<도시락 통합 예약, 구매 사이트>

버전<1.0>



개정 히스토리

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **날짜** | **버전** | **설명** | **작성자** |
| <2018-08-08> | <1.0> |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

목차

[1. 소개 4](#_Toc523404925)

[1.1 목적 4](#_Toc523404926)

[1.2 범위 4](#_Toc523404927)

[1.3 참조 5](#_Toc523404928)

[2. 비즈니스 기회 6](#_Toc523404929)

[2.1 시장 분석 6](#_Toc523404930)

[2.2 비즈니스 비전 7](#_Toc523404931)

[3. AS-IS 문제점 분석 8](#_Toc523404932)

[3.1 사용자 관점 8](#_Toc523404933)

[3.1.1 나공통 (웹사이트 이용자[고객]) 8](#_Toc523404934)

[3.1.2 김총무 (웹사이트 이용 초보자[고객]) 8](#_Toc523404935)

[3.1.3 김아빠는처음이라 (웹사이트 이용 초보자[고객]) 9](#_Toc523404936)

[3.1.4 하효자 (주기적 웹사이트 이용자[단골 고객]) 9](#_Toc523404937)

[3.1.5 오외국인 (웹사이트 이용 초보자[무관심 고객]) 9](#_Toc523404938)

[3.1.6 유관심무 (웹사이트 이용 초보자[무관심 고객]) 10](#_Toc523404939)

[3.1.7 헨리는초보판매자 (웹사이트 이용 초보자[판매자]) 10](#_Toc523404940)

[3.1.8 한성공CEO (주기적 웹사이트 이용자[단골 판매자]) 11](#_Toc523404941)

[3.2 기타 구현 관점 12](#_Toc523404942)

[4. 이해당사자(stakeholder) 및 고객 설명 12](#_Toc523404943)

[4.1 고객 프로파일 12](#_Toc523404944)

[4.1.1 웹사이트 이용자[고객] 12](#_Toc523404945)

[4.1.2 웹사이트 이용자[판매자] 14](#_Toc523404946)

[4.2 기타 이해당사자 프로파일 15](#_Toc523404947)

[**4.2.1** **[3.2에서 식별한 대상자를 명시한다. 예] 개발자, 채용 담당자]** 15](#_Toc523404948)

[4.3 고객환경 15](#_Toc523404949)

[5. KPI 16](#_Toc523404950)

[5.1 사용자 관점 16](#_Toc523404951)

[5.2 기타 이해 관계자 관점 16](#_Toc523404952)

비즈니스 비전

# 소개

여러 업체의 수제도시락 및 음식들을 한 곳에서 모아보고 예약 및 구매 할 수 있는 온라인 웹 홈페이지

## 목적

1차(개인 관점): 수제도시락 통합 예약 및 구매 사이트를 구성하여 실무에 필요한 기술을 점검 및 보완하여 활용한다.

2차(고객 관점): 수제도시락 통합 예약 및 구매 사이트를 구성하여 무수히 많은 판매자 들의 상품을 연결하여 고객의 도시락 예약 및 구매에 편의성을 제공한다.

**[구매대상]**

1. 개인별 구매내역과 날씨에 따른 구매내역 등을 고려한 추천 상품 코너 생성
2. 음식 분류 별 상세 카테고리를 편의에 따라 구성
3. 구매 및 예약 목적에 맞는 검색기능 추가
4. 예약 또는 구매 상품 또는 상점 별 리뷰 기능 추가
5. 각 개인의 검색 결과에 따른 이벤트 노출
6. 예약완료, 상품 발송 상황을 카카오 메시지 또는 문자로 발송하는 기능 추가
7. 예약 문의 상담 채팅기능 추가
8. 위험업체[ex]음식불량, 서비스 불량]신고 및 안전거래 기능 추가
9. 사이트 이용 가이드 추가
10. 외국어로 생성된 홈페이지 재생산

**[판매대상]**

1. 판매자 이용 가이드 추가
2. 판매자 예약 알림 서비스 기능 추가
3. 구매자 확인과 배송을 위한 일정확인 서비스 기능 추가
4. 고객과의 채팅 기능 추가

## 범위

이해관계자와 고객환경에 맞게 크게 이해 관계자 와 초기분석으로 나뉜다.

이해관계자에 사용자와 초기 분석의 구매와 검색까지 구현함

홈페이지의 디자인을 구성한 다음 코딩으로 실제 페이지 생성함.

## 참조

배달의 민족 어플리케이션

배달통 <http://www.bdtong.co.kr>

요기요 <https://www.yogiyo.co.kr>

배민찬 <https://www.baeminchan.com/>

네이버 쇼핑 <https://search.shopping.naver.com>

# 비즈니스 기회

## 시장 분석

1. **혼밥 싫은 어른들···왕후의 냉동실에 걸인의 냉장실 [출처 : 중앙일보]**

혼자된 어르신이 당신 먹자고 냉동 갈비를 해동하고 많은 시간을 들여 사골국을 끓이기는 쉽지 않다. 너무 번거롭고 시간이 오래 걸려 엄두가 나질 않는 것이다. 설혹 이렇게 식사 준비를 해도 누구와 같이 먹을 사람도 없고, 남편과 자식 생각에 오히려 마음만 더 적적해질 수 있다. 자녀들이 외식하라고 적지 않은 돈을 손에 쥐여 주어도 쓰는 데 익숙지 않다.

친정엄마의 영양실조 이야기를 들은 이후부터 후배는 생각을 바꿨다. 냉동실보다 냉장고를 어떻게 채워드릴까에 더 고민하기 시작했다. 요리해야 하는 식단에서 다양한 간편식으로 눈을 돌렸다. 같은 단백질이라 하더라도 해동이 필요하고 조리하기 어려운 갈비보다는 계란 장조림이나 명태조림, 딱딱하지 않은 콩자반 등 간편하게 먹을 수 있는 것으로 냉장고를 채웠다.

오래도록 끓여야 하는 사골보다는 이미 제품화돼 데우기만 하면 훌륭한 끼니가 되는 ‘설렁탕’, ‘삼계탕’, ‘북엇국’ 등 즉석식품을 구매해 드렸다. 냉동실 안의 만두와 떡도 1인분씩 소포장해 손쉽게 전자레인지에 돌리기만 하면 바로 먹을 수 있도록 했다.

끼니마다 먹을 만큼 소포장 된 요거트와 소화가 잘되는 두유도 구매했다. 특히 각종 곡물이 혼합된 두유를 선택해 단백질과 영양소의 발란스에 중점을 두었다. 하루 필요한 양만큼 포장된 견과류 세트도 함께 준비했다. 여기에 더해 일주일에 두세 번은 인터넷 주문으로 한식 도시락 배달을 하기도 하고, 사과와 같은 과일은 산지 배송으로 보내고 있다.

https://news.joins.com/article/22855375

1. **[달라진 食문화②]"혼자서도 제대로"…가정간편식·도시락 '전성시대'[출처 : 뉴스1]**

한국농수산식품유통공사에 따르면 국내 HMR[[1]](#footnote-1)시장 규모는 2011년 1조1368억원에서 2016년 2조2682억원으로 99.5% 증가했다. 지난해 시장 규모는 약 3조원에 달할 것으로 추정된다.

국내 식품시장 규모가 정체된 것을 감안하면 눈에 띄는 성적표다. 1인 가구와 맞벌이 가구 증가가 간편식 시장의 성장을 이끌고 있다.

실제 '2017 가공식품 세분시장 현황' 자료에 의하면 20대와 미혼자들의 장바구니 중 간편식 비중은 40~50%나 된다. 특히 1인 가구는 장을 볼 때 간편식이 비중이 이를 웃돌았다.

식당에서 사 먹을 때보다 가격은 싸고, 요리할 때보다 간편하다는 점이 소비로 이어졌다. 맛도 웬만한 음식점 부럽지 않다는 평이다.

http://news1.kr/articles/?3359911

1. **주52시간에… '편의점 점심族' 늘어난다 [출처 : 한국경제]**

편의점 CU가 이달 2일부터 11일까지 사무실 밀집 지역인 서울 중구·종로구·강남구 44개 점포의 매출을 분석한 결과 점심시간 간편식 매출은 전월 동기 대비 최대 30% 이상 증가했다. 오전 11시부터 오후 1시 사이 도시락 매출은 28.9% 증가했고, 라면 매출은 32.5% 늘었다. 점심 끼니 해결에 좋은 샌드위치(22.5%)와 빵(21.7%) 매출도 20% 이상 늘었고, 커피음료 매출도 20.8% 증가했다.

커피 전문점에서도 변화가 시작됐다. 스타벅스의 샌드위치 등 푸드 매출은 이달 들어 전월 대비 20% 이상 증가했다. 낮 12시에서 오후 2시 사이 커피 테이크아웃 비율도 평균 15% 이상 높아졌다. 스타벅스 관계자는 “서울의 사무실 밀집지역에 있는 스타벅스 강남삼성타운점이나 강남R점 등에서는 식사대용 푸드 판매 비율이 전달 동기 대비 20% 이상 늘었다”고 설명했다.

퇴근 후 저녁시간대의 편의점 간편식 매출도 늘었다. CU의 서울 시내 오피스 밀집 지역 점포 44곳에서 오후 5~7시 도시락 매출은 이달 들어 전월 동기 대비 14.5% 늘었다. CU 관계자는 “퇴근 후 운동, 학원 등 개인 취미활동을 가기 전에 간단히 끼니를 때우는 사람들이 늘어난 영향으로 보인다”고 말했다.

http://news.hankyung.com/article/2018071667801

1. **김영란법 효과?…호텔 도시락 판매 '대박'**

호텔 도시락이 인기를 끌고 있다. 청탁금지법(김영란법) 시행 후 가격 거품을 빼면서 주변 직장인뿐 아니라 기업이나 학회 행사 등에서 수요가 증가했기 때문이다. 간편하게 한끼를 즐기려는 소비자가 많아진 것도 도시락 판매 증가의 이유로 꼽힌다. 세종호텔은 이탈리안 레스토랑 베르디의 도시락(사진) 판매량이 지난달 2800개로, 1년 전보다 30배가량 늘었다고 19일 밝혔다. 이달 들어서도 매일 100개 넘게 팔리며 지난 18일까지 2300여개가 판매됐다.

http://news.hankyung.com/article/2016121977411

1. **본도시락, 단체 주문 블루오션 개척[출처 : 매일경제]**

도시락 단체주문은 매년 90%씩 성장하면서 본도시락을 운영하는 본아이에프에 효자 노릇을 톡톡히 하고 있다. 2015년 8억원 수준이던 단체주문 매출은 지난해 약 35억원 규모까지 성장했다.

<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2018&no=283208>

## 비즈니스 비전

1인 가구 증가와 노인 인구 증가 및 청탁금지법 시행 등 다양한 사회적 영향으로 인해 도시락 시장이 급 성장하고 있고 많은 자영업자들이 도시락 시장으로 뛰어들고 있으나 소비자 입장에서 많고 다양한 도시락 상점들 메뉴를 한곳에서 비교 분석하고 예약,구매 할 수 있는 사이트의 부재

# AS-IS 문제점 분석

## 사용자 관점

### 나공통 (웹사이트 이용자[고객])

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 각 개인별 구매 내역 또는 다른 외부적 요인과의 상관관계를 고려한 추천상품 코너 부재 |
| 적용 | 특정 원하는 상품이 없는 웹사이트 이용자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 각 개인별 구매 내역 또는 다른 외부적 요인과의 상관관계를 고려한 추천상품 코너 부재로 인한 사이트 이탈문제 |
| 성공적인솔루션 | 1. 개인별 구매내역과 날씨에 따른 구매내역 등을 고려한 추천 상품 코너 생성 |

### 김총무 (웹사이트 이용 초보자[고객])

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 상세 카테고리의 부재로 인해 많은 상품들의 노출로 인한 사이트 이용 불편 발생 2. 특정 목적에 맞는 검색기능의 부족으로 인한 사이트 이용 어려움 발생 3. 상품 리뷰나 상점 리뷰의 부재로 인한 상품에 대한 구매 관련 정보 부족 4. 각 개인의 검색결과에 따른 이벤트 노출 필요 |
| 적용 | 단체 워크샵 이라는 특정한 목적을 가지고 사이트 방문하여 사이트를 이용하려는 고객 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 상세 카테고리 부재로 인해 많은 상품들의 노출로 인한 사이트 이용 불편 발생 2. 검색에 대한 어려움 발생으로 인한 사용자의 사이트 이탈 3. 상품 리뷰나 상점 리뷰의 부재로 인한 상품의 구매 관련 정보 부족에 따른 구매율 저하 4. 각 개인의 검색결과에 따른 이벤트 노출이 없음으로 인한 구매율 하락 |
| 성공적인솔루션 | 1. 음식 분류 별 상세 카테고리를 편의에 따라 구성 2. 구매 및 예약 목적에 맞는 검색기능 추가 3. 예약 또는 구매 상품 또는 상점 별 리뷰 기능 추가 4. 각 개인의 검색 결과에 따른 이벤트 노출 |

### 김아빠는처음이라 (웹사이트 이용 초보자[고객])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 예약완료, 상품발송 상황 카카오 메시지 또는 문자 발송 기능의 부재로 인한 고객 불편사항 발생 |
| 적용 | 사이트를 통해 상품을 구매한 고객 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 예약 완료, 상품 발송 상황 알림 부재로 인한 고객의 불편사항 발생 후 고객의 사이트 재 이용률 저하 |
| 성공적인솔루션 | 1. 예약완료, 상품 발송 상황을 카카오 메시지 또는 문자로 발송하는 기능 추가 |

### 하효자 (주기적 웹사이트 이용자[단골 고객])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 위험업체[ex]음식불량, 서비스 불량]방지 기능의 부재로 인한 사용자의 부정적인 경험 발생 |
| 적용 | 주기적으로 웹사이트를 이용하는 이용자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 위험업체[ex]음식불량, 서비스 불량]방지 기능의 부재로 인한 사용자의 부정적인 경험 발생 후 사용자의 사이트 재 이용률 저하 |
| 성공적인솔루션 | 1. 위험업체[ex]음식불량, 서비스 불량]방지 기능 추가 |

### 오외국인 (웹사이트 이용 초보자[무관심 고객])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 국내에 거주하는 외국어를 사용하는 사용자를 위한 사이트 언어 지원의 부재로 인한 사용자의 무관심 발생 |
| 적용 | 외국어를 사용하는 외국인 사용자의 사이트 이용 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 웹 사이트 내 외국어 지원 부재로 사용자의 무관심, 부정적 경험 생성으로 인한 웹사이트 이용률 저하 |
| 성공적인솔루션 | 1. 외국어로 생성된 홈페이지 재생산 |

### 유관심무 (웹사이트 이용 초보자[무관심 고객])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 사이트 이용 가이드 부재로 인한 고객 불편사항 발생 |
| 적용 | 사이트에 대해서 잘 모르고 이용방법 또한 모르는 이용자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 사이트 이용 가이드 부재로 인한 고객 불편사항 발생 |
| 성공적인솔루션 | 1. 사이트 이용가이드 추가 |

### 헨리는초보판매자 (웹사이트 이용 초보자[판매자])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 판매자를 위한 업체 정보 등록 또는 제품 등록 방법과 같은 사이트 이용 가이드의 부재 |
| 적용 | 첫 번째 방문 또는 사이트를 주로 사용하지 않지만 사이트를 통해 판매 기능을 사용하려는 이용자. |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 판매자를 위한 업체 정보 등록 또는 제품 등록 방법과 같은 사이트 이용 가이드의 부재로 인한 상품 등록 불가 사태 발생 |
| 성공적인솔루션 | 1. 판매자 이용가이드 추가 |

### 한성공CEO (주기적 웹사이트 이용자[단골 판매자])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 판매자를 위한 예약알림 서비스의 부재(문자, 카카오톡) 2. 구매자 확인과 배송을 위한 일정확인 서비스의 부재 3. 판매에 필요한 고객과의 채팅기능의 부재 |
| 적용 | 기존에 사이트를 통해 판매를 하고 있었던 판매자로 주기적으로 웹사이트를 이용하는 이용자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 판매자를 위한 예약알림 서비스의 부재(문자, 카카오톡)로 인한 사이트 이용률 저하 2. 구매자 확인과 배송을 위한 일정확인 서비스의 부재로 인한 사이트 이용률 저하 3. 판매에 필요한 고객과의 채팅기능의 부재로 인한 사이트 이탈률 상승 |
| 성공적인솔루션 | 1. 판매자 예약 알림 서비스 기능 추가 2. 구매자 확인과 배송을 위한 일정확인 서비스 기능 추가 3. 고객과의 채팅 기능 추가 |

## 기타 구현 관점

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 전체 교육 과정 중 과제 진행 가능한 기간은 2개월 2. 벤치마킹 할 사이트의 부족 3. 상담채팅기능 구현 4. 카카오 및 문자 발송기능 구현 5. 일정관리 기능 구현 |
| 적용 | 개발자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 전체 웹 페이지 구현 불가 2. 상담 채팅 기능 구현 3. 카카오 및 문자 발송기능 구현 4. 일정관리 기능 구현 |
| 성공적인 솔루션 | 1. 상세 카테고리 및 사이트 구성 2. 홈페이지 레이아웃 ( 메인 및 상세페이지 ) 디자인 완성 3. 코딩으로 웹 페이지 구현하기 4. 사이트 필요 기능 구현하기 |

# 

# 이해당사자(stakeholder) 및 고객 설명

## 고객 프로파일

### 웹사이트 이용자[고객]

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 나공통 |
| **설명** | 사이트 방문 목적 유무와 상품 구매 횟수를 떠나 특정 관심 상품이 없는 나공통 씨는 사이트를 둘러보지만 너무 많은 상품의 개수에 상품 결정에 대한 고민을 하게 되었고 상품 구매 욕구가 하락하여 사이트를 벗어나게 된다. |
| **성공기준** | 추천상품 구매율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 김총무 |
| **설명** | 평소 SNS를 자주하며 대학교에서 총무부장인 20대 김 총무 씨는 학과 단체 워크샵에 알맞은 음식 주문을 고민하던 중 전년에 총무부장이었던이총무 선배를 만나게 되었고 이선배와의 대화를 통해 도시락 통합 예약 사이트를 알게 되었다. 그 후 도시락 통합 예약 사이트에 대해서 알아보기 위해 SNS상으로 검색을 해 후기를 알아본 뒤 홈페이지를 들어가 본다. 단체 행사를 위해 신중한 선택을 해야 하는 김총무씨는 카테고리별 상품을 둘러 보려 하는데 단체를 위한 메뉴가 없고 카테고리가 자세하지 않아서 단번에 비교가 불가하다.  또한 많은 상점의 상품들에 대한 리뷰나 업체에 대한 리뷰가 존재하지 않고 단체를 위한 할인혜택들이 보이지 않아서 상품 선정에 어려움을 겪었다. |
| **성공기준** | 이벤트 상품 구매율, 리뷰상품 구매율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 김아빠는처음이라 |
| **설명** | 얼마 전 50대에 접어든 김아빠는처음이라씨는 아들이 초등학교 3학년이 되었다. 학교에 적응을 잘한 아들은 반의 반장이 되었고 김씨는 아들의 반에 부담이 되지 않는 선에서 아이들의 건강을 생각한 먹거리를 선물 하기로 결정하고 도시락 통합 예약 사이트에 들어와 예약을 하게 되었다.  회사일로 바쁜 와중에 도시락을 주문한 김씨는 간편하게 예약과 배송확인을 하고 싶었으나 사이트에 접속하여 보지 않는 이상 문자나 메시지가 전송되지 않아 사이트 이용에 어려움을 겪었다. |
| **성공기준** | 주문 알림 서비스 신청 비율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 하효자 |
| **설명** | 평소 40대 하효자씨는 안타까운 사연으로 혼자가 되신 아버지를 극진히 모셔왔다. 그러나 어느 순간 부터 직업으로 인한 불규칙한 생활과 바쁜 스케줄로 인해 혼자된 아버지를 챙겨드릴 여유가 없어졌다.  항상 밥을 혼자서도 잘 챙겨 드신다고 생각하고 있었지만 어느 순간 본 아버지의 밥상은 너무나 초라했고 그 후 혼자서도 간단히 챙겨 드실 수 있는 균형 잡히고 건강한 먹거리를 꾸준히 구매해서 보내드리고 있다.  하지만 사이트를 이용하면서 매번 식단을 생각해서 주문해 드린다는 것이 너무나 번거로웠고 이번 주문 상품은 상품의 상태와 서비스 상태가 불량해 이런 업체가 사이트에 있다는 것에 불만을 가지고 있으나 마땅히 불량업체를 신고할 수 없는 점을 발견하게 되어 현재 사이트에 대한 신뢰가 무너져있다. |
| **성공기준** | 주문사항 컴플레인 감소율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 오외국인 |
| **설명** | 한국에 유학온지 3개월차인 30대 오외국인씨는 자취를 하며 간단하게 즐길 수 있는 도시락을 주로 사 먹는 편이다. 편의점에서 파는 도시락이 지겨워 질 때쯤 주변 학우들에게 우연히 도시락 통합 예약 사이트에 대해서 알게 되어서 사이트에 접속을 했으나 한국어로 되어있어 예약은 커녕 각 페이지가 무슨 뜻인지 조차 알 수 없어 사이트 이용에 어려움을 겪었으며 앞으로 언어가 수정되지 않는다면 홈페이지를 방문할 의사가 없다. |
| **성공기준** | 외국인 방문율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 유관심무 |
| **설명** | 평소 건강에 관심이 많고 디지털 기계와 거리가 먼 20대 중반의 유관심무씨는 친구에게 도시락 통합 예약 사이트에 건강한 먹거리가 많다는 정보를 듣고 사이트에 접속해 보지만 익숙치 않은 온라인 쇼핑과 사이트 이용 가이드 부재로 인해 사이트 이용에 어려움을 겪고 사이트 이용 의사가 없어졌다. |
| **성공기준** | 사이트 사용 컴플레인 감소율 |

### 웹사이트 이용자[판매자]

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 헨리는초보판매자 |
| **설명** | 이제 막 수제 도시락 집을 창업한 헨리는 초보판매자씨는 조금 더 고객을 유치하고 판매율을 늘릴 수 있는 사이트가 없을까 고민하다 주변 상인들을 통해 도시락 통합 예약 사이트를 알게 된다.  사이트를 방문하였으나 판매자를 위한 업체 정보 등록 또는 제품 등록 방법과 같은 사이트 이용 가이드가 존재하지 않아 불편함을 겪는다 |
| **성공기준** | 판매자 사이트 사용 컴플레인 감소율 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 한성공CEO |
| **설명** | 도시락 통합 예약 사이트를 활용하여 매출을 올리고 있던 30대 한성공 CEO씨는 평소 예약신청에 대한 문자 또는 카카오톡 알림 서비스, 구매자 확인과 배송을 위한 일정확인 서비스 및 판매에 필요한 고객과의 채팅의 부재로 인해 판매에 어려움을 겪고 있어 사이트 이전에 대한 고민 중이다. |
| **성공기준** | 주문 알림 서비스 신청 비율 |

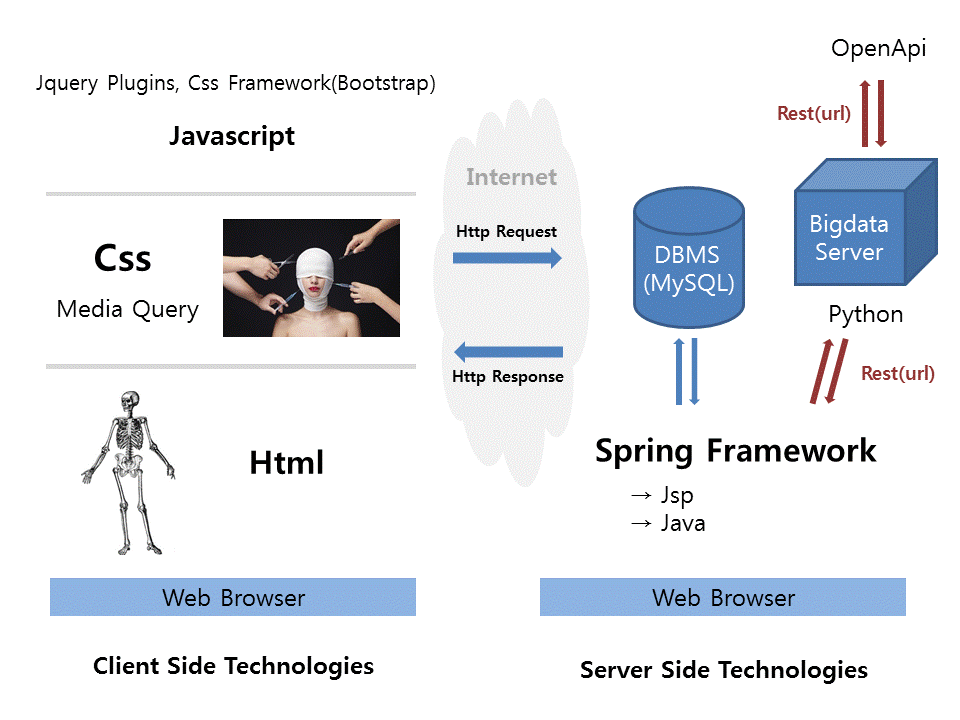
## 기타 이해당사자 프로파일

### **[3.2에서 식별한 대상자를 명시한다. 예] 개발자, 채용 담당자]**

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 개발 |
| **설명** | 쇼핑몰을 구축하는 개발 인력 |
| **성공 기준** | 검색 상세 옵션 추가, 상품에 할인 및 쿠폰 적용, 장소와 날씨에 따른 추천상품 구현, 기술 적용달성률 100% 성공시키기 |

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | 홍보 |
| **설명** | 쇼핑몰을 홍보하는 홍보인력 |
| **성공 기준** | SNS 연동 페이지 생성, 할인 및 쿠폰 상품 세분화, 인스타그램,페이스북 홍보에 적합한 서포터 모집 |

## 고객환경

****

# KPI

## 사용자 관점

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 항목 | 정의 | 내용 |
| 방문당 구매율 | 구매건수/방문자 방문건수 | 웹사이트 방문하여 구매로 연결되는 비율 |
| 접속횟수 | 하루에 접속한 횟수 | 회원당 하루에 접속한 횟수를 측정한다. |
| 회원가입수 | 1년에 1만명 확보 | 회원을 얼마나 확보했는지 측정한다. |
| 머문시간 | 1회 머문 시간 | 어디에 관심 있는지 측정한다. |
| 특정페이지 접속횟수 | 특정페이지의 접속 횟수 | 어디에 관심 있는지 측정한다. |
| 추천상품 구매율 | 추천상품 구매건수 /  방문자 방문건수 | 웹사이트를 방문하여 추천상품 구매로 연결되는 비율을 측정한다. |
| 이벤트 상품 구매율 | 이벤트 상품 구매 건수 / 전체 구매 건수 | 이벤트가 존재하는 상품의 구매율을 측정한다. |
| 리뷰 상품 구매율 | 리뷰 상품 구매 건수 / 전체 구매 건수 | 리뷰가 있는 상품의 구매율을 측정한다. |
| 주문사항 컴플레인 감소율 | (구축전 컴플레인 수 - 위험업체 신고 서비스 구축후 컴플레인수) / 구축 전 컴플레인 수\*100 | 위험업체 신고 서비스 구축 후 컴플레인 감소율을 측정한다. |
| 주문 알림 서비스 신청 비율 | 주문 알림 서비스 신청수 / 전체 주문 수 | 주문 알림 서비스 신청 비율을 측정한다. |
| 외국인 방문율 | 외국어 홈페이지 구축 후 외국인 방문수 / 구축 전 외국인 방문수 | 외국어 홈페이지 유무에 따른 외국인 방문수를 측정한다. |
| 사이트 사용 컴플레인 감소율 | (설치 전 컴플레인 수 – 사이트 이용가이드 설치 후 컴플레인수) / 설치 전 컴플레인 수\*100 | 사이트 이용가이드 설치 후 컴플레인 감소율을 측정한다. |

## 기타 이해 관계자 관점

☞ 기술적용 달성률: 달성한 기술 요소/계획한 기술요소

☞ 기술 요소

* 툴 프로그램: Photoshop, Brackets, File-Zilla, STS, PyCharm, Git Client/Server, Eclipse(UML Designer), Mybatis, VIM, 발사믹목업, VSCode
* 컴퓨터 언어: JSP, Java, Javascript, Python, HTML5, CSS3, SQL, markdown
* 관련 기술: AJAX, JQuery, Spring, 형상관리, Chatbot, tomcat
* 데이터베이스: MySQL
* 배포관련 기술 및 도구: aws, ubuntu, maven, nginx
* 빅데이터: 빅데이터 수집, 분석(Pandas), 저장, 시각화, 머신러닝, 텍스트마이닝
* 아키텍처 설계: 비전 문서, 페르소나, Usecase Diagram, Usecase 명세서, Activity Diagram, Class Diagram, 목업

1. HMR : 짧은 시간에 간편하게 조리하여 먹을 수 있는 가정식 대체식품이다.(가정 간편식) [↑](#footnote-ref-1)