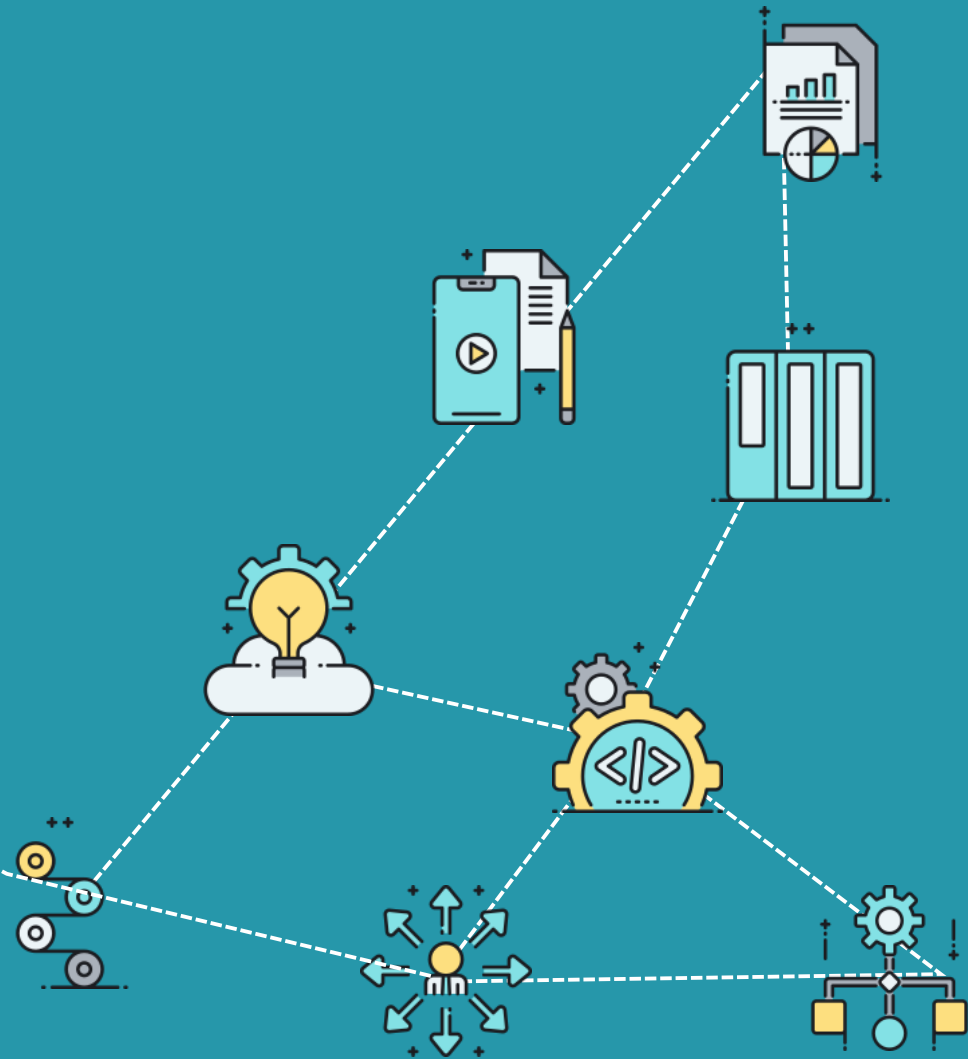


# *disCount* *Down*

근거리 할인 어플리케이션



## Executive Summary

팀원 소개

데모 시연

## 2.주요 기술 현황

개요

생산성

오픈소스 및 개발 문화 공유

## 1. 사업 추진 배경

아이템 선정 배경

아이템 선정 과정

시장 및 사업 정의

시장 동향 분석

경쟁사 분석

포지셔닝 맵

고객 여정맵

이해 관계자별 가치 제안

## 3.사업 추진 전략

비즈니스 모델

가격 전략

마케팅 전략

전략 로드맵

&

## Appendix

서바이벌 캔버스

# 팀원 소개 및 아이템 선정 배경

- 팀원 전원이 학교 앞에서 나눠주는 전단지 광고의 비효율성을 느낌
- 더불어 15개의 매장 인터뷰 결과 소상공인들이 공통적으로 느끼는 문제
- 그 결과 '근거리 할인 어플리케이션- discount Down'을 아이템으로 선정

이하경

이화여대 컴퓨터공학과

Back-end/Node.js



김수연

이화여대 컴퓨터공학과

Front-end/Flutter



김수영

이화여대 컴퓨터공학과

Back-end/Node.js



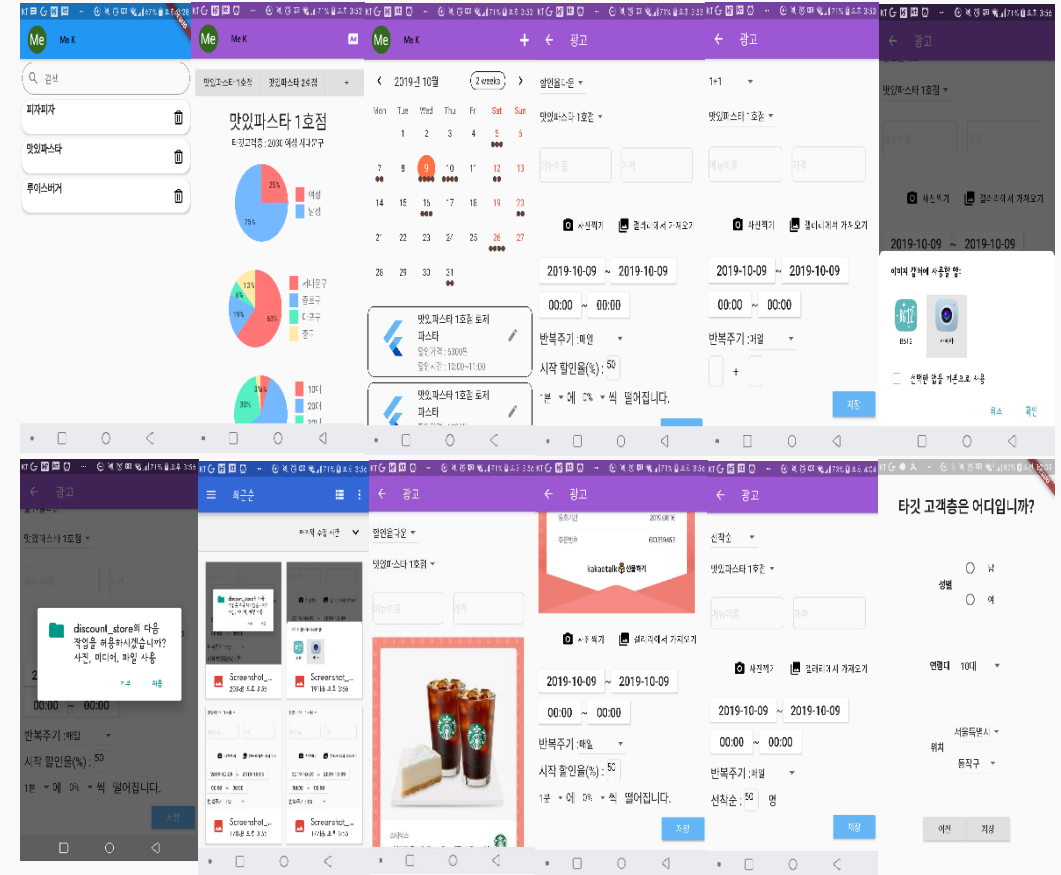
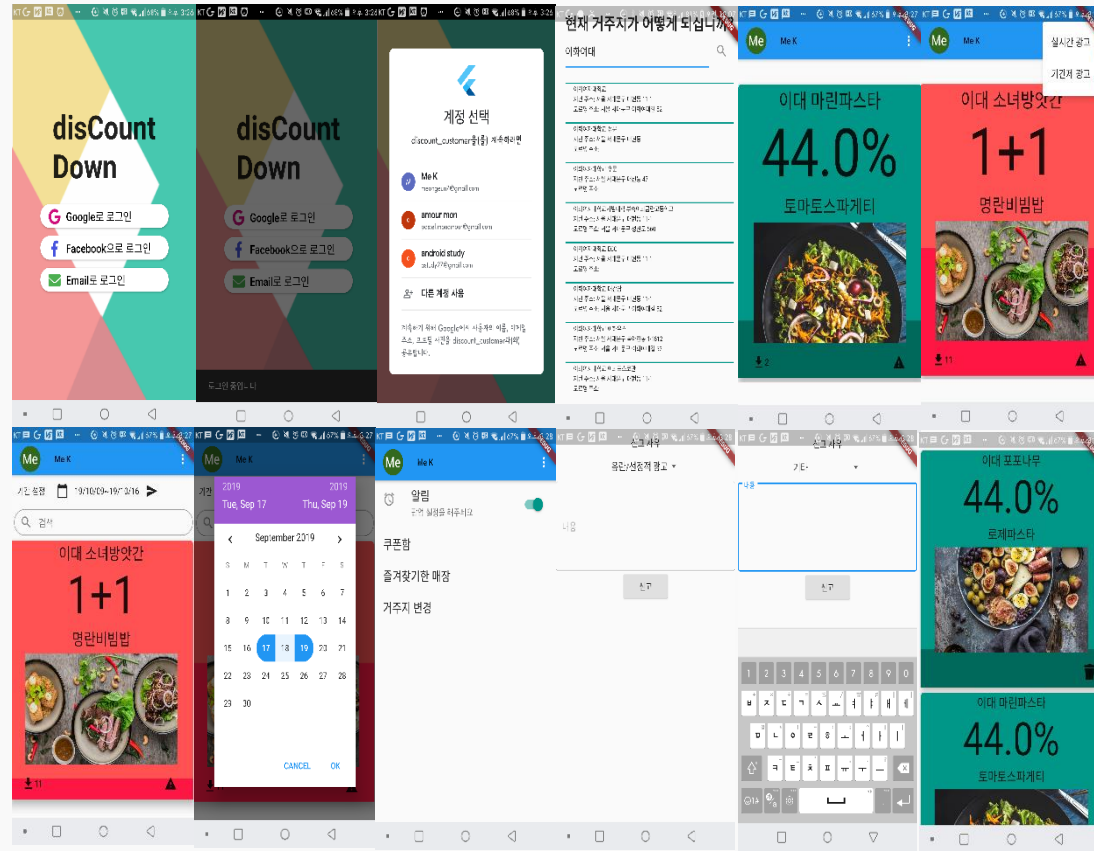
윤하정

이화여대 컴퓨터공학과

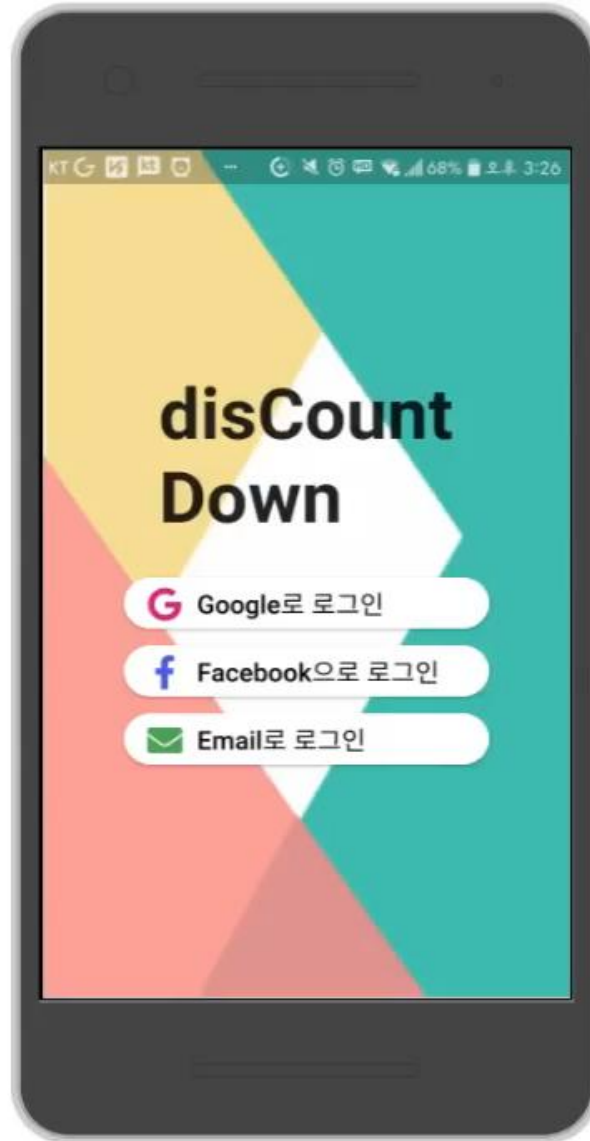
Front-end/Flutter



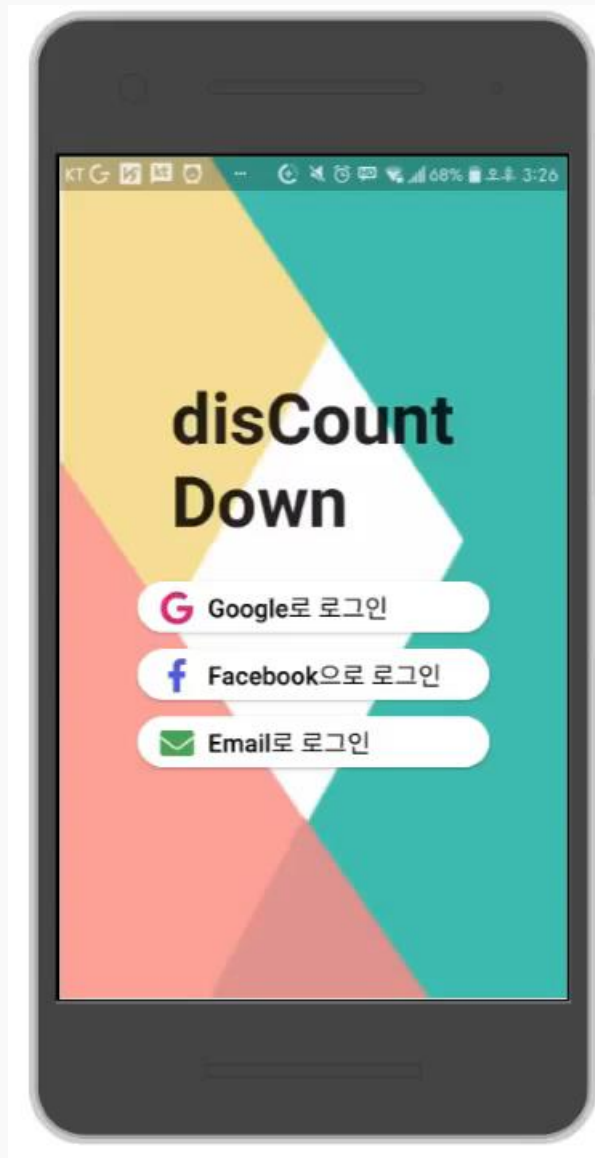
# 데모 화면



## 데모 영상 \_ 소비자용

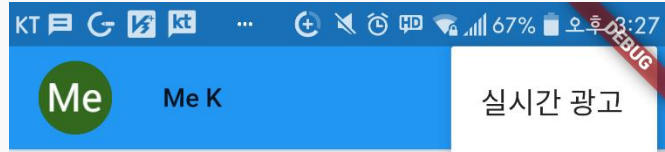


# 데모 영상 \_ 업주용





# 데모 영상 \_ 소비자용




실시간 광고

기간제 광고

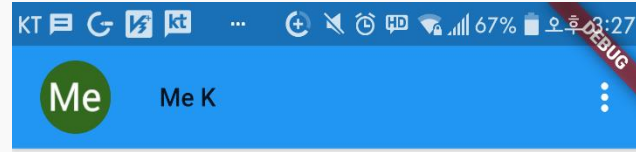
이대 소녀방앗간

**1+1**

명란비빔밥



↓ 11



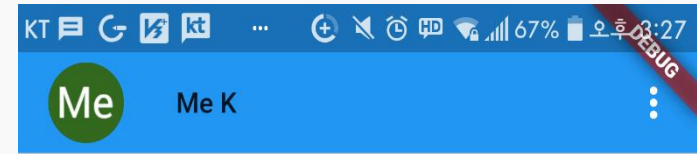

이대 소녀방앗간

**1+1**

명란비빔밥



↓ 11



기간 설정 19/10/09~19/10/16 ➤



이대 소녀방앗간

**1+1**

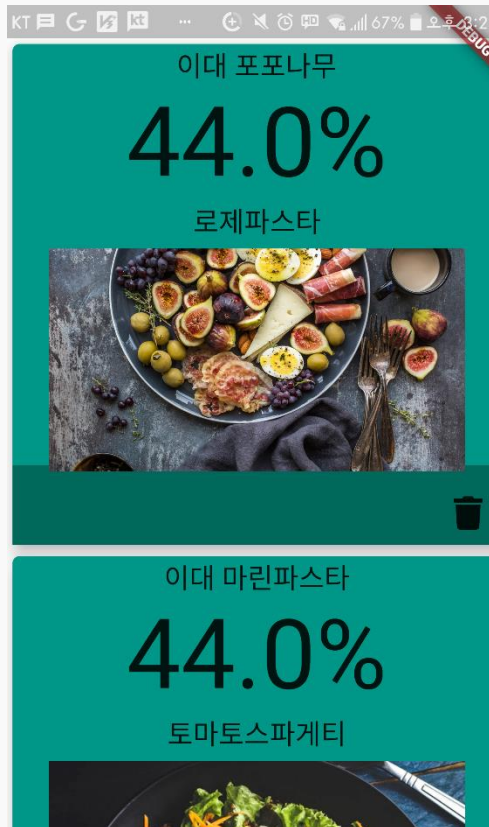
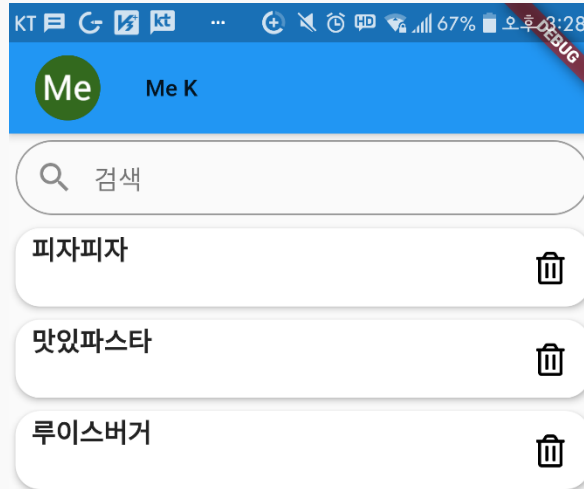
명란비빔밥



↓ 11

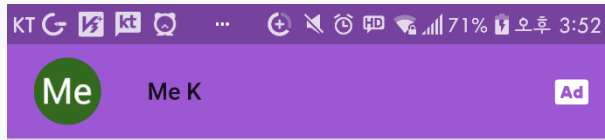


# 데모 영상 \_ 소비자용





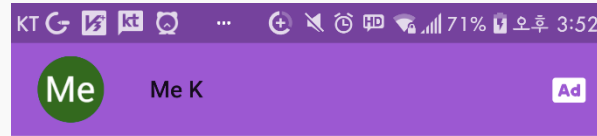
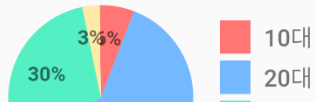
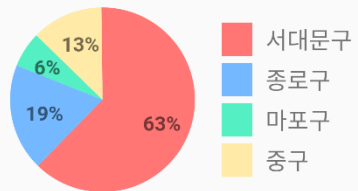
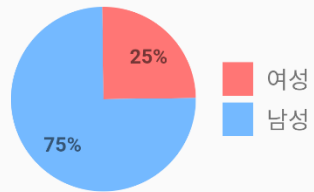
# 데모 영상 \_ 업주용



맛있파스타 1호점    맛있파스타 2호점    +

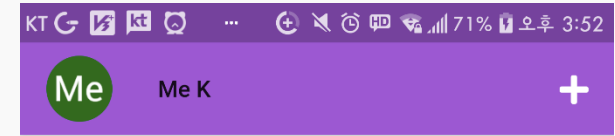
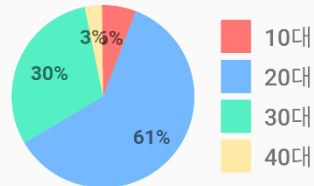
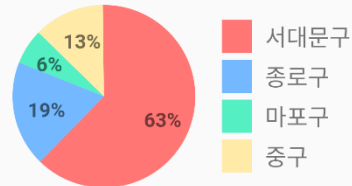
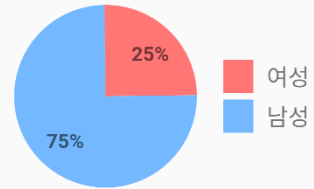
## 맛있파스타 1호점

타깃고객층 : 2030 여성 서대문구



## 맛있파스타 1호점

타깃고객층 : 2030 여성 서대문구



< 2019년 10월 2 weeks >

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			



맛있파스타 1호점 로제 파스타

할인가격 : 6300원

할인시간 : 10:00~11:00



맛있파스타 1호점 로제 파스타

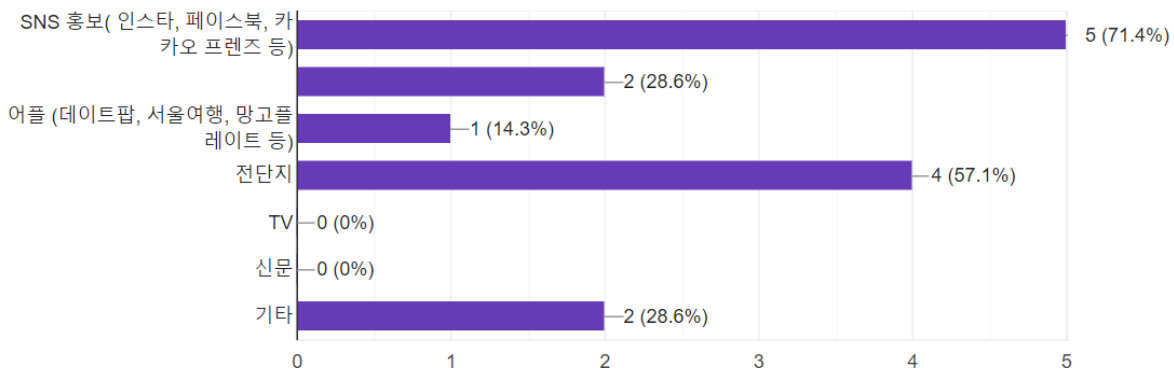
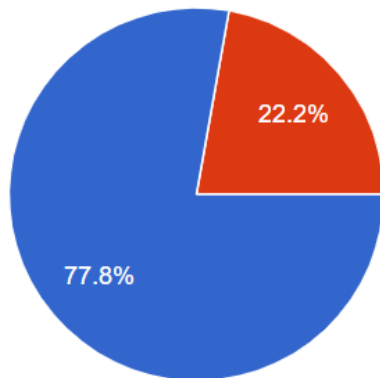
# 사업 추진 배경

# 아이템 선정 과정 > 1차 인터뷰 매장 업주

업주들이 현 홍보 방식에 있어 느끼는 어려움 & 새로운 홍보 방식에 대한 의견 조사를 위해  
이대 앞 15개의 매장을 방문해, 인터뷰 진행

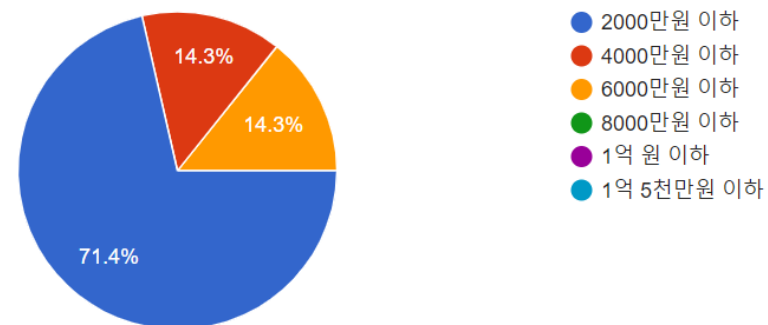
4.매장이나 메뉴를 홍보하신 적 있으십니까?

응답 9개



3.귀하 매장의 월매출은 어느 정도입니까?

응답 7개



조사 날짜 : 2019/07/12

조사 대상 : 이대 앞 음식점, 공방, 학원 등 15개의 매장

조사 방법 : 대면 인터뷰

## 아이템 선정 과정 > 1차 인터뷰 결과

Q. 홍보효과가 좋았던 방법과 그렇지 않았던 방법은 각각 무엇이었나요?

SNS나 어플을 이용했을 때는  
광고효과가 좋은데,  
전단지는 광고효과가 낮아요



Q. 그 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

젊은 사람들이 SNS나 어플을 많  
이 사용하고, 세일 공지를 띄우면  
구매율이 오르더라고요



# 아이템 선정 과정 > 1차 인터뷰 결과

Q. 저희가 제안한 어플을 사용할 의사가 있으신가요?

학생들 사이에서 인지도를 얻는  
다면 사용할 의사가 있습니다



무료이거나 돈을 적게 낸다면  
사용하고 싶습니다



식당보다는 소상공인의 사용 의사  
비율이 더 높음

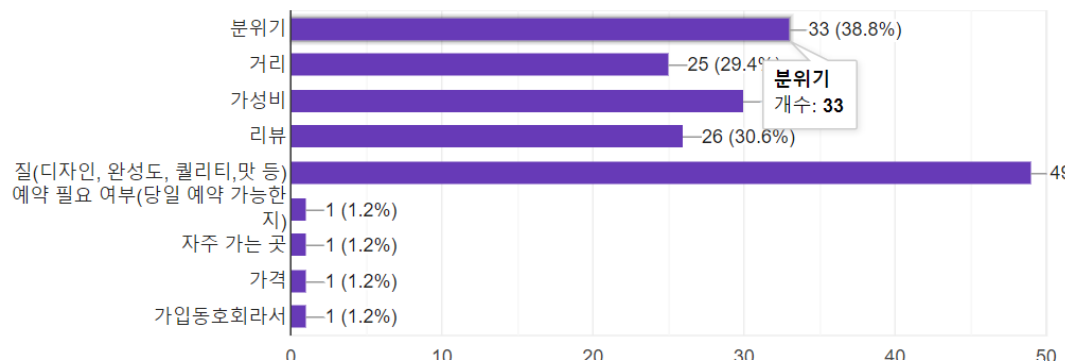
오프라인  
1인 마켓 운영

# 아이템 선정 과정 > 소비자 설문조사

매장 인터뷰 이후, 매장에 대한 정보를 얻는 주요 경로와 행동 패턴 분석을 위해  
약 90 명의 소비자를 대상으로 설문조사 진행

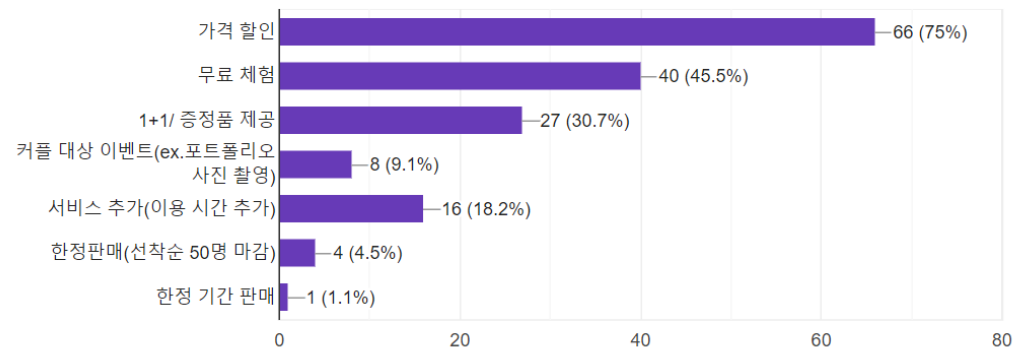
5-3. 방문시에 기준은 무엇이었습니까?

응답 85개



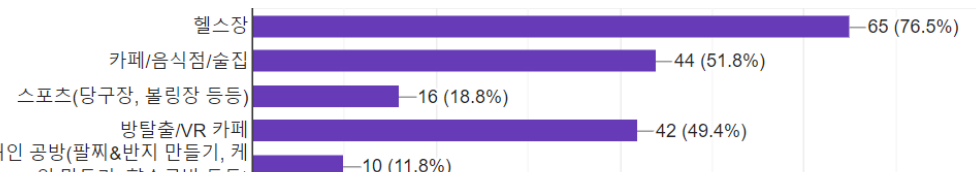
7. 매력적인 행사 이벤트는 무엇입니까?

응답 88개



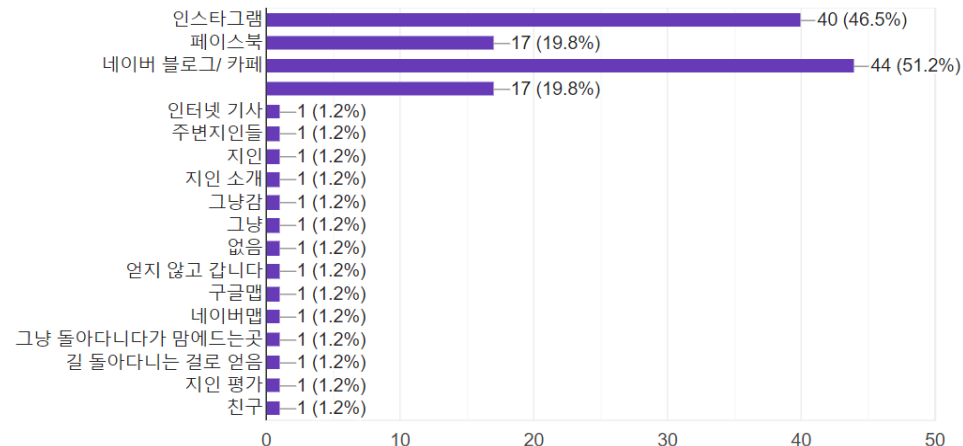
6. 전단지를 받아보신 업종이 무엇입니까?

응답 85개



5-4. 주로 무엇을 통해 정보를 얻고 갑니까?

응답 86개





## 아이템 선정 과정 > 소비자 설문조사 결과

Q. 저희가 제안한 어플을 사용할 의사가 있으신가요?

88명의 응답자 중 70.1%가 사용할 의사가 있다고 답함



Q. (그렇다고 답한 응답자에 한해) 그 이유는 무엇인가요?








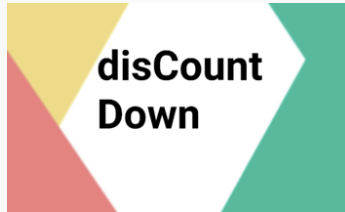
- 할인 정보를 편리하게 받을 수 있어서
- 가끔 놀다가 뭐할지 모를 때 사용하려고
- 여가 시간을 잘 활용할 수 있을 것 같아서
- 모르고 놓치는 혜택을 받을 수 있을 것 같아서



## 아이템 선정 과정 > 소비자 설문조사 결과

- 친구나 애인과 여가 생활을 하는 경우가 많고 혼자 여가생활을 즐기는 경우도 다수
- 주로 인스타그램이나 페이스북 등의 SNS나 네이버 블로그나 카페에서 정보를 얻음
- 매장 선정시에 질(디자인, 퀄리티, 완성도)과 분위기, 가성비를 중요시 여김
- 가격할인이나 무료 체험, 1+1 등의 행사 이벤트에 매력을 느낌

# 시장 및 사업 정의

대분류	할인 알림 서비스
중분류	Social Network Service    
	할인 쿠폰 어플   
소분류	근거리 할인 어플리케이션 

# 시장 동향 분석 > 전 생애주기 및 매장 분포 현황

전 생애주기에 분포되어 있는 음식점, 여가 활동 및 매장 분포

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이후
1순위			지역 음식점, 소규모 제과집				
2순위		공방(가죽, 케이크, 향수 등등), 카페					
3순위		편집샵, 독립서점, 소규모 옷가게, 액세서리샵					
4순위		헬스장, 운동/댄스 학원					
5순위		신발, 모자, 가방 매장					
6순위		PC방, 노래방, DVD방, 만화방, 연극					
7순위		액티비티 체험 기관(스카이 다이빙 등등)					
8순위		길거리 행사(공연 등등)					
9순위							

\*소득 활동이 없는 10대 및 70대 이후는 제외함

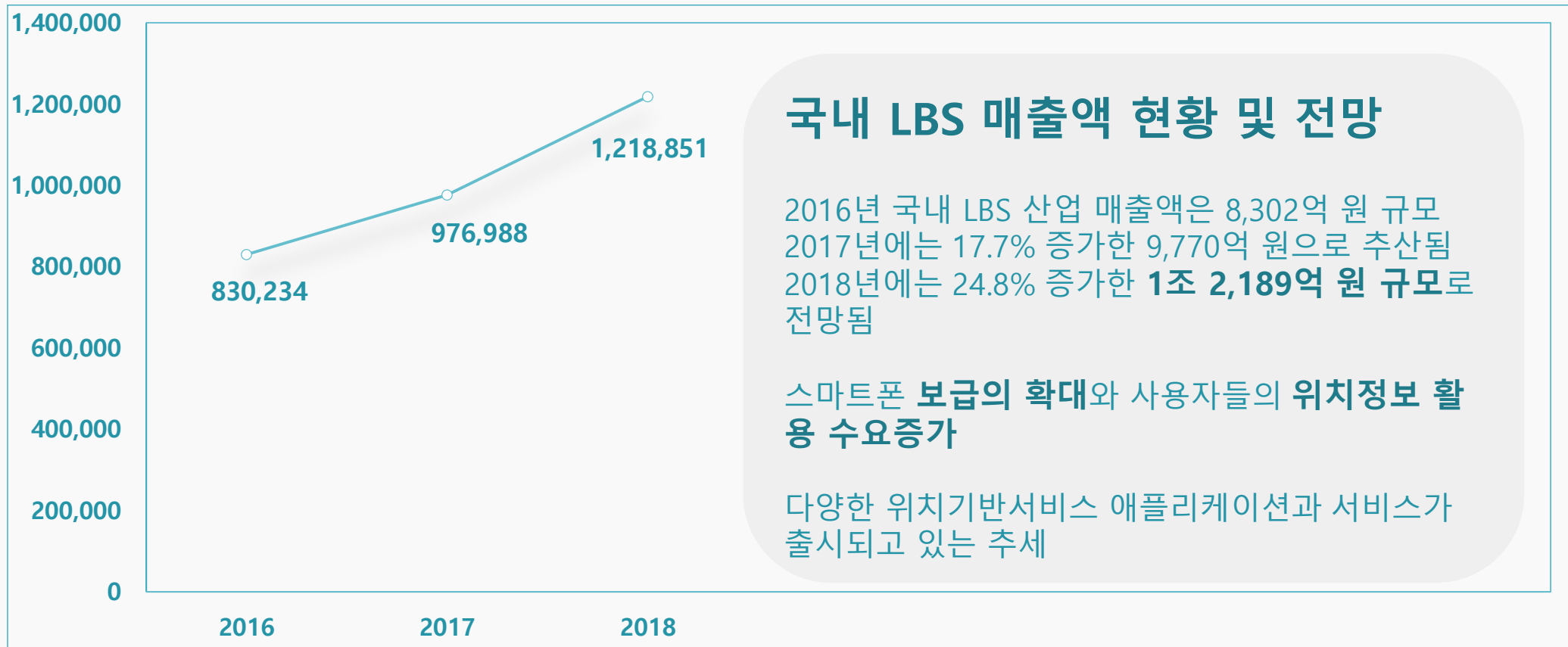
# 시장 동향 분석 > 서비스 종류별 연간 매출액 변화

구분	2016년		2017년			2018년		
	매출액	비중	매출액	비중	증가율	매출액	비중	증가율
위치 데이터 제공	35,081	42%	46,067	4.7%	31.3%	54,386	4.9%	18.1%
빅데이터 분석 서비스	17,798	21%	21,737	2.2%	22.1%	29,471	2.4%	35.8%
안전 및 보안서비스	58,610	7.1%	64,114	6.8%	9.4%	78,646	6.8%	29.5%
도로 및 교통정보 서비스	86,880	10.9%	98,832	10.5%	13.8%	108,646	8.9%	10.5%
지도 및 주변정보 서비스	93,098	11.2%	109,084	11.2%	17.1%	136,666	11.2%	25.3%
광고 마케팅 및 상거래 서비스	291,570	35.1%	342,114	35%	17.3%	402,370	33%	17.8%
관제서비스	102,581	12.4%	122,749	12.8%	19.7%	167,567	13.7%	36.5%
생활 및 엔터테인먼트 서비스	102,578	13.8%	143,443	14.7%	25.5%	201,196	16.9%	40.3%
기타		3.7%	33,887	3.5%	11.8%	40,507	3.3%	19.5%
계					17.7%	1,218,851	100%	24.8%

지오펀싱 어플 서비스가 꾸준히 증가하고 있다.

# 시장 동향 분석 > 국내 LBS 매출액 현황 및 전망

스마트폰 보급확대와 사용자의 위치 정보 활용 수요 증가에 따라 2018년에는 24.8% 증가한 1조 2,189억 원 규모로 전망한다.

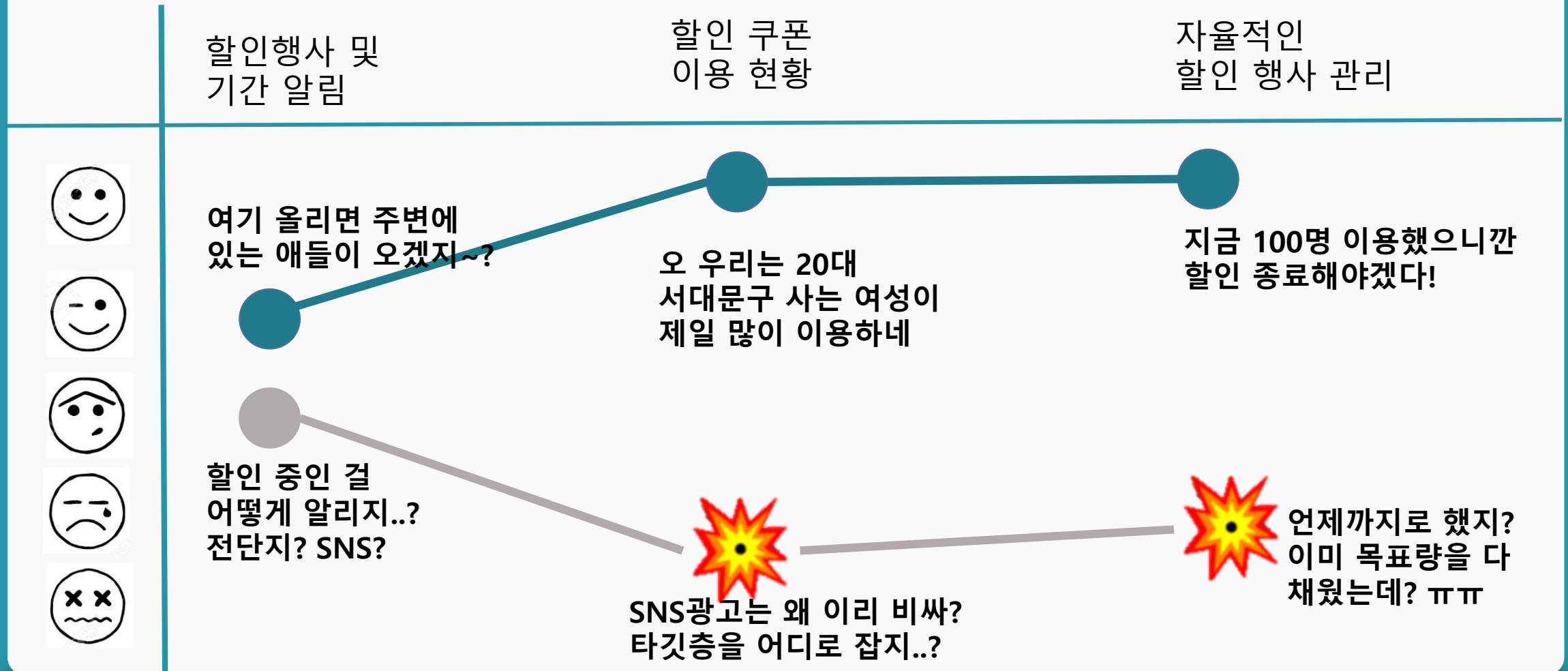


출처: 한국 인터넷 진흥원(2017) [ 2017 국내 LBS 산업 실태조사 보고서 ]



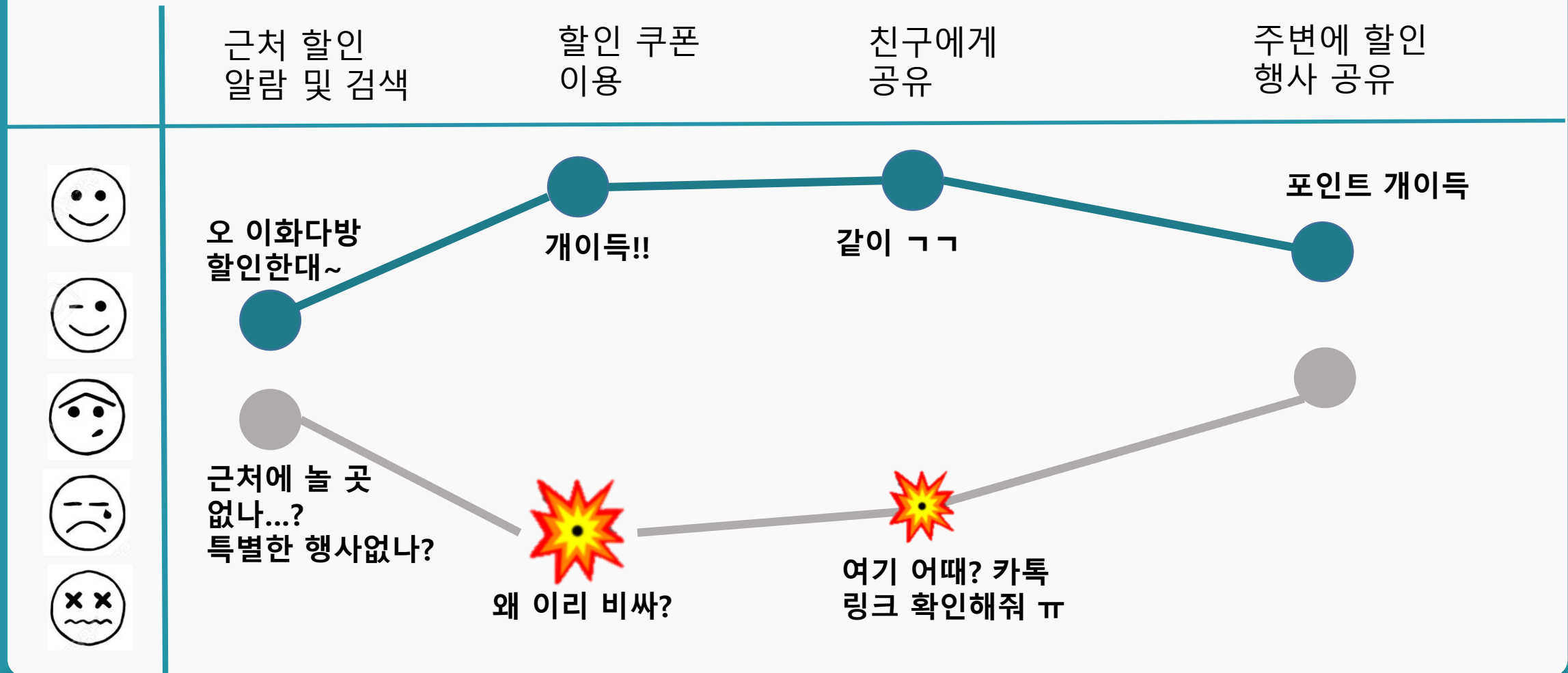
# 고객 여정맵

## 업주 여정맵 분석 결과 여러 문제점들을 해결



# 고객 여정맵

## 소비자 여정맵 분석 결과 여러 문제점들을 해결



# 이해관계자별 가치 제안

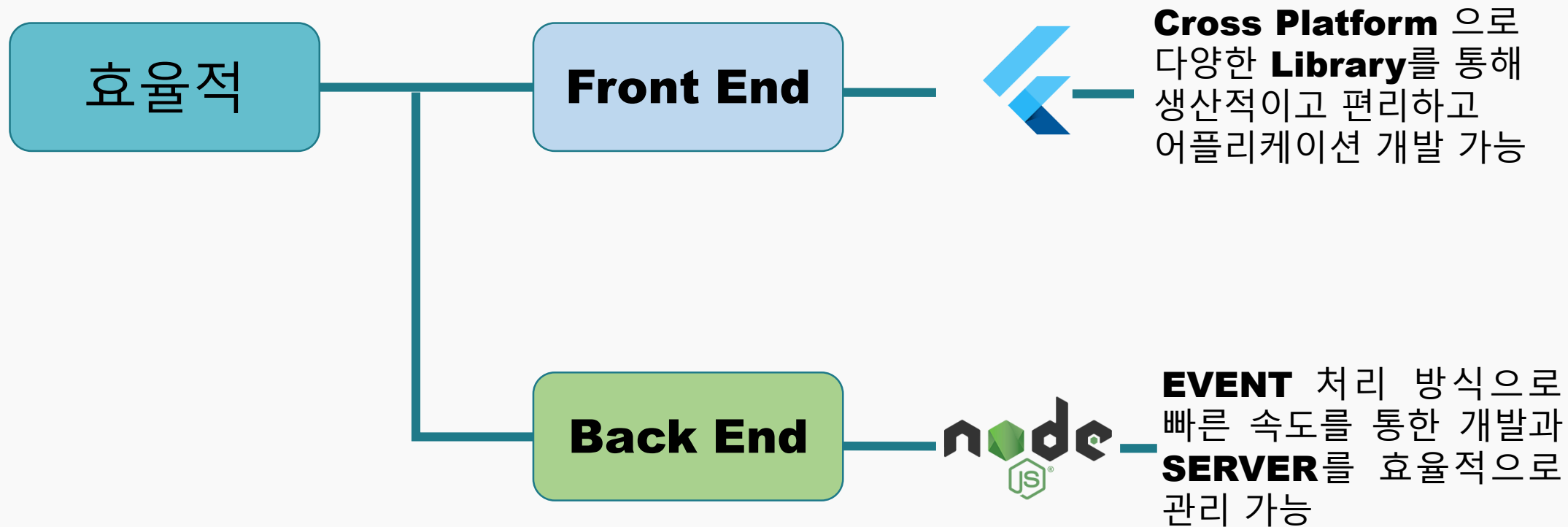
지역 가게 주인에겐 홍보를 위한 수단,  
소비자에겐 현재 진행중인 근처 할인 정보를 얻는 수단

	가게 주인	지역 소비자
대상	현재 지역 주민을 대상으로 한 가게를 운영하고 있는 사람	지역 가게를 이용하는 소비자
가치 제안	<p>가게 별 할인이벤트 등록 기능을 이용하여</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가게 홍보의 효과&amp;비용 문제를 해결</li> <li>- 실시간 근처 소비자에게 유인 제공</li> <li>- 이벤트 시 쉽게 널리 알리기</li> </ul> <p>이벤트 별 좋아요 기능을 이용하여</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 층 통계 알기</li> </ul>	<p>근거리 할인 어플리케이션을 활용하여</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 근처 가게에서 실행중인 할인 이벤트</li> <li>- 해당 이벤트 기간</li> <li>- 이벤트를 지인과 공유</li> </ul> <p>쿠폰 기능을 이용하여 할인 기회 얻기</p>
제안 가치 실행 전략	<p>가게 별 할인 이벤트 등록 기능 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업주 공식 정보 등록 기능</li> <li>- 일반 사용자 비공식 정보 등록 기능</li> </ul> <p>이벤트 별 좋아요 기능 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용자가 마음에 드는 이벤트를 표시하고, 가게 별 선호 사용자들 통계자료 제공</li> </ul>	<p>근거리 할인 알림 서비스 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 근처 가게에서 실행 중인 1+1, 가격 할인 등 할인이벤트 정보 제공</li> <li>- 이벤트 기간 정보 제공</li> </ul> <p>쿠폰 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할인 정보 화면에서 쿠폰 제공</li> </ul>

## 주요 기술 현황

# 기술 개요

'효율적' 을 모토로 기술을 선택

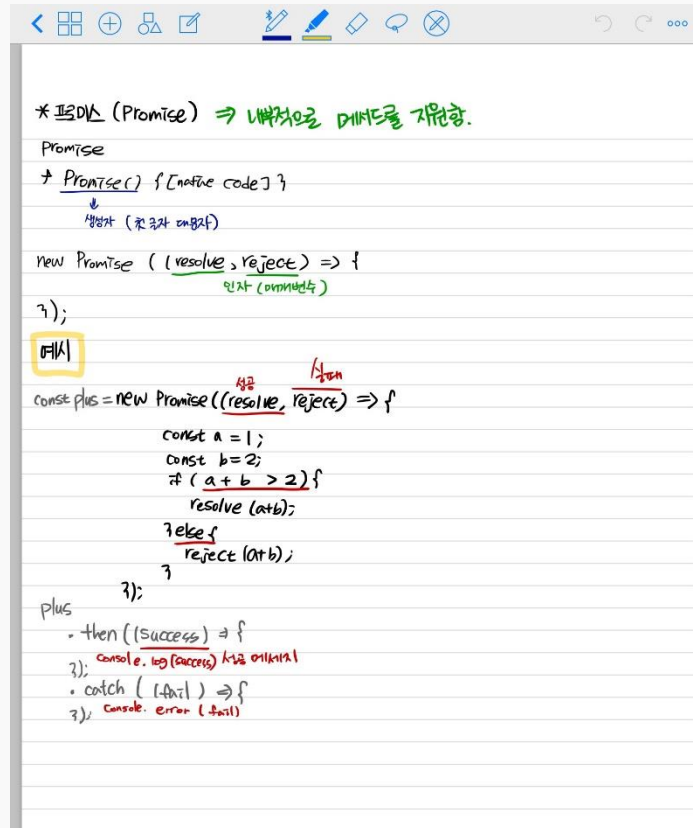


## 오픈 소스 및 개발 문화 공유

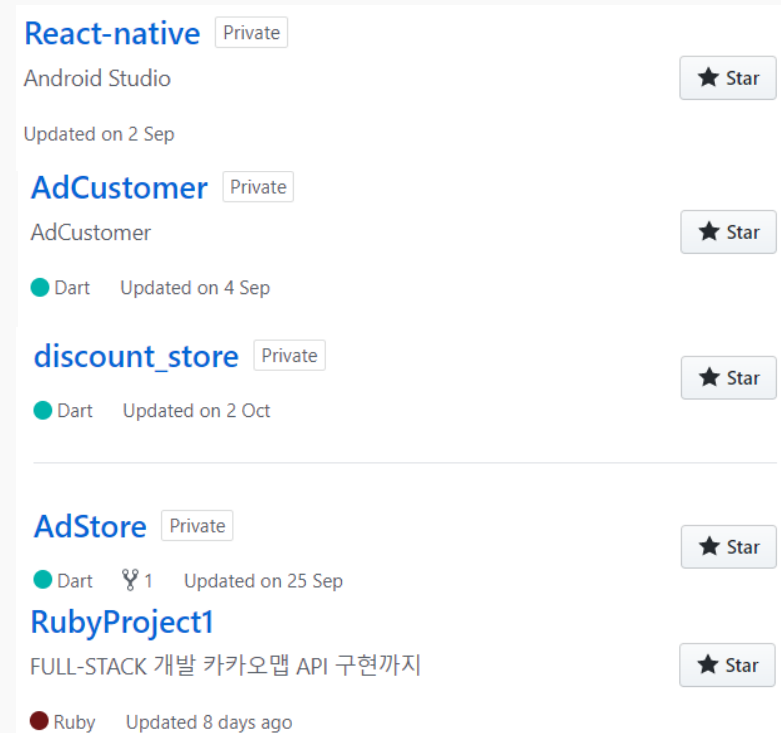
## 교내 창업동아리 내 워크숍과 프론트-백 엔드 스터디를 통해 개발 문화 형성 및 공유



## 교내 창업동아리 워크숍



# Node.js 스터디



# Github 협업



# 사업 추진 전략

# 가격 전략

매장 운영자라면 누구나 자유롭게 무료로 사용

순차적 유료화와 고급화 진행

어플 추천을 통해 가입하면 추천자에게 특정 타킷으로 홍보 기회 제공

	초기 1년	초기 1~2년	초기 2~3년	
금액	무료	월 900원	월 900	월 3000원
제공기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>-1km 내 이용자들에게 쿠폰 발송</li> <li>- 지역구 내 이용자들에게 쿠폰 발송</li> <li>- 이용자 현황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-1km 내 이용자들에게 쿠폰 발송</li> <li>- 지역구 내 이용자들에게 쿠폰 발송</li> <li>- 이용자 현황</li> </ul>	기존과 동일	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특정 타킷 고객층에게 쿠폰 발송 가능</li> </ul>
소비자, 업주 모집	학교 앞 매장들과 제휴 어플 추천 이벤트 진행 , CBT로 지인들 1명당 10명씩 모집			

# 가격 전략 – 재무제표(초기 2년)

## 초기 1년(무료 1만명 기준)

## 초기 2년(900원 1만명 기준)

계정명	금액 (원)	구성비	비고	계정명	금액 (원)	구성비	비고
월매출	0	0.00%	30 일 영업 기준 1만명 기준	월매출	9,000,000	100%	900원 1만명 기준
개발비	30,000	4.20%	아마존 웹 서버 및 데이터 베이스 인스턴스용	개발비	50,000	0.56%	아마존 웹 서버 및 데이터 베이스 인스턴스용
추가 개발비	100,000	13.99%		추가 개발비	500,000	5.56%	기능 추가, 어플 발전 비용
매출원가 합계	130,000	18.18%		홍보비	2,000,000	22.22%	
매출 이익	-130,000	18.18%		포스터 및 영상 제작	185,000	2.06%	포스터 3500원 50장 기준 종이 페이퍼 1000장 기준
*기타 비용	1,000,000	139.86%	예비자금	매출원가 합계	2,735,000	30.39%	
SNS 홍보	200,000	27.97%		매출 이익	6,265,000	69.61%	
판관비			포스터 3500원 50장 기준 종이 페이퍼 1000장 기준	인건비	2,500,000	27.78%	공동창업자 5명 50만원 기준
포스터 및 영상 제작	185,000	25.87%		*기타 비용	1,000,000	11.11%	예비자금
CBT/FGI	200,000	27.97%	CBT 5명 기준 FGI 5명 기준	카드 수수료	157,500	1.75%	3.5%수수료 기준 소비자 절반이 카드결제 기준
판관비 합계	585,000	81.82%		판매 관리비 합계	3,657,500	40.64%	
영업이익	-715,000	100.00%		영업이익	2,607,500	28.97%	

## 앞으로의 3개월 계획

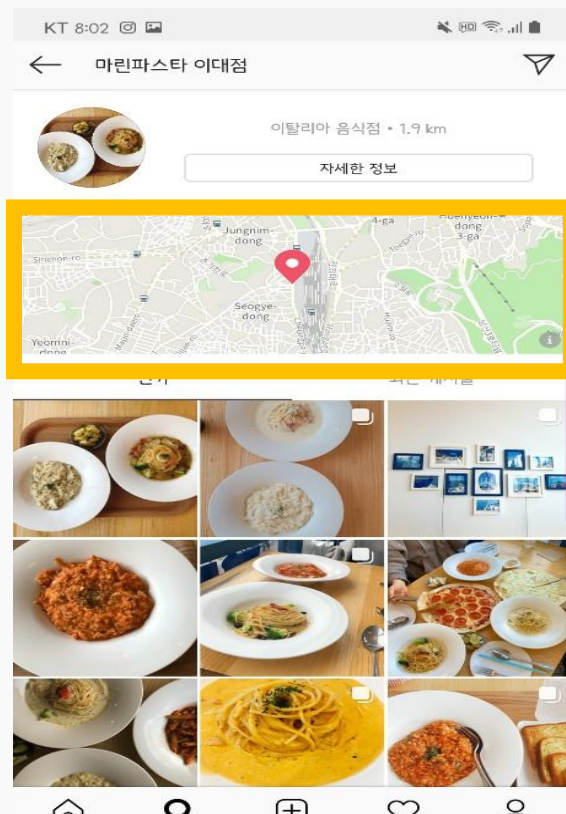
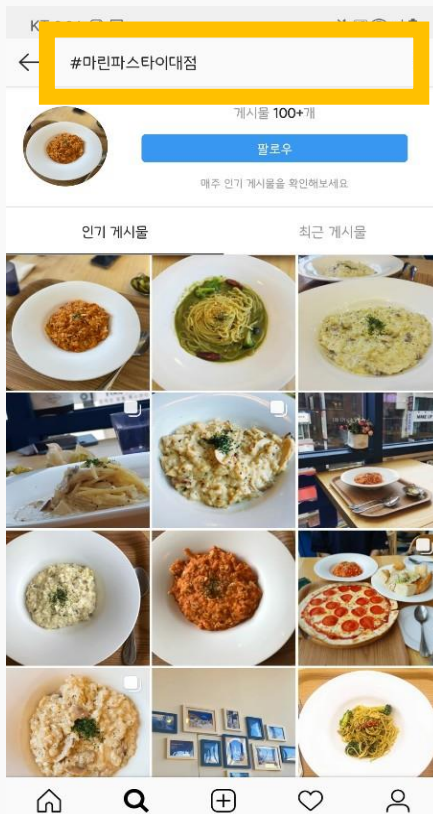
세부사업화 내용	12월	1월	2월	3월	비고
디자인 외주/협업					
서버 스터디 및 Back-end 개발					
서버와 Front 연결					
Beta-test 버전 출시					
FGI/CBT 진행					
정식 출시 후 SNS 마케팅					

# 추가 확장 기술 계획

- **1차 목표** : 신촌 일대의 음식점 정보로 DB 구성
- 신촌 → 홍대, 연남동 → 강남 으로 확장할 예정
- 신촌 일대의 음식점 정보들 수집 (크롤링)
- SNS의 해시태그 검색
- 각 음식점들의 메뉴 각각 좋아요 수 집계 → 통계
- 음식점들의 위치 정보 가져오기 → 위치 DB

FaceBook, Instagram의 좋아요(하트)수 순으로  
매장 위치를 가져와서 초기 매장위치 DB를 구축

→ 해당 DB를 기반으로 마케팅을 진행할 예정



# 추가 확장 기술 계획

- **2차 목표** : 음식 사진을 분석하는 AI 알고리즘 (딥러닝) 도입
- SNS와 연동하여, 공유된 음식 사진을 분석하여  
어떤 시간대(점심, 저녁)에 어떤 음식이 SNS에 많이 올라왔는지 분석
- 해당 음식점들에 마케팅 시 위 분석 결과를 활용!!

→ 이 때, DB의 제공에 따른 수익 구조 발생 기대

EX)



마린파스타 토마토리조또

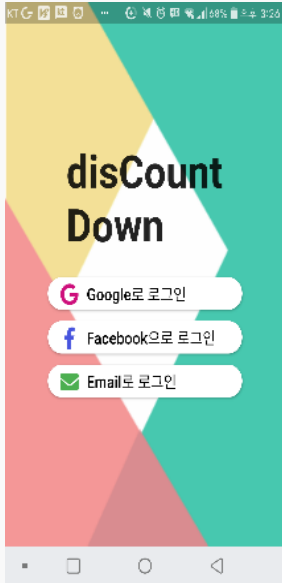


# 추가 확장 기술 계획

구분	항목	활용
HW	컴퓨팅 시스템	CPU: Intel i7-4770 GPU: NVIDIA GTX1080ti RAM: 16GB 딥러닝은 빠른 그래픽 연산이 중요하다. 따라서 최대한 좋은 그래픽 카드를 사용하였다. 빠른 데이터 처리를 뒷받침하기 위해 넉넉한 클럭의 CPU와 RAM도 사용했다.
	I/O- 주변기기	마우스, 키보드, 모니터 등 마우스와 키보드로 사용자의 입력을 받고, 모니터로 결과를 출력하였다.
	I/O- 웹캠	Microsoft LifeCam 음식 사진을 찍어 이미지 데이터로써 출력한다.
SW	OS	Ubuntu 16.04 LTS 사용자가 많아 확장성이 좋은 Linux시리즈이다.
	개발 언어	Python 2.7 Keras 라이브러리를 사용하기 위해 차용된 언어. 그 외 영상처리, GUI 코드 등도 Python으로 작성되었다.
	딥러닝 프레임워크	Keras (With Theano backend) 딥러닝 학습을 위한 데이터셋 생성, 딥러닝 모델 학습 진행의 전반을 담당한다.
	영상처리	openCV + skimage 영상처리 관련 함수들이 포함된 파이썬 라이브러리. 음식 부분을 ROI로 추출 해낼 때 이용되었다.
	GUI	wxpython python으로 GUI를 만들 때 널리 이용되는 라이브러리. 메뉴와 가격표를 출력할 때 사용되었다.
	NVIDIA GPU Support	CUDA 8.0 + CUDNN 6.0 딥러닝 학습 시 NVIDIA 사의 그래픽카드를 리소스로 활용하려면 CUDA와 CUDNN이라는 추가 요소들을 설치해야 한다.

# 빠른 개발과 피드백 기반 출시

내년 초 ios, Android Beta Test Version 출시



1~2개월간 학교 앞 매장 교내 학생들  
대상으로 CBT 진행

매주 수요일 피드백 반영

일주일간 개발 & 업데이트 후 재배포

정식배포 및 홍보

# 마케팅 전략

1순위 마케팅 대상은 지역 음식점, 2순위 공방, 카페  
3순위 편집샵, 독립서점 등의 소상공점순으로 마케팅 추진

구분	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이후
1순위			지역 음식점, 소규모 제과집				
2순위		공방(가죽, 케이크, 향수 등등), 카페					
3순위		편집샵, 독립서점, 소규모 옷가게, 액세서리샵					
4순위		헬스장, 운동/댄스 학원					
5순위		신발, 모자, 가방 매장					
6순위		PC방, 노래방, DVD방, 만화방, 연극					
7순위		액티비티 체험 기관(스카이 다이빙 등등)					
8순위		길거리 행사(공연 등등)					
9순위							

FaceBook, Instagram의  
좋아요(하트)수  
순으로 매장 위치를 가져와서  
초기 매장 DB를 구축

→ 해당 DB를 기반으로 마케팅을 진행할 예정

# 전략 로드맵

초기 제품을 바탕으로 단기 마케팅 대상인 대학가 주변 서비스로 시작하여  
조직, 기술, 제품을 확장하며 중장기 마케팅 대상군까지 사업 영역 및 시장 확대 추진

	단기(6개월~ 1년)	중기(1년~2년)	장기(3년 이상)
사업 확장	지역 음식점 할인 알림 서비스	소상공점 할인 알림 서비스	주변 매장 할인 알림 서비스
단계	<div>제품 확장</div> <div>사업 영역 확장</div>		
시장	대학가 상권, 대학생	서울 시내 주요 지역	서울 전체와 주요 도시
제품 포트폴리오	Android&IOS app ver 1.0	Android&IOS app ver 2.0	Android&IOS app ver 3.0
기술 확보	<div>쿠폰 바코드로 계산</div> <div>리뷰</div> <div>이용자 데이터 분석</div> <div>친구 공유</div>		
조직	<div>마케팅, 디자이너 인력 충원</div> <div>개발자 5명 디자이너 1명, 기획 1명</div>		

# *APPENDIX*

# 서바이벌 캔버스

<b>비전:</b> 근거리 할인 어플리케이션		<b>메타포:</b> 주변 할인 알람	
<b>가까운 고객:</b> 이화여대 앞 마린파스타		<b>기존 해결책 구성:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보: 온/오프라인</li> <li>- 소비자 분석: 주된 소비자 성별, 나이 대, 거주지 등</li> </ul>	
<b>고객의 문제:</b> <b>마케팅의 어려움</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보비 부담</li> <li>- 부정확한 홍보 대상</li> <li>- 단골 고객 유치의 어려움</li> </ul>	<b>기존 해결책 목록:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전단지</li> <li>- 인스타, 페이스북</li> <li>- 배달의 민족</li> <li>- 데이트팝</li> </ul>	<b>기존 해결책 한계:</b> <b>온라인에서 진행</b> <b>홍보를 목적으로 하지</b> <b>제작되지 않음</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS계정자체가 인기있어야 효과적</li> <li>- 현재 매장 상황이 반영되지 않음</li> <li>- 해당 매체를 통한 타겟층을 알 수 없음</li> </ul>	<b>낮선 해결책:</b> <b>주변 매장 할인 정보 알</b> <b>림</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고 알림 시스템</li> <li>- 실시간 할인 행사 관리 시스템</li> <li>- 이용자 현황 시스템</li> </ul>
<b>고객의 비용:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전단지 광고비(2500장) 3만원</li> <li>- SNS 광고(CPC 1000명) 54만원</li> </ul>		<b>해결책 가격:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월 900원</li> </ul>	

# 경쟁사 분석 > 효율적인 마케팅을 위해 경쟁서비스보다 기능을 통합적으로 제공하고 사용자의 참여도를 높임

서비스명					
국가명	대한민국	대한민국	대한민국	대한민국	대한민국
회사명	홍보지존	리스트 오더	HOT Place	에스쇼	제로고
목표 고객	소비자, 업주	소비자, 업주	소비자, 업주	10대~30대 소비자, 업주	소비자, 업주
핵심가치	일반인도 홍보 가능 시간 반영 x 무료 배포 및 제작	마감 할인을 통한 음식물 낭비 방지	위치 기반 음식점 소개	위치기반 거리별 음식점 핫딜 소개	위치 기반 리워드 보상 매장 소개
수요조사 모니터링	-	리뷰/좋아요 기능 베스트 상품 명시	리뷰 기능 인기순 정렬	음식점 별 평점	방문 리뷰 기록 방문자 명수 분석
고객 데이터 분석	-	-	방문 고객 관리	-	방문 고객의 취향, 오프라인 이동패턴 분석 친구 추천 기능
수익구조	광고 스와이프 1개월 5000원 홍보 유료화	X (추후 가맹점 유 료화)	-	가맹점 유료화	-
성과 측정 지표	1만 다운로드	20억원 투자 유치	고객용) 50만 다운로드 상인용) 1만 다운로드	-	고객용) 50만 다운로드 상인용) 천만 다운로드



# 시장 동향 분석 > 유사 서비스 현황

유사 시장 서비스들의 최근 투자 유치 현황을 통해 Discountdown의 성장 가능성 확인

우리동네 마감세일을 한눈에



마감할인 식음료 판매 플랫폼 라스트오더 운영사 미로가 20억원의 신규 투자를 유치했다. 미로의 누적투자금은 30억원 규모.

라스트오더는 마감할인 식음료 판매 플랫폼으로 판매자가 마감시간에 등록된 상품을 구매자가 선주문, 선결제하고 예약된 시간에 방문 수령하는 방식으로 운영된다. 가맹점 정책에 따라서 매장 내 식사도 가능하다.

소비자는 기존 상품가 대비 최대 90%까지 할인된 가격에 상품을 구매할 수 있다는 장점이 있다. 가맹점 수는 9월 기준 2천8백여 개다. (중략)

2019.09.24 플래텀

내 주변 핫플레이스를 정확하게  
꼭 집어주는 길라잡이 앱

HOT Place

맛집 정보 서비스 '식신 핫플레이스'를 제공하는 씨온(대표 안병익)은 시리즈B 투자 중 IBK캐피탈로부터 첫 투자를 유치했다고 23일 밝혔다.

식신 핫플레이스는 사용자 참여형 맛집 리뷰 서비스로 웹사이트와 앱을 통해 약 150만 사용자가 이용하고 있으며, 앱의 경우 80만 다운로드를 기록했다.

지난 시리즈A 투자에는 △코오롱인베스트먼트 △대성창투 △마이벤처스가 참여했으며, 이번 시리즈B는 투자 확정된 IBK캐피탈을 포함해 총 80억원 규모로 진행 중이다.

2015.06.23 프라임 경제

# 포지셔닝 맵

현위치와 앞으로의 잠재 위치 선정

정보량/  
자율성



- ✓ 일반 사용자의 자유로운 정보 등록
- ✓ 업주의 자유로운 일정 관리



소수 타겟팅  
(거리, 시간별)

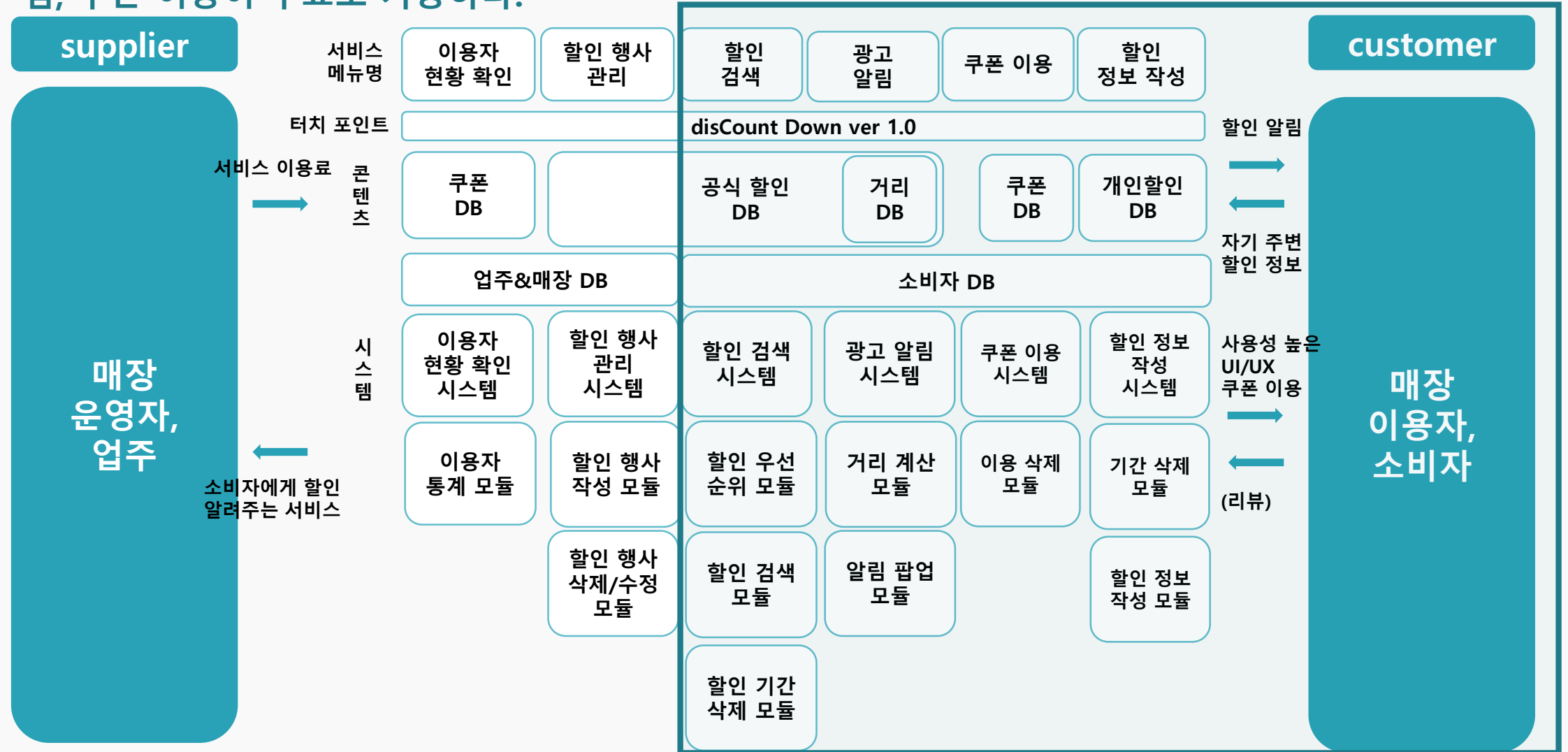
# 비즈니스 모델

discount Down 서비스의 협력자이자 고객인 매장 운영자는 이용자 현황 통계, 할인 행사 관리를 적은 금액에 이용 가능하다.

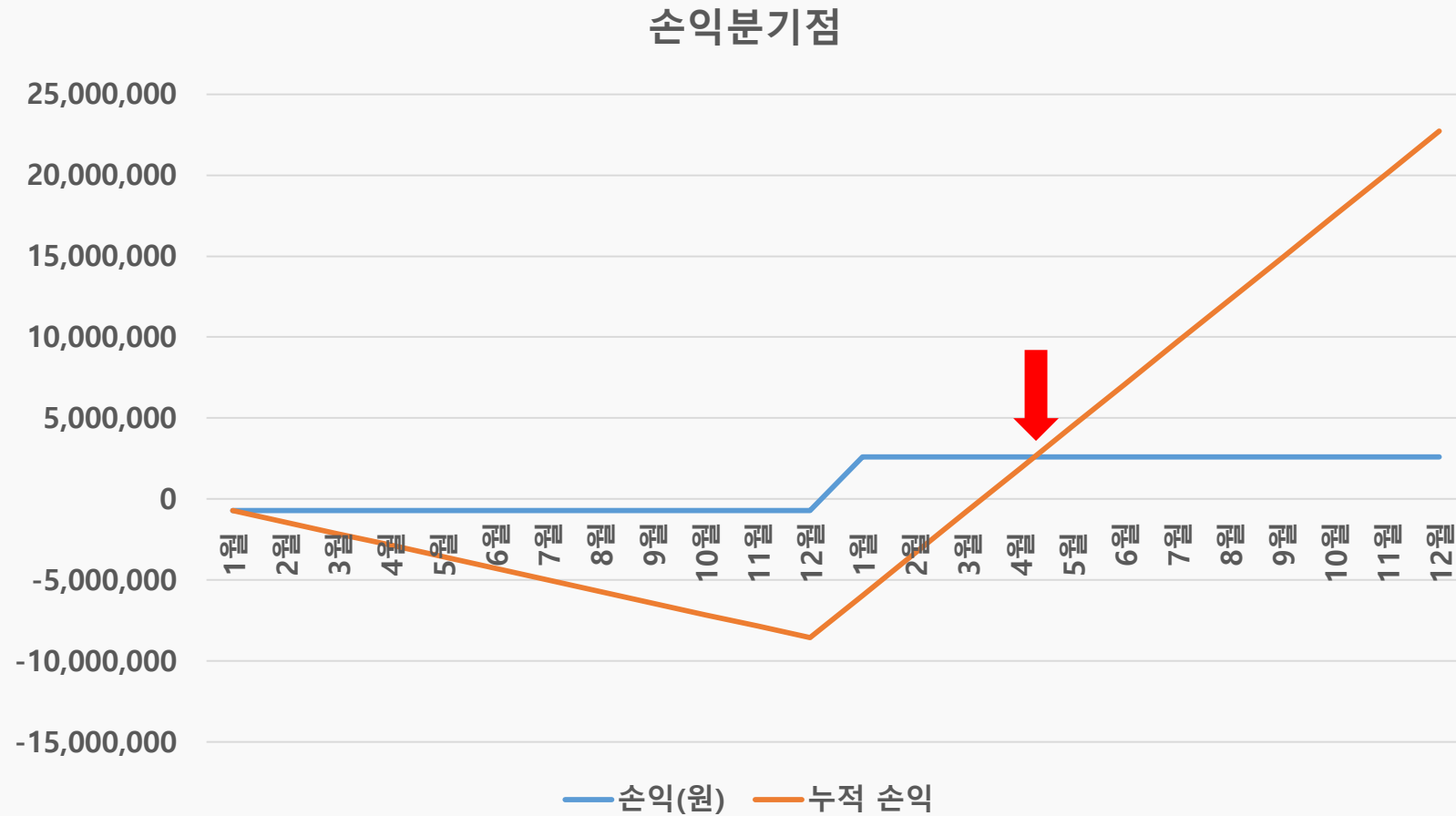


# 비즈니스 모델

discount Down 서비스의 사용자인 소비자는 할인정보 작성 및 주변 할인 검색, 광고 알림, 쿠폰 이용이 무료로 가능하다.



# 가격 전략



# *disCount Down*

*근거리 할인 알림 어플리케이션*