

# 밑 빠진 독에 MAU 붓지 않기

프로세스 기반 핵심가치구간 분석으로  
다시 쓰는 결제 앱 성장기

Payment

 PuzzleData



# 1. Pain Points



높아지는 MAU, 낮아지는 점유율

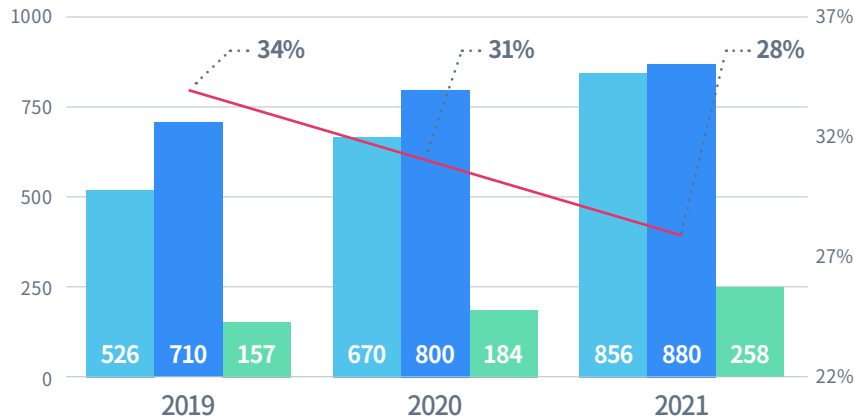
## 01

MAU 증대는 앱 '사용자' 증대를 가져올 수 있는가?

카드사 앱 연도별 MAU 추이<sup>1)</sup>  
및 간편결제 시장 내 은행계/  
전업계 카드사 점유율<sup>2)</sup>

A사  
B사  
C사  
간편결제 점유율

(MAU 단위: 만 명)



연평균 MAU 증가율 (최근 3년)

카카오페이	19.7%
A사	27.6%
B사	11.3%
C사	28.2%



빅테크에 비해 가파른  
MAU 성장세를 보이거나 간편결제  
점유율은 계속해서 감소 중

앱 사용자는 지속적으로 증가하나, 매출로 이어지지 않음

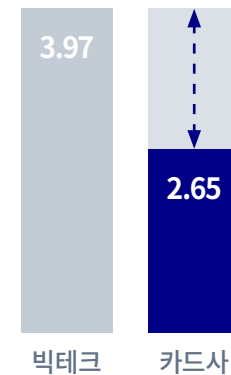
MAU와 실제 성과 간 **Missing Link** 존재

## 02

더 편하게, 더 가치 있게.



페이 앱 평균 평점



빅테크의페이 앱<sup>3)</sup>에 비해 카드사 앱<sup>4)</sup>의 평점<sup>5)</sup>이 낮음  
→ 카드사 앱의 사용자 편의성 낮음

연계성 없이 추가된 기능으로 인해 이용하기 복잡해진 앱  
→ 사용자들이 기능상 가치를 느끼지 못해서 앱에  
정착하기 어려움

사용자의 편의성과 유용성이 앱 성장을 가로막는 **Missing Link** 발견의 포인트

사용자에게 가치를 전달할 수 있는 핵심 기능을 이해하고  
제공하는 것이 중요

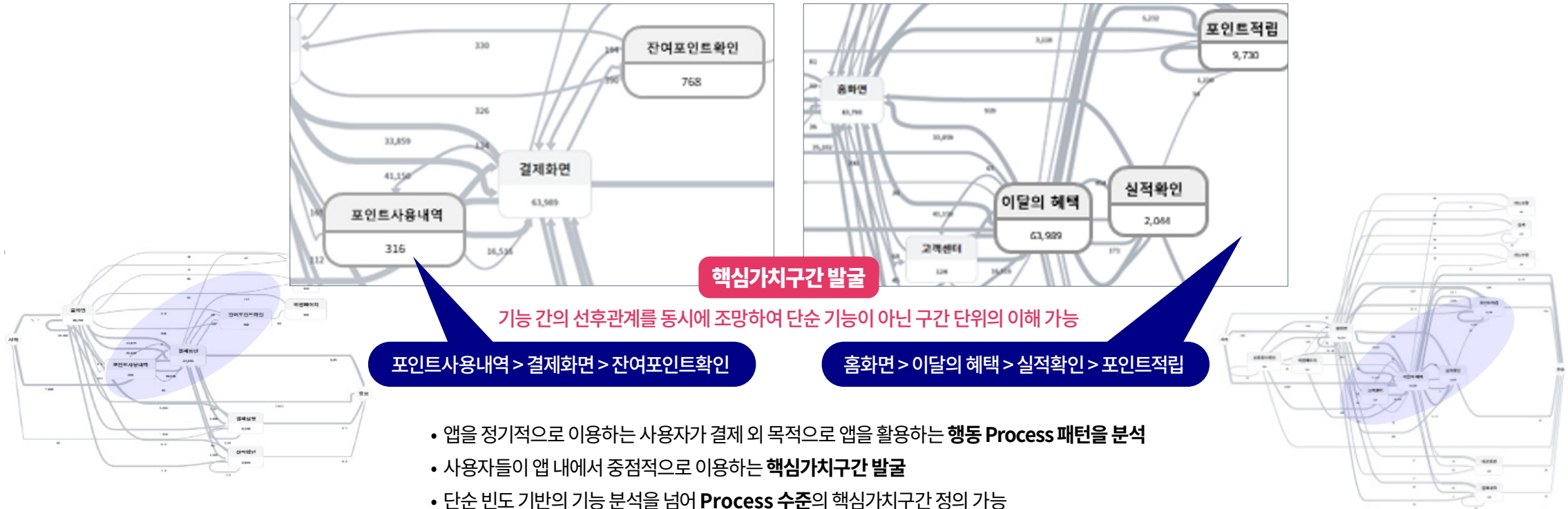
사용자의 **핵심가치구간** 발굴 필요

1) Source: 각 카드사의 금융지주회사에서 발표한 연간보고서 2) Source: 한국은행 3) 토스, 카카오페이, 네이버페이 4) KB페이, 우리WON카드, 신한플레이 외 5개 앱 5) Google Play, Apple App Store 앱에 남겨진 평점의 평균 (2023-02-07 기준)

## 2. 사용자 행동 분석으로 '진짜' 사용자 만들기



ProDiscovery™를 이용한 핵심가치구간 발굴과 Data-Driven 정착 전략 수립



사용자가 앱에 정착할 수 있도록 하는 '핵심가치구간'에 대한 이해도 제고  
 핵심가치구간 내 비효율성 제거 및 핵심가치구간으로의 접근성 향상 가능  
**사용자가 '핵심가치구간'을 더 쉽게 경험할 수 있도록!**

### 3. 핵심가치구간으로 설계하는 매력적인 결제 앱

#### 1. 사용자 행동 Process 분석을 통한 앱의 핵심가치구간 이해

- Process 기반 행동 분석을 통한 앱 **핵심가치구간** 이해도 제고
- 사용자 정착 유인 요소로 작용하는 사용 용이성 및 유용성(가치) 재확립

#### 2. 발견한 핵심가치구간을 기반으로 한 앱 재개편

- 사용자가 앱 사용 과정에서 가치를 느끼는 핵심 기능(핵심가치구간)을 중심으로 앱 재개편
- 핵심가치구간 Process를 더 간결하게 개편하여 결제 앱 **사용자 점유율 우위** 확보

#### 3. 핵심가치구간을 중심으로 한 앱 프로모션 방향성 수립

- 프로모션을 통해 사용자가 앱에 유입되어도 가치를 발견하지 못한다면, 무의미한 MAU 유입에 불과
- 핵심 가치기능을 사용하게끔 유도하여 **앱의 가치를 제대로 설득**할 수 있는 앱 프로모션 기획

❶ 확대되는 MAU 속에서 탄탄한 점유율을 약속하는 **‘알짜’ MAU 증대**

❷ 사용자의 핵심가치를 이해해서 빚어낸 **매력적인 결제 앱으로의 진화**



Process Mining 기반의  
Data-Driven 앱 핵심가치 분석으로  
사용자 만족도(경험) 증대를 통한  
사용자 정착 유도



**포항 본사**

경상북도 포항시 남구 청암로 87 6층  
(지곡동, 포항공과대학교), 37673

**서울 본사**

서울특별시 강남구 역삼로 168 4층  
(역삼동, 회성빌딩), 06248

**제품 솔루션 문의**

info@puzzledata.com  
02-2023-8431