온식고 스크립트

클릭: [v]

[ppt 첫 페이지] 안녕하세요! 세상을 지키는 마지막 주문! <온식고>의 발표를 맡은 부울경 2반 1팀 최지은입니다.[v]

이번 발표는 저희가 처음 기획한 “온식고!” 그리고 실제 사용 후기를 통해 완성도가 높아진 “더 멋져 진 온식고” 마지막으로 기대효과와 특장점이 담긴 “앞으로가 기대되는 온식고!” 순서로 진행하려고 합니다. [v]

온식고는 어떤 과정에서 탄생하게 되었을까요? [v]

그 전에 먼저 이 21억이라는 숫자를 주목해주시길 바랍니다. 여러분, 이 숫자가 무엇을 의미하는지, 혹시 가늠이 되시나요? [v] 바로 2030년 즈음 전 세계의 음식물 쓰레기 예상 발생량인데요. 이는 [v] 초당 무려 66 톤의 음식물이 폐기 될 전망으로 보인다는 의미입니다. [v] 음식물 쓰레기들은 대부분 유통 조리과정에서 버려지는데요 [v]더욱 심각한 문제는, 포장도 뜯지 않은 채 버려지는 식품 폐기 규모가 연간 1조 5400억원이나 된다고합니다. [v] 놀라운 사실은 대형 음식점이 아닌 오히려 가정, 소형 음식점에서 음식물 쓰레기가 대량으로 배출된다는 점인데요, [v] 따라서 저희 팀에서는, 음식물 쓰레기 배출량을 절감하기 위해서는 가정, 소형 음식점에서 먼저 실천해야한다는 결론을 도출하였습니다.

[v] 이런 식품 폐기물 문제 해결의 필요성을 느낀 저희는, 곧바로 시장 조사를 시작했습니다. 5개의 매장 사장님과 인터뷰하고, 싸피 교육생 110명을 대상으로 설문조사를 진행했는데요.

[v] 식품 매장 사장님으로부터 , [v] 사업 초기에는 음식이 언제 얼만큼 판매될지 전혀 예상되는 데이터가 없었기 때문에 남는 재고가 많았다, [v] 6시부터 할인세일을 시작하지만 제대로 홍보를 하지 못해 실제 폐기하는 상품이 많았다 라는 의견을 얻을 수 있었습니다. [v] 또한, 주로 퇴근 시간에 식제품을 사가는 소비자들이 많다는 의견도 들었습니다. [v]

그렇다면 식제품 구매와 관련하여 소비자의 생각은 어떻게 나타났을까요? [v] 설문조사 결과, 자취 여부와 관계 없이 대다수의 학생들이 편의점 마트, 반찬가게에서 식자재를 구매한 후 직접 요리를 한다고 응답했습니다. [v] 그 학생들 중 72% 학생이 마감 할인 상품을 산 경험이 있다고 답했고, [v] “저렴하게 먹고 싶었던 걸 먹을 수 있어서 좋았다”라는 등 마감 할인 상품에 대한 긍정적인 의견도 남겨주셨습니다. [v]

저희가 시장조사를 통해 얻은 세가지 니즈는 다음과 같습니다. [v] 첫 째, 마감 세일이 시작할 때 알림이 오면 좋겠다! 둘 째, 다른 어플보다다양한 가맹점을 이용하고 싶다는 것, 마지막으로 셋째, 매장 홍보효과가 필요하다는 것입니다. [v]

이러한 기획 배경, 소비자 분석을 토대로 탄생한 온식고 ! 지금부터는 온식고의 주요 기능에 대해 소개해드리고자 합니다. [v] 온식고라는 이름에는 아직 식지않고 따듯한 음식을 세상으로 나가게 하자는 다짐이 담겨있습니다. [v] 왜 서비스명 가장 앞에 온자가 위치해있을까요? 그에 대한 대답은 마지막 주기능을 설명하면서 말씀드리겠습니다. [v] 온식고의 주기능은 당일 폐기 예정 음식의 메뉴와 할인 가격, 재고를 공지하는 것입니다. [v] 업주는 우선 제품을 등록하고 오늘 판매한 상품 중에서 남은 재고를 등록합니다. [v] 고객은 메뉴, 수량을 확인하고 업주에게 구매 의사 알림을 보내면, [v] 업주는 거절 혹은 수락이 가능합니다. [v] 더 나아가 다른 서비스와 차별 점을 두기 위해 어떤 재고가 얼마나 많이 남았는지 데이터 분석을 해줍니다. [v] 온식고의 마지막 주기능은 따듯할 온자가 들어간 이유가 담겨있습니다. 온식고는 사회적으로 공헌하기 위해 유통기한 70일 임박 상품에 한해서 기부도 가능할 수 있도록 기부 단체와 연결해줍니다. [v] 생각만해도 따뜻해지는 서비스 아닌가요? [v] 이렇게 좋은 온식고 서비스를 부울경 유명 먹방 BJ 동근공쥬님이 사용하셨다는 소문을 들었는데 직접 보러 가볼까요? [UCC 틀기]

[PPT로 돌아오기 - 더 멋 져진 온식고] 먹방 BJ, 회사원, 자취생 모두가 사용할 수 있는 온식고! 그런 온식고가 직접 사용해본 사용자들의 피드백을 받으면서 더 멋져졌다는데 어떻게 변화했을까요? [v]

변화한 모습을 보여드리기 전에 온식고를 직접 사용해본 분들의 의견을 먼저 들어볼게요! 매장 업주님이 편하게 온식고를 사용할 수 있게 저희는 온식고 업주용 사용 설명서를 배포 했습니다. [v]

명지오떡순 사장님께서 총 7일간 매장 내에서 직접 사용하셨고, 그 결과 [v] 이메일 인증 시간이 너무 촉박하고, 간단한 서비스 흐름도가 필요하다. 사용자 모바일 환경 마다 화면이 다르게 보인다는 피드백을 주셨습니다. [v]

그럼 소비자들의 반응은 어땠을까요? 총 9명의 사용자들이 온식고 식구에게 문의하기 /카카오톡 온식고 채널을 통해 후기를 공유해주셨고 [v] 화면에 보이시는 바와 같이 다양한 피드백을 제시해주셨습니다. 이렇게 수집한 실사용후기를 수렴하여 한계점을 보완하고자 노력했고, 마침내 더 멋 져진 온식고가 탄생하게 되었습니다. [v]

그 모습을 여러분께 직접 보여드리겠습니다. 온식고를 함께 체험해볼까요?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[라이브 시연]

[로그인도 안 되어있는 꽉 찬 화면] 저희 페이지 첫 화면입니다. 바쁜 업주님들, 퇴근길에 간편하게 핸드폰을 주로 사용하는 소비자들을 타겟으로 하기 때문에 모바일 UI로 보여집니다. 우측 하단에는 [챗봇 마우스로 포인트]귀염둥이 챗봇이 기다리고 있는데 [챗봇 클릭] 간편한 문의사항은 언제든지 물어보실 수 잇습니다.

본격적으로 서비스를 사용해보겠습니다. [메뉴- 로그인/회원가입 클릭 – 회원가입 클릭 – 업주 회원가입 버튼에 마우스 대기 (클릭 X)] 소비자와 업주가 사용할 수 있는 서비스가 다르기 때문에 업주 회원가입을 클릭합니다. 업주로 회원가입 할 때는 국세청 API를 활용하여 사업자 등록번호를 조회하기 때문에 고객들은 안심하고 저희 서비스를 이용할 수 있습니다. [홈 페이지로 이동 – 업주 로그인] 원활한 시연을 위해 이미 등록된 업주로 로그인을 하겠습니다. [메인 페이지 - 명지 오떡순 나오는 슬라이더로 스크롤] 메인페이지 가장 하단에는 홍보효과를 위한 슬라이드로 기부할 경우 최우선적으로 기재해드립니다. 현재는 명지 오떡순 매장이 나오는데 실제로 3일동안 온식고를 통해 떡볶이를 판매하신 매장이라 지금 슬라이드에 넣어드렸어요. 저는 어제도 사먹었답니다 ㅎㅎ

[메뉴에서 온식고란 탭 위에 마우스 놓기 – 클릭 X] 메뉴에 있는 온식고란 탭에서는 사용자들을 위해 사용설명서를 제공하고 있어요. 처음 사용하는 사용자들도 쉽게 사용할 수 있겠죠?

[전체상품으로 이동 – 한식 전문점 SELECT] 지금은 매장을 마감하기 1시간 전이에요. 많은 제품들 중에 오늘은 김치 알밥과 불고기 덮밥의 재고가 남아서 이 두개의 상품을 온식고를 통해 팔아볼거에요! 제 매장인 한식 전문점을 보면 이미 김치알밥과 불고기 덮밥이 등록되어있어요! 그럼 이 제품 재고가 남았으니까 재고 등록을 해볼게요! [재고 등록 김치알밥, 불고기 덮밥 2개 다 수량 5로 설정 후 수량 변경 클릭] 재고 등록을 누르고 할인가와 수량을 입력합니다. 수량이 1개이상이라면 소비자가 볼 수 있는 온식고 리스트로 데이터가 자동적으로 이동이 될거에요. 그럼 고객이 주문할 때까지 기다려볼게요? [소비자와 업주 화면 반반 띄워 놓기 – 로그인 창]

이제 고객이 구매하는 방법을 보기 위해 왼쪽은 업주의 화면, 오른쪽은 고객의 화면을 띄어놓겠습니다. 그럼 고객은 어떻게 제품을 구매할 수 있을까요? 고객은 일반 회원가입 혹은 소셜 로그인이 가능합니다. [카카오 아이디로 로그인 클릭 후 로그인] 저는 카카오톡으로 로그인 해볼게요. 이젠 상품을 주문할거에요 [온식고로 이동] 고객이 주로 사용하는 메뉴는 온식고 탭이에요. 온식고 탭에 들어가보면 [지도가 보이는지 확인하고 멘트하기] 지도에서 내 주변 매장의 위치를 확인할 수 있고 내려가보면 흐음, 한식 전문점에서 불고기 덮밥과 김치알밥의 재고가 남앗나봐요. [주문하기 클릭- 상세보기] 아 잠깐! 주문하기 전에 리뷰 먼저 확인해보고 싶어요. [입소문 클릭 – 리뷰 훑어보기] 흐음 다들 맛있다는 거 보니까 정말 맛집인가봐요! 그럼 매장까지 어떻게 가야되지?? [상세정보 클릭] 길찾기 버튼을 클릭하면 지금 저희 집에서 매장까지 / 어떻게 가야하는지 카카오맵으로 볼 수 있대요! 아래 SNS 버튼을 클릭하면 이 매장 정보를 전송할 수 있다고 하니까 나중에 맛있으면 친구한테 가보라고 보내봐야겠어요 ㅎㅎ [다시 주문하기] 지금 배고프니까 김치알밥과 불고기 덮밥 2개씩 주문할게요. 우와 벌써 주문이 끝났어요. 이제 매장에서 알림이 다시 올때까지 기다려볼게요!

[업주 화면으로 이동- 그대로 2개의 창은 유지] 바쁘다 바빠 저는 다시 한식 전문점 매장 업주가 되었습니다. [종 알림 마우스 포인터로 강조하기] 모바일 화면의 우측 상단 종 모양을 잘 확인해주세요! [움직이는 것을 확인하고] 종 모양이 움직이면서 빨간 불이 뜨는 것을 보니 고객으로부터 주문을 받았어요 [알림 버튼 클릭 후 2초 있다가 주문확인] 주문을 확인해볼게요. 일단 [불고기 덮밥 – 거절(상품 품절)]불고기 덮밥은 방금 다 팔렸어요. 고객분께는 죄송하지만 상품품절로 거절하고 [김치 알 밥 - 수락]김치알밥은 보니까 재고가 넉넉히 있는 거 같아서 바로 수락할게요! 소비자에게도 알림이 갔어요 [알림 창에서 픽업 완료 버튼 위에 마우스 놓기] 이제 고객이 매장 방문해서 픽업[픽업 완료 클릭]까지 하면 드디어 완료입니다!

어때요 정말 간단한 의사 표현만 하면 음식을 더 저렴하게 먹을 수 잇답니다! 그렇다면 온식고에 주문하는 것 외에 다른 기능도 사용해볼게요! 우선 업주가 사용할 수 있는 기능이에요!

[업주화면으로 이동 – 꽉 찬 화면으로] 다른 서비스와 차별 점을 둔 데이터 분석인데요. [마이 페이지 – 데이터 분석 클릭] 업주인 제가 온식고를 이용하면서 일주일 동안 얼마나 많은 이익을 받았는지 금액으로 보여줘요. 음 저는 이번주에 [금액 읽기]원을 벌었어요! 매장 음식물 폐기 비용을 줄여서 행복했는데 이만큼이나 더 많이 벌었다니! 온식고를 사용하는 보람이 잇네요! 일주일 말고 기간을 더 짧게 혹은 더 길게 보고 싶다! 걱정하지 마세요 [달력 클릭 – 8월 1일 ~ 8월 18일 - 검색하기] 달력을 클릭해서 처음 날짜, 끝 날짜 지정하면 그만큼의 데이터를 볼 수 있어요. [워드 클라우드에 마우스 올리기] 아래의 시각화된 데이터를 보니까 어떤 제품을 가장 많이 팔았는지 한눈에 볼 수 있어요! 역시 저희 매장의 [상품 읽기] 상품이 가장 인기가 많아요! [아래로 스크롤]가장 하단의 차트는 등록한 제품 대비 얼만큼 팔렸는지 재고의 개수를 확인할 수 있습니다. 보니까 [가장 많이 안팔린 제품 이름 읽기]이 제일 안팔렸어요.. 나중에 재고 관리할 때 힘들지 않기 위해서는 [제품 이름]을 조금만 만들어야겠어요!

[업주 마이 페이지 – 영업 종료 버튼 위에 마우스] 오늘 시간이 하도 순식간에 지나서 드디어 매장 문을 닫을 시간이 되었어요 [영업 종료 버튼 클릭] 오늘 발생한 데이터를 저장하기 위해서는 영업 종료 버튼을 반드시 눌러야 해요! [영업 종료 버튼 위에 마우스] 이 버튼까지 누르면 오늘 영업은 진짜 끝입니다. [ppt로 돌아가기]

어떤가요? 이 정도면 물건을 사고 팔고 홍보하는데 손색없는 서비스가 될 거 같지 않으세요?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[ppt 19페이지, 03. 앞으로가 기대되는 온식고] 앞으로 온식고가 왜 기대될까요? [v] 바로 소비자는 저렴한 가격에 양질의 음식을 간편하게 먹을 수 있고 [v] 업주는 당일 폐기하는 음식물을 줄일 수 있기 때문에 재고관리에 비용 대신 이익을 얻을 수 있습니다. [v] 특히, 데이터 분석을 원하는 신규 창업 매장, 홍보효과를 원하는 매장, 재고관리가 필요한 매장이 사용하면 최적화 된 서비스가 될 것같아요! [v] 더 나아가, 온식고 서비스는 내 위치 주변에 있는 동네 오프라인 매장을 주요 대상으로 하기 때문에 사회적으로 동네 경제가 활성화되고 전체적인 음식물 폐기 비용도 그만큼 절감되겠죠? [v] 업주, 고객, 사회의 모든 요구를 충족할 수 있는 온식고는 모두에게 필요한 서비스가 될 것이라고 자부합니다. [v]

저희만의 개발 특장점을 설명해드릴게요. 프론트엔드는 kakaomap api를 활용해 근처 가게 상품을 조회할 수 있고 chart.js, word cloud를 통한 데이터 시각화, 웹 애니메이션을 구축했습니다. 특히, 매장의 홍보효과를 위해 SNS 공유 시 매장 이미지, 설명을 볼 수 있는 OPEN GRAPH를 사용했습니다. [v]

백엔드는 [v]젠킨스를 통한 자동 빌드 배포를 하고 [v] 파이어베이스를 통해 웹 푸시 알림을 띄웁니다. REDIS를 활용하여 이메일 인증 유효시간 설정, 휘발성 데이터를 저장했습니다. [v]

또한 화면에서 위젯을 만들면 바로 웹으로 이동할 수 있게 만들어 웹과 모바일에서 간편하게 온식고를 사용할 수 있습니다. [v] 온식고 식구에게 문의하기 혹은 챗봇과 같은 실시간 상담으로 어떤 피드백이든 수집하였고 이미 배포를 완료하여 실사용자들의 피드백을 받아들여 더 나은 서비스로 발전하였습니다. [v]

이렇게 온식고가 탄탄하게 성장하기 까지 창완 팀장님, 백엔드 효재, 지훈, 프론트엔드 가흔, 동근, 지은 팀원들이 밤낮으로 개발했기 때문에 가능한 일이었습니다. [v] 제 발표를 통해 온식고를 사용하고 싶은 기대감이 차오르고 더욱 더 멋지게 발전할 온식고를 기대해주셨으면 좋겠습니다. 지금까지 온식고의 발표를 들어주셔서 감사합니다.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

서비스 아키텍처

노쇼 대처

미완성된 피드백 – 중간에 엔터를 계속 눌러줘야됨

섭외 비하인드

주문이 완료된 후에 사용자가 노쇼를 보였을때는 점주도 당연히 대처가 가능하게 해뒀습니다.

바로 점주가 신고 할 수 있게 했는데요.

주문을 완료한 사용자들에 한해 매장에 방문하지 않는다면 점주가 신고를 합니다.

신고를 한다면 관리자 페이지로 넘어가게 되고 그 후에 관리자가 신고 여부를 판별하고 신고할만하다고 판단하면 사용자의 신고 카운트를 1 증가합니다.

사용자의 신고 카운트가 총 5번이면 주문할 수 없게 페이지 사용이 차단됩니다.

카카오맵 위치 정확도

휴대폰의 경우 GPS로 위치를 파악하지만 PC의 경우 IP 주소를 이용해서 위치를 파악합니다. 저희 서비스 이용은 주로 휴대폰으로 사용될 것임을 고려했을 때 큰 문제가 안 될 것이라 생각했고, 사용자들의 피드백 또한 그러했습니다?

최적화

프론트엔드는 데이터를 많이 호출할 수 있는 Wordcloud 나 chart의 경우 함수형 컴포넌트를 사용하여 최적화를 시켰습니다.

백엔드 측면에서는, JPA를 사용하면서 의도한것보다 많은 쿼리가 나가는것을 확인했고, 페치조인을 사용해서 쿼리수를 최적화했습니다. 추가로 페이징처리가 필요한 곳에서는 지연로딩을 유지하면서 batch size를 설정해서 DB데이터 전송량을 감소시키려했습니다.