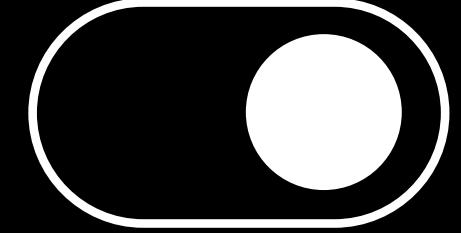


Check  In

지금 체크인 하시겠습니까?

Check In

디지털 올인원 플랫폼 ‘CHECK IN’은 F&B 시장의 소비자, 서비스사, 유통업체의 운영 시스템을
디지털화하여 서비스 이용에 대한 편의와 통합 관리를 통한 운영 편의를 제공합니다.

Disclaimer

본 자료는 투자자에게 회사의 경영 목표와 사업전략 그리고 영업전망 등 정보를 제공할 목적으로 NECIO에 의해 작성되었습니다.
이 문서의 반출 및 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 디자인 및 제안서는 본 프로젝트 프리젠테이션 만을 위한 것이며, 부정 경쟁방지 및 영업비밀의 보호에 관한 법률 등 관계 법령에 따라 보호 대상이 되는 영업비밀 또는 기밀정보를 포함하고 있습니다.

본 디자인 및 제안서 정보의 전부 또는 일부를 무단으로 제 3자에게 공개, 배포, 복사 또는 사용하는 것은 엄격히 금지됩니다.

01 사업배경 및 목적

“F&B 디지털 플랫폼 생태계 구축을 통한 편리한 스마트디지털 경영환경 조성”

디지털 플랫폼 보급을 통해 디지털 경영과 언택트 문화 반영,
비대면 결제 등 편의환경 조성으로 F&B 시장의 변화를 주도

01 예약에 대한 편의성 확보 필요

- 프리미엄 레스토랑에 대한 소비의 증가로 예약에 대한 소비자 불편함 가중 추세
- 매장 상황에 대한 정보 소통으로 예약 가능 일정 등 선택에 대한 편의환경 제공 필요

02 노쇼 등 업주 피해 방지 필요

- 레스토랑의 ‘노쇼’는 상황에 따라 서비스 품질 저하로 이어질 수 있어 개선이 필요
- 예약금 운영 플랫폼 환경을 통해 레스토랑과 고객의 신뢰 형성을 통한 노쇼 방지 필요

03 서비스 통합 시스템 환경 필요

- 코로나 사태로 인한 언택트 소비 트렌드 확산으로 플랫폼 편의 환경이 요구되는 추세
- 예약, 오더, 결제 등 비대면 환경에서 편리하게 이용할 수 있는 통합 기능 필요

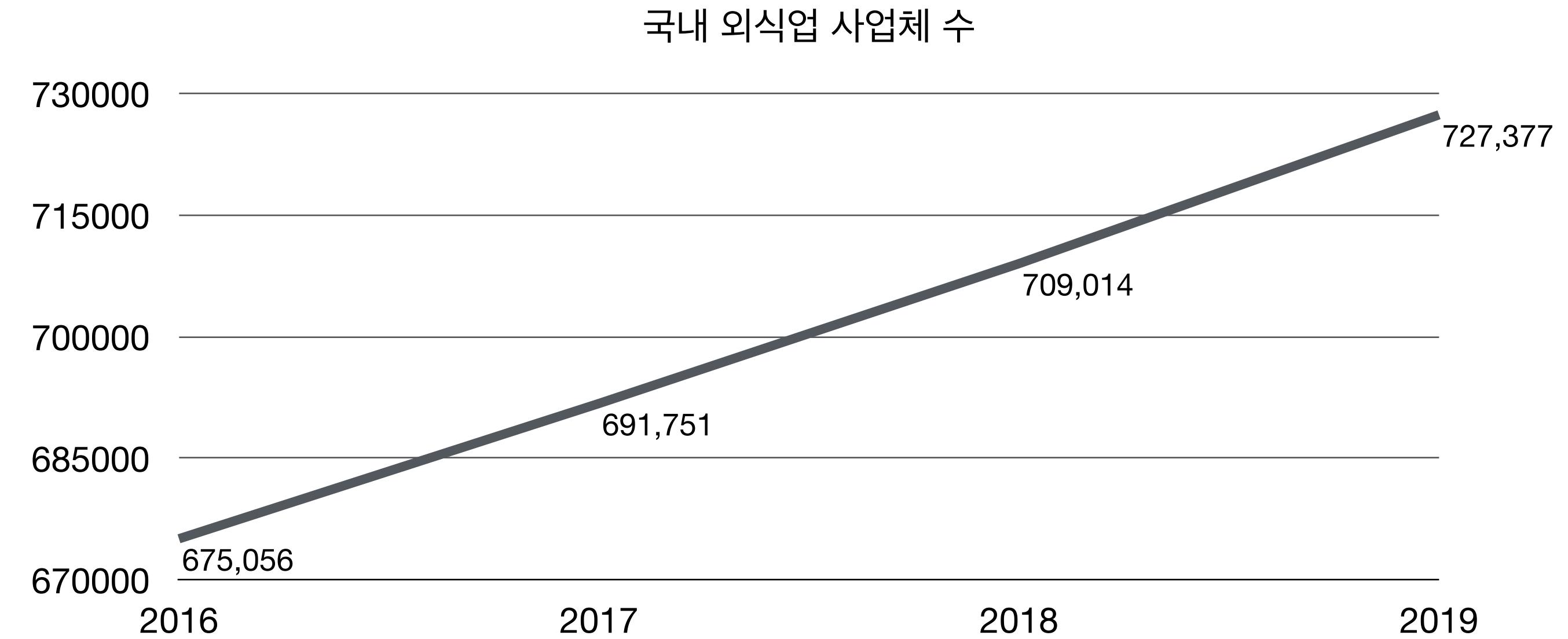
01 사업배경 및 목적

“오랜 시간 직접 겪어본 F&B 시장 경험을 바탕으로”

다년간의 해외 및 국내 F&B 시장 경험을 바탕으로한 전문가가 직접 기획하였습니다.

단순히 시스템 개발 목적이 아닌 F&B 시장의 직접적인 문제점을 파악하며
이를 해결하기 위해 누구보다 전문적인 방향성을 제시할 수 있습니다.

02 시장분석



코로나로 인한 폐업이 급증함에도 불구하고 빅데이터 분석에 근거한 외식업체 수는 지속적으로 증가하고 있다.

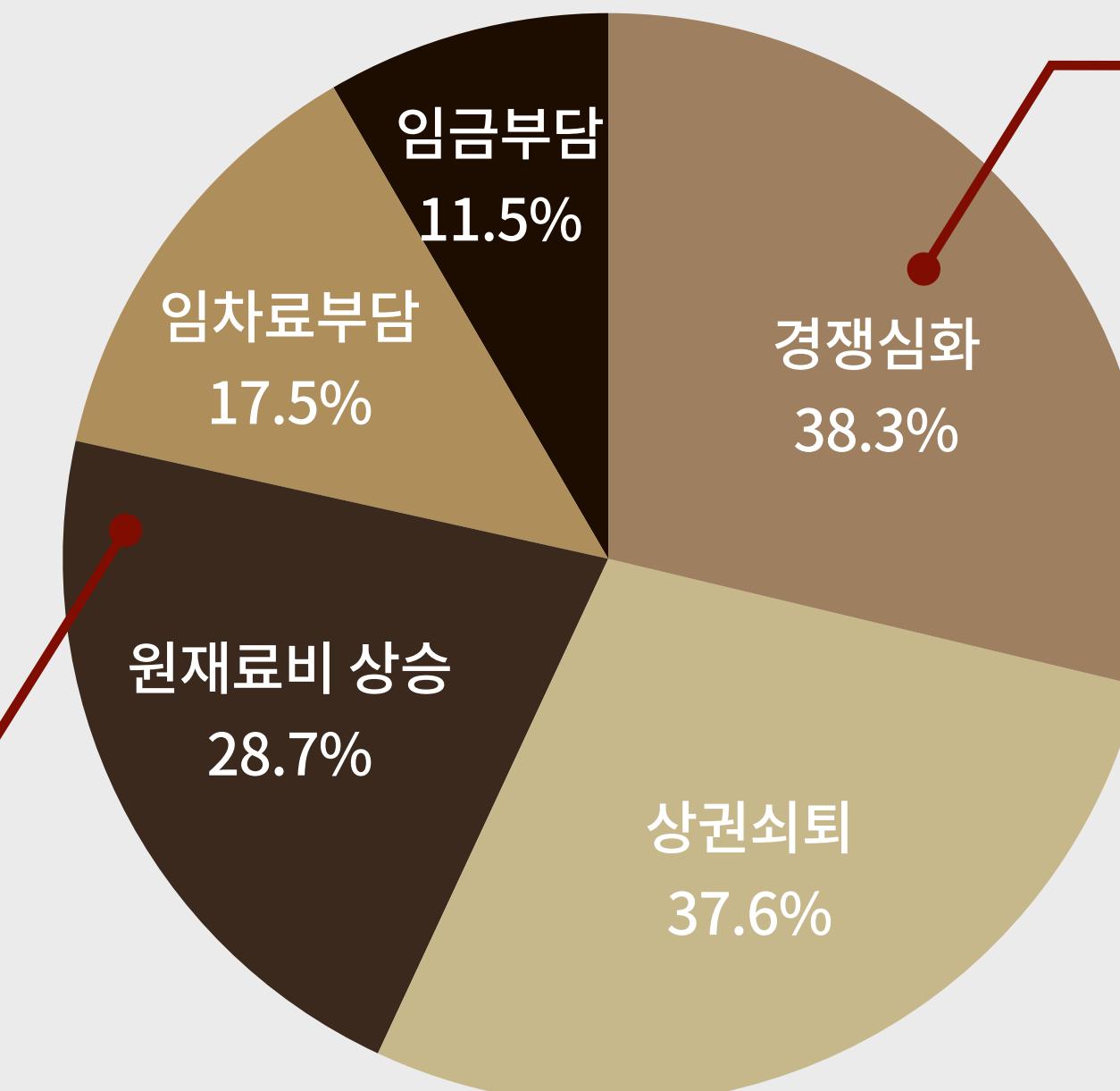
02 시장분석

소상공인 문제 실태 조사

전체 소상공인 창업자의 가장 큰 문제사항은 크게 5가지로 압축된다.

경쟁심화 38.3%, 상권쇠퇴 37.6%, 원재료비 상승 28.7%, 임차료부담 17.5%, 임금부담 11.5%

원가상승, 임대료 부담, 인건비 상승은 소상공인 시장에서 반드시 유념해야 할 영역이다. 소상공인 평균 실적데이터와 매출관련 변인들을 살피면서 향후 사업운영의 방향과 세밀한 운영전략을 결정해야 한다.



✓ 고객의 결제 재고데이터 주문에 따른 시장타겟 및 행동예측에 따른 마케팅

대형 자본이 주도하는 전자상거래 시장에서 소상공인 창업자들의 틈새시장 공략은 매우 어렵다.

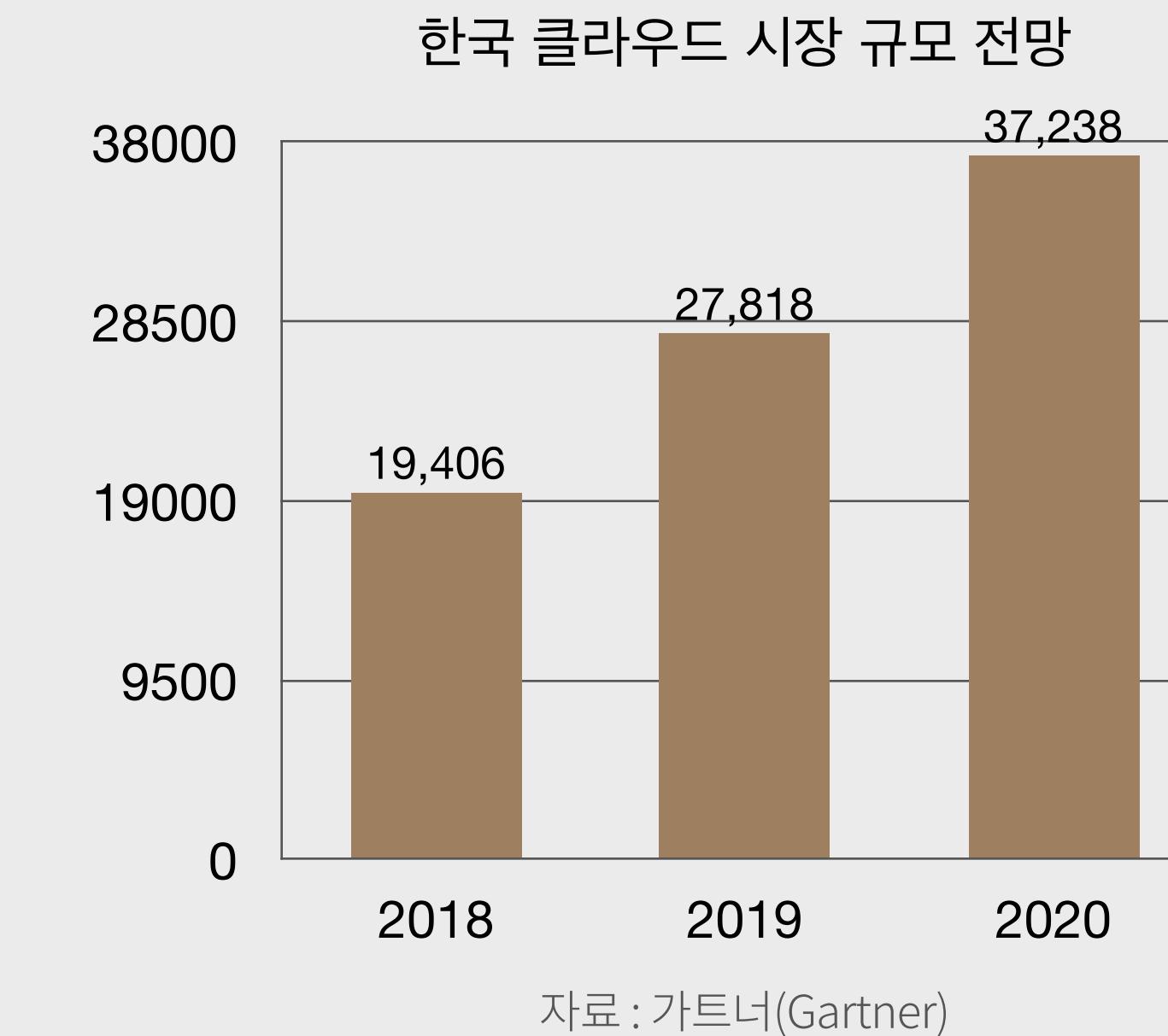
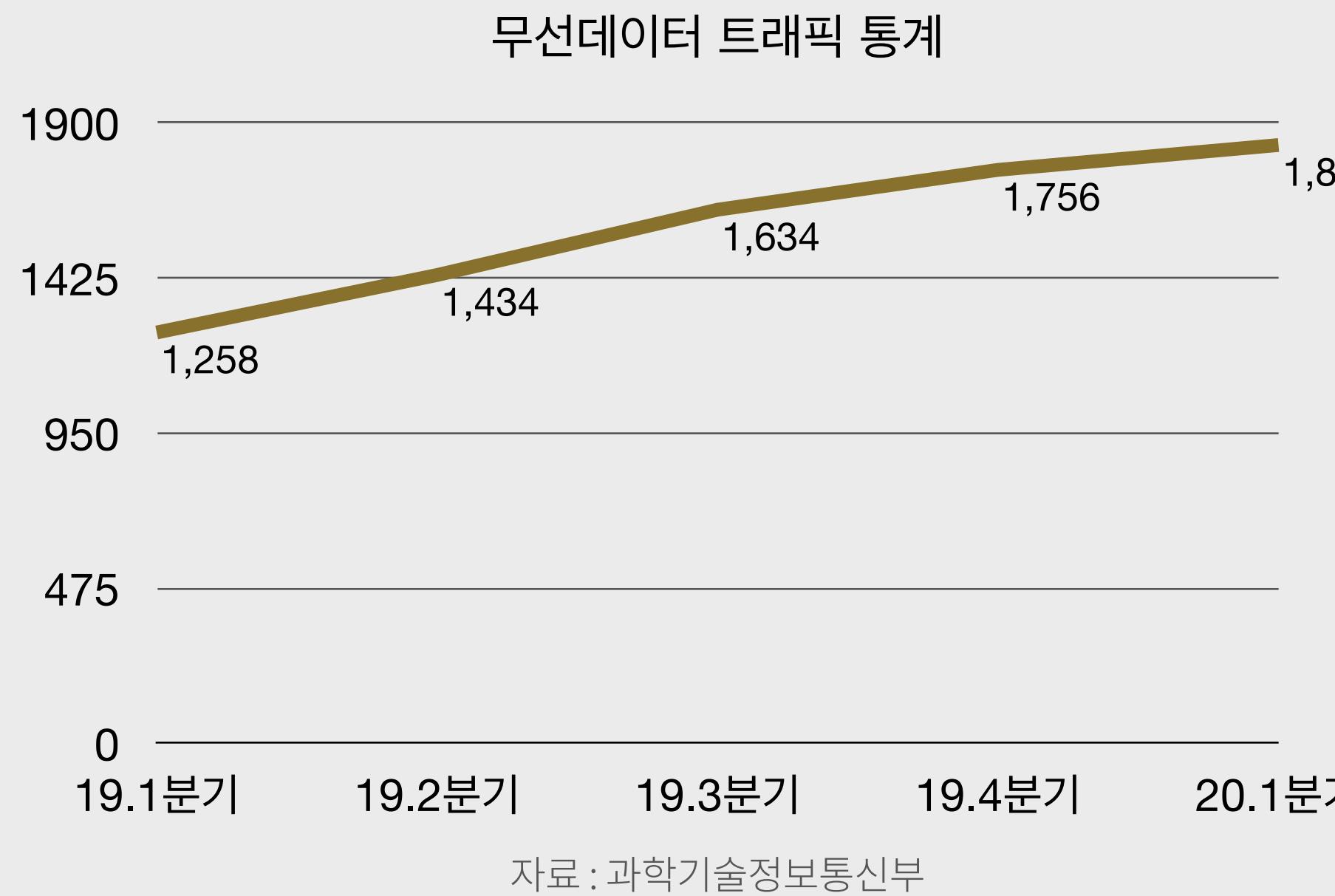
출처 : 음식과 사람 2022. 2월호

02 시장분석

코로나 이후 주목할 서비스시장 변화

디지털 전환 (Digital Transformation)

- 1) 포스트 코로나 경제에서는 서비스의 디지털화 온라인화가 본격화될 전망.
- 2) 언택트 방식을 구현하기 위해 필요한 IT 기술 서비스업의 발달이 빨라질 것으로 전망.



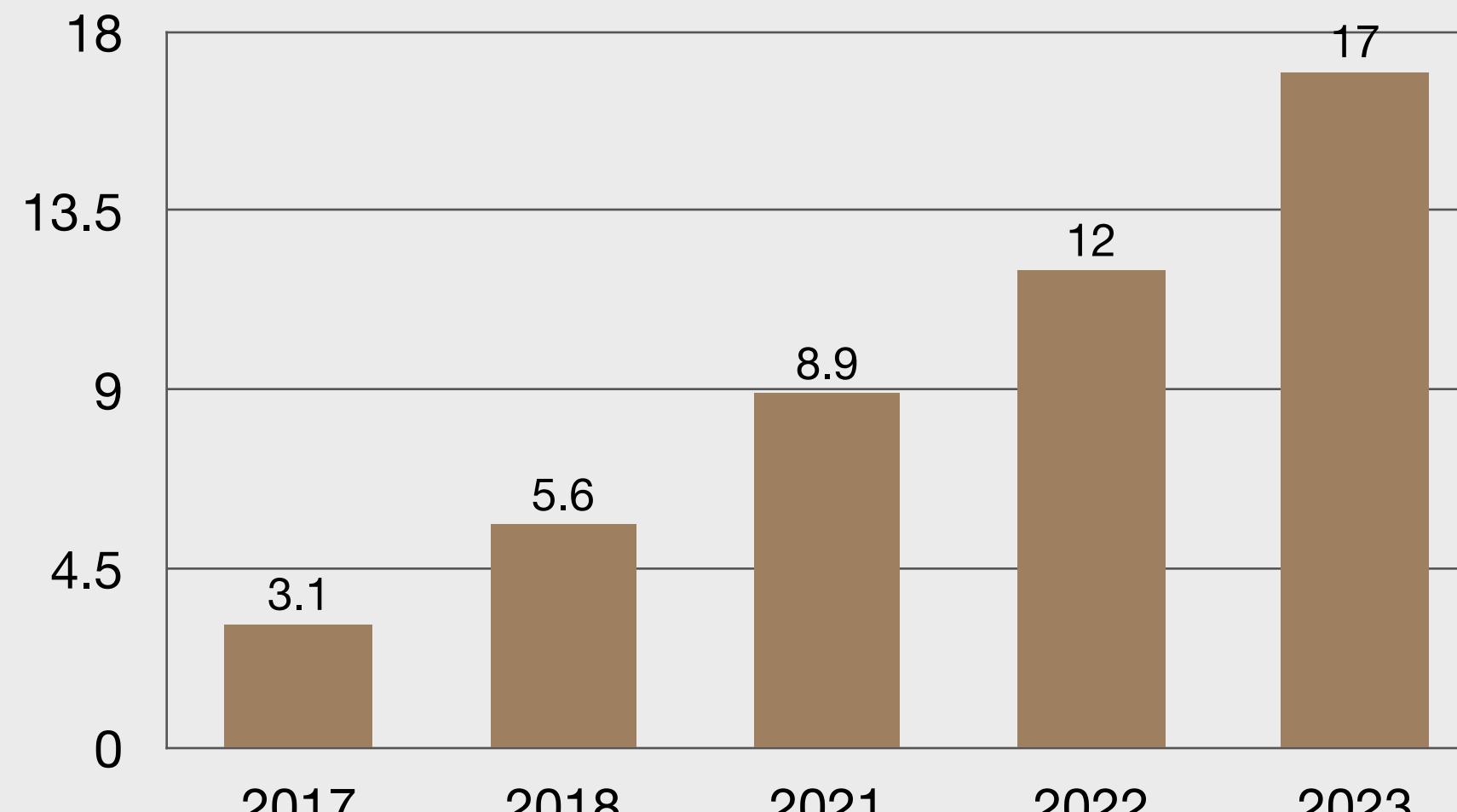
02 시장분석

코로나 이후 주목할 서비스시장 변화

비대면 유통 서비스 확산

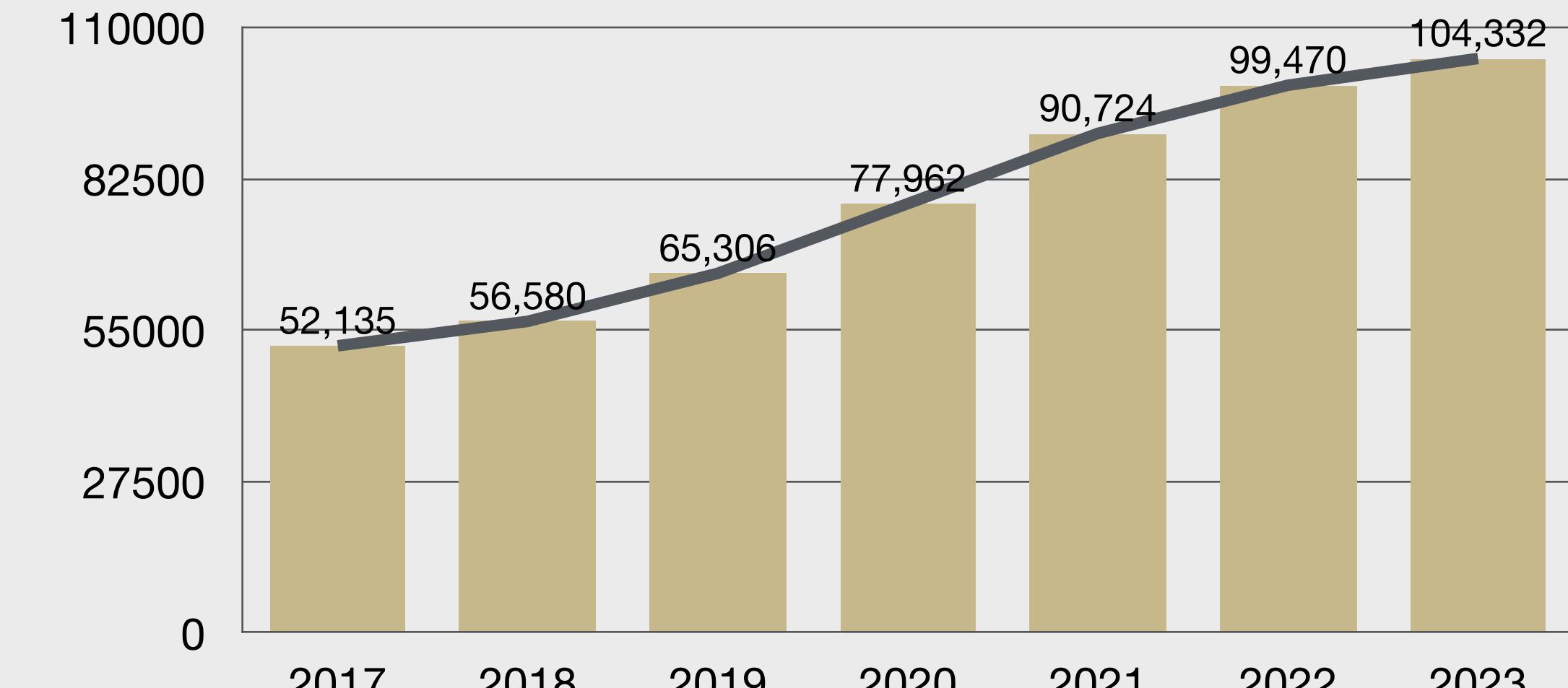
- 1) 향후 유통 산업은 비대면 채널 위주로 사업이 재편될 가능성이 높음.
- 2) 인터넷, 모바일 구매가 가속화되면서 전자상거래 및 생활 물류 (배달 서비스) 시장의 성장세는 더욱 빨라질 것으로 기대.

전세계 스마트폰 1대당 모바일 데이터 트래픽



자료 : Statista, Ericsson Mobility Report 2019

한국 이커머스 매출 전망



자료 : Statistic (2020.1월)

출처 : No.8 TRADE BRIEF (2020.05.25) 한국무역협회

02 시장분석

200조 외식산업 디지털화 실패이유

기존의 간편 결제 및 다양한 스마트 오더가 존재하지만 모두 사용자의 편리함만을 추구하는 기술기반 시스템으로 접근

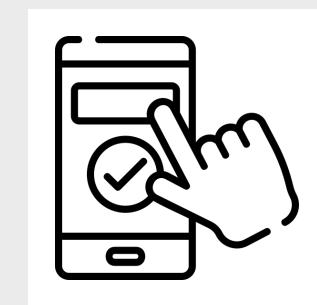
- 음식점은 전문적인 소비자 데이터의 부재로 인해 폐업률 증가, 생산성 감소
- 유통업체 또한 부족한 데이터와 비정형화된 업무로 인한 생산성 감소



네이버 QR 결제



테이블 오더



간편 결제

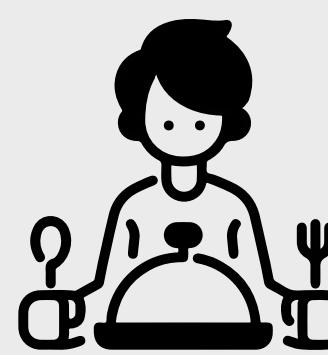
… 다양한 스마트 오더



사용자의 편리함만을 추구하는
기술기반으로만 접근하여
고객 경험에 대한 가치 부재

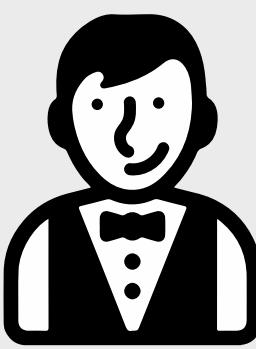
03 플랫폼 소개

F&B 디지털 플랫폼은 비대면 소비 트렌드에 따른 소비 편의 환경과 매장관리 및 식자재 운영에 대한 디지털 관리 환경을 통해 스마트 디지털 경영화를 실현합니다.



소비자 서비스

소비자의 정보를 통한 알러지, 음식 선호 등 소통과 예약 가능한 시간 확인 및 예약, 분할/테이블 결제 등 결제에 대한 편의를 제공



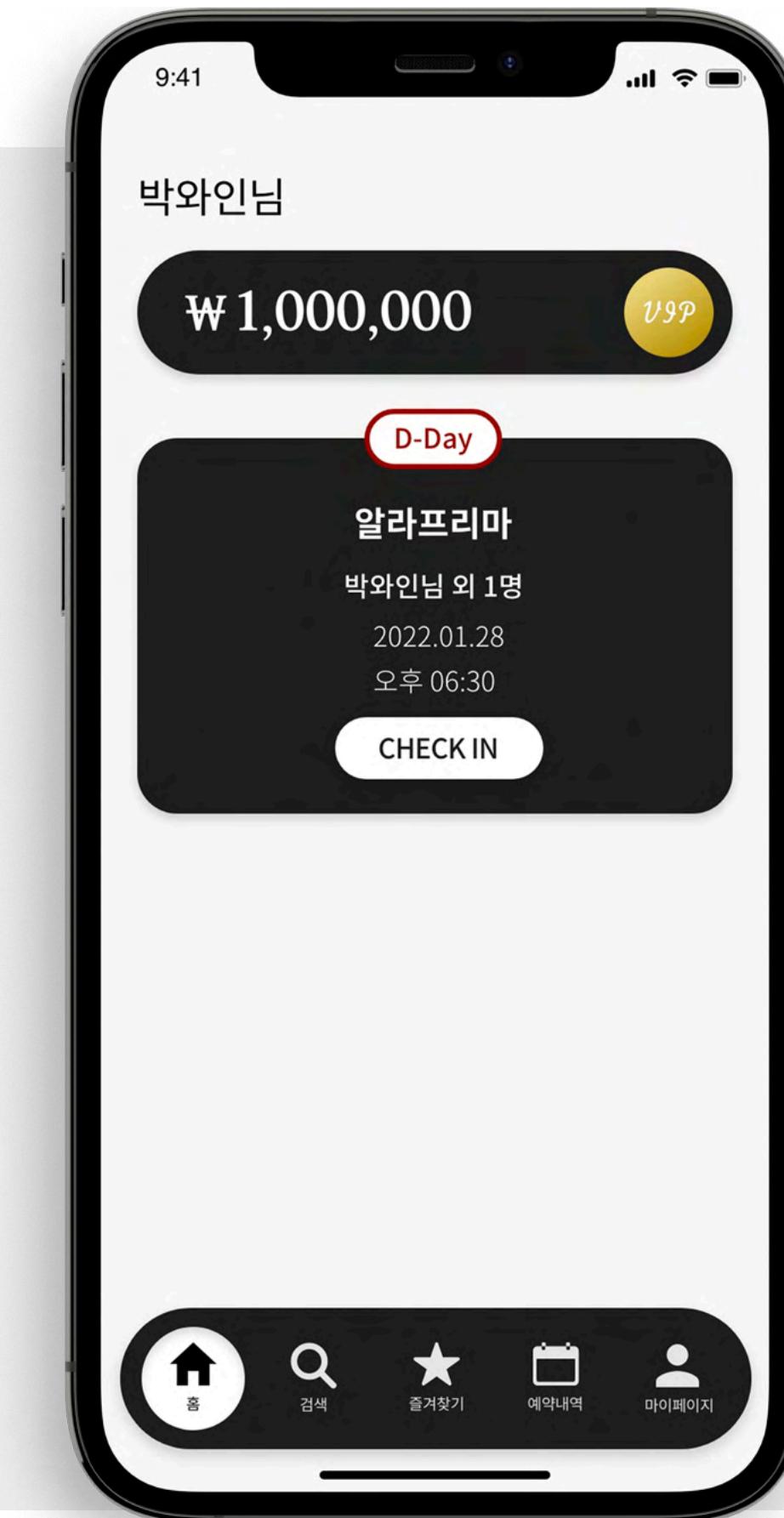
관리자 서비스

고객 니즈 파악에 따른 서비스 개선환경과 예약 승인에 대한 절차 간소화 및 업무 간편화에 따른 운영 비용 절감 효과 제공



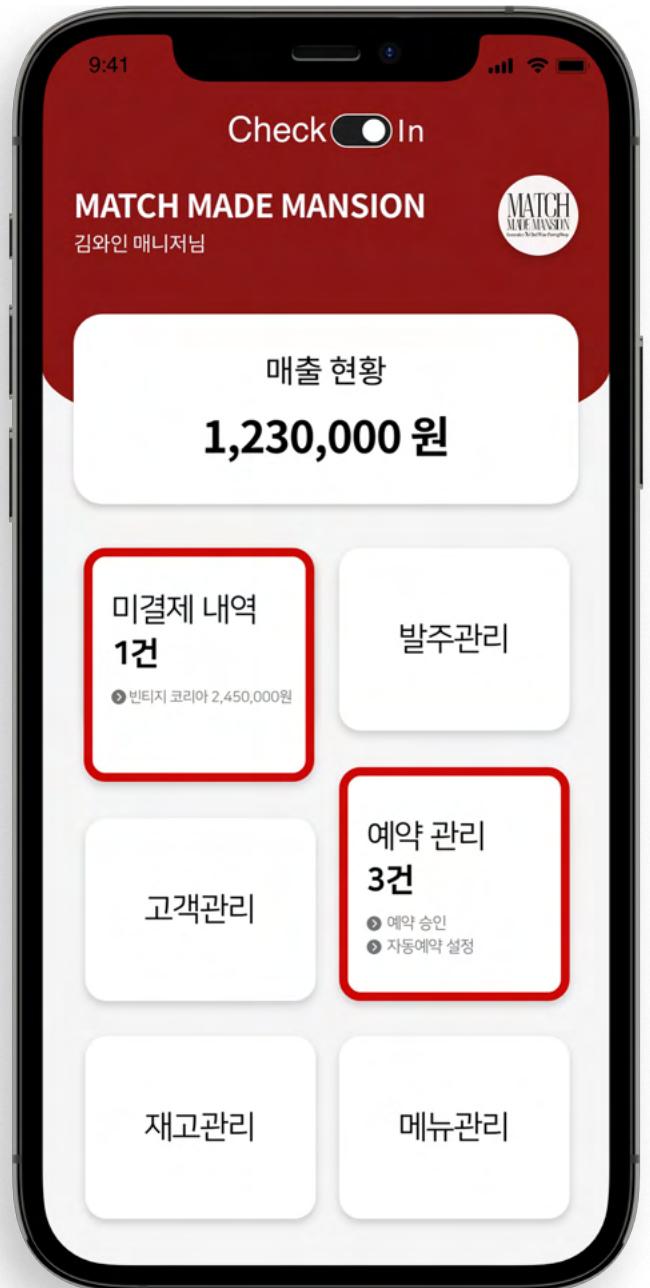
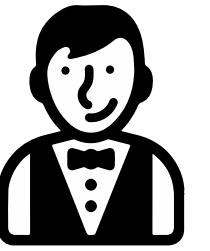
유통업체 서비스

오프라인 와인 발주에 대한 불편함 해소를 위해 플랫폼을 통한 와인리스트 및 프로모션 등 소통과 와인 발주, 거래내역 등을 제공



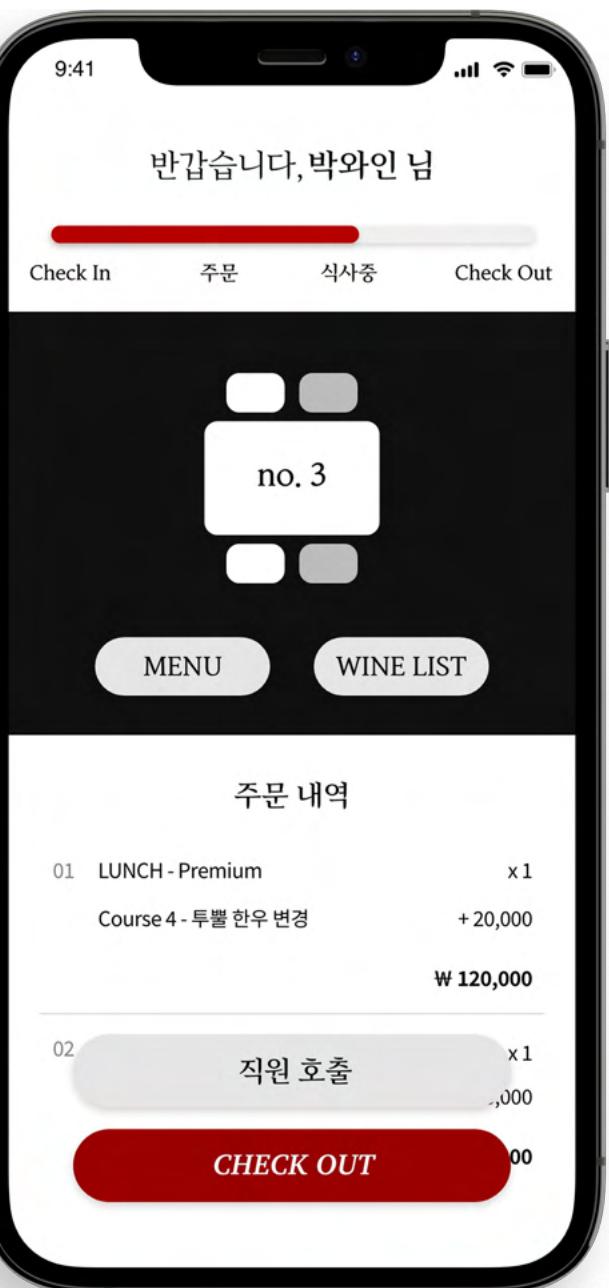
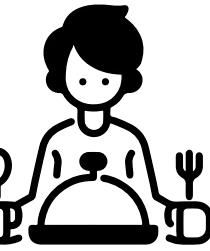
04 대상고객

F&B 서비스를 제공하는



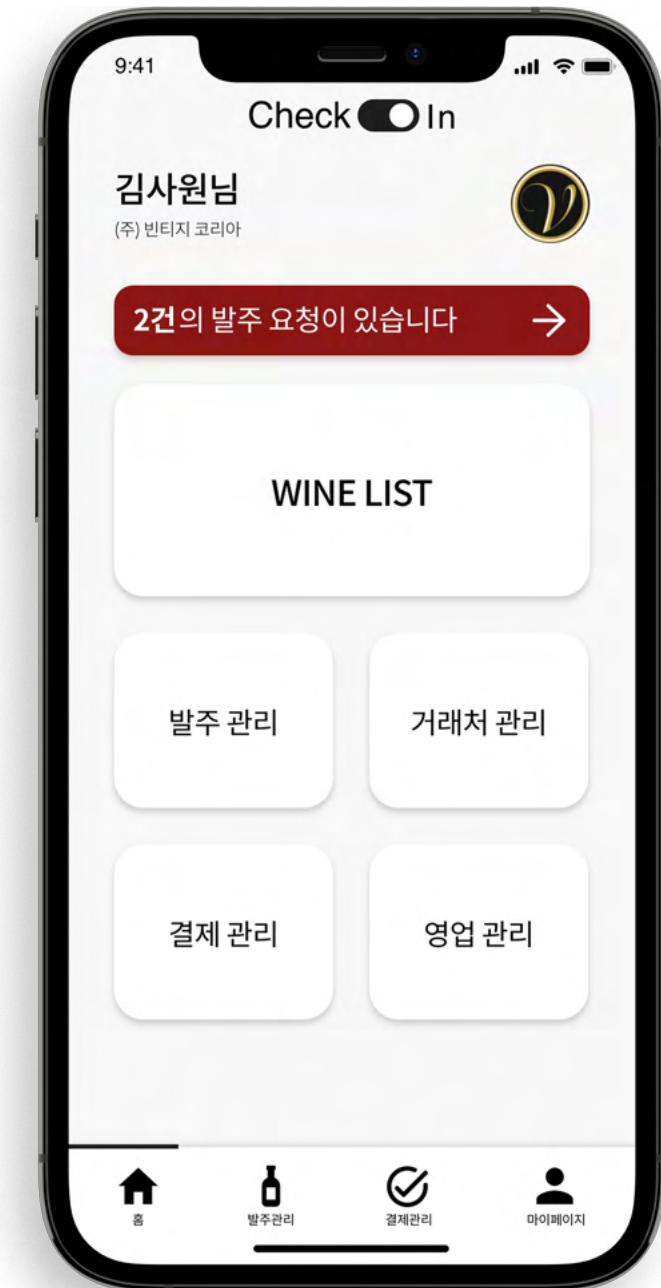
관리자

F&B 서비스를 이용하는



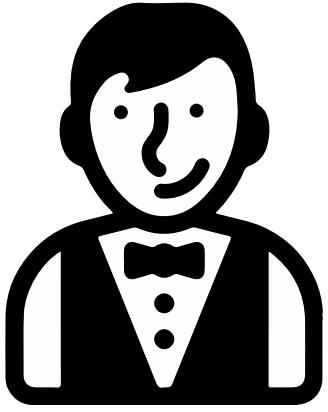
소비자

F&B 서비스를 위해 물건을 유통하는



유통업체

05 문제점



관리자



소비자

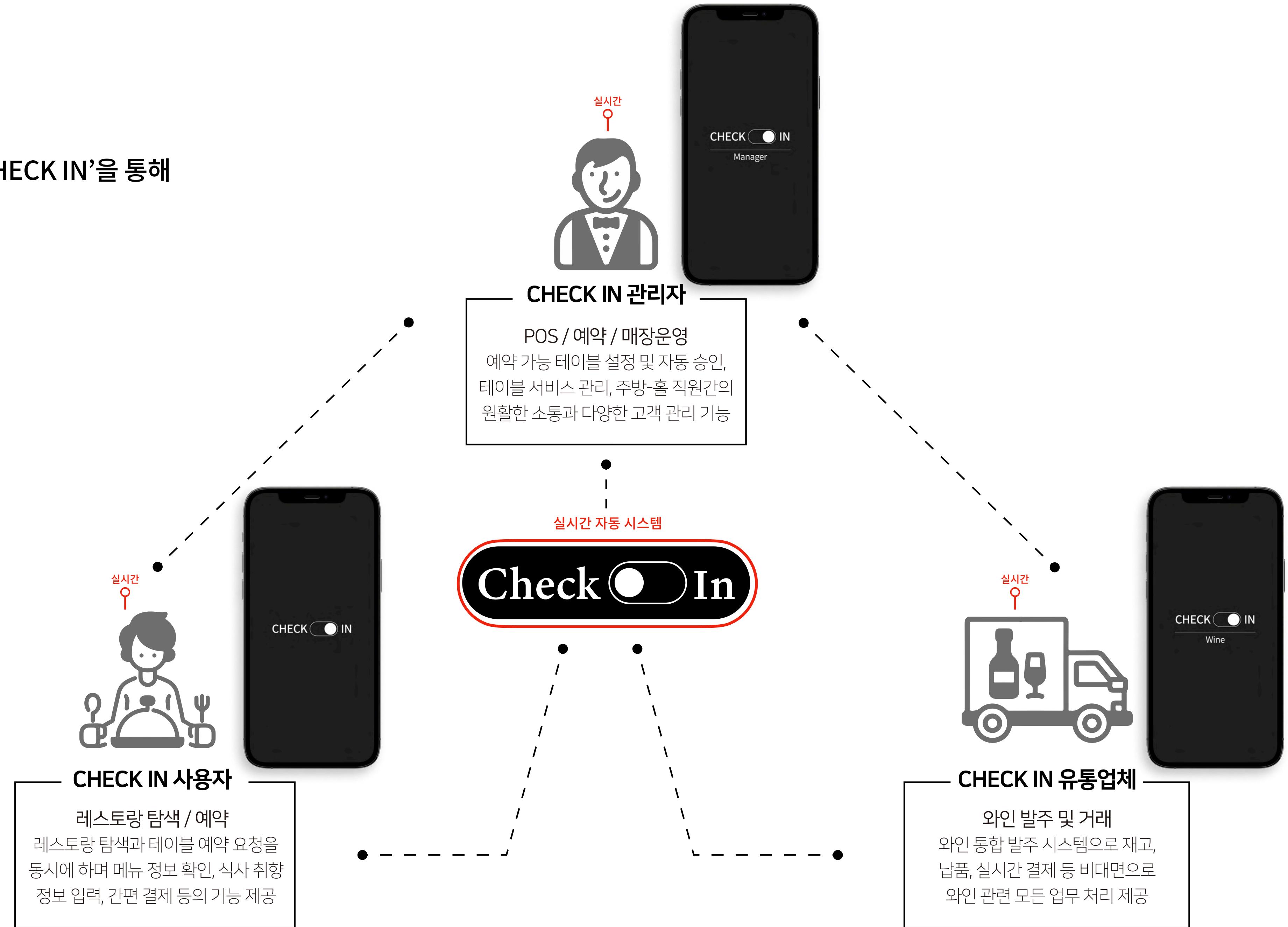


유통업체

- 반복되는 소비자, 유통업체 간의 유선/대면 소통
- 매장 내 실시간 재고 관리의 어려움
- 유통업체 별 발주 및 거래 내역, 결제의 불편함
- 방문 고객에 대한 데이터 확보의 어려움
- 매번 이루어지는 대면 결제 및 유선 예약의 번거로움
- 실시간 예약 시 매장의 정보 확인 필요
- 분할 결제의 불편함
- 매번 이루어지는 자신의 정보 및 데이터 공유의 불편함
- 신규 상품 입고 시 거래처 별 대면 및 유선으로 이루어지는 번거로움
- 재고 확보(재입고) 시 실시간 알림의 부재
- 거래처 별 발주 및 문의의 비정형화
- 대면으로 이루어지는 결제 및 마케팅

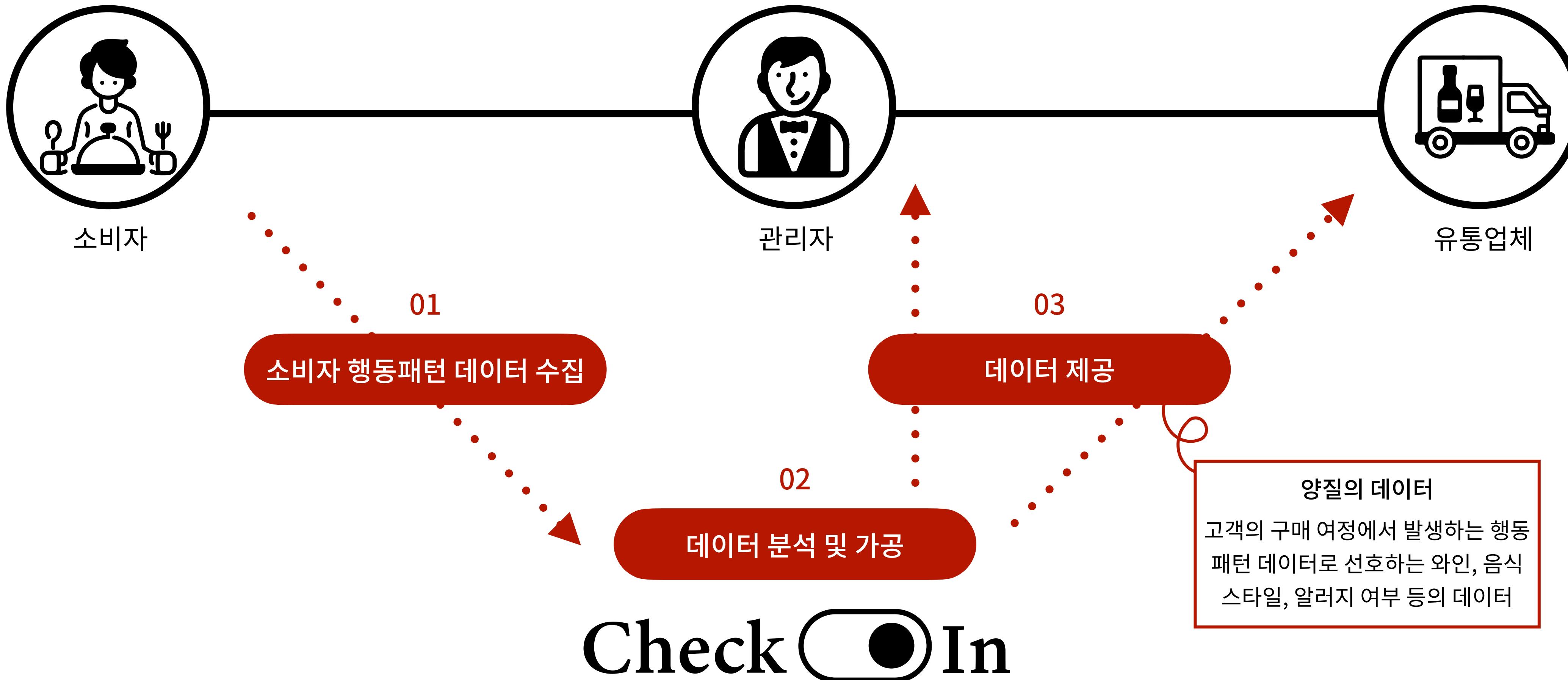
06 해결방안

실시간 자동 관리 서비스 ‘CHECK IN’을 통해
스마트 디지털 경영화 실현



06 해결방안

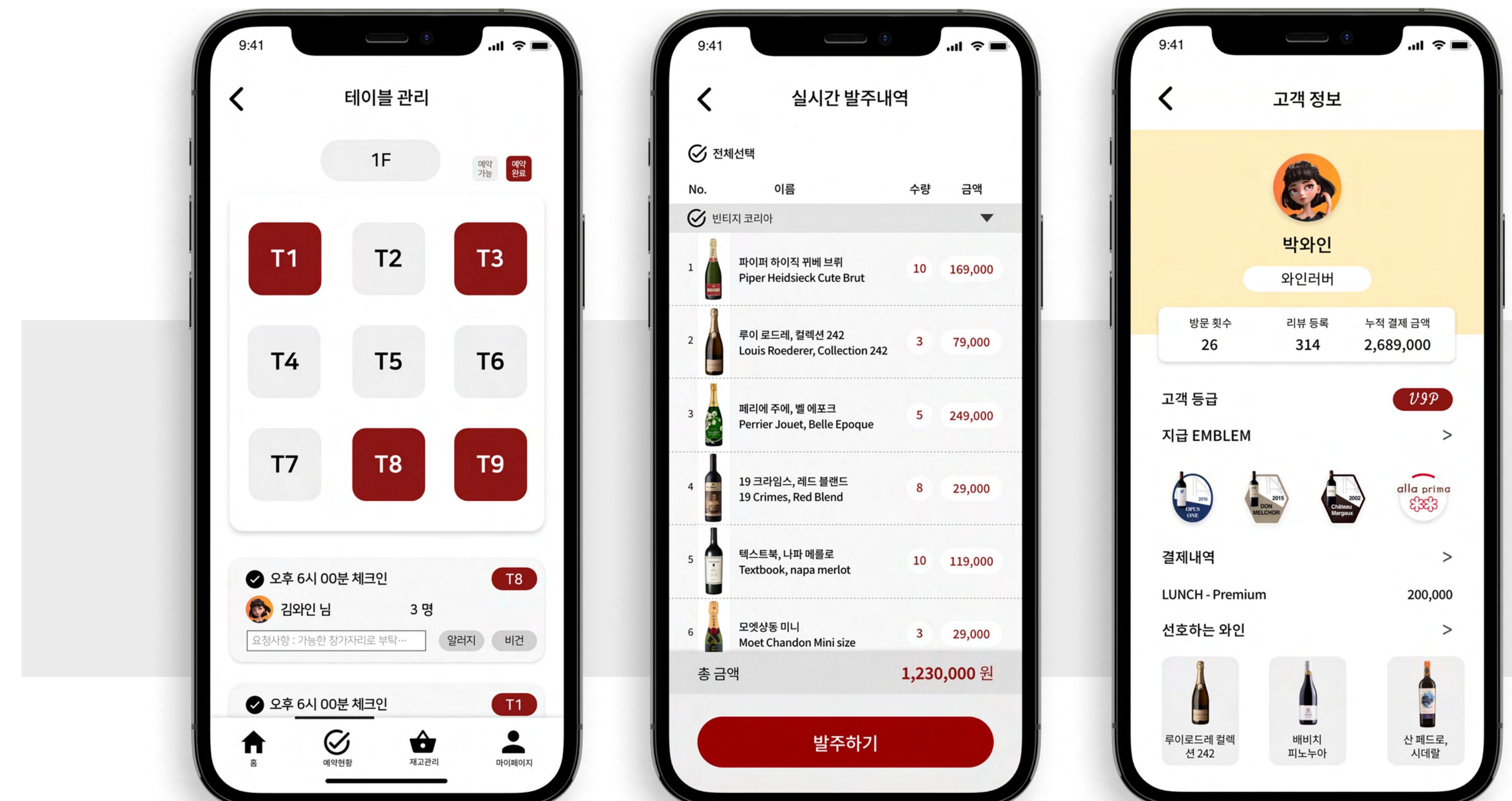
앱 내 축적된 데이터를 분석 및 가공하여 관리자, 유통업체에
제공함으로써 각 사용자의 편리함과 생산성 향상에 도움



06 해결방안

관리자

- 소비자, 유통업체 간의 모든 소통을 비대면화
- 실시간 재고 관리 시스템으로 재고 확인
- 유통업체 별 발주 및 거래 내역, 자동 결제 관리 가능
- 소비자의 행동패턴 분석 데이터를 통해 최적의 맞춤 서비스 제공



실시간 테이블 관리

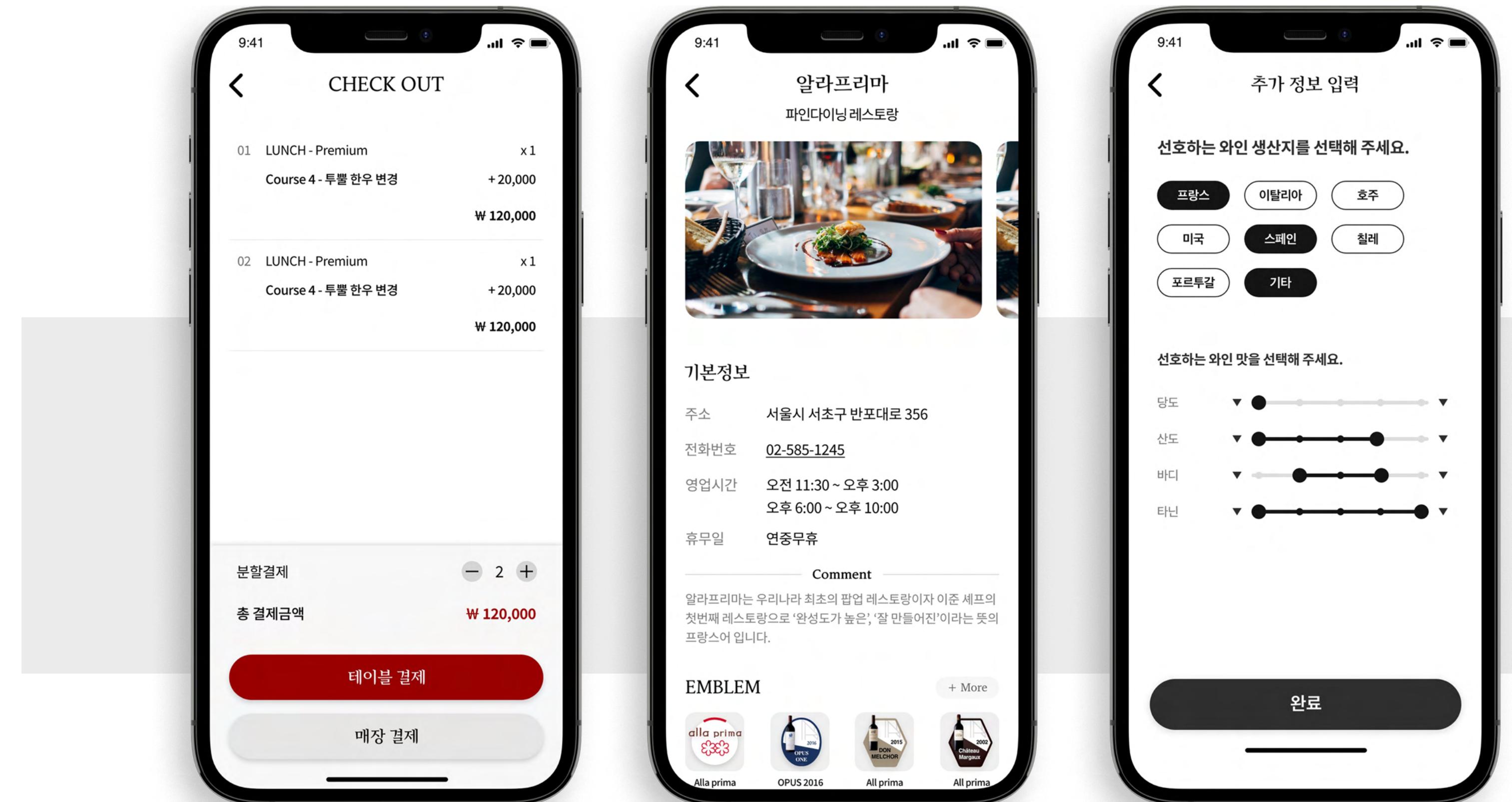
자동 발주 시스템

고객 데이터 확보

06 해결방안

소비자

- 비대면 결제 및 분할 결제 가능
- 실시간 예약 및 체크인 가능 여부 확인 가능
- 한번의 데이터 공유로 여러 레스토랑의 맞춤 서비스 기대 (선호하는 와인, 알러지 정보 등)



비대면 결제 및 분할 결제

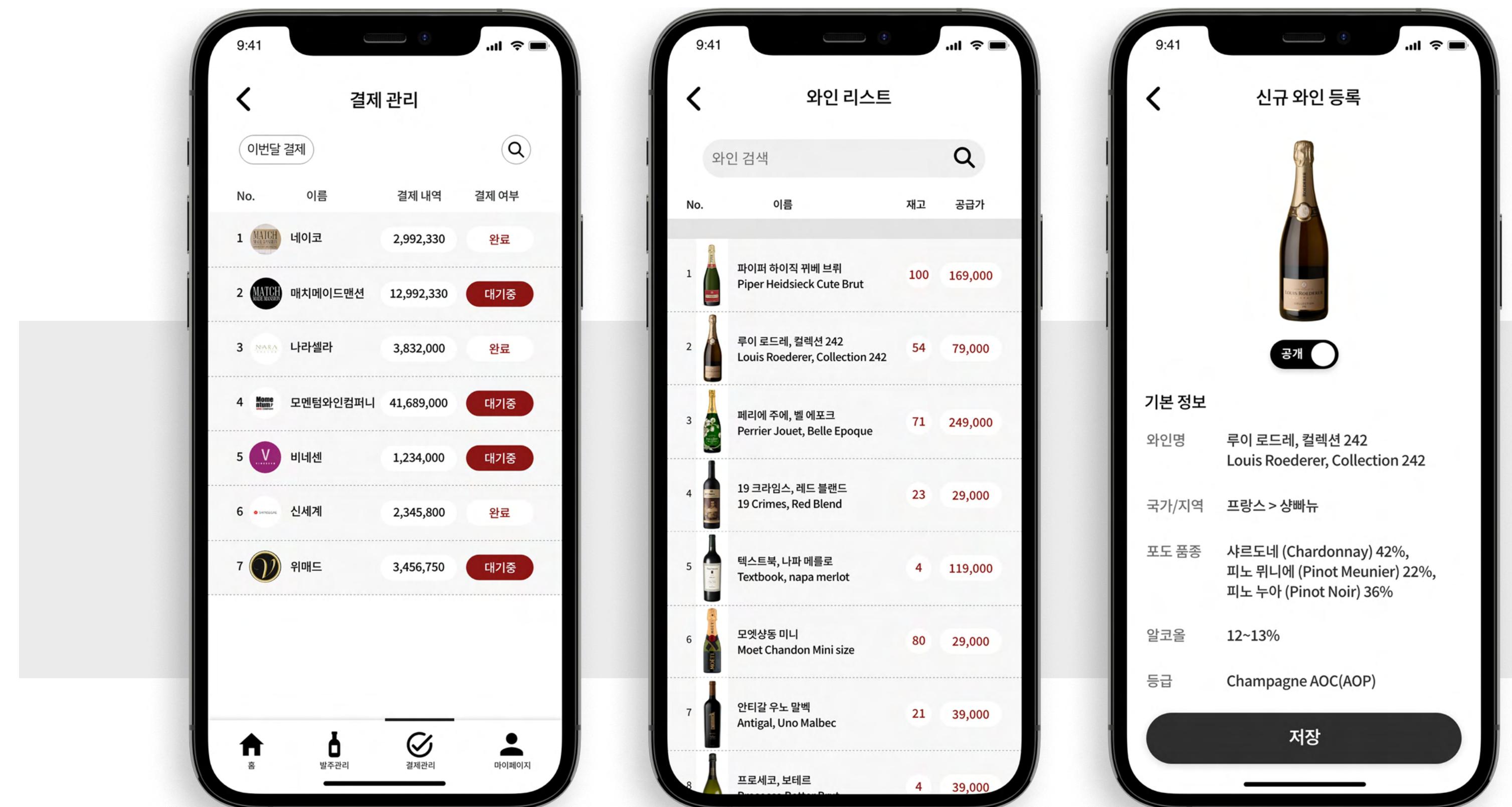
실시간 예약 및 매장 정보 확인

데이터 공유

06 해결방안

유통업체

- 실시간 재고 관리가 가능한 자동화 시스템
- 신규 상품 등록 및 실시간 공유
- 거래내역에 대한 실시간 결제 시스템
- 기존의 대면 결제 업무 및 마케팅의 비대면화로 인한 편리함 증가
- 소비자의 데이터 분석으로 인해 상품 개발 효율, 프로모션 효율, 영업전략 효율 증가



비대면으로 이루어지는 월말 결제

실시간 재고 변환

신규 와인 등록 및 거래처 별 공유

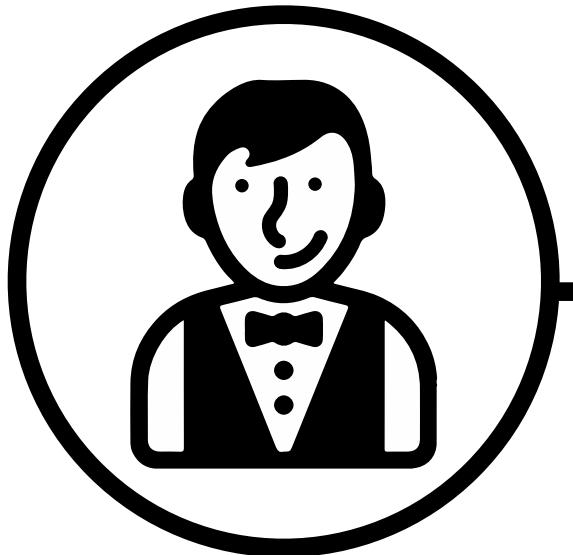
07 가치실현

“구매 증명 시스템을 통한 메타버스 대비”

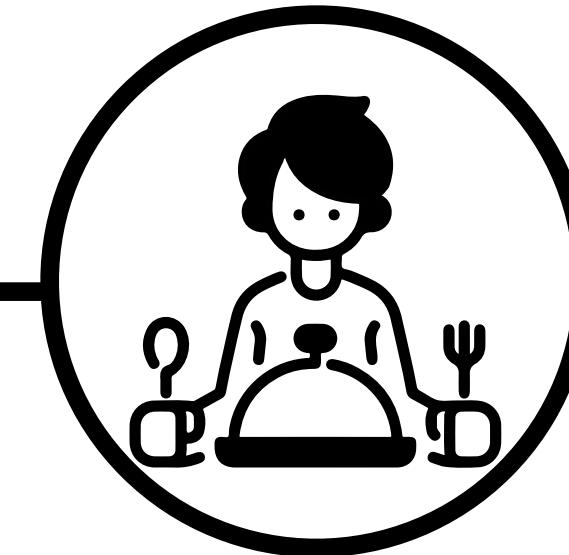
급변하는 시대 속 메타버스를 대비하여
앱 내 축적된 사용자의 데이터를 기반으로 NFT 발행 예정

NFT 구매 증명 시스템을 통해 고객에게 가치를 제공하고
리워드까지 이어지는 CHECK IN 서비스

07 가치실현



관리자는 서비스만



소비자는 서비스를 즐기기만



유통업체는 와인 유통만

Check In

이외의 모든 업무는 ‘CHECK IN’ 서비스를 통해 생산성 향상

반복되는 프로세스 및 단순 업무는 CHECK IN을 통해 이루어지며

각자의 역할에 집중할 수 있도록 합니다.

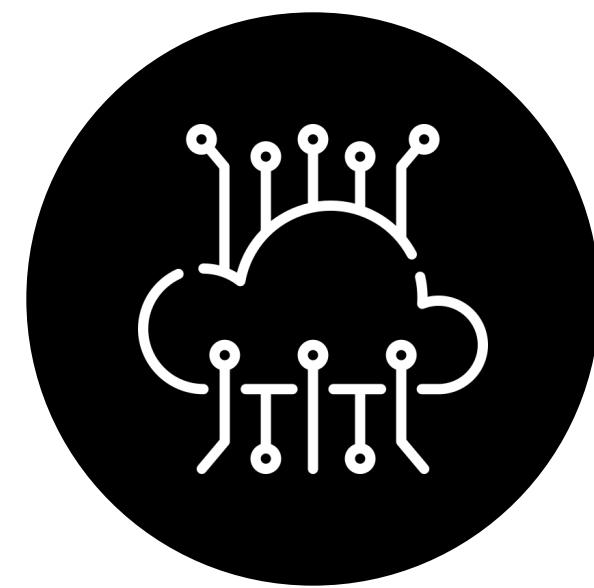
07 가치실현

“AI 디지털로 연결된 CHECK IN 플랫폼의 데이터를
통해 기존의 Pain Point를 개선하는데 집중”



기초 데이터 수집

고객 구매여정의 데이터 수집
(Ex. 검색량, 유입량, 체류시간, 전환률, SNS 반응…)



데이터 분석

수집한 데이터를 분석하여
행동패턴 파악



데이터 가공 후 제공

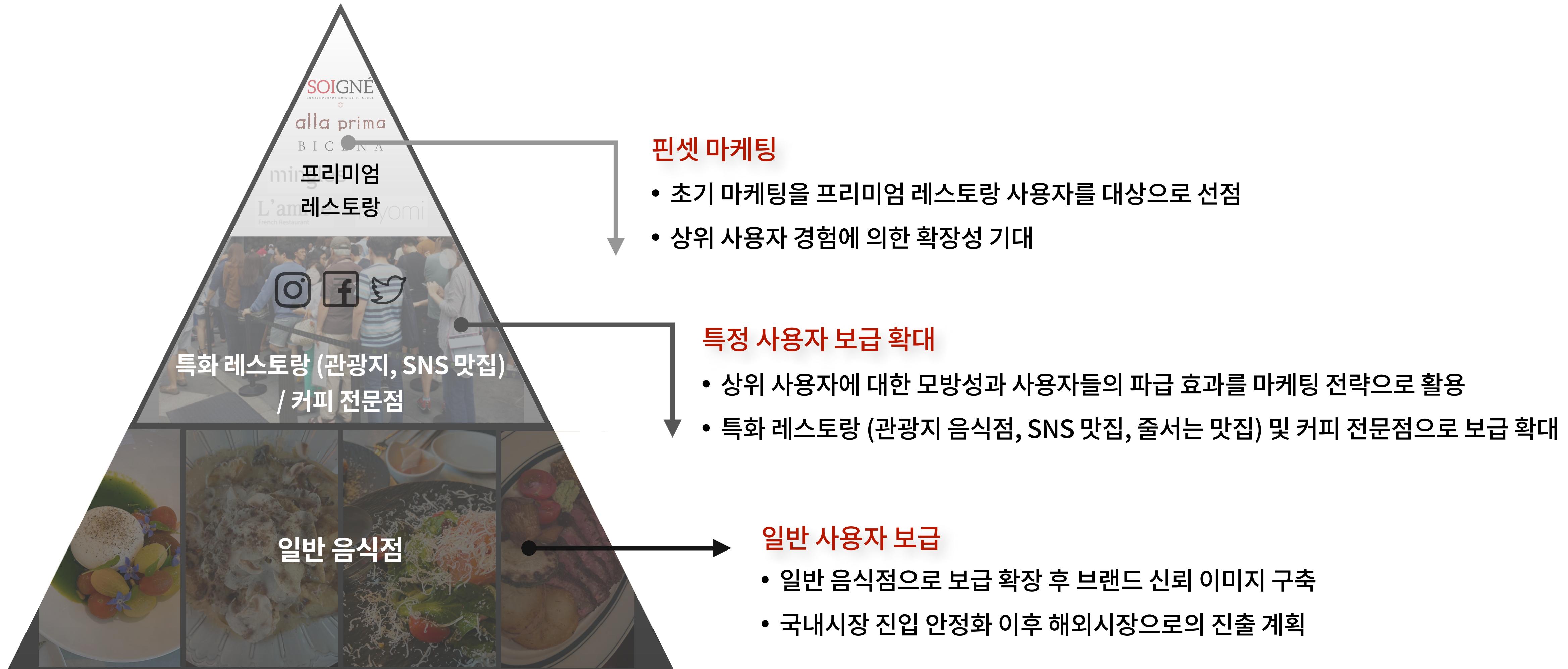
AI를 통해 가공된 양질의 데이터를
제공함으로써 기존의 페인포인트 개선

“초기 사용자를 상위부터 타겟으로 핀셋 마케팅”

기대욕구가 높은 프리미엄 사용자와의 오랜 직접 현장 경험을 바탕으로,
디지털 서비스 또한 기술 기반을 바탕으로 소비자의 사용자 경험과 비주얼라이징을 최대한 고려

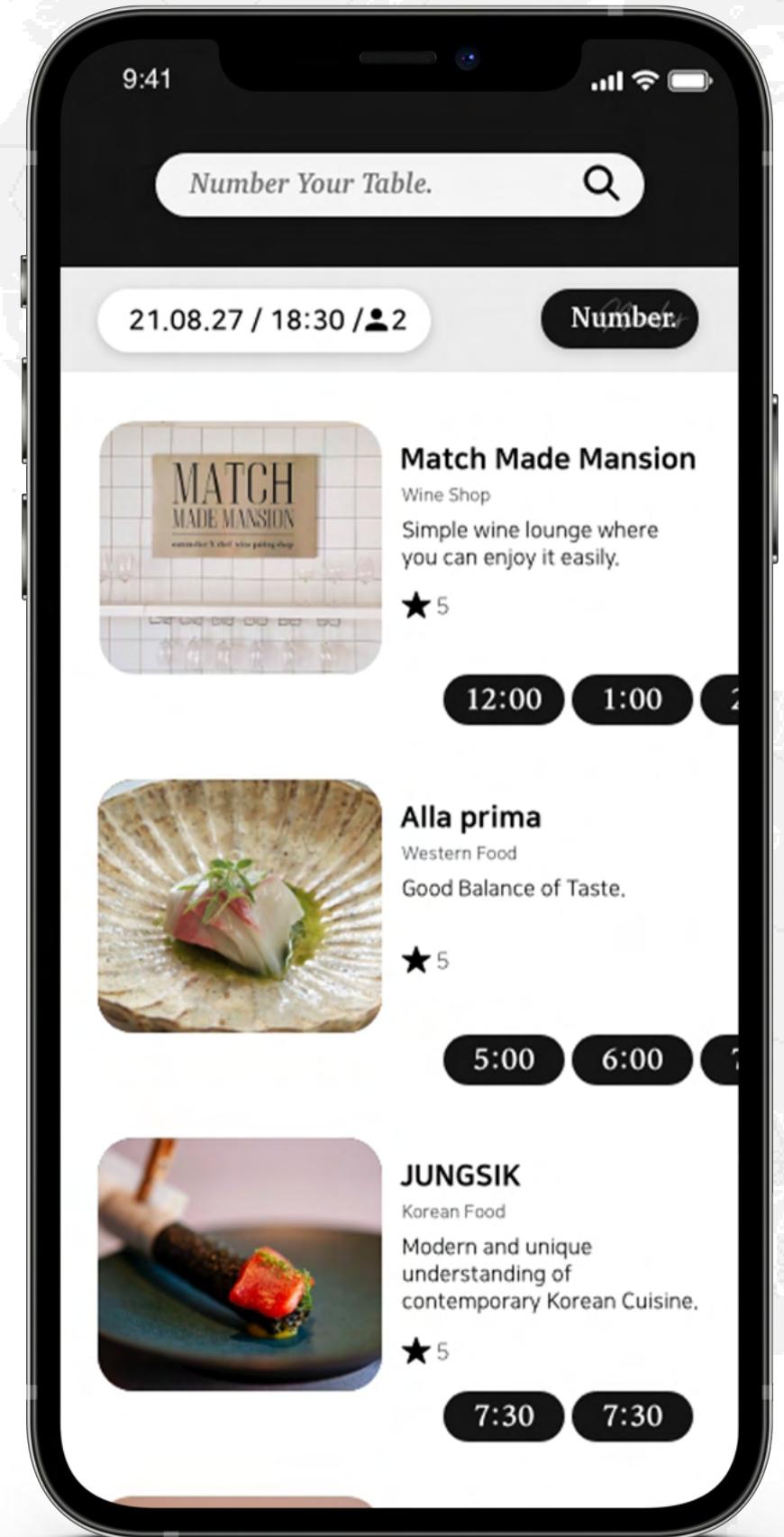
산업별로 존재하는 관행과 질서를 바꾸고 변화하는 디지털 환경 속에서
가치를 제공하여 프리미엄 사용자 경험 확장

08 마케팅 전략



08 마케팅 전략

국내 서비스의 브랜드 신뢰도를 기반으로
해외 서비스 확장을 통한 지속적인 성장



글로벌 F&B 업계 보급 및 성장 실현

- 외국에서 유입되는 외국 고객, 여행객 등을 대상으로 시작하여 확장
- 단순한 번역이 아닌 구어체 번역을 활용하여 외국인 고객에게 편리한 서비스 제공
- 회전율이 느린 해외 레스토랑에서의 사용 및 파급력 기대
- 세계적으로 공통된 주류인 와인을 통해 확장성 기대

08 마케팅 전략



캐치테이블

누적 이용자 4000만명



배달의 민족

누적 다운로드 5000만

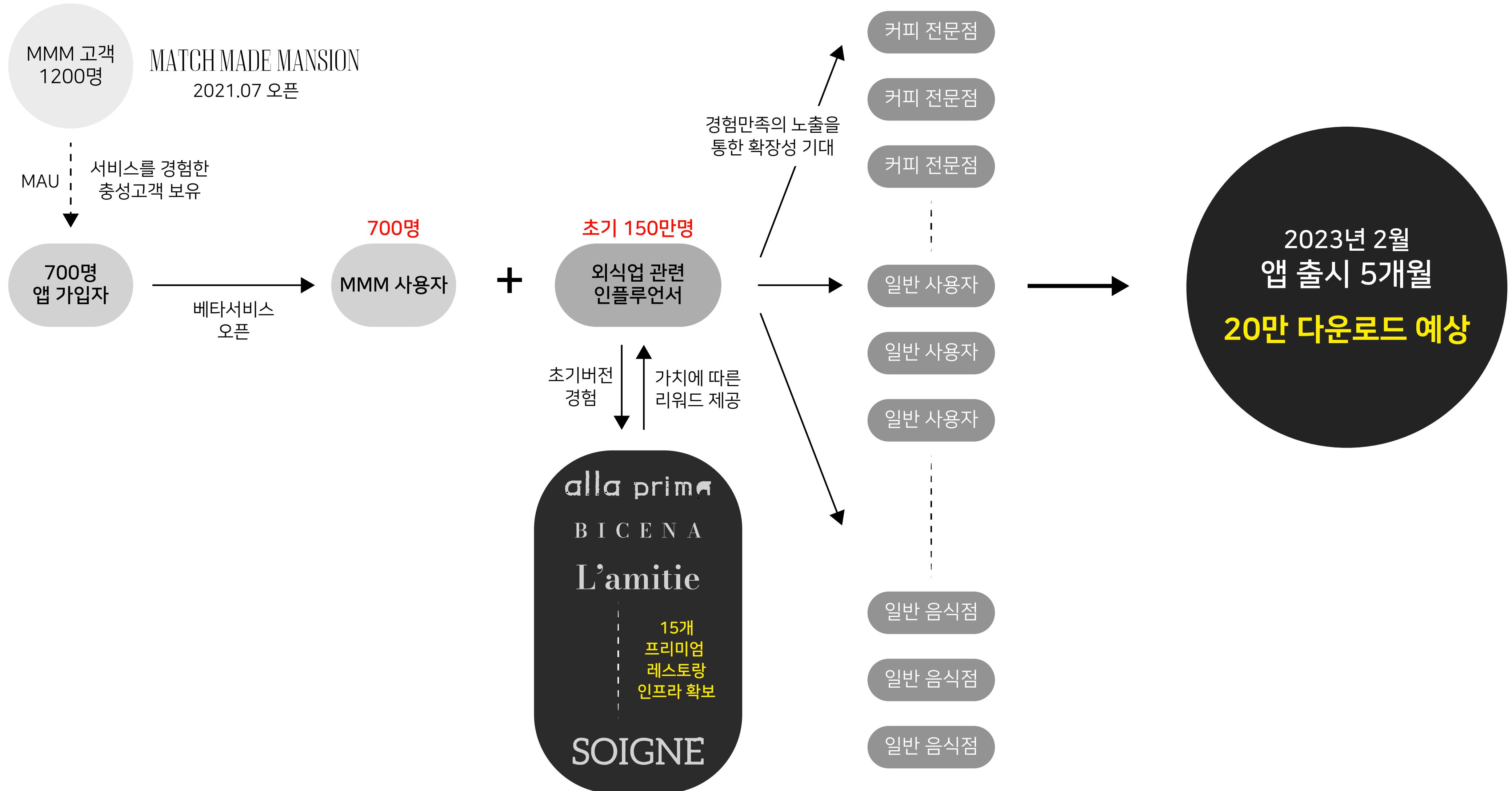
Check In

체크인

CHECK IN

주요고객	하이엔드 레스토랑 소비자	배달이 가능한 음식점	하이엔드 레스토랑 소비자, 일반 음식점 소비자
프로세스	예약-방문	주문-결제	예약-방문-주문-결제
기능	레스토랑 예약 기능	음식 배달 기능	레스토랑, 배달이 불가능한 오프라인 매장 예약/주문/결제
차별성	예약을 넘어서 주문-결제까지의 구조를 갖추며 배달이 불가능한 오프라인 특화/트렌디 맛집까지 전체 시장 통합		

08 마케팅 전략



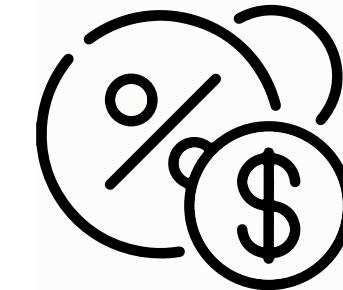
09 성장 포인트

CHECK IN의 성장 포인트



위드 코로나로 일상회복에 진입하고 있어
레스토랑 예약 및 와인 발주 등 관련 수요가
지속적으로 증가 전망

위드 코로나에 따른 수요 증가



플랫폼의 각 APP 서비스에 대한 수익
다각화 운영으로 안정적인 경영 환경 제공

수익 모델 다각화로 안정적 환경



레스토랑 서비스에서 F&B 전 분야
확장 운영과 서비스 인지도 기반의
해외 서비스 확장으로 기업가치 성장

분야 확장 및 해외 진출로 지속적 성장

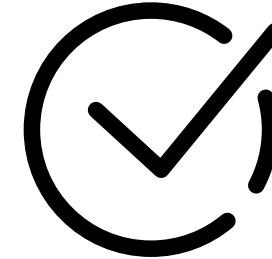
10 사업의 기대효과

CHECK IN 디지털 경영화 플랫폼 보급 활성화를 통해 소비 촉진 환경 조성 및 F&B 시장의 발전 도모



소비에 대한 니즈 충족

F&B 소비에 대한 편의 환경
확산으로 소비 만족도
향상과 F&B 소비의 촉진



디지털 경영 서비스 확장

F&B 시장의 디지털 경영
서비스 확산으로 플랫폼 대표
기업으로 가치 성장 실현



F&B 시장의 발전

F&B 업계의 디지털 경영
확산을 기반으로 소비 활성화와
업계 규모 성장에 기여

11 운영계획

고객 리워드를 통한 스마트 오더 및 커뮤니티 활성화

01 와인 구매 시 NFT 지급

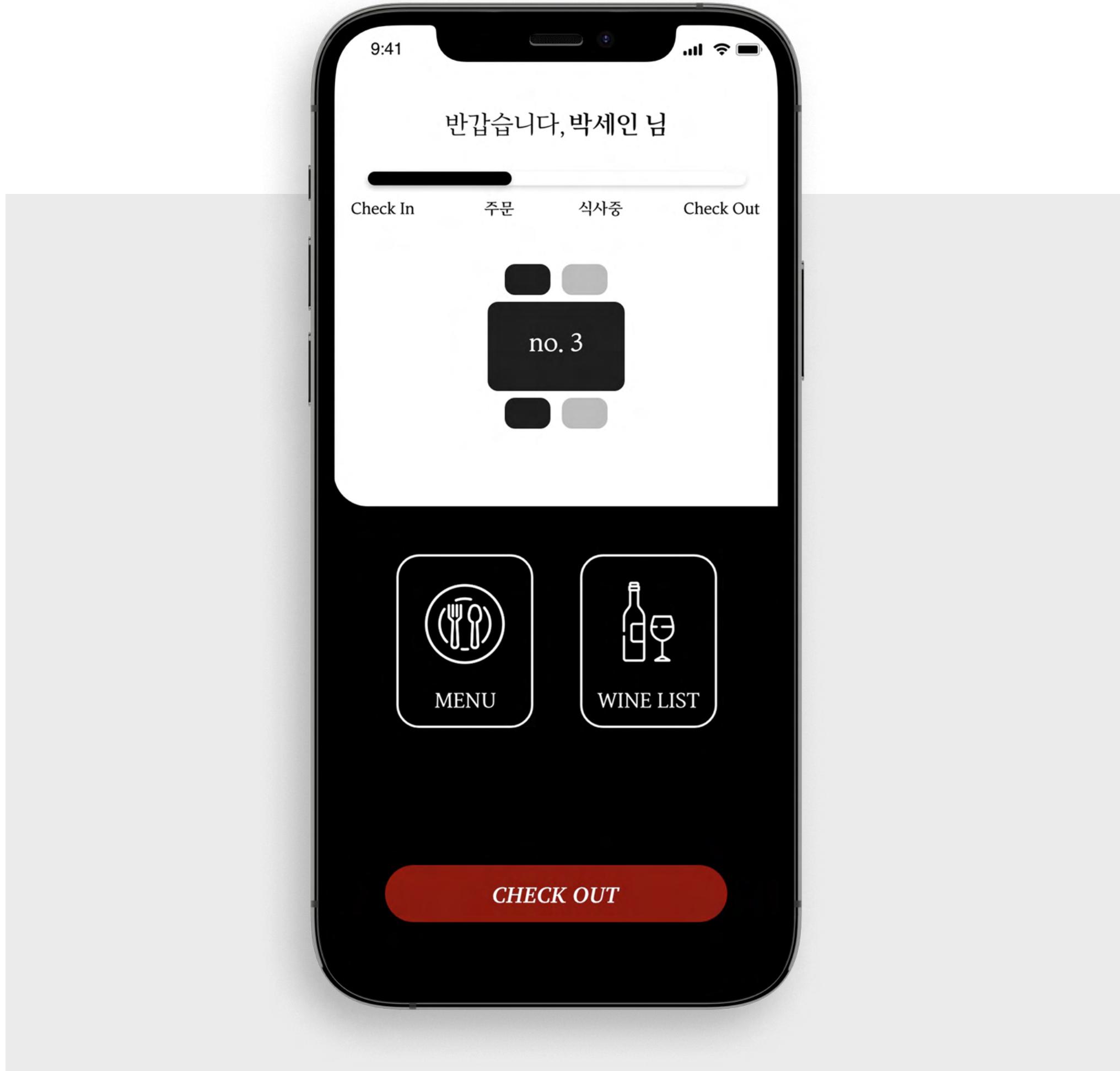
어플리케이션으로 와인을 구매한 고객에게만 NFT를 지급하여
와인 커뮤니티 인원으로 유입 후 온라인상의 등급으로 연결

02 금액에 따른 리워드

와인 구매 금액에 따라 적립 가능한 포인트를 부여하는 시스템을
세분화함으로서 커뮤니티 활동에 반영될 수 있도록 고안

03 와인제조사 NFT 라이센싱

제조사와의 라이센싱으로 후발주자들과의 차별성을 부여하여
시장의 독점적 플레이어로 성장



11 운영계획

구매기록 증명 시스템

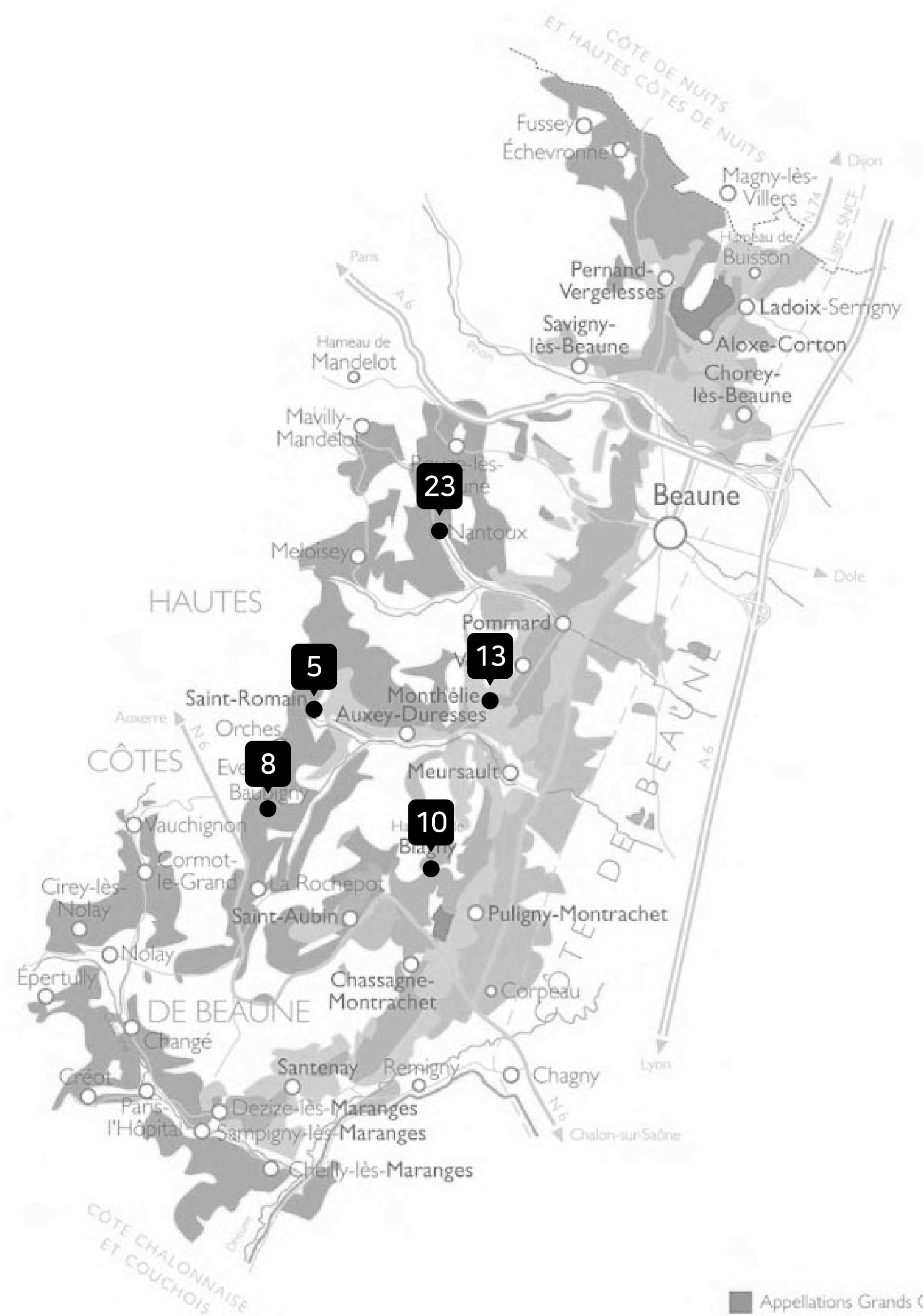
와인 구매 기록을 단순한 영수증의 개념이 아닌 구매자의 사용 경험을 증명하는 방식으로 활용 가능하며, 구매자 본인이 시음한 와인에 대해 적극적으로 공유하기 좋아하는 특성을 고려하여 시스템 개발

04 NFT 브랜드 컬렉션을 모아 등급 상향 (메타버스)

- A 지역별 와인 3종 이상 구매 시 A 비기너, 5종 이상 시 A 익스퍼트, 전종류 구매 시 A 마스터
- A,C 지역 혼합 10종 구매 시 비기너, 15종 이상 시 익스퍼트, 50종 이상 시 마스터
- 지역/브랜드 별 등급을 세분화하여 새로운 등급 부여, 이를 통해 NFT 엠블럼과 네이밍 시스템으로 활용

05 고급 사용자의 리워드 강화

컬렉션 보유지 한정 네이코 수입 와인 월별 발송



11 운영계획

와인 레스토랑 실제 운영 및 유통을 통해 안정적 사업 기반의 성장 도약

- 1) 앱이 실행되는 시점부터 MMM은 영업에 필요한 모든 일들을 오로지 CHECK IN으로 오픈하여 활용
- 2) 서비스를 이용하며 불편사항이나 개선점들을 보완 및 개발하여 최종 오픈



- 2021년 7월 오픈
- 회원 가입한 이용자수 1200명
- 현재 와인 거래처 80개
- 8000개 가량의 와인 데이터 확보



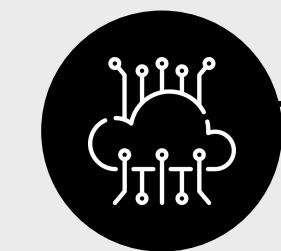
와인샵 실제 운영

와인샵의 직접 운영을 통해 소비 트렌드 수집과
와인 수입사 접점으로 다양한 DB 수집 기반 구축



수입사 DB 구축

국내 와인 수입사들과 거래를 통한 DB 수집 및
가공을 통해 발주 시스템의 빅데이터 구축



수입라인 구축

구축된 빅데이터를 기반으로 수입라인을 구축하여
직접 수입 및 국내 유통을 통해 안정적 수익구조를 확보

12 수익모델

각 어플리케이션 별 거래 수수료를 통해
안정적 수익구조 확보 운영

각 서비스 별 수수료

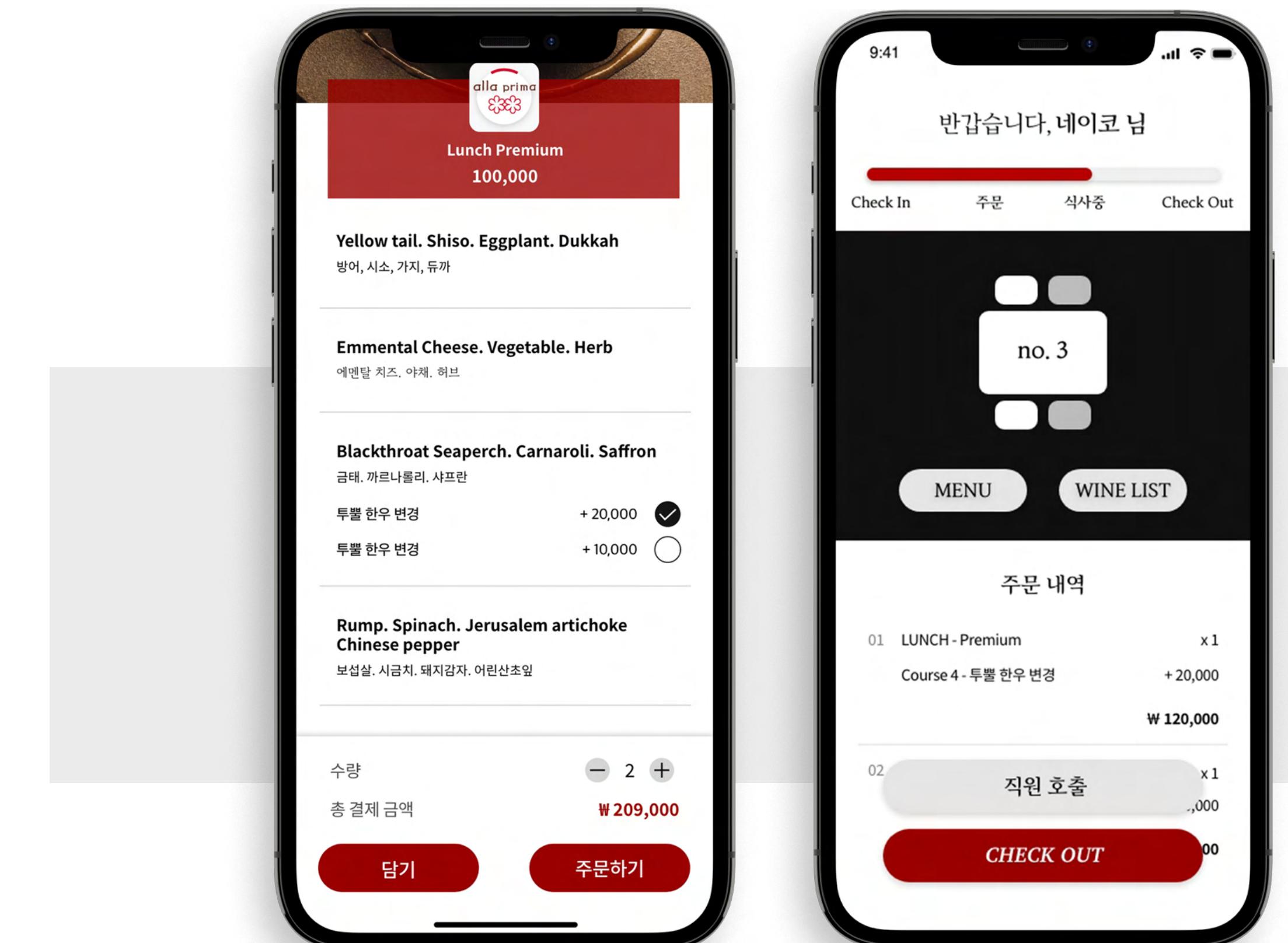
인앱 결제, 인앱 발주, 스마트 오더 등에 따른 각 수수료 운영으로 안정적 수익 확보

간편 결제 환경

간편 결제 환경을 제공하여 레스토랑 예약 시 선결제를 통해 노쇼(No-Show)를
방지할 수 있는 환경 제공으로 결제 수수료 운영 환경을 구축

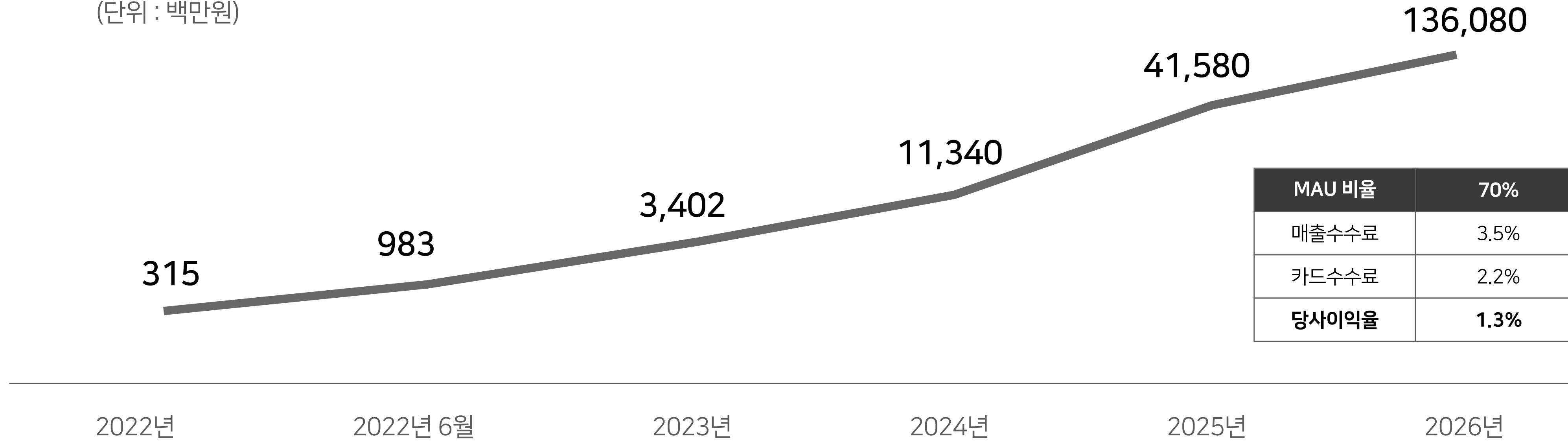
효율적 업무 환경

고객 관리 및 발주 관리에 대한 편의 환경을 통해 인건비와 운영에 대한 비용 절감을
통해 수수료 운영 환경을 구축



13 매출계획

(단위 : 백만원)

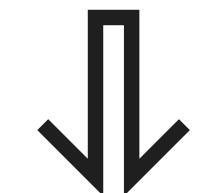


	2022년	2022년 6월	2023년	2024년	2025년	2026년
가입자	10,000	50,000	100,000	300,000	1,000,000	3,000,000
MAU 비율	25%	26%	27%	30%	33%	36%
매출액 (1년)	315,000,000	982,800,000	3,402,000,000	11,340,000,000	41,580,000,000	136,080,000,000

13 매출계획

(단위 : 원)

		2022년	2022년 12월	2023년	2024년	2025년	2026년
가입자		10,000	50,000	100,000	300,000	1,000,000	3,000,000
로드맵	프리미엄 레스토랑	30	70	100	100	100	100
	일반 레스토랑			800	1,600	2,500	2,500
	특화 음식점		100	200	300	300	300
	커피전문점				1,000	5,000	10,000
계		30	170	1,100	3,000	7,900	12,900
MAU 비율		25%	26%	27%	30%	33%	36%
MAU 이용비율		2,500	7,800	27,000	90,000	330,000	1,080,000
인앱결제 (DAY)		875,000	2,730,000	9,450,000	31,500,000	115,500,000	378,000,000



계 (한달)	25,250,000	81,900,000	283,500,000	945,000,000	3,465,000,000	11,340,000,000
계 (1년)	315,000,000	982,800,000	3,402,000,000	11,340,000,000	41,580,000,000	136,080,000,000

*사업부문별 수수료 수익을 기준 매출계획

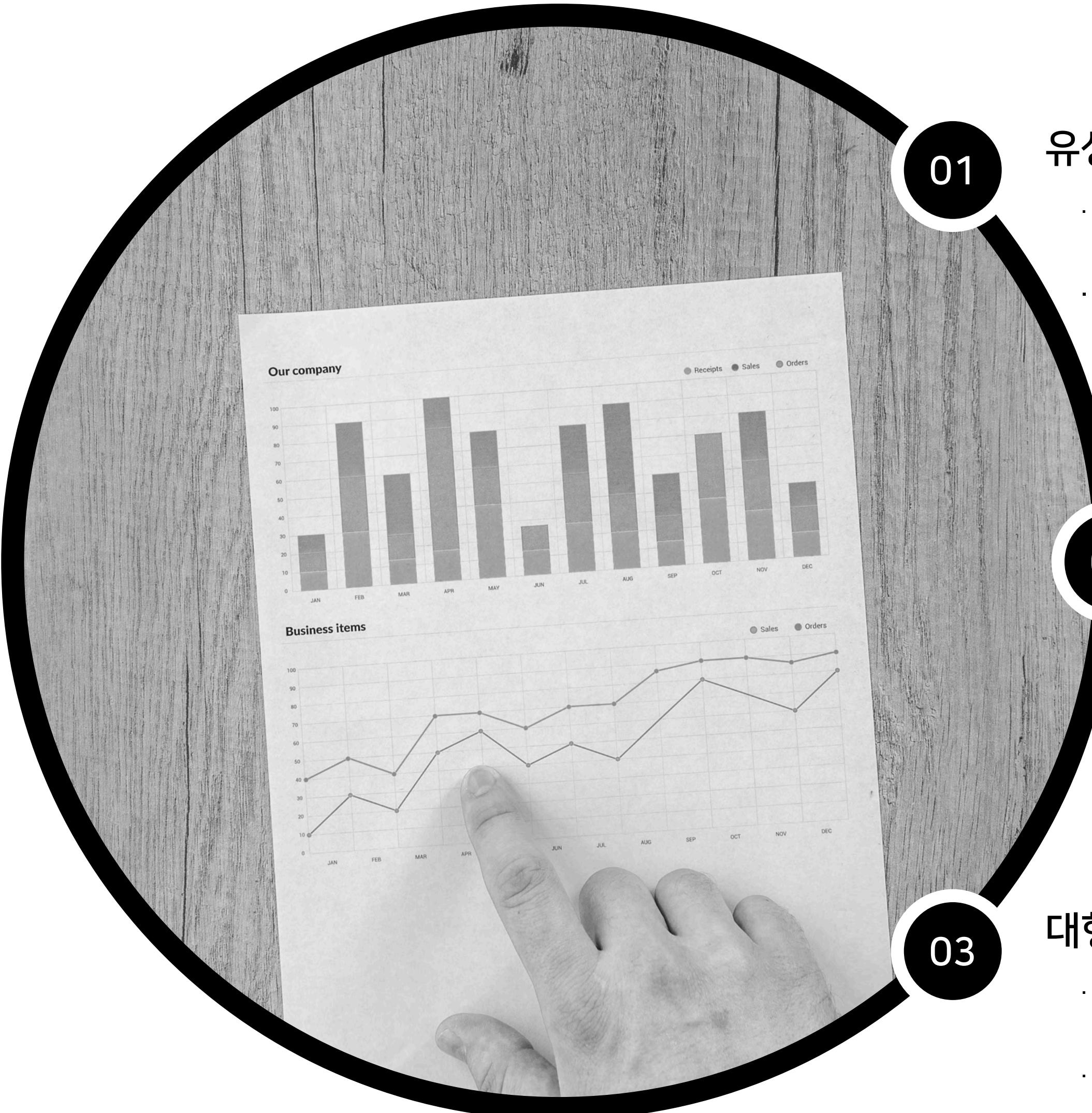
14 기업가치전망

당사 기업가치 평가결과, **2022년 예상 실적기준 982억 원에서 2026년 1,360억 원까지 성장**할 것으로 판단함

	2022년	2022년 12월	2023년	2024년	2025년	2026년
매출액	315,000,000	982,800,000	3,402,000,000	11,340,000,000	41,580,000,000	136,080,000,000
매출이익	176,000,000	550,000,000	1,905,000,000	6,350,000,000	23,285,000,000	76,205,000,000
영업이익률(%)	-29.4%	4.7%	-1.1%	23.0%	20.0%	31.9%
당기순이익	17,000,000	142,000,000	981,000,000	2,105,000,000	6,661,000,000	34,789,000,000
당기순이익률(%)	5.3%	14.4%	28.8%	18.6%	16.0%	25.6%
비교기업 평균 PER			비교 PER 59.70			
PER 기준 기업가치	995,000,000	8,461,000,000	58,559,000,000	125,676,000,000	397,640,000,000	2,076,882,000,000

기업가치는 2023년 실적과 PER 기준으로 산출된 **기업가치(valuation) 586억 원**을 희망함

15 투자 EXIT 전략



01 유상증자 투자에 대한 상환전환우선주 제공

- 투자에 대한 상환전환우선주를 제공하여 기업 청산 시 잔여 재산 청구가 가능하도록 하여 투자에 대한 출구 기반 구축
- 상환전환우선주 제공으로 배당 시 배당금 분배에 있어 우선권을 제공하여 안정적 수익배당 자격을 부여함

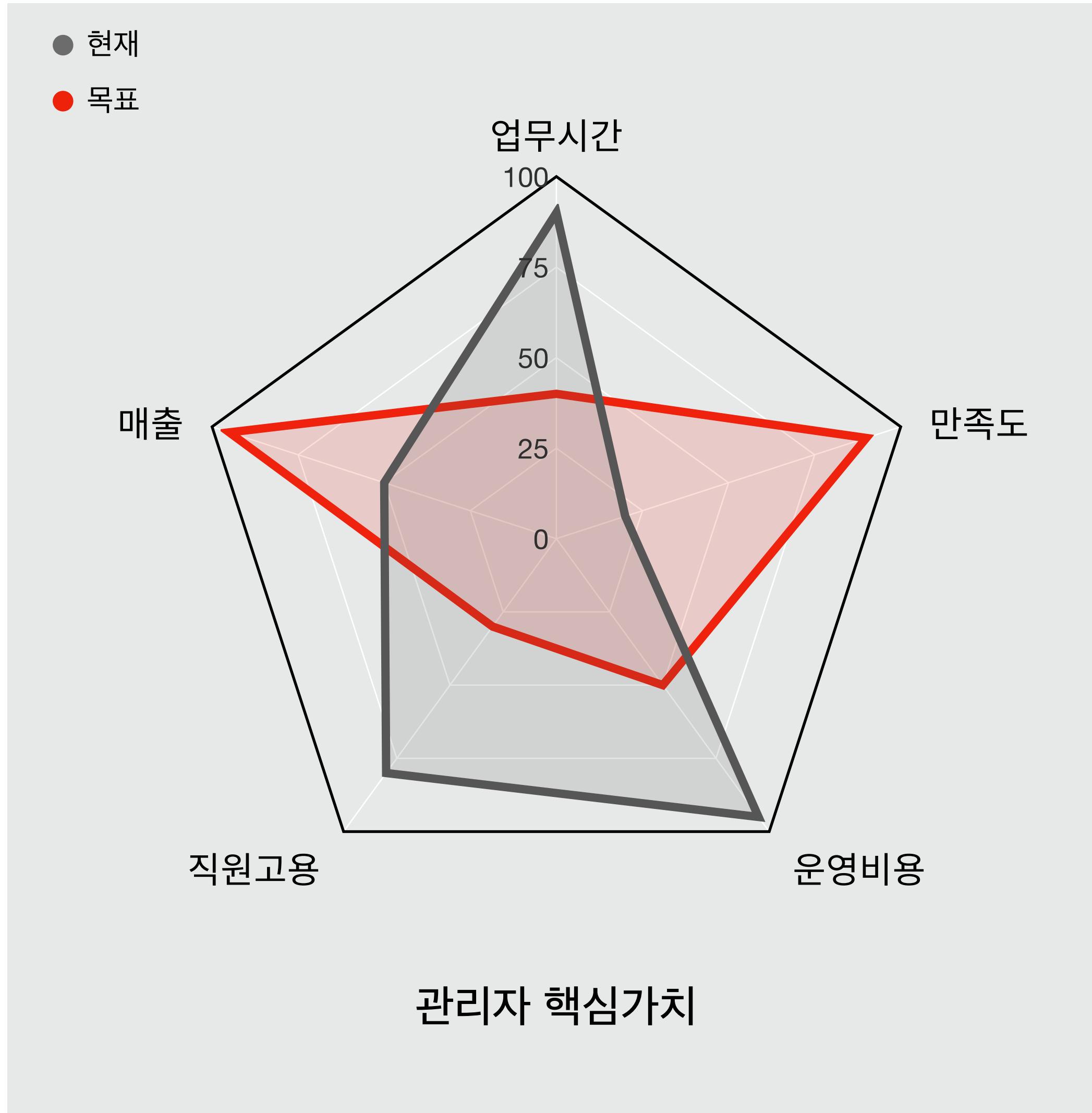
02 기업공개를 통한 상장시장 진입

- 지속적인 매출 목표 달성을 통한 기업 공개 진행으로 상장시장 진입을 통한 투자 출구 도달 (투자에 대한 배당 지급)
- 상장시장 진입 시 기업 가치 평가를 통한 투자 수익 전망치에 대한 배당을 이행하여 투자 전 제시한 투자수익 배당을 제공함

03 대형 기업과 M&A를 통한 출구 도달

- 상장시장 미 진입 시 국내외 대형기업과 M&A를 추진하여 외자유치 확대를 통한 투자 출구 도달 (M&A 시 투자에 대한 정산)
- 상장 목표 미달성 시 기업가치 평가에 따른 투자수익 전망에 대한 이행은 어려우나 M&A를 통한 가치평가를 통해 투자지분에 대한 수익 배정을 이행함

16 정량적 목표



핵심가치	현재
업무시간	10 hr
만족도	20%
운영비용	100만원
직원고용	10명
매출	300만원

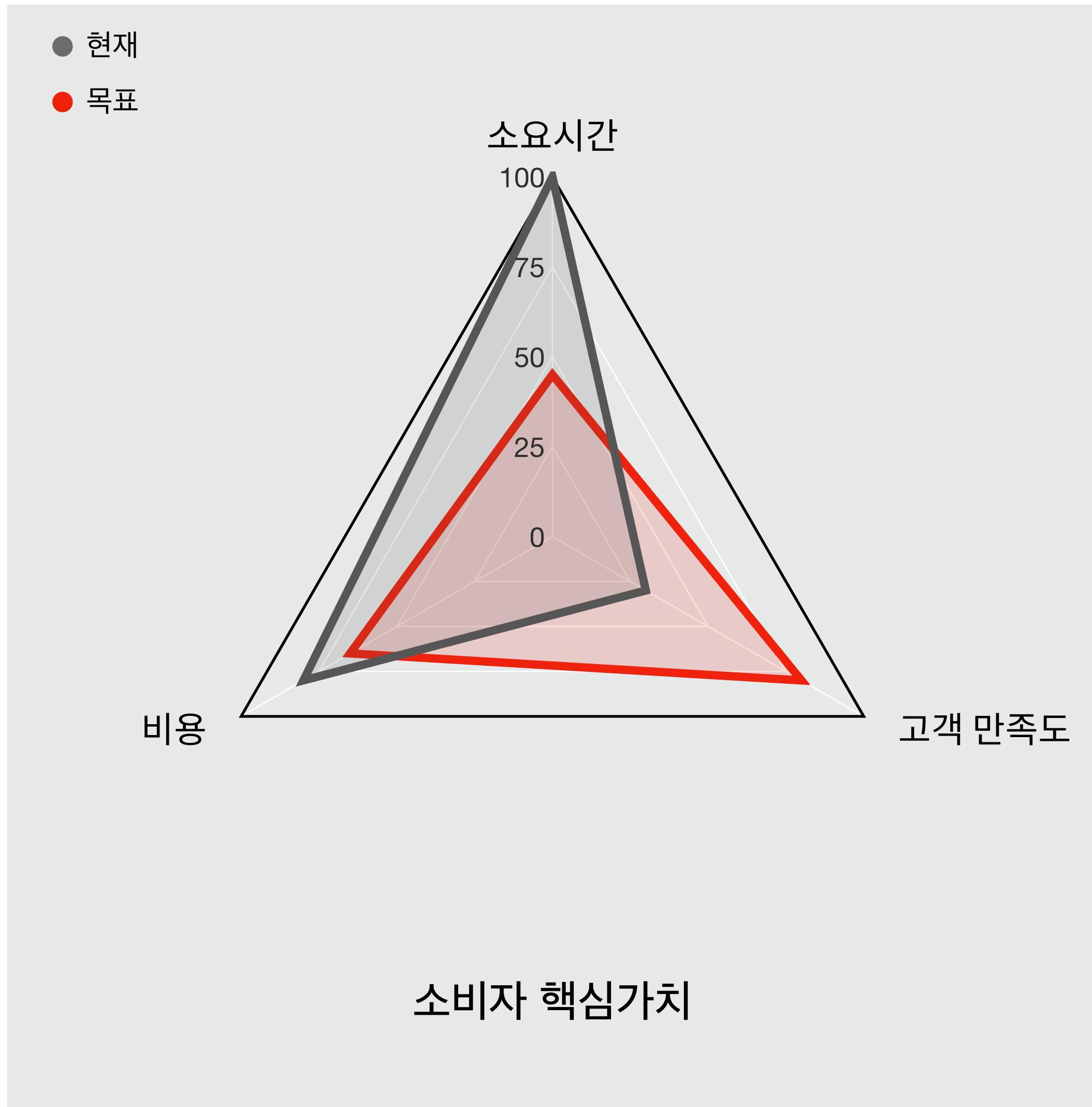
Check In 관리자

핵심가치	실현
단순 업무 자동화로 인한 반복되는 업무시간 단축	업무시간
업무효율 증가 및 생산성 향상	만족도
자동 관리 시스템으로 인한 인건비 감소	운영비용
고용인원 감소	직원고용
실시간 시스템을 통한 매장관리 및 매출증가	매출

→

핵심가치	목표
단순 업무 자동화로 인한 반복되는 업무시간 단축	2 hr
업무효율 증가 및 생산성 향상	100%
자동 관리 시스템으로 인한 인건비 감소	40만원
고용인원 감소	4명
실시간 시스템을 통한 매장관리 및 매출증가	500만원

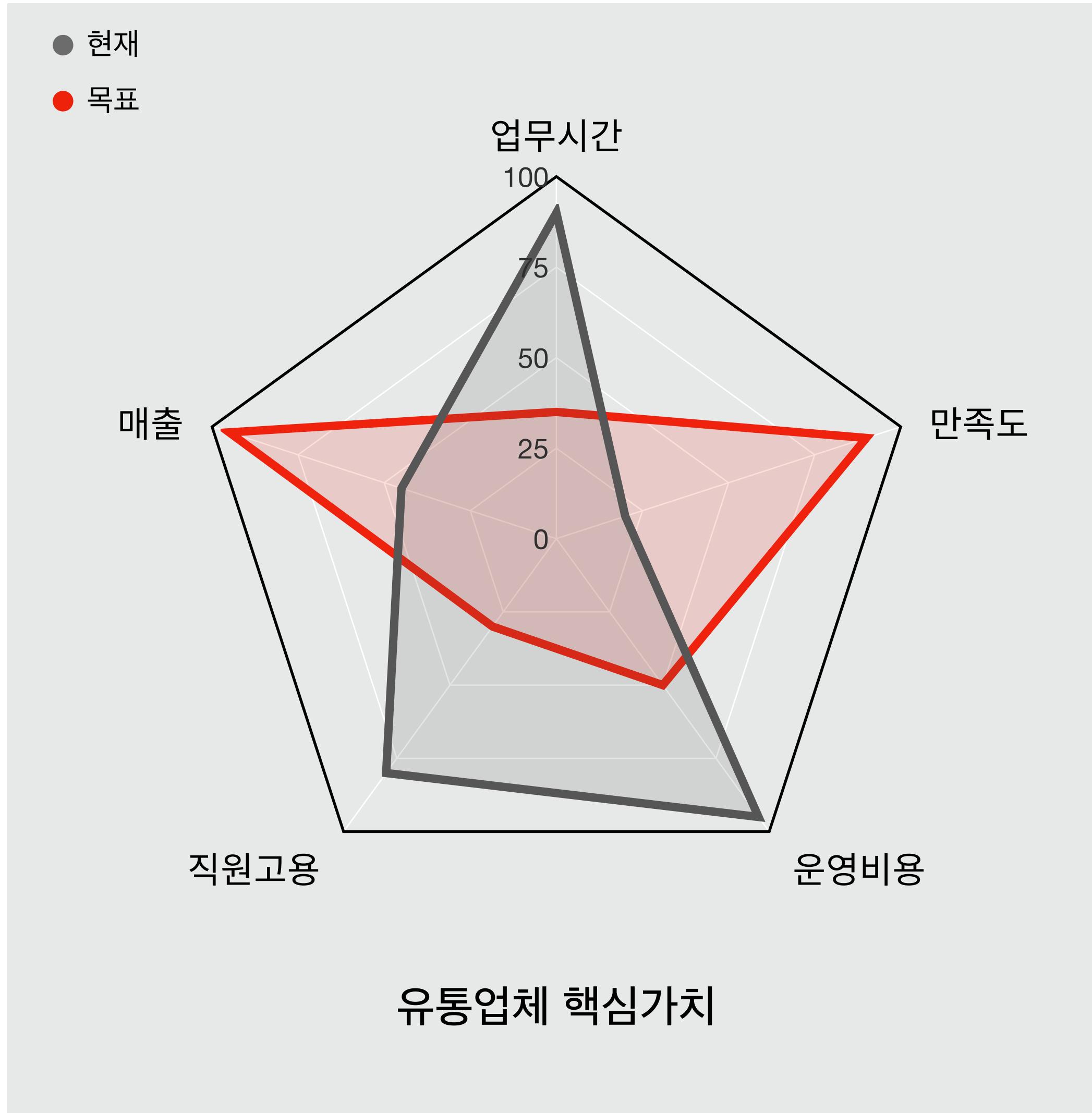
16 정량적 목표



Check In 소비자

핵심가치	현재	목표	핵심가치 실현
소요시간	1 hr	0.5 hr	실시간 예약 및 비대면 결제로 인한 소요시간 단축
고객 만족도	30%	80%	앱 내 데이터를 통한 서비스 기대
비용	10만원	8만원	다양한 적립과 마케팅을 통한 할인 결제 및 분할 결제

16 정량적 목표



핵심가치	현재
업무시간	10 hr
만족도	20%
운영비용	100만원
직원고용	10명
매출	200만원

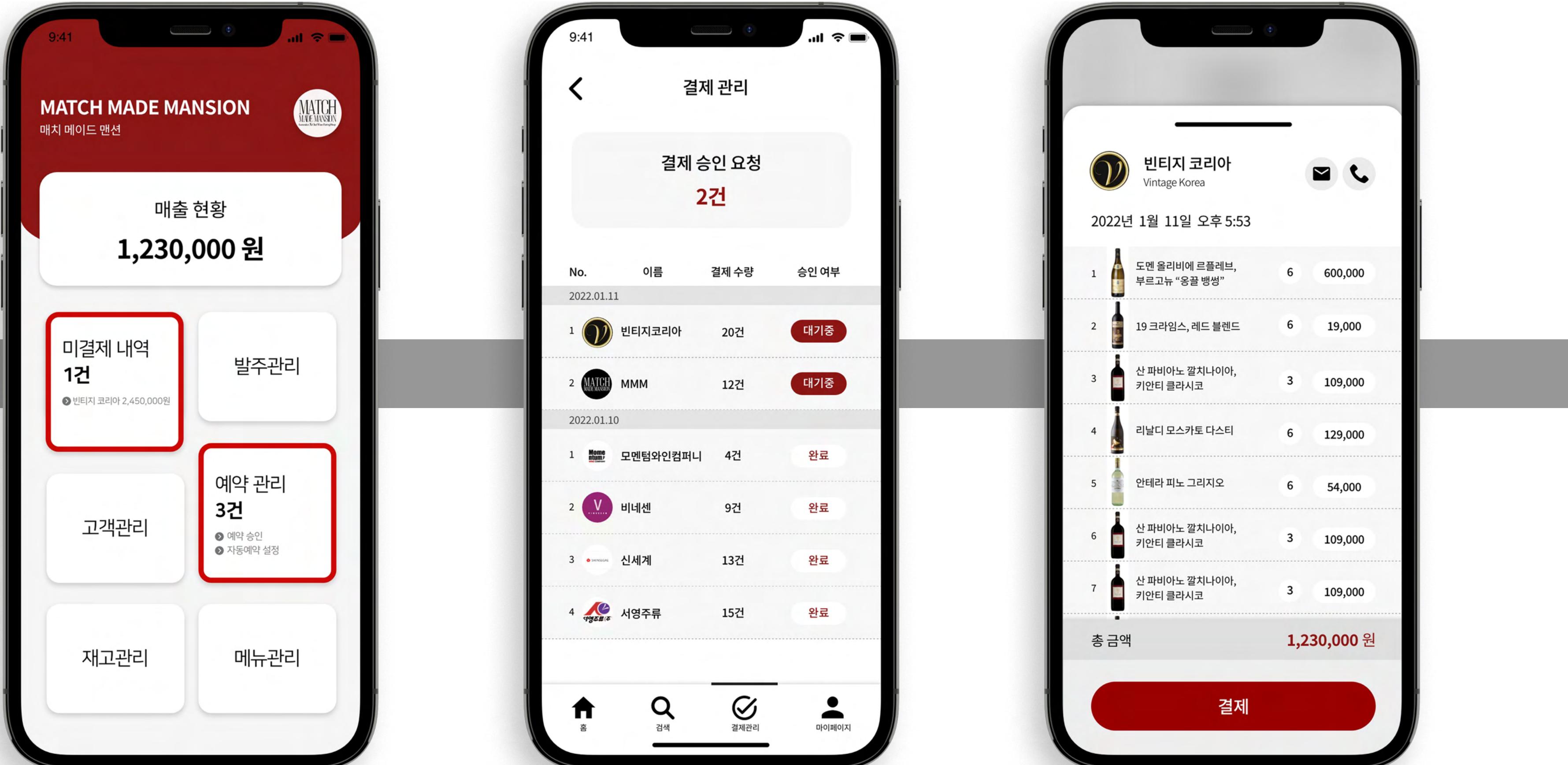
Check In 유통업체

핵심가치	실현
대면 영업 방식의 디지털화와 재고 관리	목표
효율적인 자동화 시스템	90%
영업 비용 감소	50만원
고용인원 감소	4명
업무시간 단축으로 인한 매출 확장성 기대	500만원

“기존의 Pain Point들을 간편하게 디지털화한 사용자 경험에
가치를 두고 고객경험에 의한 확장성을 기대합니다.”

17 어플리케이션 핵심 기능

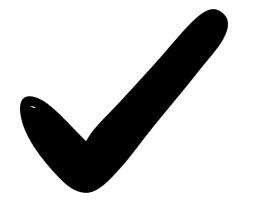
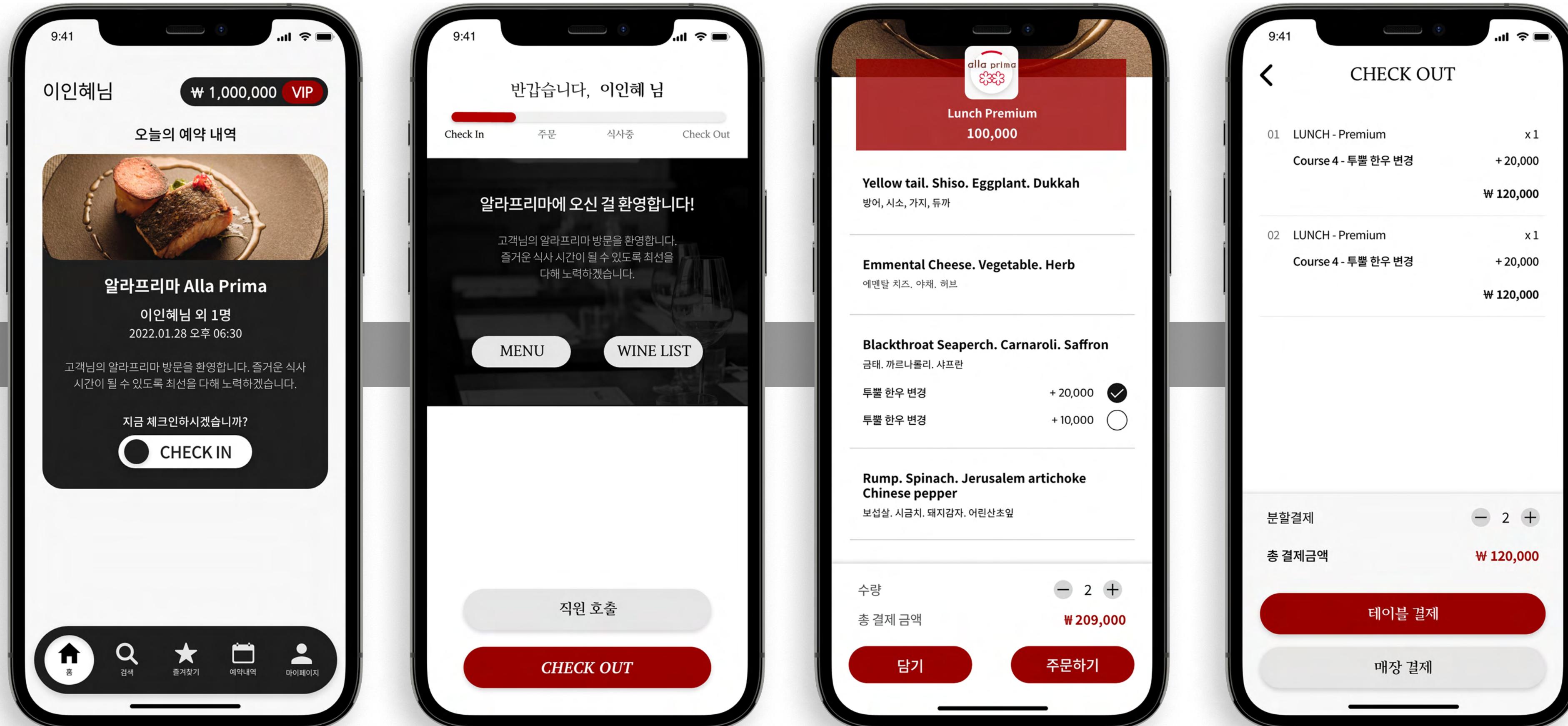
Check In 관리자



실시간 결제 완료

17 어플리케이션 핵심 기능

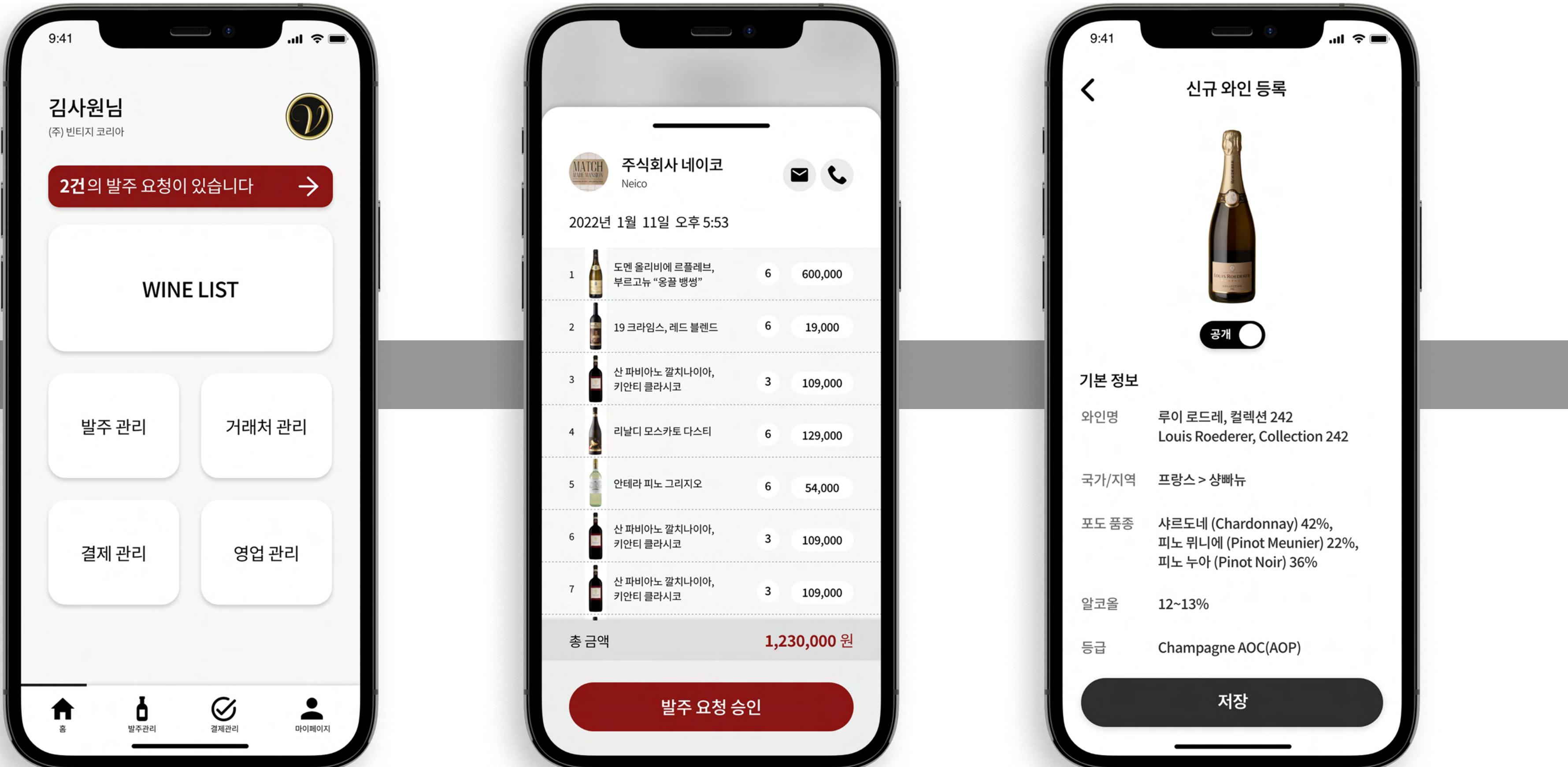
Check In/Out 소비자



체크아웃 완료

17 어플리케이션 핵심 기능

Check In 유통업체



발주승인 및 와인등록 완료

NEICO 팀원 소개

Neico Team



이인혜 CEO/WINE MASTER

- 15년 간의 해외 미슐랭 레스토랑 근무 경력
- CHECK IN 시스템 개발 플로우 기획



안병환 COO

- 일반 유통회사 JAVA언어 기반 전산 재고관리 ERP 개발 참여 및 웹 운영 관리자
- 자바, 파이썬 중급 개발자
- Neico 플로우 계획, 실행
- NFT 코드 및 코인 오픈 소스 적용 개발 진행



전은표 CHEF

- 미슐랭 레스토랑 총괄 출신 셰프
- 다년간의 해외 경험 및 다수 레스토랑 컨설팅 경력 보유
- 소비자 데이터 수집 및 주방(관리자) 시스템 개발/보완



박세인 DESIGNER

- 디자인 전공자, 젊은 감각의 UX/UI 디자이너
- 데이터 시각화 및 체크인 시스템 디자인

+

공통의 이해관계로 함께 성장하는 협력 업체



클로이 앤 폴 CHLOE AND PAUL

- 브랜딩 아키텍처
- 클로이앤폴의 전문적 브랜딩 기획을 활용하여 CHECK IN의 룩앤파일, 톤앤퍼너 및 브랜딩 개발
- SNS 및 다양한 매체를 통한 마케팅



CTD Studio

- UI/UX 디자인 스튜디오
- 스타일 가이드, 컴포넌트 디자인
- 브랜드 컨셉을 기반으로 소비자 대표 MOB 디자인 진행



바우어버드 BOWERBIRD

- Android/ios 기획 및 개발
- 기획 및 디자인을 바탕으로 CTO와 전문 Front/Back 개발자들이 상품 구현
- 네이티브 기반으로 리액트 개발

감사합니다.

NEICO

주식회사 네이코

서울시 송파구 법원로 4길 5 206,207호
(문정동, 송파법조타운푸르지오)

02.1566.7529