**2015년, 이투데이**

**직방**

마케팅:

인기배우 cf/ tv,영화관,버스

헛걸음 보상제 – 허위매물로 시간낭비시, 3만원 보상/ 3진아웃제 도입

매물등록비가 10개당 16만 5000원

**다방**

애완동물 가능방/ 저보증방 등 다양한 필터

360도로 매물보기( 3d?)

매물 등록비 50건당 11만원/ 매물 등록 기간 60일

**방콜(부동산114)**

운영 경력/ 가격 경쟁력

개인 회원> 매물등록비 무료 / 전용면적 60m2이하, 월세 보증금 1억 미만

주 타켓층 : 젊은 세대 >> 소형매물에 집중 중

부동산 중개 모바일 앱> 250개 이상

2016년

국토교통부의 “부동산 전자계약시스템”구축, 계약 체결 및 확정일자까지 제공

부동산중개모바일 앱 사용자 급증의 이유

1인가구 비율 증가, 스마트폰 보급률 확대 > 원룸/투룸 같은 1-2인 가구 대상의 틈새시장 구축

현재 사용하는 모든 앱은 O2O(Online to Offline) < 차별성有

2014-2015 10월 기준 앱 다운로드 사용자 300명 이상, 실 사용자 180명 이상급증

1회 사용 시간 13.2분(2015기준)

모바일 앱을 사용 했을 때의 주는 ‘해택’이 O2O앱 사용에 큰 영향을 끼침

정보품질은 사용자에게 적합한 정보의 속성을 의미하는 내재적 차원과 정보를 효과적으로 해석하고 이해하도록 할 수 있게 해주는 정도인 표현적 차원으로 구성

부동산을 구매하고자 하는 구매자 는 보다 다양한 부동산 매물에 대한 정보탐색에서 시간과 노력을 최소화하여 자신이 원하 는 부동산 매물에 대한 정보를 탐색하기를 원하게 된다

사용자는 단지 . 많은 정보를 원하는 것이 아니라 자신이 원하는 정보를 쉽고 빠르게 검색하기를 기대 <NEEDS>

ㄴ 시간과 노력은 덜 들이면서 좋은 매물을 찾고 싶어하는 매수/입대자

>>사용자의 특성에 따라 검색하는 정보의 내용을 분석하여 이를 바탕으로 사용자 개개인에 최적화된 정보를 제공할 수 있는 시스템 을 갖추어야 한다.

부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자가 신뢰할 수 있는 다양한 최신 , 의 정보를 보다 실제적으로 제공하는 것으로 이는 사용자로 하여금 자신이 원하는 부동산 매물에 대한 정보를 효율적이고 효과적인 탐색할 수 있는 기반이 된다

ㄴ 최신 정보들(컨설팅/ 현재 부동산의 주가 등등) 보다는 실제 매물들이 어떤 것이 있는지가 더 중요. 컨텐츠(부과서비스)<실매물

사람들의 무의식 평가 기준: 정확성 적시성 현재성

원하는 정보를 신속하게 검색할 수 있어 정보검색에 필요한 노력과 시간을 절약

ㄴ 만족과 지속적 사용의도를 높이는 원인으로 작용

확신은 정보시스템을 사용함으로써 자신의 기대를 충족시킬 수 있 다는 신념과 믿음

사용자가 부동산중개 모바일 앱을 사용하여 자신이 원하는 부동산 매물을 검색 하는 경우 사용에 따른 성과를 인지하게 되고 이를 바탕으로 부동산중개 모바일 앱의 , 유용성을 지각

모바일 앱의 정보품질은 사용자의 기대를 충족시키는 핵심적인 요인

**모바일 부동산 거래 앱 사용자%**

남자 51.1% 여자 48.9%

1. 30대 42.1%
2. 20대 35.8%
3. 40대 23%

1. 대졸 64.9%
2. 전문대졸 13.8%
3. 고졸 11.3%
4. 대학원 이상 10.1%
5. 회사원 61.2%
6. 주부 및 기타 12.8%
7. 전문직 12.0%
8. 자영업 9.3%
9. 서울 및 경기 50.3%
10. 광역시 37.3%
11. 기타 지방 12.4%
12. 투룸 29.9%
13. 원룸 27.2%
14. 3룸 이상 22.7%
15. 기타 20.2%

정보품질이 확신 , , 에 긍정적 영향을 미칠 뿐만 아니라 지각된 유용성에도 긍정적으로 영향을 줌으로써 사용 자 만족 향상에 기여한다는 것을 규명하였다

정보품질은 사용자 만족에 직접적인 . 영향

부동산중개 모바일 앱의 가장 핵심적인 역할은 부동 . 산 매물에 대한 정보를 사용자에게 시 공간의 제약 없이 제공한다는 측면에서 사용자는 ･ 부동산중개 모바일 앱에서 원하는 정보를 탐색하고 결과에 대한 평가를 통하여 만족이 , 형성된다는 것이다

따라서 부동산중개 모바일 앱은 부동산 매물에 대한 다양한 정보는 . 물론 허위매물과 같은 부정확한 정보의 통제 및 선별 보다 실제감이 있는 정보의 제공 , , 을 위해 노력해야 한다

부동산중개 모바일 앱은 대표적인 서비스이다 >> 부동산거래 정보제공자와의 직접적인 커뮤니케이션을 강화하기 위한 SNS(Social Network Service)의 개발이 요구된다.

그들이 단순 점보검색만 하는 경우도 , 많기 때문에

다방> 구글 지도 – 세부 터치 가능/ 지역별로 나뉘어 있어서 정확한 매물 위치 알 수 없음

직방> 카카오지도 – 세부터치 불가

알 스퀘어(사무실)/ 질로우 닷컴(해외)

현재 부동산 플랫폼 인식:

단순 시세를 파악하는 정도/ 허위매물은 전혀 잡히지 않음/ 그냥 직접 발품팔아 다니는게 훨신 좋다

다방/ 직방은 부동산 중개자들의 광고 홍보 플랫폼이라고 생각해도 무관함.

허위매물 안잡음 >> 자사 공인중개사로 서로서로 이득을 취하는 부분이라 해결 가능하다고 생각듬