* 우리의 모델이 중간모델로 설정할 지
* 서비스를 늘리는 것보단, 하드웨어를 간편하게 만들던 지…
* 오프라인 서비스에 온라인 서비스도 제공하면 어떨까? – 온라인의 정보까지 합쳐서 뉴리테일 서비스를 제공하고 싶다! – 분명 기존과는 다른 가치를 제공해줄 수 있다.

사업화 실행 전략 수립

* R&D 및 제품개발 전략
  + 기술개발 및 상용화 방향
    - 상품의 이미지 인식을 통해 계산을 한 번에 할 수 있을 뿐만 아니라 기존에 얻기 힘들었던 오프라인 데이터(비회원 고객의 나이와 성별)의 수집도 가능한 기술 개발
    - 이를 통해 기업은 고객 분석 시, 전수조사가 가능함
    - 고객의 데이터분석을 요구하는 회사를 타겟
    - 기존 매장에 도입 가능하게 개발하였기에 바로 상용화 가능
  + R&D 실행전략
    - 상품 이미지 인식을 위한 데이터셋 구축을 위해 위탁업체 고용 예정
    - 이미지 인식 기술은 우리 회사의 개발자가 직접 개발
  + IP 확보전략
    - 특허 관련
* 생산 및 마케팅 전략
  + 생산, 판매계획 수립
    - 생산은 딥러닝을 할 수 있는 카메라 3대 + 카메라를 담을 공간 하드웨어 1대
    - 편의점, 로드헬스케어샵, 서점 대상으로 렌탈 서비스로 판매 예정
  + 시장진입 및 마케팅 전략
    - 매장과 협력하여 시범 도입 예정
    - 시범 도입 중 피드백을 통해 보완
    - 기술 컨퍼런스 및 세미나 개최 (B2B 마케팅)
    - 시범 도입 중 활발한 SNS 홍보 (유튜브, 페이스북 등) – 대중 대상
  + 매출추정 및 기대수익 산정
    - 인건비 절감 – 절감에 초점
    - 도입 후 6개월의 경과를 보고 산출할 예정
    - 서울에서, 사람이 많이 몰리는 장소 (홍대입구, 신촌역)에 시범 도입할 예정
    - 6곳 선정 \* (100만원 설치 비용 + 20만원 렌탈 비용 \* 6개월) = 1320만원의 이익