

시각디자인 리서치 조사 보고서

코로나 시대의 배달앱

김예운



목차

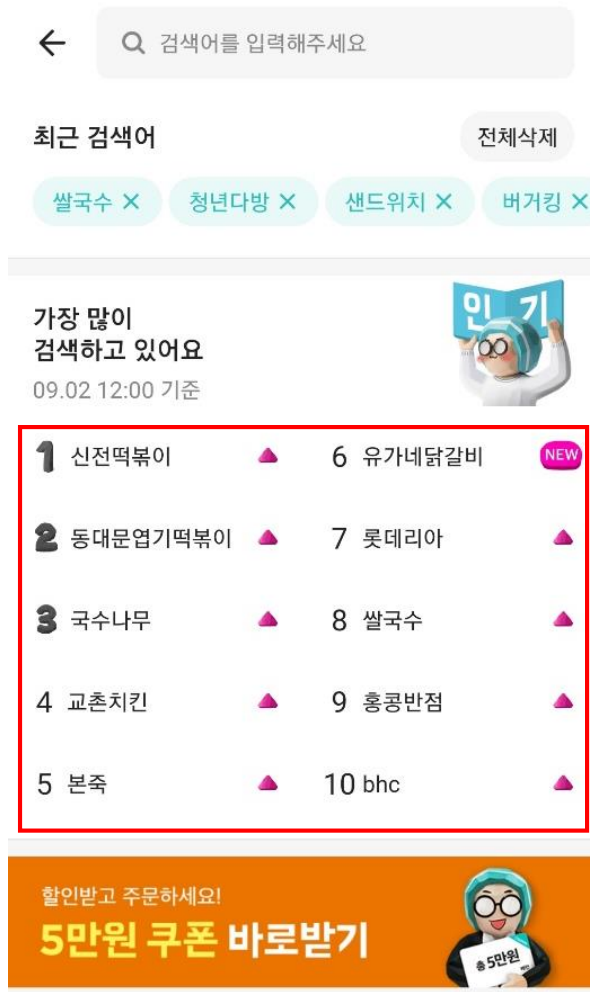
1. 시장 환경 조사하기
2. 프로젝트 트렌드 조사하기
3. 사용자 조사하기
4. 결론내기





배달의민족 어플의 장점

깔끔한 아이콘



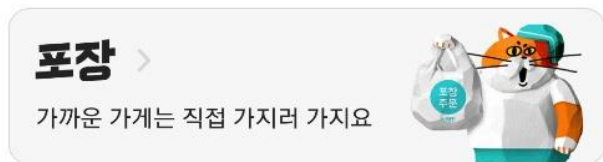
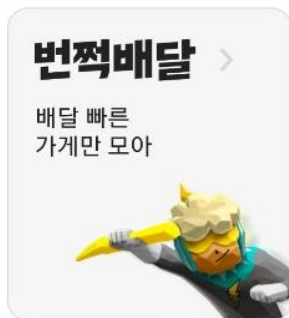
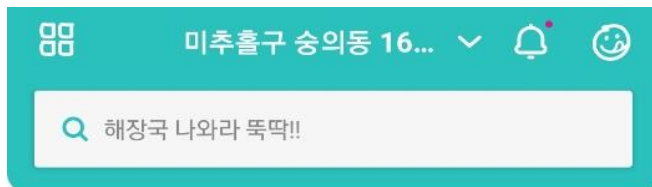
눈에 띄는
검색 순위

편리한 버튼



배달의민족 어플의 단점

다크모드 X



처음 화면에 없음





프로젝트 트렌드조사

‘외식+집밥’, 코로나19로 인해 비대면 사회에 살고 있는 소비자들의 바람으로
‘**밀키트**(Meal Kit)’에 관심을 높이고 있는 이유다.



조리시간 20분 안팎이면
바깥의 음식을 집에서
집밥처럼 먹을 수 있다.



프로젝트 트렌드조사

소자본창업의 장점은 배달음식에 익숙해 핵심 수요층으로 떠오르는 MZ세대와 밀레니얼 직장인들의 급변하는 외식취향에 따라 외식아이템을 바꿔 대처할 수 있다는 것이다.



외식창업 키워드

#소자본
#배달
#공유주방

얼마 안 되는 약간의 자본으로
사업 따위를 시작하는 일이
바로 소자본창업이다.



소비자 리서치

<https://news.naver.com/main/read.naver?mode=LSD&mid=sec&sid1=001&oid=008&aid=0004583431>

음식 배달 서비스 이용 방법



<http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=53564>

비대면·홈코노미영향으로 온라인으로 옮겨가는 소비시장

코로나19를 겪으면서 인도의 비대면, 홈코노미 시장이 급부상 중이며, 온라인 유통망의 성장세는 더욱 빨라질 것으로 기대하고 있다.

인도 정부는 오프라인 시장을 혁신하기 위해 전자상거래 플랫폼을 적극 지원하고 있다. 스타트업 인디아(Start-up India), 디지털 인디아(Digital India), 스킬 인디아(Skill India), 혁신 펀드(Innovation Fund), BharatNet 프로젝트(농촌지역 인터넷 보급 확대) 등 인도 전자상거래 시장 활성화를 위해 다양한 정책을 추진하고 있다.

체코 온라인 시장은 디지털화, 온라인 인프라 개선, 편의성 추구 등 여러 요인으로 매년 10~20%로 가파른 성장세를 보이고 있다. 2017년부터는 시장이 보다 성숙함에 따라 성장률이 다소 둔화되는 양상을 보였으나 2020년에 팬데믹에 따른 오프라인 매장 폐쇄, 비대면 거래 선호 등으로 신규 고객 유입과 더불어 소매업체의 온라인 시장 진입이 활발해지면서 전례없는 성장을 기록했다.



배달의민족 리서치

<https://news.naver.com/main/read.naver?mode=LS&D&mid=sec&sid1=001&oid=382&aid=0000853089>

<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20210901000945>



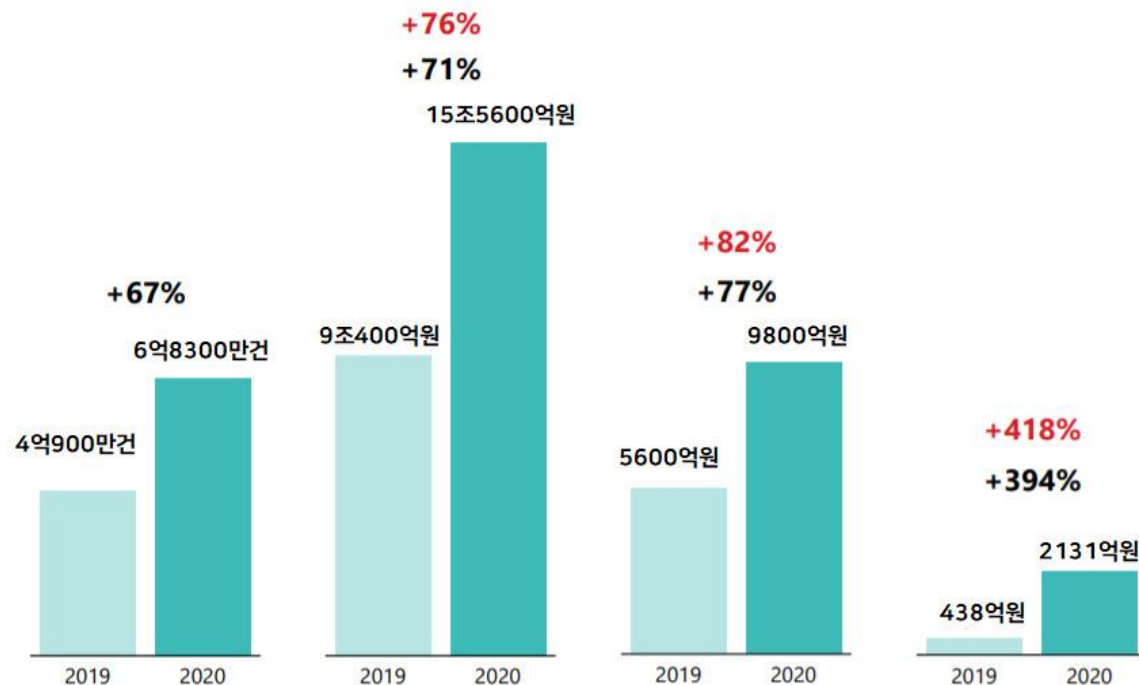
2019-2020년 배달의민족 음식배달 규모

주문량

거래금액

총매출

상각전영업이익





키워드 도출

배달 앱 주문

비대면

홈코노미

온라인 시장



결론 및 정리

코로나 시대를 살아가는 우리는 언택트 소비를 하면서 음식을 배달시킨다. 이로 인해 최근 배달앱 사용이 늘면서 자연스럽게 온라인 시장이 발전하고 있다.

배달앱 중에서는 배달의민족이 우세하다고 할 수 있지만 앱에 장단점이 존재해 계속해서 개선해야만 한다.

최상의 서비스를 제공하는 홈페이지를 만들어 운영하는 것이 중요하다고 생각한다.

끝
감사합니다

