

WEBSITE

SHOPPING

多모아 多사면 多할인
다다다



INDEX

01

다다다소개

서비스소개+기본기능
수익구조
할인율 정책

02

설계개요

기대효과
개발배경및설계목표
당위성

03

시장환경분석

SWOT분석
동종업계 분석
기회지도
포터의5forcesmodel

04

소비자니즈조사

설문조사
설문조사 결과

05

마케팅 전략

페르소나
STP 전략
4P 전략

06

마무리

Q&A

01

다다다 소개

다다다 소개

1

로고/ 서비스 소개

다다다 소개

2

기본 기능 소개

다다다 소개

3

수익 구조

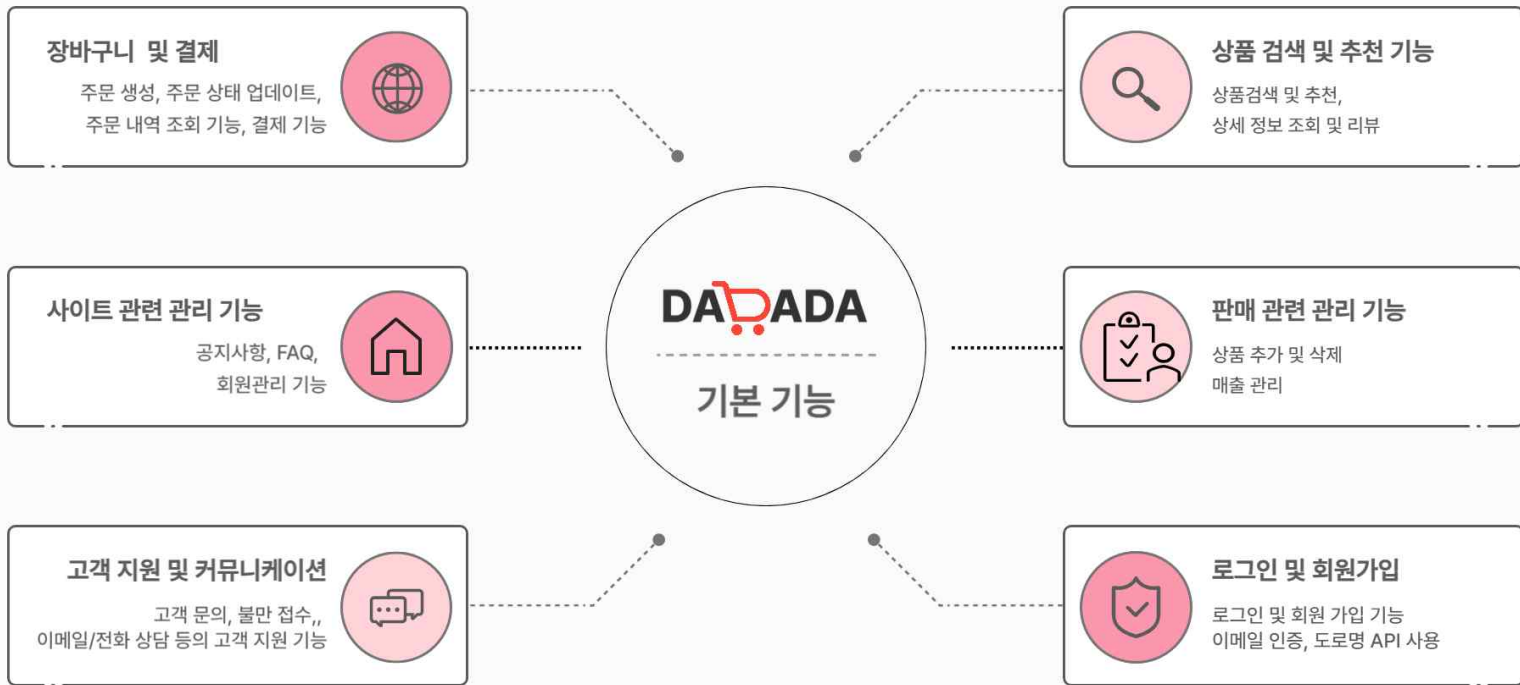
다다다 소개

4

할인율 정책

多모아 多사면 多할인
DaDaDa





경쟁 구매



룰렛



#플리



회사생활의
유일한 낙

-
#우리
#당비실을
#소개합니다

청춘의
정점

-
#MT 아유회
#이거 없으면
#절대 안 돼

나혼자
산다

-
#자취용품
#추천
#PLY

시작하는
건강자킴이

-
#필수 영양제
#추천
#PLY

먹으면서
살빼기

-
#다이어트
#식품 #추천
#PLY

캠핑은
처음이라

-
#도심 벗어나
#캠핑으로
#PLY

나 오늘
떠날 거야.

-
#나도
#P니까!
#당장 콧나우



#플리

획일화 되어 있지만, 다양한 상품을 구매해야 하는

구매 담당자들을 위한

실속 **#플리** 세트 제도를 도입



사용자

시즌을 겨냥해서

새로운 #플리 추가 예정.




관리자

나만의 #플리를

저장해다음에도 1초만에


구매할 수 있게 함.



상품명: 쓱스틱
공급업체: qq
가격: 1,500원
할인: 1,371원
최종 가격: 129원

[장바구니](#)
[경쟁구매하기](#)

경쟁 구매방 #511



쓱스틱
 상품 ID: 13
 상품가격: 1,500원
 남은 재고: 1877개

참여자 목록

- TestKing
- 새영
- 김가두

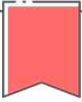
구매 수량 제한

최대 구매 수량: 1877개

2

[제출하기](#)


* 한 번 제출하면 수량은 0으로 표시됩니다.
 * 남은 시간이 종료되면 금액이 최종으로 결정됩니다.
 * 최종 금액은 구매할 수 있는 1회까지 출찰 후 남은 수량이 결정됩니다.



경쟁구매

내가 누구보다 많이 구매할 수 있다!!

승부욕도 자극하는 차별화된 구매 방법!



다다다는 돈을 어떻게 버는가?

- 할인 혜택 제공의 목적: 수익성 관리

할인 또는 프로모션 진행 시,
원가 대비 어느 정도까지 할인해도
수익을 확보할 수 있는지를 사전에 설정해야 함

마진율을 기준으로 할인 한도를 설정

-> 할인 적용 이후에도 최소한의 이익을 보장 가능
상품마다 마진율이 다르다

-> 할인 방법을 다르게 해서 **할인 폭을 조정**할 필요가 있음

- 예시

상품의 기본 가격 = 100원 / 원가 70원
최소 마진율 10%라고 가정하면,

$$1 - 70 / (100 * (1 - 0.1)) = 1 - 70/90 = \sim\sim 22.2\%$$

할인율이 22.2%가 넘으면, 최소 마진을 확보X

단순화된 다다다만의 할인 정책

● 기존 할인 정책

가격'별로 다른 할인을 적용 방법

| 순번 | 누적 판매 수량 기준 | 할인율 |
|----|--------------------------|----------|
| 1 | 150개 | 4% |
| | 전체 재고의 15% + (4% / 2) 추가 | 4% |
| 2 | 320개 | 8% |
| | 전체 재고의 15% + (8% / 2) 추가 | 4% |
| 3 | 510개 | 3 * 0.02 |

| 누적 판매 수량(Q) | 할인율 |
|-----------------|-------------------|
| 10개 | 8/31 * 10 = 2.58% |
| ↓ 개당 0.258% 증가) | |
| 14개 | 8/31 * 14 = 3.61% |
| ↓ 동일 증가폭 적용 | |
| 19개 | 8/31 * 19 = 4.9% |
| 25개 | 8/31 * 25 = 6.45% |
| 31개 | 8/31 * 31 = 8.00% |

15%는 수요, 재고 회전을, 마진을 고려 사전에 정해진 값
4% ÷ 2

= 각 단계로 넘어갈 때

"전체 재고의 15% + (현재 적용 할인율 ÷ 2)"를 추가
= 일정 수준에 도달할 때마다 할인의 기준 수량이 증가
+ 할인율 상승에 대한 완충 효과

적용 할인율이 4%

회사의 마진과 안정적인 인상을 위해 준 값

MIN (최대 할인율 x 현재 누적 판매수,
최대할인율 / 누적 판매 수량

● 변경된 할인 정책



상품의 가격과 구매개수에 따라

변칙적으로 적용되는

할인 정책

02

설계 개요

설계 개요

1

기대효과

설계 개요

2

개발배경 및 설계 목표

설계 개요

3

당위성

다다다로 뭐가 기대될까?

사용자 측면

구매자



- 다양한 서비스를 통한 도파민 활성화
- 다양한 상품에 대한 구매 및 세트 구성 구매 가능
- 대량 물품 구매 시 추가 혜택

판매자 측면

물건 제공 업체



- 마진 유지하며 재고 소진 가능
- 구매 수량 데이터를 기반으로 마케팅 효율성 증대
- 반복적 대량 구매 패턴을 분석하여 타겟 고객에게 최적화된 데이터화

플랫폼 측면

DaDaDa

DA DADA

- 구조 차별화에 따른 플랫폼 사용 유도
- 유사 모델 부재로 시장 선점 기회 확보
- 대량 구매가 중심이므로 거래액 기반 수수료 및 부가서비스(이벤트 배너) 수익 증가



왜 꼭 **다다다**여야만 하는가?

POINT 01



변화된 소비 환경과 구매 형태

- 비대면 소비 생활화
- 식료품, 생필품 등 필요한 제품의 온라인 소비 비중이 급증

POINT 02



기존 커머스 구조의 한계

- 기존 플랫폼: 금액 기준 할인, 쿠폰 제공 중심
- 반복되는 할인/쿠폰 X
구매 행동 자체에 보상

POINT 03



구매 기반 보상 시스템

- 산만금 혜택이 주어지는 구조
- 혜택은 등급, 티켓, 이벤트로 연결
- 구매 수량에 따라 보상을 제공
- 성취감, 가성비, 참여 동기를 부여

POINT 04



독보적 활용 사례

- 동아리, 대학교 MT 등 다인원의 물건이 필요한 상황
- 소규모 자영업자의 생필품/소모품 대량 구매 등 반복 소비 상황

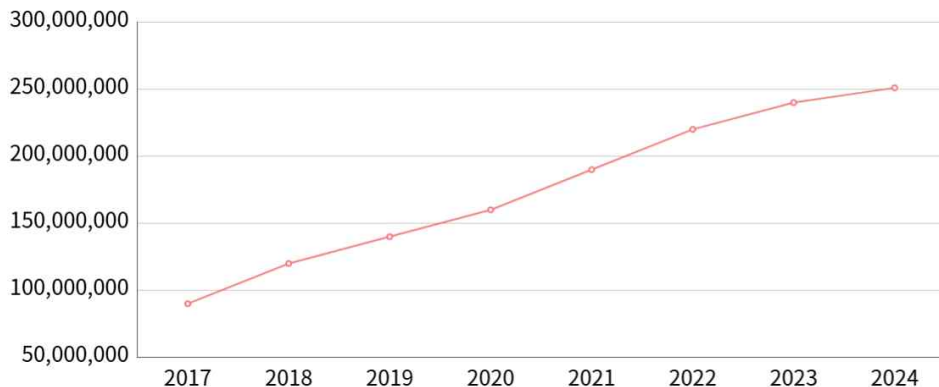
왜 꼭 **다다다** 여야만 하는가?

POINT 01



변화된 소비 환경과 구매 형태

- 비대면 소비 생활화
- 식료품, 생필품 등 필요한 제품의 온라인 소비 비중이 급증



온라인 구매에 익숙해진 소비자들에게는
가성비 소비 + 성취감 + 리워드를 동시에 충족시킬 수 있는 구조가 필요한 시점임

왜 꼭 **다다다** 여야만 하는가?

POINT 01



변화된 소비 환경과 구매 형태

- 비대면 소비 생활화
- 식료품, 생필품 등 필요한 제품의 온라인 소비 비중이 급증

POINT 02



기존 커머스 구조의 한계

- 기존 플랫폼: 금액 기준 할인, 쿠폰 제공 중심
- 반복되는 할인/쿠폰 X 구매 행동 자체에 보상

POINT 03



구매 기반 보상 시스템

- 산만금 혜택이 주어지는 구조
- 혜택은 등급, 티켓, 이벤트로 연결
- 구매 수량에 따라 보상을 제공
- 성취감, 가성비, 참여 동기를 부여

POINT 04



독보적 활용 사례

- 동아리, 대학교 MT 등 다인원의 물건이 필요한 상황
- 소규모 자영업자의 생필품/소모품 대량 구매 등 반복 소비 상황

왜 꼭 **다다다**여야만 하는가?

POINT 01



변화된 소비 환경과 구매 형태

- 비대면 소비 생활화
- 식료품, 생필품 등 필요한 제품의 온라인 소비 비중이 급증

POINT 02



기존 커머스 구조의 한계

- 기존 플랫폼: 금액 기준 할인, 쿠폰 제공 중심
- 반복되는 할인/쿠폰 X 구매 행동 자체에 보상

POINT 03



구매 기반 보상 시스템

- 산만큼 혜택이 주어지는 구조
- 혜택은 등급, 티켓, 이벤트로 연결
- 구매 수량에 따라 보상을 제공
- 성취감, 가성비, 참여 동기를 부여

POINT 04



독보적 활용 사례

- 동아리, 대학교 MT 등 다인원의 물건이 필요한 상황
- 소규모 자영업자의 생필품/소모품 대량 구매 등 반복 소비 상황

왜 꼭 **다다다** 여야만 하는가?



POINT 04



독보적 활용 사례

- 동아리, 대학교 MT 등 다인원의 물건이 필요한 상황
- 소규모 자영업자의 생필품/소모품 대량구매 등 반복 소비 상황

03

시장 환경 분석

설계 개요

1

SWOT 분석

설계 개요

2

동종업계 분석

설계 개요

3

기획지도

설계 개요

4

포터의 5 forces model

STRENGTH

- 타 플랫폼 대비 구매 누적 할인율 구조로, 구매량이 많을수록 할인율이 높아지는 **차별화된 가격 경쟁력** 확보
- 지속적인 구매에 따라 혜택이 커지는 구조, 자연스럽게 재구매율을 높이고 고객 충성도 극대화

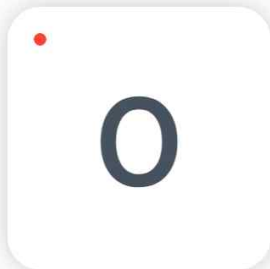


WEAKNESS

- 높은 할인율로 인한 마진 축소 우려, **수익성 확보**에 어려움이 발생 가능
- 수요 예측 실패 시 과잉 재고 또는 품질 등 운영 리스크가 증가할 가능성 존재

OPPORTUNITY

- 경제 불황 속, **가격에 민감한 소비자**의 수요 증가로 저가 플랫폼에 대한 관심 확대
- 대량 구매가 필요한 리셀러 및 중소상공인에게 매력적인 조건 제공으로 B2B 시장 확장 가능



THREAT

- 쿠팡, 네이버쇼핑 등 대형 플랫폼의 정기배송·할인 서비스와의 직접적인 경쟁 불가피
- 신규 플랫폼으로서 **소비자 신뢰 확보**까지 시간과 마케팅 자원 소요.

다다다와 비슷한 업계는 어떨까?



쿠팡

다양한 상품을 온라인으로 판매하며
빠른 배송 서비스

coupang biz

쿠팡비즈

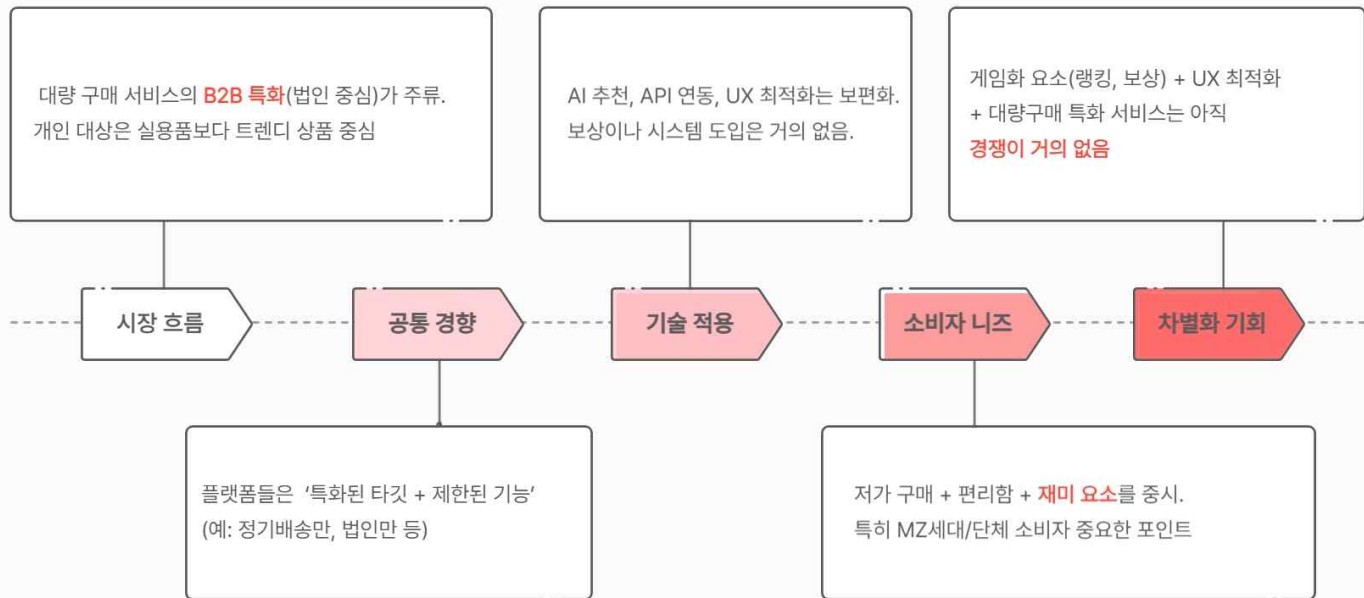
영세 소상공인 및 중소기업자들이
비즈니스 운영에 필요한 물품을 저렴한 가격에 구매



무신사/오늘의 집

카테고리 별 특화되어 있는 플랫폼
무신사-의상 /오늘의 집 - 가구

다다다와 비슷한 업계는 어떨까?



다다다와 비슷한 업계는 어떨까?



다다다와 비슷한 업계는 어떨까?

미리 여름 준비 아이템

미리 여름 준비 베스트 아이템

트래블, 리메인세컨드, 브렌스 외

15% 쿠폰 쿠폰 인기 상품 결제 혜택 인기 상품 남성 상의 추천 여성 상의 추천 남성 하의 추천 여성 하의 추천

미리 여름 준비 15% 쿠폰
4/8-4/13 단 6일간, 인기 브랜드 최대 2만원 할인

MUSINSA
미리 여름 준비 쿠폰

15%

쿠폰 전체 보기

AI 추천, API 연동, UX 최적화는 보편화.
보상이나 시스템 도입은 거의 없음.

게임화 요소(랭킹, 보상) + UX 최적화
+ 대량구매 특화 서비스는 아직
경쟁이 거의 없음

기술 적용

기간 한정 특가도 포함
매일 새로운 오늘의딜 특가, 오늘의딜

스프링 여름 가을 겨울

한여름을 특별하기

매일 새로운 특가, 기간 한정 특가도 포함

오늘의딜

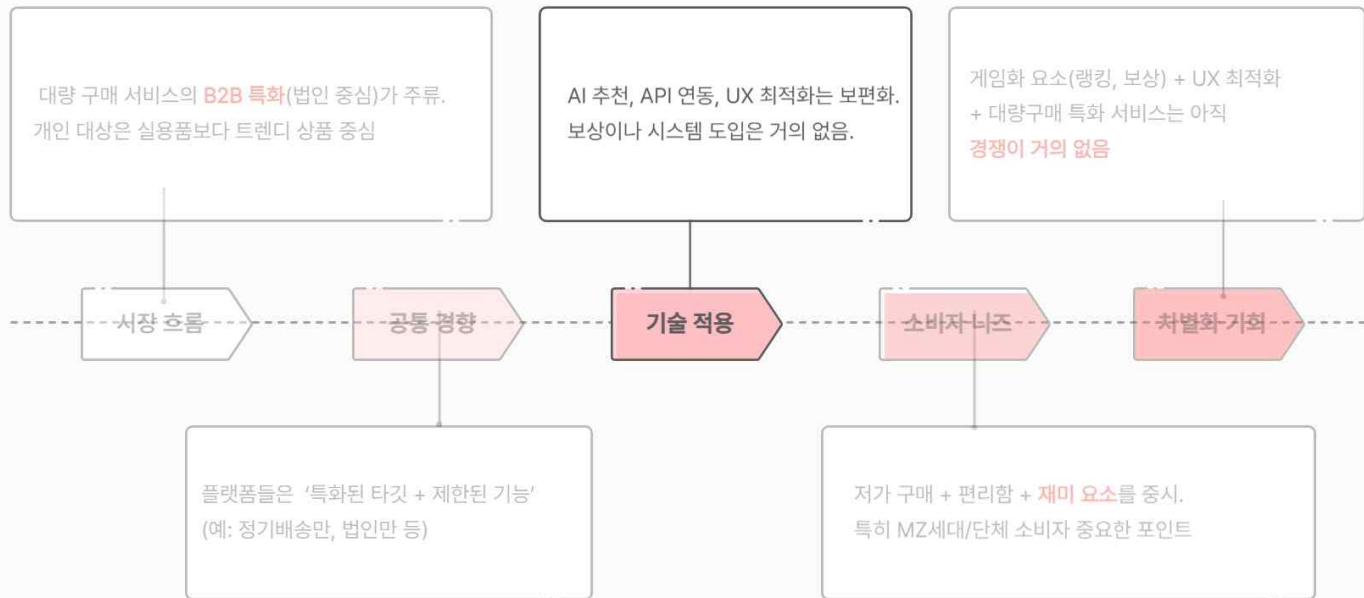
오늘의 쿠폰 받기

저가 특가

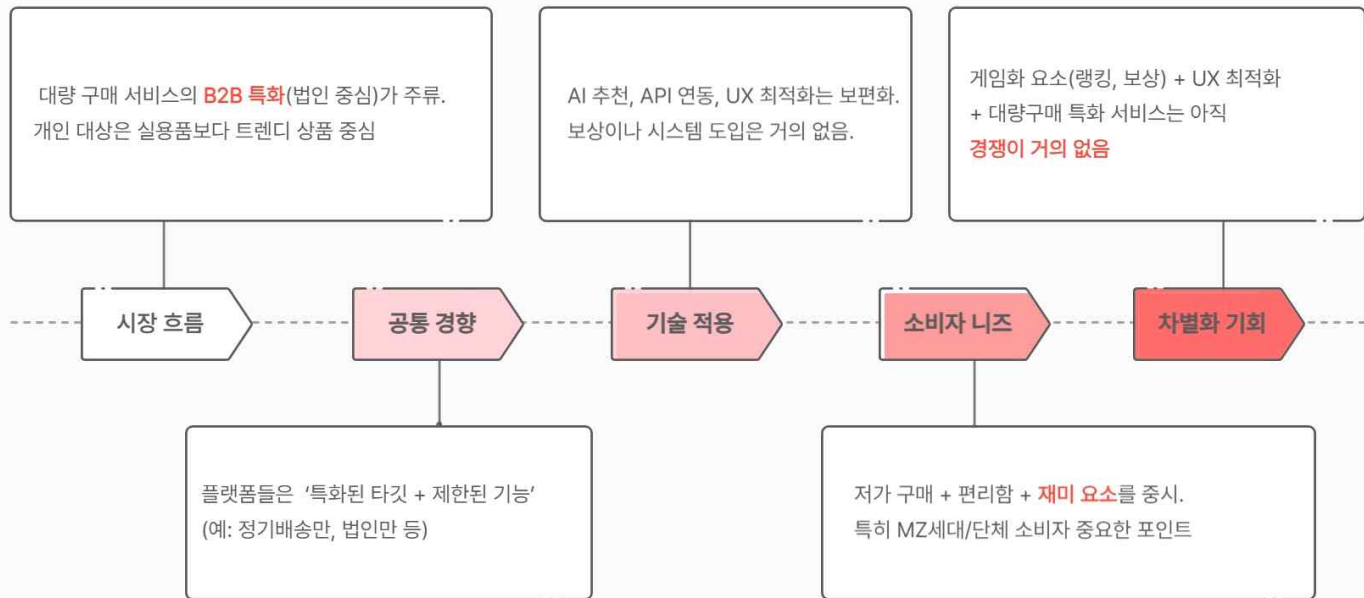
★ 스페셜 오늘의딜 전용
~20% 할인쿠폰팩
쿠폰별 적용 상품 상이

쿠폰 받기 >

다다다와 비슷한 업계는 어떨까?



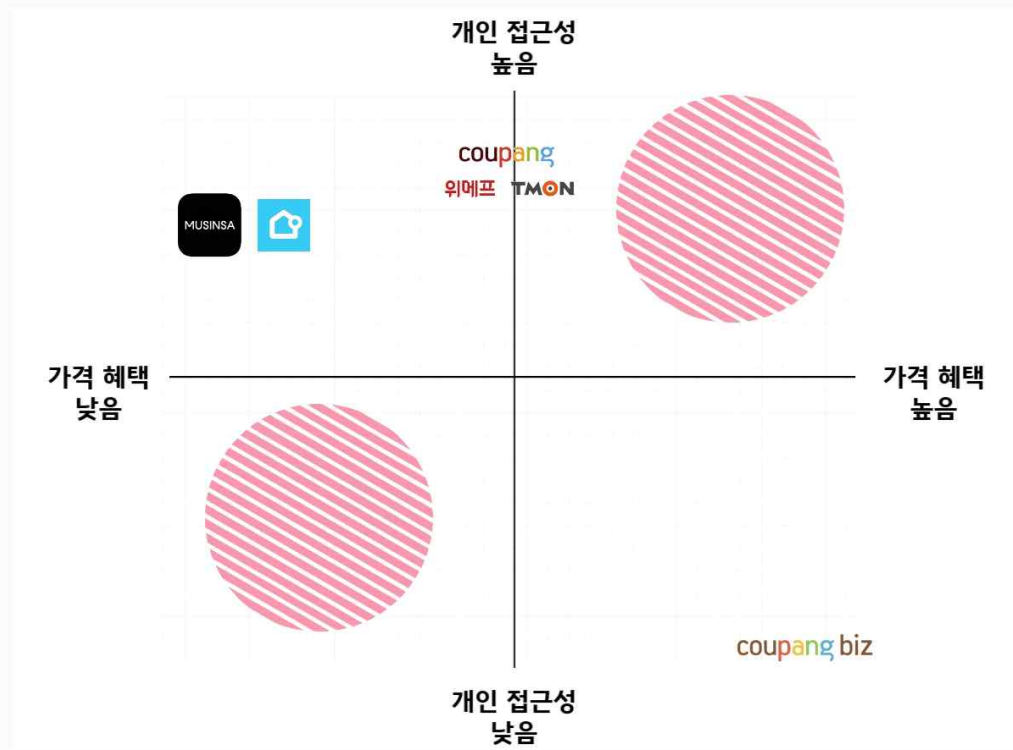
다다다와 비슷한 업계는 어떨까?



기회지도



빈 공간 겨냥



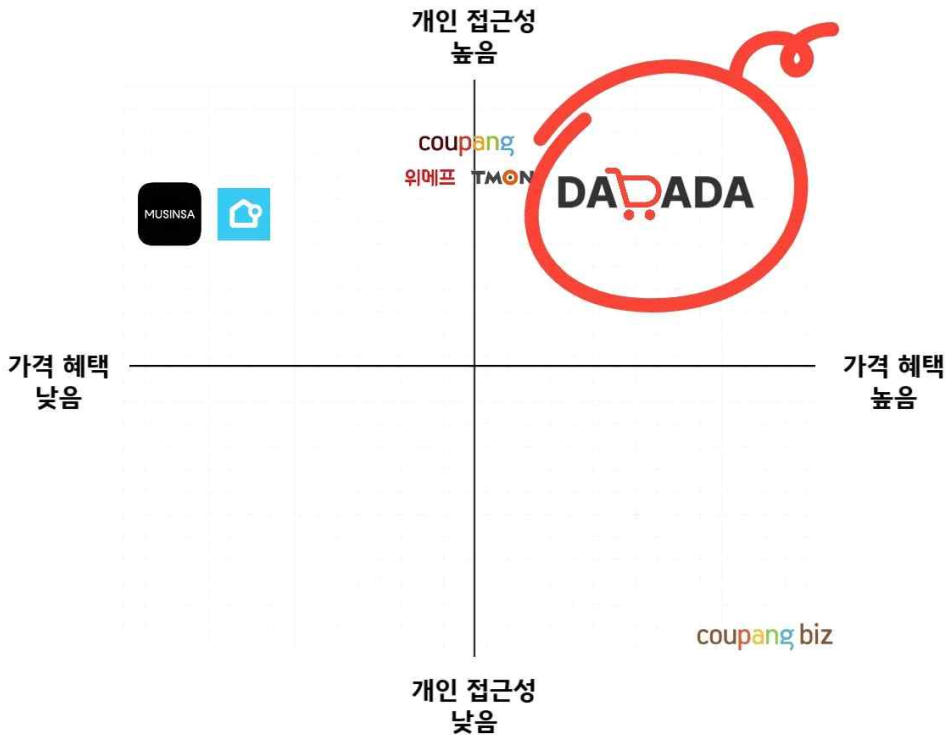
기회지도

X축

- 대량 구매를 했을 때 할인을 해주어 구매 혜택이 높다.

Y축

- 쉽게 사이트에 접속할 수 있다.



포터의 5 FORCES MODEL

산업 내 경쟁자 간의 경쟁

가격 경쟁 & 서비스와 경험 경쟁

잠재 진입자



- 규모의 경제와 공급망 계약
- 기술 및 시스템 구축 이벤트, 롤렛 등 복합적인 기능을 운영하기 위한 IT 인프라와 데이터 분석 능력이 필요함

공급자



구매자



- 가격 민감도
- 이벤트와 경험 요소
- 기본 할인과 이벤트를 결합하여 충성 고객층을 형성지속적인 할인 혜택 및 재미 요소를 제공

대체제



- 가격 경쟁력과 다양한 상품군을 보유한 대형 온라인 쇼핑몰 (아마존, 테무 ...)
- 제조사 직판, 오프라인 할인 매장

포터의 5FORCES MODEL

산업 내 경쟁자 간의 경쟁

가격 경쟁

할인율, 특가 이벤트 등
가격 경쟁이 치열한 환경에서
경쟁해야 함

가격 인프라

기존 가격대에서 너무 낮은
가격대를 구성하면 상품에 대한
가격 인프라가 낮아질 수 있어
적당한 선을 찾는 것이 필요함

서비스 및 경험

다양한 이벤트와 게임화 요소,
묶음 패키지 등 **차별화된 서비스**로
경쟁력을 확보해야 함
ex) 번들 패키지, 제품 리뷰,
마이페이지 등 다양한 부가 서비스
제공으로 고객 경험을 극대화

포터의 5FORCES MODEL

신규 참여자의 위협

공급망 계약

공급업체와의 장기 계약을 통해
저렴한 원가를 확보하고,
대량 구매 시스템을 운영하므로
초기 투자와 네트워크 형성이
중요한 장벽이 될 수 있음

필요성

기술 및 시스템 구축 이벤트,
할인 정책 경쟁 룰, 룰렛 등
복합적인 기능을 운영하기 위한
IT 인프라와 데이터 분석 능력이
필요함

새로운 경쟁자

전자상거래 시장은 상대적으로
진입 장벽이 낮다.
우리 사이트만의 할인 및 이벤트 전략
(ex, 룰렛 이벤트, 경쟁 룰)으로 차별화
단순 가격 경쟁을 넘어선
우리 사이트만의 경험, 서비스가 필요함

포터의 5FORCES MODEL

구매자의 교섭

가격 민감도

온라인 구매 환경에서는
소비자들이 쉽게 비교하고
대체할 수 있기 때문에,
할인율 및 가격 경쟁이 핵심임

이벤트, 경험 요소

룰렛, 경쟁 룸 등 단순하지만
독특한 이벤트를 통해
구매 경험을 제공하면
단순 가격 비교 이상의 가치를
제공할 수 있음

새로운 경쟁자

전자상거래 시장은 상대적으로
진입 장벽이 낮다.
우리 사이트만의 할인 및 이벤트 전략
(ex, 룰렛 이벤트, 경쟁 룸)으로 차별화
단순 가격 경쟁을 넘어서
우리 사이트만의 경험, 서비스가 필요함

포터의 5FORCES MODEL

대체제

대체제

기존 온라인 쇼핑물
(ex, Amason, eBay, 쿠팡) 등
가격 경쟁력과 다양한 상품군을
보유한 **대형 온라인 쇼핑물**이
대체제 역할을 할 수 있음

이벤트, 경험 요소

제조사 직판, 오프라인 할인
매장 등도 대안이 될 수 있음



새로운 경쟁자

독특한 할인 정책과 이벤트를 통해
구매 과정을 게임화 하고,
고객 참여를 유도함으로써
단순 가격 경쟁에서 벗어난
차별화된 경험을 제공함

04

소비자 니즈 조사

소비자 조사

1

실설문조사

소비자 조사

2

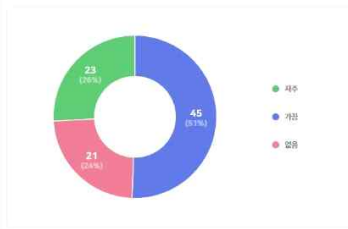
설문조사 결과

다다다에 대해 어떻게 생각하시나요?

20대 89명을 대상으로 조사 진행

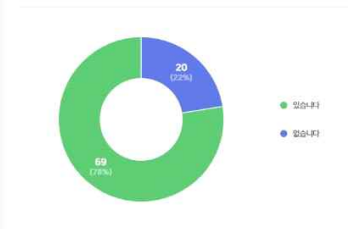
1. 최근 3개월 내에 생필품/생활용품 중에서 한 번에 여러 개를 구매한 적이 있나요?

답변 89 - 미답변 0



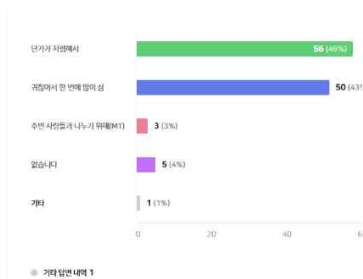
4. 동일한 제품을 10% 더 저렴하게 살 수 있다면, 한 달치 이상 미리 구매할 의향이?

답변 89 - 미답변 0



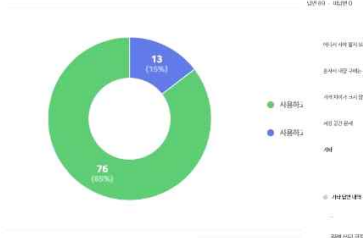
2. 대량으로 구매하는 이유는 무엇인가요?

답변 89 - 미답변 0



5. 대량으로 사면 싸게 살 수 있는 앱사이트가 있다면, 사용해보고 싶으신가요?

답변 89 - 미답변 0

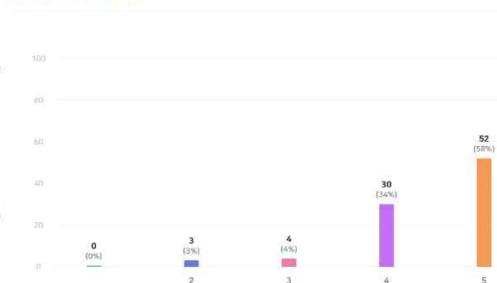


3. 평소 구매 시, 가격이 얼마나 중요한가요?

답변 89 - 미답변 0

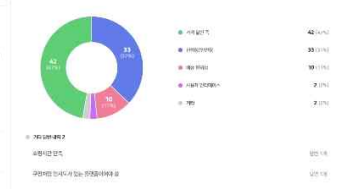


참조: 17년 1월 10일



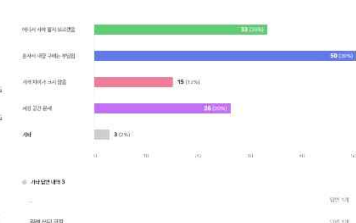
10. 어떤 서비스에서 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

답변 89 - 미답변 0



6. 대량구매나 할인 구매를 하고 싶다면, 무엇이 있다면 무엇인가요?

답변 89 - 미답변 0



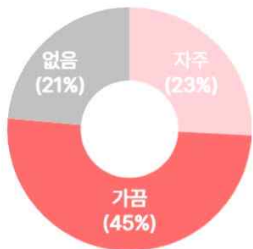
9. 아래와 같은 서비스가 있다면, 얼마나 자주 이용할 것 같나요?

답변 89 - 미답변 0



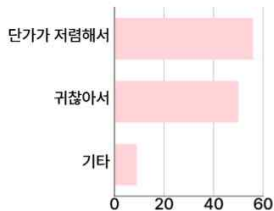
다다다에 대해 어떻게 생각하시나요?

RESULT 01



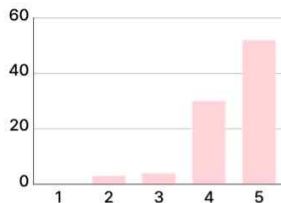
최근 3개월 내에 생필품/생활용품 중에서
한 번에 여러 개를 구매한 적이 있나요?

RESULT 02



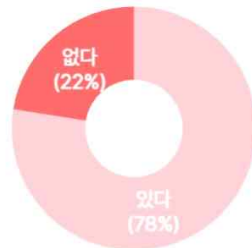
대량으로 구매하는 이유는 무엇인가요?

RESULT 03



평소 구매 시,
가격이 얼마나 중요한 요소인가요?

RESULT 04

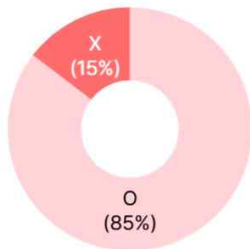


동일한 제품을 10% 더 저렴하게 살 수 있다면,
한 달치 이상 미리 구매할 의향이 있으신가요?

개인 소비자는 대량생산을 가끔하며, 가격을 제일 많이 고려하여 구매한다.

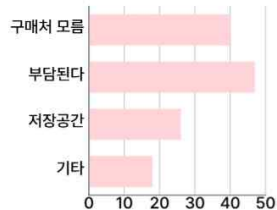
다다다에 대해 어떻게 생각하시나요?

RESULT 05



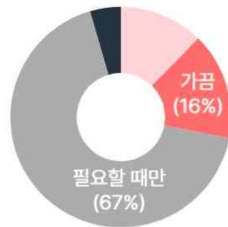
대량으로 사면 싸게 살 수 있는 웹사이트 있다면, 사용해 보고 싶으신가요?

RESULT 06



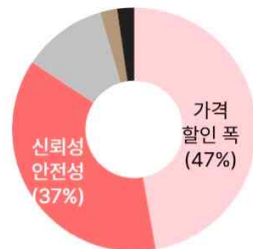
대량구매나 할인 구매를 하고 싶지만, 못하는 이유가 있다면 무엇인가요?

RESULT 07



아래와 같은 서비스가 있다면, 얼마나 자주 이용할 것 같나요?

RESULT 08



이런 서비스에서 중요한 요소는 무엇인가요?

할인 기능을 잘 이용한다면 충성 고객 만들기 가능

한 번에 살 돈이 없다.

대학원생이라서 TTTT



대량구매가 필요한 상황이면 많이 쓸 듯

- 학회나 동아리 운영진
- 회사에서 대량으로 종이컵을 주문하는 상황

보관하기 번거롭다

바로 바로 구매하는 것이 편하다



미래의

소비자들의 한마디

미친 물가 때문에, 미리 싼 가격에 구비하고 싶다.

특히 물티슈 같은 거

설문조사 중 사이트를 사용하거나 사용하지 않을 이유를 요청

유명하지 않은 플랫폼은 믿기 어렵다

쿠팡 쓸 거다



즉석밥

햇반과 같이 저장 가능한 음식은 싸다면 미리 사켜놓아도 언젠가 먹을 수 있어서 싸면 사놓을 거 같음

언젠가 쓸 물품들이면
싸게 사서 쌓아두면 언젠가
사용할 거다

05

마케팅 전략

마케팅 전략 1

페르소나

마케팅 전략 2

STP 전략

마케팅 전략 3

4P 전략

다다다의 페르소나

가상의 인물으로 구상해야되는 것이 맞으나 적합한 인물이 있어 적용해봄.



외향적

학생회장

알바몬

김가은

성별 여성
거주지 대학 근처
연령층 20대
직업 대학생
거주형태 자취
월 생활비 60만원

상품 구매 패턴

새내기 선물 키트, 성년의 날, 시험기간 격려 사업, 학회의 밤 등 준비해야되는 행사 준비물 구매.

생활 필수 용품들은 주말에 한꺼번에 구매하고 다용도실에 저장해 둔다.

주요 고민



기대하는 기능

번들 세트 상품



내향적

출퇴근러

알뜰

이오오

성별 남성
거주지 서울
연령층 30대
직업 사무직
거주형태 2인 가구
월급 380 만원

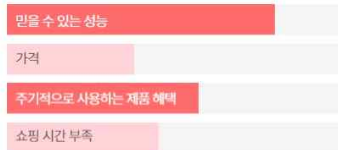
상품 구매 패턴

반복적으로 구매하는 제품을 중심으로 소비

충퇴근 시간 외 시간 부족
스마트폰으로 간편 구매 선호

리뷰 꼭 달고 포인트 얻어가는 편.

주요 고민



기대하는 기능

사용자 리뷰

다다다의 STP 전략

세분화 (Segmentation)

인구통계적
(기업/소기업, 학생회, 교회 등 조직의 유형)

타겟팅 (Targeting)

대량 구매가 필요한 조직을 타겟팅
가격에 민감하며 대량 구매에 필요하다
⇒ 접근성이 좋은 대학교 학생 조직부터

포지셔닝 (Positioning)

"필요할 땐 확실하게,
많이 살수록 확실하게 싸지는"
대량 구매 할인 쇼핑몰

사무실 탕비실 관리 담당자 : 커피믹스, 물티슈, 간식, 생수 등 **정기적 대량 구매**
학생회 / 동아리 : OT, MT, 행사 등 **일정 시기**에 대량 구매 필요
교회 / 봉사 단체 / 행사 운영팀 : 주말 행사, 야외활동 등에서 자주 소비
소규모 창업자 / 온라인 판매자 : 포장재, 소모품, 사은품 등을 다량 구매

다다다의 4P 전략

제품

"필요할 땐 확실하게,
많이 살수록 확실하게 싸지는"
대량 구매 할인 쇼핑물



Product
제품



Price
가격

가격

묶음 할인
롤렛 할인 쿠폰
카테고리 할인



Promotion
촉진

촉진

캠퍼스 어택
번들 세트
할인이 많은 웹사이트라는 사실



Place
장소

장소

웹 중심, 언제 어디서든 접속 가능

4P

이어서 시연 발표 진행하겠습니다.
감사합니다.