

DIGITAL  
IDENTIFICATION  
KONA GROUP

# 2022 KONA INTERNSHIP TEAM PROJECT

**B조 코나하이**

김다정 김형진 노혜림 박소현 안도현 양현승 임경익

Copyright ©1999-2022 KONA I Co, Ltd All Rights Reserved.



# CONTENTS

아이디어 제안

현상파악 및 문제분석

시장 리서치(3C)

SWOT 분석 및 전략

서비스 구조

간트차트



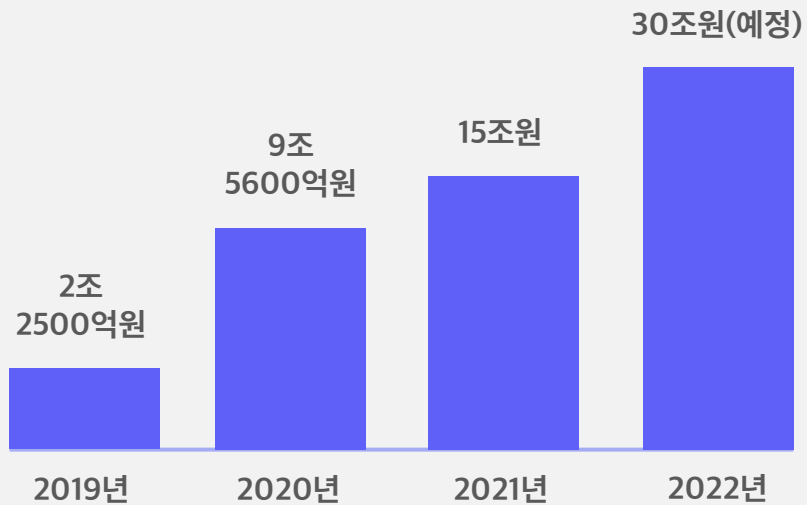
01

아이디어 제안

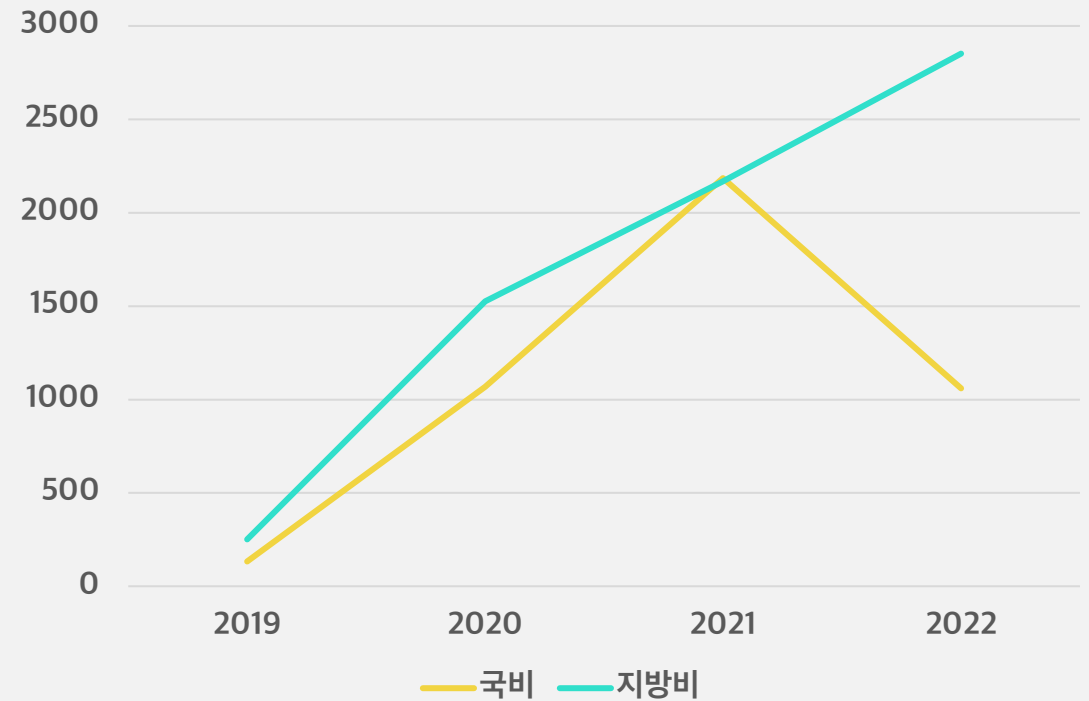
- 1 지역화폐 발행 규모 증가와 반대로,  
국비 지원 예산은 급격히 줄고 있는 추세입니다.

### [연도별 지역화폐 발행 규모]

출처 : 행정안전부



### [자원별 지역화폐 예산편성 추이] (경기도 기준)



- 2 이에, 정부의 지원이 줄어 운영 부담이 가중된 지자체들은  
국비 부족 등을 이유로 지역화폐 인센티브(캐시백) 비율을 점차 줄이고 있습니다.

### 전국 주요 지역사랑 상품권 캐시백 지급 현황

출처 : 각 지자체(2022년 5월 기준)

지역	지역화폐	기존
인천광역시	인천e음	월 50만원 한도, 10% 캐시백
대전광역시	온동대전	월 50만원 한도, 10% 캐시백
부산광역시	동백전	월 50만원 한도, 10% 캐시백
광주광역시	광주상생카드	월 100만원 한도, 10% 캐시백
제주도	탐나는전	월 30만원 한도, 10% 캐시백
경상도	경주페이	월 30만원 한도, 10% 캐시백
충청도	청주페이	월 50만원 한도, 10% 캐시백



변경
7월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백
7월 21일 캐시백 종료, 8월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백
8월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백 검토
6월 9일부터 충전, 발행 중단, 10월 월 40만원 한도로 재개
4월 21일 캐시백 종료
7월부터 캐시백 종료
6월 24일부터 캐시백 종료

- 2 정부의 지원이 줄어 부담이 가중된 지자체들은 국비 부족 등을 이유로 지역화폐 인센티브(캐시백) 비율을 점차 줄이고 있습니다.

전국 주요 지역사랑 상품권 캐시백 지급 현황

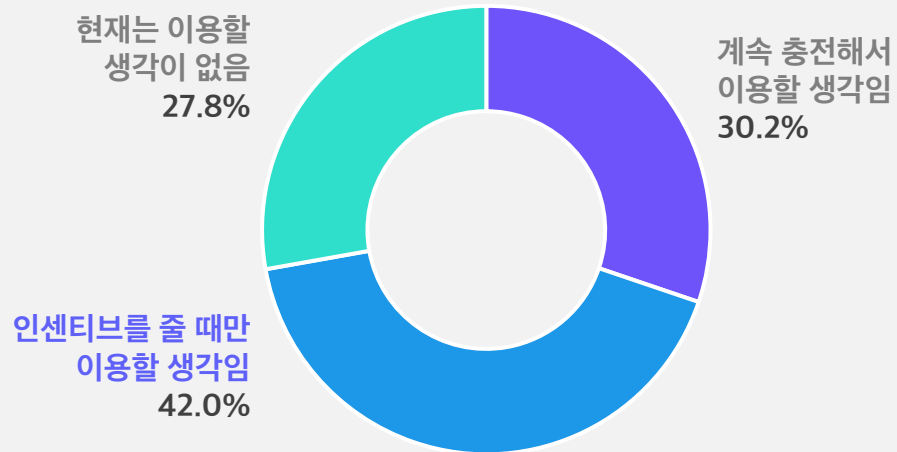
B팀 가설

출처 : 각 지자체

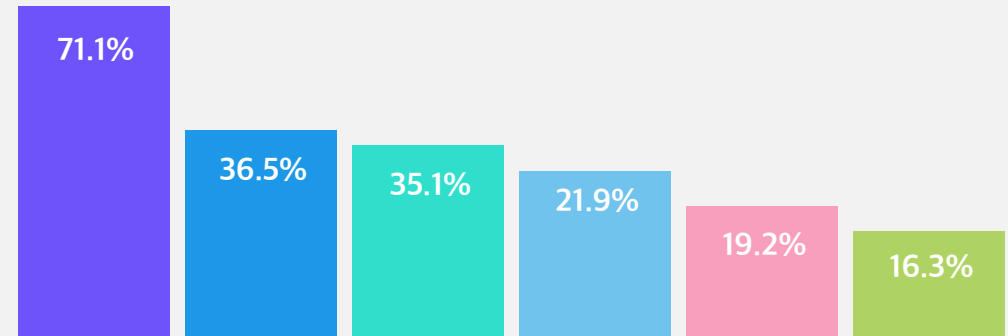
지역	지역화폐	“ 기존 ”	인센티브가 축소된다면, 지역화폐 사용량이 감소할 것.	” 변경 ”
인천광역시	인천e음	월 50만원 한도, 10% 캐시백		7월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백
대전광역시	은동대전	월 50만원 한도, 10% 캐시백		7월 21일 캐시백 종료, 8월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백
부산광역시	동백전	월 50만원 한도, 10% 캐시백		8월부터 월 30만원 한도, 5% 캐시백 검토
광주광역시	광주상생카드	월 100만원 한도, 10% 캐시백		6월 9일부터 충전, 발행 중단, 10월 월 40만원 한도로 재개
제주도	탐나는전	월 30만원 한도, 10% 캐시백		4월 21일 캐시백 종료
경상도	경주페이	월 30만원 한도, 10% 캐시백		7월부터 캐시백 종료
충청도	청주페이	월 50만원 한도, 10% 캐시백		6월 24일부터 캐시백 종료

2020년 기준

실제로, 대부분의 소비자들은 인센티브 혜택을 받기 위해 지역화폐를 사용하고 있었습니다.



Q. 성, 연령, 주관적 소득수준별 지역화폐 이용 이유 (n=1500)



## Q. 8월 재난지원금 지급 종료 이후 지역화폐 이용의향

- 계속 충전해서 이용할 생각임
- 인센티브(할인율, 캐시백 등)를 크게 줄 때에만 이용할 생각임
- 현재로선 이용할 생각이 없음

- 지자체가 주는 지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서
- 소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 동의하기에
- 내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에
- 정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 지급받고 있어서
- 소량 또는 필요할 때마다 구매 등 소규모/근거리 소비생활이 가능하기에
- 가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가 서비스 등)

그리고 2022년, 인센티브 축소가 본격화되자  
예상대로 시민들과 소상공인들은 불만을 터뜨리고 있습니다.

“인센티브 끊었더니 1/10 토막... 지역상권 매출 영향”

MBC 충북 NEWS



김수원(가명) / 일반시민

“경기지역화폐 중, 수원 인센티브만 삭감된 이유가 뭔가요?  
형평성에 어긋난다고 생각합니다!”



이화성(가명) / 일반 시민

“인센티브가 줄면, 지역화폐 쓰는 의미가 없는 거 아녜요?  
저는 이제 그냥 다른 카드사 할인 혜택을 찾아볼래요!”



박전주(가명) / 소상공인

“손님이 뚝 끊겼어요... 아무래도 인센티브가 끊겨서겠쥬?  
소상공인을 위해서라도 지역화폐 유지에 힘써주세요...”



그리고 2022년, 인센티브 축소가 본격화되자  
예상대로 시민들과 소상공인들은 불만을 터뜨리고 있습니다.

“인센티브 끊었더니 1/10 토막... 지역상권 매출 영향”

MBC 충북 NEWS

### B팀 결론

“인센티브 혜택에 의존하지 않는,  
‘자주적인 지역화폐 서비스’를 만들자.”

1

김수원(가명) / 일반시민

“경기지역화폐 중, 수원 인센티브만 삭감된 이유가 뭔가요?  
형평성에 어긋난다고 생각합니다!”

2

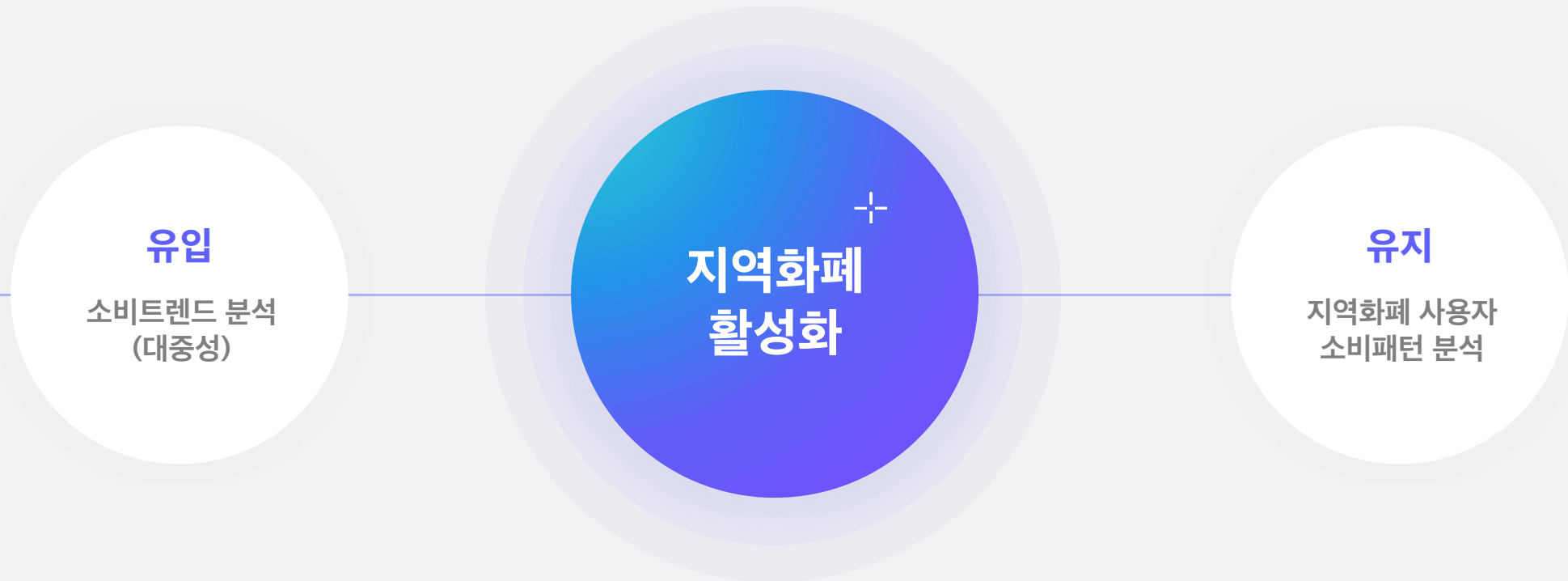
이화성(가명) / 일반 시민

“인센티브가 줄면, 지역화폐 쓰는 의미가 없는 거 아녜요?  
저는 이제 그냥 다른 카드사 할인 혜택을 찾아볼래요!”

3

박전주(가명) / 소상공인

“손님이 뚝 끊겼어요... 아무래도 인센티브가 끊겨서겠죠?  
소상공인을 위해서라도 지역화폐 유지에 힘써주세요...”



대중성 확보와 동시에 기존 지역화폐 사용자들을 모두 만족시킬 수 있는 서비스의 필요성

## 2022 소비 트렌드 UNLOCK

출처 : 신한은행

## Unbinding In-door

## 다시, 문 밖 라이프

집 안에서 채울 수 없는 본질적인 것을  
찾아 집 밖, '아웃 라이프'가 떠오른다.

U

## Local Economy

## 로코노미의 부상

라이프스타일과 취향 세분화로 희소가치에  
대한 갈망이 커지며 로컬의 힘이 강해진다.

L

## Cracking Border

## 사라진 경계, 보더리스

시/공간 등 전통적 경계가 사라지며 취향,  
상황에 맞춘 보더리스 시대가 시작된다.

C

UNLOCK

## Neo-Family

## 네오팜의 시대

정서적 유대감 및 안정감을 선사하는  
다양한 반려 대상이 가족으로 인식된다.

N

## Ordinary Premium

## 일상으로 스며든 프리미엄

기능과 가성비 중심의 일상 생활 영역에  
프리미엄 열풍이 번지고 있다.

O

## Kick off Sustainability

## 지속 가능한 삶을 위하여

지속 가능한 소비 생활 필수 시대로,  
ESG 마케팅에서도 '진정성'이 핵심이다.

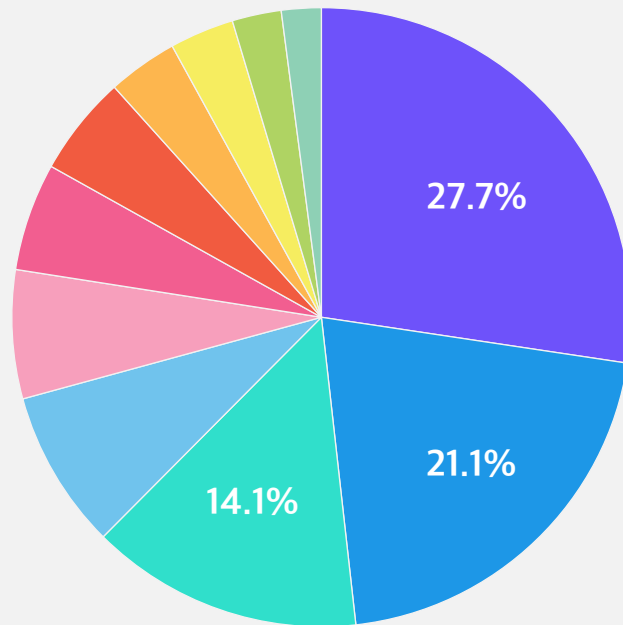
K

## 주요 지자체의 업종별 사용 현황(상위 10개 업종)

출처 : 행정안전부 보도자료(2020.07.17)

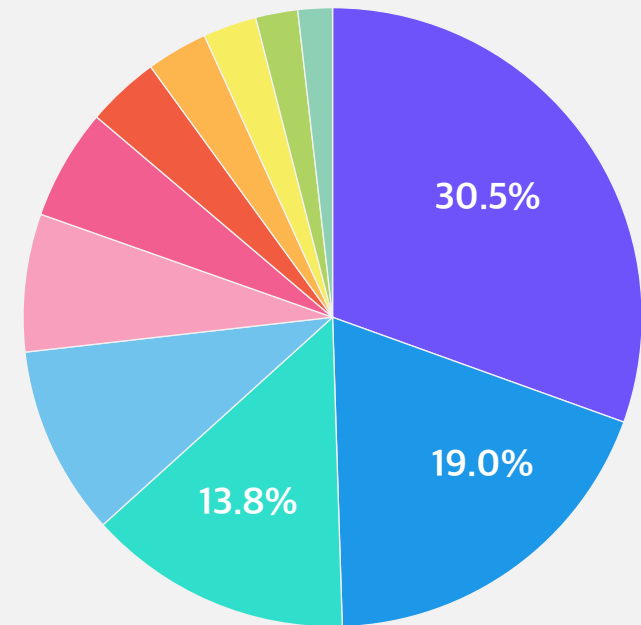
[인천광역시] (발행액) 1조 68억원

- 일반휴게음식
- 유통업
- 기타
- 음료식품
- 학원
- 의원
- 연료판매점
- 보건위생
- 약국
- 병원
- 레저용품



[경기도 내 31개 시군] (발행액) 9,044억원

- 일반휴게음식
- 유통업
- 기타
- 음료식품
- 학원
- 의원
- 연료판매점
- 보건위생
- 약국
- 병원
- 레저용품



고물가  
 정부지원  
 유통업  
 소비자  
 MZ세대  
 프리미엄  
 학원  
 연료 판매점  
 인센티브  
 기후위기  
 친환경  
 ESG 경영  
 보더리스  
 지역사회  
 지속가능한  
 로컬  
 가성비  
 지구온난화  
 네오팜  
 진정성  
 배달  
 이웃이씨  
 동네상권  
 약국  
 재활용  
 여행  
 음료식품  
 의류  
 보건위생

종합 키워드를 바탕으로 7명의 팀원들은  
개별 아이디어를 각각 준비하였고, 선정 회의를 진행했습니다.



노혜림 | 디지털ID팀 인턴사원

💡 일회용컵 보증금 제도



일회용컵 세척 및 관리가  
현실적으로 어렵다.



김형진 | AI팀 인턴사원

💡 지역화폐 가맹점 연계 숙소 서비스



거주지와 여행지역이 다르면 사용할 수  
없다. 가맹 숙소 중 낙후된 곳이 많다.

종합 키워드를 바탕으로 7명의 팀원들은  
개별 아이디어를 각각 준비하였고, 선정 회의를 진행했습니다.



안도현 | 데이터마이닝팀 인턴사원

💡 친환경 점포 정보 공유 플랫폼



기업 측에서 얻을 수 있는  
수익 구조가 불명확하다.



임경익 | 디지털ID팀 인턴사원

💡 지도에 가맹점을 띄워주는 서비스



플랫폼 서비스라기보단  
부가적인 기능에 불과하다.

종합 키워드를 바탕으로 7명의 팀원들은  
개별 아이디어를 각각 준비하였고, 선정 회의를 진행했습니다.



양현승 | 웹개발팀 인턴사원

💡 의류에 특화된 중고거래 플랫폼 서비스



정품/가품 등 품질을 구별하는  
신뢰도 확보가 쉽지 않다.



김다정 | 홍보팀 인턴사원

💡 우리동네 마감할인 서비스

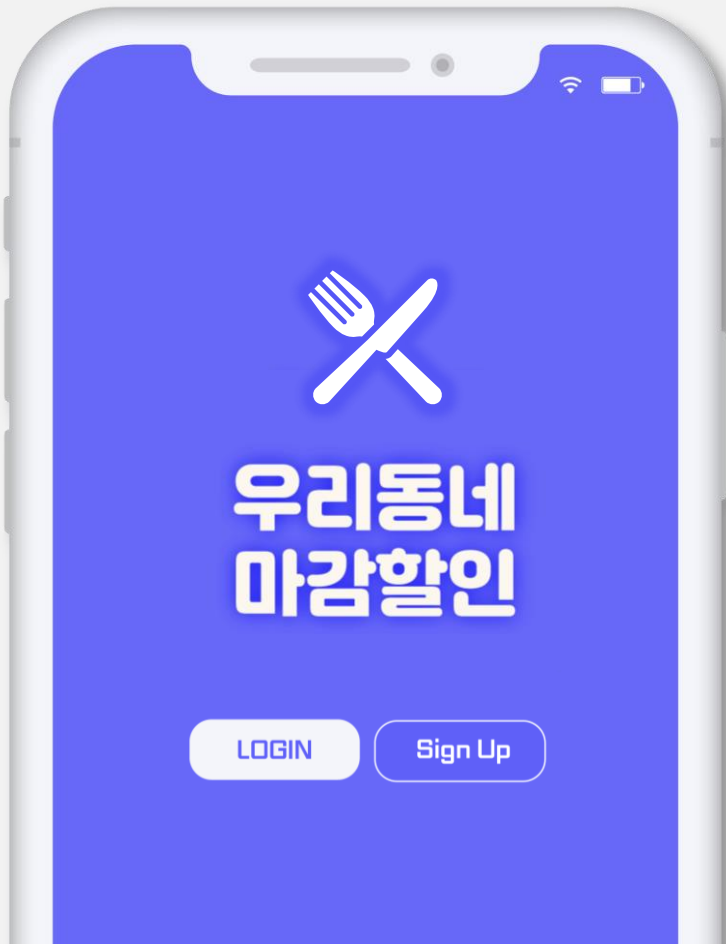


박소현 | 웹개발팀 인턴사원

💡 우리동네 마감할인 서비스



지갑도, 환경도, 지역경제도 살리는



### KEY VALUE

문제가 없지만 유통기한 임박, 가게 마감 시간으로 버려질 음식들을 저렴한 가격에 판매/구입할 수 있는 지역화폐 플랫폼 서비스를 제공한다.

### WHO

유통기한이 임박해 폐기해야 하는 음식들을 저렴한 가격에 판매하고 싶은 가맹점주  
환경도 지키고, 저렴한 가격에 음식을 구매하고 싶은 소비자

### WHY

지역 내 음식물 폐기량 감소 및 지역 커뮤니티 활성화

### WHAT

가맹점주는 폐기 손실을 줄이고 소비자는 할인된 가격에 음식을 구매  
음식물 처리 과정에 소요되는 경제/환경적 비용 절감

< 예시 화면



02

현상파악 및 문제분석

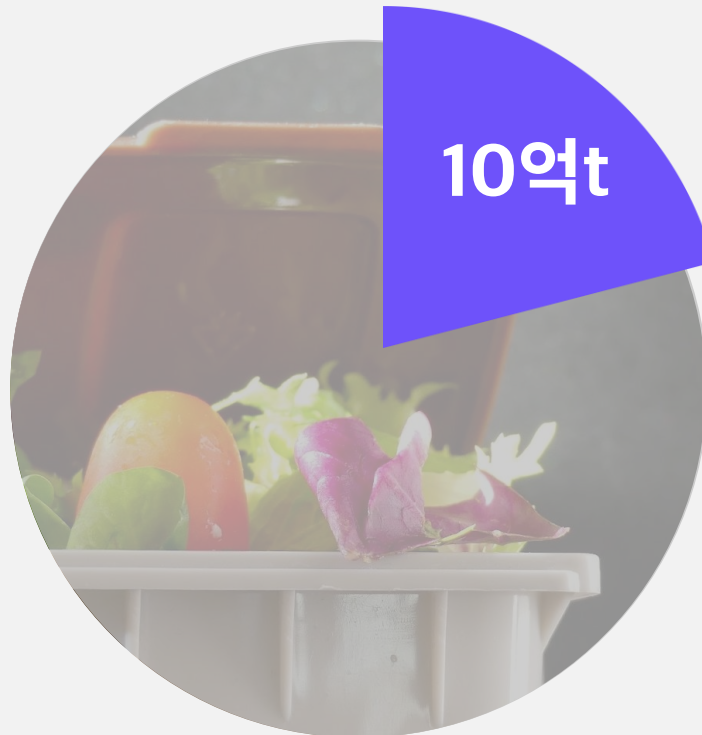
서비스 기획에 앞서, 주제의 목적과 관련한 사회 현상들을 파악하고 문제점을 도출하기 위해 자료 수집 및 분석을 진행했습니다.

### 음식물 쓰레기의 정의

남겨서 버려지는 음식물과 생산/유통/조리/  
보관/소비과정 등에서 발생하는 쓰레기



### 전 세계 음식물 쓰레기 양



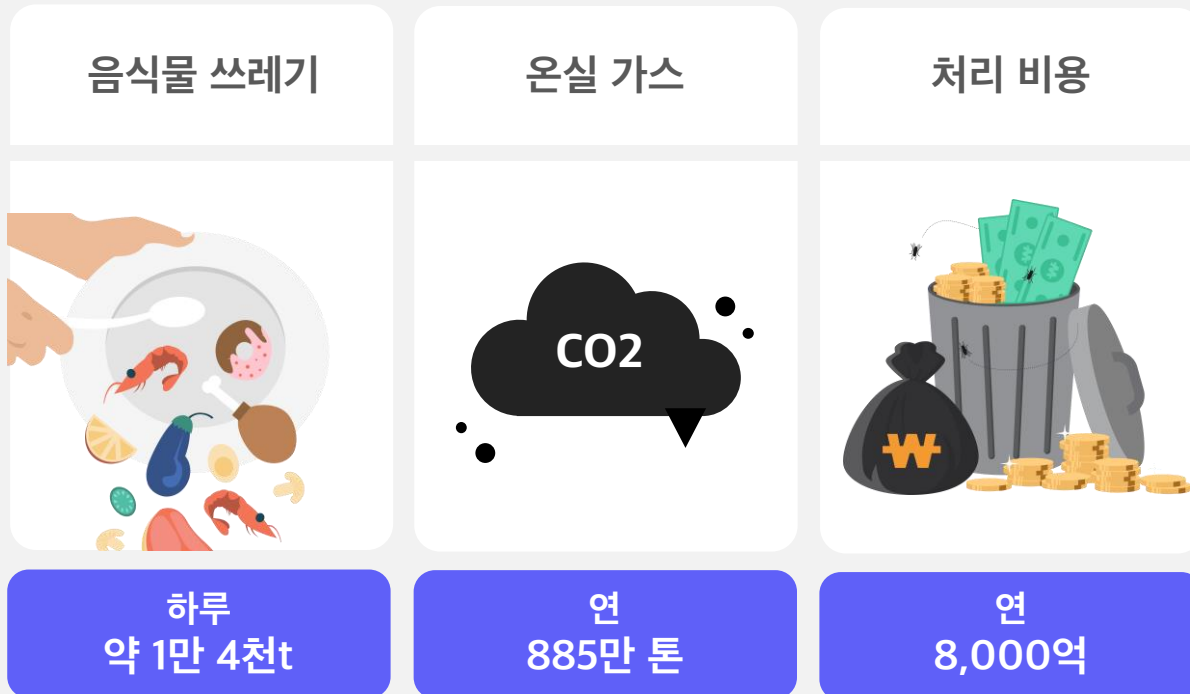
### 온실 가스 배출량



국내의 경우에도, 음식물 쓰레기는 매해 3%씩 증가하고 있습니다.  
이는 환경 문제를 야기할 뿐만 아니라, 경제/사회적으로도 큰 손실을 불러옵니다.

### 국내 음식물 쓰레기 현황

출처 : 환경부



뜯지도 않고 버려지는 식품, 1년에 1조5400억원어치

출처 : <https://url.kr/mptw1a>



# KOPIA I

그러나, 음식물 쓰레기 문제는  
**개인 혼자서는 해결하기 어렵습니다.**

이에 저희는 세상을 이롭게 할 미래 혁신을  
준비하고 있는 코나아이의 신조에 발 맞추어,  
지역을 넘어 전 사회 구성원이 환경을 지키는데  
이바지 할 수 있도록 최선을 다해 도우려 합니다.

그리고 그 과정 속에서 소비자와 가맹점주, 지자체 등  
사업과 관련한 모두에게 도움이 될 이로운 서비스를  
제공하고자 합니다.





03

시장 리서치(3C)

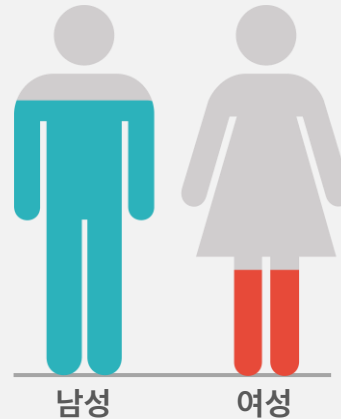
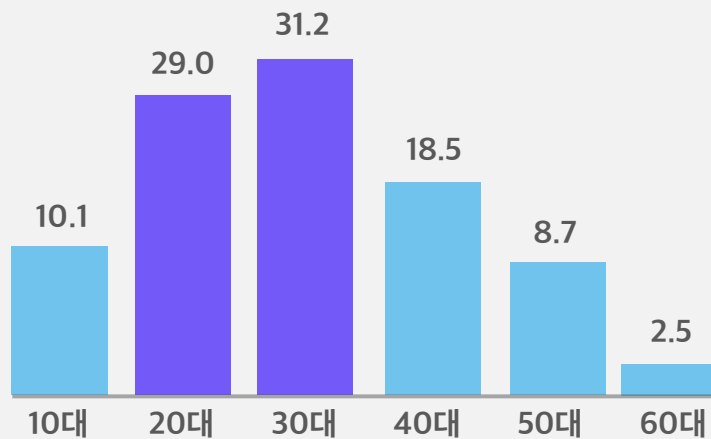
코나아이의 주요 고객은  
소비자, 가맹점주, 지자체입니다.



유입과 유지를 모두 만족시키는 서비스를 개발하기 위해,  
먼저 마감할인 서비스와 지역화폐 플랫폼 주 이용자를 각각 분석했습니다.

## 타 마감할인 서비스 주 이용자

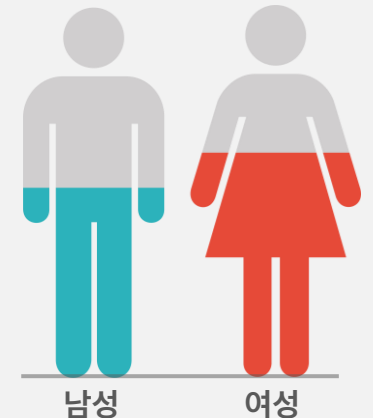
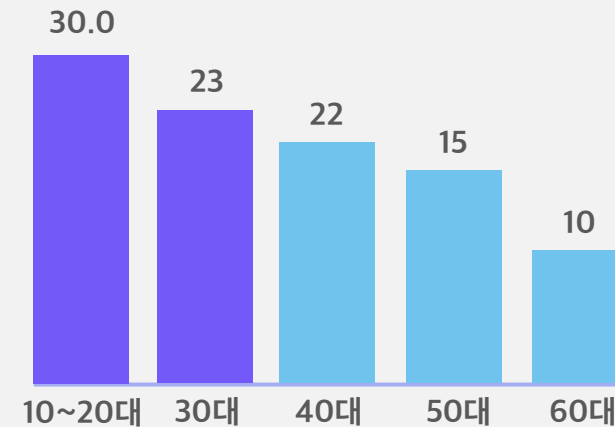
단위 : %



출처 : 세븐일레븐 라스트오더 서비스 이용현황

## 지역화폐 플랫폼 주 이용자

단위 : %



출처 : 코나아이

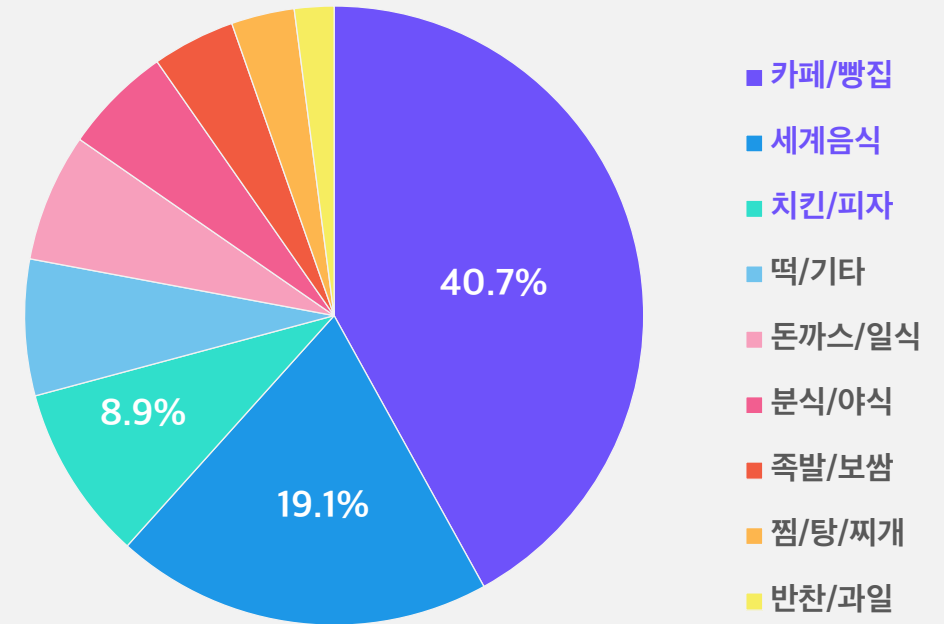
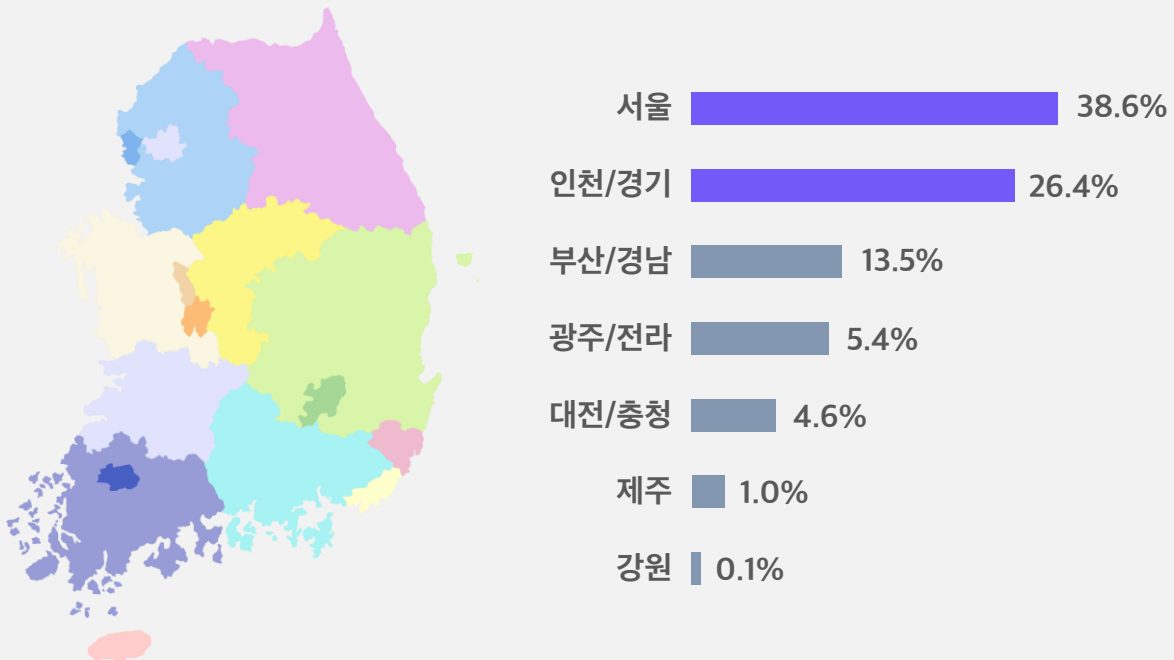
주 소비자는 **2030세대**가 될 것으로 예상합니다.



두번째로, 선진사례를 통해 마감할인서비스에서 주로 판매되고 있는 서비스 상품 유형을 파악할 수 있었습니다.

### 가맹점 현황 및 서비스 상품 유형

출처 : 라스트 오더

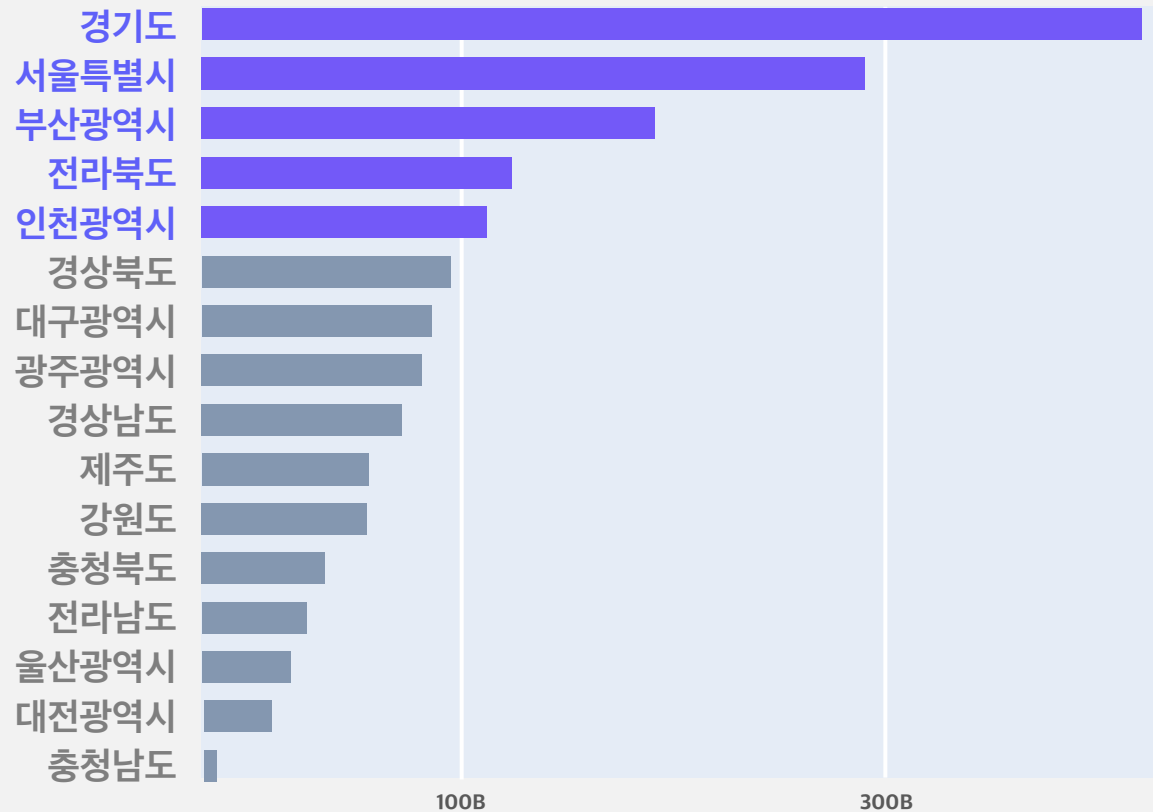


비율이 상대적으로 높은 **카페/빵집**, **세계음식**, **치킨/피자** 등을 판매하는 가맹점을 위주로 모집을 진행할 예정입니다.

마지막으로, 서비스를 출시를 고려할 만한 지자체를 선정하기 위해  
음식물 폐기량이 높은 지역과 지역화폐 사업 규모가 큰 지역을 분석했습니다.

## 음식물 폐기량 시도별 순위

출처 : 통합데이터지도



## 주요 지역화폐 현황 및 규모

경기	경기지역화폐	4조 2713억원
인천	인천 e음	3조 5805억원
대전	온통대전	2조 422억원
부산	동백전	1조 5998억원
광주	광주상생카드	1조 2230억원
서울	서울페이	1조 865억원
대구	대구행복페이	1조 430억원
울산	울산페이	5082억원

그리고 두 그래프 모두 상위권으로 해당하며,  
지역화폐 플랫폼 서비스 사업이 활발히 진행되고 있는  
지자체인 ‘인천’을 최종적으로 선정할 수 있었습니다.

Keypoint 1

행정안전부 지역사랑상품권 우수 사례 평가  
지역사랑상품권 **최우수기관상** 수상

인천e음 기반  
맞춤형 부가서비스  
지속 발굴

코로나19로  
소원해진 공동체  
유대감 강화

시민과 소상공인의 니즈(Needs)에 맞는 부가서비스를 겸비한

“상생 경제 플랫폼”

Keypoint 2

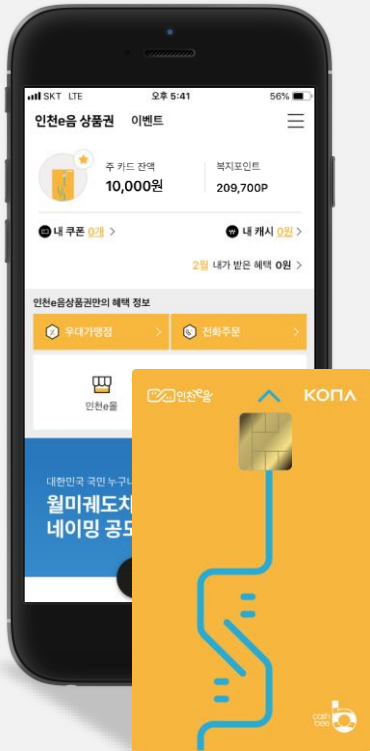
전체 인천 시민의 **80%**가 가입



2022년 7월 기준,  
전체 인천 시민 약 300만명 중

인천e음 가입자 수 **234만 7084명**  
누적 거래액 약 **11조 8535억** 달성

출처 : 인천시



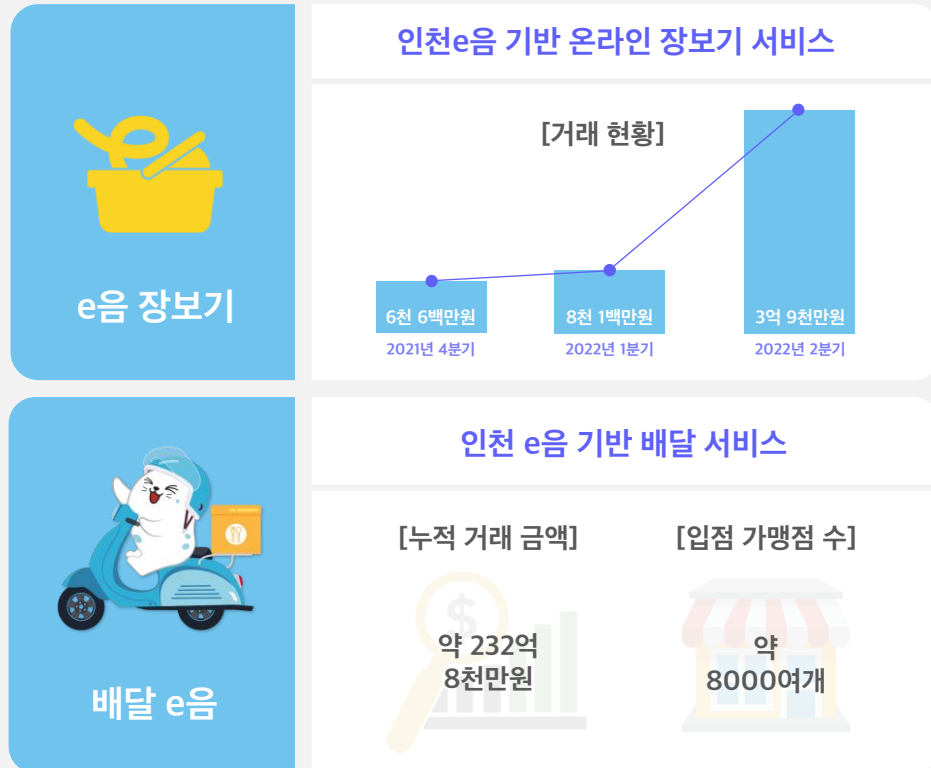
	라스트오더	당근마켓(GS25)	서울페이 플러스
분류	마감할인서비스	마감할인서비스	지역화폐 플랫폼
설립일	2018년 04월 03일 (5년차)	2021년 07월 27일 (서비스 시작일)	2022년 01월 24일
주요 서비스	1) 마감임박상품 및 음식을 할인된 가격에 거래하는 전국단위 소비자-가맹점 서비스 2) 소비자가 재고확인 후 포장/방문/배달로 수령 3) 음식물 쓰레기량 감소를 위한 각종 정보 제공 및 소비자들의 기여도 수치 시각화	1) 편의점 마감임박상품을 할인된 가격에 거래하는 전국단위 소비자-가맹점 서비스 2) 소비자가 원하는 상품의 재고를 확인하고 결제 후 방문을 통해 판매 중재 3) 매장 선택 후 수령일, 수령시간 설정 가능	1) 앱 내에서 가맹점 신청, 정보 변경 가능 2) 가맹점별 홈페이지를 제공 3) 가맹점에서 할인쿠폰 발행가능 4) 음성 결제 알림(예정) 5) 배달앱 · 쇼핑몰 등 온라인 결제(예정)
매출 규모	연 매출 15억 8천만원	연 매출 3억 6천만원	비공개
주요 성과	1) 세븐일레븐 마감임박 상품 누적 판매량 160만개, 폐기 절감액 매가 기준 약 45억원 2) 세븐일레븐 전년 대비 편의점 도시락, 삼각김밥, 유음료 발주량 26.4% 증가 3) BGF 리테일 이용 건수 전년 대비 66.7% 증가	1) 서비스 시작 첫 주 대비 359.1% 신장 2) 자취 꿀팁, 짬테크 등 다른 유행과 결합하여 소비자들의 많은 관심을 받고 있음. 3) 1만 6000여곳에 이르는 GS리테일 매장에서 나온 버려질 음식들을 되살리고 있음.	1) 서울사랑상품권 1시간 만에 완판(250억 규모) 2) 1일 결제 금액 평균 21억원 돌파 3) 1일 결제 건수 평균 5만건 4) 사용자 100만명 이상 돌파 5) 결제 가능한 가맹점 수 약 28만개

기존의 마감할인서비스와 지역화폐 플랫폼의 장점을 벤치마킹하여 차별화 된 서비스를 제공할 예정입니다.

## 지역화폐 관련 사업

## 내부 자원 분석

그래프 출처 : 통합데이터지도



구분	자사역량	비고
사업 경험	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사가 기존에 지속적으로 진행해오던 사업 영역.</li> <li>인천 지역화폐 확대, 다양한 지역 커뮤니티 기반 서비스 운영 및 실제 지역경제활성화 경험이 있음.</li> </ul>
인적 자원	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>서비스 운영 프로세스별로 담당 부서가 세분화 되어있음.</li> <li>지역화폐 사업에 특화된 경영을 위해 각 ASP별 담당자가 존재하여 사업 지역 확대에 용이함.</li> </ul>
전략적 제휴	●	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역화폐 결제처 확대 및 추가 혜택 제공을 위해 대형 프랜차이즈와 제휴를 맺을 필요가 있음.</li> </ul>
투자 규모	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 가맹점 인프라와 인천 e음 유저 정보를 활용하여 초기 활성화 비용 절감 가능.</li> <li>타 서비스와의 차별화를 위한 콘텐츠 확보 비용 및 시스템 구축 비용이 예상됨.</li> </ul>

기존 운영 경험과 자원을 바탕으로 **빠르게 사업을 도입**하고, 혜택 및 결제처를 계속해서 확대할 예정입니다.



# 04

## SWOT 분석 및 전략

## SWOT 분석 및 전략

외부환경  내부환경		O기회 (외부)	T위협 (외부)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESG 경영 실천이 가능하다.</li> <li>- 결제량 증가에 따른 결제 수수료를 확보할 수 있다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역화폐 정부 지원이 감소하고 있다.</li> <li>- 지역화폐 관련 사업 경쟁사 수가 증가하고 있다.</li> <li>- 기존 마감할인플랫폼이 높은 점유율을 차지하고 있다.</li> </ul>
S강점 (내부)		SO(강점+기회)	ST(강점+위협)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지자체와의 협력 경험이 많다.</li> <li>- 가맹점 확보가 용이하다.</li> <li>- 인적/기술 자원이 충분하다.</li> <li>- 기존 플랫폼 수가 많아 서비스 사용자 확보가 용이하다.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가맹점 확보가 용이하다는 점을 활용하여 사업을 크게 확장 시켜 결제 수수료로부터 오는 수익을 확대한다.</li> <li>- 서비스 사용자들을 많이 확보하여 ESG 경영을 실천하는 코나아이의 이미지를 제고한다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인적/기술 자원을 활용해 차별화된 전략으로 시장을 선점한다.</li> <li>- 기존에 확보해둔 고객과 지자체와의 협약 경험을 활용하여, 외부 지원에 흔들리지 않는 자주적인 서비스로 도약한다.</li> </ul>
W약점 (내부)		WO(약점+기회)	WT(약점+위협)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역화폐 결제가 제한되는 매장이 있다.</li> <li>- 지자체의 결정에 의존적이다.</li> <li>- 계좌로 충전해서 사용하는 선불카드로 결제 방식이 제한되어 있다.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개인 사업자들의 매출 증가를 목적으로 한다.</li> <li>- 지역경제를 활성화 시키는 데 기여한다.</li> <li>- 결제 수단에 크게 의존하지 않는 서비스를 개발하여 결제 수수료를 확보한다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주력 아이템인 지역화폐가 인센티브 감축으로 인해 인지가 약해지지 않도록 독자적인 서비스를 개발한다.</li> <li>- 독보적인 서비스 제공으로 지자체와의 협약을 이어나간다.</li> </ul>



05

서비스 구조



인천 지역화폐 플랫폼인 인천e음에서 제공하는  
부가서비스는 아래와 같이 구성되어 있습니다.

(2022년 1월 기준)



### 인천e몰

저렴한 가격으로 다양한 상품 판매,  
쇼핑, 호텔, 문화, 교육을 제공하는 복지혜택몰,  
인천e음카드 또는 내 캐시로 결제 가능

### 혜택 플러스

가맹점주들을 위한 매장홍보 부가서비스,  
인천e음 앱을 통한 가맹점 무료 홍보,  
결제 수수료 0% QR키트 무료제공

### 공유 경제몰

인천시민을 위한 중고거래 마켓  
시민 간 자원 공유를 통해 자원의  
효율적인 이용 가능

### 너나e음

모바일 앱 사용이 어렵거나 스마트폰이  
없는 분을 위해 인천 내 농협에서 신규발급과  
충전을 도와주는 오프라인 서비스

### 인천 직구

인천 소재 기업이 생산/제조/OEM하는  
제품으로만 구성되어 있는 종합 쇼핑몰,  
다양한 지역 상품 및 특산물 판매

### 나눔e음

기부문화 확산과 이웃사랑 실천을 위한  
기부 플랫폼, 카드 또는 캐시를 통해  
정기기부와 일시기부 가능

### 배달e음

인천시 공공배달 서비스,  
중개 수수료는 줄이고 혜택을 늘려  
가맹점주와 소비자에게 차별화된 혜택 제공

### e음 장보기 서비스

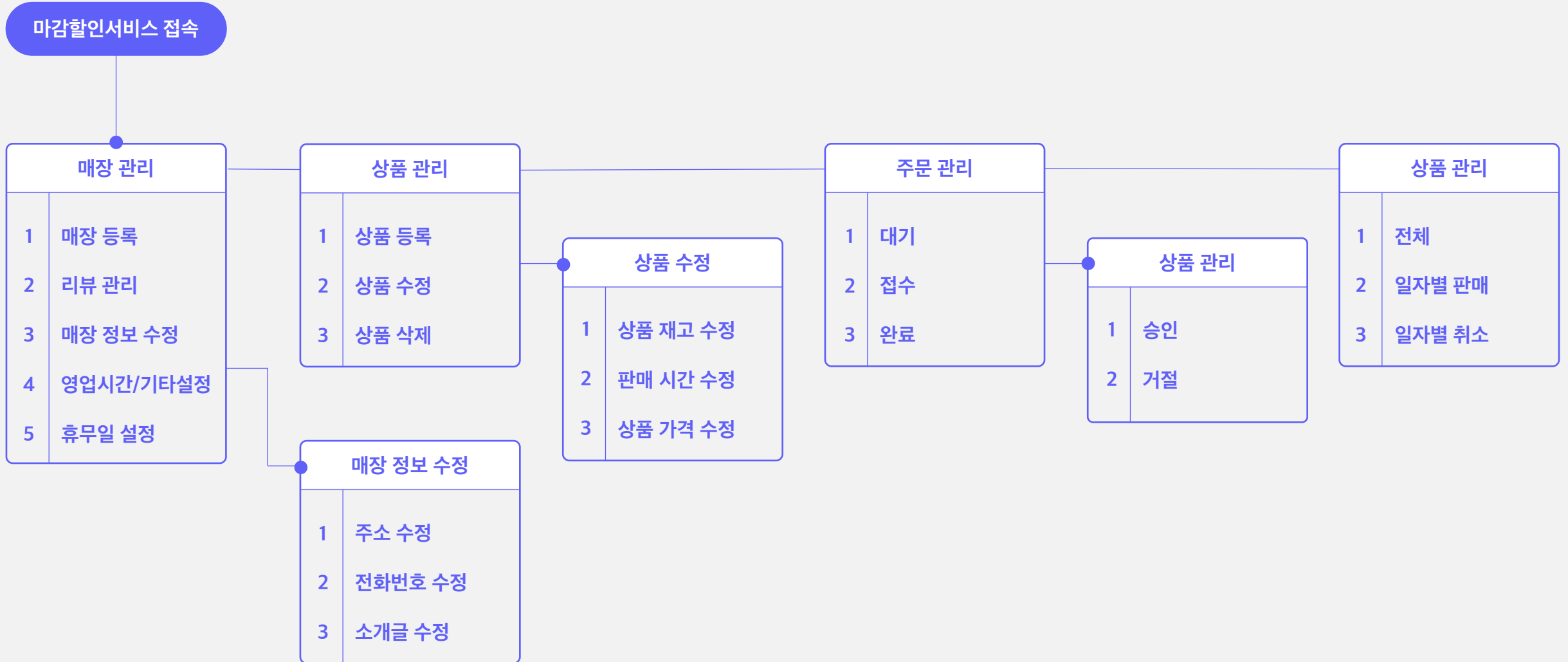
인천e음 플랫폼을 활용해  
전통시장 상품을 온라인으로  
주문/배달 받을 수 있는 서비스

플랫폼 확장을 위해 기존의 부가 서비스와 차별화 된 형태의 서비스를 제공할 예정입니다.

## 05 서비스 기능 <소비자>



05  
서비스 기능  
<가맹점주>





06

간트차트

		7월			8월			
Start	Finish	2주	3주	4주	1주	2주	3주	4주
7/8	7/15	<div>아이디어 제안</div> <div>주제 선정</div> <div>현상파악 및 문제분석</div> <div> <div>분석</div> <div>아이디어</div> <div>  Done </div> </div>						
7/15	7/22							
7/22	7/29							
7/29	8/5				<div>소비자, 경쟁사, 자사리서치 (3C 분석)</div> <div> <div>분석</div> <div>  Done </div> </div>			
8/5	8/12							<div>중간 발표</div>
8/12	8/19						<div>시장 데이터 분석</div> <div>SWOT 분석</div> <div>중간 발표 준비</div> <div>정보 구조도(IA) 작성</div> <div> <div>분석</div> <div>발표</div> <div>  Done </div> </div>	
8/19	8/26							

		9월					10월			
Start	Finish	1주	2주	3주	4주	5주	1주	2주	3주	4주
8/26	9/2	<div>사용자 앱 시나리오 정리 시나리오 별 기능 리스트 화면 플로우 차트 와이어 프레임</div> <div>기획</div> <div>&gt;&gt;&gt; To do</div>								
9/2	9/9									
9/9	9/16			<div>웹 아키텍처 설계 프레임워크, 서버 DB, 네트워크 등 시스템 구성 앱 아키텍처 설계 지원 API 버전 결정 지원 디바이스 결정</div> <div>개발</div> <div>&gt;&gt;&gt; To do</div>						
9/16	9/23									
9/23	9/30					<div>홍보 타겟 구체화 디자인 작업물 관점 설정 홍보 전략 수립 채용 브랜딩 전략 수립</div> <div>디자인</div> <div>홍보</div> <div>&gt;&gt;&gt; To do</div>				
9/30	10/7									
10/7	10/14							<div>최종 발표</div> <div>최종 수정 최종 발표 연습</div> <div>발표</div> <div>수정</div> <div>&gt;&gt;&gt; To do</div>		
10/14	10/28									

DIGITAL  
IDENTIFICATION  
KONA GROUP

# THANK YOU

**B조 코나하이**

김다정 김형진 노혜림 박소현 안도현 양현승 임경익

Copyright ©1999-2022 KONA I Co, Ltd All Rights Reserved.