

# 분위기 지도

Mood Map

2024.12.15

팀 복례

구영은

김주호

유상수

# 목차

1. 서비스 개요.....	
2. 시장 분석.....	
3. 서비스 기능.....	
4. 1차 MVP 검증 및 사용자 반응.....	
5. 2차 MVP 검증 및 사용자 반응.....	
6. 비즈니스 모델.....	
7. 마케팅 전략.....	
8. 프로젝트 일정 및 인력 계획.....	
9. 리스크 관리.....	
10. 기대 효과 및 성공 지표.....	

# 1. 분위기 지도 개요

## 1-1. 서비스 개요

Mood Map은 서울을 방문하거나 여행하는 사람들이 각 지역의 분위기와 특색을 쉽게 파악할 수 있도록 기획된 서비스다. 서울 동네마다 서로 다른 매력과 트렌드를 가지고 있지만, 방문객들은 이를 잘 몰라 목적에 맞는 장소를 찾는 데 어려움을 겪는다. 이런 문제를 해결하기 위해 데이터 분석과 비주얼 콘텐츠(사진, 영상)를 결합해 직관적인 지역 분위기 정보를 제공한다. 또한, 사용자가 콘텐츠를 공유하고 보상받는 콘텐츠 기반 리워드 시스템을 통해 참여를 유도하며, 핀테크 결제를 연계해 실질적인 혜택을 제공한다.

## 1-2. 서비스 설명

Mood Map은 서울 마포구의 동네 분위기와 특성을 데이터 기반으로 분석하고 시각화된 콘텐츠로 제공하는 서비스다. 지도에서 원하는 지역을 선택하면, 해당 지역의 분위기를 사진, 영상, 키워드로 확인할 수 있다. 또한, 콘텐츠를 공유해 보상을 받고, 핀테크 결제를 통해 지역 상권에서 혜택을 누릴 수 있다.

## 1-3. 핵심 가치 제안

Mood Map은 키워드, 사진, 영으로 서울 지역 분위기를 제공한다. 이로써 한 번에 알기 어려웠던 분위기를 빠르고 손쉽게 알 수 있다.

## 1-4. 목표 고객

서울에 대해 잘 모르는 사람, 서울에서 약속 장소를 선택해야 하는 사람

## 1-5. 페르소나

### A. 서울의 트렌디한 약속 장소를 찾고 싶은 20대 대학생

- 이름: 김지윤
- 나이: 22세
- 거주지: 경기도 수원시
- 직업: 대학생 (4년제 대학교 3학년)

### 라이프스타일

- SNS를 활발히 사용하며, 트렌디한 장소를 탐방하고 감성적인 사진을 찍어 공유하는 것을 즐김
- 서울은 친구들과 약속을 잡을 때 방문하며, 동네별로 분위기가 달라 어디를 갈지 고민이 많음
- 새로운 핫플레이스를 찾아다니는 것을 선호하고, 실망하지 않기 위해 방문 전 분위기를 파악하고 싶어함

## 목표

- 서울에서 분위기 좋은 약속 장소를 쉽게 찾고 싶음
- 처음 가는 동네에서 실망하지 않도록 미리 분위기와 특색을 파악하고 싶음
- 자신이 방문한 장소의 정보를 공유하고 보상을 받고 싶음

## Pain Point

- 서울 각 지역에 대한 정보가 부족해 핫플레이스를 찾기 어려움
- 블로그나 SNS 후기 정보가 너무 많아 원하는 정보를 찾는 데 시간이 소요됨
- 변화가에 가고 싶지만 매번 같은 장소만 방문해 새로움이 부족함

## B. 비즈니스 미팅을 위해 최적의 장소를 빠르게 찾고 싶은 30대 직장인

- 이름: 이정훈
- 나이: 35세
- 거주지: 서울 영등포구
- 직업: IT 스타트업 영업팀 팀장

## 라이프스타일

- 다양한 비즈니스 미팅을 진행하며, 장소 선택이 미팅의 성공에 큰 영향을 미친다고 생각함
- 서울 전역을 돌아다니며 미팅을 잡아야 하며, 고객과의 첫 미팅에서 좋은 인상을 주고 싶어함
- 업무 특성상 바쁜 스케줄 속에서 신속하게 분위기 좋은 장소를 찾아야 함

## 목표

- 미팅 목적과 고객 성향에 맞는 최적의 장소를 효율적으로 선택하고 싶음
- 장소를 찾는 시간을 줄이고 미팅 준비에 집중하고 싶음
- 빠르게 지역 분위기를 파악해 비즈니스 미팅에서 좋은 인상을 남기고 싶음

## Pain Point

- 매번 미팅 장소를 검색하느라 시간 소모가 큼
- 미팅 목적과 고객 성향에 맞는 장소를 찾기 어려움
- 서울의 트렌드가 빠르게 변해 최신 정보가 필요하지만, 기존 리뷰 사이트는 업데이트가 느림

## 2. 시장 분석

### 2-1. 시장 트렌드

최근 디지털 플랫폼 시장은 숏폼 영상과 이미지 기반 콘텐츠 소비가 급속히 증가하고 있으며, 특히 MZ세대를 중심으로 이러한 트렌드가 강화되고 있다. 사용자들은 짧고 직관적인 콘텐츠를 통해 정보를 빠르게 습득하고 있으며, 이는 지역 탐방, 맛집 추천, 여행지 탐색 등 다양한 분야에서 두드러진다. 이러한 흐름에 맞춰 플랫폼들은 글과 이미지 위주의 서비스에서 벗어나 숏폼 영상과 사진 콘텐츠를 활용하여 현장감을 높이는 전략을 채택하고 있다.

전통적인 지도 서비스는 위치 탐색과 길 안내에 초점을 맞췄지만, 최근에는 지역의 분위기와 특성을 시각적으로 경험하고자 하는 수요가 급증했다. 이에 따라 네이버 클립, 당근 스토리, 트립비토즈, 인스타그램 릴스, 유튜브 쇼츠와 같은 서비스들이 등장하며, 사진과 영상을 통해 현장감을 제공하는 데 집중하고 있다.

이런 흐름 속에서 ‘Mood Map’은 동네의 분위기를 시각적으로 표현하는 서비스로, 단순한 위치 정보 제공을 넘어 영상과 사진을 통해 지역 특성을 파악할 수 있는 기능을 제공한다. 따라서 이번 경쟁사 분석은 ‘지도’에 국한되지 않고, ‘영상과 사진으로 동네 분위기를 전달하는 서비스’로 초점을 맞추었다.

### 2-2. 경쟁사 분석

‘Mood Map’의 주요 경쟁사는 동네 분위기와 특성을 사진과 영상으로 시각적으로 전달하는 서비스를 제공하는 플랫폼들이다. 이를 바탕으로 선정한 경쟁사는 다음과 같다.

- 네이버: 통합된 지역 정보와 리뷰 플랫폼. 숏폼 영상인 ‘네이버 클립’으로 장소 리뷰를 시각적으로 제공한다.
- 당근마켓: 지역 기반 커뮤니티 플랫폼으로, ‘당근 스토리’를 통해 동네 일상과 가게 정보를 숏폼 영상으로 공유한다.
- 트립비토즈: 여행지와 숙소 정보를 숏폼 영상으로 탐색하고 예약까지 가능한 여행 커머스 플랫폼

- 인스타그램: 해시태그와 숏폼 영상인 ‘릴스’를 통해 특정 지역의 실시간 분위기와 트렌드를 확인한다.
- 유튜브: ‘유튜브 쇼츠’와 브이로그를 통해 여행지와 지역 분위기를 상세히 전달하는 글로벌 동영상 플랫폼

이들 플랫폼은 각자의 방식으로 지역 정보와 분위기를 시각적으로 제공하지만, 대부분은 개별 장소 정보에 집중되어 있다. 반면, Mood Map은 지도 기반에서 지역 전체의 분위기를 종합 분석하고 영상과 사진을 제공한다는 점에서 차별화된다.

## A. 네이버 지도, 네이버 플레이스, 네이버 블로그

네이버는 국내 대표 포털 서비스로, 네이버 지도, 플레이스, 블로그를 통해 종합적인 지역 정보를 제공한다. 네이버 지도는 길 찾기, 리뷰 제공 등의 위치 기반 서비스를 제공하며, 플레이스는 사용자 리뷰와 평가를 종합하여 상세 정보를 제공한다. 최근에는 숏폼 영상 서비스인 ‘네이버 클립’을 도입해 영상 리뷰 기능을 강화했다.

### 숏폼과 영상 기반 기능

네이버 클립을 통해 사용자는 1분 이하의 숏폼 영상을 업로드하고 장소 리뷰와 연결할 수 있다. 이 기능은 특히 외국인 관광객에게 유용하며, 네이버 지도에서 해당 장소를 직관적으로 확인할 수 있다.

### 강점

1. 방대한 사용자 기반: 많은 리뷰와 정보 제공
2. 통합 서비스: 검색, 블로그, 지도, 예약 시스템 연동
3. 숏폼 영상: 네이버 클립을 통한 생생한 장소 리뷰

### 한계점

1. 일관된 분위기 전달 부족: 개별 리뷰로 지역 전체 분위기 파악 어려움
2. 추천 기능 부족: 사용자의 목적에 맞춘 장소 추천이 미흡
3. 커뮤니티성 부족: 사용자 간 상호작용보다는 정보 제공 중심

### Mood Map과의 차별점

네이버 서비스는 개별 장소 리뷰에 집중하며, 지역 전체의 종합적인 분위기를 분석하고 시각적으로 전달하는 기능은 부족하다. Mood Map은 마포구의 동네별 분위기를 종합적으로 분석하고, 영상과 사진을 지도와 결합해 빠르게 파악할 수 있는 차별화된 경험을 제공한다.

## B. 당근마켓

당근마켓은 지역 기반 중고 거래 플랫폼이자 생활 커뮤니티로, 동네 주민 간의 연결과 소통을 강화하는 서비스이다. 중고 거래뿐만 아니라 동네 소식, 가게 홍보, 일상 공유 등의 기능을 제공한다. 특히 ‘동네 지도’와 ‘당근 스토리’를 통해 지역 기반의 숏폼 영상을 공유할 수 있다.

### 숏폼과 영상 기반 기능

‘당근 스토리’는 5초~1분 이내의 짧은 영상을 통해 동네의 맛집, 상점, 운동 시설, 미용실 등 다양한 가게와 생활 정보를 공유하는 서비스다. 이 기능은 지역 주민들에게 실시간으로 동네의 분위기와 소식을 전하며, 가게 주인들은 잠재 고객에게 효과적으로 가게를 홍보할 수 있다.

### 강점

1. 지역 기반 커뮤니티: 동네 주민들을 중심으로 콘텐츠가 생성되고 소통이 이루어져 커뮤니티성이 강하다.
2. 타겟팅된 노출: 숏폼 영상이 해당 지역 주민에게 우선적으로 노출되어 가게 홍보와 지역 정보 전달이 효과적이다.
3. 실시간 소통: 지역 내에서 실시간으로 정보와 소식을 교환할 수 있어 동네의 분위기를 빠르게 파악할 수 있다.

### 한계점

1. 한정된 사용자 범위: 해당 지역의 사용자만을 대상으로 하므로 콘텐츠의 확산성과 접근성이 제한된다.
2. 영상의 다양성 부족: 사용자 기반 영상 콘텐츠로 인해 전문적이고 일관된 분위기 전달이 어려울 수 있다.
3. 검색과 탐색 기능의 제한: 특정 목적이나 조건에 맞는 지역 탐색 기능은 부족하다.

### Mood Map과의 차별점

당근마켓은 개별 동네의 일상과 가게 정보에 초점을 맞추며, 지역 전체 분위기나 특성을 분석하지는 않는다. Mood Map은 특정 가게나 장소를 넘어, 동네 전체의 분위기와 특성을 분석하고 사용자에게 일관된 시각적 정보를 제공한다.

## C. 트립비토즈(Tripbtoz)

트립비토즈는 유저가 직접 올리는 숏폼 영상 기반의 OTA(Online Travel Agency) 여행 플랫폼으로, 사용자들이 여행지에서 촬영한 영상을 공유하고 이를 통해 숙소를 예약할 수 있는 서비스다. 여행자들은 영상을 업로드하고, 이를 통해 ‘트립캐시’를 보상받아 숙소 예약에 사용할 수 있다.

## 숏폼과 영상 기반 기능

트립비토즈는 숏폼 영상 피드를 통해 여행지의 분위기를 생생하게 전달하며, 영상을 시청한 사용자는 마음에 드는 숙소를 바로 예약할 수 있다.

### 강점

1. 여행과 커머스 결합: 여행지 탐색과 숙소 예약을 하나의 플랫폼에서 제공해 사용자 경험이 매끄럽다.
2. 보상 시스템: 영상 업로드 시 트립캐시로 보상받아 여행 비용을 절감할 수 있다.
3. 생생한 여행 정보: 숏폼 영상을 통해 텍스트 리뷰보다 생동감 있는 여행 정보를 전달한다.

### 한계점

1. 여행에 한정된 콘텐츠: 일상적인 지역 탐색보다는 여행지와 숙소 중심의 콘텐츠에 국한된다.
2. 영상 품질의 편차: 사용자 생성 콘텐츠로 인해 영상의 품질과 정보의 신뢰성이 일정하지 않다.

## Mood Map과의 차별점

트립비토즈는 여행지와 숙소 중심으로 서비스가 구성되어 있으며, 일상적인 동네 탐색이나 거주지 선택과 같은 로컬 기반의 실시간 분위기 전달에는 한계가 있다. Mood Map은 일상 속에서 지역의 분위기를 탐색하고 약속 장소를 결정하는 데 초점을 맞춘 서비스다.

## D. 인스타그램(Instagram)

인스타그램은 사진과 동영상을 공유하는 글로벌 소셜미디어 플랫폼으로, 특히 숏폼 영상 서비스인 ‘릴스(Reels)’가 인기가 높다. 사용자들은 릴스를 통해 다양한 장소의 분위기와 일상을 공유하며, 특정 해시태그를 통해 지역 탐색이 가능하다.

## 숏폼과 영상 기반 기능

릴스는 15초~90초 길이의 짧은 영상을 제공하며, 사용자들은 해시태그(#서울, #망원동카페)로 지역 기반 콘텐츠를 탐색할 수 있다. 실시간 트렌드와 현지 분위기를 직관적으로 확인할 수 있으며, 여행이나 약속 장소를 정하는 데 참고할 수 있다.

### 강점

1. 강력한 탐색 기능: 해시태그를 통해 전 세계의 다양한 장소와 분위기를 쉽게 탐색할 수 있다.
2. 시각적 콘텐츠 중심: 고품질의 사진과 영상이 많아 시각적으로 매력적인 콘텐츠가 풍부하다.



3. 트렌드 반영: 최신 트렌드와 핫플레이스를 빠르게 파악할 수 있다.

#### 한계점

1. 지역 정보의 일관성 부족: 사용자 생성 콘텐츠로 인해 정보의 정확성과 일관성이 떨어질 수 있다.
2. 정보의 신뢰성: 가공된 이미지나 광고성 콘텐츠로 인해 실제와 다른 경우가 있다.

#### Mood Map과의 차별점

인스타그램은 사용자 중심의 트렌드와 실시간 정보를 제공하지만, 체계적으로 지역의 분위기를 종합 분석하거나 비교하는 기능은 없다. Mood Map은 특정 동네의 특성을 분석해 정확한 분위기 키워드와 사진, 영상을 제공한다.

### E. 유튜브(Youtube)

유튜브는 세계 최대의 동영상 플랫폼으로, 최근 숏폼 콘텐츠인 ‘유튜브 쇼츠(Shorts)’가 큰 인기를 끌고 있다. 사용자들은 여행 브이로그, 지역 탐방 영상 등을 통해 특정 지역의 분위기와 정보를 확인할 수 있다.

#### 숏폼과 영상 기반 기능

유튜브 쇼츠는 60초 이하의 짧은 영상으로, 다양한 장소의 분위기와 실시간 상황을 확인할 수 있다. 특히 브이로그 형식의 영상은 여행지나 동네의 특징을 세세하게 전달한다.

#### 강점

1. 방대한 콘텐츠: 다양한 주제와 형식의 영상이 있어 원하는 지역 정보를 쉽게 찾을 수 있다.
2. 신뢰성 있는 정보: 브이로그와 리뷰 영상 등 비교적 신뢰성 높은 정보를 제공한다.
3. 커뮤니티와 상호작용: 댓글과 라이브 스트리밍을 통해 사용자 간 소통이 활발하다.

#### 한계점

1. 긴 탐색 시간: 원하는 정보를 찾기 위해 긴 영상이나 여러 영상을 시청해야 할 수도 있다.
2. 광고와 상업성: 광고와 상업적 콘텐츠가 많아 정보의 중립성이 부족할 수 있다.
3. 지역 기반 탐색의 한계: 세분화된 지역 탐색보다는 광범위한 정보 탐색이 중심이다.

#### Mood Map과의 차별점

유튜브는 광범위한 정보를 제공하지만, 탐색에 시간이 소요되며 실시간 지역 탐색보다는 전체적인 여행 콘텐츠에 중점을 둔다. Mood Map은 동네별로 분류된 영상을 통해 즉각적으로 분위기를 파악할 수 있도록 돕는다.

## 2-3. 정리

기존 경쟁사들은 장소 리뷰, 지역 커뮤니티, 여행지 탐색 등 특정 분야에서 강점을 보이지만, 지역 전체의 분위기와 특성을 종합적으로 분석하고 시각적으로 일관되게 전달하는 데 한계가 있다. Mood Map은 이러한 한계를 극복하고 마포구의 동네별 분위기를 영상과 사진으로 분석해 지도에 직관적으로 표현한다. 이를 통해 사용자는 새로운 동네를 탐방하거나 약속 장소를 선택할 때 생생하고 정확한 분위기 정보를 확인할 수 있어 차별화된 가치를 제공한다.

## 2-4. SWOT 분석

### 강점(Strengths)

- 데이터 기반의 정확한 분석: AI와 데이터 분석을 통해 지역별 분위기와 특색을 정밀하게 제공한다.
- 비주얼 중심 콘텐츠: 사진과 영상으로 직관적으로 분위기를 파악할 수 있어 이해도가 높다.
- 사용자 참여형 보상 시스템: M2E(Mood to Earn) 시스템으로 사용자 참여를 유도하고 지속적인 콘텐츠 생성이 가능하다.
- 맞춤형 정보 제공: 지도 기반 인터페이스와 필터링 기능으로 사용자가 원하는 정보를 빠르게 찾을 수 있다.

### 약점(Weaknesses)

- 서비스 범위 제한: 현재 마포구에만 한정되어 있어 전국 확장에 추가 리소스가 필요하다.
- 데이터 유지보수 부담: 지속적인 데이터 수집이 필수적이다.
- 콘텐츠 품질의 일관성: 사용자 생성 콘텐츠에 따라 일부 지역 정보가 부정확하거나 편향될 수 있다.

### 기회(Opportunities)

- 관광 및 핀테크 시장 성장: 서울을 방문하는 관광객이 늘어나면서 핀테크 결제 수요 확대로 서비스 확장 기회가 크다.
- 숏폼 콘텐츠 트렌드: 숏폼 영상 소비가 늘어나면서 분위기 탐색 콘텐츠의 수요가 증가하고 있다.
- K-콘텐츠와 서울 트렌드: 글로벌한 K-컬처 인기와 서울의 트렌디한 장소에 대한 외국인 관광객의 관심이 증가하고 있다.

- 지역 상권 협력 강화: 제휴 상점 확대를 통해 사용자 혜택과 상권 활성화 효과를 높일 수 있다.

## 위협(Threats)

- 대형 플랫폼과의 경쟁: 네이버, 구글 등 대형 플랫폼이 유사 서비스를 출시하면 경쟁에서 밀릴 위험이 있다.
- 기술 트렌드 변화의 속도: 빠르게 변화하는 기술 트렌드를 따라가지 못하면 서비스가 도태될 수 있다.
- 데이터 신뢰성 문제: 데이터 분석이 부정확하면 사용자 불만과 이탈이 발생할 수 있다.
- 콘텐츠 생성 지속성: 사용자 참여가 줄어들면 콘텐츠 생성과 서비스 활성화가 어려워질 수 있다.

## 3. 서비스 기능

### 3-1. 핵심 기능

#### 지역 분위기 탐색

- 지도에서 원하는 동네를 선택하면 해당 지역의 분위기를 영상과 사진으로 직관적으로 확인할 수 있다.
- 텍스트 분석 및 AI를 활용한 키워드로 동네 특성을 한눈에 파악할 수 있다.

#### 상세 필터링 기반 분위기 탐색

- 원하는 시간대, 요일, 계절, 지역을 필터링하여 맞춤형 콘텐츠를 탐색할 수 있다.
- 조회수, 영상 품질, 촬영 각도 등 다양한 조건으로 콘텐츠를 정렬하고 탐색할 수 있다.
- 사용자의 목적에 맞춘 세분화된 콘텐츠를 제공하여 실시간에 가까운 동네 분위기 파악 가능하다.

#### Mood 캐시 시스템

- 콘텐츠를 업로드하거나 리뷰를 작성하면 Mood 캐시를 적립할 수 있다.
- 적립된 캐시는 다른 사용자의 콘텐츠 열람이나 제휴 상권에서의 결제에 사용할 수 있다.

### **일일권 구매 시스템**

- 하루 동안 유료 콘텐츠를 무제한으로 열람할 수 있는 단기 이용권을 제공한다.
- 약속, 여행, 미팅 등 다양한 만남을 위한 단기 집중 탐색에 유용하다.

### **평가 및 보상 시스템**

- 콘텐츠 열람 후 평가와 리뷰를 작성하면 보상을 제공하고, 콘텐츠 제공자는 조회수에 따라 Mood 캐시를 획득한다.
- 사용자 참여를 유도하고, 콘텐츠 품질을 높인다.

## **3-2. 부가 기능**

### **Mood 랭킹 시스템**

- 콘텐츠 제공자의 리뷰, 평가, 조회수를 기반으로 Mood 랭킹을 부여해 신뢰도를 높인다.

### **제휴 상권 결제 및 할인**

- Mood 캐시를 제휴된 상권에서 결제 수단으로 사용하거나 할인 혜택을 받을 수 있다.

### **쇼츠 기반 지역 탐색**

- 세로형 숏폼 영상을 통해 다양한 시간대와 분위기의 지역 탐색이 가능하다.

### **음식점 및 카페 조회 기능**

- 지역 내 인기 음식점과 카페 정보를 영상과 사진으로 확인할 수 있다.

## **3-3. 서비스 확장 방향**

### **지역 확장**

- 서울 마포구 일대에서 전국 주요 도시로 확대: 초기 서비스에서 집중한 마포구를 기반으로 성공적인 모델을 확립한 후, 인천, 부산, 대구, 광주, 대전 등 주요 대도시로 서비스 범위를 확대한다.

- 도시별 특성 분석: 각 도시의 주요 상권, 관광지, 핫플레이스를 중심으로 분위기 분석을 진행하여 도시별 특화 콘텐츠 제공
- 맞춤형 분위기 지도: 도시별 분위기 키워드와 추천 장소를 시각화해 지역 특색을 한눈에 파악할 수 있도록 구현
- 세분화된 지역 분석: 각 도시 내에서도 핫플레이스와 숨겨진 명소를 중심으로 세분화된 분위기 분석을 제공한다.

## 제휴 파트너 확대

- 다양한 업종과의 협력 강화: 사용자 경험을 풍부하게 하기 위해 카페, 레스토랑, 관광 명소, 쇼핑몰, 문화시설 등 다양한 업종과의 제휴를 확대한다.
  - 특정 지역 혜택: 지역 내 제휴 업소에서 할인 쿠폰, 적립 혜택 등 다양한 혜택 제공
  - 특별 이벤트: 제휴 장소에서 Mood Map 사용자 전용 이벤트나 특별 프로모션 진행
  - 실시간 정보 업데이트: 제휴 상점에서 제공하는 새로운 메뉴, 인기 아이템, 이벤트 등을 실시간으로 반영
- 핀테크 연계 서비스: 금융 혜택과의 연계를 통해 사용자 편의성 증대
  - 제휴 카드 할인: 특정 금융사와 협력해 지역 상점에서 사용 가능한 할인 및 캐시백 혜택 제공
  - 모바일 결제 연동: 간편 결제 시스템과 연동하여 서비스 내에서 결제 및 예약 기능 지원

## 해외 관광객 타겟팅

- 다국어 버전 지원: 영어, 중국어, 일본어를 포함한 다국어 버전을 개발하여 외국인 관광객들의 접근성을 높인다.
  - 다국어 인터페이스: 앱과 웹사이트 내 모든 기능과 설명을 다국어로 제공
  - 문화 및 여행 정보 제공: 외국인 관광객을 위한 현지 문화 설명, 방문 팁, 교통 정보 등을 추가 제공
- 맞춤형 콘텐츠 추천: 해외 관광객의 취향과 방문 목적에 맞는 맞춤형 지역 추천
  - 예: "K-팝 촬영지 투어", "인스타그램 핫플 투어", "한국 전통문화 체험"과 같은 테마별 추천 경로 제공

### 3-4. 기술 스택

#### 프론트엔드

- 사용 언어/프레임워크: HTML, CSS, JavaScript

#### 백엔드

- 사용 언어/프레임워크: Python
- 서버: Fast API

#### 인프라

- 서버: AWS
- CI/CD: Docker

#### 데이터 분석

- 텍스트 분석: Word2Vec, 형태소 분석기 (KoNLPy)
- AI 모델: ChatGPT

#### 기타

- 버전 관리: Git, GitHub
- 디자인: Figma
- 문서 작업: Notion, Google docs

### 3-5. 서비스 흐름도

#### 1) 서비스 접속 및 지역 탐색

- 사용자는 Mood Map 서비스에 접속한 후, 메인 화면에서 서울 마포구의 지역별 분위기를 시각화한 지도를 확인한다.
- 지도에 표시된 구역을 클릭하면 각 동네의 분위기 키워드와 함께 사진 및 영상 콘텐츠를 탐색할 수 있다.
- 예: 연남동을 클릭하면 키워드와 함께 해당 지역의 사진과 분위기 영상 확인

#### 2) 날짜, 시간대, 계절별 탐색 옵션 선택(유료 기능)

- 사용자는 원하는 날짜, 시간대, 계절을 선택해 특정 조건에 맞는 지역 분위기를 탐색할 수 있다.
- 예: “2024년 여름, 주말 저녁 7시”의 망원동 분위기 영상을 확인할 수 있다.
- 선택한 조건에 맞는 분위기 콘텐츠가 바로 제공된다.

### 3) 일일권 또는 Mood 캐시로 콘텐츠 열람

- 사용자는 유료 콘텐츠를 열람하기 위해 일일권을 구매하거나 Mood 캐시를 사용할 수 있다.
- 일일권을 구매하면 하루 동안 무제한으로 유료 콘텐츠를 열람할 수 있으며, Mood 캐시는 필요에 따라 충전 가능하다.
- 예: “2024년 봄, 평일 오후 3시 서교동” 분위기 영상을 일일권으로 열람

### 4) 타인이 업로드한 분위기 영상 확인

- 다른 사용자가 업로드한 특정 시간대와 장소의 분위기 영상을 열람할 수 있다.
- 예: B가 2주 전에 올린 “2024년 여름, 토요일 저녁 7시 홍대” 거리 영상을 A가 확인
- 사용자는 영상과 함께 해당 지역의 사진 및 키워드를 확인하며 직관적으로 분위기를 파악할 수 있다.

### 5) 사용자 피드백 및 리뷰 작성

- 콘텐츠 열람 후, 사용자는 리뷰를 작성하고 평가를 남기면 Mood 캐시를 보상받을 수 있다.
- 리뷰, 평가, 조회수가 쌓이면 콘텐츠 제공자의 Mood 랭킹이 상승한다.
- 예: “홍대 거리 분위기 영상”에 리뷰를 작성해 추가 캐시 적립

## 4. 1차 MVP 검증 및 사용자 반응

### 4-1. 데이터 분석

서비스의 초기 MVP 배포에 앞서, 서울 각 지역 분위기를 정확히 파악하고 사용자에게 전달하기 위해 다음과 같은 데이터 분석 과정을 수행하였다.

#### 1. 데이터 수집

- 네이버 블로그 API 활용: 네이버 블로그 제목 데이터를 크롤링하여 각 지역의 분위기를 나타내는 키워드를 수집하였다.
- 수집 기준: 정확도순 → 신뢰성 높은 키워드를 도출하기 위한 정제된 데이터 수집

## 2. 자연어 처리 및 텍스트 분석

- Word2Vec: 단어 간 연관성을 파악해 주요 키워드를 추출
- 형태소 분석 (품사 태깅): 명사, 동사, 형용사를 분석해 각 지역의 분위기와 특성을 대표하는 키워드를 도출
- 주요 키워드 예시:
  - 연남동: #감각적인, #데이트하기 좋은, #미식의 발달
  - 을지로: #힙한, #카페 투어, #소박한 감성

## 3. ChatGPT API 활용

- 수집된 키워드와 텍스트 분석 결과를 바탕으로 지역별 분위기 설명을 생성
- 모델 비교: ChatGPT 4.0과 4.0 mini를 비교한 후, 효율성과 속도를 고려해 4.0 mini 모델을 적용

## 4. 데이터 시각화 및 UI 구현

- Streamlit 및 Folium을 활용해 지도 기반의 직관적인 사용자 인터페이스(UI) 개발

### 4-2. 1차 MVP 배포 및 조사

분위기 지도 서비스의 초기 사용자 반응과 만족도를 파악하고, 향후 서비스 개선 및 발전 방향을 설정하기 위해 초기 사용자 반응 조사를 실시하였다. 본 설문조사는 다양한 사용자층의 의견을 수렴하여, 서비스 기능과 사용자 경험에 대한 인사이트를 확보하고자 진행되었다.

- 조사 대상: **27명** (만 18세 이상 60세 이하)  
본 설문조사는 구글폼을 통해 27명의 응답을 받았으나, 실제 서비스 사용자는 이보다 훨씬 많을 것으로 예상된다.
- 조사 기간: 2024년 11월 12일 ~ 11월 18일
- 조사 방법
  1. URL 배포: <http://moodmap.site/>
  2. 온라인 설문 조사 (Google Forms 활용)
- 조사 내용

항목	세부 내용
사용자 배경 정보	접속 기기 유형 (데스크톱, 모바일) 서울 지역 이해도 수준 (서울 주요 관광지, 인기 지역, 숨겨진 장소 등)
서비스 만족도 평가	전체 서비스 전반 만족도 (1~5점 척도)



	지역 분위기 분석 기능이 사용자 이해에 도움을 주었는지 평가
기능별 만족도 조사	목적별(약속, 여행, 거주) 지역 분석 기능 유용성 평가 지역 분위기 설명 및 분석 결과의 정확성 평가
추가 기능 요구 조사	추가적으로 원하는 기능 (개인 맞춤 지역 추천, 두 지역 비교, 인기 장소 추천 등)
서비스 추천 의향	사용자 서비스 추천 의향 (매우 추천함 ~ 전혀 추천하지 않음)
자유 의견 및 개선점 제안	서비스의 장점, 단점, 개선점 수집

본 조사의 결과는 초기 사용자들의 반응과 요구사항을 분석하여 서비스 개선 방향을 설정하고, 업데이트에 반영하기 위한 근거로 활용했다.

### 4-3. 1차 MVP 배포 및 조사 결과

#### 1) 사용자 배경 정보

- 접속 기기
  - 데스크톱: 70.37% (19명)
  - 모바일: 29.63% (8명)
- 서울 이해도
  - 서울 주요 관광지만 알고 있음: 25.93% (7명)
  - 서울의 다양한 지역 분위기와 특성을 어느 정도 알고 있음: 29.63% (8명)
  - 서울의 숨겨진 장소와 분위기까지 잘 알고 있음: 3.70% (1명)

#### 2) 서비스 만족도 평가

- 서비스 전반 만족도
  - 평균 만족도 점수: 3.67점 / 5점, 4점 이상 만족도 응답자: 62.97%
  - 분위기 분석 기능 유용성: 유용하다고 응답한 비율: 55.56%
- 기능별 만족도
  - 목적별 분석 기능: 약속과 여행 목적으로 사용한 비율이 79.12%로 가장 높음.
  - 평균 만족도: 3.59점 / 5점
- 추가 기능 요구
  - 특정 지역의 인기 있는 식당, 카페 추천: 51.85% (14명)
  - 새롭게 뜨는 지역 알림: 22.22% (6명)
  - 두 지역 분위기 비교 기능: 14.81% (4명)

- 서비스 추천 의향
  - 추천 의향 있음: 51.85% (14명)
  - 보통: 33.33% (9명)
  - 추천 의향 없음: 14.81% (4명)
- 주요 피드백 및 개선점
  - 장점
    - 지역의 분위기를 알려주는 신선한 접근 방식
    - 지도 기반의 직관적인 UI
  - 단점
    - 시각적 자료 부족
    - 데이터의 신뢰성에 대한 의문
    - 서비스 대상 지역이 너무 광범위해 사용자 경험이 저하됨
  - 개선점
    - 사진 및 영상 콘텐츠 강화
    - 데이터 출처와 신뢰성 강조
    - 사용자 친화적 기능(자동완성, 키워드 추천) 추가
    - 분석 지역의 집중화: 서울 전역이 아닌 마포구 일대에 집중하여, 같은 구 안에서도 서로 다른 분위기의 지역들이 밀집해 있다는 점에 착안해 정확도와 깊이를 높임

#### 4-4. 인사이트 도출 및 개선 방향

1차 MVP 검증 결과, 사용자들은 지역 분위기 분석 서비스에 대해 대체로 긍정적 반응을 보였다. 그러나 시각적 요소 강화와 기능 개선에 대한 요구와 함께, 분석 대상 지역을 좁히는 것이 필요하다는 의견이 주로 나왔다.

#### 주요 인사이트

##### 분석 지역 집중화

서울 전역을 분석하기보다는 마포구에 집중하기로 했다. 마포구는 하나의 구 안에 연남동, 홍대, 망원동, 상수동 등 전혀 다른 분위기를 가진 지역들이 밀집해 있어, 다양한 특성을 종합적으로 분석하고 비교하기에 최적의 조건을 갖추고 있다. 이를 통해 분위기 분석의 정확도와 깊이를 강화하고, 사용자 만족도를 높일 수 있다.

##### 타겟 유저 명확화

- 서울을 잘 모르는 사용자: 관광객, 지방 거주자, 또는 서울을 처음 방문하는 사용자로, 다양한 지역 분위기와 특징을 알고 싶어 한다.

- 약속 장소를 찾는 사용자: 친구 모임, 데이트, 비즈니스 미팅 등 특정 목적에 맞는 약속 장소를 찾는 사용자
- 트렌드에 민감한 사용자: 서울에 거주하며 새로운 분위기나 떠오르는 지역 정보를 탐색하고자 하는 사용자

## 기능 개선 방향

- 시각적 요소 강화
  - 텍스트 위주의 정보 대신, 지역 분위기를 대표하는 사진, 영상, 키워드 시각화를 활용
  - 지도 위에 대표 이미지를 오버레이하거나, 키워드를 카드 형태로 제공하여 직관성을 높임
- 데이터 신뢰성 강화
  - 데이터 출처 명시와 분석 근거 제공을 통해 사용자 신뢰 확보
  - "이 지역의 분위기 데이터는 소셜 미디어 언급량과 AI 분석 기반입니다"와 같은 설명 추가

## 추가 기능 도입 가능성

- 개인 맞춤형 추천 기능: 사용자의 취향과 과거 검색 데이터를 기반으로 맞춤형 지역 추천
- 지역 분위기 비교 기능: 두 지역의 분위기를 점수와 시각화로 비교
- 새롭게 떠오르는 지역 알림: 트렌드를 반영하여 새로운 지역 정보를 실시간으로 제공

## 향후 계획

- 시각화 강화: 사진, 영상, 키워드 시각화로 지역 분위기를 더욱 생생하게 전달
- 데이터 신뢰성 확보: 데이터 출처와 분석 근거를 명시하고, 주기적으로 업데이트
- 기능 확장: 인기 음식점 및 카페 추천: 네이버 블로그 API를 활용해 지역별로 뜨는 대표 맛집과 카페를 추천
- 마포구 집중 분석: 마포구의 다양한 지역을 심층 분석하고, 이후 다른 지역으로 확장하는 전략을 추진

## 5. 2차 MVP 검증 및 사용자 반응

### 5-1. 2차 MVP 배포 및 조사

2차 MVP는 1차 MVP에서 도출된 개선 사항을 반영하여 마포구 지역에 집중된 서비스를 배포하고, 사용자 경험을 개선한 버전이다. 2차 MVP의 목표는 콘텐츠 다양성, UI/UX 개선, 맞춤형 기능 도입을 통해 사용자 만족도를 높이는 것이었다. 이를 위해 다양한 사용자층을 대상으로 만족도 조사를 진행하였다.

- 조사 대상: **17명** (만 18세 이상 60세 이하)
- 조사 기간: 2024년 12월 10일 ~ 2024년 12월 11일
- 조사 방법
  1. URL 배포: <http://moodmap.site/>
  2. 온라인 설문 조사 (Google Forms 활용)
  3. 사용자 행동 데이터 분석 (Google Analytics 활용)
- 조사 내용

항목	세부 내용
사용자 배경 정보	연령대 (10 ~ 50대 이상), 성별 접속 기기 유형 (데스크톱, 모바일) 서울 지역 이해도 수준 (주요 관광지, 인기 지역, 숨겨진 장소 등)
사진 및 영상 콘텐츠 개선	사진과 영상 콘텐츠의 유용성 평가 사진과 영상 길이(시간) 만족도 더 보고 싶은 콘텐츠 파악 선호하는 콘텐츠 형식(세로형/가로형 영상, 사진 등)
서비스 만족도 평가	전체 서비스 전반 만족도 (1~5점 척도) 서비스의 주요 기능 유용성 평가 만족스러웠던 서비스 기능 파악
서비스 추천 의향	사용자 서비스 추천 의향 (매우 추천함 ~ 전혀 추천하지 않음)
자유 의견 및 개선점 제안	서비스의 개선점 수집

## 5-2. 2차 MVP 배포 및 조사 결과

### 사용자 배경 정보

- 연령대 분포
  - 20대: 76.5%
  - 10대: 11.8%
  - 30대: 5.9%
  - 40대: 5.9%
- 서울 이해도
  - 서울의 주요 관광지만 알고 있다: 41.2%
  - 서울의 다양한 지역 분위기와 특성을 어느 정도 알고 있다: 29.4%
  - 서울에 대해 거의 알지 못한다: 11.8%
  - 서울의 인기 지역과 핫플레이스를 잘 알고 있다: 11.8%
  - 서울의 숨겨진 장소와 지역별 분위기까지 잘 알고 있다: 5.9%
- 접속 기기
  - 모바일(휴대폰/태블릿): 52.9%
  - 데스크톱(컴퓨터/노트북): 47.1%

### 서비스 만족도 평가

- 서비스 전반 만족도
  - 평균 점수: 4.06점 / 5점
  - 만족도 4점 이상 비율: 76.5%
- 주요 기능 만족도
  - 평균 점수: 3.94점 / 5점
  - 주요 기능이 유용하다고 평가한 비율: 70.6% (유용하다 + 매우 유용하다)
- 사용자 경험 평가
  - 사진과 영상이 분위기 파악에 도움이 되었다: 88.2%
  - 사진과 영상의 길이 적절: 94.1%

### 사용자 피드백 분석

- 가장 만족스러웠던 부분
  - 사진/영상 콘텐츠: 29.4%
  - 카페 및 식당 추천 기능: 29.4%
  - 지도 인터페이스: 23.5%
  - 지역별 분위기 키워드: 17.6%
- 서비스 추천 의향

- 매우 추천함 + 추천함: 76.5%
- 주요 불만사항 및 개선점
  - 디자인 개선 필요: 지도 상의 구역 분할과 폰트 색상이 상충됨
  - 콘텐츠 부족: 다양한 시간대와 계절별 콘텐츠 부족
  - 신뢰성 부족: 해시태그와 분위기의 연관성 부족
  - 모바일 최적화: 모바일 버전에서의 안정적인 경험 필요

### 5-3. Google Analytics 사용자 행동 분석

#### 주요 이벤트 분석

- 총 이벤트 수: 1,611건
- 활성 사용자: 95명

이벤트 이름	이벤트 수	활성 사용자
photomore_click	429	27
polygon_click	236	65
page_view	187	95
scroll	183	91
restaurant_click	56	21
cafe_click	31	13
upload_click	12	5
share_click	10	5

#### 인사이트

- 사진과 영상 열람(photomore\_click)이 가장 많음 → 비주얼 콘텐츠에 대한 관심 높음
- 지역 구역 클릭(polygon\_click)과 페이지 뷰가 많음 → 지도 기반 탐색 기능의 활용도 높음
- 음식점 및 카페 클릭 수가 낮음 → 추천 기능 강화 필요

## 5-4. 주요 인사이트 및 개선 방향

### 주요 인사이트

#### 만족도 상승 원인

- 1차 MVP 대비 서비스 만족도 및 정보 유용성 증가
- 평균 별점이 상승했으며, 주요 원인으로 사진과 영상 콘텐츠 제공이 지목됨

#### 영상 선호도 분석

- 영상 선호도가 사진보다 높음
- 특히 세로형 숏폼 영상이 모바일 사용자들 사이에서 가장 선호됨
- 데스크톱 사용자들은 세로형 영상뿐만 아니라 사진도 선호하는 경향을 보임

#### 영상 길이

- 10초 내외의 짧은 영상 길이가 적절하다는 의견이 다수

#### 카페 및 식당 추천 기능

- 카페 및 식당 추천 기능은 사진과 영상 콘텐츠와 함께 가장 만족도가 높은 기능으로 나타남
- 이는 사용자들이 분위기 파악과 함께 구체적인 장소 정보를 알고 싶어하는 니즈가 강하다는 것을 의미함

#### 분위기 키워드

- 상대적으로 분위기 키워드의 만족도가 낮게 평가됨
- 이는 키워드 자체의 문제보다는 키워드의 신뢰성과 정확성을 보완할 필요가 있음을 시사함

#### 타겟별 만족도

- 서울을 잘 모르는 사용자들의 경우, 모든 콘텐츠에 대한 만족도가 비슷하게 나타남
- 이는 콘텐츠의 기본 품질이 일정 수준 이상 유지되고 있음을 의미함

#### 추가 요구사항

- 사용자가 가장 알고 싶어하는 정보: 특정 시간대별 분위기, 거리 풍경과 가게 내부 정보

## 기능 개선 방향

### 콘텐츠 다양성 강화

- 시간대별 콘텐츠: 낮/밤 비교 사진 및 영상 제공
- 계절별 콘텐츠: 봄, 여름, 가을, 겨울 분위기 반영 (예: 벚꽃, 단풍, 눈 오는 풍경)
- 평일/주말 비교: 평일과 주말의 사람들 활동과 봄비는 정도 비교

### 시각적 관점 확장

- 다양한 각도 촬영: 거리뷰, 실내뷰, 360도 파노라마 뷰 제공
- 핫플레이스 초점: 카페, 음식점의 내부와 외부 풍경을 함께 제공
- 영상 포맷 최적화
  - 세로형 숏폼 영상 선호
    - 사용자들이 릴스(Reels), 틱톡(TikTok)과 같은 세로형 숏폼을 가장 많이 선호하는 것으로 나타남
    - 트렌드 반영: 세로형 숏폼이 현재 콘텐츠 소비 트렌드의 주류임
  - 기존 와이드형 영상 개선
    - 현장 답사 시 촬영한 가로형(와이드형) 영상(13초 이내)을 세로형 포맷으로 변환하여 제공하는 방안 검토

### 사용자 맞춤형 기능 도입

- 필터링 기능
  - 시간대, 계절, 요일별 필터링
  - GPS 위치 데이터와 타임스탬프 자동 기록
- 자동 태그 기능
  - 사진 및 영상에 자동으로 태그 부여
  - 예: #낮, #밤, #주말, #봄 등의 태그를 통해 사용자가 쉽게 콘텐츠를 탐색할 수 있도록 지원

### 신뢰성 강화

- 데이터 출처 명시: 각 지역 분위기 분석의 출처와 근거 자료를 명확히 설명
- 분석 근거 강화
  - 지역 분위기 키워드와 사진/영상 콘텐츠의 연관성 명확화
  - 사용자들이 왜 특정 분위기가 해당 지역을 대표하는지 이해할 수 있도록 구체적인 설명 추가



## 5-5. 결론 및 향후 계획

1차 MVP	서비스 전반에 대한 평균 만족도	3.67점/5점
2차 MVP	서비스 전반에 대한 평균 만족도	4.06점/5점

2차 MVP를 통해 사용자 만족도가 4.06점으로 상승하였으며, 비주얼 콘텐츠와 카페/식당 추천 기능에 대한 긍정적인 평가를 받았다. 그러나 콘텐츠 다양성과 신뢰성, 디자인 개선에 대한 요구가 확인되었다.

### 향후 계획

1. 시각화 강화: 다양한 시간대와 계절을 반영한 사진/영상 콘텐츠 추가
2. 맞춤형 기능 도입: 필터링 기능 및 자동 태그 시스템 도입
3. 디자인 개선: 지도 구역 디자인 및 모바일 UI/UX 개선
4. 신뢰성 확보: 데이터 출처 명시 및 분석 근거 강화

## 6. 비즈니스 모델(BM)

### 6-1. 수익 구조

#### ‘Mood 캐시’ 및 일일권 기반 거래 수수료

- Mood 캐시는 Mood Map에서 사용되는 포인트 보상 시스템이다. 사용자는 분위기 콘텐츠를 업로드하거나 리뷰를 작성하면 Mood 캐시를 적립할 수 있다. 적립된 Mood 캐시는 다른 사용자의 콘텐츠를 열람하거나, 제휴된 상권에서 결제 및 할인 혜택에 사용할 수 있다. 또한, 특정 콘텐츠 요청을 할 때 Mood 캐시를 지불해 원하는 시간대와 장소의 분위기를 확인할 수 있다. 이를 통해 사용자 참여를 유도하고 지역 상권과의 연계를 강화한다.
- 콘텐츠 열람 및 요청: 적립된 Mood 캐시를 사용해 다른 사용자의 콘텐츠를 열람하거나, 특정 시간대와 장소의 분위기 콘텐츠를 요청할 수 있다.
- 일일권 구매: 하루 동안 유료 콘텐츠를 무제한으로 열람할 수 있는 일일권을 Mood 캐시로 구매할 수 있다.

- 제휴 상권 결제 및 할인: 제휴된 상권에서 Mood 캐시를 결제 수단으로 사용하거나 할인 혜택을 받을 수 있다.
- 거래 수수료: 사용자 간 분위기 콘텐츠 거래 시, Mood 캐시 사용에 따라 일정 비율을 수수료로 책정한다.

#### **핀테크 결제 수익**

- M2E (Mood to Earn)는 사용자가 지역 분위기 영상을 촬영하고 업로드하면 Mood 캐시로 보상받는 수익 모델이다. 콘텐츠 열람, 리뷰 작성 등 활동에 따라 캐시를 적립하고, 이를 통해 다른 콘텐츠 열람이나 제휴 상권에서 할인 혜택을 받을 수 있다. M2E를 통해 사용자 참여를 높이고, 지역 상권 활성화 및 지속 가능한 디지털 경제 생태계를 구축한다.
- 지역 상권에서 Mood 캐시를 결제 수단으로 사용할 때 수수료를 확보한다.
- 예: 카페나 음식점에서 Mood 캐시로 할인 결제 시 일정 수수료 수익화

#### **광고 및 스폰서십**

- 지역 상권과 협력해 플랫폼에 광고를 삽입하고 노출당 과금 방식으로 수익을 창출한다.
- 예: 추천 콘텐츠에 특정 상점 광고를 삽입

#### **제휴 마케팅 수익**

- 특정 장소와 제휴해 할인 쿠폰이나 혜택을 제공하고, 사용자 방문 시 수수료를 받는다.
- 예: 제휴된 카페나 레스토랑 이용 시 Mood 캐시 적립 및 수익 발생

## **6-2. 가격 정책**

#### **기본 서비스 무료 제공**

- 기본적인 지역 분위기 정보와 지도 탐색 기능은 무료로 제공한다.

#### **일일권 판매**

- 특정 하루 동안 유료 콘텐츠를 무제한으로 열람할 수 있는 단기 이용권이다.
- 예: 약속 전, 일일권을 구매해 모든 동네 분위기 콘텐츠 확인

#### **Mood 캐시 충전**

- 사용자가 필요에 따라 Mood 캐시를 충전해 콘텐츠 열람, 요청, 핀테크 결제에 사용한다.

## 광고 및 제휴 수익

- 노출당 과금 또는 제휴사와의 수익 분배 방식으로 광고 수익을 확보한다.

## 6-3. 예상 매출

### 1년차

- Mood 캐시 및 일일권 판매: 3천만 원
- 광고 및 제휴 수익: 2천만 원
- 예상 매출: 약 5천만 원

### 2년차

- Mood 캐시 및 일일권 판매: 7천만 원
- 광고 및 제휴 수익: 5천만 원
- 예상 매출: 약 1억 2천만 원

### 3년차

- Mood 캐시 및 일일권 판매: 1억 원
- 광고 및 제휴 수익: 8천만 원
- 예상 매출: 약 1억 8천만 원

## 6-4. BM 확장 방향

### 입점 희망자 및 상권 분석 서비스

- 상권에 입점하려는 사업자들이 입지 조건을 평가하고, 고객 특성을 분석할 수 있도록 지원
- 서비스 제공 내용
  - 지역 사진 및 영상 제공: 입점 희망 가게 앞을 지나가는 사람들의 활동과 분위기를 확인할 수 있는 실시간 또는 기록된 사진과 영상 제공
  - 시간대별 분석: 특정 시간대(예: 주말 저녁, 평일 점심)의 유동인구와 활동 분석

## AI 기반 고객 분석 리포트

- AI 분석 리포트
  - 유동인구의 성별, 연령대, 활동 패턴 등을 AI로 분석해 리포트로 제공
  - 상세 분석 결과는 상권 특성과 고객 맞춤형 전략 수립에 활용 가능
  - 예: "망원동 토요일 저녁 7시, 20대 여성 방문 비율 60%"
- 유료 리포트 서비스
  - 데이터 기반의 맞춤형 리포트를 유료로 제공하여 입점 준비 단계에서 필요한 정보를 한눈에 파악
  - 가게 입점 시 매출 예측과 타겟 고객 설정에 도움을 제공

## 비즈니스 모델 확장 전략

- B2B 서비스 강화
  - 기존 일반 사용자 대상 서비스에서 B2B로 확장하여 공실 관리, 상권 분석 분야에서 활용도 강화
- 유료 멤버십 및 정기 구독 모델
  - 지속적으로 업데이트되는 상권 데이터와 정기 리포트를 제공하는 구독 서비스 운영

## 7. 마케팅 전략

### 7-1. 마케팅 채널

#### 소셜 미디어 마케팅

- 플랫폼 브랜딩과 가치 전달
  - 우리 서비스가 ‘지역 분위기 탐색의 종합 플랫폼’임을 강조하고, 플랫폼에서 얻을 수 있는 이점을 명확하게 전달
  - 예: “마포구 분위기를 한눈에, 실시간으로 확인하세요!”, “데이트 전, 이 지역이 나와 잘 맞을지 확인해보세요!”
- 사용자 경험 공유 캠페인
  - 사용자가 플랫폼에서 찾은 분위기 정보로 성공적인 데이트, 여행, 모임을 했던 경험을 공유하도록 유도
  - 예: “분위기 맞춤 추천 덕분에 완벽한 데이트!” 같은 사용자 후기를 강조

#### 검색 광고 및 콘텐츠 마케팅

- 검색 광고
  - 네이버, 구글 키워드 광고를 활용하여 타겟 유저 확보
  - 예시 키워드: “서울 데이트 코스”, “분위기 좋은 카페 추천”, “망원동 핫플”
  - SEO 최적화로 서비스 관련 키워드 검색 시 상위 노출 유도
- 블로그 및 유튜브 콘텐츠 마케팅
  - 네이버 블로그를 통해 각 지역별 분위기 분석과 추천 장소에 대한 상세 리뷰 포스팅
  - 유튜브 채널에 지역 탐방 브이로그 및 “분위기 비교” 콘텐츠 업로드
  - 예: 홍대 vs. 연남동, 어디서 데이트할까?
- 네이버 카페 커뮤니티 활동
  - 서울 지역 맛집, 데이트, 여행 관련 카페에서 서비스 소개 및 사용자 리뷰 공유

#### 사용자 참여 및 커뮤니티 활성화

- UGC (User-Generated Content) 활성화
  - 플랫폼에서 분위기 탐색 후 사진, 영상, 리뷰를 공유하면 보상 제공
  - Mood 캐시, 할인 쿠폰 등 보상 시스템을 도입해 사용자 참여를 촉진
- 커뮤니티 기능 강화
  - 플랫폼 내에서 사용자끼리 지역 정보를 공유하고 평가할 수 있는 커뮤니티 기능 도입

- 예: “이곳은 분위기 정말 좋아요! 사진 참고하세요!”

## 광고 및 제휴 마케팅

- 검색 광고
  - ‘분위기 좋은 카페 추천’, ‘서울 데이트 장소 탐색’ 등의 키워드로 타겟 광고 진행
- 제휴 마케팅
  - 지역 상점, 카페, 관광지와 협업하여 플랫폼 사용자를 대상으로 혜택 제공
  - 예: Mood 캐시로 망원동 인기 카페에서 할인받기

## 7-2. 고객 확보 및 유지 전략

### 초기 사용자 확보

- 리퍼럴 프로그램: 친구를 초대하면 서로 Mood 캐시를 적립할 수 있는 리퍼럴 프로그램 도입
- 무료 체험 기간 제공: 신규 사용자에게 일일권 무료 체험 기회 제공

### 사용자 유지 및 재방문 유도

- Mood 캐시 시스템 강화: 콘텐츠 업로드, 리뷰 작성 등 활동에 따라 Mood 캐시 보상을 제공하고, 이를 다양한 혜택으로 활용 가능
- 개인화 추천 서비스: 사용자의 탐색 이력과 선호 지역에 기반한 맞춤형 콘텐츠 및 지역 추천 제공
- 정기 업데이트 및 알림: 새로운 지역 콘텐츠, 트렌드 소식, 이벤트 정보를 푸시 알림과 이메일로 정기 발송

### 커뮤니티 활성화

- 사용자 생성 콘텐츠 (UGC) 장려: 사용자들이 직접 촬영한 사진과 영상을 공유하고, 인기 콘텐츠에 보상 제공
- 리뷰 및 평가 시스템: 콘텐츠에 대한 리뷰와 평가를 통해 사용자 간 소통과 참여를 유도

### 감성 마케팅 및 브랜딩

- 스토리텔링 기반 마케팅: “서울의 숨은 매력을 찾다”, “나만의 분위기 명소”와 같은 감성적 스토리텔링으로 브랜드 친밀감 형성
- 브랜드 해시태그 캠페인: #서울분위기지도, #나만의핫플, #MoodMap으로 브랜딩 강화

## 8. 프로젝트 일정 및 인력 계획

### 8-1. 프로젝트 일정

총 프로젝트 일정 : 2024년 10월 23일 ~ 2024년 12월 18일

일정	세부내용
2024년 10월 23 ~ 25일 (3일)	주제 선정
2024년 10월 28일 ~ 11월 11일 (11일)	1차 MVP 제작
2024년 11월 12 ~ 14일 (3일)	1차 MVP 사용 데이터 수집
2024년 11월 15 ~ 19일 (3일)	1차 MVP 분석 및 인사이트 도출
2024년 11월 20일 ~ 12월 10일 (15일)	2차 MVP 제작
2024년 12월 3일	현장 답사
2024년 12월 10 ~ 11일 (2일)	2차 MVP 사용 데이터 수집
2024년 12월 11 ~ 12일 (2일)	2차 MVP 분석 및 인사이트 도출
2024년 12월 12 ~ 15일 (3일)	발표 자료 & 기획안 작성
2024년 12월 18일	최종 서비스 출시

### 8-2. 팀 구성

이름	역할 및 주요 업무
구영은	서비스 기획 및 문서 작업
김주호	서비스 기획 및 UI/UX 디자인
유상수	서비스 기획 및 데이터 분석

### 8-3. 예상 비용

항목	세부 내역	예상 비용
개발 비용	앱/웹 개발, AI 모델, 테스트 등	1,700만 원
마케팅 비용	초기 캠페인, 광고, 이벤트	1,000만 원
운영 비용	서버, 데이터 관리, 고객 지원	900만 원

총 예상 비용 : **3,600만 원**

이 예산은 프로젝트 초기 1년간의 비용을 기준으로 산정된 것으로, 사용자 유입과 서비스 확장에 따라 세부 항목은 조정될 수 있다.

#### 개발 비용

앱 및 웹 개발: 약 900만 원

- 프론트엔드, 백엔드, 데이터베이스 구축 및 사용자 인터페이스 개발

AI 모델 및 데이터 분석: 약 500만 원

- ChatGPT API 연동, Word2Vec 모델 구축 및 유지보수 비용

테스트 및 QA: 약 200만 원

- 기능 검증 및 사용자 피드백 반영을 위한 테스트 비용

기술 스택 유지 및 라이선스: 약 100만 원

- OpenAI API 사용료 및 기타 라이선스 비용

※ 개발 비용 총계: 약 1,700만 원

#### 마케팅 비용

초기 마케팅 캠페인: 약 500만 원

- SNS 광고, 검색 광고, 인플루언서 협업을 통한 초기 사용자 확보

지속적인 온라인 광고: 약 300만 원

- 구글, 페이스북, 인스타그램을 통한 온라인 광고 집행

프로모션 및 이벤트: 약 200만 원



- 신규 사용자 할인 쿠폰 및 이벤트 진행 비용

※ 마케팅 비용 총계: 약 1,000만 원

## 운영 비용

서버 및 클라우드 인프라: 약 300만 원

- 서비스 운영 및 사용자 증가에 따른 서버 확장 비용

데이터 관리 및 유지보수: 약 200만 원

- 지속적인 데이터 수집과 분석 유지비

고객 지원 및 운영 인력: 약 300만 원

- 고객 문의 대응 및 서비스 개선을 위한 인력 비용

기타 운영 비용: 약 100만 원

- 소모품 및 예비 비용

※ 운영 비용 총계: 약 900만 원

## 9. 리스크 관리

### 9-1. 법적 리스크

- **저작권 문제:** 사용자가 업로드한 콘텐츠가 저작권을 침해할 위험이 있다. 이를 방지하기 위해 콘텐츠 업로드 시 저작권 동의 및 확인 절차를 마련해야 한다. 문제가 되는 콘텐츠는 즉각 삭제하고, 저작권 신고 시스템을 구축해 신속한 대응이 필요하다. 이용 약관에 저작권 위반 시 책임에 대한 명확한 규정을 포함해 법적 분쟁을 최소화해야 한다.
- **개인정보 보호:** 사용자의 위치 정보와 개인 데이터 유출 위험이 존재한다. 이를 해결하기 위해 개인정보 보호법을 철저히 준수하고, 데이터 암호화와 접근 권한 관리를 강화해야 한다. 사용자 동의 없이 민감한 정보를 수집하지 않으며, 개인정보 보관 기간과 삭제 절차를 명확히 해야 한다. 주기적으로 보안 점검을 실시해 데이터 유출을 방지해야 한다.
- **핀테크 규제 준수:** Mood 캐시 결제 및 핀테크 기능은 금융 관련 규제를 준수해야 한다. 전자금융거래법, 특금법 등 핀테크 관련 법률을 철저히 따르고, 결제 시스템 보안과 사용자 인증을 강화해야 한다. 금융 당국의 규제 변경에 빠르게 대응할 수 있도록 법률 전문가의 검토를 거치고, 사용자 결제 기록의 안전한 보관과 관리가 필수적이다.

### 9-2. 기술적 리스크

- **AI 모델 성능 저하:** AI 분석 모델이 부정확한 결과를 제공할 수 있다. 이를 방지하기 위해 지속적인 데이터 학습과 모델 재훈련이 필요하다. 사용자의 피드백을 기반으로 모델을 개선하고, 검증된 데이터로 성능을 점검해야 한다. 모델이 최신 트렌드를 반영할 수 있도록 정기적인 업데이트를 수행하고, 오류 감지 시스템을 도입해야 한다.
- **보안 취약점:** 해킹 및 데이터 유출 위험을 방지하기 위해 보안 시스템을 강화해야 한다. 데이터 암호화, 이중 인증, 접근 권한 관리를 도입하고, 정기적으로 보안 점검 및 취약점 테스트를 수행해야 한다. 최신 보안 패치를 적용하고, 보안 사고 대응 프로토콜을 마련해 문제가 발생했을 때 신속하게 대응할 수 있어야 한다.
- **시스템 장애:** 서버 과부하나 오류로 서비스가 중단될 수 있다. 이를 방지하기 위해 클라우드 인프라를 활용한 확장성과 모니터링 시스템을 구축해야 한다. 정기적인 백업과 장애 복구 계획을 마련하고, 사용자 급증에 대비해 서버를 확장할 수 있는 준비가 필요하다. 안정적인 서비스를 위해 부하 테스트와 성능 최적화를 지속적으로 수행해야 한다.

## 10. 기대 효과 및 성공 지표

### 10-1. 기대 효과

#### 사용자 경험 향상

- 맞춤형 분위기 탐색: 사용자는 지역별 분위기, 시간대별 특성, 계절에 따른 변화를 시각적으로 확인할 수 있어 최적의 약속 장소와 여행지를 손쉽게 선택할 수 있다.
- 신뢰성 있는 데이터 기반 추천: AI 분석과 사용자 생성 콘텐츠(UGC)를 결합하여 신뢰성 있는 정보를 제공함으로써 사용자의 만족도와 신뢰도를 높인다.

#### 상권 활성화 및 비즈니스 기회 창출

- 제휴 마케팅: 지역 카페, 레스토랑, 상점과의 협업을 통해 상권 활성화에 기여하며, 플랫폼 내 제휴 혜택을 제공해 사용자와 비즈니스 모두에게 실질적 이익을 창출한다.

#### 플랫폼 수익화 및 확장성 강화

- Mood 캐시 시스템과 일일권 판매: 콘텐츠 열람 및 거래를 통해 플랫폼 수익을 확보하고, 핀테크 결제를 통한 서비스 확장을 도모한다.
- 지역 및 국가 확장 가능성: 서울을 시작으로 인천, 부산, 대구 등 주요 도시로 서비스 확장이 가능하며, 다국어 지원을 통해 외국인 관광객 유입도 기대할 수 있다.

#### 커뮤니티 활성화

- 사용자 참여 강화: 콘텐츠 업로드, 리뷰 작성, 공유 기능을 통해 사용자 간 활발한 소통과 커뮤니티 형성을 유도한다.
- UGC 기반 플랫폼 성장: 사용자 생성 콘텐츠가 지속적으로 축적되어 플랫폼이 더욱 풍부한 정보를 제공하고, 사용자 참여도를 높인다.

## 10-2. 성공 지표(KPI)

### 월간 활성 사용자 수 (MAU)

매월 활성 사용자 수를 모니터링하여 서비스의 인기를 측정하고, 사용자 유입을 위한 마케팅 전략을 조정한다. 이를 통해 서비스의 성장 추세와 사용자 참여도를 파악할 수 있다.

### 고객 유지율

신규 사용자 대비 반복 사용자를 측정하여 서비스의 지속적인 매력과 유용성을 평가한다. 높은 고객 유지율은 사용자의 만족도를 나타내며, 서비스가 장기적으로 성장할 수 있는 기반이 된다.

### 기능별 사용 빈도

지역 탐색, 분위기 분석, 핀테크 연계 기능 등 각 기능의 사용 빈도를 추적하여 사용자들이 가장 많이 활용하는 기능을 파악한다. 이를 바탕으로 사용자 경험을 개선하고, 비인기 기능에 대한 보완 및 개선 전략을 마련한다.

### 고객 피드백 점수

사용자 만족도 조사와 피드백을 통해 서비스에 대한 점수를 평가하고, 개선이 필요한 영역을 식별한다. 주기적으로 피드백을 수집하고 반영함으로써 서비스 품질을 지속적으로 향상시킨다.

### 콘텐츠 생성 및 참여 지표

사용자들이 생성한 사진, 영상, 리뷰 등의 콘텐츠 수를 측정하고, 콘텐츠 조회 수와 공유 수를 분석한다. 이를 통해 사용자 참여도를 높이고 커뮤니티 활성화에 기여한다.

### Mood 캐시 및 결제 사용률

Mood 캐시 사용률과 일일권 구매 비율을 추적하여 핀테크 연계 기능의 실효성을 평가한다. 이를 바탕으로 사용자 보상 시스템을 최적화하고, 서비스 수익화를 강화한다.

### 재구매율

일일권이나 Mood 캐시를 재구매한 사용자의 비율을 추적하여 서비스의 반복 사용 의도를 평가한다. 재구매율이 높을수록 서비스의 유용성과 만족도가 높다는 것을 의미한다.

**머무른 시간 (DT: Duration Time)**

사용자들이 한 번 접속했을 때 서비스를 이용하는 평균 시간을 측정한다. 머무른 시간이 길수록 사용자 경험이 몰입도 있고 만족스럽다는 것을 의미하며, 콘텐츠의 질과 인터페이스의 직관성을 평가하는 지표가 된다.