

조대협

소프트웨어 아키텍트로, 머신러닝, 빅데이터 시스템, 대용량 백엔드 시스템, 마이크로 서비스 아키텍처, DEVOPS/SRE 에 대한 기술 지원/컨설팅을 지원하고 있다.

- 현)미국 실리콘 벨리 구글 클라우드 엔지니어
- 연혁) 스타트업 피키캐스트 CTO, 삼성전자 모바일, 클라우드 컨설팅 대표, 마이크로소프트 컨설턴트, 오라클 컨설턴트, NHN, BEA 시스템즈 코리아 기술지원 엔지니어

주요 저서

- 2024 Langchain과 ChatGPT를 이용한 생성형 AI 애플리케이션 개발
- 2016 빠르게 시작하는 구글 클라우드
- 2015 대용량 시스템 아키텍처 설계와 성능 튜닝 (세종 서적 대상 수상)
- 2015 소프트웨어 개발과 테스트 (세종 서적 대상 수상)

기술 활동

- 조대협의 블로그 (bcho.tistory.com) 운영 11M+ 방문자, 1000 이상의 기술문서
- 50+ 이상의 국내외 개발자 컨퍼런스 발표, 국내외 30 회 이상의 잡지 기고
- 서버사이드 아키텍트 그룹 운영자
- 2000~2002 한국 자바 개발자 협회 부회장
- 1999~2010 자바 개발자 사이트 www.javastudy.com 운영



Part 1.

GTM 전략

IT 시스템은, 비즈니스를 지원하거나 또는 서비스를 제공함으로써 비즈니스를 하기 위함이다. 성공적인 IT 시스템을 설계하기 위해서는 해당 비즈니스에 대한 깊은 이해가 필요하다. 이번장에서는 시장 진입 전략 GTM에 대해서 알아본다.

GTM 전략이란?

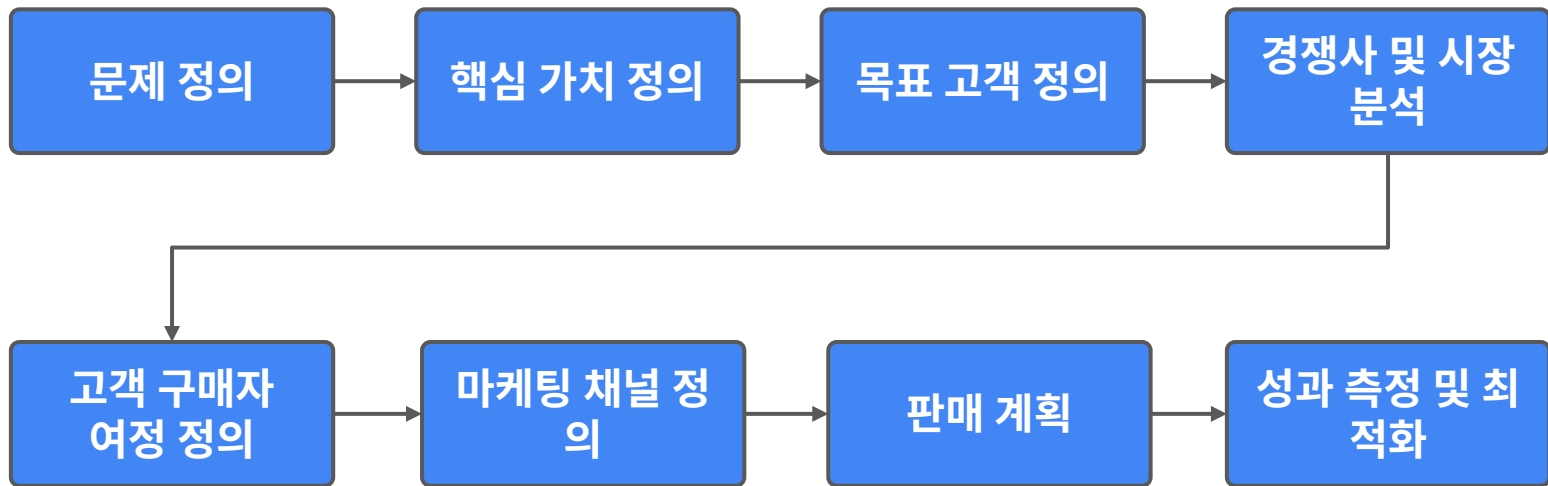
GTM (Go-To-Market) Strategy

기업이 새로운 제품이나, 서비스를 시장에 성공적으로 출시하고 위한 종합적인 계획.
목표 고객 정의, 가치(Value) 제안 및 개발, 판매(Sales) 및 마케팅 방법 결정등의 요소를 포함

아키텍처 디자인에서 GTM 전략의 의미

- 비즈니스 방향과 시스템 아키텍처의 방향이 서로 일치되도록 함.
[우선순위, 아키텍처 설계 원칙]
- 경쟁사와 시장의 이해를 통하여, 시스템 아키텍처에서 차별화점 개발.
- 비즈니스 단계에 따른 아키텍처 설계, 시스템 운용 방안, 개발 프로세스 도출
- 비즈니스 KPI에 일치된, 시스템 모니터링 기능 설계

GTM 전략의 구성 요소



1. 문제 정의

서비스/제품이 풀어내고자 하는 고객 문제에 대한 정의

- **우버** : 택시 서비스에 대한 불편함 (예약, 요금의 불투명성) 을 해결하고자 함
- **에어비앤비** : 게스트에게 저렴하고 개성이 있는 숙박시설을 제공하고, 호스트에게는 여분의 공간을 수익 창출하도록 함.
- **스포티파이** : 음악 구매나 다운로드 방식의 비용 문제를 광고 기반이나, 무제한 월정액 스트리밍으로 해결

1. 문제 정의 [예시]

- 실내 암벽 등반장에서 목표로 도달하는 방법이 어렵다.
- 실내 암벽 등반장에서 목표로 도달하기 위한 경로에 대한 도움을 받고 싶다.
- 암벽 목표에 도달하는 비디오 동영상이 인스타그램이나 유튜브등에서 있지만, 해당 암벽에 해당하는 자료를 찾기 어렵다.
- 실내 암벽 등반 경로에 대한 자료가 한곳에 모여 있지 않다.



2. 핵심 가치 정의

“핵심 가치 정의”란, 제품이나 서비스가 고객에게 제공하는 가장 중요한 가치를 명확히 한다.

- 제품이 어떻게 문제를 해결하는지
- 고객의 요구 사항을 어떻게 충족 시키는 지를 설명

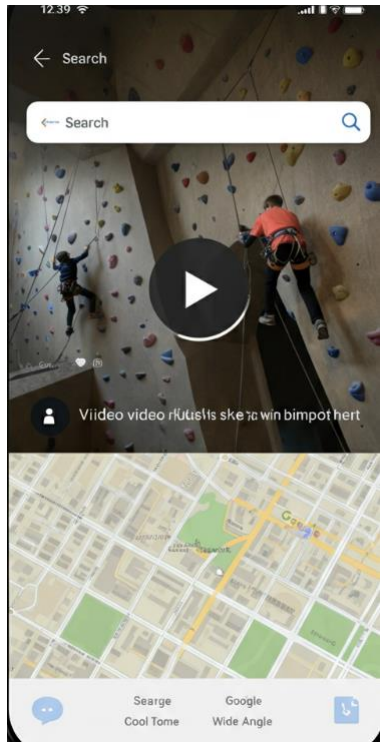
고객이 구매 이유가 되며, 마케팅, 브랜딩, 판매전략에 일관성을 부여한다.

시스템의 기능/비기능 특성을 결정하는 역할을 한다.
(시스템의 편의성, 응답시간, 신뢰성 등)

Apple

- **디자인과 사용 편의성:** 직관적이고 세련된 사용자 경험 제공.
- **프리미엄 품질:** 고급스러운 디자인과 뛰어난 제품 마감.
- **보안과 프라이버시:** 고객 데이터 보호와 프라이버시 우선.

2.핵심 가치 정의 [예시]



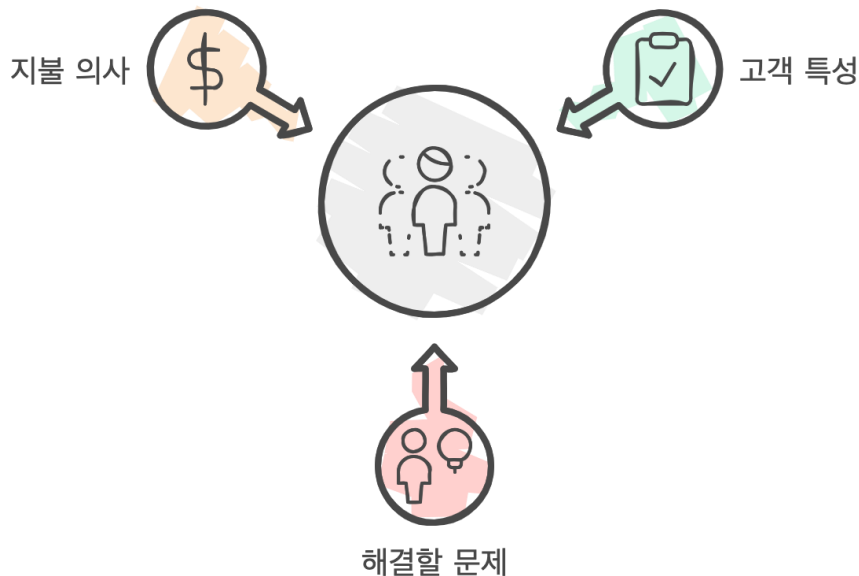
- 사용자가 암벽에서 목표를 도달할 수 있는 경로를 안내하는 비디오를 쉽게 찾을 수 있게 한다.
- 실내 암벽 등반 경로에 대한 모든 정보를 한곳에서 제공한다.

3. 목표 고객 정의

목표 고객에 대한 이해

- 우리가 정의한 문제를 겪고 있는 고객은 어떤 사람인가?
- 우리는 그 고객들의 어떤 문제를 해결하고자 하는가?
- 잠재적 고객은 그 문제를 해결하기 위해서 비용을 지불할 의사가 있는가?

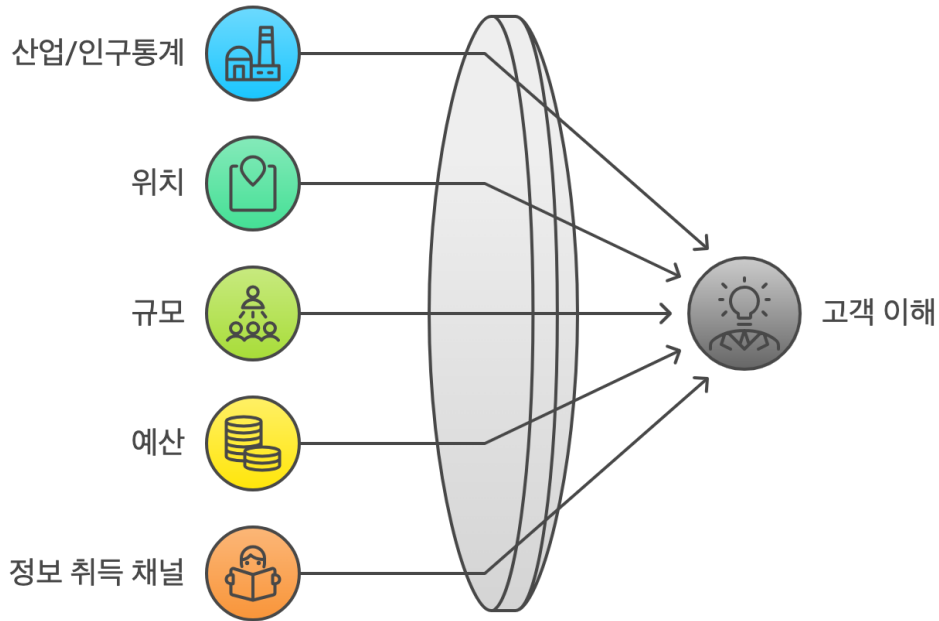
목표 고객 이해



3. 목표 고객 정의

- **인더스트리 또는 데모그래픽 정보**
B2B의 경우 인더스트리 (금융, 법률, 제조 등),
B2C의 경우 데모그래픽 정보(성별, 나이)
- **위치**
고객이 어디에 거주하는가?
- **규모**
B2B의 경우 대상 기업의 크기(스타트업, 중소기업)
- **예산**
B2B 재무 기장 서비스를 위해서 월 100만원을
소비함, B2C 수영장 관리에 보통 월 300\$를 소
비함.
- **정보 취득 채널**

고객은 어디서 정보를 취득하는가? CIO : CIO 매
거진, 육아 정보 : 네이버 육아 카페



3. 목표 고객 정의 [예시 : 사용자 퍼소나 정의]



- 나이 : 20대 초반
- 직업 : 대학생
- 계기: 클라이밍을 하던 주변 지인과 함께 가며 시작
 - 경력: 1년 미만 초보자
- 겪는 문제점: 매번 지인에게 경로를 물어보니 답변을 귀찮아 하기 시작해 눈치가 보인다
- 지리적 위치: 서울



- 나이 : 20대 중후반
- 직업 : IT 기업 종사자
- 계기 : 다이어트
- 경력: 6개월
- 겪는 문제점 :혼자 가다보니 막혀도 물어볼 사람이 없어서 어떻게 풀어야할지 모른다.
- 지리적 위치 : 서울의 직장 근처 클라이밍장

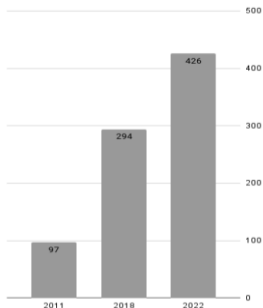
4. 시장 분석

1. **타깃 시장 식별** : 제품이나 서비스가 진입할 수 있는 시장을 분석하고 잠재 고객층 분석
2. **시장 규모 및 성장성 평가** : 시장의 크기와 성장 가능성을 파악하여 비즈니스 기회를 평가
3. **트렌드 파악** : 시장 내 현재 트렌드, 기술 분석, 규제 변화 분석, 위험요소 파악하여 전략에 반영

- <https://www.statista.com/>
산업과 시장에 대한 통계 제공.
- <https://www.ibisworld.com/>
산업 보고서, 시장분석과 산업 동향 정보 제공.
- <https://www.gartner.com/en>
기술 및 IT 관련 시장 분석 정보 제공.
- <https://kosis.kr/index/index.do>
한국 국가 통계 자료 포털
- <https://kostat.go.kr/ansk/>
한국 통계청

시스템 디자인 관점에서, 규제 대응 설계와, 시장 성장성에 따른 확장성, 트렌드 등을 반영한다.

4. 시장 분석 [예시 : 실내 암벽 등반 시장 규모]



국내 인공 암벽장 개수

- 2011년 97개
 - 2018년 294개
 - 2022년 426개
- 로 급격하게 증가중



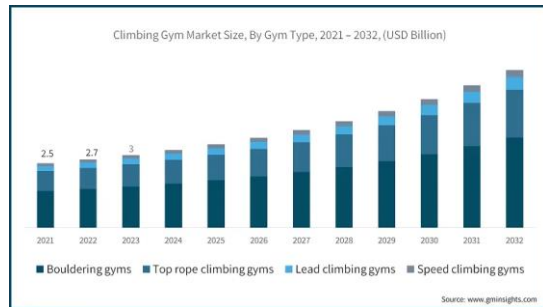
인스타그램 클라이밍 관련 태그

- 2021년 57만개
- 2024년 171만개



클라이밍 신발 회사 SCARPA

- 2020년 매출 10억
- 2023년 매출 40억
- 2024년 매출 60억



미국 Climbing Gym 규모

출처 : <https://www.gminsights.com/industry-analysis/climbing-gym-market>

4. 경쟁사 분석

경쟁사 분석을 통하여 차별화 전략과, 시장에서 제품의 위치를 결정한다.

1. **시장 점유율 비교** : 자사의 위치와 경쟁 강도 파악
2. **기능 차이점 비교** : 차별화 요소 (강점과 보완점)
3. **가격 모델 분석** : 가격 경쟁력 확보
4. **마케팅 전략 분석** : 경쟁사 사례 기반 효과적 마케팅 전략 수립

시스템 디자인 관점에서 핵심 기능의 차별화 요소 개발 및 특허 대응을 고려할 수 있게 한다.

4. 경쟁사 분석 [예시 : 실내 암벽 등반 앱]

기능	A사	B사	C사	D사	E사
클라이밍 문제 정보	O	X	X	X	X
사진으로 문제 검색	O	X	X	X	X
암장 정보	O	O	O	X	O
타이밍 기록	O	O	O	O	O
타인의 영상 시청	O	O	O	X	X
커뮤니티	O	O	O	O	X

장단점 분석

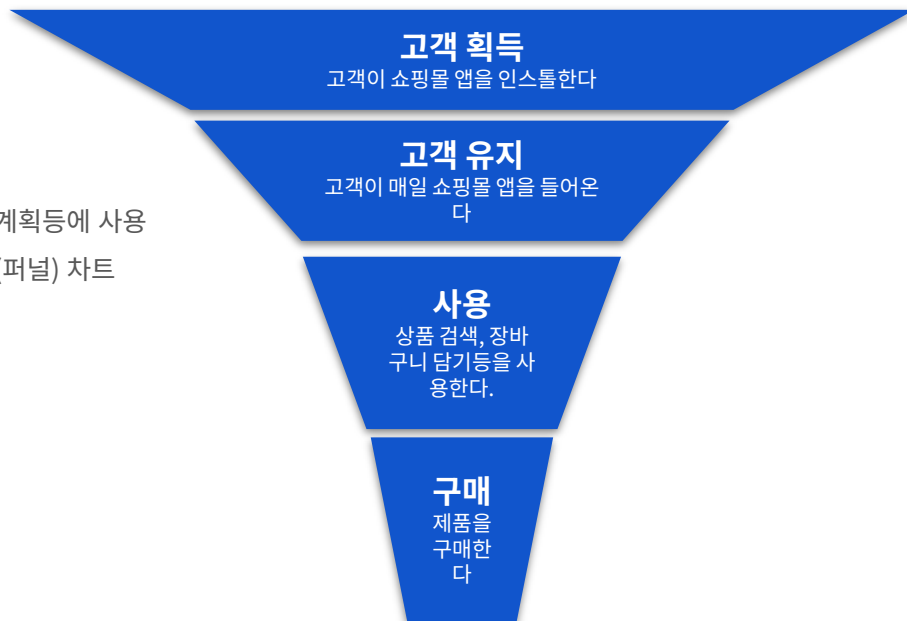
- A사 : 암벽 등반 히스토리 저장이 가능하고, 커머스 제공
- B사 : 실내 암벽등반장의 위치 정보 제공

5. 고객 구매자 여정 정의

고객의 구매에 이르기까지의 여정을 정의

인터넷 쇼핑 앱 예시

- 마케팅 계획등에 사용
- 깔때기 (퍼널) 차트



고객을 획득하는 단계로, 고객이 광고를 통하여 앱을 설치한다.

확보한 고객을 계속 유지 시키는 단계. 예) 게임에서 7일 출석시 AWARD를 주는 방식

고객이 구체적으로 제품을 사용하는 단계. 쇼핑물앱에서 상품 상세정보를 보거나 평가를 검색하는 등

최종적으로 고객이 금액을 지불하고 상품을 구매하는 단계

6. 마케팅 채널 정의

- 온라인 마케팅
 - 바이럴 마케팅
 - 온라인 마케팅 (인스타그램, 페이스북, 유튜브)
 - 이메일, SMS 광고
- 오프라인 광고 & 캠페인
- 채널별 마케팅 성과 측정



7. 판매 계획

개발된 제품을 어떻게 판매할지를 결정한다.

시장 진입 전략

- 점진적 진출 vs 전체 진출
- 시장 성장률과 타이밍 고려

제품 포지셔닝

- 차별화 전략
- 브랜드 이미지

판매 모델

- 직접 영업
- 현장 영업
- 셀프 서비스
- 채널(파트너)

가격 정책

- 일반 구매
- 구독
- 번들
- 화이트 레이블링

7. 가격 정책

가격 정책별 장단점 비교

	일반 구매	구독	번들링	화이트레이블링
판매 형태	제품을 구매한후 소유하는 방식	장기적인 비용을 지불하고 일정기간 제품이나 서비스를 사용하는 방식	제품을 다른 제품에 묶어서 판매하는 방식	타사의 브랜드로 판매하는 방식
예시	일반 전자제품 판매	넷플릭스 구독	핸드폰 요금제 + 유튜브	코스트코 커크랜드
장점	단기 매출	안정적인 장기 매출	추가 구매 유도	낮은 브랜드 판매 가능
단점	지속적 수익 창출 어려움	고객 이탈 관리 필요	개별 제품 가치 하락	제품이 아니라 브랜드에 고객 충성

8. 성과 측정 및 최적화

SMART

“2분기까지, 매출을 20% 증가 시킨다”

- 구체적(Specific), 측정가능(Measurable), 달성가능(Achievable), 현실적(Realistic), 기한(Time Specific)
- 구체적이지만 유연하지 않음.
- 현실적인 목표 → 보수적
- 장기 목표보다 단기 목표에 유리

KPI

(Key performance indicator)
“분기별 신규 계약, 일 방문자”

- 조직이나 개인의 성과를 측정하기 위한 지표 (목표값은 없음)
- 성과를 수치화할 수 있는 장점이 있음
- KPI 이외의 다른 성과 지표에 소홀해질 수 있음.
- 전체 목표와의 연결이 약함 (전체중 KPI에만 목표를 맞춤)

OKR

(Objectives and Key Results)
“Objective : 팀의 협업 개선
KR 1 : 팀 회의 참석률 90%
KR 2 : 팀원간 피드백 2주 1회”

- 조직/개인의 목표(Objective)와 이를 달성하기 위한 주요 결과 (Key Result)를 설정하여 관리하는 방식
- Objective : 성취하고자 하는 큰 목표
- Key Result : 목표를 달성하기 위한 구체적인 방법
- 목표와 주요 결과를 나눠서 관리하기 때문에 유연함, 목표가 명확함
- 과도한 목표가 설정될 수 있음, 성과 측정의 복잡성 (주요 결과가 많을 경우)

감사합니다.