
인터넷 서비스 유형에 따른 고객 이탈 원인 분석 및 방지 전략

데이터 기반의 고객 유지 관리(Churn Management) 고도화 방안

MANUS ANALYSIS TEAM | 2026.02.11

01. 분석의 목적 및 배경

ANALYSIS OBJECTIVE

인터넷 서비스 유형(DSL, Fiber optic)이 고객 이탈에 미치는 핵심 원인을 규명하고, 데이터 기반의 정교한 맞춤형 이탈 방지 전략을 수립합니다.

BUSINESS CONTEXT

통신 시장 포화로 신규 유치 비용이 급증함에 따라, 기존 고객 유지(Retention)가 수익성 확보를 위한 최우선 경영 과제로 부상하였습니다.

STRATEGIC NECESSITY

서비스 유형별로 고객이 느끼는 가치와 불편사항이 다르므로, 획일적인 대응이 아닌 데이터에 근거한 세분화된 고객 관리가 필요합니다.

3.6x

매출 기여도 격차

인터넷 서비스 이용자의 월 평균 요금은 비이용자 대비 약 3.6배 수준으로 매우 높습니다.

76.85

인터넷 이용자 월 요금

비이용자(\$21.08) 대비 월등히 높은 매출 비중을 차지하여 이탈 방지가 필수적입니다.

02. 데이터 개요 및 분석 프로세스

7,043

TOTAL CUSTOMERS

21

TOTAL VARIABLES

100%

DATA RELIABILITY

ANALYSIS WORKFLOW

STEP 01

데이터 수집

통신사 고객 이탈 원천 데이터 확보 및 구조 파악

STEP 02

데이터 정제

결측치 처리(NaN 처리, 최빈값/중앙값 대체) 및 수치화

STEP 03

탐색적 분석(EDA)

서비스 유형 및 계약 형태별 이탈 상관관계 규명

STEP 04

전략 제안

분석 기반의 맞춤형 리텐션 마케팅 방안 도출

고객 기본 정보

성별, 시니어 여부, 파트너 유무, 부양가족 유무

서비스 이용 정보

이용 기간(tenure), 인터넷 유형, 보안 서비스, 기술 지원

계약 및 요금 정보

계약 형태, 월 요금, 총 요금, 결제 수단

03. 인터넷 서비스 이용 현황 분석

SERVICE ADOPTION RATE

78.3%

전체 고객의 대다수가 인터넷 서비스를 이용 중이며, 이는 핵심 매출
발생 구간임을 의미합니다.

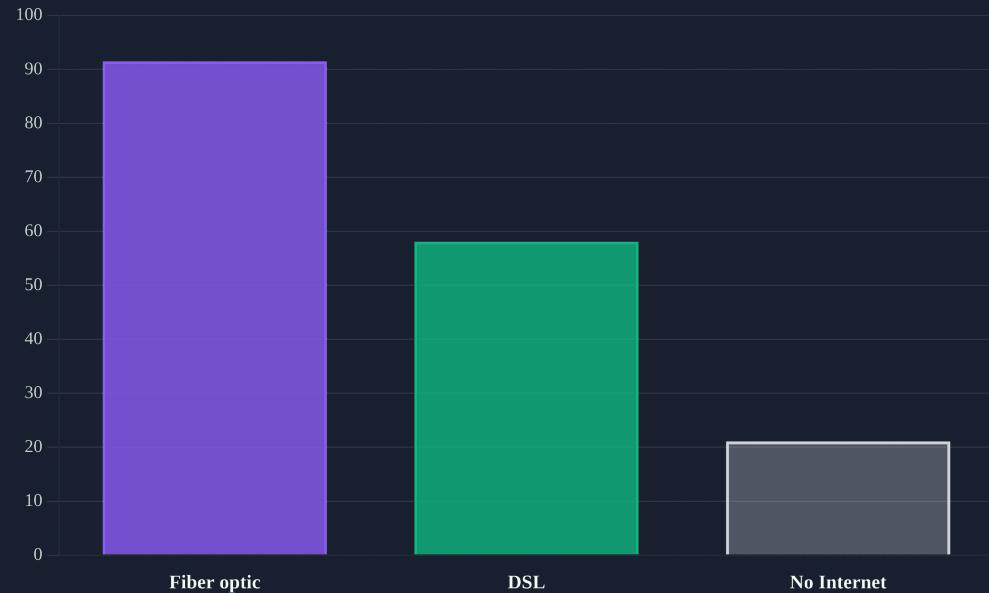
REVENUE IMPACT

3.6x

인터넷 이용 고객의 ARPU(인당 평균 매출)는 비이용 고객 대비 약 3.6배
높게 형성되어 있습니다.

고단가 서비스인 Fiber optic 이용자의 이탈 방지가 전체 매출
방어의 핵심 과제입니다.

AVERAGE MONTHLY CHARGES BY SERVICE TYPE



04. 서비스 유형 및 계약 형태별 이탈 특징

INTERNET SERVICE TYPE

Fiber Optic의 높은 이탈 위험

Fiber optic 이용 고객은 DSL 이용자 대비 월등히 높은 이탈률을 보입니다. 이는 고단가 서비스에 대한 기대치와 실제 품질 간의 괴리에서 기인할 가능성이 큽니다.

- > Fiber optic Churn Rate: HIGH
- > DSL Churn Rate: MODERATE
- > No Internet Churn Rate: LOW

CONTRACT TYPE

단기 계약의 압도적 이탈 비중

Month-to-month(매월 갱신) 계약 고객의 이탈이 전체의 대부분을 차지합니다. 1년 또는 2년 장기 계약은 매우 안정적인 유지율을 보입니다.

- * Month-to-month: CRITICAL RISK
- * One year: STABLE
- * Two year: VERY STABLE

"계약 형태의 차이를 통제하더라도 Fiber optic 서비스 이용자의 이탈률 우위가 유지됨을 확인하였습니다. 이는 서비스 자체의 품질 및 가격 경쟁력 제고가 필수적임을 시사합니다."

05. 가입 초기 고객의 이탈 위험성

CRITICAL PERIOD

가입 후 0~6개월 : 최대 위험 구간

데이터 분석 결과, 가입 기간(tenure)이 짧을수록 이탈률이 급격히 높게 나타납니다. 특히 초기 6개월은 고객이 서비스의 가치를 판단하는 결정적 시기입니다.

PRICE SENSITIVITY

고단가 초기 가입자의 높은 이탈 성향

월 요금 70달러 이상의 고단가 요금제를 사용하는 초기 고객일수록, 서비스 품질에 대한 기대치가 높아 작은 불편함에도 민감하게 반응하여 이탈할 가능성이 큽니다.

STRATEGIC FOCUS

온보딩 프로세스 최적화의 필요성

초기 고객에게 서비스의 안정성과 부가 혜택을 신속하게 체감시키는 '온보딩 전략'이 부재할 경우, 장기 고객으로의 전환(Lock-in)에 실패하게 됩니다.

HIGH

초기 6개월 이탈 위험도

전체 이탈 고객 중 상당수가 가입 초기 단계에서 발생하며, 기간이 길어질수록 이탈률은 지수적으로 감소합니다.

KEY INSIGHT

"초기 12개월을 버티면
이탈률은 급격히 안정화됨"

06. 서비스 결합이 이탈에 미치는 영향

부가 서비스 가입 여부별 이탈률 비교



* 데이터 출처: 통신사 고객 이탈 데이터 분석 결과 (TechSupport/OnlineSecurity 기준)

RETENTION DRIVERS

기술 지원(TechSupport) 및 보안 서비스(OnlineSecurity)를 이용하는 고객군에서 이탈률이 유의미하게 낮게 나타납니다. 이는 서비스 이용 과정의 불편함을 즉각 해소해주는 지원 체계가 고객 유지의 핵심임을 시사합니다.

CHURN RISK FACTORS

고성능 Fiber optic을 이용하면서도 부가 서비스를 이용하지 않는 고객은 서비스 가치 채감 부족으로 인해 이탈 위험이 급증합니다. 특히 스트리밍 서비스만 이용하는 단기 고객의 이탈 가능성이 가장 높습니다.

LOCK-IN STRATEGY

부가 서비스 결합은 단순한 매출 증대를 넘어 고객의 서비스 고착(Lock-in) 효과를 강화합니다. 서비스 이용 경험의 깊이가 깊어질수록 타사로의 전환 비용이 상승하게 됩니다.

07. 전략 제안 I

STRATEGY 01

Fiber optic 고객 케어 및 가치 증대 강화

추진 내용 (Action Plan)

- | | | |
|--|------------------------------|---------|
| ▶ Fiber optic | TechSupport & OnlineSecurity | 무료 체험 |
| 이용 고객 대상 | | 프로모션 실시 |
| 고성능 인터넷 품질 보장 패키지(SLA) 도입 및 전담 기술 지원 채널 운영 | | |
| 서비스 이용 가이드 및 보안 리포트 정기 발송을 통한 체감 가치 극대화 | | |

기대 효과 (Expected Impact)

- ▶ 부가 서비스 결합을 통한 고객 서비스 고착(Lock-in) 효과 강화
고단가 서비스에 걸맞은 프리미엄 경험 제공으로 가격 저항감 완화
 - 기술적 불편함 해소를 통한 초기 가입자(0~6개월) 이탈률 15% 이상 개선

08. 전략 제안 II

STRATEGY 02

장기 계약 전환 유도를 통한 고객 고착화



요금 할인 혜택

단기 계약 고객이 1년 이상 장기 계약으로 전환 시
월 요금의 10~15% 할인 혜택을 제공하여 가격 경쟁력을
확보합니다.

부가 서비스 번들

장기 계약 전환 고객에게 **OnlineSecurity** 또는
TechSupport 서비스를 계약 기간 동안 무료로 제공하여
서비스 가치를 증대합니다.

LTV 극대화

전환 비용(Switching Cost)을 높이고 장기적인 관계를
형성함으로써 **고객 생애 가치(LTV)**를 극대화하고
안정적인 매출 기반을 구축합니다.

09. 전략 제안 III

STRATEGY 03

데이터 기반 고위험군 타겟 리텐션 마케팅

TARGET SEGMENTATION

- 서비스 유형: **Fiber optic** 이용자
- 요금 수준: 월 요금 고단가 고객
- 가입 기간: **12개월 미만** 초기 가입자
- 계약 형태: **Month-to-month** 계약자

RETENTION ACTIONS

- ▶ 전담 리텐션 상담원(VIP Care) 우선 배정
- ▶ 가입 1주년 기념 '장기 우대 혜택' 선제적 제안
- ▶ 서비스 이용 패턴 분석 기반 맞춤형 가이드 제공
- ▶ 이탈 징후 포착 시 즉각적인 '해지 방어 오퍼' 가동

PREEMPTIVE RESPONSE PROCESS

PHASE 01

실시간 이탈 위험도
스코어링 및 타겟팅

PHASE 02

개인화 리텐션
메시지 및 오퍼 발송

PHASE 03

전담 상담원 연결 및
최종 유지 확정

08. 결론 및 향후 과제

SUMMARY & CONCLUSION

"Fiber optic 서비스의 높은 요금 부담을 부가 서비스의 가치 증대와 장기 계약 혜택으로 상쇄하는 것이 핵심입니다. 데이터 분석 기반의 세분화된 고객 관리를 통해 이탈률을 획기적으로 낮추고 고객 생애 가치(LTV)를 극대화할 수 있습니다."

NEXT STEP 01

머신러닝 기반 이탈 예측 모델 고도화

단순 통계 분석을 넘어, Random Forest 또는 XGBoost 기반의 예측 모델을 구축하여 이탈 징후가 있는 고객을 실시간으로 포착하고 선제적으로 대응하는 시스템을 마련할 예정입니다.

NEXT STEP 02

개인화 오퍼 및 자동화 마케팅 도입

고객별 이용 패턴과 요금 민감도를 결합하여 최적의 할인 혜택이나 서비스 추천을 자동화합니다. 이를 통해 마케팅 효율을 높이고 고객 만족도를 지속적으로 관리할 계획입니다.