가장 잘 한 것 같은 조 : 3조

발표정리

**1조**

스타트업의 성공, 실패 케이스

**국내성공 - 배달의민족**

모바일앱으로 간편 주문&결제가 가능하게 한 서비스

**브랜드 컨셉을 확고히 하고, 자주 노출시킴으로써 정체성 각인**

**국내실패 - 홈클**

PC또는 스마트폰으로 가사도우미를 부를 수 있는 서비스

**너무 많은 외부 자금에 의존하여 기업 내 자생력을 키우지 못 함.**

**해외성공 - 에어비앤비**

빈방을 여행자들에게 공유시켜주는 플랫폼 서비스

**성장 비결은 고객 중심의 경영 전략(편의성,후기 신뢰성이 높음)**

**해외 실패 - 워시오(washio)**

세탁물을 수거 후 세탁후 다시 돌려주는 서비스

**사업의 본질인 세탁에 집중하지 못한 온디맨드 스타트업**

온디맨드 = 고객의 수요에 즉시 대응하는 서비스 패러다임

지연,클레임에 대해서 필터링을 해줄 수 있는 시스템이 필요함 -> 양질의 서비스를 유지할 수 있음.

**2조**

성공과 실패는 한 끗 차이

**해외 성공사례 - BIRD**

선두적인 전기 스쿠터 공유 플랫폼

저렴한 가격

친환경 컨셉 마케팅

**해외 실패사례 - YikYak**

레드 오션의 플랫폼 - 시장경쟁이 힘듬

폭력성, 비도덕성 컨텐츠 관리 실패

**국내 성공사례 - 다방**

소비자 중심의 서비스 개발

협업을 위한 상생철학

**국내 실페사례 - 스베누**

지나친 마케팅 비용

낮은 품질

**성공과 실패를 가른 요인은?**

**경험관리**

사업을 진행하면서 문제를 어떻게 관리하고 소비자들의 경험을 높이기 위해 노력함.

**3조**

**해외 성공 - 스냅챗**

**단명메세지 , 10초안에 삭제됨**

확장성, 타겟설정의 성공

**해외 실패 - 홈조이**

클리너와 유저를 연결하는 중개 플랫폼

비즈니스 모델의 한계로 적자를 해결 못 함

**국내 성공 - 직방**

부동산 정보를 유저에게 제공하고, 부동산업자에게는 유저를 연결시켜줌.

타겟 설정이 확실함 - 1,2인가구

서비스 관리 및 품질이 높음

**국내 실패 - 타다**

타다 금지법에 영향을 심하게 받음.

경쟁사가 한국 택시협회라 경쟁의 어려움을 겪음

**4조**

한끗차이

**국내 성공 - 야놀자**

많은 현장경험 및

**국내 실패 - 타다**

부정적인 사회 인식

차이점 : 야놀자의 경우 사회적 인식의 변화를 이끌어 냈지만, 타다는 실패하였다.

**해외 성공 - ByteDance**

인공지능 플랫폼

소비자의 입장을 잘 고려함

**해외 실패 - Quirky**

소셜 제품 개발 플랫폼

ex) 구부러지는 멀티탭, 디지털 계란판 등

수익구조 파탄, 품질 저하

차이점 : 소비자의 입장 고려 차이

**5조**

**국내 성공 - 직방**

집을 편리하게 구매할 수 있는 온라인 중개 플랫폼

허위 매물 근절 제도 같은 소비자 신뢰를 위한 노력

**해외 성공 - 알리바바**

중국 내 최대 규모의 온라인 쇼핑 플랫폼

중국 시장에 맞춤형 서비스를 제공

**국내 실패 - 리모**

국내 최초 온라인 콜 택시 플랫폼

서비스 가능 지역의 제한

비효율적인 서비스 제한

**해외 실패 - 쿨**

사용자의 검색정보를 저장하지 않는 검색엔진

느린 검색속도 , 부정확한 검색결과

**결론**

스타트업은 문제 해결 + 소비자 니즈 파악 및 충족이 중요함

조원평가

김성민 70

이응진 80

박지환 40