

구인공고 서비스 로그 데이터 분석

문제상황 1: 최근 2개월 동안 지원이 지속적으로 줄어 다각도로 원인을 파악하고자 함

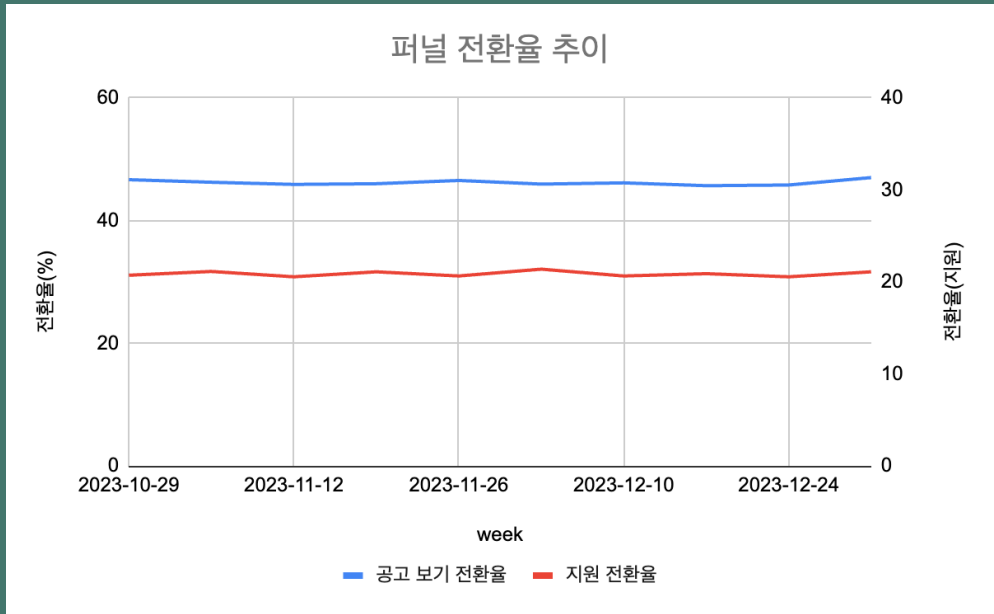
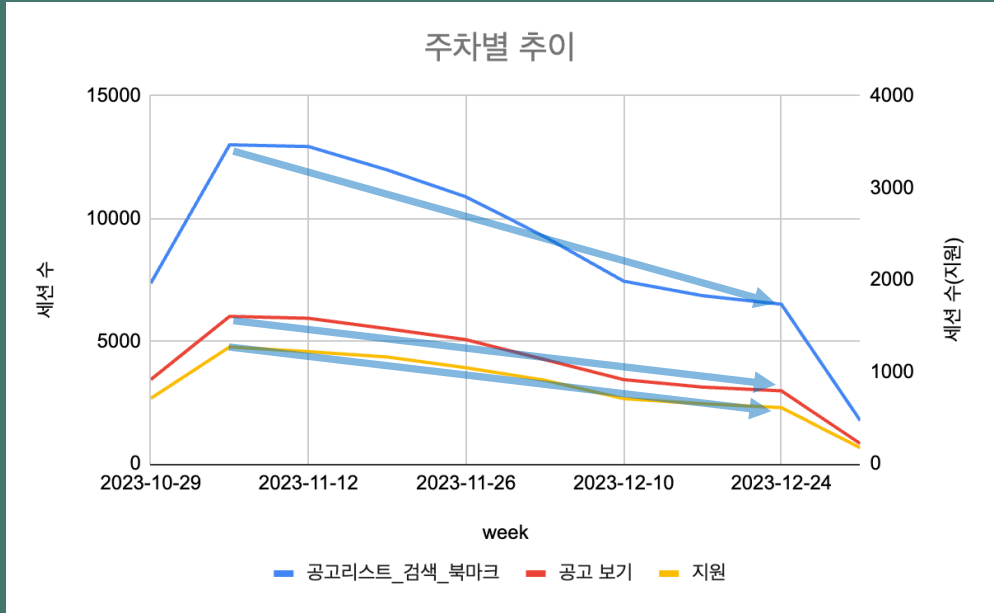
문제상황 2: 공고리스트 > 공고 배너에서 스킵을 표시하는 AB test 성과 분석

session_id	event_name	event_property	timestamp
100072513	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-11-07 16:28:20.000000 UTC
100110992	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-12-31 02:10:46.000000 UTC
100404100	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-12-19 07:02:00.000000 UTC
100466600	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-11-03 20:44:14.000000 UTC
100573787	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-12-24 02:42:24.000000 UTC
100640662	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-12-21 13:10:59.000000 UTC
...
101527171	jd_view	{'page_path': '/jd'}	2023-11-17 23:16:17.000000 UTC
100072513	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-11-07 16:27:10 UTC
100110992	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-12-31 02:09:17 UTC
100404100	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-12-19 07:00:52 UTC
100427133	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-11-14 19:55:10 UTC
100466600	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-11-03 20:43:17 UTC
100481334	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-11-12 11:06:31 UTC
100516007	jdlist_view	{'page_path': '/jdlist', 'use_skill_filter': 'used'}	2023-11-30 12:36:11 UTC

[지원] 감소 원인 파악

: Activation 관점에서 제품의 문제가 없는지 확인하기 위한 퍼널 분석

※ 데이터 기간: 23.11.01~24.01.02



week	공고리스트/검색/북마크	공고 보기	지원	공고 보기 전환율(%)	지원 전환율(%)
2023-10-29	7368	3439	713	46.67	20.73
2023-11-05	13007	6016	1272	46.25	21.14
2023-11-12	12937	5938	1221	45.9	20.56
2023-11-19	11983	5513	1163	46.01	21.1
2023-11-26	10886	5066	1046	46.54	20.65
2023-12-03	9258	4254	910	45.95	21.39
2023-12-10	7450	3438	710	46.15	20.65
2023-12-17	6859	3134	655	45.69	20.9
2023-12-24	6511	2982	613	45.8	20.56
2023-12-31	1774	834	176	47.01	21.1

※ 12월 마지막 주는 12/31~1/2일까지의 데이터로 수~토요일 데이터가 부재하므로 제외하고 살펴봄.

▶ [공고리스트/검색/북마크](13007 -> 6511), [공고 보기](6016 -> 2982), [지원](1272 -> 613) 모두 11/19일부터 지속적으로 감소하는 추세를 나타냄

▶ 그러나 [공고 보기] 전환율과 [지원] 전환율은 11월 이후 꾸준히 각각 45~46%, 20~21% 유지

▶ [공고보기] 및 [지원] 전환율은 유지되었다는 점에서 전반적인 서비스 유입이 감소하면서 [지원]도 감소한 것으로 추정됨

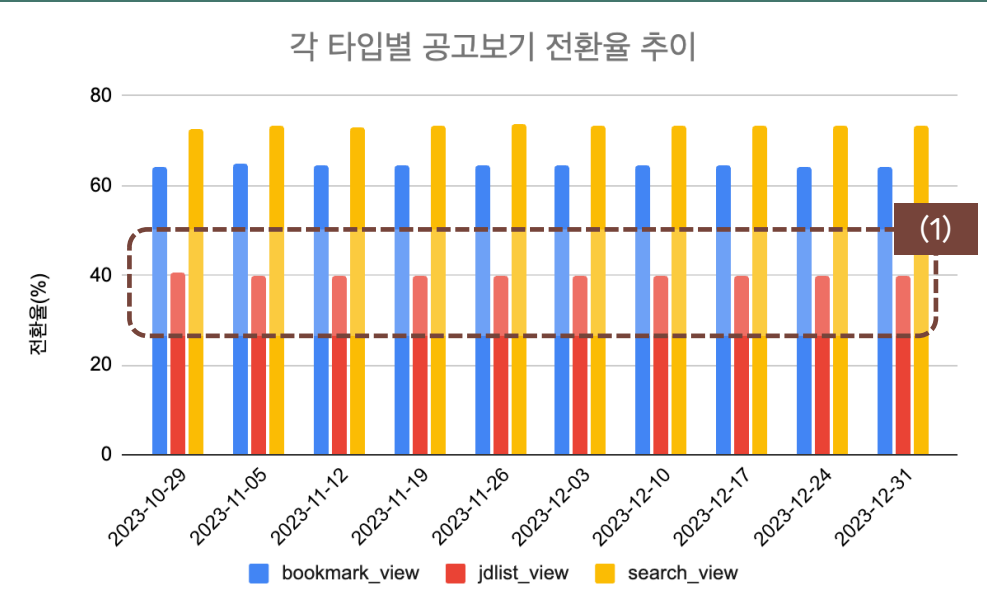
▶ 서비스 유입이 11/5일부터 2주간 급증했다가 꾸준히 감소한다는 점에서 11/5~11/18일에 비교적 많은 유입이 발생한 것으로 보여짐

▶ 다만 11/19일 이후 유입이 꾸준히 감소하면서 11/5일 이전보다 감소했다는 점에서 앞으로 유입 및 지원 감소 추세가 이어지는지 주목해야 할 것

[지원] 감소 원인 파악

: 제품 내에 지원에 영향을 주는 요인이 있는지 확인하기 위해 각 타입별 전환율 분석

※ 데이터 기간: 23.11.01~24.01.02



- ▶ (1): [광고 보기] 전환율은 [검색]의 경우 73%, [북마크]는 64%인 반면 [광고리스트]는 40% 기록
- ▶ (2): [광고리스트]의 유입은 [검색] 대비 5.2배, [북마크] 대비 15.8배 많이 발생

주차별 유입 수	bookmark_view	jdlist_view	search_view
2023-10-29	371	5,858	1,139
2023-11-05	1,039	16,203	3,134
2023-11-12	1,687	26,562	5,064
2023-11-19	2,245	36,208	6,843
2023-11-26	2,805	44,860	8,517
2023-12-03	3,275	52,209	9,956
2023-12-10	3,691	58,165	11,034
2023-12-17	4,028	63,651	12,071
2023-12-24	4,340	68,853	13,068
2023-12-31	4,427	70,293	13,315

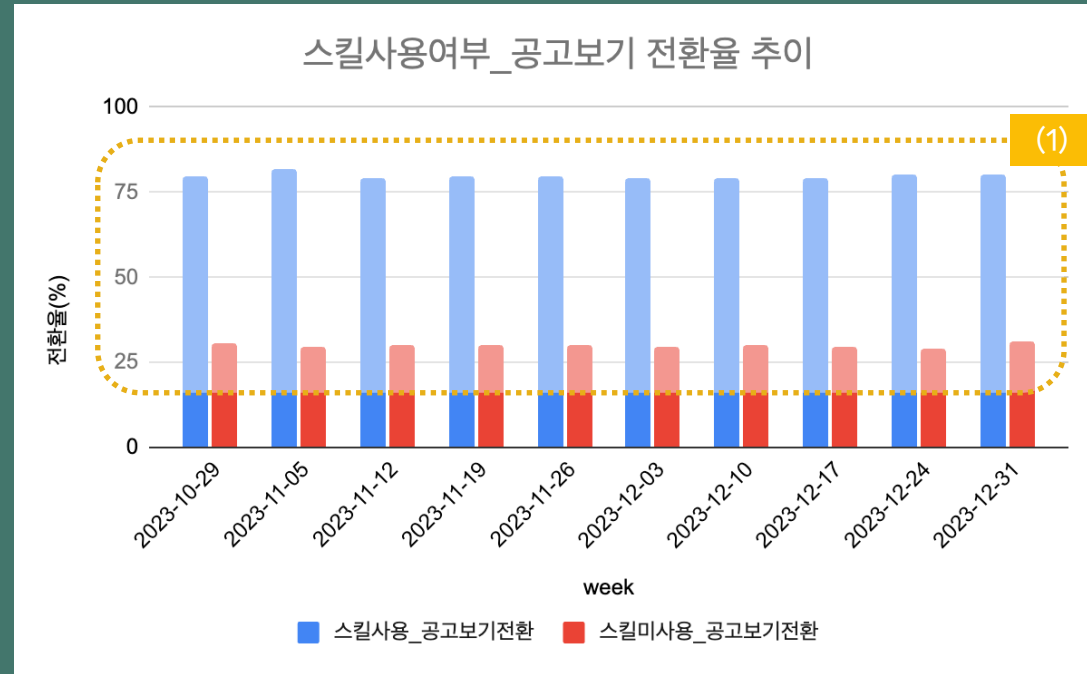
▶ [검색/북마크] 대비 [광고리스트]의 유입은 상당히 많지만 전환율이 낮아 다양한 실험 및 전략으로 [광고리스트]에서 [광고 보기]로 적극적인 전환을 이끌어낼 수 있을 것

▶ [검색/북마크]는 사용자가 관심있는 광고를 찾을 때 발생하므로 [검색/북마크]의 [광고 보기] 전환율이 [광고리스트]보다 높은 것은 자연스러운 현상이라고 생각됨

[지원] 감소 원인 파악

: 제품 내에 지원에 영향을 주는 요인이 있는지 확인하기 위해 각 타입별 전환율 분석

※ 데이터 기간: 23.11.01~24.01.02



▶ [공고리스트]에서 스킬 필터를 사용할 수 있게 설정할 수 있으며,
스킬 필터 사용자의 평균 [공고 보기] 전환율(79.8%)은 미사용자(29.89%) 대비 2.67배 높음

▶ 스킬 필터 사용자의 [공고 보기] 전환율이 높다는 점에서
스킬 필터가 원하는 공고를 찾아 자세히 볼 수 있게 유도한다고 볼 수 있음

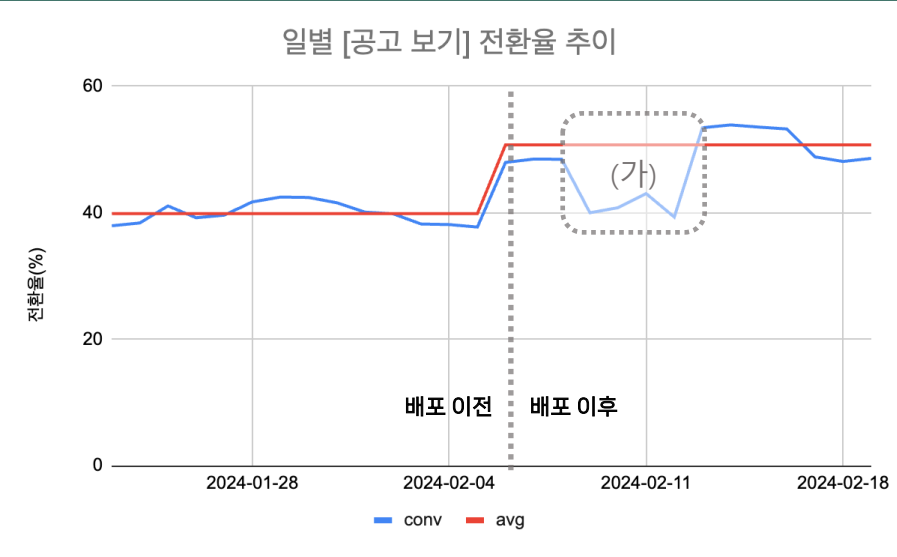
▶ (1)과 [공고리스트]의 유입이 활발하나 전환율은 낮은 점(=5p)고려해
[공고리스트]에서 사용할 수 있는 추가 필터 기능(ex. 경력 필터)을 개발 및
테스트해 더 많은 전환이 이끌어낼 수 있을 것

AB test 성과 분석

: 공고 배너에 스킴을 표시하는 AB test 성과 분석

※ 데이터 기간: 23.11.01~24.01.02
※ 배포 시점: 24.02.06

일	공고리스트	공고 보기	전환율(%)
2024-01-23	2140	812	37.94
2024-01-24	2183	838	38.39
2024-01-25	2045	840	41.08
2024-01-26	2127	834	39.21
2024-01-27	2024	802	39.62
2024-01-28	2040	851	41.72
2024-01-29	2008	853	42.48
2024-01-30	2157	915	42.42
2024-01-31	2121	882	41.58
2024-02-01	2075	832	40.1
2024-02-02	2116	843	39.84
2024-02-03	2114	808	38.22
2024-02-04	2064	787	38.13
2024-02-05	2101	793	37.74
2024-02-06	2108	1011	47.96
2024-02-07	2023	981	48.49
2024-02-08	2136	1035	48.46
2024-02-09	250	100	40
2024-02-10	250	102	40.8
2024-02-11	244	105	43.03
2024-02-12	262	103	39.31
2024-02-13	3633	1942	53.45
2024-02-14	3498	1885	53.89
2024-02-15	3671	1966	53.55
2024-02-16	3459	1842	53.25
2024-02-17	2164	1057	48.84
2024-02-18	2091	1006	48.11
2024-02-19	2183	1061	48.6



※ (가): 설 연휴 기간(24.02.09~24.02.12)
※ conv: 일별 [공고 보기] 전환율(%)
※ avg: 배포 전/후 평균 [공고 보기] 전환율(%)

▶ 2/13~2/16일 [공고 보기]가 3400~3600건으로 증가했으나, 16일 이후 배포 이전 수준(= 평균 2090건)으로 회복함

▶ 설 연휴 기간을 제외하면

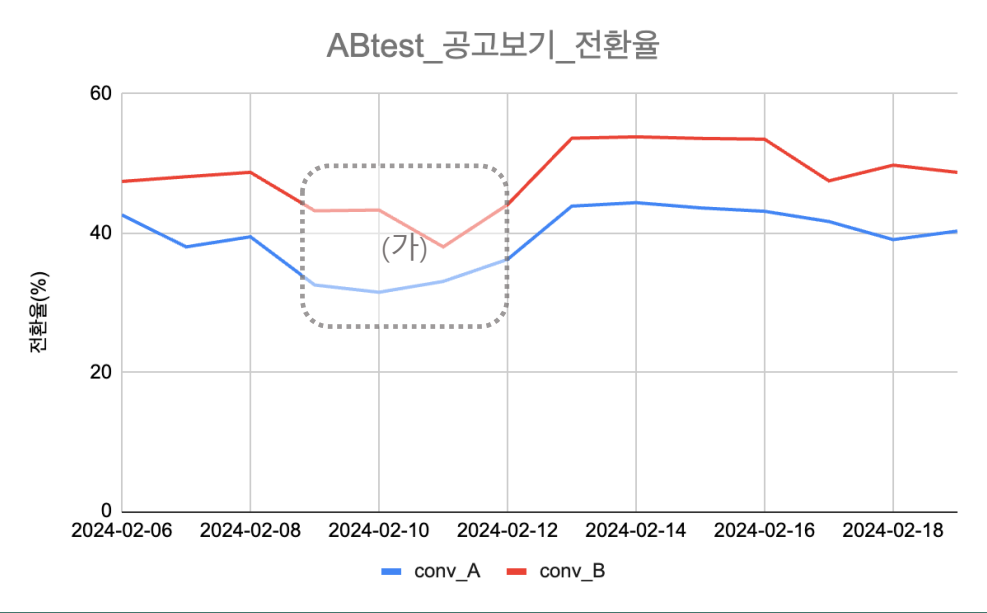
[공고 보기]는 배포 이전 대비 평균 1.65배(=835 -> 1379건), 일별 [공고 보기] 전환율은 배포 이후 1.27배(=39.9% -> 50.8%) 증가

∴ 배포 이후 데이터에 연휴 기간도 포함되어 있어 해당 데이터만으로는 AB test의 성과를 분석하기에는 어려움이 있으나, 배포 이후 기간의 [공고 보기] 전환율이 향상되었다는 점은 주목해 볼 수 있음

AB test 성과 분석

: 공고 배너에 스킵을 표시하는 AB test 성과 분석

※ 데이터 기간: 23.11.01~24.01.02
※ 배포 시점: 24.02.06



※ (가) 24.02.09~24.02.12: 설 연휴 기간
※ conv_a: 공고 배너에 스킵이 표시되지 않은 경우의 [공고 보기] 전환율
※ conv_b: 공고 배너에 스킵이 표시된 경우의 [공고 보기] 전환율

day	공고리스트 A	공고 보기 A	전환율 A	공고리스트 B	공고 보기 B	전환율 B
2024-02-06	1009	430	42.62	1008	478	47.42
2024-02-07	1052	400	38.02	1052	506	48.1
2024-02-08	1021	403	39.47	1020	497	48.73
2024-02-09	126	41	32.54	125	54	43.2
2024-02-10	127	40	31.5	127	55	43.31
2024-02-11	121	40	33.06	121	46	38.02
2024-02-12	127	46	36.22	127	56	44.09
2024-02-13	1819	798	43.87	1818	975	53.63
2024-02-14	1724	765	44.37	1724	928	53.83
2024-02-15	1763	769	43.62	1763	945	53.6
2024-02-16	1806	779	43.13	1806	966	53.49
2024-02-17	1061	442	41.66	1061	504	47.5
2024-02-18	1042	407	39.06	1041	518	49.76
2024-02-19	1092	440	40.29	1092	532	48.72

- ▶ 공고 배너에 스킵이 표시된 경우(B)가 그렇지 않은 경우(A)보다 [공고 보기] 전환율이 전반적으로 더 높게 나타남
- ▶ 또한 [공고 보기] 평균 전환율은 (B)는 50.9%, (A)는 41.8%로 공고에 스킵을 나타냈을 때의 평균 전환율이 1.22배 높음

∴ AB test 분석을 통해
공고 배너 스킵 표시가 더 활발한 공고 보기 전환을 유도한다는
인사이트를 도출했으며,
따라서 공고에 스킵을 띄워 서비스 전환 성과를 향상시킬 수 있을 것