

집놀 ZIPNOL

어플리케이션 기획  
제안서



계원예술대학교

프로젝트 기획 1

디지털 미디어 디자인

담당 교수 : 김성은 교수님  
팀 집놀 : 유상혁, 김재환



## 01 서비스

서비스 배경  
서비스 정의

## 02 사용자 정의

페르소나  
사용자 여정 지도

## 03 거시 미시 내부 환경분석

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

## 04 정보 수집

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

## 05 결과 도출

결과

**01 서비스**

서비스 배경  
핵심 키워드  
서비스 정의

**02 사용자 정의**

페르소나  
사용자 여정 지도

**03 거시 미시 내부 환경분석**

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

**04 정보 수집**

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

**05 결과 도출**

결과

# 서비스

## 서비스 배경

### Situation

#### ‘홈 족’의 증가

‘홈 족’의 수는 앞으로도 꾸준히 증가할 것으로 보인다.  
‘홈 족’은 이미 새로운 소비 주체로 등장했고,  
이들을 타겟으로 한 서비스와 제품도 다양해지고 있다.

### Trend

#### 렌탈의 증가

‘소유’에서 ‘대여’로 변화하는 소비 트렌드,  
‘렌탈 서비스’가 성장세다.  
소비자 79.6%가 “기회가 된다면 원하는 제품을  
렌탈 서비스로 이용해 볼 의향 있다.”고 답했다.  
렌탈 시장의 성장 이유로는  
‘합리적인 소비’ 추구하는 소비자의 증가를 꼽았다.

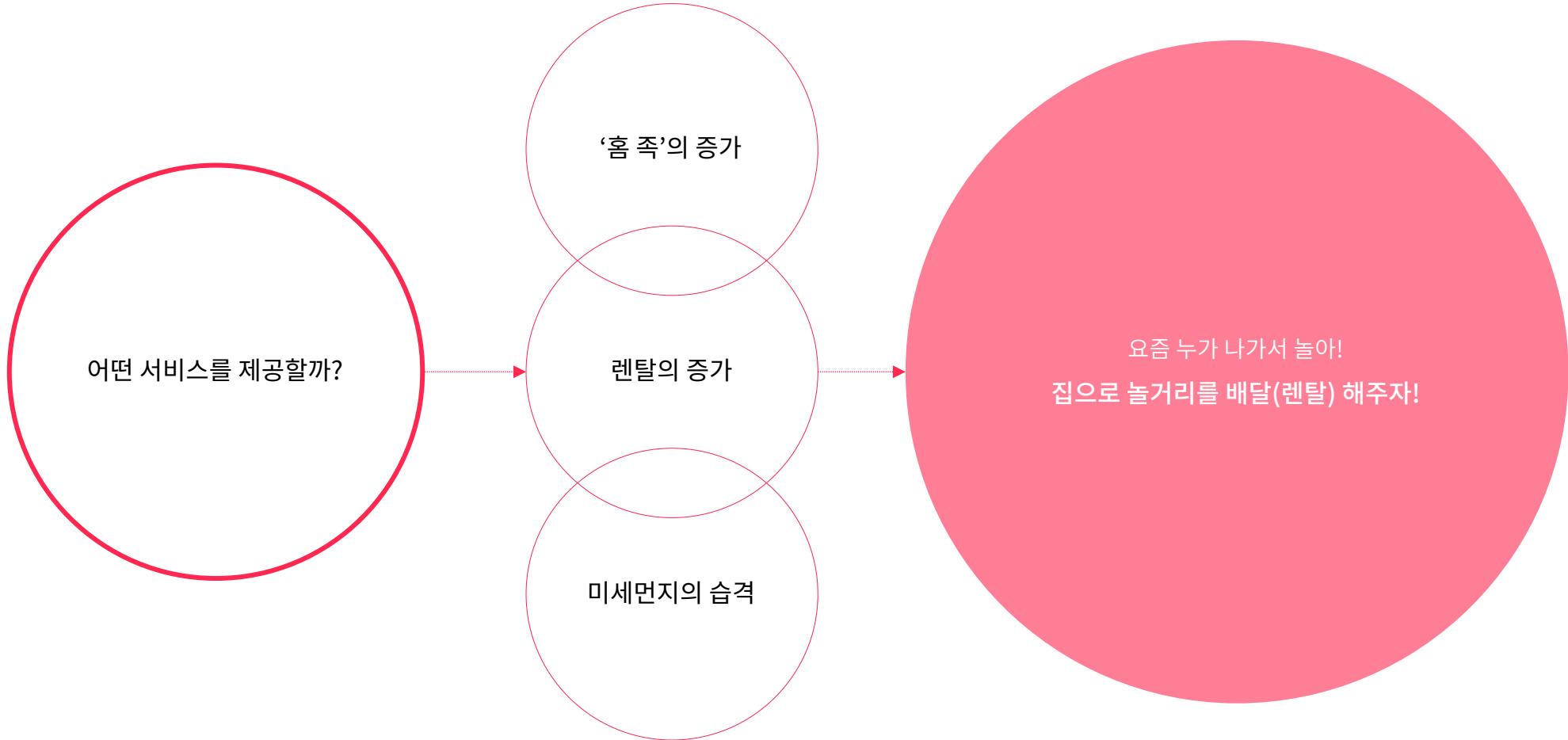
### Problem

#### 미세먼지의 습격

미세먼지로 인한  
외부활동 불가 및 우울증에 걸리는 사람들  
미세먼지의 습격으로 인한 실내 활동의 증가

# 서비스

## 서비스 배경



## 서비스

## 서비스 배경

## 2019 Trend : Concept

“ 그냥 좋아서는 안된다. 컨셉이 있어야 한다.”

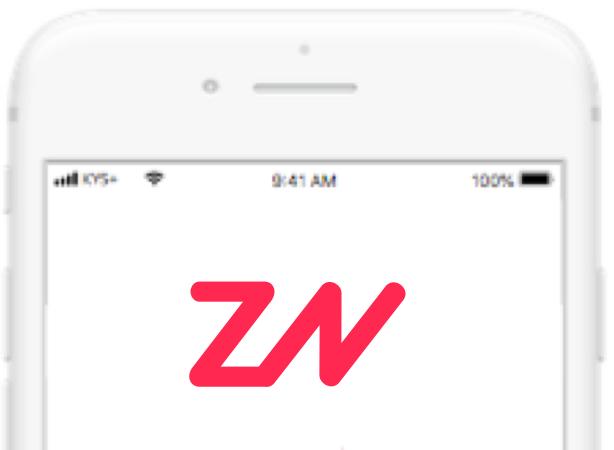


# 서비스

서비스 정의

데일리 콘셉트 놀거리 제공 서비스

집놀



손 가락 까딱하고! 놀 준비만해!  
오늘 컨셉은 우리가 갖다줄게 (하트)

준비하고 집밖에 나가기 귀찮죠?  
헉! 미세먼지 수치봐! 이거 나가놀 수 있겠어요?  
오늘은 애인과 어떤 재밌는 데이트를 해야할까요?

뭐하고 놀지 컨셉만정하면 집으로 놀거리를 가져다 드립니다.  
집에서 놀 수 있는 놀거리를 렌탈(배달)해주는 서비스

## 01 서비스

서비스 배경  
서비스 정의

## 02 사용자 정의

페르소나  
사용자 여정 지도

## 03 거시 미시 내부 환경분석

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

## 04 정보 수집

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

## 05 결과 도출

결과

# 사용자 정의

페르소나



김은비씨는 관악구에 위치한 회사에 다니는 25살 회사원으로 퇴근 후 밖에서 운동하는 것을 좋아하는 사람이다.

최근 미세먼지가 갈수록 심해져 매일매일 이 미세먼지로 덮여있다. 평소 비염이 심한 김은비씨는 이제는 퇴근 후 집밖으로 나가는 것이 꺼려지고 심지어 두렵기도 하다.

“건강한 몸을 유지한 저의 비결은 매일매일 운동을 하는 것이었어요. 그런데 미세먼지로 뒤덮인 요즘에는 밖으로 운동하러 나가는 것마저 너무 꺼려져요. 야외나 헬스장까지 안 가더라도 운동을 할 수 있을까요?”

사용자 니즈	밖으로 나가지 않고 집에서도 다양한 운동을 즐길 수 있으면 좋겠다. 남들이 사용했던 운동기구들이 청결한지 안심하고 사용할 수 있으면 좋겠다.
비즈니스 골	헬스장이나 야외에 나가지 않고도 집에서 할 수 있는 운동을 하고 싶다. 남들이 사용했던 기구들을 내가 사용할 때는 깨끗하게 사용하고 싶다.

## 김은비

나이 : 25세  
성별 : 여성  
직업 : 회사원  
수입 : 연수입 3,100만 +

## 태도

회사에서 퇴근하고 나서는 집에 들려 옷을 갈아입고 운동하러 늘 나간다. 하지만 미세먼지에 민감한 그녀는 밖을 나가는 것을 꺼려하게 된다.

동기	시나리오	기능/콘텐츠	이용행태
밖으로 나가지 않고 집에서도 다양한 운동을 즐길 수 있으면 좋겠다.	미세먼지가 심한 날 미세먼지 마스크를 끼고 답답하게 운동을 한다.	운동 박스 서비스 제공.	집 밖으로 나가지 않아도 집에서 제공된 운동기구를 통해 운동을 할 수 있다.
남이 사용했던 운동기구를 사용할 때 위생상으로 걱정이 되어 찝찝하지 않게 사용했으면 좋겠다.	운동기구를 물 티슈로 한 번 닦고 사용하고, 아니면 장갑을 끼고 사용했다.	안심 (청결) 서비스 제공.	한 번 다른 사람이 사용했던 기구들은 업체에서 다시 한 번 소독, 세척을 한다는 공지를 확인하고 안심한다.

# 사용자 정의

## 페르소나



박경중씨는 현재 인천시 남구에 위치한 인천남중학교에 과학교사로 근무하고 있는 30대 중반 미혼 남성이다.

평소 과학시간에 학생들의 참여형 교육에 관심이 많아 VR을 체험 시켜주고 싶어 자료를 찾아봤지만 교육용 VR 장비 단기 대여에 대한 정보를 찾기 어려웠다.

장비 대여 후 사용 시 파손에 대한 걱정 때문에 쉽게 결정하지 못하고 있다.

“우리 아이들에게 체험 시켜주고 싶은데 게임 장비 빌려오면 학교에서 허락을 안해줄 거에요. 오랫동안 빌리려면 금전적인 문제도 있고요. 하루하루 날짜에 맞게 빌려서 교육용으로 빌려 아이들에게 체험 시켜주고 싶어요. 근데, 고장난다면 또 어떻게 처리하나 싶기도 해요.”

사용자 니즈	학교에서 교육용 VR장비 대여해 학생들에게 VR을 체험 시켜주고 싶어한다. 고가의 장비를 장기로 대여할 충분한 여건이 되지 않아 단기로 빌리고 싶어한다. 학교에서 대여한 VR장비가 고장이 났을 때 해결할 수 있는 방법이 궁금하다.
비즈니스 골	‘교육’이라는 콘셉트에 맞춘 제품 및 서비스를 추천해 대여가 가능하게 한다. 학교의 재정 특성상 장기 대여가 힘들기 때문에 단기 대여가 가능하게 한다. 제공된 서비스가 고장났을 때 해결할 수 있는 방법을 제공한다.

## 박경중

나이 : 36세  
성별 : 남성  
직업 : 중학교 과학교사  
수입 : 연수입 3,400만 +

### 태도

교육용 장비 대여 어플리케이션 요구  
단기 대여에 대한 정보 필요  
장비 고장에 대한 보험 서비스 필요

동기	시나리오	기능/콘텐츠	이용행태
학생들을 위해 교육용 VR 장비를 대여하려고 한다. 금전적 문제와 교육 일정 특성상의 문제로 장기보단 단기로 대여하려고 한다.	어플리케이션 검색을 통해 VR 장비들의 종류를 검색해본다. 장기 대여 서비스들을 보며 학교의 교육 일정을 비교해보고 실망한다.	데일리 콘셉트 추천 서비스	교육용 VR 콘셉트를 선택해 해당 서비스의 장비 및 소프트웨어를 대여해 데일리로 학생들에게 체험 형 학습을 시도.
학생들을 위해 VR 장비를 대여해 사용하고 싶지만 장비를 다루다가 고장이 났을 때 솔루션이 확실한 서비스를 찾고 있다.	학생들에게 장비에 대해 설명을 충분히 하고, 고장에 대해서도 충고하지만 학생들이 사용 시에 고장이 날 것 같은 불안감 때문에 확실한 대처법이 있었으면 한다.	서비스 파손/분실 보험 서비스	VR 장비 대여 후 사용하다 파손이 되었을 때에 제공되는 보험서비스 덕에 안심하고 대여.

# 사용자 정의

페르소나



홍유빈씨는 현재 23살의 남성으로 현재는 대학교를 다니고 있다.

살면서 이성친구와의 교제 경험이 적었기 때문에 이성친구와 데이트를 할 때마다 그 날은 무엇을 해야할지 걱정부터 앞선다. 특히 100일같은 기념일이 오면 이벤트를 해주고 싶은데 어떻게 해야할지, 무엇을 준비해야할지 막막하다.

가끔은 친구에게 이런 걱정거리를 도와달라고 돈을 주어서 이벤트 준비를 맡기고 싶지만 매번 그럴 수는 없다.

“이번 기념일에 이성친구와 같이 즐길 수 있는 놀거리와, 이벤트를 제대로 준비해서 점수를 한 번 제대로 따고 싶어요.”

사용자 니즈	이성친구와 즐길 수 있는 놀거리와 이벤트 준비에 대해 걱정이 많아서 누군가가 이것들을 모두 해결해줬으면 좋겠다.
비즈니스 골	이성친구와의 데이트 또는 기념일 이벤트 준비에 대해 많은 부담감을 느끼고 있다. 이 부담감을 덜어주기 위해 만족스러운 놀이와 이벤트를 준비해 제공할 필요가 있다.

## 홍유빈

나이 : 21살  
성별 : 남자  
직업 : 대학생  
수입 : 아르바이트비 40만원내외

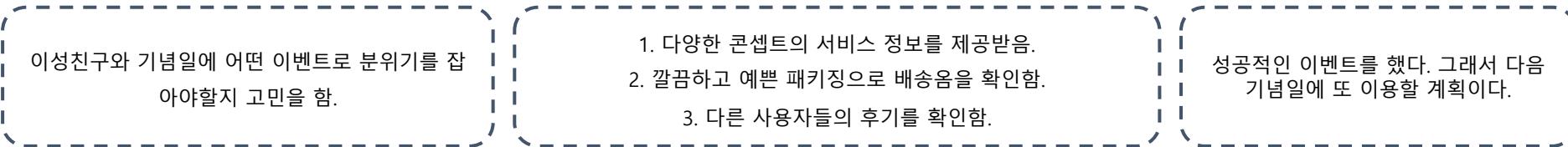
## 태도

이성친구와 둘이 놀아본 경험이 거의 없음. 그래서 무엇을 해야할지 잘 모르고 이성친구가 무엇을 좋아하는지 모른다.  
특히 기념일 같이 특별한날이면 걱정은 더욱 커진다.

동기	시나리오	기능/콘텐츠	이용행태
이성친구와의 기념일인데 이벤트를 준비하려고 함. 하지만 어떤 이벤트를 해주어야 할지 고민함.	고민을 하다가 그나마 나보다는 이벤트를 많이 해본 친구들에게 연락해서 무엇을 해줘야 할지 물어본다.	데일리 큐레이팅 서비스.	놀거리나 이벤트의 관련된 질문을 등록하고 큐레이팅을 제시 받아 관련된 데일리박스를 제공받는다.
준비한 기념일 이벤트를 이성친구가 마음에 들어할지 모르겠다.	내 주변의 그나마 친한 이성친구에 어떤 이벤트를 받았을 때 좋았는지 물어본다.	후기 공유 서비스.	해당 데일리박스를 사용한 후기들을 확인해서 사용자들이 얼마나 만족했는지 확인한다.

# 사용자 정의

## 사용자 여정 지도



서비스 이용 전

서비스 이용 중

서비스 이용 후



앗! 이 콘셉트로 하면 여자친구가 좋아하겠다!

패키징으로 준비해야 할 물건들도 한 번에 갖다주잖아!

여자친구도 되게 만족했고!  
드디어 나도 기념일을 멋있게 준비해줄 수 있는  
트렌디한 남자가 되었어!  
너무 기분이 좋아!



아...친구들에게 물어보면..  
초짜냐고 또 무시할텐데 ㅜㅜ..  
처음인 티나잖아!

남겨진 후기들을 보니 만족했다는 후기가 많이 보이네  
믿고 써보자!



아..이런..기념일도 처음이고...  
센스도없는데 어떻게하지?

근데 이 패키지로 준비했을때  
여자친구가 좋아할까?

**01 서비스**

서비스 배경  
서비스 정의

**02 사용자 정의**

페르소나  
사용자 여정 지도

**03 거시 미시 내부 환경분석**

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

**04 정보 수집**

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

**05 결과 도출**

결과

# 거시 미시 내부 환경분석

## SWOT 분석

		<ul style="list-style-type: none"><li>- 집에서 편하게 놀 수 있다.</li><li>- 소비자가 있는 곳으로 갖다 줄 수 있다.</li><li>- 새로운 경험을 해볼 수 있다.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 서비스 초반 자본과 인력 부족</li><li>- 놀거리 아이템들의 회전율이 관건</li><li>- 놀거리들의 반응이 제대로 이루어질 것인가?</li></ul>
S	W	O	T
		<ul style="list-style-type: none"><li>- 놀거리의 개념을 하루의 컨셉으로 정의, 사람들의 호기심을 이끌어 낼 수 있다.</li><li>- 미세먼지의 증가 &gt; 실내 활동 증가</li><li>- 1인 가구의 증가 &gt; 구매보다 렌탈 선호</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 위생문제 &gt; 다른 사람들이 깔끔하게 썼을까?</li></ul>

# 거시 미시 내부 환경분석

## SWOT 분석

### SO 전략 수립

오늘 하루는 집에서 콘셉트를 잡고 새로운 경험을 하며 놀다.라는 놀이의 새로운 패러다임을 제시한다.



>

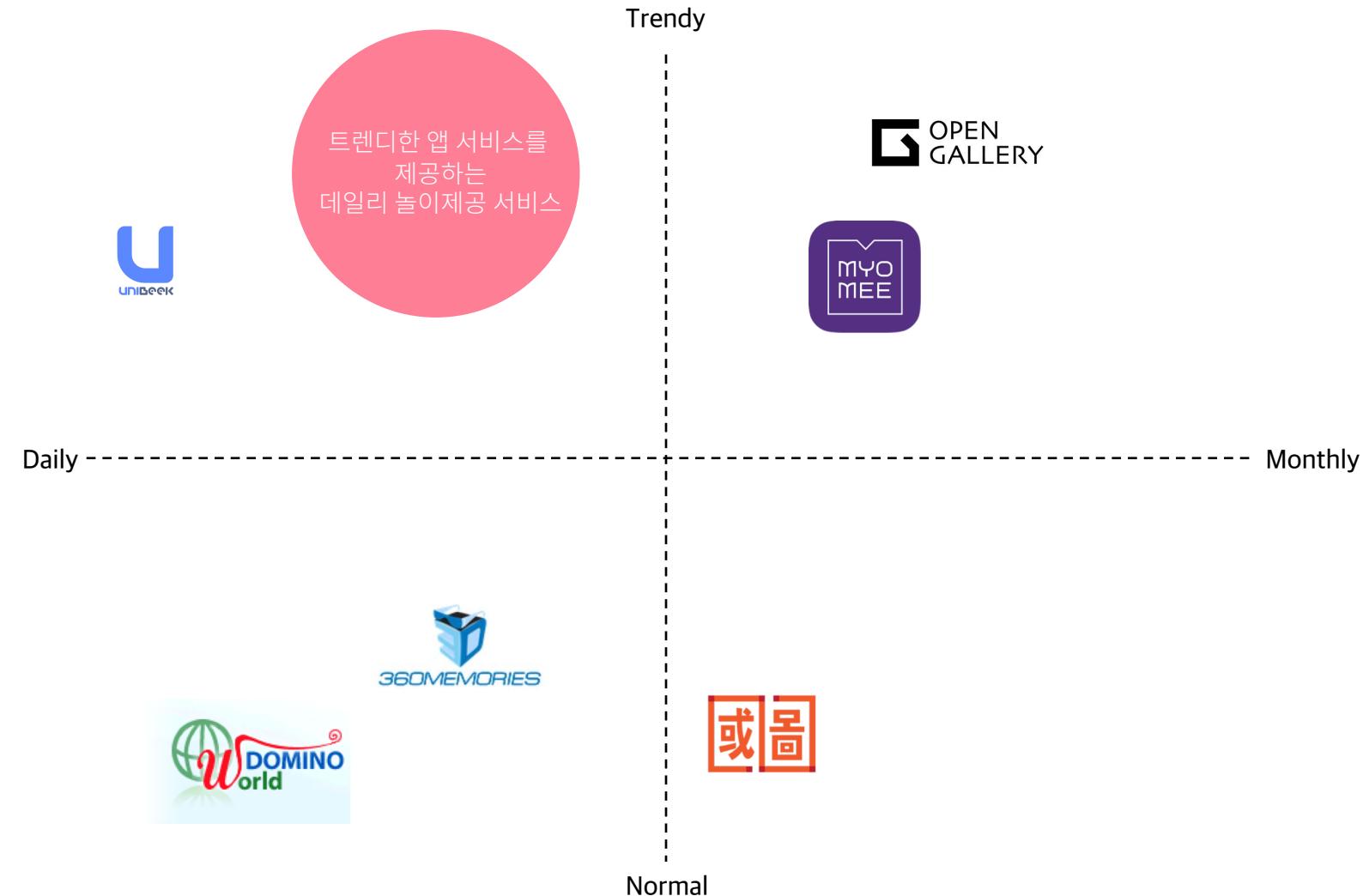


>



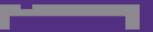
# 거시 미시 내부 환경분석

포지셔닝



# 거시 미시 내부 환경분석

## 벤치마킹



### 묘미 (MYOMEE)

제품을 구매하지 않고 렌탈로 사용해 볼 수 있는 서비스  
유아용품, 패션/뷰티 용품 부터 리빙, 반려용품까지 대여 가능  
구매를 원할 시 구매 가능, 사용해보고 구매를 원하지 않으면 반납 가능  
3대 안심 서비스 – 세척, 살균/소독, 코팅  
맞춤형 큐레이팅, A/S 서비스

# 거시 미시 내부 환경분석

## 벤치마킹



### 주말에 뭐하지? (ZUMO)

주말에 뭘 하고 놀지 콘셉트 별 놀거리를 추천해주는 앱.  
이 밖에도 여행, 취미생활 등도 여러가지 카테고리를  
두고 분류하여 서비스를 제공함.

# 거시 미시 내부 환경분석

## 3CS 분석

구분	분석 요소	분석 내용
소비자	라이프 스타일	개성이 중요하고, 합리적인 소비를 하는 사람들, 미니멀 라이프를 추구하는 사람들.
경쟁사	진입 가능성	공유 경제의 개념이 최근 주목받고 있어 비슷한 주제의 경쟁사가 추가될 것으로 예측.
자사	차별화 서비스	콘셉트가 설정된 데일리 놀이 제공 서비스.

**01 서비스**

서비스 배경  
서비스 정의

**02 사용자 정의**

페르소나  
사용자 여정 지도

**03 거시 미시 내부 환경분석**

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

**04 정보 수집**

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

**05 결과 도출**

결과

# 정보 수집

## User Story

When (Situation)	I want to (Motivation)	So I can (Expected Outcome)
이성 친구와 기념일 일 때	분위기를 잡고 싶어서	분위기 있는 음악과 좋은 음식을 먹었다.
아이와 함께 있을 때	같이 놀고 싶어서	재미있는 활동들을 했다.
집에 있을 때	날마다 다양한 운동을 하고 싶어서	다양한 운동기구들을 경험해 보고싶다.
집에 있을 때	큰 스크린으로 영화를 보고싶어서	빔 프로젝트를 빌렸다.
집에 있을 때	요리왕이 되고싶어서	다양한 재료와 레시피를 받아 보았다.
친구들과 놀러 갔을 때	인싸가 되고 싶어서	다양한 놀거리들을 가져갔다.
학교에서 수업 시간에	학생들에게 새로운 경험을 제공해주고 싶어서	VR기기를 빌려서 갖고왔다.
오늘 뭐하고 놀아야 할지 모를 때	추천을 받고 싶어서	친구들에게 전화해서 물어봤다.
남의 물건을 사용할 때	찝찝하지 않았으면 해서	이전에 누가 사용했는지 알아보았다.
오늘 놀러나가기 전에	물건을 받아보고 싶어서	아침부터 기다린다.
물건을 반납할 때	나가기 귀찮아서	집으로 누가 가지려 왔으면 좋겠다.
한강에 갔을 때	업체의 텐트 재고 유무를 확인하기 위해서	업체의 연락후 직접 방문 하였다.
친구들과 같이 놀 때	더 재미있게 놀고 싶어서	콘셉트를 잡고 놀았다.
남의 물건을 파손했을 때	걱정하고 싶지 않아서	보험을 들어 놓았다.

# 정보 수집

## 문 차트

항목	키워드	인사이트	점수	문 차트
오프라인	친구에게 빌리기	친구들에게 빌리기 힘들거나, 없는 물건들을 '집놀'에서 빌린다.	5	
	친구와 놀기	친구들과 더 재미있게 놀고 싶다.	4.5	
	놀거리 수단 구매	재미있는 놀이를 하기 위해 놀거리를 구매한다.	2	
신규 방문자	관심사 등록	관심사를 등록해서 알맞은 추천을 받는다.	5	
	본인 인증	본인 인증을 통해 자사와 신뢰관계가 생긴다.	5	
	라이프 스타일 등록	자신의 라이프스타일에 따라 즐길 수 있는 놀거리를 추천받는다.	4.5	
	기능별 안내	어플리케이션 시작 시 어떤 기능이 있는지 살펴본다.	4.5	
	예약/ 예약확인	콘텐츠를 예약하고 예약한 콘텐츠를 예약 확인한다.	5	
재 방문자	대여 이력 확인	남겨지는 콘텐츠 대여 이력을 통해 사용자에게 콘텐츠에 대한 신임과 책임감을 만들어 줄 수 있다.	3	
	구매 기능	사용자가 마음에 드는 콘텐츠의 놀거리를 구매하여 가질 수 있다.	2	
	콘셉트 / 트렌드 정도 공유	사용자들에게 콘셉트 / 트렌드 정보를 공유해서 트렌디한 서비스임을 보여준다.	3	
	SNS 공유	만족한 서비스를 친구들에게 공유해준다.	2	
	안심 서비스 정책	다양한 사용자들이 사용하는 만큼 청결을 유지한다는 안심서비스 정책을 실시해 사용자들에게 믿음을 준다.	4.5	
서비스 지원	맞춤 큐레이팅 서비스	처해진 상황에 고민하는 사용자들에게 알맞는 콘텐츠를 제시한다.	5	
	이벤트	다양한 이벤트를 통해 사용자들의 서비스 사용을 제고한다.	3	
	푸시 메세지	방문이 뜻한 사용자의 사용을 유도하고 반응이 적었던 사용자들에게 호기심을 갖게 만든다.	5	

# 정보 수집

## Affinity Diagram

홍보	사용자 경험 상황	앱 내의 서비스	운영 방식
어떻게 하면 대중화 시킬 수 있을까?	어떻게 하면 제공받은 데일리박스를 사용자가 쉽게 직접 세팅할 수 있을까?	어떻게 하면 청결을 유지할 수 있을까?	어떻게 하면 빠르게 변화하는 트렌드를 따라갈 수 있을까?
어떻게 하면 재방문 / 지속적인 사용을 유도할 수 있을까?	어떻게 하면 하나의 콘셉트놀이를 더 많고 다양한 콘텐트로 확대 시킬 수 있을까?	어떻게 하면 사용자들에게 장비들이 청결하다는 것을 증명할 수 있을까?	어떻게 하면 사용자들이 물품을 잘 반납하게 할 수 있을까?
주변 기존 업체들과 상생하는 방법은 없을까?	어떻게 하면 도저히 유저가 놀 방법을 모를 때 무엇을 하라고 추천 할 수 있을까?	어떻게 하면 큐레이팅 시스템의 정확성을 높일 수 있을까?	어떻게 하면 개인정보수집을 할 수 있을까?
사용자들을 통해 입소문을 좋게 타는 방향은 없을까?	어떻게 하면 절대적으로 보편적이지 않은 특이한 사용자의 니즈를 충족시킬 수 있을까?	어떻게 하면 큐레이팅의 거부감을 줄일 수 있을까?	어떻게 하면 평가 상 좋지 않은 콘셉트를 활용할 수 있을까?
			어떻게 하면 합리적인 가격으로 사용자들에게 놀거리를 제공할 수 있을까?
			어떻게 하면 파손/분실 보험의 기준을 확립할 수 있을까?

# 정보 수집

## Affinity Diagram



홍보	솔루션
✓ 어떻게 하면 대중화 시킬 수 있을까?	인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통한 광고를 적극 활용하여 많은 관심을 유도한다.
어떻게 하면 재방문 / 지속적인 사용을 유도할 수 있을까?	이전 사용자의 정보가 나오는 히스토리 기능을 통해 사용자들에게 믿음을 주어 재방문과 지속적 사용을 유도한다. 또한 배너를 통한 알림 및 카카오톡과의 연동을 통해 주기적으로 알맞은 콘셉트를 홍보한다.
주변 기존 업체들과 상생하는 방법은 없을까?	여러가지 서비스나 제품들을 받아 소비자와 연결해주는 방식으로 주변의 업체들과 상생한다.
사용자들을 통해 입소문을 좋게 타는 방향은 없을까?	후기 및 별점 기능을 통해 사용자끼리 정보를 주고받을 수 있게 한다.

# 정보 수집

## Affinity Diagram

사용자 경험 상황	솔루션
✓ 어떻게 하면 제공받은 데일리박스를 사용자가 쉽게 직접 세팅할 수 있을까?	제공해주는 데일리박스 안에 셋팅 방법 매뉴얼이 적힌 서류를 제공한다. 그 서류 안에는 QR코드도 있어 동영상으로도 셋팅 방법을 설명 들을 수 있다.
어떻게 하면 하나의 콘셉트놀이를 더 많고 다양한 콘텐트로 확대 시킬 수 있을까?	해당 데일리컨셉을 사용했던 사람들이 다음에는 어떤 데일리컨셉을 사용했는지 알려주는 정보를 제공한다.
어떻게 하면 도저히 유저가 놀 방법을 모를 때 무엇을 하라고 추천 할 수 있을까?	런치 스크린 또는 팝업배너를 통해서 사용자에게 호기심을 자극할만한 정보들을 제공한다.
어떻게 하면 절대적으로 보편적이지 않은 특이한 사용자의 니즈를 충족시킬 수 있을까?	사용자의 니즈 또는 불평함을 1:1 상담을 통해서 더욱 전문적으로 사용자를 상담한다.
✓ 고가의 제품을 사용할때 파손을 걱정하는 사용자들은 어떻게 해야 할까?	파손&분실과 관련된 보험을 저렴하게 들 수 있게 도와준다.
✓ 사용자들이 경험한 제품을 마음에 들어하고 갖고 싶어한다면 어떻게 해야 할까?	마음에 들어한 제품을 구매까지 할 수 있는 서비스를 제공한다. (중고, 혹은 기업을 연결시켜주어서 저렴하게 구매할 수 있게 돋는다)

# 정보 수집

## Affinity Diagram

앱 내의 서비스	솔루션
어떻게 하면 청결을 유지할 수 있을까?	해당 제품들을 전문으로 청소해주는 업체 및 관련 기술, 시스템을 통해 다양한 제품들에 맞는 1:1 청결 시스템을 도입해 사용감을 최대한 느끼지 못하게 한다.
✓ 어떻게 하면 사용자들에게 장비들이 청결하다는 것을 증명할 수 있을까?	해당 업체의 정보를 표기하고, 다양한 관련 기술, 시스템을 공개해 사용자들이 사용할 때에 확인할 수 있게 한다.
✓ 어떻게 하면 큐레이팅 시스템의 정확성을 높일 수 있을까?	빅데이터를 활용, 다양한 라이프 스타일을 지닌 사용자들의 패턴 및 심리를 분석해 조금 더 정확한 큐레이팅 시스템이 될 수 있게 한다.
어떻게 하면 큐레이팅의 거부감을 줄일 수 있을까?	큐레이팅 시스템을 사용하기 싫은 사용자, 혹은 큐레이팅 시스템을 믿지 못해 사용 거부를 원하는 경우에는 앱 내의 큐레이팅 기능 끄기 기능을 통해 큐레이팅을 받지 않을 수 있고, 배너 및 알림 설정도 가능해 큐레이팅 시스템을 모두 끌 수 있게 한다.
✓ 고가의 제품을 사용할때 파손을 걱정하는 사용자들은 어떻게 해야 할까?	파손&분실과 관련된 보험을 저렴하게 들 수 있게 도와준다.
✓ 사용자들이 경험한 제품을 마음에 들어하고 갖고 싶어한다면 어떻게 해야 할까?	마음에 들어한 제품을 구매까지 할 수 있는 서비스를 제공한다. (중고, 혹은 기업을 연결시켜주어서 저렴하게 구매할 수 있게 돋는다)

# 정보 수집

## Affinity Diagram

운영 방식	솔루션
✓ 어떻게 하면 빠르게 변화하는 트렌드를 따라갈 수 있을까?	짧게는 위클리, 길게는 분기별로 트렌드를 분석하고, 분석한 트렌드를 데일리 콘셉트 놀이와 연계시켜 사용자들에게 제공한다.
어떻게 하면 사용자들이 물품을 잘 반납하게 할 수 있을까?	대여, 반납 이력이 남게 하고, 반납 날짜가 오면 알림 서비스를 제공한다.
✓ 어떻게 하면 개인정보수집을 할 수 있을까?	처음 가입할 때 개인정보제공 동의를 필수로 하며, 사용자의 취미나, 라이프 스타일과 관련된 간단한 질문을 하여서 사용자에 관한 정보를 얻는다.
어떻게 하면 평가 상 좋지 않은 콘셉트를 활용할 수 있을까?	문제점을 파악하고 관련된 아이템들의 조합을 새로해 새로운 콘셉트를 만들어낸다.
어떻게 하면 합리적인 가격으로 사용자들에게 놀거리를 제공할 수 있을까?	놀거리를 구매할 때 입찰제로 거래하여 최대한 저렴한 가격에 구매한다.
어떻게 하면 파손/분실 보험의 기준을 확립할 수 있을까?	파손/부실 전문 보험 회사와 논의 후 사회에 보편적으로 제공되는 데일리 보험의 시세를 적용한다.

### 01 서비스

서비스 배경  
서비스 정의

### 02 사용자 정의

페르소나  
사용자 여정 지도

### 03 거시 미시 내부 환경분석

SWOT 분석  
포지셔닝  
벤치마킹  
3CS 분석

### 04 정보 수집

User Story  
문 차트  
Affinity Diagram

### 05 결과 도출

결과

# 결과 도출

결과

집에서 놀아라!  
집놀  
Zip nol



## 환경 분석 & 정보수집 결과

### 목표

집에서도 재밌게 놀 수 있다는 놀이의 새로운 패러다임을 제시할 트렌디한 데일리 놀거리 제공 서비스

### 제공할 서비스

오늘의 하루를 책임져줄 콘셉트의 데일리 놀이 박스 제공  
QR코드가 같이있는 설치&사용 방법설명서 제공  
파손걱정을 하는 사용자들을 위한 데일리보험 가입 제시  
마음에 드는 놀거리는 새 제품으로 구매 가능!

큐레이팅 서비스  
청결 안심 서비스

# 결과 도출

결과

집, 사무실, 학교, 여행숙소, 실내 어디든  
미세먼지가 불고, 폭풍우가 내리는 어떤 날씨든  
혼자든, 둘이든, 여럿이든

우리는 계속 재밌게 놀아야겠습니다.



결과 도출

결과

놀이의 패러다임을 바꾸다.

데일리 콘셉트 놀거리 제공 서비스

집놀



감사합니다.



계원예술대학교

프로젝트 기획 1

디지털 미디어 디자인

담당 교수 : 김성은 교수님  
팀 집눌 : 유상혁, 김재환