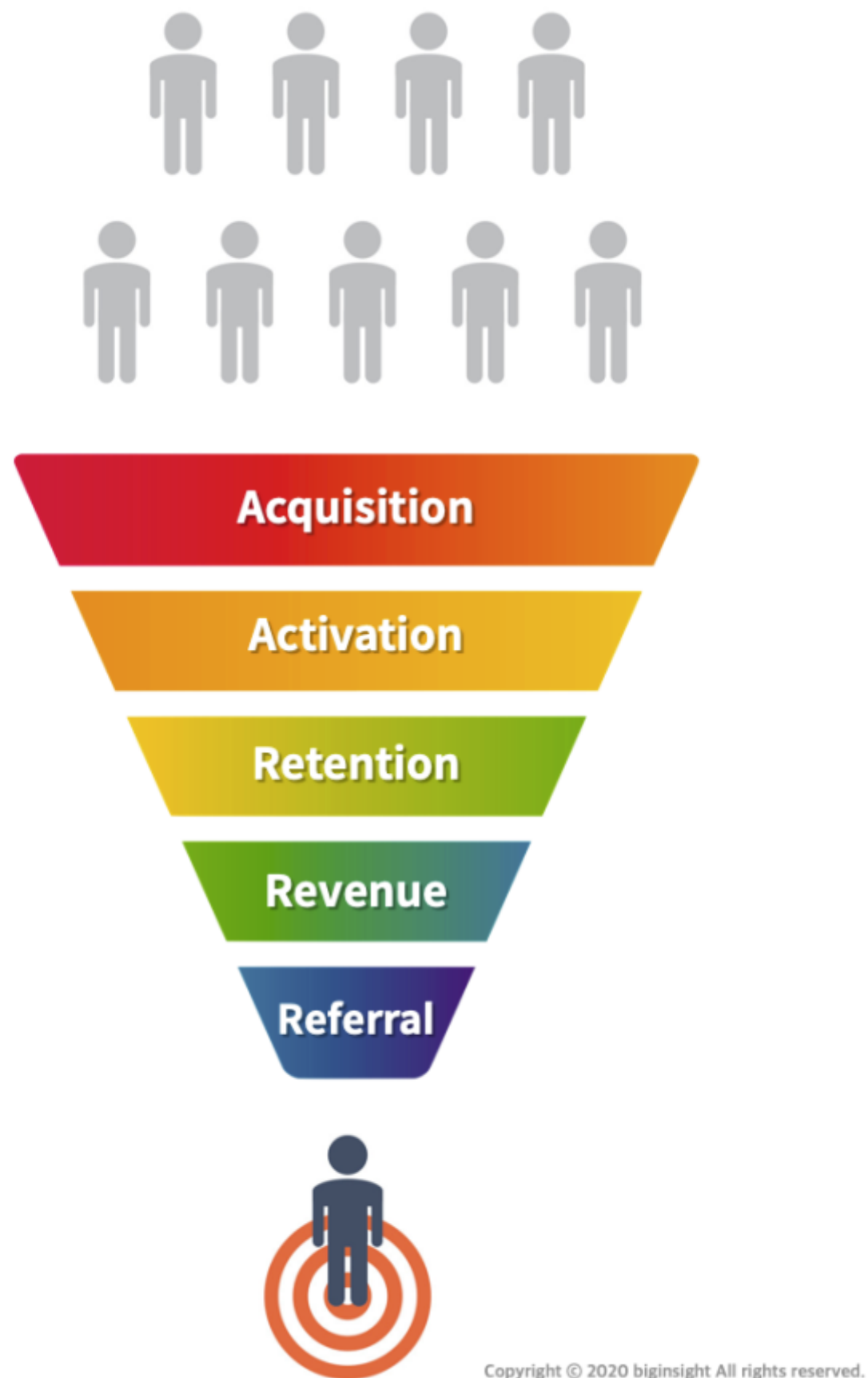


# CHAPTER 5 다양한 분석 체계

## ch5. 다양한 분석 체계

현재 스타트업 열풍과 더불어 일찍이 문화가 발전되어 형성된 미국을 기반으로 스타트업이 성장하면서 겪는 변화를 이해하는데 도움이 되는 많은 분석체계가 등장해 있다. 각각의 분석체계는 스타트업의 주기에 대해 서로 다른 관점을 제시하며 각각 초점을 둘 지표와 영역을 제안하고 있다.

### AARRR



Acquisition : 사용자유치 (사용자가 어떻게 알게 되었는가??)

Activation : 사용자 활성화(회원가입을 하는가??)

Retention : 사용자 유지(지속적으로 접속하는가?? 지속적으로 구매하는가??)

Revenue : 매출(사용자의 활동이 매출로 이루어지는가??)

Referral : 추천(주변에 소개하는가??, 좋아요, 공유하기 등등)

### kpi(핵심 성과 지표)

핵심성과를 지표로서 만들어둔것으로 이탈률과 사용 빈도도 추적해야할 중요한 지표입니다.

예를들어, 마지막 방문이후 재방문 까지 걸리는 시간, 재방문 유도를 위해 이메일을 보냈을 때 오픈률 과 클릭률

바이럴(입소문)

바이럴의 효과는 많이 알리는것이 가장 중요하다. 바이럴은 한번 퍼지기 시작하면 기하급수적으로커지는 매력이있다. 이 바이럴에서 중요한것 은 바이럴 계수이다. 바이럴 계수란 기존 사용자 한 명당 그 사용자로 인해 새로 사용자가 된 사람의 수 이다. 이때 바이럴 계수가 1보다 크면 사 업이 성장한다고 본다.

수입

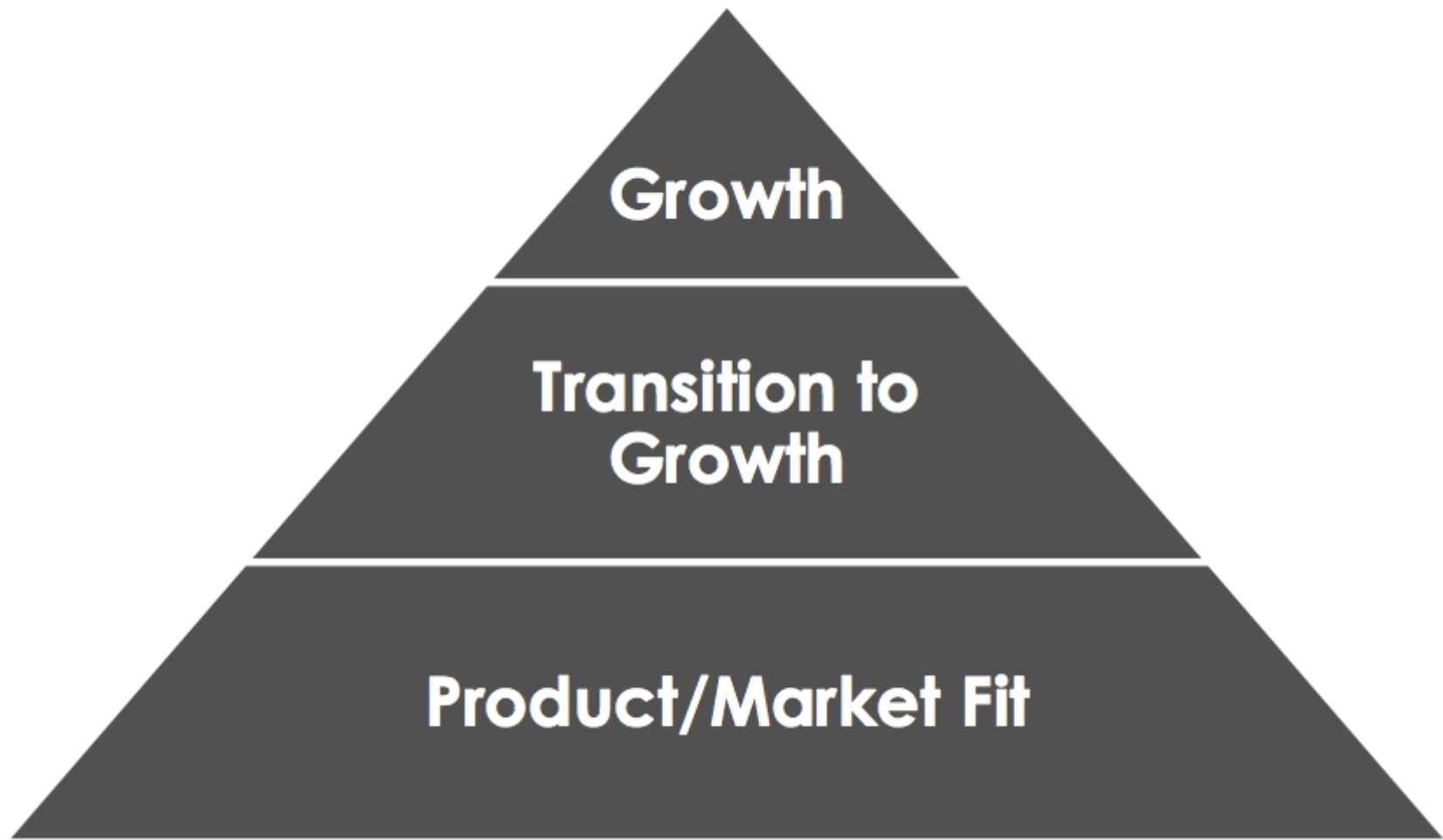
어떤 면에서 매출은 지속 가능한 사업 모델인지를 알려주는 궁극적인 지표이다 고객 확보를 위한 지출(고객 확보 비용, CAC) 보다 고객 생애 가치(CLV)가 높으면 좋은것이다.

린캔버스

<div>문제</div> <div>가장 중요한 문제 1~3가지를 나열하라</div> <div>1</div> <div>대안</div> <div>현재 문제들이 어떻게 해결되는지를 나열하라</div>	<div>솔루션</div> <div>각 문제에 대해 가능한 솔류션의 개요를 적어라</div> <div>4</div> <div>핵심지표</div> <div>사업 현황을 알려주는 핵심 숫자들을 나열하라</div> <div>8</div>	<div>가치 제안</div> <div>무심코 방문한 사람들을 잠재고객으로 바꾸는, 분명하면서도 설득력 있는 하나의 메시지</div> <div>3</div> <div>상위 개념</div> <div>기존 제품에 비유하라</div>	<div>경쟁우위</div> <div>다른 제품이 쉽게 흉내낼 수 없는 특징</div> <div>9</div> <div>채널</div> <div>고객 도달 경로</div> <div>5</div>	<div>고객 세그먼트</div> <div>타깃 고객을 나열하라</div> <div>2</div> <div>얼리 어답터</div> <div>이상적 고객 특징을 나열하라</div>
<div>비용 구조</div> <div>고정비와 변동비를 나열하라</div> <div>7</div>			<div>수익 흐름</div> <div>매출원을 나열하라</div> <div>6</div>	

린 캔버스는 스타트업에서 자주 쓰는 방식으로 싸이클의 속도가 빠르다는 것이 일반 캔버스와의 차이이다.

스타트업 성장 피라미드



제품/ 시장 적합성 : 누구에게 무엇을 팔지 결정하고 그 타당성을 입증하라!!

경쟁우위 확보 : 지킬 수 있는 경쟁우위를 찾고 이를 상황에 맞게 조정하라!!

규모 확장 : 신규시장, 제품, 채널 개발을 가속화하라!!