

Social Dining 가치먹자

혼자 밥 먹기 싫은 사람들이 모여
같이 **가치를 한 끼** 할 수 있는 곳

- 같이 **밥 먹고 싶은** 사람들을 모아 줍니다.
- 같이 **밥 먹어보고 싶은** 사람을 모셔옵니다.
- 알아서 **새로운 밥**을 찾아 제공해드립니다.

관심있는 주제에 따라 식사를 신청합니다. 매 식사는 **조금 색다른 장소**에서 진행되며 **조금 특별한 사람들**이 모이고, **조금 특별한 도시락**이 배달됩니다. 도시락을 즐기며 사람들과 주제에 대해 자유롭게 다양한 토론을 진행합니다. 식사 후에는 도시락에 대한 피드백을 받습니다.

喰 TALK

식탁

낮선 이들과 낮선 곳에서
이야기가 담긴 낮선 식사를 경험해보세요

'공통의 관심사를 가진 **낮선 이**들'과 한 자리에 모여
'한번도 먹어 본 적이 없는 **낮선 식사**'를 하는 이색 식사 모임 중개 서비스

'낮선 이'는 태어나서 한번도 본 적이 없는 새로운 사람을 지칭하며, '낮선 식사'는 해당 식사를
조리한 요리사와 식당이 식사를 마친 뒤에 공개 되는 랜덤 식사를 뜻합니다.

주기현
성인규
조소리



Q 이 서비스가 메리트가 있는가?

이용여부에 초점을 맞춤

SURVEY 소비자

view point

처음 먹어보는 음식을 먹을 생각이 있는가

모르는 사람과 함께 식사를 해 볼 생각이 있는가

적정 가격은 얼마 정도인가

5. 모르는 사람들 (이하 '낯선 이') 과 **공통의 관심사를 주제로** 이야기를 나누며 함께 한끼 식사를 하는 모임이 있다면 참석하시겠습니까?
6. 해당 모임에 참석한다면, 그 이유는 무엇인가요?
7. '낯선 식사'는 오직 '메뉴의 종류만 사전 공개'가 되는 이색식사로서 누가, 어떤 식당에서 만든 것 인지는 식사를 마친 후에 공개됩니다. 예를 들어 '고급 레스토랑'의 랍스터 요리가 나올 수도, 숨겨진 고수인 '동네 이모'의 마성의 찌꺼미 볶음이 나올 수도 있습니다. 이러한 '낯선 식사'를 시도해볼 의향이 있으십니까?
8. 이러한 '낯선 식사'의 가격은 얼마가 적정하다고 생각하나요?
9. 위의 5번 문항에서 '네'를 선택한 경우, 그 이유는 무엇인가요?
10. 위의 5번 문항에서 '아니오'를 선택한 경우, 그 이유는 무엇인가요?

Q 이 서비스가 메리트가 있는가?

이용여부에 초점을 맞춤

SURVEY 외식업자

view point

구글 설문지를 돌려서 최소 20 군데를
컨택한 후 가장 성심성의껏 답변해주고,
실제 서비스에 의견이 있는 외식업자 10명을
만나 심층인터뷰를 진행할 것으로 계획함

1. 영업에 있어서 가장 큰 고민이 정말 '홍보'일지

- 홍보가 아니라면, 식당에 도움을 줄 수 있는 다른 진짜 키를 찾아야함.

2. 과연 대부분의 외식업자가 '블라인드 테스트'에 거부감이 없을지

- 블라인드 테스트에 거부감이 있다면, 이것을 어떻게 풀어낼지

3. 정말 '맛'이 성공을 위한 가장 큰 고민일지

- 맛이 성공을 위한 가장 큰 고민이 아닐 수도 있음.
이 경우 제일 큰 고민을 찾아서 건드려야함

4. '피드백'의 중요성에 가치를 어느 정도 두는지

- '피드백'을 어떤 방향으로 생각하는지

SURVEY 외식업자

사장님 및 식당의 기본 정보

1. 운영하는 식당의 위치
2. 운영하는 식당의 음식종류
3. 식당에 방문하는 주 고객층의 연령대
4. 사장님의 나이대

식당의 현재 규모 및 성공 여부

5. 식당의 테이블 수
6. 식당의 테이블 회전율

운영의 pain point

7. 외식업 창업을 앞두고 고민한 점
8. 현재 운영상의 가장 큰 고민
9. 매출 신장을 위해 가장 신경쓰는 부분

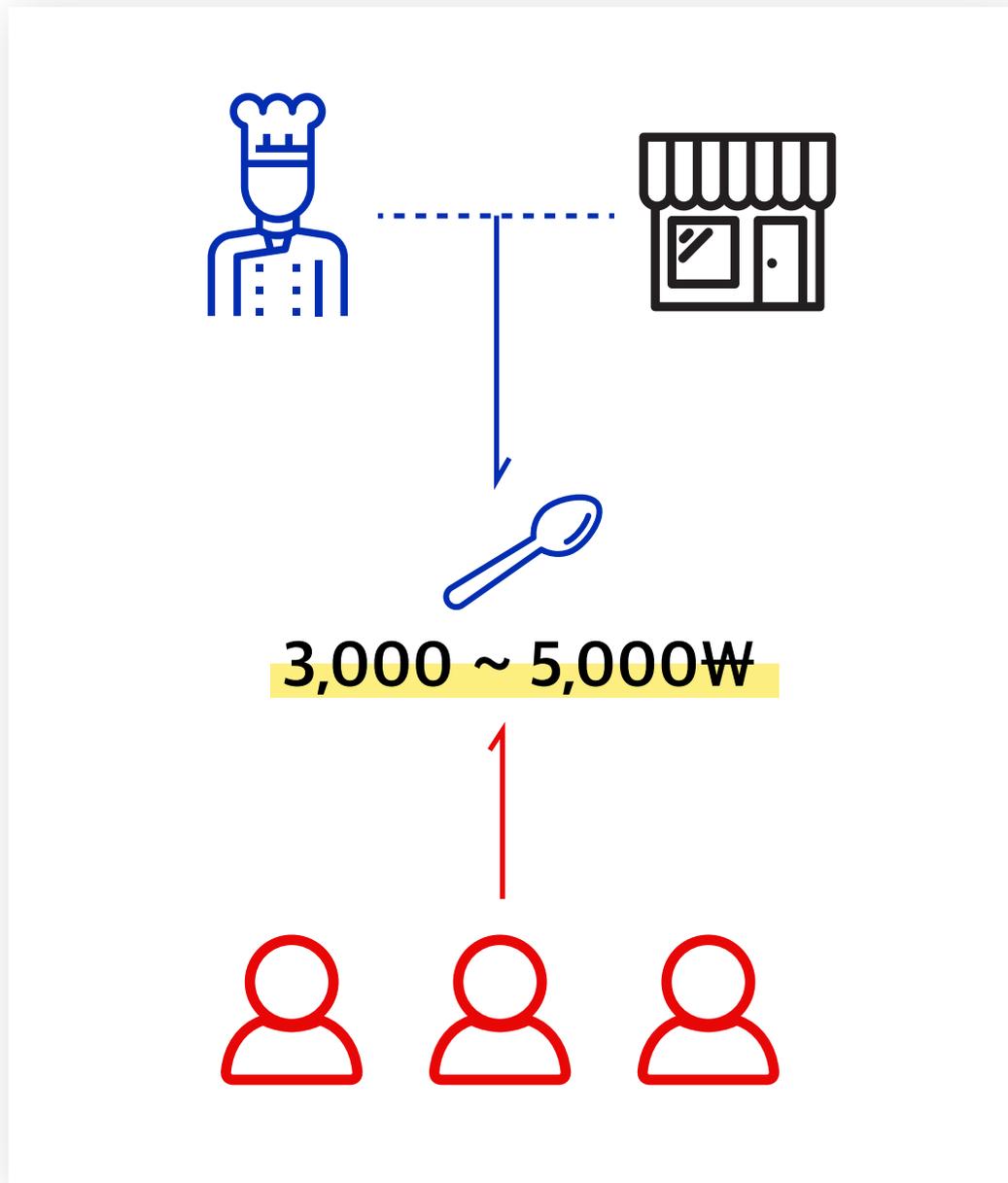
현재 홍보 비용 및 방법, 효과 확인

10. 한달 동안 평균적으로 지출하는 홍보비용
11. 현재 사용하는 홍보 방법
12. 가장 효과가 좋았던 홍보 방법

블라인드 테스트에 대한 인식

13. 블라인드 테스트 참여 의향
14. 참석시 그 이유
15. 거절시 그 이유
16. 블라인드 테스트시 알아보고 싶은 점

PREVIOUS VER.



쉐프가 공유부역 입점을
갈망할만한 메리트가 있는가



사람들이 과연 음식을 위해
자발적으로 모여들 것인가

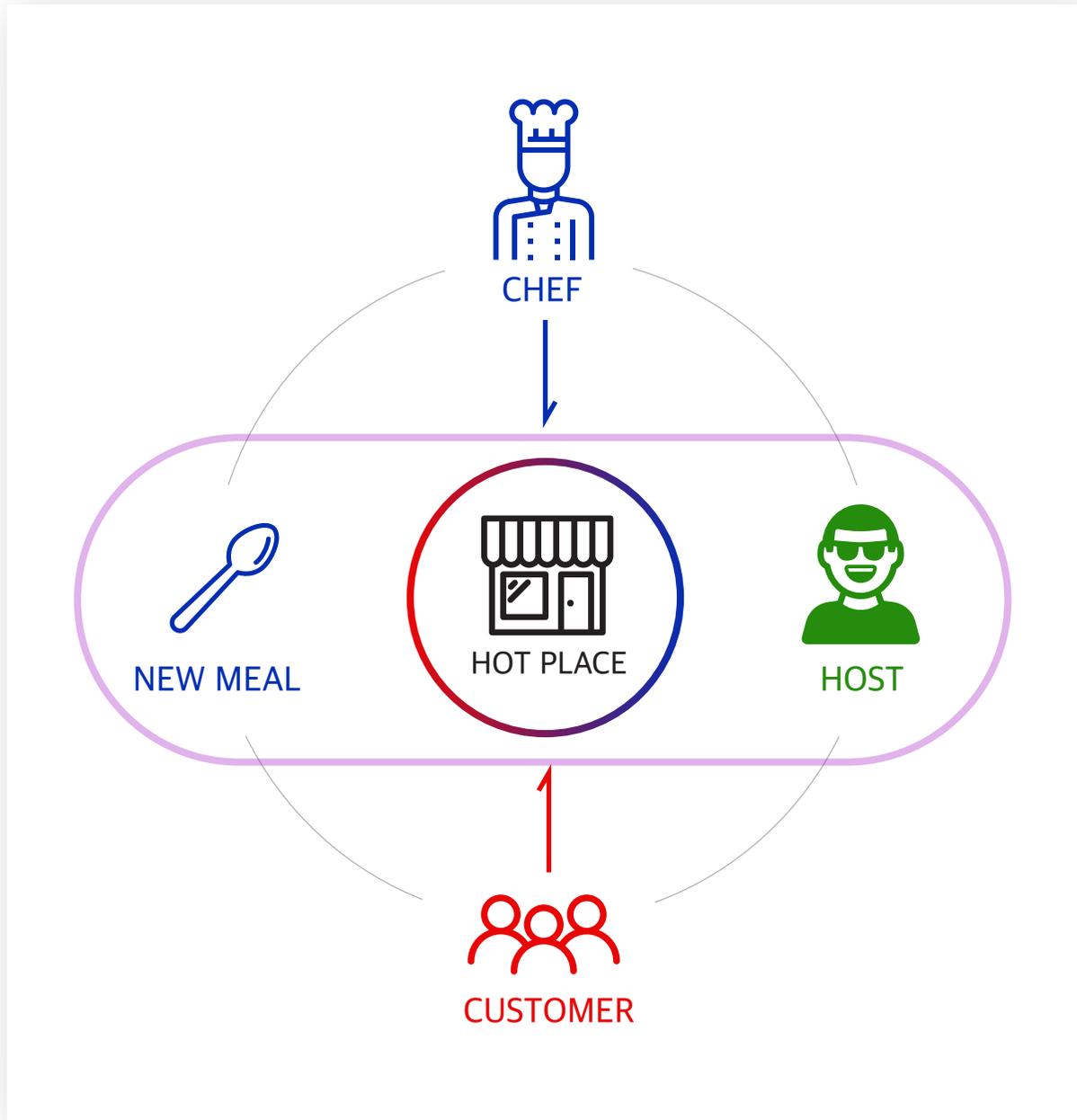


파일럿 셀링에서
맛이 없다는 소문이 난다면?



피드백 데이터는
어떻게 확보할 것인가?

NEW MODEL



모르는 사람을 만나는 부담감을 덜 수 있음



음식이 더 맛있게 느껴지는 느낌적인 느낌



이색 경험 제공으로 호기심유발 시너지효과

식탁에서 **밥 벌어먹는 방법**

“ 같이의 가치 ”

1. 너와 나는 틀리지 않다. 다르다.

나와 다른 이를 차별하지 말라. 삶의 방식이 다를 뿐이다.

2. 실패는 또 다른 기회다.

망하는 것은 망할만한 이유가 있다. 망했다면 그 이유를 통해 가치를 발견하자.

3. 좋은 아이디어와 진짜 아이디어의 차이는 ‘해봤느냐’ 다.

머리속에만 담아두면 평생 아이디어로 남는다. 우리는 실패를 두려워하지 않고 일단 시작한다.

4. 우리는 잘 먹고 잘 살기 ‘위해’ 일한다.

출, 퇴근은 정시에. 워라벨이 어긋나는 것은 최우선적으로 지양한다.

5. 자리를 채우기 보다는 자리를 만들자

무의미하게 능률이 떨어지는 상태로 사무실 자리에 앉지 말자.

내가 조금 더 창의적인 사람이 될 수 있고, 능률이 오를 수 있는 자리를 찾고, 만들어라.

6. 할 수 없는 것은 상의하고, 하기 싫은 것은 시도합니다.

너가 싫은건 남도 하기 싫다. 모르는 것은 상의하고, 하기 싫은 것은 일단 시작하라.

7. 사공을 최적화할 수 있을 때, 같이하자.

사공이 많으면 배가 산다. 하지만 사공이 한 명이면, 배는 뒤쳐진다.

우리는 ‘최적화된 함께’의 시너지를 최우선적 가치로, ‘같이’하는 사람들입니다.

