

SUMMARY

INTRO_린스타트업의 정의

전통적인 제품 생산 프로세스

- 시장에 대한 완벽한 이해와 철저한 계획
- 실패 시 잘못된 계획이 원인

린스타트업

- 시장에 대한 완벽한 이해는 처음부터 불가능
- 가장 중요한 가설을 빠르게 테스트하면서 학습하는 과정을 반복
- 만들기 → 측정 → 학습

BODY_ 카카오에 린스타트업을 적용한 방식

(1) 문제와 해결 중심의 사고

- 문제를 정의하고 그 문제에 대한 해결 방안에 초점
- 사용자에게 가치를 제공 하지 않는 기획은 낭비

(2) '미완'의 단계에서 테스트

- 완벽한 제품이 아니라 가설을 테스트하고 학습하는 과정이 중요
- ex) '카카오TV' 만들기 전에 tv팟 앱의 '팝업플레이' 모드로 사전 실험
- MVP(Minimum viable product): 실행 가능한 최소한의 제품, 가설을 검증할 수 있는 모든 형태로 구현 가능

(3) '감'이 아닌 측정 데이터를 통해 결정하라

- 테스트 시작 전 어떤 지표를 통해 테스트 결과를 판단할 수 있는지 정의하는 작업부터 선행
- Ex) 카카오페이지, 카카오뮤직 : 가입유저 → 감상 → 구매 각 단계별 전환율이 어떻게 변화했는지를 주기적으로 체크해 지속적으로 분석

(4) 가설이 틀렸다면 방향을 전환하라

- 데이터 분석을 통해 서비스의 성공 여부를 정확하게 파악해야 함
- 가설이 틀리면 방향을 고수할지, 새로운 방향으로 전환할지 철저하게 판단해야 함
- Ex) 카카오페이지 : 유료 콘텐츠로 시작 → 매출과 트래픽 저조 → 서비스 전략의 문제임을 파악 → 결제 없이 콘텐츠를 체험할 수 있도록 수정

(5) 자유롭게 일하며 성과를 낼 수 있는 기업 문화

- 문제점과 개선할 부분에 대해 거리낌 없이 대화
- 일방적 지시가 아닌 활발한 토론을 통해 집단 지성 형성

WORD

A/B 테스트

두 개의 조건 중 더 좋은 하나를 선택하기 위한 테스팅 방법으로 고객에게 A,B 시안을 주고 어떤 것이 좋은가를 선택하게 하는 테스팅 방법이다. A/B Testing 이 좋은 이유는 불특정 다수의 고객에게 두 개의 상황을 주고 그 결과를 측정하기 때문에 객관적이고 명확한 테스트 결과를 얻을 수 있다는 점이다. 물론 두개의 상황이 모두 정상적으로 동작하는 것이므로 위험도 없다는 점도 큰 장점이다. A, B 두 개의 시안을 주고 의사 결정권자에게 판단하게 하는 것을 집단지성의 레벨로 옮긴 방법이라고 생각된다.

MVP(Minimum Viable Product)

MVP 는 창업자의 아이디어를 작동이 가능한 최소한의 핵심기능만을 탑재한 웹사이트 또는 스마트폰 앱을 의미한다. 그 목적은 창업자의 스타트업 아이디어가 실제 시장에서도 유효한지 검증하는 데 있다. MVP 는 창업자의 아이디어를 검증하는 최적의 방법이다. 스타트업 창업자의 상황에 따라 MVP 를 개발하는 방법은 다음과 같다.

- 1) 만약 창업자가 부자이고 어느 정도 자금의 리스크를 감수할 수 있다면 소프트웨어 개발회사에 찾아가서 직접 MVP 제작을 의뢰하라.
- 2) 창업자가 자금에 여유가 없다면 프리랜서 개발자를 고용하라. 다만, 실력이 뛰어난 개발자는 비싸기 때문에 값싸고 실력이 뛰어난 프리랜서를 찾기가 어렵다.
- 3) 창업자와 동업을 같이할 개발자 몇 명을 찾아라. 그러나 개발자에게 사업을 너무 의존하거나, 개발자의 시간에만 맞추게 되면 창업자 자신이 원래 만들고자 했던 아이디어를 제대로 개발하기가 어려워 질 수 있다.
- 4) 그리고 마지막으로 가장 좋은 방법은 창업자 자신이 개발자가 되어 스타트업을 시작하는 것이다.

개발자는 반드시 대학에서 컴퓨터공학을 전공해야 한다는 것은 매우 잘못된 생각이다. 그것은 사실이 아니다. 오늘 날의 개발 툴(Tool)과 온라인 교육환경은 누구나 개발자가 될 수 있고, 창업자도 스스로 개발자가 될 수 있다.

코호트 분석

동질집단 (특정한 기준에 의해 분류된 동일한 특성의 고객집단/ Segment)의 행동을 시간의 흐름에 따라 분석하는 분석 방법

EX) ‘나만의 맛집 기록 SNS 머스타드’의 ‘가입 월별 사용자’의 Cohort 분석 결과

구분	M	M+1	M+2	M+3	M+4	M+5
Average	100%	23%	12%	13%	14%	15%
9 월	100%	44%	20%	20%	20%	15%
10 월	100%	23%	14%	11%	7%	
11 월	100%	15%	6%	8%		
12 월	100%	16%	11%			
1 월	100%	15%				
2 월	100%					

*‘나만의 맛집 기록 SNS 머스타드’의 ‘가입 월별 사용자 집단’을 분류하여 시간에 따른 고객 보유율을 시각화하기 위해 작성한 Cohort Table

- 서비스 가입 후 1개월이 지나면 약 80%정도의 사용자가 이탈
- 머스타드 서비스의 가입 잔존율은 15% 내외
- 가입시기가 늦을 수록 M+1 월, M+2 월 잔존율이 낮아져 머스타드의 서비스 개선활동에 무언가 문제가 있음
- 9 월 가입자는 1개월 후 잔존율이 44%나 되었는데, 10 월은 23%, 11 월은 15%로, 가입 월이 늦을수록 (처음 사용한 머스타드가 나중 버전일수록) 이탈이 높다는 뜻. 물론 제품만의 이유는 아니겠지만 종합적으로 가치전달에 실패하고 있음

해당 기간 머스타드의 누적사용자, 가입자, 주간 성장률, MAU 등은 모두 성장했지만 Cohort 분석을 통해 전체 고객을 고객 특성에 따라 동질집단으로 나누어 분석해 보면 무언가 문제가 있다는 것을 알 수 있다. 이와 같이 Cohort 분석은 평균의 오류에서 벗어날 수 있고, 시간의 흐름에 따른 고객 행동의 변화를 관찰하는 등 사업적인 시사점을 도출하기에 매우 유용한 분석방법이다.

집단지성

각각의 개인들이 협력이나 경쟁을 통해 공동의 지적결과물을 만들어 낼 수 있는 집단적 능력. 집단지성은 보통 사람들도 이성적 판단을 내릴 수 있는 존재이며 집단은 개인이 가진 능력의 합이나 똑똑한 소수의 전문가보다 나은 판단을 할 수 있다고 가정한다.

집단지성이 발휘되기 위해서는 △집단 구성이 다양해야 하고 △권한이 분산돼야 하며 △구성원이 상호 독립적이어야 한다. 또 구성원의 의견이 정리되고 모아져 하나의 결정을 만들어 낼 수 있는 방법론을 가지고 있어야 한다.

사람들이 자신의 지식을 올리고 이후 다른 사람이 틀린 점을 교정해 주는 식으로 백과사전을 만들어 가는 '위키피디아'나 회원들이 서로 질문하고 답을 해 주는 네이버의 '지식 iN' 등은 집단지성의 대표적 사례다.

ISSUE



'린스타트업'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- 현실에 적용 가능성
- 유용할만한 산업군
- '린스타트업'이라는 것을 몰랐음에도 적용한 적이 있었던 자신의 사례
- '린스타트업'의 장점과 단점
- 전략으로써의 가치