AARRR 프레임워크 기반

온라인 교육 플랫폼 구독 서비스 개선 전략

1. 분석 배경 및 진행 과정

- 교육 플랫폼 구독 서비스 로그데이터를 분석하여 서비스의 지속 가능한 성장을 위한 전략 제시
- AARRR 프레임워크 분석을 통한 구독 이탈률 개선 방안 제시
- A/B 테스트 설계로 더 나은 사용자 경험 제공을 위한 개선안 제안

01 데이터 EDA를 통해 서비스 이용

행태 확인

02 유저 로그데이터

분석 및 그룹화

03

AARRR을 위한 데이터 전처리 04

AARRR 기반 분석

05

분석 결과 확인

06

07

클러스터 분석

이탈률 개선 A/B 테스트 설계

2. 분석 과정

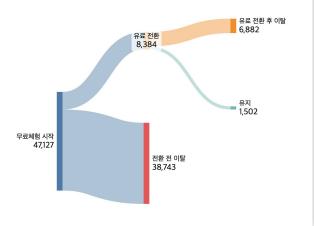
유저 로그데이터 분류

온라인 교육 구독 서비스 유저 로그 데이터 (2022.01.01-2023.12.31)

분류	테이블 명	내용
획득	enter_main	메인페이지진입
	enter_signup	가입페이지진입
	complete_signup	가입완료
활성화 유지	enter_content	콘텐츠진입
	click_start_content	콘텐츠시작클릭
	click_more_review	후기클릭
	start_content	콘텐츠시작
	enter_lesson	레슨시작
	complete_lesson	레슨완료
	click_question	질문클릭
	end_content	콘텐츠완료
수익	enter_payment	결제페이지진입
	complete_sub	첫결제
	renew_sub	정기결제
	resub_sub	재구독
	free_trial	무료체험
	click_cancel	구독취소

이탈률 확인

- 무료체험 후 유료로 전환하는 **전환율 17.79%**
- 서비스의 전환율이 매우 낮다고 판단하였고, 이는 수익에 지속적인 영향이 있을 것이라 판단하여 해당 단계의 현황 분석 진행



3. 분석 결과

이탈구간 현황



- 💡 체험 후 이탈 시퀀스
- 콘텐츠 시작과 레슨 시작 흐름이 활발
- 콘텐츠는 시작했지만 결제로 이어지지 않음
- VS 🭀충성 유저 시퀀스
 - 대부분 가입 완료 후 빠른 첫 결제 or 콘텐츠 시작
 - 다양한 콘텐츠와 레슨 수강 흐름 활발
- "자신만의 강의 커리큘럼을 찾지 못해 '학습 루트를 잃어버린' 사용자들이 무료 체험 후 유료 결제로 이어지지 못했다!"

클러스터 분석

* 가입 이후 활동 기준

1. 짧은 탐색 유저

- 레슨 시작만 반복, 완료하지 않는 '흥미를 금방 잃는 유저군'
- 전략: "첫 1강 완료 미션 > 쿠폰 지급" 같은 보상 구조 설계

2. 반복 유저

- 최대 9개의 레슨 시작 단, 완료 없음 **'콘텐츠 길치 유저군'**
- 전략: 개인 맞춤 콘텐츠 찾기, 학습 루트 가이드 맵 제공

3. 잠재적 충성 유저

- 입문 콘텐츠를 경험했지만 결제하지 않은 '잠재적 충성 유저'
- 전략: 추천 학습 경로 설계, 진행률 기반 리마인더 알림

4. 충성 유저

- 수강 시작 후 완료까지 몰입하는 '충성 유저'
- 전략: 완강 유저 리워드 제공, 프리미엄 콘텐츠 업셀링

5. 탐색 실패자

- 레슨 시작 탐색은 많지만 전환이 되지 않은 **'탐색 실패 유저'**
- 전략: 콘텐츠 품질 점검, 피드백 도입, **학습 루트 가이드 맵**

AARRR 프레임워크 기반 <mark>온라인 교육 플랫폼 구독 서비스 개선 전략</mark>

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 설계**함

구분	항목	설명
1. 실험 배경 및 가설	배경	- 무료 체험 유저 분석 결과, 많은 유저가 여러 콘텐츠를 수강 시작하지만 완강하지 못함 - 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 찾아가야 하는 상황 - 자신만의 커리큘럼을 찾아야 하는 번거로움과 부담감 이 있고, 많은 시간을 투자 해야 하므로 흥미를 잃고 이탈률이 높아짐
	목표	- '학습 루트 가이드 맵' 을 제공해 유저가 쉽게 원하는 강의 커리큘럼을 찾도록 유도 - A안(기존안) 대비 완강률을 5%p 이상 개선
	가설	- 유저에게 자신에게 맞는 강의 커리큘럼을 쉽게 찾을 수 있도록 '학습 루트 가이드 맵' 을 제공하면, 완강률이 상승하고 서비스 리텐션 및 유료 구독률이 증가할 것
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: 콘텐츠 수강 시작 대비 완강률 - 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	- 학습 루트 가이드 맵 버튼 클릭률 : (기간 내 최소 1회 버튼 클릭한 고유 사용자 수) ÷ (전체 고유 사용자 수) × 100
	가드레일 지표	페이지 로드 시간: 버튼이 사용자 경험에 부정적 영향을 미치지 않는지 확인 구독 취소율: 실험이 장기적인 사용자 유지에 부정적 영향을 주지 않는지 확인 고객 문의량(메인 페이지, 버튼 관련): 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)

STUDY TOGETHER

가장 인기있는 콘텐츠



2. B안(개선안)

