



Ex-track

Ex-Track

22011993 김 은 결

22102009 이 지 원

서비스 개요



나만의 플레이리스트를 커스트마이징
할 수 있는 유튜브 확장프로그램

Extract + Track



Ex-track

서비스 고안 동기



YouTube Music의 단점

동영상으로 올라온
뮤직 플레이리스트에서
마음에 드는 곡을 내 플레이리스트에
저장하는 과정이 불편함



타 음악 스트리밍 서비스의 단점

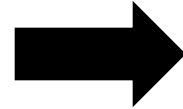
발매된 음악만 들을 수 있고
재생목록 생성이 가능함

유튜브 뮤직에 존재하는 커버곡이나
미발매곡이 존재하지 않음

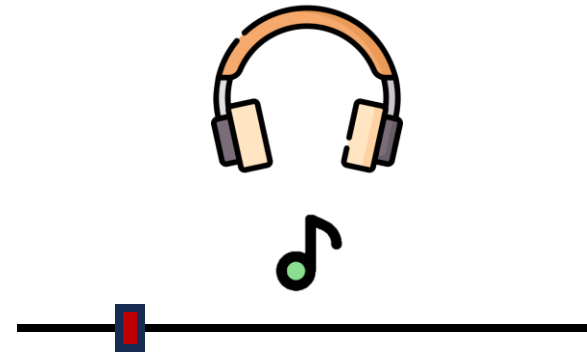
서비스 목표 및 목적

기존 유튜브 뮤직의 한계점 극복

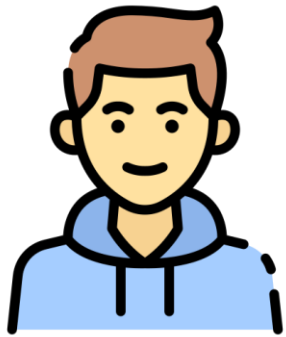
- 음악 추가 로직 간소화를 통한 빠르고 편리한 음악 추가 시스템 구축
- 미발매곡 플레이리스트 추가 기능을 통해 다양한 음악 콘텐츠 스트리밍 서비스 제공



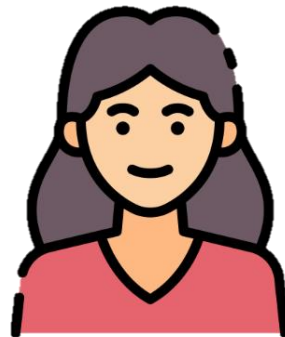
가장 경쟁력 있는 스트리밍 플랫폼 구축



타겟 유저 분석



유튜브 프리미엄
기존 이용자



타 스트리밍
서비스 이용자



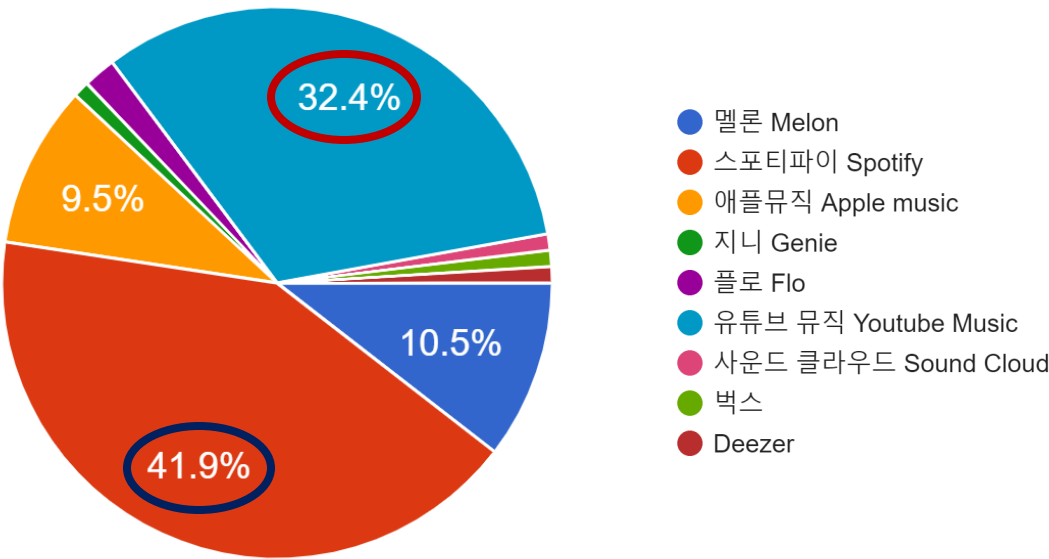
언더그라운드 아티스트의
음악을 좋아하는 사람

타겟 유저 분석

타겟층: 음악 스트리밍 서비스를 사용하는 모든 사람들
주요 타겟층: 유튜브 뮤직 프리미엄 외 다른 플랫폼을 사용하는 사람들

설문조사 결과 105명 중
스포티파이 사용자: 41.9%(44명) (1위)
유튜브 뮤직 사용자: 32.4%(34명) (2위)

선호하는 음악 스트리밍 플랫폼

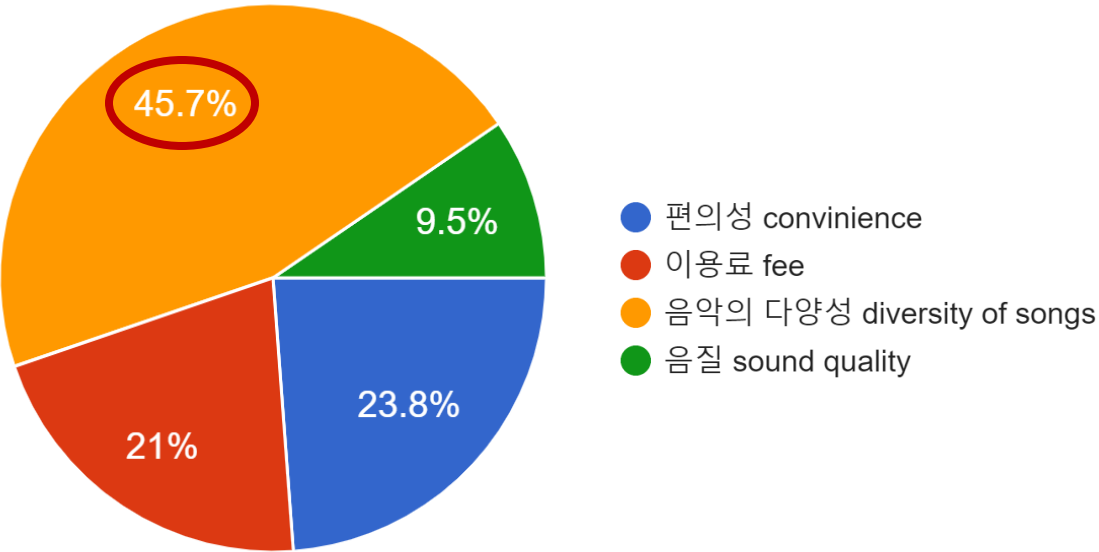


타겟 유저 분석

타겟층: 음악 스트리밍 서비스를 사용하는 모든 사람들
주요 타겟층: 유튜브 뮤직 프리미엄 외 다른 플랫폼을 사용하는 사람들

설문조사 105명 중
사용자들이 음악 스트리밍 플랫폼에 있어서
음악의 다양성이 제일 중요하다고 생각함에도
불구하고 **다양성이 제일 높은 유튜브 뮤직**이
선호도 2위를 차지함

➡ **Ex-track을 통한 편의성 향상 제공**



음악 스트리밍 플랫폼에서 가장 중요하다 생각하는 부분

경쟁 서비스 분석 (표)

<div>기준 \ 종류</div>	<div> 멜론</div>	<div> 스포티파이</div>	<div> 애플뮤직</div>	<div> 유튜브 뮤직</div>	<div> 지니</div>	<div> 플로</div>
가격	₩10,900	₩10,900	₩8,900	₩8,690	₩7,400	₩11,000
음질	보통 (고음질 추가결제)	보통	매우 우수	나쁨	우수	나쁨
다양성	보통	높음	높음	매우 높음	보통	낮음
기능	보통	우수	우수	보통	보통	보통
선호도	보통	매우 높음	보통	높음	낮음	낮음

경쟁 서비스 분석 (포지셔닝 맵)



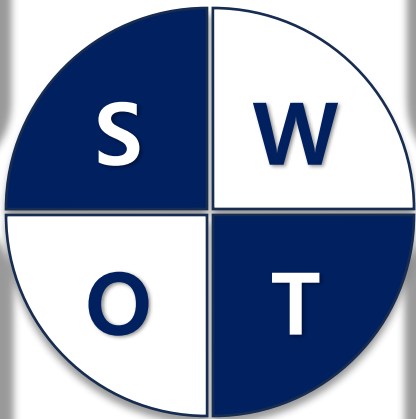
Ex-track의 SWOT 분석

Strengths

- 1. 무료로 이용 가능
- 2. 편리함
- 3. 미발매곡을 트랙에 넣을 수 있다는 차별성
- 4. 높은 음악 콘텐츠 다양성

Weaknesses

- 1. 유튜브 뮤직 자체의 음질 개선 불가능
- 2. 유튜브 뮤직만 사용가능



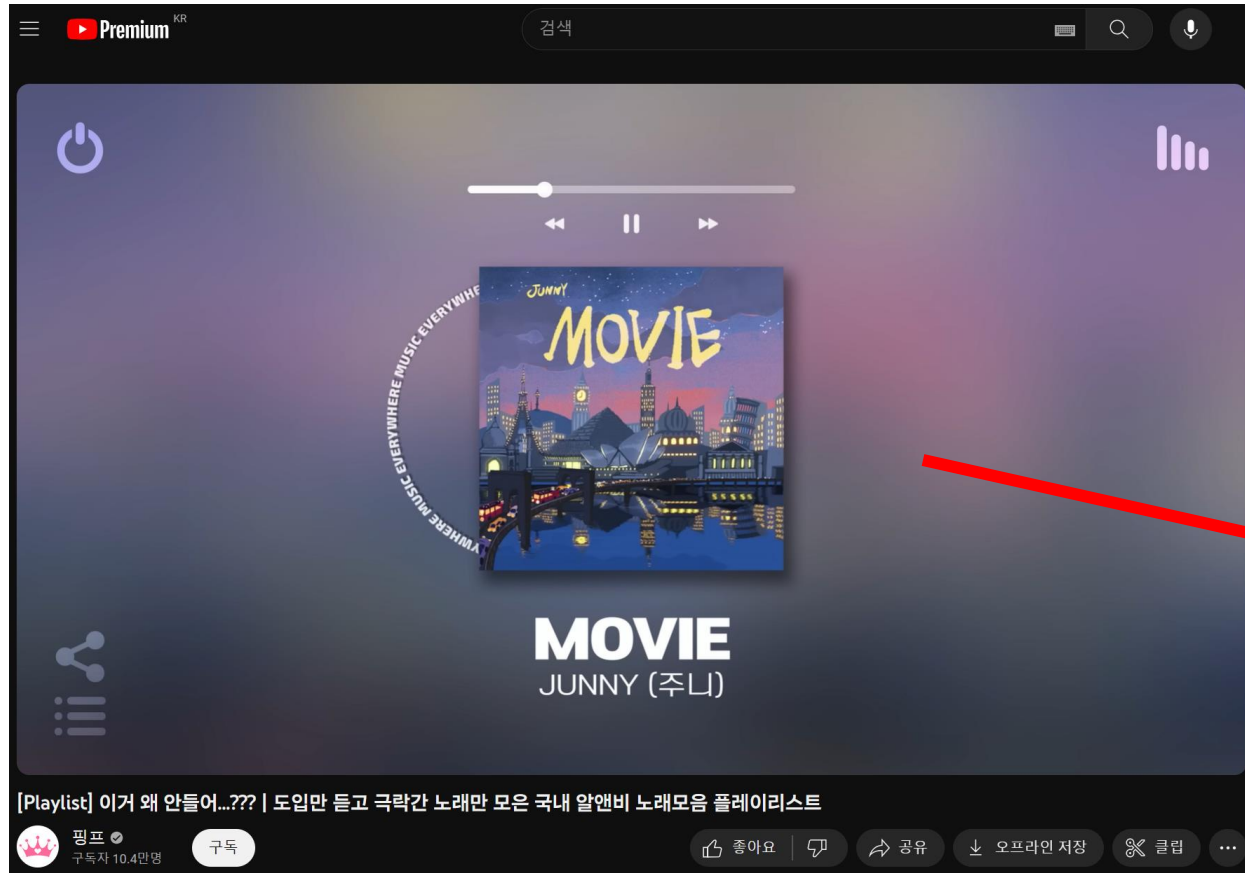
- 1. 언더그라운드 아티스트에게 기회 제공
- 2. 유튜브 프리미엄 및 뮤직 사용자 증가

Opportunities

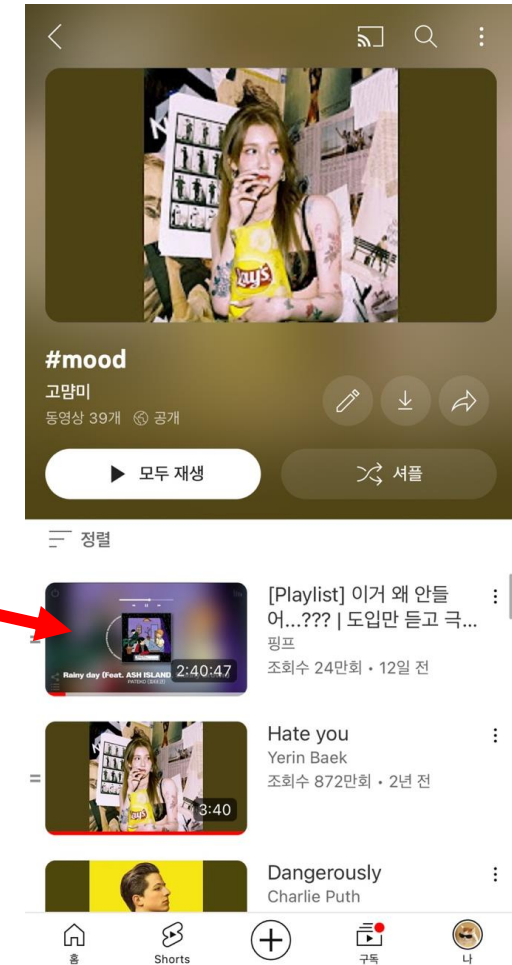
- 1. 유튜브 자체의 확장 프로그램 차단 가능성
- 2. 미발매곡 아티스트 저작권 문제

Threats

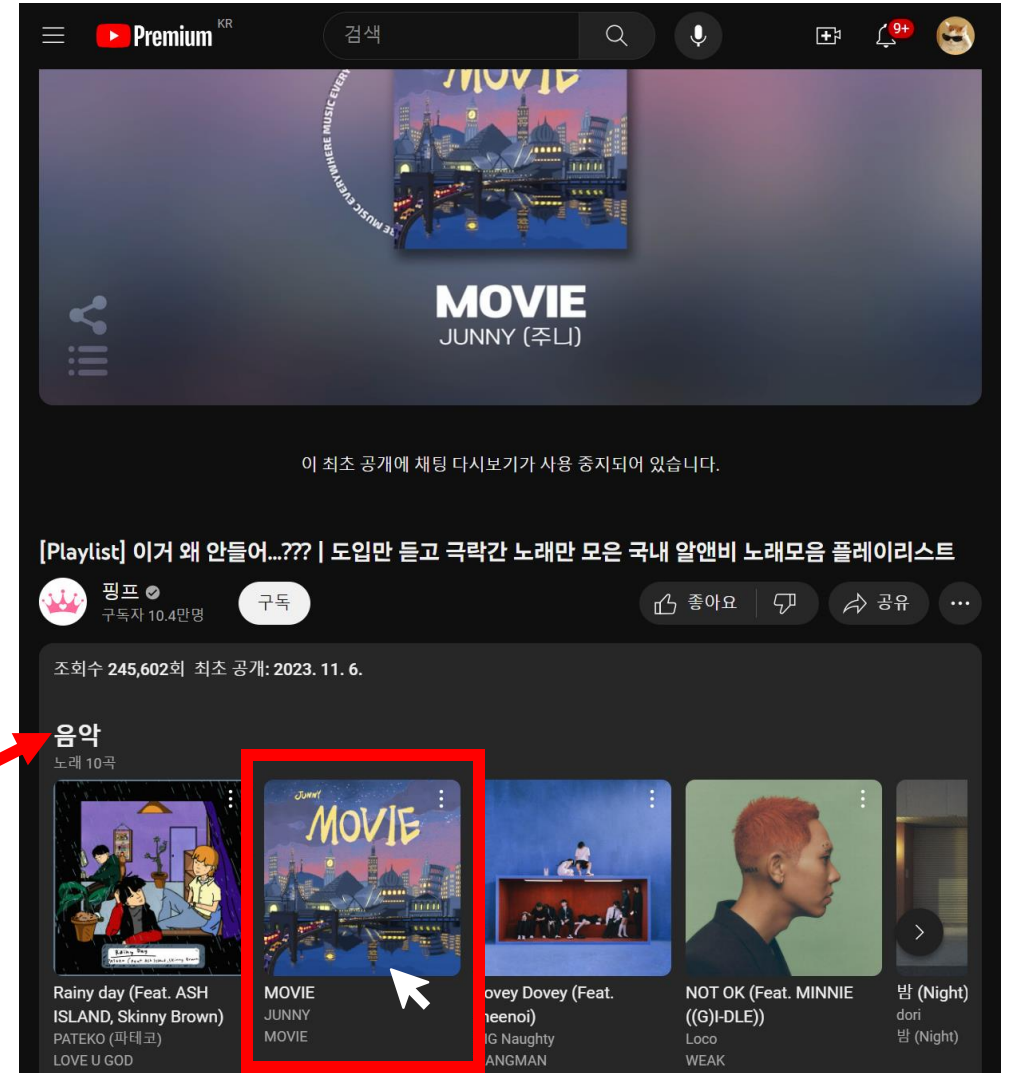
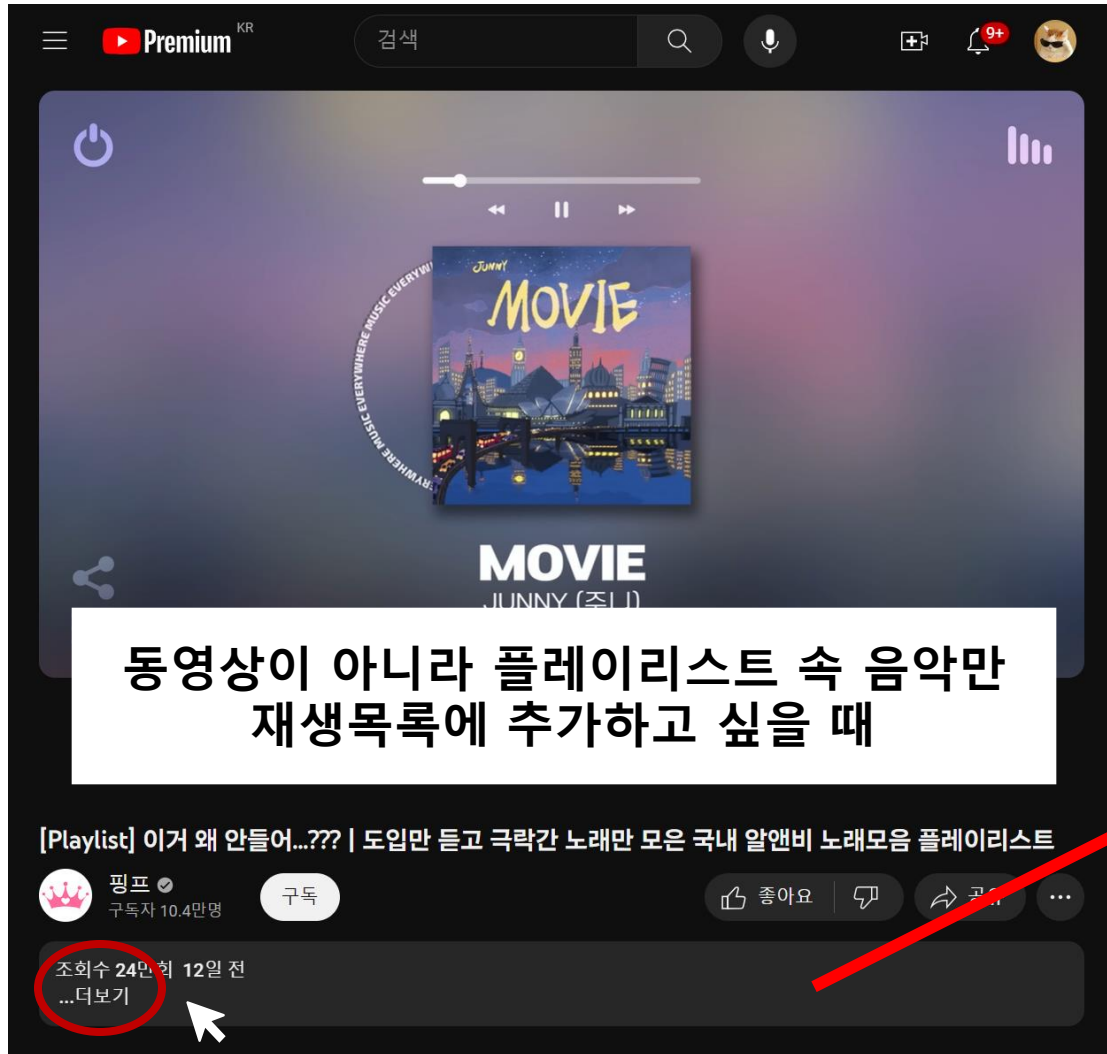
기존 유튜브 프리미엄 서비스 로직 (발매 음원)



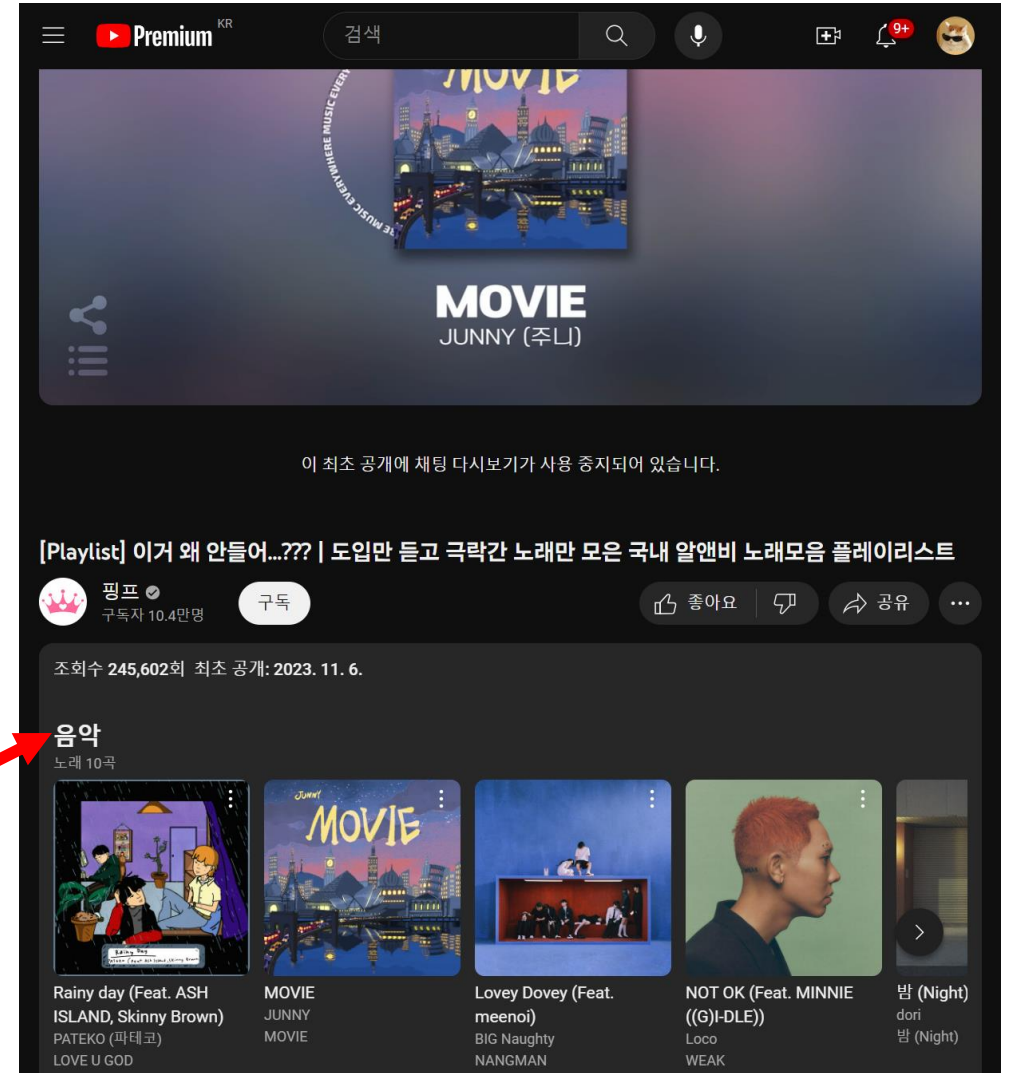
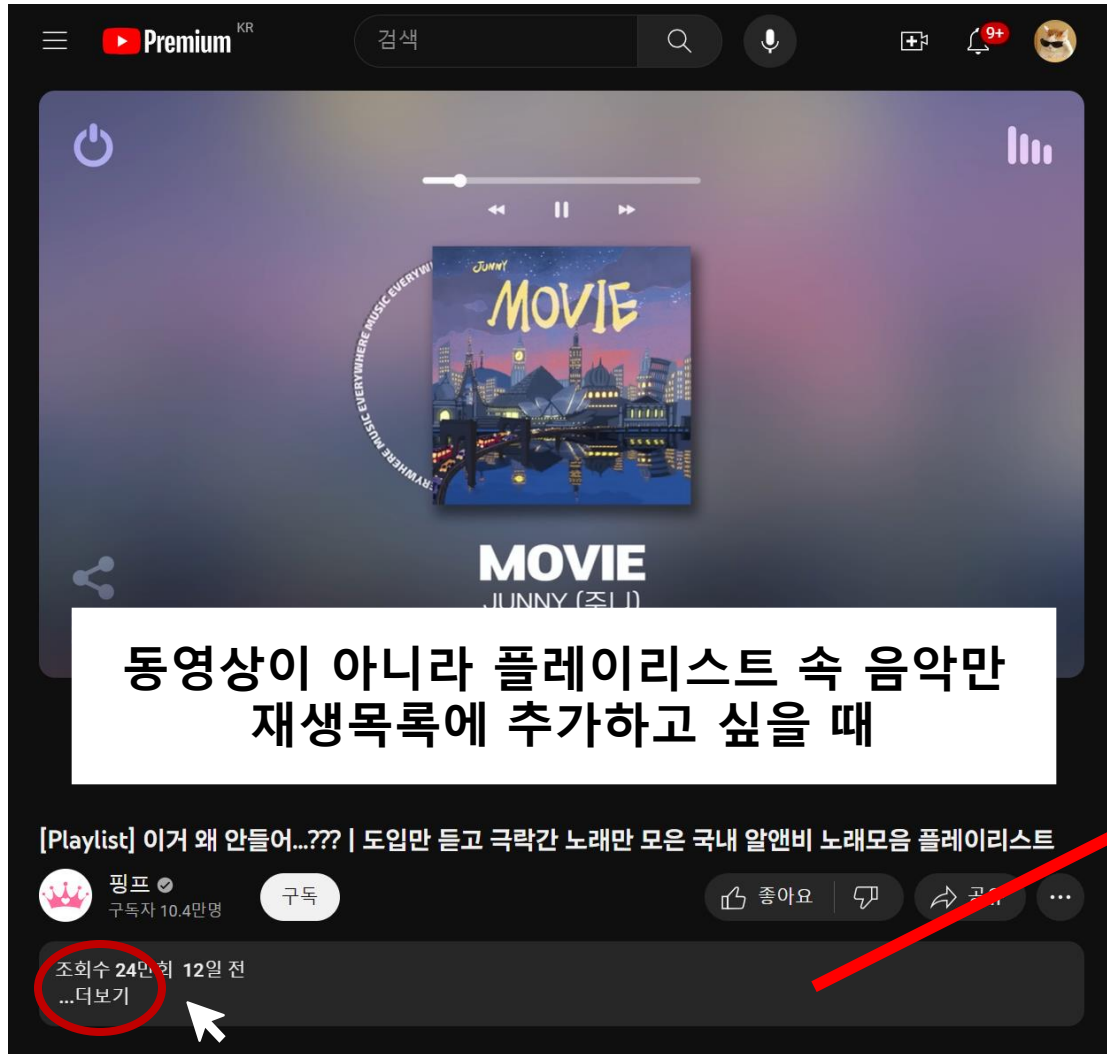
플레이리스트 동영상 자체를 재생목록에 추가



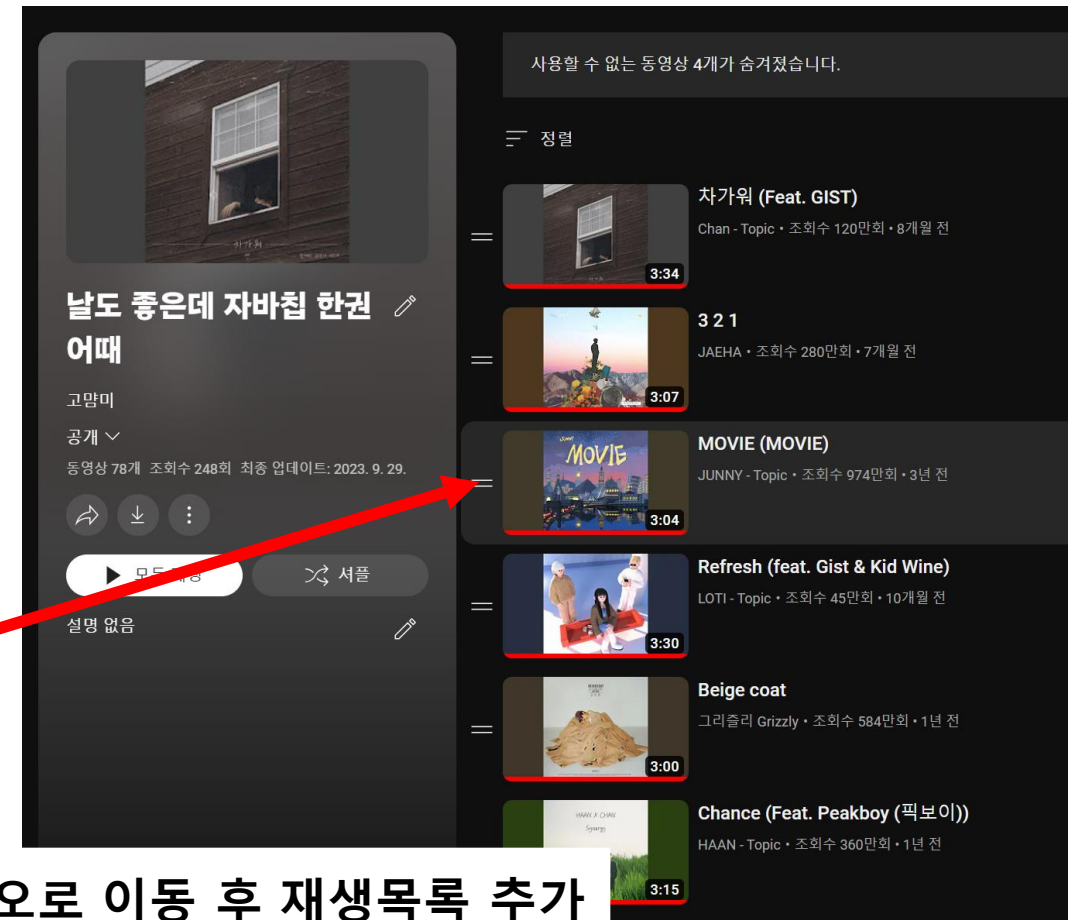
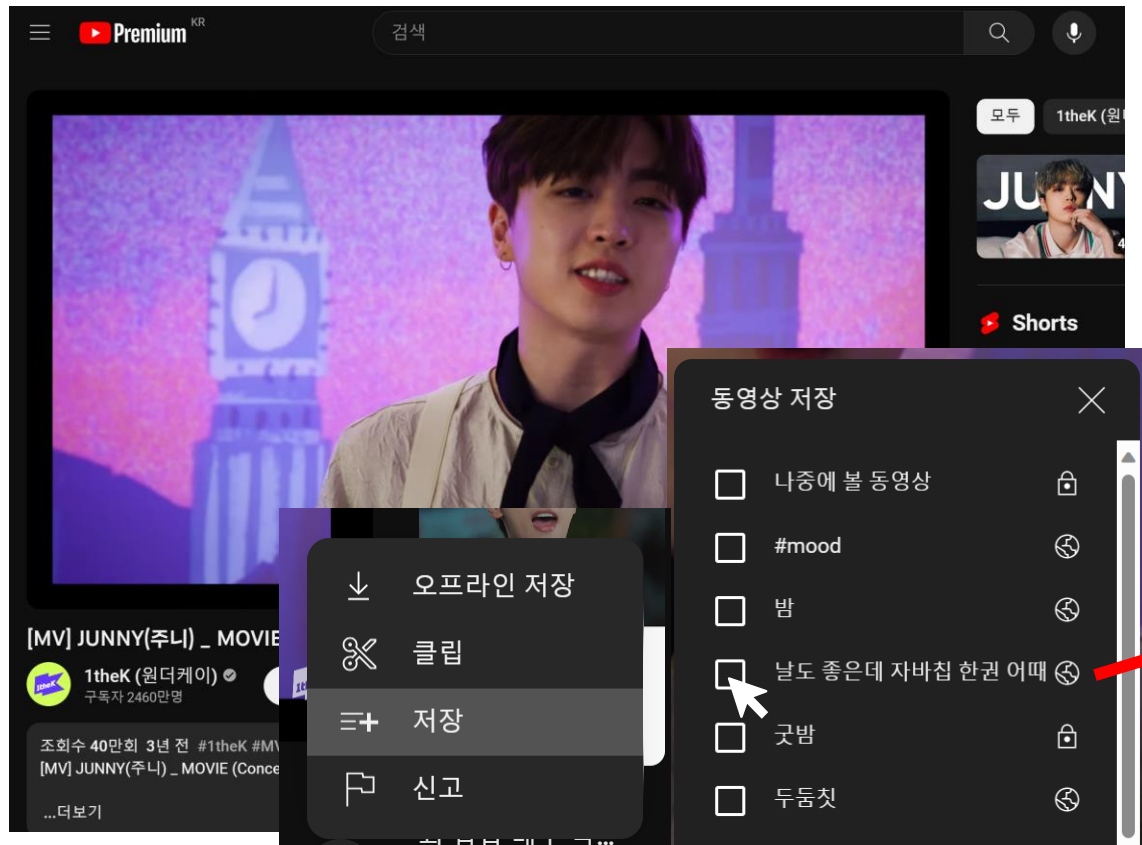
기존 유튜브 프리미엄 서비스 로직 (발매 음원)



기존 유튜브 프리미엄 서비스 로직 (발매 음원)



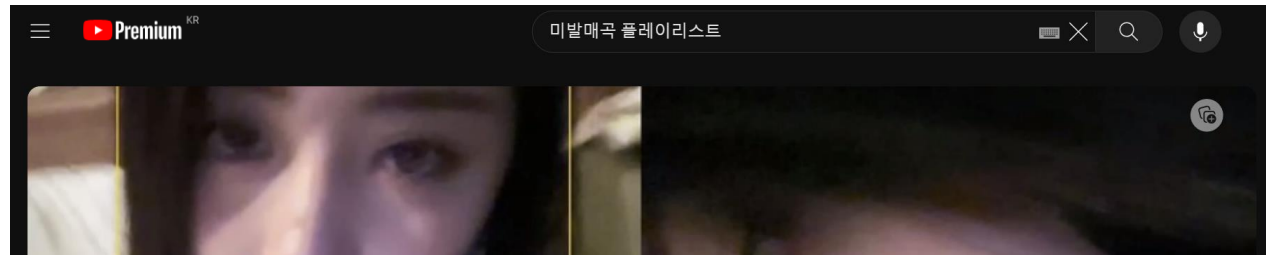
기존 유튜브 프리미엄 서비스 로직 (발매 음원)



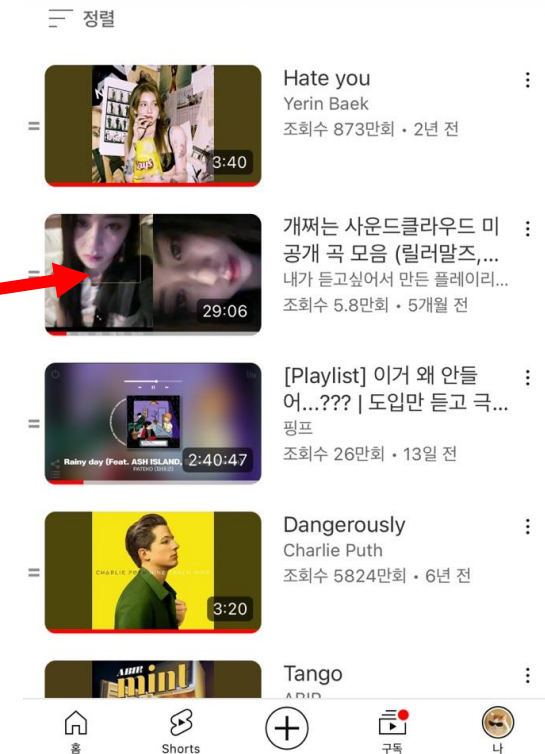
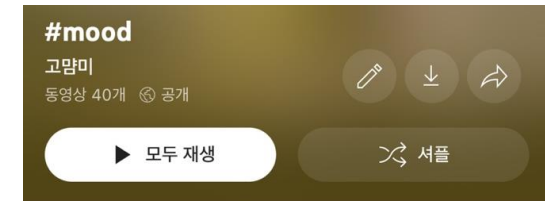
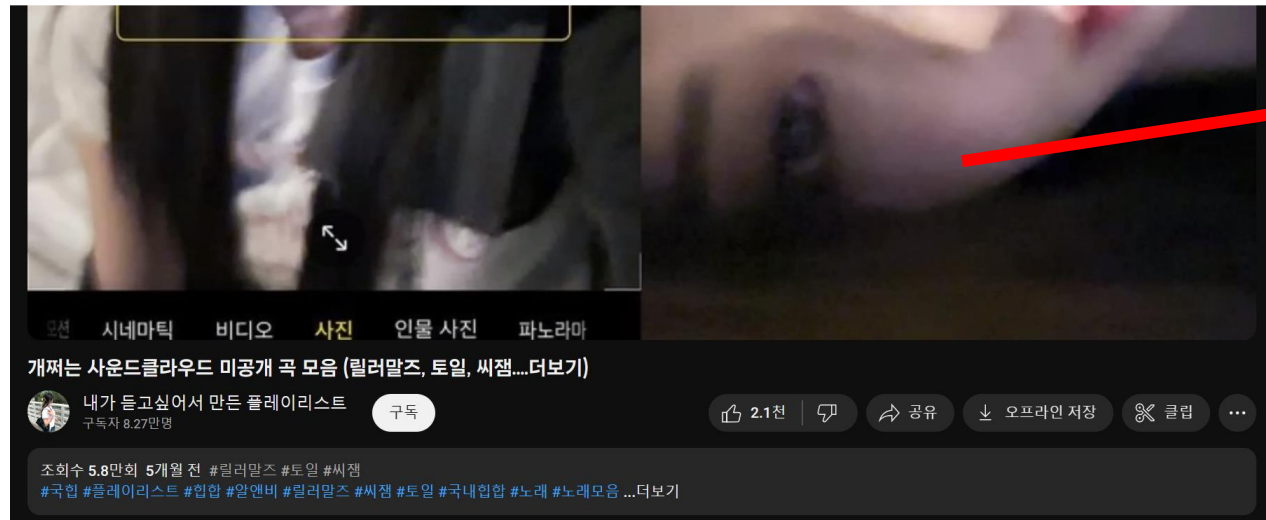
발매 음원의 공식 뮤직비디오/오디오로 이동 후 재생목록 추가

+ 새 재생목록 만들기

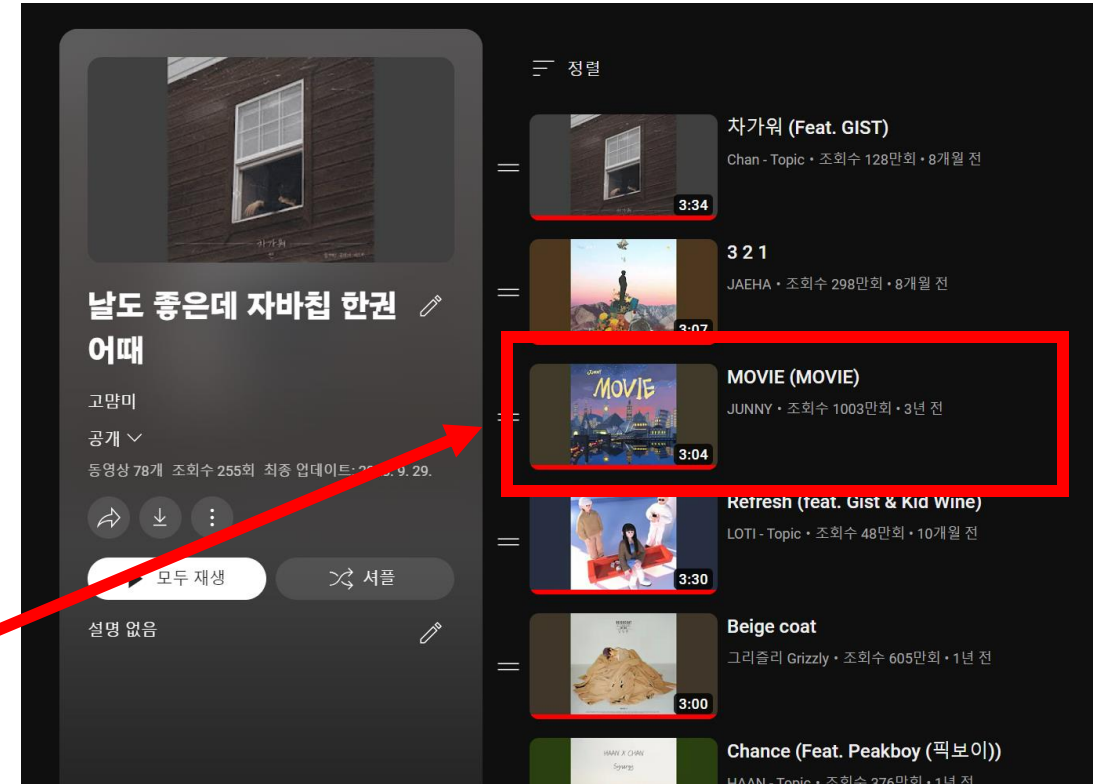
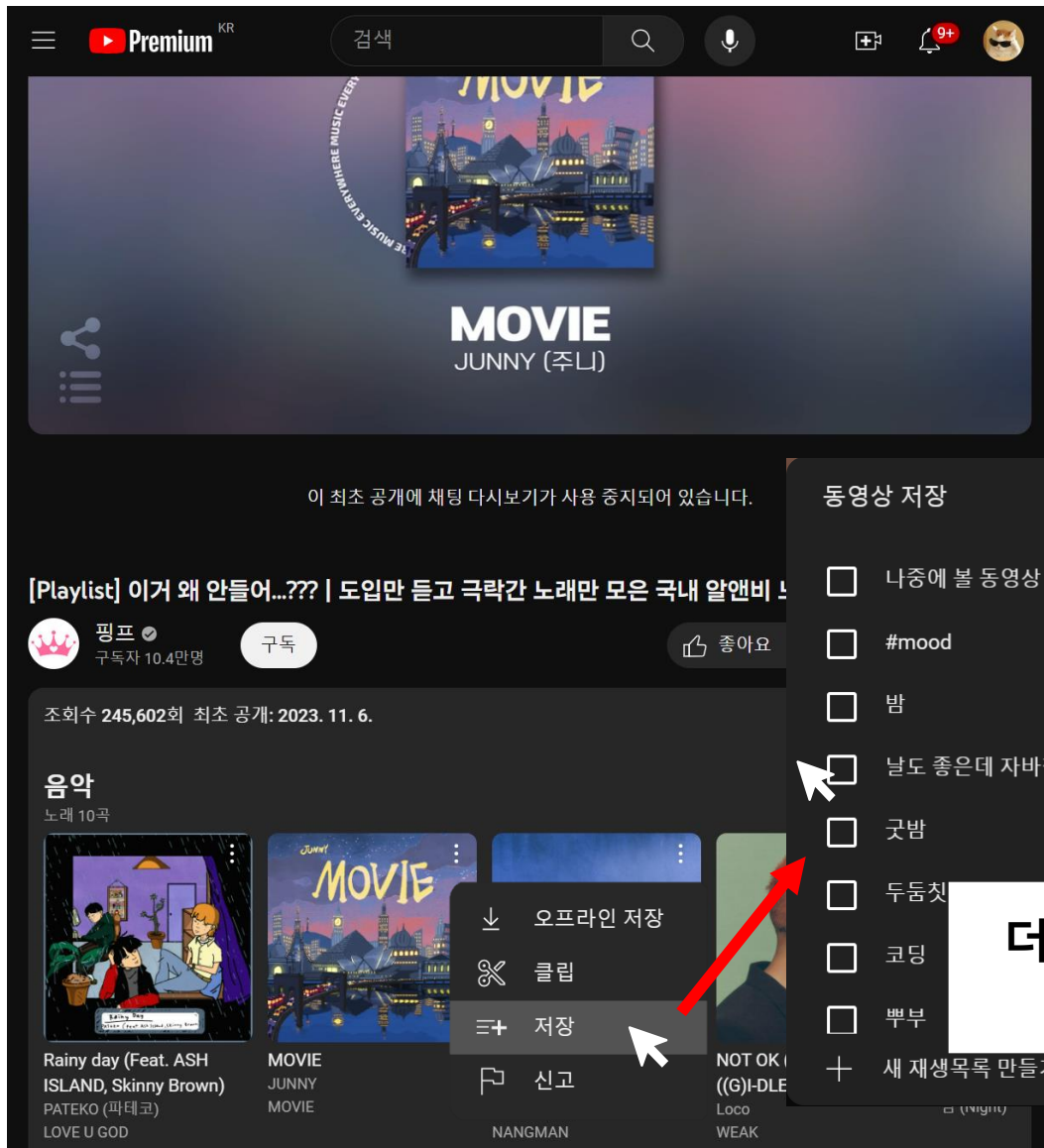
기존 유튜브 프리미엄 서비스 로직 (미발매 음원)



미발매 음원 플레이리스트의 경우 동영상 자체만 추가 가능
개별곡을 플레이리스트에 저장할 수 있는 기능이 없음

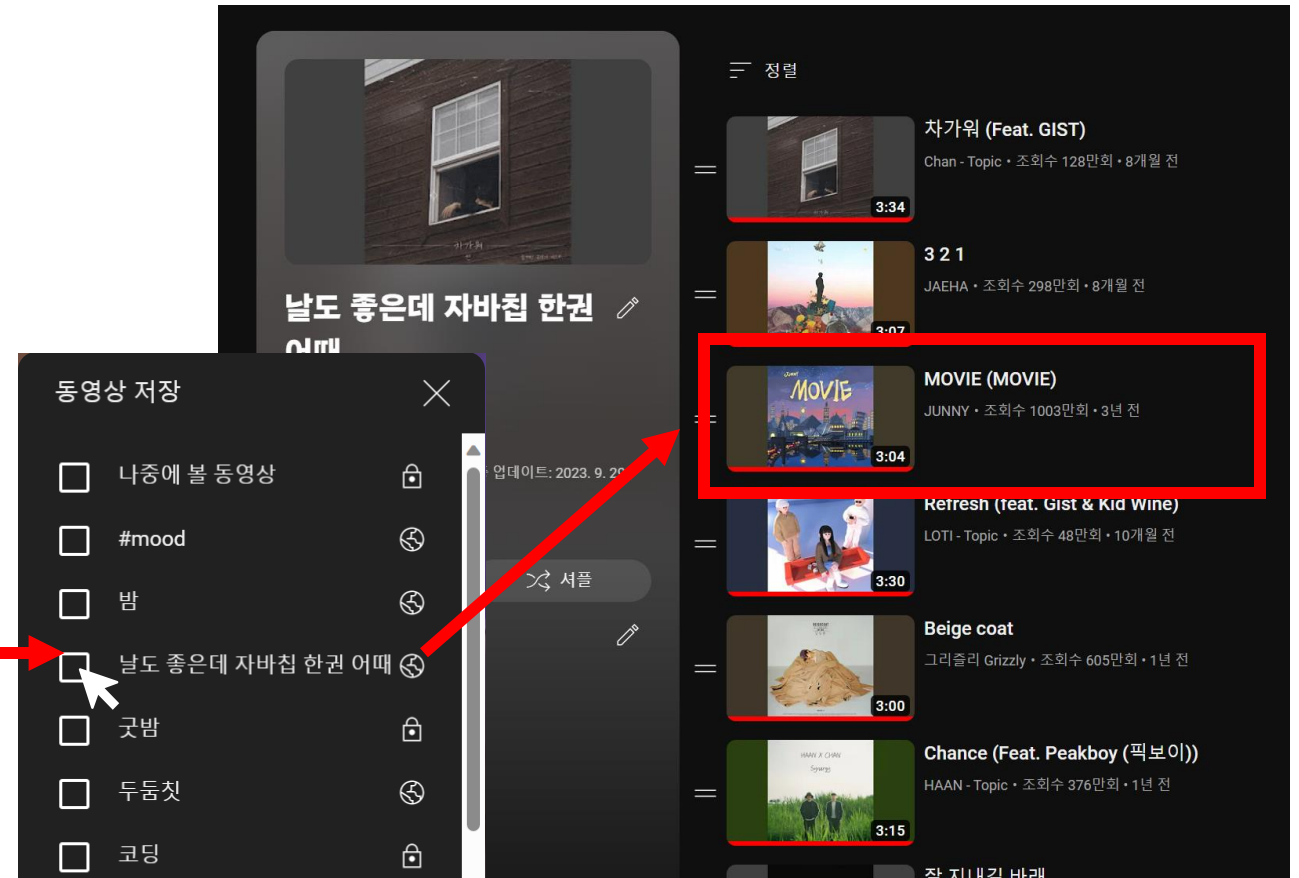
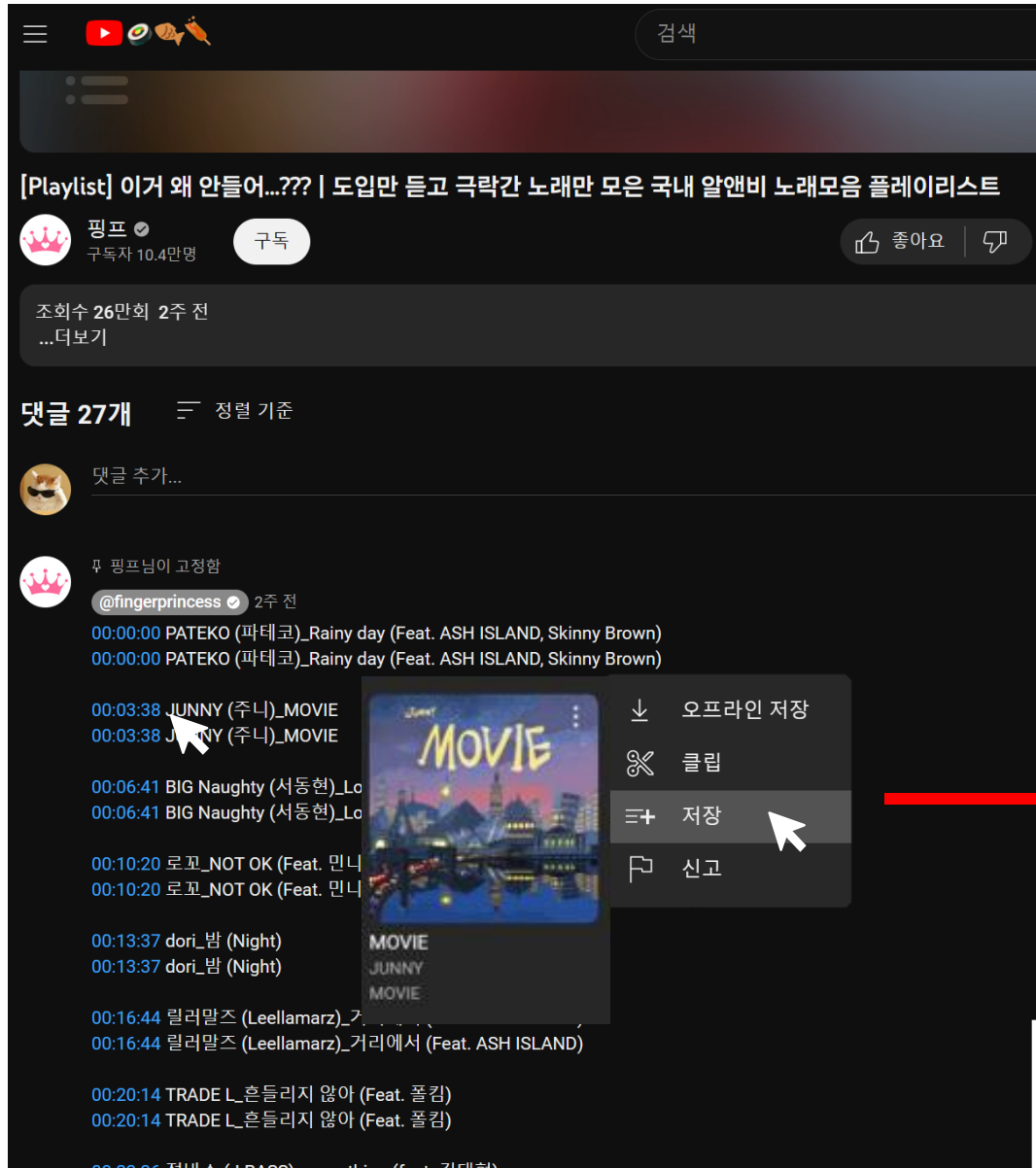


확장 프로그램 적용 시 (컴퓨터)



더보기 -> 음악 -> 음원으로 이동 -> 재생목록 추가 로직을
더보기 -> 음악 -> 재생목록 추가로 간소화

확장 프로그램 적용 시 (컴퓨터)



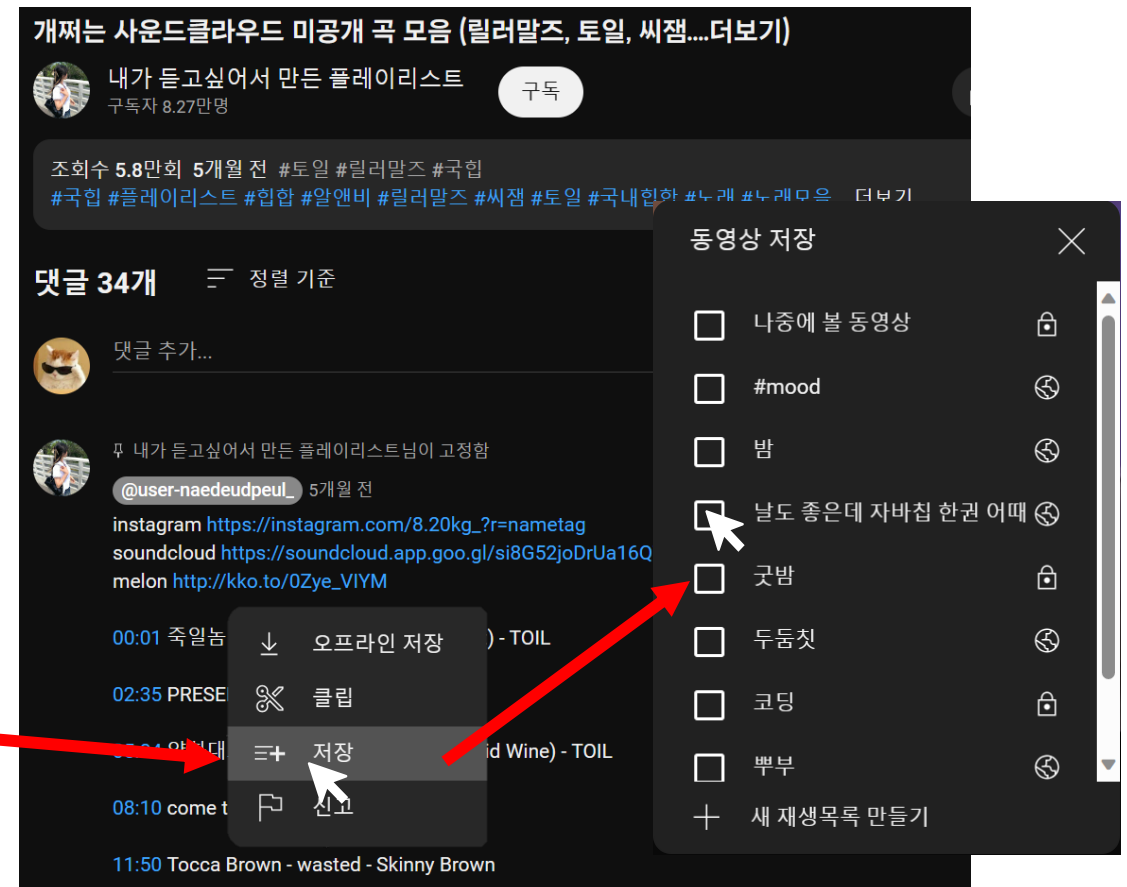
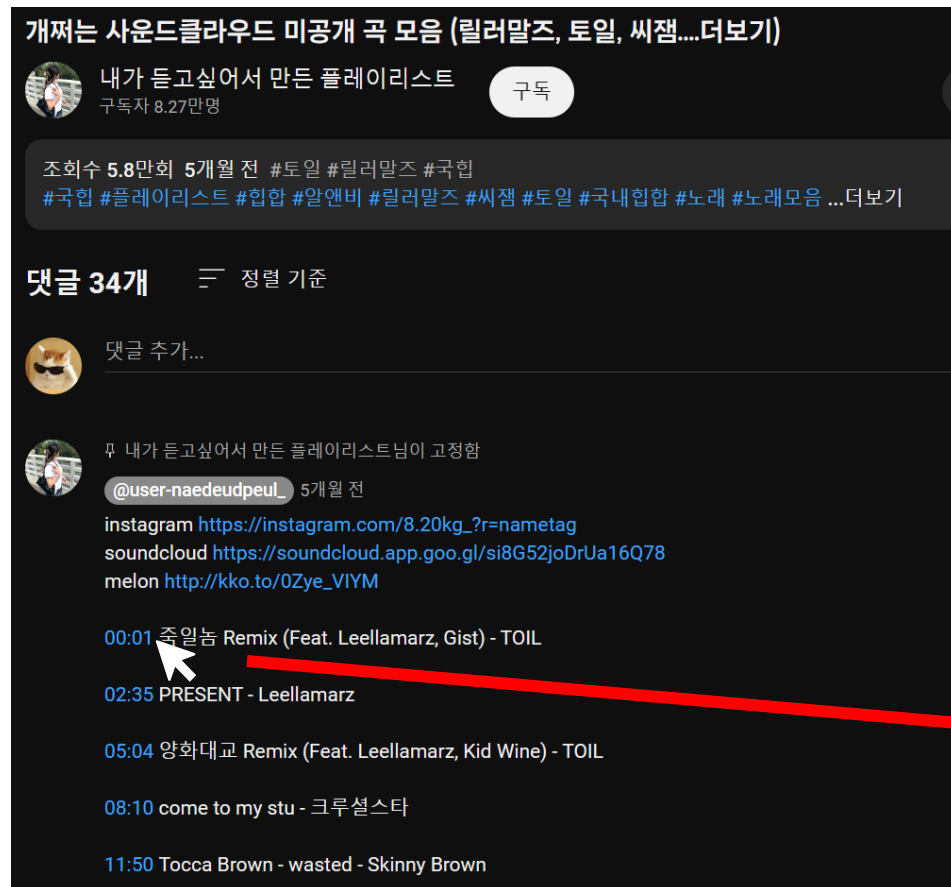
추가하고 싶은 곡의 타임라인을 마우스 왼쪽 클릭을 하거나
1초 이상 우클릭 시에도 재생목록에 해당곡 추가 가능

확장 프로그램 적용 시 (컴퓨터)

미발매곡 재생목록 추가 방법

해당 곡 시작 부분을 마우스 왼쪽 클릭 혹은 1초 이상 클릭

(클릭된 핀포인트 이후의 핀포인트 중 가장 가까운 핀포인트를 끝점으로 자동 설정)

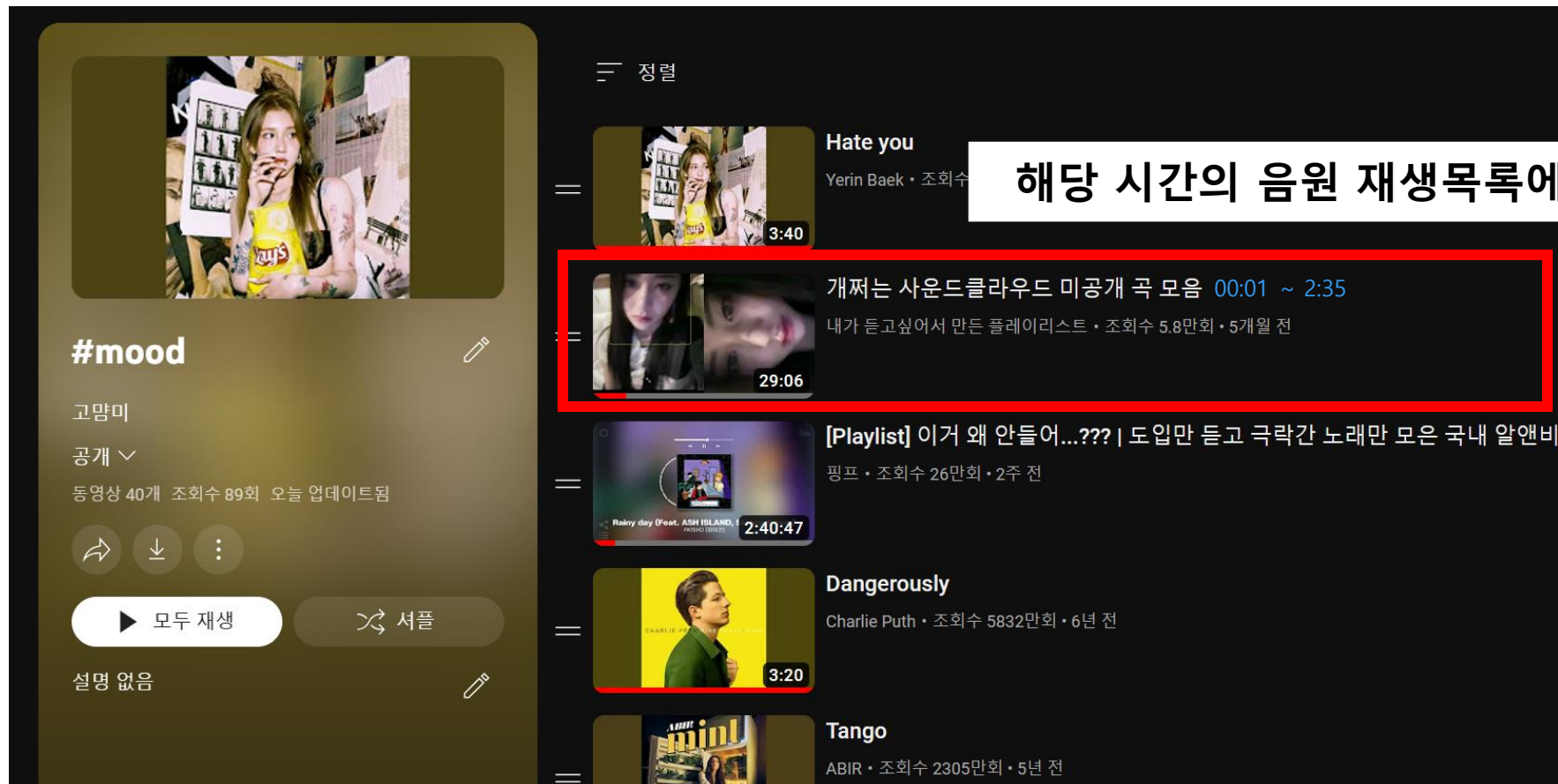


확장 프로그램 적용 시 (컴퓨터)

미발매곡 재생목록 추가 방법

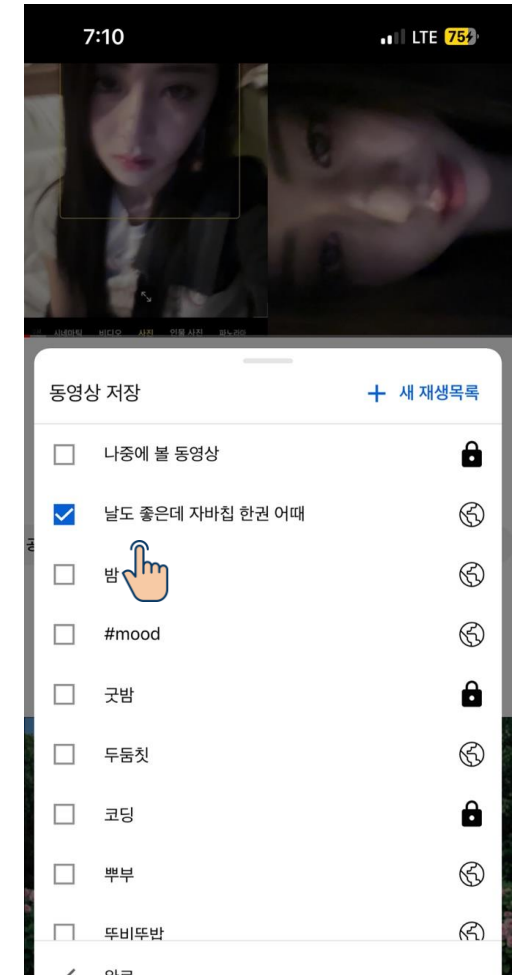
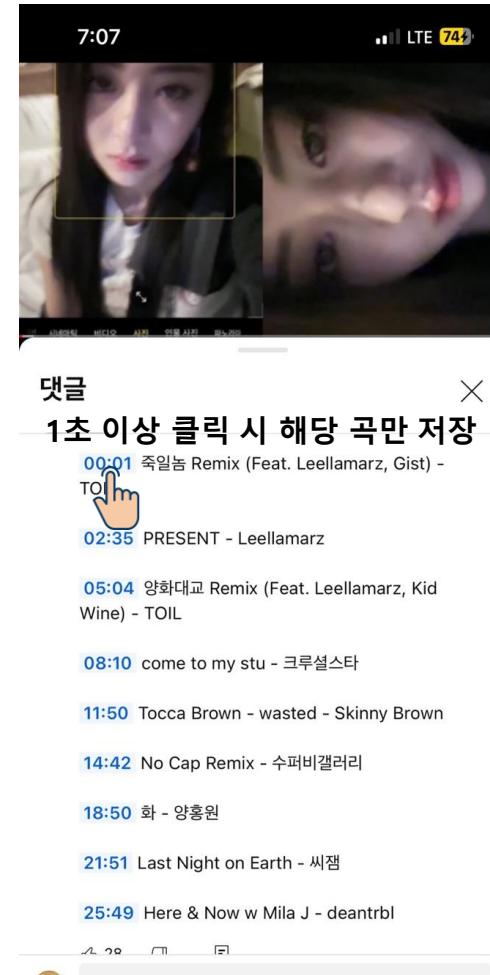
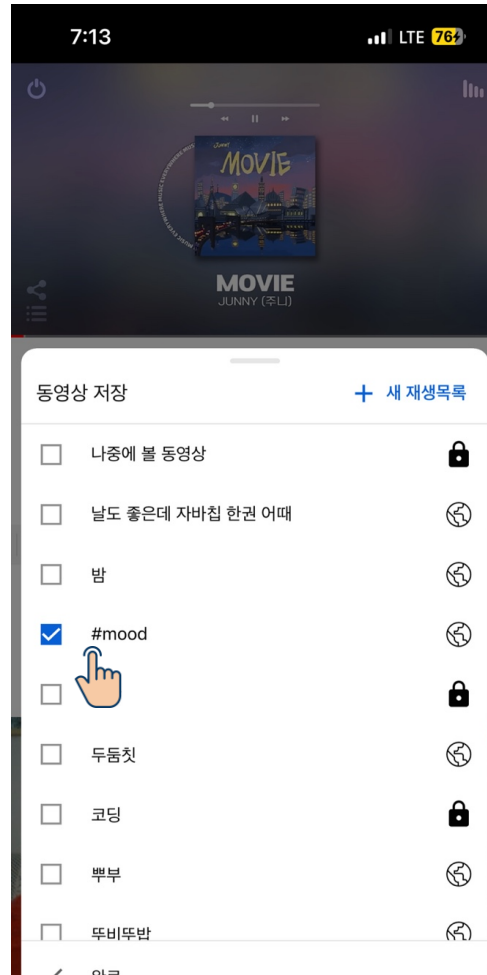
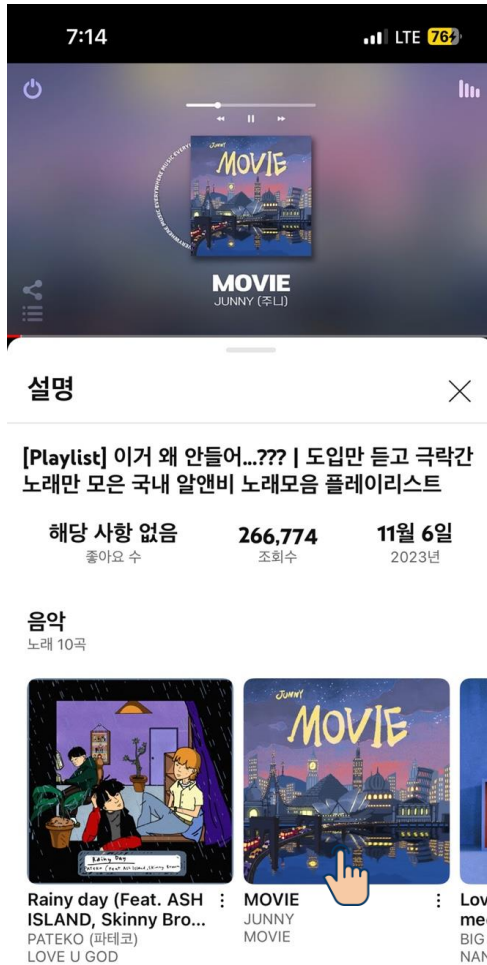
해당 곡 시작 부분을 마우스 왼쪽 클릭 혹은 1초 이상 클릭

(클릭된 핀포인트 이후의 핀포인트 중 가장 가까운 핀포인트를 끝점으로 자동 설정)



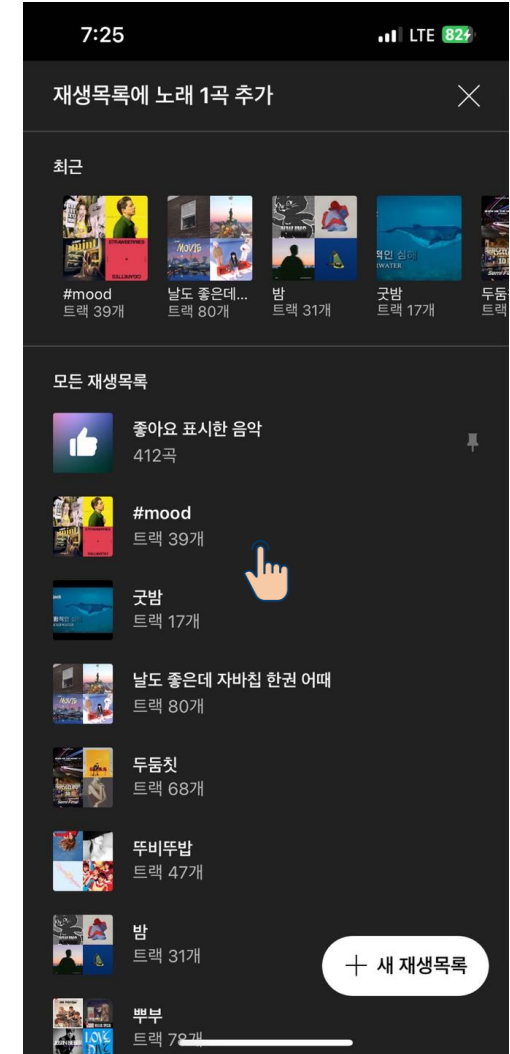
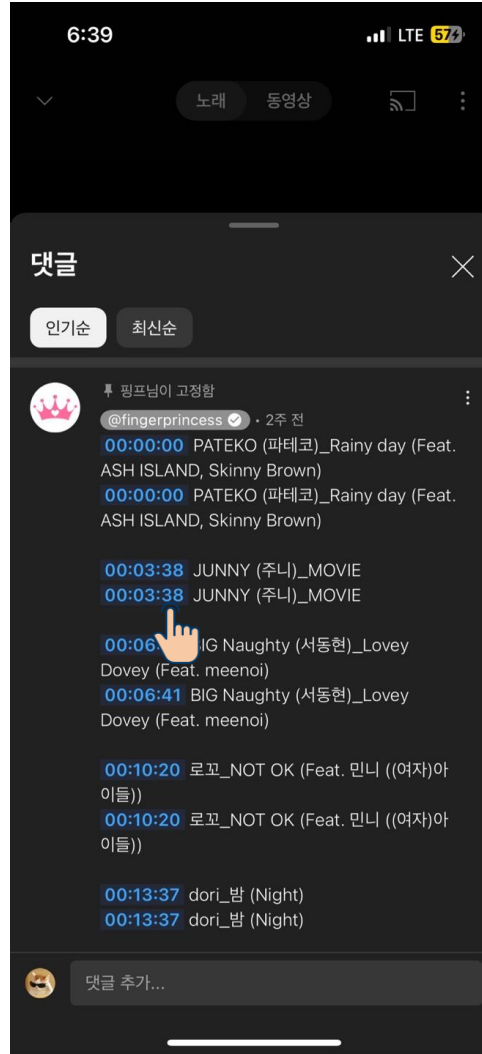
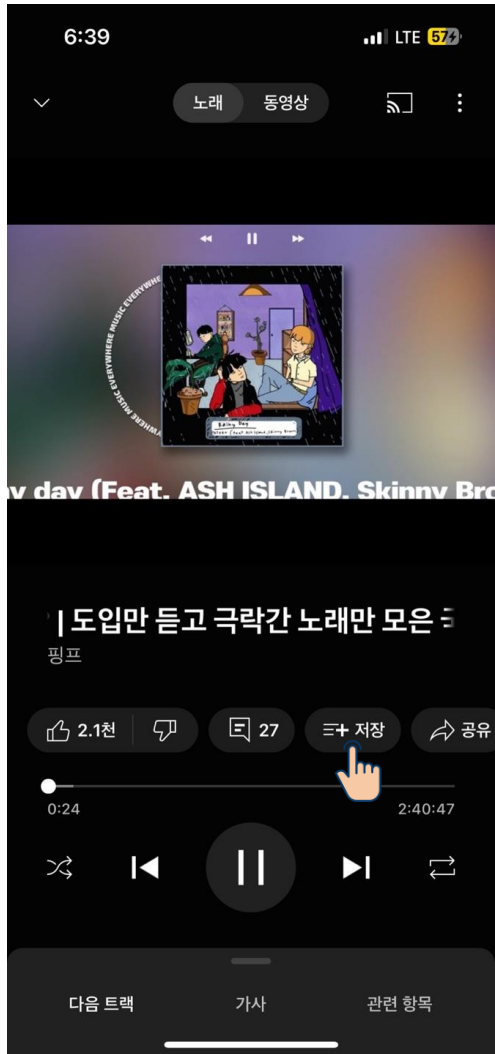
해당 시간의 음원 재생목록에 추가 가능

확장 프로그램 적용 시 (앱 - 유튜브브)

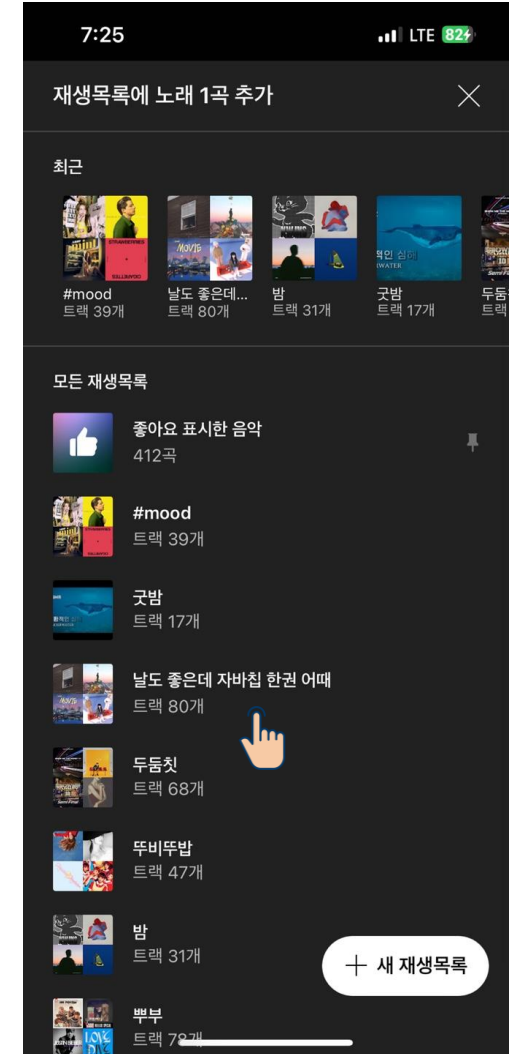
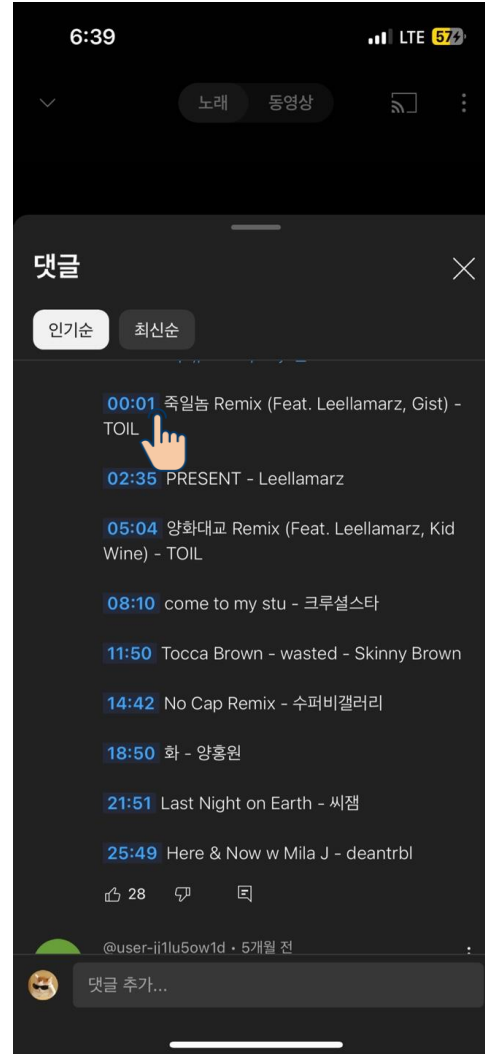
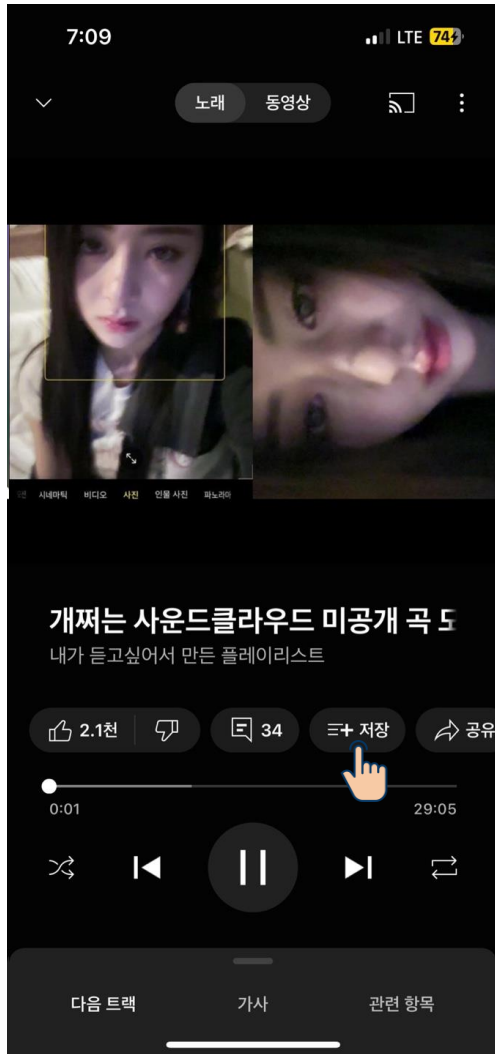


기본 로직은 컴퓨터와 동일, 1초 이상 클릭 시 개별 곡 또는 동영상 모두 재생 목록에 추가 가능

확장 프로그램 적용 시 (앱 - 유튜브 뮤직)



확장 프로그램 적용 시 (앱 - 유튜브 뮤직)



가치 및 수익 창출 구조 분석

Benefits

1. 광고수익: 팝업 및 배너 광고
2. 아티스트 프로모션
3. 데이터 판매

유저들의 곡 선호도, 연령/나이
별 인기곡 등의 데이터를 분석
및 가공해 타사에 판매

Costs

1. 초기 개발비
2. 앱 등록
3. DB / 서버 유지비
4. 수수료
5. 홍보 비용

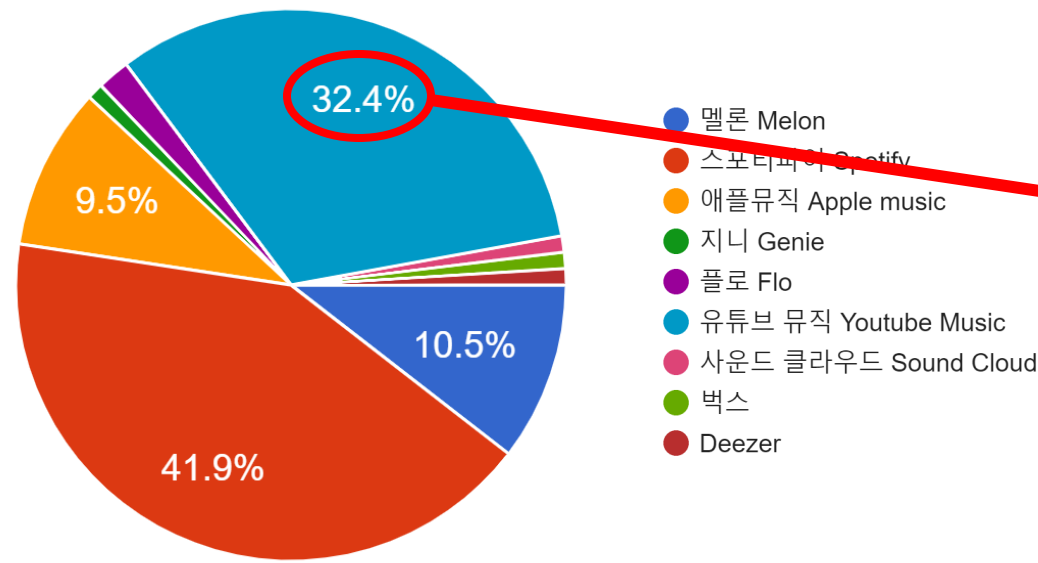
가치 및 수익 창출 구조 분석

Cost	초기 개발비(프로그램, 인건비)	3200000						
	앱 등록(앱스토어, 플레이스토어,크롬웹스토어)	167000						
	DB / 서버 유지비(월)	460000						
	수수료	수익의30%(무료앱이므로 발생하지 않음)						
	홍보비용	1000000	수익이 1천만원보다 많아지면 수익의 10%					
Benefit	광고수입	클릭당130, 1000회 노출당 1300원						
	아티스트 프로모션	600000	M1부터					
	데이터 판매	200000	M2부터					
	유료 기능 구매	보류						
첫달 사용자	7만명							
사용자 증가율	20%							
Month	0	1	2	3	4	5	6	7
NCF	-4827000	1897300	2648760	3310512	4104614.4	5057537.28	6201044.736	6887149.21
Cost	4827000	1460000	1460000	1460000	1460000	1460000	1460000	1460000
Benifit	0	3357300	4108760	4770512	5564614.4	6517537.28	7661044.736	8347149.21
광고수입		2757300	3308760	3970512	4764614.4	5717537.28	6861044.736	7547149.21
PV of Cost	₩7,576,099.22	사업 실행 타당						
PV of Benefit	₩8,596,373.91							
B/C	1.134670185							
IRR	51%							
NPV	₩680,183.13							

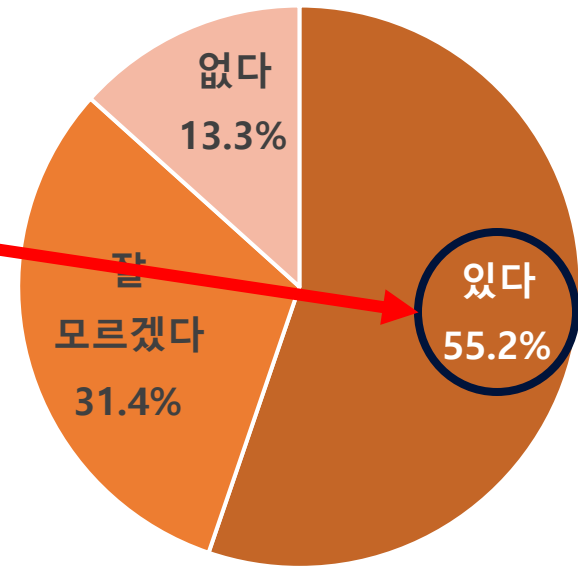
기대 효과

: 유튜브 프리미엄 및 뮤직의 로직 간소화 및 다양한 음악 콘텐츠 제공을 통한 사용자 증가

선호하는 음악 스트리밍 플랫폼



확장 프로그램 제공 시 유튜브 뮤직 사용 의사

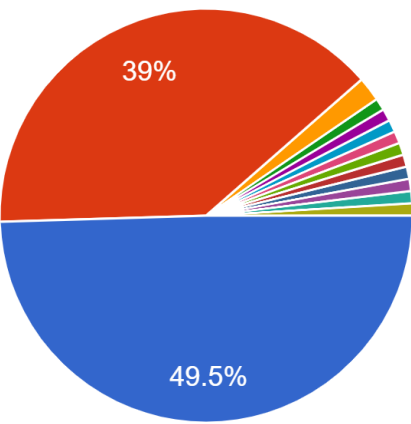


기대 효과

: 유튜브 프리미엄 및 뮤직의 로직 간소화 및 다양한 음악 콘텐츠 제공을 통한 사용자 증가

Ex-track 출시 시 유튜브 및 유튜브 뮤직을 사용하고자 한다면 그 이유는 무엇입니까?

응답 105개



- 편리한 음원 추가 기능 Convenient so...
- 미발매곡 개별 추가 기능 Capability of...
- no
- .
- Not willing to use it
- No
- Not using it
- spotify is more convenient

Ex-track의 피터의 5가지 힘 분석

신규 경쟁자 진입

유튜브 뮤직의 한계점을 보완하는 Ex-Track은 기존 플랫폼의 단점을 보완한 신규 경쟁에서도 경쟁력이 있다.

제공자

파급력이 높은 유튜브 특성 아티스트들이 자발적으로 음원을 업로드 하는 경우가 늘어나 우호적이다.

소비자

유튜브 뮤직이 2번째로 선호되는 스트리밍 플랫폼으로 자리잡고 있음

소비자

음악의 다양성, 편의성과 이용료 순으로 중요한 요소로 여김. 미발매곡을 취급하고 로직을 단순화 한 Ex-Track을 선호할 것

대체재

영상 형태로도 음악을 즐길 수 있으며 무료로 제공되기에 가격에서 유리하다. 하지만 유튜브 외 타 앱과 동시사용 불가로 사용도가 떨어진다.

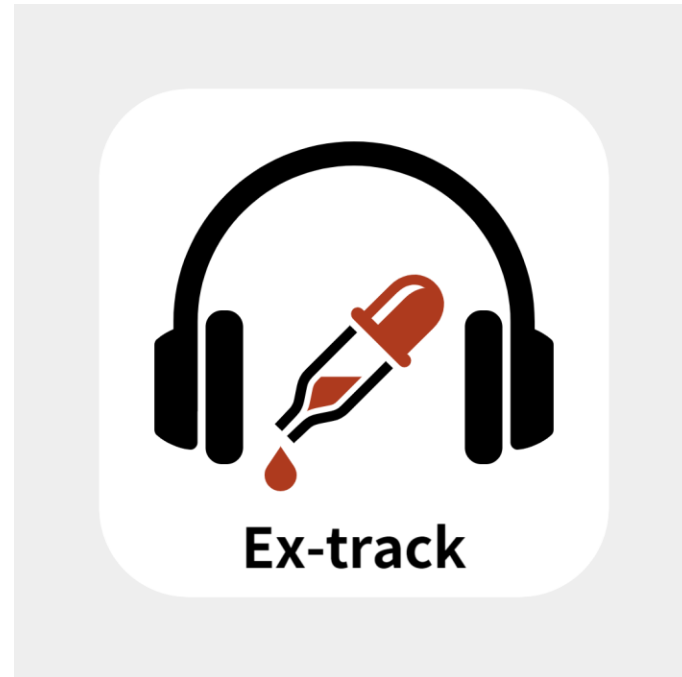
발전 방향

Will Become

- 2만명 이상의 유저 확보 시 배너/클릭 광고를 줄이고 아티스트 프로모션 확대
- 유튜브 공식적 제휴 요청으로 쾌적한 환경 제공
- 미발매곡 추천 알고리즘 개발

Will Generate

- 유튜브 뮤직 유저라면 추가 결제가 필요 없는 무료 업그레이드 시스템
- 언더그라운드 시장의 홍보 창
- 유튜브 영상의 사운드가 플레이리스트의 트랙이 될 수 있는 확장



THANK YOU

참고문헌

- <http://www.thisisgame.com/webzine/news/nboard/4/?n=11081>
- <https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/112622?hl=ko>