**프로젝트 멘토링 검토 의견서**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **프로젝트**  **제 목** | \* Good Bike | | |
| **날 짜** | 2020.10.11.. | | |
| **멘토 성명** | 김은화 | **소속** |  |
| **학생 성명** | 이은규, 권원 | **소속** | **중앙대 소프트웨어 학부** |
| **검토의견** | 1. **팀의 재구성**: 1인 drop으로 권원, 이은규 2인으로 재구성.  * 팀원 간 역할과 책임 확인 및 일정관리/납기 준수 필요성 확인 * 권원, 이은규 각각의 역량 소통 통한 강점 확인 주문. * **의사소통 규칙 확인: 전원 소통 및 즉시 반응 약속** * **멘토에 대한 정보 적시제공 약속**: 멘토가 물을 때까지 기다리지 않는다. 미리 교수님 발표 전 자료를 공유하고 조언을 묻는다. * **멘토 미팅 전에 팀원이 미리 충분히 미팅/준비해 놓는다.** * **Attitude: ~ 때문에 안되는 사유를 말하지 않고 ~에도 불구하고 실행한 것을, 더욱 적극적으로 만들어 낸 것을 말한다. NATO(No Action Talk Only)는 Out! 프로젝트는 될 때까지 한다!**  1. 아이디어의 차별성 및 당위성을 위해 **Marketing strategy(Market Creation)정립:**  * **Identify Audience**: Good Bike 수요처이자 경험자 그룹을 형성하여 향후 고객군을 미리 확보, 당위성을 검증한다. * **Attract and Engage audience**: 위에 Good bike가 왜 수요가 있는지 증명했다면, 이후 실현한 솔루션이 고객군이 원하는 대로인지의 검증에 필요하다. 고객군을 개발되는 솔루션의 기능 및 내용을 함께 만들어가는데 참여시키는 것이 전략이다. * **Manage the demand**: 최종 결과물이 이 고객군에게 수용된다면, 시장 성장 가능성이 검증되는 것이므로, 사업발전의 기반 및 근거가 이를 통해 확고해 진다. 즉, R&D(Research&Development), Marketing(시장수요 확인 및 전략수립)이후 실제 사업 매출로 이어지는 Sales를 위한 수요관리 단계로 넘어가는 것이다. | | |