1. 핵심 제품/서비스 소개

※ 핵심 제품/서비스를 정의하고 기능, 성능 상의 특장점을 소개

1.1. 주요 내용

* 핵심 서비스를 정의하고 기능, 성능 상의 특, 장점 소개

1.2. 제품/서비스 주요 구조

* 서비스의 시스템 흐름도 등을 그림, 도형 등 도식화하여 간단하게 보여주자

1.3. 제품/서비스의 차별성

* 경쟁 서비스와 차별화된 요소가 무엇인가? 보다 우월한 가치를 제공할 수 있는 요소가 무엇인가?

2. 수익 창출 전략

※ 국내 외 목표시장, 판매 전략 등을 간략히 기재

전제

* 앱 상 광고는 신뢰성을 위해 음식점과 무관해야 함
* 예상 이용자 주 타겟층 : 10대 후반~30대 초반

이유 : dAPP이라는 특성 상 앱을 자주 이용하는 세대이면서 맛집 탐방을 선호해야 하기 때문임

2.1. 앱 출시 초기

- 초반에 많은 사용자를 끌어모으면서 수익을 얻기 위해 아이돌 광고 서비스를 이용함. 지하철 옥외 광고, 버스 정류장 광고 등 아이돌 팬덤이 아이돌 가수 홍보(ex. 생일 축하, 공연 일정 홍보 등)를 위해 비용을 아끼지 않는 점을 이용함. 예상 앱 사용자 타켓층은 보편적인 아이돌 팬덤 타겟층과 유사한 양상을 보이므로 초기 사용자 유치에 효과적임.

앱 구동 시 이미지 형태의 광고가 5개 올라오고, 스와이핑 방식을 통해 스킵 가능함. 아이돌 소속사 측에서도 오프라인 광고에 비해 저렴한 가격으로 광고 가능.

2.2. 앱 출시 후 안정기

- 2.2.1. 음식점과 관련 없는 광고 삽입

앱 내 배너를 추가해 새로운 광고를 삽입함. 음식점 리뷰의 신뢰성을 위해 음식점 관련 추천 광고는 지속적으로 배제하고, 완전히 무관한 광고만 선별함(ex. 삼성 스마트폰, 의류 사업 등). 배너에 광고가 뜨도록 하여 광고된 기업의 이미지 제고 가능함.

- 2.2.2. 행운 퀴즈

현재 토스 및 캐시슬라이드 앱에서 행운퀴즈를 이용해 인기검색어 순위에 오르는 등 홍보 효과를 보고 있음. 유사하게, 최근에 개업한 음식점에서 홍보를 위해 비용을 내고 행운퀴즈 시스템을 도입 가능함. 이 때 주관적인 정보(ex. 리뷰, 추천 이유 등)는 제외하고, 기본적인 정보로 퀴즈 제작함. 예를 들어 위치를 알려주고 음식점 상호명을 맞히거나 음식점에서 파는 주력 메뉴 맞히기 등 객관적인 정보로 문제를 생성함. 단, 위치 기반을 통해 사용자 근방의 음식점 관련 문제가 추천되며 정답 시 인센티브가 지급됨.

- 2.2.3. 리뷰 CPR 콘테스트

작성된 리뷰가 상대적으로 적은 음식점 중 비용 투자 의향을 물어보고 투자에 동의한 기업 목록을 작성함. 사용자들이 기업 목록을 검색할 수 있도록 하고, 기간을 정해(ex. 2주) 기존 작성된 리뷰 대비 신규 작성된 리뷰 증가율을 확인해 제일 높은 작성률을 기록한 음식점 리뷰어들에게 추가 인센티브 지급. 이 때 1등한 음식점에게 추가 투자비를 받음.

3. 향후 서비스 개발 계획 - 어떤 서비스를 추가할 것인가?

-3.1. 번역 기능 서비스

외국인을 위해, 사용자의 모국어를 기반으로 하여 쓰여진 리뷰를 영어 등 다른 언어로 번역해 주는 사용자에게 추가 인센티브 지급

-3.2. 파워리뷰어(등급별 리워드 제도)

리뷰 작성 수, 투표 수, 블록에 올라간 리뷰의 인기도 등의 요소들에 따라 사용자의 등급 배정, 등급에 따라 인센티브 제공하여 활동 장려

-3.3. 증강현실 서비스

증강현실(AR) 서비스와 결합해 가게 앞에서 사진을 찍으면 리뷰 서비스 자동으로 확인 가능

4. 제품/서비스 이미지

※ 핵심 제품/서비스 개발에 적용 중인 공공기술 적용 현황 및 향후 적용 계획을 간략하게 기재

◦

-

\*

|  |  |
| --- | --- |
| ※ 제품(서비스)의 특징을 나타낼 수 있는 참고사진(이미지) 또는 설계도 삽입 | ※ 제품(서비스)의 특징을 나타낼 수 있는 참고사진(이미지) 또는 설계도 삽입 |
| < 사진(이미지) 또는 설계도 제목 > | < 사진(이미지) 또는 설계도 제목 > |