

# Chapter 5 고객 유치 해킹하기 - 한규진

## Intro

고객 유치에서의 비용보다 수익을 더 얻지 못한다면 문제가 된다.

ex) Fab라는 디자인 회사는 매출의 35%가 넘는 광고 비용으로 헐값에 매각되었다.

초반에 많은 투자를 하고 점차 안정적인 구조로 경영을 해나가야 한다.

ex) B2B 소프트웨어 회사는 영업 인력을 고용해서 고객 유치를 확실히 하는데 투자할 필요가 있다.

경쟁사가 치고 올라오는 상황에서는 고객 유치에 투자하는게 답이다.

Q. 고객 유치 비용을 어떻게 결정할 수 있을까?

>> 비용 설정은 사업 모델, 경쟁 구도, 성장 단계에 따른 많은 변수로 이루어진 함수다

성숙한 기업은 값비싼 전략을, 금전적으로 어려운 스타트업은 영향력은 제한적이지만 단편적인 방법을 사용해야 한다.

>> 비용 효율을 높이는 전략은 언제나 환영 받는다.

그로스 해킹이 주는 선물 = 신규 고객을 끌어오는 가장 비용 효율적인 방법 & 성장 촉진 활동

## 고객 유치란?

성장 깔때기의