

CHAPTER 18 단계 4: 매출

- 매출의 일부를 신규 사용자 확보에 재투자하면서 새로운 데이터를 추적하고 새로운 OMTM을 찾아야한다. 이 단계에서는 고객의 생애 가치와 고객 확보 비용이 성장의 원동력이 된다.
- 목표: 아이디어가 옳다는 것을 입증하는 것에서 확장할 수 있고 일관되며 지속적인 방식으로 돈을 벌 수 있다는 것을 입증하는 것.
- 처음부터 돈을 받는 것과 매출 및 수익에 초점을 두는 것은 다르다.
- 매출 단계의 주요 지표

- 고객 당 매출

: 매출이 증가하고 있지만 고객당 매출은 감소하고 있다면 사업이 같은 속도로 계속 성장하기 위해서는 훨씬 더 많은 고객이 필요하다.

- 클릭률, 광고 매출, 구매 전환율과 구매액, 서비스 가입률과 고객 생애 가치, 기타 수익 발생과 관련된 모든 것을 살펴야 한다.

- 그리고 고객이 이탈하는 속도보다 더 빠르게 새로운 고객을 확보하는 비용과 이것을 비교해야 한다.

- 가장 높은 가격과 가장 많은 돈을 쓰는 고객들 사이에서 균형을 잡으면서 적절한 가격 정책을 수립하려고 노력해야 한다. 최상의 가격을 결정하기 위해 번들, 단계별 서비스, 할인 및 다른 가격 메커니즘을 시도해봐야 한다. -패스트캠퍼스