



프로젝트 기획서

1. 팀 소개

팀명	최다은조
팀원 명	최다은 신주성 김진우 전은진 김인호
주제	맞춤형 고객 경험 혁신을 통한 시장 지배 전략
요약	<p>본 프로젝트는 L사가 현재 직면한 거래 성사율 정체, 전문가 이탈, 고객 불만 증가 등의 문제를 해결하고, 플랫폼의 경쟁력과 수익성을 강화하기 위한 전략을 제안하는 것을 목표로 한다.</p> <p>최근 IT 기술 발전과 디지털 전환으로 IT 아웃소싱 서비스 수요가 급증했으며, L사는 다양한 IT 전문 인력을 소비자와 연결하는 플랫폼으로 국내 최대 규모를 이루었다. 그러나 최근 경쟁사의 적극적인 마케팅과 전문가 이탈, 부적절한 가격 책정으로 인해 위기가 나타나고 있다.</p> <p>이에 따라 본 프로젝트는 내부 및 외부 데이터를 종합적으로 분석하여 시장 동향과 고객의 행동 패턴을 파악하고, 고객 맞춤형 개인화 전략을 통해 서비스 품질을 개선하고자 한다.</p> <p>경쟁사 분석을 통해 차별화된 경쟁력을 확보하며, 금융 데이터를 활용해 수익 구조를 최적화할 계획이다.</p> <p>궁극적으로 이 프로젝트는 거래 성사율을 높이고 전문가와 고객 간 거래 지속성을 강화하여, L사가 지속 가능한 성장과 시장 내 우위를 유지할 수 있도록 실질적이고 실행 가능한 전략을 제시할 것이다.</p>

2. 역할 분담

이름	역할
신주성	조장, 데이터 분석
최다은	데이터 수집
김진우	데이터 모델링
전은진	데이터 분석
김인호	데이터 파악 및 전처리

3. 추진 일정

구분		19일	20일	21일	22일	23일	24일	25일	26일	27일	28일	29일	30일	31일
기획서 작성	내부 의견 수렴													
	기획서 작성													
프로젝트 진행	데이터 수집													
	데이터 전처리													
	EDA													
	모델링													
프로젝트 보고	보고용 ppt 작성													
	발표													

4. 제안 내용

기획 배경

[고객 맞춤형 서비스 제공의 필요성]

4차 산업혁명 이후 마케팅 시장에서 가장 주목받는 단어를 고르자면 “개인화”라고 할 수 있다. 대량 생산된 재화를 소비하는 시대에서 맞춤 제작된 소비재를 소비하는 시대로 전환되었다. 특히 코로나 팬데믹 시기를 지나며 물리적 공간과 인터넷 공간 사이의 경계가 무너지면서 사회의 파편화를 촉진시켰고, 이는 소비자의 요구가 보다 세분화되고 개별화되는 결과를 낳았다.

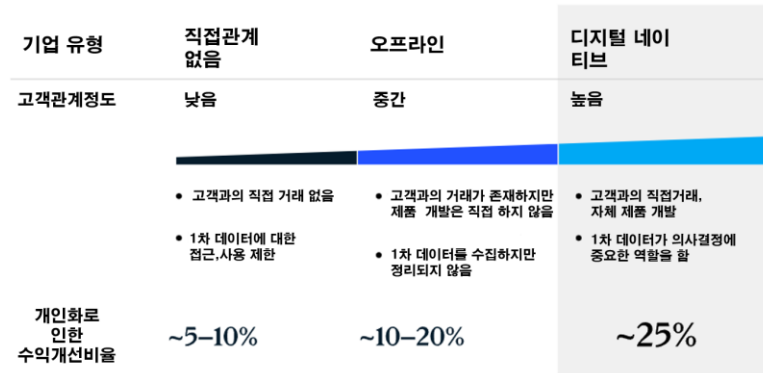
이러한 환경에서 기업들은 더 이상 일률적인 서비스 제공으로는 고객의 기대를 충족시키기 어려우며, 개개인의 니즈를 정확히 파악하고 이에 맞춘 서비스를 제공하는 것이 필수적인 경쟁 요소로 부상하고 있다.

개인화 서비스에 대한 소비자 태도 조사



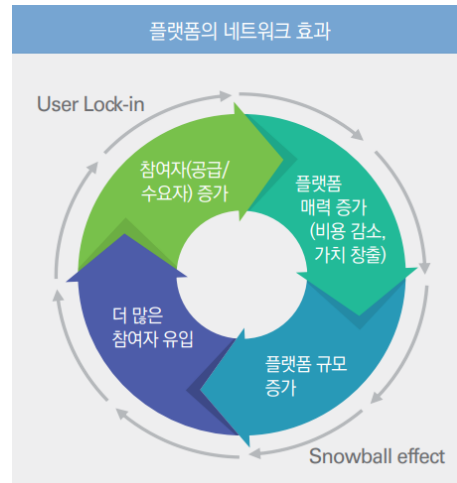
출처 : McKinsey&Company, 2021

실제 조사에 따르면 개인화 서비스에 대한 수요는 71%에 달했으며, 이는 향후 있을 고객의 니즈에 맞춘 서비스 제공이 중요하다는 것을 나타낸다.



¹ Question: "What percentage of your revenue comes from personalized marketing actions/or tactics?" Possible responses: values from 0 to 100%. Source: McKinsey Next in Personalization 2021 benchmarking survey, 2/7-2/14/2021 (n = 100) sampled among consumer businesses

또한 동일 연구에서 개인 맞춤화 전략은 평균적으로 10%~15%의 매출 증가로 이어지는 것으로 나타났다. 결국 시장에서 살아남기 위해서 개인 맞춤화 전략으로 고객을 유지하여 시장 우위를 잃지 않는 것이 중요하다.



출처 : 삼정KPMG 보고서, 2019

특히 플랫폼 비즈니스는 고객 증가에서 비롯되는 플랫폼 매력도 향상이 다시 고객 증가로 연결되는 선순환 구조가 만들어지고, 플랫폼의 지배력과 영향력이 더욱 굳건해지면서 기존 유저가 이탈하지 못하는 락인(Lock-in) 현상이 나타난다. 즉 고객의 양이 사업의 성패를 좌우한다.

따라서 이 프로젝트를 통해 데이터를 활용한 고객 맞춤형 서비스를 제공하여 경쟁업체들보다 질적 우위를 선점하여 서비스의 만족도를 높이고, 거래 성사율을 높이며 이를 통해 견조한 성장세를

지속 가능하게 만들고자 한다. 더불어 데이터 분석을 통해 비즈니스 모델을 확장하고 이를 통해 수익 구조를 최적화하고, 궁극적으로는 고객에게 기대 이상의 만족을 주고 차별화된 서비스를 제공하여, 그들의 충성도를 강화하고 매출을 높이고자 한다.

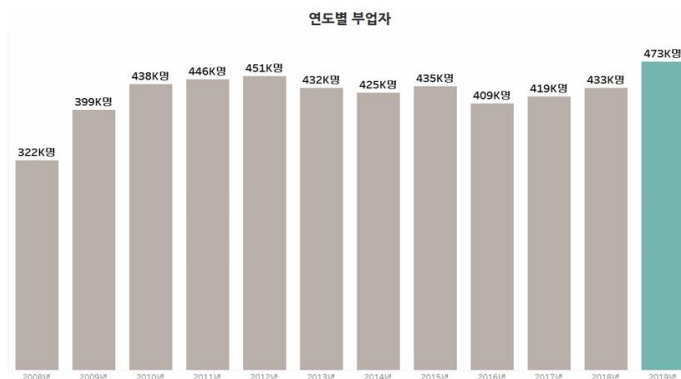
현황

[증가하는 깃워커와 N잡러, 변화하는 노동시장]

최근 깃워커, 프리랜서 등으로 불리는 유연 근로자들이 증가하고 있다. 이들은 정해진 급여를 받으며 일하는 것이 아니라, 고용주의 필요에 따라 단기 계약을 맺고 프로젝트 단위로 업무를 수행한다. 그뿐만 아니라, 직장인들 또한 본업 외에 부업(N잡)을 병행하는 사례가 늘어나고 있다.

통계청 자료에 따르면, 2019년 부업을 선택한 취업자와 가구주는 47만 3천 명으로, 2003년 통계 작성 이후 최고치를 기록했다. 또한, 전체 임금 근로자 대비 풀타임 근로자의 비중은 2016년부터 2019년까지 누적 2% 증가했지만, 초단시간 근로자의 비율은 같은 기간 동안 44% 급증했다. 이처럼 비정규직 및 부업 형태의 근로자가 늘어나면서, 자연스럽게 아웃소싱을 중심으로 운영되는 플랫폼 기업들도 빠르게 증가하는 추세다. 이러한 환경에서는 경쟁사나 후발주자가 공격적인 마케팅을 펼칠 경우, 언제든지 선두 자리를 위협받을 수 있다.

현재 L사는 국내 최대 IT 아웃소싱 플랫폼으로서 업계 1위를 유지하고 있지만, 대형 기업들의 플랫폼 사업 진출과 신규 사업자들의 지속적인 유입으로 인해 경쟁이 심화되고 있다. 이에 따라 지속적인 경쟁력 강화를 위해 차별화된 전략을 마련하고, 경쟁사와의 격차를 더욱 벌려 나가는 것이 중요하다.




[L사의 강점과 전문가 이탈 방지 전략]

많은 아웃소싱 플랫폼이 새롭게 등장하고 있지만, L사는 경쟁사들보다 먼저 시장에 진입했다는 강점을 가지고 있다. 이러한 선점 효과를 이용해 기존 IT 전문가들의 이탈을 최소화할 전략을 마련하는 것이 중요하다. 전문가들의 니즈를 파악하고 이를 충족시키는 다양한 방법을 통해 서비스 만족도를 높이면, 플랫폼의 경쟁력을 더욱 강화할 수 있을 것이다. 이를 위해서는 거래 성사율을 높이는 것이 중요한 요소라고 할 수 있다.

예로, 경쟁사인 '크몽' 어플은 2013년부터 매년 크몽 어워즈라는 행사를 개최하여 각 분야에서 우수한 성과를 낸 전문가를 선정해 혜택을 주는 행사를 진행하고 있다. 최우수상/신인상/N잡러상 등 여러 부문으로 시상하기 때문에 기존 전문가뿐만 아니라 신규 전문가도 동기부여를 받을 수 있는 행사이다. 또한, 분야별로 누적 판매 금액/고객 만족도를 종합적으로 평가해 수상자를 선정하여 상패 수여 및 1년간 서비스 내 노출되는 '크몽어워즈' 인증마크를 부여한다.

이때 우리가 주목해야 하는 부분이 '인증마크'와 '별점 평가'이다. 경쟁사의 방식처럼 결제 전 전문가의 포트폴리오 공개와 더불어 실제 고객의 평가를 먼저 확인할 수 있는 시스템을 도입한다면 전문가는 소비자들의 신뢰를 얻을 것이고, 이는 더 빠른 거래 성사로 이어질 것을 기대할 수 있다.



데이터/통계분석

데이터 처리부터 시각화, AI 모델링까지

ClickUP

prime


데이터분석, 통계분석, 논문작성 지원해 드립니다.

★ 4.9 (19)

20,000원~

데이터워너원DATA101

세금계산서



SPSS 논문 통계

ClickUP

SPSS통계분석 / 논문통계 전문적으로 도와드립니다.

★ 4.9 (36)

50,000원~

보건통계전문가

출처:크몽

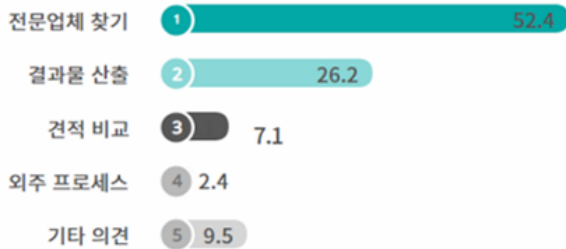
[소비자 확보와 서비스 경쟁력 강화]

전문가들의 이탈을 방지하는 것만큼 중요한 과제가 소비자 확보다.

아웃소싱 플랫폼을 이용하는 고객 수가 꾸준히 증가하는 만큼, 기존 사용자의 충성도를 높이는 동시에 새로운 고객층을 유입할 전략도 필요하다. 설문 통계에 따르면, 소비자들은 플랫폼 이용 시 다양한 옵션을 비교하고 전문가와 상담하며 자신에게 맞는 서비스를 찾기를 원한다. 따라서 기존 고객들의 불편 사항을 적극 반영하고, 이용자의 요구를 충족하는 서비스를 제공함으로써 만족도를 높여 경쟁사 대비 우위를 확보할 수 있을 것이다.

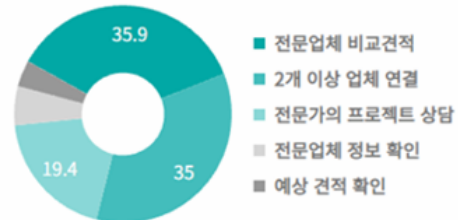
IT 아웃소싱 프로젝트에서 가장 어려운 점

(단위: %)



IT 아웃소싱 플랫폼에 가장 기대하는 서비스

(단위: %)



{출처 :

https://www.castingn.com/sourcing/kkultip_detail_catecode=IT}

[결제 이력을 활용한 개인화 전략]

소비자들은 점점 더 개인화된 서비스를 원하고 있다. 다양한 서비스가 등장하면서, 소비자들은 자신에게 가장 적합한 맞춤형 서비스를 이용하고자 한다. 실제로 기업이 나를 개인으로 인식하고 나의 관심사를 알기를 기대한다는 답변이 72%였고, 개인화된 브랜드에서 구매를 고려할 가능성이 더 높다는 사람이 76%를 보였다. (McKinsey&Company, 2021) 소비자의 니즈를 파악하는 것이 중요해지고, 그에 맞추어 개인화된 서비스를 제공하는 것이 기업이 경쟁력을 높이는 데에 있어 중요한 요소로 떠오르고 있다.

어떤 소비자는 높은 만족도를 느껴 지속적으로 서비스를 이용할 수 있지만, 일부 소비자는 기대에 미치지 못한다면 다른 대안을 찾을 수 있다. 따라서, 소비자들의 구매 및 사용 패턴을 분석하여, 각 고객층에 맞는 전략을 수립하는 것이 중요하다.

특히, 거래 카테고리별로 소비자들의 이용 패턴을 분석하면, 일회성 고객과 다회성 고객의 차이를 확인할 수 있다. 일회성 고객이 많은 카테고리에서는 첫 구매 프로모션 등을 제공해 재구매율을 높이는 전략이 효과적일 수 있다. 반면, 다회성 고객들에게는 더욱 개인화된 혜택과 맞춤형 서비스를 제공하여 브랜드에 대한 충성도를 강화하는 것이 필요할 것이다.

[광고 다각화로 흑자 전환에 성공한 당근마켓]

최근 L사의 서비스 간 적정 가격 책정의 부재로 고객 불만이 증가하고 있는 만큼 거래 지속성을 확보할 수 있는 수수료 정책을 개선하고, 수익 구조를 다각화할 필요가 있다. 우리나라의 대표적인 아웃소싱 플랫폼 기업 중 광고 다각화를 통해 흑자 전환에 성공한 기업이 있다. 2015년 7월 출시된 지역 기반 커뮤니티 플랫폼, “당근”은 8년 만에 처음으로 흑자 전환에 성공했다. 2021년 352억 원 적자, 2022년 464억 원 적자에서 2023년 별도 기준 영업이익 173억 원을 달성하며 흑자 전환에 증가했는데 그 이유는 광고 수익으로 꼽힌다. 당근마켓 2023년 광고 수익은 전년 대비 2.56배 증가했다. 중고 거래 게시글 사이에 광고를 노출하는 피드 광고와 키워드 검색 시 광고를 노출하는 검색광고 두 종류로 광고를 다각화하며 흑자 전환에 성공한 것이다.

거래 수수료만으로 기업의 성장이 어려운 때에 당근의 사례처럼 다양한 수익 구조를 마련하고, 적절한 중개 수수료를 책정할 필요가 있다.

“당근마켓, 창사 8년만에 흑자전환 전망... 지역 광고를 주요 모델로 수익”

“23년 영업이익 173억원”



[IT 아웃소싱 플랫폼 경쟁사 분석]

업체	기능
크몽	다양한 분야의 아웃소싱 운영 상황별 아웃소싱 카테고리 구성 전문가에게 실시간 문의 안전 결제 시스템
스파르타빌더스	프로젝트의 공동책임자로 모든 과정에 참여 검증된 파트너사 프로젝트 전담 매니저 배정 프로젝트 등록 후, 1시간 내의 예상 일정과 견적 산출 고객과의 직계약 보증제
원티드직스	다양한 형태의 맞춤형 계약 지원 리스크 헷징을 위한 보장 서비스(프리랜서 중도 해지 시 재매칭 수수료 무료) 1:1 매칭 매니저 전담 관리 의뢰 후 12시간 이내 매칭 철저하게 검증된 프리랜서 IT 특화 프로젝트 전문 매니저 상담 지원
위시켓	2시간 내 무료 컨설팅 24시간 내 전문가 매칭 결과물 확인 후 대금 시스템
케스팅N	5분 만의 공개 입찰 시스템 고객과의 직접 계약으로 책임 계약 및 보증 시스템
외주링크	외주 시세 확인 가능

현재 국내 IT 아웃소싱 경쟁사들은 다양한 형태의 서비스를 운영하고 있으며, 각 업체는 위와 같은 차별화된 기능과 강점을 보유하고 있다.

각각의 기업의 강점을 취합하였을 때, 고객을 전문가와 실시간으로 연결해 주고, 상황에 맞는 전문가를 쉽게 찾을 수 있는 사용자 친화적인 인터페이스를 제공한다. 또한, 외주 결과물의 퀄리티에 대한 100% 보증제와 아웃소싱 플랫폼 기업이 프로젝트의 공동 책임자로서 모든 과정에 참여하면서 고객의 신뢰를 얻는다. 그러면서도 고객과 전문가의 개인적인 계약이 아닌, 플랫폼과의 직접 계약을 통해 기업의 수익성 또한 추구하고 있다.

IT 아웃소싱 시장은 신속한 전문가 매칭, 계약 안정성, 검증된 전문가, 비용 효율성 등의 다양한 요소로 경쟁이 이루어지고 있다. IT 아웃소싱 플랫폼 시장에서 L사의 포지셔닝을 고려하여 자사의 경쟁력을 높이는 전략이 필요하다.

목표

본 프로젝트는 거래 성사율 정체, 전문가 이탈, 고객 불만 증가 등 L사가 직면한 주요 문제를 확인하고, 플랫폼 경쟁력과 수익성을 강화하는 솔루션을 제시하는 것을 목표로 한다.

이를 위해 내부 및 외부 데이터를 종합 분석하고, 시장 동향과 고객 행동 패턴에 대한 가설을 검증한다.

또한 고객 맞춤형 개인화 전략을 수립하고 경쟁사와의 비교 분석을 통해 L사만의 차별화된 경쟁력을 확보할 수 있는 구체적인 전략을 도출할 예정이다.

궁극적으로, 본 프로젝트는 거래 성사율 제고, 전문가와 고객 간 거래 지속성 강화, 수익 구조 최적화를 위한 실행 가능한 전략을 제시하여 L사의 지속 가능한 성장과 시장 지배력을 확보하도록 지원할 것이다.