

2024년 한이음 ICT멘토링 프로젝트 수행계획서

## I. 프로젝트 개요

기대효과 및 활용 분야	<p><b>1. 사용자 경험 개선:</b> 싸이월드와 유사한 서비스를 통해 사용자들은 다양한 콘텐츠를 공유하고 소통할 수 있습니다. 이를 통해 사용자들의 온라인 상호작용이 증가하고 보다 풍부한 사용자 경험을 제공할 수 있습니다.</p> <p><b>2. 소셜 네트워킹 기능 강화:</b> 유저들이 다양한 커뮤니티에 참여하고 친구들과 소통할 수 있는 기능을 강화함으로써, 사용자들 간의 관계 형성과 유대감을 증진시킬 수 있습니다.</p> <p><b>3. 개인화된 콘텐츠 제공:</b> 사용자들의 관심사와 취향에 맞게 개인화된 콘텐츠를 제공하여 사용자들이 더욱 만족할 수 있는 서비스를 구축할 수 있습니다.</p> <p><b>4. 광고 및 마케팅 효과:</b> 싸이월드와 같은 서비스를 통해 사용자들의 관심사와 행동 패턴을 파악하여 타겟팅된 광고 및 마케팅을 효과적으로 전달할 수 있습니다.</p> <p><b>5. 비즈니스 및 마케팅 활용:</b> 기업들은 이러한 플랫폼을 활용하여 제품 또는 서비스를 홍보하고 고객들과 소통할 수 있는 새로운 채널로 활용할 수 있습니다.</p> <p><b>6. 문화·예술 활동 및 정보 공유:</b> 문화 예술 관련 정보나 지식을 공유하고, 관련 활동을 소개하여 다양한 사용자들이 문화 예술 활동에 대한 관심을 공유하고 확대할 수 있습니다.</p> <p><b>7. 교육적인 측면 강화:</b> 서비스를 활용하여 학습자들이 학습 과정을 보조하고 지식을 공유하는 플랫폼으로 활용할 수 있습니다. 예를 들어, 전문가나 사용자들이 공유하는 정보를 통해 학습 및 지식 습득이 가능합니다.</p> <p><b>8. 다양한 분야와의 융합:</b> 다른 분야와의 협업을 통해 싸이월드와 유사한 서비스를 더욱 다양하고 유용하게 발전시킬 수 있습니다. 예를 들어, 인공지능 기술을 활용하여 사용자들의 관심사를 파악하고 맞춤형 서비스를 제공할 수 있습니다.</p>
--------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 예상 결과물

The image displays three distinct parts of the project's outcome:

- Top Right (Database Diagram):** A complex Entity-Relationship (ER) diagram titled "완두콩". It shows various entities such as User, Board, Post, Comment, Like, and AttachedImage, along with their relationships and attributes. The diagram is heavily interconnected, indicating a rich data model.
- Middle Left (Mobile App Screenshot):** A screenshot of a mobile application for managing a house. It features a cartoon character of a boy in a yellow hat. The screen includes a profile section with a photo, a progress bar for chores, a calendar for March 2024, and sections for chores and photos.
- Bottom Right (Web Dashboard Screenshot):** A screenshot of a web-based dashboard for a music player. It features a large image of PSY, a play button, and a "PlayList" section listing songs by TWS, IU, Park Jae Jung, aespa, and Nerd Connection. The dashboard also includes a QR code and social media sharing options.

## II. 프로젝트 수행계획

### 1. 프로젝트 수행방법

#### 가. 프로젝트 추진일정

구분	추진내용	추진일정									
		2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	
계획	<p><b>1. 프로젝트 마일스톤 설정</b></p> <p>1) 목표 설정 -웹 프로젝트 역량 향상 -웹 서비스 -수익 창출</p> <p>2) 기획 및 디자인 -최종 목표와 주제에 따른 기획 -erd작성 -기획 의도에 따른 디자인</p> <p>3) 주간 목표 설정(각 파트별) -주차 별 목표 설정 -주차 별 진행 확인 -주차 별 피드백 -주차 별 목표 재설정</p> <p><b>2. 웹 서비스</b></p> <p>1) 클라우드 서비스를 사용하여 완성된 웹 서비스를 배포하고, 사용자들이 쉽게 접속할 수 있도록 설정</p> <p>2) 사용자들의 피드백을 수집하고, 필요한 경우 기능을 업데이트하거나 버그를 수정하여 지속적인 개선을 진행</p> <p>3) 웹 서비스를 개발하여 사용자들에게 유용하고 편리한 소셜 네트워킹 환경을 제공</p>										

#### 가-1. 1차 메뉴 및 주요기능 설명

##### 1. 1차 메뉴 예정

###### 1) 메인화면

- 로그인/회원가입  
(소셜로그인)
- 홈페이지 bgm자동재생  
(관리자만 등록가능함)
- 미니홈피  
(내 미니홈피, 미니홈피 검색)

- 랭킹  
(미니홈피 랭킹, bgm랭킹)
- 아이템 상점  
(ex-아바타, bgm)
- 구매내역  
(아이템 주문내역)
- 커뮤니티  
(문의사항, 공지사항, 자유게시판)

## 2) 기능 설명

기능: 소셜 로그인

내용: 로그인창 구현

기능: 포인트(콩)

내용: 그 시절 도토리 같은 그런 포인트

목적: 아바타를 꾸밀 수 있는 리소스나, bgm 구매

기능: 랭킹

내용: 꾸며진 미니홈피를 사용자들이 보고 추천, 방문 횟수 등의 합산을 통해 합산된 수가 높을수록 높은 랭크 부여

기능: 아바타생성★

내용: 초기 아바타를 지금, 다양한 아바타 꾸미기 가능

(여러가지의 이미지가 앞과 뒤로 나눠 레이어로 한 영역 안에서 보이게 설정)

기능: 아이템상점

내용: 아바타를 꾸밀 수 있는 아이템 구매, bgm 구매(판매자: 관리자, 사용자 구매자: 사용자)

기능: BGM

내용: 구매한 BGM 확인 및 목록 설정, 재생 기능

기능: 결제시스템

내용: api 사용 포인트 결제

기능: 미니홈피

내용: 사용자 개개인의 홈페이지를 가질 수 있게 해줌

기능: 미니 홈피 검색

내용: 유저 이름으로 검색 할 수 있도록 설정

기능: 사진첩

내용: 사진 및 동영상 업로드

기능: 다이어리

내용: 다이어리 클릭 시 목록 노출, 다이어리 페이지에서 글쓰기 버튼 클릭 시  
글쓰기 페이지로 이동  
(미니 홈피 주인만 글쓰기 버튼 보이게 노출)

기능: 자유게시판

내용: 누구나 자유롭게 이용가능한 게시판

기능: 공지사항

내용: 보는건 누구나 볼 수 있으나 글을 쓰는건 관리자만 가능하게 설정

기능: 친구

내용: 친구 목록, 친구 신청, 메신저 등의 기능 구현

기능: 상점

내용: BGM, 아바타, 아이템 등 구매 가능

기능: 방문자 수

내용: 데일리 방문자와 누적 방문자를 기록해 보여주어 경쟁 심리 이용

기능: 레벨

내용: 방문자 수, 구매금액 등을 통해 레벨을 설정해서 재미 요소를 추가

기능: 미니룸

내용: 아바타가 위치할 공간, 사용자가 원하는 대로 꾸밀 수 있게 해서  
사용자의 개성을 나타낼 수 있음

구분	추진내용	추진일정									
		2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	
분석	<p><b>1. 사용자 요구사항 조사 및 정의</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 소셜 연결과 소통</li> <li>2) 커뮤니티 참여</li> <li>3) 자아 표현 및 자기 발전</li> <li>4) 시각 정보</li> <li>5) 상품 및 이벤트 정보</li> <li>6) 마케팅 전략</li> </ul> <p><b>2. 기존 SNS 플랫폼 분석 및 비교</b></p> <p>1) <b>싸이월드 분석</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) <b>싸이월드가 흥했던 이유</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-당시 프리챌의 커뮤니티 유료화를 저격</li> <li>-아기자기한 디자인으로 10대 타겟 및 여성</li> <li>타겟 저격(브랜드 이미지 확보)</li> <li>-사용자의 편의성을 신경 쓴</li> </ul> </li> <li>(2) <b>싸이월드가 망한 이유</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-모바일 시장 간과(시대 착오)</li> <li>-싸이월드 고유의 존재 이유 상실</li> </ul> </li> </ul> <p>2) <b>완두콩 프로젝트 분석</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 추억을 심다라는 슬로건</li> <li>(2) 자아 실현</li> <li>(3) 자신의 개성 표출</li> <li>(4) 사용자 간의 소통</li> <li>(5) 개개인의 홈페이지를 가질 수 있음</li> <li>(6) 레벨에 따른 게임적 요소를 통해 재미선사</li> </ul> <p>3) <b>개발 프로젝트와 싸이월드의 차이점</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 모바일 시장 겨냥</li> <li>(2) 지속적인 피드백을 통한 개선</li> <li>(3) 사용자의 욕구 파악 및 적용</li> <li>ex) 과시욕, 인정욕 등등</li> </ul>										
설계	1) <b>소프트웨어 아키텍처 설계</b>										
	2) <b>인터페이스 설계</b>										
	3) <b>데이터베이스 설계</b>										
	4) <b>모듈 설계</b>										
	5) <b>사용자 인터페이스 설계</b>										
	6) <b>보안 및 개인정보 보호 설계</b>										
	7) <b>저작권 보호 설계</b>										

구분	추진내용	추진일정									
		2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	
개발	<b>1) 요구사항 분석 및 기획:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 사용자가 새로운 SNS 플랫폼을 통해 어떤 기능을 원하는지에 대한 조사를 수행</li> <li>(2) 각 기능의 우선순위를 결정하고 프로젝트의 범위를 설정하였습니다. 사용자가 주로 사용할 기능들을 중심으로 플랫폼의 핵심 기능을 선정</li> </ul>	■									
	<b>2) 디자인 및 UI/UX 설계:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 사용자가 직관적으로 이용할 수 있는 UI/UX를 위해 프로토타입을 작성, 사용자 피드백을 수집하여 개선 예정</li> <li>(2) 각 페이지의 레이아웃과 디자인을 구성하고, 사용자 경험을 개선하기 위한 UI 요소를 추가</li> </ul>	■	■								
	<b>3) 데이터베이스 설계:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) MariaDB를 사용하여 사용자 정보, 아이템 정보, 결제 내역, 음악 정보 등을 저장할 스키마를 정의</li> <li>(2) 각 데이터 간의 관계를 고려하여 데이터베이스를 설계</li> </ul>		■								
	<b>4) 프론트엔드 및 백엔드 개발:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 프론트엔드에서는 React를 사용하여 각 페이지의 레이아웃을 구성</li> <li>(2) 백엔드에서는 spring boot를 사용, java 언어 사용하여 API 엔드포인트를 구현 예정</li> <li>(3) 사용자 인증, 포인트 시스템, 아이템 상점 및 커뮤니티 기능과 같은 서비스의 핵심 로직을 개발 예정</li> </ul>			■	■	■	■	■	■		
테스트	<b>1) 단위 테스트 및 통합 테스트 진행</b> <b>2) 기능 및 성능 테스트 수행</b> <b>3) 버그 및 이슈 추적 및 수정</b> <b>4) 베타 테스트</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 버그 수정</li> <li>(2) 편의성 수정</li> </ul>									■	■
종료	<b>1) 최종 사용자 테스트 및 피드백 수렴</b> <b>2) 최종 산출물 및 문서 정리</b> <b>3) 프로젝트 완료 및 소스 코드 관리</b> <b>4) 프로젝트 평가 및 결과 보고서 작성</b>										
오프라인 미팅계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) 팀원 간의 정기적인 회의를 통해 프로젝트 진행 상황을 점검하고, 문제점을 해결하기 위한 논의를 진행 예정</li> <li>2) 프로젝트의 일정 및 마일스톤을 공유하고, 각자의 역할을 분담하여 효율적인 협업 예정</li> </ul>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

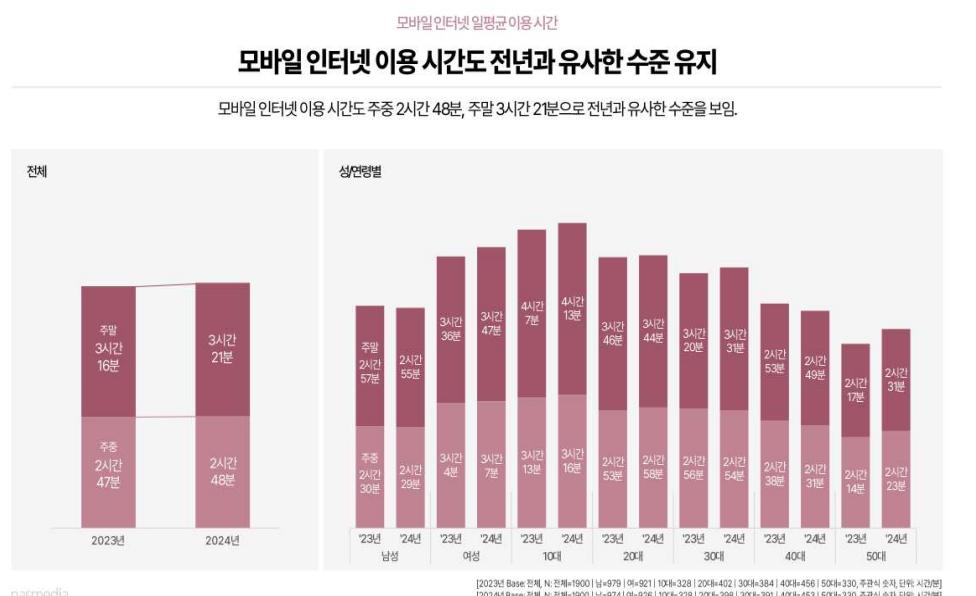
## 가-2. 분석 자료

### 1. 2023~2024년도 일일 모바일 이용 시간 통계

○모바일 환경에서의 접근성이 웹에서의 접근성보다 더 높고,  
남성 사용자보다는 여성 사용자의 모바일 사용시간이 더 높다는 것을 알 수 있습니다.  
이를 통해 우리의 프로젝트는 웹과 어플리케이션 두 개의 시장을 모두 잡을려하고,  
20-30대의 여성 사용자들을 우선 타겟으로 설정하려 합니다.

02. 인터넷 이용 행태

2024 NPR



### 2. 어플 이용 통계

○이와 같은 통계를 통해 우리의 프로젝트의 특성상 sns와 메신저의 경쟁 플랫폼의 상황을 확인했고 상위권의 플랫폼들이 어떤 UX를 구상해야 할지 틀을 마련 할 수 있었습니다.  
앞으로 프로젝트를 진행하면서 이와 같은 정보들을 추가적으로 확인해서 지금까지의 sns와 메신저를 뛰어넘을 차세대 매체로써 활약할 생각입니다.



## 매일 이용하는 메신저 서비스 TOP5

## 매일 가장 많이 이용하는 카카오톡

매일 이용하는 메신저로 94.8%가 카카오톡을 끔음. 10~50대까지 연령에 관계 없이 매일 카카오톡을 이용하는 비율은 85% 이상임.

서비스	전체	남	여	연령별				
				10대	20대	30대	40대	50대
 (카카오톡)	94.8	94.3	95.4	85.0	97.5	97.2	96.4	96.6
 (인스타그램)	24.9	23.6	26.3	62.0	32.2	17.0	11.0	7.6
 (텔레그램)	4.8	6.9	2.7	2.1	3.8	6.4	5.8	5.5
 (디스코드)	4.7	8.0	1.3	11.7	8.4	2.6	1.6	0.3
 (메시스토리 메신저)	3.5	4.9	2.1	4.9	2.8	1.3	4.3	4.6

[Base: 한국 메신저 이용자, N 전체=18801 | 남=952 | 女=919 | 10대=326 | 20대=394 | 30대=388 | 40대=446 | 50대=327, 즉각시 증복, 단위%)

nasmidea

## 3. 싸이월드 분석

## 3-1. 싸이월드 재출시

- 싸이월드가 한번 망했음에도 재출시 했을 때 해당 플랫폼에 대한 사용자의 애정을 확인 할 수 있었습니다. 저 또한, 싸이월드가 재출시 된다는 소식을 접했을 때에 다시 추억을 회상 할 수 있다는 사실에 들떴었기에 싸이월드를 모티브로 단점을 보완하고 장점을 부각시킬 생각을 했습니다.



## 전체 SNS 앱 가운데 신규 설치 건 수는 1위, 출시 후 일주일간 가장 많이 몰려

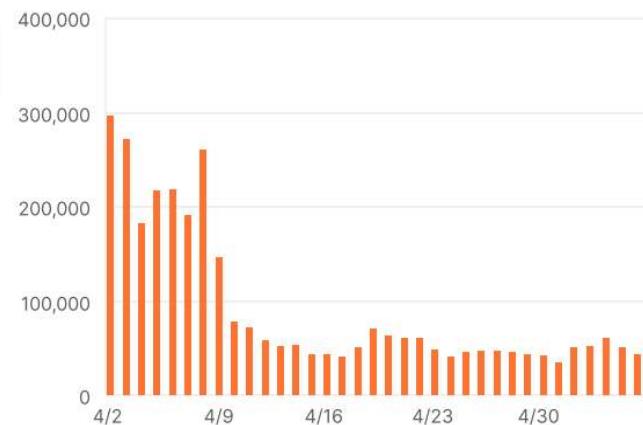


안드로이드OS + iOS 사용자 기준

신규 설치 건 순위 (4월 기준)

1위		싸이월드	287만 건
2위		인스타그램	80만 건
3위		틱톡	44만 건
4위		트위터	39만 건

일간 앱 설치 건 수



### 3-2. 싸이월드 이용 타겟

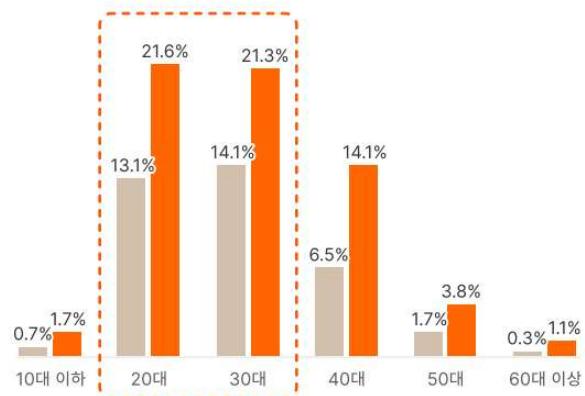
- 20~30대의 여성들이 많이 이용한다는 점을 알 수 있었고 이들의 타겟에 따른 트랜드, 소비심리 및 소비 패턴을 파악해서 지친 현대인들의 가상 쉼터를 제공하고, 사용자들의 프로필 정보, 관심사, 친구 목록 등을 기반으로 개인화된 피드를 제공하여 사용자들의 참여의 최대화와 이탈을 최소화하며, 사용 패턴에 맞게 서비스를 최적화합니다.

## 주로 여성 사용자, 2030세대에서 인기가 높은 것으로 확인



안드로이드OS + iOS 사용자 기준

앱 사용자 구성 (4월 MAU)



### 3-3. 싸이월드의 정체성

○싸이월드가 망했음에도 재기 할 수 있었던 이유가 추억으로 인한 점 이라는 것을 확인 할 수 있었고 싸이월드의 흥망성쇠의 분석을 통해 우리가 만드는 웹/앱이 사용자들에게 추억의 보존과 함께 더 다양한 콘텐츠 이용, 트랜드 저격을 한다면 기존의 다른 sns를 넘을 경쟁력이 충분하다고 생각합니다.



### 나. 의사소통 방법

1. 디스코드(음성채팅, 공지사항, 진행 보고, 수정사항 전달)
2. 단체 카톡(기본적인 의견 나누기)
3. 오프라인 회의
4. erdcloud(실시간 데이터관계도 수정)
5. github(원격 저장소-코드 수정)

### 다. 프로젝트 Ground Role

1. 각자 아이디어 및 의견 소신 발언
2. 수정사항 있을 시 즉각 보고
3. 주1-2회 팀 회의

### **III. 기대효과 및 활용분야**

#### **1. 기대효과**

##### **가. 작품의 기대효과**

1. 모바일 시장과 웹 시장 모두 겨냥함으로 도태 방지
  - 모바일 앱은 기기의 센서나 터치 제스처 등을 이용해 다양한 사용자 경험 제공 가능
  - 웹 사이트는 모바일 앱보다 다양한 기기에서 접근이 가능
2. ux의 사용자 편의성 확보
3. 지속적인 피드백 확인을 통해 사용자의 요구 확인
4. 정체성 확립으로 차세대 sns로 자리 잡기

##### **나. 참여 멘티의 교육적 기대효과**

1. 협업에 대한 기본 이해와 팀워크 효과 증대
2. 개인의 개발 실력 향상
3. 문제 발생 시 대처 능력과 해결 능력 향상
4. 업무적 의사소통 능력 향상
5. 팀으로서의 책임감 향상

#### **2. 활용분야**

1. 사용자 데이터 통계 집결(연령별, 성별)
2. 차세대 트랜드 생성
3. 새로운 광고 전략으로 자리매김

##### **3-1. 광고 전략으로 쓰기 좋은 이유**

###### **- 대상 고객층의 집중:**

SNS는 사용자들의 개인 정보를 기반으로 대상 고객층을 정확하게 파악할 수 있습니다. 이를 통해 광고가 특정 관심사, 연령, 지리적 위치 등과 관련된 사용자들에게 집중되어 더 높은 타겟팅 효과를 얻을 수 있습니다.

###### **- 상호 작용 및 참여율:**

SNS는 사용자들 간의 상호 작용과 참여를 촉진하는 플랫폼입니다. 광고 콘텐츠가 공유되고 댓글이 작성되며, 사용자들은 피드백을 제공하고 자신의 의견을 나눌 수 있습니다. 이는 브랜드와 사용자 간의 상호 작용을 증진 시켜 브랜드 인지도와 참여도를 향상시키는데 도움이 됩니다.

###### **- 콘텐츠 다양성:**

SNS는 다양한 형식의 콘텐츠를 제공할 수 있습니다. 텍스트, 이미지, 동영상, 그래픽 등 다양한 형식의 콘텐츠를 활용하여 브랜드 이야기를 전달할 수 있습니다. 또한 SNS는 실시간 콘텐츠 공유를 통해 브랜드의 새로운 소식이나 이벤트를 신속하게 전달할 수 있는

장점이 있습니다.

- 측정 가능성:

SNS 광고는 다양한 측정 도구를 통해 성과를 실시간으로 추적할 수 있습니다.

광고 노출 수, 클릭 수, 참여율, 전환율 등을 측정하여 광고 성과를 정량화할 수 있습니다.

이를 통해 마케팅 전략을 실시간으로 최적화하고 ROI를 극대화할 수 있습니다.

- 비용 효율성:

전통적인 광고 채널에 비해 SNS 광고는 비교적 저렴합니다. 특히, 페이스북, 인스타그램, 트위터 등의 플랫폼은 다양한 예산 범위에 맞춰 광고를 설정할 수 있는 옵션을 제공합니다. 또한, 타겟팅 기능을 활용하여 광고 예산을 효율적으로 사용할 수 있습니다.

### 3-2. 광고 구매 통계

○통계와 같이 SNS를 통한 광고가 효과적이고 효율성이 높기 때문에 SNS 광고의 상업적 가치도 충분히 뛰어나며 우리가 진행하는 프로젝트 또한, 접근성이 높을 것으로 예상하기에 광고 매체로 활용 가능성을 생각해 보았습니다.

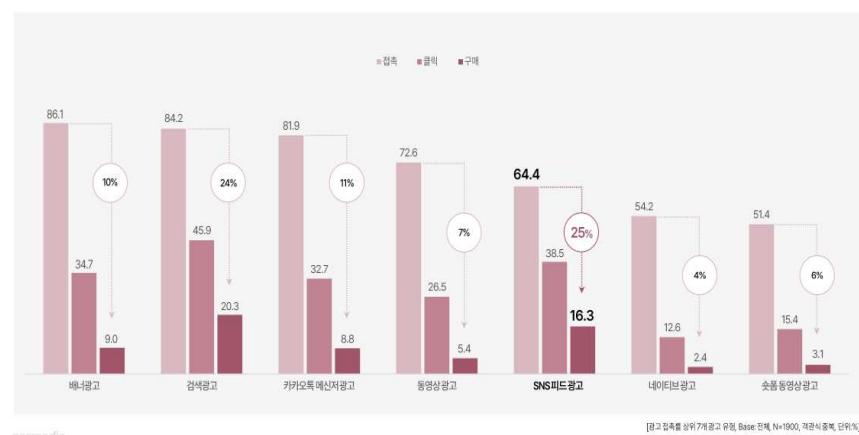
07. 광고 이용 형태

2024 NPR

광고유형별 광고접촉 후 클릭 및 구매전환

#### 접촉률 대비 구매까지 전환율이 높은 SNS 피드 광고

접촉률이 높은 광고 유형 상위 7개의 광고 접촉클릭구매율을 살펴보면 배너, 검색, 카카오톡 광고가 접촉률은 가장 높으나 구매로의 전환은 SNS피드가 가장 높음.



자료 출처:

※싸이월드 분석: <http://www.i-boss.co.kr/ab-3208-820>

※메신저 이용 통계: <https://www.i-boss.co.kr/ab-3208-1176>

※매체력 평가 리포트: <https://www.i-boss.co.kr/ab-3208-1150>