

# WithFoM 사업 기획서 v.Master 3.10

## QR 기반 O2O 광고·리워드·커머스 플랫폼

**WithFoM:** (주)퍼스트오브메이(First of May)의 약자 FoM에 "함께 하자"는 의미의 With를 결합한 브랜드명

## 1. 목차

- 1-1. 프로젝트 개요 (2)
- 1-2. 서비스 아키텍처 (3)
- 1-3. AI 기능 스펙 (4)
- 1-4. 관리자 (5)
- 1-5. 광고주 (6)
- 1-6. 파트너 (7)
- 1-7. 협력사 (8)
- 1-8. 소비자 (9)
- 1-9. 향후 확장 로드맵 (10)
- 1-10. 법무 및 정책 (11)
- 1-11. 문서 표준 및 규칙 (12)
- 1-12. 결론 (13)
- 1-99. 문서 작성 프롬프트 (99)

## 2. 프로젝트 개요

### 2-1. 기획 배경 및 히스토리

디지털 마케팅 시장의 포화와 온라인 광고 효율(ROAS)의 지속적인 하락은 마케팅 업계의 난제이자, 동시에 골목 상권을 지키는 소상공인들에게는 생존의 위협이 되고 있다. WithFoM은 이러한 시장의 불균형을 해소하고, 대한민국 골목 상권의 주역인 소상공인들을 돋고 협력하기 위해 탄생한 상생 프로젝트이다.

### 컵홀더 광고 인사이트

카페 컵홀더에 단순 로고만 인쇄된 상황을 보고, 해당 공간을 광고 매체로 활용할 수 있다는 아이디어에서 출발하였다. 단순 배너형 광고보다는, 데이터·리워드·게임을 결합한 마케팅형 광고 플랫폼으로 발전시키는 방향성을 확립하였다.

### 회사명과 브랜드

(주)퍼스트오브메이(First of May)는 5월 1일을 의미한다. 봄의 새로운 시작, 날씨가 풀리며 본격적으로 일을 시작하는 달의 첫날을 택했다. 또한 이날이 근로자의 날이기도 하여, 함께 일하는 사람들과 함께하는 회사가 되

고 싶은 뜻을 담았다.

항목	내용
회사명	(주)퍼스트오브메이 (First of May)
의미	따뜻한 봄을 여는 5월의 첫날처럼, 함께의 힘으로 미래를 여는 회사
브랜드명	WithFoM
브랜드 의미	First of May의 약자 FoM에 "함께 하자"는 의미의 With를 결합

## 소상공인(파트너) 상생 구조

파트너 대부분은 소상공인 카페이다. 대형 프랜차이즈에 대응할 수 있도록 시스템/프로그램 지원, 컵홀더 무료 또는 반값 제공, 인센티브 제공 구조까지 포함하는 상생 모델을 지향한다.

## 위드폼의 두 축

위드폼은 단순한 광고 플랫폼이 아니라, "광고 플랫폼"과 "소상공인 상생 솔루션"이라는 두 축을 동시에 달성하는 구조이다.

축	내용	수혜자
광고 플랫폼	QR 기반 O2O 마케팅, 데이터 기반 타깃팅, 실측 성과 리포트	광고주
소상공인 상생 솔루션	컵홀더 비용 절감, 리워드/CRM 시스템 제공, 데이터 기반 운영 지원	파트너(소상공인)

## 소상공인도 프랜차이즈급 마케팅 효과

기존 소상공인 한계	위드폼 솔루션
마케팅 비용 부담	컵홀더 무료/반값 제공, 별도 마케팅 비용 없음
고객 데이터 부재	방문/재방문/리워드 사용 데이터 제공
멤버십/CRM 시스템 부재	스탬프/리워드/CRM 기능 무료 또는 저가 제공
프랜차이즈 대비 브랜딩 열세	컵홀더 혼합형으로 매장 로고 노출, 브랜딩 효과

## 2-2. 문제 인식 및 솔루션

전국 오프라인 매장에서 필수적으로 소비되는 '컵홀더'를 디지털 게이트웨이(Digital Gateway)로 재정의한다. 이를 통해 소상공인에게는 고정비 절감과 추가 수익을, 광고주에게는 고효율 마케팅 채널을 제공하는

## 2-3. 사업 정의 및 핵심 가치

### 4자간 상생 생태계 모델 (The 4-Party Symbiosis)

위드폼 생태계의 핵심은 "소상공인과의 동반 성장"이다. 각 주체에게 명확한 가치를 제안하며, 이를 시스템적으로 강제하고 보상한다.

주체	역할	핵심 가치
파트너 (소상공인)	Infrastructure	고정비 0원화, 운영 수익 모델
광고주	Capital Injector	투명성·데이터 확보, 기획 장벽 해소·ROI 창출
소비자	Traffic Source	초개인화된 경험, 엔터테인먼트·실질 혜택
관리자	Orchestrator	통합 관제·신뢰 유지, AI 자동화·효율 극대화

---

## 2-4. 사업 목표 및 비전

### 플랫폼 구축 비전 (v.Master 5.0)

본 기획서는 관리자, 광고주, 파트너(소상공인), 소비자라는 4대 핵심 주체가 서로를 돋고 가치를 창출하는 플랫폼의 최종 구축 명세서이다. 단순한 아이디어 차원을 넘어, 실시간 데이터 연동, JIT(Just-In-Time) 물류 시스템, AI 기반의 리스크 관리 및 자동화된 정산 시스템이 결합된 고도화된 기술적 청사진을 제시한다.

### 핵심 경쟁력

경쟁력	설명
소상공인 친화적 확장성	카페 컵홀더를 시작으로 다양한 접점으로 매체 확장
AI 기반 초개인화	소비자 성향과 상황(TPO)을 실시간 분석하여 최적 템플릿·혜택 매칭
지속 가능한 선순환	누군가의 희생이 아닌, 모두가 이익을 얻는 자생적 확장 모델

---

## 2-5. 플랫폼 상호작용 구조

### 4자 역할 정의

주체	역할	핵심 가치
소비자	컵홀더 QR 스캔 → 참여 → 리워드 획득 → 사용	무료 혜택, 재미있는 경험
파트너	컵홀더 배포 → 리워드 승인 → 재방문 유도	컵홀더 비용 절감, 고객 재방문, 데이터 기반 운영
광고주	캠페인 생성 → 타깃 노출 → 전환 데이터 확보	정밀 타깃팅, 실측 성과, 브랜드 인게이지먼트
관리자(위드폼)	플랫폼 운영 → 매칭 → 정산 → 품질 관리	생태계 신뢰 유지, 수익 창출

## 주요 기능별 상호작용

기능	소비자	파트너	광고주	관리자
QR 스캔	참여 시작	컵홀더 소진 발생	노출 지표 +1	트래픽 수집
설문 참여	개인화 경험	-	타깃 데이터 획득	프로파일 DB 축적
게임 참여	당첨 기회	-	브랜드 인게이지먼트	확률/예산 관리
광고주 리워드 사용	혜택 획득 (E-Com/오프라인)	-	실전환 확정, 매출 발생	수수료 정산
파트너 리워드 사용	매장 혜택 획득	재방문 고객 확보, 승인 처리	- (무관)	사용 로그 기록
일일 소진 보고	-	등급 산정 반영, 정산 거	리포트 신뢰도 영향	FDS 1차 데이터
컵홀더 발주	-	재고 확보 (기존 캠페인 내)	-	물류 연동

## 리워드 구조 명확화

리워드 유형	제공 주체	사용처	비용 부담	영향
광고주 리워드 (1~6등)	광고주	E-Com 또는 오프라인 매장	광고주	광고주 전환 지표
파트너 리워드 (7등)	파트너	해당 파트너 매장만	파트너	파트너 재방문 효과

※ 파트너 리워드는 광고주 제품과 무관하며, 소비자가 사용 시 광고주/파트너 각각에게 별도로 영향

## 정산 구조

정산 유형	정산 주체	수령 주체	발생 조건
파트너 인센티브	위드폼	파트너	플래티넘 등급 + 소진 완료
컵홀더 비용 지원	위드폼	파트너	실버 이상 등급 (무료 제공)
플랫폼 수수료 (E-Com)	소비자 (거래 시)	위드폼	E-Com 거래 발생
중개 수수료	파트너 (거래 시)	위드폼	파트너 매장 내 위드폼 결제 사용 시

## 데이터 흐름

데이터 발생	수집 주체	활용처
QR 스캔 로그	관리자	광고주 노출 리포트, 파트너 스캔율 산정
설문 응답	관리자	소비자 프로파일, 광고주 타깃 인사이트
리워드 사용	관리자	광고주 전환율, 파트너 재방문율
일일 소진 보고	파트너 → 관리자	정산 근거, 등급 산정, 광고주 리포트
결제 데이터	파트너 → 관리자	소진 검증, 신뢰도 등급 산정

## 핵심 상관관계

관계	설명
파트너 보고율 ↔ 등급/혜택	보고율 높을수록 등급 상승, 컵홀더 무료/인센티브 혜택
파트너 결제 기능 ↔ 데이터 신뢰도	결제 사용 시 A등급(고신뢰), 광고주 매칭 우선
광고주 Boost ↔ 고신뢰 매장	Boost 시 A등급 매장 우선 배정, 리포트 품질 보장
소비자 참여율 ↔ 파트너 스캔율	스캔율 높은 파트너가 상위 등급, 광고주 선호

## 3. 서비스 아키텍처

### 3-1. 전체 프로세스 맵

WithFoM은 "컵홀더 QR 스캔"을 시작점으로 광고주·파트너·소비자·관리자가 모두 연결되는 O2O 광고·리워

드·커머스 플랫폼이다.

## 6단계 Core Flow

단계	주체	핵심 액션	산출물
① 준비	관리자	정책·AI 템플릿·단가·등급·정산 구조 세팅	운영 베이스
② 온보딩	파트너	가입→상권·고객 입력→계약→리워드 설정→소진 보고 시작	등급 산정 시작
③ 기획	광고주	회원가입→광고 목적·타겟·제품 등록→보증금 결제→AI 생성 →제출	승인 대기 캠페인
④ 배포	관리자/시스템	검수→파트너 매칭→잔액 결제→컵홀더 제작·물류 배포 →QR·LOT 연결	실시간 노출 시작
⑤ 참여	소비자	QR 스캔→AI 템플릿 분기→설문→결과 추천→게임→리워드 ·쿠폰 획득→구매	참여 로그·회원·매출 데이터
⑥ 리포트· 정산	관리자·광고주· 파트너	KPI 대시보드→리포트→등급 확정→월말 정산	월별 실적·정산 확정

### 3-2. 서비스 단계 별 워크 플로우

#### 3-2-1. 준비 단계 (관리자 세팅)

적용 파트: 5장 관리자

항목	내용
정책·약관 설정	서비스 이용약관, 개인정보 처리방침, 쿠폰 사용 규칙, 리포트 유료 정책
파트너 등급 기준	브론즈/실버/골드/플래티넘 (보고율 45% + 스캔율 45% + 결제 기능 10% 점수제)
단가·기간 정책	컵홀더 수량별 단가, Boost 옵션 (+30%)
정산 구조	광고주 E-Com 수수료, 파트너 인센티브, 브론즈 비용 부담
AI 스타일 템플릿	A/B/C/D 4종 페르소나별 조건 규칙 등록
QR·LOT 구조	캠페인별 고유 QR, LOT 코드로 매장·시간대 추적

### 3-2-2. 온보딩 단계 (파트너 가입)

적용 파트: 7장 파트너

#### 영업 방식

위드폼 본사(또는 영업 담당자)가 직접 카페를 방문해 위드폼 소개한다. 위드폼 홈페이지 내에 준비된 영업용 PPT 목록을 활용해 노트북/태블릿으로 서비스 구조·혜택을 설명한다.

#### 가입 절차 입력 항목

구분	입력 항목
기본 정보	사업자등록증, 매장명, 대표자, 연락처, 정산 계좌
상권 정보	오피스/주거/대학가/관광지 등 상권 유형
고객층 정보	주요 연령대, 성비, 주요 이용 시간대
영업 정보	영업일, 영업 시간, 휴무일
사업자 정보	사업자등록증 스캔/사진 업로드
운영 정보	하루 평균 컵홀더 소진량

#### 상권·고객층 정보 입력 상세

##### 주 고객층 드롭다운 (복수 선택, 최소 2개 ~ 최대 5개)

상위 고객 층	세부 항목
직장인	오피스 / 관공서·공공기관 / 병원·의료기관 / 대형마트·백화점·상가 / 교대·야간 근무 / 프리랜서
학생	초등학생 / 중학생 / 고등학생 / 대학생 / 취업 준비생 / 고시·자격증 준비생
학부모	유아·초등 학부모 / 중·고등 학부모 / 입시·학원 동행 학부모 / 어린이집·유치원 학부모
기타	주부/가사 중심, 자영업자, 지역 주민, 여행객/관광객, 외국인, 시니어(60대 이상), 커플/데이트, 가족 단위 방문객

#### 고객 구성 (성별·연령대 비율)

항목	입력 방식
남/여 비율	각각 슬라이더(%)
연령대별 비율	10대 / 20대 / 30대 / 40대 / 50대+ 슬라이더(%)
합계	100% 제약

## 주변 상권 유형 (2 ~ 4개 선택)

주거지역 / 오피스 / 상가 밀집 / 역세권 / 관광지 / 학교(초등학교/중학교/고등학교/대학교)

## 리워드 참여 여부 및 구조 설정

항목	내용
리워드 기능 사용	On / Off
리워드 종류 등록	쿠폰·포인트 합산 최대 6개, 스템프 1종
공통 기본값	각 리워드별 총 발행량, 유효 기간
쿠폰 사용 제한	1일 사용 가능 총액/횟수, 1회 결제 시 최대 금액/장수
포인트 사용 제한	1일 포인트 사용 가능 총액, 1회 결제 기준 최대 사용 비율(%)
스탬프 리워드 설정	기준 금액, 1일 적립 한도, 유효 기간, 완성 시 보상
스탬프 적립 조건	결제 시 쿠폰·포인트를 사용하지 않은 실제 결제 금액이 파트너가 설정한 기준 금액 이상일 경우 스탬프 1개 적립
리워드 중복 사용 규칙	동일 리워드 내 중복, 서로 다른 리워드 간 동시 사용 허용 여부, 단독 사용만 가능 리워드 지정

## 기타 온보딩 항목

항목	내용
주소·지도 핀	도로명 주소, 입구 위치 핀 지정
영업 요일·시간	요일별 영업 여부, 24시간 매장은 마감 00:00 고정
음료 가격 3종	아메리카노(필수), 녹차페인 2종, 500원 단위 입력 (단, 메뉴 등록 시 별도 단가 입력 가능)
소진 보고	매일 영업 종료 기준 컵홀더 소진량 입력
광고 수용 범위	전체 광고 / 콜라보 광고 선택

위드폼 관리자 검토 및 승인 후에만 파트너 기능(컵홀더 발주, 리워드, 오더 등) 사용 가능하다.

---

### 3-2-3. 기획 단계 (광고주 캠페인 설계)

적용 파트: 6장 광고주

항목	내용
회원가입	회사명, 사업자번호, 담당자, 정산 계좌, 대표/직원 계정 분리
광고 목적	브랜딩형(인지도·SNS) / 마케팅형(판매·쿠폰·퍼포먼스)
타깃 설정	지역(시/구), 상권 유형, 고객층 최대 5개 조합
브랜드/로고 등록	브랜드명, 설명, 로고 이미지
제품 등록	최대 20종, 재고·가격·옵션 입력
보증금 10% 결제	결제 완료 시 AI 생성 기능 활성화
AI 크리에이터	후킹 문구, 배경 이미지, 설문 구조, 결과·제품 매칭, 게임 리워드 구성 자동 생성
캠페인 제출	미리보기 후 "관리자 승인 대기" 상태로 제출

---

### 3-2-4. 배포 단계 (승인·제작·물류)

적용 파트: 5장 관리자

항목	내용
캠페인 검토	위법성·부적절 요소, 디자인·문구, 설문/게임 규칙 확인
파트너 매칭	AI 타깃 조건 기반 매장 리스트 생성, 문제 매장 대체 매칭
AI 대체 매칭	문제 파트너(폐업 의심, 보고율 저조, CS 다발) 감지 → 유사 상권·거리·등급 기준 1 ~ 3순위 추천 → 관리자가 즉시 교체/매칭
잔액 결제	보증금 제외 90% 결제 후 제작 진행
컵홀더 제작	후킹 문구+배경 반영, 카페 로고 포함 여부에 따른 데이터 구성
물류 배포	물류 단위/분할 발주 정책 적용 (하단 상세 참조)
QR·LOT 연 결	파트너 매장별 LOT 코드 부여, 캠페인·카페 연결

## 컵홀더 QR 매팅 방식

원칙	내용
1 컵홀더 = 1 캠페인	컵홀더 1개에는 광고주 캠페인 1개만 인쇄
광고주 QR	전면에 크게 인쇄, 캠페인 참여 진입점
위드폼 QR	후면에 작게 인쇄, 광고 문의용

## 컵홀더 유형별 구성

유형	전면	후면	파트너 데이 터
전체형 (단독)	광고주 비주얼 100% + 광고주 QR (크게)	광고주 비주얼 + 위드폼 로고/QR (작게)	수집 어려움
혼합형 (콜라 보)	광고주 비주얼 100% + 광고주 QR (크게)	파트너 로고 60% + 위드폼 로고/QR 40% (작게)	수집 가능

## QR 역할 구분

QR	위치	크기	용도
광고주 QR	전면	크게	소비자 캠페인 참여 (스캔 → 설문 → 게임 → 리워드)
위드폼 QR	후면	작게	광고주/파트너 문의, 위드폼 서비스 안내

## 물류 분할 발주 정책 상세

컵홀더는 한 번에 전량을 배포하지 않고, 분할 발주 방식으로 배포한다. 각 파트너 매장의 소진 속도에 맞춰 필요한 만큼만 배송하여 재고 리스크를 줄이고, 캠페인 진행 중 유연하게 대응하기 위함이다.

## 분할 발주 기본 원칙

항목	내용
발주량 기준	파트너가 설정한 기간 만큼의 예상 소진량
발주 단위	<b>1,000개 단위</b> (1,000개, 2,000개, 3,000개...)
발주 차수	1차, 2차, 3차...N차까지 필요한 만큼 반복

## 차수별 발주 로직

발주 차 수	발주량 결정 방식	설명
1차 발 주	파트너 설정 기간 × 예상 일일 소진량	파트너가 입력한 "발주 주기"와 예상 소진량을 곱하여 산출 (1,000개 단위 반올림)
2차 이 후	AI 자동 재설정	실제 소진량 데이터 + 파트너 설정값을 AI가 분석하여 최적 발주량 산출

## AI 발주량 재설정 로직 (2차 이후)

분석 요소	내용
실제 소진 속도	1차 발주 기간 동안의 일평균 소진량 계산
파트너 설정값	파트너가 입력한 발주 주기 (예: 7일, 14일)
계절/요일 패턴	주말/평일, 시즌별 소진 패턴 반영
최종 산출	(일평균 소진량 × 발주 주기) → 1,000개 단위 반올림

## 발주량 산출 예시

상황	계산 과정	최종 발주량
일평균 소진 120개, 발주 주기 14일	$120 \times 14 = 1,680\text{개}$	2,000개
일평균 소진 80개, 발주 주기 7일	$80 \times 7 = 560\text{개}$	1,000개
일평균 소진 350개, 발주 주기 10일	$350 \times 10 = 3,500\text{개}$	4,000개

## 분할 발주 운영 규칙

항목	내용
자동 트리거	현재 재고가 설정 기간의 30% 이하로 떨어지면 시스템이 자동으로 다음 발주 준비 알림 발송
AI 추천 수락	파트너가 AI 추천 발주량 확인 후 [발주 요청] 버튼 클릭
수동 조정	파트너가 AI 추천량과 다르게 수동 입력 가능 (1,000개 단위)
잔여 재고 처리	캠페인 종료 후 잔여 재고는 다음 캠페인 재사용 또는 폐기 처리 (광고주 선택)

## 분할 발주의 장점

장점	설명
재고 리스크 감소	전량 선배포 시 발생할 수 있는 대량 폐기 손실 방지
맞춤형 배송	각 매장의 실제 소진 속도에 맞춘 최적 수량 배송
AI 최적화	2차부터 AI가 데이터 기반으로 발주량을 자동 산출하여 효율 극대화
품질 유지	장기 보관으로 인한 컵홀더 품질 저하 방지

### 3-2-5. 참여 단계 (소비자 QR 스캔)

적용 파트: 9장 소비자

항목	내용
QR 스캔	컵홀더 QR 스캔 → WithFoM 전체 플로우 출발점
AI 스타일 분기	성별/연령/지역/LOT 기반 A/B/C/D 템플릿 자동 적용
설문 참여	5 ~ 6단계 설문, 각 단계 2 ~ 5개 보기
결과·제품 추천	최대 20개 결과 타입 중 1개 도출, 매칭 제품 1개 추천
게임 참여	룰렛/뽑기 UI, 1 ~ 6등 광고주 리워드, 7등 파트너 리워드
회원가입	카카오 간편가입, 닉네임·배송지 입력
쿠폰/포인트 사용	광고주: E-Com 결제 시 / 파트너: 매장에서 승인 요청

### 3-2-6. 리포트·정산 단계

**적용 파트:** 5장 관리자, 6장 광고주, 7장 파트너

항목	내용
KPI 대시보드	관리자 12종, 광고주 8종, 파트너 5종
리포트	요약(무료), 상세(유료), 교차(유료)
파트너 등급 확정	보고율+스캔율+결제 기능 점수제 기반 자동 산정
정산 프로세스	월말 마감 → 7일 이의신청 → 확정 후 지급

### 3-3. 파트 별 권한 및 데이터 플로우

**적용 파트:** 5장, 6장, 7장, 9장 각각의 권한 섹션과 연계

주체	주요 권한	접근 가능 데이터
관리자	전체 시스템 제어, 정책 설정, 승인/반려, 정산 확정	모든 데이터
광고주	캠페인 생성/수정, 리포트 조회, E-Com 관리	자사 캠페인·주문·고객 데이터
파트너	소진 보고, 리워드 승인, 메뉴/오더 관리	자사 매장·고객·정산 데이터
소비자	참여, 리워드 사용, 주문/배송 조회	본인 계정·리워드·주문 데이터

### 3-3-1. 권한·계정 체계 통합 정리표

플랫폼 내 모든 주체(관리자, 광고주, 파트너, 소비자)의 계정 유형과 권한을 상세하게 정의한다. 각 주체는 역할에 따라 대표/직원 등으로 세분화되며, 역할별로 접근 가능한 기능과 데이터가 다르다.

#### 관리자 권한 체계

현재는 1인 마스터 체제로 운영하며, 향후 다중 관리자 체제(RBAC) 도입 시 아래와 같이 역할을 분리할 수 있다.

역할	설명	권한 범위
<b>Super Master</b>	플랫폼 전체 최고 권한자	모든 기능 접근, 정책 변경, 다른 관리자 계정 생성/삭제, 감사 로그 열람
<b>Operation</b>	일상 운영 담당자	캠페인 승인/반려, 파트너 심사, 이상 감지 대응, CS 처리
<b>Finance</b>	정산/재무 담당자	정산 확정, 청구서 발행, 매출/비용 리포트 열람, 환불 승인
<b>Logistics</b>	물류 담당자	발주 관리, 배송 현황 모니터링, 재고 관리
<b>CS</b>	고객 지원 담당자	문의 처리, 리뷰 관리, 신고 처리 (정책 변경 권한 없음)

#### 광고주 권한 체계

광고주는 대표 계정과 직원 계정으로 분리되며, 결제 및 최종 의사결정은 대표만 가능하다.

역할	설명	가능한 기능	불가능한 기능
<b>대표</b> <b>(Owner)</b>	광고주 회 사의 최고 권한자	캠페인 생성/수정/삭제/최종 제출, 보증금/잔금 결제, 정산 조 회/이의신청, 멤버십 결제/해지, 직원 계정 생성/삭제, E-Com 상품 등록/가격 변경, 리포트 구매, 회사 정보/정산 계좌 수정	없음 (전체 권한)
<b>직원</b> <b>(Staff)</b>	광고주 회 사의 실무 담당자	캠페인 초안 작성/수정 (제출은 대표 승인 필요), 상품 정보 입 력 (가격 변경은 대표만), 대시보드/리포트 열람, 주문/배송 현 황 확인, CS 문의 응대	결제, 정산 조회, 멤버십 관리, 직원 관리, 캠페인 최종 제출, 회사 정보 수정

#### 광고주 계정 관리 규칙

항목	규칙
대표 계정 수	회사당 1개 (필수)
직원 계정 수	베이직: 최대 3개, 인증 등급: 최대 5개, 프리미엄 등급: 최대 10개
직원 계정 생성	대표가 이메일 초대 → 직원이 가입 완료
직원 계정 삭제	대표만 가능, 삭제 시 해당 직원의 작업 이력은 보존
대표 변경	기존 대표가 새 대표 지정 → 새 대표 수락 → 기존 대표는 직원으로 전환

## 파트너 권한 체계

파트너(카페)는 대표 계정과 직원 계정으로 분리되며, 민감한 정보 수정 및 정산은 대표만 가능하다.

역할	설명	가능한 기능	불가능한 기능
<b>대표 (Owner)</b>	매장의 최고 권한자 (사업자 본인)	매장 정보 수정, 정산 계좌 변경, 직원 계정 생성/삭제, 리워드 정책 설정/변경, 일일 소진 보고, 컵홀더 발주, 쿠폰 승인/복구, 복구 이력 확인, 정산 내역 조회/이의신청, 멤버십 결제/해지, 탈퇴 신청	없음 (전체 권한)
<b>직원 (Staff)</b>	매장의 실무 담당자 (알바, 매니저)	일일 소진 보고, 쿠폰 승인, 쿠폰 복구 (잦은 복구 시 대표에게 알림), 오더 처리, 재고 현황 확인, 대시보드 열람	매장 정보 수정, 정산 계좌 변경, 리워드 정책 변경, 직원 관리, 정산 조회, 멤버십 관리, 컵홀더 발주, 탈퇴

## 파트너 계정 관리 규칙

항목	규칙
대표 계정 수	매장당 1개 (필수, 사업자 본인 인증)
직원 계정 수	베이직: 최대 3개, 플러스 등급: 최대 5개, 프리미엄 등급: 최대 10개
직원 계정 생성	대표가 전화번호 입력 → 직원이 SMS 인증 후 가입
직원 계정 삭제	대표만 가능, 삭제 시 해당 직원의 승인/복구 이력은 보존
복구 권한 제한	직원이 1일 5회 이상 복구 시 대표에게 알림, 1주 10회 이상 시 해당 직원 복구 권한 자동 정지

## 소비자 권한 체계

소비자는 단일 계정 유형이며, 본인 정보와 활동 내역에만 접근 가능하다.

권한 유형	가능한 기능
본인 정보 관리	닉네임 변경, 프로필 이미지 변경, 배송지 추가/수정/삭제, 알림 설정 변경, 비밀번호 변경, 탈퇴 신청
참여 활동	QR 스캔 → 설문/게임 참여 → 리워드 획득 → 친구 초대
리워드 관리	보유 쿠폰/포인트/스탬프 확인, 쿠폰 사용하기, 사용 이력 조회
E-Com 활동	상품 검색/조회, 장바구니 담기, 주문/결제, 배송 조회, 반품/환불 신청, 리뷰 작성
CS 활동	1:1 문의, 챗봇 상담, 신고하기

## 소비자 계정 관리 규칙

항목	규칙
계정 생성	카카오 간편가입 (필수), 닉네임 입력 (필수), 기본 배송지 입력 (선택, E-Com 이용 시 필수)
1기기 1계정	동일 기기에서 다수 계정 생성 시 이상 감지 대상
계정 정지	어뷰징 적발 시 12시간~영구 정지, 정지 기간 중 참여/구매 불가
탈퇴	미사용 포인트, 대기 중 쿠폰, 진행 중 주문 있으면 탈퇴 불가, 조건 충족 시 즉시 탈퇴, 30일 데이터 보관 후 삭제

## 권한별 데이터 접근 범위

데이터 유형	관리자	광고주 (본인 캠페인)	파트너 (본인 매장)	소비자 (본인)
전체 캠페인 현황	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 전체
개별 캠페인 상세	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만
파트너 매장 정보	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> (지역 단위만)	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만
소비자 개인정보	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> (익명 통계만)	<input checked="" type="checkbox"/> (익명 통계만)	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만
참여 로그 상세	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 본인 캠페인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인 매장만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만
정산 데이터	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만
리워드 사용 이력	<input checked="" type="checkbox"/> 전체	<input checked="" type="checkbox"/> 본인 캠페인만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인 매장만	<input checked="" type="checkbox"/> 본인만

### 3-4. 파트 별 시스템 연동 구조

적용 파트: 5장, 6장, 7장, 9장 각각의 시스템 설계 섹션과 연계

연동 대상	연동 내용	관련 파트
PG사	결제/환불 처리, 정산 데이터 수신	광고주, 파트너, 소비자
택배사	송장 연동, 배송 상태 API	광고주, 소비자
카카오	간편가입, 알림톡 발송	소비자
QR·LOT 시스템	캠페인-매장-스캔 추적	관리자, 광고주, 파트너

### 3-5. 파트 별 기능 간 상호작용 매트릭스

(추후 작성 예정)

### 3-6. 파트 별 API 연동 명세

(추후 작성 예정)

### 3-7. 파트 별 레퍼런스 북

#### 3-7-1. 공통 레퍼런스

##### 3-7-1-1. 광고 매체 수용 범위

적용 파트: 5-3 관리자 시스템 설계 (정책 설정), 6-3 광고주 시스템 설계 (캠페인 생성)

소비자가 카페에서 커피를 주문하고 받는 컵홀더에 여러 광고가 인쇄/노출되는 구조이다. 어떤 광고이건 '판매를 원하면 할 수 있는' 구조를 지향한다. 단, 운영 정책/심의/약관에 의해 제한 가능하다.

카테고리	광고 유형 예시
공공/기관	정부 정책·행사, 지자체 축제, 경찰·소방 홍보
엔터/문화	아이돌 신곡, 신인 홍보, 공연·뮤지컬·오페라
의료/교육/금융/기업	병원·성형외과, 학원 및 온라인 강사, 금융 상품, 대기업 브랜딩
패션·뷰티·커머스	위드폼 내 상품 구매 연동 가능한 광고

### 3-7-1-2. 컵홀더 단가 및 기간 정책

**적용 파트:** 5-3 관리자 시스템 설계 (정책 설정)

수량	기간	단독(전면) 단가	콜라보(공유) 단가
1만개	2주	200원	170원
3만개	1개월	195원	165원
5만개	2개월	190원	160원
10만개	3개월	180원	150원

### Boost 옵션 상세

Boost 옵션은 광고주가 캠페인 총액의 \*\*+30%\*\*를 추가 결제하면, 컵홀더 배포 기간을 단축하고 더 좋은 조건으로 노출할 수 있는 프리미엄 옵션이다. 신제품 출시, 시즌 프로모션 등 빠른 노출이 필요한 광고주에게 적합하다.

### Boost 옵션 혜택 상세

혜택	일반 캠페인	Boost 캠페인	비고
배포 기간 단축	수량별 기본 기간	기본 기간의 50% 단축	예: 2주 → 1주, 1개월 → 2주
상위 상권 우선 배정	일반 매칭 알고리즘	참여율 상위 20% 매장 우선 배정	골드/플래티넘 파트너 우선
고신뢰 매장 우선 배정	신뢰도 등급 무관 매칭	데이터 신뢰도 A등급(고신뢰) 매장 우선 배정	결제 기능 사용 매장 중심
신뢰도 분석 리포트	기본 리포트	데이터 신뢰도별 성과 비교 분석 리포트 제공	Boost 전용 혜택

## Boost 옵션 적용 시 기간 변화

수량	일반 기간	Boost 적용 시	단축 효과
1만개	2주	1주	50% 단축
3만개	1개월	2주	50% 단축
5만개	2개월	1개월	50% 단축
10만개	3개월	1.5개월	50% 단축

## Boost 옵션 비용 계산 예시

수량	단가 (단독)	기본 총액	Boost 추가 비용 (+30%)	Boost 총액
1만개	200원	200만원	+60만원	260만원
3만개	195원	585만원	+175.5만원	760.5만원
5만개	190원	950만원	+285만원	1,235만원
10만개	180원	1,800만원	+540만원	2,340만원

## Boost 옵션 신청 프로세스

단계	내용
1. 캠페인 생성 시 선택	10단계 위자드 중 "예산·결제" 단계에서 [Boost 옵션 적용] 체크박스 선택
2. 추가 비용 확인	기본 총액 + 30% 추가 비용이 자동 계산되어 표시
3. 혜택 안내	적용되는 혜택(기간 단축, 우선 노출 등) 상세 안내 팝업
4. 결제	보증금 10% 결제 시 Boost 포함 금액 기준으로 결제
5. 파트너 매칭	AI가 상위 상권 + 골드/플래티넘 파트너 우선으로 매칭
6. 배포	단축된 기간에 맞춰 물류 계획 수립

## Boost 옵션 적용 조건 및 제한

항목	조건
최소 수량	1만개 이상 캠페인만 Boost 신청 가능
신청 시점	캠페인 생성 시에만 선택 가능 (진행 중 추가 신청 불가)
취소	보증금 결제 전까지 취소 가능, 결제 후 취소 불가
환불	Boost 옵션 단독 환불 불가 (캠페인 전체 취소 시만 환불)
중복 적용	다른 프로모션/할인과 중복 적용 불가

### Boost 캠페인 우선 매칭 알고리즘

Boost 캠페인은 일반 캠페인보다 높은 우선순위로 파트너 매장을 배정받는다.

우선순위	매칭 조건	설명
1순위	플래티넘 등급 + 타깃 상권 일치	최고 품질 매장, 73점 이상, 결제 기능 사용
2순위	골드 등급 + 타깃 상권 일치	우수 매장, 55점 이상
3순위	플래티넘/골드 + 유사 상권	타깃과 유사한 상권의 우수 매장
4순위	실버 등급 + 타깃 상권 일치	타깃 일치하는 안정 매장

### Boost 캠페인 전용 리포트

Boost 캠페인을 진행하는 광고주에게는 추가 리포트가 제공된다.

리포트 유형	제공 주기	내용
실시간 소진 현황	상시 (5분 간隔)	매장별 소진량, 전체 소진율, 예상 소진 완료일
일별 상세 리포트	매일 09:00	전일 참여자 수, 지역별 분포, 시간대별 분포, 설문 완료율, 게임 참여율
중간 분석 리포트	캠페인 50% 소진 시점	중간 성과 분석, 목표 대비 달성을, 남은 기간 예측
최종 성과 리포트	캠페인 종료 후 3일 내	전체 성과 요약, 일반 캠페인 평균 대비 비교, ROI 분석

### 3-7-1-3. 정산 구조

**적용 파트:** 5-3 관리자 시스템 설계 (정산 관리), 6-3 광고주 시스템 설계, 7-3 파트너 시스템 설계

항목	내용
광고주 E-Com 수수료	기본 5% + PG 수수료 3%
파트너 오더 수수료	기본 6% (오픈 이벤트 가입 시 평생 4%)
플래티넘 인센티브	실제 소진 수량 기준 개당 10원
브론즈 비용 부담	컵홀더 단가의 50% 자부담
정산 일정	월말 마감 → 7일 이의신청 → 확정 후 지급

### 3-7-1-4. AI 스타일 템플릿 (8종 후보 → 관리자 4종 선택)

**적용 파트:** 4-2 AI 기능 상세 설명, 5-3 관리자 시스템 설계 (정책 설정), 9-3 소비자 시스템 설계 (템플릿 분기)

**운영 방식:** 관리자는 아래 8종의 후보 템플릿 중 **4개 타입(A/B/C/D)을 선택**하여 운영한다. 선택된 4개 타입에 대해 조건 규칙(성별/연령/지역/시간대/카테고리)을 설정한다. 향후 신규 페르소나가 추가되면 후보 목록에 추가하고, 관리자가 필요에 따라 운영 타입을 교체할 수 있다.

### 후보 템플릿 목록 (8종)

후보	페르소나	대상 타깃	UI 특징	톤앤매너
감성형	파스텔 톤, 부드러운 카피	20 ~ 30대 여성, 핫플·뷰티·라이프스타일	세로형 카드, 부드러운 모션	부드러운 톤
직관형	다크/미니멀, 정보 위주	오피스 상권, 30 ~ 40대 직장인	빠른 로딩 우선	직설 톤
팝/재미형	비비드 컬러, 역동적 인터랙션	대학가, 10 ~ 20대 초반	게임 요소 강조	유머 톤
베이직형	큰 폰트, 높은 가독성	주거지, 50대 이상 혼합	브랜드 기본 컬러 중심	안정감 톤
IT·디지털형	다크 모드, 모던 레이아웃	남성 20 ~ 30대, IT·전자 관심층	기술적 느낌 강조	모던, 직설 톤
리빙·패밀리형	따뜻한 컬러, 가정적 이미지	30 ~ 40대, 가정·육아 관심층	친근한 아이콘	따뜻한, 안정감 톤
헬스·금융형	블루/그린 계열, 전문적 이미지	40 ~ 50대 이상, 건강·자산 관심층	신뢰감 있는 레이아웃	전문적, 신뢰감 톤
야간·시크형	다크, 네온 포인트	야간 20 ~ 24시, 홍대·이태원 등	시크하고 세련된 UI	다크, 시크 톤

### 현재 운영 타입 (예시)

타입	선택된 페르소나	적용 조건 예시
A	감성형	성별=여성 AND 연령=20 ~ 30대 AND 카테고리=뷰티/패션
B	직관형	상권=오피스 AND 연령=30 ~ 40대
C	팝/재미형	상권=대학가 AND 연령=10 ~ 20대
D	베이직형	연령=50대 이상 OR 상권=주거지

### 3-7-2. 관리자 레퍼런스

#### 3-7-2-1. 관리자 KPI (12종)

**적용 파트:** 5-2 관리자 화면 아키텍처 (대시보드), 5-3 관리자 시스템 설계

#### KPI 1. 총 캠페인 수

**목적:** 플랫폼에서 운영된 캠페인의 전체 규모를 파악한다.

항목	내용
1년 기준 총 캠페인 수	최근 1년간 생성된 모든 캠페인의 총 개수 (종료 포함)
진행 중 캠페인 수 (한달)	현재 시점 기준 활성 상태인 캠페인의 개수

**표시 방식:** 숫자 카드 (1년 총 / 진행 중 구분 표시)

#### KPI 2. 캠페인 참여자 수 (진행 중 캠페인 기준)

**목적:** 현재 진행 중인 캠페인들의 참여 현황을 실시간으로 모니터링한다.

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	진행 중 캠페인의 컵홀더 QR이 스캔된 총 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	게임(룰렛/뽑기 등)에 참여하여 리워드가 발급된 총 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	광고주가 제공한 리워드(쿠폰/포인트/제품)가 실제 사용된 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	파트너가 제공한 리워드(매장 쿠폰/포인트)가 실제 사용된 횟수
평균 전환율 (광고주 파트)	(광고주 리워드 사용 횟수 ÷ QR 스캔 횟수) × 100%
평균 전환율 (파트너 파트)	(파트너 리워드 사용 횟수 ÷ QR 스캔 횟수) × 100%

표시 방식: 숫자 카드 + 전환율은 퍼센트 표시

### KPI 3. 총 참여자 수 (한달 기준)

목적: 최근 한 달간 플랫폼 전체의 참여 규모를 파악한다.

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	최근 30일간 전체 캠페인의 QR이 스캔된 총 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	최근 30일간 게임에 참여하여 리워드가 발급된 총 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	최근 30일간 광고주 리워드가 실제 사용된 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	최근 30일간 파트너 리워드가 실제 사용된 횟수
평균 전환율 (광고주 파트)	(광고주 리워드 사용 횟수 ÷ QR 스캔 횟수) × 100%
평균 전환율 (파트너 파트)	(파트너 리워드 사용 횟수 ÷ QR 스캔 횟수) × 100%

표시 방식: 숫자 카드 + 전환율은 퍼센트 표시

### KPI 4. 매출 현황

목적: 플랫폼의 전체 수익 구조를 한눈에 파악한다.

매출 유형	세부 항목	기간
E-Commerce 매출	소비자가 광고주 상품을 구매한 실 결제 금액	1년 / 한달
E-Commerce 수수료	E-Com 매출에서 플랫폼이 수취하는 수수료 (기본 5% + PG 3%)	1년 / 한달
결제 오더 매출	파트너 매장에서 발생한 주문 결제 금액 (오더 시스템 사용 매장)	1년 / 한달
결제 오더 수수료	오더 매출에서 플랫폼이 수취하는 수수료	1년 / 한달
멤버십 매출 (광고주)	광고주 멤버십 결제 금액 (라이트/스탠다드/프로)	1년 / 한달
멤버십 매출 (파트너)	파트너 멤버십 결제 금액 (플러스/프리미엄)	1년 / 한달

표시 방식: 금액 카드 (원화 단위), 기간 필터 토글 (1년 / 한달)

**추가 권장:** 플랫폼 내부 배너 광고 매출 (광고주가 CPM/CPC/CPT로 결제한 배너 광고 수익) 항목 추가 검토

## KPI 5. 실시간 참여율 (최근 3시간)

목적: 현재 시점의 플랫폼 활성도를 실시간으로 모니터링한다.

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	최근 3시간 내 QR이 스캔된 총 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	최근 3시간 내 게임 참여로 리워드가 발급된 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	최근 3시간 내 광고주 리워드가 사용된 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	최근 3시간 내 파트너 리워드가 사용된 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (광고주)	최근 3시간 내 리워드 없이 광고주 E-Com에서 정가 구매한 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (파트너)	최근 3시간 내 리워드 없이 파트너 오더에서 정가 구매한 횟수

표시 방식: 실시간 갱신 숫자 카드 (자동 새로고침)

## KPI 6. 성별/연령대 참여 비율

목적: 참여자의 인구통계학적 분포를 파악하여 타깃 분석에 활용한다.

구분	세부 항목
성별	남성 / 여성 / 미확인
연령대	10대 / 20대 / 30대 / 40대 / 50대 이상 / 미확인

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	해당 성별/연령대의 QR 스캔 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	해당 성별/연령대의 게임 참여 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	해당 성별/연령대의 광고주 리워드 사용 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	해당 성별/연령대의 파트너 리워드 사용 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (광고주)	해당 성별/연령대의 리워드 없이 광고주 E-Com 정가 구매 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (파트너)	해당 성별/연령대의 리워드 없이 파트너 오더 정가 구매 횟수

필터 옵션: 년 / 월 / 주 / 일

표시 방식: 각 측정 항목별 프로그래스 바 (전체 대비 해당 성별/연령대 비율을 시각적으로 표시)

## KPI 7. 지역별 참여 비율

목적: 지역별 참여 현황을 파악하여 캠페인 타깃팅 및 파트너 배분에 활용한다.

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	해당 지역의 QR 스캔 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	해당 지역의 게임 참여 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	해당 지역의 광고주 리워드 사용 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	해당 지역의 파트너 리워드 사용 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (광고주)	해당 지역의 리워드 없이 광고주 E-Com 정가 구매 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (파트너)	해당 지역의 리워드 없이 파트너 오더 정가 구매 횟수

필터 옵션: 기간(년/월/주/일), 지역 단위(도/시/동)

표시 방식: 순위 리스트 (1위부터 순서대로 나열), 각 지역의 측정 항목 수치 표시, 동 단위까지 전체 대비 퍼센트율 표시 (예: "강남구 역삼동 - 전체의 3.2%")

---

## KPI 8. 캠페인 참여자 수 TOP 5

목적: 가장 성과가 좋은 광고주/파트너 캠페인을 파악한다.

구분	내용
광고주 TOP 5	광고주 캠페인 중 참여자 수 상위 5개
파트너 TOP 5	파트너 매장 중 참여자 수 상위 5개

필터 옵션 (정렬 기준 선택):

필터	정의
QR 스캔 횟수 순	QR 스캔이 많은 순서로 TOP 5
게임 참여 횟수 순	게임 참여(리워드 발급)가 많은 순서로 TOP 5
리워드 사용 횟수 순	리워드 사용이 많은 순서로 TOP 5
평균 전환율 순	스캔 대비 리워드 사용 전환율이 높은 순서로 TOP 5
리워드 제외 구매 횟수 순	리워드 없이 정가 구매가 많은 순서로 TOP 5

표시 방식: 순위 카드 (1 ~ 5위, 광고주/파트너 분리 표시)

---

## KPI 9. 기기별 접속 비율 (한달 기준)

목적: 사용자의 기기 환경을 파악하여 UI/UX 최적화에 활용한다.

구분	내용
Android	Android 기기에서 접속한 비율
iOS	iOS 기기에서 접속한 비율

측정 항목	정의
QR 스캔 횟수	해당 기기에서 QR이 스캔된 횟수
게임 참여 횟수 (리워드 발급)	해당 기기에서 게임에 참여한 횟수
리워드 사용 횟수 (광고주)	해당 기기에서 광고주 리워드가 사용된 횟수
리워드 사용 횟수 (파트너)	해당 기기에서 파트너 리워드가 사용된 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (광고주)	해당 기기에서 리워드 없이 광고주 E-Com 정가 구매 횟수
리워드 제외 구매 횟수 (파트너)	해당 기기에서 리워드 없이 파트너 오더 정가 구매 횟수

표시 방식: 각 측정 항목별 프로그래스 바 (Android vs iOS 비율을 시각적으로 비교)

## KPI 10. 유입 경로 분석

목적: 사용자가 어떤 경로로 플랫폼에 진입했는지 파악하여 마케팅 효율을 분석한다.

유입 경로	정의
QR 스캔	컵홀더 QR 코드를 스캔하여 진입한 경우
초대 링크	다른 사용자의 초대 링크를 통해 진입한 경우
검색 후 진입	검색 엔진이나 앱스토어 검색을 통해 직접 진입한 경우 (가능 시 측정)

표시 방식: 파이 차트 또는 비율 바 (각 유입 경로의 비중 표시)

## KPI 11. 파트너 등급 분포

목적: 파트너 매장의 등급별 분포를 파악하여 등급 정책 효과를 모니터링한다.

등급	점수 기준
브론즈	36점 미만
실버	36점 이상
골드	55점 이상
플래티넘	73점 이상

※ 점수 = 보고율(45%) + 스캔율(45%) + 결제 기능(10%) 가중 합산

필터 옵션: 등급별(전체/브론즈/실버/골드/플래티넘), 지역(도/시/동)

표시 방식:

- 지도 뷰: 전국 지도 위에 등급별 색상 핀으로 파트너 매장 위치 표시
  - 리스트 뷰: 지역별(도/시/동) 파트너 목록, 등급별 개수 및 비율 표시
- 

## KPI 12. 정산 현황 (한달 기준)

목적: 플랫폼의 월간 수입/지출 구조를 한눈에 파악한다.

항목	정의
광고 매체별 지출액	컵홀더 등 광고 매체 제작·배포에 지출된 금액 (매체 유형별 분리)
브론즈 등급 결제액	브론즈 등급 파트너가 컵홀더 비용 50%를 결제한 금액
실 지출액	광고 매체별 지출액 + 브론즈 등급 결제액 = 플랫폼이 실제로 지출한 순 비용
플래티넘 인센티브 지급액	플래티넘 등급 파트너에게 지급한 인센티브 총액 (개당 10원 기준)
할인 적용 금액	골드 등급 매체 30% 할인, 멤버십 할인 등 적용된 할인 총액

표시 방식: 금액 카드 (원화 단위) + 수입/지출 요약 테이블

---

### 3-7-3. 광고주 레퍼런스

---

#### 3-7-3-1. 광고주 KPI (8종)

적용 파트: 6-2 광고주 화면 아키텍처 (대시보드), 6-3 광고주 시스템 설계

번호	KPI 명
1	전체 참여자 수
2	실시간 참여율(3시간)
3	지역별·성별·연령 분포
4	쿠폰/포인트 사용량
5	리워드 소진율
6	상위 지역/상위 매장 수
7	지도(사후 배정 핀)
8	재방문·재참여 지표

### 3-7-3-2. 광고주 멤버십 플랜

적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (멤버십·결제)

플랜	월 요금	데이터 보존	저장 용량	추가 혜택
기본(무료)	0원	2개월	-	-
Lite	12,000원	3개월	1GB	-
Standard	25,000원	6개월	5GB	교차 분석 리포트
Pro	55,000원	12개월	20GB	브랜드 미니홈 영구 유지, 데이터 신뢰도 분석 리포트

### Pro 플랜 전용: 데이터 신뢰도 분석 리포트

항목	내용
신뢰도 구성 비율	캠페인에 참여한 매장의 A/B/C등급 비율
신뢰도별 성과 비교	A등급 매장 vs B등급 매장의 스캔율/전환율 비교
소진량 집계 방식	실측 기반 OO%, 추정 기반 OO% 명시
인사이트 제안	고신뢰 매장 집중 배정 시 예상 성과 시뮬레이션

### 3-7-3-3. 광고주 리포트 유형

#### 적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (리포트·데이터)

유형	가격	내용
요약 리포트	무료	핵심 숫자, TOP 지역/매장, 인사이트 2 ~ 3줄
상세 리포트	9,900원/캠페인	일/주 트렌드, 문항별 분포, 퍼널 분석
교차 리포트	29,000원/캠페인	지역×연령 교차 테이블, CSV 다운로드

### 3-7-3-4. 플랫폼 내부 배너 광고 요금 정책

#### 적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (플랫폼 배너 광고)

상품명	과금 방식	단가	비고
Standard Run-of-App 배너	CPM	1,500원	전체 유저 대상, 최소 30만 원
행동 기반 타깃팅 배너	CPM Premium	3,000원	재고 20 ~ 30%만 할당
퍼포먼스형 CPC 배너	CPC	200 ~ 300원/클릭	설문 결과/게임 종료 후 노출
홈 상단 독점 배너	CPT	1일 5만원 / 7일 30만원 / 30일 100만 원	상단 1개 슬롯 단독 점유

### 과금 방식 용어 설명

약자	풀네임	의미
CPM	Cost Per Mille	1,000회 노출당 과금 (Mille = 라틴어로 1,000)
CPC	Cost Per Click	클릭 1회당 과금
CPT	Cost Per Time	시간(기간) 단위 과금

### 3-7-4. 파트너 레퍼런스

#### 3-7-4-1. 파트너 KPI (5종)

적용 파트: 7-2 파트너 화면 아키텍처 (대시보드), 7-3 파트너 시스템 설계

번호	KPI 명	정의
1	오늘 방문·참여 현황	오늘 QR 스캔 수, 게임/설문 완료 수, 리워드 사용 건수
2	오늘 매출 및 평균 객단가	오늘 주문 건수, 총 결제 금액, 1인당 평균 결제 금액
3	오늘 컵홀더 소진량 vs 예상 소진량	오늘 입력 소진량과 일일 평균 소진량 비교
4	최근 30일 재방문율	최소 2회 이상 방문 고객 비율
5	리워드 사용률	발행된 매장 전용 쿠폰/포인트 중 실제 사용 비율

#### 3-7-4-2. 파트너 등급 기준

적용 파트: 7-3 파트너 시스템 설계 (등급·정산)

#### 등급 산정 기준 (3가지 지표, 점수제)

파트너 등급은 일일 소진 보고율, 동일 캠페인 벤치마크 대비 QR 스캔율, 결제 기능 이용 여부를 기준으로 점수를 합산하여 산정한다.

#### 가중치

항목	가중치
일일 소진 보고율	45%
QR 스캔율	45%
결제 기능 이용	10%

#### 보고율/스캔율 점수 체계

조건	보고율	QR 스캔율	점수
최하	6개월 평균 80% 미만	동일 캠페인 대비 80% 미만	20점
하	6개월 평균 표시 85%, 실질 80% 이상	동일 캠페인 대비 80%~95%	40점
중	6개월 평균 표시 100%, 실질 90% 이상	동일 캠페인 대비 96%~110%	60점
상	1년 평균 표시 100%, 실질 90% 이상	동일 캠페인 대비 110% 초과	80점

## 결제 기능 점수 체계

결제 기능	점수
이용	100점
미이용	0점

## 등급 기준

등급	점수	혜택/패널티
브론즈	36점 미만	컵홀더 단가 50% 자부담
실버	36점 이상	컵홀더 무료 제공
골드	55점 이상	컵홀더 무료 + 매체 구매 30% 할인
플래티넘	73점 이상	컵홀더 무료 + 개당 10원 인센티브

## 점수 계산 예시

시나리오	보고율	스캔율	결제	계산	합계	등급
1	상(80)	상(80)	이용(100)	36 + 36 + 10	82점	플래티넘
2	상(80)	상(80)	미이용(0)	36 + 36 + 0	72점	골드
3	중(60)	중(60)	이용(100)	27 + 27 + 10	64점	골드
4	중(60)	중(60)	미이용(0)	27 + 27 + 0	54점	실버
5	하(40)	하(40)	이용(100)	18 + 18 + 10	46점	실버
6	하(40)	하(40)	미이용(0)	18 + 18 + 0	36점	실버
7	최하(20)	최하(20)	이용(100)	9 + 9 + 10	28점	브론즈
8	최하(20)	최하(20)	미이용(0)	9 + 9 + 0	18점	브론즈

## 플래티넘 등급 특징

플래티넘은 상+상+결제 이용 조합에서만 달성 가능하다. 결제 기능 미이용 시 최대 72점(골드)까지만 도달 가능하여 플래티넘의 희소성과 특별함을 보장한다.

## 등급 안내 문구 (UI)

항목	비중	설명
일일 소진 보고율	45%	6개월~1년 평균 보고율
QR 스캔율	45%	동일 캠페인 벤치마크 대비
결제 기능 이용	10%	위드폼 결제 기능 사용 여부

※ 상세 점수 계산 로직은 비공개, 등급과 현재 점수만 표시

## 등급 산정 기준 (사용 기간 기준)

등급 산정 6개월/1년은 '캘린더 경과'가 아닌 '광고 매체 실제 사용 기간'만 누적한다.

예: 1개월 사용 → 2개월 휴식 → 2개월 사용 → 1개월 휴식 = 달력상 6개월이지만, 실사용 3개월만 등급 산정에 반영

## 신규 파트너

신규 파트너는 브론즈 등급에서 시작하며, 6개월 이상 데이터가 누적된 후 정식 등급 산정이 이루어진다.

## 개념

파트너 중 위드폼 결제 기능(오더)을 사용하는 매장과 사용하지 않는 매장은 수집 가능한 데이터의 정확도가 다르다. 이 차이를 "데이터 신뢰도 등급"으로 구분하여 광고주 리포트, 정산, 매칭 품질을 투명하게 관리한다.

## 결제 이용 매장 vs 미이용 매장 비교

항목	결제 이용 매장	결제 미이용 매장
컵홀더 소진량	테이크아웃 결제 건수로 역산 가능 (높은 정확도)	파트너 수기 입력에 의존 (추정치)
테이크아웃 비중	매장/테이크아웃 결제 구분으로 정확 산출	알 수 없음 (추정 불가)
일일 소진 보고 검증	결제 데이터와 교차 검증 가능	검증 수단 없음 (자기 보고만)
정산 근거	결제 로그 기반 객관적 근거	보고 데이터 기반 (분쟁 가능성↑)
광고주 리포트 품질	실측 데이터 기반 고신뢰	추정 데이터 기반 중신뢰
FDS 이상치 탐지	보고량 vs 결제량 비교로 정밀 탐지	패턴 분석만 가능 (한계)

## 데이터 신뢰도 등급 체계

등급	조건	리포트 표기	활용
A등급 (고신뢰)	결제 기능 사용 + 보고율 90% 이상	★★★	광고주 프리미엄 매칭, Boost 우선 배정, 정산 우선 처리
B등급 (중신뢰)	결제 미사용 + 보고율 90% 이상	★★☆	일반 매칭, 표준 정산
C등급 (저신뢰)	보고율 80% 미만	★☆☆	매칭 후순위, 정산 시 추가 검토

## 광고주 리포트 적용

광고주에게 제공되는 캠페인 리포트에 데이터 신뢰도 구성을 명시한다.

항목	내용
신뢰도 구성 비율	A등급 OO%, B등급 OO%, C등급 OO%
소진량 집계 방식	실측 기반 OO%, 추정 기반 OO%
해석 안내	신뢰도 등급별 데이터 수집 방식 차이 설명

### 3-7-4-3. 파트너 CRM 요금

적용 파트: 7-3 파트너 시스템 설계 (CRM)

구분	요금	기능
기본(무료)	0원	방문 횟수/간격 랭킹, 단순 통계
유료 CRM	월 9,900원	휴면 고객 케어, AI 리뷰 답글, AI 지도 아이콘

### 3-7-4-4. 파트너 멤버십 등급 및 요금

적용 파트: 7-3 파트너 시스템 설계 (멤버십)

등급	월 요금	핵심 기능
베이직	무료	리워드/발주 기능, 기본 대시보드, 기본 리포트 5종
플러스	29,000원	스탬프 기능 사용, 기본 리포트, 간단 커스터마이징, 발주 알림 고급 옵션
프리미엄	49,000원	고급 데이터 분석(세그먼트/비교), 고급 커스터마이징, 추가 마케팅 도구

### 베이직(기본) 등급 기능 상세

기능	내용
기본 대시보드	주요 운영 현황과 핵심 지표 확인
캠페인 진행 현황 리포트	진행 중 캠페인 목록, 소진 진행률
일일 소진 보고 리포트	전일 소진량, 보고율, 미보고 알림
QR 스캔 기본 리포트	스캔 수, 추이, 스캔율 (일/주/월)
재고·발주 기본 리포트	현재 재고, 임계치 도달 여부, 최근 발주 내역
정산/결제 요약 리포트	최근 결제 1~3건, 정산 예정액

베이직 리포트 원칙: **현황(상태) + 추이(변화) + 누락(리스크)** 3가지만 기본 제공. 벤치마크 비교, 인사이트, 예측은 플러스/프리미엄 전용.

## 플러스 등급 기능 상세

기능	내용
스탬프 기능	스탬프 카드 템플릿 5종 사용 가능
기본 리포트	일/주/월 기준 방문 수, 리워드 발행·사용, 스탬프 적립·사용 추이 차트
간단 커스터마이징	리워드/스탬프 화면 상단 매장 한 줄 메시지·로고 노출
발주 알림 고급 옵션	N일 후 재고 소진 예상 알림, 요일/시간대별 리마인드

## 프리미엄 등급 기능 상세

기능	내용
고급 데이터 분석	고객 세그먼트별 리포트, 기간·캠페인 간 성과 비교, 엑셀/CSV 다운로드, 자동 메일 리포트
고급 커스터마이징	리워드/스탬프/오더 화면 컬러·배너·이벤트 영역 확장 커스터마이징, A/B 실험
추가 마케팅 도구	상위 고객 대상 푸시/메시지 발송, 광고주 캠페인 연동 공동 프로모션 우선 참여권

## 3-7-4-5. 벤치마크 지표 정의

**적용 파트:** 7-3 파트너 리포트, 5-3 관리자 KPI

### 벤치마크 정의

벤치마크(benchmark)는 비교 기준이다. 기준값/기준집단과 비교하여 현재 위치를 %로 파악하는 방식이다.

용어	설명
벤치마크	비교에 쓰는 기준 (값 또는 기준 집단)
벤치마킹	그 기준과 비교하는 행위/방법
벤치마크 대비 %	비교 결과를 %로 표현한 지표

### 벤치마크 계산식

$$\text{평균 대비 \%} = (\text{우리 매장 값} \div \text{비교집단 평균}) \times 100$$

결과	의미
100%	평균과 동일
120%	평균보다 20% 높음
80%	평균보다 20% 낮음

## 적용 벤치마크 지표

지표명	비교 기준	사용처
동일 상권(500m) 평균 대비 QR 스캔율	반경 500m 내 동일 상권 매장 평균	파트너 리포트
동일 캠페인 평균 대비 QR 스캔율	동일 캠페인 참여 매장 평균	등급 산정
동일 상권 평균 대비 소진 보고율	반경 500m 내 동일 상권 매장 평균	파트너 리포트

## 벤치마크 설계 기준 (5가지)

항목	내용
비교집단 정의	동일 상권(500m), 업종, 규모, 운영시간
기준 통계	평균 / 중앙값 / 상위 n%
기간	최근 7일 / 30일 / 롤링 6개월
표본 최소 조건	비교 매장 최소 5개 이상
지표 정의	QR 스캔율 = 스캔 수 ÷ 소진 수량

## 3-8. 플랫폼 공통 UI/UX 규칙

### 3-8-1. 실시간 당첨자 롤링

항목	내용
위치	전 화면 상단 고정 (웹/앱 공통)
노출 방식	웨이브 UI, 5초 간격 순환
개인정보 처리	익명 표시 (닉네임 앞 2글자만 + 마스킹, 예: "김*수님, OO 립밤 당첨!")
갱신 주기	최근 5명, 30분마다 갱신

### 3-8-2. CTA(Call-to-Action) 규칙

규칙	내용
단일 CTA 유지	모든 전환 화면은 하나의 주요 행동 버튼만 표시
CTA 예시	참여하기, 사용하기, 승인하기, 결제하기
버튼 스타일	주요 CTA는 강조 색상, 보조 행동은 텍스트 링크 또는 아웃라인 버튼

### 3-8-3. 1분 자동 승인 타이머 UI

항목	내용
적용 대상	파트너 대시보드 쿠폰 승인 화면
표시 방식	원형 카운터 UI (60초 카운트다운)
동작	타이머 종료 시 자동 승인 처리, 파트너에게 자동 승인 알림 발송

### 리워드 거절 사유 처리

항목	내용
거절 사유 선택	재고 소진, 영업시간 외, 조건 불일치, 기타(직접 입력)
소비자 안내 문구	"죄송합니다. [사유]로 인해 사용이 어렵습니다. 다른 매장에서 이용해주세요."
재참여 정책	거절된 리워드는 유효기간 내 다른 매장에서 재사용 가능, 유효기간 자동 연장 없음
거절 이력 관리	파트너별 거절 사유 통계, 거절률 높은 매장 관리자 알림

## 자동 승인(60초) 예외 정책

항목	내용
오승인 취소	자동 승인 후 5분 이내 파트너가 취소 요청 가능 (대표 권한만)
네트워크 지연	앱 오프라인 상태에서 복구 시, 대기 중이던 요청은 즉시 팝업 표시
직원 복구 권한	직원은 복구 요청만 가능, 최종 승인은 대표 또는 60초 후 자동 처리
관리자 개입 조건	동일 소비자 3회 이상 분쟁 발생 시 관리자 검토 후 판단
오남용 방지	파트너별 취소 요청 비율 모니터링, 10% 초과 시 관리자 알림

## 3-8-4. 검색 및 필터 UI 표준

항목	내용
검색창	모든 목록 화면 상단에 배치, 플레이스홀더 텍스트로 검색 가능 항목 안내
필터	드롭다운 또는 칩 형태, 선택 시 즉시 결과 반영
정렬	기본 정렬 기준 명시, 사용자 선택 시 정렬 변경

## 3-8-5. 모바일/반응형 규칙

항목	내용
기본 설계	Mobile-First 설계, 터치 친화적 버튼 크기 (최소 44×44px)
반응형 분기점	모바일 (~ 767px) / 태블릿 (768 ~ 1023px) / 데스크톱 (1024px ~ )
테이블 처리	모바일에서 가로 스크롤 또는 카드형 변환

## 3-8-6. 소비자 UX 원칙

소비자가 QR 스캔부터 리워드 사용까지 최소한의 마찰로 목표를 달성할 수 있도록 설계된 핵심 UX 원칙이다. 모든 소비자 화면은 이 원칙을 기반으로 설계한다.

## 핵심 원칙 4가지

원칙	설명	적용 예시
3클릭 내 완 료	소비자가 원하는 주요 행동(쿠폰 사용, 결제, 정보 확 인 등)을 최대 3번의 클릭/탭 이내에 완료할 수 있어 야 한다	QR 스캔(1) → 게임 참여(2) → 리워드 확인(3), 쿠폰 선택(1) → 사용하기(2) → 승인 완료(3)
시각적 이해 중심	텍스트보다 아이콘, 이미지, 색상을 활용하여 직관적 으로 이해할 수 있도록 한다. 긴 설명 대신 시각적 요 소로 정보를 전달한다	쿠폰 상태를 색상으로 구분 (사용 가능=초록, 만료 임 박=주황, 사용 완료=회색), 등급을 뱃지 아이콘으로 표시
이탈 방지	각 단계에서 사용자가 이탈할 수 있는 포인트를 최소 화하고, 다음 단계로 자연스럽게 유도한다. 불필요한 입력, 복잡한 선택지, 긴 로딩을 제거한다	게임 결과 후 바로 "리워드 확인하기" 버튼 노출, 회원 가입을 리워드 수령 직전으로 배치(사전 가입 강요 없 음)
보상 체감 극대화	리워드 획득 순간에 시각적·청각적 피드백을 제공하 여 성취감을 극대화한다. "받았다"는 느낌을 명확하 게 전달한다	당첨 시 축하 애니메이션 + 효과음, 쿠폰 발급 시 "ку 폰함에 저장되었습니다" 토스트 알림, 실시간 당첨자 롤링으로 "나도 당첨될 수 있다" 기대감 유발

## 단계별 UX 적용 상세

단계	UX 목표	적용 방법
QR 스 캔	즉각적인 반응, 로딩 최소화	스캔 후 0.3초 이내 랜딩 진입, 로딩 중에도 브랜드 이미지 노출로 체감 대기 시간 감 소
설문 참 여	부담 없는 참여, 진행 상황 인지	상단 프로그래스 바로 "5단계 중 2단계" 표시, 한 화면에 하나의 질문만 노출, 보기 는 최대 5개로 제한
결과 확 인	개인화된 느낌, 흥미 유발	"당신은 OO 타입입니다"라는 개인화 메시지, 결과에 맞는 제품 이미지 크게 노출, SNS 공유 버튼 배치
게임 참 여	기대감 조성, 공정성 인식	룰렛/뽑기 애니메이션 최소 3초 이상 유지(기대감), 상단 실시간 당첨자 롤링(신뢰 감), 확률 고지
당첨 결 과	즉각적인 성취감, 다 음 행동 유도	당첨 시: 축하 팝업 + 애니메이션 + "바로 사용하기" CTA, 미당첨 시: "아쉽네요! 친 구 초대하고 한번 더 도전하기" 재참여 유도
회원가 입	최소 정보, 빠른 완료	카카오 원클릭 가입, 필수 정보(닉네임, 배송지)만 수집, 5초 이내 가입 완료 목표
쿠폰 사 용	명확한 상태, 간편한 사용	쿠폰 상태 색상 구분, "사용하기" 버튼 크게 배치, 파트너 매장에서 승인 대기 중 카 운트다운 UI 노출

## 이탈 방지 체크포인트

이탈 포인트	원인	해결 방법
QR 스캔 직후	로딩 시간이 길거나 오류 발생	0.3초 이내 응답, 오류 시 "다시 시도" 버튼 + 대안 안내
설문 중간	질문이 너무 많거나 지루함	최대 6단계로 제한, 프로그래스 바로 "거의 다 왔어요!" 메시지
회원가입 단계	가입이 번거롭거나 정보 입력이 많음	카카오 원클릭, 리워드 수령 직전에 가입 요청(동기 부여 상태)
리워드 사용	사용 방법을 모르거나 조건이 복잡함	사용 가능 조건 명확히 표시, "사용하기" 버튼 하나로 단순화

## 피드백 UI 규칙

상황	피드백 유형	내용
성공	토스트 알림 (초록)	"쿠폰이 저장되었습니다", "사용 완료!"
실패	토스트 알림 (빨강)	"다시 시도해주세요", "유효기간이 만료되었습니다"
로딩 중	스피너 + 메시지	"잠시만 기다려주세요..." (3초 이상 시 진행률 표시)
당첨	풀스크린 애니메이션	축하 이펙트 + 효과음 + 리워드 이미지
미당첨	반투명 팝업	"아쉽네요!" + 재도전 유도 버튼

## 4. AI 기능 스펙

### 4-1. AI 기능 및 모델 목록

엔진	역할
AI 크리에이티브 엔진	컵홀더 문구·배경 이미지·설문·게임 구조 자동 생성
AI 매칭·추천 엔진	설문 결과↔제품 매칭, 캠페인↔파트너 매장 매칭, 스타일 템플릿 분기
데이터 엔진	QR·LOT 트래킹, 참여·구매 로그 저장, 등급·보고율 계산, 어뷰징·이상 탐지
AI 챗봇 엔진(SARAH)	광고주·파트너·소비자·관리자 반복 문의 1차 자동 처리

## 4-2. 기능 별 적용 위치 및 상세 설명

### 4-2-0. AI 개인화 엔진 (Personalization Engine)

**적용 파트:** 전체 소비자 화면, 9장 소비자 시스템 설계

#### 개념

AI 개인화 엔진은 동일한 광고라도 소비자별로 다른 느낌의 화면을 보여주어 참여율과 전환율을 높이는 시스템이다. "사람별로 다른 느낌"을 목표로, 시각적 요소와 메시지 톤을 소비자 성향에 맞게 자동 조정한다.

#### 개인화 표현 영역

영역	개인화 항목	예시
시각적 스타일	폰트 스타일 (굵기, 크기, 서체 느낌)	젊은 층: 둥근 고딕 / 3040: 깔끔한 산세리프
컬러 톤	배경색, 강조색, 버튼 색상	활동적 성향: 비비드 / 차분한 성향: 파스텔
카피 어조	문구 스타일 (격식체/친근체/유머)	MZ: 친근+유머 / 4050: 신뢰+격식
이모지/아이콘	이모지 사용 빈도, 아이콘 스타일	캐주얼 성향: 이모지 多 / 비즈니스 성향: 최소화

#### 개인화 데이터 소스

우선순위	데이터 소스	수집 방식	활용
1	구글/애플 기본 정보	소셜 로그인 시 제공 범위 내	연령대, 성별 추정
2	광고주 제품/브랜드 정보	캠페인 생성 시 입력	제품 카테고리, 타깃 성향
3	파트너 매장 정보	파트너 온보딩 시 입력	매장 성격, 주 고객층, 메뉴 가격대
4	스캔 위치/시간 정보	QR 스캔 시 자동 수집	지역, 상권 특성, 시간대
5	과거 참여 이력	소비자 행동 로그	선호 카테고리, 응답 패턴, 구매 이력

#### 개인화 조합 로직

개인화 프로파일 = f(소셜 기본정보, 광고주 타깃, 매장 성격, 위치/시간, 과거 이력)  
→ A/B/C/D 템플릿 중 최적 선택  
→ 템플릿 내 폰트/컬러/어조 미세 조정

#### A/B/C/D 템플릿 개요

템플릿	대상	시각 스타일	카피 톤
A	1020 캐주얼	비비드, 둥근 고딕, 이모지 多	친근+유머, 짧은 문장
B	3040 실용	깔끔한 파스텔, 산세리프	신뢰+정보 중심, 핵심 강조
C	프리미엄	고급 다크톤, 세리프 포인트	격식+품격, 절제된 표현
D	시니어 친화	큰 폰트, 고대비, 명확한 버튼	쉬운 용어, 단계별 안내

#### 4-2-1. AI 설문 생성 엔진 (Question Builder)

적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (10단계 위자드 - 설문 생성)

##### 구분 내용

입력 제품 카테고리, 주요 USP, 타깃, 브랜드 톤

출력 5 ~ 6단계 설문 세트, 각 단계 보기 2 ~ 5개, 결과값(최대 20개) 도출 변수 설계

#### AI 설문 생성 상세 로직

AI 설문 생성 엔진은 광고주가 입력한 정보를 바탕으로 소비자가 참여할 설문 구조를 자동으로 생성한다. 설문은 단순한 질문 나열이 아니라, 최종적으로 소비자를 특정 결과 타입으로 분류하고 적합한 제품을 추천하기 위한 논리적 구조를 갖는다.

#### 입력 데이터 상세

입력 항목	설명	예시
제품 카테고리	광고주 제품이 속한 대분류	화장품 > 스킨케어 > 립케어
주요 USP	제품의 핵심 차별점 (최대 5개)	유기농 원료, 고보습, 무향료, 비건 인증
타깃 고객	광고주가 설정한 목표 고객층	20대 여성, 민감성 피부 고민
브랜드 톤	브랜드 커뮤니케이션 스타일	친근함, 전문적, 유머러스
제품 리스트	추천 대상 제품 목록 (최대 20종)	립밤 A, 립밤 B, 립틴트 C, ...

#### 설문 구조 생성 규칙

규칙	내용
단계 수	최소 5단계, 최대 6단계 (5단계 권장)
보기 수	각 단계 최소 2개, 최대 5개 (3 ~ 4개 권장)
질문 유형	선호도형, 라이프스타일형, 성향형, 상황형, 니즈형
결과 도출	각 보기에 점수 가중치 부여 → 최종 점수 합산 → 결과 타입 분류

## 설문 생성 프로세스

단계	AI 작업	출력 예시
1. 질문 유형 결정	제품 카테고리와 USP 분석 → 적합한 질문 유형 조합 선택	[선호도 → 상황 → 니즈 → 성향 → 라이프스타일]
2. 질문 문장 생성	브랜드 톤에 맞는 질문 문장 작성	"평소 입술 고민은 무엇인가요?"
3. 보기 생성	각 질문에 대한 보기 선택지 생성	"건조함 / 각질 / 색소침착 / 트러블"
4. 점수 가중치 부여	각 보기 선택 시 결과 타입별 점수 설정	"건조함" 선택 → 고보습 타입 +3점
5. 결과 타입 정의	점수 구간별 결과 타입 명칭 생성 (최대 20개)	"촉촉함을 원하는 당신", "자연스러운 발색을 원하는 당신"
6. 제품 매칭	각 결과 타입에 적합한 제품 1:1 연결	"촉촉함을 원하는 당신" → 고보습 립밤 A

## 질문 유형별 특징

질문 유형	목적	예시
선호도형	소비자의 취향과 선호 파악	"어떤 색상의 립 제품을 선호하시나요?"
라이프스타일형	일상 습관과 생활 패턴 파악	"하루 중 립케어를 가장 많이 하는 시간은?"
성향형	소비자의 성격과 가치관 파악	"새로운 제품을 시도할 때 당신의 스타일은?"
상황형	제품 사용 상황과 환경 파악	"립케어가 가장 필요하다고 느끼는 순간은?"
니즈형	구체적인 문제와 해결 욕구 파악	"립 제품에서 가장 중요하게 생각하는 기능은?"

## 4-2-2. AI 결과 매칭 엔진 (Result-Product Mapper)

적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (10단계 위자드 - 결과 매칭), 9-3 소비자 시스템 설계 (제품 추천)

구분	내용
입력	설문 응답 결과, 결과 카테고리(최대 20개), 제품 리스트(최대 20종)
로직	결과 카테고리별 점수 조건 설정, 제품별 적합 결과 라벨링
출력	"당신은 [○○ 타입]입니다" + 매칭 제품 1개 추천

### AI 결과 매칭 상세 로직

AI 결과 매칭 엔진은 소비자의 설문 응답을 분석하여 최적의 결과 타입을 도출하고, 해당 타입에 가장 적합한 제품을 추천한다. 이 과정은 점수 기반 매칭 알고리즘을 사용한다.

### 점수 계산 방식

단계	설명	예시
1. 초기화	모든 결과 타입의 점수를 0으로 초기화	타입A=0, 타입B=0, 타입C=0, ...
2. 응답별 점수 가산	각 질문의 선택 보기에 설정된 가중치를 해당 결과 타입에 가산	Q1에서 "보기1" 선택 → 타입A +3, 타입B +1
3. 전체 합산	모든 질문 응답 후 결과 타입별 총점 계산	타입A=12, 타입B=8, 타입C=15
4. 최고점 선택	가장 높은 점수를 받은 결과 타입 선택	타입C (15점) 선택
5. 동점 처리	동점 시 후순위 질문 응답에 더 높은 가중치 부여	마지막 질문 응답 기준으로 결정

### 점수 가중치 설정 예시 (5단계 설문, 4개 결과 타입)

질문	보기	타입A 가중치	타입B 가중치	타입C 가중치	타입D 가중치
Q1. 입술 고민	건조함	+3	+1	0	0
Q1. 입술 고민	각질	+2	+2	0	0
Q1. 입술 고민	색소침착	0	0	+3	+1
Q1. 입술 고민	트러블	0	0	+1	+3
Q2. 선호 색상	무색	+2	0	0	+1
Q2. 선호 색상	은은한 핑크	+1	+2	+1	0
...	...	...	...	...	...

## 제품 라벨링 및 매칭

광고주가 등록한 제품(최대 20종)에 AI가 자동으로 라벨(결과 타입)을 부여한다. 각 제품은 1개의 결과 타입에만 매칭된다.

제품	AI 분석 기반 라벨	매칭 결과 타입
고보습 립밤 A	보습 성분 강조, 무색	타입A (촉촉함 타입)
틴트 립밤 B	발색 + 보습 균형	타입B (내추럴 타입)
컬러 립밤 C	색소침착 커버, 선명한 발색	타입C (화사함 타입)
진정 립밤 D	진정 성분, 민감 피부용	타입D (순수함 타입)

## 최종 출력 형식

소비자가 설문을 완료하면 아래와 같은 형식으로 결과가 표시된다.

출력 요소	내용	예시
결과 타입	"당신은 [결과 타입 명칭]입니다"	"당신은 촉촉함을 원하는 타입입니다"
설명	해당 타입에 대한 1 ~ 2문장 설명	"건조한 입술이 고민이시군요! 보습력이 뛰어난 제품이 딱 맞아요."
추천 제품	매칭된 제품 이미지 + 이름 + 간단 설명	[고보습 립밤 A 이미지] "유기농 시어버터 함유"
CTA 버튼	다음 행동 유도	"이 제품을 게임에서 받아보기"

### 4-2-3. AI 게임/리워드 설계 보조

적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (10단계 위자드 - 게임 설정)

구분	내용
입력	리워드 후보(제품/쿠폰/포인트), 각 리워드 원가/단가
AI 제안	1 ~ 6등 구성, 확률(합계 100%), 총 예산 자동 계산
광고주 조정	1회 3,000원 / 1일 5,000원 제한, 유효 기간 설정

### 4-2-4. AI 컵홀더 크리에이터

적용 파트: 6-3 광고주 시스템 설계 (10단계 위자드 - 디자인), 5-3 관리자 시스템 설계 (검수)

기능	내용
후킹 문구 생성	제품·브랜드 키워드, 타깃, 톤 기반 문구 후보 생성
배경 이미지 생성	로고 색감·제품 색감 반영, 스타일(심플/감성/유머) 선택
레이아웃 제안	단독: 전면·후면 전체 광고주 / 콜라보: 전면 광고주 100%, 후면 카페 60%+위드폼 40%

### 후킹 문구 방향성 (예시)

유형	예시	목적
무료/공짜 강조형	"커피값 냈더니, 선물이 공짜?"	이득 본다는 감각으로 QR 스캔 유도

### 4-2-5. AI 챗봇 엔진(SARAH)

적용 파트: 5-4 관리자 문의 프로세스, 6-4 광고주 문의 프로세스, 7-4 파트너 문의 프로세스, 9-4 소비자 문의 프로세스

기능	내용
FAQ 등록·답변 생성	광고주(배송/제품/교환·반품), 파트너(정산/물류/리워드), 소비자(주문/쿠폰/계정)
답변 톤 설정	공식/친근/유머 프리셋
핸드오버 로직	해결 불가 문의 → 1:1 문의 인박스로 티켓 전환

#### 4-3. AI 간 연계 로직 및 상호작용

**적용 파트:** 4장 전체, 6-3 광고주 시스템 설계, 9-3 소비자 시스템 설계

순서	엔진	연계 흐름
1	AI 설문 생성	광고주 입력 → 설문 구조 생성
2	AI 컵홀더 크리에이터	설문 키워드 + 타깃 → 후킹 문구·배경 생성
3	AI 매칭 엔진	설문 결과 → 제품 매칭 / 캠페인 → 파트너 매칭
4	AI 템플릿 분기	소비자 컨텍스트 → A/B/C/D 템플릿 자동 선택
5	데이터 엔진	모든 참여·구매 로그 저장, 이상 탐지 연동
6	AI 챗봇(SARAH)	각 단계 문의 발생 시 1차 자동 응대

#### 4-4. 데이터 엔진 상세 설계

데이터 엔진은 플랫폼 내 모든 행위와 이벤트를 기록하고, 이를 기반으로 등급 산정, 보고율 계산, 이상 탐지를 수행하는 핵심 백엔드 시스템이다. 실시간 로그 수집부터 분석, 알림까지 전 과정을 자동화한다.

##### 4-4-1. 로그 수집 및 저장 구조

데이터 엔진은 4가지 유형의 로그를 수집한다. 모든 로그는 타임스탬프와 함께 저장되며, 최소 3년간 보존된다.

###### ① QR/LOT 로그 (스캔 추적)

소비자가 QR 코드를 스캔하는 순간부터 기록이 시작된다. 컵홀더가 "어느 매장에서, 언제, 누구에게" 노출되었는지 추적할 수 있다.

필드명	설명	예시
scan_id	스캔 이벤트 고유 ID	SCN_20240115_001234
timestamp	스캔 시각 (KST)	2024-01-15 14:23:45
campaign_id	캠페인 ID	CMP_2024_0089
partner_id	파트너 매장 ID	PTN_CAFE_001
lot_code	생산 배치 번호	LOT_2024W02_A1
source_type	유입 채널	cup / banner / invite
device_fingerprint	기기 고유 식별자 (해시)	d7f8a9b2c3e4...
user_agent	브라우저/기기 정보	Mobile Safari / iOS 17.2
geo_location	GPS 좌표 (동의 시)	37.5012, 127.0396
ip_address	접속 IP (해시 처리)	192.168.xxx.xxx

## ② 행동 로그 (참여 추적)

소비자가 설문, 게임, 회원가입 등 각 단계를 진행할 때마다 기록된다.

필드명	설명	예시
event_id	이벤트 고유 ID	EVT_20240115_005678
scan_id	연결된 스캔 ID (FK)	SCN_20240115_001234
user_id	회원 ID (비회원 시 null)	USR_KAKAO_12345
event_type	이벤트 유형	survey_start / survey_complete / game_play / game_result / signup / reward_issue
event_detail	상세 내용 (JSON)	{"step": 3, "answer": "B", "result_type": "타입A"}
timestamp	이벤트 발생 시각	2024-01-15 14:24:12
duration_sec	이전 이벤트로부터 소요 시간 (초)	27
template_type	적용된 스타일 템플릿	A / B / C / D

## ③ 거래 로그 (구매/결제 추적)

E-Commerce 구매, 쿠폰 사용, 포인트 적립/사용 등 모든 금전적 거래를 기록한다.

필드명	설명	예시
transaction_id	거래 고유 ID	TXN_20240115_009012
user_id	회원 ID	USR_KAKAO_12345
transaction_type	거래 유형	purchase / coupon_use / point_earn / point_use / refund
amount	금액	15000
currency	통화	KRW
related_campaign_id	관련 캠페인 ID	CMP_2024_0089
related_partner_id	관련 파트너 ID (파트너 쿠폰 시)	PTN_CAFE_001
reward_id	사용된 리워드 ID	RWD_COUPON_001
timestamp	거래 시작	2024-01-15 14:30:00
status	거래 상태	pending / completed / cancelled / refunded

#### ④ 운영 로그 (파트너/관리자 활동 추적)

파트너의 소진 보고, 쿠폰 승인, 관리자의 승인/반려 등 운영 활동을 기록한다.

필드명	설명	예시
operation_id	운영 이벤트 고유 ID	OPR_20240115_003456
actor_type	행위자 유형	partner_owner / partner_staff / admin
actor_id	행위자 ID	PTN_STAFF_003
operation_type	활동 유형	daily_report / coupon_approve / coupon_recover / campaign_approve
target_id	대상 ID	쿠폰 ID, 캠페인 ID 등
operation_detail	상세 내용 (JSON)	{"reported_qty": 150, "previous_qty": 120}
timestamp	활동 시작	2024-01-15 21:30:00
ip_address	접속 IP	192.168.xxx.xxx

#### 4-4-2. 등급 산정 및 보고율 계산

파트너 등급은 데이터 엔진이 자동으로 계산하며, 일일 소진 보고율과 동일 캠페인 벤치마크 대비 QR 스캔율 2가지 지표를 기준으로 한다.

#### 보고율 계산 공식

지표	계산식	설명
표시 보고율	(실제 보고 일수 ÷ 영업 일수) × 100%	파트너가 얼마나 성실하게 보고했는지
실질 소진율	(보고된 소진량 ÷ 배포된 수량) × 100%	실제로 컵홀더가 얼마나 소진되었는지
QR 스캔율	(스캔 수 ÷ 소진 수량) × 100%	소비자 참여율
벤치마크 대비 %	(우리 매장 값 ÷ 동일 캠페인 평균) × 100%	동일 캠페인 참여 매장 대비 성과

#### 롤링 평균 계산 방식

항목	내용
계산 기간	최근 6개월 (180일)
갱신 주기	매일 자정 자동 재계산
신규 파트너	가입 후 30일간은 "신규" 상태, 등급 미적용
휴업 처리	연속 14일 이상 미보고 시 해당 기간 계산에서 제외 (휴업 신청 시)

#### 등급 자동 산정 로직

등급	점수 조건	데이터 엔진 자동 처리
브론즈	36점 미만	매월 1일 자동 체크 → 컵홀더 비용 50% 청구 처리
실버	36점 이상	매월 1일 자동 체크 → 컵홀더 무료 유지
골드	55점 이상	매월 1일 자동 체크 → 컵홀더 무료 + 매체 할인 적용
플래티넘	73점 이상	매월 1일 자동 체크 → 개당 10원 인센티브 적용

※ 점수 = 보고율 점수(45%) + 스캔율 점수(45%) + 결제 기능 점수(10%) 가중 합산

#### 4-4-3. 이상 탐지 엔진

데이터 엔진은 실시간으로 모든 로그를 분석하여 이상 패턴을 감지한다. 규칙 기반 탐지와 AI 기반 탐지를 병행한다.

##### 규칙 기반 탐지 (실시간)

탐지 규칙	조건	위험 점수
동일 기기 과다 스캔	1시간 내 동일 device_fingerprint 10회 이상	+30
동일 IP 다중 계정	1일 내 동일 IP에서 3개 이상 계정 참여	+40
설문 응답 속도 이상	평균 응답 시간 0.5초 미만	+50
소진 보고 급변	전일 대비 ±200% 변동	+25
복구 과다	동일 직원 1일 5회 이상 복구	+35
위치 불일치	GPS와 매장 위치 500m 이상 차이	+20

위험 점수 합계	조치
0 ~ 30	정상, 모니터링만
31 ~ 50	주의, 로그 기록 강화
51 ~ 70	경고, 관리자 알림
71 ~ 100	위험, 자동 제한 + 관리자 즉시 알림
100 초과	긴급, 즉시 차단 + 관리자 긴급 알림

##### AI 기반 탐지 (배치 분석)

분석 유형	주기	탐지 대상
패턴 이상 탐지	1시간마다	비정상적인 참여 패턴 (새벽 집중, 특정 시간대만 등)
공모 탐지	일 1회	특정 그룹이 반복적으로 고가 리워드 당첨
트렌드 이탈 탐지	일 1회	특정 캠페인/매장의 지표가 전체 평균에서 크게 이탈

#### 4-4-4. 데이터 보존 및 삭제 정책

데이터 유형	보존 기간	삭제 방식
QR/LOT 로그	3년	3년 경과 후 자동 삭제
행동 로그	3년	3년 경과 후 자동 삭제
거래 로그	5년 (세무 목적)	5년 경과 후 자동 삭제
운영 로그	3년	3년 경과 후 자동 삭제
개인정보	탈퇴 후 30일	30일 경과 후 Hard Delete
통계/집계 데이터	영구 보존	비식별화 상태로 보존

### 5. 관리자

#### 5-1. 라이프 사이클

단계	내용
계정 생성	마스터 관리자 계정 생성 (이메일 + 강력한 비밀번호 + 2단계 인증)
초기 설정	정책·약관·단가·등급·AI 템플릿·QR 구조 세팅
일상 운영	캠페인 승인, 파트너 심사, 정산 확정, 이상 탐지 대응
보안 관리	감사 로그 모니터링, 보안 이상 징후 감지, 사고 대응
확장 (로드맵)	다중 관리자 역할 분리 (RBAC) 도입

#### 5-2. 화면 아키텍처 및 인터랙션

##### 5-2-1. 로그인 화면

구성 요소	내용
로고/서비스명	WithFoM
입력 필드	이메일(ID), 비밀번호
버튼	[로그인], [비밀번호 찾기]
에러 처리	5회 연속 실패 시 일시 잠금, 새 기기 접속 알림

## 5-2-2. 관리자 홈 화면 (통합 대시보드)

### 수익 현황판 (핵심 재무)

영역	내용
기간 필터	일 / 월 / 분기 / 년 + 연도 선택
A. 총 수익 (매출)	광고주 총 수익(캠페인비+플랫폼광고비+멤버십결제비), 파트너 총 수익(브론즈 컵홀더 결제액)
B. 총 지출 (매입)	플래티넘 파트너 인센티브 지급액
C. 총 순이익	A - B
주체별 검색	특정 광고주/파트너 검색 시 해당 업체의 개별 수익/지출 내역 상세 조회

### To-Do List (오늘의 업무)

항목	내용
신규 캠페인 승인 대기 (N건)	클릭 시 캠페인 최종 승인 페이지로 이동
신규 파트너 가입 승인 대기 (N건)	클릭 시 신규 가입 승인 페이지로 이동
CS 신고 접수 (N건)	클릭 시 CS 신고 페이지로 이동
AI 블라인드 리뷰 (N건)	AI가 자동 필터링한 리뷰 사후 검토

### 주체별 현황 (요약)

총 광고주 수 (N명) / 총 파트너 수 (N명) / 총 소비자 수 (N명)

각 숫자 클릭 시 해당 목록 페이지로 이동, 가입 순 번호 부여, 업체명/가입 번호로 검색 및 정렬 가능

### 실시간 순위 (Top 5)

## 순위 유형

## 기본값 / 필터 옵션

광고주 순위

캠페인 집행 금액 순 / E-Com 판매액, 소비자 참여율

파트너 순위

소진 보고율(성실도) 순 / 쿠폰/리워드 사용률

## 통합 대시보드 뷰 (메인)

### 기능

### 내용

기본 뷰

플랫폼 전체 12종 통합 데이터 노출

검색 기능

광고주명/파트너명 검색 시 대시보드 화면 자체가 해당 업체의 개별 뷰로 즉시 전환

지도 연동

검색창(지역명/매장명) + 필터(등급/상권/재고) 동시 적용

## 5-2-3. 사이드바 메뉴 구조

### 1차 메뉴

### 2차 메뉴

대시보드

(단일)

광고주 관리

광고주 목록, 캠페인 관리, 캠페인 최종 승인, 멤버십 관리

파트너 관리

파트너 목록, 신규 가입 승인, 등급·정산 관리

소비자 관리

회원 목록, 어뷰징 관리

E-Commerce

주문 통합 관리, 상품(제품) 관리, 리뷰 관리 (AI)

정산·재무

광고주 정산, 파트너 정산, 정산 로그·이의 신청

통계·리포트

KPI 개요, 요약 리포트, 상세/교차 리포트

운영·정책 설정

단가·수수료 설정, AI 템플릿 & 룰 엔진, FDS·보안 정책, 멤버십·리포트 정책

CS·챗봇·신고

1:1 문의 모니터링, CS 신고 접수, 챗봇(SARAH) 설정

시스템·보안

감사 로그 조회, 보안 이벤트 로그

## 5-3. 파트 별 시스템 설계 및 연동 명세

### 5-3-1. 통합 대시보드 모듈

기능	내용
P&L Live View	총 수익(광고주 매출, 구독 매출, 기타) - 총 지출(인센티브, 매체비, 수수료) = 순이익
KPI 영역	관리자 KPI 12종 카드/그래프/지도 위젯
통합 검색	광고주/파트너/캠페인 검색 → 대시보드 전체 Drill-down
To-Do List	승인 대기, 심사 건, 재고 경보, 블라인드 리뷰, CS/신고 건수
통합 관제 지도	파트너 매장·캠페인·QR 스캔 히트맵 레이어 종첩

#### 대시보드 특수 기능 상세

관리자 대시보드는 플랫폼 전체의 "심박수"를 실시간으로 보여주는 핵심 화면이다. 단순한 수치 나열이 아니라, 이상 상황을 즉시 감지하고 대응할 수 있는 특수 기능을 포함한다.

##### ① 실시간 히트맵 (Heat Map)

전국 지도 위에 파트너 매장 위치를 핀으로 표시하고, 참여량에 따라 색상 농도를 다르게 표현하여 지역별 활성도를 한눈에 파악할 수 있다.

기능	설명
색상 농도 규칙	참여량 상위 20%: 진한 빨강, 상위 50%: 주황, 하위 50%: 노랑, 하위 20%: 연두
핀 색상 (등급별)	플래티넘: 보라, 골드: 금색, 실버: 은색, 브론즈: 동색
레이어 전환	QR 스캔량 / 리워드 사용량 / 소진 보고량 레이어 선택 가능
줌 레벨	전국 → 시/도 → 구/군 → 동/읍 → 개별 매장 상세
클릭 액션	매장 핀 클릭 → 해당 매장 상세 정보 사이드 패널 표시
실시간 갱신	5분 간격 자동 갱신, 수동 새로고침 버튼 제공

##### ② 쿠폰 승인/취소 감시 (Coupon Monitor)

파트너의 쿠폰 승인 및 복구(취소) 활동을 실시간으로 모니터링하여 이상 패턴을 감지한다.

모니터링 항목	정상 범위	경고 조건	조치
1분 자동 승인 비율	전체 승인 중 30% 이하	50% 초과 시	해당 매장에 "승인 지연" 알림 발송
일일 복구 횟수	매장당 3회 이하	5회 초과 시	대표 및 관리자에게 알림, 대시보드에 경고 표시
복구 후 재승인	복구 후 동일 쿠폰 재승인	동일 쿠폰 3회 반복 시	어뷰징 의심 플래그, 정밀 조사 대상 분류
특정 직원 복구 집중	직원별 복구 비율 균등	1인 직원 복구 비율 70% 초과 시	해당 직원 복구 권한 일시 정지, 대표 알림

대시보드 표시	내용
실시간 카드	금일 총 승인 건수 / 자동 승인 건수 / 복구 건수
경고 배지	이상 매장 수 (빨간 원형 배지로 표시)
상세 리스트	경고 배지 클릭 → 이상 매장 리스트 + 상세 사유

### ③ 캠페인 위험 감지 (Campaign Risk Alert)

진행 중인 캠페인에서 이상 징후가 발생하면 즉시 경고를 표시하고 대응 조치를 권고한다.

위험 유형	탐지 조건	위험 레벨	권고 조치
소진 보고 급증	전일 대비 +200% 이상	중간	해당 매장 정밀 확인, 단골 비율 체크
소진 보고 급감	전일 대비 -70% 이상	중간	매장 영업 상태 확인, 휴무 여부 체크
QR 스캔 급증	1시간 내 동일 LOT에서 100회 이상	높음	어뷰징 의심, 해당 LOT 일시 비활성화 검토
스캔/소진 불일치	보고량 vs 스캔량 차이 30% 이상	높음	정밀 조사 대상 분류, 정산 보류 검토
예산 급소진	24시간 내 예산 50% 이상 소진	중간	광고주에게 예산 추가 알림
CS 불만 급증	24시간 내 동일 캠페인 CS 5건 이상	높음	캠페인 일시 중지 검토, 원인 분석
환불 급증	24시간 내 환불률 30% 초과	높음	캠페인 일시 중지, 광고주 소명 요청

대시보드 표시	내용
위험 캠페인 카드	위험 레벨별 색상 (높음: 빨강, 중간: 주황, 낮음: 노랑) + 캠페인명 + 위험 유형
클릭 액션	카드 클릭 → 상세 분석 페이지 이동 + 권고 조치 버튼 표시
알림 연동	높음 레벨 감지 시 관리자 푸시/알림톡 즉시 발송

#### ④ 생태계 현황 요약 (Ecosystem Summary)

플랫폼 전체의 건강 상태를 한눈에 파악할 수 있는 요약 정보를 제공한다.

지표	표시 내용	갱신 주기
활성 캠페인 수	현재 진행 중인 캠페인 총 개수	실시간
활성 파트너 수	최근 7일 내 소진 보고가 있는 파트너 수	일 1회
금일 총 참여자 수	오늘 0시부터 현재까지 QR 스캔 후 참여한 고유 사용자 수	실시간
금일 총 리워드 발급	오늘 발급된 쿠폰/포인트/스탬프 총 건수	실시간
금일 총 리워드 사용	오늘 사용 완료된 리워드 총 건수	실시간
이상 감지 건수	오늘 발생한 이상 감지 알림 총 건수 (미처리/처리완료 구분)	실시간

#### 5-3-2. 광고주 관리 모듈

기능	내용
광고주 목록	전체 광고주 리스트, 가입 순 번호/업체명/가입 번호 검색/정렬, 표시 항목(회사명, 담당자, 가입일, 캠페인 수, 멤버십 등급)
캠페인 관리	전체 캠페인 리스트, 검색/필터링(진행중/종료/승인대기), 표시 항목(광고주명, 캠페인명, 기간, 상태)
캠페인 최종 승인	광고주 기획안, 컵홀더 시안, 랜딩페이지 미리보기, 자동 매칭된 파트너 리스트 노출(상태: 운영중/폐업 의심)
AI 대체 매칭	문제 파트너 발생 시 [AI 대체 파트너 검색] 버튼 → 유사 상권/타깃/소진 속도 매장 1 ~ 3순위 추천 → 즉시 교체/매칭
멤버십 관리	광고주별 멤버십 상태(기본/라이트/스탠/프로), 결제 내역, 만료일 관리

## 캠페인 승인/반려 필수 검토 4개 항목

관리자가 캠페인을 최종 승인하기 전에 반드시 확인해야 하는 4가지 핵심 검토 항목이다. 모든 항목을 통과해야만 승인이 가능하며, 하나라도 문제가 있으면 반려 처리하고 사유를 명시한다.

검토 항목	검토 내용	통과 기준	반려 사유 예시
① 정책 적합성	캠페인 내용이 법적·윤리적으로 문제가 없는지 확인	불법 요소 없음, 유해 콘텐츠 없음, 허위/과장 광고 없음, 민감 업종 별도 심사 완료	"의료기기 광고법 위반 소지", "과장 광고 문구 수정 필요", "성인 콘텐츠 포함"
② 설문 구조	AI가 생성한 설문이 규칙에 맞게 구성되었는지 확인	설문 단계 수: 5 ~ 6단계, 각 단계 보기 수: 2 ~ 5개, 논리적 흐름 유지, 결과값(최대 20개)과 제품 1:1 매칭 완료	"설문 7단계 초과", "3단계 보기 1 개만 있음", "결과-제품 매칭 누락"
③ 게임 구조	게임 리워드 설계가 규칙에 맞고 예산이 정상인지 확인	1 ~ 7등 확률 합계 = 100%, 각 등수별 리워드 단가 입력 완료, 총 예산 계산 정상, 7등(파트너 슬롯) 설정 완료	"확률 합계 98%", "2등 리워드 미 지정", "예산 초과 경고"
④ 디자인 검수	캡홀더 시안, 랜딩페이지 디자인이 규격에 맞는지 확인	로고 해상도 기준 충족(300dpi 이상), 문구 길이 제한 준수, 이미지 저작권 문제 없음, 브랜드 가이드라인 준수	"로고 해상도 부족", "문구 50자 초과", "타사 이미지 무단 사용 의심"

## 승인/반려 처리 프로세스

단계	내용
1. 검토 시작	관리자가 "승인 대기" 캠페인 클릭 → 4개 항목 체크리스트 화면 진입
2. 항목별 확인	각 항목별로 [통과] 또는 [문제있음] 선택, 문제 시 사유 입력 필수
3. 최종 판정	4개 항목 모두 [통과] 시 [승인] 버튼 활성화, 1개라도 [문제있음] 시 [반려] 버튼만 활성화
4. 결과 통보	승인 시: 광고주에게 "잔금 결제 요청" 알림 발송, 반려 시: 광고주에게 "반려 사유 및 수정 요청" 알림 발송
5. 재심사	광고주가 수정 후 재제출 시 동일 프로세스 반복

## 5-3-3. 파트너 관리 모듈

기능	내용
파트너 목록/필터	등급, 보고율, 재고 상태, 상권 태그 필터링, 표시 항목(매장명, 대표자, 등급, 보고율, 현재 재고)
신규 가입 승인	사업자 정보, 매장 사진, 음료 가격 3종 검수, 주소/정보 확인 후 [최종 승인] 또는 [반려(사유 입력)]
등급/정산 관리	점수제 기반 자동 등급, 수동 보정 시 Audit Log 기록, 월별 정산 내역(브론즈 결제/플래티넘 인센), 이의 7일 신청
승인/복구 로그 모니터링	리워드 사용 승인/복구 이력, 비정상 사용 시 어뷰징 알림
스팟 체크 (미스터리 쇼퍼)	관리자(또는 위임인)가 파트너 매장에 불시 방문하여 현장 운영 상태 확인

#### 5-3-4. 소비자 관리 모듈

기능	내용
회원 목록	전체 소비자 리스트, 검색(닉네임/이메일), 표시 항목(가입일, 보유 쿠폰/포인트, 참여 캠페인 수, 상태)
어뷰징 관리	기기 기준 1일 10회 초과 접속 시도 감지 리스트, 어뷰징 의심 계정 [정지]/[해제] 처리

#### 5-3-5. E-Commerce 모듈

기능	내용
주문 통합 관리	플랫폼 전체 E-Com 주문 리스트, 검색/필터링(광고주/상태), 표시 항목(주문번호, 광고주명, 제품명, 소비자, 배송 상태, 결제 금액)
상품(제품) 관리	전체 제품 DB, 검색/필터링, 부적절 상품(주류 등) [비활성화] 처리
리뷰 관리 (AI)	AI 자동 검토 → 욕설/비방/스팸성 리뷰 '블라인드' 처리 내역 리스트, 관리자 사후 검토 [복구]/[영구 삭제]

#### 5-3-6. 운영/정책 설정 모듈

기능	내용
AI 스타일 템플릿 룰 엔진	A/B/C/D 템플릿별 페르소나, 색상/폰트/이미지, 적용 조건 드래그앤드롭 관리
단가 및 수수료 정책	컵홀더 단가, Boost, E-Com 수수료 설정, 변경 이력 Audit Log
리뷰·CS 정책	욕설/비방/개인정보 노출 리뷰 자동 블라인드 조건, 신고 타입 설정
플랫폼 광고 설정	내부 광고 상품 노출 위치(소비자 홈/마이페이지), 단가 정책(CPM/CPC/CPT) 설정
공지/정책 관리	공지사항, 이용약관, 개인정보처리방침, 멤버십 정책 수정 텍스트 에디터

### 5-3-7. 계정·보안·감사 로그 정책

항목	내용
계정 원칙	마스터 관리자 1인 운영, 이메일 + 비밀번호 + 2단계 인증
접속 허용 범위	국내 IP 우선 허용, 동시 세션 수 제한(1 ~ 2개)
로그인 보안	5회 실패 시 일시 잠금, 새 기기 로그인 알림
감사 로그 수집	정산 조정, 등급 수동 조정, 캠페인 승인/반려, 정책 변경, 민감 정보 조회

### 감사 로그 포함 정보 (7가지 필드)

필드	설명
Timestamp	로그 발생 시각
Admin ID	작업 수행 관리자 ID
IP/User-Agent	접속 IP 및 브라우저/기기 정보
Action Type	수행한 작업 유형 (조회/수정/삭제/승인 등)
Target	작업 대상 (캠페인 ID, 파트너 ID, 정산 ID 등)
Previous/New Value	변경 전/후 값 (설정 변경 시)
Reason	작업 사유 (필수 입력)

| 로그 저장 정책 | 업무 DB와 분리, 최소 3년 보존, 삭제·수정 원칙적 불가 |

| 메타 로그 정책 | 불가피하게 로그 삭제 시 "어떤 로그가 언제 누구에 의해 삭제되었는지"를 다시 남기는 메타

## 로그 생성 |

| 보안 이상 징후 감지 | 비정상 로그인 패턴, 비정상 설정 변경 패턴 감지 → 경보 + High Risk 태그 |

| 보안 사고 대응 | 긴급 차단 → 영향 범위 파악 → 무결성 검증·복구 → 리포트·재발 방지 |

## 보안 사고 대응 4단계 상세

단계	내용
1단계: 긴급 차단	비밀번호 변경, 2단계 인증 재설정, 세션 강제 로그아웃
2단계: 영향 범위 파악	감사 로그 추출, 의심 기간 내 모든 작업 이력 분석
3단계: 무결성 검증	삼각 검증 수행, 이상 발견 시 백업본으로 복구
4단계: 조치 이력 기록	보안 사고 리포트 작성, 재발 방지 대책 수립 및 문서화

## 5-3-8. FDS 및 정산 무결성

구분	탐지 대상	조건 예시
소비자 측	과다 참여	동일 디바이스 1일 10회 이상
소비자 측	위치 불일치	GPS와 LOT 매장 위치 500m 이상 차이
소비자 측	다계정 어뷰징	동일 기기/IP에서 다수 계정 생성
파트너 측	소진 보고 이상	전일 대비 ±200% 급변 반복
파트너 측	복구 남용	리워드 복구 빈도 비정상적 과다
공모 사기	파트너-소비자 콜루전	특정 매장에서 소수 사용자만 고가 리워드 반복 당첨
정산 무결성	삼각 검증	보고량 vs QR스캔량 vs 리워드 사용량 대조

## 5-4. 문의 및 리뷰 프로세스

항목	내용
1:1 문의 모니터링	(읽기 전용) 소비자↔광고주 간 1:1 문의 내역 모니터링 (분쟁 발생 시 개입 근거)
CS 신고 접수	소비자가 'CS 신고하기'로 접수한 내역(불량 컵홀더, QR 오류 등) 리스트, 처리 상태(접수/확인중/완료)

항목	내용
챗봇(SARAH) 설정	챗봇이 응대할 시나리오(질문/답변) 생성/수정 에디터
SARAH 연동	각 주체별 챗봇 로그·티켓 전환 현황 모니터링, FAQ 템플릿 관리

## 6. 광고주

---

### 6-1. 라이프 사이클

단계	내용
회원가입	회사 정보, 담당자, 정산 계좌 입력
캠페인 생성	10단계 위자드로 캠페인 설계 (보증금 10% 선결제 후 AI 활성화)
승인 대기	관리자 검수 후 승인/수정 요청/반려
캠페인 운영	실시간 KPI 모니터링, E-Com 주문·배송 관리
정산	월말 정산 내역 확인, 이의신청 가능
탈퇴/휴면	진행 중 캠페인·미정산 없을 시 탈퇴 가능, 데이터 보존 정책 적용

### 6-2. 화면 아키텍처 및 인터랙션

---

#### 6-2-1. 광고주 홈 화면 (대시보드)

##### 캠페인 성과 (KPI)

8종 지표 그래프 및 차트: 전체 참여자 수, 실시간 참여율(3h), 지역별, 성별/연령, 쿠폰/포인트 사용량, 리워드 소진율, 상위 지역(지역명), 지도

##### E-Commerce 현황

항목	내용
신규 주문 (N건)	클릭 시 주문 관리 페이지 이동
배송 준비중 (N건)	클릭 시 배송 관리 페이지 이동
총 매출액 (이번 달)	클릭 시 정산 페이지 이동
1:1 문의 (N건)	클릭 시 CS 인박스 이동
신규 리뷰 (N건)	클릭 시 리뷰 관리 이동

## 경품/재고 현황

게임 경품 소진율(%) / E-Com 제품 실시간 재고 (Top 5) / 재고 부족(10개 미만) 경고

## 캠페인별 지도

현재 진행 중인 캠페인 지도 (사후 배정핀이 찍힌 지도 노출, 등급/일별 소진수 비공개)

## 6-2-2. 사이드바 메뉴 구조

1차 메뉴	2차 메뉴
홈/대시보드	홈(대시보드), 알림 센터
캠페인 관리	캠페인 목록, 새 캠페인 만들기(10단계 위자드), 캠페인 상세 설정
상품·E-Commerce	상품 목록, 상품 등록/수정, 주문·배송 관리
스토어 관리	미니 홈피 설정, 리뷰 관리, 고객 문의(CS)
리포트·데이터	요약 리포트, 상세/교차 리포트(유료), 데이터 보존 현황
플랫폼 배너 광고	배너 캠페인 목록, 새 배너 캠페인 만들기
CS·리뷰·챗봇	1:1 문의함, 리뷰 관리, 브랜드 전용 챗봇 설정(SARAH)
멤버십·결제	멤버십 플랜 관리, 결제·청구 내역
계정·팀 관리	계정 정보, 팀원 초대/권한(로드맵)

## 6-3. 파트 별 시스템 설계 및 연동 명세

---

### 6-3-0. 캠페인 목적별 유형 정의

광고주는 캠페인 생성 시 "브랜딩형" 또는 "마케팅형" 중 하나를 선택한다. 선택값에 따라 사용 가능한 기능과 리워드 구조가 달라진다.

#### 브랜딩형 캠페인

항목	내용
목적	제품 판매 없이 브랜드 인지도·SNS/사이트 이동 목적
설문/게임	사용 가능
E-Com 리워드	등록 불가 (쿠폰/포인트/상품 등 WITHFORM 내 리워드 사용 불가)
허용 리워드	외부 이벤트 참여권, SNS 팔로우 유도, 외부 사이트 방문 등으로 한정

#### 마케팅형 캠페인

항목	내용
목적	제품 판매·쿠폰 발급·포인트 등 직접적인 매출 및 퍼포먼스 목적
설문/게임	사용 가능
E-Com 리워드	등록 가능 (쿠폰/포인트/상품 등)
핵심 플로우	설문 결과 → 제품 추천 → E-Com 결제 연결, 실제 구매 전환이 핵심

※ 6-3-1 캠페인 위자드 2단계 "목적 설정"에서 위 유형 중 하나를 선택한다.

---

### 6-3-1. 10단계 캠페인 생성 위자드

단계	내용
1. 캠페인 기본 정보	캠페인명, 진행 기간, 내부 메모
2. 목적 설정	브랜딩형 / 마케팅형 선택
3. 타깃 설정	지역, 상권 유형, 고객층(최대 5개), 성별/연령
4. 브랜드/로고 등록	브랜드 프로필 카드 생성
5. 제품 등록	최대 20종, 재고·가격·옵션 입력
6. 보증금 결제	총액의 10% 선결제, 완료 시 AI 편집 활성화
7. AI 설문·결과·디자인 생성	AI 엔진 연동
8. 게임/리워드 설정	1 ~ 6등 광고주 리워드, 7등 파트너 리워드 슬롯 (안내 문구: "파트너 매장 방문 시 매장 리워드 제공"), 확률 배분, 예산 시뮬레이션
9. 미리보기	모바일/웹/컵홀더 시안, 전체 플로우 시뮬레이션
10. 제출	"승인 대기" 상태, 수정 이력 관리

### 7등(꼴등) 리워드 대체 규칙

파트너 리워드 상태	7등 리워드
ON	파트너가 설정한 매장 쿠폰/포인트 제공
OFF	광고주가 설정한 꼴등 상품으로 대체

### 6-3-2. 스토어 관리

기능	내용
미니 홈피 설정	소비자에게 노출될 '미니 홈피(스토어)'의 대문 설정 (브랜드 로고, 상세 설명 입력)
리뷰 관리	내 제품에 달린 소비자 리뷰 리스트 (AI가 1차 승인), [답글 작성] 기능
고객 문의(CS)	소비자가 보낸 1:1 문의 내역 (인박스 형태), [답변하기] 기능

### 6-3-3. 데이터 보존 및 멤버십 정책

#### 기본(무료) 멤버십 데이터 보존 정책

기간	가능	불가
캠페인 종료 후 1개월차 (유예 기간)	멤버십 전환 가능, 데이터 열람/다운로드, E-Com 배송/CS 처리	신규 캠페인 생성, '미니 홈피' 신규 판매
캠페인 종료 후 2개월차 (최종 제한)	오직 기존 주문의 '배송/CS 응대'만 가능	멤버십 전환 불가, 데이터 열람/다운로드, 신규 활동 일체
2개월 경과 후	-	개인정보 포함 데이터 영구 삭제(Hard Delete)

#### [새 캠페인으로 복사] 버튼

데이터 보존 기간이 만료되어 참여자 데이터가 삭제되더라도, 캠페인 설정값(Metadata)은 유지되어 신규 캠페인 생성 시 재활용할 수 있다.

구분	항목
복사되는 항목	브랜드 정보, 제품 리스트, 설문 구조, 게임 확률 설정, 리워드 구성, 타깃 조건, 컵홀더 디자인 템플릿
복사되지 않는 항목	참여자 데이터, 정산 내역, 개인정보, 기간/예산 (재설정 필요)

사용 시점	내용
위치	캠페인 목록 > 종료된 캠페인 > [새 캠페인으로 복사] 버튼
동작	클릭 시 10단계 위자드 1단계로 이동, 기존 설정값 자동 입력
수정	복사 후 모든 항목 자유롭게 수정 가능

### 6-3-4. 플랫폼 내부 배너 & 브랜드 전용 챗봇

기능	내용
앱/웹 내부 배너 광고	컵홀더 외 플랫폼 내 배너 구좌 구매, CPM/CPC/CPT 과금, 행동 기반 타깃팅
브랜드 전용 챗봇 설정	FAQ 질문·답변 등록, 말투 선택, 해결 불가 시 1:1 문의 전환

## 6-4. 문의 및 리뷰 프로세스

항목	내용
1:1 문의함	소비자 문의 티켓 조회·답변, 캠페인·상품·주문·기타 분류
리뷰 관리	E-Com 리뷰 리스트, 평점, AI 블라인드 여부, 답글 등록/수정
브랜드 전용 챗봇(SARAH)	FAQ 등록, 말투 선택, 1:1 문의 자동 전환

## 6-5. 권한 및 제한

계정 유형	권한
대표 계정	결제, 캠페인 최종 확정, 멤버십 관리, 팀원 초대
직원 계정	캠페인 작성/수정, CS 응답, 리포트 열람 (결제·확정 권한 없음)

## 7. 파트너

### 7-1. 라이프 사이클

단계	내용
영업	위드폼 본사가 직접 카페 방문, 홈페이지 내 영업용 PPT로 서비스 설명
회원가입	사업자 정보, 매장명, 연락처, 정산 계좌 입력
온보딩	주소·지도 편, 영업 시간, 상권·고객층, 음료 가격, 리워드 설정, 광고 수용 범위 선택

단계	내용
관리자 승인	워드폼 관리자 검토 및 승인 후 기능 사용 가능
일상 운영	일일 소진 보고, 리워드 승인, 메뉴/주문 관리(오더형/복합형)
등급 산정	보고율+스캔율+결제 기능 점수제 기반 자동 등급 (실사용 기간만 누적)
정산	월말 정산, 인센티브(플래티넘)/비용(브론즈) 정산, 이의신청
탈퇴	미처리 주문·미정산 없을 시 탈퇴, 30일 유예 후 데이터 영구 삭제

## 7-2. 화면 아키텍처 및 인터랙션

### 7-2-1. 파트너 홈 상단 공통 UI

위치	구성 요소
좌측 상단	WithFoM 로고, 파트너 로고 + 매장명, 멤버십 뱃지(일반/플러스/프리미엄)
우측 상단	현재 등급 마크(클릭 시 등급/멤버십 정책 안내), 알림(종) 아이콘, 서비스 타입 표시(리워드형/오더형/복합형)

### 알림(벨) 아이콘 클릭 시 표시 항목

알림 유형	내용	우선순위
리워드 승인 대기	"N건의 리워드 사용 요청이 대기 중입니다"	높음
결제 승인 대기	"N건의 결제 승인 요청이 있습니다" (오더형/복합형)	높음
일일 소진 보고 미완료	"오늘 소진 보고가 아직 완료되지 않았습니다"	높음
재고 부족 경고	"컵홀더 재고가 N개 남았습니다. 발주를 권장합니다"	중간
이상치 경고	"보고량 급증/급감이 감지되었습니다. 확인해주세요"	중간
등급 변동 알림	"다음 달 등급이 [등급]으로 변경될 예정입니다"	낮음
정산 완료 알림	"이번 달 정산이 완료되었습니다"	낮음
캠페인 신규 매칭	"새로운 캠페인이 매칭되었습니다"	낮음

## 7-2-2. 홈 대시보드 (Today vs Total)

영역	내용
상단 등급·알림	현재 등급 배지, 다음 달 예상 등급, 미처리 To-Do 숫자 배지
오늘(Today) 패널	오늘 주문 건수, 매출액, 컵홀더 소진량, 리워드 사용 건수
누적(Total) 패널	이번 달 매출액, 소진량, 예상 정산 금액, 30일 재방문율
리워드 현황	쿠폰/포인트/스탬프별 오늘 발급/사용/사용률
경고/주의 위젯	재고 30% 이하, 연속 미보고, 복구 과다 FDS 경고

## 7-2-3. 대시보드 보드 구성 (5개 보드)

### 보드 1: 리워드 사용 내역 보드 (승인 요청)

항목	내용
대상	리워드 기능을 ON한 파트너
구성	최대 5개 카드에 최근 리워드 사용 요청 표시
카드 표시	리워드 종류, 사용자명, 매장명/로고(배경), 사용 금액/조건 요약
하단 버튼	승인 / 거절 + 60초 카운트다운 타이머
자동 승인	60초 이내 미응답 시 자동 승인 처리
클릭 시	"리워드 사용" 페이지로 이동
미사용 시	리워드 기능 OFF 매장은 보드 미노출

### 승인 이력 관리

항목	내용
이력 유지	승인 완료 후 최근 5개 이력 유지
초기화	매일 영업시간 시작 시 초기화 (24시간 매장 제외)
취소 연동	소비자가 주문 취소 시 해당 승인 박스 자동 사라짐

## 보드 2: 결제 내역 보드 (승인 요청)

항목	내용
대상	위드폼 결제 기능 사용 파트너
구성	최대 5개 카드에 최근 결제 내역 표시
카드 표시	주문 내용(메뉴·옵션·금액), 사용된 리워드 정보, 사용자명, 매장명/로고(배경)
하단 버튼	승인 / 거절 + 60초 카운트다운 타이머
자동 승인	60초 이내 미응답 시 자동 승인
클릭 시	"결제 페이지"로 이동
미사용 시	결제 기능 미사용 매장은 보드 미노출

## 보드 3: 주문 현황 보드

박스	내용
박스 1	오늘 주문 / 누적 주문 수 요약
박스 2	컵홀더 소진·테이크아웃 비중 요약 (결제 기능 사용 시 테이크아웃 건수 기반 계산)
박스 3	매출 요약 (오늘 매출 / 누적 매출)
클릭 시	결제/매출 상세 페이지로 이동

## 보드 4: 리워드 현황 요약 보드

박스	내용
쿠폰 박스	오늘/토탈 발행량·사용량
포인트 박스	오늘/토탈 발행량·사용량
스탬프 박스	오늘/토탈 적립량·사용량
클릭 시	"리워드 현황(상세 페이지)"로 이동

## 보드 5: 컵홀더 현황 보드

박스	내용
박스 1	총 입고 가능 수량 vs 현재까지 입고된 수량
박스 2	총 입고량 vs 누적 사용량 vs 현재 재고량 + "바로 발주하기" 버튼
박스 3	최근 6개월 평균 보고율 (총 입고량과 보고한 소진량 비교)
클릭 시	"컵홀더 발주" 또는 "일일 소진 보고" 페이지 이동

## 7-2-4. 사이드바 메뉴 구조

1차 메뉴	2차 메뉴
홈(대시보드)	Today/Total 패널, 리워드·재고·경고 위젯
일일 소진 보고	오늘 소진량 입력, 캘린더 뷰
컵홀더 발주	회차별 조회, 추가 발주, 자동 발주 임계치
메뉴 오더	실시간 주문 리스트 (리워드형 미노출)
메뉴 관리	카테고리/메뉴/옵션 관리 (리워드형 미노출)
리워드	리워드 현황, 리워드 사용, 리워드 설정
매장 정보·지도/아이콘	기본 정보, 주소·지도 편, 지도 아이콘 관리
정산·등급	오더 정산 내역, 등급·인센티브
도움말·문의(SARAH)	FAQ, 챗봇 상담, 1:1 문의
설정·계정 관리	서비스 탑업 설정, 알림 설정, 계정·보안

## 7-3. 파트 별 시스템 설계 및 연동 명세

### 7-3-1. 서비스 타입 설정

타입	리워드	오더	설명
리워드형	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	QR 스캔 후 게임/리워드만, 앱 주문 불가, 메뉴 오더/관리 미노출
오더형	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	앱 주문·결제만, 게임/리워드 없음
복합형(권장)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	리워드 + 오더 모두 사용, 쿠폰/포인트 결제 시 자동 적용

### 7-3-2. 일일 소진 보고

#### 대시보드 내 일일 소진 보드

항목	내용
상단	전일 소진량 표시 + "수정" 버튼
중간	오늘 소진량 입력창 + 제출 버튼
상태 표시	오늘 보고 완료/미완료
보드 색상	미완료: 빨간색 / 완료: 그린 컬러
수정 가능 시간	익일 영업 시작 후 2시간 이내까지만 수정 허용
24시간 매장 예외	24시간 매장은 다음 날 오전 11:00까지 수정 가능

#### 일일 소진 보고 페이지 (사이드바)

영역	내용
상단	오늘 소진량 입력 영역 (대시보드와 동일 데이터 연동)
하단	캘린더 뷰 (날짜별 소진량 표시, 월 단위 이동 가능)
수정 규칙	해당 영업일의 영업 시작 후 2시간 이내에는 수정 허용, 이후 읽기 전용
경고	일일 평균 소진량 대비 1.5배 이상 차이 시 경고 메시지 노출

## UI 문구

상황	문구
수정 버튼 옆 안내	실수/누락이 있으면 수정할 수 있어요. (익일 오픈 후 2시간까지)
수정 불가 팝 업	수정 기간이 종료되었습니다. 전일 소진량은 익일 오픈 후 2시간까지만 수정할 수 있어요.
입력값 경고	입력하신 하루 평균 소진량이 평균 대비 크게 차이 납니다. 값이 맞으면 그대로 제출하시고, 실수라면 수정 후 다시 제출해 주세요.

## 7-3-3. 컵홀더 발주

### 회차·기간별 조회 보드

항목	내용
현재 진행 중인 컵홀더 회차 번호 표시	회차 버튼 클릭 시 과거 회차 이력 조회
기간별 검색	시작일~종료일 지원
회차별 표시 항목	총 계약 수량, 입고 수량, 입력한 소진량 합, 재고 수량, 재고율(프로그레스 바), 예상 사용 기간, 하루 평균 소진량

### 추가 발주 신청 보드

버튼	내용
빠른 발주 (100%)	기본 발주량으로 1회 재주문
150% 발주	기본 발주량의 150%
200% 발주	기본 발주량의 200%

## 빠른 발주 확인 팝업 (UI)

항목	내용
제목	빠른 발주를 신청할까요?
본문	확인을 누르면 컵홀더 발주가 접수됩니다. 접수 후에는 진행 상태에 따라 변경이 제한될 수 있습니다.
버튼	취소 / 발주 신청

## 자동 발주 임계치 설정

항목	내용
설정 방식	슬라이드 바 20% ~ 40% 범위
기본값	30%
동작	재고가 임계치에 도달하면 알림 노출, 향후 자동 발주 옵션과 연계 가능
권장 가이드	소진 속도 빠름 → 40%, 소진 속도 보통 → 30%, 소진 속도 느림 → 20%

## 일 평균 소진량 계산 (AI 추정)

추가 발주 발생 시, 일 평균 소진량을 재산정하여 관련 모듈 및 집계 파이프라인에 자동 반영한다.

항목	내용
계산식	일 평균 소진량 = $(R \times (1 - t)) / D$
R	입고 수량 (발주 수량)
t	임계치 비율 (예: 30% → 0.30)
D	입고 후 임계치 도달까지 걸린 일수

## 계산 예시

상황	계산 과정	결과
R=2,000개, t=0.30, D=10일	$(2,000 \times 0.70) / 10 = 140$	일 평균 140개
R=3,000개, t=0.40, D=14일	$(3,000 \times 0.60) / 14 = 128$	일 평균 128개

## AI 추정치 안내 문구 (UI)

위치	문구
소진량 표시 옆 툴 팁	이 소진량은 입고 수량, 임계치 설정, 추가 발주 시점을 바탕으로 AI가 자동 산출한 '추정치'입니다.

## 7-3-4. 메뉴 오더 (카페 메뉴 주문)

적용 대상: 오더형 / 복합형 (리워드형에는 미노출)

### 기본 레이아웃

영역	내용
상단	주문 리스트 보드
하단	주문 상세 보드 (주문 리스트에서 카드/행 클릭 시 표시)

### 주문 리스트 표시 항목

주문 번호, 주문 채널(매장/테이크아웃/위드폼 오더), 주문 시간+경과 시간(예: 10:02, +3분), 메뉴 요약(메뉴 명/옵션/수량), 총 결제 금액, 결제 상태(선결제/후결제), 리워드 사용 여부(쿠폰/포인트/스탬프 간단 표시), 현재 상태(신규/준비중/준비완료/취소), 상태 변경/취소 버튼

### 필터/검색

기간(오늘/어제/기간), 상태(전체/신규/준비중/준비완료/취소), 채널(매장/테이크아웃/오더), 주문번호/닉네임 검색

### 주문 상태 플로우

상태	버튼	설명
신규	[승인] / [취소]	주문 접수
준비중	[준비 완료]	포장/제조 진행
준비완료	(추가 버튼 없음)	상태 표시, 픽업 완료는 추후 고급 옵션
취소	-	취소된 주문

### 주문 접수 후 품절 대응 (Fail-safe)

주문 접수 후 해당 메뉴가 품절된 경우, 점주가 일방적으로 취소하지 않고 소비자에게 선택권을 주는 프로세스이다.

단계	내용
1	점주가 [품절 안내 발송] 버튼 클릭
2	소비자에게 "매장 사정으로 주문 처리가 어렵습니다" 알림 발송
3	소비자가 직접 [주문 취소] 실행
4	즉시 취소·환불 처리

| 목적 | 점주가 일방적으로 취소할 때 발생하는 소비자 불쾌감 최소화 |

### 7-3-5. 메뉴 관리 (카페 메뉴 관리)

적용 대상: 오더형 / 복합형 (리워드형에는 미노출)

#### 기본 레이아웃

영역	내용
상단	메뉴 현황 요약 보드
좌측/상단	카테고리 관리 보드
중앙	메뉴 리스트·편집 보드
우측/모달	옵션 그룹·리워드·시간대 설정 보조 보드

#### 메뉴 현황 요약 보드

전체 메뉴 수, 판매 중 메뉴 수, 숨김 메뉴 수, 리워드 사용 가능 메뉴 수, 리워드 제외 메뉴 수, 시간대별 판매 설정 적용 메뉴 수 (수치 클릭 시 아래 메뉴 리스트 필터에 반영)

## 카테고리 관리 보드

카테고리 추가/수정/삭제, 노출 ON/OFF, 정렬(위/아래 이동), 카테고리 선택 시 해당 카테고리 메뉴만 중앙 리스트에 표시

## 메뉴 리스트/편집 보드 컬럼

메뉴명, 카테고리, 기본 가격, 옵션 그룹 사용 여부, 노출 상태(ON/OFF), 리워드 사용 가능 여부(가능/제외), 시간대 설정(항상 판매/특정 시간대), 정렬 순서, [편집] 버튼

## 편집 패널 (또는 모달)

구분	내용
기본 정보	국문/영문 메뉴명, 설명, 카테고리
가격	기본/사이즈별 가격
옵션	옵션 그룹 선택 및 추가 금액
리워드	쿠폰/포인트/스탬프 가능 여부 또는 제외
시간대	항상/요일·시간대
노출	소비자 화면 ON/OFF

## 이미지 업로드 & 강제 Crop Tool

항목	내용
비율	메뉴 사진 업로드 시 1:1 정사각형 비율 Crop Tool 강제 실행
조작	가이드 박스 안에서 위치·확대/축소 조정 후 [자르기] 필수
목적	소비자 앱 메뉴 리스트에서 모든 썸네일이 통일된 규격으로 노출

## 옵션 그룹 관리

옵션 그룹 목록(샷/시럽/우유 등) 및 옵션별 추가 금액, 여러 메뉴에 일괄 적용 가능

## 시간대 템플릿

모닝/티타임 등 자주 사용하는 시간대 템플릿 저장, 메뉴 시간대 설정 시 템플릿 선택으로 빠른 적용

## 품질·단종 처리

유형	설명
오늘만 품절	자정(00:00) 이후 자동으로 다시 판매 상태로 복구
계속 품절	메뉴 단종 또는 장기 품절 시 사용, 점주가 직접 해제할 때까지 품절 유지

### 7-3-6. 리워드 상세 (현황 / 사용 / 설정)

#### 리워드 현황 페이지

영역	내용
상단 검색바	닉네임 또는 회원번호로 검색
탭 버튼	쿠폰 / 포인트 / 스템프 선택

#### 쿠폰 현황

보드	내용
보드 1	쿠폰 사용량 TOP5 (쿠폰명, 사용량, 사용률)
보드 2	쿠폰 현황 4박스: 발행(오늘/토탈), 사용완료(오늘/토탈), 기간만료 리턴 수량, 사용 가능(미사용) 수량
보드 3	실시간 쿠폰 로그(최대 20개): 발행/사용/만료 등 모든 이벤트
헤더 필터	좌측: 전체 또는 개별 쿠폰 선택 드롭다운 / 우측: 기간 필터(3개월/6개월/1년/직접 설정)

#### 포인트 현황

보드	내용
보드 1	포인트 사용량 TOP5 (회원 닉네임, 회원번호, 사용량, 사용률)
보드 2	포인트 현황 4박스: 발행(오늘/토탈), 사용완료(오늘/토탈), 기간 만료 소멸, 사용 가능 포인트
메뉴 연동	결제 연동 시 어떤 메뉴 결제에 사용되었는지 기록

#### 스탬프 현황

보드	내용
보드 1	스탬프 수집량 TOP5 (회원 닉네임, 회원번호, 수집량, 수집률, 사용량, 사용률)
보드 2	스탬프 현황 4박스: 발행(오늘/토탈), 사용완료(오늘/토탈), 기간 만료 소멸, 사용 가능 스팩프
메뉴 연동	결제 연동 시 어떤 메뉴에 사용되었는지 기록

## 리워드 사용 페이지

항목	내용
검색/필터	날짜/주/월, 고객별/리워드별, 쿠폰 검색 시 파트너 생성 쿠폰 목록 선택
초기화 버튼	오늘 기준으로 리셋
사용 내역 리스트	1페이지 20개, 최대 5페이지(100개)

## 리워드 설정 페이지

보드	내용
리워드 참여 여부 보드	리워드 기능 ON/OFF 설정
리워드 생성 보드	기본 1개 입력 박스 + "리워드 추가" 버튼(최대 6개) 번호, 수정/삭제 버튼, 유형(쿠폰/포인트), 리워드명, 금액 또는 할인율, 조건 설명, 총 발행 수량, 유효기간, 확인 버튼
리워드 조건 유형 보드	최소/최대 결제금액, 메뉴(카테고리/단일), 채널(매장/테이크아웃/오더), 고객(신규/단골), 시간/요일 조건
리워드 당첨 확률 보드	상단: 생성된 리워드 개수, 총 확률 합계 / 리스트: 리워드별 당첨 확률 입력, 예산, 최소 총 매출 추정 / 우측: 토탈 예산 / 토탈 최소 매출
스탬프 생성 보드	사용 가능 등급: 플러스 이상, 카드 템플릿 5종 선택, 스팩프 1개당 적립 기준 금액, 유효기간(무기한 가능), 혜택 설정(최대 3개 구간)
사용 제한 설정 보드	쿠폰: 1일 사용 횟수, 1회 결제당 개수 / 포인트: 1일 사용 가능 총액, 1회 결제당 결제 금액 대비 비율

### 7-3-7. 스템프 요청 (오더 미사용 파트너)

적용 대상: 위드폼 오더 미사용 + 스템프 기능 ON 매장

항목	내용
고객 등작	스탬프 적립 조건 충족 시 앱/웹에서 "스탬프 적립 요청"
파트너 등작	대시보드의 리워드 사용 보드에 "스탬프 적립 요청 카드"로 노출, 승인/거절
파트너 안내 역할	스탬프 시스템 모르는 고객에게 단골 지정 + 스템프 적립 가능 안내
첫 방문 고객	위드폼에서 매장 검색 → 단골 지정 시 스템프 카드 자동 생성됨 안내

### 7-3-8. POS 하이브리드 알림 & 리워드 승인

기능	내용
위드폼 에이전트(PC)	주문 발생 시 화면 팝업+사운드 / 프린터 자동 출력 / 복합 모드 선택
리워드 승인 플로우	소비자 [사용하기] → 파트너 승인 팝업 → 1분 내 응답 없으면 자동 승인
오류 복구	잘못 승인 시 [복구] 버튼으로 리워드 되살리기, 복구 로그 FDS 연동

### 7-3-9. 등급 및 정산 구조

#### 등급 산정

기준: 보고율 점수(45%) + 스캔율 점수(45%) + 결제 기능 점수(10%) 가중 합산

사용 기간 기준: 캘린더 경과가 아닌 '광고 매체 실제 사용 기간'만 누적

등급: 브론즈(36점 미만), 실버(36점 이상), 골드(55점 이상), 플래티넘(73점 이상)

#### 정산 프로세스

월말 마감 → 삼각 검증(보고량 vs QR스캔량 vs 리워드 사용량) → 7일 이의신청 → 확정 → 지급

#### 회수/오염 패널티

항목	내용
회수 발생 시	캠페인 종료 전 회수된 컵홀더 수량만큼 정산에서 차감
오염 발생 시	오염으로 인한 폐기 수량만큼 정산에서 차감, 반복 발생 시 등급 재검토

### 7-3-10. 결제·정산 증빙 서류

#### 메뉴 구조

상위	하위	포함 서류
결제	결제 증빙	세금계산서, 카드매출전표, 현금영수증, 거래명세서, 납품서
정산	정산 증빙	정산명세서, 지급내역, 수수료 증빙, 정산 조정 내역

#### 결제 증빙 (파트너가 지불한 금액)

서류	용도	발행 조건
세금계산서	세무 증빙 (매입공제)	B2B 거래, 카드 미결제 시
카드매출전표/현금영수증	적격 증빙	카드/현금 결제 시 (세금계산서와 중복 발행 금지)
거래명세서	거래 내용 증빙	모든 거래
납품서/출고증	실물 납품 확인	컵홀더 배송 시

#### 정산 증빙 (파트너가 받는 금액)

서류	용도	발행 조건
정산명세서	정산 금액 확인	매 정산 회차
지급내역/입금확인서	입금 완료 확인	지급 완료 시
수수료 증빙	플랫폼 수수료 세금계산서	수수료 발생 시
정산 조정 내역	이의신청 반영 내역	조정 발생 시

#### 다운로드 페이지 필수 필드

필드	옵션
기간 필터	일 / 주 / 월 / 직접 선택
문서 유형 필터	세금계산서 / 영수증 / 명세서 / 기타
상태 배지	발행완료 / 발행대기 / 지급완료 / 정산예정

### 7-3-11. 캠페인 매칭 포기 사유

파트너가 캠페인 매칭 후 포기(진행 불가) 시 선택하는 사유 목록이다.

#### 캠페인 매칭 알림 문구 (UI)

컵홀더 캠페인이 매칭되었습니다. 오늘부터 배포를 시작해 주세요.

#### 운영/인력 이슈

사유
직원 인력 부족으로 캠페인 운영이 어렵습니다
매장 혼잡(피크타임 과밀)으로 배포·안내가 어렵습니다
신규 직원/대체 인력 투입으로 운영 안정화가 필요합니다

#### 재고/물류/설비 이슈

사유
컵홀더 보관 공간이 부족합니다
컵홀더 배송 지연/미도착으로 시작이 어렵습니다
컵홀더 규격(사이즈)이 매장 컵과 맞지 않습니다
매장 소모품(컵/뚜껑 등) 변경으로 호환이 어렵습니다

#### 일정/휴무/매장 상태 변화

## 사유

임시 휴무/단축 운영(리뉴얼, 공사, 이전) 예정입니다

시즌/행사 운영(대관, 단체 주문)으로 캠페인 진행이 어렵습니다

예상보다 방문객이 적어 소진 일정 충족이 어렵습니다

예상보다 방문객이 많아 기존 운영에 부담이 큽니다

## 비용/정산/결제 관련

### 사유

결제/보증금 등 비용 조건이 부담됩니다

정산 방식(주기/수수료/증빙)이 매장 정책과 맞지 않습니다

세금계산서/증빙 처리 방식이 내부 기준과 맞지 않습니다

## 캠페인 조건/정책 불일치

### 사유

캠페인 기간/물량 조건이 맞지 않습니다

배포 방식(필수 안내/QR 유도 등)이 매장 운영 방식과 맞지 않습니다

리워드/혜택 조건이 고객 반응과 맞지 않을 것 같습니다

일일 소진 보고 등 운영 규칙 준수가 어렵습니다

## 디자인/브랜드 이슈

### 사유

컵홀더 디자인이 매장 브랜드 이미지와 맞지 않습니다

컵홀더 문구/비주얼이 매장 고객층과 맞지 않습니다

매장 내부 정책상 특정 업종/콘텐츠 광고는 진행이 어렵습니다

## 시스템/기술/협업 이슈

## 사유

QR/랜딩/오더 기능 등 시스템 사용이 원활하지 않습니다

담당자 부재로 캠페인 커뮤니케이션이 어렵습니다

기타 (직접 입력)

## 7-3-12. 오더 정산 및 탈퇴·데이터 파기

항목	내용
오더 수수료	기본 6%, 오픈 이벤트 가입 시 평생 4%
정산 일정	결제일 기준 영업일 3일 후 입금
탈퇴 제한 조건	미처리 주문, 미정산 매출, 미확정 청구 금액 존재 시 차단
탈퇴 후 데이터	30일 유예 보관 → Hard Delete, 비식별 통계만 보존

## 7-3-13. 파트너 로고 업로드 규칙

항목	내용
공통 규격	PNG/SVG/JPG, 최소 512px, RGB, 투명 배경 권장, 5MB 이하
안전 여백	로고 가장자리에서 10% 이상 여백 필요 (업로드 시 가이드 툴팁 제공)
콜라보 컵홀더용	후면 카페 영역 60%에 로고+매장 이름 배치, 컬러/단색 버전 자동 생성

## 콜라보 컵홀더 레이아웃 선택

레이아웃	설명
상/하단 분할형	상단: 로고 배치, 하단: 매장명·소개 텍스트
로고 전면형	텍스트 없이 로고만 중앙에 크게 배치

## 콜라보 컵홀더 로고 크기/정렬 선택

옵션	선택값
로고 크기	작게 / 보통 / 크게 (3단계)
로고 정렬	좌측 / 중앙 / 우측 (3종)

## 지도 아이콘 (AI 생성)

항목	내용
대상	유료 CRM 파트너만
생성 방식	AI가 매장 로고·키워드·상권 정보 기반으로 3종 아이콘 자동 생성 → 1개 선택 적용
재생성 제한	월 1회까지 무료 재생성, 화면에 "이번 달 남은 재생성 횟수: N회" 표시

## 7-3-14. 매장 정보·지도/아이콘 관리

### 기본 정보 관리

항목	내용
매장명	사업자 등록 상호명 또는 브랜드명
주소	도로명 주소 + 상세 주소
영업 시간	요일별 오픈/마감 시간, 휴무일 설정
연락처	대표 전화번호

### 주소·지도 핀 설정

항목	내용
지도 핀 위치	입구 위치 기준으로 핀 지정 (드래그 조정 가능)
핀 위치 가이드	매장 건물 중앙이 아니라 실제 손님이 출입하는 '입구 위치'에 최대한 맞추도록 안내 툴팁 제공
소비자 지도 연동	설정된 핀이 소비자 홈 화면 파트너 지도에 자동 노출
캠페인 리스트 연동	해당 매장에서 진행 중인 캠페인이 핀 클릭 시 자동 표시

## 지도 아이콘 관리

항목	내용
기본 아이콘	등급별 기본 핀 아이콘 자동 적용
커스텀 아이콘	유료 CRM 파트너만 AI 생성 아이콘 3종 중 1개 선택 가능
키워드 기반 생성	매장 키워드(#힙한, #디저트 등)에 따라 배경 컬러·패턴 자동 변형, 로고 중앙 배치, 기존 매장 데이터 활용
적용 범위	소비자 홈 지도, 캠페인 상세 페이지 지도

## 7-4. 문의 및 리뷰 프로세스

항목	내용
FAQ	정산, 리워드, 오더, 물류 관련 가이드 문서
챗봇 상담(SARAH)	운영 관련 질문 1차 자동 응대
1:1 문의	챗봇 미해결 건 사람 상담 전환, 처리 이력 확인

## 7-5. 권한 및 제한

계정 유형	권한
대표 계정	전체 대시보드, 리워드/결제/정산/발주/리포트 설정 권한
직원 계정	운영에 필요한 메뉴만 제한적 사용 (예: 주문·리워드 승인 등)
탈퇴 제한	미처리 주문, 미정산 매출, 미확정 청구 금액 존재 시 탈퇴 불가

## 8. 협력사

(추후 작성 예정 – 인쇄사/물류사)

## **8-1. 라이프 사이클**

(추후 작성)

---

## **8-2. 화면 아키텍처 및 인터랙션**

(추후 작성)

---

## **8-3. 파트 별 시스템 설계 및 연동 명세**

(추후 작성)

---

## **8-4. 문의 및 리뷰 프로세스**

(추후 작성)

---

## **8-5. 권한 및 제한**

(추후 작성)

---

## **9. 소비자**

### **9-1. 라이프 사이클**

**소비자 여정 6단계**

단계	내용
진입(Entry)	카페에서 컵홀더 QR 스캔 → AI 템플릿 자동 적용
참여(Action)	설문/영상 미션 진행 → 룰렛/슬롯 게임 당첨
전환(Conversion)	카카오 싱크 1초 가입, 배송지/연락처 확보
사용/구매(Retention)	마이페이지에서 쿠폰·포인트·스탬프·주문 확인, 오프라인/온라인 사용
확산(Viral)	친구 초대/공유 시 재도전 기회 지급(1일 최대 3회)
이탈(Exit)	탈퇴 시 30일 유예 후 개인정보 영구 삭제

## 9-2. 화면 아키텍처 및 인터랙션

### 9-2-1. 하단 탭/사이드 메뉴 구조

메뉴	역할
내 쿠폰·리워드 (Wallet)	광고주 리워드 + 파트너 리워드 + 스탬프 통합 확인·사용
E-Commerce (Shop)	주문 내역, 장바구니, 반품/교환, 1:1 문의 내역
회원정보 (Profile)	닉네임, 프로필 이미지, 배송지 관리, 알림 설정, 계정/보안, 탈퇴
고객센터 (Help Center/SARAH)	챗봇 상담, 1:1 문의, 신고하기

### 신고하기 기능 상세

항목	내용
신고 유형	컵홀더 불량, QR 인식 문제, 매장 응대 이슈, 기타
사진 첨부	불량 증거 사진 첨부 가능
처리 플로우	신고 접수 → 관리자 검토 → 처리 완료 알림

### 9-2-2. 메인 화면 구성

## 상단 고정 요소 (항상 노출)

영역	내용
상단 좌측 — WithFoM 로고	클릭 시 항상 홈으로 이동, 스크롤 내려도 상단 고정
상단 우측 메뉴	로그인/로그아웃(카카오 간편가입 연동), 회원가입(닉네임 생성 필수), 광고주/파트너 페이지, 알림, 고객센터
검색창 (홈 상단 중앙)	제품명/브랜드명 검색, 최근 검색어 표시, 추천 검색어 자동 완성
상단 네비게이션 바	홈 / 진행중인 캠페인 / 파트너사 지도 / 마이페이지 / 장바구니 / 고객센터
최근 5명 당첨자 실시간 롤링	웹/앱 전체 상단 고정, 5초 간격 순환, 비식별 처리 (예: "김*수님, OO 립밤 당첨!")

## 메인 홈 본문 구성

순 서	영역	내용
①	메인 히어로 배너 (광고 슬롯)	광고주가 구매하는 CPT/CPC/CPM 광고 노출
②	"위드폼 이용 방법" 안내 블록	3단 카드형 UI (1. 컵홀더 QR 찍기 → 2. 설문/게임 참여 → 3. 구매·수령하기)
③	실시간 인기 캠페인 섹션	참여율 상위 N개 (기본 10개) 캠페인 카드 나열
④	추천 제품 (E-Commerce 추천)	AI 추천 기반 상품 목록
⑤	파트너 지도 (하이라이트 5곳)	현재 위치 기반 TOP 5, 등급별 색상 핀 구분, 핀 클릭 시 진행 중인 캠페인 리스트 노출
⑥	플랫폼 내 콘텐츠 배너 (광고 슬롯 2-3)	추가 광고 영역

## ⑤ 파트너 지도 상세 (매장 홍보 지원)

소비자가 지도에서 근처 파트너 매장을 찾고, 해당 매장에서 진행 중인 캠페인을 확인하여 목적 방문을 유도한다.

기능	내용
지도 기반	GPS 기반 현재 위치 중심으로 파트너 매장 핀 표시
핀 색상	등급별 색상 구분 (브론즈/실버/골드/플래티넘)
핀 클릭 시	매장명, 주소, 현재 진행 중인 캠페인 리스트 (캠페인명, 브랜드, 리워드 요약)
캠페인 클릭 시	해당 캠페인 상세 페이지로 이동 또는 "이 매장 방문하면 참여 가능" 안내
파트너 혜택	지도 노출로 인한 자연 유입 증가, 캠페인 홍보 효과

### 9-3. 파트 별 시스템 설계 및 연동 명세

#### 9-3-1. 소비자 참여 흐름 10단계 상세

단계	내용
1. QR 스캔	컵홀더 QR 스캔
2. 랜딩 (AI 자동 분기)	즉시 성/연·지역 분석 → 4가지 스타일 템플릿 중 1가지 자동 적용 (게임 참여 전까지 모든 페이지에 적용)
3. 참여 (설문/콘텐츠)	광고주가 설정한 '설문(5 ~ 6단계)' 또는 '영상/즉시 노출' 콘텐츠 수행
4. 제품 추천	(설문 시) "당신에게는 [OO 립밤]을 추천합니다!" (최대 20가지 결과 중 1개)
5. 게임 유도	"이 제품(혹은 경품)을 무료로 받을 기회! 게임에 참여하세요!"
6. 게임 실행	룰렛/뽑기 등 게임 그래픽, 상단에 '실시간 당첨자' 롤링 (최근 5명, 5초 간격, 30분 갱신, 비식별), '친구 초대하고 1회 기회 더 받기' 버튼
7. 결과 공개	"축하합니다! [OO 립밤] 당첨!" (1 ~ 6등=광고주 경품 / 7등=파트너 리워드)
8. 회원가입 복	"당첨된 [OO 립밤]을 '수령(사용)'하시려면 회원가입(로그인)이 필요합니다."
9. 가입/로그인	'카카오톡 간편 가입' (최소 정보 및 '기본 배송지' 수집)
10. 최종	'마이페이지 > 내 쿠폰'으로 자동 이동 (마케팅형일 경우 E-Com 결제 페이지로 즉시 연결 가능)

## 9-3-2. QR 파라미터 구조와 유효성 검증

### 표준 QR URL 구조

`https://withform.com/qr/gate?cid={campaign_id}&pid={partner_id}&lot={production_lot}&src={source_type}`

파라미터	설명
cid	캠페인 ID (이미지/카피/게임/리워드 결정)
pid	파트너 매장 ID (인센티브·등급·재고·지역 통계)
lot	생산 배치 번호 (인쇄 불량·오타 역추적)
src	유입 채널 (cup/banner/invite 등)

### 유효성 검증 (0.3초 이내)

항목	내용
캠페인 상태	만료/중지 시 "이벤트 종료" + 다른 캠페인 추천
파트너 상태	폐업/해지 시 관리자 경보 + 인근 매장/온라인 혜택 연결
LOT 검증	미존재/이상 패턴 시 FDS 위험 점수 반영
어뷰징 필터링	초단위 과다 요청 시 게임·리워드 제한

### 예외 상황 UX 원칙 (Soft Landing)

원칙	내용
404 금지	어떤 경우에도 "404/서버 오류" 화면 대신, "이벤트 종료/일시 중지 안내 + 다른 캠페인/혜택 제안" 구조로 설계
사용자 경험	사용자는 "문제가 생겼다"는 느낌보다, "해당 이벤트는 끝났지만 다른 것을 즐길 수 있다"는 경험을 받도록 구성
대체 제안	캠페인 종료 시 → 현재 진행 중인 유사 캠페인 추천, 파트너 폐업 시 → 인근 우수 매장 또는 온라인 전용 혜택 연결

## 9-3-3. AI 템플릿 엔진 데이터 소스·매칭 로직

**게스트 단계 수집 데이터:** User-Agent, 위치 정보(Geo), 시간대, 유입 채널

**회원 단계 추가 데이터:** 카카오 프로필(성별/연령), 과거 참여·구매 이력

## 템플릿 매칭 예시

타입	조건
A (감성형)	20 ~ 30대 여성 비중 높은 지역 + SNS/카카오 초대 유입 + 저녁/주말
B (직관형)	오피스 상권 + 30 ~ 40대 + 점심/업무 시간대
C (팝/재미형)	대학가/핫플레이스 + 10 ~ 20대 + 게임·굿즈 캠페인
D (베이직형)	상권/연령 정보 부족, 또는 50대 이상 비중 높은 주거 상권

## 일관성 유지 원칙

한 번 선택된 템플릿은 동일 세션 내에서 랜딩 → 설문 → 게임 → 결과 → 리워드까지 유지. 새로고침·뒤로 가기에도 템플릿이 바뀌지 않도록 세션·토큰 기반으로 고정.

### 9-3-4. 카카오 간편가입 구조

#### 게스트 모드 (로그인 전 체험)

항목	내용
원칙	QR 스캔 후 설문·게임을 로그인 없이 미리 체험 가능 (게스트 모드)
가입 유도 시점	리워드 획득·저장을 위해 당첨 직후 가입/로그인 팝업 노출
목적	사전 가입 강요 없이 참여 경험 제공 → 당첨 후 동기 부여 상태에서 가입 유도

#### 카카오 간편가입

항목	내용
가입 타이밍	게임 당첨 후 리워드 획득·저장 시점
필수 수집	카카오 고유 ID, 닉네임, 이메일, 프로필 이미지
선택 수집	기본 배송지 주소
동의 화면	개인정보 수집·이용 동의 + 마케팅 수신 동의(선택) 분리

## 가입 2단계 구조

1단계: 카카오 간편가입 (최소 정보)

2단계: 결제 시 상세 배송지 입력 (결제 화면에서 기본 배송지 사용 체크가 기본 상태)

## 배송지 관리

항목	내용
기본 배송지	카카오에서 가져온 값 또는 신규 입력
추가 배송지	집/회사/본가 등 여러 주소 등록 가능
기본값 설정	등록된 배송지 중 1개를 기본 배송지로 지정
수정/삭제	마이페이지 > 회원정보에서 언제든 변경 가능

## 9-3-5. E-Commerce 경험

### 주문 플로우

단계	내용
추천 상품 진입	설문 결과 화면에서 '바로 구매', '장바구니 담기'
결제 화면	상품/옵션/수량, 배송지, 쿠폰/포인트 적용, 최종 결제 금액
리워드 사용	광고주 쿠폰(1회/1일 한도), 광고주 포인트(결제액 비율 한도)

### 주문 상태(State) 머신

상태	설명	취소/변경
ORDER_CREATED	주문 생성, 재고 가예약	자유롭게 취소·변경 가능
PAYMENT_PENDING	PG 결제 모듈 열림 (10분 타임아웃)	PG 창 닫기/타임아웃 시 자동 취소
PAYMENT_COMPLETED	결제 승인, 재고 확정 차감, 주문번호 발급	즉시 전액 취소 가능
PREPARING_SHIPMENT	포장·발주 준비 중	취소 "요청"만 가능 (판매자 거절 가능)
SHIPPING	배송 중, 송장 연동	취소 불가, 반품·수령 거부로 안내
DELIVERED	배송 완료, [리뷰 쓰기]/[반품/교환 신청] 버튼 활성화	반품/교환 신청 가능
PURCHASE_CONFIRMED	구매 확정, 정산 대상	취소/반품 불가, A/S로 연결

### 9-3-6. 리워드 시스템

#### 리워드 종류

종류	설명
광고주 리워드(1 ~ 6등)	제품 할인 쿠폰, 무료 증정, E-Com 포인트, 샘플 키트
파트너 리워드(7th Slot)	매장 전용 혜택 (사이즈업, 디저트 증정 등)
스탬프	특정 금액 이상 결제 시 적립, 완성 시 보상 쿠폰 발급

#### 파트너 리워드 사용 플로우

단계	내용
1	소비자 [사용하기] → 1회용 사용 토큰 생성
2	파트너 대시보드에 승인 요청 전송
3	파트너 "승인" 또는 1분 후 자동 승인
4	잘못 승인 시 파트너 [복구] 가능

#### 리워드 사용 제한 (소비자 기타 정책)

항목	내용
참여 제한	기기 기준 1일 10회
친구 초대	초대한 사람 1회 재도전, 초대받은 친구 1회 기회
쿠폰/리워드 제한	1회 사용, 증복 사용 금지, 1회 3,000원 / 1일 5,000원 한도 (광고주 설정값)

### 9-3-7. 친구 초대 & 바이럴 루프

항목	내용
재도전 메커니즘	게임 결과 아쉬울 때 "친구에게 공유하고 한 번 더 도전하기"
보상 규칙	1회 공유 = 1회 재도전, 1일 최대 3회
K-Factor	$K\text{-Factor} = \text{Invitee\_Count} / \text{Inviter\_Count}$ (바이럴 파워 정량화)

### 초대 보상 상세 구조

대상	보상 내용
초대한 사람	초대 1명당 게임 추가 기회 1회 또는 소액 포인트/쿠폰 지급
초대받은 친구 (신규 가입)	웰컴 리워드 지급 (게임 1회 기회 + 신규 가입 쿠폰)

### K-Factor 해석 예시

K-Factor	해석
0.5	1명이 평균 0.5명을 데려옴 (바이럴 약함)
1.0	1명이 평균 1명을 데려옴 (유지 수준)
1.2	1명이 평균 1.2명을 데려옴 (자연스러운 확산 발생)

### 9-3-8. FDS (소비자 측 이상 탐지)

**참여 제한 원칙:** 소비자 참여 횟수는 **무제한**이나, 매크로·봇·스크립트 등 자동화 도구를 통한 비정상 참여는 FDS가 실시간 탐지하여 즉시 차단한다.

## 일반 이상 탐지

탐지 항목	조건	조치
위치·매장 불일치	LOT 매장 위치 vs GPS 500m 이상 차이	리워드 보류 또는 추가 인증 요구
다계정·다중 기기	동일 Fingerprint/IP에서 다수 계정 반복 참여	리워드 제한 또는 일시 정지
공모 탐지	특정 매장에서 소수 사용자 고가 리워드 반복 당첨	심층 조사 대상 분류, 정산 보류

## 매크로 의심 탐지 (자동화 도구 차단)

탐지 항목	조건	정의	조치
비정상 클릭 속도	설문 1단계당 평균 응답 시간 0.5초 이하 반복	사람이 읽고 선택하기에 불가능한 속도로 설문을 통과하는 패턴	경고 → 블랙리스트 후 보 등록
패턴 반복	동일 답변 조합 연속 5회 이상	설문에서 매번 동일한 보기를 선택하는 비정상 패턴	참여 무효화 검토
세션 비정상	정상 플로우 미준수 (단계 스킁 시도)	API 직접 호출 등으로 설문/게임 단계를 건너뛰려는 시도	즉시 차단 + 해당 세션 무효화
User-Agent 이상	봇/헤드리스 브라우저 시그니처 감지	Selenium, Puppeteer, PhantomJS 등 자동화 도구 흔적	즉시 차단 + IP 모니터링 강화
IP/기기 다중 계정	동일 IP/기기에서 단시간 내 다수 계정 참여	1시간 내 동일 IP에서 3개 이상 계정으로 참여 시도	전체 계정 검토 + 일시 정지
시간대 비정상	새벽 2 ~ 5시 집중 참여 (정상 이용 패턴 벗어남)	일반 소비자 활동이 거의 없는 시간대에 집중적으로 참여	모니터링 강화 + 수동 검토
참여 빈도 급증	특정 캠페인에 단기간 비정상 참여 폭발	1시간 내 동일 캠페인에 동일 IP 대역에서 100회 이상 참여	캠페인 일시 종지 검토 + 관리자 알림
쿠폰 재발급 반복 시도	동일 리워드에 대해 반복적으로 발급 요청	이미 발급된 쿠폰을 다시 받으려는 시도가 5회 이상	계정 일시 정지 + 관리자 검토

## 조치 단계

단계	조건	조치 내용
1단계 (경고)	매크로 의심 탐지 1 ~ 2회	경고 팝업 표시, 로그 기록
2단계 (제한)	매크로 의심 탐지 3 ~ 5회	해당 캠페인 참여 12시간 제한
3단계 (정지)	매크로 의심 탐지 6회 이상 또는 명확한 자동화 도구 탐지	계정 일시 정지 (24시간~무기한), 관리자 수동 해제 필요
4단계 (영구 차단)	관리자 검토 후 악의적 어뷰징 확정	계정 영구 정지, 해당 기기/IP 블랙리스트 등록

### 소비자 안내 메시지 (조치 단계별)

단계	표시 메시지
1단계 (경고)	"비정상적인 활동이 감지되었습니다. 정상적인 이용 부탁드립니다."
2단계 (제한)	"계정 보호를 위해 일시적으로 참여가 제한됩니다. (12시간)"
3단계 (정지)	"계정 보호를 위해 임시 제한되었습니다. (24시간~) 문의: 고객센터"
4단계 (영구 차단)	"이용약관 위반으로 계정이 정지되었습니다. 문의: 고객센터"

### 9-3-9. 회원 탈퇴 절차

단계	내용
사전 조건 검사	미사용 포인트, 사용 대기 쿠폰, 진행 중인 주문/배송/환불 건이 있는 경우 탈퇴 불가 안내 팝업
절차	조건 충족 시 탈퇴 사유 선택(라디오 버튼) → 비밀번호 재입력(또는 카카오 재인증) → 최종 확인
즉시 처리	앱/웹 로그인 불가, 마이페이지/리워드 등 유저 화면에서 계정 비활성화
유예 보관	탈퇴 요청일로부터 최소 30일 동안 정산/분쟁 대응을 위한 필수 데이터만 제한적 보관
완전 삭제	유예 기간 경과 후 계정 식별 정보 및 개인 데이터는 Hard Delete, 주문/리워드 이력은 완전 비식별화 상태로만 보존

### 9-4. 문의 및 리뷰 프로세스

항목	내용
SARAH 챗봇	주문/배송, 쿠폰/포인트/스탬프, 계정/로그인/탈퇴, 이벤트/캠페인 규칙 1차 자동 응대
핸드오버	챗봇 미해결 시 1:1 문의 티켓 생성 → 광고주 또는 WithFoM CS 답변 → 푸시/알림톡 회신

#### 9-4-1. 개인정보·데이터 보존 (소비자 관점)

항목	내용
서비스 이용 중	회원 식별, 리워드 지급, 주문/배송, CS 응대 목적 활용
탈퇴 조건	미사용 포인트, 사용 대기 쿠폰, 진행 중 주문/배송/환불 건 있으면 탈퇴 차단
탈퇴 후 처리	즉시 로그인 차단, 30일 필수 데이터 보관, 이후 Hard Delete, 비식별 통계만 보존

#### 데이터 권리 안내 (이용약관/개인정보 처리방침 화면)

항목	내용
고지 항목	수집 항목, 이용 목적, 보관 기간, 제3자 제공 여부
이용자 권리	열람·정정·삭제·처리정지 요청, 마케팅 수신 철회, 탈퇴 방법
요청 접수	SARAH 챗봇 또는 고객센터를 통해 접수
처리 기한	법정 기한 내 처리 (내부 SLA 설정)

#### 법적 데이터 보관

항목	내용
대상	주문/결제/쿠폰 사용 이력
보관 기간	전자상거래·세무/회계 관련 법령에서 요구하는 기간 동안 보관
보관 후 처리	법정 기간 경과 후 개인 식별 정보 제거·마스킹, 순수 통계·인사이트 용도로만 활용

## 10. 향후 확장 로드맵

이 항목들은 현재 버전의 코어 기능을 해치지 않는 선에서, 추후 개발 단계에서 확장/추가할 모듈들이다. 실제 개발 시기·우선순위는 상황에 따라 조정 가능하다.

---

### 10-1. 추가 사업 모델

항목	내용
플랫폼 내부 배너 광고	CPM/CPC/CPT 과금, 행동 기반 타깃팅, Self-Serve 배너 구매 화면
브랜드 전용 챗봇	광고주별 FAQ 자동 응대, 1:1 문의 자동 전환
파트너 발주 품목 확대	컵홀더 외 빨대·냅킨 등 카페 부자재 통합 발주

---

---

### 10-2. 파트너용 고객관리 프로그램 (Partner CRM 모듈)

**목표:** 파트너(카페)가 위드폼 플랫폼만으로 고객 쿠폰/리워드 사용 이력 확인, 자주 오는 손님 패턴 파악, 자체 이벤트 기획을 할 수 있도록 돋는 경량 CRM 제공

기능	내용
고객 방문 패턴 뷰	시간대/요일별 쿠폰 사용 빈도, 상위 이용자 TOP N(익명화), 재방문 주기
리워드 반응 분석	리워드별 사용률, 만료률
이벤트 시뮬레이션 (간단 버전)	단순한 예측치 제공
마케팅 메모 기능	간단 메모를 남기고 나중에 참고

---

주의: 개인정보(실명, 전화번호)는 소비자 쪽에서만 보관, 파트너에게는 익명화된 통계 중심으로만 표시

---

### 10-3. 파트너용 발주·유통 연계 (카페도 플랫폼 내 결제)

**1단계: 컵홀더 외 부자재 발주 시스템**

항목	내용
확장 범위	컵홀더 외에도 배달용 비닐봉투, 식당 고객용 일회용 앞치마, 택배용 폴리봉투/박스 발주까지 확장 가능
기본 컨셉	파트너가 "위드폼 파트너 페이지"에서 필요한 수량만 선택하여 주문·결제, 위드폼은 광고주 광고 + 파트너 로고 조합으로 인쇄

## 2단계: B2B 유통 연계

항목	내용
제휴 확대	위드폼이 신뢰 있는 납품업체들과 제휴
위드폼 마켓(도매관)	파트너 페이지 내에 신설, 커피 원두/시럽/테이크아웃 컵/냅킨 등

## 10-4. 위드폼 통합 리워드(플랫폼 포인트) 시스템

### 현재 버전과의 차이

구분	내용
현재	광고주 리워드 / 파트너 리워드 각각 별도로 존재
추후	'위드폼 통합 포인트' 도입 가능, 여러 캠페인에서 획득한 포인트를 통합 적립/사용 가능

### 설계 방향 (후보)

항목	내용
포인트 설정	광고주가 캠페인 예산의 일부를 "플랫폼 포인트"로 세팅
통합 적립	소비자는 여러 캠페인 참여로 포인트를 모음
사용처	특정 기준에 도달 시 위드폼 내 전용샵/특가 상품 구매 가능
유의사항	회계·정산 구조가 복잡해지므로 광고주/파트너와의 수수료, 세무 이슈 정리 후 설계 예정

## 10-5. 친구 초대/소셜 기능 고도화

기능	내용
초대한/초대받은 사람 누적 리포트	신규 참여 발생량, 어떤 캠페인에서 공유가 많이 일어나는지
소셜 미션형 캠페인	예: "친구 3명에게 공유하면, 추가 게임 1회 + 포인트 500P"
순수 SNS 공유 기능	결과 페이지에서 "캠페인 공유" 버튼 제공

주의: 소셜/초대 기능은 어뷰징 가능성성이 높고 광고주별 정책 차이가 크기 때문에, 추후 별도 모듈로 단계 적용

## 10-6. 소비자 타깃 광고·추천 고도화 (AI 타겟팅)

### 1단계: 단순 필터 타깃 광고 (이미 설계된 기본형)

항목	내용
타겟팅 기준	지역 / 연령 / 성별 / 카테고리 정도의 단순 타겟팅
적용 범위	현재도 플랫폼 광고(CPM/CPC/CPT)에 일부 적용 가능

### 2단계: AI 추천형 광고 (추후 옵션)

항목	내용
학습 데 이터	소비자의 과거 참여 캠페인, 참여 빈도, 좋아하는 카테고리
동작 방 식	광고주가 "AI 타깃 광고 옵션"을 선택하면, 위드폼이 자동으로 해당 광고에 적합한 소비자 그룹을 찾아 배너/슬롯/푸시 노출 우선 순위를 조정
과금	"AI 노출형 옵션"으로 추가 비용 부과 가능

## 10-7. 앱(App) 기반 푸시 알림 및 리워드 센터

웹 서비스가 어느 정도 자리 잡은 후, 전용 앱(iOS/Android)을 제작했을 때 추가 가능한 것들:

### 푸시 알림

알림 유형	내용
당첨 알림	게임 당첨 시 즉시 푸시
쿠폰 만료 임박 알림	유효기간 7일/3일/1일 전
배송 완료 알림	송장 상태 변경 시
캠페인 추천	옵트인 동의한 사용자 한정

## 리워드 센터 (앱 전용)

기능	내용
리워드 지갑	내가 모은 리워드를 한 눈에 볼 수 있는 "지갑"
추가 연결	이벤트, 친구초대, 출석체크 등과 연결 가능

## 오프라인 연동 기능

기능	내용
GPS 기반 안내	"내 주변 참여 매장" 빠른 안내
내장 QR 스캐너	카메라 권한 허용 후 앱 내부에서 바로 QR 스캔 참여

## 10-8. 관리자용 자동화/모니터링 도구 고도화

현재도 관리자 대시보드에서 승인 대기, 이상 감지, 정산을 확인할 수 있지만, 추후 아래 기능을 더할 수 있다.

기능	내용
자동 정책 추천	"이 파트너는 실버와 골드 기준 사이에 있음 → 등급 유지/상향 후보", "이 광고주는 캠페인 참여 대비 구매 전환률이 높으니, 리포트 업셀 제안"
운영 이슈 알림 모듈	QR 오류 급증, 특정 광고주의 CS 폭증, 특정 파트너의 복구 비율 급증
리포트 템플릿 자동 생성	주간 보고서, 월간 리포트 자동 PDF 생성, 내부 회의용 "운영 보고서" 자동 생성

## 10-9. 추가 오프라인 매체 확장 (식당/배달/택배 영역)

### 적용 방향

항목	내용
핵심 구조 동일	매체는 달라져도 'QR + 설문·게임 + 리워드 + E-Com' 구조는 동일
차별점	노출 장소/타깃 상황만 다름

### 매체별 특징

매체	노출 상황
배달 비닐	집/사무실에서의 여유 시간
식당 고객용 앞치마	식사 전·중 대기 시간
택배 봉투	수령 직후 언박싱 타이밍

**시스템 확장 관점:** 새로운 매체가 추가되더라도 광고주·소비자 FLOW는 그대로 재사용, 관리자·파트너 모듈에서만 매체 종류, 단가, 배포 방식을 확장하면 되는 구조로 설계해둔 상태

## 10-10. 멤버십·구독 모델 고도화

현재는 데이터 보존 기간 연장, 미니 홈피 유지에 초점을 둔 멤버십 구조지만, 추후에는:

### 멤버십 등급별 추가 기능

기능	내용
AI 크리에이티브 생성 횟수 확대	상위 등급일수록 AI 생성 횟수 증가
추가 리포트 무료 제공 횟수	상세/교차 리포트 월 N회 무료
플랫폼 광고 할인율	배너/CPM/CPC 광고 비용 할인

### 장기 구독 인센티브

기간	혜택
6개월 선결제	컵홀더 단가 5% 할인
12개월 선결제	컵홀더 단가 10% 할인

## 10-11. 신규 기능 추가 Phase

Phase	내용
Phase 1	친구 초대 보상 안정화, 파트너 CRM 정식 론칭, 행동 예측 AI 고도화
Phase 2	소비자·파트너 전용 앱 출시, 다이내믹 QR(시간대별 다른 랜딩)

## 10-12. 기술 업그레이드

항목	내용
Open API	외부 포인트(OK캐쉬백 등), 쇼핑몰 플랫폼 연동
블록체인 기반 정산	광고 예산 집행·파트너 인센티브 지급 내역 프라이빗 블록체인 기록
다중 관리자 RBAC	Super Master / Operation / Finance / Logistics / CS 역할 분리

## 10-13. 글로벌 확장

항목	내용
다국어 UI	영어, 중국어, 일본어 등
해외 결제수단	WeChat Pay, PayPal 등

## 11. 법무 및 정책

## **11-1. 회사 정관 및 내규**

(추후 작성)

---

## **11-2. 계약서 양식**

(추후 작성)

---

## **11-3. 이용 약관**

(추후 작성)

---

## **11-4. 개인정보 보호 정책**

(추후 작성)

---

## **11-5. 세무 및 증빙 정책**

구분	상황	위드폼 역 할	발급 서류
Case A	파트너가 비용 결제 (브론즈 컵홀더, CRM 등)	판매자	세금계산서 또는 카드영수증
Case B	오더 매출 정산 지급	증개자	정산 명세서 + 수수료 세금계산서 + 부가세 신고 자료
Case C	광고 인센티브 지급 (플래티넘 등)	지급자	정산 명세서 (역발행 세금계산서 또는 원천징수)

---

---

## **11-6. 기획 관련 운영정책**

### **11-6-1. QR 운영 정책 (플랫폼 핵심 규칙)**

**QR = 절대 진입점 원칙**

규칙	내용
필수 진입점	소비자가 QR을 스캔하지 않고는 게임 참여, 광고주 리워드 노출, 파트너 리워드 노출, 설문·추천을 진행할 수 없다
홈페이지 진입	QR 스캔 없이 홈페이지나 외부 링크로 참여 시 파트너 리워드(7등 슬롯) 접근 불가
조작 방지	동일 QR이 비정상적으로 반복 스캔되면 AI가 위험 플래그 표시, 단골 패턴은 '실질 소진율' 계산에만 반영

## QR 분실/오류 처리

상황	처리 방법
소비자 화면	오류 신고 버튼 클릭 → CS 신고 자동 등록
관리자 대시보드	CS 신고 내역 확인 및 처리
지연 시	대체 QR 자동 발급 (파트너 앱에서 확인 가능)

## 11-6-2. 소진 보고 운영 정책

### 소진 보고 기준

항목	내용
정의	'당일 매장에 배포된 컵홀더 중 소비자에게 지출된 수량'을 의미
분리 여부	광고주 캠페인별로 분리하지 않음 (매장 단위 총량 보고)
빈도	하루 한 번 반드시 입력 (영업 종료 시점 기준)

### 소진 이상 감지 (AI)

탐지 조건	내용
급증/급감	전일 대비 ±200% 이상 증가/감소
시간대 이상	동일 시간대 과거 평균 대비 ±70% 이상 변동
단골 비율 급증	특정 소수 소비자의 반복 스캔 비율 급증

조치: 자동 검출 후 파트너 대표 및 관리자에게 알림, 필요 시 수동 검토

### 미보고 알림 3단계

단계	시점	알림 내용
1단계	마감 30분 전	"오늘 소진 보고가 아직 완료되지 않았습니다"
2단계	마감 2시간 후	"소진 보고 시간이 지났습니다. 지금 보고해주세요"
3단계	익일 오픈 후 2시간	"어제 소진 보고가 미완료되었습니다"

특수 조건	내용
24시간 영업점	오픈/마감 시간을 자정(24:00)으로 설정, 익일 오픈 후 2시간까지를 익일 오전 11시까지로 대체
휴무일	휴무일로 등록된 날은 알림 미발송

### 11-6-3. 리워드 운영 정책 (광고주·파트너 공통)

#### 리워드 종류

구분	내용
광고주 리워드	제품, 쿠폰, 포인트, E-Com 할인
파트너 리워드	사이즈업, 무료 음료, 포인트 등

#### 리워드 사용 흐름 (최종 확정)

단계	내용
① 소비자	"사용하기" 버튼 클릭
② 광고주 쿠폰	매장 승인 불필요, 즉시 사용 가능
③ 파트너 쿠폰	해당 매장에만 사용 가능 (자동 인식), 파트너 대시보드에 승인 요청 팝업 즉시 생성
④ 파트너 승인	직원이 직접 승인하거나 1분 후 자동 승인 (Default)
⑤ 사용 완료	승인되면 즉시 "사용 완료" 처리, 소비자 계정에서 쿠폰 회수
⑥ 취소 불가	소비자는 사용 완료 후 취소 불가

## 복구 정책

항목	내용
복구 가능 주체	파트너 (매장 실수 가능성 고려)
복구 시 작동	파트너 측 "사용 완료 → 복구" 버튼 클릭 → 소비자 계정에 쿠폰/포인트 즉시 복원
이상 감지	관리자 및 파트너 대표 계정에 이상 감지 알림, 동일 직원 반복 시 위험 레벨 상승

## 11-6-4. 파트너 매장 정책

### 매장 정보 필수 기입 항목

항목	내용
기본 정보	매장명, 주소(필수), 대표 연락처, 사업자 데이터
영업 정보	영업 요일, 영업 시간 (요일별 입력)
고객 정보	주 고객층 (2 ~ 5개 선택)
상권 정보	상권 유형 (2 ~ 4개 선택), 학교 선택 시 초·중·고·대 의무 선택
음료 정보	음료 3종 가격 (아메리카노 필수, 논카페인 2종)
선택 정보	매장 프로필 이미지

## 파트너 QR 스캔 유도 장치

방법	내용
자동 홍보 키트 제공 (무료)	포스터, 테이블 텐트, QR 스티커 디자인
파트너 리포트 제공	매장의 고객 흐름 분석 리포트
소진량 기반 등급 및 혜택	실버 이상 컵홀더 무료 공급, 플래티넘 개당 10원 인센 지급
파트너 리워드 활성화	QR 사용 유도 시 매장 포인트/쿠폰 더 많이 사용됨

### 11-6-5. 알림(Notification) 정책

알림 유형	수신자	발생 조건
쿠폰 승인 요청	파트너 직원·대표	소비자가 "사용하기" 클릭 시
자동 승인 알림	파트너 직원·대표	1분 경과 후 자동 승인 시
복구 발생 알림	파트너 대표·관리자	복구 버튼 클릭 시 즉시
이상 감지 알림	파트너 대표·관리자	AI 위험 플래그 발생 시
재고 부족 알림	파트너	재고 30% 이하 시
정산 안내 알림	광고주·파트너	월말 정산 시
배송 상태 알림	소비자	송장 업데이트 시
쿠폰 만료 임박 알림	소비자	유효기간 7일/3일/1일 전
캠페인 승인 결과 알림	광고주	승인/반려 처리 시
데이터 삭제 예정 알림	광고주	멤버십 미갱신 시 1개월/2개월차

### 11-6-6. 파트너 운영 알림 정책

파트너(카페)의 운영 상황에 따라 시스템이 자동으로 알림을 발송한다. WithFoM은 파트너에게 강제적인 패널티를 적용하기보다, 등급 시스템을 통해 자연스럽게 동기를 부여하는 방식을 채택한다.

#### 핵심 원칙

원칙	설명
비강제 운영	소진 보고는 의무가 아니며, 미보고 시 등급이 올라가지 않을 뿐 별도 제재 없음
등급 기반 동기부여	보고율이 높을수록 등급이 올라가고, 그에 따른 혜택(인센티브, 컵홀더 무료 등)이 주어짐
파트너 자율 관리	직원 관련 문제는 파트너 대표에게 알림 후, 파트너가 직접 조치

## 예외: 허위 보고 패널티

WithFoM은 비강제 운영 원칙을 따르나, 허위 보고는 플랫폼 신뢰를 해손하는 행위로 별도 패널티를 적용한다.

항목	내용
적발 방법	스팟 체크 (미스터리 쇼퍼)
패널티	즉시 한 등급 강등 + 당월 인센티브 박탈
재발 시	2회 적발 시 경고, 3회 적발 시 파트너 계약 해지 검토

## 운영 알림 유형

상황	탐지 조건	알림 대상	알림 내용	비고
보고율 변동	6개월 평균 보고율 변동 시	파트너 대표	"현재 보고율 OO%입니다. 등급 유지/상승을 위해 꾸준한 보고를 권장드립니다."	등급 변경만 적용, 강제 조치 없음
등급 변경 예정	등급 상승/하락 예정 시	파트너 대표	"다음 달 등급이 OO로 변경될 예정입니다."	사전 안내 목적
리워드 복구 다발	동일 직원 1일 5회 이상 복구	파트너 대표	"직원 OOO님의 복구 건수가 많습니다. 확인 부탁 드립니다."	파트너가 직접 조치
리워드 복구 지속	동일 직원 1주 내 10회 이상 복구	파트너 대표	"직원 OOO님의 복구가 지속되고 있습니다. 매장 내 교육 또는 조치를 권장드립니다."	파트너가 직접 조치
CS 불만 발생	소비자 불만 신고 접수 시	파트너 대표	"고객 불만이 접수되었습니다. 내용을 확인해주세요."	정보 제공 목적

## 리워드 복구 남발 대응 (파트너 자율 관리)

리워드 복구 남발은 WithFoM보다 파트너에게 더 큰 리스크를 발생시키는 행동이다. 복구된 쿠폰은 소비자가 재사용할 수 있으므로, 파트너 입장에서 손실이 발생할 수 있다.

단계	시스템 조치	파트너 권장 조치
1차 (1일 5회 이상)	파트너 대표에게 알림 발송	해당 직원에게 상황 확인, 실수인지 의도적인지 파악
2차 (1주 10회 이상)	파트너 대표에게 재알림 + 복구 내역 리포트 제공	직원 교육 또는 복구 권한 조정 검토
파트너 자율 조치	파트너 대표가 직원별 복구 권한을 직접 설정 가능	필요시 특정 직원의 복구 권한 해제

### 등급별 혜택 (동기부여 구조)

등급	점수 조건	혜택
브론즈	36점 미만	컵홀더 비용 50% 자부담
실버	36점 이상	컵홀더 무료
골드	55점 이상	컵홀더 무료 + 매체 할인
플래티넘	73점 이상	컵홀더 무료 + 개당 10원 인센티브

※ 점수 = 보고율(45%) + 스캔율(45%) + 결제 기능(10%) 가중 합산

### 알림 이력 관리

항목	내용
기록 보존	모든 알림 이력은 최소 1년간 보존
열람 권한	파트너 대표: 본인 매장 이력만 열람

### 11-6-7. 광고주 위험요소 및 운영 규칙

광고주가 캠페인을 운영하면서 발생할 수 있는 위험요소를 사전에 방지하고, 소비자 보호 및 플랫폼 건전성을 유지하기 위한 규칙이다.

#### 위험요소 유형 및 대응

위험요소	설명	탐지 방법	대응 조치
<b>소</b>			
예산 초과	게임 리워드 지급이 설정 예산을 초과할 위험	실시간 예산 소진율 모니터링 (80% 도달 시 경고)	광고주에게 알림 발송, 90% 도달 시 게임 자동 일시 중지, 추가 예산 충전 또는 확률 조정 후 재개
허위/과장 광고	제품 효능을 과대 표현하거나 사실과 다른 정보 기재	캠페인 승인 단계에서 검수, AI 키워드 필터링	승인 반려 + 수정 요청, 승인 후 발견 시 캠페인 즉시 중지 + 경고
민감 업종	의료기기, 건강기능식품, 금융, 주류, 담배 등	사업자 업종 코드 확인, 별도 심사 프로세스	관련 법규 준수 확인서 제출 필수, 미제출 시 승인 불가
저작권 침해	타사 이미지, 폰트, 캐릭터 무단 사용	캠페인 승인 단계에서 이미지 검수	원본 저작권 증빙 요청, 미제출 시 반려, 승인 후 발견 시 즉시 중지
소비자 기만	실제 제공하지 않는 리워드 등록, 조건 미고지	소비자 신고, 정기 모니터링	1차 경고, 2차 캠페인 중지, 3차 계약 해지
재고 미확보	E-Com 상품 재고 없이 판매 진행	재고 수량 실시간 체크	재고 0 도달 시 자동 "품절" 처리, 허위 재고 적발 시 경고

## 소비자 보호 필수 준수 사항

항목	규칙	위반 시 조치
리워드 유효기간	최소 30일 이상 유효기간 설정 필수, 7일 미만 설정 불가	설정 불가 (시스템 제한)
사용 조건 명시	리워드 사용 조건(최소 구매 금액, 특정 상품 한정 등) 명확히 고지	미고지 시 소비자 민원 발생 → 광고주 책임
환불 규정	E-Com 상품은 전자상거래법에 따른 7일 이내 청약철회 보장	환불 거부 적발 시 경고 → 반복 시 E-Com 기능 정지
개인정보 활용	캠페인 참여로 수집된 소비자 정보는 해당 캠페인 목적으로만 사용	목적 외 사용 적발 시 즉시 계약 해지 + 법적 조치

## 광고주 등급별 혜택 및 제한

등급	조건	혜택	제한
일반	신규 가입	기본 기능 사용	동시 캠페인 1개, AI 생성 월 5회
인증	캠페인 3회 이상 정상 완료	동시 캠페인 3개, AI 생성 월 15회	없음
프리미엄	연간 집행 금액 1천만 원 이상	동시 캠페인 무제한, AI 생성 무제한, 전담 매니저 배정	없음
블랙리스트	심각한 위반 3회 이상	없음	신규 캠페인 생성 불가, 기존 캠페인 소진만 허용

### 11-6-8. 이상 감지 시나리오 및 대응 (통합)

플랫폼 전체에서 발생할 수 있는 이상 상황을 유형별로 정의하고, 각 상황에 대한 탐지 조건과 대응 방안을 명시한다.

#### 소비자 측 이상 감지

시나리오	탐지 조건	위험도	자동 조치
다중 계정 의심	동일 IP/기기에서 3개 이상 계정 참여	높음	전체 계정 참여 제한 + 관리자 수동 검토
매크로/봇 의심	설문 응답 속도 0.5초 미만 반복, 동일 패턴 5회 연속	높음	즉시 차단 + 블랙리스트 후보 등록

#### 파트너 측 이상 감지

시나리오	탐지 조건	위험도	자동 조치
소진 보고 급증	전일 대비 +200% 이상 보고	중간	확인 팝업 표시 (정보 제공 목적)
소진 보고 급감	전일 대비 -70% 이상 감소	중간	확인 팝업 + "휴무일인가요?" 질문
복구 다발	동일 직원 1일 5회 이상	중간	파트너 대표에게 알림 (파트너가 직접 조치)
영업 중단 의심	7일 연속 소진 보고 없음 + QR 스캔 없음	높음	폐업 의심 플래그 + 신규 배정 중단

#### 광고주 측 이상 감지

시나리오	탐지 조건	위험도	자동 조치
예산 급소진	24시간 내 예산의 50% 이상 소진	중간	광고주 알림 + 예산 추가 권유
리워드 재고 부족	경품 재고 20% 미만	중간	광고주 알림 + 재고 추가 권유
CS 불만 급증	24시간 내 동일 캠페인 CS 5건 이상	높음	캠페인 일시 중지 검토 + 관리자 알림
환불 급증	24시간 내 환불 10건 이상 또는 환불률 30% 초과	높음	캠페인 일시 중지 + 광고주 소명 요청

## 시스템 측 이상 감지

시나리오	탐지 조건	위험도	자동 조치
QR 오류 급증	특정 LOT에서 스캔 오류 10건 이상 연속	높음	해당 LOT 일시 비활성화 + 대체 QR 발급
서버 응답 지연	API 응답 시간 3초 초과 비율 10% 이상	높음	관리자 즉시 알림 + 자동 스케일링
결제 실패 급증	1시간 내 결제 실패율 20% 초과	높음	PG사 연동 상태 점검 + 대체 결제 수단 안내

## 이상 감지 대응 프로세스

단계	내용
1. 탐지	AI/규칙 기반 실시간 모니터링으로 이상 패턴 자동 감지
2. 분류	위험도(낮음/중간/높음)에 따라 자동 분류
3. 1차 조치	위험도별 자동 조치 즉시 적용 (알림/제한/차단)
4. 알림	관련 주체(소비자/파트너/광고주) 및 관리자에게 알림 발송
5. 검토	관리자가 상황 검토 후 추가 조치 여부 결정
6. 해제/확정	오탐지 시 제한 해제, 실제 위반 시 패널티 확정
7. 기록	모든 이상 감지 이력 및 조치 내역 로그 보존 (최소 3년)

## 11-99. 용어집 (Glossary)

용어	정의
벤치마크	비교 기준(표준). 기준값/기준집단과 비교해서 현재 위치를 %로 파악하는 방식

용어	정의
벤치마킹	벤치마크 기준과 비교하는 행위/방법
인사이트	데이터에서 한 단계 더 들어가 얻는 핵심 깨달음. "그래서 뭐가 중요한데?"에 답해주는 결론
정산	발생한 거래 내역을 기준으로 금액을 확정하고, 받을 돈/줄 돈을 계산해 최종 처리하는 것
캠페인	특정 목표 달성을 위해 일정 기간/물량 동안 계획적으로 진행하는 한 묶음의 활동
플로우	일이 진행되는 흐름/순서/동선. 사용자가 화면을 거쳐 목표를 달성하는 순서
임계(치)	기준점을 넘는 순간 상태나 결과가 달라지는 '턱'. threshold
롤링	고정된 기간을 잡고 기준일이 지날 때마다 그 기간 창도 같이 앞으로 밀리는 방식
모듈	전체 시스템을 기능별로 나눠 놓은 부품/블록
파이프라인	데이터나 작업이 단계별로 흘러가며 처리되는 흐름
CTA	Call To Action. 사용자가 다음 행동을 하도록 유도하는 버튼/문구
X축/Y축	X축 = 가로축(좌↔우), Y축 = 세로축(아래↑위)
파트너 레벨	성과/운영 기반 등급 (브론즈 → 실버 → 골드 → 플래티넘)
멤버십 플랜	구독/혜택 기반 등급 (베이직 → 플러스 → 프리미엄)
QR 스캔율	QR 스캔 수 ÷ 소진 수량. 캠페인 참여 성과 지표
보고율	실제 보고 일수 ÷ 영업 일수. 파트너 성실도 지표

## 12. 문서 표준 및 규칙

### 12-1. 용어 인덱스

11-99. 용어집 (Glossary) 참조

### 12-2. 문서 형식 가이드

(추후 작성)

## **12-3. 아이콘/기호 규칙**

(추후 작성)

---

## **12-4. 버전 관리 규칙**

(추후 작성)

---

## **13. 결론**

WithFoM v.Master는 0장 Core Flow와 공통 AI/데이터 엔진으로 기술·서비스 구조를 정밀하게 정의하고, 관리자·광고주·파트너·소비자의 세부 기능과 운영·정산 정책을 실행 가능한 수준으로 구체화하였다.

이 설계서는 관리자에게는 AI 기반 자동화와 통제권을, 광고주에게는 투명한 데이터와 성과를, 파트너에게는 비용 절감과 추가 수익을, 소비자에게는 개인화된 즐거움과 혜택을 제공하는 4자 간 상생 O2O 생태계 구축을 위한 최종 기준 문서이다.

향후 버전에서는 실제 개발·운영 과정에서 발생하는 피드백을 반영하여 세부 수치(단가·퍼센트·한도), UI/UX 와이어프레임, 운영 가이드(FAQ·시나리오) 등을 추가로 확장하는 것을 전제로 한다.

---

## **99. 문서 작성 프롬프트**

(사용자 userPreferences 참조)