구축컨셉

* 구축 컨셉
  + 직관적이고 간결한 사용자 환경
    - 사용자는 개인의 스마트폰 앱을 이용하여 서비스를 이용할 수 있다.
    - 사용자가 광고를 시청하는 것에 최소한의 클릭을 요하며, 서비스 이용에 대한 표현 문구가 어렵지 않아야 한다.
  + 관심사 기반의 광고사와 소비자 연결 서비스
    - 간편한 관심사 설정을 통해 사용자가 필요로 하는 광고를 제공받을 수 있다.
    - 광고 재생시간 통계 서비스를 통해 광고주가 광고가 수요되는 정도를 측정할 수 있다.
  + 기존의 차량과 자율주행 차량을 모두 아울러 연동할 수 있는 IoT 장비
    - IoT 인포메틱이 내장되어 출시될 자율주행 차량과 달리 기존의 차량에는 관련 서비스를 제공할 수 있는 인포메틱 장비가 없다.
    - 4차 산업혁명의 전후로 출시되는 모든 차량에서 해당 서비스를 이용할 수 있도록 부착, 적용 가능한 IoT 프로그램과 장비를 개발한다.
    - 차량 부착형 서비스이므로 사용자는 차량의 계기판에서 차량의 속도, 연료, 온도의 상태값을 확인할 수 있다.
* 주요 타깃
  + 운용 가능한 차량을 소유하고 있는 모든 사용자가 주 타깃이다.
  + 해당 서비스를 부착해야 하는 기존의 차량을 보유한 타깃에게는 서비스 부착 관련 안내물을 제작하여 배포하도록 한다.
  + 어플의 활용도가 높고 유투브를 통한 광고 시청에 거부감이 적은 20~30대의 차량 보유자로 주 타깃의 폭을 좁힐 수 있다.
  + 연령대 별로 광고의 수요 정도를 예측하여 모든 연령대의 타깃에게 광고를 원활히 제공할 수 있도록 한다.
* 레퍼런스
  + 커넥티드카와의 정보 전달 및 연결에 관한 기술은 현대의 ‘블루링크’를 참고할 수 있다.
  + 광고의 게재와 광고사 측에게 제안할 수 있는 구독 서비스에 대한 틀은 구글의 ‘애드센스’를 참고할 수 있다.
  + 개발될 기술이 고속도로 등의 도로 주변 전광판을 이용할 것이라는 점에서, 그림자 광고를 참고할 수 있다.