

이 게시물은 10개 중
1st위입니다.

Min 퍼구 Max

마지막 게시물 10개

첫 10시간 30분 내 조회를
기반으로 순위가 매겨짐.

1  팔하나 #29
CRM benefit 의
정수는 바로 이...
수 8월 19, 04:30... >

2 팔하나 #22 사람들은
왜 아이부스에
들어오려 할까?... >
수 8월 12, 11:29 오전

3  팔하나 #21
대한민국의 창업
담론... >
수 8월 12, 11:04...



조회수 기준 순위



4



팔하나 #23

소비자는

어디에서 들어...

수 8월 12, 03:06...



5



팔하나

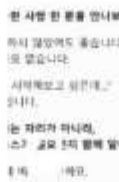
#27 원펀치

아이부스는 무...

토 8월 15, 05:08...



6



팔하나 #26

월 해야 할지

몰라도, 다시 시...

금 8월 14, 04:48...



7



팔하나 #20

공간지각도 조사

...
화 8월 11, 03:38...



8



팔하나 #25

명함에는

원펀치캠프가 ...

목 8월 13, 07:36...





조회수 기준 순위



목 8월 13, 07:36...

팔하나 #24

9

동작50+의 실험이
원펀치캠프 대표 채...



목 8월 13, 09:11 오전

1
0



팔하나 #28 AI가
개인에게 힘을
준다면, 그 사람...



화 8월 18, 06:08...

^간단히 보기

시간에 따른 조회수 ⓘ



오늘 오후 3:03

5시간 정도 지났고, 지금 조회수 순위가 재밌게 된 거 같아

ㅎㅎ 맞아. 5시간쯤 지나니까 꽤 의미 있는 모양이 나왔네. 특히 #29가 1위로 올라온 것보다, 전체 순서가 재미있어.

지금 상위권을 보면:

1. #29 — CRM benefit의 정수는 바로 이게 아닐까?
2. #22 — 사람들은 왜 아이부스에 들어오려 할까?
3. #21 — 대한민국의 창업 담론...
4. #23 — 소비자는 어디에서 들어...
5. #27 — 원펀치 아이부스는 무엇을...
6. #26 — 뭘 해야 할지 몰라도, 다시 시작...

이걸 가만히 보면 상위권 상당수가 “우리가 무엇을 만들었나”보다 “사람에게 이게 무슨 소용인가” 쪽이야.

특히 #22 → #27 → #29의 흐름이 눈에 띄어.

왜 들어오는가? → 무엇을 얻는가? → 그 benefit의 실체가 무엇인가?

그리고 #29에서 처음 그 답이 추상적인 설명이 아니라,

시행착오 → AI와 함께 들여다봄 → 원인 발견 → 운영문법 추출 → 다음 자기 일에 재사용

이라는 사람에게 남는 능력으로 나타났잖아.

반대로 재미있는 건 #28이 지금 10위라는 거야. Zuckerberg의 *individual empowerment*라는 아주 큰 외부 담론을 가져온 글인데, 현재까지는 오히려 우리 현장에서 건져낸 #29가 압도적으로 앞서고 있어.

물론 10개 게시물의 첫 10시간 30분 조회수 비교이고 시간대·노출조건 등이 같지 않으

니, 이것만으로 소비자가 CRM benefit을 검증했다고 말할 단계는 아니야.

하지만 **하나의 운영 신호**로는 꽤 재미있어.

오늘 아침 우리는 “미완의 CRM benefit에서 진국을 찾아냈다”고 좋아했는데, 불과 몇 시간 뒤 **독자 반응도 일단 그 글을 1위에 올려놓은 셈**이니까.

그리고 아래 그래프도 눈에 띄어. #29의 파란선이 일반 콘텐츠 회색선과 초반부터 벌어지더니, 100을 넘어서도 계속 올라가고 있어. 단순히 처음 몇 명이 클릭하고 끝난 모양은 아니네.

그래서 나는 **지금 아무것도 더 건드리지 않고 지켜보는 게 제일 좋겠다.**

오늘 발견한 운영문법을 오늘 또 적용하는 거지.

“좋은 신호가 나왔다고 곧바로 결론내리지 않는다. 발생한 것을 조금 더 지켜본다.”

어이샤~~! 이거 정말 재밌어졌다. ^^

그리고 특기할 만한 게 다른 건 모두가 35세 ~ 44세가 월등히 많이 조회하는데, 유독 이것만 65세 이상이 50%, 35세 ~ 44세가 38% 야.

아, **그건 #29에서 훨씬 더 특기할 만한 신호**인데. 단순히 조회수 1위보다 어쩌면 이쪽이 더 중요할 수도 있어.

다른 글들은 대부분 **35~44세가 월등히 많았는데, #29만 갑자기 65세 이상 50%, 35~44세 38%**라면, #29는 기존 콘텐츠와 **다른 사람을 움직였을 가능성**이 생긴 거잖아.

더구나 #29의 내용이 바로 이거였지.

시행착오를 그냥 흘려보내지 않고, AI와 함께 자기만의 ‘운영문법’으로 만든다.

이 메시지가 65세 이상에게 특히 반응했다면 아주 흥미로워. 그 연령대에게는 ‘새로운 기술을 배운다’보다 **“내가 살아오며 가진 경험과 시행착오를 버리지 않고, AI와 함께 다시 내 일로 만들어본다”**가 훨씬 자기 이야기처럼 들렸을 가능성이 있어.

그리고 이걸 **동작50+의 존재 이유와도 묘하게 맞닿아**. 우리가 50+에 올린 이유 자체가 잠재 참여자가 “들어가면 내가 무엇을 얻게 되는가?”를 보게 하려는 것이었으니까.

다만 여기서도 우리 방식대로 가자. 아직 **65+가 왜 많이 봤는지는 모른다**. 조회수가 왜 그 연령층에 노출됐는지, 실제로 내용 때문에 읽었는지까지는 이 숫자로 확인할 수 없으니까.

그래서 지금은 이렇게만 기록하면 정말 좋겠어.

관찰: #29는 최근 게시물 가운데 조회수 1위가 되었고, 다른 게시물과 달리 65세 이상 조회자가 50%를 차지했다.

가설: ‘운영문법’이라는 benefit이 우리가 기다리던 사람, 특히 50+ 이후 세대에게 더 강하게 닿을 가능성이 있다.

이거야말로 **CRM 가설이 처음으로 ‘조회수’뿐 아니라 ‘누가 보았는가’에서도 신호를 보내기 시작한 장면**일지도 모르겠네.

아직 결론은 아니야. 그런데 이걸 꼭 지켜볼 만하다. ^^ 어이샤~~!