



쿠키 먹다

체한 기획자

PROJECT PLANNERS WITH INDIGESION FROM COOKIESV

목차 소개

쿠키 먹다 체한 기획팀



- 1 Cookie Cats
- ✓ 최초의 가설설정
- Q 1차 가설 검정 결과
- 중요한 행동패턴 발견
- 추가 가설 검정 1차
- 추가 가설 검정 2차
- 💡 핵심 인사이트
- 🚩 결론



Gate란

Gate는 플레이 도중 등장하는 핵심 UX 전환 지점
유저에게 명시적 선택을 강요

- 일정 시간 대기
- 친구 요청
- 결제 후 즉시 통과

단순 장애물이 아닌 의사결정을 유도하는 장치

Gate가 유저에게 주는 경험

플레이 흐름이 의도적으로 중단되면,
유저는 다음 중 하나를 선택해야 함

- 지금 멈춘다
- 나중에 돌아온다
- 비용을 지불하고 계속한다

이 선택은 이탈, 재방문, 몰입 심화 중 하나로 이어짐

Gate 위치의 전략적

의미

Gate 위치는 리텐션 몰입도(Engagement)를 동시에
흔드는 설계 요소

- 너무 이르면 불편함 → 이탈
- 너무 늦으면 재방문 동기 약화

Gate는 유저를 붙잡는 장치일 수도 몰입을 깊게 만
드는 장치일 수도 있음

아래의 의문에서 시작된 Gate 실험

쿠키 먹다 제한 기획팀

칼럼 목록 확인_Cookie_cat.csv

그렇다면 gate를 늦추면,
정말 유저 경험은 좋아질까?



컬럼명	타입	설명	비고
userid	int	사용자 고유 식별자	분석 시 식별용, 지표 계산 제외
version	category	실험 그룹 구분	gate_30 (Control), gate_40 (Treatment)
sum_gamerounds	int	실험 기간 동안 플레이한 총 게임 라운드 수	행동량 원본 지표
sum_gamerounds_capped	int	이상치 상한(99%) 적용 후 게임 라운드 수	주 분석 지표
retention_1	bool	설치 1일 후 재접속 여부	1일 리텐션
retention_7	bool	설치 7일 후 재접속 여부	7일 리텐션

사전 가설 설정 (Pre-defined Hypotheses)

구분	가설
H_0	$gate$ 위치는 1일 리텐션에 영향을 주지 않는다
H_1	$gate_{40}$ 은 $gate_{30}$ 대비 1일 리텐션을 증가시킨다
$H_{0,1}$	$gate_{30}$ 과 $gate_{40}$ 간 7일 리텐션에는 차이가 없다
$H_{1,1}$	$gate_{40}$ 은 $gate_{30}$ 대비 7일 리텐션을 개선한다



1차 사전 가설 검정 결과 : 핵심 가설은 기각되었음

쿠키 먹다 제한 기획팀

① 1일 리텐션 (Retention Day 1)

가설

H₀: gate 위치는 1일 리텐션에 영향을 주지 않는다

H₁: gate_40은 gate_30 대비 1일 리텐션을 증가시킨다

검정 결과

gate_30: 44.82%

gate_40: 44.23% p-value = 0.963

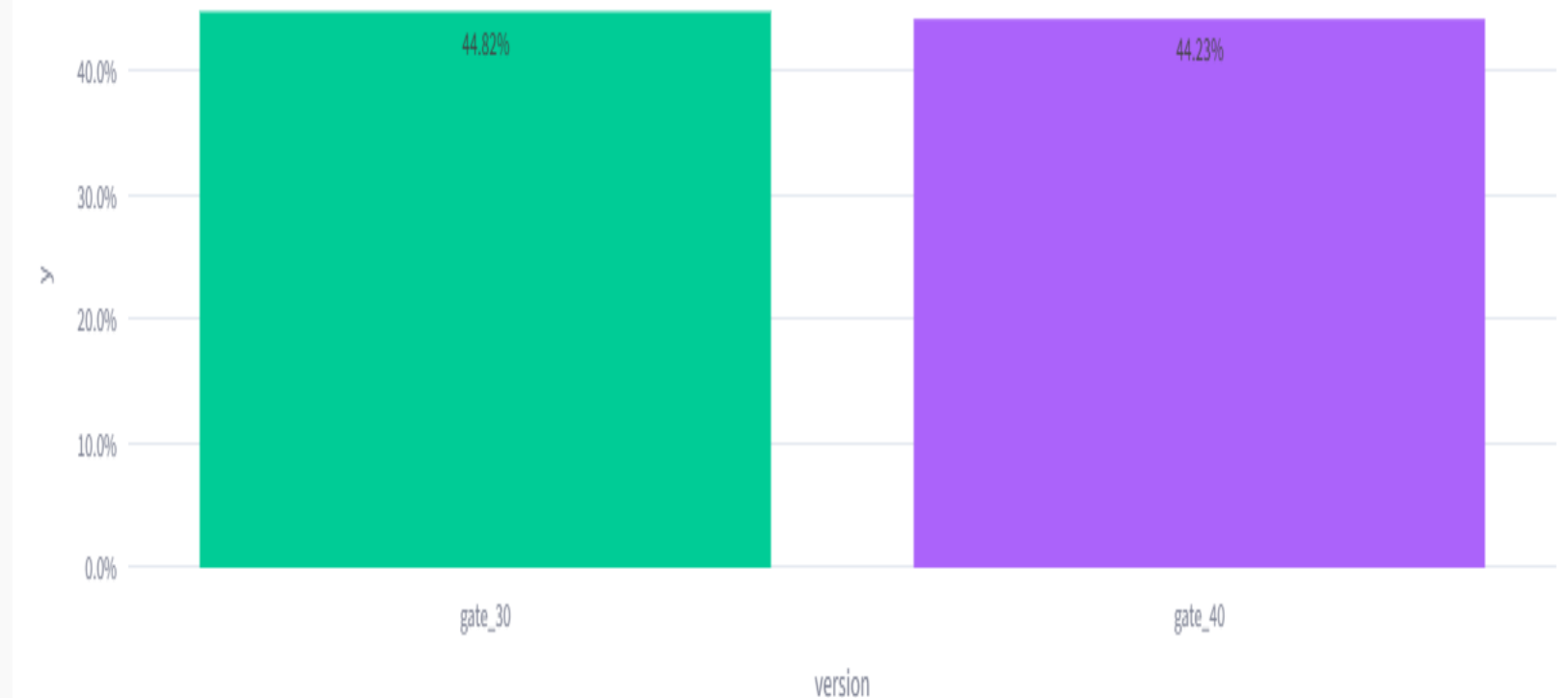
해석

gate를 40으로 낮추는 것만으로는

초기 재방문(1일 리텐션)에 아무런 개선 효과가 없었다

⇒ gate 위치 변경은 초기 재방문 행동에 영향을 주지 않음

[Secondary] 1-Day Retention Rate



1차 사전 가설 검정 결과 : 핵심 가설은 기각되었음

쿠키 먹다 제한 기획팀

② 7일 리텐션 (Retention Day 7)

가설

H₀: gate_30과 gate_40 간 7일 리텐션에는 차이가 없다

H₁: gate_40은 gate_30 대비 7일 리텐션을 개선한다

검정 결과

gate_30: 19.02%

gate_40: 18.20% p-value ≈ 1.0

해석

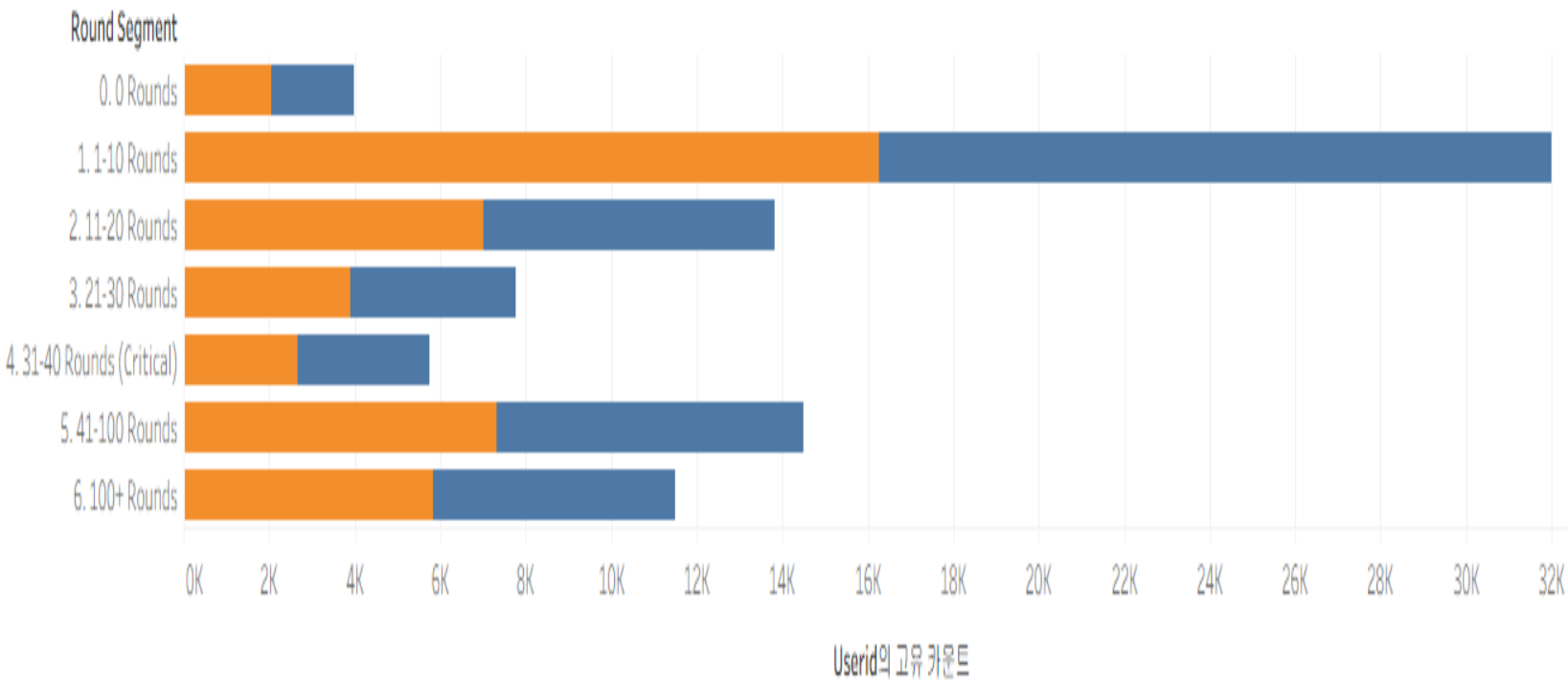
gate_40은 7일 리텐션을 개선하지 못했으며,
장기 재방문 관점에서도 효과를 확인할 수 없었다

⇒ 리텐션이라는 상위 지표에서는 gate 변경 효과가 나타나지 않음

가설 증명 (감질맛 효과)

목적: 30~40라운드 유저들의 리텐션을 비교하여 윤화님의 통찰을 시각화합니다.

>> 똑같이 30~40판을 한 유저라도, 게이트에 막혔던(Gate 30) 유저들이 더 많이 돌아왔다"는 것을 보여주는 결정적 차트입니다.





사후분석 - gate 이후 플레이 행동량

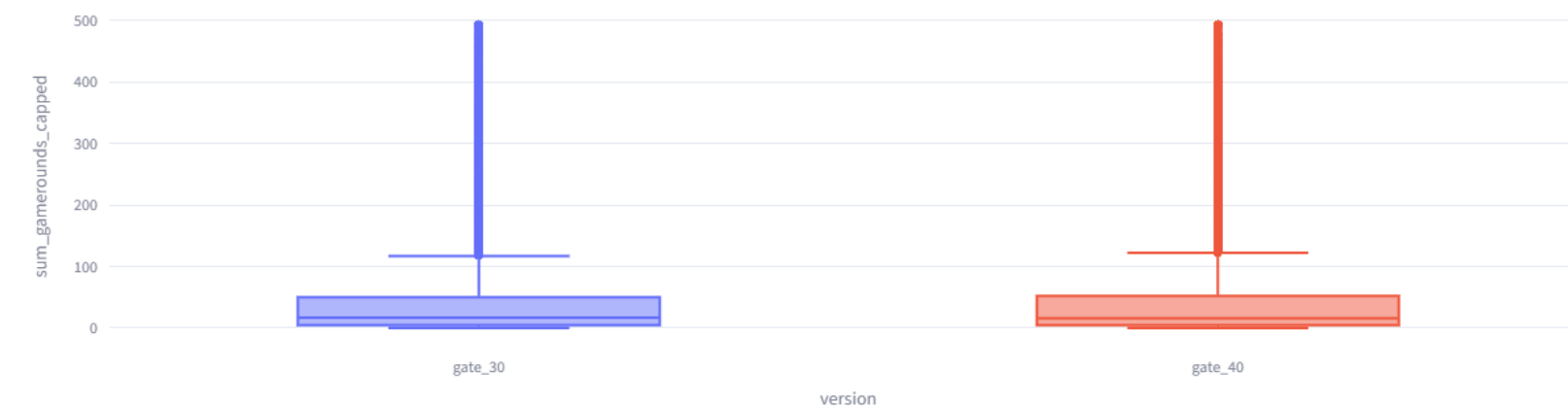
- Gate 이후 플레이 몰입
 - H_0 : gate 위치는 gate 이후 플레이 라운드 수에 영향을 주지 않는다
 - H_1 : gate_40은 gate_30 대비 gate 이후 플레이 라운드를 증가시킨다
-
- 결과 요약
 - gate_30: 95.1 라운드
 - gate_40: 102.7 라운드
 - p-value: $1.04e-25$ (매우 유의)



Gate 위치는 리텐션(다시 들어오는 것)에는 영향을 주지 않았지만,
“Gate를 넘긴 유저 세션 내 몰입은 유의미하게
증가시켰다.”

3 플레이 지표 분석: 행동 변화의 근거

Play Count Distribution (Capped)



※ 상위 1% 이상치를 보정한 분포입니다.

Play Count (Retained Users Only)



의의: 잔존 유저의 질적 행동 변화 확인.

Gate 30

다시 돌아오게 만드는 재방문 트리거

- 심리적 기제 :
- 30단계에서 멈춘 유저들
- 1일차 미접속자 중 7일차 복귀비율이 약 1.7% 높게 형성
- UX 자산으로 :
- 불편함은 제거해야 하는 요소가 아니라 적절한 타이밍에 배치될 때 유저의 목표 의식을 형성하고 리텐션을 강화하는 전략적 자산

Critical Zone 분석

31-40 라운드 집중 검증

- 강제 휴식을 가졌던 유저(gate30)들의
- 리텐션이 오히려 하이패스(gate40) 유저보다 높았음
- 무조건적인 플레이 지속보다
- 적절한 제동이 장기 잔존에 유리하다

Gate 40

코어 유저의 가치를 키우는 몰입장치

- 전략적 의미 :
- Gate40은 유저 수를 늘리는 장치가 아니라 남아있는 핵심 유저의 가치를 극대화하는 분기점
- 판단지점 :
- 하지만 한 번의 긴 플레이보다 자주 접속하는 짧은 플레이가 게임 생명력 유지에 더 효과적

기존안(gate30) 유지

쿠키 먹다 제한 기획팀

기존안 유지

- 유지율 방어를 위해 첫 번째 게이트 위치는 30번째 스테이지로 유지하는 것이 최선

전략적 설계 지점 분리

- 리텐션을 만드는 지점과 몰입을 깊게 만드는 지점이 다름
- Gate40의 몰입효과는 전체 리텐션을 깎지 않는 선에서
- 헤비 유저 전용 모드나 시즌패스 등 별도의 고도화 전략에
- 부분적으로 도입할 것을 제안

목표지표의 재설정

- 실험의 성공 여부는 리텐션 하나로 판가름 나는 것이 아니라
- 비즈니스가 현재 유저수를 원하는지, 유저당 매출을 원하는지에 따라 달라질 수 있음



Gate 기반 유저 실행 마케팅 전략

서비스 기획 Cliffhanger의 극대화	마케팅 데이터 기반 복귀 CRM	사업 및 BMI 코어 유저 수익화
<p>Gate 30 = 기대감 설계 포인트 → 차단 화면에서 다음 보상·캐릭터 노출로 "다음 목표" 제시</p> <p>차단이 아닌 유도 → 단절감 대신 재도전 욕구 강화</p> <p>하이브리드 게이트 구조 → 초반(30단계): 짧은 간격으로 복귀 유도 → 후반: 간격 확대, 몰입 흐름 유지</p> <p>"의도된 멈춤이 유저를 다시 움직이게 한다"</p>	<p>Gate 30 이탈 유저 집중 타겟팅 → 7일 리텐션이 높은 구간 활용</p> <p>24시간 미접속 트리거 푸시 → 게이트 오픈 임박 / 감성 메시지로 재접속 유도</p> <p>복귀 인센티브 제공 → 즉시 통과 열쇠·단발성 아이템으로 재진입 장벽 완화.</p> <p>"Gate 30 이탈은 '포기'가 아닌 '복귀 후보'다"</p>	<p>Gate 40 = 수익 전환 지점 → 통과 유저 몰입도 +7.6 라운드</p> <p>코어 유저 전용 패키지 → Gate 40 통과 유저에게만 한정 노출</p> <p>연속 플레이 보조 상품 → 하트 회복 가속·광고 제거</p> <p>"Gate 40은 '남은 유저'를 '지불 유저'로 바꾸는 지점"</p>

감사합니다.

Cookie Chet Co.