

## 1. 시장 흐름 파악 (Market Analysis)

구분	내용	📄
시장 세분화	① 외국인 장기거주자/교환학생/디지털 노마드 ② 현지 20~40대 직장인/학생 ③ 소규모 스포츠·문화 매장 및 클럽/카페 등	
표적시장 선정	초기에는 방콕 중심, 20~40대 외국인 및 현지인 취미·파티 참여자, 인기 카테고리: 스포츠, 요가, 댄스, 배드민턴, 클럽	
현장 흐름 조사 방법	- 오프라인: 방콕 주요 스포츠장, 요가·댄스 스튜디오, 호텔, 코워킹스페이스 방문 - 온라인: Meetup, Facebook Groups, Expats 커뮤니티, Tripadvisor/Google Maps 리뷰 분석 - 통계: 태국 관광청, 방콕시 통계자료, SNS 활동 트렌드	
현장 흐름 핵심 포인트	- 방콕 내 외국인/현지인 모임 빈도와 인기 활동 카테고리 확인 - 장소별 예약 방식, 가격대, 결제 방식, 운영 시간 파악 - 참여자 선호도, 참여 장벽(언어, 정보 접근성) 확인	

## 2. 제품 특성 파악 (Product Characteristics)

구분	내용	📄
제품 수명주기	- 현재 도입기~초기 성장기 단계: MVP 론칭 단계이며, 시장에 새로운 외국인·현지인 통합 플랫폼을 제공	
유행성	- 파티, 스포츠, 취미 모임은 트렌드와 SNS 확산에 따라 참여율이 변동 가능 - 외국인/현지인 문화 교류 경험이 유행 요소가 됨	
계절성	- 방콕은 연중 더운 날씨 → 실외 활동은 건기(11월~4월) 성수기, 우기(5월~10월)는 실내 활동 증가 - 축구, 배드민턴 등 실내/실외 혼합 가능 고려 필요	
특징 요약	- 참여자 경험 중심: 장소·예약·결제·정산의 편리성이 핵심 - 소셜 공유 요소: 활동 공유 및 모임 홍보 → 자연스러운 마케팅 효과	

## 3. 목표 소비자 조사 (Target Customer Analysis)

질문	내용
누가 (Who)	- 외국인: 장기거주자, 교환학생, 디지털 노마드, 관광객 중 장기체류자 - 현지인: 20~40대 직장인·학생, 여가 및 워라밸 중시
무엇을 (What)	- 취미 활동 모임 참여 (축구, 배드민턴, 요가, 댄스, 파티 등) - 모임 주최자: 장소 예약, 결제/정산 관리, 그룹 홍보
왜 (Why)	- 외국인: 참여 장벽 제거, 현지 문화 체험, 새로운 네트워킹 - 현지인: 외국인과의 교류, 취미 활동 확대, 그룹 인지도 상승
어디서 (Where)	- 온라인 앱/웹 플랫폼을 통한 모임 생성·예약·정산 - 오프라인 활동 장소: 스포츠장, 스튜디오, 클럽, 카페 등
언제 (When)	- 주중 저녁, 주말 낮/저녁, 방학·휴가 시즌, 계절별 활동 차이 존재 - 이벤트성 활동: 파티, 시즌 축제, 특별 모임 등
어떻게 (How)	- 앱 내 예약·결제 및 분할 정산, SNS 공유, 후기/평점 기반 신뢰 시스템 활용 - 다양한 결제 수단 지원 (카드, QR코드, 전자지갑 등)