



AARRR 프레임워크 기반

온라인 교육 플랫폼 구독 서비스 개선 전략

4. A/B 테스트 설계

- 온라인 교육 플랫폼에서 **무료 체험 기간 동안의 콘텐츠 이용 경험**이 유료 결제 전환에 큰 영향을 미치는 것으로 판단되어, **무료 체험에서의 콘텐츠 이용 경험을 개선하기 위한 A/B 테스트를 설계함**

구분	항목	설명
1. 실험 배경 및 가설	배경	- 무료 체험 유저 분석 결과, 많은 유저가 여러 콘텐츠를 수강 시작하지만 <b>완강하지 못함</b> - 하나의 콘텐츠도 완강하지 못한 채 여러 콘텐츠를 수강해보지만 원하는 콘텐츠를 찾지 못하는 “콘텐츠 길치, 탐색 실패 유저”가 많다.
	문제 정의	- 유저가 원하는 강의 커리큘럼을 스스로 <b>찾아가야 하는 상황</b> - 자신만의 커리큘럼을 찾아야 하는 <b>번거로움과 부담감</b> 이 있고, 많은 시간을 투자해야 하므로 흥미를 잃고 이탈률이 높아짐
	목표	- ‘ <b>학습 루트 가이드 맵</b> ’을 제공해 유저가 <b>쉽게 원하는 강의 커리큘럼을</b> 찾도록 유도 - A안(기존안) 대비 완강률을 <b>5%p 이상 개선</b>
	가설	- 유저에게 자신에게 맞는 강의 커리큘럼을 쉽게 찾을 수 있도록 ‘ <b>학습 루트 가이드 맵</b> ’을 제공하면, <b>완강률이 상승하고 서비스 리텐션 및 유료 구독률이 증가할 것</b>
2. 실험 계획	실험 대상	- 실험 기간 동안 서비스를 로그인하여 이용하는 모든 사용자
	실험 방법	- 무작위 할당: 실험 대상 사용자를 무작위로 A안과 B안에 50:50 비율로 균등하게 배분 - 사용자 단위로 그룹을 할당하며, 실험 기간 동안 그룹 변경은 없음
	실험 기간	- 시작일: 2025년 4월 1일 KST - 종료일: 2025년 4월 30일 KST (총 30일) - 실험 시작 후 주간 회의를 통해 중간 리뷰 진행
3. 성과 판단 지표	핵심 성공 지표	- 지표명: <b>콘텐츠 수강 시작 대비 완강률</b> - 정의: (기간 내 최소 1개 콘텐츠 수강 시작 후 최소 1개 콘텐츠 완강한 고유 사용자 수) ÷ (기간 내 최소 1개 콘텐츠 수강 시작한 고유 사용자 수) × 100 - 목표: B안의 완강률이 A안 대비 절대값 5%p 이상 통계적으로 유의미하게 높아야 함
	보조 지표	- <b>학습 루트 가이드 맵 버튼 클릭률</b> : (기간 내 최소 1회 버튼 클릭한 고유 사용자 수) ÷ (전체 고유 사용자 수) × 100
	가드레일 지표	- <b>페이지 로드 시간</b> : 버튼이 사용자 경험에 부정적 영향을 미치지 않는지 확인 - <b>구독 취소율</b> : 실험이 장기적인 사용자 유지에 부정적 영향을 주지 않는지 확인 - <b>고객 문의량(메인 페이지, 버튼 관련)</b> : 버튼 위치나 UI로 인한 불편 문의 증가 여부 확인

그룹별 시안

- A안(기존안)

: 메인 페이지에 가장 인기있는 콘텐츠 상위 5개 노출
- B안(개선안)

: 메인 페이지에 학습 루트 가이드 맵 버튼 생성

1. A안(기존안)



2. B안(개선안)

