|  |
| --- |
| **Q1. 카드를 등록하여 사용함에 따라 보안 관련해서 문제가 되지 않을까요?** |
| A. 자체적으로 기술을 개발 하는 것도 좋지만, 안정적으로 이미 구현된 기술을 굳이 무시할 필요 없이 보안이 확증 되어있는 기술을 이용해 사용하는 것이 더 나은 방향이 될 것 같아 철저한 기술조사를 통해 그 기술을 잘 적용하는 방향으로 보안성을 보완하려고 합니다. |

|  |
| --- |
| **Q2. 카카오페이, 삼성페이같이 타 결제 플랫폼을 통해 결제 시 추가 혜택이 있는데 이에 대한 추천 알고리즘도 적용하실 예정인가요?** |
| A. 네. 각 카드별로 카카오페이와 같은 시스템을 통해 결제 시 추가 할인혜택이 있는데 이와 같은 카드가 아닌 다른 플랫폼을 통한 결제 서비스도 추천해주는 방향을 고려 중입니다. 카카오페이, 네이버페이, 페이코 할인 혜택정보 🡺 데이터를 어떻게 받아올 지가 큰 관건으로 생각됨. |

|  |
| --- |
| **Q3. 타 앱의 약점을 보완하는 서비스를 개발한다고 하셨는데 혹시 구체적인 예시를 들어주실수 있으신가요? 🡺 차별화 어떻게 할 것인지** |
| A. 우선, 경쟁사 및 유사 앱 분석 결과 결제가 불가능한 것으로 확인했습니다.저희 서비스에는 결제 시스템을 도입하고자 합니다. 또한 타 서비스 에서는 중복할 수 없는 혜택을 보여주거나 받을 수 있는 혜택의 제한 횟수를 카운트하지 않아, 실질적으로 받을 수 있는 혜택과 추천해주는 혜택의 차이가 많았는데 이 점에서 저희는 추천 알고리즘 적용에 있어 단계적인 분석과정을 만들어 적용하고자 합니다.  (EX. 혜택 나열 -> 중복 적용 여부 ->제한 횟수 카운트->적립 횟수 카운트…) |

|  |
| --- |
| **Q4. (교수님)SWOT분석을 보면 타 서비스에 결제시스템이 없는 것을 토대로 ‘불안도 높은 결제시스템을 개발하지 않는다’고 하였는데 타 앱에서 결제 시스템이 정말 없는 기능인가요?** |
| A. 우선 저희가 분석해본 앱 같은 경우 그 중에서 결제 시스템을 도입했던 앱은 없었습니다. 그래서 회피 전략으로 결제시스템을 도입은 하되, 자체적으로 개발하는 것 보다 이미 다른 많은 결제 시스템(카카오페이, 삼성페이 등)로 결제가 넘어가도록 연동하는 방식이면 좋은 전략이 될 것 같다고 생각했습니다. |
| (교수님) : 타 앱에서의 약점을 보완하는 내용이 정확히 어떤 건지 스토리보드나 도식화 하여 발표자료를 만들면 좋을 것 같습니다. |

|  |
| --- |
| **Q5. 타 앱의 요소들을 보완하겠다고 하였는데 그럼 이미 나온 어플이 서비스를 강화하거나 추가적인 확장을 취한다면 어떻게 회피하실 계획인가요?** |
| A. 타 앱에서 서비스를 강화하면 저희 서비스가 경쟁력이 낮아지는 것은 사실입니다. 이번 분석을 통해 타 앱에서 단점들만 보는 것이 아닌 장점을 중점으로 두고 생각해보는 것도 좋을 것 같아 위 같은 의견을 냈습니다. 하지만 아직 차별성에 대해 어떻게 구체적으로 둘지는 특별한 점이 부족하다고 생각하여 팀원들과 함께 조금 더 생각해보기로 하였습니다. |

내용 추가해야 할 것)

사용자가 사용하고자 하는 매장에서 어플을 켰을 때 알아서 최대 할인 카드를 띄워줌. 🡺 GPS 연동해서 해야할 것으로 판단.

이용자가 어디서 카드결제했는지 GPS 동선에 따라 주변매장 추천.

구글 🡺 사람이 움직이는 것에 따라 타임스탬프를 공유하여, 동선을 확인 할 수 있다.

ex 집에 도착 (움직임이 없음)🡺 오늘의 놓친 혜택 (수신 동의 여부에 따라 제공됨)

혜택을 받을 수 있는 비슷한 종류의 매장을 추천. (결제 기록을 기반으로) 🡺 대체 매장이 없다면, 해당 매장에서 어떻게 할인을 받을 수 있는지.

|  |  |
| --- | --- |
| 타앱의 약점 | 해결방안 |
| 해당 앱을 통한 결제가 불가능하다. | 결제 시스템을 도입하여 혜택을 파악하고 결제할 수 있게 해준다. |
| 중복 불가능한 혜택을 같이 보여주는 경우가 자주 발생 | 카드 데이터베이스를 초기에 제대로 구축하여 추천 알고리즘을 실행 시 중복 불가능한 혜택이 동시에 보여지는 경우가 없게 한다. |
| 시럽의 경우 과한 광고로 사용자 부담 유발 | 머신러닝 기반 사용자 이용 패턴을 분석한 사용자 맞춤 광고를 제공  (광고를 하더라도 고객에게 조금이라도 도움이 될 광고를 하자) |
|  |  |
|  |  |

사용자가 많이 받은 종류의 혜택을 기반으로 그러한 혜택을 제공하는 새로운 카드 추천