|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **<벤치마킹 개별 문서>** | | | |
| **팀명 : Rooping** | **작성자 : 김철연** | **작성일자 : 2015-05-02** | **페이지 (00)** |
| **프로그램명 : Band** | | | |
| **프로그램 타겟 :** | | | |
| **▶ 벤치마킹 선정 이유** | | | |
| **대한민국에서 히트 상품이고, 40~50대에 사용자가 많기 때문에 40~50대에 사용자가 즐겨 하는 원인을 분석하기 위해서** | | | |
| **▶ 기본(main) 서비스** | | | |
| **- 로그인 : 핸드폰 번호, 다른 APP를 통한 로그인**  **- 채팅 : 자신이 채팅 하고 싶은 사람들과 방을 만들어 채팅 할 수 있다.**  **- 이모티콘 : 다양한 이모티콘**  **- 일정 : 밴드 사람끼리의 일정을 정해 모임을 약속 할 수 있다.**  **- 새소식 : 가입된 밴드의 게시글이 작성 되면 새소식으로 게시글을 제공한다.**  **- 밴드 찾기 : 자신이 가입하고 싶은 밴드를 키워드를 통해 가입 할 수 있다.** | | | |
| **▶ 부가(Optional) 서비스** | | | |
| **- 밴드 : 마음이 통하는 사람들이 카페 같은 페이지를 만들어 자료를 공유 한다.**  **- 투표 : 밴드에서 투표를 통해 모임 참석 여부를 손쉽게 알 수 있다.**  **- N빵 : 합계를 작성하고 인원 수를 설정하면 N등분 하여 개인 지출 금액을 제공한다.**  **- 스티커샵 : 다양한 스티커를 구매 할 수 있다.**  **- 기프트샵 : 기프트 샵을 통해 선물을 하면 받는이는 해당 지역에 가서 기프트로 물건을 구매 할 수 있다.** | | | |
| **▶ 성공요인 분석** | | | |
| **- 사람의 감성을 자극하고 추억을 파는 마케팅 전략**  **- 동창을 찾아 주는 서비스 기능을 통해 중년층을 확보 하였다.** | | | |
| **▶ 실패요인 분석** | | | |
| **-** | | | |
| **▶ 보완할 서비스** | | | |
| - **TD DO 같은 서비스를 어떻게 쓰는 지를 모르겠고 해당 도움말 찾기가 어렵다.**  **도움말 서비스를 간편 하게 제공** | | | |