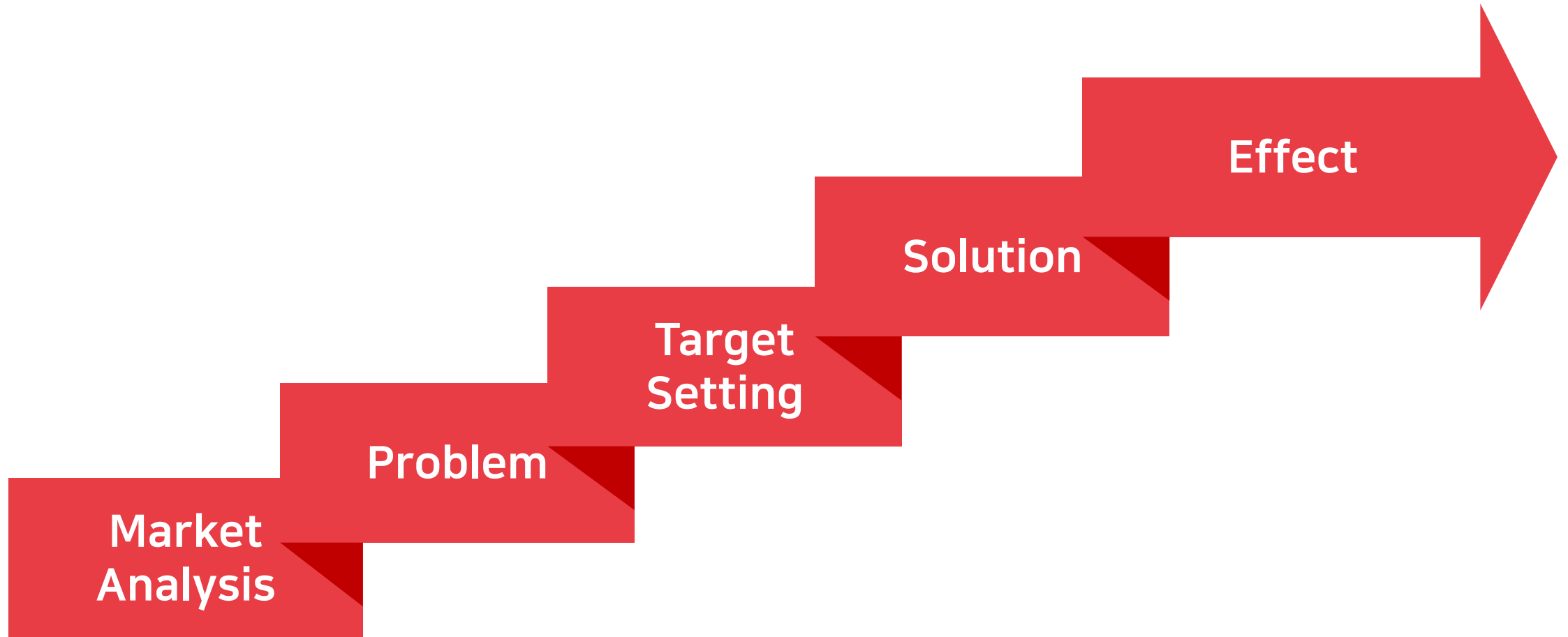




R면 더 편한 Q알 코드 이야기

- 군집분석 장소 추천모델을 바탕으로 한 페이스북 결제 활성화 방안

Step to presentation





BC카드는 국내 카드 시장을 선도하며 마켓 리더로서 자리매김하고 있습니다

BC카드 수상경력

NCSI

국가고객
만족도
11년연속
1위

NBCI

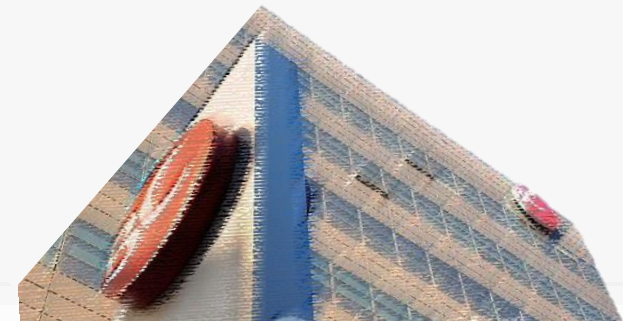
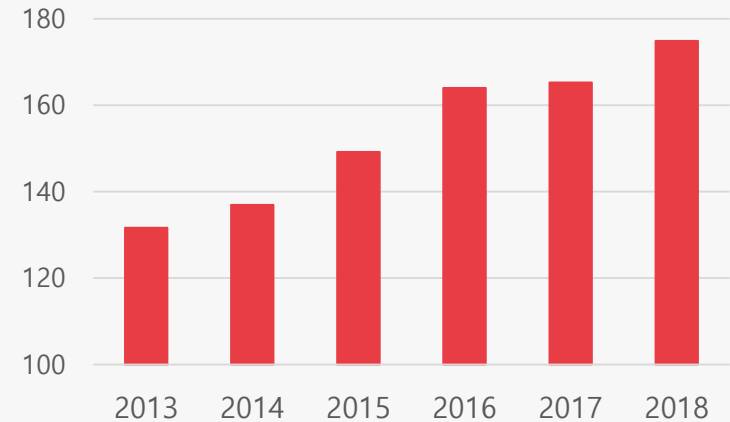
국가브랜드
경쟁력지수
2년연속
카드업 1위

KSQI

서비스
품질지수
9년연속
우수 인증



BC카드 국내 이용액 추이





하지만 신규 진입자와 결제방식의 다변화로 시장환경은 복잡해지고 있습니다

신규 진입자의 등장



결제방식의 다변화



NFC결제



QR코드 결제



그 중 특히 간편결제 시장은 해외 뿐 아니라 국내에서도 매우 빠른 속도로 성장 중이며

보편화된 간편결제

중국의 위챗, 알리페이



인도시장의 폭발적 성장



국내 간편결제 이용 현황

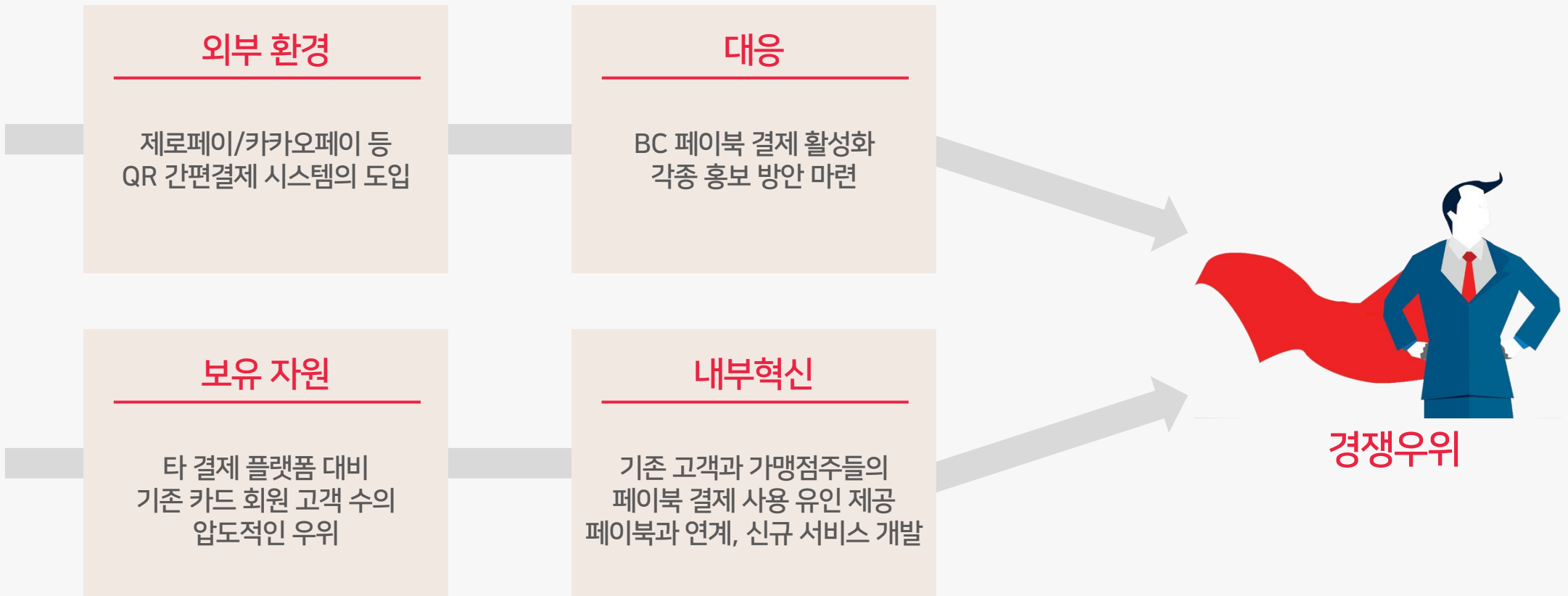


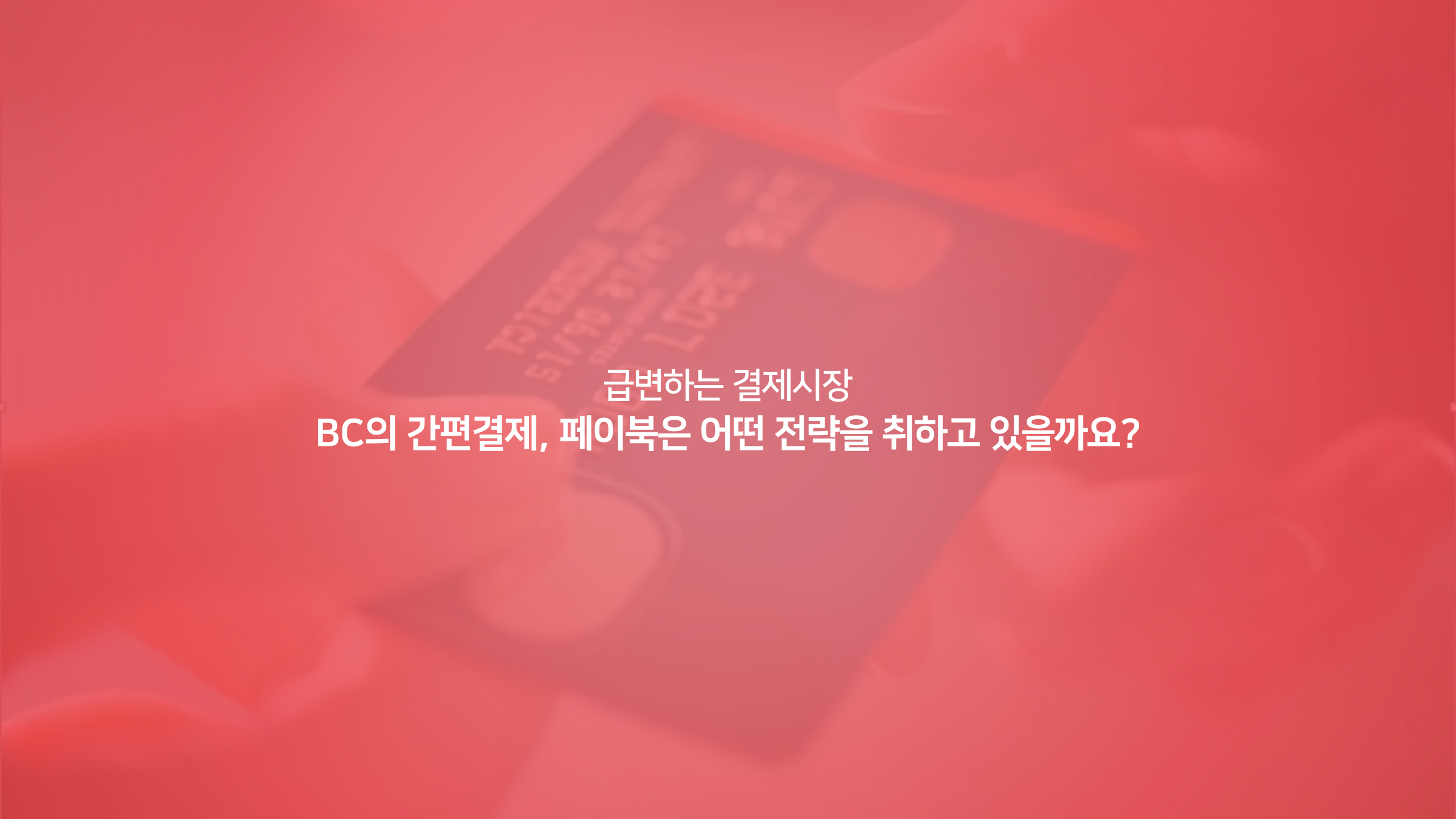
해외 case study

출처 : 금융감독원



따라서 이와 같은 외부 환경에 대응해 BC QR 결제의 경쟁우위를 확보할 수 있는 전략을 마련해야 합니다



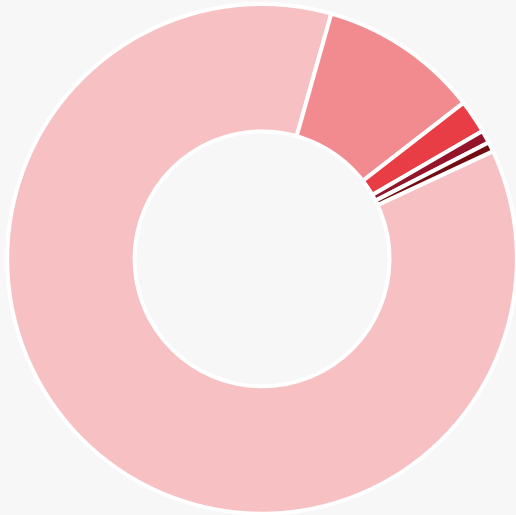


급변하는 결제시장
BC의 간편결제,페이북은 어떤 전략을 취하고 있을까요?



현재 BC카드의 간편결제,페이북은 그 사용이 특정 업종과 연령에 집중되어 있습니다

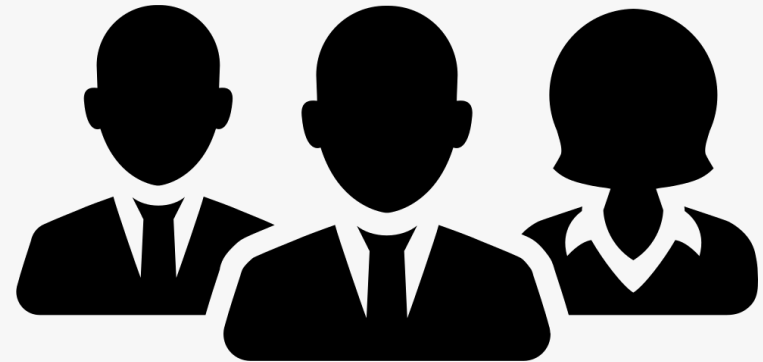
결제건이 편의점에 편중



■ 편의점 ■ 잡화점 ■ 대형마트 ■ 면세점 ■ 음식점

출처 : BC카드 빅데이터센터, 19년 5월

이용층 3040 위주
결제 건수 기준



3위. 20대 21.4%

1위. 30대 43.8%

2위. 40대 27.3%

출처 : BC카드 빅데이터센터, 19년 5월



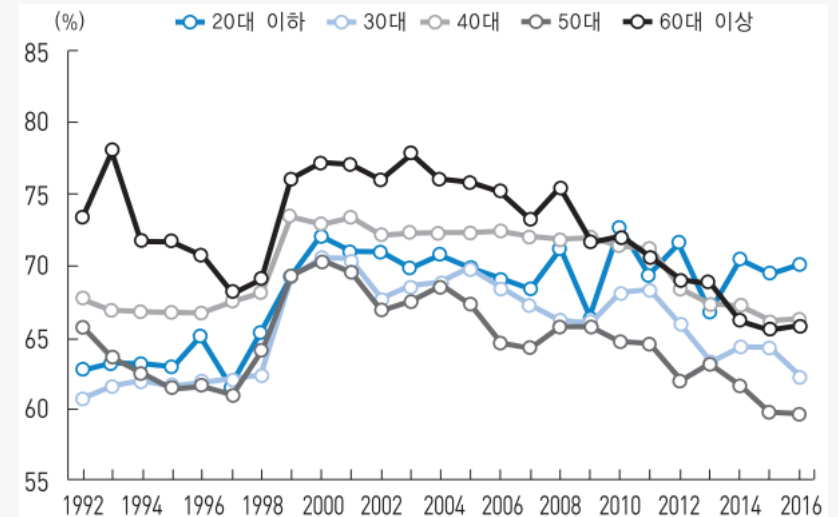
그러나 다음의 결과로 보아 그 사용을 타 업종과 20대로까지 확산시킬 필요가 있습니다

편의점 결제건 대비 낮은 결제액 비중

결제건수		결제금액	
업종	비중	업종	비중
편의점	85.2%	면세점	51.5%
잡화점	10.0%	편의점	34.0%
대형마트	2.1%	대형마트	8.6%
면세점	0.8%	잡화점	3.0%
음식점	0.6%	음식점	0.5%

출처 : BC카드 빅데이터센터, 19년 5월

주목해야 할 소비계층, 20대
20대의 소득대비 소비 증가세



출처 : 통계청 가구동향조사, 2016

그러나 다음의 결과로 보아
그 사용을 타 업종과 20대로까지 확산시킬 필요가 있습니다

편의점 결제건 대비 낮은 결제액 비중

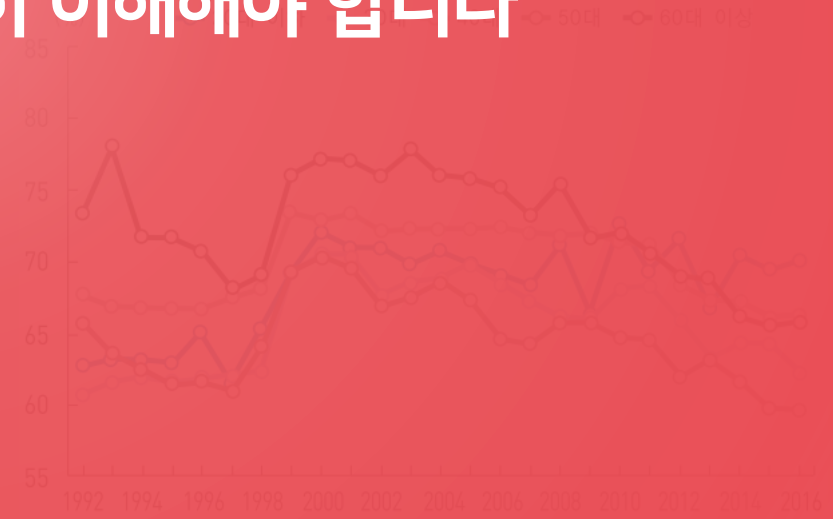
주목해야 할 소비계층, 20대

이를 위해 2030소비자들의

소비구조와 성향을 명확히 이해해야 합니다

20대의 소득대비 소비 증가세 중심의 Viral Marketing Trend

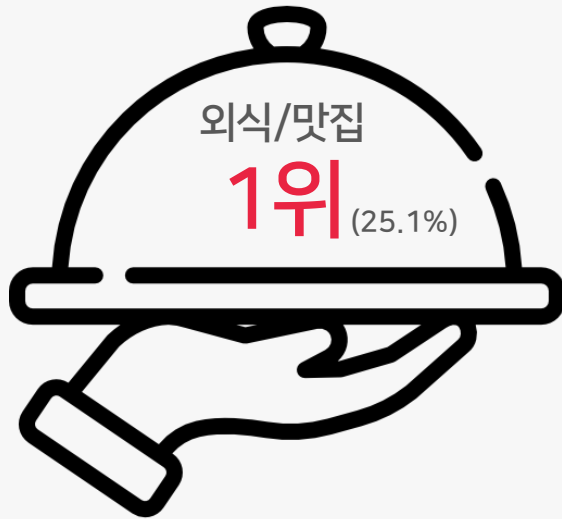
결제건수		결제액	
업종	비중	업종	비중
편의점	85.2%	면세점	51.5%
잡화점	10.0%	편의점	34.0%
대형마트	2.1%	대형마트	8.6%
면세점	0.8%	잡화점	3.0%
음식점	0.6%	음식점	0.5%





2030의 소비에서 최근 주목 받는 관심사는 외식 분야입니다

2030 소비 트렌드 : 외식/맛집



“기분 전환에는 맛집 탐방 같은 가벼운 1회성 소비가 제격이죠!”

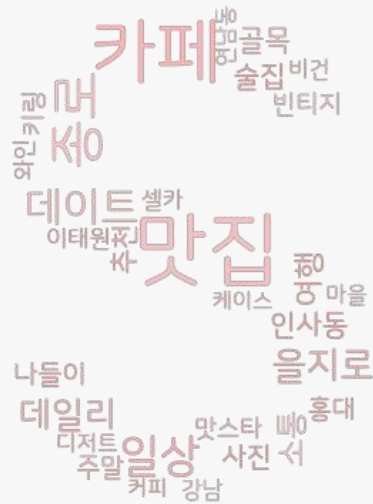
출처 : 대학내일 20대연구소

2030 소비구조

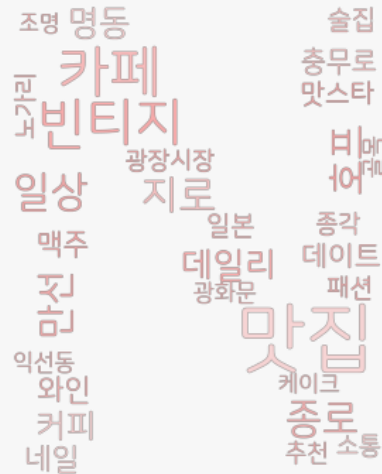
순위	지출 분야	비중(%)
1	음식	15.8%
2	교통	14.7%
3	주거·수도·광열	12.9%
4	식료품·비주류음료	10.7%
5	오락·문화	8.7%
기타	기타	37.8%

출처 : 국가통계포털, 2018

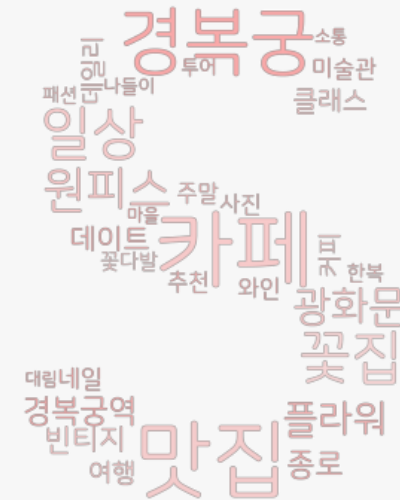
<익선동>



<을지로>



<서촌>



출처: 다음소프트 키워드 버즈 추이

>>따라서 2030의 '핫 플레이스'를 선정하여페이북 결제 활성화를 유도한다면
이는 좋은 시범적용 모델이 될 수 있습니다



데이터 활용) 군집 분석을 통한페이북결제 활성화 입지 선정 모델 구축

1. 요인 설정

동별
2030
유동인구

직장생활로 인한 지속적인 소비그룹과 여가, 데이트 등을 목적으로 방문한 그룹의 특성을 동시에 반영

요식업
사업체 수

초기 페이북결제 시범운영 업종으로 요식업이 선정되었으므로 요식업 사업체 수를 변수로 설정

동별
2030
카드결제액

타 그룹을 제외한 2030의 소비가 활발히 이루어지는 지역을 추출 (BC카드 카드매출)

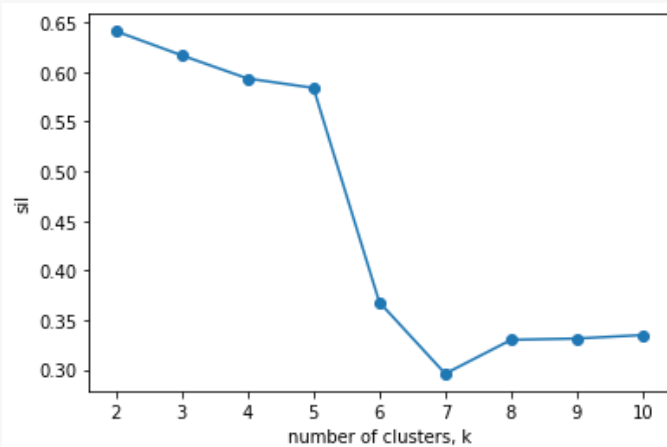


K-means를 이용한
군집 분석 실행

데이터 활용) 군집 분석을 통한페이북결제 활성화 입지 선정 모델 구축

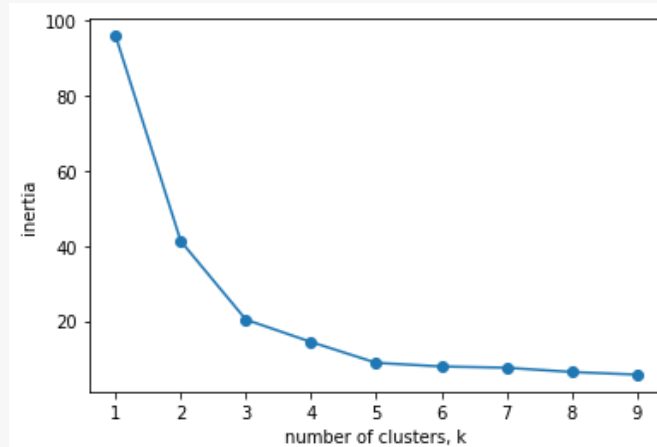
2. 군집 모델 평가

Silhouette



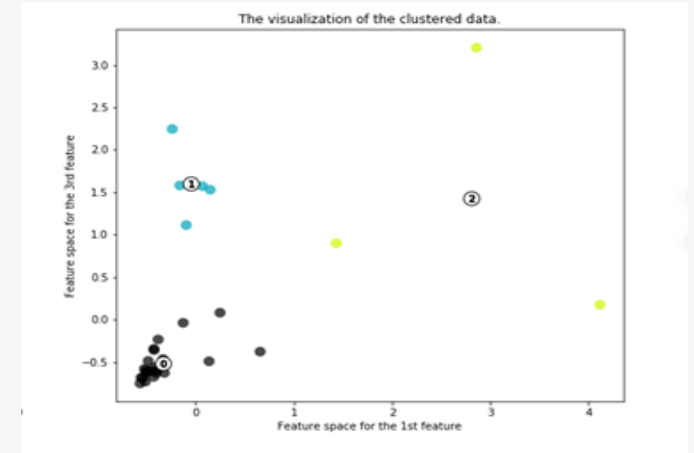
군집 개수가 5미만일 경우 $S(i)$ 값이 0.5를 넘기 때문에 군집 개수가 1~5개 사이에서 선택되어야 함.

Inertia Value



각 군집의 데이터간 거리의 합으로, 작을수록 군집화가 적절. 3부터 그 감소폭이 급감하므로 3개 군집이 적절함.

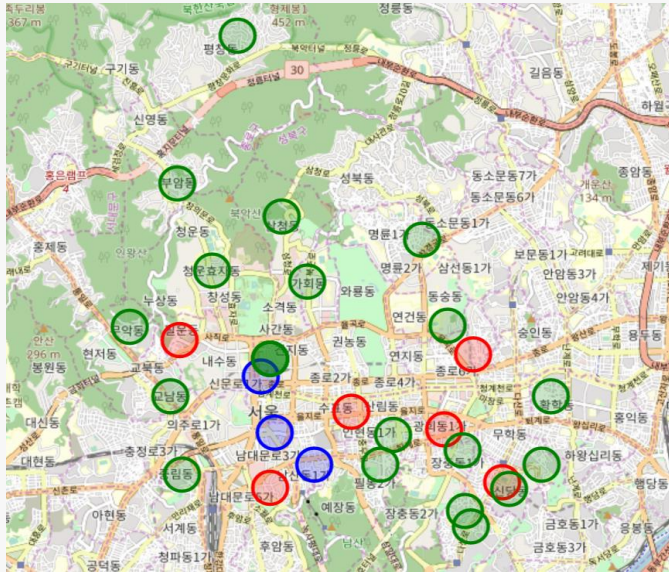
시각화



군집화 데이터 시각화
3개의 그룹을 형성하고 있음

데이터 활용) 군집 분석을 통한페이북결제 활성화 입지 선정 모델 구축

3. 시각화 및 지역별 점수 부여 / 지역 선정



출처 : 자체 데이터분석



군집
0

낮은 요식업 사업체 밀집도,
2030 유동인구 적음,
2030 카드매출 적음

군집
1

높은 요식업 사업체 밀집도,
2030 유동인구 (상)
2030 카드매출 (상)

군집
2

높은 요식업 사업체 밀집도,
2030 유동인구 (최상),
2030 카드매출 (최상)

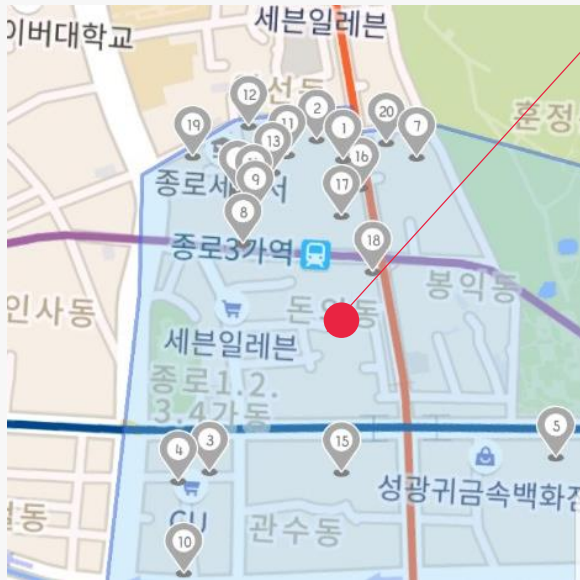
>>따라서 명동, 소공동, 종로1.2.3.4가동으로 구성된
군집2을 중심으로 결제 활성화 방안을 실행합니다

데이터 활용) 군집 분석을 통한페이북결제 활성화 입지 선정 모델 구축

4. 맛집 선정 : 망고플레이트 가맹점 위치/평점 데이터

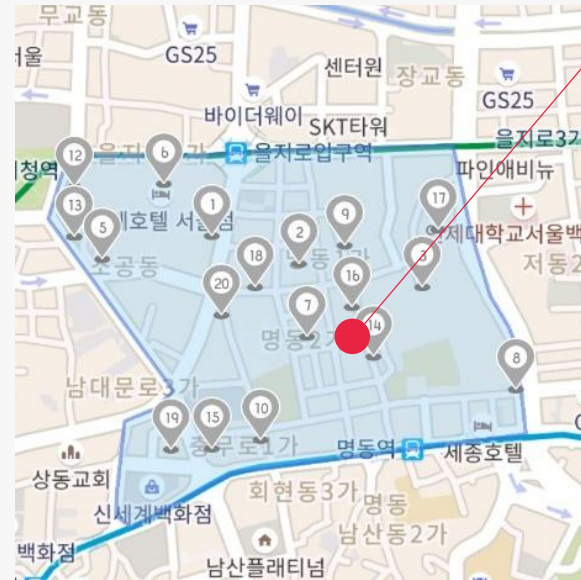
선정된 군집 내에서 망고플레이트 리뷰 데이터를 기반으로 맛집 선정, QR 결제 서비스 시범 도입 추진

종로1,2,3,4가 (익선동)



부촌육회	육회 전문점	4.6
후니도니	돈까스 전문점	4.4
계림	닭볶음탕 전문점	4.3
부촌육회	육회 전문점	4.3
육회자매집	육회 전문점	4.2
사이공	베트남 음식	4
조쉬윌로우 카페	카페	3.9
밀크홀1937	밀크티 전문점	3.9
스타벅스	카페	3.8
서린낙지	낙지 전문점	3.7

명동



명동교자	칼국수 전문점	4.1
에쎬레젤라또	젤라또 전문점	4
이니스프리 그린카페	카페	4
명화당	분식집	3.9
레드망고 카카오그린	빙수 전문점	3.8
더마살라	인도 음식	3.7
틈새라면	분식집	3.6
마루가메제면	우동 전문점	3.6
리틀하노이	베트남 음식	3.6
프루하시후게츠	오꼬노미야끼 전문점	3.5

출처: 망고플레이트 가맹점 데이터



왜 핫 플레이스인가?

2030대 선호 맛집 / 카페 다수 입점

SNS를 통한 파급 효과 기대

카드 결제가 매우 집중적으로 이루어지는 스팟

핫 플레이스 중심페이북 결제 활성화 유도

2030의페이북 결제 사용 경험 효율적으로 증가

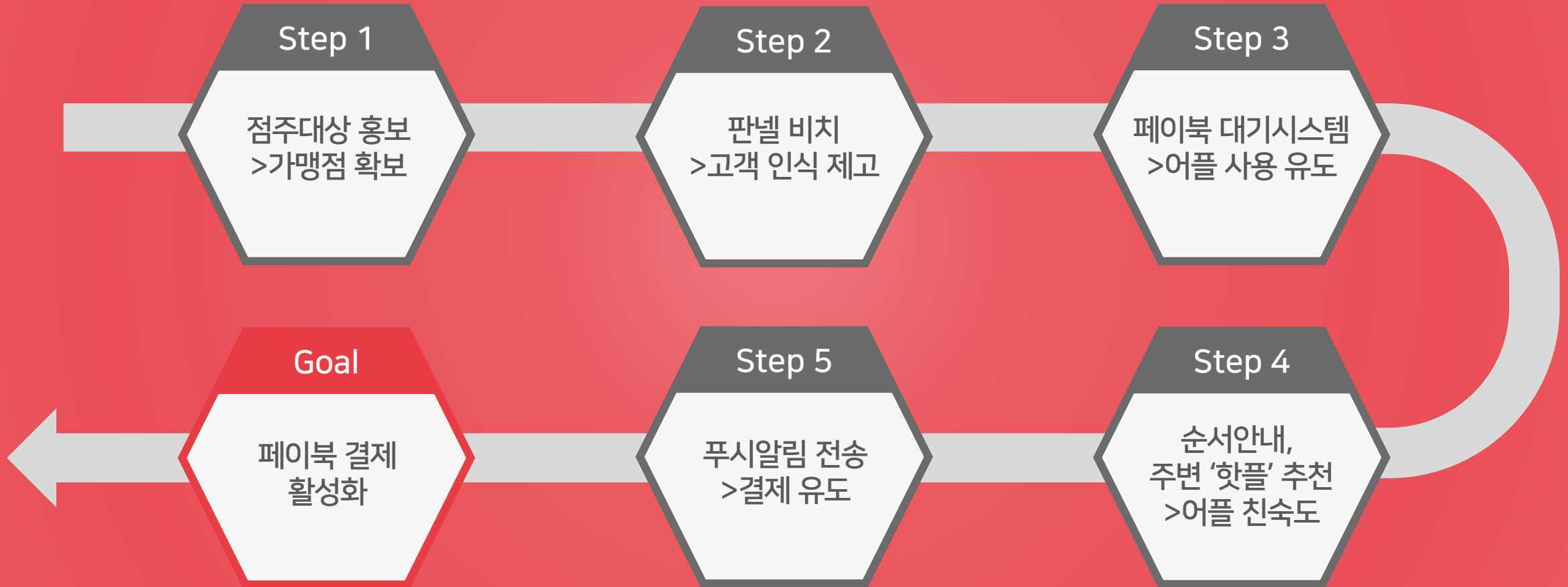
지역 중심의 효율적인 QR 마케팅 전략(가맹점주, 소비자)

시범 적용 후 전략 보완하여 전국적으로 사용화/확산

당신은 이미, 가지고 있다



Strategy Mapping



Step1 가맹점주 대상 홍보

사장님! 매달 포스비, 이제 내지 마세요
매달 최대 42,000원 절약
(소상공인 월 매출 100만원 기준)

기존 가맹점 데이터로 간편하게 가입, **ISP** **페이북**

카드사	승인일자	계정과목	공급가액	부가세	사용금액	신용카드
비씨카드	2019.11.08	상품매출	22,500	2,500	25,000	*****
비씨카드	2019.11.08	상품매출	32,400	3,600	36,000	*****
비씨카드	2019.11.09	상품매출	25,200	2,800	28,000	*****
비씨카드	2019.11.09	제품매출	37,800	4,200	42,000	*****
비씨카드	2019.11.10	상품매출	27,000	3,000	30,000	*****
비씨카드	2019.11.10	상품매출	27,900	3,100	31,000	*****

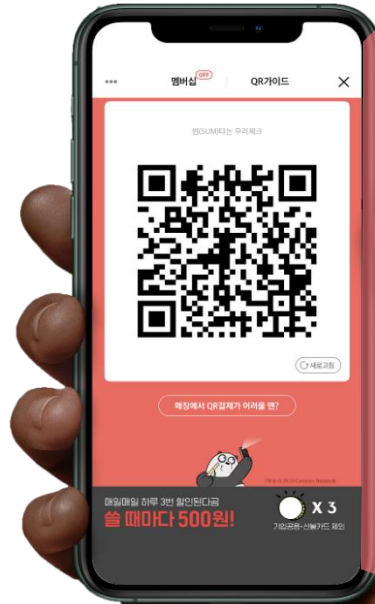
월간 매출액

IDEA

페이북 결제를 활성화하려면 우선적으로 가맹점 확보가 이루어져야 합니다. 가맹점주 입장에서 가장 매력적인 유인인 수수료 인하를 중점적으로 홍보하여 가맹점을 빠른 속도로 늘려나갑니다.

수수료 절약분을 구체적인 수치와 그 수치에 해당하는 포스비, 화재보험료 등의 현실적 비용으로 안내하여 직관적으로 제시합니다.

Step2 가맹점 확보를 통한 인식 제고



IDEA

가맹점주 대상 홍보를 통해 QR코드가 가맹점에 비치되면, QR코드 판넬에 '당신은 이미 가지고 있다'라는 문구를 삽입합니다. 이는 BC가 높은 국내 점유율을 가지고 있고, 온라인 결제 시 페이스북 어플이 필요하기 때문에 소비자 다수가 이미 어플을 보유 중이라는 점에서 착안한 것입니다.

EFFECT

제휴 캐릭터인 'we bare bears' 캐릭터를 보고 흥미를 느낀 고객은 바로 아래 있는 홍보 문구에 주목하게 되고 자신의 핸드폰을 확인하게 됩니다. 이를 통해 페이스북과 QR결제에 대한 인식을 늘리고 나아가 실제 결제까지 유도할 수 있습니다.

Step3페이북 대기시스템 도입

IDEA

가맹점 입구에 줄서기 기능을 제공하는 QR판넬을 비치합니다. 역시 '당신은 이미 가지고 있다'는 문구와 함께 제시하여 고객에게 페이북 어플의 설치여부를 확인할 수 있도록 합니다.

어플로 QR을 스캔하면 자동으로 대기열에 고객 정보가 입력됩니다.

EFFECT

고객은 자신의 핸드폰에 페이북 어플이 설치되어 있는 것을 인지하게 됩니다.

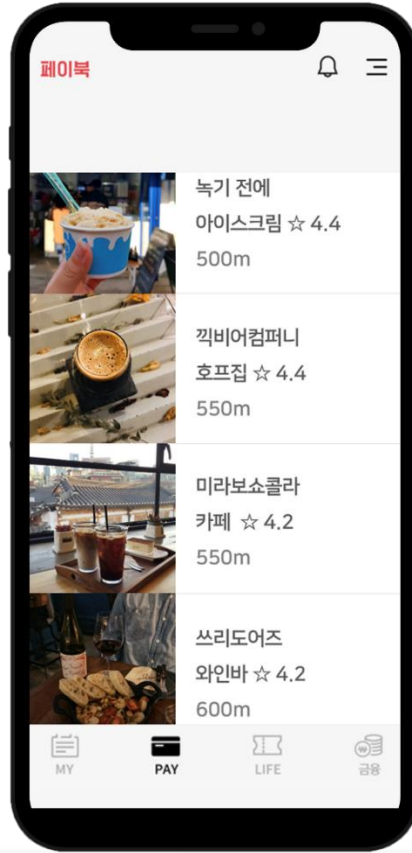
전산상으로 대기고객 관리가 가능해지므로 혼선을 방지하여 가맹점주 입장에서도 편리하고 고객입장에서도 순서를 놓칠 염려 없이 가게 앞에서 계속 기다리지 않아도 됩니다. 페이북 어플을 중심으로 한 맛집 방문 및 소비 플랫폼이 형성될 수 있습니다.



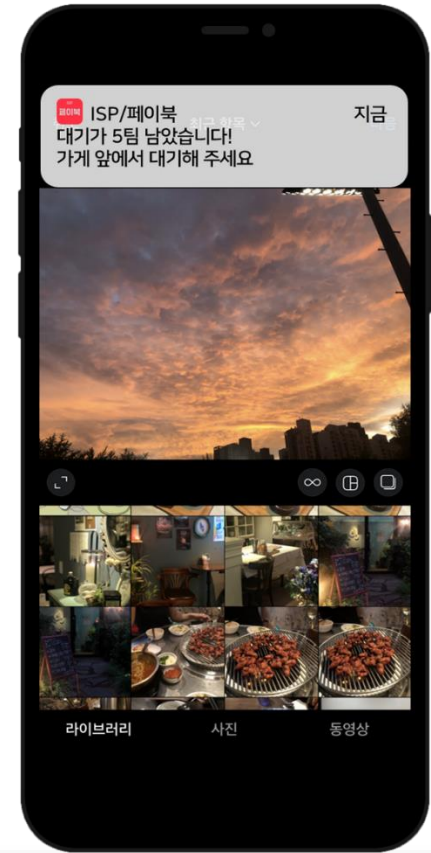
Step4페이북 대기시스템 어플 UI



매장 입구 QR을 스캔하면 자동으로 줄서기가 완료됩니다. 가맹점주는 BC QR for shop 어플을 통해 대기상황을 쉽게 체크할 수 있도록 합니다.



추천 배너를 누르면 망고플레이트 데이터 기반으로 주변 핫 플레이스를 추천합니다. 고객이 페이북 내에서 머무르는 시간을 늘려 어플 친숙도를 높이고 긍정적인 인식을 가져올 수 있습니다.



순서가 가까워지면 가맹점주는 페이북 어플 알림을 보내 고객을 호출합니다.

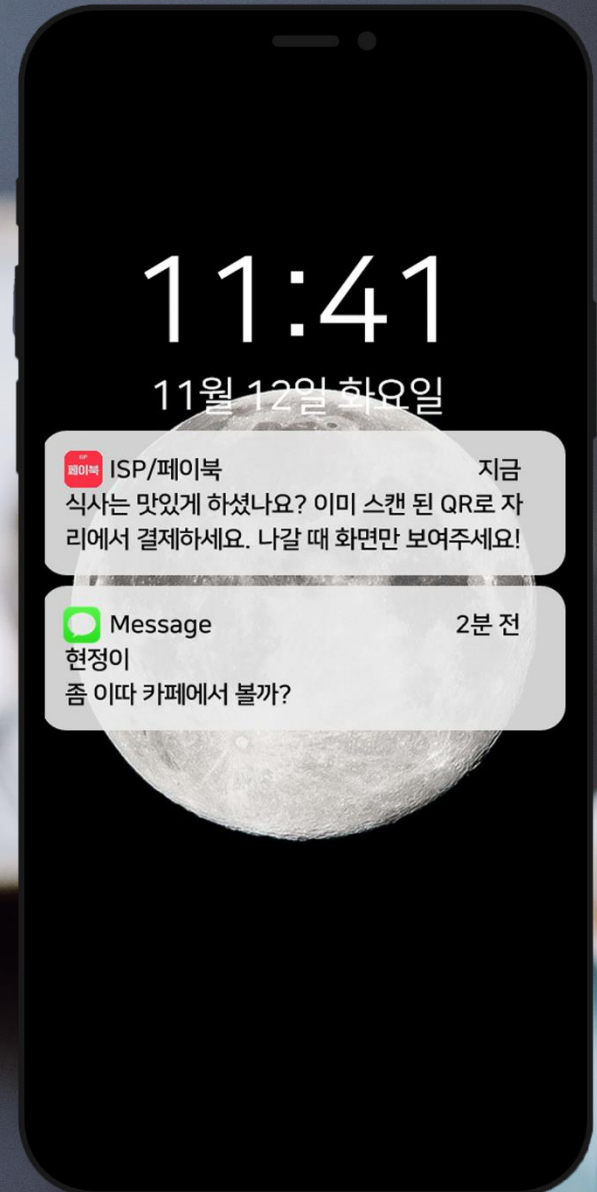
Step5 매장 내페이북 결제 유도

IDEA

수수료 절약분을 구체적인 수치와 그 수치에 해당하는 포스비, 화재보험료 등의 현실적 비용으로 안내하여 직관적으로 제시합니다. 고객이 매장에 입장하고 30분이 지나면, 자동으로 페이북 어플 알림이 발송됩니다. 대기 시 스캔한 매장의 QR 정보가 어플 내에 일정 시간 잔류하여 고객은 QR을 스캔하지 않고도 자리에서 결제가 가능합니다.

EFFECT

새로운 결제방식에 도전할 필요성을 찾지 못했던 고객에게 QR결제에 대한 유인을 제공하고 QR결제의 편리함을 경험한 고객의 지속적인 사용을 유도할 수 있습니다.



기대효과

타 지역 입지선정에 이용

중구, 종로구가 아닌 다른 지역에도 동일한 군집 알고리즘을 적용해 최적은 QR 결제 초기 시범 도입 지역을 선정해 효율적인 활성화 전략을 전개할 수 있다.

지역기반 홍보, 효율적 예산운용

중구, 종로구가 아닌 다른 지역에도 동일한 군집 알고리즘을 적용해 최적은 QR 결제 초기 시범 도입 지역을 선정해 효율적인 활성화 전략을 전개할 수 있다.

타 지역 입지선정에 이용

SNS인증 소비가 활발하게 일어나는 핫플레이스의 특성상 SNS를 활용한 마케팅 이벤트를 진행해 파급력을 높이고 2030을 타겟으로 한 이슈를 형성할 수 있다.

감사합니다