

우수한 앱과 부실한 앱

모바일 앱으로 최고의 모바일 모멘트를
실현하기 위한 비용

목차

요약.....	1
모바일 앱 개발자와 사용자의 엇갈리는 의견.....	2
올바른 전략과 투자로 비용 절감 및 성공 확대.....	3
모바일 앱 개발 및 서비스의 10대 주요 비용 동인.....	4
조언.....	7
부록 A: 방법론.....	8
부록 B: 보충 자료.....	8
부록 C: 주.....	8

FORRESTER CONSULTING 소개

Forrester Consulting은 독립적이고 객관적인 리서치 기반 컨설팅을 통해 기업 경영진의 성공을 지원합니다. Forrester의 컨설팅 서비스는 단기 전략 세션부터 맞춤형 프로젝트까지 다양한 분야에서 리서치 분석가가 고객과 직접 공조하면서 전문가적인 통찰력을 구체적인 비즈니스 과제에 접목시킵니다. 자세한 내용은 forrester.com/consulting에서 확인하십시오.

© 2014, Forrester Research, Inc. All rights reserved. Unauthorized reproduction is strictly prohibited. Information is based on best available resources. Opinions reflect judgment at the time and are subject to change. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar, and Total Economic Impact are trademarks of Forrester Research, Inc. All other trademarks are the property of their respective companies. For additional information, go to www.forrester.com. [1-RQZ56J]

요약

2007년에 첫선을 보인 스마트폰은 이제 세계 인구의 약 1/4에 달하는 15억 대를 넘어섰습니다. 편의성과 제어 기능을 장점으로 내세운 스마트폰과 태블릿은 우리가 모바일에 기대하고 바라는 것을 바꿔 놓았습니다. 즉 각각의 컨텍스트(context)에 맞게 기업 사용자와 소비자에게 즐거움을 선사하는 경험을 추구하게 된 것입니다.

Forrester는 이를 "모바일 마인드 변화(mobile mind shift)"라고 부릅니다. 성공한 애플리케이션은 고객과 유대 관계를 형성하지만, 그렇지 못한 애플리케이션은 리소스를 낭비하면서 고객의 외면을 받습니다. 처음부터 제대로 된 앱을 내놓는 것이 과거 어느 때보다도 중요해졌습니다.

조사에 따르면, 일반적인 기업이 베스트 프랙티스를 적용할 경우 앱 개발 비용을 10%, 운영 비용을 20% 절감하고 그렇지 않으면 갑절의 비용을 부담할 수 있습니다. 한정된 예산으로 늘어나는 모바일 앱 수요를 해결하기 위해 10대 비용 동인에서 최적화를 이룬 기업은 더 효율적이고 경제적으로 앱을 제공할 수 있습니다.

2014년 8월, IBM은 Forrester Consulting에 1차적 리서치로, 비용 프레임워크 및 모델의 개발을 통해 "우수한" 또는 "부실한" 모바일 애플리케이션이 기업의 브랜드, 매출, 비용 구조에 미치는 영향을 분석하도록 요청했습니다. Forrester는 세 차례 연구 조사를 통해 기업과 소비자의 관점에서 우수한 모바일 앱과 부실한 모바일 앱의 특성을 연구했습니다. 이를 위해 미국, 캐나다, 인도, 영국에서 IT 및 비즈니스 전문가 200명, 소비자 1,000명 이상을 대상으로 설문 조사를 실시했습니다. 세 번째 조사는 모바일 앱 개발을 핵심 전략에 포함한 기업 경영진과의 후속 인터뷰 형식으로 이루어졌습니다. Forrester는 이렇게 수집한 데이터에 Total Economic Impact™(TEI) 모델을 적용하여 효과적인 모바일 앱 개발 및 제공의 비용, 이점, 위험을 평가했습니다.

주요 결과

Forrester 연구 조사에서 5가지 중요한 사실이 확인되었습니다.

▶ **사용자 중심의 앱 시장.** 모바일 앱이 고객의 기대에 부응하지 못하면 사용자는 다른 앱을 찾아냅니다. 어떤 앱의 성능이 기대와 다르거나 문제를 일으키면 사용자는 몇 번의 기회를 줄 수도 있으나 대개 망설임 없이 앱을 삭제하고 지웁니다. 게다가

가 친구들에게 그 경험을 얘기합니다. 기업 내에 모바일 앱이 널리 보급됨에 따라 기업 사용자들도 마찬가지입니다.

- ▶ **성공적인 모바일 앱은 고객을 사로잡는 "모바일 모멘트" 제공.** 가장 성공한 모바일 앱은 세밀한 맞춤화를 통해 적시에 적합한 기능과 성능을 제공하면서 고객에게 특별한 모바일 모멘트를 선사합니다. Forrester가 조사한 바에 따르면, 소비자 응답자의 40%는 주요 상호 작용 지점에서 제공받는 향상된 경험을 중요하게 여깁니다. 기업 사용자도 이에 동의합니다. 실패한 앱은 사용자의 전반적인 고객 경험에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 의견이 61%였습니다.
- ▶ **모바일 개발은 아직 성장하는 중이며 투자와 사용 모두 실험적 단계.** 기업들은 누구보다 먼저 앱을 출시하는 전략과 제대로 된 앱을 내놓는 전략 사이에서 고민합니다. Forrester는 앱의 미래에 대한 계획과 현재의 예산을 연계할 필요성을 인식했습니다. 기업들은 모바일 장치의 트렌드에 앞서나가길 원하며 고객의 향후 요구 사항을 예측하려 하지만, 그 현실적 비용 문제는 아직 생각해보지 않은 상태입니다.
- ▶ **적합한 모바일 앱 출시하는 큰 이점 제공.** 모바일 마인드 변화가 기업 사용자 및 소비자의 기대를 바꾸고 모바일 사용의 빈도가 증가하고 상호 작용 채널의 기능 면에서 사용이 늘어남에 따라 앱이 모바일 모멘트를 "갓추는" 것이 그 어느 때보다 중요해졌습니다. 올바른 방식으로 성공적인 앱을 개발하는 기업은 브랜드가 고객으로부터 각광받고 직원과 파트너의 생산성이 향상되는 등 큰 효과를 거둘 수 있음이 이번 설문 조사에서 확인되었습니다.
- ▶ **기업의 입장에서는 비용 동인 및 그 관리 방법을 이해하는 것이 관건.** Forrester Consulting은 이 종합적인 연구 과정에서 10대 핵심 비용 동인을 찾아내기 위한 모델을 개발했습니다. 이 동인은 애플리케이션별 비용 절감을 위해 전략적 리소스 투자가 가능한 영역을 나타냅니다. 예를 들어 이 비용 모델에 따르면, 일반적인 기업이 베스트 프랙티스를 적용할 경우 앱 개발 비용을 10%, 운영 비용은 20% 절감할 수 있습니다. 베스트 프랙티스를 따르지 않으면 앱 개발 평균 비용의 2배를 부담해야 하고 운영 비용도 50% 늘어날 수 있습니다. 이 사실과 모바일 모멘트 실현을 염두에 둔 모바일 앱 개발 팀과 그 비즈니스 파트너는 모바일 성공을 향해 순항할 것입니다.

모바일 앱 개발자와 사용자의 엇갈리는 의견

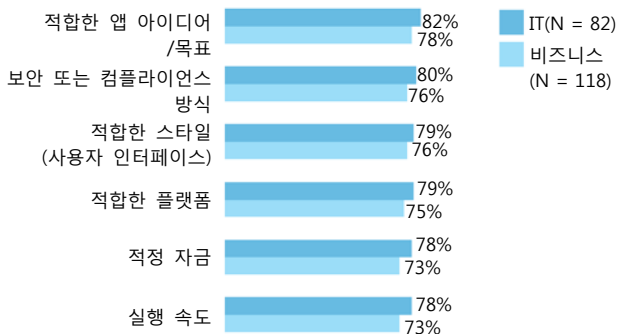
아름다운 디자인, 첨단 기능, 패러다임을 바꿀 사용자 경험(UX) 등 프로젝트 팀은 과거 어느 때보다도 다양한 방법으로 고객의 만족도를 높일 수 있습니다. 그러나 프로젝트 팀이 선택한 요소가 고객에게는 통하지 않을 수도 있습니다. Forrester 설문 조사에 따르면, 성공적인 앱을 개발하기 위해서는 일차적으로 고객의 요구 사항을 이해하는 것이 중요합니다.

비즈니스 부서와 IT 팀은 모바일 앱의 동인에 대해 의견을 같이 합니다(그림 1 참조). 둘 다 적합한 앱 아이디어/목표를 중요시하며 그 다음으로는 보안 및 컴플라이언스 방식에 주목합니다. 적합한 스타일(look & feel) 및 플랫폼도 주 관심사입니다. 설문 조사 결과를 보면, IT 및 비즈니스 개발자 모두 성능 및 앱 속도를 다른 기준만큼 중요하게 여기지 않습니다. 전반적으로 모바일 앱 개발의 이해 관계자들은 "해가 되지 않으면 된다(do no harm)"는 기본 원칙을 갖고 실패의 비용을 줄이는 데 주력합니다.

그림 1

비즈니스 및 IT 개발자는 우수한 모바일 앱의 조건에 대해 같은 의견

“‘우수한’ 모바일 앱을 개발하는 데
다음 요인이 얼마나 중요합니까?”
(“매우 중요” 또는 “다소 중요” 응답)



대상: 모바일 앱 전략, 개발, 구매에 관여하는 IT 및 비즈니스 의사결정자 200명

출처: IBM이 의뢰하고 Forrester Consulting이 실시한 조사, 2014년 10월

비즈니스 부서와 IT 팀은 모바일 앱 전략의 영향에도 같은 의견입니다. 둘 다 모바일 앱 전략의 이점으로 고객 참여 및 만족 강화, 비즈니스 프로세스 재정의, 데이터 수집 및 추적을 들었습니다.

그리고 현재 전략이 조직 간 사일로를 해소하고 핵심 업무와 시스템을 변화시키는 데 역부족이라고 생각합니다.

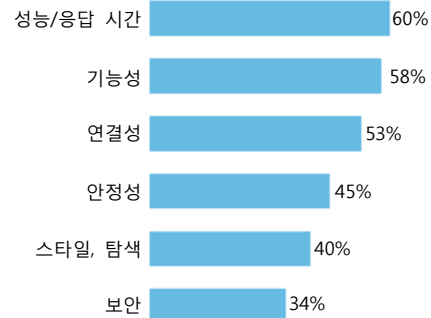
하지만 소비자가 생각하는 바는 다릅니다.

▶ **소비자는 디자인보다 성능을 중요시한다고 응답했습니다.** 이들은 앱이 빠르게 실행되고 항상 제대로 작동되기를 원합니다(그림 2 참조). 사용자들은 앱 충돌을 불만스러운 경험의 가장 큰 원인으로 지목했고 그 다음은 짧은 배터리 수명이었습니다. 반면에 사용자 인터페이스(UI), 일반적 상호 작용 방식 등 대표적인 "경험" 요인은 "부실한" 앱의 특성에서 더 적은 비중을 차지했습니다. 성능에 문제가 있는 앱은 외면받습니다. 사용자의 50%는 "부실"하다고 여겨지는 앱은 지운다고 밝혔습니다. 이는 속도와 성능에 낮은 점수를 준 비즈니스 및 IT 의사결정자의 생각과 확실한 대조를 이룹니다.

그림 2

소비자는 우수한 성능과 기능을 갖춘 앱을 원함

“모바일 앱의 어떤 특징이 가장 유용하다고 생각하십니까?”



대상: 미국, 캐나다, 영국, 인도의 모바일 앱 사용자 1,048명

출처: IBM이 의뢰하고 Forrester Consulting이 실시한 조사, 2014년 10월

▶ **애플리케이션 사용자는 컨텍스트를 중요시합니다.** 이들은 각자의 컨텍스트에서 작업을 수행하기 위해 모바일 앱을 사용합니다. 설문 응답자들은 즉각적인 트랜잭션 목적을 달성할 수 있는 앱이 가장 유용하다고 말했습니다. 이를테면 일기예보, 지도/길찾기, 금융 거래 앱입니다.

▶ **업무용으로 전화기를 사용하는 소비자는 기능성도 중요시합니다.** 이들은 프로세스를 추가하는 앱보다는 기존 업무를 더 수월하게 해주는 앱을 찾습니다. 성공적인 기업용 앱은 유연성과 생산성을 높이며 사용자가 더 신속하게 고객에게 서비스를 제공하고 대응하도록 지원합니다(그림 3 참조).

사용자는 불안정한 톨에 의존하는 것과 더불어 고객 서비스 또는 프로세스 실행 시 임시방편을 거쳐야 할 경우 그 앱을 "부실"하다고 간주합니다.

- ▶ **기업들은 과도기에 있습니다.** 기업이 모바일 마인드 변화를 받아들이고 고객과 직원의 참여를 유도하고 모바일 모멘트를 제공하기 위한 투자에 나서면서 초기 단계에는 상응하는 이익 증가 없이 애플리케이션 비용이 상승합니다. 이는 외부 개발 리소스를 내부 리소스로 전환하고 적합한 기술 인재를 채용하고 팀을 조직하며 적합한 거버넌스를 구축하고 적합한 기술을 도입하여 구현하는 등 내부 투자 활동 때문입니다.

올바른 전략과 투자로 비용 절감 및 성공 확대

사용자는 고객 참여를 유도하고 모바일 모멘트를 선사하는 기능과 애플리케이션을 선호합니다. 적절한 전략과 인프라로 신속하게, 경제적으로 앱을 개발하여 배포하고, 고객 피드백 또는 시장 변화에 따라 신속하게 업데이트하고, 백엔드 시스템과의 효과적인 통합으로 옴니채널 고객 경험을 지원하고, 앱의 영향을 받은 프로세스 변경에 조직 차원에서 대비할 수 있습니다.

그림 3

성공적인 기업용 앱으로 직원의 업무 생산성 증가 및 고객 경험 향상



직원 생산성 향상
비즈니스: 38%, IT: 42%



파트너 생산성 향상
비즈니스 및 IT: 40%



비용 절감
비즈니스: 37%, IT: 36%

대상: 모바일 앱 전략, 개발, 구매에 관여하는 IT 의사결정자 70명과 비즈니스 의사결정자 75명

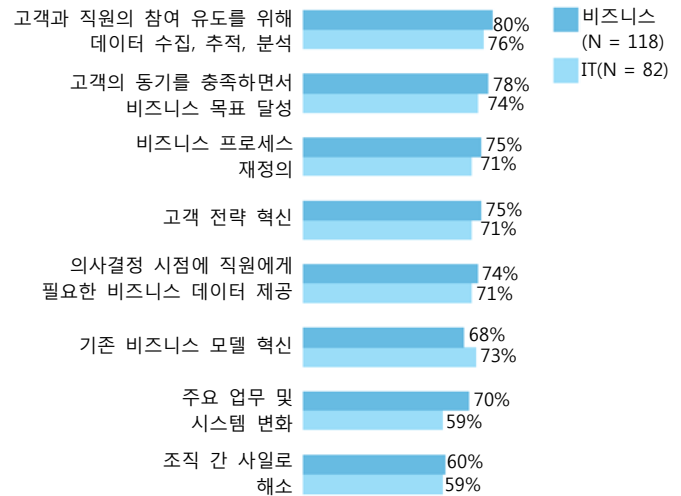
출처: IBM이 의뢰하고 Forrester Consulting이 실시한 조사, 2014년 10월

종합적으로 Forrester는 비즈니스 부서와 IT 팀의 앱 전략이 상당히 일치함을 확인했습니다(그림 4 참조). 기업은 성공적인 앱 개발 및 비용 절감을 위해 이러한 연계를 모든 애플리케이션 개발 영역으로 확장해야 합니다.

그림 4

비즈니스 및 IT 리더의 전략적 모바일 목표 일치

“귀사의 모바일 앱 전략에 대한
다음 설명에 얼마나 동의하십니까?”
("동의" 또는 "매우 동의" 응답)



대상: 모바일 애플리케이션 전략, 개발, 구매에 관여하는 IT 및 비즈니스 의사결정자 200명

출처: IBM이 의뢰하고 Forrester Consulting이 실시한 조사, 2014년 10월

성공한 기업들은 모바일 앱을 통해 고객과 직원의 참여를 유도하기 위해 예산과 리소스의 풀을 형성하여 비용을 낮춥니다. 한 Fortune 500대 기업에서 모바일 및 웹 작업의 통합을 맡고 있는 모바일 앱 개발 책임자는 모바일 앱 개발의 90%가 외부 업체에 높은 비용으로 아웃소싱되고 있음을 알게 되었습니다. 이러한 앱은 백엔드 통합이 구현되지 않고 해당 캠페인이나 이벤트가 끝나면 장기적인 라이프사이클 관리가 이루어지지 않으므로 지원이 중단되곤 합니다. 그는 "앱을 시장에 내놓은 다음 잊어버리고 다른 앱에 매달린다"고 말합니다. 그의 회사는 통합 및 단일 플랫폼을 구현한 상태로 향후 15개의 앱 개발을 고려하고 있으며 총 예산은 단편적 모델로 진행했을 때에 비해 크게 저렴할 것입니다.

그리고 앱이 고객 참여를 유도하지 못할 경우를 염두에 둬서 실패할 앱으로 인한 비용 지출을 예방할 수 있습니다.

모바일 앱 개발 및 서비스의 10대 주요 비용 동인

모든 앱은 저마다의 비즈니스 목표에 따라 (대개는 더 광범위한 전사적 이니셔티브의 일부로) 개발되므로 이를 지원할 사람, 기술, 프로세스에 대한 결정에 따라 비용이 달라질 수 있습니다.

Forrester Consulting이 이번 연구를 위해 개발한 Total Economic Impact 모델에서 앱 개발 및 서비스 비용을 좌우하는 10가지 주요 동인을 규명했습니다(표 1 참조). 이러한 동인을 고려하고 조정하면서 모바일 앱 예산을 가장 효율적, 효과적으로 사용하기 위한 계획(예산 및 실제 투자가 다른 결과를 산출)을 마련할 수 있습니다. 예를 들어, 이 비용 모델에 따르면, 일반적인 기업이 베스트 프랙티스를 적용할 경우 앱 개발 비용을 10%, 운영 비용은 20% 줄일 수 있습니다.

표 1
모바일 앱의 10대 비용 동인

비용 동인	영향	참고
개발 리소스	높음	앱 개발 (사내외) 리소스는 비용을 크게 좌우합니다. 개발자의 시간당 보수는 그 기술력과 위치에 따라 천차만별입니다. 외부 업체에 맡길 경우 시간당 비용이 상승할 수 있습니다.
제공 일정	높음	더 빨리 앱을 제공하면 개발 시간과 리소스 비용이 줄어듭니다. 제공 속도는 기술 및 리소스에 의해 결정됩니다.
앱의 복잡성	중간	기능이 많아지면 각 기능을 개발하고 테스트하는 데 더 많은 시간이 필요합니다. 더 복잡한 앱은 필요한 통합 작업도 늘어납니다.
크로스플랫폼 기능	높음	대부분의 앱은 2가지 이상의 운영 체제(대개는 iOS와 Android) 및 2가지 이상의 장치를 지원하도록 개발됩니다. 플랫폼마다 코드의 전체 또는 일부를 다시 작성해야 한다면 개발 비용이 상승합니다.
앱 업데이트 주기	중간	잦은 업데이트는 고객의 충성도 유지에 중요하지만 비용 부담이 만만치 않습니다. 각각의 업데이트에 개발 시간이 소요됩니다. 더 많은 앱이 개발되면 종합적으로 더 많은 업데이트가 지속적으로 이루어져야 합니다.
앱 테스트	높음	테스트는 사전에 오류를 해결하여 향후 비용 부담을 줄입니다. 그러나 다양한 장치를 대상으로 테스트하려면 상당한 리소스가 필요합니다.
데이터 통합	높음	앱은 기존의 기록 시스템(CRM, ERP, POS, 웹, 써드파티 서비스 제공자, 비즈니스 파트너 등)과 연결해야 합니다. 이 시스템과의 통합 난이도가 비용을 좌우합니다.
플랫폼 분석	낮음	개발자는 분석 기능을 통해 사용자 평가에 영향을 미치기 전에 오류를 찾아낼 수 있습니다. 모든 앱에 분석을 "연계"함으로써 그 사용 실태를 파악하고 성능을 개선합니다.
모바일 앱 보안	중간	부실한 보안 때문에 중요한 최종 사용자 트랜잭션 데이터가 유출되어 브랜드 평판 및 고객 충성도에 타격을 줄 수 있습니다.
프로세스 변경 관리	중간	성공적인 앱은 대개 비즈니스 프로세스를 재정의하거나 새로운 매출 기회 또는 새로운 고객 접점을 발굴합니다. 사후 프로세스 재설계는 비용 상승으로 이어집니다.

출처: IBM이 의뢰하고 Forrester Consulting이 실시한 조사, 2014년 10월

베스트 프랙티스를 따르지 않을 경우 더 큰 비용을 치를 수 있습니다. 즉 앱 개발 평균 비용의 2배를 부담하고 운영 비용도 50% 늘어날 수 있습니다.

어떤 한 앱의 개발에 리소스를 집중하는 전략적인 결정이 내려지기도 합니다. 이를테면 기업에서 구축하려는 유일한 고객 응대 외부 앱으로서 제대로 된 앱을 내놓는 데 주력하려 합니다. 그러나 일반적인 기업은 증가하는 수요 때문에 추가 리소스 없이 사내 직원 및 외부 고객을 위한 앱을 더욱 더 개발해야 하는 상황에 직면합니다. 가장 효과적으로 예산을 사용함으로써 매년 더 많은 앱을 개발하여 운영하면서 매출 기회와 생산성을 높일 수 있습니다. 일반적인 기업은 베스트 프랙티스를 따름으로써 앱 개발 비용을 10%, 운영 비용은 20% 줄일 수 있습니다. 게다가 10대 비용 동인을 고려하지 않을 경우 갑절의 비용을 부담할 수도 있습니다. Forrester는 비용 동인 모델을 개발하면서 다음과 같은 중요한 사실을 발견했습니다.

- ▶ **매출 증대 또는 비용 절감에 기여하는 가장 성공적인 앱은 비즈니스 프로세스 또는 핵심적인 고객 상호 작용 지점을 개선하려는 더 광범위한 전사적 프로젝트의 일부입니다.** 앱 개발 비용이 전체 프로젝트 예산의 20%에 불과할 수 있으나 더 차원 높은 비즈니스 목표와의 연계성 때문에 더 큰 성공의 견인차가 될 수 있습니다. 반면에 부실한 앱은 긍정적인 효과 없이 상당한 리소스를 낭비하고 최악의 경우에는 브랜드의 평판과 수익에 불리하게 작용합니다. 한 금융 서비스 기관의 모바일 개발 책임자는 이렇게 말했습니다. "앱에서 뭔가 잘못되면, 특히 최초로 시도하는 경우라면 평판과 관련된 위험 부담이 매우 큼니다."
- ▶ **활동 전 범위에서 적합한 개발 리소스를 찾아내려면 적합한 전략과 초점이 필수적입니다.** 리소스를 극대화하려면 사내 전략, 예산, 리소스를 통합해야 합니다. 설문 응답자 대다수는 모바일 예산을 분담하고 있습니다. 즉 예산의 절반은 비즈니스 부서에서, 나머지는 IT에서 총당합니다. 이와 같은 공조를 통해 아웃소싱을 줄이고 재사용 가능한 공통 기능 모음을 찾아내고 독단성(stove-piped)에 의한 중복을 없앨 수 있습니다. 때로는 모바일 앱을 만들 필요 없이 더 저렴한 방법으로 고객 문제를 해결할 수도 있습니다.

▶ **모바일 앱 개발은 집중적이고 반복적이어야 합니다.** 빈번한 릴리스 및 지속적인 테스트로 애플리케이션 개발 비용을 줄이고 서비스 품질을 높일 수 있습니다. 개발 과정의 초반에 더 경제적인 전략을 통해 기술적 또는 보안 문제를 찾아내 줄이기 때문입니다. 매우 집중적이고 반복적인 개발로 품질 및 보안이 향상될 뿐 아니라 앱이 그 개발 동기인 모바일 모멘트에 지속적으로 충실할 수 있습니다. Forrester Research는 이를 "초고속 개발(high-velocity development)"이라고 명명합니다. 즉 모바일 개발 팀이 자동화하려는 워크로드 유형에 부합하는 기술 방식을 적용하여 신속하게 코드를 개발하고 테스트할 수 있습니다.¹ 이와 같은 집중적 방식은 범위를 확대하여 불필요한 기능을 구현하려는 데 제동을 겁니다. 즉 개발을 지연시키고 고객의 요구 사항과 관련 없는 곳에 리소스를 투입하여 비용 상승으로 이어지는 문제를 예방할 수 있습니다.

▶ **초기 계획에서 운영 모델에 필요한 변경 사항도 해결해야 합니다.** 모바일 애플리케이션의 변경 관리는 사후에 다루곤 하지만, 앱 제공 이후에 허둥지둥 처리하느라 리소스 낭비와 고객 불만으로 이어집니다. 가장 우수한 앱은 더 광범위한 전사적 이니셔티브의 일환으로, 사전 계획에 따라 개발됩니다. 이는 비즈니스 운영 및 직원의 행동을 획기적으로 개선할 수 있기 때문입니다.

▶ **백엔드 통합 및 인프라 구축은 애플리케이션 개발 비용에서 큰 부분을 차지하므로 조기에 다뤄야 합니다.** 한 대형 금융 기업의 CIO는 애플리케이션 개발 비용의 70%가 백엔드에 투입된다고 밝혔습니다. 성공적인 애플리케이션은 미리 구현된 서비스 통합과의 긴밀한 연계 계층, 페더레이션 서비스 액세스 포인트, 최적화된 데이터 프로토콜, 추가 엔터프라이즈 서비스를 수용할 연결 지점을 통해 고객의 참여를 유도하고 개발 비용을 낮춥니다. 인프라 비용을 낮추는 좋은 방법 중 하나는 데이터 액세스, 보안, 거버넌스, 분석, 클라우드 서비스를 통합하는 플랫폼을 사용하는 것입니다. 옴니채널을 통한 추가 수익을 처리할 수 있는 견고한 플랫폼은 직관적인 운영 방식, 작업 지향성, 상황별 참여 구축 지원, 만족스러운 성능을 특징으로 합니다. 전용 모바일 플랫폼에서 제공하는 소프트웨어 개발 키트(SDK)과 같은 추가적인 컴포넌트로 비용을 줄이고 수용 능력이 있는 엔터프라이즈 환경을 위한 앱 개발을 지원할 수 있습니다.

▶ **"일회성" 모바일 앱 개발의 시대는 저물고 있습니다. 비용 부담이 크고 지속 가능하지 않기 때문입니다.** 글로벌 고객 기반을 가진 기업은 필요한 확장성, 보안, 지속적인 기능 업데이트를 보장할 적합한 모바일 전략과 플랫폼에 투자해야 합니다. 결국 귀중한 리소스를 사용해야 하는 곳은 프론트엔드 디자인과 개발이 아니라 백엔드 통합, 지속적인 업데이트 및 라이프사이클 관리이며, 이는 앱의 ROI를 좌우합니다.

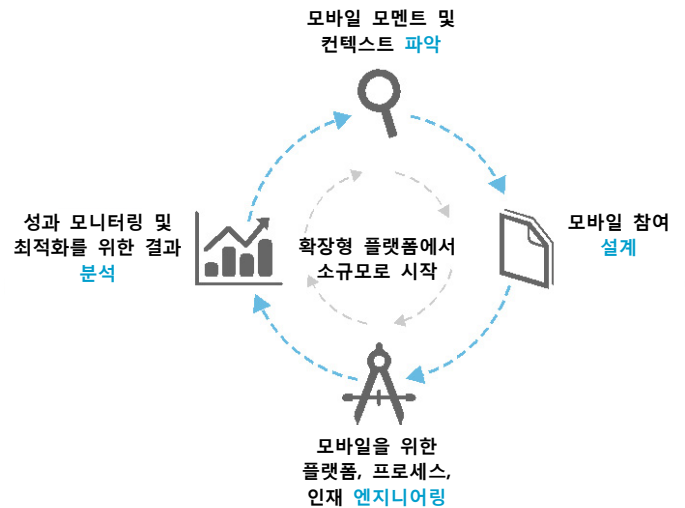
▶ **외부 업체를 전략적으로 활용해야 하며, 모든 앱에 대해 사내 자체 개발을 고집할 필요가 없습니다.** 다수의 기업은 필요한 개발 기술을 지원할 만큼 큰 규모가 아니거나 높은 수준의 네이티브 앱 설계에 필요한 인재를 유치하고 유지할 여력이 없습니다. 또한 일정상 중요 고객 응대 앱을 파트너에게 맡겨 개발하되 유지보수는 자체적으로 해결하는 곳도 있습니다. 그 투자 효과를 극대화하려면 지속 가능성 및 확장성을 염두에 두고 앱이 개발되도록 사내 리소스를 투입하는 것입니다. 결국 지속적인 업데이트와 유지 보수(백엔드 통합 포함)로 비용은 계속 상승하기 마련입니다.

▶ **분석은 애플리케이션 성능과 사용자 행동을 면밀하게 파악하고 고객 참여의 요구 사항에 따라 애플리케이션을 수정하는데 필수적입니다.** 이번 조사에서 실시한 인터뷰 중, 한 디지털 마케팅 담당 VP는 중요한 고객 응대용 앱에 분석 기능이 구현되지 않아 중요한 사용량 데이터를 얻거나 고객 리뷰를 백엔드 시스템에 연계할 방법이 없다고 털어놓았습니다. 고객의 요구 사항을 뛰어넘는 경험을 실현하려면 그 요구 사항을 해결할 방법에 대한 고객의 직접적인 피드백이 필요합니다. 이러한 경험을 구현하는 개발자 역시 지속적인 통합, 보안, 품질 프로세스로부터 신속하게 피드백을 받아야 앱 개발부터 배포까지의 지연을 방지할 수 있습니다.² 분석 기능이 없으면 반복을 통해 더 성공적인 앱을 개발하는 전체 사이클에 균열이 생깁니다(그림 5 참조).

▶ **성공적인 애플리케이션은 새로운 채널을 통한 고객 참여 및 트랜잭션 활성화로 매출 증대를 촉진합니다.** 한 운송업체의 CIO는 "다른 채널로부터 가져오지 않은" 순수 매출 증가가 1%인 1,300만 달러에 달했다고 밝혔습니다. Forrester 역시 대부분의 응답자들이 모바일 애플리케이션 구축으로 매출이 향상되었음을 확인했습니다.

그림 5

분석은 반복적 개발 및 성공적인 앱의 필수 컴포넌트



출처: "Re-Engineer Your Business For Mobile Moments", Forrester Research, Inc., 2014년 1월 24일

그러나 이번 조사 결과에서는 비즈니스 사용자와 IT 사용자의 의견이 서로 다릅니다. IT 팀은 일반적인 앱이 연간 3,210만 달러의 매출을 실현한다고 생각하는 반면, 비즈니스 부서는 훨씬 적은 301,600달러로 추정합니다. 앱별 매출에 대한 인식이 다르고, 기업에 따라 다양한 예산 편성 전략으로 그 간극이 더욱 벌어지고 있습니다. Forrester가 이번 조사를 위해 실시한 인터뷰에서 공통적으로 확인되는 것은 비즈니스 부서와 IT 팀이 특정 모바일 앱에 드는 비용을 전체 프로젝트 예산에서 구별하는데 어려움을 겪는다는 점입니다.

성공적인 전략을 가진 기업은 앱 개발의 비용과 이익을 정확하게 파악하므로 앱 설계, 구현, 통합, 테스트에 최적의 방식으로 리소스를 활용할 수 있습니다. 잘 구성된 방식, 민첩성, 충실한 전략에 기초하여 가장 효과적으로 리소스를 배정하는 기업은 차츰 앱 비용이 상승하더라도 경제적으로 더 탄탄한 기반을 갖추게 됩니다.

조언

모바일 개발이 본격화되고 진정한 비즈니스 역량 중 하나로 엔터프라이즈 환경에 통합됨에 따라 애플리케이션 개발자와 그 비즈니스 파트너는 긴밀한 공조를 통해 리소스를 투입하면서 모바일 모멘트에 응답하고 더 나아가 이를 정의할 수 있어야 합니다. 모바일 일이 주류에 편입되고 있으며, 각 부서는 기술적 개발뿐 아니라 전체 비즈니스를 관리해야 합니다. 다음과 같은 노력을 통해 고객에게 어필하는 상황 인식형 앱으로 더 높은 수익을 창출할 수 있습니다.

- ▶ **범위를 좁게 한정하고 주요 상황 기반 접점에 주력합니다.** 성공적인 애플리케이션은 주요 고객 접점에 초점을 맞추고 구체적 임무를 수행합니다. 애플리케이션 설계에 앞서 필요 사항을 명확히 파악함으로써 처음부터 설계 및 개발의 초점을 정할 수 있습니다. 즉 포괄적으로 정의된 전략에서 비롯되는 과다하고 복잡한 상호 작용을 피할 수 있습니다. 불확실할 때는 특정 기능을 위한 별도의 프로젝트를 마련하십시오.
- ▶ **개발 비용을 낮추고 고객의 요구 사항을 해결할 플랫폼을 선택합니다.** 과거의 웹 사이트를 효과적으로 지원했던 플랫폼은 새로운 고객 요구 사항과 가변적인 기대로 인한 급격한 변화를 수용하기에 역부족입니다. 옴니채널 고객 참여를 지원할 전략에 투자함으로써 새로운 고객 기대를 신속하게 수용하고 모바일 장치뿐 아니라 전사적 범위에서 성공적인 경험을 구현할 수 있습니다.
- ▶ **디자인 개선 및 모바일 모멘트 실현에 역점을 두되 성능과 보안을 간과해서는 안 됩니다.** 고객이 보안과 성능을 기능성만큼 우선적으로 생각하지 않는다고 해서 이를 미뤄서는 안 됩니다. 잘 구성된 애플리케이션에서는 성능과 보안 문제가 나타나지 않으며 정밀한 백그라운드 운영을 통해 안전하고 간단하면서도 정교한 상호 작용을 뒷받침합니다.

부록 A: 방법론

Forrester는 이번 연구를 위해 2회의 설문 조사 및 일련의 인터뷰를 실시했습니다. 1차 설문은 미국, 캐나다, 영국, 인도의 소비자 1,048명을 대상으로 했으며 모바일 장치 소유 및 사용, 그 용도, "우수한" 모바일 앱과 "부실한" 모바일 앱에 대한 인식을 묻는 질문으로 구성되었습니다. 2차 설문은 모바일 애플리케이션 전략, 개발, 도입에 깊게 관여하는 비즈니스 및 IT 프로젝트 책임자 200명을 대상으로 고객 및 사내 직원을 위한 모바일 애플리케이션 개발에 대해 질문했습니다. 두 설문 조사의 후속 단계로 Forrester는 마케팅, IT 개발 또는 지원 분야의 고위 임원 8명을 인터뷰하여 "우수한" 모바일 앱과 "부실한" 모바일 앱을 개발한 구체적 사례와 그에 따른 학습 효과에 대해 질문했습니다. 이번 조사는 2014년 8월에 시작하여 2014년 10월에 완료되었습니다.

부록 B: 보충 자료

관련 FORRESTER RESEARCH

"Organize For Mobile Development Success", Forrester Research, Inc., 2014년 4월 22일

"Developers Are The St. Bernard For Mobile Projects", Forrester Research, Inc., 2014년 9월 17일

"Measuring Mobile Apps", Forrester Research, Inc., 2013년 11월 18일

부록 C: 주

¹ 출처: "Organize For Mobile Development Success", Forrester Research, Inc., 2014년 4월 22일

² 출처: "Mobile Moments Require A New Technology Strategy", Forrester Research, Inc., 2014년 10월 20일