

<< 1.사업개요 >>

1. 사업배경 & 시장조사

(별밤, 다모토리, : 체인점 감주)

(상점 하나 선정해서 가능?)

1) 술집에서 노래 선택 불가

- 흥을 돋구는 가장 중요한 요소인 노래를 선정 할 수 없음
- 선정할수 있더라도 아날로그적인 방법을 사용해야 사용자 경험상 좋지 않음
- 새로운 서비스 마케팅으로 성장가능성

2) 술집 인원 전체가 함께 놀 수 있는 서비스 체계 갖추어져 있지 않음

- 낮가림이 심한 사람들은 놀기 어려움
- 새로운 서비스 체계 갖추어지지 않음

2. 아이디어:

새로운 소통 서비스 > 새로운 경험 창출을 통한 마케팅

- 1) 듣고 싶은 음원 like
- 2) 다른 테이블과의 원활한 대화

3. 사업목표:

새로운 서비스 경험을 통한 마케팅 활성화 > 수익 증대

4. 기대효과:

- 1) 함께 참여하며 선곡 > 즐거운 경험 선사
- 2) 듣고 싶은 노래 들을 수 있음 > 만족감
- 3) 이벤트를 통한 선물 > 재 방문 효과

<< 2.현황분석 >>

1. 경쟁사 분석:

술집에서 게임할 수 있는 시스템

유사 서비스 존재 (아날로그)

1.유사 서비스 (종업원에게 말하는 방식)

기능: 종업원에게 말로 부탁하는 방식

강점(strength):

편리함

약점(weakness):

누락될 가능성이 높음

실현 될 가능성이 희박함

2. 유사 서비스 (종업원에게 적어서 주는 방식)

기능: 종업원에게 쪽지로 부탁하는 방식 (적고 두고가는 방법)

강점(strength):

시끄러운 공간에서 정확한 정보를 전달할수있음

약점(weakness):

누락되었을시 기분 나쁨

글씨를 정확히 써야함

2. 고객분석

고객1 : 노래를 들으러 감주를 온 사람

1) 특징:

- 노래를 들으면서 술먹기 좋아함, 춤추기 좋아함
- 좋아하는 노래가 확실히 정해져 있음
- 노래에 민감함

2) 니즈:

- 좋아하는 노래를 감주에서 듣고싶음
- 좋아하는 노래 선곡 할 수 있는 시스템

고객2 : 이성을 만나러 감주를 온 사람

1) 특징:

- 노래에 민감하지 않음
- 이성을 만나기 위해 감주에 옴 (합석)
- 낮가림이 심한 경우 상당한 어려움을 겪음

2) 니즈:

- 내가 직접 말하지 않고 다른사람에게 말 걸 수 있는 시스템
- 다른사람과 재미있게 대화 할 수 있는 시스템

고객3 : 업주

1) 특징:

- 음원사이트에서 주관적으로 틀고싶은 노래 틀음
- 손님을 대략적으로 파악해서 노래를 틀음

2) 니즈:

- 손님이 원하는 노래 선호도 데이터
- 많은 손님이 오기를 바람
- 다른 술집과 차별화된 서비스

<< 3.포지셔닝 >>

1. 고객선정:

핵심고객: 업주, 이성을 만나러 온 사람

서브고객: 노래를 들으러 온 사람

<< 4.서비스 기획 및 설계/서비스전략 >>

1. 서비스 구성:

**이미지 참고

2. 서비스 컨셉:

새로운 술집 서비스 시스템

3. 고객가치:

새로운 경험을 통한 즐거움

4. 핵심역량:

아직 제공되지 않은 서비스로 경쟁사가 없음

5. 수익모델:

마케팅 활성화로 인한 매출 증가