

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

프로젝트 일정 : 2025.04.07 ~ 2025.04.29

강선호

Email : sunho2670@naver.com

목차

Contents

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

01

프로젝트 개요

02

데이터 소개

03

데이터 전처리

04

탐색적 데이터 분석(EDA)

05

AARRR 프레임워크

06

결론 요약

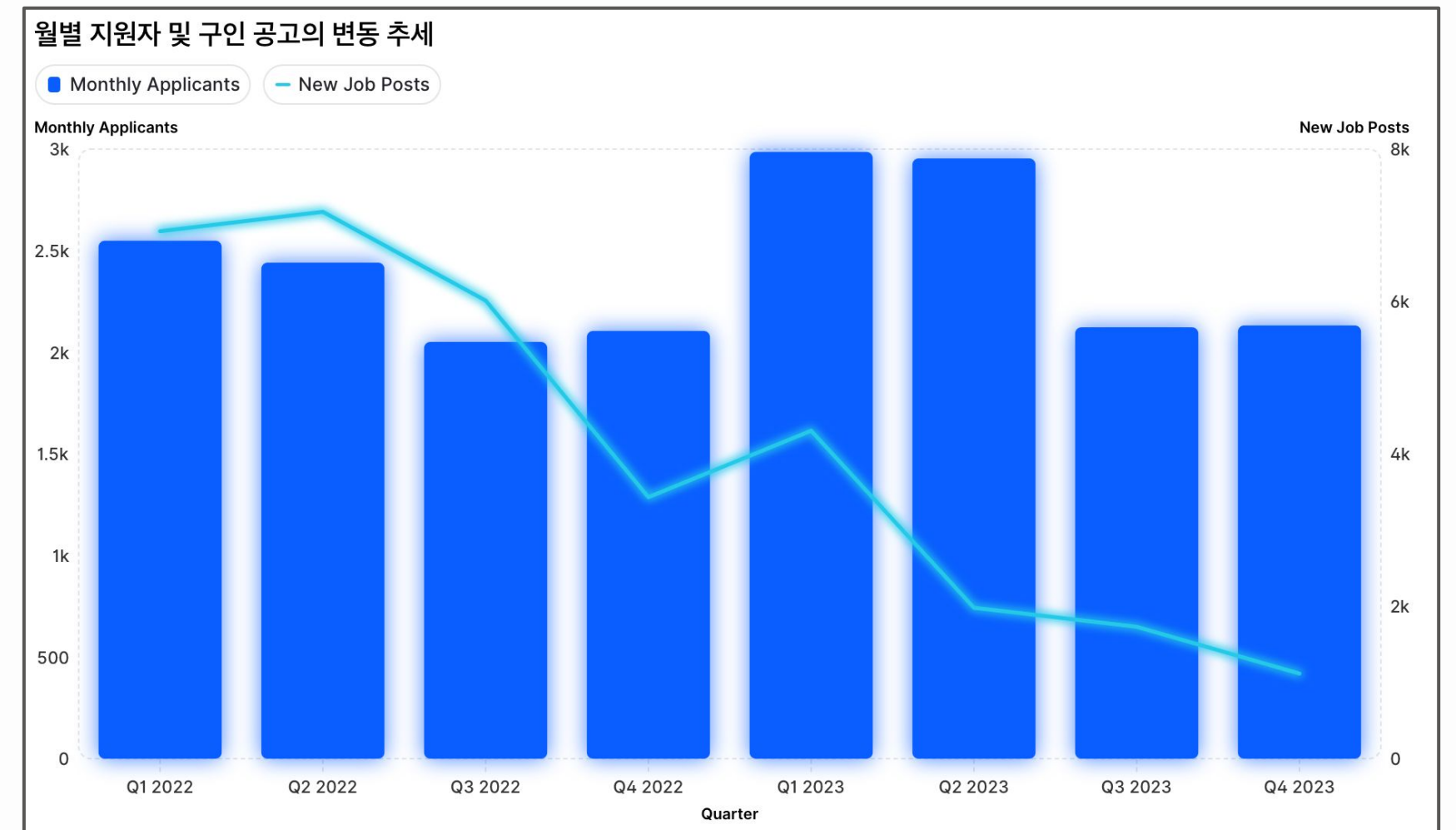
프로젝트 개요

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



프로젝트 배경



WHY ?

최근 월이 증가함에 따라 플랫폼의 방문자 수와 채용공고를 등록하는 기업 수가 점차 감소하는 현상이 관찰되고 있습니다. 이러한 하락 추세는 플랫폼의 전반적인 활성화도 저하 및 비즈니스 성과 감소로 이어질 수 있다는 점에서 대응이 필요합니다.

이에 따라 사용자 행동 흐름을 체계적으로 분석할 수 있는 AARRR 프레임워크를 기반으로 각 단계별 지표를 정의하고, 어떤 요인이 이탈 또는 감소에 영향을 주는지 구체적으로 분석하여 개선 방향을 도출하고자 합니다.

데이터 소개

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

#	테이블명	테이블 설명	주요컬럼	비고
1	cmp_x1	기업 마스터 테이블	기업id, 기업 생성일, 마지막 기업 정보 수정일, 설립일, 구성원 수, 기업 팔로워 수, 기업 추천 수	
2	caddr_y2	기업 주소지 정보 테이블	기업id, 기업 상위 주소지 정보, 주소지명(Ex. 본사)	
3	cfund_z3	기업 투자 정보 테이블	기업id, 투자유치일, 투자단계, 투자유치금, 통화 (KRW/USD)	
4	jb_w4	채용공고 마스터 테이블	채용공고id, 기업id, 생성일, 마지막 수정일, 채용분야, 채용시작일, 채용마감일, 경력, 연봉공개여부, 원격근무가능여부	
5	jaddr_v5	채용공고 주소지 정보 테이블	채용공고id, 근무지 상위 주소지 정보, 근무지명	기업은 여러개의 주소지를 보유할 수 있고, 채용공고별로 근무지를 선택할 수 있음.
6	jbmk_k6	채용 북마크 트랜잭션 테이블	유저id, 채용공고id, 북마크일시	
7	app_m7	지원서 마스터 테이블	지원서id, 유저id, 채용공고id, 지원일시	현재 하나의 채용공고에 유저가 여러번 지원할 수 있음. 채용담당자가 재지원을 요구하기도 함.
8	lg_n8	사용자 로그 테이블	유저id, 이벤트 발생 화면경로, 직전 화면경로, 로그 생성 일시, HTTP 요청 메소드, HTTP 응답 코드	<p>구직자의 로그 데이터만 제공합니다. 로그를 통해 확인 가능한 이벤트는 아래와 같습니다.</p> <p>1. 플랫폼 서비스 웹 내에서의 페이지 이동 및 이벤트 전체 *단, 개인정보 이슈상 아래 이벤트를 제외</p> <ul style="list-style-type: none">- 메시지 수신- 메시지 송신- 연결신청- 연결신청 수락 등 <p>2. 채용서비스 관련 각종 이벤트 예시 *모두 1에 포함되는 데이터입니다.</p> <ul style="list-style-type: none">- 채용정보 조회- 채용 기업 페이지 조회- 채용 기업의 구성원 프로필 조회- 지원서 업데이트 (개인정보 이슈상, 어떤 내용이 업데이트되었는지는미제공)- 채용공고 북마크

분석 도구:

- Python

분석방법:

- AARRR 프레임워크 기반 유저 행동 흐름 정의
- 지원서 작성 이후 행동을 기준으로 한 Retention 코호트 분석
- 지원서 작성일 기준 사용자 재방문 및 재지원 여부를 시간 간격별(월별)로 측정
- 리텐션에 영향을 미치는 요인으로 지역(job_address), 채용 형태(job 컬럼), 기업 특성(company 컬럼)등 다양한 변수에 대해 그룹별 비교 분석
- 퍼널 분석을 통해 공고 상세 페이지 진입 경로별 지원 전환율 측정 (log 테이블 기반)

데이터 전처리

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

STEP

01 URL 분류

기능	API	설명
직무 검색	api/items/item_name?q=	키워드 기반 직무 검색
직무 필터링	api/item/item_name?type=...	필터 조건으로 직무 리스트 조회
직무 상세 조회	items/id/id_title	개별 공고 상세 정보
유사 직무 추천	api/items/id/related_items?offset=...	관련된 직무 추천
추천 직무	api/suggest_special	사용자 기반 추천 직무
지원서 작성	items/id/submit/step1~4	단계별 지원 프로세스
경력 입력 (지원용)	api/accounts/id/history/form?mode=submit	경력/경력 정보 입력
이력서 작성	@user_id/profile/step1~2	이력서 입력/수정 단계
경력 입력 (이력서용)	api/users/id/history/form?type=profile	이력서용 경력 정보 입력
유입 채널	utm_source=, utm_medium=, utm_campaign=	유저가 유입된 채널
지원 내역 확인	@user_id/submissions	유저의 지원 내역 확인
실패 지원 내역	@user_id/submissions?status=denied	실패한 지원 내역
채용 제안 수신 확인	@user_id/offer/incoming	받은 채용 제안 리스트
다른 사용자 추천	@utm_campaign=suggest_people	추천을 통해 유입된 유저
면접 합격	@user_id/submissions?status=shortlisted	면접 합격 여부 확인
최종 합격	@user_id/submissions?status=accepted	최종 합격 여부 확인

- 본 문서에 기재된 URL은 보안상 이유로 실제 경로와 다르게 마스킹 처리되었습니다.

데이터 전처리

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

STEP

02 주소 데이터 지역화

목적

- 지역에 따른 차이를 분석하기 위해 주소 데이터를 권역(수도권/비수도권/해외)으로 재분류

처리 내용

- company_address 컬럼에 있는 상세 주소 (예: 서울특별시 강남구 역산동, 경기도 성남시 등)를 아래 기준에 따라 지역 그룹화

원본 주소 예시	그룹화 결과
서울특별시 강남구 역산동	수도권
경기도 수원시 영통구	수도권
부산광역시 해운대구	비수도권
도쿄 시부야구	해외
미국 캘리포니아 산호세	해외

STEP

03 근무지명 데이터 정제

목적

- 근무지명(name) 컬럼에는 ‘본사’, ‘사무실’, ‘오피스’, ‘office’, ‘연구소’, ‘R&D’, ‘본사 및 공장’ 등 다양한 표현 방식이 혼재되어 있음
- 이러한 비정형 데이터는 근무지 유형별 분석(예: 지원서 작성률 분석)시 정확한 집계와 비교를 어렵게 만든다.
- 이에 따라 근무지명을 의미에 따라 그룹화하여 정규화하는 전처리를 수행

정제 전 근무지명	정제 후 근무지명
오피스	사무실
office 3층	사무실
본사 및 공장	본사
HQ (서울 본점)	본사
R&D 센터	연구소
연구소 별관	연구소
분당지사	지사
별관 사무소	지사

탐색적 데이터 분석 (EDA)

Project Overview

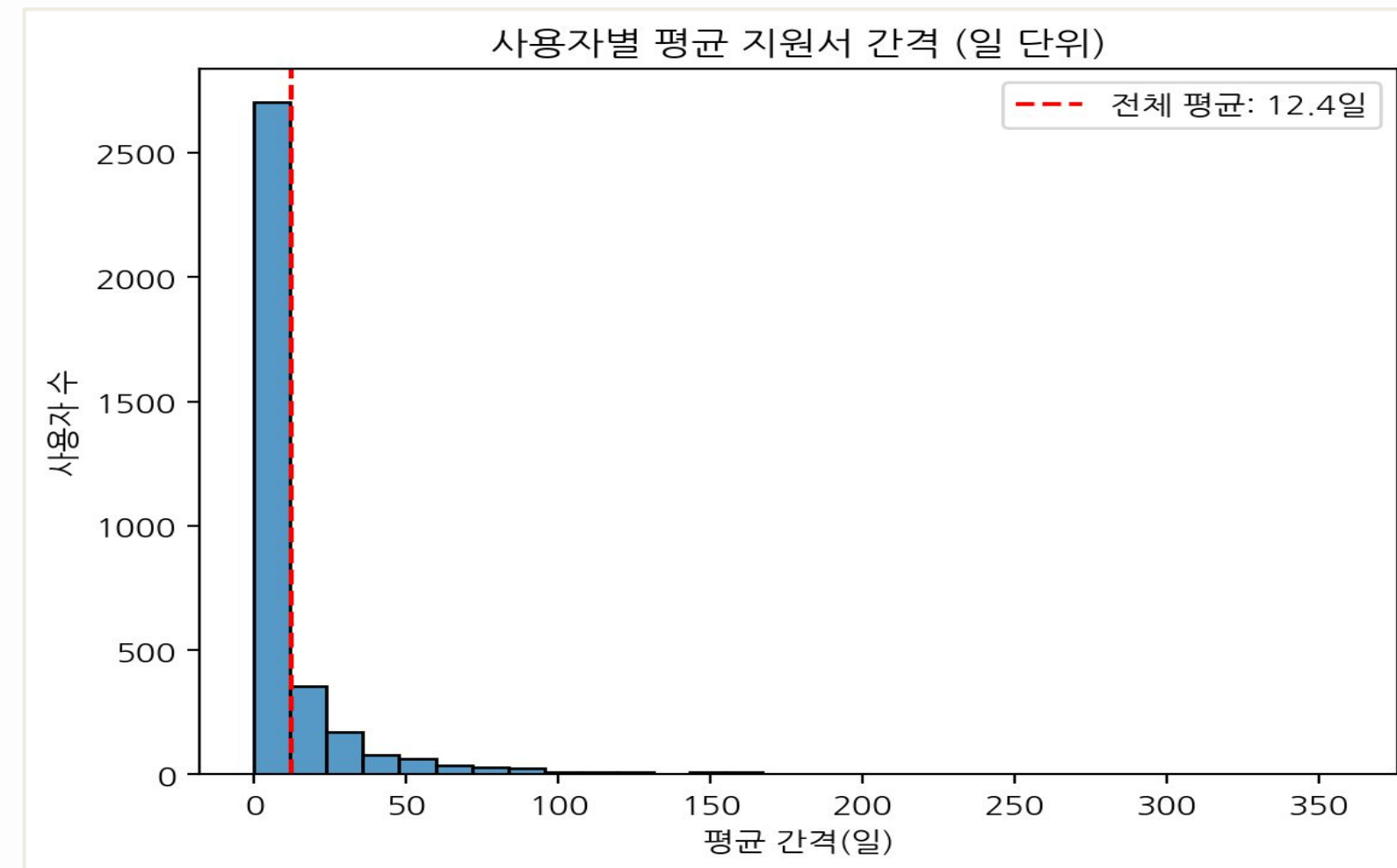
AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



월별 지원서 작성 수 추이

- 2022년 한 해 동안 지원서가 작성된 건수를 월별로 살펴본 결과, 1월부터 4월까지 지원이 활발히 이루어진 시기였다.
- 하지만 4월 이후 부터는 지원서 수가 눈에 띄게 줄어드는 하락세를 보였고, 이 추세는 하반기 내내 지속
- 그러다 12월에 들어 다시 지원서 작성수가 반등하며 대폭 증가하는 흐름이 나타났다.

➡ 상반기에는 신년 채용 시즌, 하반기 말에는 연말 특수성 혹은 다음 해 준비를 위한 움직임 등이 반영되었을 가능성이 있다.



지원서 재작성까지의 평균 소요 기간

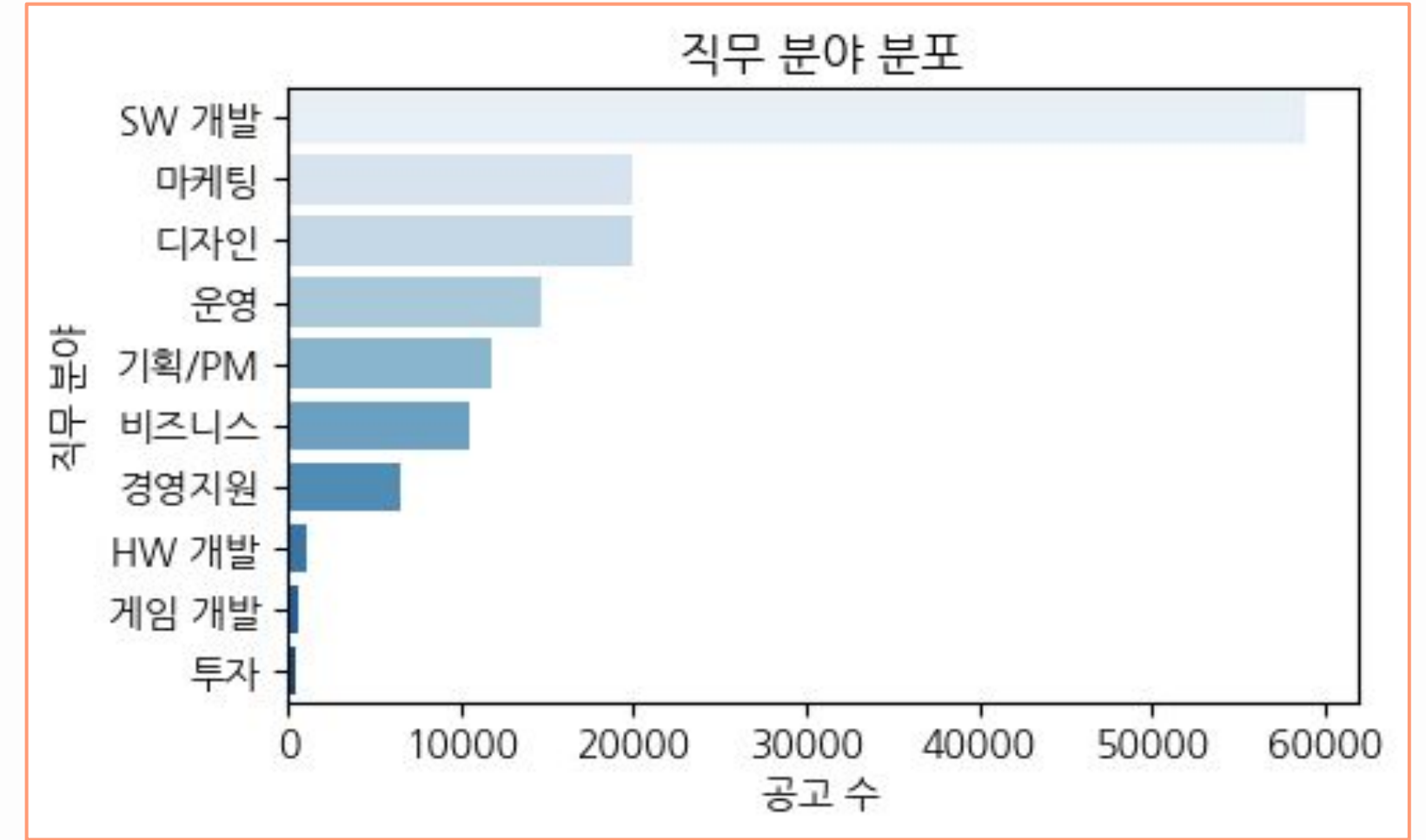
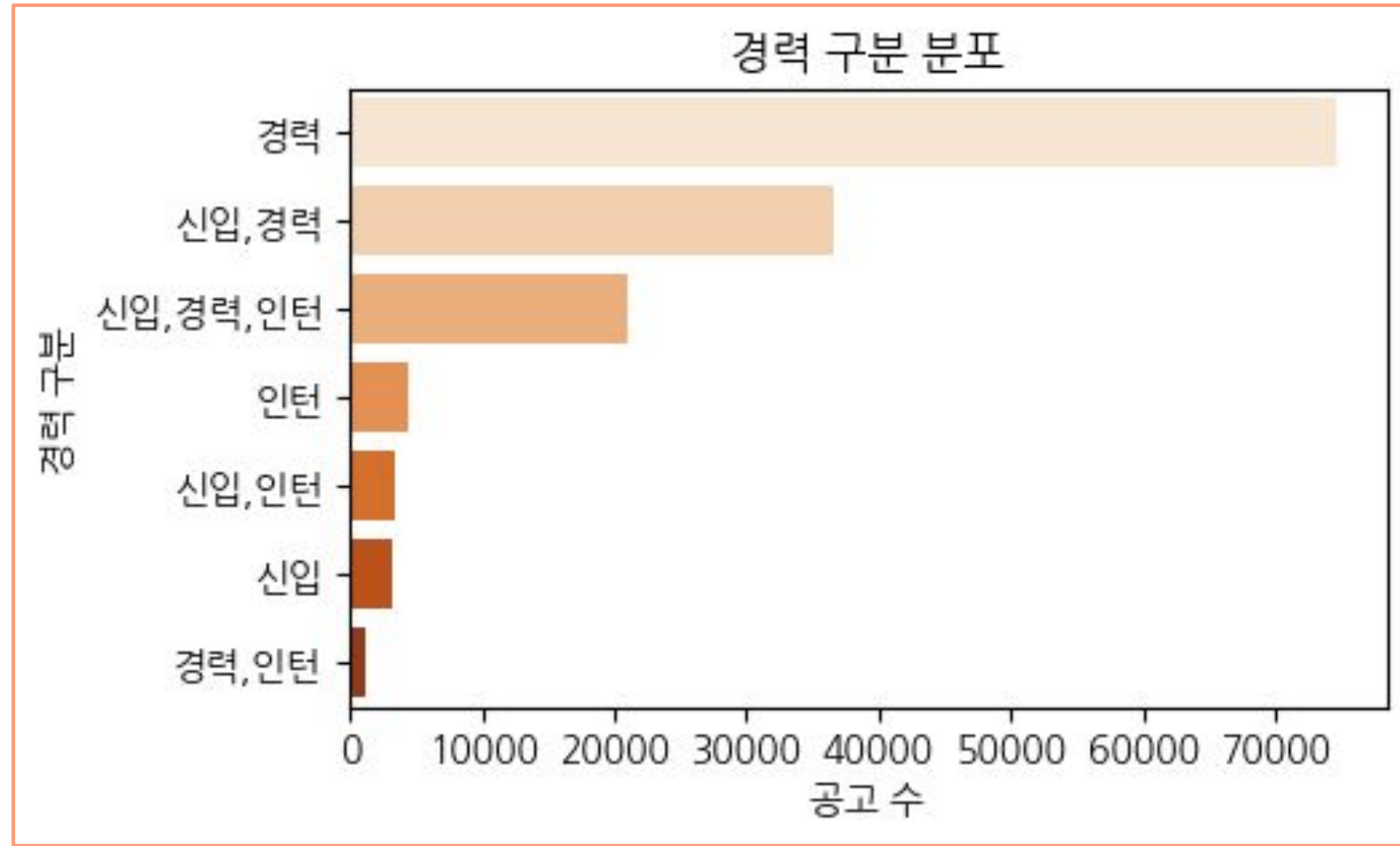
- 분석 결과, 사용자가 첫 지원서를 제출한 이후, 두 번째 지원서 작성하기까지 평균 12.4일이 소요
- 많은 유저들이 첫 지원 이후 2주 이내에 다시 작성하는 경향을 보였다.
- 이는 유저들이 일정 기간 내에 집중적으로 구직 활동을 이어가는 경향을 있음을 시사한다.

➡ 따라서 유저가 첫 지원을 마친 이후, 2주 이내 재지원 유도를 위한 알림, 추천 공고 노출 등 리텐션전략이 효과적으로 작용할 수 있다.

탐색적 데이터 분석 (EDA)

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



경력 구분별 채용공고 분포

- 경력직 채용공고가 전체 채용공고 중 가장 높은 비중을 차지하였다. 이는 실무 역량을 즉시 발휘할 수 있는 인재에 대한 기업 수요가 매우 높다는 점을 시사한다.
- 특히 '신입 전용' 공고는 상대적으로 적은 수였으며, 대부분의 경우 신입, 인턴, 경력 등 다양한 경력 조건을 혼합하여 채용하는 형태가 다수를 차지하였다.
- 이는 실질적인 의미의 신입보다는 일정 수준의 경험을 갖춘 '준경력자' 대한 선호가 채용 시장의 경향을 보여준다.



직무 분야별 채용공고 분포

- SW 개발 분야가 전체 채용공고 중 가장 높은 비중을 차지하였다. 이는 IT 기반 스타트업 및 테크 기업들이 주로 사용하는 채용 플랫폼의 특성과 맞물려 나타나는 경향으로 해석된다.
- 그 외에도 마케팅, 디자인, 운영 직군에서도 꾸준한 채용이 포착되었다.
- 플랫폼 내 구직자 대상 직무 다양성 측면에서는 테크 직군 편향성이 존재한다.

AARRR 프레임워크

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



구직자 관점의 AARRR 흐름 정리

단계	설명	주요 지표
Acquisition	유저가 플랫폼에 유입되는 단계	방문로그, 유입채널(utm)
Activation	유저가 처음으로 의미 있는 행동을 하는 단계	첫 지원일
Retention	유저가 재방문하거나 재지원하는 단계	월간 리텐션, 지원서 기반 코호트 분석
Revenue	유저의 행동이 플랫폼의 수익으로 연결되는 단계	채용성공 수수료 총 매출
Referral	기존 유저의 추천을 통해 신규 유저가 유입되는 단계	추천을 통한 회원가입률

기업 관점의 AARRR 흐름 정리

단계	설명	주요 지표
Acquisition	기업이 플랫폼에 유입되는 단계	기업 최초 등록일
Activation	기업이 플랫폼에서 처음으로 의미 있는 활동을 수행하는 단계	첫 채용공고 등록일
Retention	기업이 반복적으로 공고를 등록하는 단계	월 단위 공고 등록 기준 롤링 리텐션
Revenue	기업의 활동이 플랫폼의 수익으로 연결되는 단계	채용 성공 시 발생하는 수수료 총액

구직자 관점의 AARRR 프레임워크

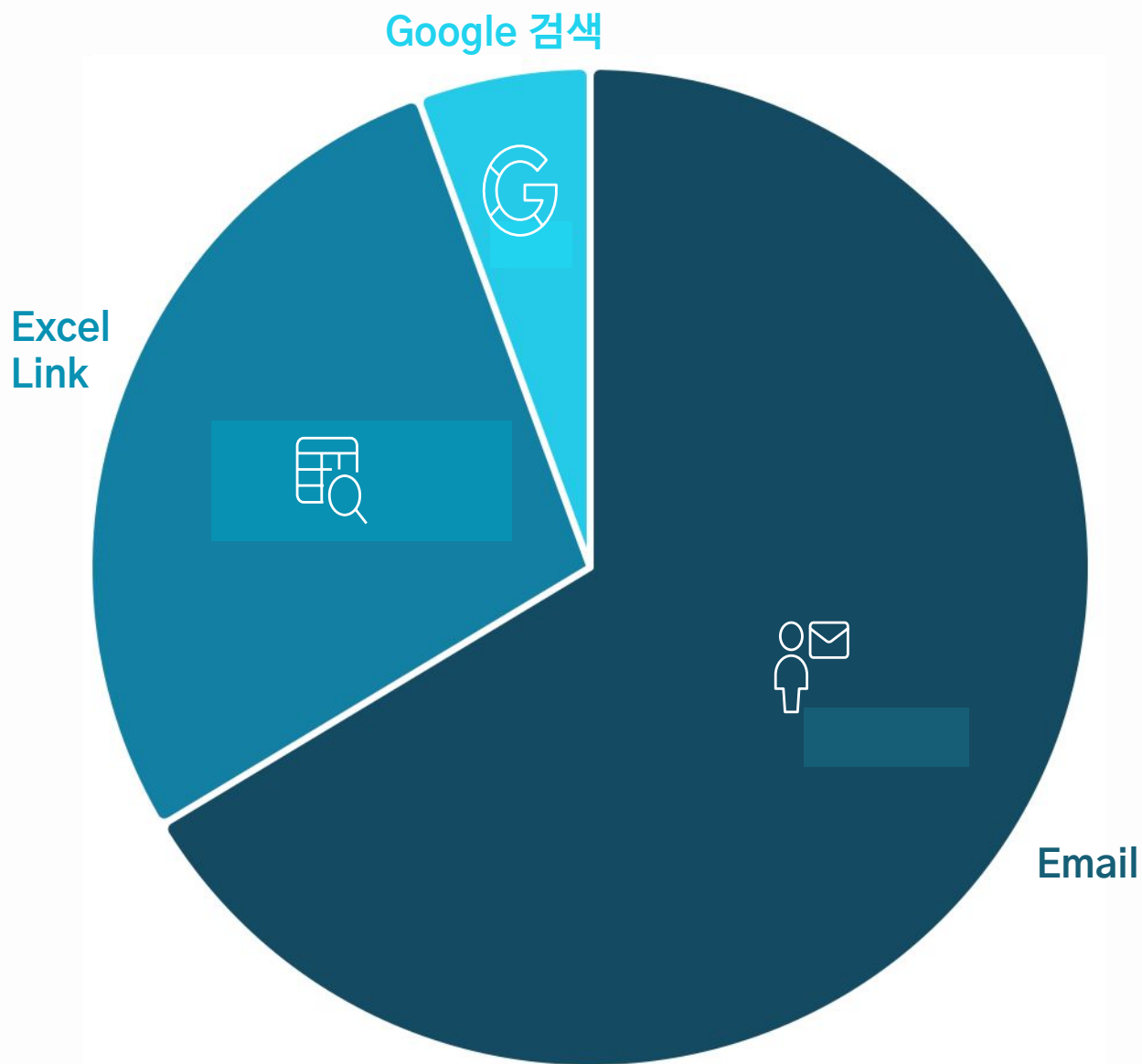
AARRR 프레임워크

Project Overview

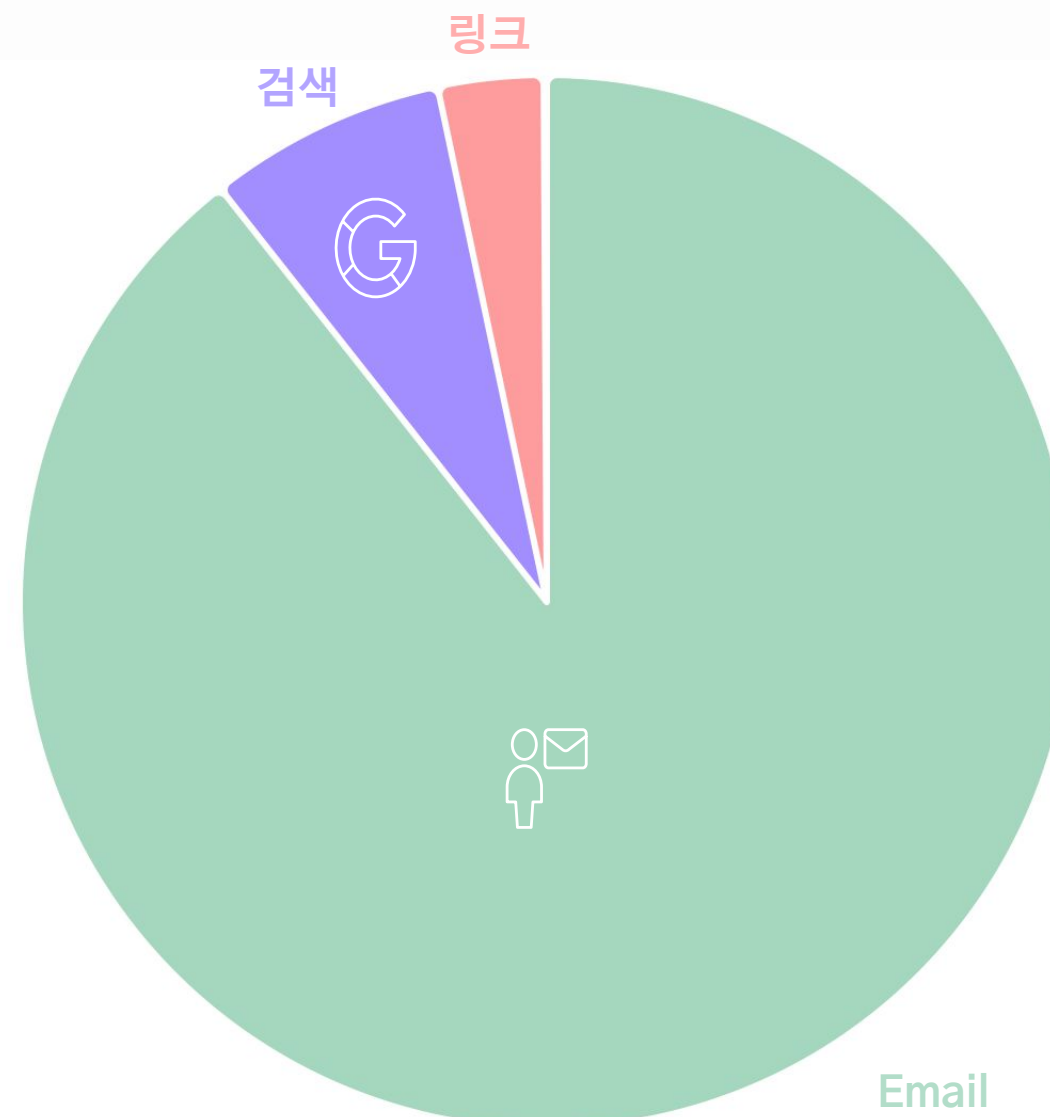


Acquisition

UTM 유입 경로별 유입 수 (전체 유저)



UTM 유입 경로별 유입 수 (전체 유저)



AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

01 전체 유저의 유입 경로별 분석

- 유입 채널 분석 결과, notification 경로가 가장 높은 방문자 수를 기록하며, 플랫폼 내 알림 기능이 가장 강력한 유입원임을 보여준다.
- 그 외에도 excel, goole_jobs_apply 등 공유형 및 검색 기반 콘텐츠를 통한 유입도 상당한 비중을 차지하였다. 이는 외부 채널로부터의 진입이 실질적인 트래픽 유입으로 이어지고 있음을 시사한다.

02 첫 방문자 유입 경로 상세 분석

- 이메일을 통해 유입된 유저 수가 압도적
 - 전체 유입 중 약 90%가 notification/email 조합에서 발생했다는 것은, 서비스 내 자동 발송되는 이메일 알림이 가장 효과적인 사용자 유입 수단이라는 뜻이다.
 - 이는 이메일 기반의 전략이 잘 작동하고 있으며, 사용자 리텐션 및 재방문 유도에 효과적이라는 근거가 될 수 있다.
 - 추천, 지원 리마인더, 친구 요청, 비밀번호 재설정 등 다양한 트리거 알림이 실질적으로 행동 유도에 기여하고 있을 가능성이 높다.
- 구글 검색 엔진 유입 꾸준히 발생
- excel / alink 유입은 특정한 B2B 채널을 통한 유입으로 보임

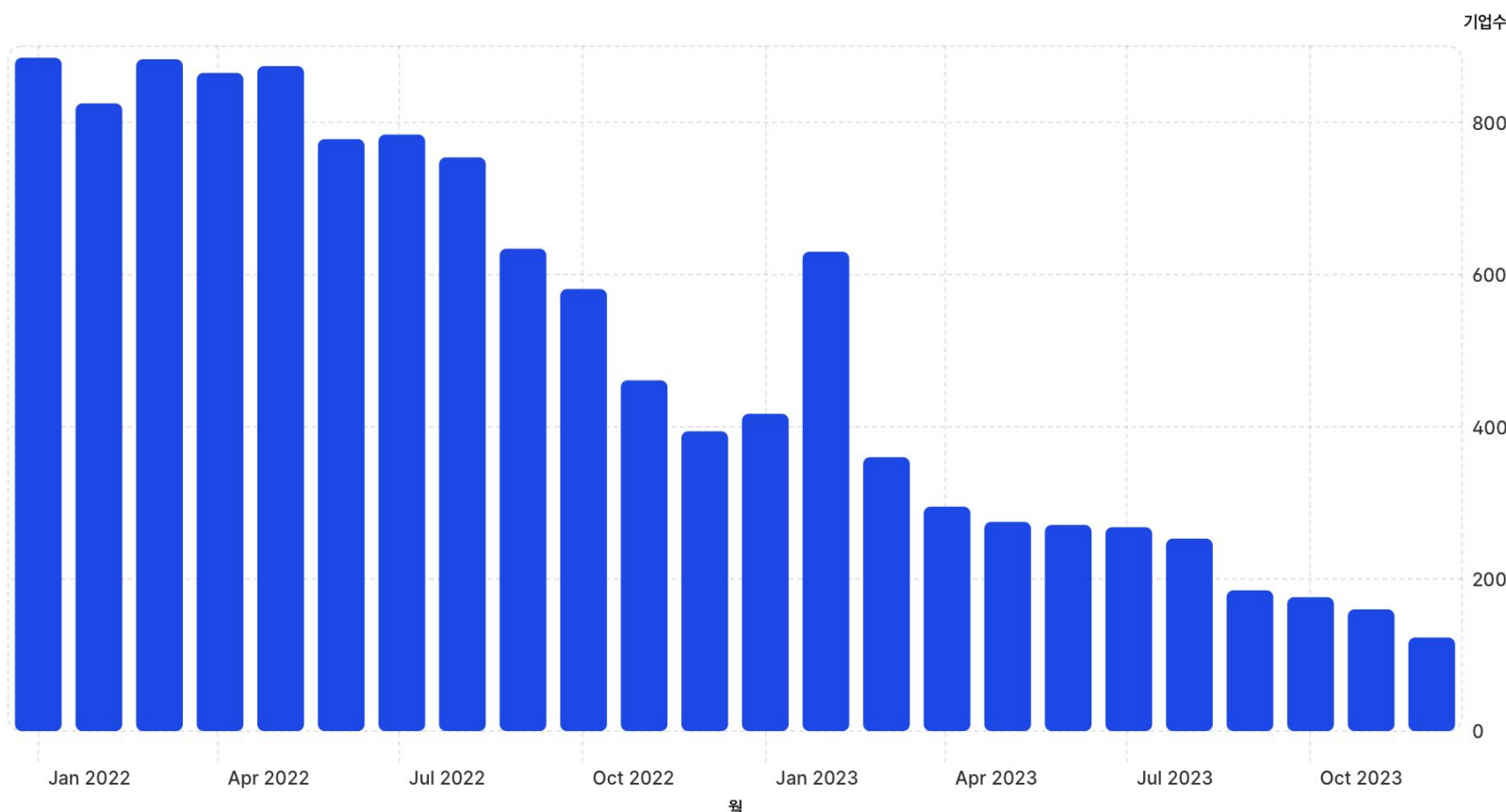
AARRR 프레임워크

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

Activation

월별 채용공고 올린 기업수



월별 구직자 지원 전환율



분석 결과

- 공고 수는 많았지만, 지원으로의 전환은 감소하는 추세
- 2022년은 공고를 올린 기업 수가 2023년에 비해 현저히 많았음
- 그러나 지원 전환율은 2022년에 비해 2023년이 더 높은 경향
→ 적은 공고 수에도 불구하고 더 효율적인 Activation 발생

인사이트

- 공고 수의 양적 증가가 지원서 작성으로의 전환을 보장하지 않음
- 지원 전환율은 공고 품질, 노출 경로, 타겟 일치도 등 다른 요인과 거 밀접한 관련
- 2023년, 공고 수는 줄었지만 높은 전환율을 기록한 점에서 타겟팅 전략 개선 또는 구직자 니즈에 부합한 콘텐츠 가능성 시사

시사점

- 단순히 많은 공고를 노출하는 것보다 구직자의 관심과 행동을 유도하는 퀄리티 중심 전략이 Activation 단계에서 효과적
- 향후에는 공고 콘텐츠 개선, 적절한 노출 경로 확보, 사용자 관심 기반 추천 등을 통해 전환율을 높이는 전략이 필요

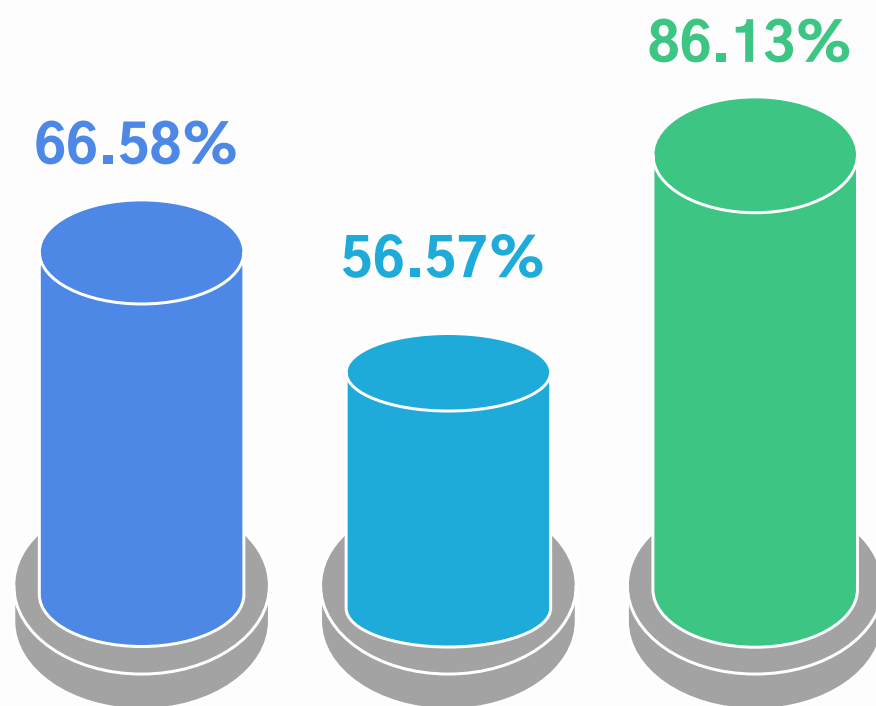
AARRR 프레임워크

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

Funnel Analysis

북마크 여부에 따른 퍼널 분석

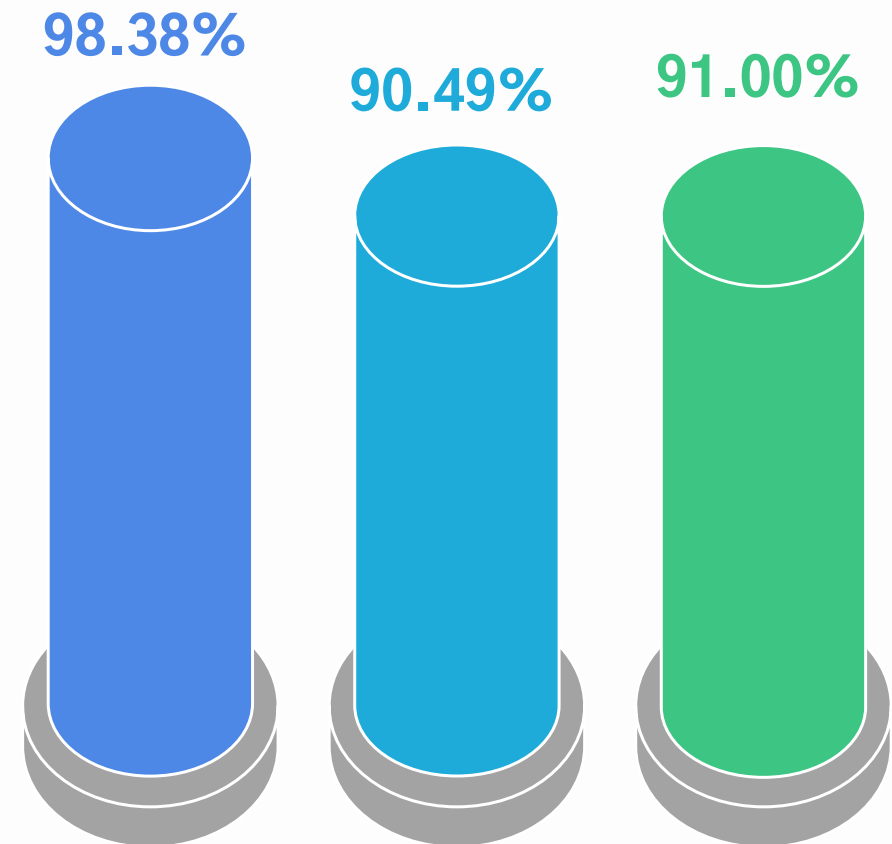


북마크를 안한 유저

방문 → 상세 페이지 진입
방문자가 상세 페이지에 도달

상세 페이지 진입 → 지원서 작성 시작
상세 페이지에서 지원서 작성 시작

지원서 작성 시작 → 지원서 제출 완료
지원서 작성 완료 및 제출



북마크를 한 유저

전체 유저 Funnel Analysis

76.88% → 70.63% → 88.50%

step1. 방문하고 상세페이지에 도달
step2. 상세 페이지에서 지원서 작성 시작
step3. 지원서 작성 완료 및 제출

전체 유저의 퍼널 분석 Insight

- 가장 큰 이탈 지점은 상세페이지 → 지원서 작성 단계로, 전환율이 약 70.63%로 나타났다.
- 반면, 지원서 작성을 시작한 유저의 지원서 제출 전환율은 88.5%로 매우 높은 수준이었다.
- 이는 지원서를 작성하기 시작한 유저는 높은 몰입도와 충성도를 보이는 경향을 있음을 시사한다.

북마크 여부에 따른 퍼널 분석 Insight

- 북마크를 하지 않은 유저는 전체 퍼널에서 특히 지원서 작성 단계에서 큰 이탈율을 보였다.
- 반면, 북마크를 한 유저는 모든 단계에서 전환율이 90% 이상으로 유지되며, 각 단계별 이탈율이 10% 미만으로 매우 안정적인 흐름을 보였다.
- 이는 북마크를 기능을 사용한 유저보다 적극적이고 목표 지향적인 행동 패턴을 보이며, 리텐션과 전환율 모두에서 긍정적인 효과를 준다는 중요한 시사점을 갖는다.

AARRR 프레임워크

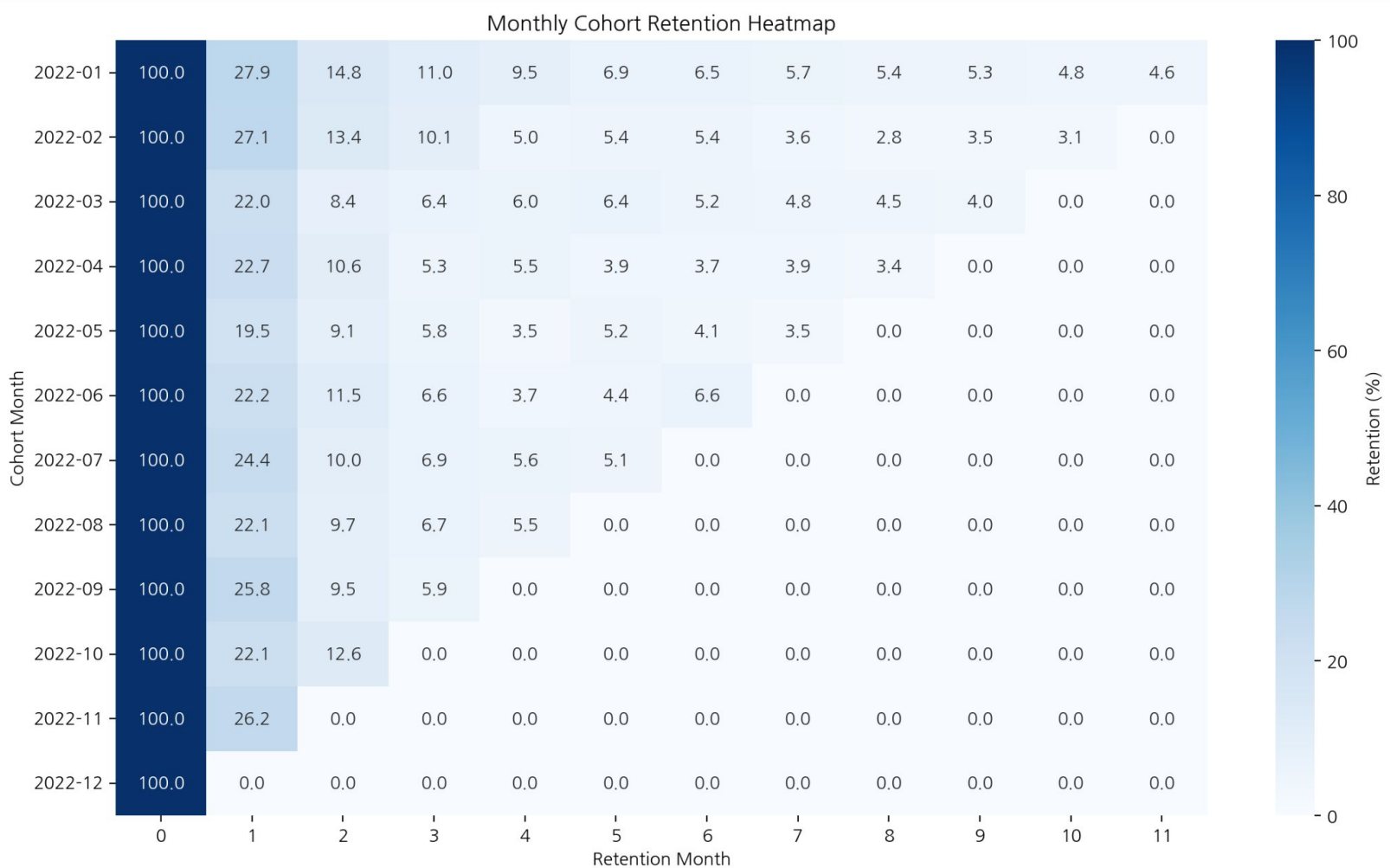
Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



Retention

월별 가입자 지원서 작성 코호트 리텐션



INSIGHT

- 1월에 가입한 유저들이 가장 높은 리텐션율을 보였다. 이는 상반기 채용 시즌과 맞물려 유저들의 지원 활동이 활발하게 이루어진 거승로 해석할 수 있다.
- 전반적으로 2023년의 리텐션율이 2022년보다 높은 수준으로 나타났다. 이는 채용 시장의 회복과 플랫폼의 개선된 사용자 경험 등이 영향을 미쳤을 가능성이 있다.
- 특히, 2022년에는 대부분의 달에서 다음 달 지원서 작성 리텐션이 비슷한 비율로 나타난 반면, 2023년에는 7월 가입자를 제외하고 대부분 높은 리텐션을 유지했다.
- 반면, 2023년 7월 가입자는 다음 달 리텐션이 20%대로 급감, 계절적 요인 또는 여름 휴가철 등의 외부 요인이 영향을 미쳤을 가능성이 있다.

AARRR 프레임워크

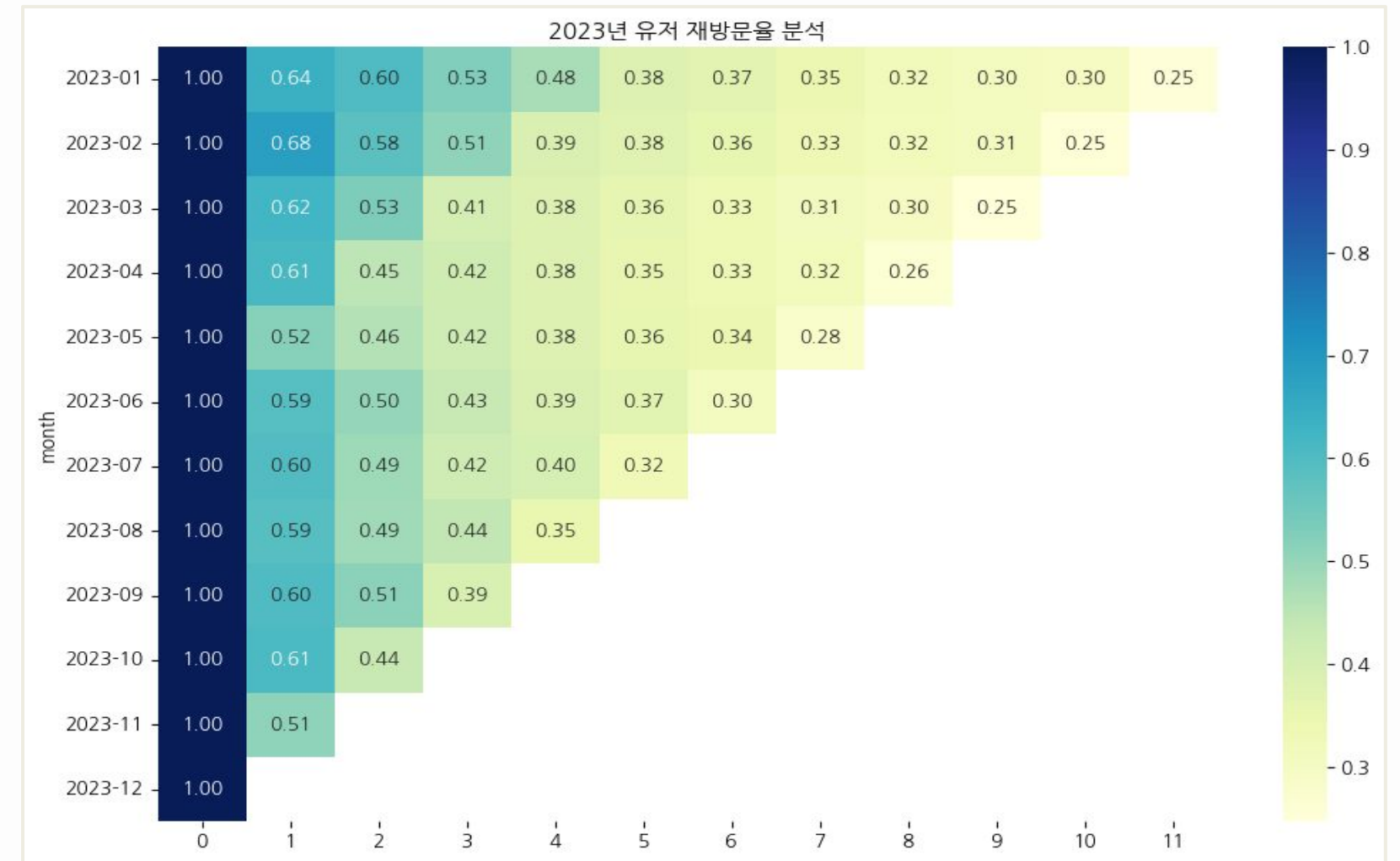
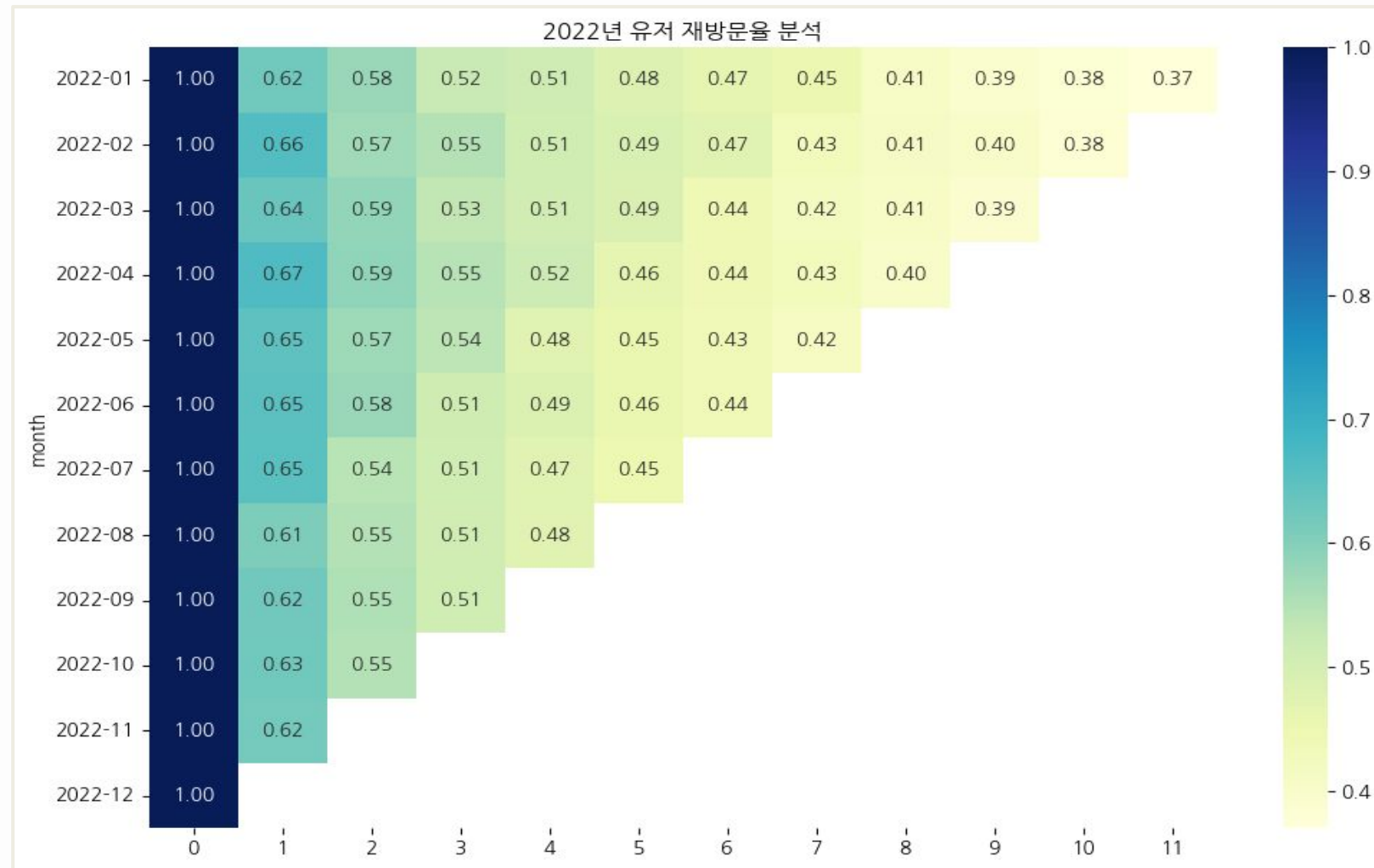
Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



Retention

월별 가입자 방문 코호트 리텐션



INSIGHT

- 2022년 가입자들은 가입 시기에 관계없이 한 달 후 재방문율이 전반적으로 비슷한 수준을 보였다. 이는 연중 사용자 행동 패턴이 일정했음을 시사한다.
- 반면, 2023년에는 5월 이후 가입한 유저들의 리텐션이 눈에 띄게 하락하는 경향을 보인다. 이는 계절적 요인, 서비스 피로도, 혹은 외부 이슈등 다양한 원인이 작용했을 가능성이 있다.
- 또 하나 주목할 점은, 모든 가입 월을 기준으로 시간이 지날수록 재방문율이 점차 낮아지는 전형적인 코호트 리텐션 패턴이 나타났다는 것이다. 이는 일반적으로 사용자 이탈이 발생하는 자연스러운 흐름이지만, 특정 월 이후 급격한 하락은 원인 분석이 필요하다.

AARRR 프레임워크

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

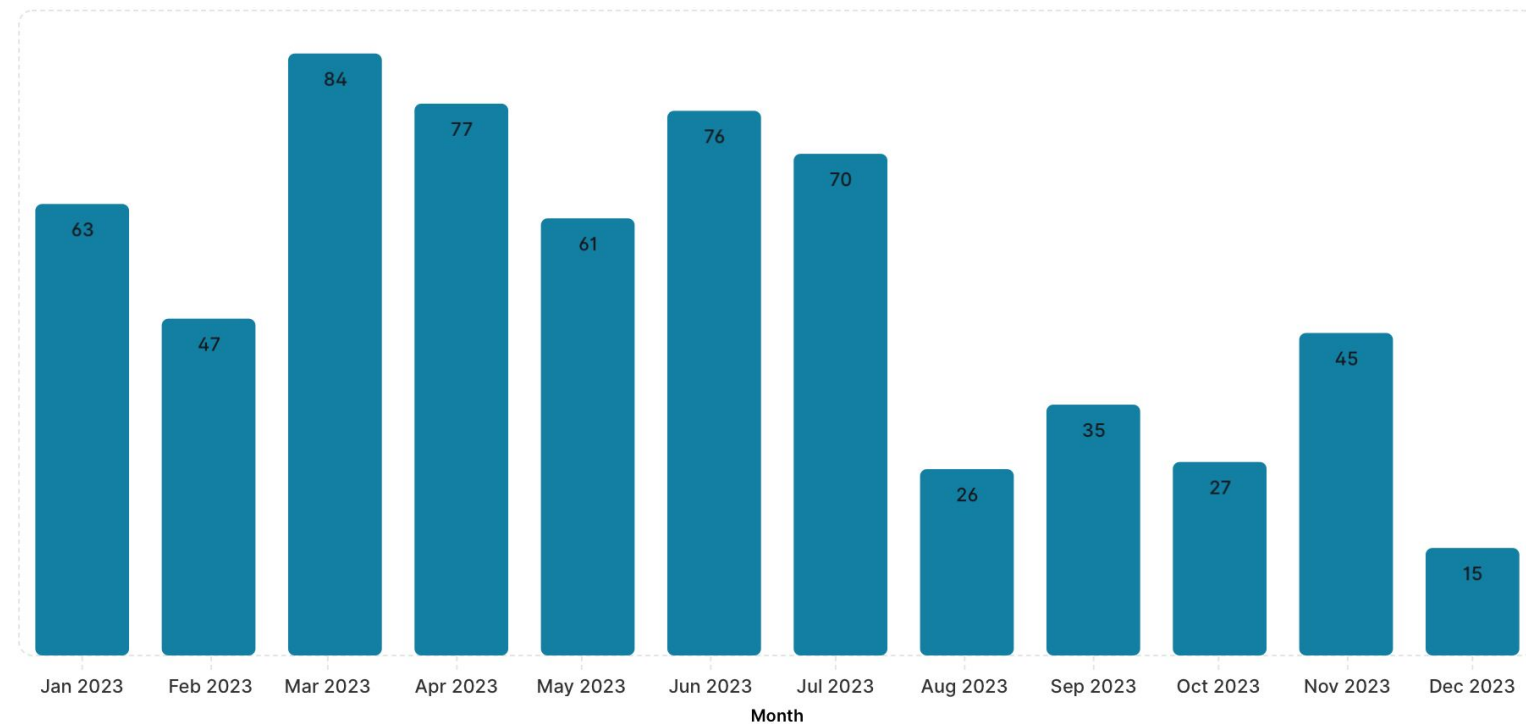


Revenue & Referral

채용 성공 수수료 총 매출

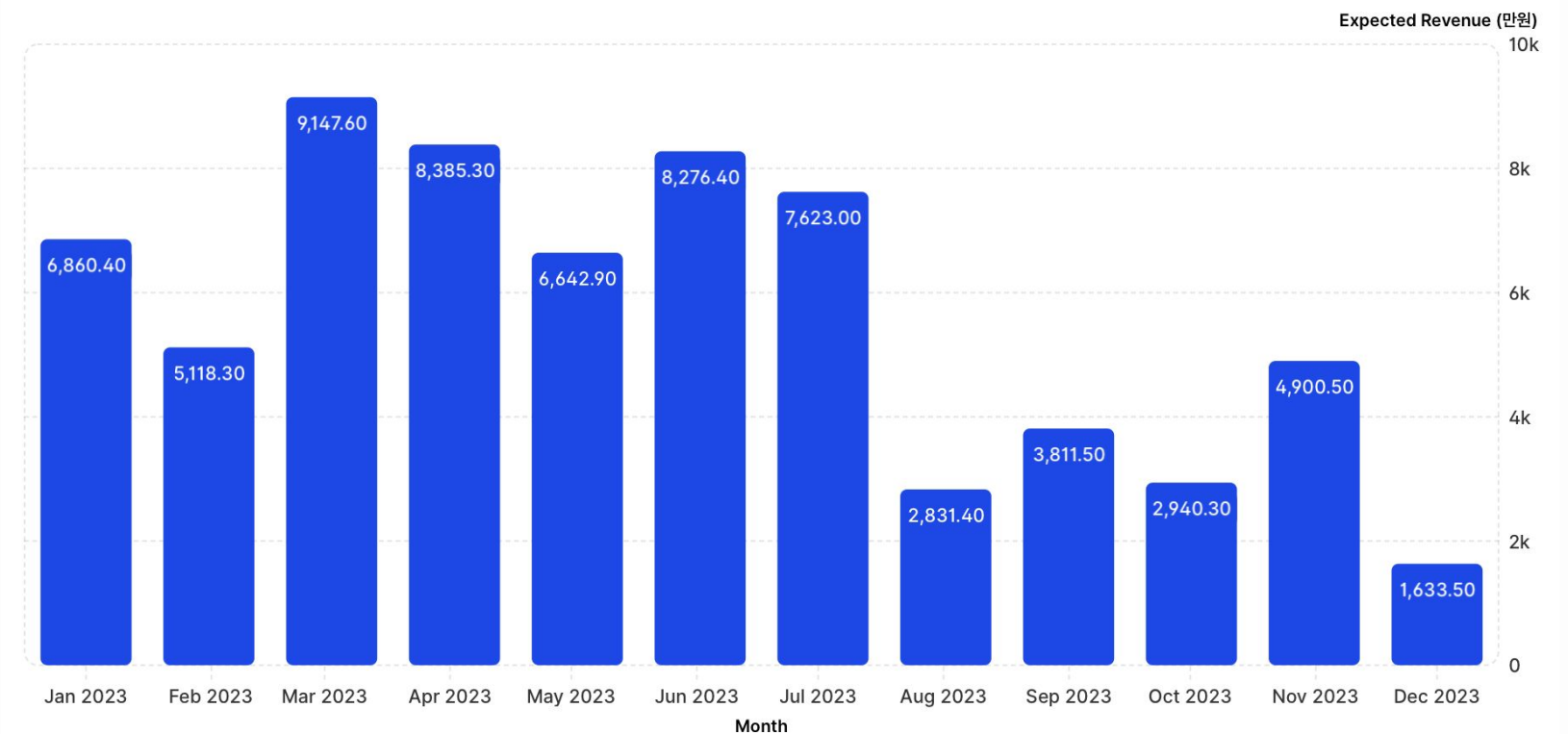
2023년 월별 최종합격 유저수

Total number of passed users each month



2023년 월별 예상 수익

Total expected revenue by month



Referral Signup Conversion Rate

5.95%

추천을 통해 유입된 유저
회원가입 전환율

채용 성공 수수료 총 매출

- 채용 플랫폼에서는 채용 성공 시 계약 연봉의 3.3%를 수수료로 받는 구조를 운영 중임을 확인하였다.
- 현재 보유 중인 데이터셋에는 '채용이 실제로 이루어졌는지'를 명확히 나타내는 필드는 없었지만, URL 로그 분석을 통해 `status=passed` 파라미터가 포함된 URL을 발견하였다.
- 해당 URL은 최종 합격 여부를 확인하는 페이지로 이동하는 행동을 의미하는 것으로 해석되며, 이를 기준으로 채용 성공 지표로 가정하였다.
- 이 가정 하에:
 - IT 직군 평균 연봉을 3,500만 원으로 설정하고,
 - 수수료를 3.3%를 적용,
 - `status=passed`를 포함한 URL 진입 수를 1건당 채용 1건으로 가정하여, → 월별 채용 성공 수수료 예상 매출을 산정하였다.

추천 유입 회원가입 전환율

- URL 내 `recommend_people` 파라미터를 기준으로 추천 링크를 통해 유입된 사용자를 식별하였다.
- 이 중 해당 추천 경로로 유입된 후 실제 회원가입까지 완료한 비율은 약 5.95%로 나타났다.
- 이는 추천 기반 유입이 어느 정도의 전환 효과를 가지고 있으며, 추천 기능이 사용자 확보에 다소 실질적인 기여를 하고 있음을 시사한다.

기업 관점의 AARRRR 프레임워크

AARRR 프레임워크

Project Overview

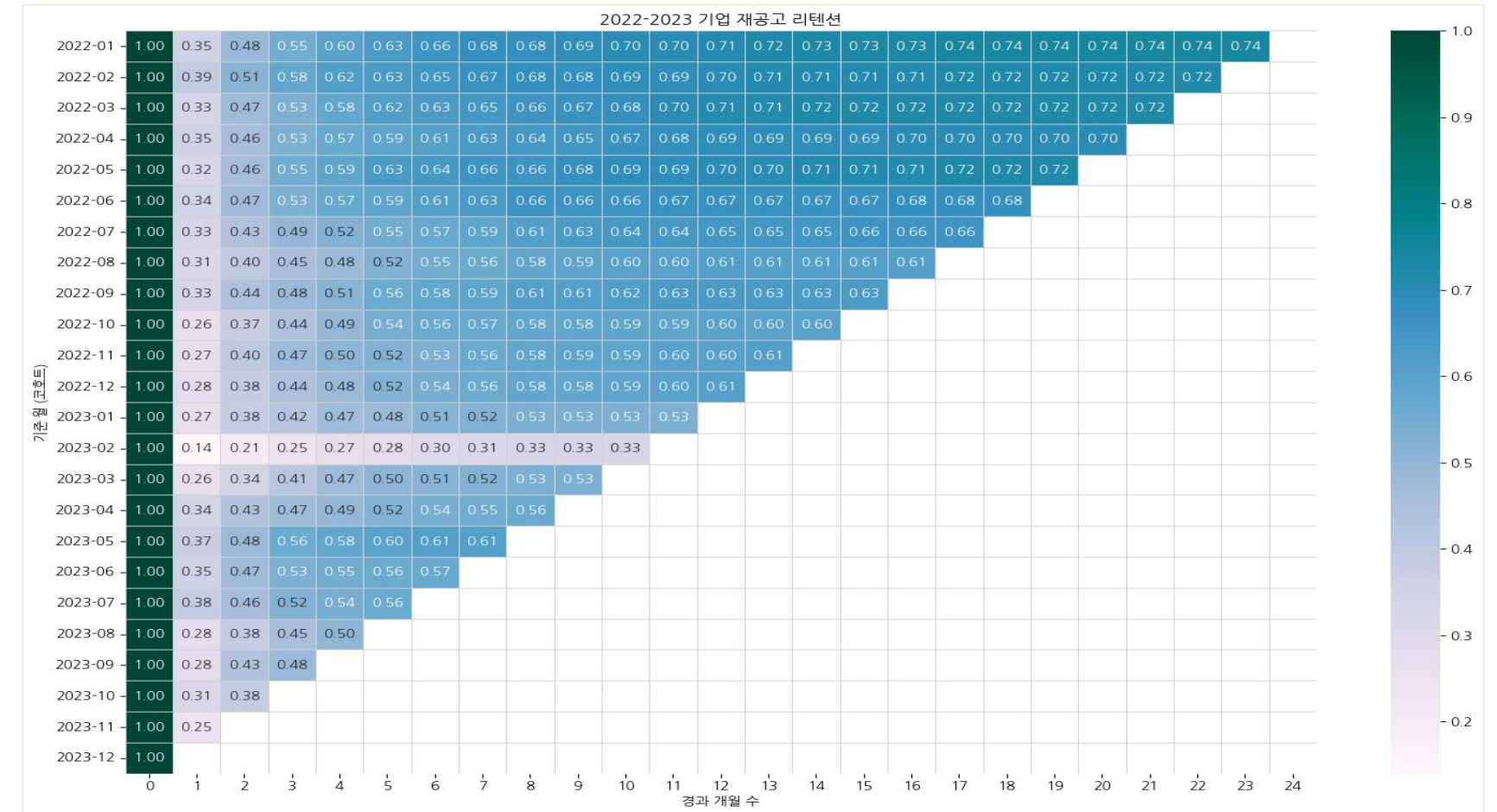
AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



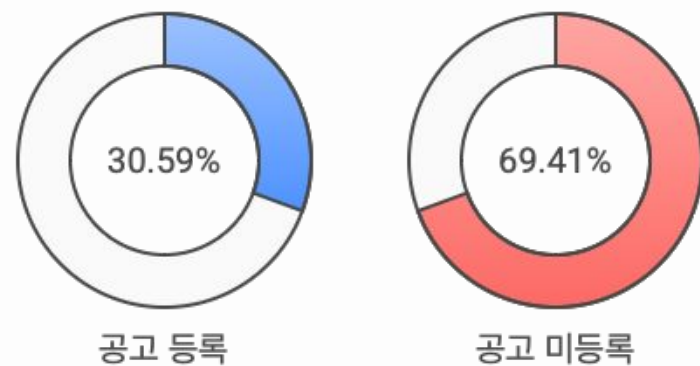
Acquisition & Activation & Retention

월별 채용 플랫폼 기업 등록 수

Trend of monthly registered companies



기업 공고 등록 전환율



Acquisition & Activation Insight

- 2022년에는 2023년에 비해 플랫폼에 등록된 기업 수가 더 많았다.
- 월별 추이를 보면, 특히 1월부터 3월까지 상반기 초반에 기업 등록이 집중되는 경향이 뚜렷하게 나타났다.
- 전체 가입 기업 중 약 30.59%만이 실제로 채용 공고를 등록하였다.
- 반대로 말하면, 가입한 기업의 약 69.41%는 공고를 등록하지 않은 상태로 머무르고 있어, 공고 등록으로 이어지지 못하는 기업이 다수 존재함을 보여준다.
- 이는 기업 가입 이후의 온보딩 과정이나 공고 등록 유도 전략이 개선될 여지가 있는 점을 시사한다.

Retention Insight

- 기업이 처음 공고를 등록한 후 다음 달에 다시 공고를 올리는 비율(재공고 리텐션)을 분석한 결과, 공고 등록 후 시간이 지날수록 재공고율이 점차 증가하는 경향이 나타났다.
- 이는 월별로 기업을 나눠 추적했을 때, 첫 공고 등록 시점에 관계없이 비슷한 패턴의 누적 재공고 비율이 형성되는 것으로 보인다.
- 다만, 2023년 2월에 첫 공고를 올린 기업들은 다른 달에 비해 재공고 리텐션율의 상승 속도가 느린편이었으며, 이는 해당 시기에 채용에 대한 니즈나 긴급성이 상대적으로 낮았을 가능성을 시사한다.

리텐션 요인 분석

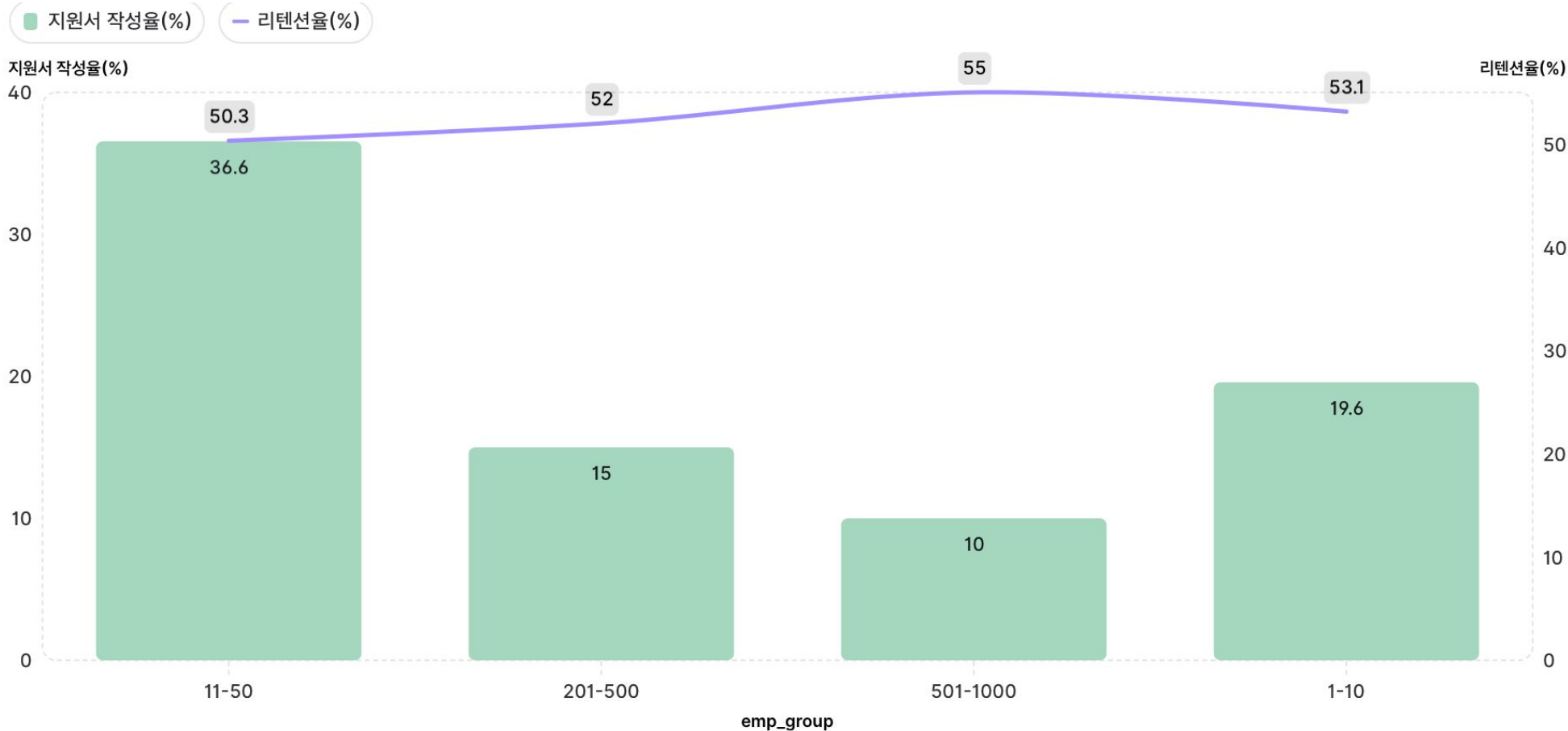


리텐션 요인분석

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

기업 규모에 따른 지원서 작성률 & 리텐션율



비즈니스 시사점

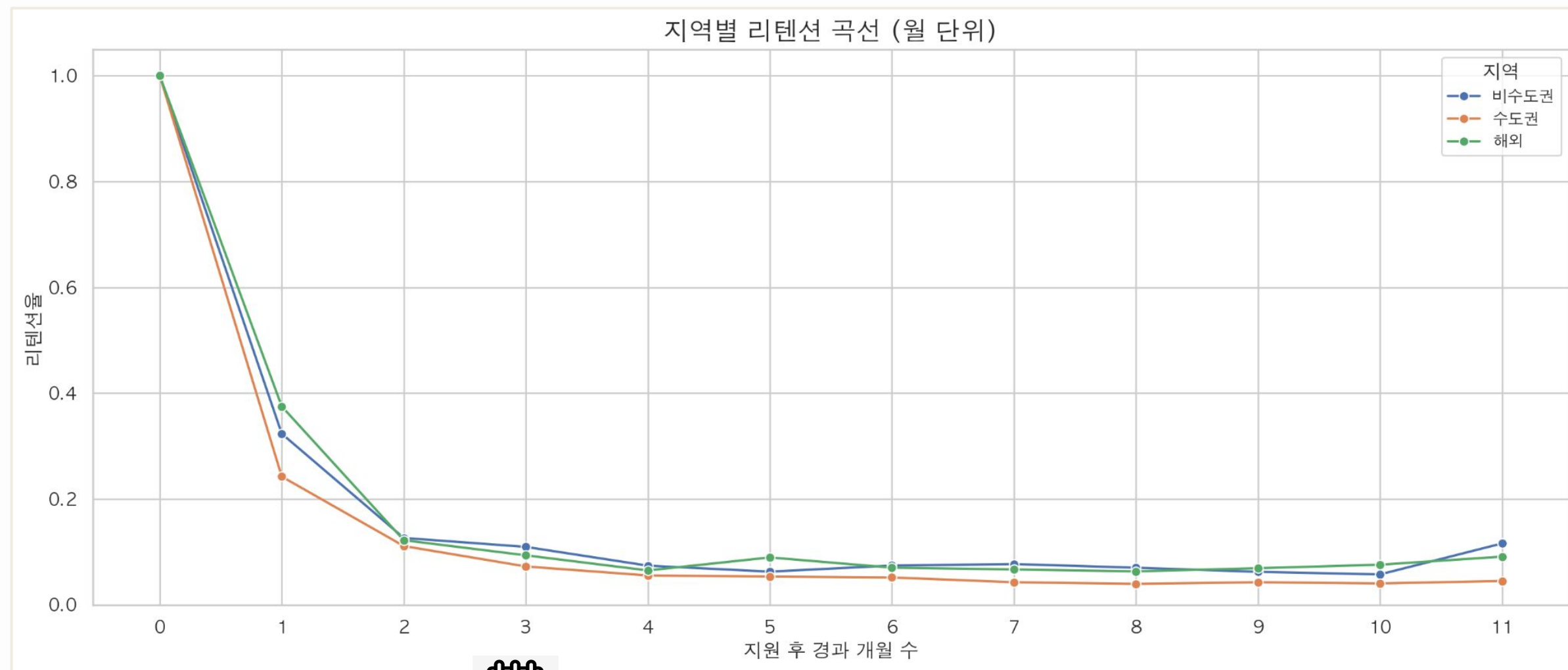
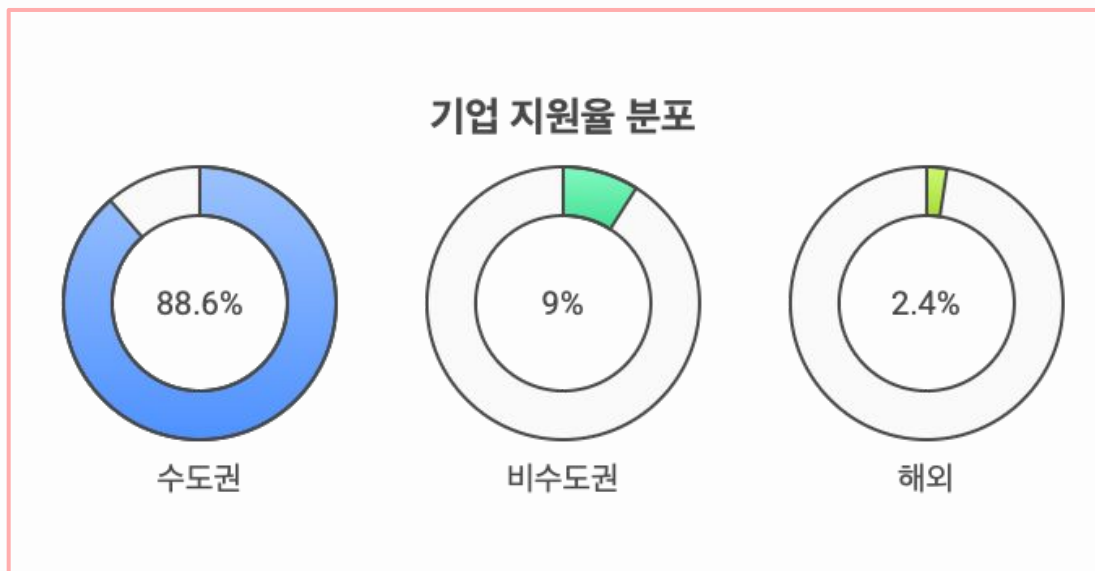
- 중견기업의 매력도 향상이 필요: 브랜드 홍보, 복지, 성장 기회 어필 필요
- 소기업 지원 유도 방안 마련: 높은 리텐션율을 바탕으로 소기업에 대한 인식 개선 캠페인 가능
- 대기업 쏠림 현상 대응: 대기업 외의 기업에도 분산될 수 있도록 플랫폼 차원의 추천 알고리즘 튜닝

기업 규모	지원율	리텐션율	요약
1000+	● 높은 지원율 (42.5%)	● 평균 이상 리텐션율 (50.9%)	인지도 높고 유지도 괜찮음
1-10	● 중간 지원율 (19.6%)	● 가장 높은 리텐션율 (53.1%)	소수정예, 밀착형 경험으로 유저 유지
11-50	● 높은 지원율 (36.6%)	● 리텐션 평균 (50.3%)	인기 많고 유지도 무난
201-500	● 매우 낮은 지원율	● 가장 낮은 리텐션율 (48.3%)	상대적으로 덜 매력적인 기업군

리텐션 요인분석

Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



종합 인사이트

지역	지원율	리텐션율	요약
수도권	● 매우 높은 지원율 (88.6%)	● 낮은 리텐션율	공고는 많고 유입도 많지만, 지속 관심은 낮음. 서울 등 주요 지역의 높은 생활비가 이탈 원인일 수 있음
비수도권	● 중간 지원율 (9.0%)	● 중간 이상 리텐션율	공고 수는 적지만 지원자들의 관심도는 유지됨. 지역 거주자들이 지역 기반 공고를 탐색한 결과로 해석 가능
해외	● 매우 낮은 지원율 (2.4%)	● 가장 높은 리텐션율	수요는 적지만, 지원자는 강한 의지와 관심을 가진 집단일 가능성. 특수 직무/환경에 대한 선호 집단일 수 있음



비즈니스 시사점

지역	주요 시사점
수도권	- 채용 공고의 복지 항목을 명확히 기재하여 리텐션을 높이는 전략 필요 예: 숙소사 제공, 식사 제공 등 복지 혜택 강조 - 공고 유입은 많지만 이탈도 빠르므로, 지속 관심을 유도하는 후속 알림/맞춤 공고 추천도 고려
비수도권	- 지역 거주자 타겟 알림 마케팅 전력 활용 → 거주 지역과 일치하는 공고가 올라왔을 때, 개인화 알림 발송
해외	- 소수지만 관심도가 높은 유저군, 충성도 높은 니즈 기반 접근 필요 - '해외 채용관', '글로벌 커리어 추천' 등 전용 페이지 운영을 통해 적극 유입 유도

리텐션 요인분석

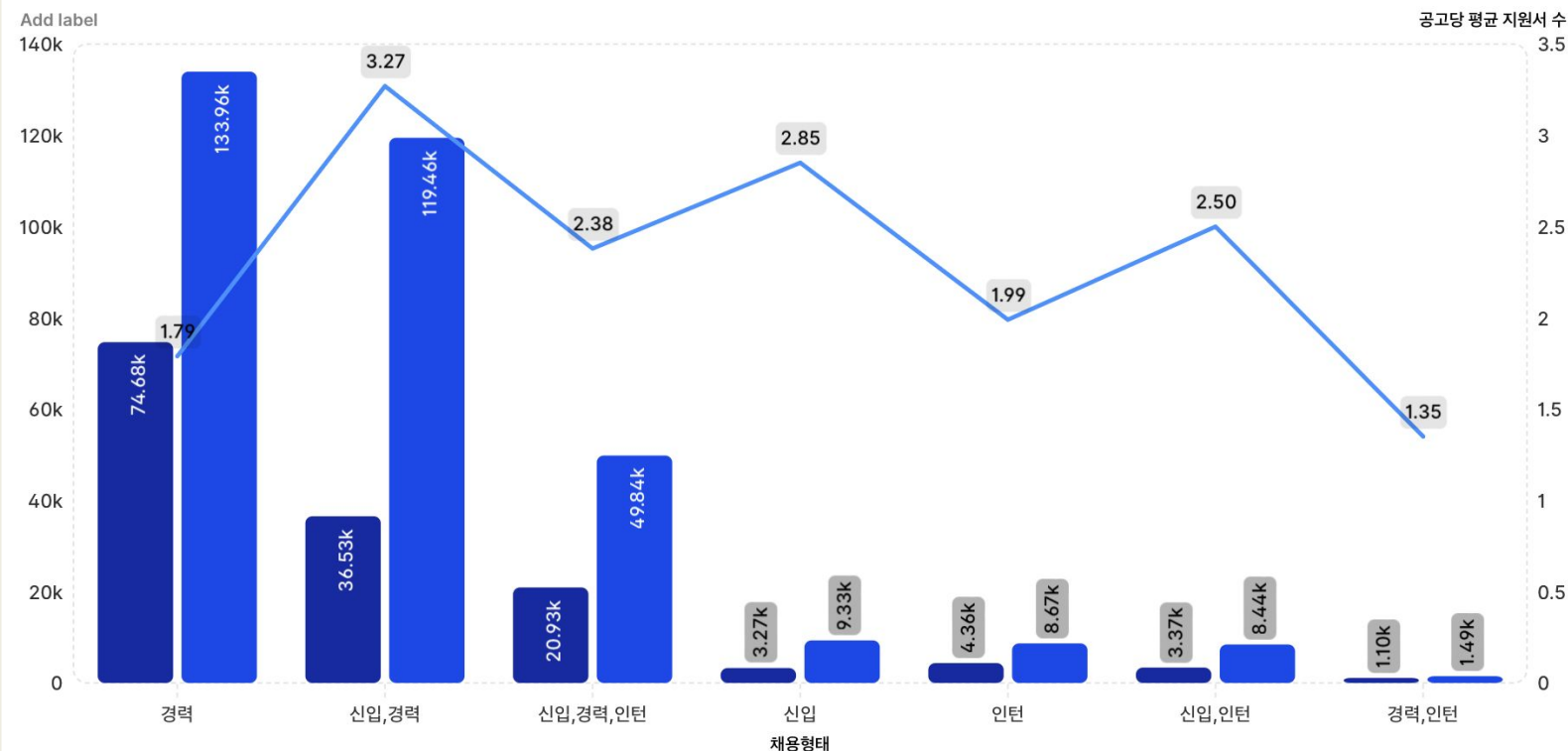
Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

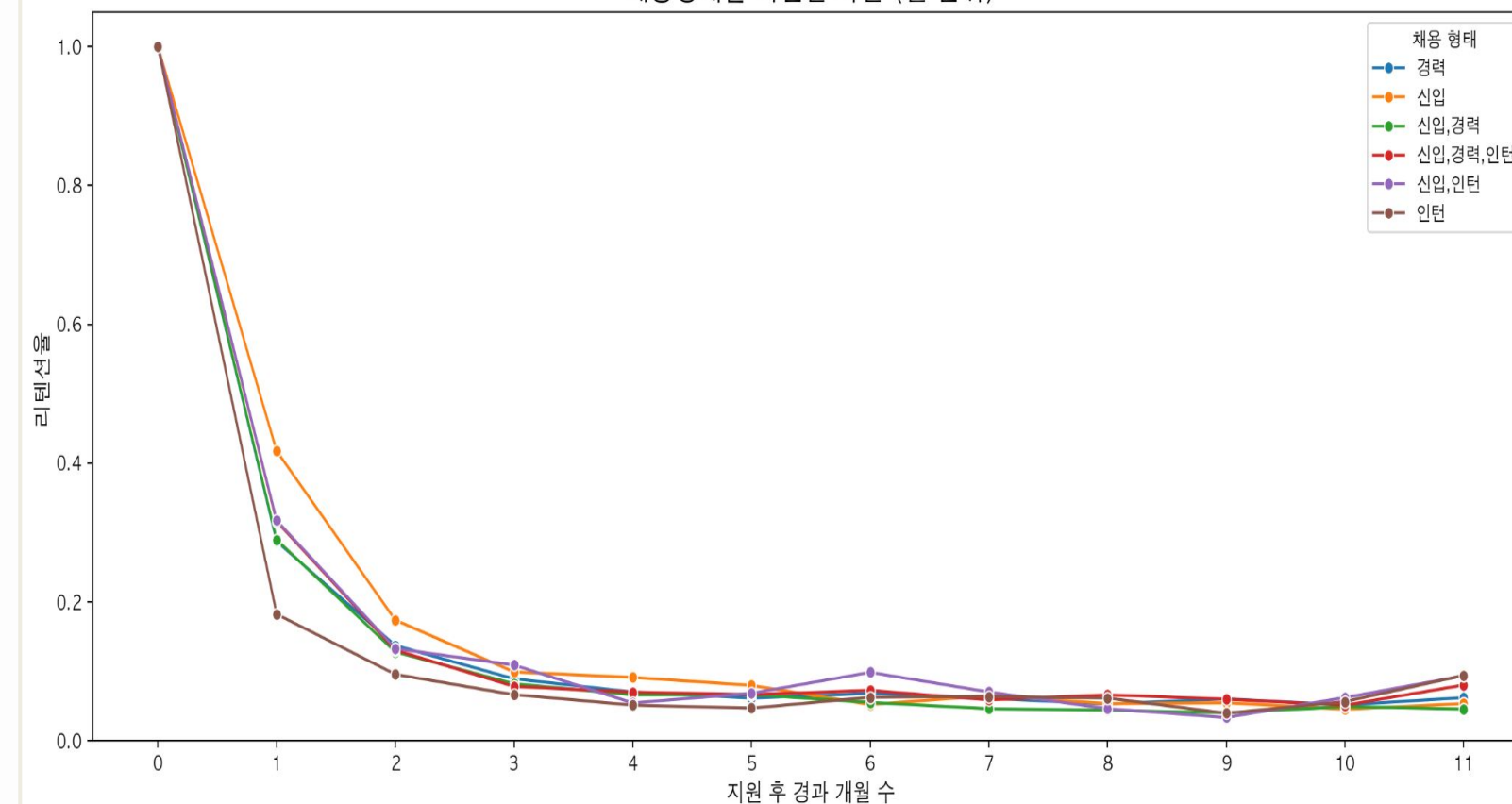
직무 유형에 따라 신입과 경력의 지원자 수 차이

채용형태별 공고와 지원서 현황 및 평균 수

■ 공고 수 ■ 지원서 수 — 공고당 평균 지원서 수



채용형태별 리텐션 곡선 (월 단위)



공고당 평균 지원서 수가 가장 높은 채용 형태

3.27

신입 및 경력 채용 형태별 공고 1건당 평균 지원서 수

인사이트

- 혼합형태(신입+경력) 공고의 지원 집중도가 가장 높다.
→ 지원자들이 경력자 중심 공고보다 문이 더 넓은 형태에 매력을 느낀다고 해석할 수 있음
- 순수 경력 공고는 공고 수는 가장 많지만, 공고당 지원서 수는 가장 낮은 축이다.
→ 기업 입장에서 경력자 채용은 수요가 크지만, 지원자는 분산되어 있음을 의미함.
- 인턴 단독 공고는 그 자체만 놓고 보면 평균 지원서 수는 낮지만,
신입 + 인턴 즉 채용 연계형 혼합된 공고에서는 비교적 높은 수치를 기록함
- 혼합 형태가 리텐션 측면에서도 더 우수한 경향이 있음.
- 지원자들이 지속적으로 공고를 탐색하고, 나중에라도 다시 지원할 가능성이 있는 형태가 혼합형!

비즈니스 시사점

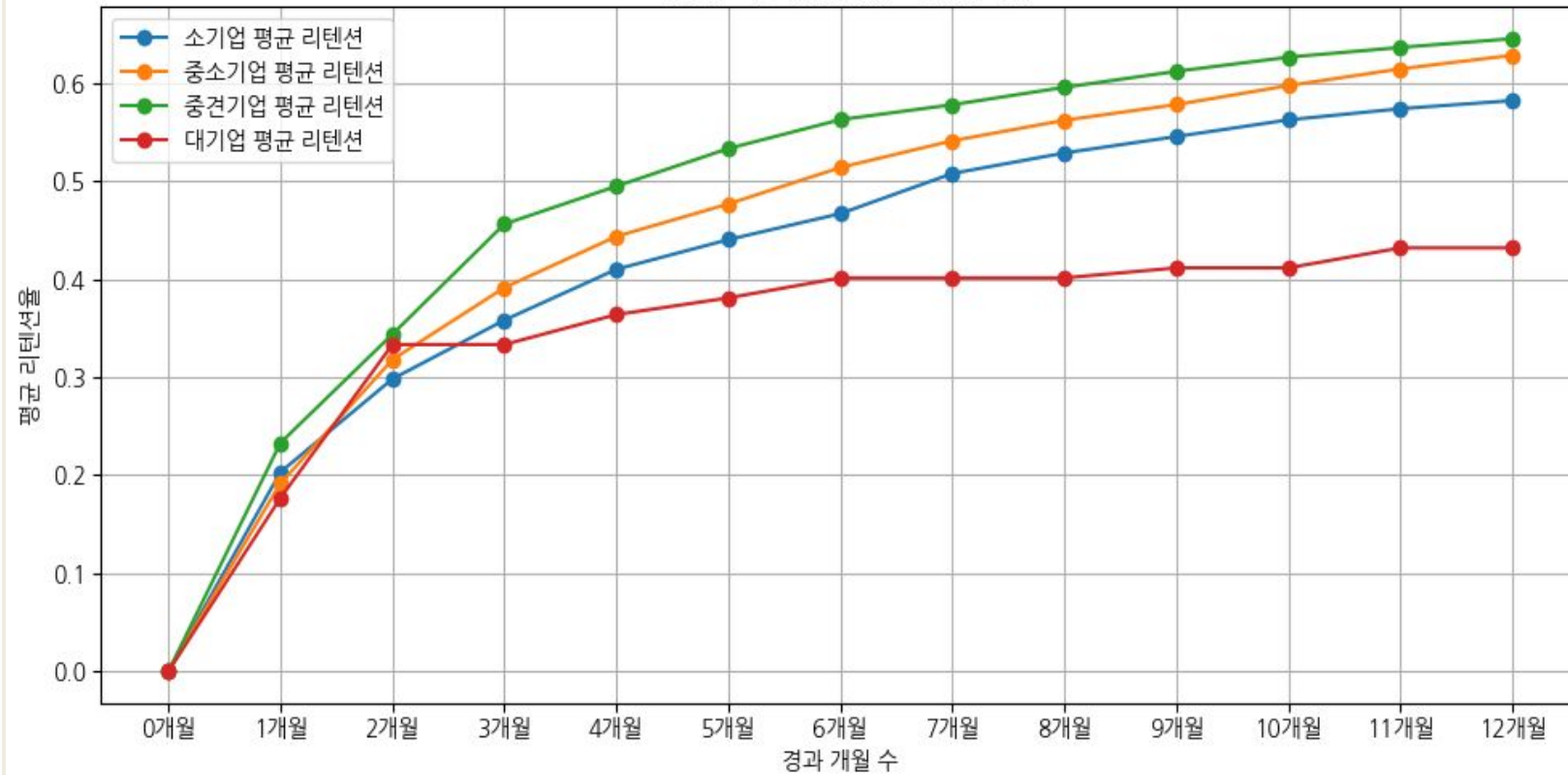
- 혼합형태 채용을 적극적으로 활용하는 것이 전략적으로 효과적
→ 특히 신입 + 경력은 지원 집중도 및 리텐션 모두에서 우수한 지표
- 경력 단독 공고는 필요하겠지만, 집중도를 끌어올릴 전략이 필요함
→ 연봉 공개, 원격 가능, 복지 혜택, 명확한 직무 기술등으로 보완
- 인턴 포지션은 단독보다는 혼합형태로 노출하는 것이 유리하다.

리텐션 요인분석

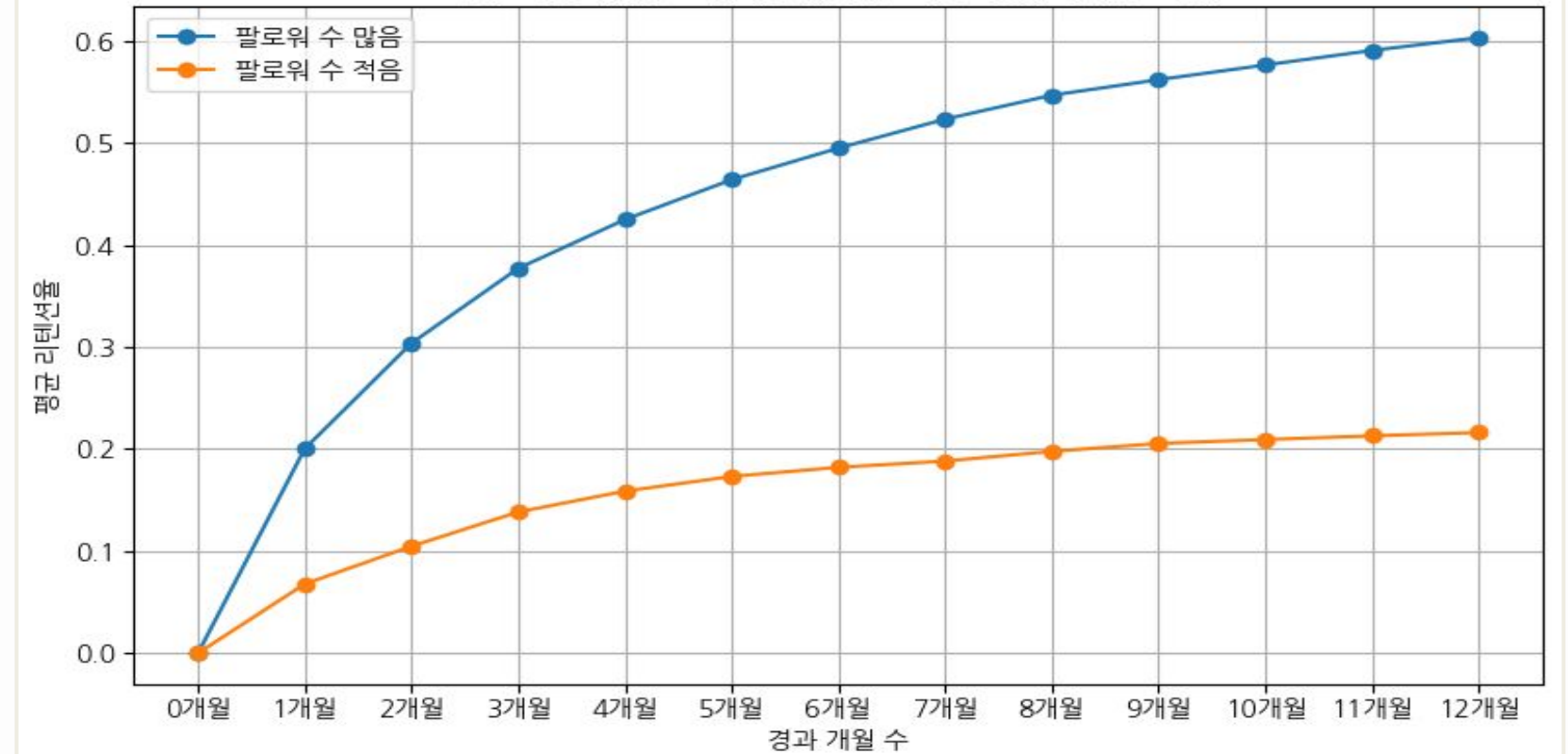
Project Overview

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

기업 규모별 평균 롤링 리텐션 곡선



팔로워 수 있음 그룹 내 '많음 vs 적음' 롤링 리텐션 곡선



인사이트

기업 규모별 공고 등록 분석 결과, 중견기업이 가장 활발, 중소/스타트업이 그다음, 대기업은 가장 적은 빈도로 공고를 게시하였다.

이는 공고 빈도가 기업 규모에 비례하지 않으며, 중견기업은 성장과 인사 이동, 중소기업은 수시 채용, 대기업은 낮은 이직률과 긴 채용 주기가 원인으로 보인다.

비즈니스 시사점

- 중견기업 중심 전략 강화: 공고 수가 많은 중견기업 대상 맞춤형 채용 도구 및 광고 상품 제공 필요
- 대기업 대상 프리미엄 상품 제안: 공고 수는 적지만 사용자 관심이 높은 대기업에는 브랜드 노출 강화 및 프리미엄 광고 전략이 효과적



인사이트

팔로워가 있는 기업은 재공고 리텐션이 빠르게 상승한 반면, 팔로워가 없는 기업은 완만한 증가세를 보였다.

팔로워 수가 많을수록 구직자 관심도가 이미 형성되어 있어 반복 채용이 활발하며, 공고의 지속성과 리텐션도 높아지는 경향을 보인다.

반면, 팔로워가 적거나 없는 기업은 일회성 공고 이후 이탈할 가능성이 크다.

비즈니스 시사점

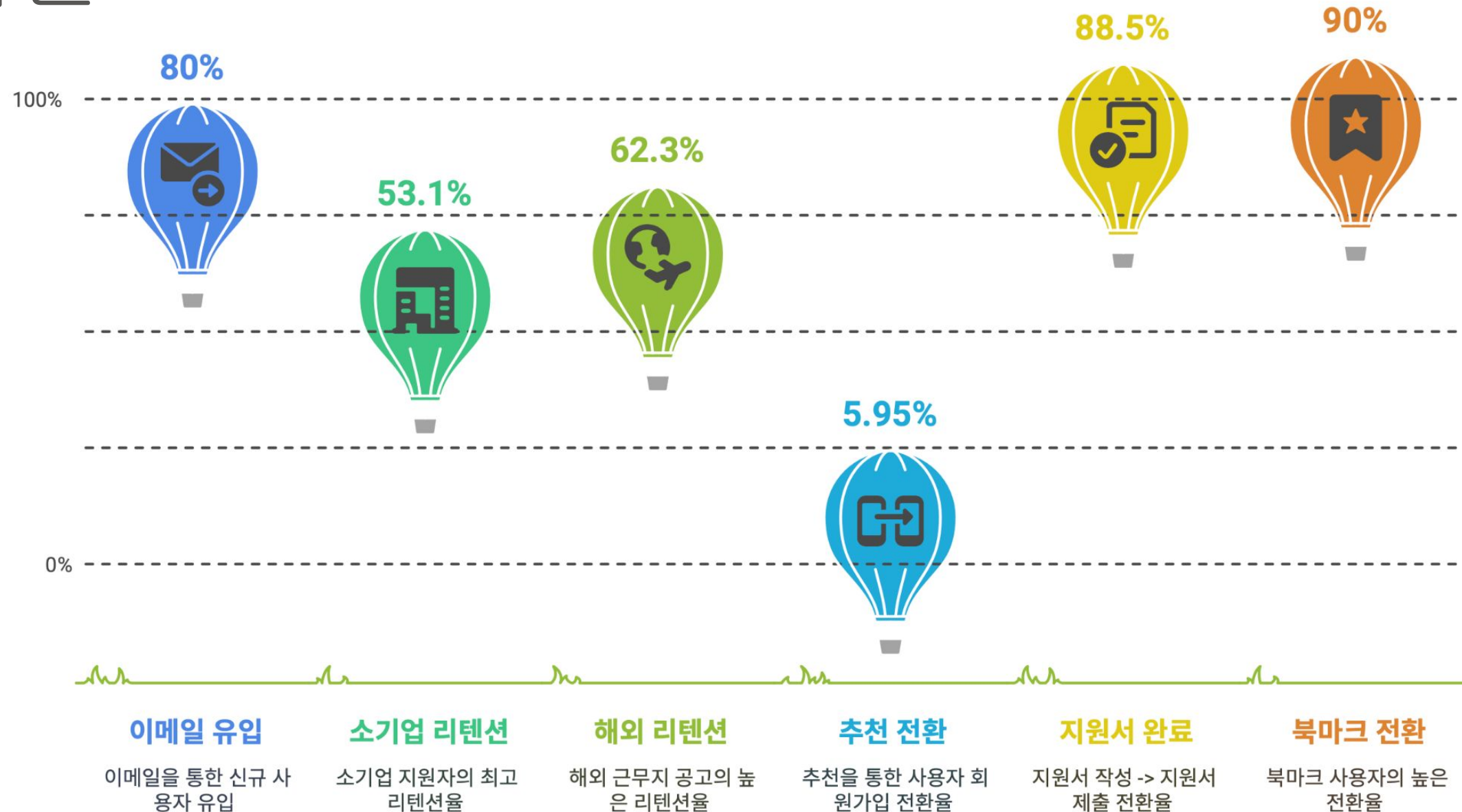
- 팔로워 기반 리텐션 강화 전략 필요
→ 기업의 리텐션을 높이기 위해 팔로워 확보 및 관리 도구를 강화해야 한다.
- 팔로워 유입 확대 캠페인 제안
→ 신규 기업이나 팔로워가 적은 기업을 대상으로 팔로워 확보 캠페인 및 구직자 추천 기능을 제공할 필요가 있다.

결론 및 제언

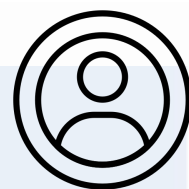
Proposal Details

주요 분석 결과

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트



사용자 측면



- Email을 통해 유입되는 신규 유저가 약 80% 이상
- 소기업(1-10인) 공고 지원자의 리텐션율 최고(53.1%)
- 해외 근무지 공고는 리텐션율 62.3%로 니즈 집약적
- 추천을 통해 유입되는 유저 회원가입 전환율은 5.95%

기업 측면



- 중견기업(201-500인)이 가장 활발히 재공고 등록
- 팔로워 있는 기업은 재공고율 (없는 기업 대비 1.7배↑)
- 신입 + 경력 채용공고가 가장 많은 지원서를 작성, 또한 단독 경력 공고를 게시하는 것보다 혼합형태(인턴+신입) 리텐션율이 더 좋음

퍼널 분석



- 북마크 사용자는 모든 단계에서 전환율 90% 이상
- 전체 유저 중 지원서 작성 시작 시 88.5%가 제출 완료 (높은 몰입도)

결론 및 제언

Proposal Details

핵심 제언

AARRR 프레임워크 기반 리텐션 분석 리포트

전략적 리텐션 및 최적화 전략

북마크 기능 강화

사용자 리텐션을 높이는 북마크 기능 강화.



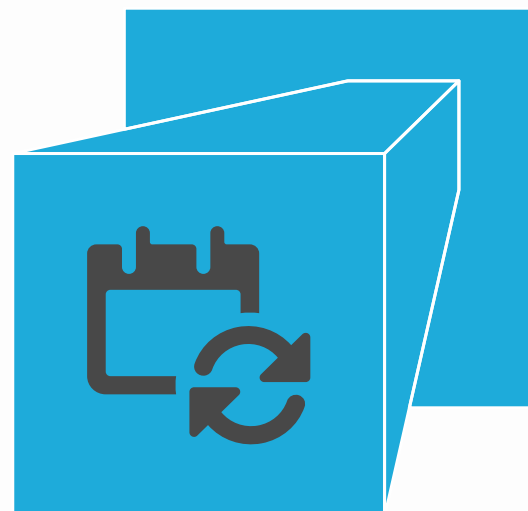
팔로워 유도 프로그램

기업 리텐션을 강화하는 팔로워 유도 프로그램.



계절별 리소스 재배치

사용자 중심의 계절별 리소스 재배치.



저성과 공고 자동진단

기업 중심의 저성과 공고 자동 진단.

