

# LIFO

Last In |  
First Out |



# ROADMAP

01

문제제기

02

Consumer  
Profile

03

아이템 소개

04

Business  
Model

05

선행 업체  
분석 및 차별

06

사업화 전략



LIFO

# “핫플레이스”



LIFO



망원동



강남



이태원



을지로

# “핫플레이스”



핫플레이스란 카페, 식당, 옷가게 등과 같은 매장들이 밀집해 있어 많은 사람들이 자주 방문하는 곳이다.  
최근 핫플레이스들은 3가지 특징을 가지고 있다.

## 01 충분한 고객층

	지점주소	주요시설물, 건물	유동인구 (인/14hr)
1	중구 명동길 14	ynosquare CGV 명동	94,377
2	서초구 강남대로 423	한승빌딩	87,294
3	중구 을지로 30	롯데백화점 애비뉴엘	61,811
4	종로구 인사동길 44	도한사	47,234
5	종로구 대명길 26	에뛰드하우스	47,163
6	동작구 노량진로 156	하나은행 노량진지점	47,132
7	중구 명동8길 24	던킨도너츠 명동분점	46,731
8	구로구 경인로 662	현대디큐브시티	45,398
9	용산구 한강대로 401-2	서울역 광장	39,982
10	강남구 강남대로 438	아디다스	39,925

- 유동인구 상승 및 밀집 현상
- 핫플 마다 매일 약 3-9만 유동 인구 발생
- 000길들의 골목상권 성장

## 02 카페와 맛집의 밀집

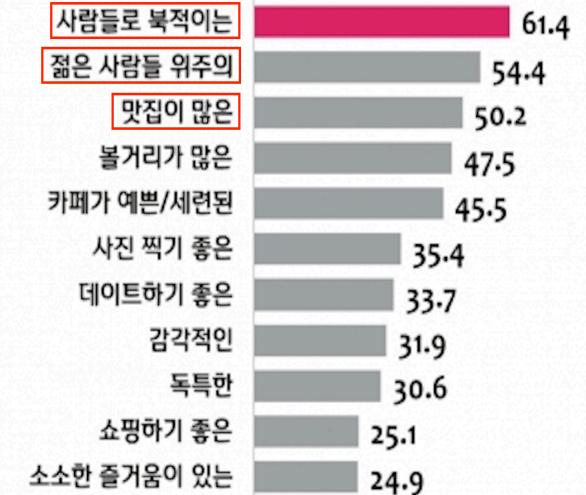
지난 3개월간 “핫플” SNS 언급량 총 61,792 건 집계

연관어로 “카페”(31,089건)와 “맛집”(26,918 건)이 압도적으로 많음



## 03 맛과 질의 상향 표준화

‘핫플레이스’를 떠올릴 때 연상되는 이미지





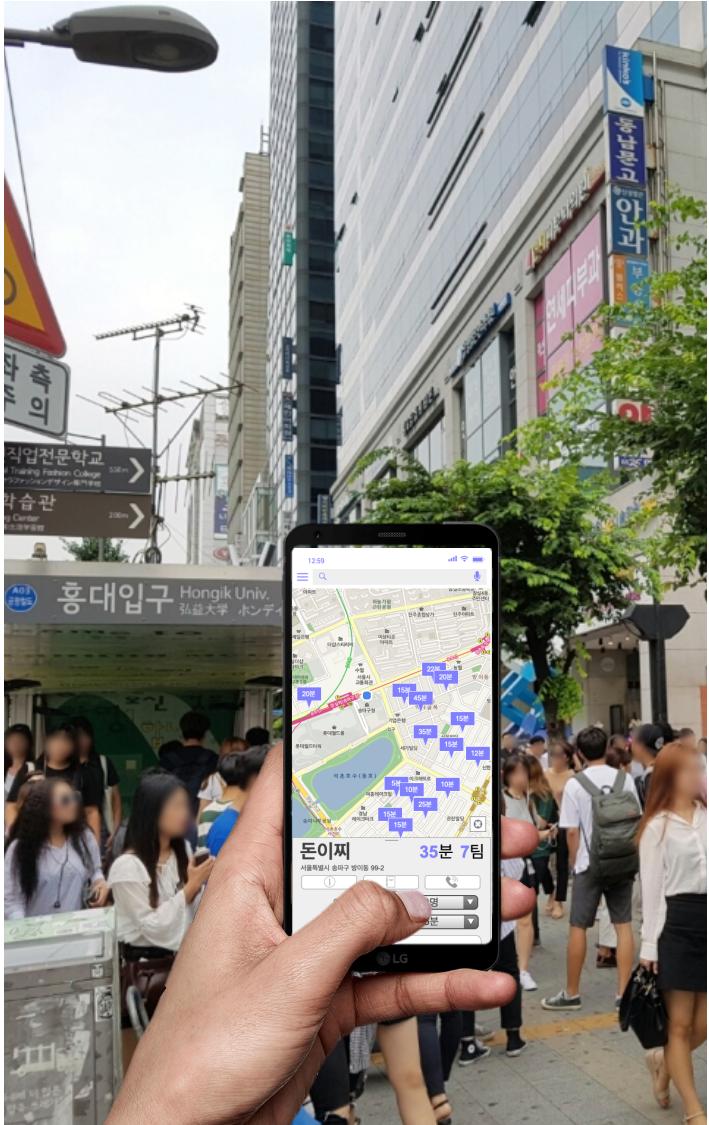
10명 중 7명은 대기시간이  
짧은 매장을 선호

맛집 재방문 의사가 가장 없는  
고객층의 36%가 대기를 원인으  
로 선정

- 핫플을 방문했는데 어떤 매장을 갈지 모르는 고객
- 가능하면 대기시간이 짧은 곳을 가고 싶은 고객
- 본인이 선택한 매장에 대한 확신이 없는 고객

목표 고객층: 가능한 빨리 핫플 내의 매장을 가고자 하는 고객

# 아이템 소개



LIFO는 핫플의 대기시간 정보를 종합해 한눈에 보여줘 원격에서 대기 접수를 할 수 있는 어플리케이션이다.



맛과 질이 상향 표준화된 핫플을 집중 공략해 대기에 민감한 고객층 확보



종합된 대기 정보를 통해 고객에게 Value 전달

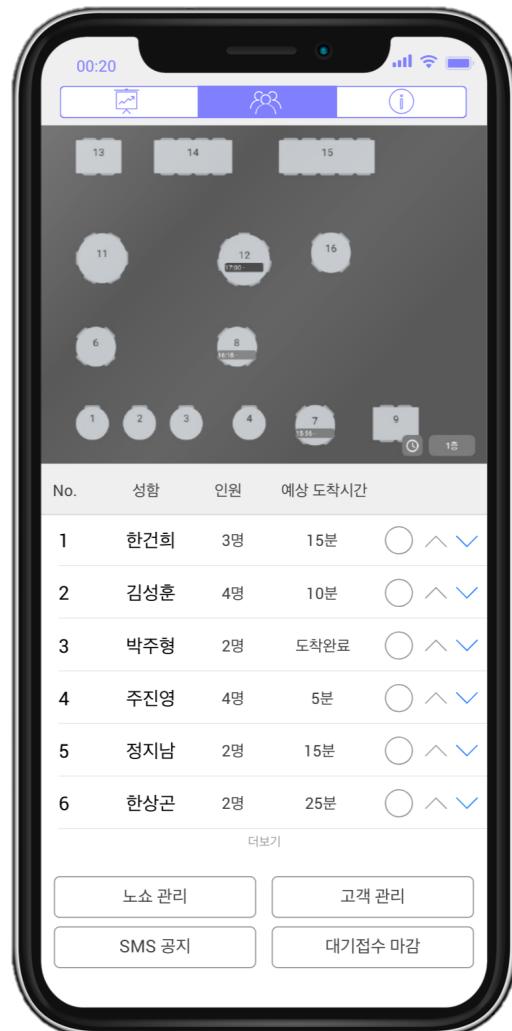
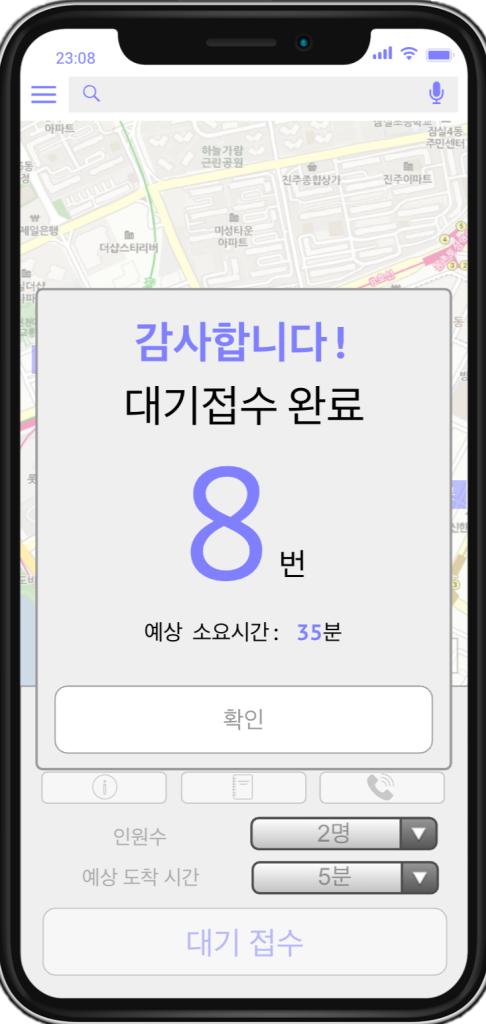
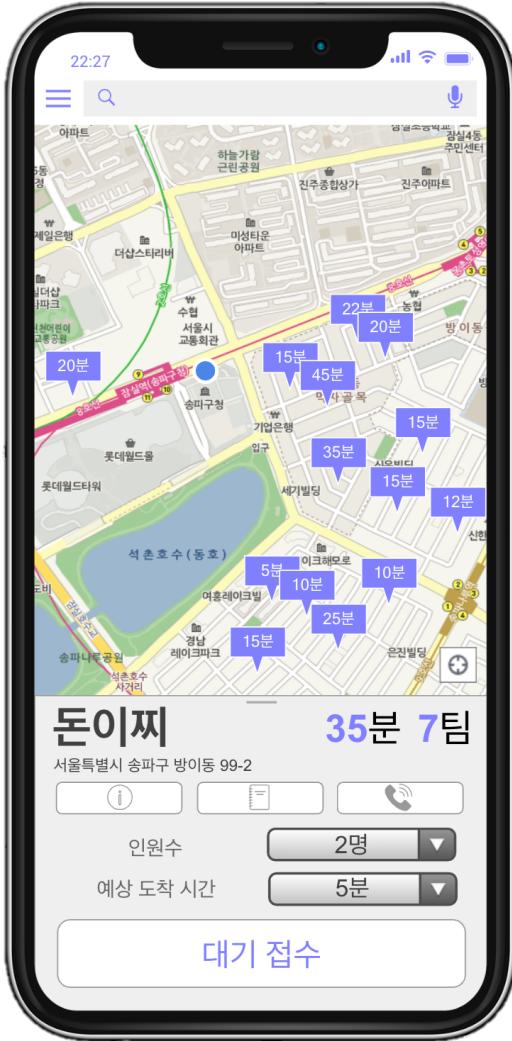


원격 대기 접수, 선결제 시스템을 통해 점주에게 Value 전달

# 어플리케이션 프로토타입



LIFO



돈이찌  
서울특별시 송파구 방이동 99-2

35분 7팀

인원수

2명

예상 도착 시간

5분

대기 접수

인원수

2명

예상 도착 시간

5분

대기 접수

노소 관리

고객 관리

SMS 공지

대기접수 마감

# GPS 정보 이용 및 작동원리



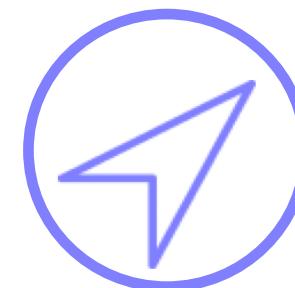
LIFO는 제휴를 맺은 식당에서의 고객 데이터 및 실시간 GPS 정보를 수집하여 다음과 같은 데이터를 산출할 계획이다.

## 예상 대기 시간

- 시간대에 따라 예상 대기 시간과 요일 별 최대 대기 시간 정보 제공
- 대기 시간은 지난 몇 주간의 방문 고객 패턴을 기준으로 하며, 비즈니스 유형에 따라 대기 시간을 다르게 창출

## 인기 시간대 그래프

- 하루 중 다양한 시간대에 방문자 수, 지난 몇주간의 평균 인기도를 기반으로 산출
- 비즈니스의 주중 최고 인기도를 기준으로 특정 시간대의 상대적 인기도 표시

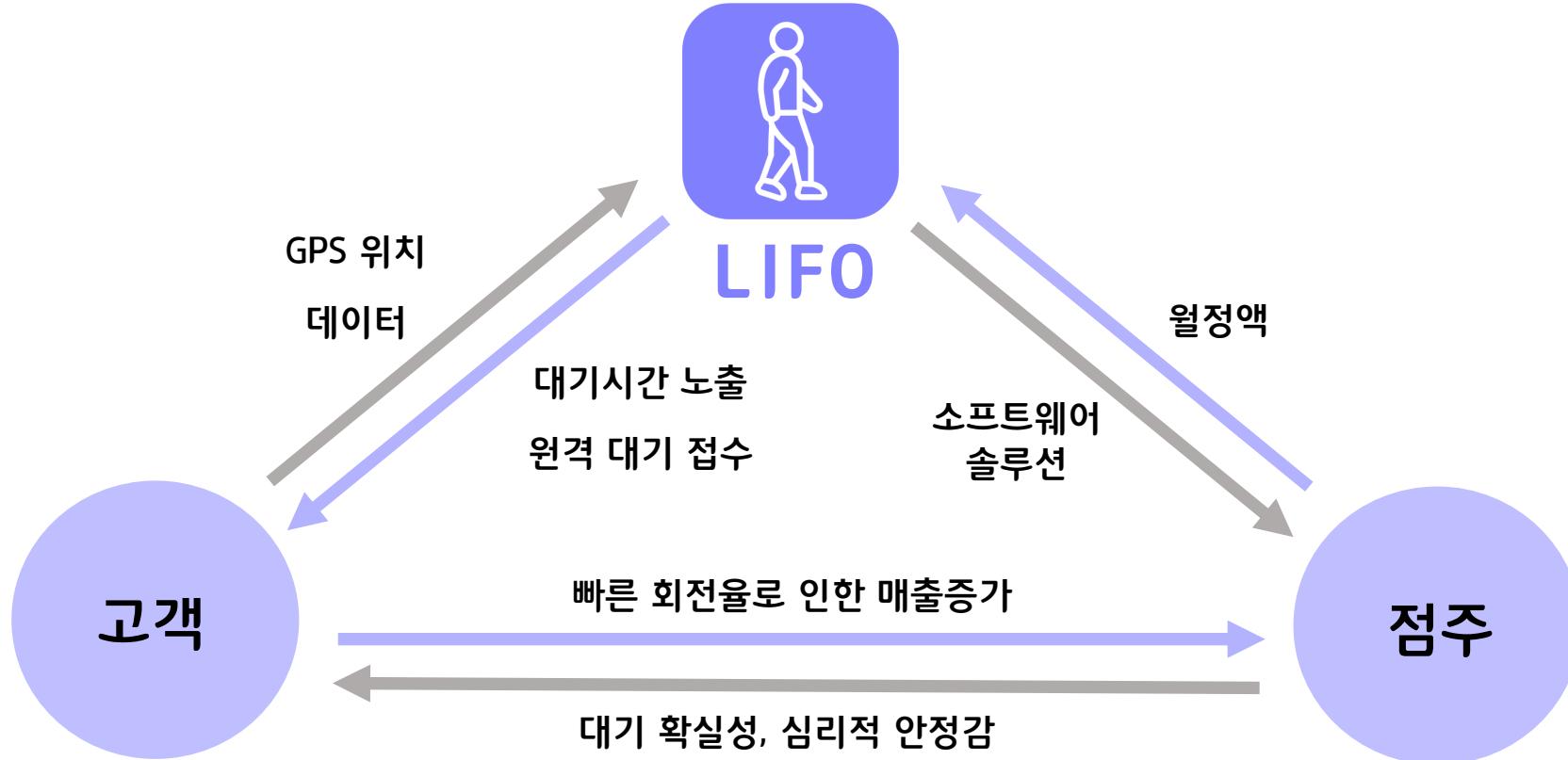


## 체류시간

- 고객이 일반적으로 업체에서 머무르는 시간을 수집
- 지난 몇주간의 방문 고객 패턴을 기준으로 산정

## 실시간 방문 데이터

- 현재 시점의 비즈니스 방문 현황 표시
- 방문데이터가 실시간으로 업데이트 되어 인기 시간대 그래프에 오버레이



# 선행 업체 분석



1. 탐색



2. 결정



3. 이동



4. 접수



5. 입장

## 고객들을 매장 앞으로

테이블링



- 제휴 매장 890개
- 식당 선택 후 원격으로 예약 가능
- 테이블 별 예약 가능
- 카카오톡으로 알림톡 발송 및 전화예약

예써



- 내 주변 맛집 소개
- 일일이 식당 맛집을 들어가서 실시간 대기 정보 노출
- 원격으로 대기 가능
- 소비자들에게 유료 서비스

네이버 예약



- 네이버 아이디로 사전 예약
- SMS 및 네이버 앱을 통해 실시간 진행상황 전달
- 네이버페이로 사전 결제

## 매장에 온 고객들을 관리

나우웨이팅



- 제휴 매장 1,500개
- 현장 방문 후 Kiosk로 대기 접수
- 현장 주변에서 대기 한 뒤 자신의 순서가 알림으로 오면 입장

망고웨잇



- 누적 고객 수 16만
- 매장 앞에 설치된 태블릿에 정보 입력
- 현장 주변에서 대기
- 대기 정보 문자 수신, 자리 준비 완료시 알림

# 선행 업체 분석



1. 탐색

2. 결정

3. 이동

4. 접수

5. 입장

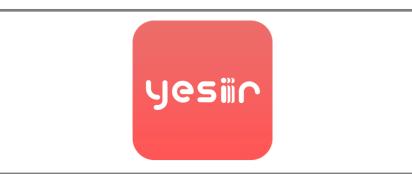
## 고객들을 매장 앞으로

테이블링



- 제휴 매장 890개
- 식당 선택 후 원격으로 예약 가능
- 테이블 별 예약 가능
- 카카오톡으로 알림 톡  
발송 및 전화예약

예써



- 내 주변 맛집 소개
- 일일이 식당 맛집을 들어가서 실시간 대기 정보 노출
- 원격으로 대기 가능
- 소비자들에게 유료 서비스

## 매장에 온 고객들을 관리

네이버 예약



LIFO의 차별점  
예약

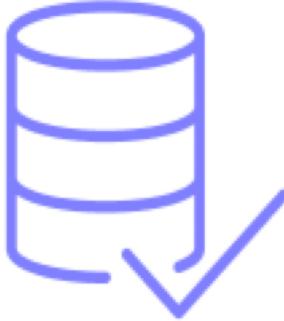
나우웨이팅



망고웨잇

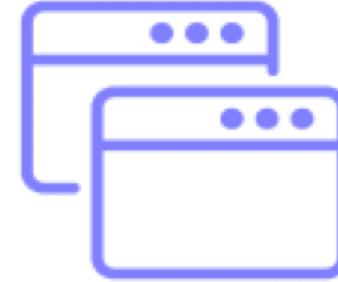


- ① 충족시키는 고객의 시점과 수요가 다르다
- 네이버 아이디로 사전 예약
  - 제휴 매장 1,500개
  - 누적 고객 수 16만
- ② 앱 UI로 종합된 대기 정보를 제공해 가치성을 높인다.
- 네이버페이로 사전 결제
  - 현장 주변에서 대기 한 뒤 대기 접수
  - 현장 주변에서 대기 정보 입력
- ③ 수익을 창출하는 비즈니스 모델이 우리와 다르다.
- 자신의 순서가 알림으로 대기 정보 문자 수신, 자리  
오면 입장
  - 준비 완료시 알림



## 데이터 확보

GPS 정보를 이용하여 데이터를 산출하는  
과정에서 발생하는 **기술적 요인**과 데이터가  
**누적 될 때까지 소요시간이 필요함**



## 시스템 표준화

기존 매장들의 고객 관리 시스템을 대체하지 않고  
**조화롭게 우리의 소프트웨어를 Built-In 하는**  
**작업이 필요함**



## 손님

1. 낯선 곳에서 가능한 빨리 핫플에 방문하고자 하는 수요를 충족
2. 대기 과정에서의 불확실성 감소를 통해 안정적인 선택이 가능함

## 점주

1. 효율적인 대기 관리를 가능하게 함
2. 선결제 시스템을 통해 예약 시스템의 노쇼 (No-Show) 문제 해결
3. 고객들의 종합적인 만족도 상승으로 단골 고객 창출 가능

# 단기적 추진 계획



## 1단계: 앱 개발

- LIFO의 기능을 기술적 요인으로 구현
- 테이블 회전율 계산을 통한 대기시간 창출
- GPS를 통해 수집한 데이터를 통해 필요한 정보를 창출해내는 알고리즘을 개발
- 기존의 고객관리 시스템을 대체하지 않고 우리의 소프트웨어를 조화롭게 Built-in 할 수 있도록 개발

## 2단계: 시범운영



- 개발한 알고리즘을 반드시 테스트해 데이터를 수집, 고객 및 점주의 반응 조사
- 송리단길 몇 점주들과 현재 컨택트를 진행 중

## 3단계: 분석 및 보완

- Field Test를 통해 발생하는 문제점들을 통해 기존 어플리케이션을 보완
- 고객 및 점주들의 Needs 확인 및 분석
- 점주들이 우리의 어플리케이션을 통해 Value를 체감하고 있다는 Reference Basis 확보

## 4단계: 확장

- 확보한 Reference를 통해 제휴 맵을 매장의 수를 확장
- 서비스 확장을 통한 기존 Database 보완 및 기술적 부분을 정교화
- 추가적인 시범운영이 필요한 지역, 매장 종류, 시간대 선정

## 5단계: Feedback

# 장기적 성장 전략



## Phase 1

- 어플리케이션 개발이 완료되는 대로 몇몇 식당들을 통해 Field Test 진행 예정
- 처음부터 급한 성장을 목표로 삼기보다는 작게 “낯선 곳” “빨리” 방문하고 싶어하는 고객층을 확실히 확보하는 것을 목표
- Field Test를 통해 어느 정도 Value와 Reference Basis를 창출하면 다른 점주들과 계약을 맺는 것은 비교적 수월할 것으로 판단

## Phase 2

- 단순히 낯선 곳을 방문한 고객들 뿐만 아니라 익숙한 고객들 까지 확보하는 것을 목표
- 공격적인 마케팅 전략을 통해 많은 정부들을 확보하고, 소비자들에게 어플리케이션의 노출 빈도를 상승시키는 것을 목표
- 고객들을 Lock-In 시킬 수 있는 My Page 기능 활성화. 고객들이 자주 방문하는 식당들 기반으로 혜택을 부여하는 기능.

## Phase 3

- LIFO의 핵심 기능인 “원격 접수”와 기존 현장 Kiosk 접수와 연동은 불가피하다고 판단
- 선행 업체들과 데이터 베이스 영역 공유를 통해 각자 시스템을 상호 보완하며 현장 및 원격 고객관리를 가능하게 함
- 기존 업체와 서로 고유의 영역을 해치지 않으면서 서로 win-win 할 수 있는 전략을 추구

# 팀 구성원

## 경영팀



**CEO** 한건희

연세대학교 경영학과  
KEC 대상 수상  
“빅데이터에 대한 소개와 활용 방안에 대한 연구”  
Journal of the Korean Data Analytics Society에 게재



**COO** 박주형

University of Pennsylvania, The Wharton School  
재무학, 비즈니스 분석학 전공  
前 Business Black Box Korea 심사위원



**CMO** 김성훈

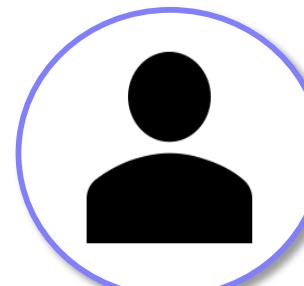
홍콩 과기대학교 환경기술학과

## 개발팀



**CTO** 민영기

New York University 컴퓨터공학과



김상우

University of Waterloo 컴퓨터공학과  
前 ICF Olson Toronto 인턴

Last in First Out  
감사합니다