

1. 프로젝트 관련 정보			
프로젝트 명	뷰티 맨사이드 (Beauty Manside)		
프로젝트 기간	2017/10/21 ~ 2018/02/28		
추진 배경	<p>뷰티 시장의 규모는 시간이 갈수록 증가하고 있으며 전세계적으로 나이를 불문하고 남성들이 자신의 외적 면모에 대한 관심이 증가하고 있다.</p> <p>남성 뷰티 시장의 크기는 커져 가지만 이 제품들의 정보를 종합적으로 정리해주는 서비스가 부재하다. 그래서 많은 남성들이 화장품 및 뷰티 제품의 구매 과정에서 여성들에 비해 상대적으로 불편함을 겪음</p> <p>트렌드가 확산됨에 따라 한/중/일 남성 화장품 및 뷰티 제품 시장 규모 증가 / 특히 중국 내 한국 화장품을 선호하는 경향이 강하게 나타남</p>		
추진 목적	<p>남성들의 각기 다른 외형적 단점(모발, 체형, 피부 등)을 보완할 수 있는 기능성 제품들의 사용을 독려하여 美를 탐구하는 인간의 본능을 자극</p> <p>기발하고 참신한 기존의 남성 뷰티 제품을 종합하여 여성에 비해 상대적으로 구매에 일차원적인 남성들에게도 쉽게 정보를 정리하고 직접 구매까지 할 수 있는 플랫폼 구축을 통한 맨뷰티의 “Boom”을 일으킨다.</p>		
문서 관련 정보			
Version	Date	Author	Reason for Change
0.3	2017/10/21	문기준, 안운장	초안 작성
0.31	2017/10/22	문기준, 안운장	[예상 위기], [가정 및 제약] 추가

2. 프로젝트 정의	
프로젝트 종료 후 예상 결과물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 남성의 단점보완에 대한 뷰티 상품을 제공하며 간단한 설문조사가 포함된 회원가입을 통해 자신과 맞는 제품을 추천해 주는 쇼핑몰 형태의 웹/앱 구축</li> <li>- 증가하는 가입자 수와 구매 횟수에 따른 데이터 베이스로 기존 가입자들을 기반으로 하는 최초 남성 뷰티 SNS 구축</li> </ul>
프로젝트 종료 후 사용자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한/중/일의 그루밍족(외모를 경쟁력으로 생각하며 자신의 패션과 미용에 아낌없이 시간과 비용을 투자 하는 남성들</li> <li>- 중요한 자리가 있어 일시적으로 외모를 가꾸어야 하는 필요성을 느끼지만 어떻게 해야하는지 모르는 남성들</li> <li>- 특정 외모의 콤플렉스가 있어 이를 극복하고자 하는 남자들</li> </ul>
프로젝트 종료 후 기대효과	<p>기존에 분산되어 있던 남성 뷰티상품의 구매 루트가 각 회사의 제품들을 한 사이트에서 비교 분석하여 자신에게 제일 잘 맞는 상품을 제공받을 수 있는 웹/앱 하나로 통합된다. 뷰티에 대한 정보를 쉽게 손에 넣을 수 있음에 뷰티에 평소에 관심이 있었던 남성들을 실구매자로 이끌 수 있으며 이를 통해 남성뷰티 제품 전체의 시장 크기를 확대시킨다.</p>
프로젝트 성공 평가 요소	<p>&lt;뷰티맨사이드&gt;웹이 구축되고 초기 단계인 3개월 안에 만족할 만한 수(1000명)의 고객층을 확보한다. 고객들의 만족도를 정기적으로 측정해야하며 75% 이상의 만족도를 유지한다. 이 프로젝트가 초기에서 후기로 넘어 감에 있어서 많은 수요를 감당하기 위해 담당하고 있는 주요회사로부터 도매 계약을 맺는다. (도매계약을 맺는 기준은 달 평균 수입에 10퍼센트 이상을 차지하는 제품에 한함) 초기 단계에 해당하는 3개월의 기간동안 정기적으로 1달 기준으로 신규 가입 고객이 100명, 구매 횟수 250건을 유지한다. 정기적으로 남성 뷰티 상품들의 인기도를 체크하여 적어도 달에 10개의 새로운 제품들을 웹/앱을 추가한다.</p>
주요 산출물	<p>시장분석서:각각의 뷰티 제품들이 각각의 특화된 구매처에서 어떠한 목적으로 사용자들이 구매를 하며 어떤 제품들이 각 결점(콤플렉스)요소에 필요하는지를 상시로 파악한다. 이는 설문조사와 시장조사를 겸하여 엄밀히 제품의 카테고리를 선택한다. 이는 적어도 30일간 진행되어야 하며 일주일에 한번 씩 결과 리포트를 낸다.</p> <p>제품분석서: 남성뷰티시장의 재대로된 분석을 하기위해 남성들의 각기 다른 외형적 단점(모발, 체형, 피부 등)을 보완할 수 있는 각각의 기능성 제품들의 데이터를 수치화 시켜 프로젝트가 진행됨에 따라 3일에 한번 씩 제품의 구매현황 및 인기도를 수치화 시켜 기록한다. 이렇게 수치화 시킨 정보를 바탕으로 상위 1, 2, 3위 제품을 실제 화장품을 구매하여 직접 사용해보고 개인적인 견해를 바로바로 평가하여 수치화 시킨다.</p> <p>웹 테스트기획서:웹을 구축함에 앞서 고객들의 입장에서 웹에 디자인과 편리성이 우수해야 함으로 여러 디자인을 만들어 이에 대한 편리성 및 가시성에 대한 평가를 설문을</p>

프로젝트 차터

---

	통해 실시한다. 프로토타입이 만들어지면 이를 고객입장에서 접해보고 많은 지인들에게 이 사이트에 대한 평가를 매긴다. 75%이상이 만족할 경우 '성공'이라 한다.
--	---

3. 프로젝트 관련 상세 내용			
시작예정일	2017/10/31	종료 예정일	2018/02/28
프로젝트 상세 설명			
<ul style="list-style-type: none"> <li>초기 쇼핑몰 형태의 웹/앱으로 남성의 단점보완에 대한 뷰티 상품을 제공하며 간단한 설문조사가 포함된 회원가입을 통해 자신과 맞는 제품을 추천해 주면서 사용자 수를 늘린다. 적은 수의 회원이지만 그들의 주문에 맞춰서 화장품을 구매하고 유통하여 중간 수수료를 받는다. (많은 수요가 아니어서 도매가가 아닌 원가로 구매하기에 전체 구매 금액에 5%를 수수료로 받는다.) 가입자수의 진입장벽을 만들어 대기업의 개입을 막는다.</li> <li>중기 특정 가입자 수를 넘었으면 많은 수요로 인해 도매로 상품을 구매해서 조달할 수 있게 된다. 즉, 원가 상품을 싸게 구매할 수 있기에 수익률이 훨씬 높아진다. (원가에 비해 도매가가 평균적으로 48% 정도로 저렴하기 때문에 기존의 수익인 5% 수수료보다 훨씬 더 많은 수익을 얻을 수 있다.) 부가 BM으로 각 페이지에 CPC형식의 광고를 탑재한다. 남자의 경우 새로운 구매 루트를 찾는 것을 귀찮아 하기 때문에 이 사이트에 익숙해지고 나면 변경하기 어렵기에 이용자 이탈이 적을 것으로 예상된다. 상품을 회원정보와 쌓여 온 구매 패턴 데이터를 바탕으로 패키지 상품을 만들어 판매하면서 특정 개개인의 구매패턴을 기억 및 저장한다.</li> <li>후기 이렇게 저장된 데이터 베이스로 기존 가입자들을 기반으로 시작하여 남성 뷰티 SNS를 만든다. 같은 단점과 콤플렉스를 가지고 있는 사람들이 어떤 제품을 자주 쓰는지 알 수 있으며 그 제품을 사용한 후기를 서로 공유한다. 기존에 SNS(페이스북, 인스타그램)상에서 볼 수 있었던 수 많은 비주류 화장품들과 백화점에 진 열되어 있는 대기업 브랜드의 화장품을 한눈에 찾아볼 수 있는 종합 남자 뷰티 SNS이다. 남자 화장품의 개수는 우리나라만 봐도 전체 화장품 비율에 3%만을 차지하기에 더 확실한 플랫폼 품 구성이 가능하다. 이 SNS에서의 화장품 구매 정보와 회원들의 구매 패턴이 쌓이게 되면 독자적인 브랜드를 만들어 런칭을 시도한다. 특정 가입자 수가 넘어가면 대기업과 계약을 체결하여 새로운 남성 화장품이나 기존의 남성 화장품 에 대한 홍보 및 스폰서를 통해 지속적인 수익을 쌓아간다.</li> </ul>			
프로젝트 예상비용			
예상비용	1,300,000원	자금원	팀원들의 사비
중요일정			
내용	일정	비고	
비즈니스 모델 확정	2017/10/21 ~ 2017/11/06		
남성 화장품 데이터 수집	2017/10/27 ~ 2017/11/30	데이터베이스 작성	
웹 서비스 개발	2017/10/27 ~ 2017/12/18		
제품 홍보 및 마케팅 전략 수립	2017/11/30 ~ 2017/12/18		
정식 서비스 런칭	2017/12/18		
어플리케이션 개발	2018/01/02 ~ 2018/02/28	앱 개발자 영입 또는 외주	



프로젝트 차터

예상 위기
- 남자 화장품 데이터베이스 확보의 지연 - 웹 개발자 증원 필요 상황 - 모바일 어플리케이션 개발자 필요 상황 - 프로젝트 진행에 있어 돌발 상황에 의한 계획 지연 - 프로젝트 지원 리소스에 있어 추가 자금의 필요
가정 및 제약 조건
- 효과적이고 효율적인 상호소통 - 직원 투입 및 인식 활동 개발 및 이행 - 부서 목적, 우선 순위, 목표, 목표 및 가치에 대한 팀원 인지도가 충분해야함 - 인지적 노력은 시기 적절하고 의미 있으며 타당해야함 - 개인 혹은 팀의 다양한 결정에 있어서 그 기준이 프로젝트의 가치에 부합하는지를 논의

4. 투입자원 정보		
인적사항	소속	역할
문기준	고려대학교 컴퓨터학과	Project Manager
안운장	고려대학교 경영학과	Web Developer

5. 프로젝트 승인			
역할	성명	서명	날짜
Business Sponsor	이석주 교수님		
Project Manager	문기준		

6. 적요 또는 코멘트