
LOG PROJECT



사용자 여정 분석과 실전 성장 전략

SESAC SONGPA 3팀

박주용 송연준 안민지 양혜지

CONTENTS

소개 목차

01
배경 소개

02
고객 페르소나 및
사용자 행동여정

03
데이터 진단

04
개선 검증

05
전략 제시

About GATI Campus

회사 소개



Generative AI & Tech Innovation

생성형 AI를 통해 기술 혁신에 한걸음 다가섭니다.
같이(GATI) 도와서 가치(GATI) 있는 학습을 제공합니다.

- 타겟 : 20대~40대까지 업무적으로 생성형 AI를 자주 사용하는 직장인
- 서비스
 - 업무·실생활에서 사용할 수 있는 다양한 생성형 AI 활용 강의 제공
 - 매 강의가 끝나면 퀴즈를 통해 학습 이해도 파악
 - 퀴즈는 선다형 퀴즈 및 생성형 AI 프롬프트를 사용하여 주어진 결과물 생성하는 프롬프트 엔지니어링 퀴즈를 제공
 - 모든 강의 1강은 무료 제공
- 요금제 구성

	구독 플랜	가격
Monthly	Basic	\$ 9.99
	Pro	\$ 19.99
Annual	Basic	\$ 99.99
	Pro	\$ 199.99

About GATI Campus

회사 소개

GATI campus 고급 생성형 AI

현재 강의

GAN: 원리 및 응용

- 생성형 AI 소개 및 기본 개념 12:45
- ① GAN: 원리 및 응용 18:20
- ② VAE: 확률적 생성 모델 15:10
- ③ 트랜스포머와 GPT 모델 20:00
- ④ 실전 프로젝트: 이미지 생성 25:30
- ⑤ 생성형 AI의 미래와 윤리 10:00

강의 비디오 재생 중...

01:00 / 05:00

강의 요약 내 노트

GAN: 원리 및 응용

강의 정보

이 강의는 생성형 AI의 핵심 개념과 주요 모델인 GAN(Generative Adversarial Networks)과 VAE(Variational Autoencoders)를 심층적으로 다룹니다. GAN은 생성자와 판별자의 경쟁을 통해 실제와 같은 데이터를 생성하는 모델이며, VAE는 잠재 공간을 학습하여 새로운 데이터를 생성하는 확률적 모델입니다. 이 두 모델의 구조, 학습 과정, 그리고 이미지 생성, 스타일 전이, 데이터 증강 등 다양한 분야에서의 응용 사례를 자세히 살펴봅니다. 또한, 생성형 AI의 한계점과 도전 과제, 그리고 윤리적 고려 사항에 대해서도 논의하여, 기술의 책임 있는 사용을 위한 기반을 마련합니다.

다음 강의로 이동 >

VAE: 확률적 생성 모델

자: ⌂ ⌂ ⌂ ⌂

강의 화면

GATI campus

홈 강좌 구독 플랜 회사 소개

로그인 회원가입

생성형 AI 심화: 코딩, 기획, 디자인 마스터 과정

김현수 12:45
생성형 AI 전문가이자 소프트웨어 엔지니어. AI 개발 및 교육 분야에서 10년 이상의 경력을 보유하고 있습니다.

이 강좌는 코딩, 기획, 디자인 분야에서 생성형 AI를 활용하는 심층적인 기술과 전략을 다룹니다. 최신 AI 모델의 이론과 실제 적용 사례를 통해 여러분의 전문성을 한 단계 업그레이드하세요. 실습 위주의 프로젝트와 퀴즈를 통해 실전 능력을 강화하고, 생성형 AI 전문가로 거듭날 기회를 제공합니다.

강좌 시작

학습 진행 상황

1 / 4 모듈 완료 (29%)

강좌 커리큘럼

- 모듈 1: 생성형 AI 소개 및 기초
- 모듈 2: 코딩을 위한 생성형 AI
- 모듈 3: 기획을 위한 생성형 AI
- 모듈 4: 디자인을 위한 생성형 AI

다음 강의로 이동 >

다음 강의로 이동 >

다음 강의로 이동 >

강의 과정

About GATI Campus

회사 소개

선다형 퀴즈

퀴즈 진행률
질문 3/5

질문 3: LLM의 작동 원리
LLM의 기본적인 구성 요소를 이해하고 있는지 평가합니다.

LLM(대규모 언어 모델)에서 '토큰(Token)'은 무엇을 의미합니까?

- AI 모델의 학습 속도 단위
- 텍스트를 처리하는 데 사용되는 기본 언어 단위
- 모델 학습에 사용되는 데이터셋의 크기 단위
- 모델의 계산 능력 단위

답변 제출

F D I

프롬프트 엔지니어링 퀴즈
주어진 시나리오에 따라 효과적인 AI 프롬프트를 작성하세요.

질문 1/5
☞ 힌트 보기

고객 서비스 상담원에게 문의하는 것처럼 가장 잘 어울리는 프롬프트를 작성하여 고객의 제품 관련 문제를 해결하고 만족스러운 답변을 제공하도록 유도하세요. 고객이 새로운 스마트폰의 배터리 수명 문제에 대해 불평하고 있다고 가정합니다.

프롬프트 입력
고객 서비스 상담원인 당신은 고객이 새로운 스마트폰의 배터리 수명 문제에 대해 불평하고 있습니다. 친근하고 공감하는 어조로 응답하고, 일반적인 문제 해결 단계를 제공하며, 필요한 경우 추가 지원을 제안하십시오.

프롬프트 제출

AI 응답 미리보기
☞ AI 응답 준비 완료.
프롬프트를 제출하여 AI 응답을 확인하세요.

프롬포트 엔지니어링 퀴즈

About Project

프로젝트 소개

같이

가치

생성형 AI



Generative AI & Tech Innovation

생성형 AI를 통해 기술 혁신에 한걸음 다가섭니다.

같이(GATI) 도와서 가치(GATI) 있는 학습을 제공합니다.

- **화자** : GATI Campus 기획팀원
- **청자** : GATI Campus 기획팀장
- **과제**
 - 비즈니스 초기 단계, 사용자 여정 흐름을 진단하여 전환이 끊기는 구간 찾아내기
 - 해당 지점 및 서비스 매출 향상에 기여할 수 있는 개선 방향 제시

Company Status

회사 현황 - 수익

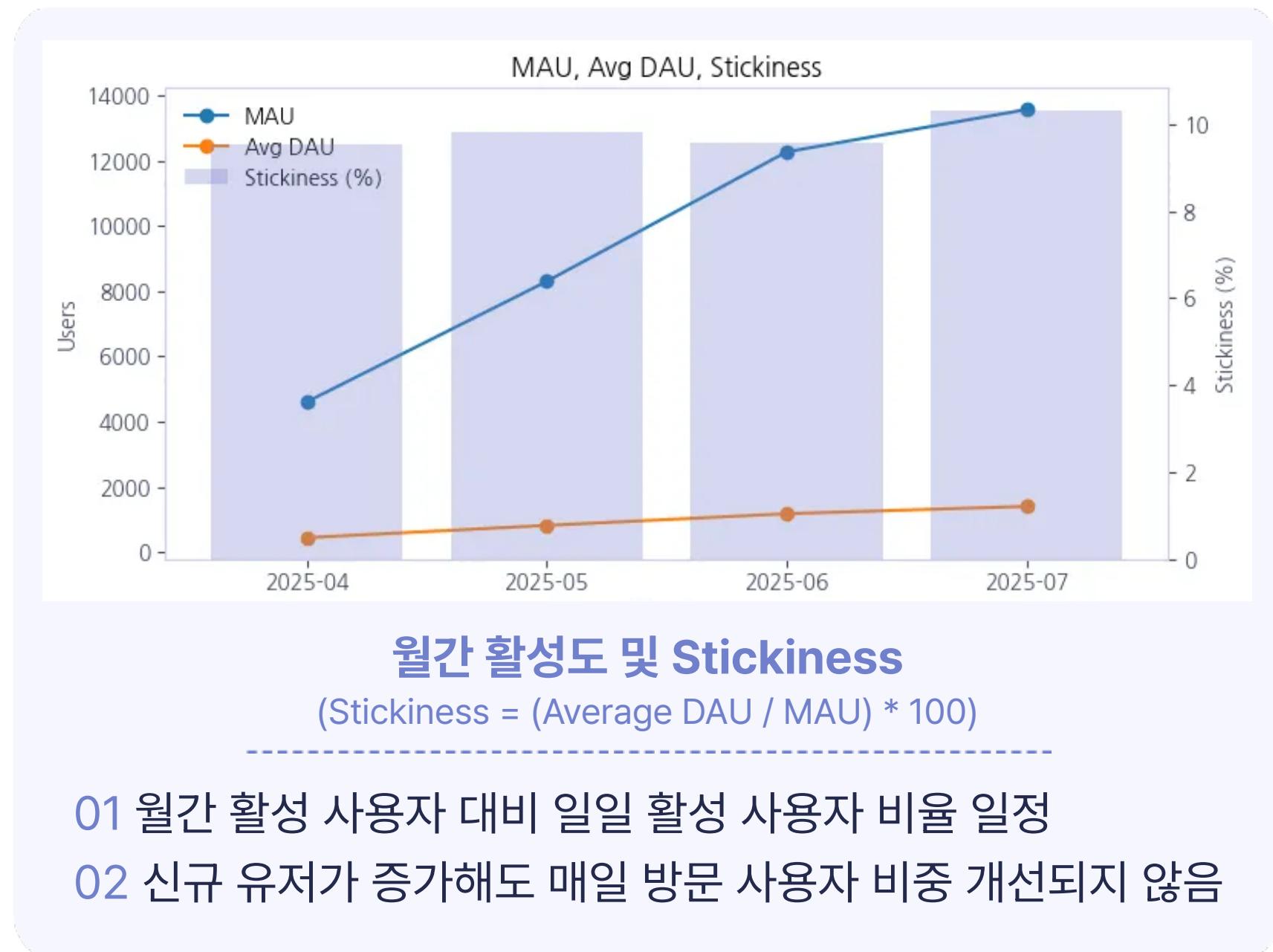
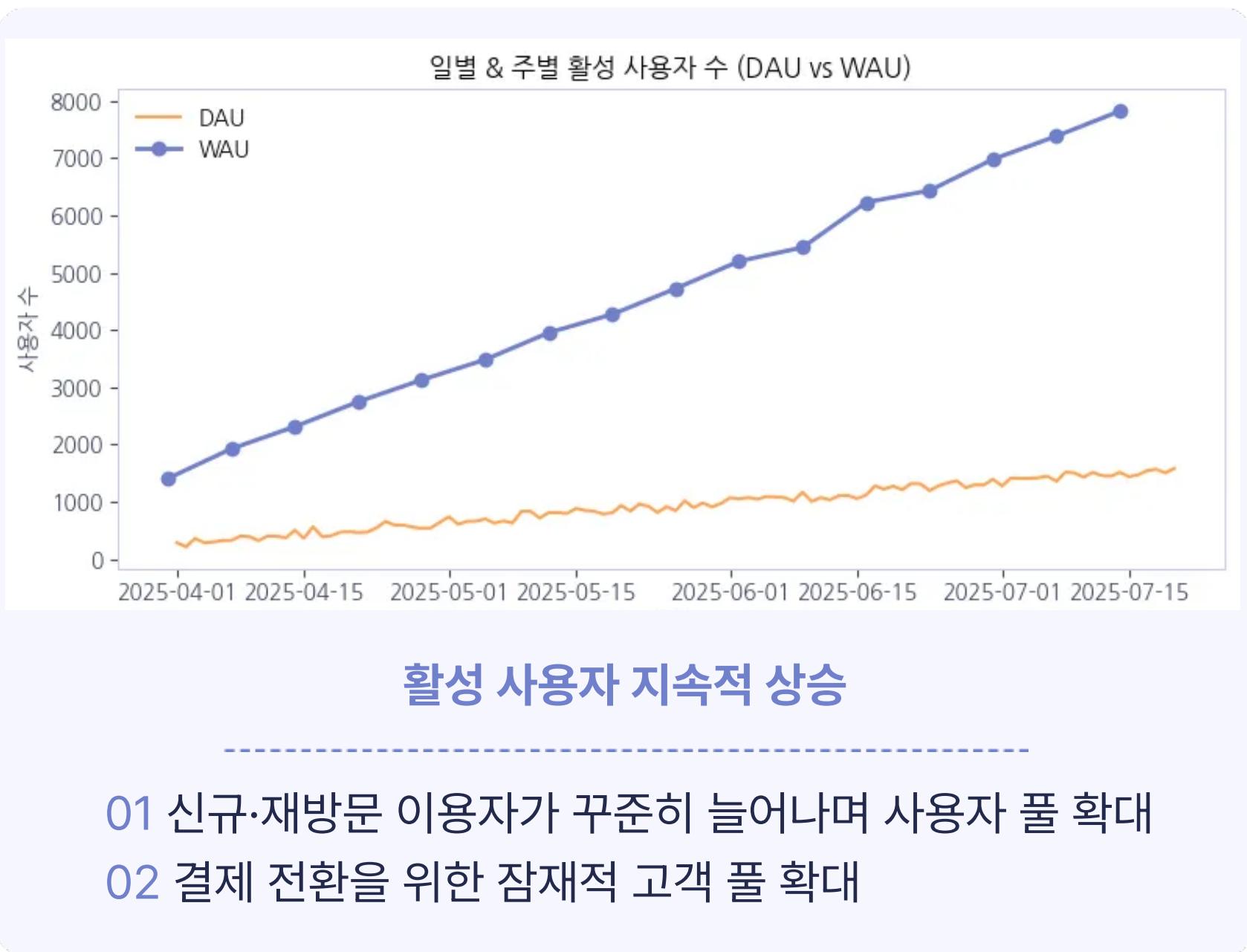
* 본 데이터는 2025년 4월 1일부터 16주간의 사용자 활동 데이터를 기반한 것입니다.



“ 꾸준한 매출 상승 추세 ”

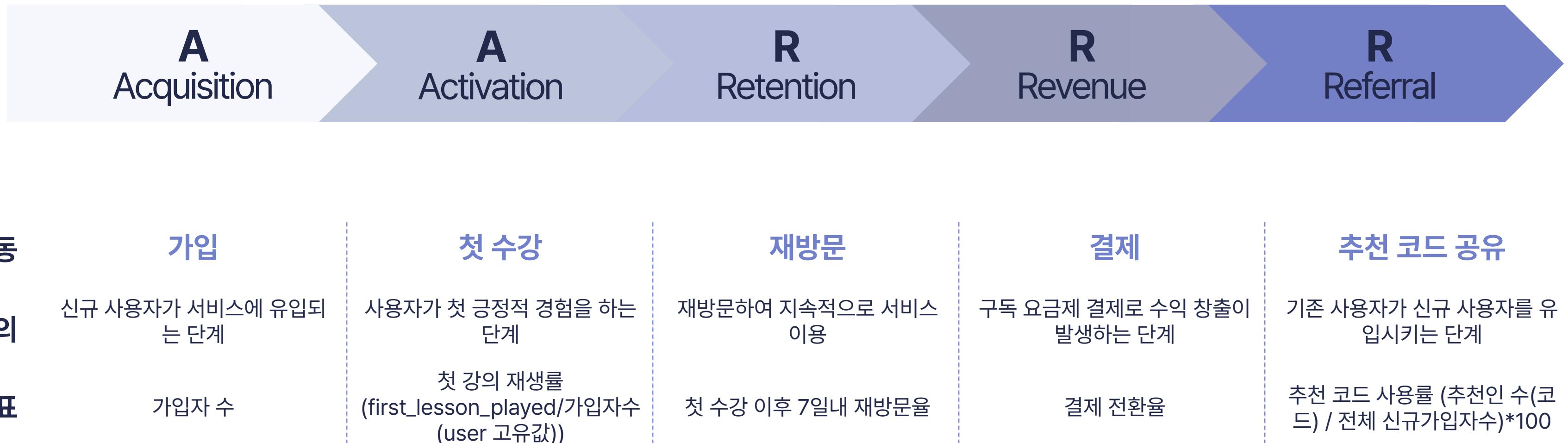
Company Status

회사 현황 - 활성도



AARRR Framework

AARRR 프레임워크



Customer Persona Definition

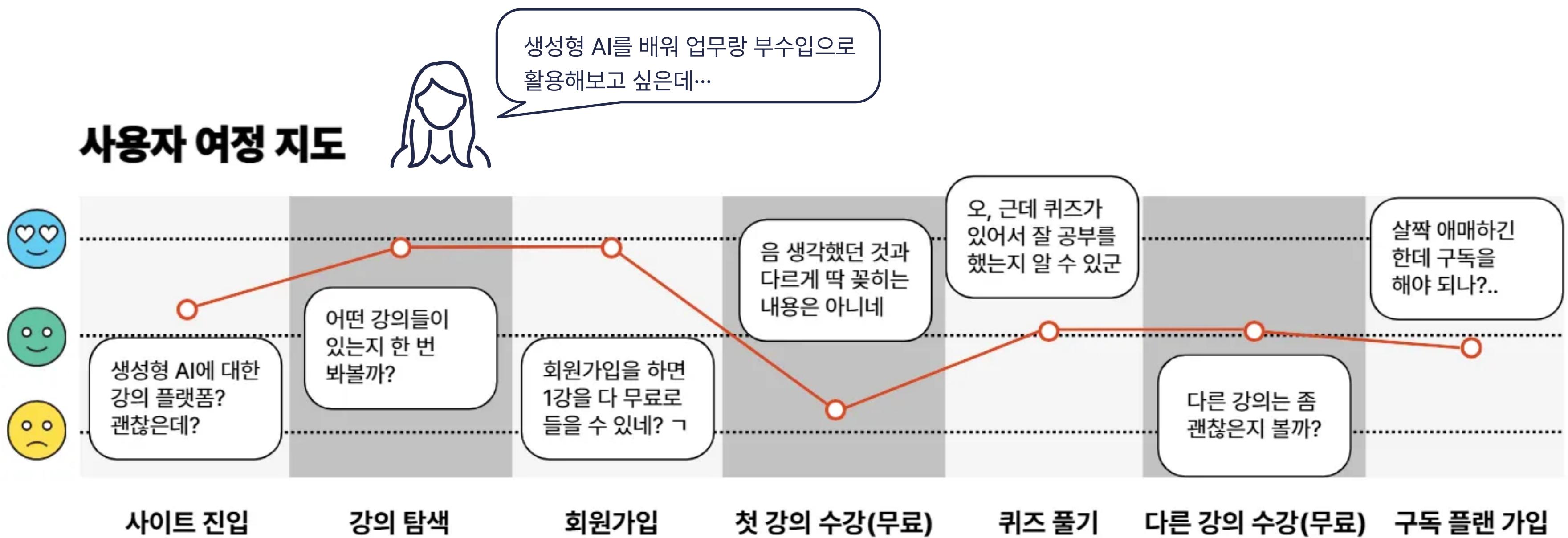
고객 페르소나 정의



- 나이 : 31살
- 성별 : 여자
- 결혼 여부 : 미혼
- 직업 : 컨텐츠 마케터
- 주거지 : 서울시 마포구 (부모님과 거주)
- 관심사 : 자기 개발, 유튜브 부수입 고민 중
- MBTI : ENFP
- 니즈
 - 마케팅에 활용할 수 있는 영상을 어렵지 않게 만드는 방법을 알고 싶다.
 - 로고와 같은 디자인에 대해 더 많은 예시를 경험하고 활용하고 싶다.
 - 업무에 자동화를 적용 시킬 수 있었으면 좋겠다.

User Journey Map

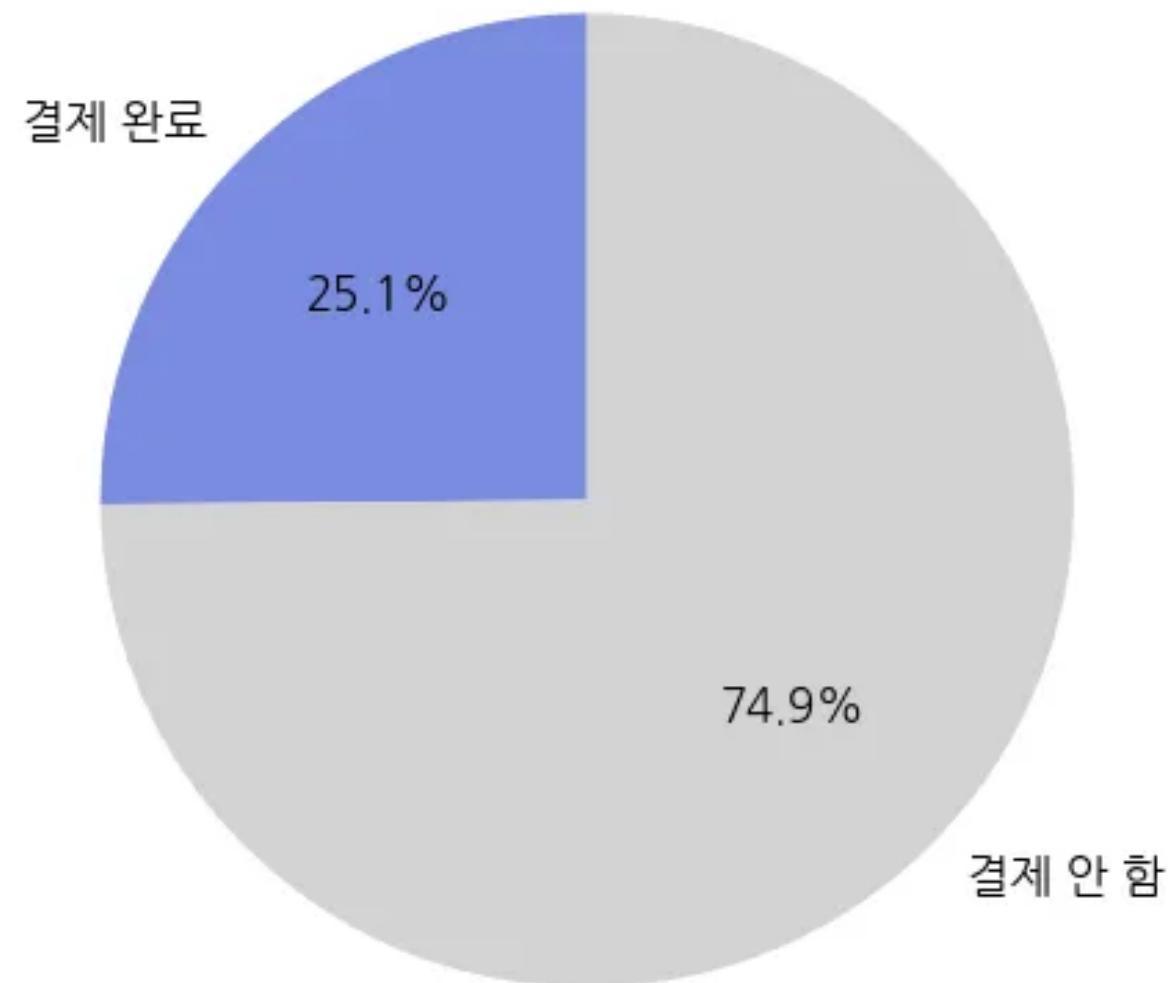
사용자 행동 예정



Data Diagnosis

데이터 진단

<전체 가입자 대비 결제 완료 비율>

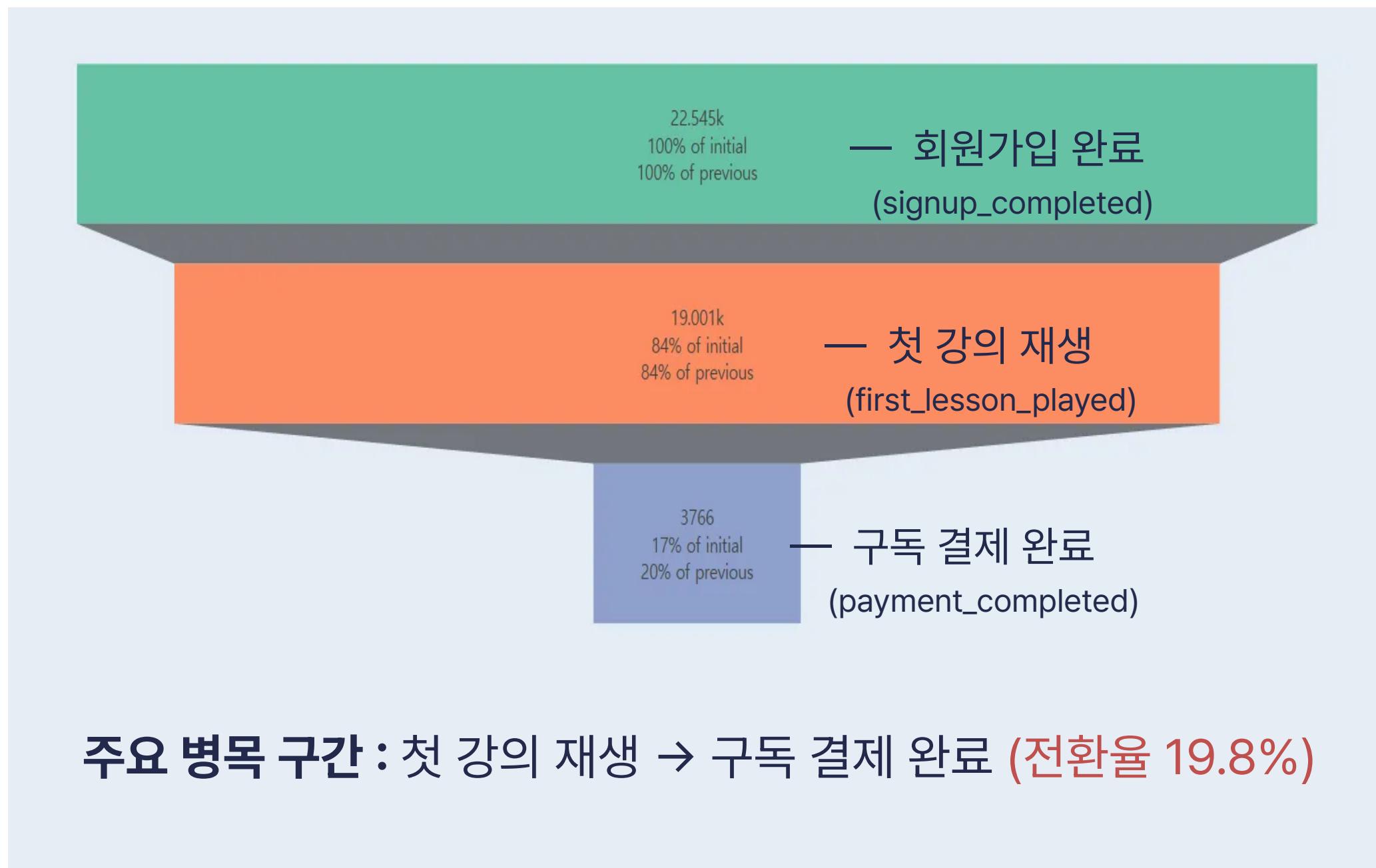


* 왜 가입자들은 결제까지 이어지지 않을까?

가입 → 강의 첫 수강 → 유료 결제 전환의 사용자 여정 흐름을 진단하여 전환이 끊기는 구간을 찾아내고 해당 지점에 대한 개선 방향 제시

Funnel Analysis

퍼널 분석



* 첫 강의 → 결제 전환율 낮은 원인 분석

1. UX 측면

- 결제 버튼이 눈에 잘 띄지 않음(CTA 위치, 색상)
- 결제 과정 단계가 많아 중도 이탈

2. 콘텐츠 측면

- 첫 강의 내용이 결제 욕구를 자극하지 못함

3. 심리·가격 요인

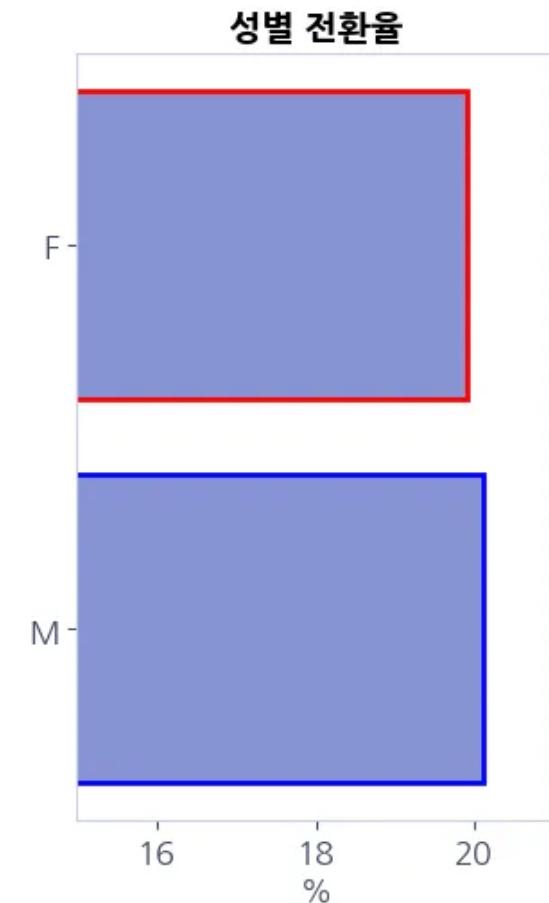
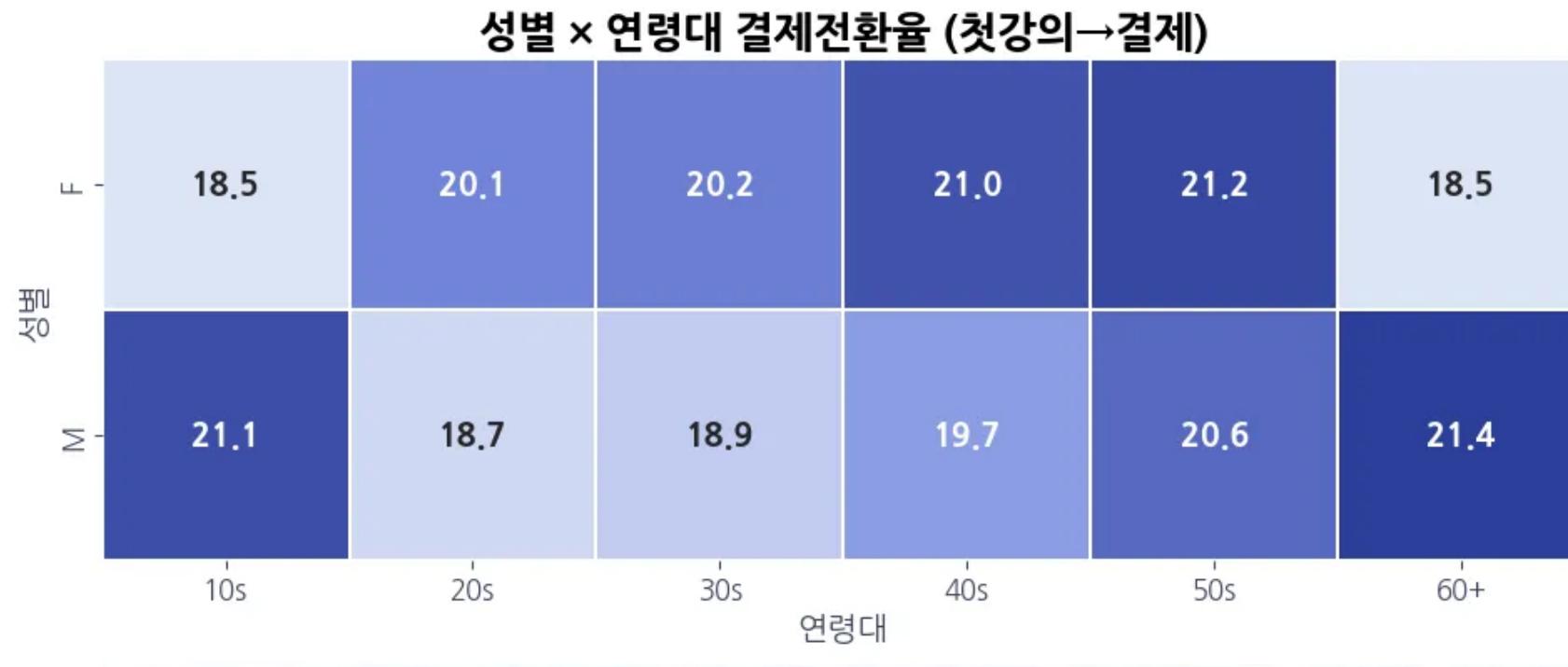
- 가격이 비싸다고 인식됨
- 어떤 요금제를 선택해야 할지 명확한 가이드라인 부족

4. 신뢰 요인

- 강의 후기 부족
- 환불 정책 안내 부족

Cohort Analysis

코호트 분석



*연령대별 결제 전환율 TOP2



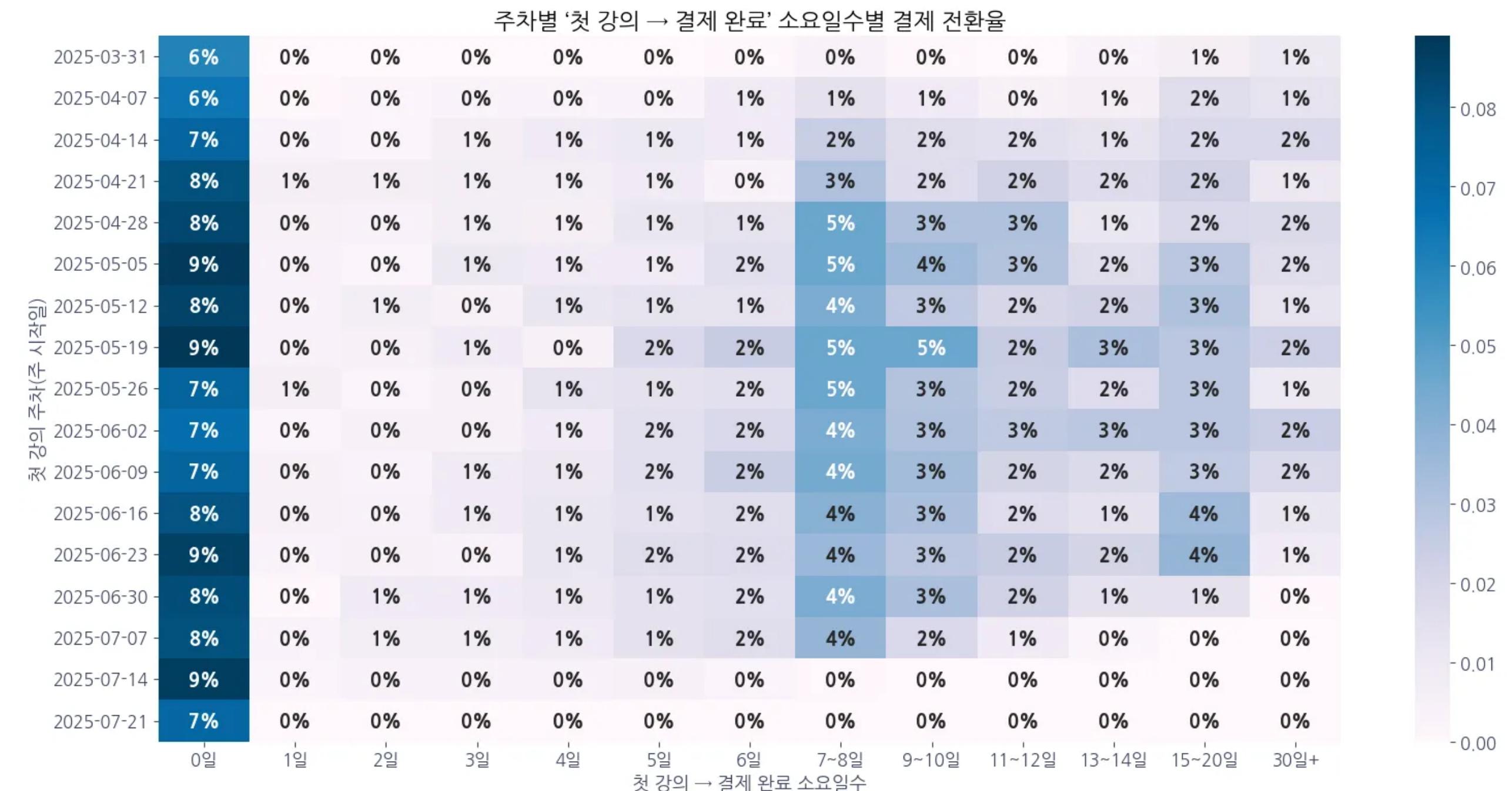
40, 50대 Good
10, 60대 Bad



10, 60대 Good
20, 30대 Bad

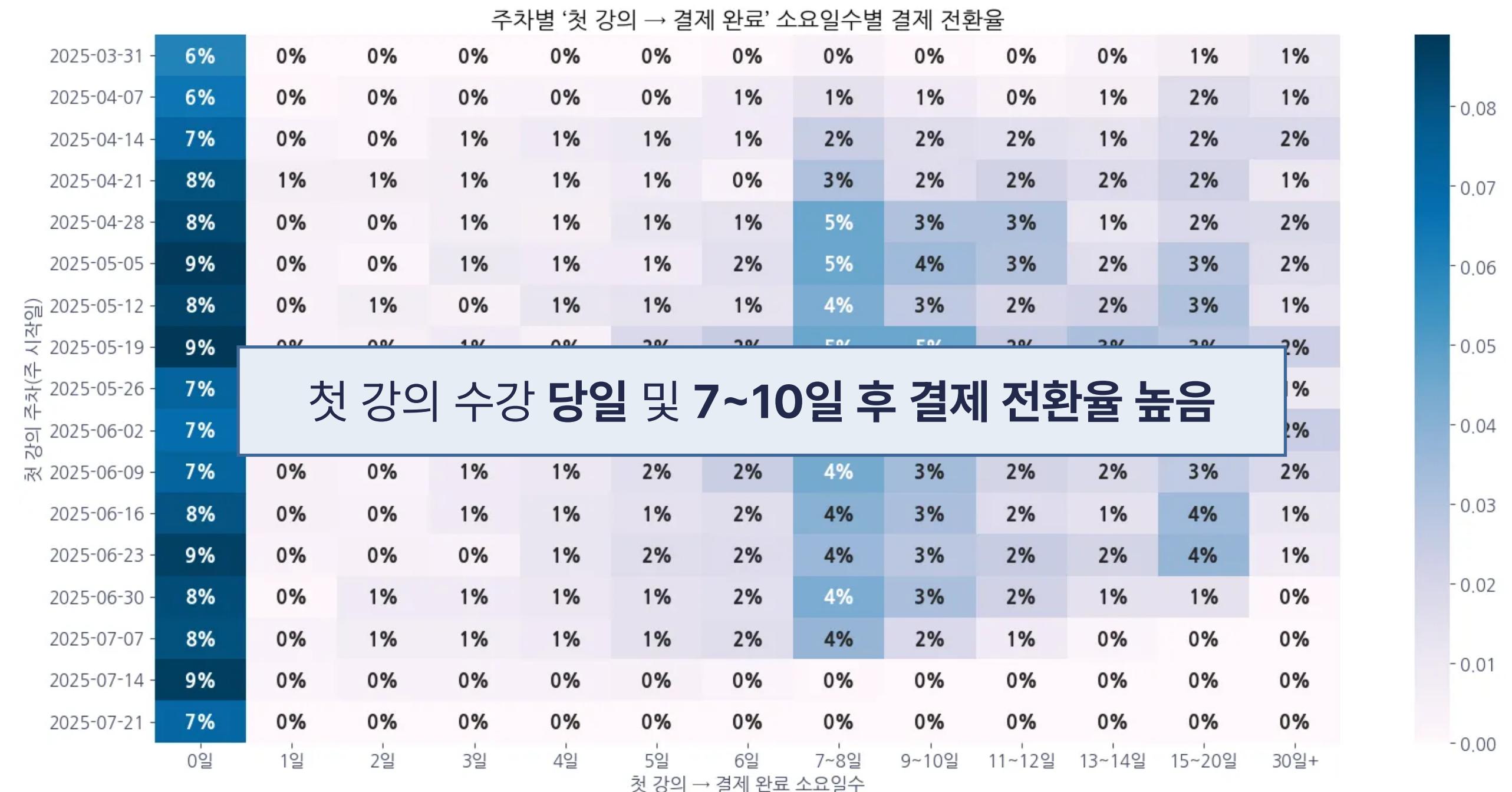
Cohort Analysis

코호트 분석



Cohort Analysis

코호트 분석



Improvement Validation - A/B Test

개선 검증 - A/B 테스트

1. Pricing A/B - 25년 5월 실시

GATI campus

당신에게 맞는 이용권을 확인해보세요.

Plan	Price	Frequency	Action
Basic	\$99.99	/year	Choose plan
Pro	\$199.99	/year	Choose plan
Basic	\$9.99	/month	Choose plan
Pro	\$19.99	/month	Choose plan

Features (common to all plans):

- ✓ 모든 기본 강좌 무제한 수강
- ✓ 커뮤니티 지원
- ✓ 수료증 발급

Additional features for Pro plans:

- ✓ 우선 지원 서비스
- ✓ 고급 분석 기능

A : 가격 플랜에 별도의 추천 없음

GATI campus

당신에게 맞는 이용권을 확인해보세요.

Plan	Price	Frequency	Action
Basic	\$99.99	/year	Choose plan
Pro	\$199.99	/year	Choose plan
Basic	\$9.99	/month	Choose plan
Pro	\$19.99	/month	Choose plan

Features (common to all plans):

- ✓ 모든 기본 강좌 무제한 수강
- ✓ 커뮤니티 지원
- ✓ 수료증 발급

Additional features for Pro plans:

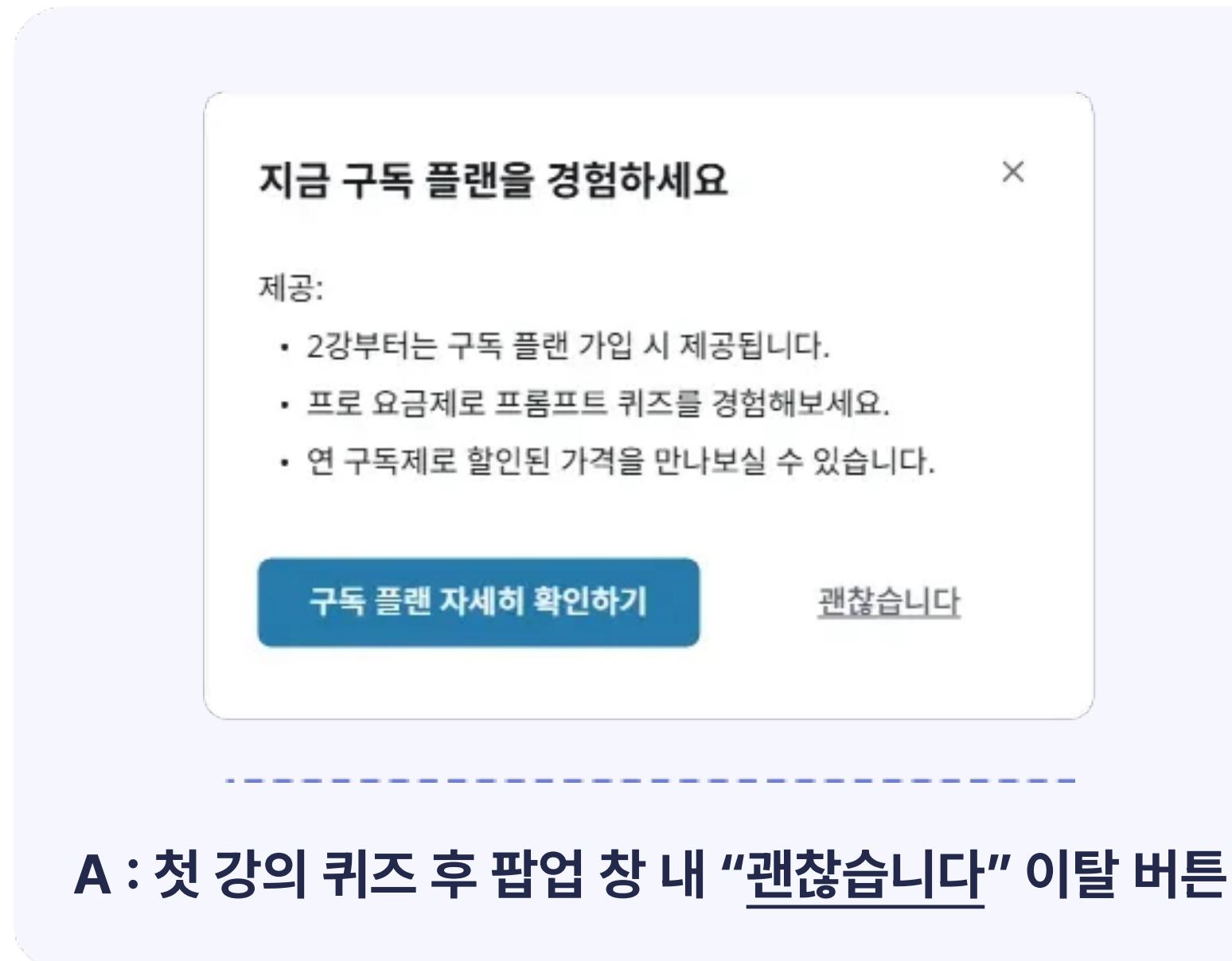
- ✓ 모든 강좌 무제한 수강
- ✓ 우선 지원 서비스
- ✓ 고급 분석 기능
- ✓ 수료증 발급

B : 가격 플랜에 추천 라벨 추가하여 해당 플랜으로 유도

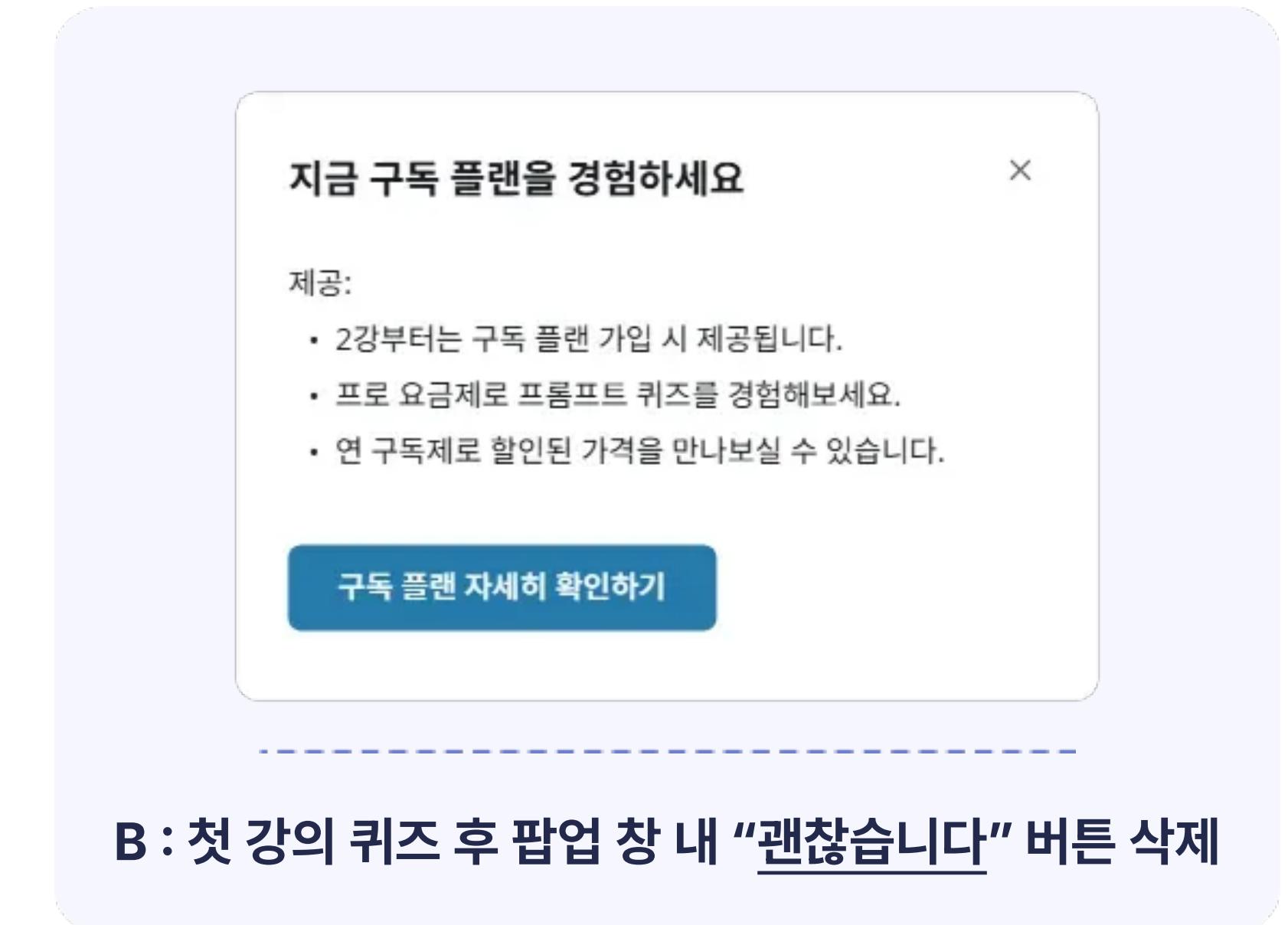
Improvement Validation - A/B Test

개선 검증 - A/B 테스트

2. Onboarding CTA - 25년 6월 실시



A : 첫 강의 퀴즈 후 팝업 창 내 “괜찮습니다” 이탈 버튼



B : 첫 강의 퀴즈 후 팝업 창 내 “괜찮습니다” 버튼 삭제

Improvement Validation - A/B Test

개선 검증 - A/B 테스트

3. Checkout Design - 25년 7월 실시

A : 기존 결제 화면 디자인

The screenshot shows a standard checkout page for an 'Annual Basic Plan' priced at \$99.99. It includes sections for product details, payment methods (Credit Card, Bank Transfer), and a large blue 'Pay Now' button.

B : 결제 화면에 유저 리뷰 함께 노출

This variant adds user reviews to the checkout process. It features a testimonial box with a student quote and a 5-star rating, followed by another testimonial and a thumbs-up icon. To the right, there's a summary of the purchase and a '4.8점' rating.

A/B Test Results

A/B 테스트 결과

- 분석 방법 : 각 A/B 테스트 시행 후 구독 결제 완료한 유저 수 산출
- 유효 기준 설정 : 결제 완료율 **1%p** 이상 상승 (결제 완료율 : 구독 결제한 유저 수 / 테스트 할당 유저수)

	A (대조군)			B (실험군)			결과
	구독	할당	비율	구독	할당	비율	
Pricing A/B	158명	429명	36.8%	160명	450명	35.6%	- 1.2%p
Onboarding CTA	65명	200명	32.5%	70명	207명	33.8%	+ 1.3%p
Checkout Design	5명	60명	8.3%	6명	71명	8.5%	+ 0.2%p

A/B Test Results

A/B 테스트 결과

- 분석 방법 : 카이제곱 검정
- 유효 기준 : $p\text{-value} < 0.05$ 이면 귀무가설을 기각 → 두 변수 간 통계적으로 유의미한 관계
- 귀무 가설 : A와 B의 결제 완료율은 동일할 것이다.
- 대립 가설 : A와 B의 결제 완료율은 동일하지 않을 것이다.

1. Pricing A/B



Chi-square Statistic: 0.104
p-value: 0.747



$p\text{-value} > 0.05$ 이므로 귀무가설 채택

2. Onboarding CTA



Chi-square Statistic: 0.031
p-value: 0.860



$p\text{-value} > 0.05$ 이므로 귀무가설 채택

3. Checkout Design



Chi-square Statistic: 0.0
p-value: 1.0



$p\text{-value} > 0.05$ 이므로 귀무가설 채택

Experiment Limitations and Recommendations

실험 한계와 개선 방안

01

한계

표본 크기 부족하여 현재 1%p 차이를 80% 검정력으로 검증
하려면 더 큰 샘플 크기 필요

- ① Pricing A/B : 각 그룹 약 36,700명
- ② Onboarding CTA : 각 그룹 약 34,700명
- ③ Checkout Design : 각 그룹 약 12,600명

현재 샘플로 감지 가능한 최소 검출 효과(MDE)

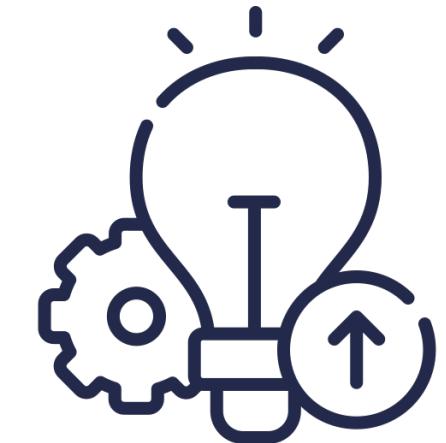
- ① Pricing ($n \approx 440$) : 9.3%p 변화가 있어야 검출 가능
- ② Onboarding ($n \approx 203$) : 13.5%p
- ③ Checkout ($n \approx 65$) : 17.9%p

02

개선 방안

- ① 표본 확대
- ② 실험 기간 연장

→ MDE를 목표 변화폭(1%p)으로 낮추는 것이 가능하게 해
미세한 변화도 검출 가능하도록 설계



Strategic Recommendations

전략 제시

01 타겟층 전환율 개선

- ① 분석 결과 : 성별·연령별 결제 전환율 차이 뚜렷, 타겟은 2040이지만 2030남성 전환율 낮음
- ② 원인 분석
 - 콘텐츠 주제가 20-30대 남성의 관심사와 거리가 있음
 - 결제 비용만큼의 가치를 충분히 전달하지 못함
- ③ 액션 플랜
 - 20~30대 남성 관심사 기반 강의 기획 (예: 업무 자동화, 이직 대비, 자격증 연계)
 - 완료 시 이력서·포트폴리오에 넣을 수 있는 결과물 제공

02 시점 기반 마케팅 강화

- ① 분석 결과 : 첫 강의 수강 당일 결제 전환율 가장 높고 이후 급락, 7~10일차에 재상승
- ② 원인 분석
 - 학습 직후 동기 부여가 높아 결제할 의향 증가
 - 7~10일차에 시간 여유 확보 혹은 학습 필요성 재인식으로 결제 의향 다시 상승
- ③ 액션 플랜
 - 첫 강의 수강 직후 24시간 한정 쿠폰으로 즉시 결제 유도
 - 7~10일차 주말 or 저녁 시간대 맞춰 한정 혜택 푸시 및 관련 강의 추천

Strategic Recommendations

전략 제시

03 사용자 유지를 개선

- ① 분석 결과 : Stickiness 약 9% → 사용자는 매일보다 필요할 때만 접속하는 경향
- ② 원인 분석
 - 사용자는 장기 학습보다 즉시 적용 가능한 내용을 선호
 - 장기 참여를 유도하는 요소가 부족함
- ③ 액션 플랜
 - 10~15분짜리 스낵 러닝 시리즈 제작 (예: 'AI로 PPT 10배 빨리 만들기')
 - 단기 챌린지형 학습 프로그램 제공 ("3일 안에 업무 자동화 1건 완성" 챌린지)

04 신규 가입자 유도

- ① 원인 분석
 - 비즈니스 초기 단계이기 때문에 구독 플랜을 가입할 수 있는 더 많은 사용자들이 필요
 - 플랫폼이 제공하는 서비스에 대해 잘 알지 못하는 사용자들의 유입 가능성 존재
- ② 액션 플랜
 - 생성형 AI로 만든 결과물이 들어간 플랫폼 홍보 영상 제작
 - 신규 가입자 프로모션을 일시적으로 진행

Promotional Video

광고 영상

GATI 무료 강의 듣고
내가 이룬 것들



Q&A

THANK YOU

SESAC SONGPA 3팀
박주용 송연준 안민지 양혜지
2025.08.14