도 필요

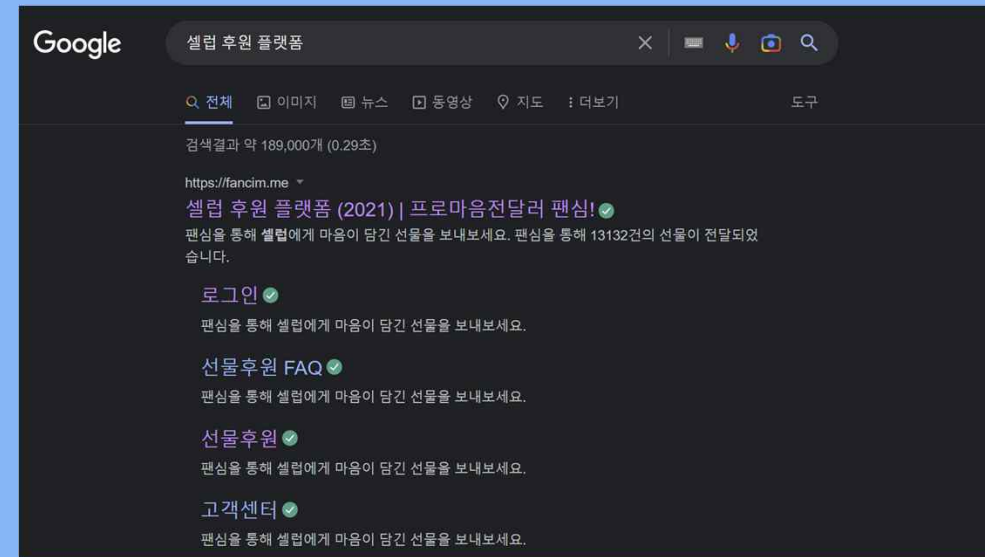


적은 대형 셀럽

- 대형 셀럽의 유무는 수익에 큰 영향

SWOT 분석 – O (기회)

DATA +



현재 팬심은 업계 키워드 한정 구글에서 높은 점유율
많은 셀럽을 보유 - 데이터 측면 우위
팬심만의 데이터

SWOT 분석 – T(위협)

고객 이탈

- 셀럽과 팬은 연결되어 있음
- 셀럽 이용자 이탈 = 팬 이용자 이탈
- 셀럽(팔로우 1만) > 팬 이용자 1000명

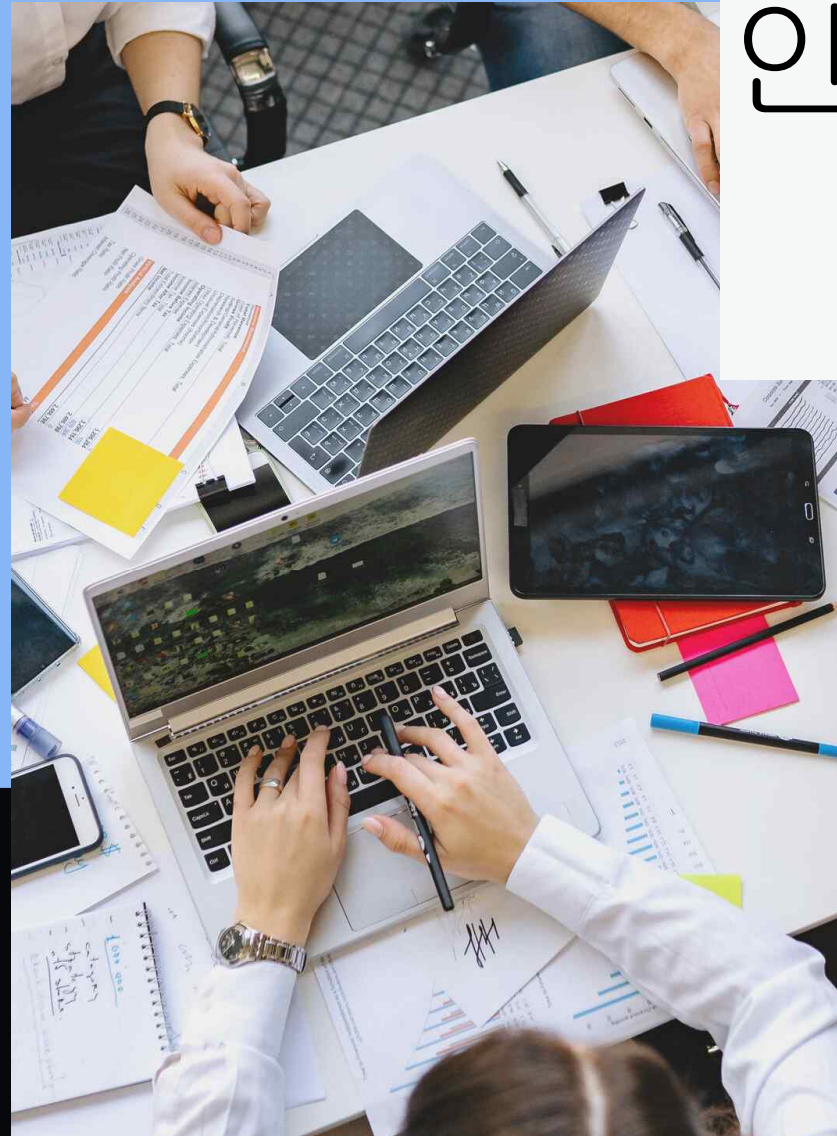
딜레마

- 팬이냐 셀럽이냐
- 셀럽 위주 운영시 주의

F FANCIM

인사이트
도출

Insights &
Suggestion



인사이드 및 방향성 제시

“특별 고객 역조공 케어 패키지”

데이터 분석

유효 고객 선정(등급제)

특별 CRM(역조공)

인사이드 및 방향성 제시

가설

- 특별 CRM을 적용한 A집단이 적용하지 않은 B집단 보다 긍정적인 결과를 얻었는가? 상업적 홍보가 가능할 정도의 수치인가?

Yes

- 역조공 강점 극대화
- 결과를 토대로 대형 셀럽 유입 가능성↑
- 서비스 추가 개발
- 고객 이탈 위험 ↓ 딜레마 해결

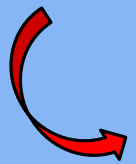
No

- 유효 고객 선별이 정확히 이루어 졌는가?
- 유효 고객 대상 서비스에 문제가 있는가?
- 실험 환경에 문제가 있지 않은가?

PLAN

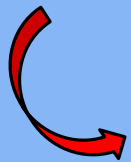
팬 이용자 데이터 수집 및 분석

- 팬 이용자의 데이터를 코호트 분석하여 팬의 등급을 나눈다



팬 셀럽과 팬을 실험군과 대조군으로 나눠 A/B 테스트 진행

- 팬 특성이 유사한 집단으로 선정하여 특별 고객 관리 유무를 기준으로 가설을 검증한다



서비스 출시 or 피드백

- 가설 검증 결과에 따라 서비스를 출시할지 재점검 할지 판단한다

Thank You

감사합니다