

플랫폼 3사 리뷰 분석 리포트 제공

‘찐뷰(zzinview)’

작성자	김지연,김혜정,서민서,이남오
작성 일자	2024-12-01

1. 서비스 개요 및 목적.....	3
1.1 서비스 내용.....	3
1.2 기획 배경.....	3
1.3. 목표 고객.....	3
1.4. 핵심 가치.....	3
1.5. 유저 리서치.....	4
1.5.1. 목적.....	4
1.5.2. 목표.....	4
1.5.3. 연구 결과.....	4
1.5.4. 연구 결과 및 서비스 반영 요소.....	8
2. 시장 분석.....	9
2.1. 시장 트렌드.....	9
2.2. 데이터 분석을 통한 시장 트렌드 조사.....	11
2.3. SWOT 분석.....	14
3. 서비스 기능.....	15
3.1. 핵심 기능.....	15
3.2. 부가 기능.....	15
3.3. 기술 스택.....	15
[데이터 수집 및 처리].....	15
[데이터 분석 및 모델링].....	16
[백엔드 개발].....	16
[프론트엔드 개발].....	16
[클라우드 및 배포].....	16
4. 프로토타입.....	17
5. 비즈니스 모델.....	19
5.1. 광고 수익.....	19
5.2. 리뷰 기반 매장 운영 제안 리포트.....	19
5.3. 결제플랫폼과의 제휴.....	19
6. 마케팅 전략.....	20
6.1. 마케팅 채널.....	20
6.2. 고객 확보 및 유지 전략.....	20
6.2.1. 초기 고객 유치 전략.....	20
6.2.2.이후 고객 유지 전략.....	21
7. 프로젝트 일정 및 인력 계획.....	22
7.1.프로젝트 일정.....	22
7.2. 팀 구성 (최소화).....	23
7.3. 예상 비용 (줄이면서도 필수적인 부분 유지).....	24
8. 리스크 관리.....	25
8.1. 법적 리스크.....	25
8.2. 기술적 리스크.....	25

9. 기대 효과 및 성공 지표.....	27
9.1. 기대 효과.....	27
9.2. 성공 지표 (KPIs).....	28
월간 활성 사용자 수 (MAU).....	28
고객 유지율 (Retention Rate).....	28
사용자당 평균 수익 (ARPU).....	28
신규 가입자 증가율.....	28
광고 클릭률 및 노출 수 (Ad Click-Through Rate & Impressions).....	28

1. 서비스 개요 및 목적

1.1 서비스 내용

‘찐뷰(zzinview)’는 카카오, 네이버, 구글 리뷰를 한 곳에서 간편하게 확인할 수 있고, 전체 리뷰 데이터를 분석한 리포트를 통해 식당의 특징을 한눈에 파악할 수 있도록 한다.

1.2 기획 배경

리뷰 플랫폼마다 각각의 특징과 장단점이 있어 사용자가 여러 플랫폼을 오가며 정보를 비교해야하는 귀찮음이 존재한다. 리뷰 통합이 이루어지면 사용자가 각 플랫폼의 리뷰를 한 곳에서 비교·분석할 수 있어, 효율적인 의사결정을 도울 수 있다.

이는 사용자의 **페인포인트 “귀찮음”**을 해결해 주어 만족도를 높일 수 있다.

1.3. 목표 고객

- 여러 리뷰 플랫폼을 비교하는 데에 번거로움을 느끼는 사람들
- 외식을 할 때 리뷰를 중요시하는 사람들
- 시간과 노력을 절약하고자 하는 바쁜 직장인

1.4. 핵심 가치

1. **3사 플랫폼 리뷰 통합으로 정보 신뢰도 증대**
 - 설문조사 결과를 바탕으로 사용자가 제일 많이 이용하는 상위 3개 플랫폼(네이버, 카카오, 구글) 리뷰를 통합 제공.
 - 서로 다른 리뷰 플랫폼의 강점을 살려, 사용자가 식당에 대한 다각적이고 신뢰도 높은 정보를 손쉽게 확인 가능.
2. **분석 리포트 제공으로 한눈에 핵심 파악**
 - 음식점 비교를 간편하게 할 수 있어 의사결정의 효율 증대.
3. **사용자 맞춤형 리뷰 필터링 및 검색**
 - 리뷰를 살펴보는 시간을 줄이기 위해 키워드 검색 기능 제공.

1.5. 유저 리서치

1.5.1. 목적

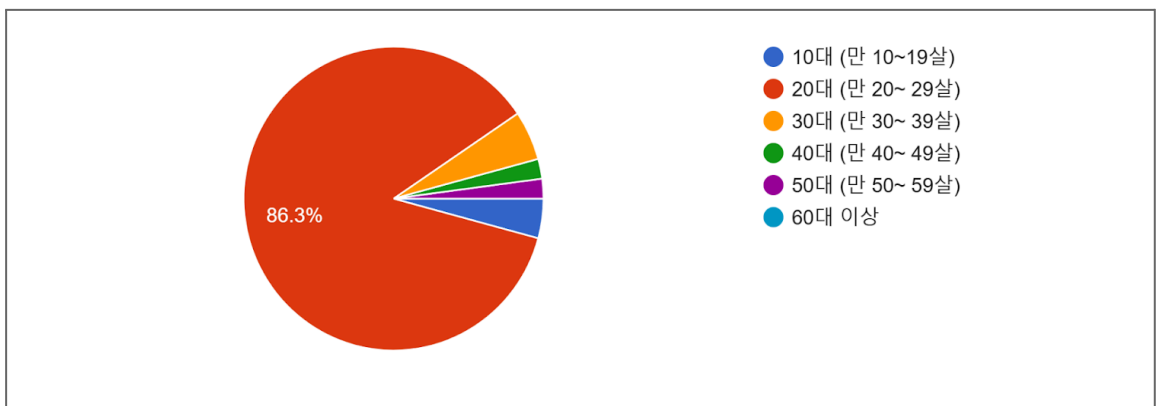
네이버, 카카오, 구글(이하 '3사')의 리뷰를 번갈아 확인하는 과정에서 사용자들이 귀찮음(번거로움)을 느끼는지 확인하기 위해 실시한다.

1.5.2. 목표

3사 리뷰를 사용하며 느낀 불편함을 조사하고 이를 해결하기 위해 분석 리포트를 제공한다.

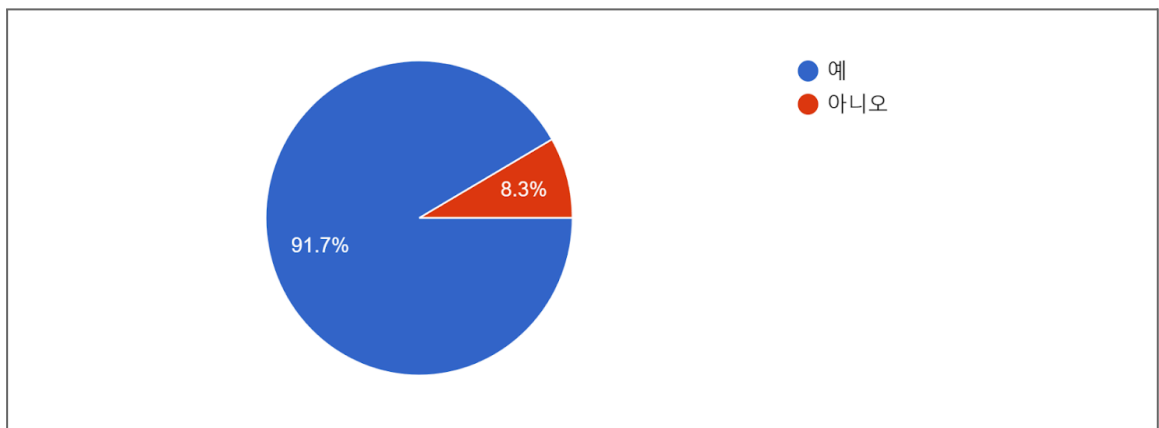
1.5.3. 연구 결과

- 2024년 11월 8일 - 2024년 11월 10일(총 3일)까지 총 108명이 응답



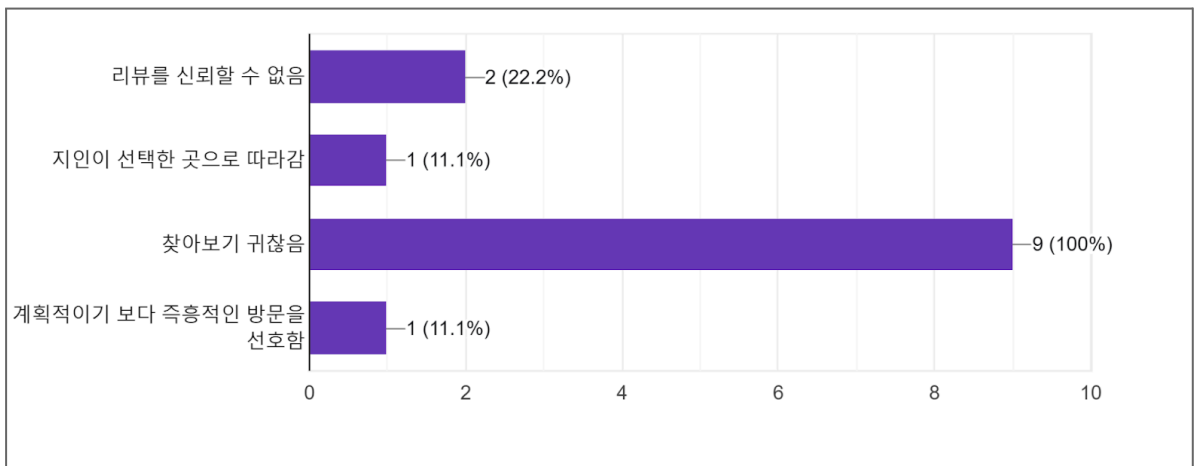
응답자 연령대

- 응답자 연령대는 20대 95명(86.3%), 30대 5명(4.6%), 10대 4명(3.7%)



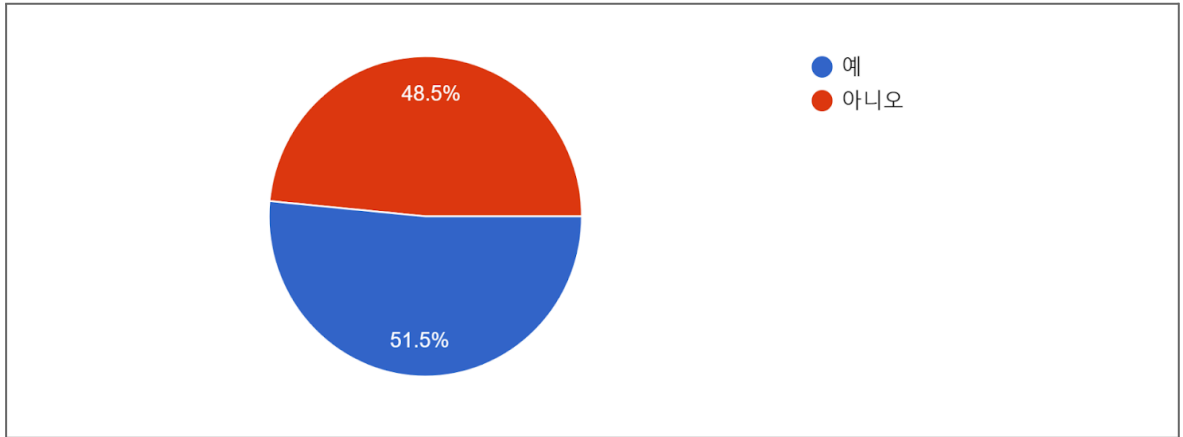
음식점, 카페를 방문하기 전 리뷰를 확인하시나요?

- **음식점이나 카페를 방문하기 전 리뷰를 확인한다고 응답한 사람은 98명(91.6%)으로, 대부분의 사람들이 리뷰를 확인하는 경향을 보인다.** 이를 통해 리뷰가 소비자의 선택에 중요한 영향을 미친다는 사실을 확인할 수 있으며, 이는 '찐뷰'의 시장 가능성을 뒷받침한다.



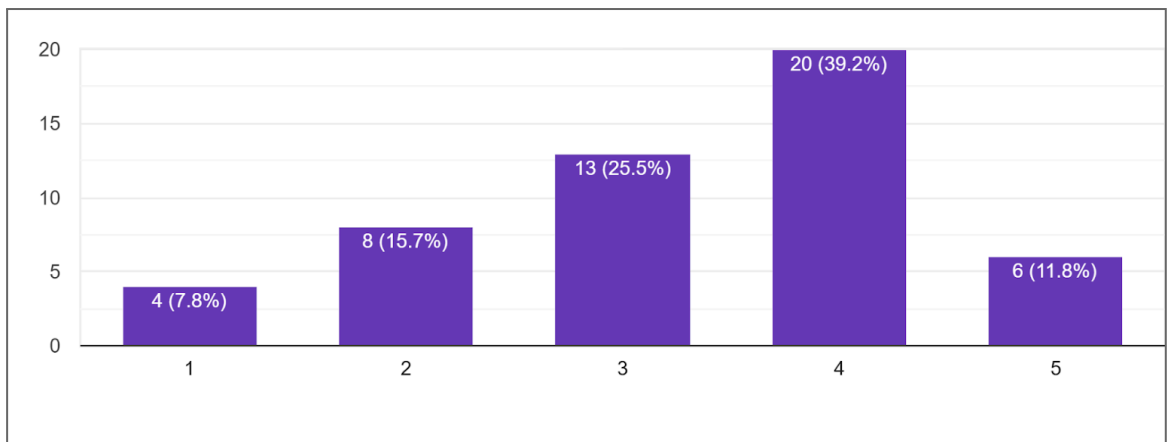
(리뷰 찾아보지 않는 응답자 대상) 리뷰를 살펴보지 않는 이유가 있나요?

- **리뷰를 확인하지 않는다고 답한 응답자들은 "찾아보기가 귀찮아서"를 주된 이유로 꼽았다. 즉, "귀찮음"이 압도적인 원인이라는 것을 알 수 있다.** 이는 리뷰 검색과 확인 과정이 번거롭게 느껴질 수 있음을 시사한다.
- 또한 일부 응답자는 리뷰에 대한 신뢰 부족을 이유로 리뷰를 확인하지 않는다고 응답한다.
- 신뢰할 수 있는 리뷰를 간편하게 확인할 수 있도록 제공한다면 충분히 수요가 있을 것으로 예상된다.



(리뷰를 확인하는 응답자 대상) 두 개 이상의 플랫폼을 비교하며 리뷰를 확인한 적이 있나요?

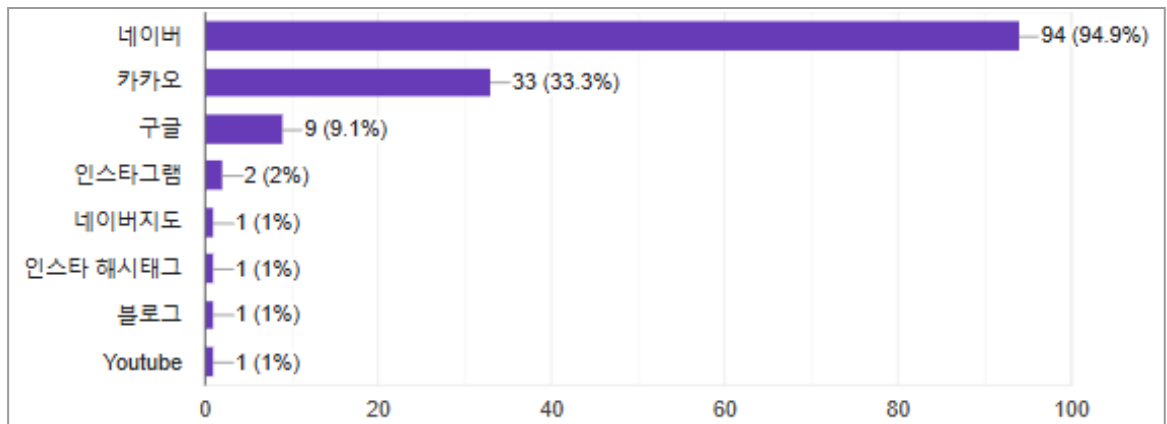
- **응답자의 절반가량이 여러 플랫폼에서 리뷰를 비교한 경험이 있다고 응답한다.** 이는 단일 플랫폼의 리뷰만으로는 충분한 정보를 얻기 어려워, 신뢰성과 다양한 관점을 위해 여러 플랫폼을 비교하는 경향을 시사한다.



(‘예’라고 답한 응답자) 두 개 이상의 플랫폼을 비교하며 리뷰를 보는 것에 피로도를 느낀 적이 있다.

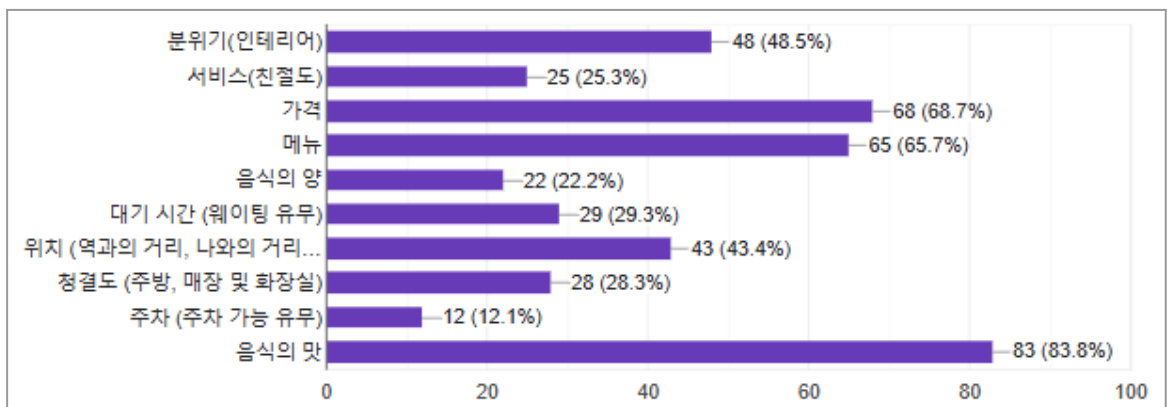
피로도: 리뷰를 비교하는 데에서 오는 번거로움, 귀찮음 등의 감정

- **두 개 이상의 플랫폼을 비교하며 리뷰를 확인한다고 답한 응답자 중 약 51%가 리뷰 비교 시 피로감을 느낀다고 답했다.** 이를 통해 여러 플랫폼에서 리뷰를 비교하는 과정이 사용자들에게 귀찮음을 준다는 것을 알 수 있다. 이는 리뷰를 통합하여 한 곳에서 쉽게 비교할 수 있는 기능을 제공하면 사용자 경험을 크게 개선할 수 있을 것으로 기대된다.



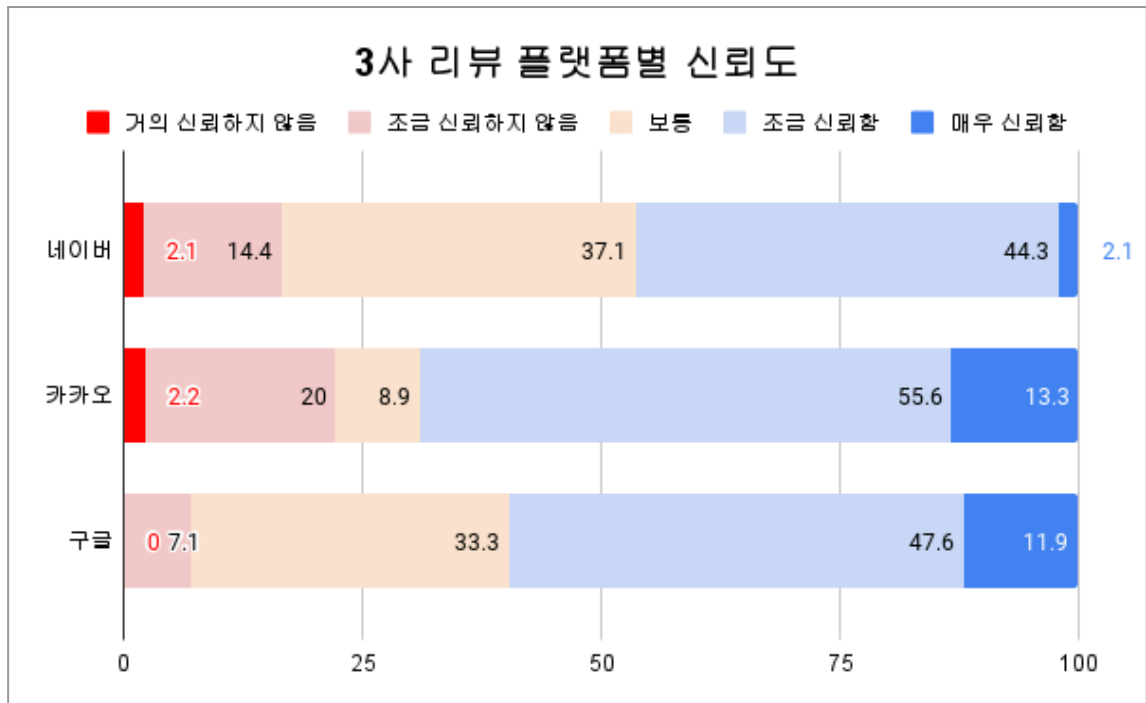
어느 플랫폼에서 리뷰를 확인하시나요? (다중 선택 가능)

- 설문 결과, 대부분의 응답자가 **네이버, 카카오, 구글** 세 가지 플랫폼에서 리뷰를 확인하고 있었다. 이와 같은 사용자 니즈를 보았을 때, 상위 3사의 리뷰를 통합 분석해 제공해 주는 것이 사용자의 번거로움을 해결해 주며 유용함을 제공해 줄 수 있다는 가능성을 보여준다.



리뷰를 확인할 때 중점적으로 보는 항목을 선택해 주세요. (다중 선택 가능)

- 리뷰를 확인할 때 중점적으로 보는 요소로 **'음식의 맛', '가격', '메뉴'**가 상위로 꼽혔다. 세 가지 요소를 반영한 분석 리포트를 제공하고자 한다.



3사 리뷰 플랫폼에 대한 신뢰도

- **설문 조사 결과 기반 신뢰도를 3사 별점 산정에 반영**
- **네이버:** 많은 리뷰 수를 보유하고 있는 반면, 대가성 리뷰가 많아 신뢰도가 떨어진다는 의견이 많다.
- **카카오:** 별점을 짜게 준다고 알고있을 만큼 실제 방문자들의 신뢰도 높은 리뷰를 확인할 수 있지만, 리뷰 수가 적다는 아쉬움이 있다.
- **구글:** 실명과 사진 공개로 인한 신뢰도 높은 리뷰 제공 받을 수 있지만 국내 소비자들에게 다소 생소할 수 있다. 전 세계적으로 공통 사용되는 플랫폼이기에 다양한 시각에서 정보를 제공 받을 수 있다.

1.5.4. 연구 결과 및 서비스 반영 요소

여러 플랫폼의 리뷰를 한 곳에서 확인할 수 있도록 하여 사용자의 번거로움을 해결하고자 한다. 다양한 사이트를 오갈 필요 없이 정보를 얻을 수 있도록 하며, 아래와 같은 기능을 제공할 예정이다.

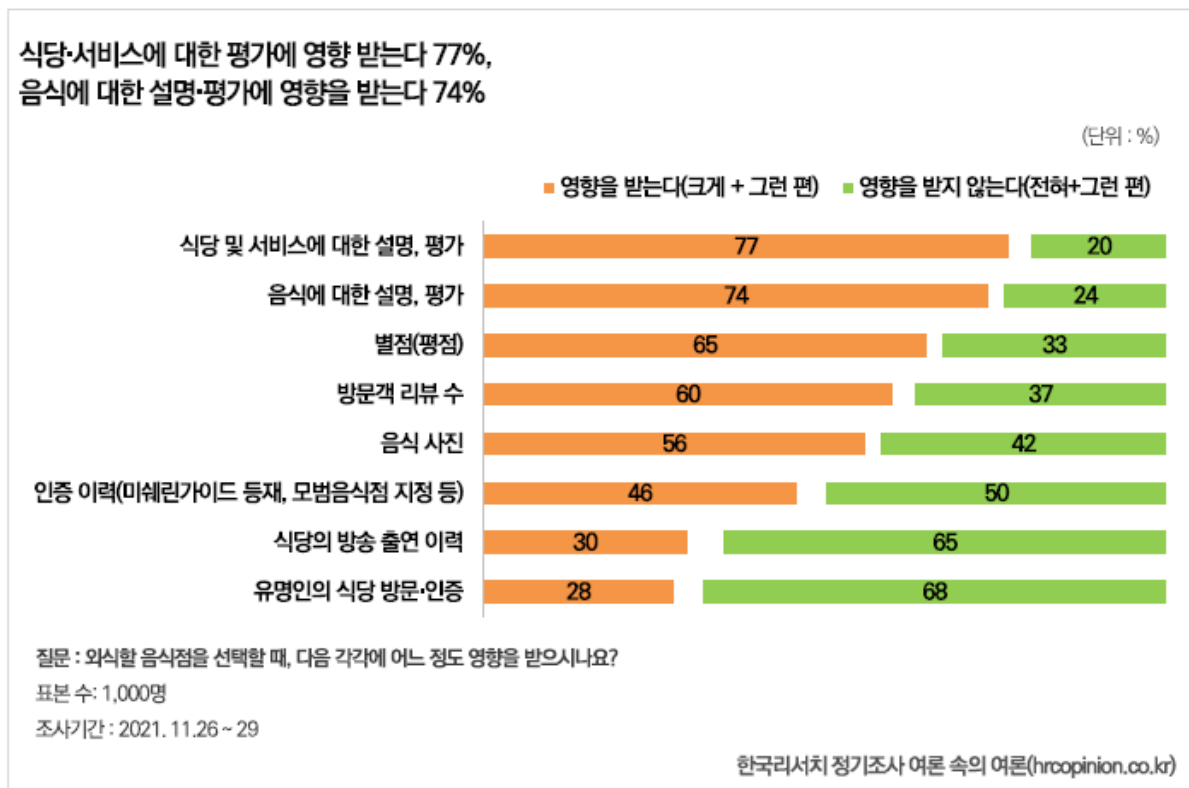
- **3사 리뷰 모아보기**
 - **3사 플랫폼 별점 :** 플랫폼별 별점 및 가중치 반영한 통합 별점 제공
 - **특정 키워드 검색:** 사용자가 원하는 키워드를 입력하여 해당 키워드가 포함된 리뷰만 빠르게 확인

● 리뷰 통합 분석 리포트

- **워드클라우드** : 전체 리뷰에 대한 워드클라우드를 제공하여 사용자는 음식점의 전반적인 키워드를 한눈에 파악할 수 있다.
- **긍정/부정 리뷰 비율**: 긍정리뷰와 부정리뷰의 비율을 시각적으로 제공
- **부정 리뷰 키워드**: 부정 리뷰는 디테일한 정보 제공을 위해 정리된 문장 형태로 제공해 주어 음식점의 잠재적 위험 요소를 명확히 보여준다.
- **별점 대비 가격 분포도**: 동일 업종 음식점들의 가격분포를 한눈에 확인 가능.
- **방사형 차트**: 긍/부정 감성분석을 진행한 '맛, 양, 서비스' 결과를 정량화하고, '가격'과 '별점'까지 활용하여 전반적인 리뷰 평판 시각화.

2. 시장 분석

2.1. 시장 트렌드



© 한국리서치¹

¹별난리서치. "맛집 선택의 기준은?" By 이/동한. 2021년 12월 15일.
<https://hrcopinion.co.kr/archives/20210>

외식할 음식점을 선택할 때 가장 큰 영향을 주는 것은 무엇일까? 전체 응답자의 77%가 식당 및 서비스에 대한 설명·평가에 영향을 받는다고 답했다. 이는 음식에 대한 설명·평가에 영향을 받는다는 응답(74%)보다 3%포인트 더 높은 것으로, 식당에서 느끼고 경험하는 감정이 음식의 맛과 품질만큼이나 중요하다는 점을 다시 한번 보여준다.

18-29세는 70% 이상이 '식당 별점, 음식 사진, 방문객 리뷰 수에 영향 받는다'

(단위 : %)

	사례수 (명)	식당 및 서비스에 대한 설명, 평가	음식에 대한 설명, 평가	별점(평점)	방문객 리뷰 수	음식 사진	인증 이력(미쉐 린가이드 등재, 모범음식 점 지정 등)	식당의 방송 출연 이력	유명인의 식당 방문·인증
전체	(1,000)	77	74	65	60	56	46	30	28
연령									
18-29세	(176)	80	76	78	71	76	47	21	21
30대	(152)	73	71	68	63	63	42	29	28
40대	(185)	78	71	66	65	59	41	30	30
50대	(194)	77	78	63	56	51	45	34	30
60세 이상	(293)	77	73	55	52	41	52	34	30

질문 : 외식할 음식점을 선택할 때, 다음 각각에 어느 정도 영향을 받으시나요?

비고: 영향을 받는다(크게+그런 편) 응답

표본 수: 1,000명

조사기간 : 2021. 11.26 ~ 29

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

© 한국리서치²

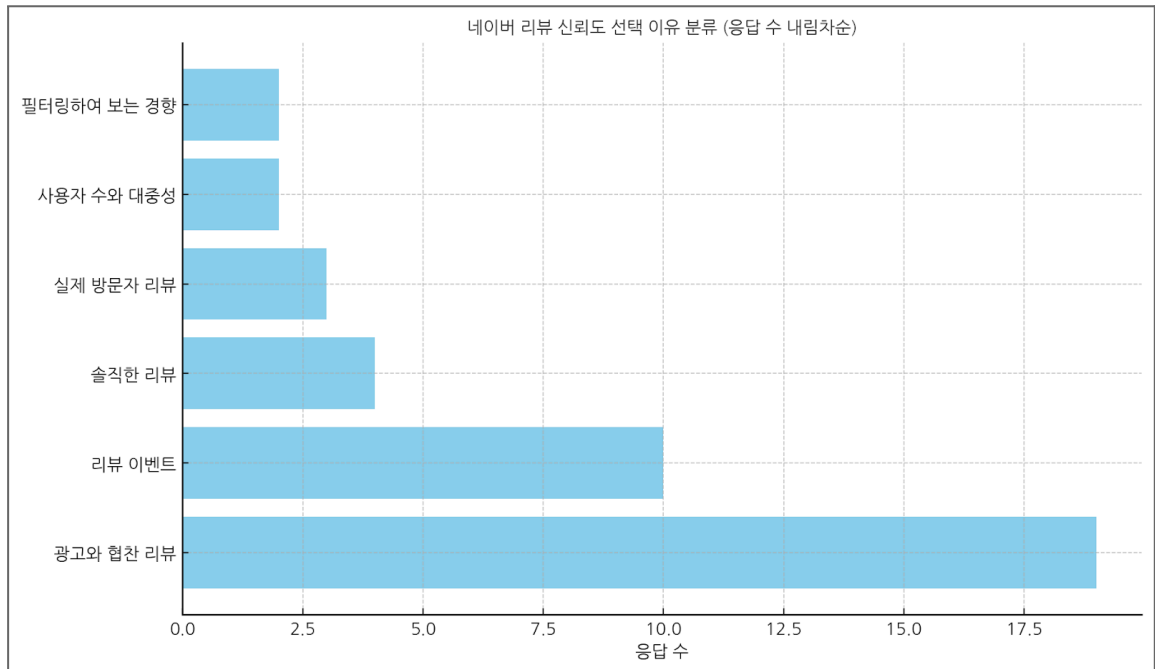
18-29세 응답자 중 78%는 식당의 별점(평점)에 영향을 받는다고 답했고, 76%는 음식 사진에 영향을 받는다고 답했다. 또한 71%가 방문객 리뷰 수에도 영향을 받는다고 답했다. 모두 전체 평균보다 10%포인트 이상 높은 것으로, 20대에게는 온라인에서 다수가 평가한 정보 역시 식당 선택 시 중요한 고려 요소로 작용하고 있다. 많은 소비자들이 식당, 카페 등 외식업체를 선택할 때 실제 이용자 리뷰에 의존하고 있다. 리뷰의 질과 신뢰도가 중요한 요소로 부각되면서, 다양한 리뷰 플랫폼을 활용하는 소비자들이 증가하는 추세이다.

²별난리서치. "맛집 선택의 기준은?" By 이/동한. 2021년 12월 15일.
<https://hrcopinion.co.kr/archives/20210>

2.2. 데이터 분석을 통한 시장 트렌드 조사

A. 네이버 지도

- **특징:** 풍부한 사진과 높은 리뷰 수를 제공해 다양한 정보 제공이 가능하지만, 광고성 리뷰가 많아 신뢰성이 떨어질 수 있다.
- **강점:** 이용자와의 친숙함 및 방대한 사용자 수
- **차별점:** 사진과 수많은 리뷰가 장점으로, 시각적 자료가 풍부해 음식점에 대한 전반적인 분위기 파악이 용이하다.

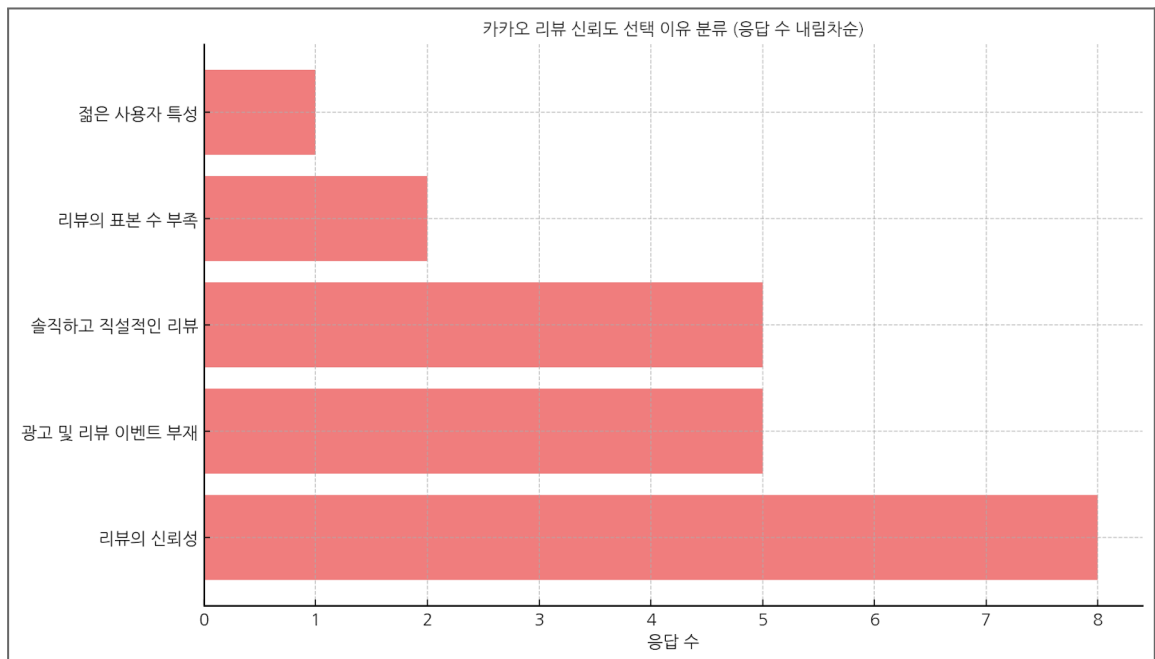


네이버 리뷰 신뢰도 선택 이유

- **신뢰도가 높은(▲) 이유**
 - 실제 방문자 리뷰
 - 많은 사용자 수에 따른 대중성
 - 솔직한 리뷰
- **신뢰도가 낮은(▼) 이유**
 - 광고와 협찬 리뷰
 - 리뷰 이벤트
 - 필터링하여 봐야하는 경향(불편함)

B. 카카오 맵

- **특징:** 광고성 리뷰가 적고, 실제 이용자 리뷰가 많은 편이라 비교적 신뢰도가 높다. 하지만 네이버에 비해 리뷰 수가 적은 것이 단점이다.
- **강점:** 광고성 리뷰가 적어 높은 신뢰도
- **차별점:** 진성 리뷰에 강점이 있으며, 사용자들 사이에서 실제 리뷰에 대한 선호도가 높은 편이다.

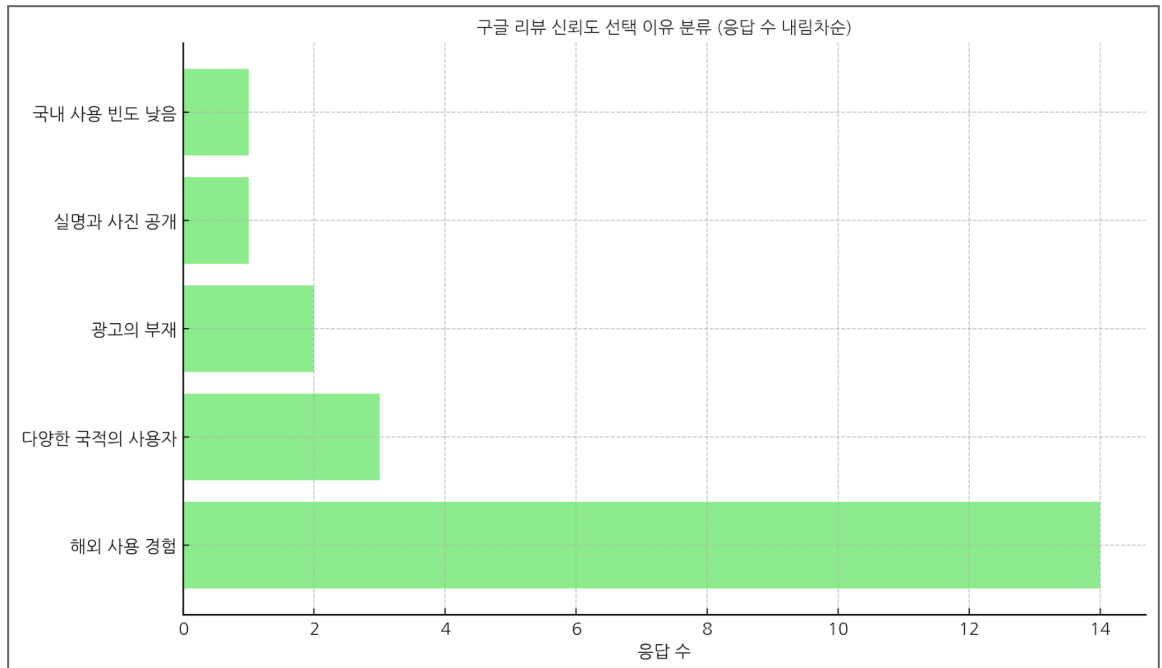


카카오 리뷰 신뢰도 선택 이유

- **신뢰도가 높은(▲) 이유**
 - 비교적 광고 리뷰와 이벤트성 리뷰가 적음
 - 솔직하고 직설적인 리뷰
 - 신뢰할 수 있는 리뷰
- **신뢰도가 낮은(▼) 이유**
 - 리뷰의 표본 수 부족
 - 젊은 사용자 특성으로 인한 까다로운 리뷰

C. 구글 맵스

- **특징:** 외국인을 포함한 다양한 고객의 리뷰를 제공하지만, 국내 소비자들에게 다소 생소할 수 있다. 전 세계적으로 공통 사용되는 플랫폼이라 글로벌 시각에서 평가가 가능하다.
- **강점:** 외국인 사용자가 많아 다양한 문화권의 시각을 반영한 리뷰를 제공
- **차별점:** 글로벌 플랫폼으로, 외국인의 리뷰 접근성을 높일 수 있다.



구글 리뷰 신뢰도 선택 이유

- **신뢰도가 높은(▲) 이유**
 - 해외 사용 경험
 - 광고의 부재
 - 다양한 국적의 사용자
 - 실명과 사진 공개
- **신뢰도가 낮은(▼) 이유**
 - 국내 사용 빈도 낮음

2.3. SWOT 분석

	긍정적 측면		부정적 측면	
내부 환경	강점 (Strengths)	1. 다양한 플랫폼 리뷰 통합 2. 사용자 맞춤형 비교 분석 3. 공유 기능	약점 (Weaknesses)	1. 초기 데이터 확보의 어려움 2. 사용자 인지도 부족
외부 환경	기회 (Opportunities)	1. 리뷰 플랫폼에 대한 신뢰도 문제 해결 2. 소셜 네트워킹 기능	위협 (Threats)	1. 기존 리뷰 플랫폼의 경쟁 2. 데이터 개인정보 보호 이슈

- **강점(Strengths)**
 - **다양한 플랫폼 리뷰 통합:** 네이버, 카카오, 구글의 리뷰를 한 곳에서 통합 제공하여 사용자에게 다양한 시각에서의 정보를 제공한다.
 - **사용자 맞춤형 비교 분석:** 리뷰 수, 사진 수, 거리 정보 등 사용자가 원하는 기준에 따라 맞춤형 분석 리포트를 제공한다.
 - **공유 기능:** 사용자가 자신이 비교한 결과를 링크로 공유할 수 있게 하여 친구나 지인들과의 소통을 원활하게 하고, 소비자 결정에 도움을 준다.
- **약점(Weaknesses)**
 - **초기 데이터 확보의 어려움:** 초기 단계에서는 리뷰 데이터를 실시간으로 수집하고, 유의미하게 가공하는 데에 많은 자원이 소요될 수 있다.
 - **사용자 인지도 부족:** 새로운 서비스로서 초기 사용자 인지도가 낮을 가능성이 있으며, 이를 높이기 위해 광고와 프로모션이 필요하다.
- **기회(Opportunities)**
 - **리뷰 플랫폼에 대한 신뢰도 문제 해결:** 사용자들이 3사 플랫폼의 리뷰를 모두 확인할 수 있어 번거로움을 해결할 수 있다.
 - **약속 장소 논의 프로세스:** 친구나 지인과 리뷰를 공유하고 의견을 주고받는 소셜 네트워킹 기능의 수요가 증가하고 있어, 본 서비스의 공유 기능이 주목받을 수 있다.
- **위협(Threats)**
 - **기존 리뷰 플랫폼의 경쟁:** 네이버, 카카오, 구글 등 이미 확고한 사용자층을 확보한 플랫폼들과의 경쟁이 예상되며, 각 플랫폼에서 데이터 접근성을 제한할 경우 어려움이 있을 수 있다.

- **데이터 개인정보 보호 이슈:** 리뷰 데이터의 수집과 활용 시 데이터 보호와 프라이버시 이슈가 제기될 수 있으며, 이에 따른 규제 변화에 대비해야 한다.

3. 서비스 기능

3.1. 핵심 기능

- 분석 리포트
- 3사 리뷰 한 곳에서 모아보기

3.2. 부가 기능

- 사용자 맞춤형 리뷰 필터링 및 검색
- 음식점 보관함 기능으로 저장한 가게만 지도위에서 모아보기
- 분석리포트 공유 기능으로 소셜 네트워킹 강화

3.3. 기술 스택

[데이터 수집 및 처리]

- 웹 스크래핑 및 데이터 수집
 - **Selenium, BeautifulSoup:** 카카오 맵에서 음식점 리뷰 데이터를 스크래핑하고 저장하는 데 사용.
 - **requests, Flask:** REST API를 통해 리뷰 데이터를 요청 및 응답으로 처리.
 - **JavaScript (Kakao Maps API):** 음식점 위치를 시각화하고 데이터 연동을 통해 리뷰를 지도에 표시.
- 데이터 저장 및 관리
 - **MySQL, SQLAlchemy:** 스크래핑한 리뷰 데이터를 데이터베이스에 저장하고 관리.
 - **Pandas:** 데이터 조작 및 CSV 파일 처리.

[데이터 분석 및 모델링]

- **형태소 분석 및 감정 분석**
 - **KoNLPy (Okt)**: 리뷰 텍스트의 형태소 분석을 통해 '맛', '가격', '메뉴' 등의 카테고리로 분류.
 - **OpenAI GPT API**: 리뷰 텍스트에 대한 감정 분석 수행 (긍정/부정).
- **데이터 시각화**
 - **Matplotlib, WordCloud**: 긍정 및 부정 리뷰 데이터를 기반으로 워드클라우드를 생성하여 시각화.

[백엔드 개발]

- **REST API 서버**
 - **Flask**: API 엔드포인트 생성 및 데이터베이스와 통신.
 - **CORS**: 크로스 도메인 요청을 허용하여 클라이언트와 서버 간 데이터 교환 가능.
- **데이터베이스 통합**
 - **MySQL**: 리뷰 데이터를 데이터베이스에 저장하고, 소셜별 리뷰 조회 API 제공.

[프론트엔드 개발]

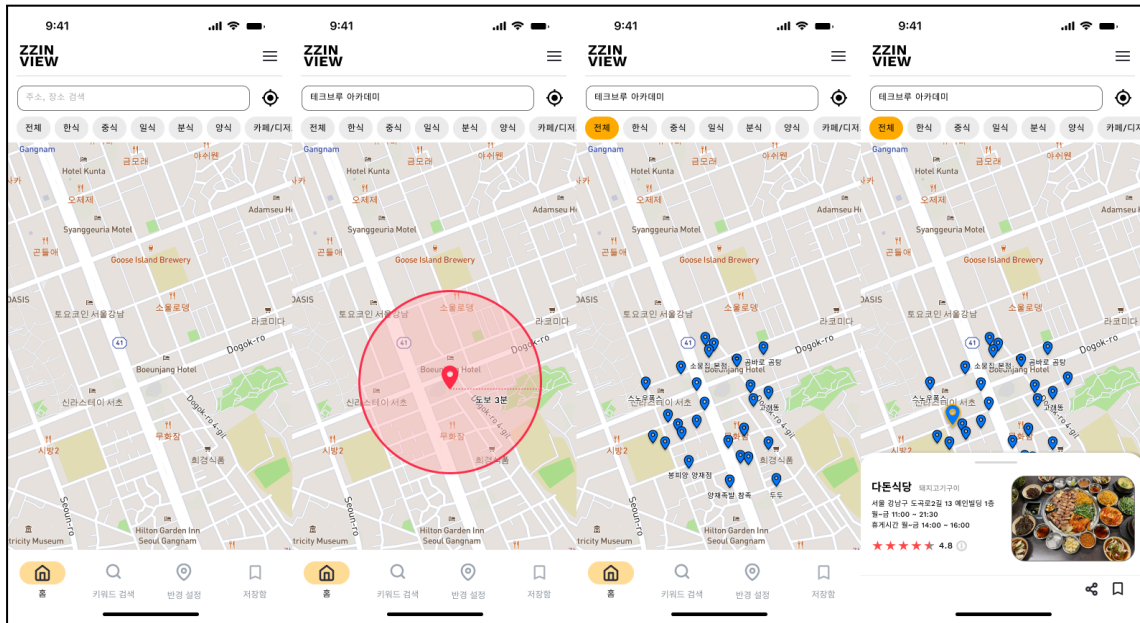
- **웹 인터페이스 및 시각화**
 - **HTML, CSS**: 음식점 지도와 리뷰 분석 결과를 사용자에게 시각적으로 제공.
 - **JavaScript**:
 - **Kakao Maps API**: 음식점의 위치 표시 및 반경 200m 내 음식점 데이터 시각화.
 - 지도에 음식점 상세 정보 및 분석 결과(리뷰 리포트) 연결.

[클라우드 및 배포]

- **서버 관리 및 배포**
 - **AWS (EC2)**: Flask 기반 REST API 서버 배포.
 - **Docker**: 애플리케이션을 컨테이너화하여 효율적으로 관리 및 배포.

4. 프로토타입

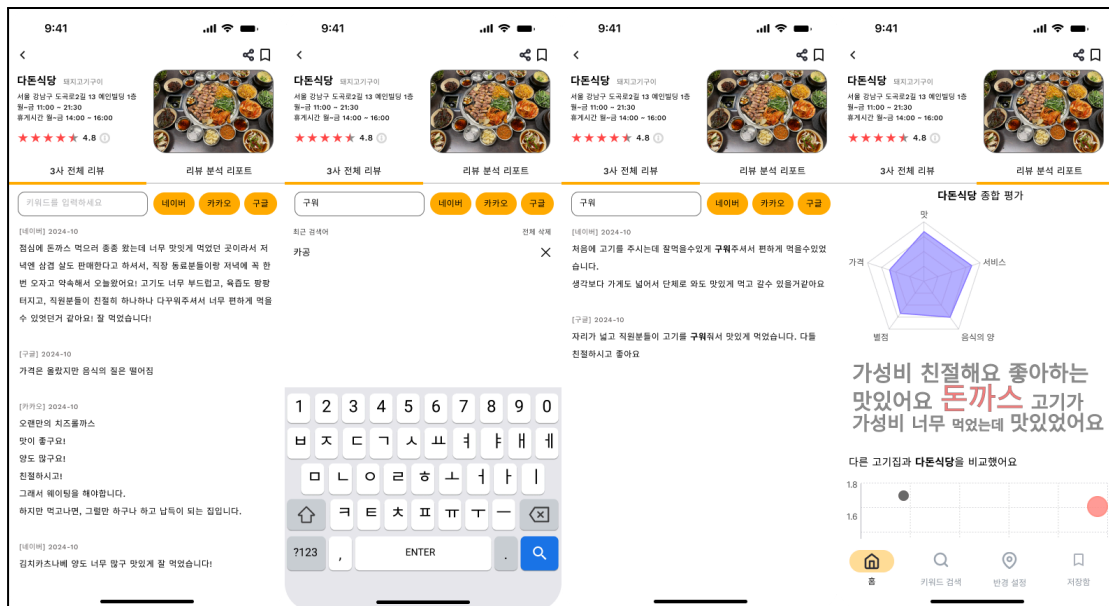
1) 반경 내 음식점 확인



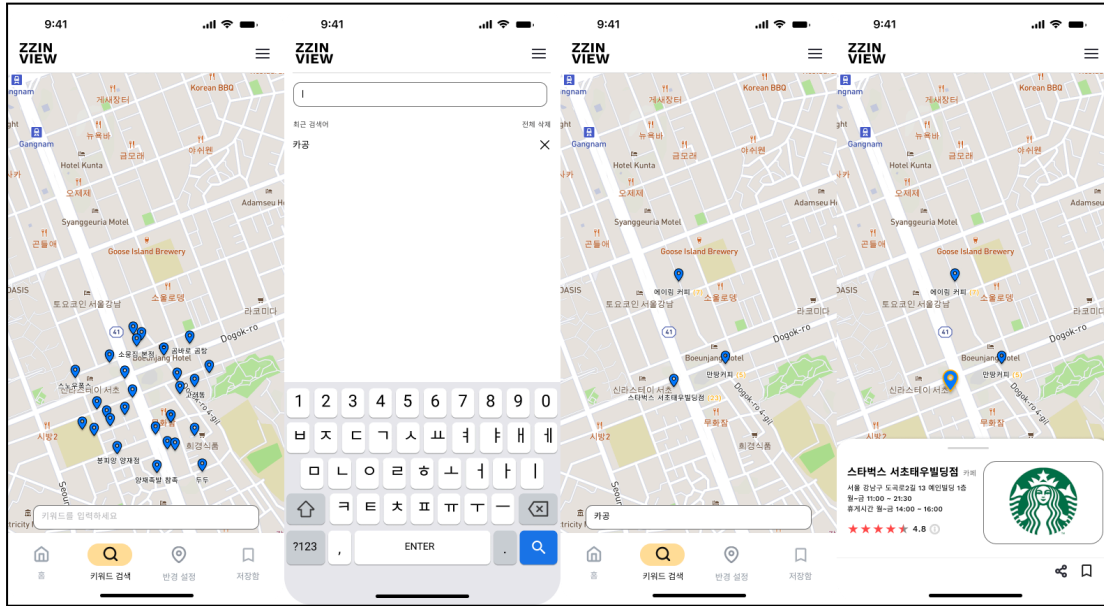
2) 3사 리뷰 한 곳에서 모아보기

3) 리뷰 키워드 검색 기능

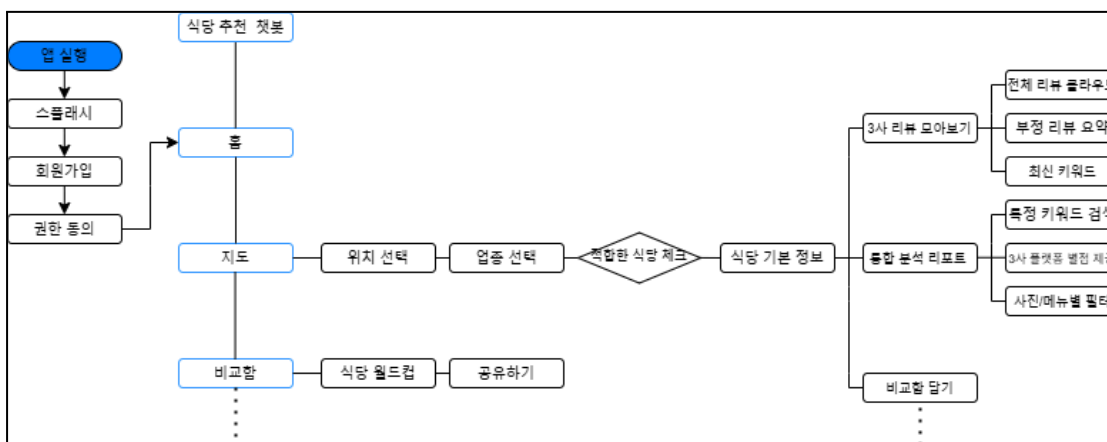
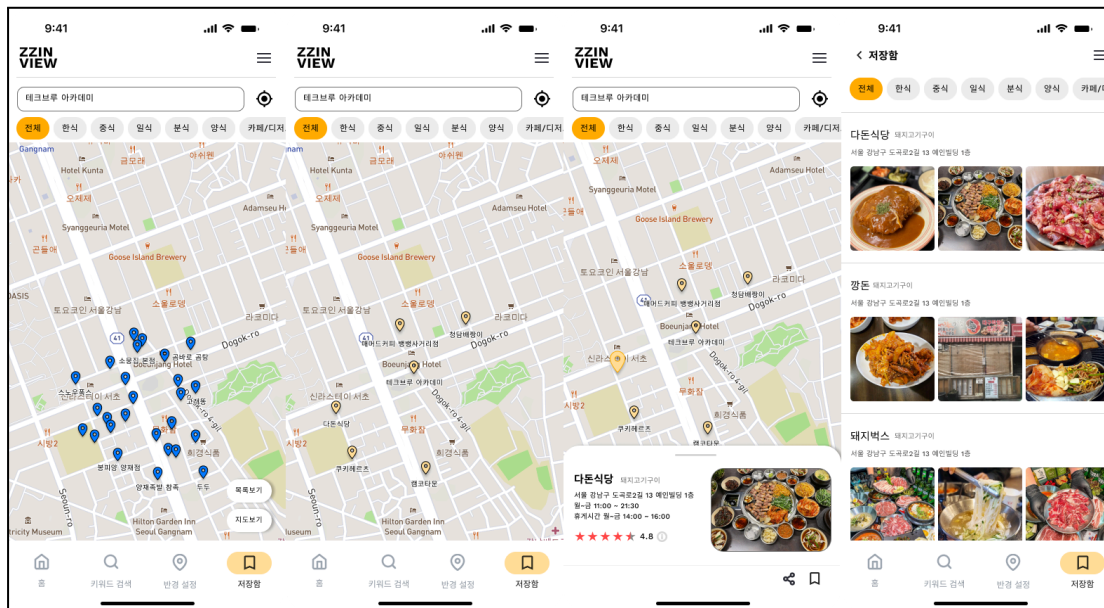
4) 분석리포트



5) 전체 키워드 검색



6) 음식점 저장함



▲ 찐뷰 사용자 흐름도

5. 비즈니스 모델

초기 단계에서는 최대한 유저 확보에 집중하여 B2B 광고 기반 수익을 중심으로 시작하고, 서비스 안정화 이후에는 프리미엄 구독형 서비스도입

5.1. 광고 수익

- **수익 구조:** 관련 업체나 식당에 광고 공간을 제공하거나 특정 검색 결과 상단에 노출되도록 하는 광고 모델을 사용한다.
- **가격 정책:** CPC(클릭당 비용) 또는 CPM(천 회 노출당 비용) 모델을 적용한다.

5.2. 리뷰 기반 매장 운영 제안 리포트

- **수익 구조:** 음식점, 프랜차이즈 등 기업을 대상으로 리뷰 데이터 분석 리포트를 제공하여 수익을 창출한다.
- **찐뷰 유저 데이터와 해당 가게의 리뷰 데이터를 결합하여 매장 운영 리포트를 제공**
 - **제공 데이터:**
 - 음식점의 긍정/부정 리뷰 비율
 - 부정 리뷰 원인 분석(위생, 서비스, 음식 품질 등)
 - 경쟁 음식점과의 리뷰 비교
 - 찐뷰 내 인기 리뷰 키워드 기반 트렌드 분석
 - 이 외 사용자 평균 식대 데이터, 저장함 데이터 등을 바탕으로한 추가 데이터 제공

5.3. 결제플랫폼과의 제휴

- 카드사, 배달앱, 포인트 적립 서비스 등과 제휴하여 사용자 결제를 유도.
- 사용자가 특정 제휴 카드로 결제 시 추가 포인트 적립.

6. 마케팅 전략

6.1. 마케팅 채널

A. 소셜 미디어(인스타그램, 유튜브) 마케팅

- **브랜딩 콘텐츠:** 매달 긍정 리뷰가 가장 많은 식당과, 가장 반응이 좋은 긍정 리뷰를 남긴 리뷰어를 선정하여 정기 간행물로 발간한다.
- **리뷰 콘테스트:** 앱 리뷰 작성자를 대상으로 가장 많은 공감을 받은 리뷰를 매주 추첨하여 식당 방문권을 제공한다.

B. 타플랫폼과 협업 이벤트

- '찐뷰 x 캐치테이블' 콜라보 이벤트
 - **찐뷰 x 캐치테이블 콜라보 이벤트:** "찐뷰"에서 리뷰 확인 후 캐치테이블에서 예약할 경우, 추첨을 통해 상품권을 제공한다.
 - 캐치테이블을 통해 예약하고 리뷰를 남긴 경우, 내돈내산 "찐리뷰"임을 인증하면 적립금을 즉시 지급한다.

C. 인플루언서 마케팅

- 맛집 리뷰를 주로 다루는 유튜버, 인스타그램 및 블로그 인플루언서들과 협력하여 "찐뷰"의 기능과 사용 경험을 소개하는 콘텐츠를 제작한다.
 - 예시: 인플루언서가 앱을 통해 직접 리뷰를 비교하고 추천하는 과정을 소개하여 사용자들에게 서비스의 유용성을 자연스럽게 홍보한다.
- 결과: 협업 인플루언서를 통해 초기 다운로드 유도 및 신뢰성을 구축한다.

6.2. 고객 확보 및 유지 전략

6.2.1. 초기 고객 유치 전략

- **첫 가입 이벤트:** 회원가입 후 첫 리뷰 비교 완료 시 할인 쿠폰 또는 포인트를 지급한다.
- **친구 추천 이벤트:** 기존 사용자가 친구를 추천하여 가입 및 리뷰 작성 시, 양측에 적립금을 제공한다.

6.2.2.이후 고객 유지 전략

- **맞춤형 리포트 제공**
 - 사용자가 자주 찾는 음식점이나 관심 분야에 맞춘 주간 리뷰 리포트를 이메일 또는 푸시로 제공하여 지속적인 서비스 연결을 유지한다.
 - 사용자가 더 많은 식당을 검색하고 비교할 수 있게 도와주는 콘텐츠 발행한다.
- **회원 등급 시스템**
 - 사용량에 따라 등급을 나누어, 높은 등급 사용자에게는 리워드와 혜택을 추가 제공한다.
 - 꾸준히 사용할수록 혜택이 증가하는 방식으로 사용 빈도를 향상시킨다.
- **앱 내 푸시 알림**
 - 사용자 근처의 인기 리뷰가 있는 음식점 추천 알림 제공한다.
 - 사용자 맞춤 추천 및 관심 있을 만한 이벤트 알림으로 사용자를 유지한다.
- **지속적인 피드백 반영**
 - 사용자 피드백을 적극 수집하고 서비스 업데이트에 반영하여 사용자 경험을 지속적으로 개선한다.
 - 업데이트 이후 새로운 기능이나 향상된 기능에 대한 안내를 통해 사용자의 관심을 유도한다.

7. 프로젝트 일정 및 인력 계획

7.1. 프로젝트 일정



- **기획 및 설계**
 - 주요 작업: 서비스 기능 기획, UI/UX 설계, 기술 스택 선택
 - 음식점 리뷰 데이터를 중심으로 주제 탐색.
 - 네이버, 카카오, 구글 3사 데이터를 수집하고 초기 데이터베이스 설계.
- **유저 리서치 및 데이터 수집**
 - 주요 작업: 사용자 설문조사 및 데이터 수집을 통해 사용자 니즈를 파악.
 - 유저 설문조사 설계 및 실행.
 - 추가 리뷰 데이터 확보 및 통합.
- **기획서 작성 및 데이터 분석**
 - 주요 작업: 서비스 기획서 작성 및 데이터 분석을 통해 인사이트 도출.
 - 리뷰 데이터 감정 분석 및 키워드 추출.
 - 주요 기능(부정 리뷰 분석, 필터링 기능 등)에 대한 구체적인 설계.
- **MVP 개발**
 - 주요 작업: 주요 기능 개발, 클라우드 서버 구축, 초기 버전 개발
 - 서비스 프로토타입 구현 및 테스트 배포.
 - MVP 출시, 기본 기능 테스트 완료

- **MVP 출시 및 초기 사용자 피드백 수집**
 - 주요 작업: 사용자 피드백 기반으로 버그 수정 및 추가 기능 제안
 - 피드백 수집 완료, 1차 업데이트 계획 수립
- **정식 출시 (예정)**
 - 주요 작업: 최종 기능 구현, 사용자 경험 개선
 - 정식 서비스 출시 및 기본 마케팅 시작

7.2. 팀 구성 (최소화)

- **기획자/PM (1명)**
 - 전체적인 서비스 기획 및 관리, 일정 조율 담당
 - 필요시, 기획자가 일부 마케팅 및 사용자 인터페이스 설계 지원
- **프론트엔드/ 백엔드 개발자 (1명)**
 - 사용자 인터페이스 개발, 기본적인 웹 페이지 및 사용자 입력 처리
 - 서버 개발, 데이터베이스 설계 및 API 구축.
- **UI/UX 디자이너 (1명)**
 - 간결한 인터페이스 설계 및 사용자 경험 디자인
- **데이터 분석가 (1명)**
 - 리뷰 데이터 수집, 정제 및 데이터베이스 관리
 - 데이터 시각화 및 통계 분석
- **마케팅 담당자 (추가로 필요할 경우, 파트타임)**
 - 초기 단계에서는 기획자가 마케팅을 함께 담당.
 - 이후 정식 출시 시 마케팅을 강화

7.3. 예상 비용 (줄이면서도 필수적인 부분 유지)

- 개발 비용 (프론트엔드, 백엔드 개발)
 - MVP 개발: 약 1,000만 원 - 1,200만 원 (프리랜서 2~3명으로 약 2개월 작업)
 - 정식 버전 추가 개발: 약 500만 원 - 800만 원 (MVP 이후 필요한 기능 확장 비용)
 - GPT-4o-mini 모델 사용료: 입력 토큰 100만 개당 \$0.15, 출력 토큰 100만 개당 \$0.60 (예상 총 사용량 기준 약 50만 원 - 100만 원)
- 디자인 비용
 - 기본 UI/UX 설계: 약 300만 원 - 500만 원
- 마케팅 비용
 - 초기 마케팅 (SNS 중심): 약 300만 원 - 500만 원 (바이럴 마케팅 중심, 페이스북, 인스타그램 광고)
 - 정식 출시 후 마케팅: 약 500만 원 - 700만 원 (사용자 확보 이벤트 및 지속적 홍보 캠페인)
- 운영 비용
 - 서버 및 클라우드 비용: 월 약 50만 원 - 100만 원
 - 추가 유지 보수 비용: 월 약 50만 원
- 총 비용 약 4000만원

8. 리스크 관리

8.1. 법적 리스크

- **플랫폼별 데이터 사용 규정 준수**
 - 네이버, 카카오, 구글에서 제공하는 리뷰 데이터를 수집하여 통합 분석 및 제공하기 때문에 각 플랫폼의 데이터 사용 정책과 규정을 철저히 준수한다.
 - 무단 크롤링이나 정책 위반을 방지하기 위해 각 플랫폼과의 협의 또는 API 사용 계약을 체결하고, 데이터 활용 범위를 명확히 설정한다.
- **개인정보 보호법 준수**
 - 수집된 리뷰 데이터에 사용자 개인정보가 포함될 가능성이 있으므로 모든 데이터를 익명화 처리하여 사용한다.
 - 개인정보 보호법을 엄격히 준수하며, 법률 변경 사항을 지속적으로 모니터링하여 필요한 조치를 즉시 반영한다.
- **저작권 및 데이터 라이선스 준수**
 - 리뷰 데이터는 각 플랫폼의 자산이므로 데이터의 무단 가공 및 배포가 법적 문제를 일으킬 수 있다.
 - 수집된 데이터를 가공하여 제공할 때는 저작권 및 데이터 라이선스를 준수하고, 원 출처를 명확히 표시한다. 이후 약관을 통해 책임의 한계와 법적 고지를 명시하여 '찐뷰'의 고의 또는 과실이 있는 경우에 한해 배상 책임을 부담한다.

8.2. 기술적 리스크

- **데이터 수집 안정성**
 - 현재(AS-IS)는 개발자가 직접 스크래핑한 리뷰를 바탕으로 서비스를 제공하지만, 앞으로(TO-BE)는 사용자가 조회할 때마다 자동으로 리뷰를 스크래핑하여 제공할 계획이다.
 - 이에 대비해 각 플랫폼의 정책 및 API 변경 사항을 주기적으로 모니터링하고, 문제가 발생할 경우 빠르게 수정할 수 있는 유연한 데이터 수집 구조를 구축한다.
- **데이터 보안 및 접근 통제**
 - 리뷰 데이터는 민감할 수 있으므로 데이터 수집, 저장, 처리 과정에서 암호화와 접근 제어를 강화해 외부 위협으로부터 데이터를 보호한다.
 - 주기적인 보안 점검과 모니터링 시스템을 통해 데이터 유출 위험을 최소화하고, 데이터 접근 권한을 제한한다.

- **GPT 기반 리뷰 감정 분석의 데이터 처리 리스크**

- 부가 기능으로 제공되는 LLM(GPT) 기반 리뷰 감정 분석 기능은 사용자의 요구에 따라 대규모 데이터를 처리할 수 있어야 한다.
- 이 과정에서 데이터 과부하나 성능 저하가 발생할 수 있으며, 이를 방지하기 위해 고성능 서버와 로드 밸런싱 기술을 도입하고, 사용자 데이터의 안전한 처리 방안을 마련한다.

- **LLM(GPT)의 편향성과 결과 신뢰성 문제**

- GPT를 활용한 추천 기능은 AI 모델의 학습 데이터에 따른 편향성 문제를 일으킬 수 있으며, 특정 결과에 대한 신뢰도를 저하시킬 수 있다.
- 이를 해결하기 위해 지속적인 모델 모니터링과 정기적인 업데이트를 통해 추천 결과의 품질을 유지하고, 사용자 피드백을 적극 반영하여 추천 모델의 개선을 도모한다.

9. 기대 효과 및 성공 지표

9.1. 기대 효과

- **사용자 편의성 증대**
 - 여러 플랫폼의 리뷰를 하나로 통합하여 사용자들이 반복적으로 다른 앱을 오가며 정보를 비교해야 하는 번거로움을 줄여 더 효율적으로 의사결정을 내릴 수 있게 한다.
- **리뷰 데이터의 종합적 활용**
 - 플랫폼별 리뷰의 특성과 신뢰도를 분석하여 한눈에 파악할 수 있는 비교 리포트를 제공함으로써, 사용자들이 다양한 정보를 함께 고려해 식당을 선택할 수 있게 한다.
- **맞춤형 분석 리포트를 통한 차별화된 정보 제공**
 - 리뷰 통합과 함께 데이터 분석 기반의 리포트를 제공하여 사용자 맞춤형 정보를 강화하고, '리뷰를 보고 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 요소'를 반영한 리포트를 통해 사용자의 선택 기준을 더욱 만족시킬 수 있게 한다.
- **타깃 고객의 유입 증가**
 - 외식을 중요하게 생각하는 사용자, 효율성을 추구하는 바쁜 직장인, 새로운 장소를 찾는 여행객 등 다양한 타깃 고객층을 사로잡아 서비스 초기부터 사용자층을 빠르게 확대할 수 있게 한다.
- **사용자 피로도 감소와 앱 정착 유도**
 - 여러 플랫폼을 오가며 정보를 수집해야 하는 과정에서 발생하는 피로감을 줄여 앱에 대한 만족도와 사용자 재방문율을 높이는 효과를 기대할 수 있게 한다.

9.2. 성공 지표 (KPIs)

월간 활성 사용자 수 (MAU)

- 목표: 첫 6개월 내 5만 명, 1년 내 20만 명 달성
 - 6개월 차: 50,000명
 - 1년 차: 200,000명

고객 유지율 (Retention Rate)

- 목표: 1개월 이후 40%, 3개월 이후 30%, 6개월 이후 20% 달성
 - 1개월 유지율: 40%
 - 3개월 유지율: 30%
 - 6개월 유지율: 20%

사용자당 평균 수익 (ARPU)

- 목표: 초기 ARPU \$1.50, 1년 차 \$3.00 이상으로 성장
 - 초기 ARPU: \$1.50
 - 1년 차 목표 ARPU: \$3.00

신규 가입자 증가율

- 목표: 월 평균 신규 가입자 10% 이상 성장
 - 월별 신규 가입자 증가율: 10%

광고 클릭률 및 노출 수 (Ad Click-Through Rate & Impressions)

- 목표: 광고 클릭률 1.5%, CPM 기준 노출 수익 \$3.00
 - 클릭률 (CTR): 1.5%
 - CPM (천 회 노출당 비용): \$3.00