

프로젝트 기획서

프로젝트 주제

영화 콘텐츠를 기반으로 검색엔진 서비스 및 리뷰 시스템을 제공하고
각 사용자의 취향별 영화 플레이리스트를 공유하는 플랫폼 구현

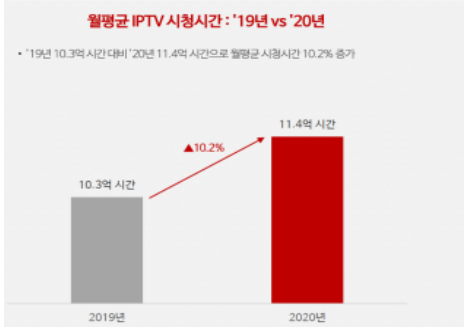
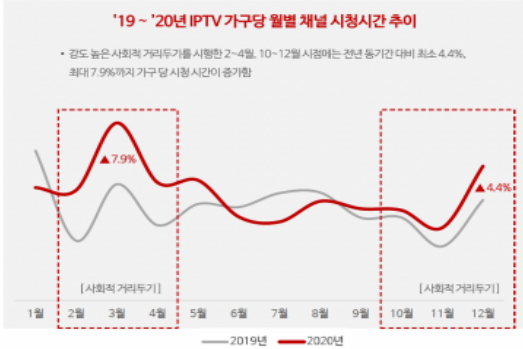
2022. 04. 05.

W.W.W



브레인 스토밍

팀명	W.W.W	
팀원 및 역할	▪팀장 : 구소현(Front-End) ▪팀원 : 권기현(Back-End), 윤정현(Front-End), 조준용(Back-End)	
프로젝트 방향성	▪ 파이썬 웹 크롤링을 통한 데이터 수집 및 HTML/CSS/Servlet/JSP/JavaScript등 다양한 도구를 통한 웹 구현 ▪ OTT플랫폼 서비스와 콘텐츠에 대한 리뷰 시스템을 제공하고 각 사용자만의 취향이 담긴 콘텐츠 공유 환경 제공	
주제	제안자	제안 이유
SNS	권기현	개발자들을 위한 SNS 개설(인스타그램 카피) - 자신이 만든 코드를 공유하여 github repository 로 연결하여 오픈 소스 공유, 서로 상호 작용 할 수 있는 메신저 기능
SNS	구소현	뮤지컬 /콘서트 등 관람 리뷰 및 시야 공유 서비스 - 관람 리뷰 및 평점 작성과 극장별/홀별 뮤지컬 좌석 시야 공유(사진+글) - 뮤지컬이나 콘서트 관람 전 어떤 좌석이 좋은지 찾아보는게 쉽지 않음 - 좌석 시야에 관련한 사진 정보 부족
전자상거래	조준용	당근마켓을 기반으로 한 물물교환 서비스 - 기존 당근마켓 서비스에 물물교환을 추가한다. - 물물교환 게시글, 댓글, 리뷰작성을 통한 기능으로 구현한다. - 물건과 물건을 교환하는 플랫폼은 현재 없는 것으로 알고 있다. - 무료나눔 대신 본인이 필요없는 물건을 교환하는 방식.
전자상거래	조준용	당근마켓을 기반으로 한 사용자 물품 대여서비스 - 자신의 물건을 사용하지 않는 시간에 필요한 상대방에게 대여해주고 이용료를 받는 서비스
OTT 추천 SNS	윤정현	기존 OTT 서비스의 댓글 및 라이브 채팅 제공 서비스 - 리뷰 및 평점 작성 - 콘텐츠별 라이브 채팅 구현(이용자간의 상호작용 기능) - 영화/드라마 추천(알고리즘 이용) - 기존 넷플릭스나 디즈니 같은 OTT 서비스는 리뷰 기능이 없으며, 이용자들간의 소통을 통하여 숨은 명작목록을 공유하려고 한다.
온라인 예약 시스템	윤정현	(영화, 미용실 등) 예약 취소자가 생길 시 알려줄 수 있는 알림 설정 추가

아이디어 기획서

팀명	W.W.W
팀원 및 역할	<ul style="list-style-type: none"> 팀장 : 구소현(Front-End) 팀원 : 권기현(Back-End), 윤정현(Front-End), 조준용(Back-End)
아이디어 주제	<ul style="list-style-type: none"> 파이썬 웹 크롤링을 통한 데이터 수집 및 HTML/CSS/Servlet/JSP/JavaScript 등 다양한 도구를 통한 웹 구현 OTT 플랫폼 서비스와 콘텐츠에 대한 리뷰 시스템을 제공하고 각 사용자만의 취향이 담긴 콘텐츠 공유 환경 제공
챌린지 포인트	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠(공유 콘텐츠 게시글) 등록 리뷰 기능 구현 글 작성, 사진 업로드, 검색 기능 구현 좋아요 기능을 통한 공유 플레이리스트 서비스 실시간 인기글 조회
제안 배경 및 필요성	<p>제안 배경</p> <ul style="list-style-type: none"> 코로나 팬데믹 이후 비대면 시대로 접어들면서 자연스레 IPTV 시청 시간이 증가함. <div>   </div> <ul style="list-style-type: none"> 일명 넷플릭스 병(엄청난 규모의 콘텐츠가 있지만 무엇을 볼지 결정하지 못하는 행위)이 걸린 사용자들 <p>시장현황</p> <ul style="list-style-type: none"> OTT 서비스의 이용률 증가 <ul style="list-style-type: none"> 시간과 장소에 구애받지 않고 다양한 콘텐츠 시청이 가능해짐 기존 OTT 서비스들에 콘텐츠에 대한 리뷰를 작성하고, 자신의 취향을 공유하는 시스템 미비 개인의 취향을 중시하고, 비대면 소통에 능숙한 MZ세대들 <ul style="list-style-type: none"> 재생목록을 만들어 개인의 취향을 공유하며 비대면 소통이 가능해짐 NHN데이터 조사 기반 2022 하반기 가장 많은 다운로드 수를 기록한 '취향 공유 플랫폼'

필요성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 다양한 콘텐츠(영화,TV프로그램)를 하나의 OTT 플랫폼에서 즐길 수 있음 ▪ 각 콘텐츠의 리뷰 및 평점 시스템을 통해 비대면 소통 가능 ▪ 보고싶은 콘텐츠 및 장르를 사용자들끼리의 공유(커뮤니티)를 통해 좀 더 쉽고 빠르게 찾을 수 있음 ▪ 리뷰 및 재생 목록 게시를 통해 영화 해석 등을 공유하여 작품을 좀 더 재미있게 즐길 수 있음
차별성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현재 기존 OTT 서비스 자체 시스템에 없는 플레이리스트 공유 서비스를 구현할 예정 <ul style="list-style-type: none"> - 사용자만의 취향이 담긴 재생목록을 상호 공유할 수 있는 시스템 구현 (ex. 유튜브 재생목록) - OTT 서비스 내에는 상호작용 시스템 미비로 인한 SNS를 통한 추천 OTT 콘텐츠 게시물이 많다 (ex. Instagram, facebook 등) ▪ 현재 기존 OTT 서비스 자체 시스템에는 없는 콘텐츠에 직접적으로 리뷰를 달 수 있도록 구현할 예정

회 사 명	넷플릭스	디즈니+
		
서비스 유형	OTT 플랫폼 서비스	OTT 플랫폼 서비스
서비스 차이	자체제작 및 기타 콘텐츠 binge Watching 스트리밍 서비스 (밤을 새며 한꺼번에 시청할수있는 몰아보기 기능)	모바일 중심 ,Group Watch기능 (최대 7명까지 웹 모바일 TV를 통해 영상콘텐츠 동기화 가능)
특 징	자체 제작을 제외하고, HD나 2ch로만 제공되는 콘텐츠가 많음.	대부분4k이며 iMAX콘텐츠를 제공 , 화질은 디즈니가 더 좋음

- 유사서비스와의 차별점 - 사용자가 직접 게시할 수 있는 플레이리스트 공유 서비스

제안 내용	<div> <div> <div>개발 목표</div> <ul style="list-style-type: none"> OTT 서비스 영상 재생(예고편, 티저 등) 구현 리뷰, 평점, 시놉시스 제공에 추가하여 서비스 이용자 간의 커뮤니티 기능을 웹 서비스 개발 </div> <div> <div>개발 내용</div> <ul style="list-style-type: none"> 현재 OTT서비스의 영화나 TV 프로그램 등 콘텐츠에 대한 정보를 공유하는 시스템을 구현하고자 함. OTT 콘텐츠 리뷰 및 평점 데이터 제공 사용자가 직접 콘텐츠 재생목록을 생성하여 공유할 수 있도록 커뮤니티(SNS) 공간 구현 </div> </div>																																
수행 방법	<div> <div> <div>데이터 확보방안 (3/10 기준으로 데이터 확보)</div> <table> <tr> <th>분류</th><th>데이터명</th><th>데이터 수집 건수</th><th>출처</th></tr> <tr> <td rowspan="4">크롤링</td><td>영화</td><td>영화 100건</td><td rowspan="4">구글</td></tr> <tr> <td>TV프로그램</td><td>TV프로그램 100건</td></tr> <tr> <td>평점, 댓글, 리뷰</td><td>평점,댓글,리뷰(영화) 20건</td></tr> <tr> <td>콘텐츠 이미지</td><td>200건</td></tr> </table> </div> <div> <div>추진 전략(일정, 수행 방법 등)</div> <table> <tr> <th>추진내용</th><th>일정</th><th>수행 및 산출물 관리</th></tr> <tr> <td>계획 수립</td><td>22. 02. 28 ~ 03. 06</td><td>- 프로젝트 계획 수립 - 기획서 및 WBS 작성</td></tr> <tr> <td>요구분석</td><td>22. 03. 06 ~ 03. 14</td><td>- 요구사항 정의서 - 데이터베이스 요구사항 분석서</td></tr> <tr> <td>설계</td><td>22. 02. 28 ~ 03. 14</td><td>- 화면 설계서 - 테이블 설계서</td></tr> <tr> <td>구현</td><td>22. 03. 15 ~ 03. 31</td><td>- 역할 별 기능 구현</td></tr> <tr> <td>테스트</td><td>22. 03. 24 ~ 04. 03</td><td>- 기능별 통합으로 기능 단위로 테스트</td></tr> </table> </div> </div>	분류	데이터명	데이터 수집 건수	출처	크롤링	영화	영화 100건	구글	TV프로그램	TV프로그램 100건	평점, 댓글, 리뷰	평점,댓글,리뷰(영화) 20건	콘텐츠 이미지	200건	추진내용	일정	수행 및 산출물 관리	계획 수립	22. 02. 28 ~ 03. 06	- 프로젝트 계획 수립 - 기획서 및 WBS 작성	요구분석	22. 03. 06 ~ 03. 14	- 요구사항 정의서 - 데이터베이스 요구사항 분석서	설계	22. 02. 28 ~ 03. 14	- 화면 설계서 - 테이블 설계서	구현	22. 03. 15 ~ 03. 31	- 역할 별 기능 구현	테스트	22. 03. 24 ~ 04. 03	- 기능별 통합으로 기능 단위로 테스트
분류	데이터명	데이터 수집 건수	출처																														
크롤링	영화	영화 100건	구글																														
	TV프로그램	TV프로그램 100건																															
	평점, 댓글, 리뷰	평점,댓글,리뷰(영화) 20건																															
	콘텐츠 이미지	200건																															
추진내용	일정	수행 및 산출물 관리																															
계획 수립	22. 02. 28 ~ 03. 06	- 프로젝트 계획 수립 - 기획서 및 WBS 작성																															
요구분석	22. 03. 06 ~ 03. 14	- 요구사항 정의서 - 데이터베이스 요구사항 분석서																															
설계	22. 02. 28 ~ 03. 14	- 화면 설계서 - 테이블 설계서																															
구현	22. 03. 15 ~ 03. 31	- 역할 별 기능 구현																															
테스트	22. 03. 24 ~ 04. 03	- 기능별 통합으로 기능 단위로 테스트																															

	<table> <tr> <td>통합</td> <td>22. 03. 24 ~ 04. 03</td> <td>- 전체 기능을 통합하여 총 테스트</td> </tr> </table>	통합	22. 03. 24 ~ 04. 03	- 전체 기능을 통합하여 총 테스트
통합	22. 03. 24 ~ 04. 03	- 전체 기능을 통합하여 총 테스트		
기대효과 및 활용방안성	<p>기대효과</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 영화 취향이 같은 사람들과 영화를 공유하며 이용자가 몰랐던 명작 영화를 알 수 있게 됨 ▪ 플레이리스트와 영화의 리뷰 기능으로 영화에 대한 토론을 촉진하고 이용자가 영화를 보기 전에 콘텐츠 이용을 판단하는 것이 수월해질 수 있음 ▪ 사용자가 OTT서비스의 메뉴화면보다 콘텐츠를 즐길 수 있는 시간을 늘릴 수 있음 ▪ 후기, 평점 등을 확인하기 위한 인터넷 검색과 같은 번거로운 일들을 하나의 사이트에서 해결할 수 있음 <p>활용방안</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 기존 OTT(넷플릭스,디즈니) 서비스의 콘텐츠도 플레이리스트에 추가할 수 있도록 하여, 타 플랫폼 홍보를 통한 광고 수익을 기대해볼 수 있음 ▪ 웹 뿐만아니라 앱으로도 개발하여 더 많은 사용자 유입을 기대해볼 수 있음 ▪ 현재는 영화 콘텐츠만 있지만 향후 TV프로그램으로 확대하여 더 많은 콘텐츠를 전달할 수 있음 ▪ 영화나 TV프로그램 같은 콘텐츠에 국한하지 않고, 기존 틀을 기반으로 인터넷 강의 사이트들 중 학생들의 만족도와 콘텐츠 품질이 좋은 강의를 모아서 정보를 공유할 수 있도록 환경 구축 가능 ▪ 머신러닝을 학습하여 사용자 기반 추천, 콘텐츠 기반 추천 기능을 추가할 수 있다. ▪ 플레이리스트에 국한하지 않고 소통측면에서 영상에 라이브채팅을 추가하여 커뮤니티 기능을 활성화 할 수 있다. 			

(1) 제언 배경 - 외부 환경 분석 (PEST / STEEP)

정책적 배경	<ul style="list-style-type: none"> ▪미디어 시장구조와 경쟁 상황
경제적 배경	<ul style="list-style-type: none"> ▪자본 유입을 통한 제작산업활성화 ▪해외 유통경로 확대와 더불어 한국 방송의 성장성 문제를 해소 ▪국내 콘텐츠 산업의 종속구조 심화 및 제작/유통영역의 양극화 심화, 거래 시장 교란 등 부정적 효과도 우려
사회적 배경	<ul style="list-style-type: none"> ▪코로나 바이러스 팬데믹과 관련하여 비대면이라는 언택트가 권장되는 사회적 환경에서 디지털 플랫폼의 부분이 더욱 강조되며 심화되고 있음. ▪스마트폰의 보급률 확대와 1인 가구의 TV보유율 감소의 영향으로 OTT 이용률 증가. ▪저연령 세대일수록 스마트폰 외에도 PC, 태블릿PC 등 다양한 스크린을 활용하는 특성이 강하고 월정액제가입형(SVOD) 이용율이 증가하여 이용빈도나 이용시간이 상대적으로 큰 특성을 보임. ▪Z세대의 경우 OTT 이용시 스마트폰 의존도가 다른 세대에 비해 상대적으로 낮으면서 다양한 스크린을 이용하는 편이고, 예능/오락 장르의 헤비유저이면서 다른 세대 대비 드라마, 애니메이션, 교육/학습, 영화 등 여러 장르를 골고루 이용하는 특징을 보임. ▪유튜브의 등장이 미디어 환경을 개인 방송 시대로 바꿔 뒀으며, 넷플릭스와 디즈니+의 등장으로 스트리밍 OTT 플랫폼에 대한 사회적 관심이 집중되고 있음.
트렌드 배경	<ul style="list-style-type: none"> ▪합리적 가격에 양질의 콘텐츠를 제공 ▪코로나 팬데믹 이후 비대면 문화 확산 ▪BTS 와 오징어 게임등으로 K - 콘텐츠의 관심이 세계적으로 관심이 높아졌고, 특히 오징어 게임이 OTT플랫폼인 넷플릭스를 통해 폭발적인 인기를 받으면서 국내에서 OTT플랫폼의 전성기가 왔다고 해도 과언이 아니다. 그래서 정부는 OTT 콘텐츠 산업에 대한 지원을 확대하고 OTT 특화 콘텐츠 제작 지원을 늘리고 콘텐츠 특성화대학원

	<p>신설을 통해 현장 맞춤형 인재를 육성한다고 밝힘.</p> <p>[출처] 대한민국 정책브리핑(www.korea.kr)</p>
기술적 배경	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ML 기반 사용자에게 콘텐츠 추천 (Content Based Filtering, Collaborative Filtering) ▪ 5G 통신환경 (스마트폰 판매량은 감소 -> 5G 가입자 증가) ▪ 디바이스의 발전으로 콘텐츠 시청에 편의성 증가.

(2) 제안 배경 - 내부 환경 분석 (3C)

제안자 능력	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Front-End <ul style="list-style-type: none"> a. 웹 디자인 설계 b. HTML, CSS, JavaScript, JQuery 기반의 웹 구현 ▪ Back-End <ul style="list-style-type: none"> a. 크롤링을 통한 영화 정보 수집 b. DB설계 c. Mybatis를 통한 Java와 DB연결 d. JSP와 JavaScript 기반의 DB 데이터 표현
경쟁제품/기술/특 허 분석	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 경쟁 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 타 OTT 서비스 ▪ 기술 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠(공유 콘텐츠 게시물) 등록 - 리뷰 작성 기능 구현 - 글 작성, 검색엔진, 자동완성 기능, 영상 스트리밍 구현 - 좋아요 기능을 통한 커뮤니티 실시간 인기글 조회

고객 분석	<ul style="list-style-type: none"> ▪ OTT 서비스를 이용하려는 고객 ▪ OTT 서비스에서 콘텐츠 선택의 만족감을 얻지 못하는 고객 ▪ 개인의 취향이 담긴 콘텐츠 플레이리스트를 만들어 타인과 공유하고자하는 고객 ▪ 자신만의 콘텐츠 플레이리스트를 만들어서 시청하는데 편의를 얻고자하는 고객 ▪ 넷플릭스 병(엄청난 규모의 콘텐츠가 있지만 무엇을 볼지 결정하지 못하는 행위)이 걸린 사용자 타겟팅
-------	---

(3) 필요성

필요성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 현재 OTT 서비스 중에서 이용자는 많아지고 있으나, 콘텐츠에 대한 만족도는 떨어지고 있는 추세로 커뮤니티 게시판을 통하여 공유와 같은 기능의 서비스로 OTT 플랫폼의 만족도를 끌어올릴 수 있는 방안이다.
차별성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 타 제품의 경우, 이용자가 직접 검색을 하여 콘텐츠를 검색기능만 있다. ▪ 본 제품은 커뮤니티 게시판을 통하여 사용자들이 상황에 맞는 콘텐츠 목록을 작성하여 공유하여 콘텐츠 만족도를 높일 수 있다.
현재까지 준비사항	<ul style="list-style-type: none"> ▪ OTT 사용자 설문 조사 ▪ 웹 크롤링 ▪ 화면 설계 프로토타입 ▪ 부가적인 기능 추가 검토
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 커뮤니티의 추천서비스를 통해서 OTT서비스의 콘텐츠 만족율을 더 높힐 수 있다. ▪ SNS 기능을 추가하여 같은 콘텐츠를 즐기는 사람들과 소통을 할 수 있게 됨 ▪ 영화 취향이 같은 사람들과 영화를 공유하며 다양한 영화를 알 수 있게 됨 ▪ 사용자가 OTT서비스의 메뉴화면보다 콘텐츠를 즐길 수 있는 시간을 늘릴 수 있음 ▪ 후기, 평점 등을 확인하기 위한 인터넷 검색과 같은 번거로운 일들을 하나의 사이트에서 해결할 수 있음

활용방안	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 기존 OTT서비스에 있던 콘텐츠(영화, TV프로그램)를 커뮤니티 시스템을 통한 홍보를 통해 광고 수익을 기대해볼 수 있음 ▪ 인터넷 강의 사이트들 중 학생들의 만족도와 콘텐츠 품질이 좋은 강의를 모아서 정보를 공유해 줄 수 있는 방법
------	---

(4) 개발 내용

개발 목표	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 영상 시청 및 콘텐츠 별 리뷰 작성 시스템을 제공하고, 평점 및 다양한 정보를 확인할 수 있는 OTT 플랫폼 및 콘텐츠를 사용자만 취향이 담긴 플레이리스트로 만들어 공유할 수 있는 서비스
개발 내용	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사용자 플레이리스트 공유 <ul style="list-style-type: none"> - 사용자의 느낀 점을 전달할 수 있는 글을 작성할 수 있음 - #2030 #여성 #애니메이션 등 - 혼자, 커플, 가족끼리 보기 좋은 영화 등 ▪ 콘텐츠 좋아요, 댓글 작성기능 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠를 시청한 이용자가 다른 사람에게 추천할 수 있도록, 좋아요, 댓글 작성 기능 ▪ 콘텐츠 별 장르, 시놉시스, 관련 티저영상 시각화

(7) 참여 인원

이름	역할 및 능력
구소현	▪ 웹 UI 설계 및 프론트 엔드, 프로젝트 총괄
권기현	▪ 웹 크롤링, 백엔드, DB설계
윤정현	▪ 웹 UI 설계 및 프론트 엔드, DB설계
조준용	▪ 웹 크롤링, DB설계, 백엔드

(8) 시장 분석

국내시장 규모
및 현황

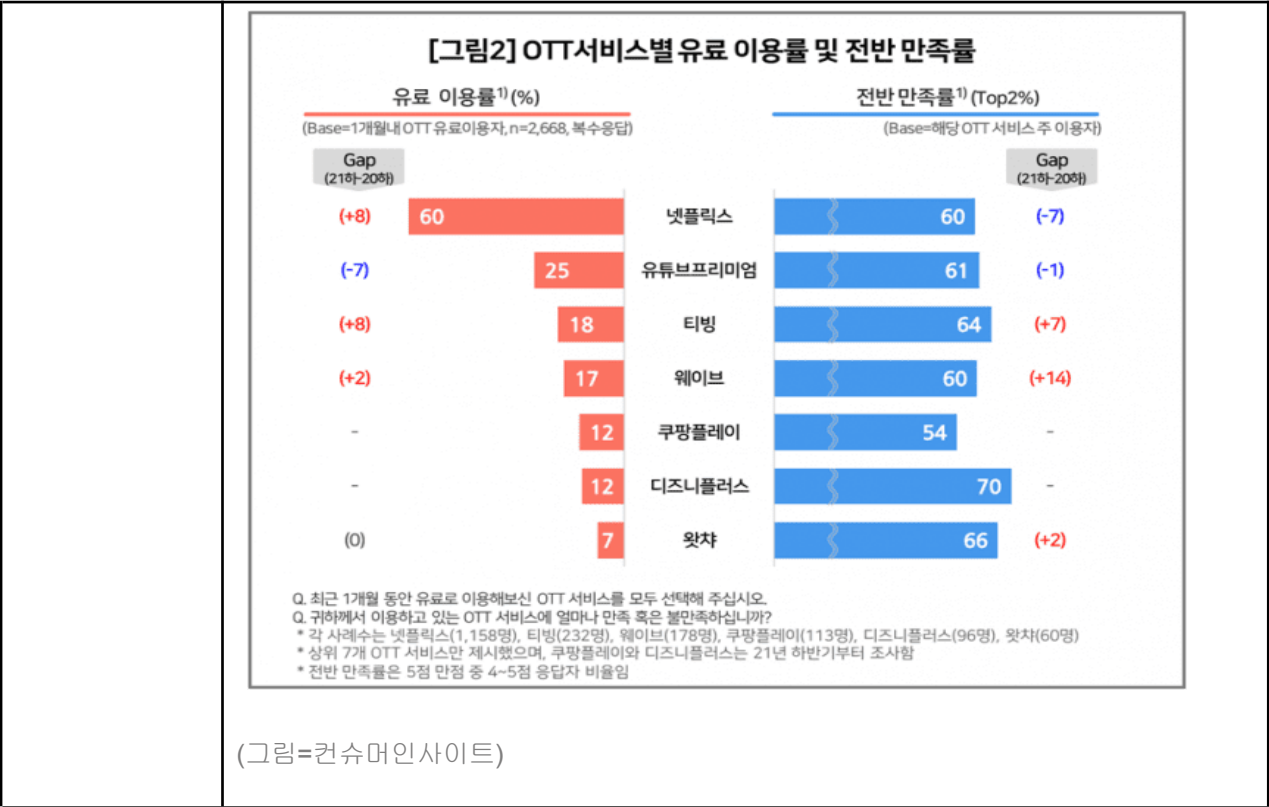
▪ 2020~2022년 OTT 플랫폼 이용률

OTT 플랫폼 이용률 (단위: %)

플랫폼	2020년	2021년	2022년
유튜브	62.3	65.5	66.1
넷플릭스	16.3	24.0	31.5
페이스북	8.6	4.7	3.0
티빙	3.0	4.4	7.8
웨이브	3.2	4.4	6.1

(그림=지디넷 코리아)

- 현재 국내 시장에서는 이용률 순위와 이용자의 만족도가 일치하지 않는 경향을 나타내고 있다. 그 말은 가성비보다는 콘텐츠의 만족도가 중요하다는 말과 같고, 왓챠는 콘텐츠와 사용성 측면에서, 티빙은 콘텐츠, 넷플릭스는 사용성 측면에서 만족도가 비교적 높은 것으로 나타났다.



(9) SWOT 분석 (경쟁사대비 넷플릭스/디즈니 플러스)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사용자만의 개인취향이 담긴 플레이리스트 공유를 통해 각 사용간의 취향을 통한 소통이가능 ▪ 사용자가 직접 게시하기 때문에 상호작용이 가능 ▪ OTT 서비스 내에 콘텐츠별 상호작용 시스템(댓글 등)을 통해 콘텐츠 선택이 용이해짐 ▪ 보고싶은 콘텐츠를 찾기위한 시간낭비를 줄일 수 있음 	S	W	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UI 디자인 ▪ 사용자 유입이 쉽지 않음 ▪ 저작권
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 재생목록 공유를 통한 작성으로 몰랐던 사용자만의 취향 찾기 가능 ▪ 영화관 티켓 가격 상승 	O	T	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 광고, 악플, 도배 ▪ 자국 콘텐츠 산업 보호 정책 ▪ 글로벌 기업과의 경쟁 ▪ OTT서비스 시장의 레드오션

(10) STP 전략

고객 분류	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Segmentation(세분화) <p>국내 시장을 기반으로 코로나19로 인해 변한 라이프스타일</p> <p>그로인해 증가한 언택트 디지털 플랫폼 시장</p>
목표 고객	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Targeting(타겟팅) <p>- 국내 기반 개인의 취향을 중시하고, 비대면 소통에 능숙한 MZ세대 및 코로나19로 인해</p>

	<p>증가한 언택트 디지털 플랫폼 이용자</p> <p>- 개인의 콘텐츠 취향을 공유하고, 자신만의 플레이리스트를 만들어 보관하고 싶은 이용자</p>
시장에서 제품의 위치	<p>▪편하게 집에서 콘텐츠를 즐기고, 타인과 소통을 할 수 있는 영화관</p> <p>카피라이트 : WWW.com</p> <p>what (무엇 : 영화, tv쇼)</p> <p>when(언제 : 혼자, 연인,가족들이랑)</p> <p>where(어디서 : 우리 플랫폼에서)</p> <p>.com (communication)</p>

(11) 4P 전략

제품	<p>▪ OTT 서비스</p> <p>▪ 콘텐츠 플레이리스트 공유 서비스</p>
가격	<p>▪ 저가 전략 (OTT 서비스의 레드오션을 대비함)</p> <p>- 한달 구독 이용료를 OTT 서비스 중 가장 낮은 수준으로 책정해서 경쟁력을 갖추</p>
판매 방법	<p>▪ 알고리즘을 통한 유입</p> <p>▪ 인스타그램 페이스북 인사이트 홍보 이용(영상을 보여주며, 이 영상을 타인과 함께 즐기고 싶다면? WWW 페이지 연결)</p> <p>▪ 검색 시스템(네이버, 다음 등)을 통한 유입</p>
홍보 방법	<p>▪ 광고 / 인터넷광고 / 노이즈 / 프로모션</p> <p>▪ 커뮤니티 게시판의 참여 유도를 위해 한달 기준 조회수 및 좋아요수 상위 3등 에게는 상품 부여</p>

