논의사항

■ 미팅 논의사항

1. 자사 분석, 정체성 확립

- 서비스 10초 소개 문장 작성 (서비스의 존재 의미 설명)

\* 고객에게 개인화된 전세계 SNS의 트렌드를 매주, 매달 제공하여 고객에게 wow factor를 느끼는 경험 제공

- 차별점 도출 (여유 되면 브랜드 포지셔닝 맵 작성까지)

\* 고객에게 매우 개인화된 데이터 제공을 통해 컨텐츠 제작 아이디어, 키워드 지원 및 트렌드 인사이트 제공

2. 제품/서비스 고도화 (순서 결정 필요) - 소개 문장, 차별점을 기반으로 제공할 정보, 인사이트 논의

- 소개 문장, 차별점을 기반으로 소비자 조사 진행 논의

\* weekly/monthly 쇼츠 조회수 증감을 통해 어떤 컨텐츠가 소비자의 관심을 끄는지 제공 / 기업 혹은 개인이 속한 업계에 사용되는 highlight 키워드

- 서비스 예상 이용 여정을 그려서 명확한 타겟(실제 이용자)과 판매 대상(구매 결정권자)를 확인

\* 콜드 메일 혹은 블로그 -> 웹페이지 방문 -> 서비스 확인 -> 무료 버전 사용 -> 제품이 괜찮으면 구독

■ 서비스 정의

ㆍ무엇에 쓰는 물건인지 제품을 명확히 정의해야 한다.

* 새로운 컨텐츠에 대한 아이디어 제공을 통해 컨텐츠 제작 지원
* SEO나 컨텐츠 제작시 사용하면 좋을 키워드 제공

ㆍ제품에 대해 10초 안에 설명이 가능해야 한다, 탄생의 의미가 있어야 한다. ㆍ10초 소개 문장 작성

* 고객에게 개인화된 전세계 SNS의 트렌드를 매주, 매달 제공하여 고객에게 wow factor를 느끼는 경험 제공

■ 차별점 도출

ㆍ제품 속성(예\_~가 함유된, ~로 만든)

* 고객 업계에 맞춤인 쿼리로 만든 맞춤형 쇼츠/채널/키워드 제공

ㆍ이미지 속성(예\_말보로-남성적)

* 빠른, 트렌디함 high tech 기업 및 스타트업

ㆍ편익 수준(예\_~를 예방하는, ~에 효과가 있는)

* 컨텐츠 제작과 트렌드 파악에 효과가 있는

ㆍ기존 소비자 인식 수준(~ 서비스는 이렇다, 하지만 자사의 서비스는 이를 해결할 수 있다 등)

* Vling의 서비스는 적은 키워드로 애매한 추천이 되지만 D’NOVA의 서비스는 완전 개인화를 통해 필요한 정보를 제공한다.

**ㆍ이를 기반으로 브랜드 포지셔닝 맵 작성**



■ 디테일한 부분이지만 공유는 되어 있어야 하는 키워드

**ㆍ기술의 한계 민감도와 제품의 차별성 유효기간**

* 수 많은 채널의 쇼츠 데이터를 1년 내내 수집은 힘들어 1달간 수집 진행 예정, 그에 따라

ㆍ명확한 타겟과 판매 대상(구매 결정권자) 확인 / (핵심 시장의 사이즈를 알아야 한다) Ex\_) 전자제품 -> 디스플레이 -> 컬러티비 시장 즉 컬러티비 시장의 사용자가 누구인가?

* 디지털 마케팅 -> **SNS 마케팅**(컨텐츠 제작, 게시글 제작, 인플루언서 마케팅)

■ 타당성 검토 TF, 대학생 아이디어, 아이디어 워크샵, 소비자 분석 등을 통해 결론 도출 소비자 직접 인터뷰라도 진행하여 제품 검증을 거쳐야 한다. 구매자와 차별화 포인트가 확실해야 하며 소비자 검증을 통해 리턴이 와야 한다.

\* 추후 제품이 나와야 가능한 부분

미팅 후 조사할 주제

■ 조사

ㆍ시장 조사 – 시장 형성 가능성?

* SNS 분석 시장
* Global: 2023년 기준 4.8 Billion$
* Korea:
* SNS 마케팅 시장
* Global: 2023 년 기준 207.1 Billion$  
  [https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/social-media-advertising/worldwide#ad-spending](https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/social-media-advertising/worldwide%23ad-spending)

ㆍ경쟁사 조사- 경쟁사는 누구인가? (경쟁 제품을 시장 내에서만 찾지 말아라)

* 데이터 제공을 하는 메체 데이터 사

ㆍ유사 제품 조사 – 비슷한 제품은 없는가?

* Vling, influencer

ㆍ가격 조사 – 소비자 가는, 서비스 가격 구조는?

* 소비자가:
* 서비스 가격 구조:

- 구독제로 추가 제공 데이터 feature에 따라 과금

- Ad-hoc성 마케팅 데이터 제공

- raw 데이터 제공