



서강대학교
SOGANG UNIVERSITY

M_(맛집).B_(별점).T_(테마).I_(인포).랭킹

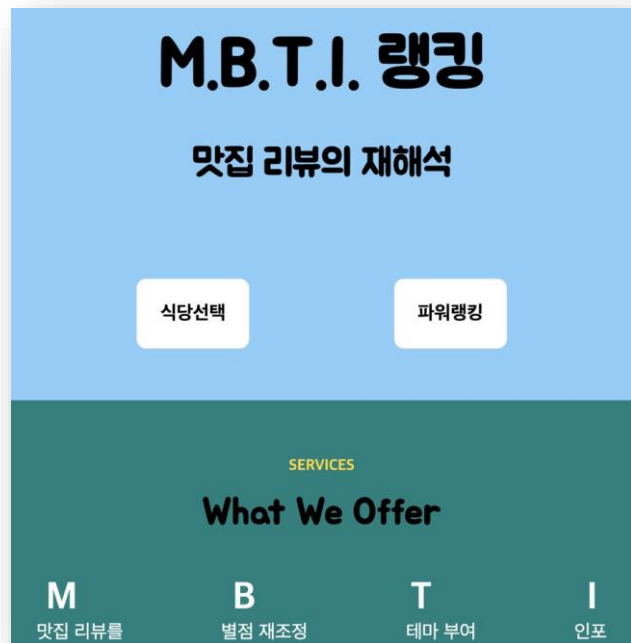
맛집 리뷰의 재해석



2022. 06. 19.
캠퍼스 봄날씨

M81330 오성현(조장)
M81323 박 승, M81324 배진성, M81325 빈준영
M81328 안덕성, M81337 이재열 <가다나순>

CONTENTS



I Introduction

II Value Proposition

III Target Market

IV Business Model

V Financial Plan

VI Implementation Plan

VII 결론

I. Introduction

1/4 MZ세대의 음식점 선택 기준 : SNS, 별점, 이용후기

MZ세대는 경험을 중시하는 소비를 추구하기 때문에 배달음식이나 외식 또는 간편식에 만족하지 않음.
이용후기 검색을 통해 유명한 맛집에서 인스타그램에 올릴 만한 예쁘고 맛있는 음식이나 조금은 비싼 식당에서 고급스러운 만찬을 즐기기는 것이 하나의 중요한 여가로 자리 잡음

SNS를 중심으로 하는 FLEX 문화

디지털 환경에 익숙한 MZ세대가 핵심소비계층 부상

☑ MZ세대 : 최신 유행에 민감, 자기만의 행복 추구

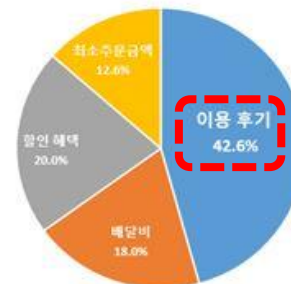


☑ 별점, 이용후기 등을 참조하여 음식점 선택

✓ MZ세대는 음식점을 선택하는데 리뷰 검색이 생활화되어 있고, 적극적으로 정보를 찾는 경향이 뚜렷함

배달앱 음식점 선택시 중요 고려요인

배달앱 음식점 이용후기 정렬기준



[Base: 전체 응답자(n=500), Unit: %]

출처 : 한국소비자연맹 조사결과



[Base: 별점, 리뷰 등 이용 후기 고려자 1+2순위(n=291), Unit: %]

2/4 이용후기 및 별점에 대한 딜레마

하지만 한국소비자연맹 발표에 의하면 음식점 후기를 보고 선택한 사람들 중 **48.9%가 불만족함**
아울러 **이용후기 신뢰도 48.2%, 만족도 66.3%**로 이용후기 작성경험 81.4%에 비해 상대적으로 낮음

이용후기 및 별점 신뢰할 수 있을까?

☑ 우리가 검색하는 정보는 과연 믿을만한가?

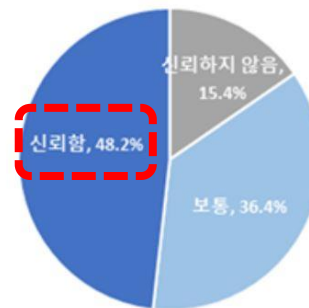


출처 : 2022 외식업 트렌드 콘텐츠

이용후기 신뢰도 및 만족도

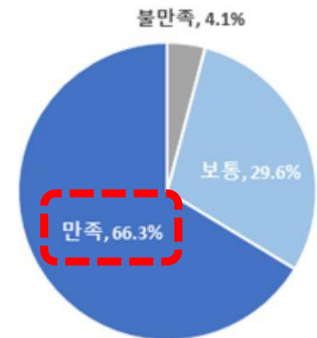
☑ 이용후기 활용을 대비 신뢰도 및 만족도는 낮은편

이용후기 신뢰도



출처 : 한국소비자연맹 조사결과

이용후기 만족도



3₄ 실제 데이터 분석을 통해 별점과 이용후기 Gap 발견

“캠퍼스 봄날씨”에서 음식점의 별점과 이용후기를 크롤링하여 자체 분석한 결과
고객들이 작성한 별점과 이용후기가 서로 불일치하는 경우가 많은 것으로 확인됨

별점 상위 Rank, 후기 불만족

음식점명	별점	후기
스타*스	5	글레이즈드 퐁냄새 나요
아*돌 감	5	불친절 하다
우마*텐	5	진짜 서비스 엉망 최악인 곳 다들 보시라고 맛있다고 올림
쉐이*썩	5	후라이는 맛없어서 두조각 먹고 버렸어요 후라이 살 돈...
온*보드	5	매우 비쌉니다
바*레드	4	가격에 비해 별로
땀*	5	간적었는데 리뷰쓰라고 떠서 그냥 만점 줌
맷*페	4	추가 피해자를 막기 위해 없어야함 내돈주곤 다신 안...
카페*마	4	주차 최악

별점 하위 Rank, 후기 불만족

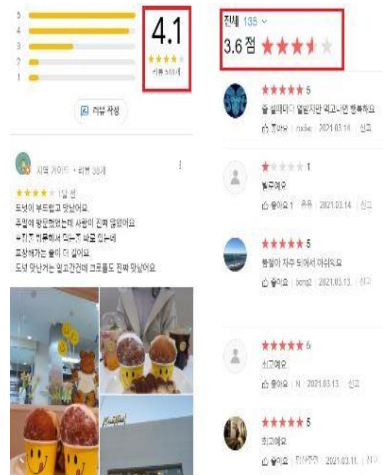
음식점명	별점	후기
*커피	2	가성비 갑
감성타*	2	감성타코는 맛은 보장
빌*감남	1	간격두기가 잘 지켜지고 음식 접대도 좋았어요
카페 *월	1	갬성 카페 였어요
남*포차	1	굿
*아냉면	1	다 좋은데 주차하기가 매우 힘들어요 주차 요원을 고용...
카페*마	1	맛과 분위기가 너무 좋고 위치도 가까워 거의 매주 이용...
버뮤다	1	분위기도 좋고 음식도 맛있었어요
매우*오	2	좋은 가격에 맛도 좋고 재방문 의사 있습니다

4 Ideation - M.B.T.I. 랭킹(맛집 리뷰의 재해석)

어떻게 하면 올바른 선택에
도움을 줄 수 있고,
유익하면서 편리한 시스템을
만들 수 있을까?



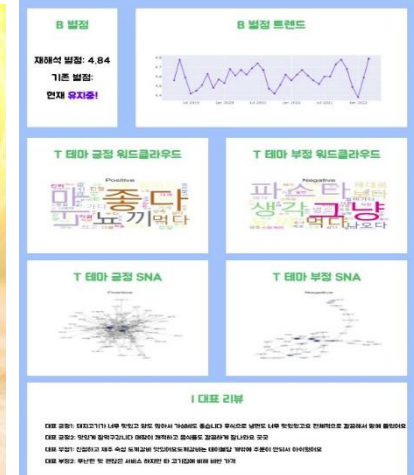
Step 1 데이터 수집



Step 2 데이터 분석



Step 3 정보제공



☑ Google, 카카오맵, 네이버,
망고플레이트에서 음식점의
별점, 리뷰정보 크롤링(17만건)

☑ ROBERT ENSEMBLE 모델을
이용한 별점 재조정, SNA분석,
감성사전, 시계열분석 등을 진행

☑ Dashboard를 통해 조정 별점,
시계열 트렌드, SNA결과,
파워랭킹 등의 정보를 제공

II. Value Proposition

1/3 What to Sell – M.B.T.I. 대시보드

“M.B.T.I. 대시보드”는 **M. 맛집** 정보를 **B. 별점** 재조정하고 **T. 테마**를 부여한 **I. 인포메이션** 개인의 취향을 반영하여 지역/식당종류/금액에 따라 선택할 수 있고, 음식점 선택 시 M.B.T.I. 대시보드를 제공함

홈페이지 초기화면 예시



M.B.T.I 랭킹 정보 서비스 제공

- ✓ **M : 맛집이름**
- ✓ **B : 별점조정**
 - 로직** KOBERT활용 알고리즘 고도화
 - 시계열 데이터 : 리뷰 데이터의 변동을 표현
 - 최근 시점의 데이터 변동을 표현
- ✓ **T : 테마**
 - 로직** WordCloud, 기존 Text data를 활용하여
 - 시맨틱 네트워크 분석 (SNA)
- ✓ **I : 인포메이션 : 금/부정 대표리뷰**

1/3 What to Sell - 파워랭킹 대시보드

“파워랭킹”은 **지역, 음식, 가격대**에 따라 **조정별점의 평균과 최근 리뷰의 개수를 고려하여** 주간 음식점 랭킹 대시보드를 제공함

홈페이지 초기화면 예시



파워랭킹 정보 서비스 제공

- ✓ **조정평점평균과 리뷰개수의 가치를 동시에 반영**
- ✓ **지역, 업종 별 전체 조정 평균평점을 반영하여**
- ✓ **점수를 조정 (베이지안통계 사전확률 개념 응용)**
최근 3개월 간 평점을 이전 평점과 비교하여 최근
- ✓ **영업 성과를 띄상, 띄락 등 지표로 표시**
전 주 대비 랭킹의 등락을 표시

1/3 What to Sell – Product & Service

고객 취향에 맞는 공정한 고품질 / 체험형 **SMART** 정보 서비스 제공

고객들과 함께 만들어 가는 차별화된 실질적인 맞춤형 서비스 제공

Point 1 Product

- ✓ **별점과 이용후기 간의 Gap 조정**
 - 신뢰할 수 있는 별점 제공
- ✓ **고객 취향에 맞는 고품질 정보 웹/앱**
 - 보다 객관적이고 공정한 정보 제공
 - 직관적이고 시각적인 대시보드를 통한 종합적인 정보제공
- ✓ **경험적이고 실용적인 음식점 정보 제공**
(Empirical & Practical Information)
 - 모니터링 기능을 통해 정보 Refinement

Point 2 Service

- ✓ **SMART 한 식당정보 제공**
 - 구체적인 (S)pecific 내용 : 교통, 가격 등
 - 객관적으로 측정가능한 (M)easurable 내용
 - 실제 기반의 (A)uthentic 내용
 - 후기 등을 감안한 실제적인 별점 재조정
 - 내가 찾고 있는 것과 관련성 (R)elevant이 있는 내용
 - 나의 성격과 기호에 맞는 분위기
 - 원하는 시점에 생일, 결혼기념일 등 제공되는 (T)ime-Bound 내용의 서비스를 제공함

1/3 What to Sell

후기 정보를 Kobert 알고리즘을 사용하여 기존 별점을 재조정함으로 현실화 하여 고객에게 보다 적합한 정보 서비스를 제공함

별점 하향 조정 : 169,868개 중 37,148개(28%)

음식점명	기존별점	조정별점	후 기
스타*스	5	1	글레이즈드 통냄새 나요
아*돌 감	5	1	불친절 하다
우마*텐	5	1	진짜 서비스 엉망 최악인 곳 다들...
쉐이*웍	5	1	후라이는 맛없어서 두조각 먹고 버렸어요
온*보드	5	2	매우 비쌉니다
바*레드	4	2	가격에 비해 별로
팜*	5	2	간적었는데 리뷰쓰라고 떠서 그냥 만점
맷*페	4	1	추가 피해자를 막기 위해 없어야함...
카페*마	4	1	주차 최악

음식점명	기존별점	조정별점	후 기
*커피	2	5	가성비 갑
감성타*	2	5	감성타코는 맛은 보장
빌* 강남	1	5	간격두기가 잘 지켜지고 음식 접대도 좋았어요
카페 *월	1	5	갬성 카페였어요
남*포차	1	5	굿
*아넬먼	1	4	다 좋은데 주차하기가 매우 힘들어요...
카페*마	1	5	맛과 분위기가 너무 좋고 위치도 가까워
버뮤다	1	5	분위기도 좋고 음식도 맛있었어요
매우*오	2	5	좋은 가격에 맛도 좋고 재방문 의사 있음

별점 상향 조정 : 169,868개 중 27,829개(16%)

2/3 Why to Buy

기존 별점 및 후기정보 등을 고객 관점에서 재조정하여 고객에게 신뢰할 만한 음식점 정보를 제공함
또한 적시에 정확한 개인화된 프리미엄 정보를 제공하여 소비자들의 니즈를 충족할 수 있음

신뢰할만한 음식점 정보 제공

- ☑ **고객들의 별점/후기 의존도 증가**
 - 별점부여 기준이 상이하여 객관성 결여
 - 시계열 정보를 통해 최신 이슈 식당정보 제공
- ☑ **직관적인 정보로 가독성 강화**
 - 시각적인 정보로 빠르고 정확하게 정보제공 가능
 - 대표 키워드 등을 통해 한눈에 이해 가능

개인화된 프리미엄 서비스 제공

- ☑ **Right Time 제공**
 - 소개팅, 기념일 등 필요한 시점에 적시에 제공
 - 계절별/상황별 핫한 음식 소개
- ☑ **Right Information 제공**
 - 개인의 취향에 보다 근접한 분위기 / 가격 등 적절한 정보를 제공
 - 형식적인 별점이 아닌 실제적인 평가를 통해 만족도 제고

2/3 Why to Buy(보충)

장점

- 지역/음식종류/금액별 검색이 가능
- 최신 트렌드 뿐만 아니라 테마별로 대교 긍정 키워드 등을 제공

M.B.T.I. 대시보드

B 별점

재해석 별점: 4.84

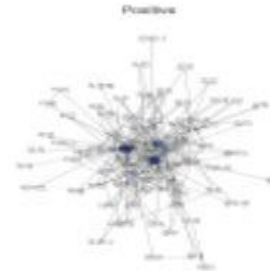
기존 별점:

현재 유지중!

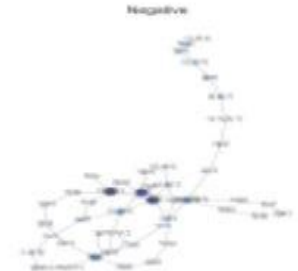
B 별점 트렌드



T 테마 긍정 SNA



T 테마 부정 SNA



T 테마 긍정 워드클라우드



T 테마 부정 워드클라우드



I 대표 리뷰

대표 긍정1: 돼지고기가 너무 맛있고 양도 많아서 가성비도 좋습니다 후식으로 넣어도 너무 맛있었고요 전체적으로 깔끔해서 맘에 들었어요

대표 긍정2: 맛있게 잘먹구합니다 매장이 쾌적하고 음식들도 깔끔하게 잘나와요 곳곳

대표 부정1: 친절하고 제주 속성 도끼갈비 맛있어요도끼갈비는 테이블당 개박에 주문이 안되서 아쉬웠어요

대표 부정2: 무난한 맛 괜찮은 서비스 하지만 타 고기집에 비해 비싼 가격

2/3 Why to Buy(보충)



장점

- 지역/음식종류/금액별 검색이 가능
- 주 단위 순위변동을 한 눈에 보여줌

파워랭킹 대시보드

금주의 성수동 맛집 파워랭킹

파워랭킹	식당 이름	순위변동	별점 트렌드	재해석 별점	최근 별점
1	고집132 성수본점	-	유지중	4.84	4.72
2	누이테이블	+4	떡상중	4.66	4.79
3	로얄인디안레스토랑	-	유지중	4.57	4.5
4	로우커피스탠드	-	유지중	4.46	4.5
5	소바 가조쿠	-2	하락세	4.45	4.43
6	플레이버타운	-	유지중	4.44	3.83
7	맛닿음	-	유지중	4.38	4.17
8	브루잉 세레모니 Brewing	+1	유지중	4.7	4.67
9	오설록 티하우스 성수점	-	떡상중	4.61	5.0
10	모멘토	+2	상승세	4.61	4.67
11	윌 성수	+1	유지중	4.56	4.56
12	오우드(OUDE)	-	유지중	4.5	4.67

3/3 How to Sell

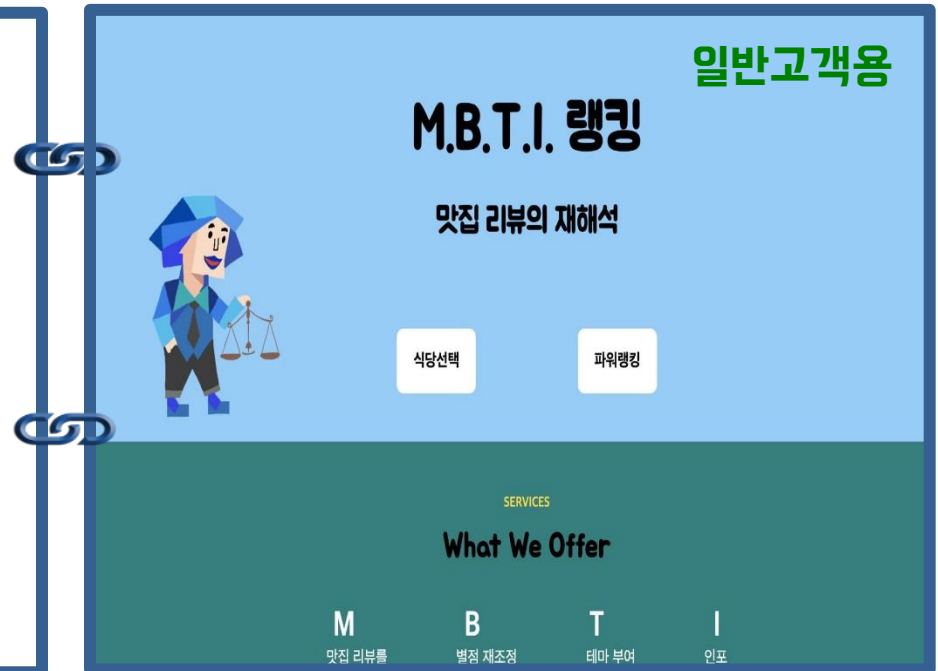
타 사이트 대비 차별화된 서비스 제공

회원제를 통한 Lock-In 효과 유도, 통신사 마일리지 등으로 회비 대체 유도

일반고객을 회원고객으로 유도

- ☑ 타 사이트 대비 차별화된 서비스 제공
 - 급상승한 음식점 트렌디한 정보 제공을 통해 핫플 소개
- ☑ 회원고객이 되는 경우 풍성한 서비스 제공
 - 일반 회원대비 차별화된 만족도를 제공함으로 고객편의 제공
 - 회원인 경우 음식점 정보 조정 의견개진 권한 부여
(양방향 소통을 통한 주인 의식 및 랭킹 신뢰도 제고)
 - 통신 Point 등 사장되는 포인트를 제공함으로 회비납부 부담
최소화로 회원 확대 유도

회원고객용 홈페이지 화면 예시



3/3 How to Sell

회원 고객을 충성 고객으로 유도 맞춤 정보 선제적 제공 (Personalization)

Mileage Point 제공, 기념일에 해당하는 적정정보 제공

충성고객용 홈페이지 예시

The screenshot shows a member's homepage with a header '채팅' and a search bar. A green label '회원고객용' is overlaid. Below the header, there's a message from 'MBTI' saying '고객님 Happy Birthday!!' and '소중한 날에 땡땡 레스토랑 방문해보세요'. The main content area is divided into two columns: '대시보드 자유 게시판' and '피워 행킹 자유 게시판'. The left column lists various posts with dates and some have blue '+1' or '+2' icons. The right column also lists posts with dates and some have blue '+1' or '+2' icons.

회원고객을 충성고객으로 유도

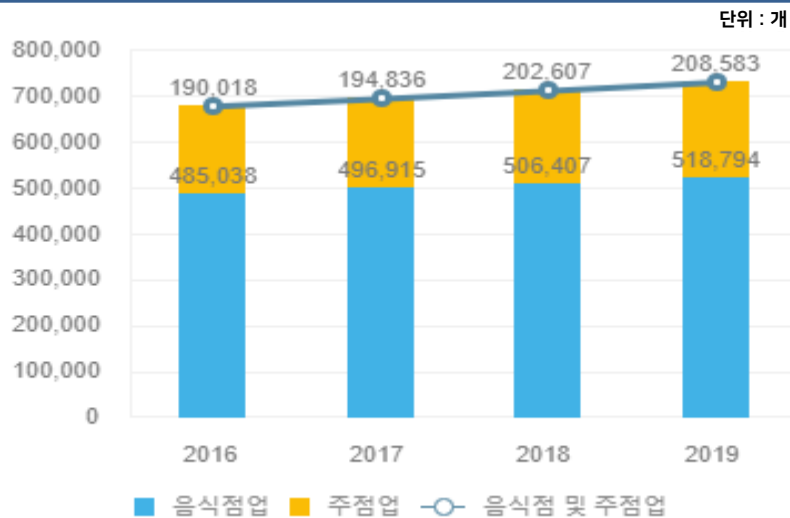
- ☒ **Mileage Point 제공**
 - ✓ 핫플,트렌디한음식점 신규발굴시 마일리지 포인트 제공
 - ✓ 회원의견 적극 반영으로 Loyalty 제고 및 본 정보 Refinement 강화
- ☒ **기념일에 해당하는 적정정보 제공**
 - ✓ 소개팅,기념일 등 필요한 시점에 선제적 정보 제공 (선특, 메일 등)
- ☒ **고객 성향에 맞는 정보 제공**
 - ✓ 개인의 취향에 보다 근접한 분위기/가격 등 적절한 정보를 제공

III. Target Market

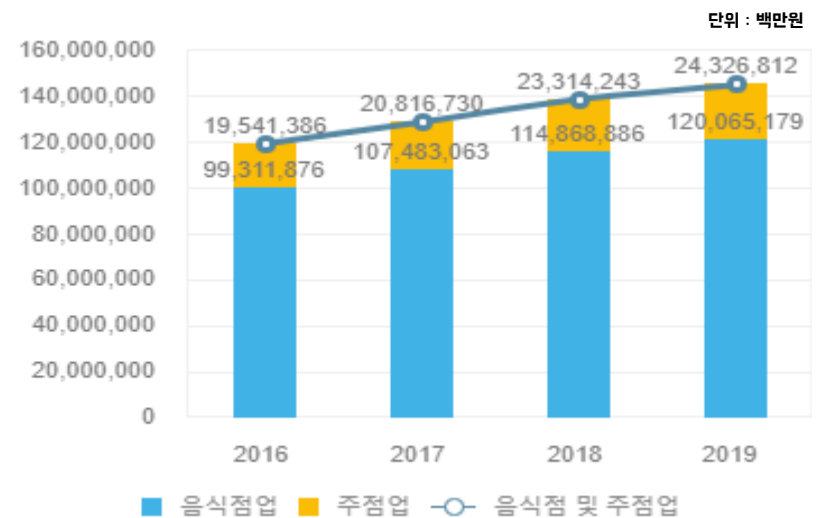
1/2 Size & Growth

국내 음식점 및 주점업 산업은 가파르지는 않지만 성장추세임. 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 인해 잠시 주춤하였지만 성장추세는 계속될 것으로 판단됨

코로나19 이전 음식점 및 주점업 사업체 수



코로나19 이전 음식점 및 주점업 매출액



1/2 Size & Growth

코로나19 바이러스 유입 이후 최초로 대규모 확진자가 발생했던 2020년 3월에 비해 시장은 점차 회복세를 보이고 있음

코로나 이후 지역별 외식산업 매출 현황

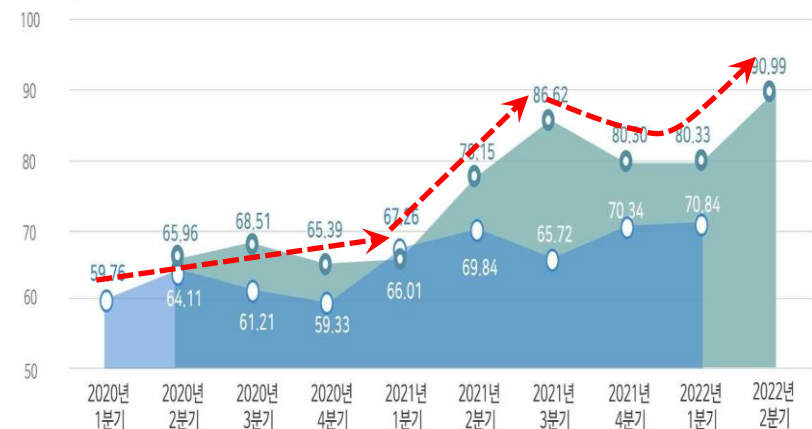
단위 : 억원

구분	매출액(억원)					증감률(%)			
	'22.3월	'22.2월	'21.3월	'20.3월	'19.3월	전월 비	'21년 동월 비	'20년 동월 비	'19년 동월 비
전국(A)	70,901	58,312	70,051	64,175	87,564	21.6%	1.2%	10.5%	-19.0%
서울	23,264	18,788	22,237	20,655	28,509	23.8%	4.6%	12.6%	-18.4%
대구	1,870	1,502	1,949	1,163	2,435	24.5%	-4.1%	60.8%	-23.2%
인천	3,328	2,671	3,268	3,465	4,939	24.6%	1.8%	-3.9%	-32.6%
광주	1,290	1,039	1,383	1,360	1,722	24.1%	-6.7%	-5.2%	-25.1%
대전	1,407	1,113	1,540	1,498	2,104	26.4%	-8.6%	-6.1%	-33.1%
울산	1,077	866	1,114	982	1,477	24.4%	-3.3%	9.7%	-27.1%
세종	355	273	343	282	384	30.1%	3.4%	25.9%	-7.6%
경기	18,434	14,876	17,618	16,935	21,081	23.9%	4.6%	8.9%	-12.6%
강원	2,430	2,427	2,496	2,419	3,069	0.1%	-2.6%	0.5%	-20.8%
전남	1,751	1,378	1,869	1,744	2,008	27.0%	-6.3%	0.4%	-12.8%
제주	1,461	1,432	1,465	1,099	1,459	2.0%	-0.3%	33.0%	0.1%

출처 : 한국농수산물유통공사

외식산업 경기동향지수 추이

○ 현재 지수
● 전망 지수



출처 : 한국농수산물유통공사

2₂ Situation & Segmentation

외식산업은 경기 및 외부 상황에 따라 변동이 있지만, 기본적인 수요는 유지되는 매력적인 시장임.
 주 소비자는 『서울에 살고 적극적으로 이용하기 정보를 검색하는 MZ세대』임.

외식산업시장 5-Force

구 분	현 황
경쟁자	➢ 우리와 유사한 서비스를 제공하는 업체의 어플 외에도 배달의 민족, 요기요 등 배달 어플도 직접적인 경쟁자임
공급자	➢ 망고플레이트, 다이닝 코드, 식신, 포잉 등 다양한 공급자가 존재함
고 객	➢ 전 연령대의 고객들이 '외식'이라는 키워드에 관심을 가지고 있지만, 앱을 활용하는 고객층은 주로 20~30대 고객임
대체자	➢ 배달 어플, 밀키트 등이 낮은 전환비용으로 우리가 제공하는 서비스를 대체 가능함
시장진입	➢ 정확한 데이터를 모으고 고객이 원하는 정보를 커스터마이징하여 얼마든지 제공이 가능하기 때문에 진입장벽은 높지 않음



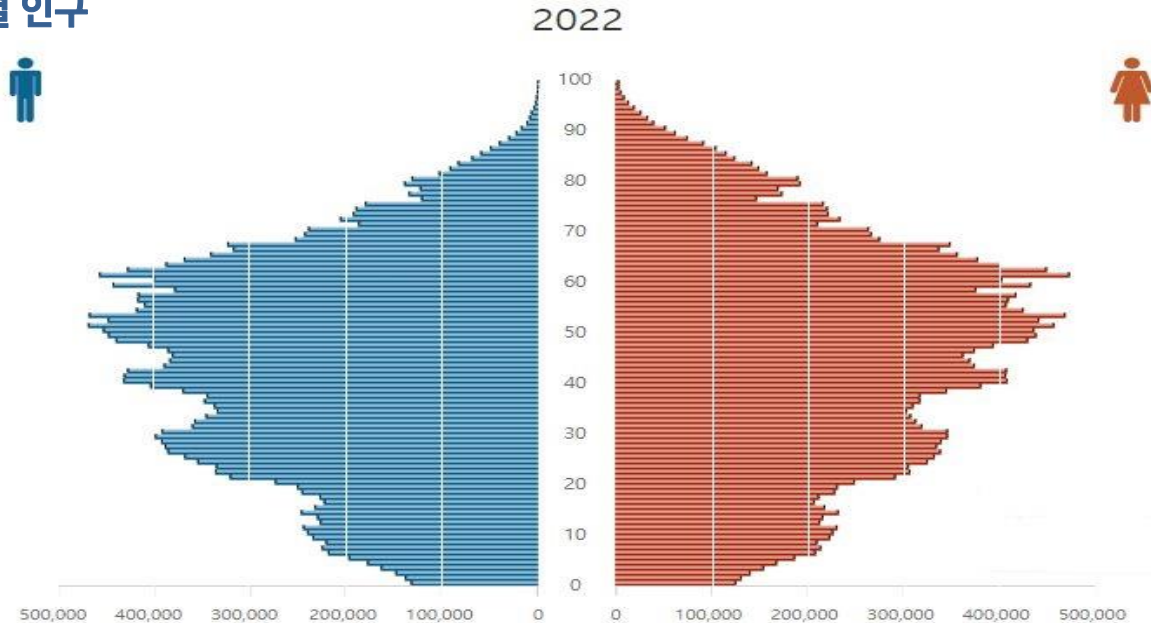
★ 시장의 진입장벽은 낮고 치열한 경쟁 시장이지만
 우리와 동일한 서비스를 제공하는 회사는 없음
 특허 출원을 통해 서비스의 경쟁력의 확보 가능!

Segmentation

구 분	현 황					
	0~19세	20대	30대	40대	50대	60대
소비여력	1	3	4	5	3	2
트렌드 민감도	상			중	하	
	5			3	1	
앱 접근성	상			중	하	
	5			3	1	
유사 서비스 이용여부	유경험자			중간	미경험자	
	5			3	1	

2₂ Situation & Segmentation(보충)

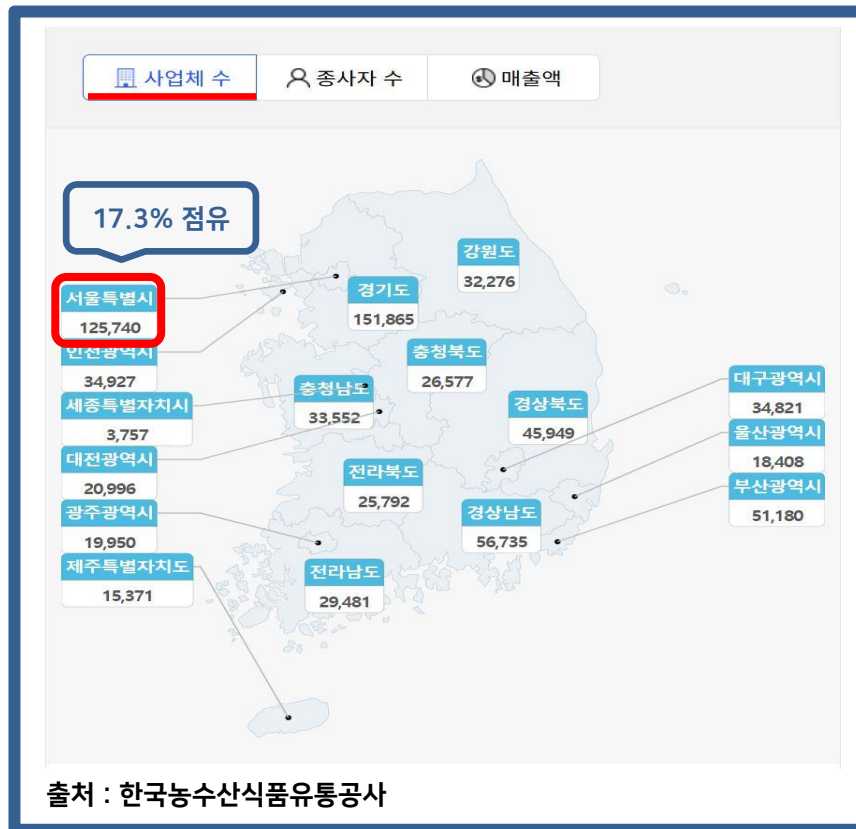
2022년 연령대별 인구



	계	0~9세	10~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	70~79세	80~89세	90세~
전체	51,628,117	3,624,712	4,588,575	6,723,892	6,854,354	8,085,971	8,588,003	7,207,442	3,768,818	1,904,624	281,726
비율	100%	7.0%	8.9%	13.0%	13.3%	15.8%	16.5%	14.0%	7.3%	3.7%	0.5%
남자	25,790,370	1,875,780	2,368,506	3,552,574	3,592,515	4,125,529	4,318,029	3,518,595	1,714,123	685,198	61,521
여자	25,837,747	1,766,932	2,220,069	3,171,318	3,261,839	3,964,442	4,269,974	3,688,847	2,054,695	1,219,426	220,205

2/2 Situation & Segmentation(보충)

2019년 서울특별시 사업체수 및 매출액



2/2 Situation & Segmentation(보충)

Target 대상 고객

Segmentaion에 따른 잠재 대상고객 산출

대한민국 인구	서울 인구*	20~39세 인구**
51,628,117명	9,551,202명	2,511,966명

* 지역별 인구통계에 따르면 서울의 인구는 전체 대비 약 18.5%임 (출처 : 통계청)

** 우리나라 인구 중 20~39세 인구는 전체 대비 약 26.3%임 (출처 : 통계청)

실제 서비스를 이용가능한 Target 목표고객 산출

20~39세 인구	Target 비율***	20~39세 인구
2,511,966명	10%	251,197명

*** 유사 서비스를 제공하고 있는 기존의 경쟁자들이 있기 때문에 초기 Target 비율을 10%로 가정

251,197명

IV. Business Model



9 Canvas 정리

Partner	Key Process	Value Proposition	Customer Relationship	Target Market
<p>1. 별점과 랭킹의 공정성/신뢰성을 위해 개별 음식점과의 파트너십은 지양</p> <p>2. 식품 온라인 쇼핑물/배달업체/인플루언서와의 파트너십 체결</p>	<p>1. Development</p> <p>2. Sales(구독,광고)</p> <p>3. Marketing (SNS,시식단)</p> <p>4. A/S</p>	<p>1. 고객 취향에 맞는 공정한 고품질 / 체험형 스마트 “M.B.T.I 랭킹” 제공</p> <p>2. 기존 별점 및 후기정보 등을 고객 관점에서 재조정하여 고객에게 신뢰할 만한 음식점 정보를 제공</p> <p>3. 타 사이트 대비 차별화된 서비스 제공 (회원제도 추가운영)</p>	<p>1. 회원 리뷰 포인트&알림 서비스</p> <p>2. 양방향 소통 게시판 운영</p>	<p>1. 외식시장은 코로나19로 인해 잠시 주춤하였지만 성장추세인 시장임 (CAGR 약 5%)</p> <p>2. (1차 Target) 서울에 살고 검색을 통해 적극적으로 정보를 찾아보는 20~30대 MZ세대</p> <p>3. (2차 Target) 서울 외 인구가 밀집된 수도권 및 광역시의 20~30대 MZ세대</p>
Cost Model			Revenue Model	
<p>(Best Case) 구축비용 4.4억원, 광고비 1억원 (이후 10% 상승)</p> <p>(Base Case) 구축비용 4.4억원, 광고비 1.5억원 (이후 10% 상승)</p> <p>(Worst Case) 구축비용 4.4억원, 광고비 2억원 (이후 10% 상승)</p>			<p>(Best Case) 1년차 4.5억원, 2년차 9억원</p> <p>(Base Case) 1년차 3억원, 2년차 6억원</p> <p>(Worst Case) 1년차 1.5억원, 2년차 3억원</p>	

1/7 Channel

『M.B.T.I. 랭킹』 음식 추천 비즈니스 플랫폼을 앱(app)과 웹(web)으로 고객 친화적인 서비스를 제공한다.

M.B.T.I. 랭킹

맛집 리뷰의 재해석

식당선택

파워랭킹

SERVICES

What We Offer

M

B

T

I

맛집 리뷰를

별점 재조정

테마 부여

인포

식당 옵션 선택

지역 선택:

성수동

음식 종류 선택:

모든 음식

가격대 선택:

모든 가격대

검색!

B 별점

재해석 별점: 4.84

기존 별점:

현재 유지중!

B 별점 트렌드

T 테마 긍정 워드클라우드

T 테마 부정 워드클라우드

T 테마 긍정 SNA

T 테마 부정 SNA

I 대표 리뷰

대표 긍정: 돼지고기가 너무 맛있고 양도 많아서 가성비도 좋습니다 우식으로 남편도 너무 맛있었고요 전체적으로 깔끔해서 맘에 들었어요

대표 긍정2: 맛있게 잘먹구갑니다 매장이 쾌적하고 음식들도 깔끔하게 잘나와요 곳

대표 부정: 친절하고 재주 숙련 도끼갈비 맛있어요도끼갈비는 테이블당 개박에 주문이 안되서 아쉬웠어요

대표 부정2: 무난한 맛 편장은 서비스 하지만 타 고기집에 비해 비싼 가격

2/ Partner

별점과 랭킹의 공정성/신뢰성을 위해 개별 음식점과의 컨택은 지양하고 식품 온라인 쇼핑몰&배달업체/
인플루언서/통신사와의 Partnership을 체결한다.

온라인쇼핑몰&배달업체



유명 쇼핑몰과 배달업체에 배너로 광고

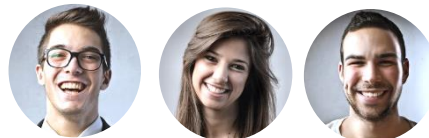
- 파트너십을 통해 광고홍보비를 절약하고, 음식과 관련되어 있기 때문에 Target층에 광고효과 높음



관련 대쉬보드 및 랭킹에 배너 제공

- 음식점 대시보드 및 파워랭킹에 관련된 음식 재료 주문이나 음식배달을 배너로 제공

인플루언서 시식단 운영



인플루언서로부터 서비스 모니터링

- Target 으로 선정된 음식관련 50명의 인플루언서로부터 음식점 별점 /랭킹/대쉬보드에 대한 모니터링을 받고 데이터를 추가 반영함



음식 협찬 및 부가서비스 채널에 홍보 제공

- 별점/랭킹/대쉬보드에 반영하기 위하여 인플루언서에게 방문하게 하고 음식협찬 제공, 앱에 우수 인플루언서 홍보 공간 제공

통신사 파트너십



통신사 포인트를 구독료로

- 고객들이 잘 안쓰고 있는 통신사 포인트를 구독료로 사용하여 구독료 부담을 없애서 고객 유치 증진, 통신사에 우리 앱 광고효과



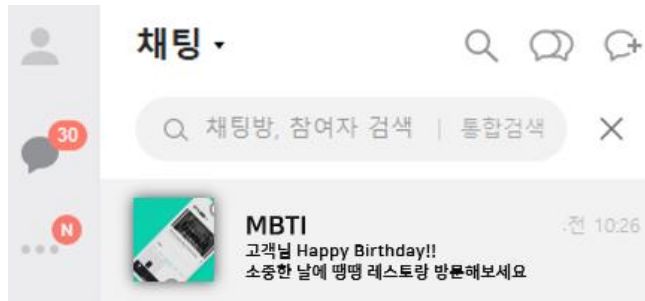
제휴 포인트에 구독료 추가

- 외식으로 제한된 포인트 산업군을 구독료로 확대시킬 수 있고 사양되고 있는 통신사의 포인트를 사용할 수있다

3/7 Customer Relationship

회원들에게 리뷰 포인트와 맞춤형 알림서비스를 제공하고 커뮤니티 게시판을 운영하여 양방향 소통을 도모한다.

회원 리뷰 포인트 & 알림 서비스



회원들의 서비스 Loyalty를 향상

- 대시보드에 음식점 리뷰를 남기면 포인트가 지급되어 현금으로 사용가능(리뷰 당 100원, 하루에 갯수 제한)
급상승 랭킹 음식점 및 개인정보 기반한 생일 등 알림 서비스 제공

양방향 소통을 위한 게시판

대시보드 자유 게시판	+	피워 랭킹 자유 게시판	+
자연 별곡 별칭 수정 중 부탁해요	04-18	지방파워랭킹도 열려 만들어주세요	04-25
소개팅 장소 선택에 많은 도움이 되었습니다	04-11	1위 음식점 10번 강추 해요	04-19
트렌드 순위 식당 가보니까 막 제 취향	03-12	트렌드 반영은 어떻게 되나요?	04-12
음식점 추천	03-12	중식 5위기 아니라 1위 수준	04-11
합정 소개팅	03-12	20대만을 위한 평점 만들어 주세요	03-12
아태원 강남 중 소개팅 장소로 좋은 곳?	03-12	소개팅 평점 결실합니다	03-12

랭킹 신뢰도 제고 및 트렌드 분석

- 음식점 자유게시판, 파워랭킹게시판을 운영하고 관리자를 두어서 대시보드, 별점, 랭킹 등 제공
서비스의 의견을 경청하고 소통하는 게시판 운영
(회원만 작성가능하게 하여 음식점 광고 차단)

4 Key process

『M.B.T.I. 랭킹』 사업을 진행하기 위한 Key 프로세스는 다음과 같다.



5/7 Resource

해당 사업을 위해 필요한 인력, 초기투자, 소요시간 등을 정리해보았다.

필요 인력

- 서비스 개발 3인 (팀장 포함)
 - 컨셉 및 앱 디자인(UI, UX) 기획
 - 프론트/백엔드 개발, 콘텐츠 개발
- 서비스 마케팅 2인
 - 앱, 웹 마케팅 전략 수립 및 실행
 - 자유게시판 관리, 회원 A/S 관리
- 파트너십 계약 체결 업체 및 경영지원 1인
 - 파트너십 관리, 인사, 재무, 총무 등

실무형 대표1명, 팀원 5명으로
구성된 조직 신설

초기 투자 비용

- 앱(App)/웹(Web) 개발 비용
 - 개발비 : 2억4천만원(인건비, 디자인, 콘텐츠 개발 등)
 - 상용 S/W : 4천만원(클라우드 서버)
 - 보안 S/W : 4천만원(모바일 보안, 인증 등)
 - 저장 서버 : 2천만원
- 마케팅/홍보 비용
 - 1억원(광고비, 협찬, 시식단 비용 등)

총 예산 4.4억원
창업관련 신용보증기금 대출 활용

소요 기간

- 사업계획 기간은 약 1개월 소요
- 앱(App)/웹(Web) 개발 기간은 2개월 소요
- 초기 마케팅/홍보 기간은 약 1개월 소요
- 앱(App)/웹(Web) 사전 테스트 기간 1개월 소요

개발 후 통합테스트 및 안정화 기간
고려 시 약 4개월 소요 예상

Revenue Model

- ☑ 구독료는 현금이 아닌 통신사와 제휴하여, 통신사 포인트로 지급을 하고 사후 정산하는 구조를 계획중임

예상 매출을 시나리오 별로 분석한 결과는 다음과 같다.

1년차



Test-bed 적용 버전이며, 신규 플랫폼에 고객을 유치하기 위해 구독료 100원 책정

시나리오	가격	20~39세 인구	Target 비율	예상 총 매출
Best Case	월 100원	2,511,966명	15%	452,153,880원
Base Case	월 100원	2,511,966명	10%	301,435,920원
Worst Case	월 100원	2,511,966명	5%	150,717,960원

2년차



본 적용 버전이며, 서비스 안정화 이후 기존 고객에 대해서는 구독료 100원 유지, 신규 고객에 대해서는 구독료 990원 책정(신규고객은 1년차 고객에서 20% 증가를 가정)

시나리오	기존 고객 매출	가격	신규고객	신규 고객 매출	예상 총 매출
Best Case	452,153,880원	월 990원	37,679명	447,632,341원	899,786,221원
Base Case	301,435,920원	월 990원	25,120명	298,421,561원	599,857,481원
Worst Case	150,717,960원	월 990원	12,560명	149,210,780원	299,928,740원

7/7 Cost Model

예상 비용을 시나리오 별로 분석한 결과는 다음과 같다.

Best Case



광고선전비 1억원, 매년 10%씩 증액 가정 (예상고객을 유치하는데 드는 비용)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
초기 구축비용	4.4억원	-	-	-	-
광고선전비	1억원	1.1억원	1.21억원	1.33억원	1.46억원

Base Case



광고선전비 1.5억원, 매년 10%씩 증액 가정 (예상고객을 유치하는데 드는 비용)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
초기 구축비용	4.4억원	-	-	-	-
광고선전비	1.5억원	1.65억원	1.82억원	2.00억원	2.20억원

Worst Case



광고선전비 2억원, 매년 10%씩 증액 가정 (예상고객을 유치하는데 드는 비용)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
초기 구축비용	4.4억원	-	-	-	-
광고선전비	2억원	2.2억원	2.42억원	2.66억원	2.93억원

V. Financial Plan

1/3 Best Case NPV

예상 NPV를 시나리오 별로 분석한 결과는 다음과 같다.

Best Case

- ☑ 추정 기간 내 연간 매출은 CAGR 약 6.7%(매출액 CAGR 사용), 광고선전비는 10% 증가할 것으로 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
영업수익	452,153,880	1,347,418,562	1,437,695,606	1,534,021,212	1,636,800,633
영업비용	540,000,000	110,000,000	121,000,000	133,100,000	146,410,000
영업이익	-87,846,120	1,237,418,562	1,316,695,606	1,400,921,212	1,490,390,633

- ☑ WACC = 8.0% 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	기업가치
영업이익	-87,846,120	1,237,418,562	1,316,695,606	1,400,921,212	1,490,390,633	
현가계수	1	1.08	1.1664	1.2597	1.3605	
NPV	-87,846,120	1,145,757,928	1,128,854,258	1,112,096,425	1,095,481,607	4,394,344,098

2/3 Base Case NPV

예상 NPV를 시나리오 별로 분석한 결과는 다음과 같다.

Base Case

- ☑ 추정 기간 내 연간 매출은 CAGR 약 6.7%(매출액 CAGR 사용), 광고선전비는 10% 증가할 것으로 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
영업수익	301,435,920	898,279,042	958,463,737	1,022,680,808	1,091,200,422
영업비용	590,000,000	165,000,000	181,500,000	199,650,000	219,615,000
영업이익	-288,564,080	733,279,042	776,963,737	823,030,808	871,585,422

- ☑ WACC = 8.0% 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	기업가치
영업이익	-288,564,080	733,279,042	776,963,737	823,030,808	871,585,422	
현가계수	1	1.08	1.1664	1.2597	1.3605	
NPV	--288,564,080	678,962,076	666,121,174	653,348,391	640,541,304	2,350,508,865

3 Worst Case NPV

예상 NPV를 시나리오 별로 분석한 결과는 다음과 같다.

Worst Case

- ☑ 추정 기간 내 연간 매출은 CAGR 약 6.7%(매출액 CAGR 사용), 광고선전비는 10% 증가할 것으로 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
영업수익	150,717,960	449,139,521	479,231,869	511,340,404	545,600,211
영업비용	640,000,000	220,000,000	242,000,000	266,200,000	292,820,000
영업이익	-489,282,040	229,139,521	237,231,869	245,140,404	252,780,221

- ☑ WACC = 8.0% 가정함

단위 : 원

Best Case	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	기업가치
영업이익	-489,282,040	229,139,521	237,231,869	245,140,404	252,780,221	
현가계수	1	1.08	1.1664	1.2597	1.3605	
NPV	-489,282,040	212,166,223	203,388,090	194,600,356	185,801,001	306,673,630

VI. Implementation Plan

Implementation Plan

초기 실행 단계에는 서비스 연구개발과 별점/랭킹 신뢰성 제고에 집중한다.

단계별 업무		KPI	담당직원	W1,2	W3,4	W5,6	W7,8	W9,10	W11,12	W13,14	W15,16
Development	서비스 연구 기획 개발	정확도	오성현, 박승, 안덕성								
	파워랭킹 (별점재조정, KOBERT)	별점 정확도	박승								
	대쉬보드 (추세, 테마 등)	정보 정확성	오성현								
	시장조사 및 타겟 설정	정확도	이재열, 배진성								
	자유게시판, 맞춤형알람	소요시간	박승, 위탁 업체								
	부가정보서비스	정보의 이용성	오성현, 위탁 업체								
	Front-End (web/앱구현)	소요시간	안덕성								
	서비스 디자인 및 UI, UX	디자인 심미성	빈준영, 위탁업체								
	통합테스트	소요시간	ALL								
Sales	파트너십 및 광고 협약	협약 및 광고 갯수	이재열								
	구독서비스 기획 및 판매	판매금액	이재열								
Marketing	마케팅전략수립	시장점유율	빈준영								
	프로모션 선정	시장점유율	빈준영								
A/S	소비자 만족도 관리	소비자 만족도	배진성								
	서비스 성능 모니터링	에러율	배진성								

VII. 결론

결론

종합

- ☑ 별점/후기를 참조하여 음식점 선택을 하고 있지만 별점/후기 정보와 실제와의 불일치가 만연
- ☑ 개인의 취향에 최적화된 서울에 살고있는 MZ세대의 취향을 저격할 수 있는 신사업 계획
- ☑ M(맛집), B(별점재조정), T(테마), I(정보)대시보드 제공, 최신 트렌드를 반영한 파워랭킹제공
- ☑ 회원리뷰포인트/알림서비스로 인한 회원 Lock in 효과. 구독서비스, 광고로 인한 수익창출
- ☑ 향후 수도권과 광역시 음식점들을 추가하여 서비스 Target을 2.5배로 늘릴 예정
- ☑ 향후 실제 MBTI 성격별로 개인화된 랭킹 대시보드 및 음식점 매칭 서비스 제공 예정

✓ 별점 및 이용후기의 신뢰성을 제고하고 쉽게 접근할 수 있는
M(맛집) B(별점) T(테마) I(정보) 대시보드와 파워랭킹을 제공

THE END
