

Chapter 4 급속 실험 - 김선기

급속실험

전략을 실행하는 실험을 진행함에 있어서, 실험 앞에 ‘급속’이 따라온다.
급속은 빨리 배움으로서 더 많이 배우는 것이 급속 그로스 해킹 절차의 목표이자 그로스 해킹으로부터 얻는 엄청난 혜택같은 실험이다.

그로스 해킹에서의 큰 성공은 단 한 번만의 엄청난 큰 성공으로 이루어지는 것이 아닌 상당한 시간에 걸쳐 축적된 일련의 소소한 성공에서 비롯된다는 것을 잊지말아야 한다.
그 과정에서 얻은 배움들이 더 나은 성과와 아이디어를 가져오고 이것이 더 많은 성공을 이루어 결국에는 작은 향상들이 압도적인 경쟁 우위로 변화한다.



작은 성공이 가져온 반향 (그로스 사례)



작은 움직임임에도 큰 반향을 가져온 사례 ‘핫메일’ 추신

창립자들은 처음에 일반적인 방식으로 광고판에 광고를 하거나, 라디오 광고를 하거나, 스팸 메일을 불특정 다수에게 뿌려 광고하는 방식의 마케팅을 고려했다. 그러다가 핫메일의 투자자 중 한 명인 티모시 드레이퍼가 핫메일의 모든 보내는 이메일 밑에 문구 하나를 추가할 것을 제안했다. 보내는 이메일의 맨 밑에

'추신: 당신을 사랑합니다.
핫메일에서 무료 이메일 계정을 받으세요
(P.S.: I love you. Get your free-e-mail at Hotmail) '

라는 메시지가 표시되는 아주 간단한 방법이어서 너무 간단해서 몇 개월 동안 실행을 주저했다고 한다.

그리고 이 작은 기능이 모든 것을 뒤바꾼 사례가 되었다.
이 광고가 귀엽고 창의적이어서가 아니라 많은 사람들이 원하고 필요로 했던 놀라운 제품을 소개하는 것이기 때문이었습니다.

이 문구를 이메일 하단에 넣은 후 하루 3,000명 정도의 사용자가 있던 핫메일은 6개월 만에 백만 명의 이용자가 생기고, 5주 뒤 이용자 수는 다시 두 배가 되며 1997년 12월, 거의 1,200만 명의 이용자를 확보한 핫메일은 마이크로소프트Microsoft가 4억 달러에 인수했다. (당시 인터넷 사용자는 고작 7,000만 명이었다고 한다)

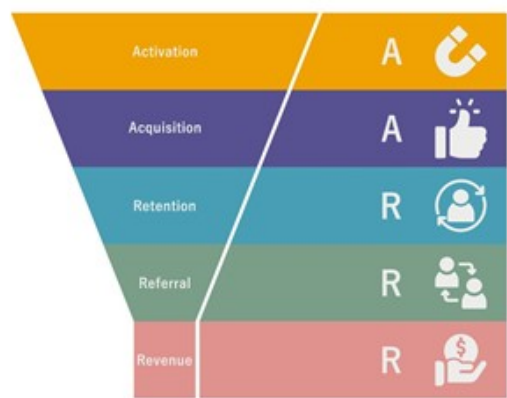
급속실험의 단계

1. 분석

→ 우수 고객을 정의할 수 있는가? 구분할 수 있는가?
우수고객과 그렇지 않은 고객의 특성이 비교할 수 있을 것이고, 우수고객의 특성에 집중 조명한다.
이 과정에 **데이터 분석가**와 마케팅 전문가가 사용자에게 대해 정량적, 정성적 조사를 통해 분석을 진행.

2. 아이디어 도출

→ 모든 팀원들이 각 포지션의 전문성을 바탕으로 아이디어를 제시할 수 있어야 한다. 아이디어에는 이유와 근거를 정확히 제시해야 한다. ‘영감’을 바탕으로 ‘노력’을 통해 근거를 찾아야 한다.
ex) 아이디어 이름, 아이디어 설명, 가설, 측정해야 할 지표



아이디어를 얻는 지표를 활용하는 경우도 있다. (해적 지표 AARRR)

고객 유치: Acquisition
활성화: Activation
유지: Retention
수익화: Revenue
추천: Referral

3. 우선순위 결정

→ 도출된 아이디어를 실행하기 위한 순서를 정하기 위한 척도로 ICE 점수라는 시스템이 존재한다.
I (Impact) : 아이디어의 잠재적인 영향
C (Confidence) : 아이디어의 효과에 대한 제출자의 신뢰 수준
E (Ease) : 아이디어 실행의 용이성

Experiment Ideas

Quarter	Idea	↓ Sum	Impact	Confidence	Ease	State	Added
18.Q3 13	Churn 사용자에게 Push 보내기 (firebase prediction 이용)	25	7	8	10	성공	▼ <input type="checkbox"/>
	기본 설정 알람들 3개 중 2개 미션으로 변경	25	7	8	10	진행	▼ <input type="checkbox"/>
	알람 추가시 반복에 대한 기본설정을 '주중'으로 설정	25	7	8	10	진행	▼ <input checked="" type="checkbox"/>
	X일 안쓰면 Push 보내기	24	8	8	8	진행	▼ <input type="checkbox"/>
	Wake up check (AOS)	24	7	8	9	진행	▼ <input type="checkbox"/>
	Main 광고영역 Caching Logic 적용하여 Fill-Rate 높이기	24	8	8	8	진행	▼ <input type="checkbox"/>
	메모리 게임 미션 추가	23	7	8	8		▼ <input type="checkbox"/>
	bedtime reminder (밤에 지정된 시간에 푸쉬)	23	7	7	9		▼ <input type="checkbox"/>
	Mission Usage Statistics (Social Data)	23	6	8	9		▼ <input type="checkbox"/>
	Paid Pricing Change 테스트	23	6	7	10		▼ <input type="checkbox"/>
	Today panel 개선 (Pesonalized 콘텐츠, good morning chris, badge, calendar 연동)	22	7	8	7		▼ <input type="checkbox"/>

ICE FrameWork 이를 실제로 적용한 딜라이트룸은 수직/수평적 조직문제를 해결한다고 한다.

4. 실험

→ 아이디어를 실행으로 옮긴다. (다른 과제를 선택하는 대신) 기회 비용을 들인 만큼 신뢰도 있는 실험을 진행하며, 통계학적으로 신뢰도 99% 신뢰수준을 채택한다. 성공 실패가 명확하지 않을 때는 현재 상태를 유지하며, 애매할때 실험군의 크기를 늘려가다 보면 더 큰 비용이 들기 때문이다.

1. 다시 1단계로 복귀하는 분석과 학습

이전 단계에서 기획하고 구상한 부분에 대한 실험 요약서를 남겨 회사의 '지식기반' 즉 배운단계로 삼고, 팀원들에게 공유하는 부분이 중요하다.

이를 통해 급속 실험을 진행하는데 있어서 쉽게 저지를 실수를 실험으로 반복하지 않게 한다.

그로스 해킹 과정으로 부터 체계를 따른다면, 단순히 짧은 시간으로 개선을 낳는다.

결과가 실패하더라도, 짧은 가정 안에서 의미 있는 것들을 배울 수 있는 장점을 지니며

더 좋은 방안을 마련하는 성장의 원동력이 된다.