

1. 문제의 현상

- 서비스 사용자(손님): 매장을 찾는 고객들은 무료 와이파이 이용을 원하지만, 복잡한 연결 절차나 비밀번호를 몰라서 불편함을 느끼는 경우가 많다.
- 서비스 제공자(가게 주인인): 매장 주인은 대부분 무료 와이파이를 제공하고 있지만, 이를 통한 가게 홍보나 추가 수익으로 연결되는 경우는 거의 없다.

2. 문제의 핵심

- 손님 입장: 단순히 와이파이에 연결되는 것뿐 아니라, 번거로움 없이 쉽게 접속하면서 매장의 프로모션이나 할인 정보까지 한 번에 확인하길 기대한다.
- 가게 주인 입장: 와이파이를 마케팅 수단으로 활용하고 싶지만, 전문적인 지식이나 예산 없이 효과적인 홍보가 어렵다.

3. 시장 흐름 분석

- 소상공인의 디지털 판매 채널은 빠르게 확장되고 있지만, 실제 운영 부문은 디지털 전환이 느리다.
- 코로나19 이후 키오스크, 예약 시스템 등 다양한 디지털 도구들이 도입되었지만, 여전히 많은 가게주인들은 디지털 마케팅에 대한 경험과 자원이 부족하다.
- 카페, 식당, 미용실 등은 대부분 와이파이를 제공하지만, 마케팅 효과로 연결하지 못하고 있다.
- 소비자들은 비밀번호 입력 없이 바로 접속하고, 동시에 이벤트나 할인 정보도 받아보는 방식을 선호한다.
- 따라서 QR 기반의 간편 와이파이 접속과 가게 홍보가 결합된 플랫폼에 대한 수요가 분명히 존재한다.

4. 제품 특성 분석

- 제품 수명 주기: 현재 도입기에서 성장기 초입 단계에 해당
- 기술적 특징:
 - 도입기 특성: QR 기반 와이파이 광고 플랫폼은 아직 일반화되지 않았다.
 - 성장 가능성: 고객 편의성과 소상공인의 홍보 수요를 동시에 만족시킬 수 있어 확산 여지가 크다.
 - 비계절성 서비스: 특정 시기에 국한되지 않고 연중 사용 가능하며, 다양한 업종에 적용 가능하다.

5. 목표 고객 조사

- 1차 대상: 소규모 매장을 운영하는 자영업자 (카페, 음식점, 미용실 등)
- 2차 대상: 해당 매장을 방문하는 고객들

- 고객이 얻는 가치

- 점주는 광고 효과를 얻고 비용 부담 없이 마케팅 가능

- 고객은 쉽고 빠른 인터넷 이용과 함께 혜택 정보까지 획득 가능

- 판매 방식

- 구독형 **SaaS** 모델로 온라인에서 서비스 제공
- 인터넷 설치 업체, 프랜차이즈 본사 등과 협력해 유통 채널 확대 가능

-구매 타이밍

- 매장 오픈 초기
- 마케팅 전략이 필요한 시점 (비수기/성수기 전환 등)

-구매 조건

- 월 단위의 저렴한 요금제
- 광고 성과에 따른 차등 요금제 옵션
- 초기 이용자 대상 무료 체험 서비스 제공

QR 기반 와이파이 접속 플랫폼은 손님에게는 편리함과 혜택을, 소상공인에게는 마케팅 도구를 제공하는 실용적인 솔루션이다. 디지털 전환 흐름과 소상공인들의 니즈를 고려할 때, 비용 대비 높은 효과를 기대할 수 있는 아이템이다.