

CHAPTER 6 가장 중요한 한 가지 지표

Ch6. 가장 중요한 한 가지 지표

여기서 말하는 한가지 지표는 사업 아이디어가 떠오른 날 부터 회사를 매각할 때 까지 내내 한 가지 지표만 생각해야 한다는 말이 아니라 특정 시기마다 다른 무엇보다 신경 써야 할 하나의 지표가 있다는 말이다. 이를 데이터 분석 세계 에서는 OMTM(One Metric That Matters.) 라고 부른다.

OMTM은 회사가 들어가있는 현재 단계에서 다른 무엇보다 중점을 두는 숫자이다. 즉, 문제 검증을 하는 단계와 들어서 있는 회사가 있다고 생각하자 이때 과연 CLV 즉, 고객 생애가치의 지표를 살피는게 적절할까?? 즉 모든것을 파악하고 있으면서 가장 중요한것에 초점을 맞춰야 한다.

OMTM을 사용하는 네가지 이유!!

- OMTM은 가장 중요한 질문에 대해 답을 제시한다. : 수백가지의 질문에 답을 할 수 없기때문에 가장 중요한 질문에 답을 하기위함에 유용하다
- OMTM을 이용하게 되면 기준을 정하게 되고 분명한 목표를 가지게 된다. : 어느 지표에대해 어느정도의 값을 성공의 지표로 볼지 판단하는 기준이 필요하다.
- OMTM은 회사 전체를 한 가지에 집중하게 한다. : 너무 많은 데이터를 공유하는 것을 데이터 구토(data puking)라고 한다. 회사 전체를 한 가지에 집중하게 하는 방법으로 이 OMTM을 활용해라
- 실험 문화를 조성한다. : OMTM에 집중하고 수치를 개선하기 위해 독립적으로 실험할 기회를 가져야한다. 작은실험의 반복을 통해 하는것이 스타트업의 장점이고 이는 강력한 힘이된다. 작은실험 하나하나를 질타하지 않고 독려하자!