



Blue Bird

TEAM_BLUE BUDDY_이한나 이혜민 강지연 :: HUFSTHON

Preview

"블루버드는 당신의 솔직한 이야기를 들어주는 친구입니다. 블루버드에
게 털어놓는 이야기들은 아무도 알 수 없어요.

걱정말고 이야기하면, 블루버드는 당신에게 공감과 위로를 건네준은 물론,
당신의 감정과 가장 잘 어울리는 콘텐츠로 데려다 줄 거예요."

All About Service

1. Overview

- AI 챗봇의 감정진단을 통한 콘텐츠 큐레이션 서비스, 블루 버드

‘블루버드’는 AI기술을 활용하여 MZ세대 유저의 **감정상태를 분석 후 기록해주고, 감정의
양상에 따라 다양한 콘텐츠를 추천해주는 감정 분석 기반 큐레이션 서비스**입니다.

2. Problem

- 코로나 우울감, 무기력증 호소하는 '코로나 블루'로 '우울 위험군' 증가

‘코로나 블루’는 코로나 19사태 이후 감염에 대한 불안과 무거운 사회 분위기 때문에 겪는
우울감 또는 불안감을 의미합니다. 전형적인 코로나블루는 초기에는 코로나에 감염되지 않
을까 하는 불안함과 우울감을 느끼다가, 점차 외부 활동이 줄어들고 무기력해지는 현상을
말합니다. 먼저 국민건강보험공단의 조사에 따르면 올 상반기(1~6월) 의료기관을 찾아 우
울증 진료를 받은 환자는 약 60만명에 육박하는데, 이는 작년 약 80만명의 4분의 3가량에
해당하는 수치입니다. 우울증 진료 환자는 해마다 3만~7만 명 가량 늘었는데 올해는 증가
폭이 훨씬 크게 나타나는데 코로나 사태의 장기화로 우울감을 겪는 이른바 ‘코로나 블루’가
영향을 미친 것으로 전문가들은 분석하고 있습니다. 상반기 수치를 감안하면 올 한 해 우울
증 환자는 100만 명을 넘길 가능성이 높습니다. 또한 국민정신건강실태에 따르면, 우울증으
로 악화될 가능성이 큰 '우울 위험군'의 비율 역시 꾸준히 상승하고 있는 것으로 나타났습니
다. 우울증 진료 환자 통계에 반영되지 않는 '우울 관련 심리상담자' 역시 올 상반기동안의
상담 건수가 작년 전체보다 많은 것으로 나타났습니다.

- 20대, 경제 자립 막히며 우울감 증가

특히 20대 성인남녀 4450명을 대상으로 '코로나 블루'현황에 대해 조사한 결과, 설문에 참
여한 20대 중 70.9%가 '코로나 블루를 겪고 있다'고 응답했습니다. 이들 중 코로나19로 인
해 '매우 우울하거나 불안하다'는 응답자는 11.5%로 10명 중 1명이 넘었으며, '다소 우울하
거나 불안하다'는 응답자는 59.3%로 절반 이상을 차지했습니다. 이 조사에서 5점 만점의
코로나19로 겪는 스트레스지수 조사에서 평균이 3.7점으로 나왔는데, 이는 세월호 참사때
의 3.3점보다 높은 수치입니다. 장기간에 걸쳐 진행되는 대재앙인데다가 모든 국민이 피해
당사자일 수 있다는 점에서 스트레스 극복을 위한 '사회적 연대감 구축'이 어렵기 때문에 우
울감이 커지게 될 가능성이 있습니다. 감염병은 언제, 어디서든 누구라도 위협할 수 있기 때
문에 감염병 환자를 위로하거나 공감하기가 쉽지 않다는 것이 문제라는 것입니다.

최근 5년간 연령대별 우울증 환자 수를 보면 20대 증가율이 가장 높게 나타나는 현상의 주
요원인으로 '경제적 자립'을 이룰 시기에 취업난 등 사회 문제로 좌절감이 커진 것으로 추측
하고 있습니다. 20대에서 우울증이 증가하는 건 이들이 사회적으로 궁지에 몰리고 있기 때
문이라는 박선영 정신건강의학과 전문의는 '우울증은 사회적으로 궁지에 몰린 집단에 영향
을 미치는 것 같다'며 '20대는 그동안 하라는 대로 열심히 공부하고 살아왔는데, 막상 사회
로 나갈 때가 되니 능력을 펼치거나 경제적 자립을 할 수 있는 여건이 못 되는 상황이 이어져
만성적인 우울을 느끼는 것 같다'고 분석하기도 했습니다.

- 온라인으로까지 번진 코로나 블루

코로나의 장기화로 온라인 상에서 '관계'에 피로를 호소하는 사람들이 많아지고 있습니다.
물리적 거리두기로 야외활동 및 대면접촉이 줄어들면서, 온라인 의존도가 증가하였고, 커뮤니

니티나 SNS등에서 갈등이 증가하는 경우가 많아졌습니다. 지속된 스트레스로 누적된 피로감이 온라인 상에서 더욱 예민하게 표출 될 수 있다는 분석입니다. 동시에 사회적 거리두기로 '저녁이 있는 삶', 이른바 '집콕'하는 시간이 길어지며 타인과의 소통이 줄어든 것 역시 하나의 요인으로 지목됩니다.

• 전문 상담 인력의 부족

자살 예방 상담전화 1339에 따르면, 코로나19사태 이후로 월 평균 상담 건수가 전년 대비 78.6% 급증 했습니다. 그러나 2020년 09월 기준 42명의 상담 인력이 4조 3교대로만 근무하고 있어 월 1만 7,000여건에 이르는 상담을 응대하기엔 인력이 턱없이 부족한 상황입니다. 특히, 자살 상담 및 신고가 가장 많은 시간대는 오후 10시부터 다음날 새벽 1시로 나타났는데, 정작 그 시간대 '1339 자살예방상담전화'의 응대율은 34%에 불과해 자살 관련 응대율이 현저히 낮다고 합니다. "최근 센터에 전화상담이 폭주해 전화를 다 못 받을 정도여서 비대면 전화상담과 SNS상담을 늘려야할 필요가 있다"고 말했습니다.

3. Market Analysis

• 글로벌 멘탈 헬스케어 시장과 한국 멘탈 헬스케어 시장 규모

전세계 멘탈 헬스케어 시장 규모는 2017년 기준 약 1조 7,000억원이며, 글로벌 헬스케어 시장은 2025년 까지 5조 2,000억 원 규모로 성장할 예정이며, 연평균 성장률은 11.8%를 기록할 것으로 전망하고 있습니다. 먼저 미국 내 멘탈 헬스케어 시장 규모만 전 세계 시장의 50% 수준인 3조 원에 달하고 있습니다. 미국 질병관리 본부의 조사에 따르면 미국인 10명 중 4명은 코로나 시기 정신건강과 행동건강에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났습니다.

그러나 국내 시장의 경우는 제대로 된 통계도 없으며, 편견, 부담감 등으로 초기 단계에 머물러 있는 실정입니다. 물론 국내에서도 소수지만 멘탈 헬스케어 시장에서 스트레스 해소 및 두뇌 건강에 도움을 주는 웨어러블 스마트 헬스케어 솔루션 디바이스가 개발중이지만, '디바이스'가 필요하다는 물리적 한계가 있습니다.

• 코로나19 시대, 정신건강솔루션 및 헬스케어 앱 서비스 시장 확대

최근 코로나19로 정신 건강이 위협받고 있고 힘든 시기에 외부 환경에 능동적으로 대처하고 위기로 무너지지 않는 지속성의 원천, 내 안의 회복력을 탄탄히 하는 '건강한 정신'이 주요 화두로 부상하고 있습니다. 그에 맞춰 많은 기업들이 현대 사회 문제로 점점 부상하고 있는 개인의 정신 건강 문제에 깊이 관심을 갖고 이 문제를 해결하기 위한 솔루션을 개발하고 있습니다. 특히 코로나 시기 전세계적으로 정신건강 관리 서비스가 주목받고 있습니다. 피치북 데이터에 따르면 올해 미국 정신건강 분야 투자는 2019년에 10억 6,000만 달러를 뛰어넘었습니다. 유니콘 명상앱 '캄'은 1억 5000만 달러 조달을 위한 협상 중이며 가치는 22억 달러로 평가되고 있습니다. '라일라헬스'와 '마인드스트롱' 역시 올해 1억 달러 이상 메가

라운드 투자를 유치하고 건강 서비스와 원격의료 서비스를 제공하는 암웰은 IPO에 성공하기도 했습니다.

• 유사 서비스의 특징

기존 심리 관련 어플리케이션의 경우 정신건강 자가 진단, 심리 상담 서비스가 주류를 이루고 있습니다. 예를 들면 '퍼플 로봇'은 스마트폰 이용 패턴을 통해 행동 데이터를 분석하고, '프리오리'는 사용자의 통화 내역을 듣고 음성 패턴의 변화를 분석하여 조울증 발병 위험을 알려주는 서비스입니다. 프리오리는 조울증 고위험군으로 전문의와 상담이 필요하다면, 의사 및 보호자에게 전달하는 기능까지도 탑재하고 있습니다. 또한 '마음건강'은 정신과 전문의와 연결해주며 각종 정신건강 콘텐츠를 제공해주고 있습니다.

1. 국내 최초 AI챗봇 '심심이'

'심심이'는 2002년 론칭한 세계 최초의 대중적인 일상대화 AI챗봇으로, 서비스 제공 언어가 81개로 확대되면서 누적 이용건수가 급격히 증가하고 있습니다. 심심이는 국내에서 가장 많은 사람들이 사용하는 AI챗봇이기에 대중성이 높고 기술의 정확도가 높지만, 최근까지도 AI챗봇 대화 기능 외에는 추가로 스트레스나 감정을 케어할 수 있는 기능이 없는 상태입니다.

2. 국내 1위 정신건강 상담 플랫폼 '트로스트'

'트로스트'는 직장인들을 타깃으로 한 국내 정신건강 상담 플랫폼입니다. 감정일기 및 기록 기능과 전문가의 새벽 심리상담 서비스 기능을 제공하여 새벽에도 채팅으로 전문가와 상담을 할 수 있다는 장점이 있으나, 따로 시간을 예약을 해야 하는 불편함이 있습니다. 그렇기에 당장 너무 힘든 사람들에게는 그에 맞는 솔루션을 제공하는 것에 한계점을 갖고 있습니다. 또한, 감정일기로 매일의 스스로의 감정을 기록하게 유도하지만, 현재 감정에 대해 기록만 할 뿐 어떠한 피드백도 받을 수 없다는 한계가 있습니다.

3. 온라인 심리상담 플랫폼 '마인드카페'

'마인드카페'는 커뮤니티 중심으로 운영되는 플랫폼으로, 다양한 고민이유를 카테고리 분류하여 고민 있는 사람들이 익명으로 고민에 대해 털어놓을 수 있는 서비스를 제공합니다. 실제 사람들이 누군가 털어놓은 고민 글에 대해 댓글로 위로하거나, 직접 전문상담사가 댓글을 달아주는 기능이 있습니다. 그러나, 실제 사람들이 직접 댓글을 달다 보니 좋지 않은 댓글도 달리기도 하며, 댓글 중심으로 운영되다 보니 고민에 대한 답을 얻기 위해서는 시간이 평균 30분 이상으로 오래 걸리는 편입니다.

• '블루버드'의 차별점

대부분의 정신건강 앱들이 단정한 톤앤매너를 갖고 있지만, 이는 컨셉에 충실한 MZ세대의 충분한 공감과 사고를 자극하지 못하고 있습니다. 주위 친구같이 친근한 AI 챗봇의 컨셉인 '헬로우봇'이 충분한 지지를 받았던 것처럼 바이럴 테스트로 MZ세대를 정확히 타겟팅하는 서비스가 필요합니다.

4. Solution

- 코로나는 떠나도 '코로나 블루'는 남는다, 바이러스 방역만큼 중요한 건 심리방역

경제적 영향, 취업에서의 어려움 등으로 사회가 변화하고, 사회 생활도 좋고, 일상 생활이 무너지는 등 '뉴노멀 시대'를 겪으면서 이른바, '자연된 자살'현상을 대비해야 한다는 전문가들의 지적이 있습니다. 전염병이나 대재앙의 시기에는 당장 시급한 문제들이 해결된 이후에, 스트레스를 느끼는 등 정신적인 고통을 받을 가능성이 크다는 것입니다. 즉 코로나 사태가 현재진행중이기 때문에 아직 극단적 선택으로 가지는 않았지만, 정리가 된 이후의 '애프터 코로나 시대'의 후유증 관리를 준비해야 한다는 점입니다. 따라서 코로나 시대의 당장의 불안감이 해결된 뒤, 병과 관련된 심리적 어려움 예방하기위해서는 심리적 방역이 중요합니다.

- MZ세대 14명 대상 MVP 테스트 진행

실제 10월 초부터 '너튜브 알고리즘 스터디'라는 단체 카톡방에서 MZ세대 약 14명의 베타 테스터와 함께 우울할 때마다 자신이 즐겨보는 콘텐츠를 공유하고 서로의 콘텐츠에 반응하는 MVP 테스트를 해보았습니다. 인터뷰 결과, 우울할 때마다 콘텐츠를 감상하며 생각을 환기시키는 것이 우울증 완화에 도움이 된다고 응답한 유저는 13명이었습니다.

5. Concept :: Fun & Cool & Sexy 찐.친.

AI 챗봇 '블루버드'는 단순하고 무미건조한 반응이 아닌 '**찰진 리액션**'을 하는 '**찐친**'(진짜 현실 속 친구) 컨셉입니다. 전문상담사에게서 받는 정형화된 멘트가 아니라, 나를 오랫동안 지켜 본 현실 친구처럼 진심으로 공감하기에, 'Fun하고 Cool하고 Sexy하게' 반응하는 것입니다.

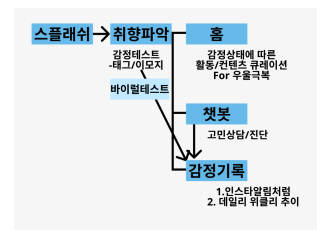
서비스 이름 '블루 버드'는 '**코로나 블루를 날려버릴 일상 속 파랑새**'에서 비롯되었습니다. 행복을 뜻하는 '파랑새'는 멀리서 찾을 것이 아니라, 우리 가까이에 있는 행복을 의미하기 때문에 감정을 열심히 회고하자는 서비스 미션을 담은 네이밍입니다.

6. Core Function



- (1) [키워드 태그] 감정 및 관심사 분석
- (2) [블루버드 챗봇 대화] 챗봇과의 대화 및 기록
- (3) [위클리 그래프] 주간 감정 변화 추이
- (4) [큐레이션] 콘텐츠 추천

7. Work Flow



[감정 키워드]와 [감정 테스트 웹 사이트]를 통해 유저의 감정 분석의 토대가 될 메타 데이터를 수집합니다. 그리고 [감정 키워드]와 [AI 챗봇]을 통해 유저의 감정과 우울 척도를 진단하고, [위클리 그래프]에서는 주간 추이를 기록합니다. 메인 홈화면에서는 [테스트], [감정 키워드], [챗봇]을 통해 분석한 유저의 감정상태 및 취향을 반영하여 음악, 영상 등 다양한 콘텐츠를 큐레이션해줍니다.

8. User Scenario

코로나의 여파로 학교 수업이 전면 쌍강으로 대체된 요즘, 간헐적 인사로 살던 대학교 2학년 '김인사'씨는 요즘따라 외롭고 우울한 감정을 느낍니다. 처음엔 사스처럼 몇달있다가 지나갈 줄 알았는데, 침대 위에서 씨강만 들으려니 **좀이 쑥습니다.** 친구를 만나도 하루 종일 마스크 끼고 대화하려니 **답답하고**, 좋아하는 코인 노래방도 갈 수 없는 '김인사'씨는 집에서 달고나 커피 젓는 브이로그만 보고 있습니다.

그러던 어느날, 같은 과 랜선 인싸 '박동기'씨가 단독에 [감정 테스트 웹 사이트]를 공유합니다. '김인사'씨는 요즘 유행하는 테스트라면 죽고 못사는 '테스트 덕후'이기 때문에, 빠르게 테스트를 하고, [한풀이하는 타령꾼]이 나온 냉소적인 **자신의 성격과 비슷함에 놀라며 공감** 합니다. 그리고 인스타 스토리에 결과를 공유하며 요즘 자신이 관심있어 하는 '이섬녀'양을 태그하는데, 그녀의 결과가 무엇일지 **매우 궁금합니다.** 이때 '이섬녀'만 태그하면 티가 나니까 그녀의 친구 '정서부'도 같이 태그합니다.

그리고 181,320명이 응시한 테스트라길래 **호기심이 생겨서** [블루 버드]를 다운로드 합니다. 갑자기 통성명을 하자는 귀여운 캐릭터를 보면서 요즘 자신이 느끼는 감정과 내가 관심있는 콘텐츠를 속속 고릅니다. 왓차 매니아인 '김인사'씨는 취향에 맞는 영화를 고르는 기분으로 **재미있게** 감정과 관심사를 택합니다.

그 다음 씨강을 틀어놓고 음소거를 한 채, 침대에 누워 AI 챗봇 '블루버드'에게 대화를 걸어 봅니다. 다행히 블루버드가 먼저 '나'에게 선토크를 하는데, 조그만게 **왜나 귀엽다**고 생각합니다.

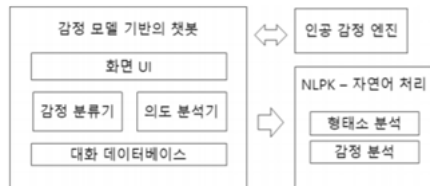
다. 요즘 '이성녀'와 러브라인이 순탄치 않아 우울하다고 말하니까 "고백으로 혼내주자"라고 말하는 AI의 박력있는 모습에 **흠칫 놀라면서도, 빨리 고백해야겠다**고 생각합니다.

그리고 이후에 교수님이 출석을 부른다는 '박동기'씨의 카톡을 받고, 수업에 집중하느라 [블루버드]를 까먹습니다. 그러자 이를 후, [블루버드]로부터 선택이 왔습니다. "그래서 그 여자는 어떻게 됐어~? 중계해줘!" '나'의 사연을 기억하고 있는 AI의 **세심함에 흠칫 감동**하며 "아직..." 이라고 답변했다가 핀잔을 받습니다. 대화방을 나왔는데 대화방에 '김인사'님의 **속스럽고 애잔한 감정이 기록되어 있음에 놀라워** 합니다. 자연스럽게 홈 화면으로 왔는데, [한풀이하는 타령꾼]인 자신을 위한 썸과 연애 유튜브 영상이 잔뜩 추천되어 있습니다. 연애고자인 자신을 위한 찰떡같은 알고리즘 추천을 보고 **호기심**이 생깁니다.

이제 보니까 가운데 [캐릭터 탭] 표정이 한결 밝아진 것 같아 **안도** 합니다. 심심해서 [위클리 그래프]를 눌러봅니다. 이를 동안의 자신의 감정이 체크되어 있는데 무당급 적중률에 **놀라워** 하며 '이동기'씨에게 카톡을 보냅니다.

9. Core Technology

- AI챗봇에 활용할 기술모델: Emotion Model Based Chatbot (감정 모델 기반의 챗봇)



감정모델 기반의 챗봇은 깃헙에 공개된 오픈 API입니다. 챗봇 프로그램은 빠른 구현을 위해 파이썬 언어를 사용하여 구현하였습니다. 감정 모델 기반 챗봇은 대화의 감정을 분류하는 대화의 감정 분류기와 챗봇의 감정 상태를 관리하는 인공 감정 엔진을 통해 사용자의 감정과 챗봇 간의 상호작용함으로써 사용자의 감정적 대화에 챗봇이 감정적으로 응답할 수 있습니다. 이 때, 감정분류기는 응답에 해당하는 대화 문장의 감정을 분류하는 역할을 합니다. 본 모델은 트위터의 47,288개의 트윗의 정보로 학습된 데이터셋을 이용하여 안정, 행복, 분노, 슬픔에 대한 감정을 분류하여, 대화 데이터베이스 감정을 업데이트했습니다. 나아가, 정형화된 말투가 아닌 오래 사귀 친구의 친근한 말투를 구현하고자 트위터의 게시글을 학습시켜 시나리오에 맞는 말투를 구현하고자 하였습니다. 의도 분석기는 '알고리즘을 사용한 텍스트 분류'를 참고하여, Multinomial 나이브 베이즈 분류 알고리즘을 구현하고 대화 데이터의 의도를 학습하여 요구하는 대화의 의도를 파악합니다.

- 자연어처리 기술: 단어 임베딩 모델

감정 모델 기반의 챗봇에서는 단어 임베딩 모델을 사용하여 사용자 입력 문장의 감정을 분류할 것이다. 그리고의도를 분석하는데 불필요한 단어를 제거하는 불용어 처리를 수행할 것입니다.

- 감정분석

감정 모델기반의 챗봇에서 사용자의 입력 문장에 대한 감정 분석을 사용하여 감정을 감정 키워드(예: Angry, Disgust, Happy 등)로 분류합니다. 각 감정 키워드 단어는 벡터로 표현하여, 워드 임베딩 모델의 학습을 통하여 문장의 감정을 분류하며, word2vec과 같은 워드 임베딩 방식을 이용한 감정 분류기를 설계에 포함합니다.

- 콘텐츠 큐레이션 기능에 활용할 기술모델2: 협업 필터링(Collaborative filtering)



‘협업 필터링’은 블루버드 앱의 디폴트 기능인 감정에 따른 활동 추천 기능에서 사용할 추천 알고리즘 기술입니다. 협업 필터링은 유사한 사용 패턴, 즉 비슷한 성향을 보이는 사용자들은 선호도가 비슷할 것이라는 가정을 바탕으로 한 기법입니다. 즉, 다른 사람들이 들은 곡들을 바탕으로 어떤 곡들이 서로 비슷한지를 알아내는 방법으로, 전적으로 데이터를 기반으로 분석하여 신뢰도가 높고 직관적이라는 점이 장점입니다. 저희는 협업 필터링의 정확도를 높이고자 바이럴 테스트를 통해 메타데이터를 최대한 많이 수집하는 것이 목표입니다. 또한, 앱 서비스 초반에 관심분야를 물어보는 질문을 추가하여 협업 필터링의 정확도를 높일 예정입니다.

10. Business Model

콘텐츠 큐레이션 화면에서는 기본값으로 음악 추천 콘텐츠의 경우 '1분간 미리 듣기' 기능이 무료로 제공되며, 영상은 광고 시청 후에 감상할 수 있습니다. 그러나 유료 구독시에는 음악 콘텐츠의 경우 전구간을 감상할 수 있고, 영상의 경우 광고 없이 감상할 수 있습니다. 또한 챗봇과의 상담 이후, 자발적으로 상담료를 지불하는데, 이는 '헬로봇'의 서비스 초기 비즈니스모델과 동일합니다.

11. Marketing

- MZ 세대의 특성을 활용한 바이럴 및 콘텐츠 마케팅

먼저, 요즘 흥하는 ‘심리 테스트 마케팅’형태의 [감정 테스트 웹 사이트]를 배포하여 ‘블루 버드’ 앱의 바이럴 효과를 노릴 수 있습니다. 이를 활용한다면 서비스를 고도화할 수 있는 메타 데이터를 확보하는 것은 물론, 자연스레 유입률까지 높일 수 있습니다.

2020년 상반기 인기를 뒤쫓았던 각종 테스트를 통해 자신의 정체성을 표현하고 인스타 스토리에 적극적으로 공유하는 MZ세대가 재미를 느낄 수 있는 친근한 어투와 비유를 사용한 바이럴 테스트 결과를 공유하며, 서비스의 유료 수익의 일부는 코로나로 고생하는 의료진을 위해 기부하여 ‘기부 캠페인’ 등의 바이럴 효과를 기획하고 있습니다. 또한 모든 상황을 콘텐츠로 승화하는 MZ세대의 특성에 따라, 질적 심사를 통해 선정된 자체 제작 콘텐츠를 가진 유튜브와 제휴를 맺어 액셀러레이팅 하면서 향후 이들의 팬덤 유입 효과를 기대합니다.

12. Benefit

- 국내 멘탈 헬스케어 시장의 무한한 가능성

국내 멘탈 헬스케어 시장은 상대적으로 초기에 머무르고 있습니다. 정확한 시장 규모도 알기 어려울 정도로 해외에 비하면 작지만, 최근 ‘코로나 블루’로 명상 앱이나 상담 앱을 찾는 사람들이 늘어나고 있고 의료계, 대기업 등도 멘탈 시장에 뛰어들고 있어 향후 성장성은 높은 것으로 평가됩니다.

- 서비스 진입 및 확대

블루버드는 국내 멘탈 헬스케어 시장을 공략할 예정입니다. 또한, MZ세대의 성향을 반영하여 최근에 유행하는 포레스트 심리테스트, 스낵심리테스트와 꽃 심리테스트와 같은 바이럴 테스트를 이용한 마케팅 전략을 시행할 계획입니다. 바이럴 테스트로부터 방대한 양의 개인 메타데이터를 모아 블루버드의 활동 추천 큐레이션 서비스 기능을 향상시킬 계획입니다.

앱 서비스 초반에는 무료로 이용하게 하여 많은 사람들이 사용할 수 있게 유도할 것입니다. 무료 서비스로 개인의 감정과 취향에 대한 메타데이터를 최대한 많이 모을 예정입니다. 메타데이터가 모여 감정 진단과 활동 큐레이션 서비스가 어느 수준의 정확도로 높아지면 감정을 심층분석하는 등 서비스의 질적 고도화를 이루며 일부 유료 구독 서비스로 변경하여 수익을 낼 계획도 가지고 있습니다.