EH교과 TO-WORLD 3차 발표

조원: 임지섭, 박재희, 최상호

주제1: 배달 드라이버 위치 알림

* 개요

코로나 이후 배달매출이 44% 증가했다는 결과가 있다. 이는 소비자들이 배달을 많이 이용한다는 증거이며 우리는 이에 불편한 점이 없는지 생각해보았다.

우편, 인터넷 쇼핑 등의 택배의 경우 배송정보조회를 통해 현재 나의 택배가 어디에 위치하는지 조회할 수 있고 어떠한 상태인지 알 수 있다. 그에 반면 배달의 경우 위치도 모르고 하염없이 기다려야하는 경우가 태반이다. 따라서 배달 드라이버의 위치를 알려주는 앱을 생각해보았다.

* 상세

배달의 민족 혹은 요기요 등의 현재 있는 배달 앱과 연동하여 음식이 배달이 시작되면 (음식 조리시간 제외) 라이더의 앱에서 배달 시작을 알려주고 주문자에게 알림을 보내주고 위치를 GPS로 알려준다.

현재는 스마트폰 앱으로 생각하고 있지만 이는 라이더의 스마트폰이 항상 GPS를 켜고 있어야 한다는 불편함이 발생할 수 있기 때문에 가능하다면 라이더가 결제용으로 휴대하는 무선단말기와 연동도 생각해본다.

알림은 스마트폰으로 1회 전송, GPS는 무선단말기와 연동, 라이더에게 사고발생시 가게/소비자에게 알림 (수평감지센서) or (타이머=너무 오래)

* 기대효과

소비자들의 불만감소와 배달의 신뢰성 향상을 기대해본다.

주제2: 대형마트 제품 탐색 및 추천 앱

* 개요

요즘은 온라인 쇼핑몰이 많이 생김에 따라 온라인으로 쇼핑을 하는 사람도 많이 늘었지만 오프라인 쇼핑도 아직까지는 무시할 수 없는 추세이다. 따라서 우리는 대형마트에서 소비자들이 좀 더 효율적으로 소비를 하고, 소비자 개인들의 소비 패턴을 분석해서 제품을 추천해주는 앱을 생각해보았다.

* 상세

대형마트(이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)들은 각 지점내 재고관리를 위해 자신들의 상품 데이터를 가지고 있을 것이다. 이를 이용해 소비자들은 자신이 가는 마트의 지점을 검색하고 자신이 원하는 제품의 유무를 알 수 있다.

또한 이러한 검색기록 혹은 구매기록을 분석하여 소비자에게 마트에 있는 제품 중 소비자가 선호할 만한 제품을 추천해준다. 마트와 연계해 마트의 이벤트를 소비자에게 전달해주는 역할도 할 수 있다.

* 기대효과

소비자의 효율적인 소비와 마트는 마케팅 효과를 이용한 매출 상승

주제3: 잊지 않고 꾸준히 기입할 수 있는 다이어리

* 개요

다이어리는 사용자의 하루를 알 수 있는 사용자만의 여행일지라 할 수 있다. 하지만 보통 다이어리를 우리는 하루를 마치는 시간에 쓰거나 하기에 오늘 내가 무엇을 했는지 제대로 기억을 하지 못한다. 이에 고안한 아이디어이다.

* 상세

앱을 실행하면 자동으로 GPS기능이 켜지고 현재 위치와 시간을 기록한다. 이 때 앱은 여러가지 이미지 혹은 버튼클릭으로 사용자가 자신이 지금 무엇을 했는지 기록할 수 있게 하고 만약 상세정보를 넣고 싶으면 기입할 수 있게 한다.

육하원칙에 따라서 누구, 무엇, 어떻게 등을 기록한다. 언제, 어디는 이미 GPS를 이용한 위치, 시간 탐색으로 기록이 되어있다. GPS 기능 때문에 위치도 원하면 상세정보로 기록할 수 있다.

또한 다이어리가 유지되지 않는 이유는 사용자 자체의 귀찮음 혹은 잊어버림 등의 이유가 대부분이기 때문에 사용자가 지정한 시간에 알림으로 오늘 하루를 정리할 수 있는 시간을 가질 수 있도록 한다.

* 기대효과

사용자가 빼먹지 안고 다이어리를 작성하며 하루를 돌아볼 수 있는 시간을 가질 수 있다.

주제4: 스마트폰에서 눈이 일정시간 이상 떨어지면 홈버튼을 눌러주는 앱

* 개요

자기전에 스마트폰을 보다 잠이 들거나 해서 아침에 배터리가 방전되어 곤란했던 기억은 누구나 한 번씩은 있을 것이다. 이에서 고안한 앱이다.

* 상세

스마트폰 자체에 있는 셀카용 카메라를 활용해 사람의 눈이 스마트폰을 보고 있는지 아니면 다른 작업을 하는 중인지를 체크한다. 이때 보는지 안 보는지는 딥 러닝을 통해 학습한다.

* 기대효과

스마트폰 방전으로 곤란한 사람들이 줄어든다.