

카셰어링 선두주자



SOCAR

이용자를 위한 **안심** 서비스 솔루션

중앙대반 빅픽쳐조 : 강석호 김준수 이유경 조윤민 최진영

· 목차 ·



상황분석



분석내용



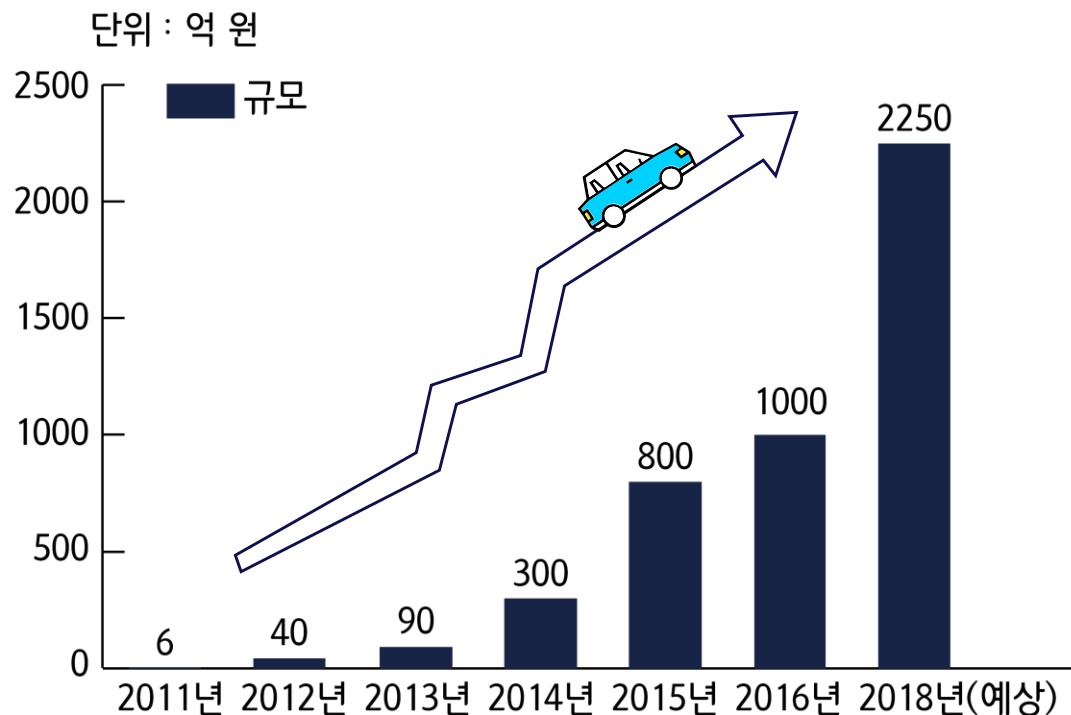
전략제안



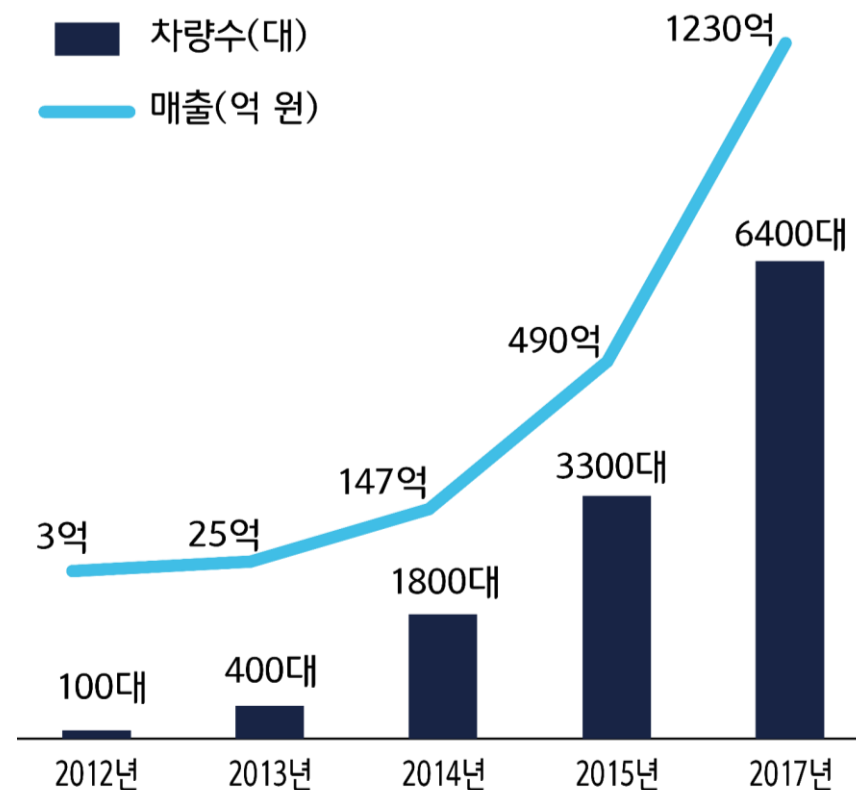
요약 & 결론

급증하는 한국 카셰어링 시장과 쏘카 기업 규모

한국 카셰어링 시장 규모



“쏘카” 성장 지표



쏘카 회원수 1위

출처 : 애플스토어, 카셰어링 앱 회원 수를 기준으로 상위 3개 브랜드 선정

카셰어링 업계 현황

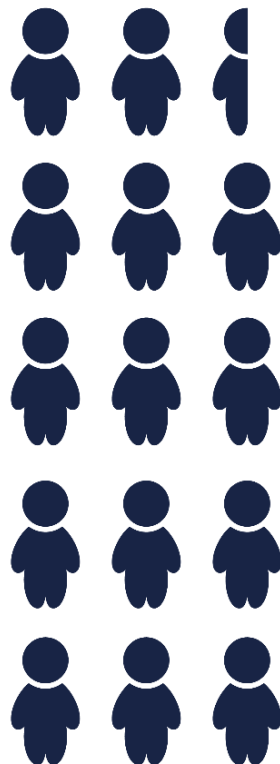
대표 경쟁사와 가입 회원수 비교



딜카

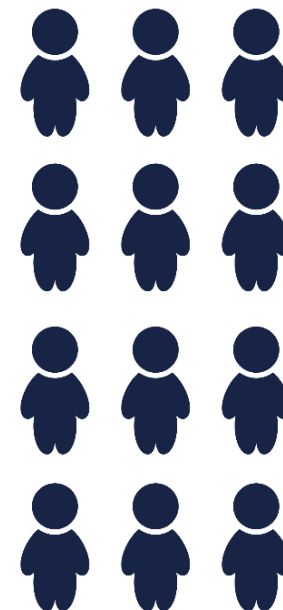
40만 명

290만 명



쏘카

235만 명



그린카

쏘카 회원수 1위

출처 : 애플스토어, 카셰어링 앱 회원 수를 기준으로 상위 3개 브랜드 선정

카셰어링 업계 현황

대표 경쟁사와 가입 회원수 비교



딜카

290만 명



쏘카

235만 명



그린카

그러나,

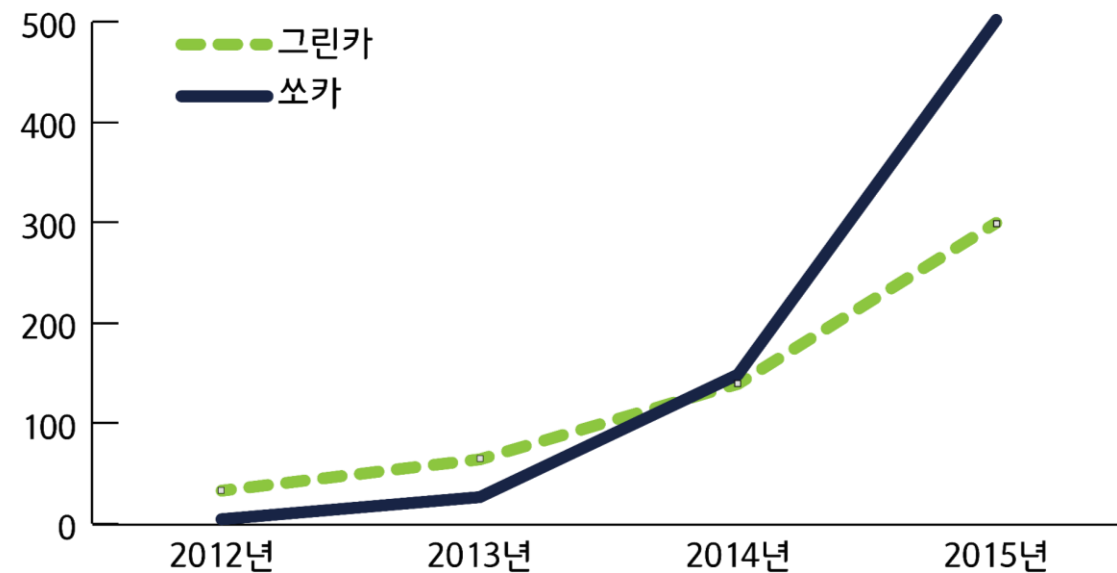
지속적 경쟁력 확보는 어려움

경쟁사와 서비스 차별화 x

	쏘카	그린카	딜카
부름	0	X	0
편도	0	0	0
보험료	0	0	0
흡연	X	X	X
청소용품	0	0	0
주기적 세차	0	0	0
주기적 차량점검	0	0	0
고객센터	24시간	24시간	24시간

아직 불안정한 시장상황

단위 : 억 원



부정적 이슈가 많았던 쏘카

경영일선에 복귀한 벤처 1세대 상징 이재웅... 다음 신화에서 쏘카까지
IT동아 (보도자료) - 2018. 7. 26.
지난 4월 자정공유(카셰어링) 서비스 '쏘카'의 신임 대표이사를 맡으며 10년만에 경영
일선에 복귀한데 이어, 7월 유망 스타트업인 VCNC를 인수해 ...

2017. 8. 23. - 카세어링업체 소카가 알인을 정보를 과장해서 제공했다가 공정거래위원회 ... 이와 관련
해, 소카는 지난해 7월부터 12월까지 홈페이지를 통해 자량 ...

[단독] 카세이엠 외자 소각의 외자율이 70%를 넘어선 이유
 허평호포스트 - 2017. 11. 29.
 소각는 국내 제일의 카세이엠 O2O 스타트업이다. 2016년 기준 자본금은 18억 4,900만원, 매출은 900억여원에 이른다. 국민연금 및 고용보험 납부 ...
 소각 직원 외자율 70.3%, 직원들 속사 외화 불거져
 한국스포츠클럽 - 2017. 11. 29.
 모두 보기

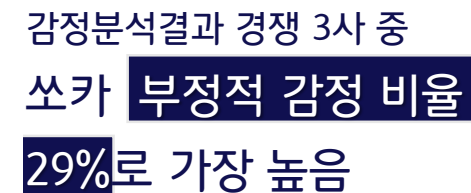
2018. 2. 13. - 느닷없이 걸려온 쓰카 상담원과의 전화 통화에서 사고 여부를 주궁 당했던 ... 상담원의 태도는 혹시 사고가 있었는지 물어보는 게 아니라, '네가 범인 ...'

지정경제신문 | 매콘뉴스 - 2018. 8. 2.
신한카드가 쏘카(SOCAR) 이용시 결제금액의 30% 할인해주는 신한카드를 내놔. ...
보도자료 및 기사제보 press@meconomynews.com

소비자들의 부정적 인식



출처 : 네이버 광고 '쏘카', '그린카', '카셰어링' 연관검색어 검색, 검색기간 : 2018. 08. 14



출처 : 소상공인시장진흥공단, 검색어: 쏘카, 검색기간: 2018.5.7~2018.8.7

2. 분석내용 > ① 자사분석

PLAY STORE 부정어 분석 결과

부정어	빈도
짜증	135
불편	93
불만	76
에러	72
비쌘	68
지저분	64
최악	61
바가지	59
탈퇴	37
삭제	36
없음	34
문제	32
잘못	30
별로	28
개선	27
불안	23
패널티	23
부담	20
불친절	15
복잡	14
답답	13
힘들다	13
차 부족	11
포기	11

불편 / 비쌘 / 바가지 /
불안 / 포기



출처: Google Play Store 쏘카 어플 후기 3461 건, 2018.08.07

2. 분석내용 > ① 자사분석

사람들은 불안 하다

출처: Google Play Store 쏘카 어플 후기 3461 건, 2018.08.07

개인정보

차 상태

이용 가격

사고처리비용

가입시 요구하는 정보 많음

사고처리비용 짐작 불가능

제가 주로 다니는 지역에 쏘카 있나 보고 결정하려 했는데 **면허증과 결제카드를 먼저 등록 하라네요?** 아니 그런 귀찮은 절차는 차량을 빌릴 때 해도 되는 거 아니가요? 처음부터 **불편**한 게 이용하는 내 내 속 터지겠어요.

사용시 청결 상태
+ 자신이 덤터기

최종 청구 요금 짐작 어려움

원래 차 안에 있던 쓰레기들 신경 안쓰고 타고 반납했더니 **패널티** 금액이라면서 벌금 내라고 개박달함. 확인이나 제대로 해야지 진짜 **날강도**들. 내가 한 것도 아닌데 참 황당하고 그 뒤로 이용 안함.

처음으로 차를 기분 좋게 빌렸는데 **흠집이 많아서 불안**하네요.

주행요금을 **킬로당 180원** 내야하는 것은 **알려주지도 않았음**. 주행요금을 따로 계산 하여야하고 그렇게 **비싸게** 나온 것인줄 알았으면 절대로 쏘카를 안썼을 것임.

차 사고가 나서 처리하는데 제가 전화를 해서 물어봐도 정확히 모르고 '그냥 얼마 내시면 됩니다.'가 다였다. 심지어 수리내역서도 주지도 않는다. **신용이 안가는 곳** 인거 같다.

소비자들의 구매 전 상품 검증 필요성 인식

각종 파문 발생

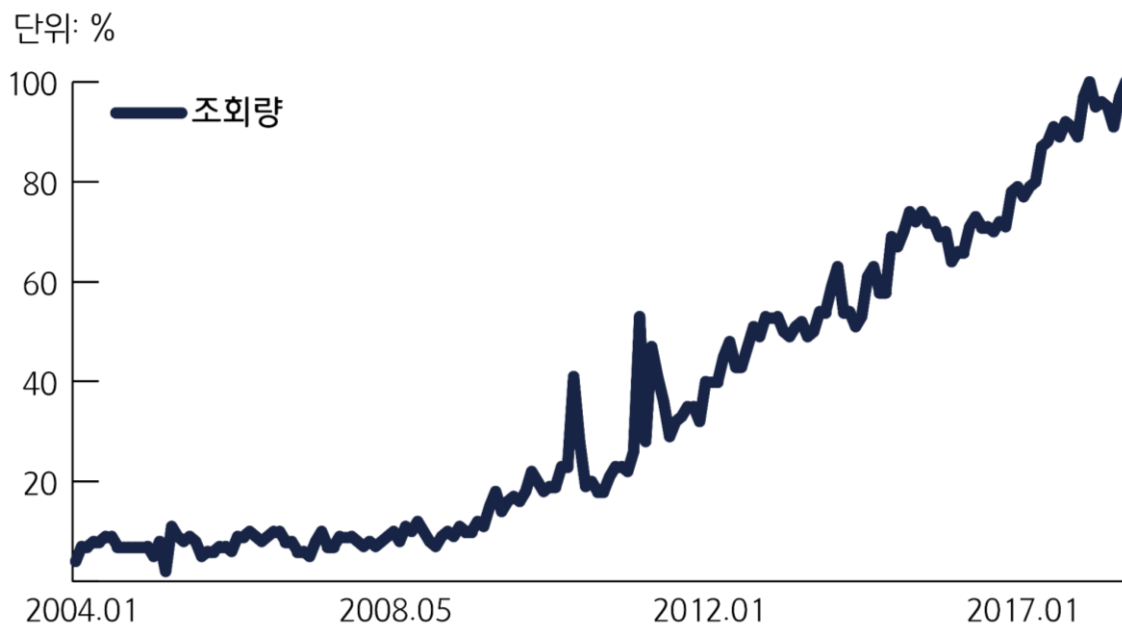


성분분석서비스 앱 출시



구매 전 상품 검증 실시하는 소비자 증가

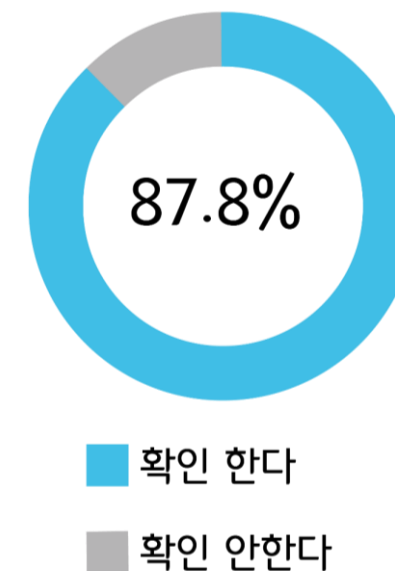
후기 검색량 증가



출처: 구글 트렌드 검색어 '후기'에 대한 조회량 (Y좌표의 수치: 검색량 100으로 환산)

2004년부터 꾸준히 '후기'에 대한 검색량 상승 중

구매 전 다수 소비자 후기 확인



출처: 2017 소비자 리뷰 영향력 조사, 트렌드 모니터, 기간: 2017.07.24 - 2017.07.27

87.8%의 온라인 소비자가 후기 확인 후 구매 진행

각종 파문 발생

성분분석서비스 앱 출시 증가

후기 검색량 증가

다수 소비자가 구매 전 후기 확인

소비자트렌드

포비아워칭소비자

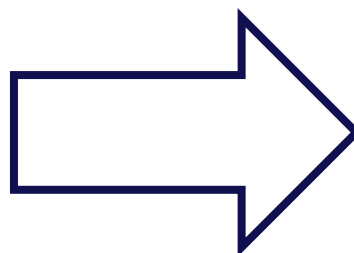
“구매 전 꼼꼼하게 검증하고 싶은 소비자”



차가 필요할 때
타면된다쏘카

대한민국 1등 카셰어링

기존 광고 컨셉
: 언제나 어디서나



쏘카
안심 하나
추가요~

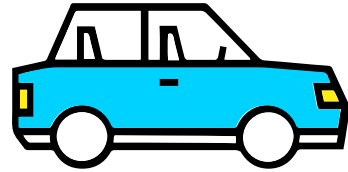
새로운 광고 컨셉
: **안심하고** 이용하자

쏘카의 현재 마케팅 오로지 여행뿐

소비자 니즈를 반영하지 못함



쏘카 공식 인스타그램 크롤링, python, 654건 분석



STEP 1.

**불안 요소를 제거할 수
있는 서비스 개선사항**

STEP 2.

**주 이용층 20대 타겟
IMC 확산 전략**

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

회원가입 후



< 회원가입

1 기본단계 2 필수단계 3 면허/결제정보

이름 이름을 입력해주세요
반드시 실명을 입력해주세요

이메일 your@email.com

휴대폰 휴대폰번호를 입력해주세요

비밀번호 비밀번호를 입력해주세요

재입력 비밀번호를 재입력해주세요

☐ 약관 및 개인정보수집/이용에 동의합니다.

< 예약확인

미니클럽맨
대여시간 4시간

대여정보

차종	미니클럽맨 · 휘발유	>
대여일	2018.08.21 화 21:10	>
반납일	2018.08.22 수 01:10	>

부름 요청지

대여지 서울 동작구 흑석동 339

주차 공간을 하나만 선택해주세요 (필수)

< 회원가입

1 기본단계 2 필수단계 3 면허/결제정보

운전면허 쓰카 드라이브를 위한 필수조건!

☐ 운전면허 다음에 입력하기

면허종류(1) 1종 보통 ▾

면허번호(2) ☒ 지역 ☐ 숫자(ex:11,12...)
서울 00-000000-00

갱신기간(3) 2030년 ▾ 01월 ▾ 01일 ▾

발급일(4) 2015년 ▾ 01월 ▾ 01일 ▾

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

회원가입 후



가입할때는
기본단계만!

예약 확인후

예약확인



미니클럽맨
대여시간 4시간

대여정보

차종	미니클럽맨 · 휘발유	>
대여일	2018.08.21 화 21:10	>
반납일	2018.08.22 수 01:10	>

부름 요청지

대여지 서울 동작구 흑석동 339

주차 공간을 하나만 선택해주세요 (필수)

면허증
입력

면허종류(1)

모든

면허번호(2)

지역

숫자(ex:11,12...)

서울

00-000000-00

갱신기간(3)

2030년

01월

01일

발급일(4)

2015년

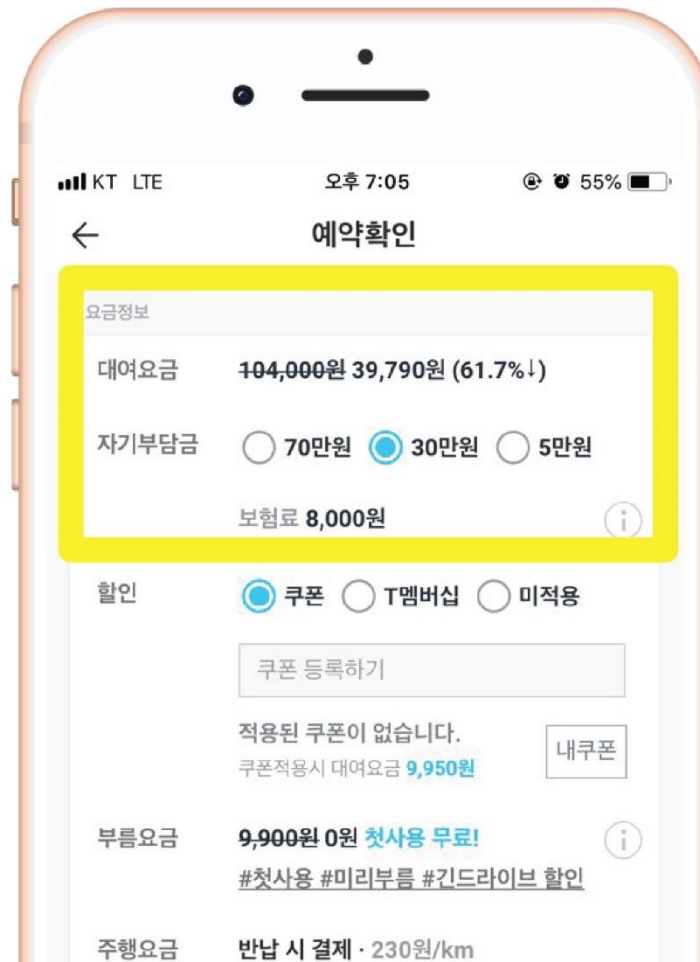
01월

01일

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

이용요금 전

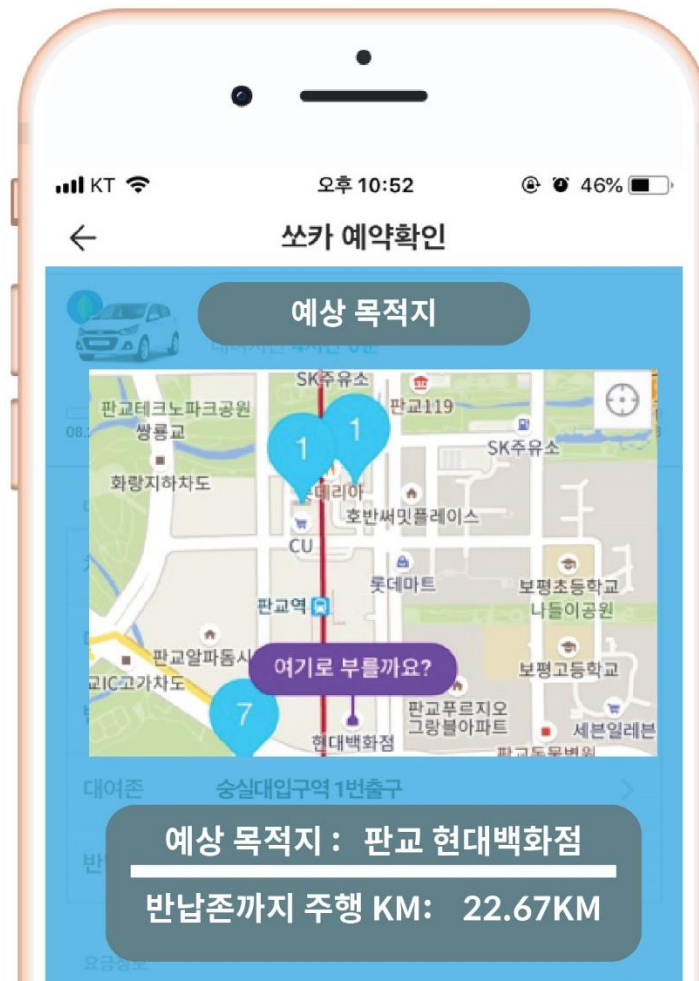
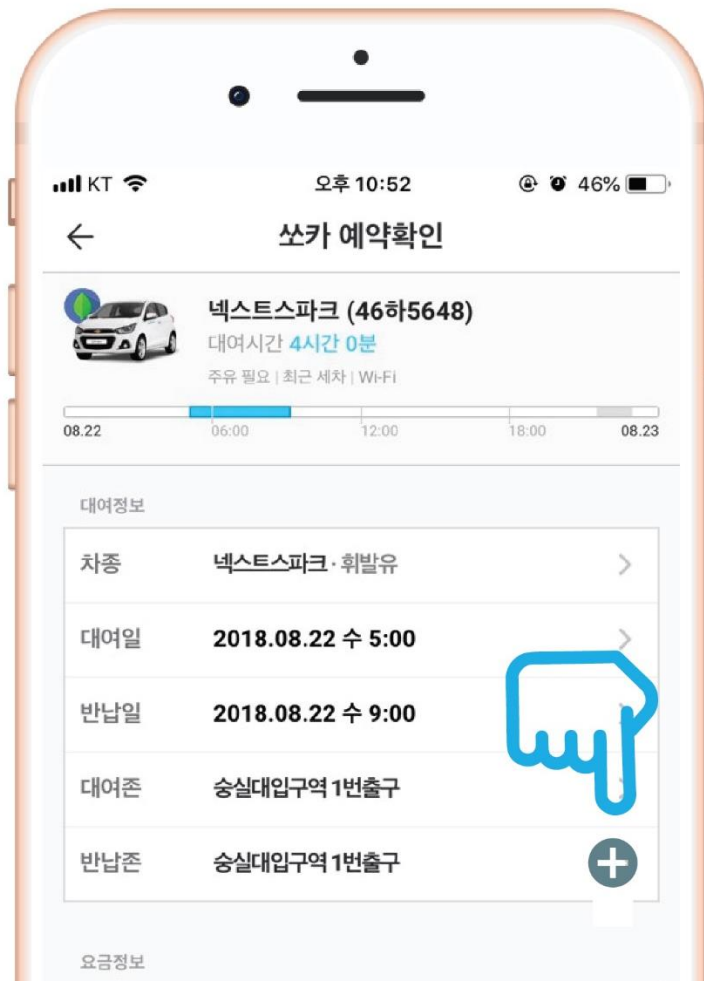
모든 주행이
끝난 후



대여요금만
명시

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

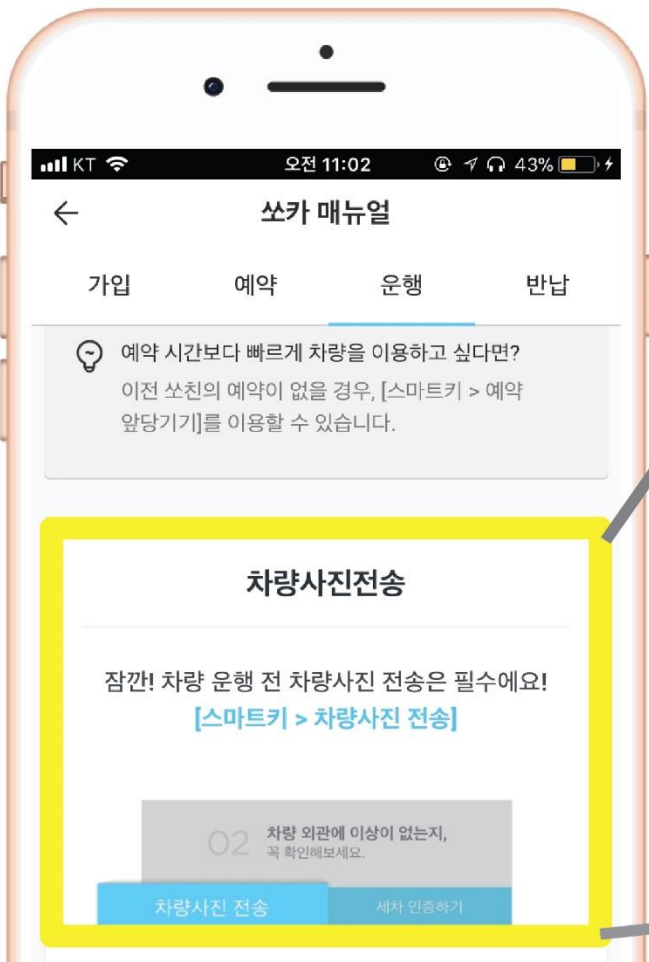
이용요금 후



3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

차상태 전

사용자는 차 사용
후 차량상태에 대해
더이상 신경
쓰지 않음



차량사진전송

잠깐! 차량 운행 전 차량사진 전송은 필수예요!
[스마트키 > 차량사진 전송]

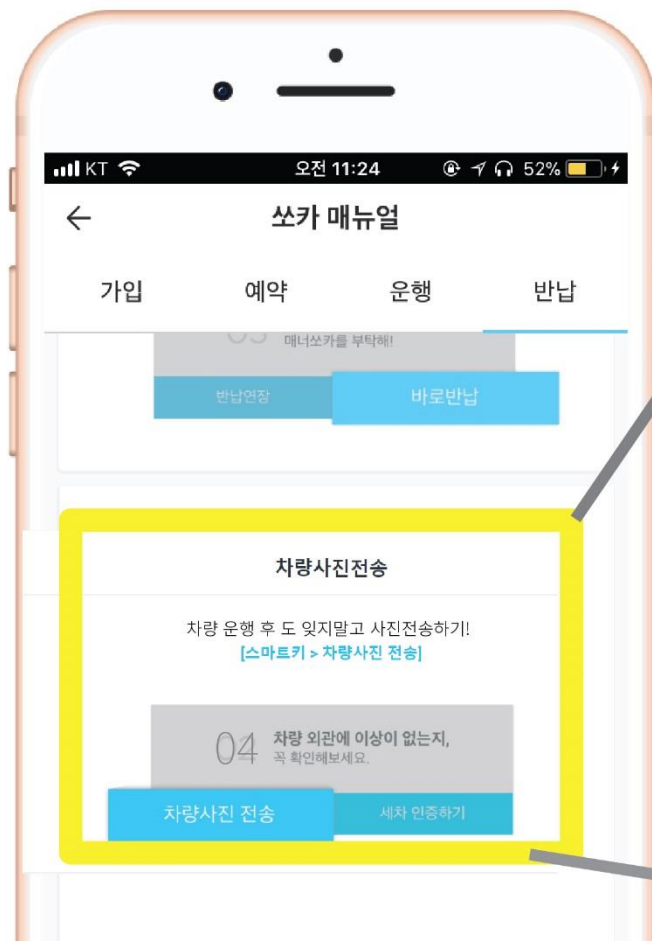
02 차량 외관에 이상이 없는지,
꼭 확인해보세요.

차량사진 전송

세차 인증하기

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

차상태 후



사용자의 책임감을
위한 차량 운행 후
차량사진
전송 의무화

차량사진전송

차량 운행 후 도 잊지말고 사진전송하기!
[스마트키 > 차량사진 전송]

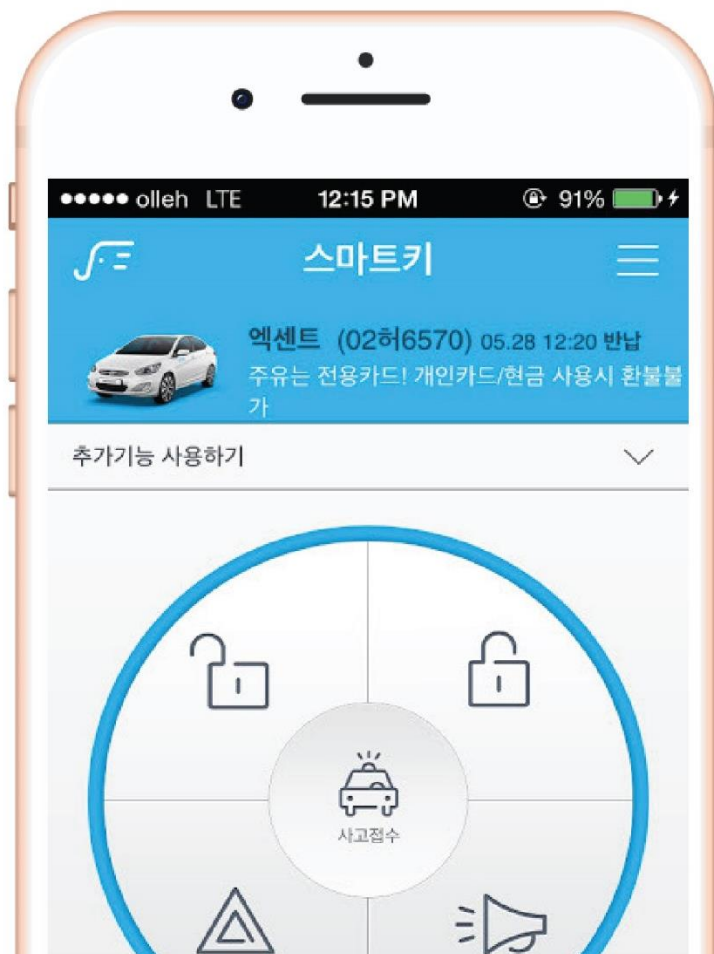
04 차량 외관에 이상이 없는지,
꼭 확인해보세요.

차량사진 전송

세차 인증하기

3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

사고처리 전



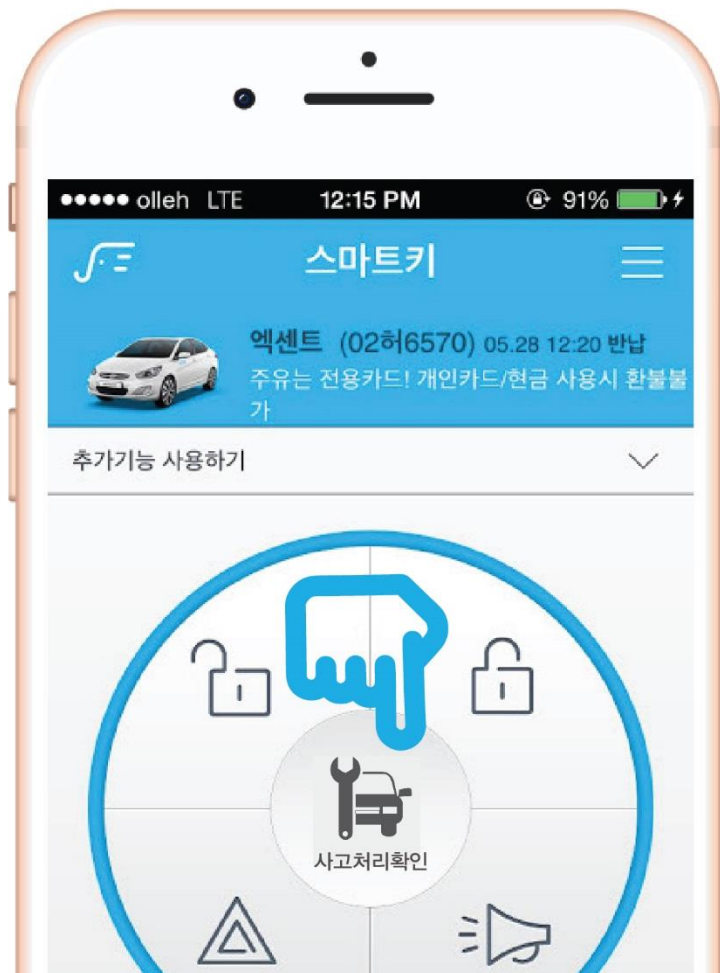
사고 접수 후
담당자와 전화

일정시간 뒤
견적과
청구금액 전달



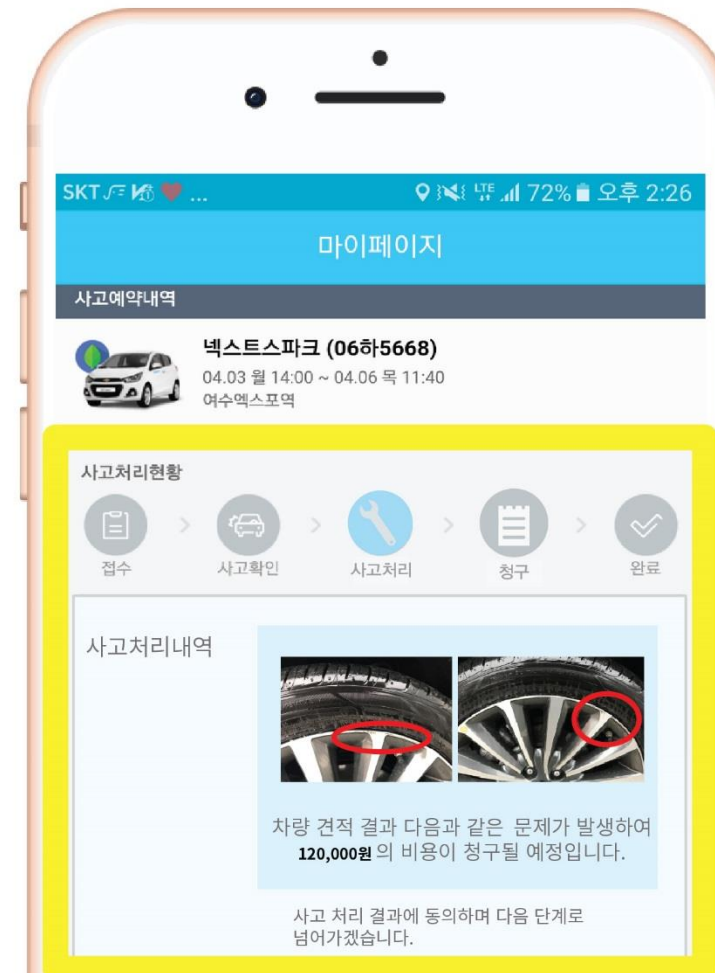
3. 전략제안 > ① 서비스 개선사항

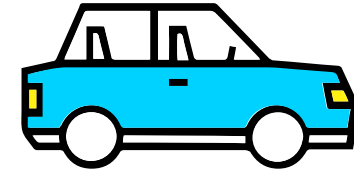
사고처리 후



사고 접수 후
사고처리확인 가능

사고처리내역
확인 및 동의 후
청구 요청





STEP 1.

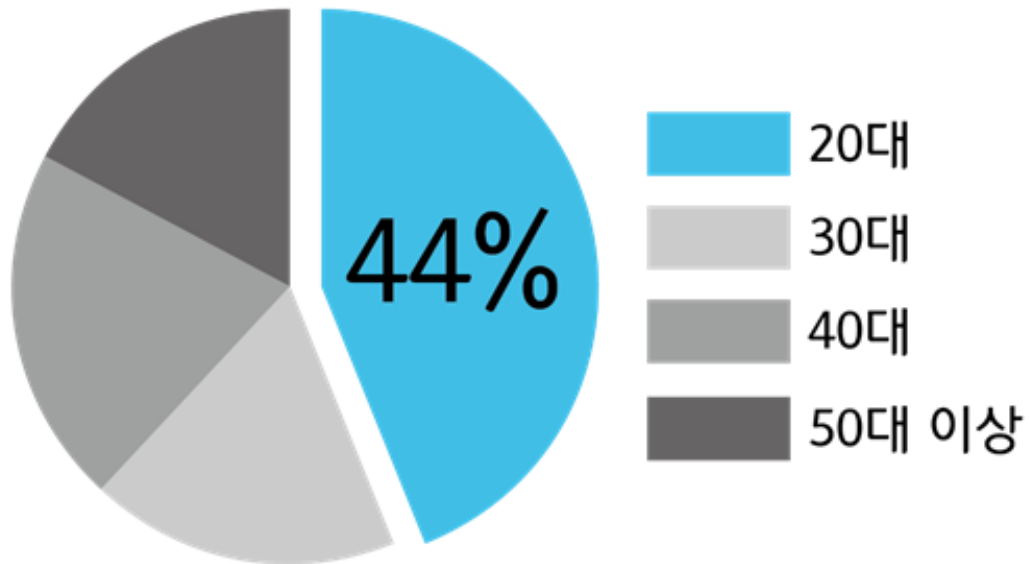
**불안 요소를 제거할 수
있는 서비스 개선사항**

STEP 2.

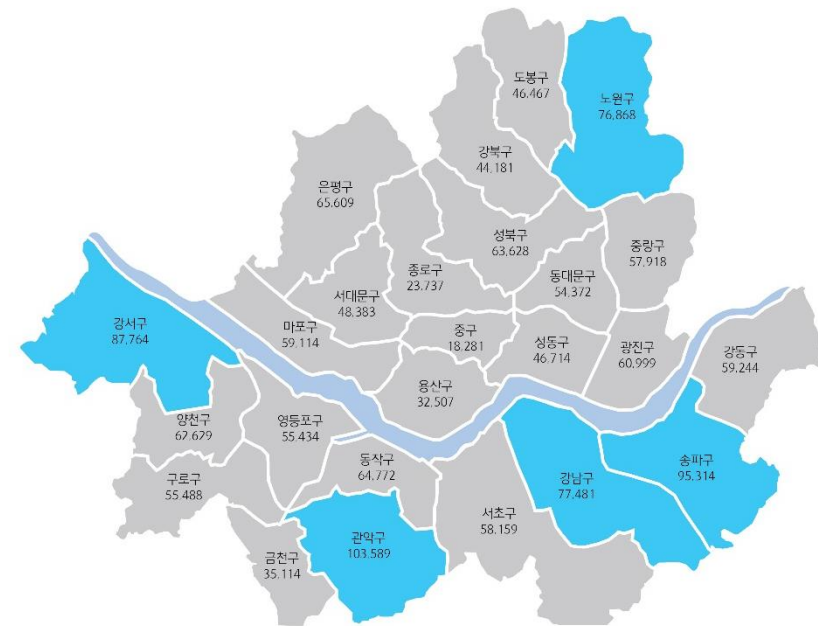
**주 이용층 20대 타겟
IMC 확산 전략**

쏘카의 주요 고객층인 20대가 많이 거주하는 지역 선정

쏘카 주요 이용층



서울시 구별 20대 인구



쏘카 안심 하나 추가요 ~

차량 사용 전후
사진 전송 의무화



쏘카 안심 하나 추가요 ~

사고 견적 결과
동의후 사고처리 진행



실행방향

20대가 등하고, 출퇴근 시에 높은 빈도로 이용하는 버스 차량 외부, 버스 정류장, 지하철 역 내 옥외광고를 실시

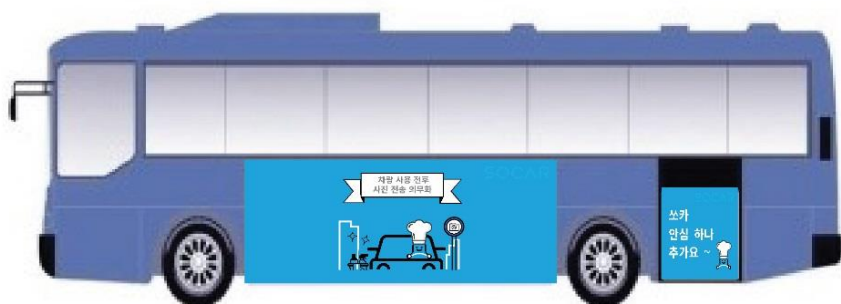
기대효과

쏘카 서비스의 4가지 개선방향인 회원가입, 차 상태 사진 점검, 이용요금, 사고처리과정을 이용자에게 확인시킴

“쏘카 안심 하나 추가요” 라는 워딩을 통해 이용자에게 개선 된 점을 인지시켜 그들이 보다 더 안심하고 “쏘카” 를 이용하도록 함

버스 차량 외관에 쏘카 광고 실시

[차도면]



[인도면]



쏘카
안심 하나
추가요 ~



차량 사용 전후
사진 전송 의무화



쏘카
안심 하나
추가요 ~



버스 정류장과 지하철 역 내 옥외광고 실시



쏘카 안심 하나 추가요~

요약

상황 : 한국 카셰어링 시장의 증가 및 쏘카 규모의 증가.

자사 : 경쟁사와의 차별적인 서비스 부재, 변동가능한 시장의 특성상 지속적 경쟁우위 확보가 어려운 쏘카.

문제제기 : 부정적인 기사, 소비자들의 부정적인 인식, 연관검색어 부재 등 계속 해서 쏘카가 선두 브랜드를 유지할 수 있을지에 대한 의문.

분석 : 자사인 쏘카가 어플로 이용된 것을 감안, 구글 앱 스토어의 후기를 분석하여 실제 어떤 부정적인 인식을 가지고 있는지를 파악.

컨셉도출 : 그들의 문제점을 “불안” 이라는 요소로 묶어 사용자에게 “안심” 할 수 있는 확신을 주자는 컨셉을 도출.

전략제안 : 인스타그램 분석을 통하여 현재 “쏘카” 의 여행으로만 치우쳐진 마케팅 방향을 우리의 컨셉방향으로 바꾸는 것을 제안.

솔루션 step 1 : 서비스적인 부분 4가지 개선

솔루션 step 2 : 주 사용자 20대의 상위 거주지역 분석 후 해당 지역에 사용빈도가 높은 버스, 지하철에 옥외광고를 통하여 마케팅 확산을 기대.

결론



쏘카는 ‘불안’하다



개인정보는 원할 때 등록
차량 예약 시 주행요금 함께 명시
반납 시 차량 사진 전송 의무화
차량 사고 처리 시 모든 과정을 이용자에게 전송

기대효과

경제적 기대효과

- 소비자들의 불만 해소를 통한 **탈퇴자 감소** 유도
- 새로운 내용의 IMC를 통한 **회원 유치**
- 소비자 차량 이용 후 책임감 부여를 통한 **차 상태 유지** 개선

사회적 기대효과

- 브랜드 **이미지 개선**
- 소비자들의 **불만 해소**
- 카셰어링의 **대중화**

역할 분담

	데이터 분석 및 아이디어 도출	보고서 및 시각화
강 석 호	데이터 전처리(R), 소비자 트렌드 분석, 서비스 개선 아이디어 도출, 자사 분석(리뷰 분석)	데이터 시각화(illustrator, excel, powerpoint)
김 준 수	상황분석 자료 조사, 문제 제기 연관검색어 조사, 워딩 아이디어 도출, imc전략 아이디어 도출	데이터 시각화(illustrator, excel, powerpoint)
이 유 경	크롤링 및 워드클라우드(python), 자사 분석(리뷰 분석), 워딩 아이디어 도출, imc전략 아이디어 도출	데이터 시각화(python, illustrator, powerpoint)
조 윤 민	문제 제기 2차 자료조사 및 감정분석 조사, 컨셉도출, 서비스개선 아이디어 도출	데이터 시각화(R, illustrator, excel, powerpoint)
최 진 영	데이터 전처리(R), 소비자 트렌드 분석, 컨셉 도출, 서비스 개선 아이디어 도출	데이터 시각화(illustrator, excel, powerpoint)



SOCAR

감사합니다