포텐셜 에너지 인투 키네틱 에너지!!

안녕하십니까 팀 픽의 발표를 맡게 된 발표자 박의민이라고 합니다

저희 조는 이번 프로젝트를 맞이해 당신을 위한 맥주 추천 사이트라는 주제로 프로젝트를 수행하였습니다

이번 발표의 전체적인 흐름은 다음과 같습니다

주제 선정에 대한 배경, 프로젝트에 대한 설계, 개발과정, 그 후에 시연 영상을 함께 보시고 저희의 프로젝트를 통한 기대효과와 발전 방향 대해 말해보는 시간을 갖도록 하겠습니다

먼저 제안 배경부터 말씀드리겠습니다.

코로나 19의 유행으로 정부차원에서 거리두기가 시행되고 사람들의 인식 또한 점포에서 음주를 함으로 발생할 수 있는 코로나 감염이라는 위험 부담을 감수하기보다 집에서 음주를 즐기는 이른바 홈술이라는 것이 주류 트렌드로 자리잡게 되었습니다.

그래프를 보시겠습니다. 코로나 19 이전에도 집에서 음주를 즐기는 비율이 가장 높긴 하였으나 코로나 19 유행 이후 음주를 하는 장소로 집이 87퍼센트로 높은 비율을 차지하고 있는 것을 보실 수 있습니다.

그렇다면 요새 트렌드로 자리잡고 있는 홈술 또는 혼술에서는 어떤 주류가 선호도가 높을까요?

그래프에서 확인하실 수 있는 것처럼 맥주가 71퍼센트의 높은 비율로 혼술용 주류로 선호된다는 것을 보실 수 있습니다.

맥주는 사실 2018년 전까지만 하더라도 그들만의 리그로 해외 맥주가 주를 이루던 상황이었습니다. 그 이유는 주류세 때문이었는데요. 주류세로 인해 국내 맥주가 해외 맥주보다 비싸게 팔리는 아이러니한 상황이었습니다. 하지만 주류세 개편으로 국내 맥주도 경쟁력을 갖게 되었고 이에 더해 주류에 oem 즉, 위탁 제조를 허용함으로 국내 맥주 시장은 급격하게 성장하게 되어 현재 국내에서는 600여종에 달하는 국내외 맥주가 유통되고 있는 상황입니다. 맥주의 다양화는 소비자들이 어떤 맥주를 선택해야 할지 고민하게 만들었고 소비자의 취향을 다양화시키는 계기가 되었습니다.

물가상승도 소비자의 선택에 영향을 미쳤는데요. 물가상승으로 인한 소비부담은 소비자들로 하여금 맥주 한 캔을 사더라도 후회 없는 선택을 하려고 하는 소비심리를 더 강하게 만들었습니다.

이건 카페에 올라온 글들을 몇 개 캡처한 것인데요. 맥주는 이처럼 술을 자주 마시지 않는 사람들도 쉽게 찾는 주류인데요. 이런 소비자들은 맥주에 대해 잘 모르기 때문에 선택에 더 어려움을 느낄 수가 있습니다. 저희는 이처럼 맥주에 대해 잘 알지는 못하지만 고단한 하루의 마무리로 맥주 한 캔을 선택하는 소비자들을 타겟으로 설정하였습니다.

저희는 총 6개의 페이지로 홈페이지를 구성하였습니다. 첫 번째로는 메인으로 뜰 홈 페이지

두 번째는 회원의 취향을 고려한 맥주에 대한 정보를 제공하는 페이지,

3가지 분류와 검색어를 통해 맥주 정보를 검색할 수 있는 search페이지

각종 공지사항이나 이벤트 정보를 띄워줄 notice페이지

회원이 자신의 각종 정보를 관리할 수 있는 페이지로 구성하였습니다.

각 페이지를 한번 짚어보겠습니다.

처음 저희의 사이트에 접속을 하게 되면 왼쪽에 보이는 페이지로 연결이 될 것입니다. 여기서 사진을 클릭하면 구글 api를 활용한 지도가 뜨고 맥주 제조 국가별로 마커를 찍어 마커를 클릭하면 그 국가에서 생산되는 맥주 정보를 확인할 수 있습니다.

info 페이지에서는 회원가입 시에 받게 되는 회원의 취향을 기반으로 그것과 매칭되는 맥주를 랜덤으로 3가지 추천해주게 됩니다.

info 페이지에서 고객의 취향을 반영하기 위해서 회원가입 페이지에서 aroma, from, taste란에서 취향을 수집하게 되는데 aroma는 맥주의 향, from은 국내와 해외를 구분하고, taste에서는 맥주의 맛을 뜻합니다.

search 페이지에서는 beer info와는 별개로 3가지의 분류와 검색어를 통해 각 조건에 부합하는 맥주 정보를 검색할 수 있습니다.

Review는 맥주에 대한 후기를 고객들이 남길 수 있는 페이지로 저희 쪽에서 제공되는 정보 외에 회원들이 느낀 주관적인 평가를 회원들끼리 공유할 수 있는 페이지입니다.

Notice 페이지에서는 각종 공지사항이나 이벤트 정보를 게시하는 페이지로 사용됩니다.

Mypage는 회원가입을 한 회원이 자신의 각종 정보를 확인하고 수정할 수 있는 페이지입니다.

저희는 이와 같은 기능들을 구현하기 위해

기대효과

1. 고객의 니즈 충족

앞서 말씀드렸듯이 현재 국내에서 유통되고 있는 국내외 맥주의 종류는 600여가지에 달합니다. 하지만 이토록 다양한 맥주에 대한 정보를 얻을 수 있는 수단은 개인 블로그 포스팅 글 정도 밖에 존재하지 않는 상황입니다. 이러한 문제를 저희가 제공하는 서비스를 통해 접근성이 떨어지는 다양한 맥주의 정보를 제공함으로써 다양한 취향을 가진 고객들의 니즈를 충족시킬 수 있습니다.

1. 마케팅 수단

충분한 경쟁력을 가지고 있음에도 마케팅이 어렵거나 부담을 가지고 있는 맥주 기업들이 저희 서비스를 통해 자신들의 맥주를 알리고 홍보할 수 있는 창구가 될 수 있습니다.

1. B2B

제안 배경에서 말씀드린 것처럼 현재 맥주에도 위탁 생산이 허용된 상황에서 맥주 제조 시설과 연계함으로 유휴 상태에 있는 맥주 제조 시설과 자격은 있으나 맥주 제조 시설을 가지지 못한 사업자들을 연계해 줌으로 바이어와 바이어 간에 거래를 활성화시킬 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

1. 데이터 수집

요즘은 데이터가 힘이 되는 세상이라 생각합니다.

그래서 수집 되는 데이터를 계획적으로 발전 시켜 데이터 자체로써 가치를 가질 수 있게 하고자 합니다.

현재 가입시 수집되는 회원들의 취향 데이터와 평소 자주 검색하는 데이터를 바탕으로 단순하게는 1차적으로 많은 사람들이 즐기거나 관심 갖는 인기 맥주 종류 자체를 분석 파악하여 생산자나 유통사와 연계를 도모해 볼 수 있을거라 생각합니다

단순 검색도 시기(계절), 날씨, 시간대, 연령, 성별 등으로 분석하여 타겟층을 구체화할 계획입니다,

더 나아가 기술적으로 gps기능과 접목시켜 좀 더 데이터를 구체화 시키고 싶은 계획이 있습니다.

어떤 특징이 드러나는 지역 예를 들어 1인 가구가 많이 사는 지역이나 직업적 특성이 크게 두드러지는 지역 또는 캠프, 여행지와 같이 목적성이 강한 장소 등에서 검색되는 데이터는 다른 곳과의 차이점을 보일것이라고 예측해 보았습니다.

그런 부분을 분석해 그 주변 맥주 관련 사업 준비하는 사업장, 구체적인 예로 수제 맥주집 예비 창업주 같은 맥주 관련 사업주들에게 우리의 데이터가 제공, 거래 될 수도 있다는 기대를 해 봅니다.