**연구 계획서!**

\*\* 우리의 컨셉! 재기발랄한 천재!!! \*\*

흐름과 논리

1장 / 화두를 던진다!

<내용>

“배민은 배민이 불편한 걸 알까?”

<디자인>

배민 캐릭터(이하 배캐)가 의뭉스러운 표정으로 생각하고 있는다. 이런?

2장 / 사용자가 느낀 불편사항 전달

배민을 킨다. - 수많은 음식 & 음식점들에서 먹고 싶은 음식을 고민한다 (수많은 음식점들이 선택장애를 일으킨다)- 광고 & 주문순 & 평점 & 리뷰 등을 탐색하며 또 탐색한다(생각보다 도움이 안될때가 많다) -> 주문을 한다. (생략가능) -> 식사 후 만족스럽지 않다.

-> 기껏 어렵게 배달 업체 골랐는데 ,, 배민이 그렇지 ,,

-------

3장

사용자가 배민을 떠난당!!! (나 배민 안써!!)

* 배민 점유율 하락 그래프 + 하락 ,,

----

4장 /<너네 황당하고 억울하지? 알아! 그에 대한 이유>

무슨 이런 황당한 주장을 하나 싶지?

맞아 황당한 주장이야, 논리적 비약이 너무 심하지. 인정해

그런데 ,,, 아주 틀린 말은 아닐껄???

5장 <우리가 주장하는 불편함의 ,, 진실 그리고 원인>

‘배민맛’ - 염원하던 음식을 주문했지만 자신이 원하던 맛을 느낄 수 없고 후회하는 것을 이르는 신조어야

대부분의 사용자들이 우리가 말한 ‘불편함’을 공감하고 공유하고 있다는 증거야

6장

그런데 왜 유독 배민에게 더 불평하는걸까?

따지고 보면 ,, 타사 배달앱도 사용자가 고민하고 후회하는 경우가 많을텐데

우리가 생각한건 2가지야

첫째는 배민은 배달의 ‘고유 명사’처럼 보편화 되어 ‘배달 선택’의 불편함이 유독 더 크게 대표된다는 거야.

둘째는 배달앱의 기본에 충실한 나머지 음식점 선택지가 가장 많다는 거야.

7장

다시 확인 시켜주니 ,, 더 억울하지?

사실 배민이 업계1위로 대표되고 사용자들을 위해 더 많은 음식점들을 제공하는건 ,, 잘못이 아니잖아! 오히려 칭찬 받아야할 일이지!!

그렇지만 어쩌겠어 ,, ‘선택장애’에 빠진 사용자들이 음식 선택에 어려움을 느끼고 배달 맛에 회의감을 느끼며 불편을 호소하는데 ,, 고쳐줘야지,,,

말 그대로 사용자들을 위해 여러 선택지를 편하게 만들어줬는데

‘선택장애’에 걸린 사용자들이 막연하게 불평하는 거니까!

그런데 어쩌겠어 ,, 사용자들이 불편하다는데 고쳐줘야지

7장

다시 말하지만 ,,

(당근을 주는것)

너희는 이미 너무 보편적이라 더 불편해하는것이고 선택의 폭이 너무 많아지는건 좋은거지 나쁜게 아니야

왜냐면 음식 선택 과정의 불편함은 타사도 마찬가지이기 때문이다. 다들 배민을 처음 킨다. 다만, 배민은 배달에 ‘고유 명사’처럼 보편화 되었기 때문에 ‘배달 선택’에 대한 불편함이 더더욱 크게 다가온다는 것이다.

하지만 이기적이고 귀차니즘 사용자들은 쉽게 체감할 수 있는 불편함을 호소한다! (통계적 혹은 사회적 증거 -> 배민맛, 배민스럽다! 등)

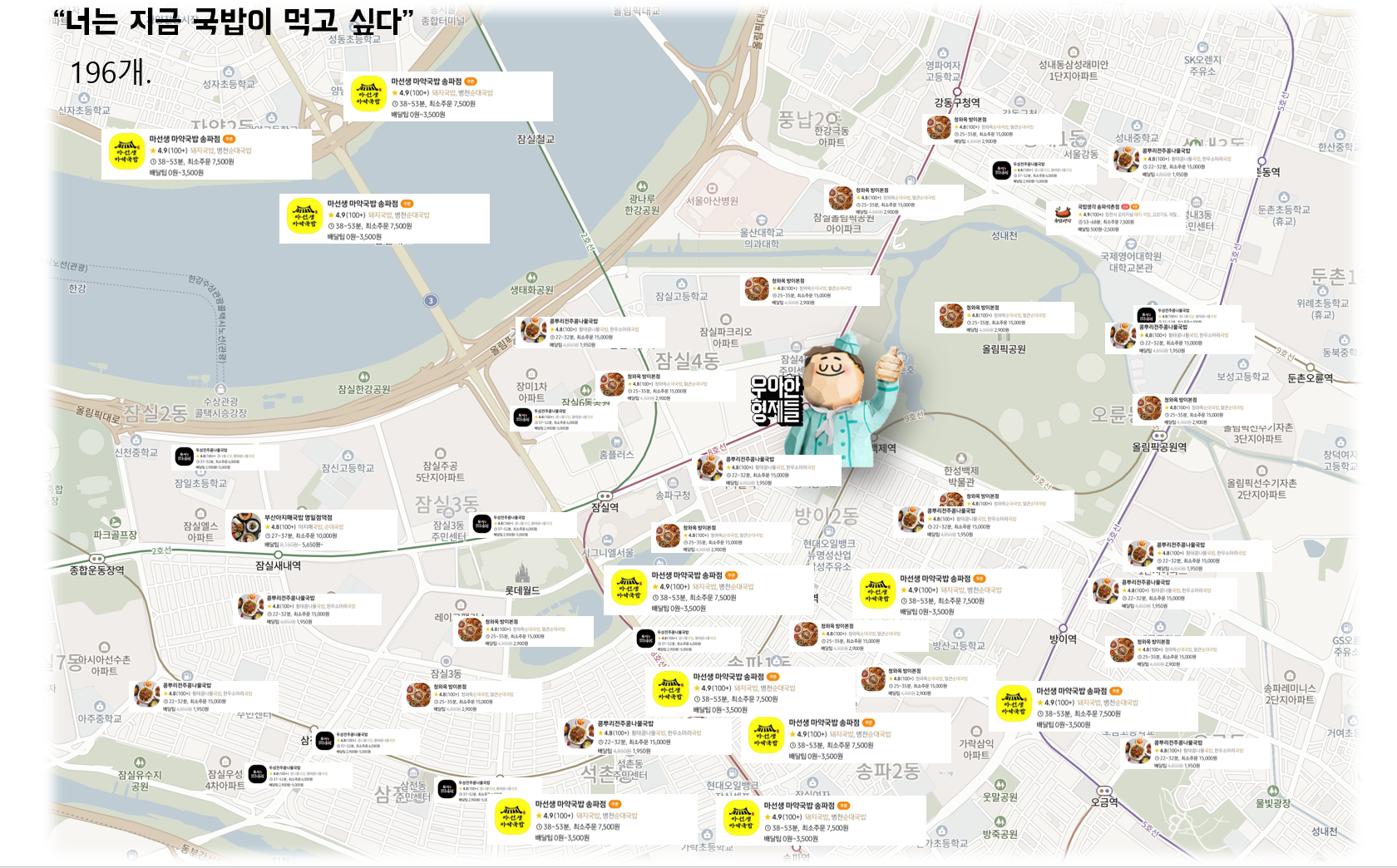
-----

5장 / 그런데 ,, 틀린말은 아니야! 왜냐면 불편한건 사실이거든! (불편함의 원인을 되게 디테일하게)

(여기서 배민의 시장 점유율이 위협당하고 있는 이유를 서술하고 싶음)

1. 배달과정(음식점 선택하는 과정)의 불편함

시작은 위의 단순하고 막연한 ,, 불편함에서 시작되었을 것이다. 기존 시스템에 대한 불편이 배민 어플에 대한 부정적인 인식으로 이어지는 도중 ,,



*\* 많은 가게가 문제가 아닌 많은 가게로 선택의 폭이 너무 넓어져 선택이 어려워지는 새로운 불편?함이 생김*

(여기서 문제점을 보여주는게 맞는걸까?)

(위 과정에서 너무 많은 음식점을 시각적으로 표현!)

-참고자료-

사실, 배민은 잘못한게 없다! 수 많은 음식점들을 사용자들이 보기 편하게 모았고 여러가지 기능들을 추가하여 노력했다.-> 현재 배달 어플 전체의 문제점.

너도나도 더 많은 가게를 보여주려하는 경쟁뿐.. ex)이츠 오리지널

-------

6장 / 여기는 어떻게 보면 ,, 당위성 ,, 이게 와야한다는 이유

우리에게 노출되는 정말 많은 음식점 중에서 내가 원하는 (나에게 맞는)

음식점은 몇개나 될까?

과연, 많은 가게를 보여주는 것만이 정말 소비자를 위한 것일까? 😥

지금까지 거의 모든 배달 플랫폼들이 더 많은 가게를 보여주기 위한 경쟁을 벌였다면,

이제는! 배민은 다른 방향으로 가야해 !(불편함을 직접적으로 해소할 수 있는 방향 말이야!)

-----

7장

그게 바로 …!!!

“개인화 추천 서비스이다”

따란!!!



좋아하는 음식을 al

먹고싶은 곳에서

====

8장 개인화 추천 시스템(콕 찝어서 말해주는건 완성 뒤 결정)

UI 넣자!

9장 < 우리가 시행 하려는 배민 개인화 추천 시스템의 간단한 정책!>

날씨에 따른 추천 및 시간대에 따른 개인이 먹고 싶은 가게와 메뉴를 추천해준다.

비오는 날 먹고 싶은 음식, 매운걸 좋아하는 OO이 좋아하는 음식 -

날씨, 시간대, 요일, 사용자의 패턴등을 기반으로 추천을 해준다.

사용자를 그룹화하여 제시한다.

또한 ,, 이 서비스를 더귀한분 이상 (한달에 10회이상 주문) 의 사람들에게만 제공하여 배민을 더 자주 사용할 수 있도록 유도한다. (이건 좀 논의 해봐야할듯)

그들이 음식 혹은 음식점을 빠르고 정확하게 고를 수 있도록 가이드를 제시해야한다!

--------

구체적인 알고리즘 구현 방법 (아이디어이고 이건 더 고민해봐야할듯)

갑자기 든 생각인데 왓챠피디아 서비스랑 매우 유사한것 같아.

“ 알고리즘 설명 ! “

-여기서 알고리즘 구현 관련 설명을 하는 것도 좋을듯?

-핵심은 두가지 개인의 구매패턴 그룹화와 가게 라벨링을 통한 개인의 라벨링

-1) 개인의 데이터(성호형이 여기서 쓸 데이터를 결정해주세요)를 통해 구매패턴을 그룹화해서 다음에 구매할 음식 예측하는 알고리즘 설명

**(To 성호, 다음에 구매할 음식을 예측하는 건가요>? 아니면 비슷한 패턴으로 구매를 한 사람들이 구매했던 음식 중에 후기가 좋았던 음식을 추천하는 건가요?) 후자가 좋지 않을까? 음 그러면 후자로 설명하는 걸로 하죠**

+똑같은 음식을 계속 먹는 ‘매니아’와 다른 음식을 계속 시켜먹는 ‘모험가’로 개인의 성향을 나누는 것도 설명

+ 가끔 새로운 음식을 도전하는 중간층도 하나 있으면 좋을듯?? -> ‘???’

-2) 리뷰 데이터 등을 통해 가게를 라벨링하고, 개인의 구매기록을 통해 개인을 라벨링하는 알고리즘 설명

-예: 매운, 떡볶이, 카레, 우동, 등등을 통해서 개인에게 가중치주는 거 표현

-------------성호 (읽고 피드백 해주세요)-------------------

++) 메뉴별 태그를 매기는 것도 자동화하기

1 기존의 리뷰 데이터가 있는 메뉴를 태그화하는 법

그 메뉴와 관련된 리뷰를 자연어처리를 하여 1차로 태그를 뽑아낸다. 이때 태그는 인간이 보기에는 비슷하지만 기계한테는 다른 태그일 수 있음. 예를 들어 ‘T1 : 매워’, ‘T2 : 매움’은 이때 다른 태그로 처리 된다.

태그가 다 나오면 그 후에는 그 태그별 간의 ‘거리’(이걸 어떻게 정의할 지 생각해야 함)로 군집화를 하여 비슷한 태그들은 가장 빈도가 많은 태그를 기준으로 묶는다. 마치 매트릭스 선형 종속인 콜룸 지우는 거 처럼

2 새로운 메뉴를 태그화하는 법

띄어쓰기를 기준으로 메뉴를 분리하여 각 단어를 포함한 메뉴들이 가지고 있는 태그들을 구한다. 예를 들어 메뉴 이름이 ‘해물 짬뽕’이면 ‘해물’이 포함된 메뉴의 태그와 ‘짬뽕’이 포함된 메뉴의 태그를 뽑아낸다. 그리고 그 태그를 곱해서 중복되는 태그들을 뽑아내서 신규 메뉴의 태그로 사용한다. 곱하지 않더라도 가중치로 계산 가능함.

0) 가게별 특징 테그가 우선이다.

가게별 특징 테그를 생성하기 위해서 가게들의 리뷰를 사용해서 리뷰에 자주 나오는 음식의 특징을 찾아 테그로 지정한다.

=> 고도화되면 메뉴별로 테그화 후 메뉴별 공통 부분을 가게 테그로 사용 가능

예를 들어 리뷰에 ‘매워요’가 많거나 ‘바삭해요’라는 단어들을 찾아서 테그화 시켜준다.

(자연어 처리구나)->넵 성호 07/12 1:10

리뷰는 일정 글자 이상있는 리뷰를 추출해서 사용한다.

리뷰 글이 짧으면 음식에 대한 특징적인 단어를 추출하기 어려움

(으음 확실히 그렇긴 하네)

1) 사용자가 자주 이용하는 가게와 메뉴를 추천해주는 알고리즘 설명

사용자가 자주 이용하는 가게는 얼마를 주기로 주문하는지 패턴 확인 가능

이러한 주기 패턴을 이용해서 주기에 맞춰서 추천을 진행

다양한 가게를 찾고 싶어하는 사람들을 구별해내기 위해

같은 가게를 얼마나 가는지를 확인하기 위해

한 가게에 최대 주문한 값 또는 한 가게에서 주문한 값을 평균으로 구해서

특정 가게의 주문한 수를 나눠서 가게별로 가중치를 다르게 준다.

예를 들어 A,B,C라는 가게를 각각 10, 4, 1번 갔다고 한다면,

평균적으로 5번 같은 가게를 가는 것.

이때 5번 이상간 A와 A의 테크에 가중치를 높여주고

반대로 5번 이하로 간 B,C와 B,C의 테그의 가중치를 낮추는 식으로

가중치를 수정

비슷하게 A,B,C를 각 1번씩 갔다면

평균적으로 1번이니까

가게들의 가중치가 별로 안 변하고 비슷하게 되니까

다양한 음식점이 결과적으로 추천이 됨

괜찮은 거 같은데요? 일단 중간에 평균을 쓸지 뭘 쓸지는 바뀔 수 있지만, 원리 자체는 안 변할 거 같음.-호준

------------------------

2) 개인의 데이터(성호형이 여기서 쓸 데이터를 결정해주세요)를 통해 구매패턴을 그룹화해서 다음에 구매할 음식 예측하는 알고리즘 설명

사용자가 이용한 가게의 테그를 추출해서 개인화된 테그 값을 가진다.

-> 비슷한 테그를 가진 사용자들끼리 그룹화를 진행한다.

(-> 그 그룹 내에서 좋은 평가를 받은 음식들을 목록화?)

-> 테그를 메뉴별로 하는게 좋을까?

(주문한 메뉴를 가지고 리뷰의 값을 뽑는다. 메뉴들의 공통 테그 값이 가게의 테그값이 된다. 이런식으로 바꿀까?) - 성호 07/12 1:08 => 공통 테그값보다는 테그들의 분포 자체를 값으로 사용하는 게 좋을 거 같음. 근데 이것도 좀 머리를 굴려야 할 거 같은데

1. 베스트 메뉴의 테그를 일단 뽑아서 거기서 분포를 하던 공용을 하던 한다

=> 문제는 신규 메뉴가 나왔을 때 얘가 제외되어 버림. 가중치를 높여주는 방법도 있음

-> 그 중 사용자는 접해보지 못한 가게에 대해 랭킹화 후 추천을 진행한다.

--------------------------------------

3) 리뷰 데이터 등을 통해 가게를 라벨링하고, 개인의 구매기록을 통해 개인을 라벨링하는 알고리즘 설명

가게가 테그화 되어있다는 가정하에 진행한다.

-> 사용자가 이용한 가게의 테그를 추출해서 개인화된 테그 값을 가진다.

-> 비슷한 테그를 갖는 가게와 메뉴를 추천해준다.

-----------------------------------------------------

4) 추천은 날씨에 따라 사용자가 원하는 값이 다를 것이고 주문 시간에 따라 다를 것이다.

주문 날짜로 주문 날씨를 확인해 세분화가 가능

주문 시간을 기준으로 세분화 가능

아점저야 로는 부족한가? -> 시간은 범주별로 나눠야 되서 그거면 충분할 듯

------------------------------

이 알고리즘의 문제점

리뷰가 적은 가게는 어떻게 할 것인가??

1) 그 가게를 이용한 사용자들의 테그를 사용해서 넣어준다.

그럼 가게를 이용하는 사람들이 적은 가게는??

그럼 신규 가게가 살아남기 힘들다. => 그럼 어떻게 해야 할까?

=> 신규 가게를 추천하는 칸을 따로 추가하면 되지 않을까요? 근데 여기서도 상대적으로 리뷰 많은 애들이 다 해먹으려나?

그럼 현재 배민에서 신규 가게는 어떻게 해주나??

배민 측에서 쿠폰을 지급해준다. => 이거랑 위랑 연계하면 좋을 거 같은데=>이건 현재 시행중 아하

다양한 가게를 찾는 사용자들에게는 쿠폰도 가중치로 쳐 준다. => 오오 근데 이러면 계속 같은 곳 선택하는 사람들에게도 줘야 하지 않나? => 쿠폰 가중치를 모든 사람들에게??

그럼 쿠폰이 많은 가게의 가중치가 높아지기 때문에 사용자들이 이용하면 라벨링이 될 것이다.

-----(성호 여기가 끝)------------

큰 틀을 만들어서

구현 설명 :

가게별 알고리즘

유저별 알고리즘

LSTM

그리고 추천 변수들에 대한 알고리즘 설명

=> 날씨, 계절, 주문 패턴 같은 것은 어떻게 얻어 올 것인가?

이런식으로 순서대로 표현하는게 아니라

그룹별로 설

이거 써 놓으면 내가 수정할게~

-----------

테스트 타겟

이 모델의 테스트 타겟은 바로 여러분!

기준 위치를 본사의 위치로 잡았습니다.

(우아한 형제들 ‘ 서울특별시 송파구 방이2동 위례성대로 2’)

송파구 방이2동의 지역 사람들, 본사 기준으로 주문이 가능한 가게들의 데이터를 필요

=> 송파구 방이2동에서 주문을 한 사람들의 주문 패턴을 통한 특정 주기를 가지는 패턴을 확인

=> 주문이 가능한 가게들로 가게들의 메뉴를 테그화 진행 후 해당 가게에서 주문시킨 사용자들에게 해당 메뉴 라벨 제공

좋은 음식을 먹고 싶은 곳에서 먹게 해준 여러분들에게

좋아하는 음식을 먹고 싶은 곳에서 먹게 해주겠습니다.

------------

**개인화 추천 시스템의 리스크 헷지**

1) '필터버블(Filter Bubble)' 현상

인터넷 정보 제공자가 맞춤형 정보를 이용자에게 제공함으로써 이용자가 걸러진 정보만을 접하게 되는 현상

> 추천 서비스의 의도가 걸러진 정보만을 제공하는 것이며, 추천 서비스 이외에도 가게를 볼 수 있는 카테고리가 있으니 상관없다고 생각함.

> 고객의 불편이 없는 이상 추천 서비스에 중독되는 것은 배민의 이득이라 생각함

2) 추천피로도

비슷한 아이템들이 계속 제시됨에 따라서 새로운 것이 없다고 느끼게 되는 것

> “모험가”스타일의 사용자가 느끼게 될 문제라고 생각함

> 새로고침 버튼을 누르면 기존에 제시됐던 가게보다 하위 랭킹들을 계속 제시한다

> 추천 카테고리 변경하는 버튼이 있다면 해결가능하다고 생각

> 새로운 음식들을 선택하거나 고객이 타이핑하거나 둘중 하나? or 둘다?

> OR 추천 태그를 아예 RESET시키는 거

> 기존의 음식 종류별 카테고리를 보면 문제 해결된다고 생각함

> (성호 생각) ‘모험가’ 스타일의 사용자에게는 한번 간 가게의 가중치가 낮게 진행할 것이다.

3) 자기강화

기존에 믿고 있던 관점과 비슷한 증거들이 쌓이면서 자기 확신에 이르는 현상

(잘못된 생각이 확신/신념이 되거나 올바른 상대의 생각을 무턱대고 배척/배제하는 현상)

(기계에 의해서 보이지 않는 장벽이 처지는 것)

> 뉴스기사에서 주로 나타나는 현상으로 배달 추천 시스템에서는 고민 안 해도 되는 문제라고 생각함

> 맞든 맞지 않든 강화될 수록 추천 서비스의 취향 자기강화는 소비자에게 결제를 유도하기 때문에 배민측에서는 이득이라고 생각함

위의 세개를 정리해줬으면 좋겠다. 개인화 추천 서비스의 부작용을 알린다.

4) 고객 불만

-추천의 정확도가 낮은 경우 (이러저러한 일이 발생할 가능성이 있다~)

> 배민에 대한 부정적인 감정 야기

> 추천 만족도를 조사해 *가게를 제외(맛의 문제)* or *가중치 변경(취향의 문제)* ( **맛이 문제**였는지 아니면 **취향의 문제**였는지 두가지만 질문하면 된다고 생각 )

> 2번과 같이 추천 카테고리를 변경/리셋하면 된다

5) 가게 사장님의 불만

-왜 우리 가게가 추천이 안 되냐 알고리즘 문제 있는 거 아니냐 (의문제기)

> 이건 그냥 무시해도 되는 경우인 듯 가게 잘못이라고 생각함

> if 가게 잘못이 아니라면? 뭐가있지?

> (성호 생각) 리뷰가 없는 가게는 맛이 없거나 신규 가게일 것이다.

> (성호 생각)신규 가게의 경우 신규 가게 카테고리를 새로 작성

> 신규 추천 카테고리: 맛은 모르니 태그만 동일하면 추천해주면 공정할 듯

-------------

기대효과

음식 의사결정 과정을 간편화 할 수 있다! (빠르고 보다 정확한 음식을 추천 받을 수 있으니까)

맞춤 서비스를 통해서 선택장애에 빠진 유저들을 구출!하고

자기 자신도 잘 몰랐던 ,, 취향을 간파당해 추천을 받는다.

자신도 모르는 ,, 음식 취향을 알아낼 수 있고 그에 맞는 서비스를 제공 받는다?! 흥미유발 -> 이건 고객 충성도와 매우 연관이 깊음

취향을 저격하는 주문을 넘어서, 밥으로 사람을 공감해준다는 건 배민만이 할 수 있다. (감성자극 가능)

타사와 차별되는 요소를 얻음으로써 점유율을 지킬 수 있다. (다른 어플과의 차별점)

기존 유저들을 챙길 수 있다? ...

---------------------------

10장 혹은 발전 가능성

“ 개인 추천 기능의 부가적인 장점”

-기존의 배민이 다양한 메뉴와 옵션을 제공해서 개인의 다양한 취향을 맞추는 것에 초석을 쌓았다면, 이제 개인 추천 기능을 통해 완전히 한 사람 한 사람을 위한 배달 어플이 될 것이다

-나도 잘 모르던 취향을 그룹화를 시켜서 동질감을 느끼게 함 -> 기존 고객을 계속 유지할 수 있는 초석

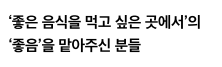
-(이거 어떰?) 에어드랍처럼 기능 키고 폰 가까이 붙이면 각자의 라벨링을 보고 최빈인 라벨링? 으로 메뉴 추천해주는 기능(여러 명이서 이거 어때, 저거 어때 안 해도 되게)-**회초리 부탁**

**이 부분은 좀 더 생각해봐도 될듯**

**우리 기술이 발전한다면 더욱 추가될 기술 (가능성에 대한 설명)**

**--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

**“힘내요,사장님”**

****

11장 (일단 어떻게 사용해야 할지 모르겠으니 생략)

“고객, 사장, 그리고 회사에 도움이 되는것”

------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

13장

지금 너는 우리에게 데이터를 주고 싶다 …

“왠만큼 설명했으니까 알아먹었지? 자 데이터 내놔!!!”

-배민본사가 있는 동네의 코로나 사태 이후의 데이터를 최소 1년치를 달라

-해쉬화된 고객의 주문내역과 가게 데이터, 리뷰 데이터를 달라

----------------------

**+기존 고객의 충성심을 유지하는 것과 개인 추천 기능을 어떻게 엮지? 단순히 기능이 좋으면 기존 고객들이 계속 사용하겠지~ 하는 건 모자라보인다. 차헌이 형이 말한 집단화? 가 가능할지도 = 배민의 잘못 중 하나가 바로 기존 고객에 대한 보상이 없다는 것**

배민은 배달 어플의 가장 보편화된 모습이다. 때문에 배달 어플 전체의 단점(결정과정이 김)이 더더욱 부각되는것 그렇지만 이렇다할 ,, 배달과 관련된 서비스를 제공하는 것도 아니다.

-------------------------------------------------------------------------------

퀵커머스 -> 핀커머스

**배달도 이제는 개인화로 바뀌어야 할 때 .(찡긋 >\_o)**

**-------------------------------------------------------------------------------**

1장 (배민의 화두를 던진다)

“배민은 배민이 불편한 걸 알까?”

2장 (배민에서 주문하는 과정 \_ 그 속에서 느껴지는 불편함)

3장 (요기요나 쿠팡이츠로 넘어가야겠다!!!)

4장 (실제 점유율 그래프)

5장

“너희 큰일 났다 곧 점유율 넘어가겠다!라고 좀 조롱?”

6장

“히어로 등장! 우리가 해결해주겠다!” **???ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ**

7장

“너희가 잘못하는건 이런거야! 라고 콕 찝어주는것”

8장

“그러면서 ,, 개인 추천화 서비스를 소개”

9장

“ 알고리즘 설명 ! “

10장

“ 실제 시행됐을때 표현될 앱 화면”

10장

“ 이게 도입되어야 하는 이유!”

11장

“고객, 사장, 그리고 회사에 도움이 되는것”

12장

“너희는 할 수 있다 용기를 갖어라! (배민 장점, 그리고 우리가 너희를 픽한 이유)”

13장

“왠만큼 설명했으니까 알아먹었지? 자 데이터 내놔!!!”

끝

* SWOT //

* S 강점 : 배민 선택한 이유 + 현재 주목할만한 기능(?) + 배민을 사용하는 이유 + 현재 업계 탑
* W 약점 - 사용자의 불편사항, 기존 고객을 방치한다. (이탈고객, 선호도 조사) / 쿠팡이츠로 넘어간 이유 +
* O 개인화 추천 시스템 / 배민에서 개인화 추천 시스템 서비스를 제공해야하는 이유
* T 배달 시장이 커진다. => 기존의 기능으로는 이용자에게 만족스런 경험을 못 줌

1. 피피티 -> pdf로 변환 / 연구 계획서 문서를 작성할까???
2. 5장
3. “너희 큰일 났다 곧 점유율 넘어가겠다!라고 좀 조롱?”
4. 6장
5. “히어로 등장! 우리가 해결해주겠다!” **???ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ**
6. 7장
7. “너희가 잘못하는건 이런거야! 라고 콕 찝어주는것”
8. 8장
9. “그러면서 ,, 개인 추천화 서비스를 소개”
10. 9장
11. “ 알고리즘 설명 ! “
12. 10장
13. “ 실제 시행됐을때 표현될 앱 화면”
14. 10장
15. “ 이게 도입되어야 하는 이유!”
16. 11장
17. “고객, 사장, 그리고 회사에 도움이 되는것”
18. 12장
19. “너희는 할 수 있다 용기를 갖어라! (배민 장점, 그리고 우리가 너희를 픽한 이유)”
20. 13장
21. “왠만큼 설명했으니까 알아먹었지? 자 데이터 내놔!!!”
22. 끝

근데 우리가 얻는건 무엇이지?