

# *A+ddict*

문서현 유재훈 이정운 정두용 황채원

## 팀 소개 / 팀명

---



*A+ddict*

[ 앳:딕트 ]

도메인으로 선택한 '중독'

+

에이쁠을 받고자 하는 팀원들의 열망

## 5주차 과제 목표 설정

당 중독 / 카페인 중독 중 장기적인 부작용(당뇨)이 더 큰 '당 중독'을 서비스 메인으로 선정 후..

Q. 과연 *당을 좋아하지만 당뇨에 걸리지 않은*

**20대 잠재적 소비자들에게**

**당 중독 방지 서비스가 매력적일까?**

1 on 1 인터뷰와 contextual inquiry를 통해 명확한 타겟에 대한 Seed Idea 도출을 목표로 함

# 과제 1. 1 on 1 인터뷰

## key questions

Q1. 저당 식품의 타겟 고객층은 어떻게 되나요?

A 당뇨병 환자들이 압도적인 비중을 차지해요. 다이어트, 건강 등을 내세워 마케팅을 해도 주로 소구되는 고객층은 결국엔 **당의 무서움을 이미 인지하고 있는 당뇨 환자들이죠.**

Q2. 그렇다면 당뇨 환자에 대해 인사이트가 많으실 것 같은데, 국내 당뇨 환자들이 주로 사용하는 서비스가 있을까요?

A 생각보다 많이 없어요. 당뇨 다이어리 + 의료진 모니터링을 제공하는 어플리케이션, 그리고 식이요법 관련 어플리케이션 이렇게 크게 두 개를 주로 사용하시는 거 같아요. 그것도 **주로 성인 위주**로 되어있습니다.

Q3. 해당 어플리케이션들로 제공할 수 있는 서비스 자체가 제한적일 것 같은데, 해당 서비스들로 헛징할 수 없는, 당뇨 환자들의 일상 속 가장 큰 불편함은 무엇이라고 생각하시나요?

A 맞아요. 기존 어플리케이션들은 **개인적인 기록 차원에서 끝나는데**, 사실 당뇨 환자들이 가장 힘들어하는 부분은 기본적인 '정보의 부족'이거든요. 저당 식품이라고 해서 먹었는데 혈당이 비정상적으로 올라가고, 그런 일들이 많아서 당뇨 환자들에게 **'신뢰할 수 있는 저당 식품'**에 대한 정보가 더 필요하다고 생각해요.



**그렇다면 현재 '저당 식품 판매 업체'들은 어떤 방식을 사용하고 있을까?**

선정 기준: 당에 대한 걱정심을 가진 소비자들을 타겟팅하는 기업

### Interviewee

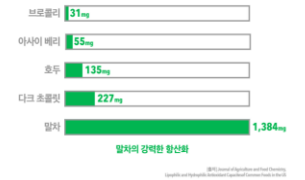
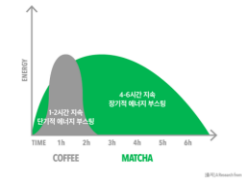
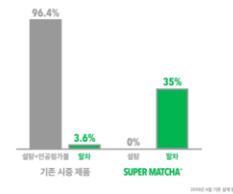
- ✓ U 저당 식품 스타트업 근무
- ✓ 당뇨 환자와의 인터뷰 5+회 진행 경험 有

## 과제 2. contextual Inquiry

### Observation #1

- ✓ 저당 음료 카페 '슈퍼 말차' 더현대점
- ✓ 직접 방문해 관찰 및 인터뷰 진행

**NO SUGAR  
NO ARTIFICIAL  
NO MILK POWDER  
YES, ALL NATURAL!**



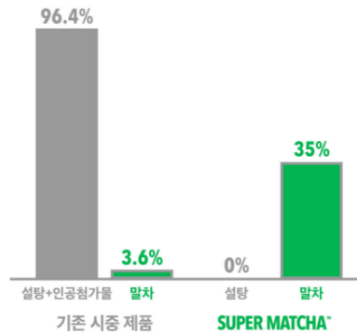
## 과제 2. contextual Inquiry

### Observation #1

- ✓ 저당 음료 카페 '슈퍼 말차' 더현대점
- ✓ 직접 방문해 관찰 및 인터뷰 진행

**NO SUGAR**  
**NO ARTIFICIAL**  
**NO MILK POWDER**  
**YES, ALL NATURAL!**

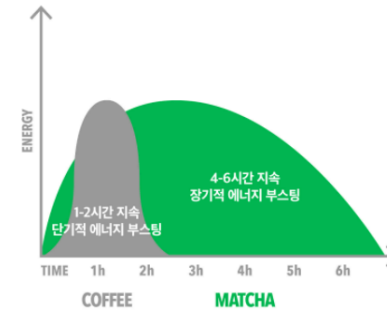
설탕을 전혀 사용하지 않고, 천연 성분만을 활용한다는 온라인 마케팅 방식과 달리,



2019년 4월 기준 실제 함유량



말차 1잔 (2mg) 기준  
 카테킨, 플라보노이드, L-테아닌 등 녹차 10배 영양소



[출처] JA Research from Kineta



[출처] Journal of Agriculture and Food Chemistry  
 Lipophilic and Hydrophilic Antioxidant Capacities of Common Foods in the US



## 과제 2. contextual Inquiry

### Observation #1

- ✓ 저당 음료 카페 '슈퍼 말차' 더현대점
- ✓ 직접 방문해 관찰 및 인터뷰 진행

직접 방문해 본 '슈퍼 말차'는 **힙한 감성을 내세워 소비자들을 유인하고 있었습니다.**

- Q. 설탕 대신 무엇이 활용되었나요?  
A. 스테비아라는 대체 감미료를 활용합니다.
- Q. 어떤 메뉴가 가장 잘 나가나요?  
A. 아이스크림이 제일 맛있어요.

- ✓ 방문 경로를 조사해본 결과, 대부분의 방문객들이 **분위기가 힙하고 맛있다는 이유로 방문**
- ✓ 방문객들의 대부분은 해당 카페가 '저당 음료'카페라는 걸 **방문 후 인지**



 Insight) 당뇨에 걸리지 않은 소비자들에게 '저당'은 큰 매력 요소로 작용하지 않는다.

## 과제 2. contextual Inquiry

### Observation #2

- ✓ 더 현대 B1층에 있는 다양한 디저트 카페
- ✓ 어떤 방식의 selling을 하는지 관찰



### 관찰 결과

- ✓ 대부분의 디저트 카페는 시각적인 자극을 활용해 소비자들을 유인함
- ✓ 디저트 카페 중 당 성분 표기가 이루어진 곳은 한 군데도 없었음
- ✓ 소비자들에게 어필할 때에도 '더 많은 크림', '더 달콤한 맛' 등 당 자체를 주력으로 내세움

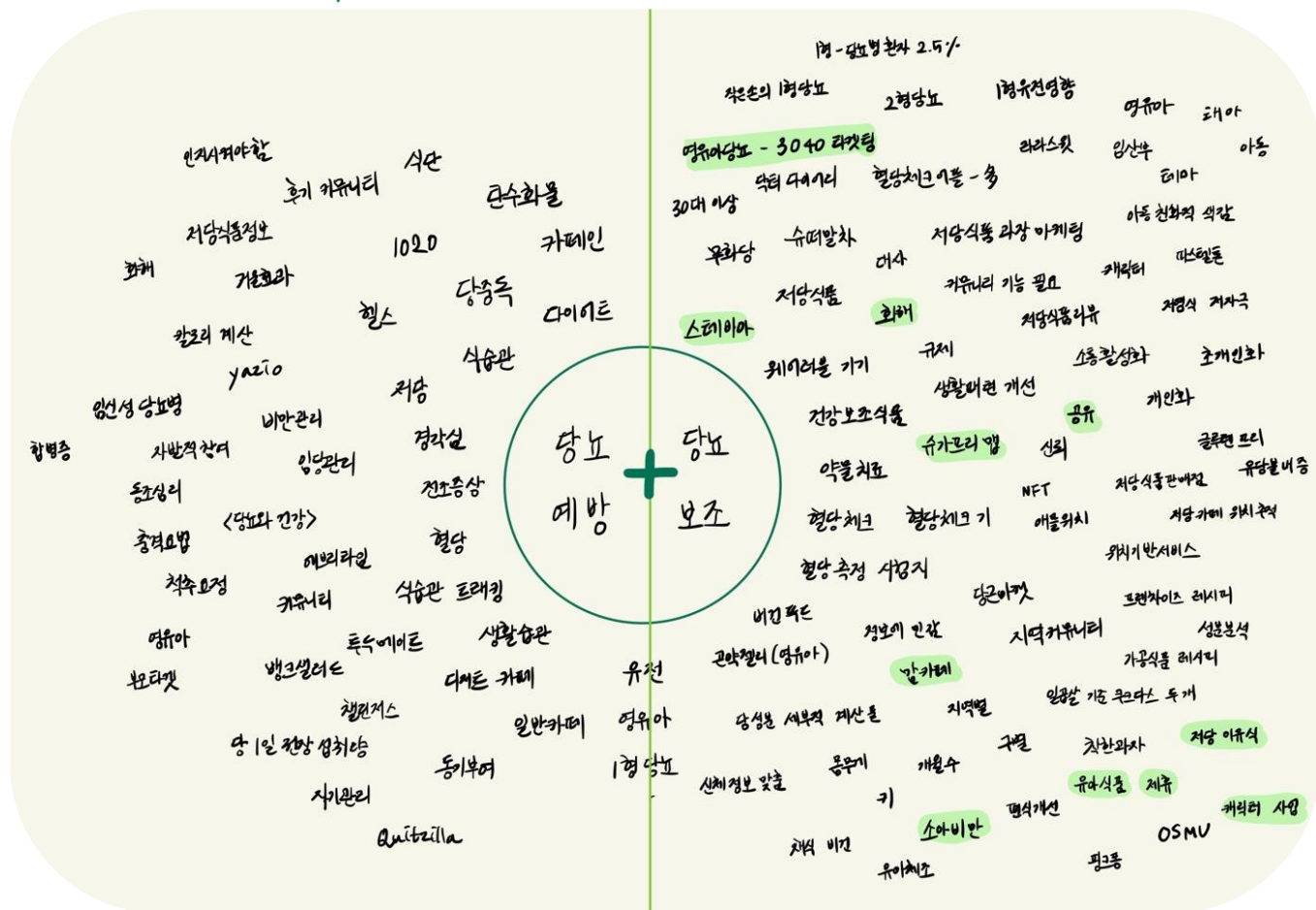
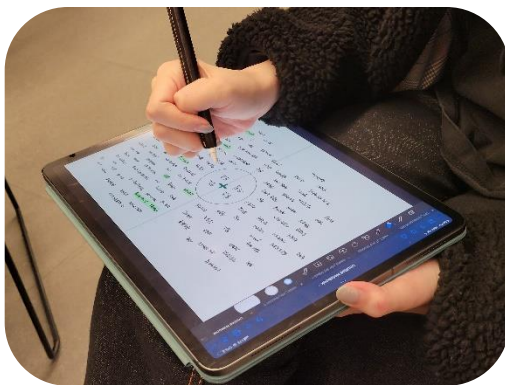
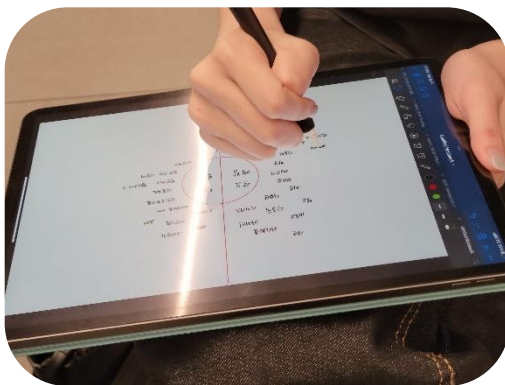


Insight) 당뇨병 환자들은 시중 판매되는 단 음식을

얼만큼 섭취해도 괜찮을지 가늠하기가 힘들다.



도출한 인사이트를 기반으로, 당뇨 환자 중 신뢰도 높은 후기 공유에 대한 니즈가 가장 큰 타겟을 찾아보았습니다.



## As is

☐ 당 중독, 카페인 중독 20대 소비자 타겟팅

▶ Feedback : 세분화된 타겟팅의 필요성 - 작은 규모 대비 큰 니즈를 지닌 소비자 타겟

☐ 구매 이력 트래킹, 음식 사진 촬영 기반 자동 트래킹 등 기술 접목 트래킹 방식 도입

▶ Feedback : 기술 기반 트래킹의 구현 가능성에 대한 고려 필요

☐ 커뮤니티 기반 '함께 치료하는' 서비스

▶ Feedback : 커뮤니티 서비스의 실질적인 필요성에 대한 고민 필요



**1형 당뇨병을 앓고 있는 영유아 식단 케어(검증) 서비스를 1차적으로 선정,**

**추후 영유아 전반의 식습관 토탈 케어 어플리케이션으로의 발전 가능성 확인**

## To be



☒ 1형 당뇨병을 앓고 있는 영유아의 부모 타겟팅

영유아 자녀를 둔 부모의 WTP가 가장 높으면서도, 정확한 정보에 대한 Painpoint가 크다는 점에서 도출

☒ 유저들의 자발적인 후기 공유를 기반으로 데이터 수집

당뇨병 환자에게 중요한 것은 '상품에 적혀있는 당 성분 수치'가 아니라 실질적으로 섭취 시 내 몸에서 어떤 변화가 일어나는지에 대한 트래킹임에서 도출

☒ 당뇨 아이에게 적합한 음식 관련 수치화된 정보를 제공하는 커뮤니티 기반 데이터 서비스

기존 맘카페를 통해 비체계적으로 이루어지던 정보 공유를 보다 체계적으로 전달하는 서비스 (화장품 성분 앱 '화해' 벤치마킹)

# 감사합니다

## *A+ddict*

문서현 유재훈 이정운 정두용 황채원