# Down-to-Earth Personal History Maker by Team Jigooin

지구인 1 임새연, 지구인 2 김은결, 지구인 3 변은아



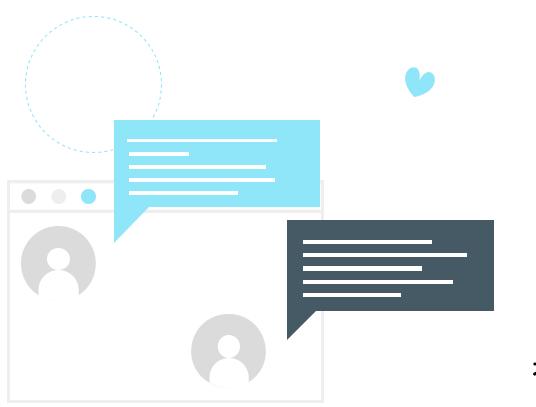


**01** 동기 및 목표

**02** 타겟 분석 **03** 경쟁 분석 **04** 서비스 소개

**05** BC 분석 **06** 홍보 전략 **07** 기대 효과





01

## 동기 및 목표

기존 SNS 문제점 파악과 건강하고 새로운 SNS 제안

#### 인스타그램이 준 피해 90 1 일상

2년 전 | 조회 2540 | 🖒 12

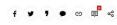
1. 보여주기식 삶에 미쳐서 '인스타그램에 올려야지' 하는 명분으로 쓸데없는 소비가 생김

- 2. 친목질에 익숙해져서 친목질 안 하면 나만 왕따 같음
- 3. 좋아요 수 적으면 내 매력도 적은 것 같고, 댓글 안 달리면 속상하고 신경쓰임
- 4. 인기 많은 사람의 스토리에 한 번이라도 언급되려고 쓸데없이 시간 낭비함 (갑자기 장문 카톡을 보낸다고)
- 5. 남의 하이라이트를 보면서 내 자신을 깎아내리느라 점점 심해지는 자기혐오 + 피해의식 + 낮은 자존감
- 6. 시간낭비인 걸 알지만 세상에 혼자 남았다라는 기분이 들어서 인스타를 못 끊고 있어



#### 인스타 <mark>'좋아요"가 이렇게 건강에 해롭다니</mark>

김경민기자 | 일력 2021.03.04 12.46 호수 2647





좋은 풍경을 보면 사진 찍어 언스타그램에 올리고 싶어지며 사진과 함께 올릴 문구부터 생각하는 당신, 수시 보스 설마디어에 들어가 다른 사람들은 어떻게 살고 있는지, 내가 올린 게시물인 "좋아요"가 몇 개 불렀는지 확인하여 많이 놓이곤 하진 않는지,

#### '소통의 장' SNS가 '디지털 쓰레기통' 된 까닭

A. 박살만 기자 : ② 입력 2021.07.22 16:52 : 등 댓글 0



'소통의 장으로 우리에게 잘 걸려진 '소설네트워크서비스(BMS)'가 약성댓글과 비방, 하위사실 유로, 병의 등으로 얼룩지고 있다. 제공가들은 이에 대한 대비핵이 필요할 것으로 지적하다 / 그래픽-박설위 기자

하지만 SNS가 빠르 시간 내에 발전한 마르 이에 따르 부작으로 급격히 증가하고 있다. SNS의 저 뒤편에서는 인종차 별 악성댓글,학교폭력 등 사회적 문제가 발생하고 있기 때문이다.

#### ◇ 인종차별부터 디지털 성범죄까지...

일단 SNS에서 발생하는 가장 흔한 문제점은 '비방 및 악성댓글'이 범람한다는 점이다. 실제로 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 대표적인 SNS를 살펴보면 심각한 인격모독, 젠더갈등을 유발하는 게시물, 인종차별성 댓글을 쉽게 찾아볼 수 있다.

지난 6월부터 이달까지 진행된 '2020 유럽축구선수권대회 (EURO 2020)'가 대표적 사례 중 하나라고 할 수 있겠다. 지난 11일 치러진 결승전에서 흑인 잉글랜드 축구팀 선수가 승부차기에서 실축하는 바람에 잉글랜드가 우승을 놓치 자 성난 축구팬들은 해당 선수의 트위터 계정에 무차별적으로 인종차별적 발언을 쏟아냈다.

이에 트위터 측은 해당 선수들에 대한 인종차별적 트윗 약 1,000여개를 삭제하고, 해당 게시물을 올린 계정 다수를 영 구정지 시킨 상태다. 페이스북도 트위터와 마찬가지로 인종차별적 게시물이 올라올 시 즉각적인 삭제 조치를 진행 중 이다.

[ 현 시점 가장 성공한 SNS, Instagram 🗿 ]

- 📍 피드, 스토리, 릴스 구성
- ♥ 사진, 동영상 중심 SNS
- 📍 자체 카메라 필터 및 간단한 동영상 편집 기능 탑재
- 📍 개인 피드 조성 가능
- ♥ 무분별한 광고 게시물 다수
- ♥ 무작위성 동영상(릴스) 로 도파민 중독 등 사회 문제에 일조
- 📍 선택적 업로드로 현실 왜곡 및 박탈감 조성
- 📍 명시적인 '좋아요' 카운트









#### [일상기록SNS, BeReal BeReal ]

- ♥ 알람이 뜨면 2분 내에 카메라로 사진을 촬영해서 업로드
- ♥ 사진을 업로드하지 않으면 다른 사용자의 게시물을 볼 수 없음
- ♥ 꾸밈 없고 거짓 없는 피드
- ♥ 단순하고 반복적인 게시물이 생성될 가능성 존재
- ♥ 메신저 등의 부가 기능 없음

#### BeReal. Real한 당신의 친구들

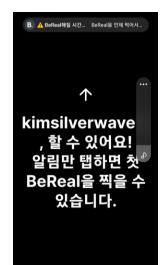


















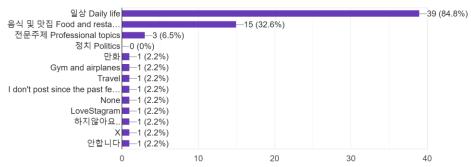


#### [ 기존 SNS의 문제점 ]

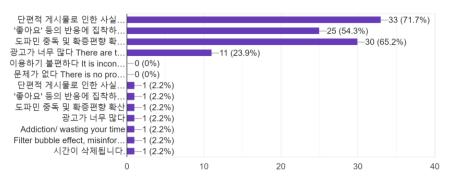
- ♥ 내가 아닌 남을 바라보는 타인 중심 매체
- 📍 진솔한 일상의 공유가 아닌 보여주기 식 게시물로 현실 왜곡
- ♥ 도파민 중독성 영상들로 무의미하게 낭비되는 시간
- 📍 획일적인 알고리즘으로 확증 편향 강화

## 1. 동기 및 목표 \_ 설문 조사 분석

SNS에 주로 포스팅하는 주제는? About which topic do you usually post on your social media? 응답 46개



SNS의 문제점으로 어떤 점을 꼽으시나요? What is the problems of social media you think? 응답 46개





#### [ 포스팅 주제 ]

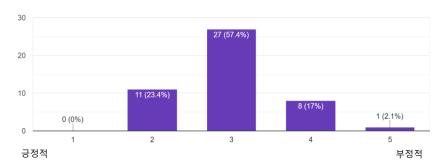
♥ 대다수가 특별한 주제 아닌일상 중심의 포스팅

#### [가장 큰 폐해]

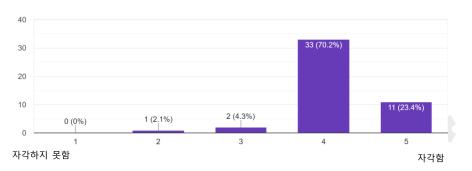
- ♥ 사실 왜곡 및 박탈감 조성
- 📍 도파민 중독 및 확증편향 현상 확대
- 📍 많은 광고

## 1. 동기 및 목표 \_ 설문 조사 분석

SNS의 영향을 어떻게 평가하시나요? How do you evaluate them impact of social media?  $\mbox{\ensuremath{\$\text{G}}}\mbox{\ensuremath{477}}\mbox{\ensuremath{477}}\mbox{\ensuremath{477}}\mbox{\ensuremath{477}}\mbox{\ensuremath{6}}\mbox{\e$ 



SNS의 문제점을 자각 하시나요? Do you aware of problems of social media? 응답 47개





[ SNS 영향에 대한 대중 평가]

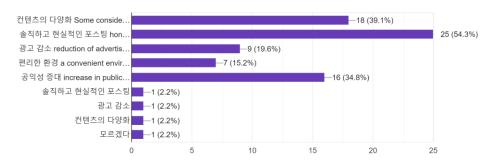
•

중립적

"SNS 자체를 부정적으로 평가하지는 않으나 대부분이 SNS 문제점을 무겁게 자각함 "

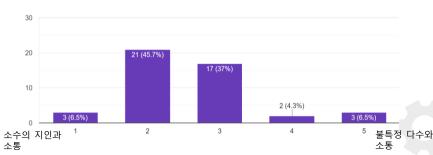
## 1. 동기 및 목표 \_ 설문 조사 분석

현 시점에서 SNS는 어떤 방향으로 발전되어야 한다고 생각하시나요? At this point, what direction do you think social media should evolve in? 응답 46개



나에게 SNS는 어떤 공간이길 희망하나요? What kind of space do you hope social media to be for you?

응답 46개





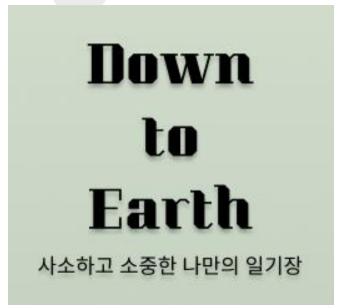
#### [ SNS 발전 방향 ]

솔직하고 현실적인 포스팅이 주가 되며다양하고 공익적인 컨텐츠를 제공해야 한다

#### [SNS에 대한바람]

불특정 다수보다 소수의 지인과 소통 가능한 공간이기를 희망

## 1. 동기 및 목표 \_ 새로운 SNS 제시

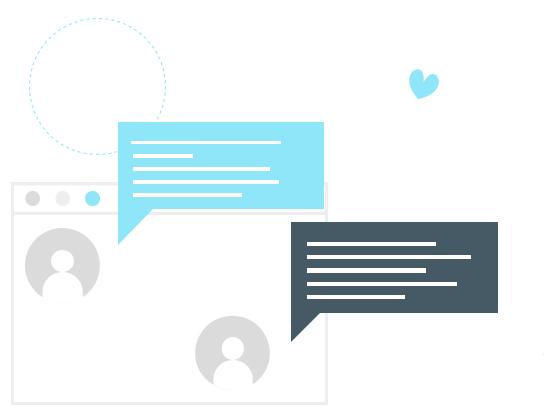


세상에 없던, 건강하고 의미 있는 사소하고 소중한 나만의 일기장 "Down to Farth"

배너 광고 없이 털털하고 솔직한 개인의 일상을 숨김없이 보여주는 일상 기록용 SNS

남이 아닌 나를 기록하고 추억하는 '나' 중심 SNS

"오직 나의 일상으로 나만의 지구를 꾸며보세요"



02

# 타겟 분석

연령, 성별, 특징 별 타겟팅

## 2. 타겟 분석 \_ 전체

- 📍 기존 SNS 문제점을 인지하고 이를 탈피하고자 하는 사용자
- 📍 간편하게 브이로그를 만들고자 하는 일반인 혹은 크리에이터
- 📍 소수의 지인과 진솔한 일상을 공유하고자 하는 사용자
- 📍 타인의 솔직한 일상을 들여다보며 공감대를 형성하고자 하는 사용자
- 📍 매일 하루를 공유하고 싶지만 특별한 주제가 필요했던 사용자
- ♥ 다이어트, 운동 등의 도전에 동기부여가 필요한 사용자

## 2. 타겟 분석 \_ 연령, 성별, 특징

#### [ 20대 여성 ]

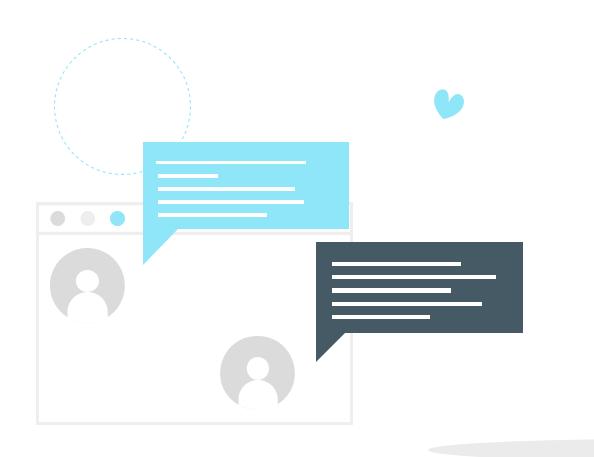
∮ 설문 참여 20대 여성 25명 중 15명이 사용 의사 밝힘

#### [ 가장 인기 있지만 가장 많은 문제점을 포함한 인스타그램 유저 ]

- ♥ 현재 사용하는 서비스만의 문제점을 인지하고 있음
- 📍 인스타그램의 장점은 유지하되, 소수의 친구와 일상을 공유할 공간을 희망
- Ŷ 1일 1회 이상 포스팅을 하는 설문자의 100%가 인스타그램 유저이므로 매일 포스팅을 유도하는 'Down to Earth' 에 적합

#### [ 가볍고 개인적인 포스팅을 선호하는 트위터 유저 ]

- 📍 1일 1회 이상 포스팅 하는 인원의 약 60%가 트위터 유저.
- ↑ 12명의 트위터 유저 중 5명이 'Down to Earth' 를 사용할 의사가 있다고 밝힘



03

# 경쟁 분석

산업 내 경쟁 시장 분석

## 3. 경쟁 분석 \_ Instagram <a>回</a>

#### Strengths

- Ŷ 멀티미디어 플랫폼의 시작
- 📍 모기업의 규모
- Ŷ 해시태그 인기
- Ŷ 대규모 사용자 기반
- Ŷ 인플루언서 커뮤니티 강화

#### Weaknesses

- Ŷ 데이터 유출
- 📍 무분별한 광고
- 📍 비 효과적인 광고, 마케팅
- 📍 낮은 신뢰 기반의 구매 활동
- ♥ 이미지 및 컨텐츠 도용

#### Opportunities

- 📍 비디오 광고
- Ŷ 기술 발전
- 📍 SNS 보급화
- Ŷ 새로운 브랜딩 전략

- 學 경쟁 심화
- Ŷ 사용자 중독
- Ŷ 데이터 소비
- 學 매크로 업로드
- ♥ 낮은 자존감 유발



## 3. 경쟁 분석 \_ Facebook **f**

#### Strengths

- Ŷ 대규모 사용자 기반
- Ŷ 높은 브랜드 인지도
- 學 다양화된 플랫폼
- ♥ 광고 영향력
- Ŷ 지속적 혁신

#### Weaknesses

- ♥ 사생활 보호 문제
- Ŷ 대중의 부정적 인식
- 📍 광고에 의존한 수익 구조
- 📍 불법, 스팸, 위협적인 게시물

#### Opportunities

- Ŷ 디지털 광고 시장의 성장
- Ŷ 전자 상거래 통합
- 📍 가상 & 증강 현실 기술 발전
- 學 사용자 경험에 대한 집중

- ₹ 경쟁 심화
- 📍 광고 차단 / 회피
- Ŷ 사용자 행동 변화
- Ŷ 제도적 제약 및 금지
- ♀ 데이터 침해

## 3. 경쟁 분석 \_ Twitter 🔰

#### Strengths

- Ŷ 높은 인지도
- Ŷ 유행에 빠르고 민감하게 반응
- ♀ 실시간 소통
- 🍄 활발한 대규모 사용자 기반
- ♥ 커뮤니티 구축

#### Weaknesses

- Ŷ 데이터 안전성 문제
- ₽ 유해성
- <sup>♀</sup> 불투명한 알고리즘
- ♀ 경영 문제
- ♀ 치열한 경쟁
- Ŷ 정보 및 콘텐츠 과다

#### Opportunities

- ♀ 수익 개선
- Ŷ 잘못된 정보와 남용 대응
- Ŷ 소규모 비즈니스 노출 향상
- Ŷ 뉴스 섹션 개선

- ♥ 사용자 성장률 감소
- ♀ 보안 위반
- Ŷ 근로자 이직
- <sup>↑</sup> 예측 불가능성
   (사회, 정치적 논란)

## 3. 경쟁 분석 \_ BeReal Bereal

#### Strengths

- <sup>●</sup> 기능에 대한 새로운 접근
- ♥ 높은 사용자 참여도
- ♥ 고평가액
- 學 유료 프로그램

#### Weaknesses

- Ŷ 수익원 부재
- ♥ 콘텐츠 양 제한
- Ŷ 외부 투자자 자금 의존
- 📍 업로드 시점 제한 (무작위 허용)
- ♥ 보정 기능 없음

#### Opportunities

- Ŷ 수익화 가능성
- Ŷ 다른 산업으로의 확장성
- 學 가상 & 증강 현실 발전

- 學 경쟁 시장 내 입지
- 📍 사용자 행동 변화



## 3. 경쟁 분석 \_ Down to Earth Earth



#### Strengths

- Ŷ 영상 기반 SNS 플랫폼
- Ŷ 영상 편집 기능 세부 구현
- <sup>♀</sup> 타 SNS 공유 가능
- Ŷ 사용자만의 생활과 목표에 집중
- ♥ 무분별한 광고 제한

#### Weaknesses

- <sup>♀</sup> 광고 제한으로 수익 약화
- ♀ 자금 규모
- Ŷ 사용자 수
- Ŷ 사생활 보호

#### Opportunities

- Ŷ 수익화 가능성
- ♥ 파트너쉽
- ♥ 비디오 산업 성장
- <sup>♀</sup> SNS 보급

- ♥ 대기업 중심의 시장 경쟁
- ┞ 법적 규제

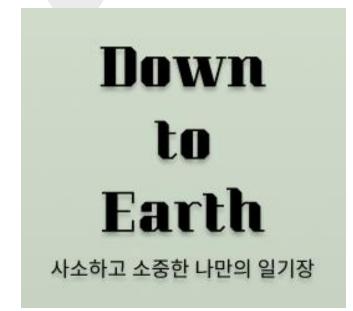


## 3. 경쟁 분석 \_ 비교

	Down to Earth		f	7	BeReal.
♥ 메신저 기능	0	O	0	0	X
♀ 숏폼 서비스	0	Δ	X	X	X
९ 서비스 이용료	Χ	X	X	X	X
<ul><li>♀ 영상 편집</li><li>&amp; 보정 기능</li></ul>	Ο	Δ	X	X	X
♀ 직접적인 광고 게시물	X	0	0	0	Х



## 4. 서비스 소개



#### [ 기본 기능]

Ŷ 알림이 울리면 5분 내에 카메라로 동영상을 촬영하여 업로드

#### [ 게시 방식 ]

- ♥ 업로드한 동영상은 24시간 동안 게시된 후 보관함에 보관됨
- Ŷ 일주일 단위로 영상이 묶여 일주일 브이로그로 피드 구성

#### [ 사용자 편의 ]

📍 배너, 게시물 등의 광고 없음

## 4. 서비스 소개

# Hown to Earth 사소하고 소중한 나만의 일기장

#### [ 부가 기능]

- ♥ 도전 제도 추가 영상 업로드
  - : 일일 미션이나 '챌린지' 추천을 통해 정해진 주제의 영상을 특정 기간 동안 업로드 하는 도전을 통해 영상 추가 가능 e.g. 일주일 간 식단 공유하기
- 📍 포인트 제도
  - : 챌린지 참여 등의 기능에서 포인트 획득 시 프로필 꾸미기, 카메라 필터 구매 등 '나의 지구 꾸미기' 에 사용 가능

"오직 나의 일상으로 나만의 지구를 꾸며보세요"

0. 로그인 페이지





#### 1. 연락처 동기화



2. 시간표 등록



#### 3. 튜토리얼





## 사소한 것도 의미있게

알림이 뜨고 5분 이내에 영상을 촬영해야 해요! 꾸밈없는 있는 그대로의 일상을 친구들과 실시간으로 공유해보세요.

4. 영상 촬영

4-1. 영상 촬영 전



00 오늘의 기록이 없으면 DTE에 접속할 수 없어요!

↑ 나의 오늘을 공유하기 전에는 타인의 영상을 볼 수 없어요!

- ♀ 오직 긍정적인 공감을 표현하고, 상쾌한 메시지를 주고받아요!
- ♀ 공감 수는 숫자로 표현되지 않아요.소중한 건 숫자가 아닌 마음인 걸요!

5. 메인 화면



5-1. 추천 탭



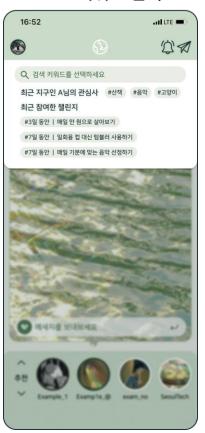


#### 다양한 사람들과 소통해요

팔로우한 사람들의 영상은 물론 다른 사람이 공개한 영상도 구경할 수 있어요!

내가 사용한 해시태그와 참여한 챌린지를 선택해서 다른 사람의 영상도 확인해보세요!

5-2. 키워드 선택



6. 기본 미션



Ŷ 아이디어가 필요한가요?

DTE 와 지구인들이 직접 제안한 미션과 챌린지에 참여해 보세요!

멋진 도전을 성공하면 나뭇잎 포인트를 받을 수 있어요!

- ↑ 다른 추천을 둘러보고 싶다면 주사위를 굴려보세요!
- ► 느낌표를 클릭하면 미션이나 챌린지를 직접 제안할 수 있고, 이전에 제안했던 미션/챌린지를 확인할 수 있어요!

6-1. 챌린지



6-3. 상점



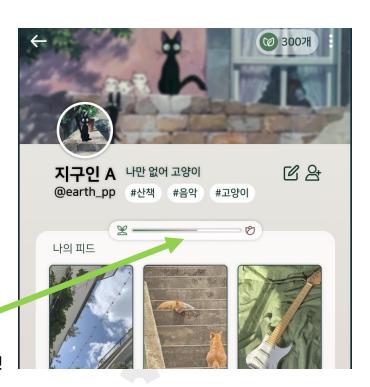
↑ 나뭇잎을 모으거나 구매한 뒤 다양한 필터와프로필 꾸미기 도구를 구입해 나의 개성을 표현해 보아요!



#### 진정한 나의 모습

기록을 바탕으로 나의 실시간 관심사를 파악하고 기억하고 싶은 기록은 저장할 수 있어요!

- DTE는 지구인들의 월요일부터 일요일을 하나의 주간 브이로그로 제작해줘요.주간 기록을 피드에 공유해 보세요!
- Ŷ 프로필 게이지는 챌린지 성공율을 보여줘요!



#### 7. 개인 피드



♀ 내 일주일을 담은 브이로그,보다 특별하게 남기고 싶다면 DTE와 함께 편집해 보세요!

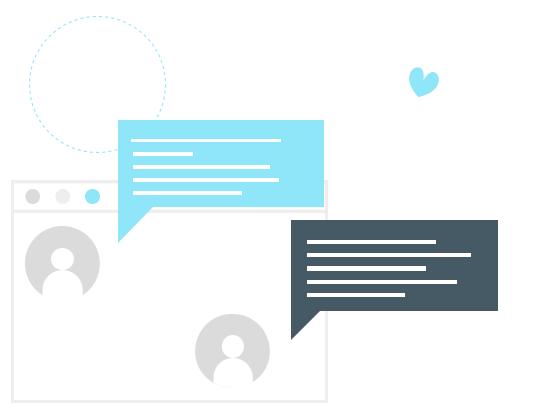
이제 나도 브이로그 크리에이터!

7-1. 영상 조합



7-2. 영상 편집





**05** 

# B/C 분석

소셜 미디어 애플리케이션 Down-to-Earth

## 5. B/C 분석 \_ 요약

Benefit

- 📍 포인트 판매
- ♥ 데이터 판매
- ♥ 광고 및 파트너쉽 수익

Cost

- ♥ 마케팅 비용
- ♥ 사무실 임대료
- 📍 인건비
- ♥ 서비스 개발 비용

## 5. B/C 분석 \_ 수익: 포인트 판매

#### [ 구매 가능 내역 ]

- 📍 카메라 : 필터
- ♥ 영상 편집 : 배경 음악, 효과음, 자막 글씨체, 고급 편집 기능, 자동 자막 서비스
- 📍 지구 꾸미기 : 프로필 디자인 변경

#### [ 특징 ]

- 📍 제공되는 각 디자인들을 포인트를 이용해 개별 구매
- ♥ 기본제공 기능이 있으나 사용자의 취향에 맞게 사용하고 싶은 경우 구매
- ♥ 디자인에 따라 지불해야 할 포인트 세분화
- ♥ 10 포인트당 3000원으로, 10 포인트 단위로 구매 가능

## 5. B/C 분석 \_ 수익: 광고 및 파트너쉽

#### [특징]

- 📍 직접적인 광고성 글은 게시하지 않되 영상 광고의 장점 극대화
- ♥ 광고 / 파트너쉽 대상 상품 혹은 서비스로 도전 미션과 영상 챌린지 설정

틱톡 '숏폼 마케팅 스타터' 패키지

- ♥ 숏폼 플랫폼 'TikTok' 의 '숏폼 마케팅 스타터' 서비스 참고 -> 구매 금액 650만 원, 서비스 금액 130만 원
- Ŷ Down to Earth 에서는 동일한 서비스를 구매 금액 서비스 금액 (총 520만 원) 보다 저렴한 500만 원에 제공



## 5. B/C 분석 \_ 수익: 광고 및 파트너쉽

#### [ 수익 전망]

- Ŷ 2023년 TikTok 광고 수익은 2022년 대비 51.7% 증가
- ♥ 출시 3년 째인 2019년 광고 수익은 3400만 원
- 📍 2021년 디지털 광고비는 2020년 대비 32% 증가
- 📍 광고 매출 상승 비율을 51.7%와 32%의 중간 값 41%로 가정
- Ŷ 첫 해 수익을 TikTok을 2019년 광고 수익과 비슷하게 3000만 원 가정

## 5. B/C 분석 \_ 수익: 데이터 판매

#### [ 특징 ]

- 📍 소셜 미디어가 구매 결정에 중대한 영향을 가짐
- ♥ SNS 상에서 잠재 고객과 접점이 빠르고 효과적으로 발생
- Ŷ 소셜 데이터 분석이 중요한 지표로 인식됨에 따라 데이터 판매는 유의미한 수익 창출 원

#### [내역]

- 📍 행동데이터 : 클릭, 스크롤, 체류시간, 구매, 평균 주문금액 등
- Ŷ 참여데이터 : 영상조회 수, 불만 / 문의사항, 피드백,사용자 흐름 등
- ↑ 개인데이터 : 이름, 위치, 이메일, 직업, 생일, 연령, 성별 등
- Ŷ 선호데이터 : 선호관심사,해시태그등

# 5. B/C 분석 \_ 수익: 데이터 판매

[가격 책정] \*한국기술감정원데이터 거래 및가격책정 절차안내서참고

₱ 평균값은 26,330,000 원으로 책정

#### (1) 카테고리별 가격밴드(최대, 최소, 중간, 평균 등)

(단위 : 천원

구분	IT/ 과학기술	사회/ 경제	유통/ 물류	교육/ 취업	문화/ 관광/ 체육	환경/ 에너지	공공 행정	국토/ 교통	보건 의료/ 건강	통계
최대값	36,000	36,000	72,000	7,700	30,000	54,000	50,000	36,000	20,000	50,000
평균값	17,112	12,873	23,600	4,290	14,600	16,188	16,210	15,750	11,200	26,330
중간값	19,000	9,000	24,000	3,600	16,000	3,600	10,876	11,750	10,750	26,800
최소값	3,000	1,500	1,000	2,000	2,500	500	3,753	5,500	3,300	1,722

## 5. B/C 분석 \_ 비용: 서비스 개발

#### [AWS EC2 - Server]

- 📍 배포, 운영, 보안 등 모든 인스턴스 비용 포함
- 📍 사용자 트래픽 피크 시간 고려하여 계산
- ♠ AWS EC2 비용 계산기이용
- -> 월 169.63 USD = **219,905 (원)**

#### [AWSRDS-Database]

- ♥ 많은 사용자와 수많은 영상 매체를 저장해야 하므로대용량 RDS 구축
- ♥ AWS RDS 비용 계산기 이용
- -> 월 1,124.98 USD = **1,458,402 (원)**



# 5. B/C 분석 \_ 비용: 서비스 개발

#### [배포등록비용]

- Ŷ IOS 개발자 계정 등록 비용 (연 단위 결제) | 129,000 (원)

#### [ 기타 프로그램 비용 ]

- ♥ 슬랙 메신저 (사용자 당 연 7.25 USD) | 74,979 (원) (= 7.25 USD \* 8)
- ♥ 기업용 깃허브 (연 단위 결제) 4,309 (원) (= 40 USD)
- ♥ 기업용 IDE (Backend, IOS 개발자) | 193,486 (원) (= 49.9 USD \* 3)

#### [서비스개발 비용연 환산 비용]

= 22,669,804 (원)

## 5. B/C 분석 \_ 비용: 마케팅 (광고)

#### [ 유튜브 영상 광고 ]

- Ŷ YouTube Ads Target CPM 방식 사용 (건너뛸 수 없는 광고)
- ♥ Target CPM 은 3000원 설정 -> 1000회 노출 당 3000원 지불
- ♥ 인스타그램의 사용자 5억 명 중 20대 여성 비율 약 25% 중 10% 에게는 광고 노출을 하겠다는 목표
- Ŷ 125,000,000 (명) \* 0.10 / 1000(회) \* 3000 (원) = **37,500,000 (원)**



## 5. B/C 분석 \_ 비용: 마케팅 (콜라보레이션)

- [ 유튜버 콜라보레이션 협찬]
- ♥ 10만~50만 구독자 보유한 채널과 프로모션 진행 시 지불 가격 : \$1,000~\$3,000
- ♥ 매달 특별한 주제로 유튜버 선정 후 콜레보레이션 진행
- ¶ 중위값인\$2,500으로계산 -> \$2,500\*12 = \$30,000 = 38,891,400(원)

#### [마케팅연환산비용]

**Ŷ** 37,500,000(원) + 38,980,400(원) = **76,480,400(원)** 

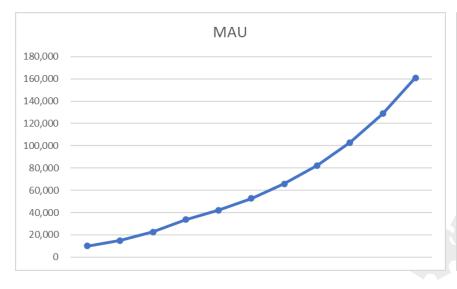
# 5. B/C 분석 \_ Cash Flow

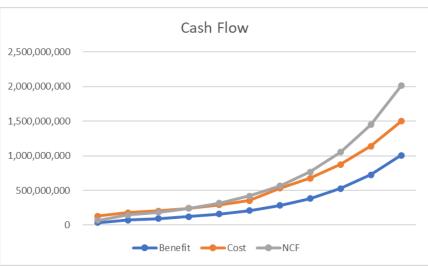
Cost (year)	단위 (원)		비고	Benefit		단위 (원)	비고	
어플리케이션 유지 비용				광고 수익		5,000,000	거단	
기골의계시간 ㅠ서 기8				02 17		3,000,000	2.0	
서버 비용	AWS EC2	2,632,380	월 169.63 USD = 219,365원	포인트 수익		3,000	10포인트 당	
데이터 저장소 비용	AWS RDS	17,500,824	월 1,124.98 USD = 1,458,402원					
배포 비용	앱스토어 개발자 등록	129,000	안드로이드 플레이 스토어의 경우 무료	데이터 판매 수익		26,330,000	연	
기타 서비스 비용	슬랙 메신저	74,979	연 결제 사용자 당 7.25 USD					
	기업용 깃허브	4,309	연 40 USD					
	기업용 IDE	193,486	사용자별 (Backend, IOS) 월 49.9 USD					
합계		20,534,978						
				광고 수익		단위		
				첫 해 매출	30,000,000	원		
				광고 수익 증가율	0.41			
마케팅 비용								
광고 비용	유튜브 광고	37,500,000	노출 1000회 당 3,000원					
인플루언서 협찬 비용	유튜버	38,891,400	10만~50만 구독자 보유한 유튜버와 콜라보 시 1회 당 2500 USD	MAU		단위	비고	
				첫 해	100,000	명	Be-real initial	MAU(mm) = 0.92
합계		76,391,400	보증금 제외	초기 증가율	0.5			
				후기 증가율	0.25			

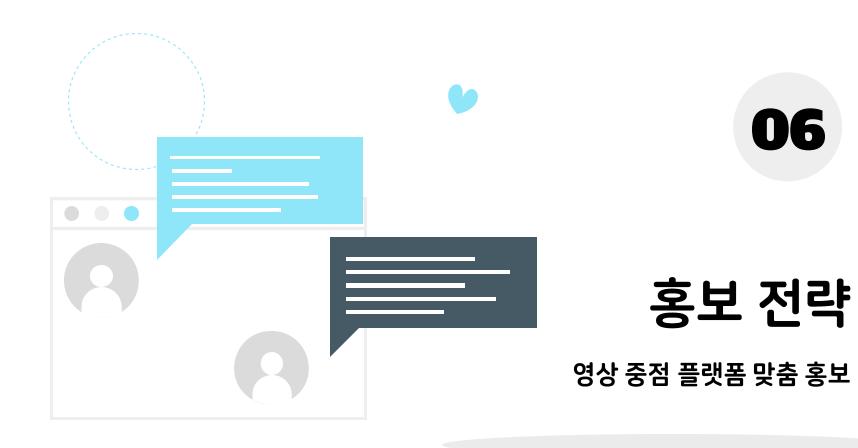


# 5. B/C 분석 \_ Cash Flow

Year	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MAU	10,000	15,000	22,500	33,750	42,188	52,734	65,918	82,397	102,997	128,746	160,933
Benefit	33,000,000	73,130,000	92,723,000	120,551,630	157,562,498	209,342,823	281,846,830	383,444,668	525,906,603	725,789,163	1,006,387,610
Cost	96,926,378	104,565,518	112,968,572	122,211,932	132,379,627	143,564,092	248,638,476	294,259,176	349,004,015	414,697,823	493,530,392
NCF	(63,926,378)	(31,435,518)	(20,245,572)	(1,660,302)	25,182,871	65,778,731	33,208,354	89,185,492	176,902,588	311,091,340	512,857,218
IRR	0.35										







### 6. 홍보 전략 \_ 유튜브 영상 광고

- 📍 짧고 간결하게 앱의 특징을 보여주는 영상을 만들어 건너뛰기가 불가능한 형태의 유튜브 광고 진행
- ♥ 타겟층인 20대 여성, 혹은 브이로그 관련 흥미가 있는 유저를 대상으로 노출되도록 커스텀
- ♥ 방대한 시청자를 보유한 유튜브 특성상 앱의 특징적 정보를 불특정, 혹은 특정 다수에게 전달 가능



## 6. 홍보 전략\_유튜버 협찬 (콜라보레이션)

- 🌳 영상을 통한 사용 방법 및 후기, 장점 소개 친근하고 흥미롭게 소개 가능
- ♥ 많은 구독자 수를 보유하여 충분한 노출이 보장된 유튜버와 협업하여 숏폼, 튜토리얼, 콩트 등다양한 연출로 자연스럽게 서비스 소개
- Ŷ 추후에는 챌린지 체험 등 달 프로젝트성 주제를 정해 콜라보레이션 진행 (ex. 요리 유튜버와 건강식 챌린지)









### 7. 기대효과

### 공익성

Down to Earth 가 직접 선정한 건전한 챌린지를 통해 현대인들의 건강한 도전 도모

### 편의성

간편한 일상 기록 & 브이로그 제작





### 7. 기대효과

### '나' 중심 소통망

촬영 및 업로드 필수화, 부정적 반응 및 반응 수치화 배제, 통제된 서치 기능으로

남보다 나에게 집중하도록 유도

### 확증편향 개선

알고리즘, 광고에 의존하지 않는 컨텐츠 생성으로 솔직하고 진솔한

영상들을 감상하고 공유하며 확증편향으로부터 탈피



# Thanks!

조만간 만나요, 지구인!



CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, infographics & images by Freepik and illustrations by Stories.



### Resources



- https://businessmodelanalyst.com/instagram-swot-analysis/
- https://lib.mezzomedia.co.kr/newsletter/digital/Mezzomedia\_Promotion\_shortform.pdf
- https://weekly.chosun.com/news/articleView.html?idxno=16983
- https://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=145874

#### Photos/Icons

- https://www.pinterest.co.kr/
- https://www.flaticon.com/t