

한양대학교 경상대학 IC-PBL 경진대회

LAZY GROUND



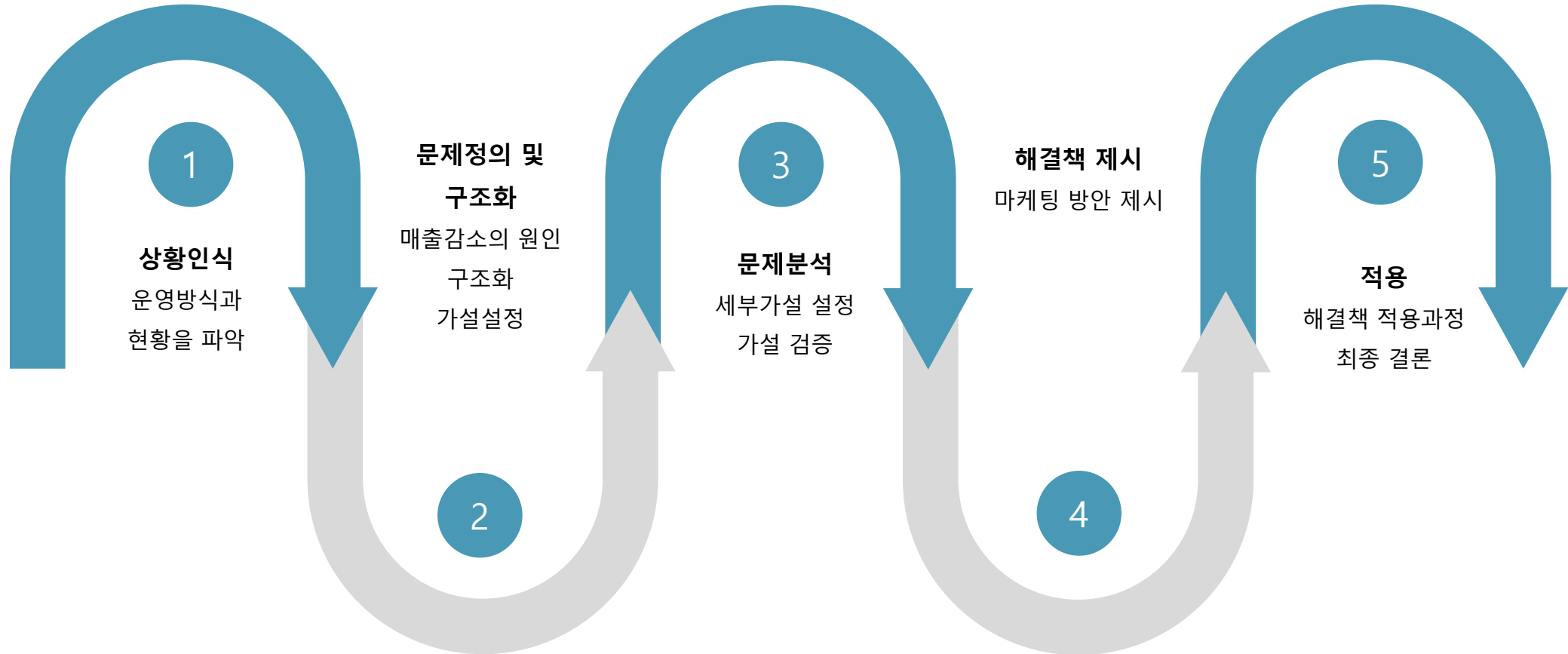
데이터 분석, 매출 향상 방안 제시

Industry-Coupled Problem-Based Learning

Team I 김밥천국



CONTENTS



1

상황인식

운영방식과 현황을 파악



기본 소개

기본 정보, 요금 운영방식

기본 정보



위치 : 경기도 안산시 상록구 한양대학1길 1
운영시간 : 00:00 - 24:00 (24시간)
전화번호 : 031- 509 - 0401

이용요금 안내

당일권	한양대생	종일권	2500	
		1시간	3000	
		3시간	8000	
	일반인	종일권	3000	
		1시간	3000	
		3시간	8000	
회원권	시간제	50시간	75,000	*유효기간 180일
		100시간	100,000	
		300시간	240,000	
	월정액	1개월(28일)	100,000	*월 정액권은 하루에 2번까지 입장 가능
		3개월(90일)	200,000	
		6개월(180일)	300,000	
		1일권	10,000	



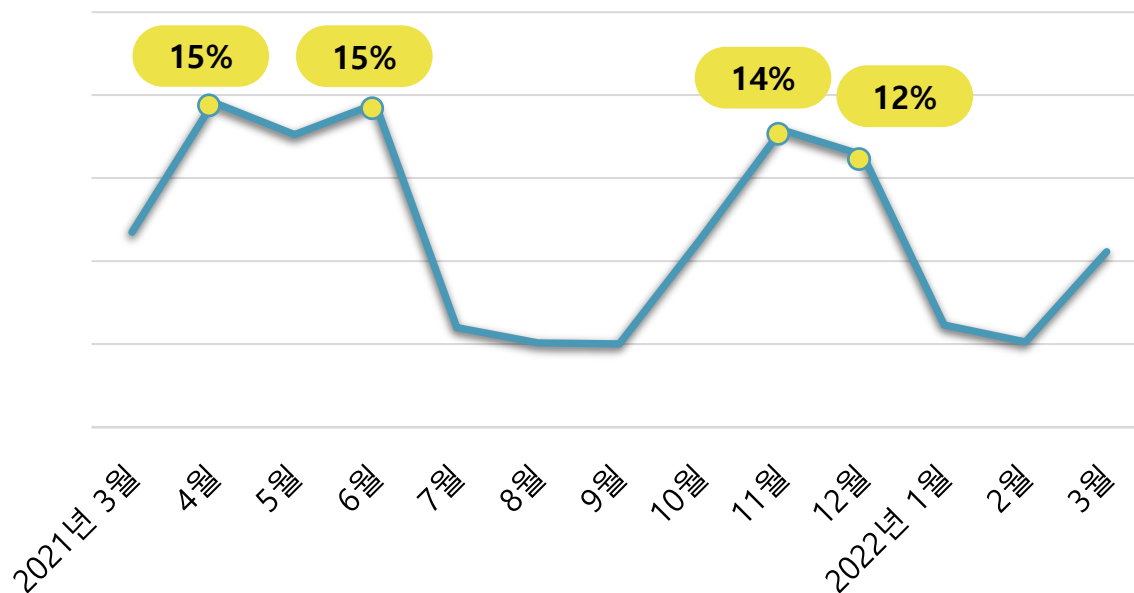
월별 매출액 차이

시험기간에 높은 매출액, 방학기간에 낮은 매출액

PRODUCED BY EXCEL

월별 매출액 차이

※입장권과 음식 매출 가격을 월별로 합산하여 도출함.



연매출의 약 58%가 대학생들의 시험기간에 발생한 것을 확인할 수 있음.

4,6,11,12월 한국대학교 시험기간에 매출이 증가하고

7,8,1,2월 방학 시기에는 감소하는 움직임을 보임.

이를 통해 한국대학교 학생들이 레이저그라운드의 주고객층임을 알 수 있음.

레이지그라운드 메뉴분석

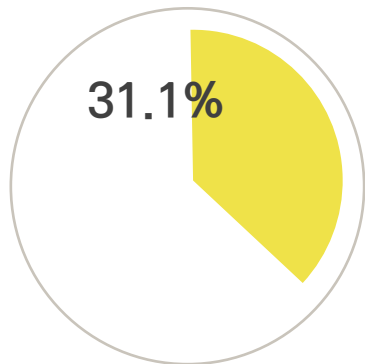
가장 인기 있는 음식은 김치볶음밥, 가장 인기 있는 음료는 아메리카노가 차지함.

※ sales_data 분석 결과

PRODUCED BY EXCEL

〈음식〉

※라면, 밥 종류 메뉴 기준



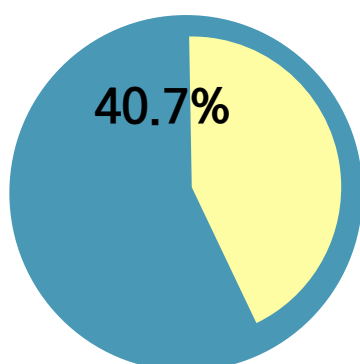
김치볶음밥

라면

짜장라면

〈음료〉

※음식, 음료 메뉴를 제외한 메뉴 기준
※미니마카롱, 머핀, 소떡소떡, 치킨가라아케 등 포함

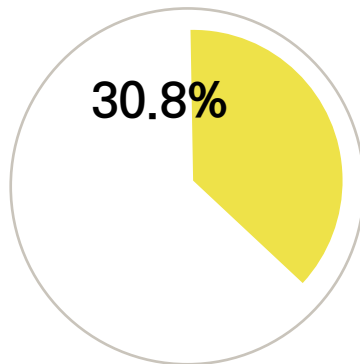


아메리카노

아이스티

카페모카/초코라떼

〈간식〉



치즈감자튀김

감자튀김

치즈케이크

전체 메뉴 중 가장 인기있는 음식

: 김치볶음밥, 라면, 짜장라면

메뉴	판매 개수	비중
김치볶음밥	1201	25.95%
라면	754	16.29%
짜장라면	453	9.79%
치즈불고기볶음밥	421	9.10%
아메리카노	375	8.10%
계란추가	315	6.81%
낙지볶음밥	311	6.72%
새우볶음밥	309	6.68%
치즈감자튀김	247	5.34%
감자튀김	242	5.23%
합계	4628	100%

전체 기간 중 가장 많이 팔린 메뉴 상위 10개를 도출하여 판매 개수대로 정렬했을 때,
김치볶음밥이 가장 많이 팔린 것으로 나타났으며 비중은 약 1/4인 25.95%를 차지함
그 뒤로는 라면, 짜장라면이 뒤를 이음.



입장권 판매 분석

“한국대생 종일권”이 제일 많이 판매되었다.

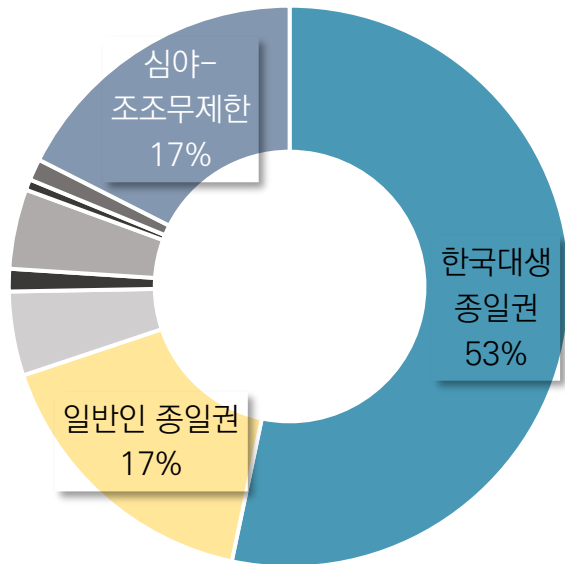
※entry_data 분석 결과

PRODUCED BY EXCEL, R

입장권 판매 비율

※무제한권 = 종일권으로 환산함

※입장권 빈값(N/A)은 배달 데이터로 추산함



가장 많이 판매된 입장권은 한국대생 종일권

전체 기간 중 가장 많이 판매된 입장권은

한국대생 종일권으로 약 53%를 차지함.

그 이후로 일반인 종일권, 심야-조조무제한권이 많이 판매됨.

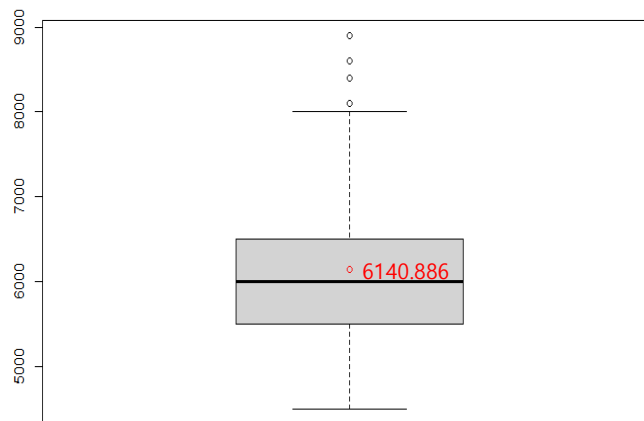
평균 이용 금액

※이용 금액 중 빈값(N/A)은 삭제

※금액 중 추가금액결제 인것으로 유추 되는 이상치들은 삭제

※이상치는 1000원~4000원 사이 금액에 해당

※ X축은 고객, Y축은 이용금액 의미



```
1 #입장권 데이터를 excel 파일로 편집 후 R로 송출한다.  
2 View(entry_cost)  
3 #금액 분석을 위해 NA값을 제거한다.  
4 na.omit(entry_cost)  
5 #해당데이터에서 평균 금액을 구한다.  
6 apply(entry_cost,2,mean)  
7 #평균 사용 금액과 전반적인 사용금액 분포를 시각화한다.  
8 boxplot(entry_cost)  
9 #상자그림에 평균을 표현한다.  
10 points((6140.886),pch = 1, col = "red", cex = 1)
```

평균 이용금액 : 6140.9원 (시간권, 기간권, 테이크아웃 제외)

평균 이용시간 : 4:30:11시간

2

문제정의 및 구조화

매출감소의 원인 구조화
가설설정



가설 설정

외부적, 내부적 요인들로 인해 매출이 하락했을 것이다.

메인 가설

외부적, 내부적 요인들로 인해
매출이 하락했을 것이다.

외부적 요인

코로나19 사태가
장기화 되었다.

주변에 대체할 수 있는
시설이 많다.

내부적 요인

소비자의 니즈를
충족 시키지 못했다.

충분한 홍보가
이루어지지 않았다.

3

문제 분석

세부가설 설정
가설 검증



가설 검증

레이지그라운드와 주고객층은 한국대학교 학생들이다.

※entry_data 분석 결과

가설 1. 코로나 19 사태가 장기화 되었다.

세부가설 1-1. 비대면 수업이 증가했다.



연매출 추이

대학생들의 시험기간에는 증가하고,
방학기간에는 감소하는 움직임을 보임..



입장권 판매

한국대생 종일권이 입장권 판매 중
가장 큰 비중을 차지함.

연매출 추이와 입장권 판매 비중을 보았을 때,
주 고객층은 한국대생이라고 추론할 수 있음.



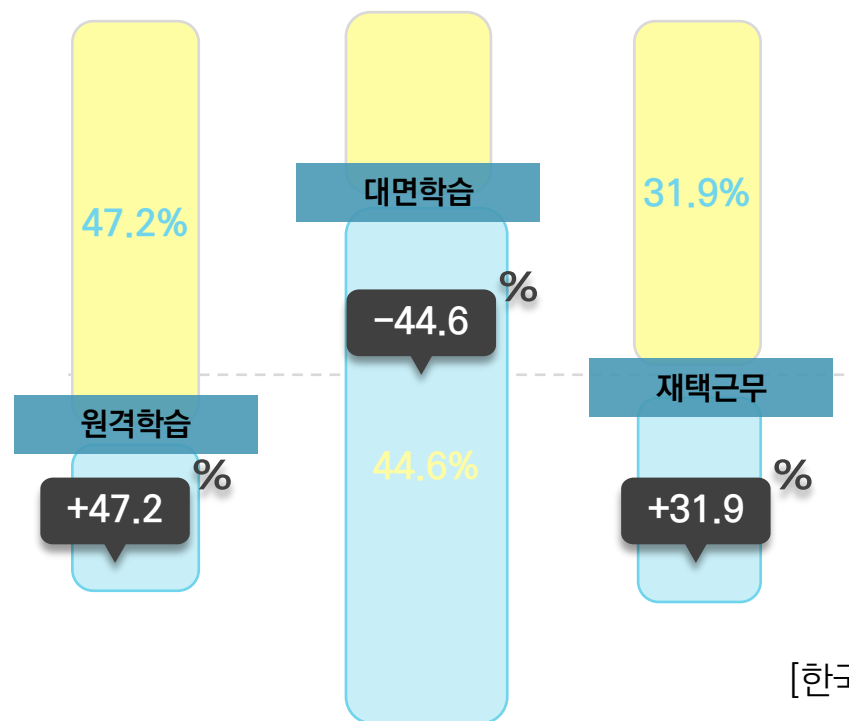
가설 검증

코로나19 사태의 장기화로 비대면 수업이 증가했다.

가설 1. 코로나 19 사태가 장기화 되었다.

세부가설 1-1. 비대면 수업이 증가했다.

PRODUCED BY EXCEL



[한국언론진흥재단]-코로나19이후국민의일상변화조사
(2020.12.31)

한국언론진흥재단에서 2020년 진행한 코로나19 이후 국민의 일상 변화조사 설문조사 결과에 따르면,
원격 학습은 약 47.2% 증가하고, 대면 학습은 44.6% 감소한 것으로 나타났다.
2020년 기준, 대부분의 대학교들이 대면 수업을 중단하고 원격 수업을 진행하였음.
따라서 주고객층인 대학생들의 비대면 수업이 증가하여 매출이 하락할 수 있음.

※세부가설 3-1 : 비대면 수업이 증가했다.

따라서 세부가설 1-1은 참

코로나19 사태의 장기화로 실내시설 이용이 줄었다.

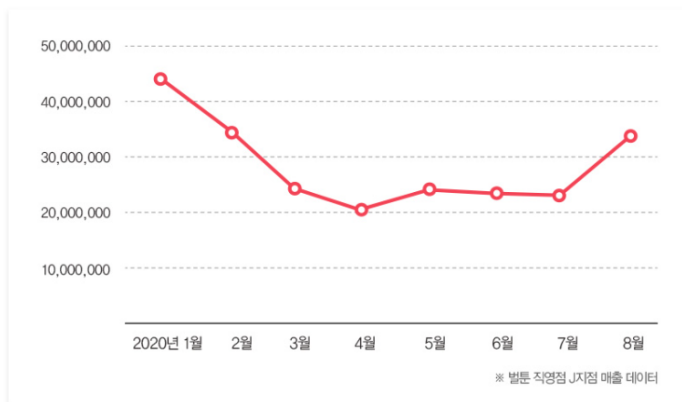
세부가설 1-2. 실내 시설 이용이 줄었다.

PRODUCED BY EXCEL

위험 인식 수준	응답 수
1) 위험이 전혀 크지 않다	1
2) 위험이 별로 크지 않다	45
3) 위험이 약간 크다	475
4) 위험이 매우 크다	473
5) 잘 모르겠다	6

음식점이나 카페에 대한 감염 위험 인식이 매우 높게 나타남.

A: [REDACTED] 허니박스 도입 후 원상회복하고 있습니다.



만화카페 **별문**은 코로나에 더 많이 오픈하고 있고
허니박스 도입 후 예전보다 더 높은 매출을 올리고 있습니다.

동일 업종 코로나19 이후 매출

동일한 포지션의 만화카페 매출은 코로나19 이후 OTT 서비스 등을 도입하여 매출 타격이 비교적 적었음.

만화카페 **넷플릭스** 인기에 힘입어 허니박스 10관 무상지원

박순철 기자 | 승인 2021.12.16 12:47 | 댓글 0

악하기 시작하며 넷플릭스, 티빙 등의 OTT서비스를 프라이빗하게 관람할 수 있는 허니박스¹에 대한 수요가 높

“기존 영화관에 대한 가격부담, 코로나19로 인한 취식 금지 등 영화관에 가서 최신영화를 관람하기를 꺼려하는 고객들이 늘어나고, 넷플릭스에 대한 수요가 많은데 만화카페 별문에서는 허니박스라는 미니 영화관을 만들어 고객들에게 제공하고 있었고 이 때문에 **을 찾는 고객들이 늘었다”

출처 : 잡포스트(JOBPOST)(<http://www.job-post.co.kr>)

코로나19 감염 위험 장소에 대한 설문에서, 실내시설 이용의 위험인식이 매우 높게 나타난 것으로 보아 이에 대한 영향으로 매출이 하락할 수 있음.
그러나 동일 업종 코로나19 이후 매출액은 OTT 서비스 등을 도입하여 비교적 적은 타격을 받은 것으로 나타났음.
당사도 코로나19 시기에 OTT 서비스를 도입하였고, 이에 따라 매출 타격이 적게 나타났을 가능성이 있음.

※세부가설 1-2 : 실내 시설 이용이 줄었다.
따라서 세부가설 1-2는 거짓일 수 있음.



가설 검증

대체할 수 있는 주변 시설이 많다.

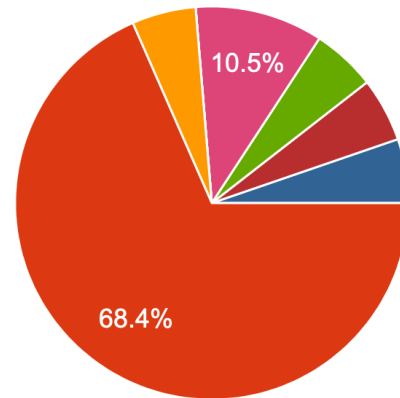
가설 2. 주변에 대체할 수 있는 시설이 많다.

레이지그라운드 이용 설문

설문 대상 : 한양대학교 학생 100명
설문 기간 : 2022.05.12 ~ 2022.05.22
설문 방법 : 구글폼

2-1. 레이지그라운드에 방문하지 않는 이유는 무엇인가요?

응답 19개



- 가격이 너무 비싸다고 생각한다.
- 레이지그라운드를 대체할 수 있는 곳이 많다...
- 취식 메뉴가 다양하지 않다.
- 취식 메뉴가 (방문할만큼, 특별히) 맛이 없다.
- 만화책 종류가 적다.
- 보드게임 종류가 적다.
- 시설이 청결하지 않다고 생각한다.
- 만화카페에 관심이 없다

▲ 1/2 ▼

*레이지그라운드에 대해 알고 있지만 방문한 적이 없는 조사자 대상

설문조사 결과, '당사에 대해 알고 있지만 방문한 적은 없다'고 답한 20.6%의 대상자 중,
68.4%의 응답자가 당사에 방문하지 않는 가장 큰 이유로 '대체할 수 있는 곳이 많기 때문'을 꼽음.



가설 검증

대체할 수 있는 교내 시설이 있고, 이는 비교우위를 가진다.

가설 2. 주변에 대체할 수 있는 시설이 많다.

세부가설 2-1 : 대체할 수 있는 교내 시설을 이용한다.

시설명	이용요금	이용시간	취식가능여부	수용가능인원
레이지그라운드	무제한 요금제 2500원 +@	24시간	O	?
학술정보관 열람실	무료	시험기간 한정 24시간	O(휴게실)	약 800명
경상대 몽O	무료	0시까지	O	약 50명
경상대 인O	무료	22시까지	O	약 50명

*이외에도 교내 모든 단과대 내 취식 가능한 오픈스페이스 존재

주 고객층이 한국대학교 학생이라는 점에서 대체하여 이용할 수 있는 교내시설의 유무는 의미 있는 자료임.
또한 교내시설이 당사와 비용측면에서 비교우위를 가짐.

※세부가설 2-1 : 대체할 수 있는 교내시설을 이용한다.

따라서 세부가설 2-1은 참

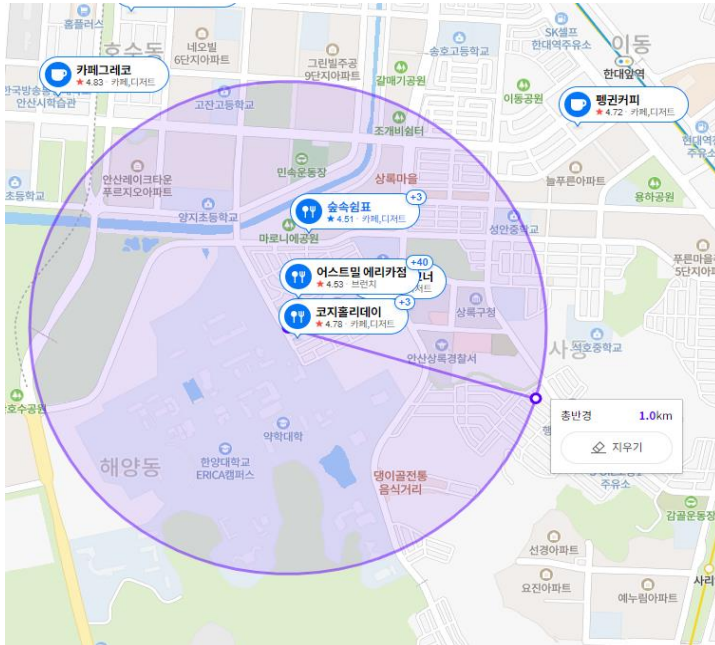
가설 검증

주변 상권의 카페, 스터디 카페 수는 강남역 변화가의 카페 수와 비슷하다.

가설 2. 주변에 대체할 수 있는 시설이 많다.

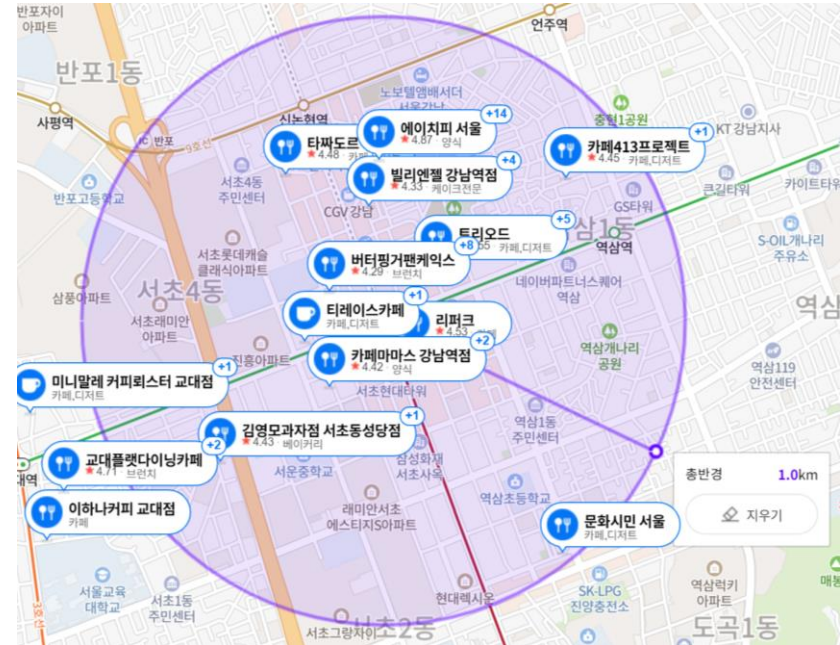
세부가설 2-2 : 대체할 수 있는 카페, 스터디 카페를 이용한다.

*레이지그라운드 반경 1KM 내 카페 수 조사



→ 카페 44개 + 스터디카페 4개 = 48개

*강남역 반경 1KM 내 카페 수 조사



→ 카페 48개

성인기준 1KM = 도보 15분, 그 이상의 거리는 현실적으로 대체 시설에 포함이 되지 않을 것이라 판단,
따라서 그 기준을 반경 1KM 내로 설정함.

당사 주변 상권의 카페와 스터디카페의 수는 국내 변화가의 중심인 강남역 주변 카페 수와 비슷함을 확인하였음.

※세부가설 2-2 : 대체할 수 있는 카페, 스터디 카페를 이용한다.

따라서 세부가설 2-2는 참

가설 검증

만화책 종류가 부족하다.

가설 3. 소비자 니즈를 충족하지 못한다.

세부가설 3-1 : 만화책 종류가 부족하다.



화진

팔로우

만화책 별로 없고, 공부나 기계이용하러 가는가게 느낌
이에요.

★4 · 21.6.20.일 · 1번째 방문 · 영수증



예혜31

팔로워 1

만화책 종류가 적어요ㅠㅠ

★4 · 21.4.3.토 · 1번째 방문 · 영수증



layla79

팔로우

없는 만화책들이 많아서 좀 아쉽긴 한데 좋아요

★4 · 21.9.18.토 · 2번째 방문 · 영수증



김은지

팔로워 9

팔로우

가성비 최고ㅎㅎ 만화책이 조금 더 다양하면 더 좋을 것
같아요ㅎㅎ

★5 · 21.9.2.목 · 3번째 방문 · 영수증

업체	비치된 만화책 수
레이지그라운드	약 15,000권
안산시 만화카페 A	약 70,000권
안산시 만화카페 B	약 30,000권

당사의 방문객 리뷰에서 “만화책 수가 적다”는 의견을 확인함.
이에 따라 안산시에 영업중인 타 만화카페와 비치된 만화책 수를 비교해보았을 때, 당사의 만화책 종류가 비교적 적음.

※세부가설 3-1 : 만화책 종류가 부족하다.

따라서 세부가설 3-1은 참



가설 검증

음식 메뉴가 맛이 없다.

가설 3. 소비자 니즈를 충족하지 못한다.

세부가설 3-2 : 음식 메뉴가 맛이 없다.

*전체 메뉴 중 판매량 상위 10개 메뉴

메뉴	판매 개수
김치볶음밥	1201
라면	754
짜장라면	453
치즈불고기볶음밥	421
아메리카노	375
계란추가	315
낙지볶음밥	311
새우볶음밥	309
치즈감자튀김	247
감자튀김	242
총 합계	4628

*전체 메뉴 중 판매량 하위 10개 메뉴

메뉴	판매 개수
비엔나소세지	2
커피쉐이크	3
녹차쉐이크	4
유자에이드	5
청귤커피	6
망고스무디	7
녹차	8
민트초코라떼	8
카라멜마끼아또	9
아포카토	10
총합계	62

판매량 상위 메뉴와 하위 메뉴의 판매량 차이는 약 4,000개

판매 메뉴 간 판매량 편차가 매우 크게 나타남.

전체 메뉴의 판매량을 살펴보았을 때, 판매 메뉴 간 판매량의 차이가 매우 크게 나타남.

또한 설문조사 결과, 이용자 중 약 20%가 '취식 메뉴의 개선'이 필요하다고 응답함.

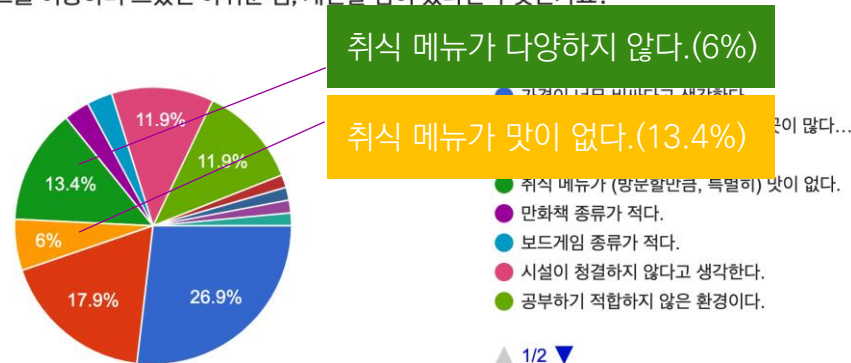
따라서 하위 메뉴의 판매 부진으로 인하여 재고 비용 등이 발생하기 때문에, 이를 해결하기 위한 메뉴 정리 등 방안이 필요함.

※세부가설 3-2 : 음식 메뉴가 맛이 없다.

따라서 세부가설 3-2은 참

1-3. 레이저그라운드를 이용하며 느꼈던 아쉬운 점, 개선할 점이 있다면 무엇인가요?

응답 67개



이용자 중 레이저그라운드를 이용하며 느꼈던 개선할 점에 대해

‘취식 메뉴의 개선’ 응답이

약 20% 를 차지함.



가설 검증

주 방문목적은 공부와 휴식이다.

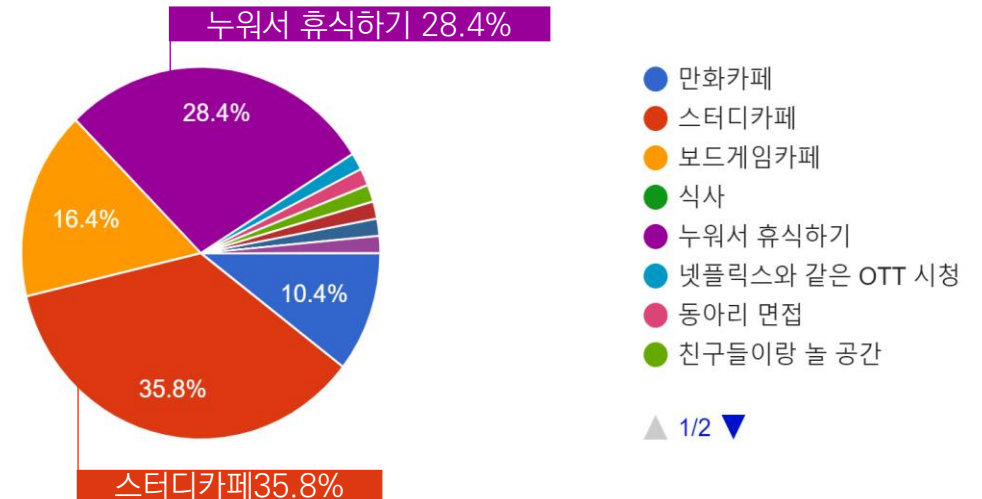
가설 3. 소비자 니즈를 충족하지 못한다.

세부가설 3-3: 주 방문목적은 공부와 휴식이다.



1-2. 레이지그라운드 방문 시 주요 목적이 무엇인가요?

응답 67개



한국대학교 학생 100명을 대상으로 설문조사 한 결과, 주 이용목적의 35.8%가 공부 목적임.

두번째로 높은 비율을 차지하는 28.4%가 누워서 휴식이 주 목적인 것으로 나타남.

주 고객 중 만화카페를 목적으로 하는 고객은 적은 비중인 것으로 파악됨.

이는 대학가 바로 앞에 위치한 지리적 요인이 원인인 것으로 파악됨.

※세부가설 3-3 : 주 방문목적은 공부와 휴식이다.

따라서 세부가설 3-3은 참

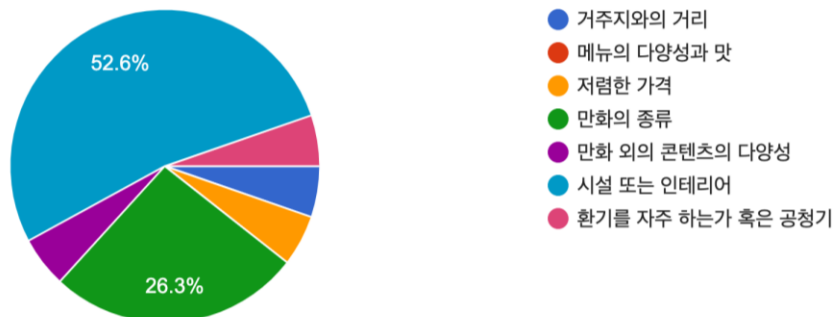
시설에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

세부가설 4-1 : 시설에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

*레이지그라운드에 대해 알고 있지만 방문한 적이 없는 조사자 대상

2-2. 평소 만화카페 방문시 고려하는 기준은 무엇인가요?

응답 19개



평소 만화카페 방문 시

‘시설 또는 인테리어’를 가장 많이 고려함

설문조사 결과, 52.6%로 가장 높게 나타남.

- ※네이버 블로그, 네이버 플레이스, 구글리뷰 데이터 사용
- ※데이터크롤링을 통해 리뷰 수집
- ※단어의 크기가 클수록 자주 사용된 단어



‘인테리어’와 관련한 긍정적인 리뷰

리뷰 분석 결과, “인테리어가 예쁘다”, “좋다” 라는 단어가 많이 사용됨.

레이지그라운드에 대해 알고 있지만 방문하지 않은 조사자들은 평소 만화카페 방문 시 '시설 또는 인테리어'를 가장 많이 고려하는 것으로 나타남. 리뷰 분석 결과 인테리어와 관련된 긍정적인 반응이 존재함.

이를 통해 인테리어 시설이 우수함에 비해, 관련한 홍보가 제대로 이루어지지 않아 레이저그라운드를 방문하지 않음을 추론할 수 있음.

※세부가설 4-1 : 시설에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

따라서 세부가설 4-1은 참



가설 검증

위치에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

가설 4. 충분한 홍보가 이루어지지 않았다.

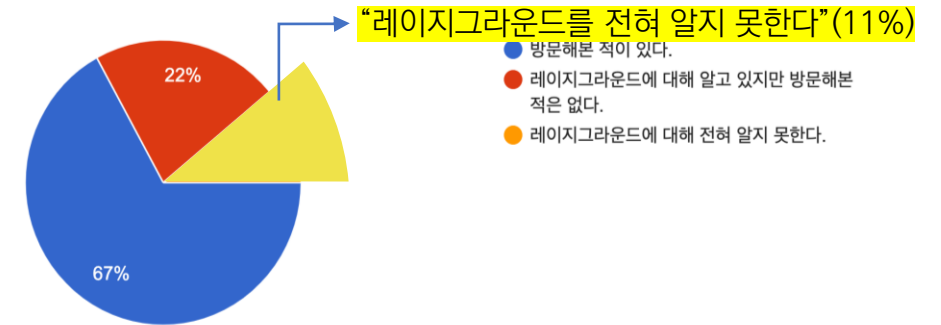
세부가설 4-2 : 위치에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

*레이지그라운드 건물 외부 간판 크기 비교



동일한 크기의 창문을 1칸으로 기준,
레이지그라운드의 간판은 7칸
동일 건물의 당구장은 13칸을 차지함.

1. 학교 앞 '레이지그라운드'에 방문해보신 적이 있으신가요?
응답 100개



간판의 크기가 작음

다른 간판과 비교하여 크기가 작아
눈에 잘 띄지 않음.

높은 층에 위치해 있음

1층 점포에 비해
유동인구를 유입 시키기 어려움.

10명 중 1명은 레이지그라운드를 모름

설문조사 결과, 응답자 100명 중 11명은
“레이지그라운드를 전혀 알지 못한다”고 답변함.

레이지그라운드 외부 간판의 크기를 동일 건물 내 다른 업체와 비교해보았을 때, **간판의 크기가 작은 것으로 판단됨.**

또한 높은 층에 위치하여 **1층 점포에 비해 유동인구를 유입시키기 어려움.**

설문 조사 결과, 100명 중 11명은 "레이지그라운드를 전혀 알지 못한다"고 답한 것으로 보아
위치에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았을 수 있음을 확인할 수 있음.

※세부가설 4-2 : 위치에 관한 홍보가 제대로 이루어지지 않았다.

따라서 세부가설 4-2는 참

4

해결책 제시

마케팅 방안 제시

SWOT

S

24시간 운영
보드게임, 만화, 영화 등 다양한 콘텐츠 보유
누워서 휴식할 수 있는 편안한 시설
취식 메뉴가 다양함

W

흡연실 담배냄새
취식 메뉴의 맛이 부족함
비싼 가격
시설이 청결하지 않음
브랜드 인지도가 낮음
1회 입장 시 퇴실까지 바깥 출입 불가

O

지역 내 만화카페 수가 많지 않음
학교 상권에서 유일한 만화카페
학교 정문 바로 앞에 위치함으로 입지가 좋음
정부의 별다른 규제가 없는 산업
대면 수업으로 변화되며 유동인구 증가

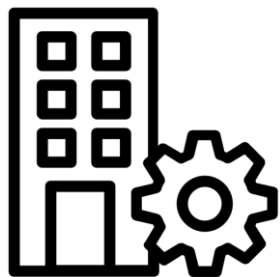
T

취식이 가능한 교내 시설 多
주변 상권에 대체 시설 증가
만화카페의 유행이 지남, 화제성 낮음



해결책 제시

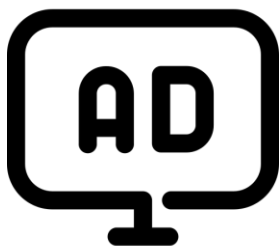
이벤트, 시설, 홍보, 개발 관점에서 해결책을 제시



시설

부족한 시설에 대한 점검

흡연실, 간판



홍보

정보 전달의 목적

SNS 활성화,
커뮤니티 홍보,
서포터즈 모집



이벤트

단기간 수요 유발

시험기간 이벤트, 불금 이벤트



서비스

고객 맞춤 서비스 제공

신메뉴 개발 + 기존 음식 퀄리티
개선, 전공서적 대여



해결책 제시

SNS 계정 활성화

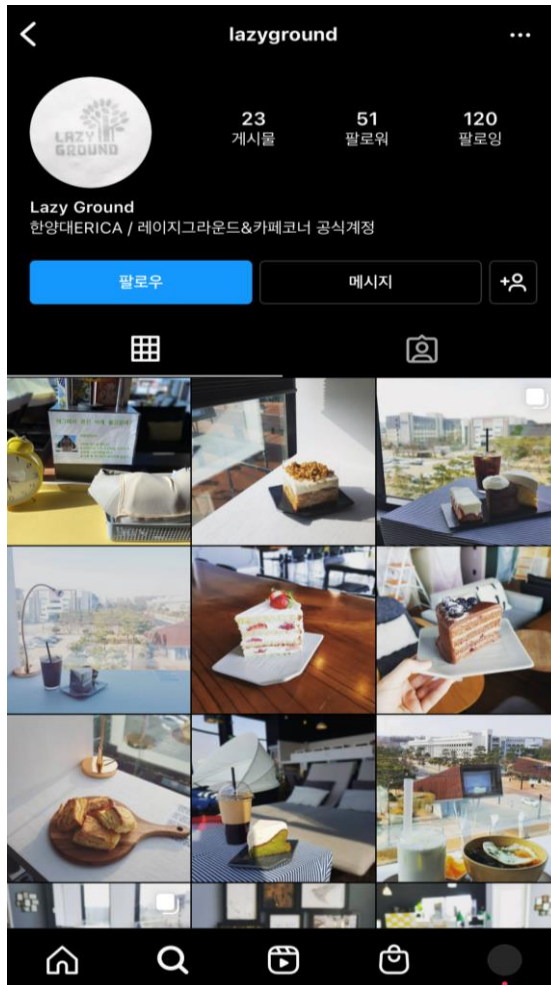
SOLVE 1. 정보 전달의 목적

SOLVE 1-1 : SNS 활성화

WEAK : 브랜드 인지도가 낮음

단기

SNS 계정 활성화



레이지그라운드(@lazyground) 최신 인스타 업데이트일 2020년(멈춰있는 계정)

주 고객층은 SNS에서 가장 활발한 활동을 하는 20대인 점을 고려하여 SNS 계정 활성화는 고객에게 정보를 전달하기에 아주 적절한 경로임.

따라서, SNS 활성화 및 장기적인 관리가 효과적인 마케팅, 홍보 방안이 됨.

고객들과 소통의 경로로 활용

→ 고객들의 불만사항, 개선할 점, 니즈 빠르게 파악하여 적용가능함.

#뷰맛집 #감성카페 #한국대학교 정문 #레이지존 #한국대학교스터디 #한국대학교 오픈스페이스

단기 : SNS 활성화, 팔로워 확보를 위한 간단한 팔로워 이벤트 진행
ex) 팔로우하고 식사류 500원 할인받자!

중기 : 꾸준히 레이지그라운드의 업데이트되는 정보 전달
ex) 할인 이벤트, 신메뉴, 영업시간 등 변경사항, 업그레이드 된 시설 등

장기 : 충성 고객 확보를 위한 지속적인 고객관계관리

<https://instagram.com/lazyground?igshid=NDBIY2NjN2I=>



해결책 제시

커뮤니티 홍보

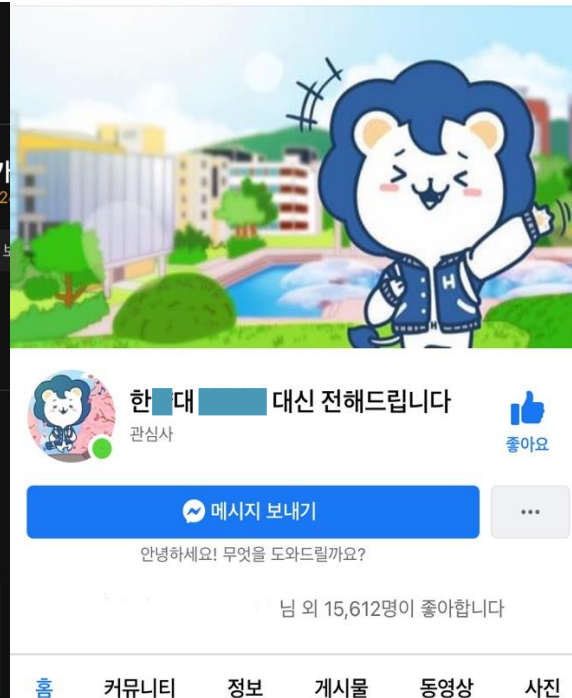
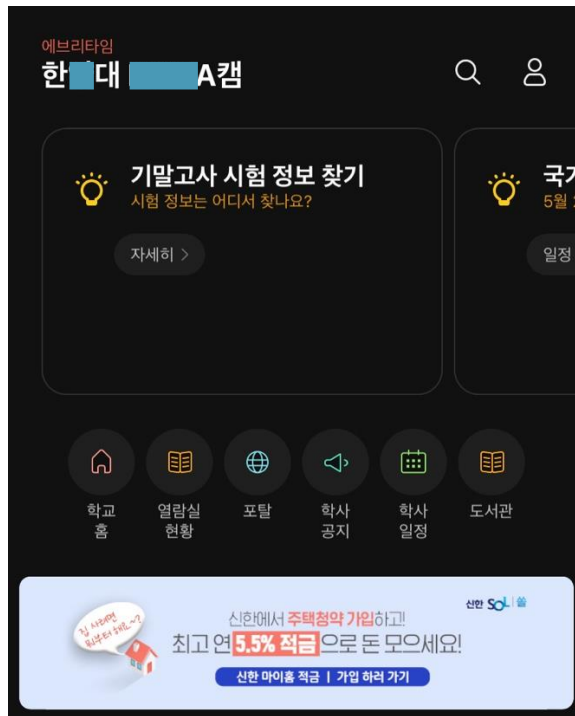
SOLVE 1. 정보 전달의 목적

SOLVE 1-2 : 커뮤니티 홍보

WEAK : 브랜드 인지도가 낮음

단기

커뮤니티 홍보



한국대학교 학생들만 활동 할 수 있는 커뮤니티에
관련 광고 홍보 진행

학교 학생이라면 누구나 광고를 볼 수 있고,
특히 학교 주변 상권에 대해 잘 알지 못하는
신입생들을 대상으로 홍보가 가능함.

학교 신입생은 곧 신규 유입 고객의 가능성이
있기 때문에 학교 커뮤니티 홍보는
매출 향상 및 고객 유치에 효과적임.

- 좌) 대학교 커뮤니티 에브리타임
- 우) 대학교 페이스북 페이지 한에대전



해결책 제시

커뮤니티 홍보

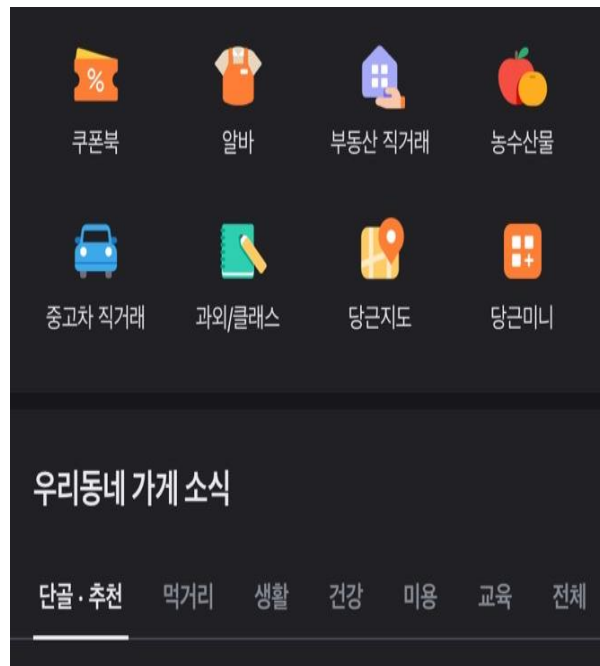
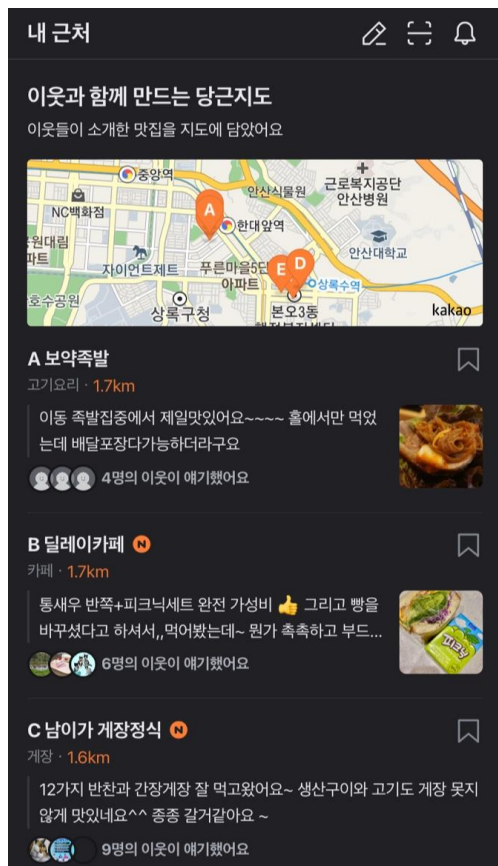
SOLVE 1. 정보 전달의 목적

SOLVE 1-2 : 커뮤니티 홍보

WEAK : 브랜드 인지도가 낮음

단기

커뮤니티 홍보



좌) 당근마켓 동네 지도
우) 당근마켓 업종 분류 및 홍보 카테고리

당근마켓과 같은 특정 지역 커뮤니티에 홍보

주변에 거주하는 학생에게도
노출이 되어 레이저그라운드 존재 상기 가능

학생 뿐만 아니라 그 주변에 거주하는 지역 주민들을 대상으로 홍보 가능

고객층을 대학교 학생들이라는 한계를 넘어
안산시 지역 주민들까지 확대 가능

단기적으로 고객 유치 뿐만 아니라
장기적으로 안산시의 대표 카페로써 자리매김



해결책 제시

서포터즈 모집

SOLVE 1. 정보 전달의 목적

SOLVE 1-3 : 서포터즈 모집

WEAK : 브랜드 인지도가 낮음

중기

SNS에서 핫한 만화카페 벌툰!

벌툰 서포터즈 1기 모집!

손꼽아 기다리던 서포터즈 모집 시작!

모집대상

- 서울 / 수도권 거주 대학생
서울 본사에서 진행되는 벌툰식 활동 및 이선, 벌툰 직원들 방문 및 오프라인 행사 참석 가능함
- 마케팅, 외식, 프랜차이즈에 관심 있는 대학생
- 블로그, SNS 등 활발히 활동하는 자

*후대(생) : 만화카페 벌툰을 사랑하고 자기 삶은 대학생 활동한 SNS 채널 운영자

모집인원

- 대학생 (휴학생 및 대학원생 포함) 총 20명

모집일정

- 지원기간 : 6월 11일(화) ~ 6월 27일(목)
- 합격자 발표 : 6월 28일(금)

*당첨자 개별 연락 예정

발대식 : 7월 2일(화)

*상기 일정은 본사 사정으로 변경될 수 있음

문의 beetoon@naver.com

활동기간

- 7월 2일(화) ~ 9월 3일(화) 총 8주 활동 진행

지원방법

- 온라인 지원 : <https://forms.gle/8Sp9ITM3F6fhgus8>

*지원한 내용은 방문 홈페이지를 통해 확인 가능합니다.
-> <http://www.beetoon.co.kr>

활동내용

- 소비자 제철활동
- SNS 홍보마케팅 활동 (주 1회)
- 팀 빌 오프라인 활동 (월 1회)

혜택내용

- 벌툰 신메뉴 체험 기회
- 벌툰 서포터즈 수료증
- 월별 활동비 지급
- 벌툰 본사 입사 시 가산점 부여
- MVP 상금 지급

서포터즈 모집

대학생 서포터즈 모집으로 학생들에게는 **대외활동의 기회**를, 당사에게는 **홍보 마케팅 수단**으로 이용

신메뉴 개발, 기존 메뉴 퀄리티 개선에서 맛을 평가하여 학생들의 입맛에 맞는 보다 **객관적이고 많은 샘플**을 도출할 수 있는 기회

서포터즈 활동으로 주변 친구들에게 가깝게 홍보 할 수 있는 기회

장기적 고객 유치 가능

브랜드 인지도 상승 가능

트렌드 분석 가능

*동일 산업의 경쟁사 서포터즈 모집 예시



해결책 제시

고객 충성도가 낮다.

SOLVE 2. 단기간 수요 유발

SOLVE 2-1 : 타겟팅을 통한 고객 유치

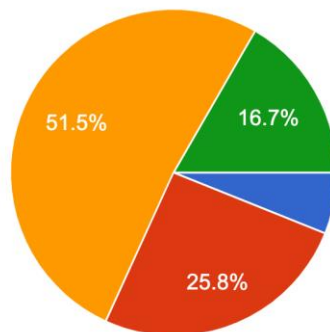
WEAK : 고객 충성도가 낮음

중기

*한양대학교 학생 100명을 대상으로 조사

1-1. 레이저그라운드에 얼마나 자주 방문하시나요?

응답 66개



- 일주일에 2회 이상 방문한다.
- 한달에 2회 이상 방문한다.
- 6개월에 2회 이상 방문한다.
- 1년에 1회 이상 방문하지 않는다.

재방문율이 낮음.

설문조사 결과, “6개월에 2회 이상 방문한다.”의 응답이

51.5%로 매우 높은 비율을 차지함.

그 이후로도 ”한달에 2회 이상 방문한다”(25.8%)

“1년에 1회 이상 방문하지 않는다”(16.7%)

잠재적 고객들의 브랜드 충성도를 높일 수 있는 방안이 필요함.



해결책 제시

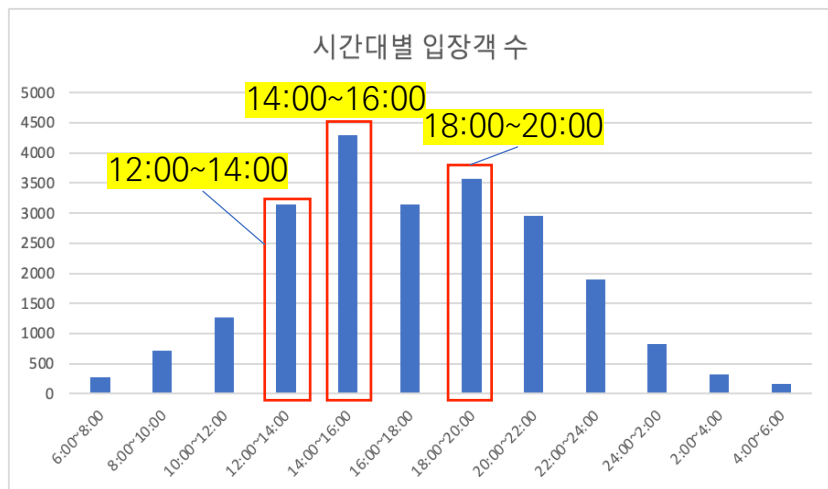
이벤트 마케팅

SOLVE 2. 단기간 수요 유발

SOLVE 2-1 : 타겟팅을 통한 고객 유치

WEAK : 고객 충성도가 낮음

중기



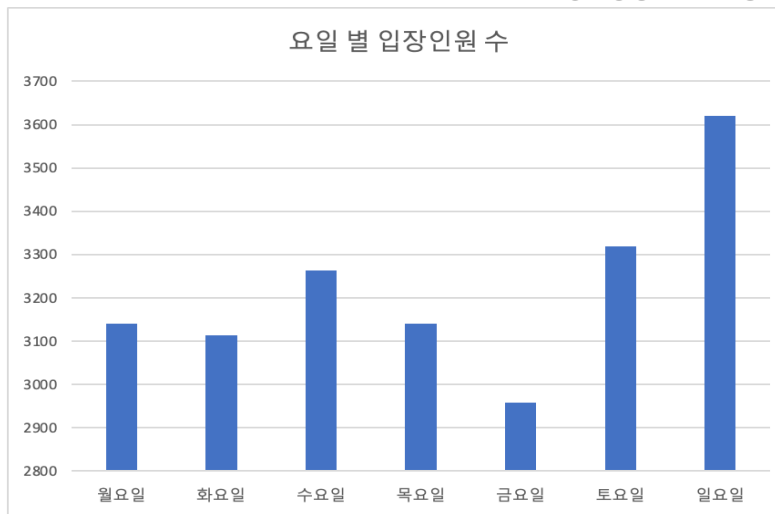
시간대 별 입장객 수를 분류해보았을 때,
점심시간 이후인 14:00~16:00 구간이 가장 많이 차지하였고,
그 뒤로는 저녁시간대 18:00~20:00와
점심시간대 12:00~14:00가 차지함.

※입실시간 기준

※구간 별 시작구간은 이후 입장, 끝구간은 이전 입장임
(ex : 12:00~14:00의 구간은 12:00 이후 입장부터
14:00 이전인 13:59까지의 입장객 수를 도출함)

이벤트 마케팅

PRODUCED BY SPSS



요일 별로 입장객 수를 분류해보았을 때,
주말인 토요일, 일요일이 가장 많았고,
금요일이 제일 적은 것으로 나타남.

- 가장 방문객들이 많은 시간대 집중 이벤트를 진행함.
- 가장 저조한 방문 시간대 방문율을 높이기 위한 방안을 고려함.

시험기간 독려 이벤트

- 가장 긴 이용시간 대상자 추첨 선물 증정

- 아메리카노 1회 리필

불금 할인 이벤트

- 요금 할인 이벤트

- '불-' 음식 메뉴 할인



해결책 제시

전공 서적 대여

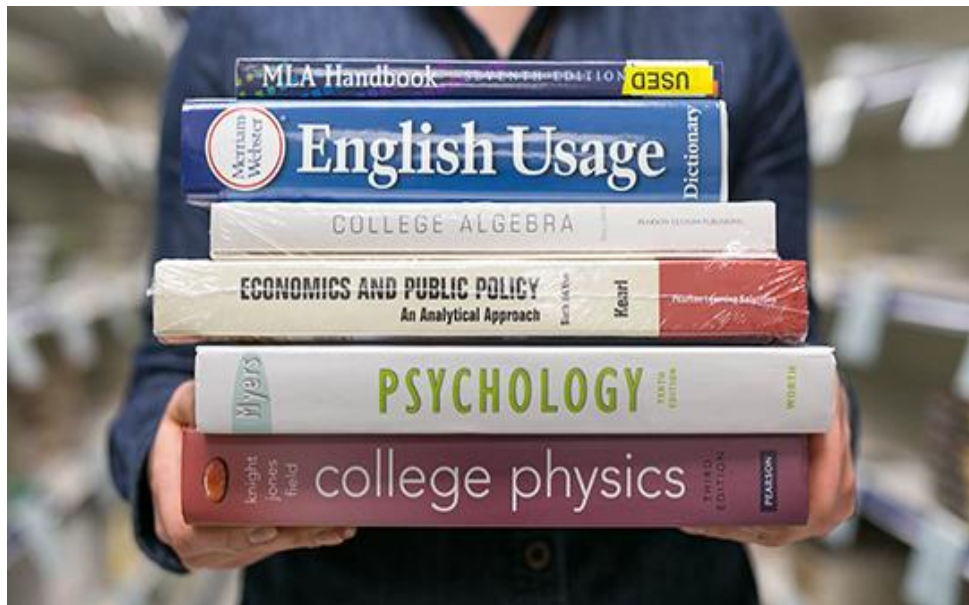
SOLVE 2. 고객 맞춤 서비스 제공

SOLVE 2-2 : 전공 서적 대여를 통해 공부 목적 고객에게 서비스 제공

OPPORTUNITY : 학교 앞 상권

중기

전공 서적 대여



공부를 목적으로 방문하는 고객이 전체의 35.8%로,
한국대학교에 재학중인 학생이 대부분임.

당사 내에 전공서적을 배치하여
학생들이 이용하는 동안
자유롭게 전공서적을 이용할 수 있도록 서비스 제공

비싼 전공서적을 직접 구매하는 것이 아닌,
재학생들에게 기부 받는 형식으로 마련

전공서적을 기부한 고객에게 이용권 및 상품을 제공

기존 음식 퀄리티 개선

SOLVE 2. 고객 맞춤 서비스 제공

SOLVE 2-3 : 신메뉴 개발 + 기존 음식 퀄리티 개선

WEAK : 고객 충성도가 낮음

중기

기존 음식 퀄리티 개선

※네이버 블로그, 네이버 플레이스, 구글리뷰 데이터 사용

※데이터크롤링을 통해 리뷰 수집

※단어의 크기가 클수록 자주 사용된 단어



네이버 플레이스, 네이버 블로그, 구글 리뷰에 대해 워드 클라우드를 분석

기존 메뉴 퀄리티에 대한 **부정적인 리뷰를 다수 발견**

라면 → 물의 양이 너무 많음

청굴 에이드 → 너무 달다

청굴 에이드 → 과일청이 아닌것 같아서 실망스럽다

감자튀김 → 제공되는 소스의 양이 너무 적다

전반적으로 음료에 대한 불만 사항이 매우 많았으며,
베스트 메뉴인 라면의 경우 라면 물의 양이 너무 많다는 리뷰가 대부분

음식 제작 레시피를 메뉴얼화하고,
전반적인 음료 퀄리티를 상승시키기 위해 음료 레시피를 분석 및 개발



해결책 제시

신메뉴 개발

SOLVE 2. 고객 맞춤 서비스 제공

SOLVE 2-3 : 신메뉴 개발 + 기존 음식 퀄리티 개선

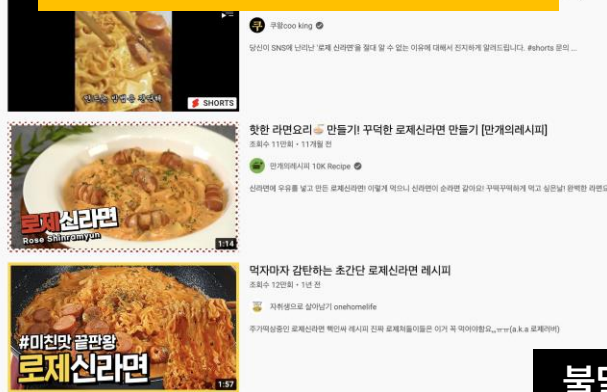
WEAK : 고객 충성도가 낮음

중기

신메뉴 개발

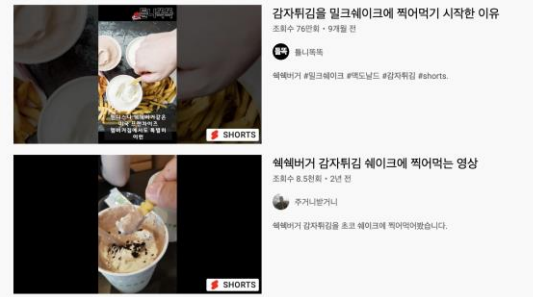
신라면 로제

- 라면 + 우유 + 비엔나소세지



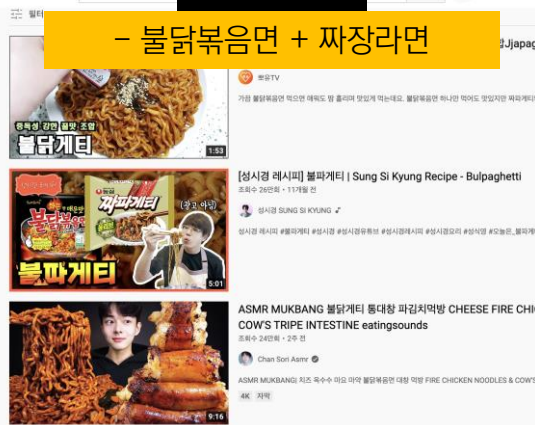
쉐이크와 감자튀김

- 쉐이크 + 감자튀김



불닭게티

- 불닭볶음면 + 짜장라면



- 하위 메뉴들을 끼워팔기하여 개선할 수 있는 방안을 고려함.
- 기존 상위 메뉴의 경쟁력을 더 강화함.

메뉴	판매 개수
비엔나소세지	2
커피쉐이크	3
녹차쉐이크	4
유자에이드	5
청귤커피	6
망고스무디	7
녹차	8
민트초코라떼	8
카라멜마끼아또	9
아포카토	10

*전체 메뉴 중 판매량 하위 10개 메뉴



해결책 제시

실내 흡연실 냄새 개선

SOLVE 3. 부족한 시설에 대한 점검

SOLVE 3-1 : 실내 흡연실 냄새 개선

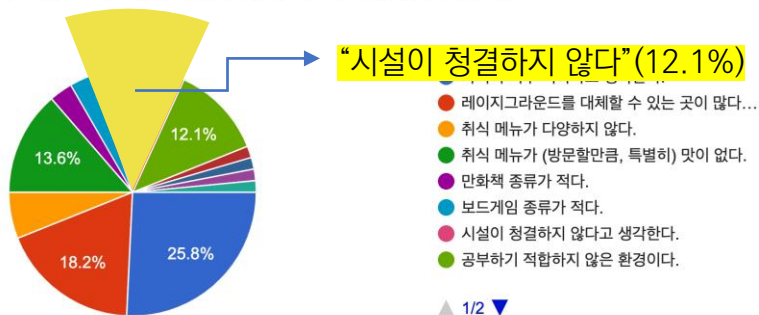
WEAK : 시설이 청결하지 않음

장기

*레이지그라운드 방문자 대상 설문조사

1-3. 레이지그라운드를 이용하며 느꼈던 아쉬운 점, 개선할 점이 있다면 무엇인가요?

응답 66개



*네이버, 구글 리뷰

<https://blog.naver.com/dksrud582/222605199126>

이게.. 장점이자 단점인데..

흡연실이 있음..

난 담배를 ~~끊고~~ 흡하는 사람으로서 이게 넘 싫었어ㅠ
중간중간에 담배냄새가 확 나는데
진짜 너무 머리 아팠음;;
흡연존만 없으면 완벽해 여긴!!!!



토코몬6

팔로워 1

팔로우

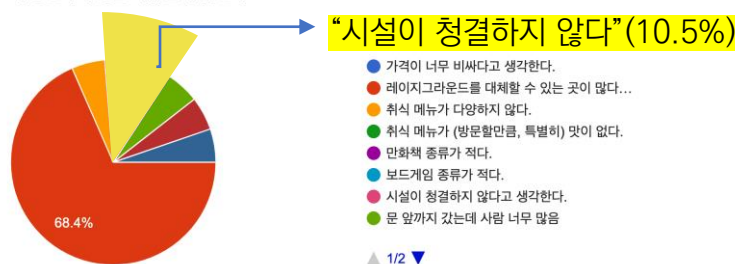
담배냄새가 피시방보다 심함

21.12.4.토 · 1번째 방문 · 영수증

*레이지그라운드를 방문하지 않는 조사자 대상 설문조사

2-1. 레이지그라운드에 방문하지 않는 이유는 무엇인가요?

응답 19개



“시설이 청결하지 않다”는 피드백

설문조사 결과, 평균 11.3%의 응답이 시설 위생에 관한 부정적인 인식

방문자들이 시설에 관해 가장 많이 언급한 내부 흡연실 문제 해결방안이 필요함.



해결책 제시

실내 흡연실 냄새 개선

SOLVE 3. 부족한 시설에 대한 점검

SOLVE 3-1 : 실내 흡연실 냄새 개선

WEAK : 시설이 청결하지 않음

장기

스마트 흡연실 도입

- 질병관리청에 따르면, 간접흡연 관련 환경지표인 NNK 농도를 측정하여 간접흡연 가능성을 측정한 결과, PC방(평균 408 ± 391 pg/mg), 카페(평균 167 ± 151 pg/mg)으로 비흡연자의 간접흡연 노출이 심각하다고 밝힌 바 있다.
- 스마트 흡연실 : 공기센서와 적외선 감지기가 자동으로 사람의 움직임을 감지해 조명을 켜고 공기 필터 시스템을 가동시키는 것
- 흡연실 자체 내에 설치된 특수 공기 정화 필터가 오염된 공기를 맑은 공기로 정화시킴
- 내부에 자동소화 담배 재떨이 설치 : 단순히 담배 연기를 없애는 제연기와는 다르게, 냄새 뿐 아니라 각종 유해 성분을 살균하고 부스 외부로 정화된 공기를 배출하여 쾌적한 환경 유지
- 안전을 위해 부스 내부에 화재감지 센서, CCTV 필수, 혹시 모를 위험에 대비하여 불연재를 사용하여 제작



해결책 제시

브랜딩을 통한 변화

SOLVE 3. 부족한 시설에 대한 점검

SOLVE 3-2 : 브랜딩을 통한 변화

WEAK : 브랜드 인지도가 낮음

장기

브랜드 구축

*브랜딩 : 소비자로 하여금 브랜드의 가치를 인지하게 하여 브랜드의 충성도와 신뢰를 유지하는 전체적인 과정



레이지그라운드 브랜드 인지도 또한 매우 낮은 상태

레이지그라운드는 장기적으로 한국대학교 학생들의 또 하나의 오픈스페이스 공간으로 활약할 것임.

따라서, 오픈 스페이스 + 커뮤니케이션의 중심지로서의 역할 수행

브랜딩의 과정을 통해 이를 포함하는 신개념의 레이지그라운드만의 브랜드 구축

결과적으로, 이는 고객들에게 레이지그라운드 자체를 하나의 브랜드로 인식시키는 효과

외부 간판, 브랜드 로고 등도 새로운 브랜딩을 통해 변화해야 함.



해결책 제시

커뮤니티의 장

SOLVE 3. 부족한 시설에 대한 점검

SOLVE 3-3 : 커뮤니티의 장

Opportunity : 학교 앞 상권

장기

커뮤니티의 장



주이용고객인 학생들에 맞춰
학교 및 교내 다양한 기관과 협력하여
스터디 모집, 학술제 개최

보드게임, 만화, 취미생활에 관한 모임도 개최 가능

넓은 책상 공간, 화이트보드, 회의용 모니터 등
중장기적 방안으로 시설 구비 필요

오픈스페이스와 커뮤니케이션의 중심지가 되어
커뮤니티를 형성할 수 있도록 제공

5

적용

해결책 적용 과정



해결책 적용

제시된 해결책의 구체적 적용 과정

단기

SNS 계정 활성화
커뮤니티 홍보

→ 단기적 수요 유발에 집중

중기

서포터즈 모집
시험기간 이벤트
전공서적 대여 사업
신메뉴 개발

→ 꾸준한 고객 유치 및 확보 전략에 집중

장기

스마트 흡연실
브랜드 구축
커뮤니티의 장

→ 정체성 형성, 방향성에 집중

감사합니다

Team 김밥천국

경영학부 김승현
경제학부 소민지
경제학부 정하영

E-mail: kellykim9891@hanyang.ac.kr
E-mail: alswl5599@hanyang.ac.kr
E-mail: hy8718@hanyang.ac.kr