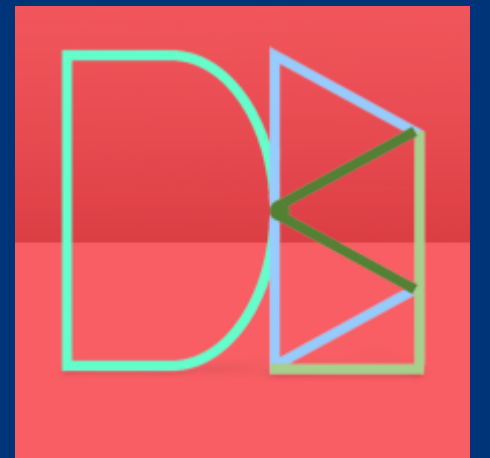


레이지그라운드

데이터로 매출 향상 방안 마련하기

경영학과 18학번

백승호
윤기호
이민용



팀 도무지

Contents

01

상황 인식 및 문제 정의

02

데이터 전처리

03

데이터 분석

04

해결책 제시

상황 인식

LAZY GROUND

: 레이저그라운드

24시간 스터디-만화카페 Lazy Ground입니다!

24시간
스터디, 만화 카페이용요금은 한시간에 2500원!이 아닌 2500원에
무제한!입장료 2500원 + 음료/식사/디저트 주문시 무제한
이용가능합니다.

가성비

만화 15000권/ 보드게임/ 레고 다수!!

스터디족을 위한 스타벅스형 장테이블(콘센트 있
음) / 창가 테이블
휴식을 위한 선베드/ 토굴/ 빈백/ 쇼파!! ^

편안한 시설

네이버 업체 소개



네이버 업체 사진 + 직접 찍은 사진



레이지그라운드: 학기중과 방학 간 매출액의 차이가 클 것이다.

구조적 요인2



4층에 위치

<표 7> 층별 효용 비율 표

층	전체 모형	승강기 유무		연면적 규모	
		승강기 有	승강기 無	1000㎡ 이하	1000㎡ 초과
지하1층	0.332	0.339	0.331	0.340	0.330
1층	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2층	0.492	0.518	0.485	0.498	0.488
3층	0.394	0.424	0.383	0.392	0.403
4층	0.351	0.404	0.320	0.334	0.375
5층	0.335	0.378	0.296	0.339	0.341
6-10층	0.329	0.371	0.269	0.332	0.340
Chow test (F검정)		13.261(0.000)		4.981(0.000)	

서울시 소매용 부동산의 층별 효용비율 분석 (2018. 고현림 신종철)

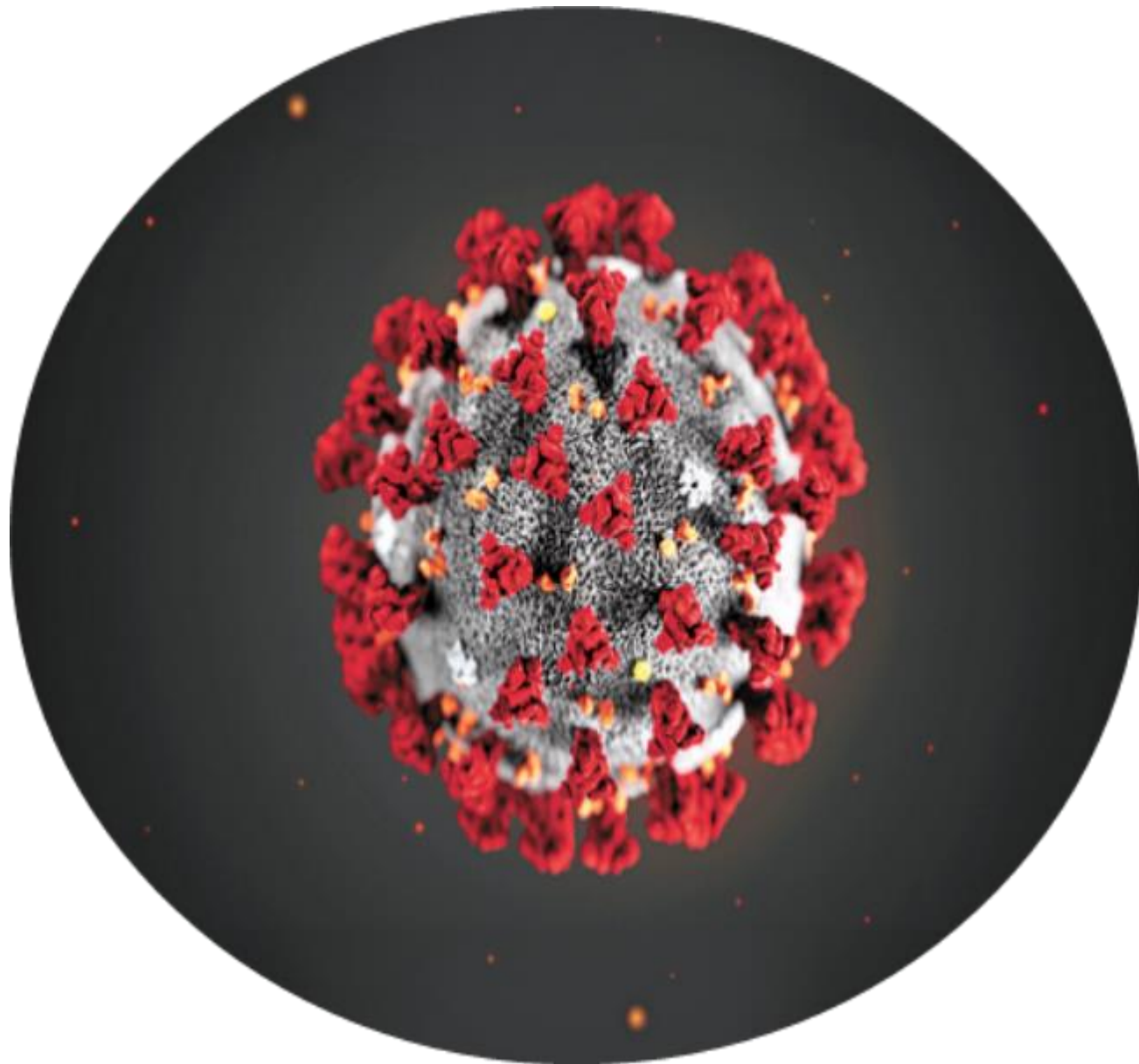
레이지그라운드의 층별 효용 비율은 0.404

고객이 느끼는 접근성이 1층의 다른 카페의 40.4%수준

레이지그라운드 200m반경 카페 13개 중
요거프레스(3층)을 제외하고 모두 1층에 위치

4층이 레이지그라운드에 대한 고객의 인지수준을 낮췄을 것이다.

외부 상황

COVID-19
(코로나)

연결손익계산서

제 18 기 2021년 01월 01일부터 2021년 12월 31일까지

제 17 기 2020년 01월 01일부터 2020년 12월 31일까지

주식회사 탐앤탐스와 그 종속기업

(단위 : 원)

탐앤탐스 554억->401억(27% 감소)

과목	제 18(당) 기	제 17(전) 기
I. 매출액 <주석 14,16>	40,188,774,104	55,429,593,496

포괄손익계산서

제17(당)기 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

제16(전)기 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지

(주)케이지할리스에프앤비

케이지할리스에프앤비(할리스커피)
(단위: 원) 1405억->1159억(18%감소)

과목	주석	제17 (당) 기	제16 (전) 기
I. 매출액	22,30	115,923,311,935	140,597,386,104

연결포괄손익계산서

제14 (당) 기 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

제13 (전) 기 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지

주식회사 카페베네와 그 종속기업

카페베네 224억->186억(17% 감소)

과목	주석	제14기	제13기
I. 매출액	4,23,32	18,649,507,859	22,402,014,765

금융감독원

거리두기가 강화된 2021년부터 카페 산업 매출액이 급감

코로나가 레이저그라운드 매출에 부정적인 영향을 미쳤을 것이다.

문제 정의

구조적 요인

학교 앞에 위치
한정적인 고객

24시간 카페

4층에 위치
폐쇄적



비대면 강의
고객 범위 감소

영업시간 제한

외부 요인

코로나19
감염에 대한 두려움으로
외부활동 자제

정부 거리두기 정책

데이터 전처리, 분석에 사용한 툴



Microsoft Excel



R



entry_data와 sales_data는 2021년 2월 17일~2022년 4월 1일까지의 자료임을 확인

2021년 2월의 자료와 2022년 4월의 자료가
그 달의 정보를 대표할 수 없다고 생각해 이들을 결측치로 판단



entry_data 요금제명 필드에 누락 값이 있음을 확인

요금제명 필드에 NA값이 포함된 행을 결측치로 판단

→ **DATA Cleaning**: 결측치 삭제

```
entry <- read.csv(file='C:/rdata/entry_data.csv', head=T, na.strings="")
sum(is.na(entry)) # 285
entry <- na.omit(entry)
sum(is.na(entry)) # 0
```

entry_data 요금제명 필드 간 같은 성격의 값을 중복 데이터로 정의

요금제명 필드에 중복 데이터가 포함된 행을 결측치로 판단

한국대생 입장권(종일권)	11174
입장권(종일권)	3446
심야-조조무제한(06시까지)	2299
심야-조조무제한	1212
시간요금제(1시간)	1037
기간권	1013
한국대생 무제한 입장권	705
시간요금제(3시간)	288
18시이후 무제한	249
무제한 입장권	197
조조무제한	155
시간권	138
1시간	36
종일요금제	35
이용권	14
시간 요금제(1시간당)	10
시간요금제(1시간당)	9
1시간 요금제	6
3시간	3
무제한(한국대생)	2
시간요금제	2
무제한(일반요금)	1



DATA Integration
:데이터 집계

시간요금제	1543
심야-조조무제한(2021/3/2~2021/7/11)	2299
심야-조조무제한(2021/7/12~2021/10/18)	404
심야-조조무제한(2021/10/19~2022/3/31)	1212
한국대생 종일권	11881
종일권	3678
기간권	1013



sales_data 상품명 필드에서 상품이 얼마나 많이 팔렸는지 확인하고자 할 때
 "추가"가 포함된 상품명은 개별적으로 주문할 수 없을 것
 13개월 기준 판매수량 필드가 20미만인 상품은 1)잘 안 팔리는 상품 2)신제품일 것

가장 많이 팔린 상품과 관련 분석 시에는 상품명 필드에 "추가"단어 포함된 행과
 판매수량 필드가 20 미만인 행 모두 결측치로 판단

→ DATA Reduction: 데이터 축소

```
popular <- read.csv(file='C:/rdata/popular_products.csv',header=T)
x <- grep("추가",popular_mod$상품명)
popular2 <- popular[-x,]
popular3 <- subset(popular2, 판매수량 >= 20)
```



entry_data 고객 필드에서 고객별로 이용횟수를 확인할 때 "customer"만 써 있는
 자료가 있음

고객별 이용횟수 관련 분석 시에는 고객 필드에 "customer"쓰인 행을 결측치로 판단

→ DATA Cleaning

```
sales <- read.csv(file='C:/rdata/sales_data.csv', head=T, na.strings=c("customer",""))
sum(is.na(sales)) #805
sales <- na.omit(sales)
sum(is.na(sales)) #0
```

월별 매출액 추세

레이지그라운드 월별 매출액

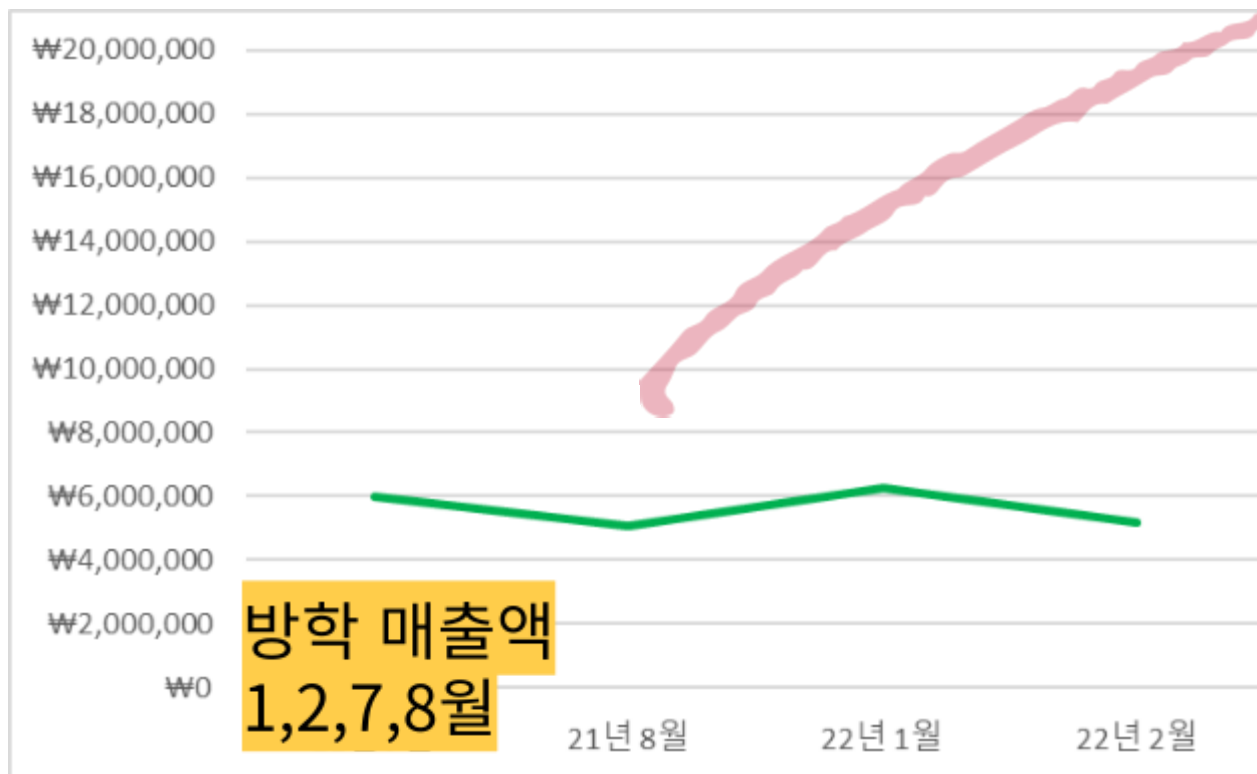


entry_data & sales_data
각각의 월별 금액을 합친 후
월별 매출액 확인

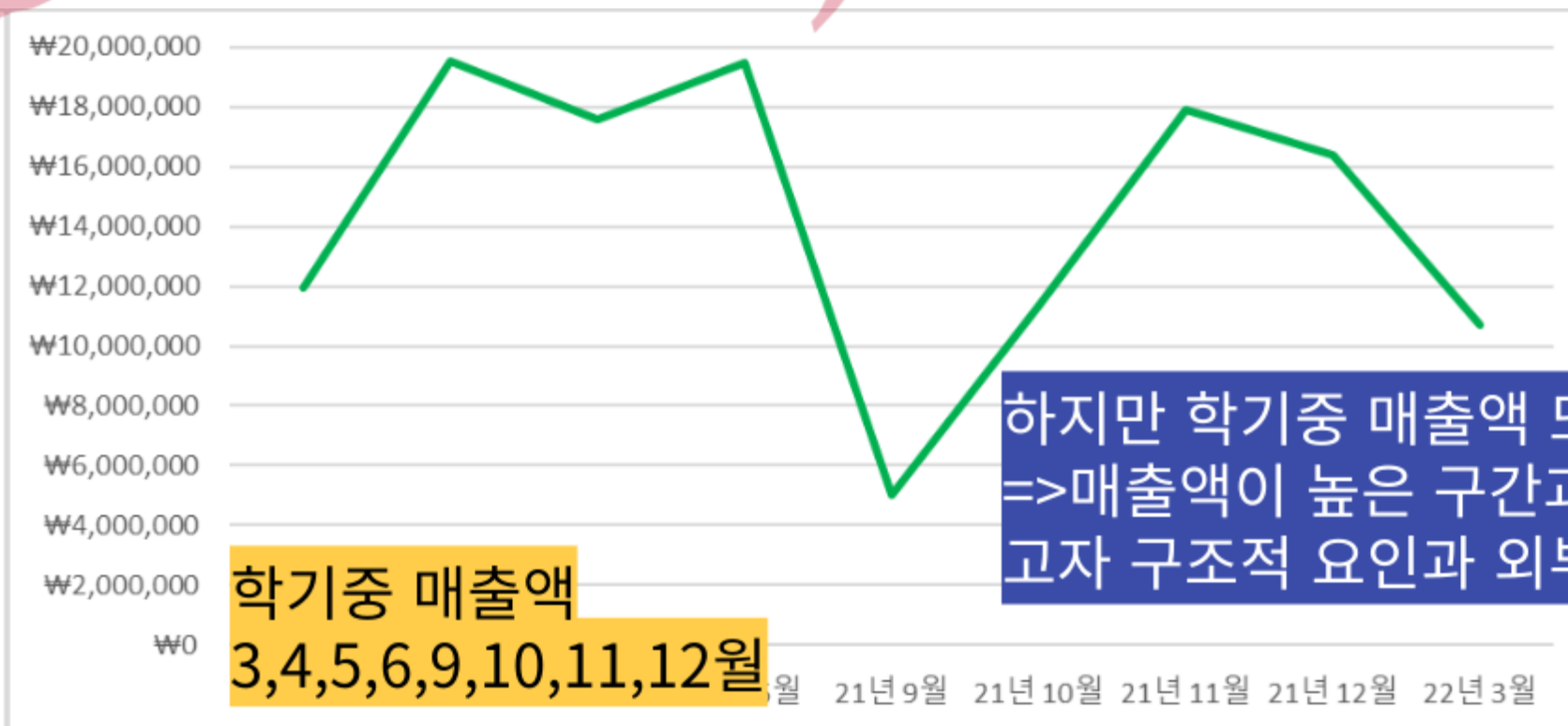
선형 추세선
=> $R^2 = 0.1439$ 로 설명력 ↓

학교 앞이라는 레이지그라운드의 구조적 특성 때문이라고 판단
-> 학기중과 방학을 나눠서 다시 추세 확인

방학 매출액은 일정하게 500만~600만 사이의 매출액 수준 확인



방학 매출액
1,2,7,8월



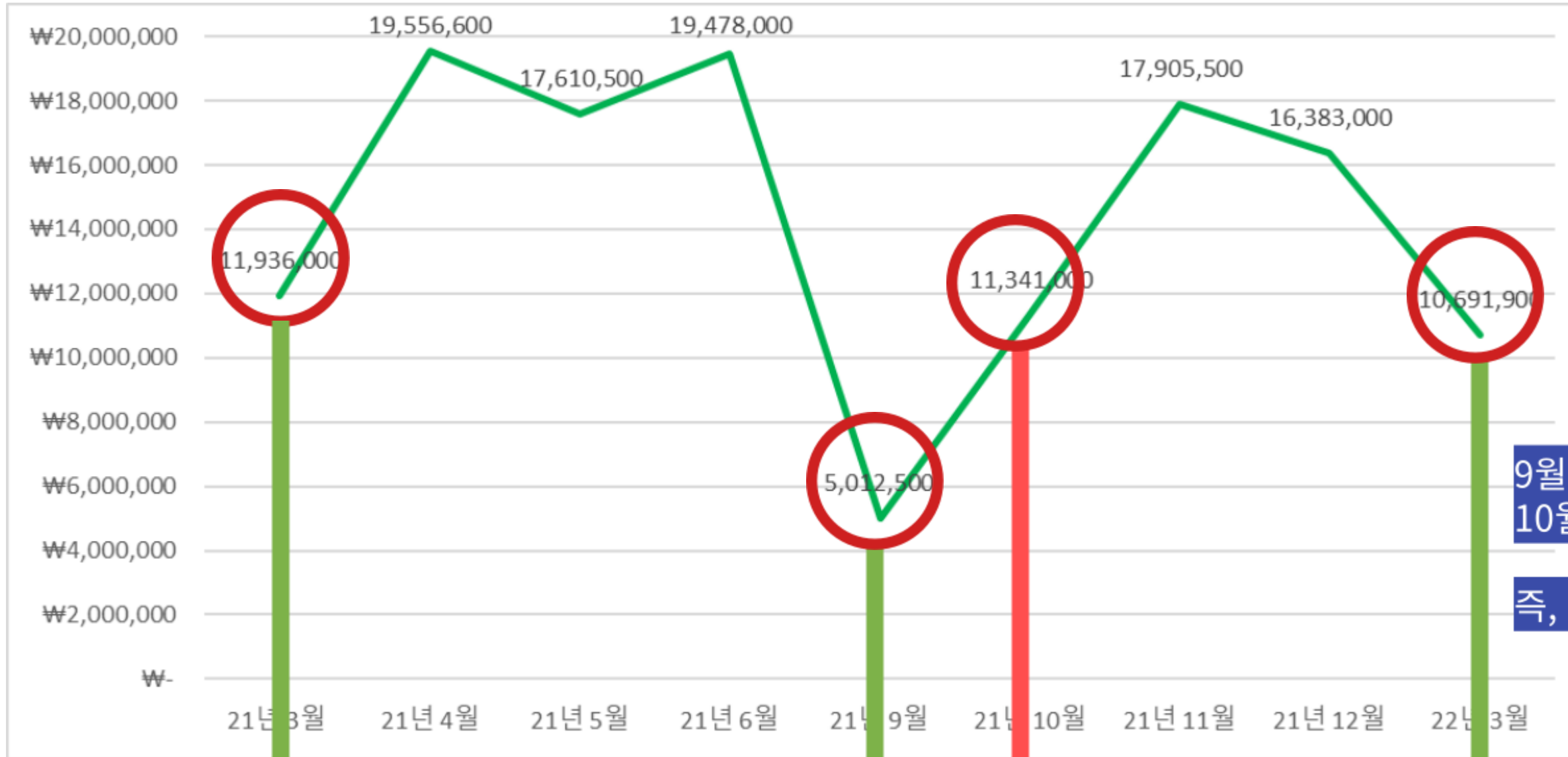
학기중 매출액
3,4,5,6,9,10,11,12월

하지만 학기중 매출액 또한 계절성이 확인되지 않음
=> 매출액이 높은 구간과 낮은 구간의 이유를 알아보고
구조적 요인과 외부 요인에 의한 영향을 확인

03

데이터 분석

월별 매출액 추세:구조적 요인



레이지그라운드 구조적 특징(24시간, 스터디존)으로 시험기간과 과제가 많은 달에 매출이 몰려있는 것으로 보인다.

9월은 개강기간이더라도 비교적 낮은 매출액
10월은 시험기간임에도 낮은 매출액

즉, 구조적 요인으로 9월과 10월의 매출액을 설명할 수 없다.

3월	4월	5월	6월	9월	10월	11월	12월	3월
개강	시험기간	과제,팀플	시험기간	개강	시험기간	과제,팀플	시험기간	개강

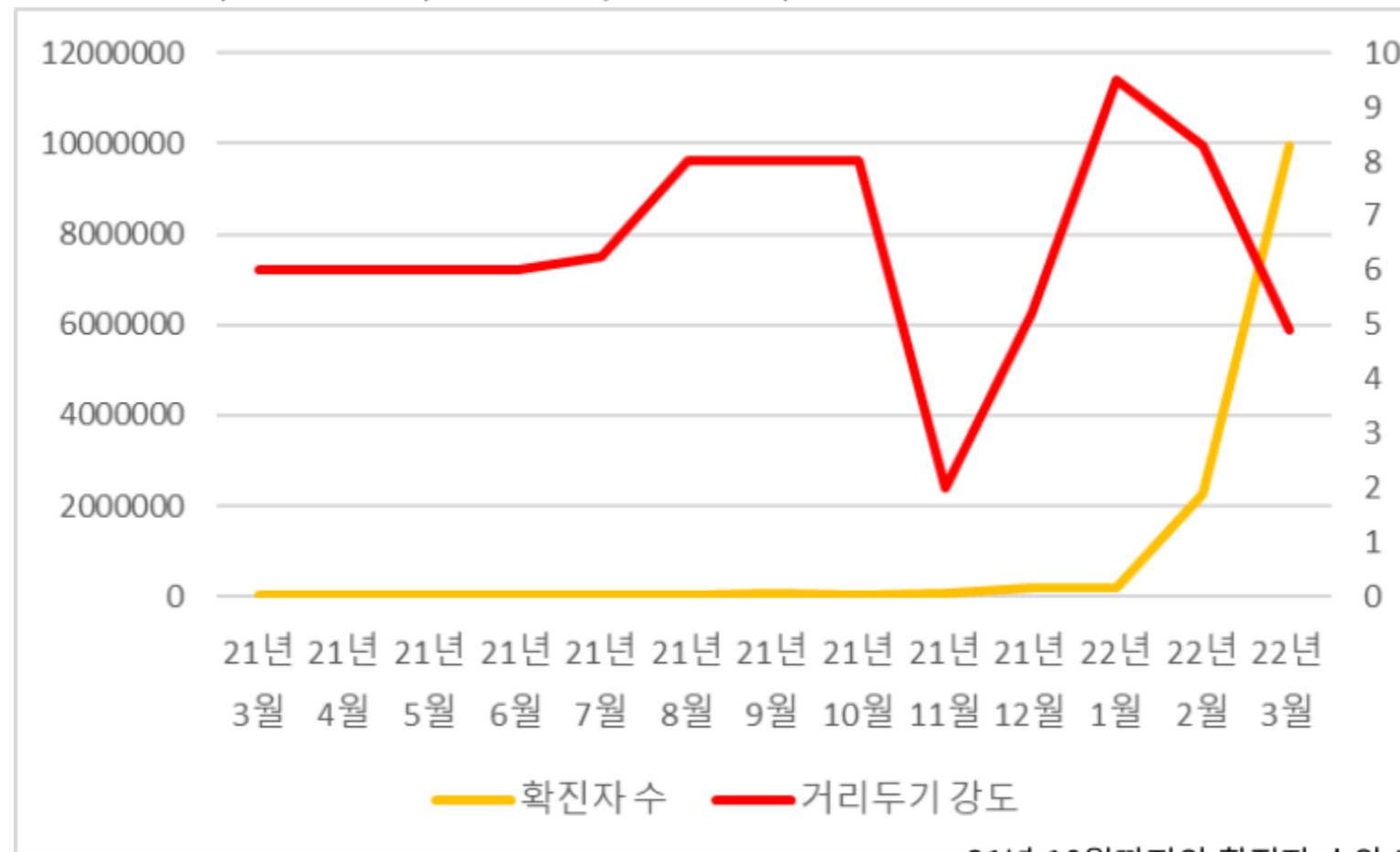
레이지그라운드의 주 고객인 대학생의 학기 간 패턴

월별 매출액 추세:외부 요인

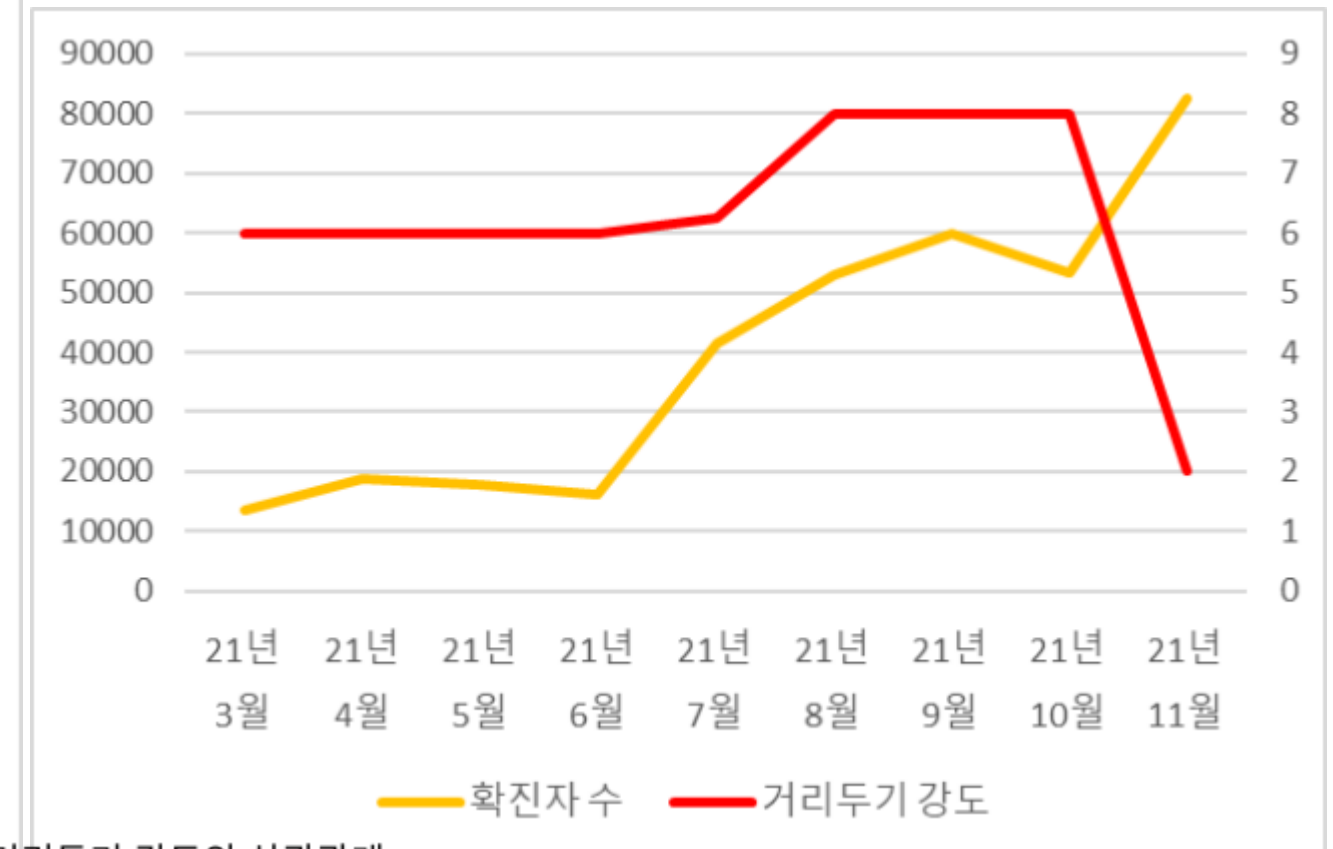
외부 요인 중 코로나로 사람들이 느끼는 위기감을 나타내는 지표로 확진자 수와 정부 거리두기 정책을 확인

기간	거리두기 강도	영업시간	인원제한
21년 3월	6	22시	제한없음
21년 4월	6	22시	제한없음
21년 5월	6	22시	제한없음
21년 6월	6	22시	제한없음
21년 7/1	3	24시	제한없음
21년 7/12	8	22시	5명
21년 8월	8	22시	5명
21년 9월	8	22시	5명
21년 10월	8	22시	5명
21년 11월	2	제한없음	10명
21년 12/6	1	제한없음	6명
21년 12/18	10	21시	4명
22년 1/17	9	21시	6명
22년 2/19	7	22시	6명
22년 3/5	5	23시	6명
22년 3/21	4	23시	8명
22년 4/4	3	24시	10명
22년 4/18	0	제한없음	제한없음

거리두기 강도가 가장 낮은 것과 가장 높은 것을 기준으로 0~10까지 나눔
월 내에서도 거리두기 강도가 다른 경우 일수에 따라 가중평균
=> 7월:6.26, 12월:5.23, 1월:9.52, 2월:8.29, 3월:4.9



갑자기 증가한 2배 이상 증가해버리는 12월을 이후를 일단제외하고 다시 보면



21년 10월까지의 확진자 수가 늘어날수록 거리두기 강도가 높아지지만
21년 11월부터는 확진자 수가 늘어났음에도 거리두기 강도가 크게 낮아짐
2배 증가한 21년 12월에 거리두기 강도가 높아지나, 53450명의 확진자 때 8의 강도였던
21년 10월에 비하면 그 증가폭이 낮음(183650명의 확진자에 5.23의 거리두기 강도)
22년 3월 또한 거의 1000만명의 확진자에도 불구하고 4.9의 거리두기 강도
=> 21년 10월 이후부터는 확진자 수와 거리두기 강도 간 상관관계가 매우 낮음

21년 10월까지의 확진자 수와 거리두기 강도의 상관관계
0.93으로 매우 높은 양의 상관관계

```
> cor(covid2$people, covid2$strength)
[1] 0.9282835
```

21년 11월부터의 확진자 수와 거리두기 강도의 상관관계
-0.1로 상관관계가 거의 없음

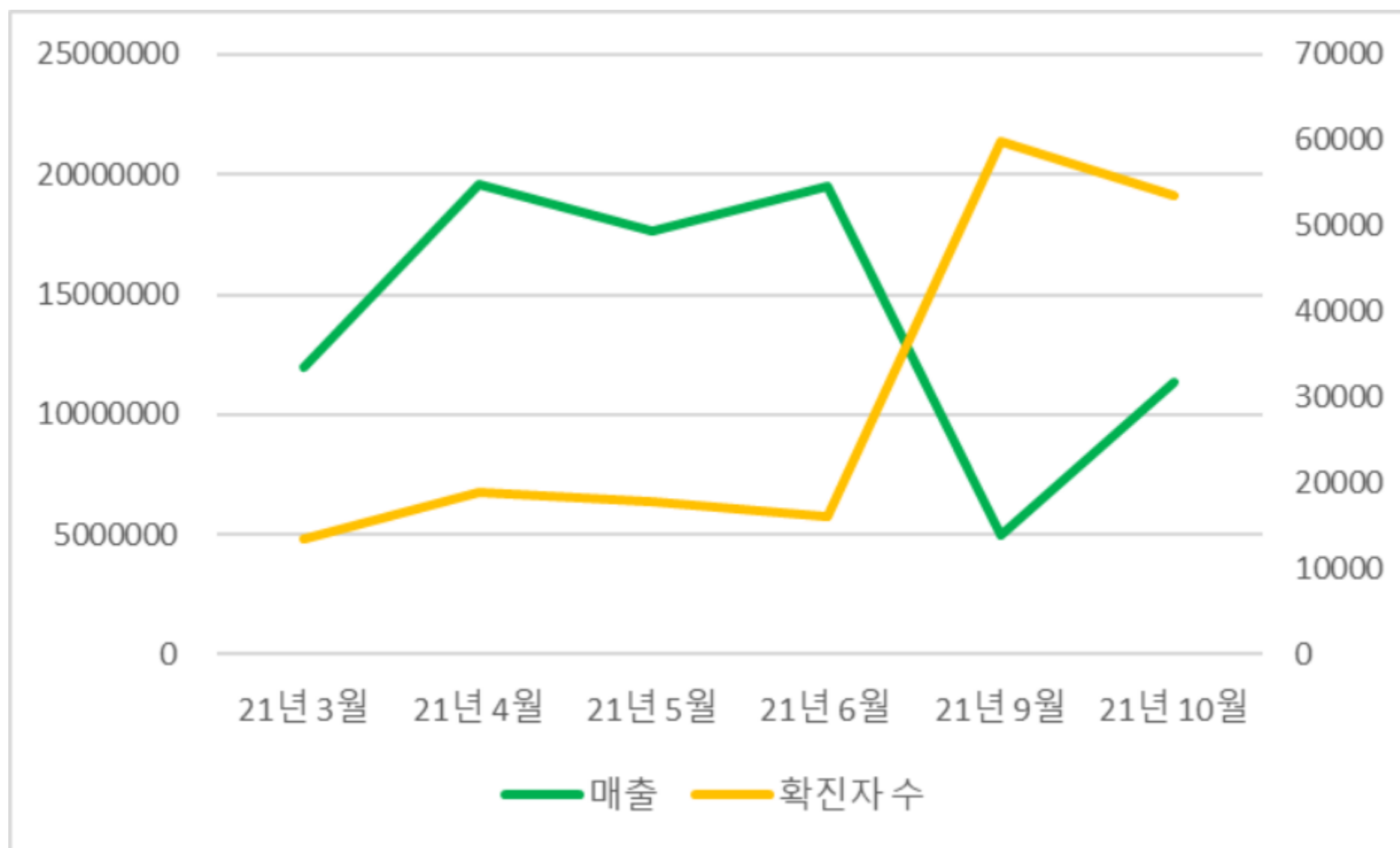
```
> cor(covid3$people, covid3$strength)
[1] -0.1044019
```

21년 10월까지의 사람들이 코로나 확산, 즉 확진자 수의 증가에 위기를 느꼈으나
21년 11월에 코로나 확산에 대해 느끼는 위기 수준이 낮아졌다.
=>21년 10월까지의 코로나 확진자 수와 레이저그라운드 매출 간 상관성이 있을 것

03

데이터 분석

월별 매출액 추세

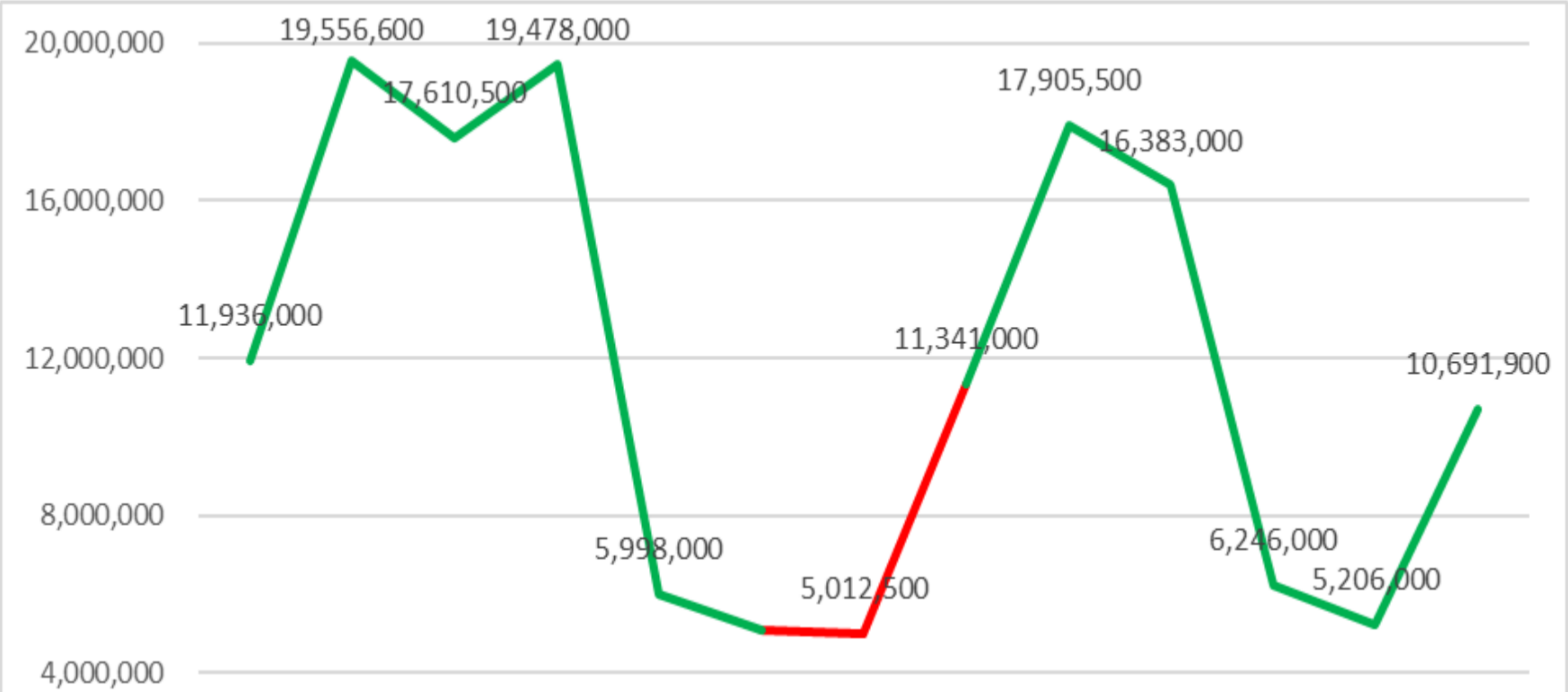


레이지그라운드 학기 중 매출 중
21년 10월까지의 매출과 확진자 수 비교

-0.79로 높은 음의 상관관계

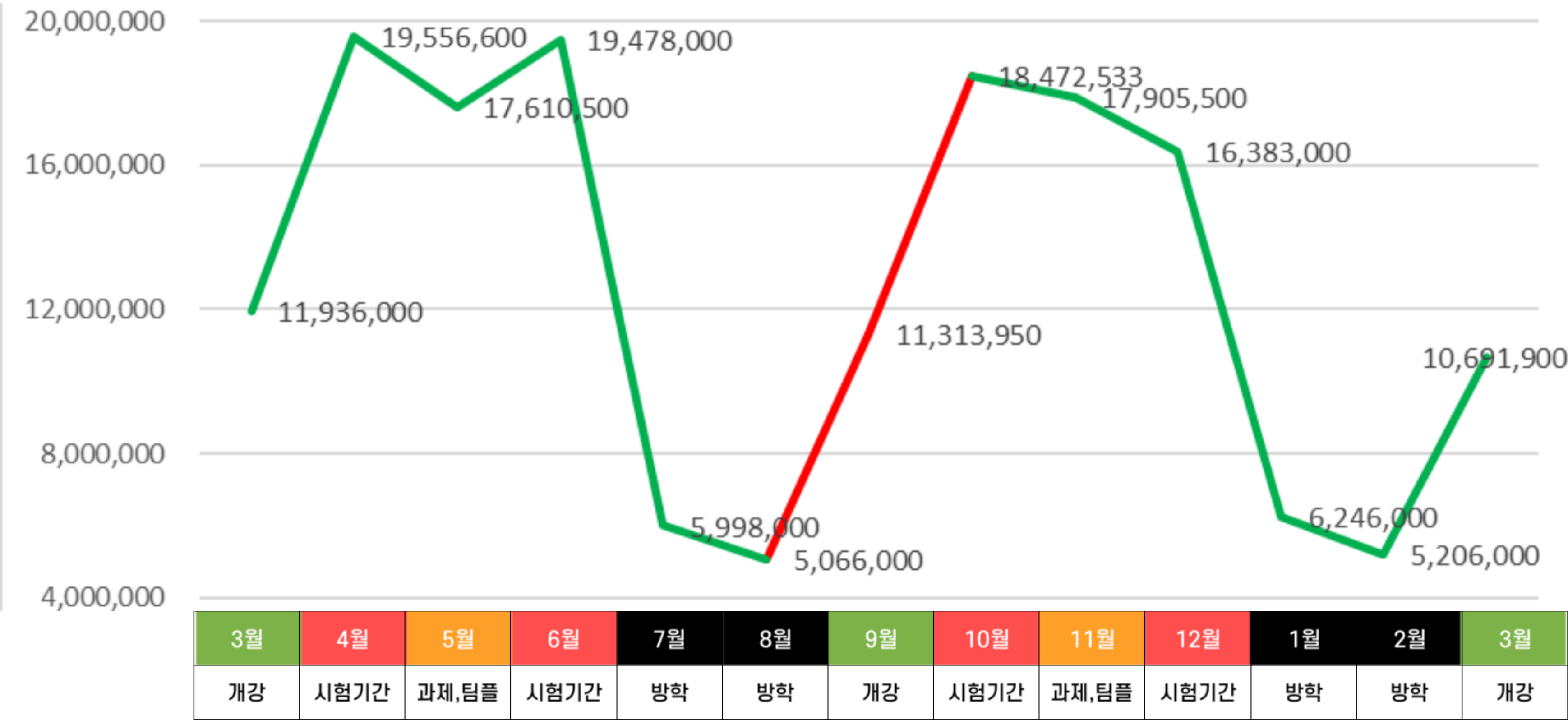
```
> cor(covid$확진자.수, covid$매출)  
[1] -0.7949809
```

학기중 기간에서 21년 10월까지의 매출은
코로나 확진자 수와 음의 상관관계가 있다
=> 9월과 10월의 매출을 코로나라는 외부요인으로 설명할 수 있다.

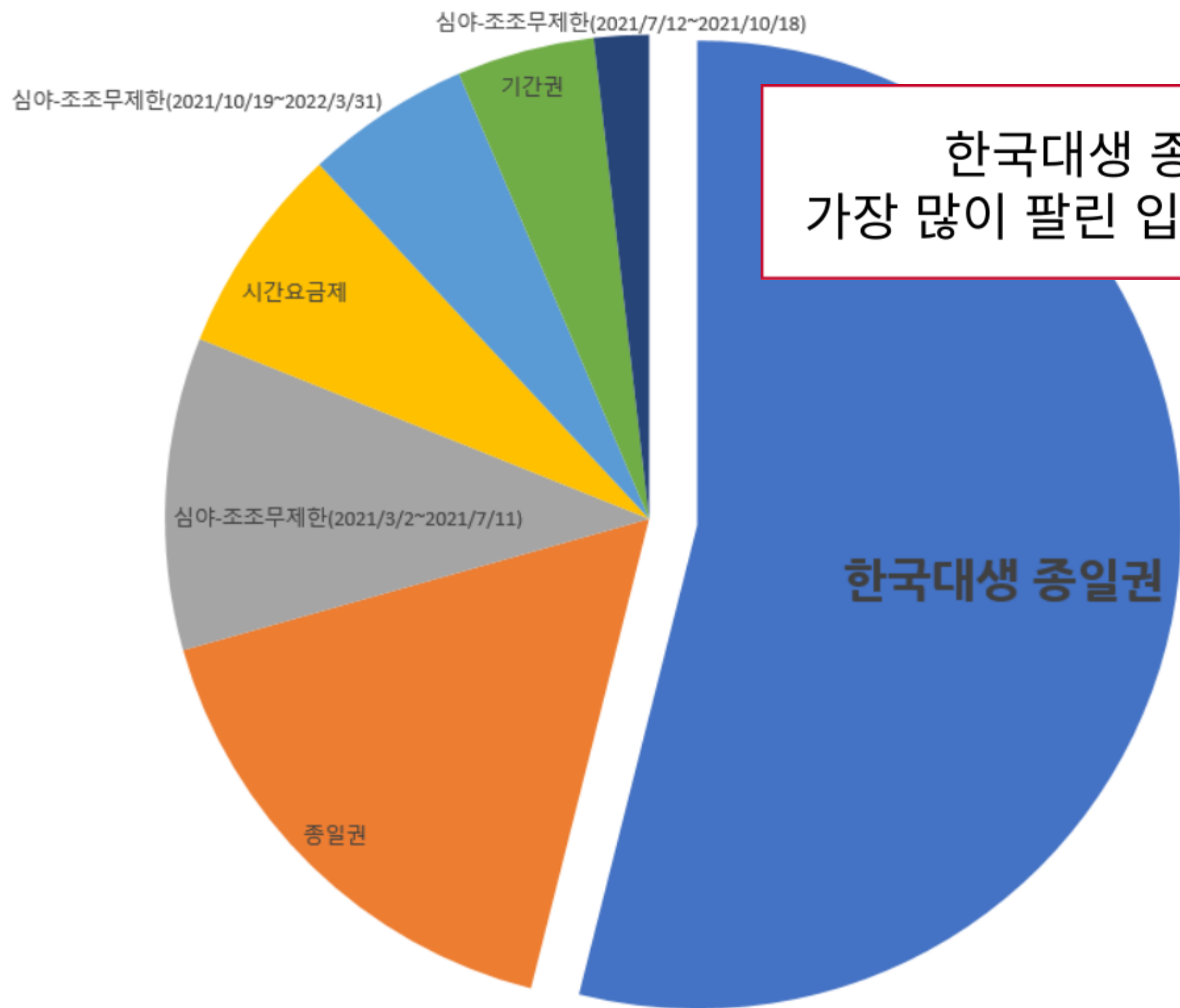


3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
개강	시험기간	과제,팀플	시험기간	방학	방학	개강	시험기간	과제,팀플	시험기간	방학	방학	개강

22년 4월에 정부의 거리두기 정책이 없어지기에 레이저그라운드의 미래 매출액 추세에서 코로나라는 외부 요인의 영향을 크게 줄어든 것이다.
따라서 학교라는 구조적 요인의 영향만 반영된 레이저그라운드의 예상 매출액 추세는 9월을 개강기간 평균으로, 10월을 시험기간 평균으로 대체한 다음과 같다.



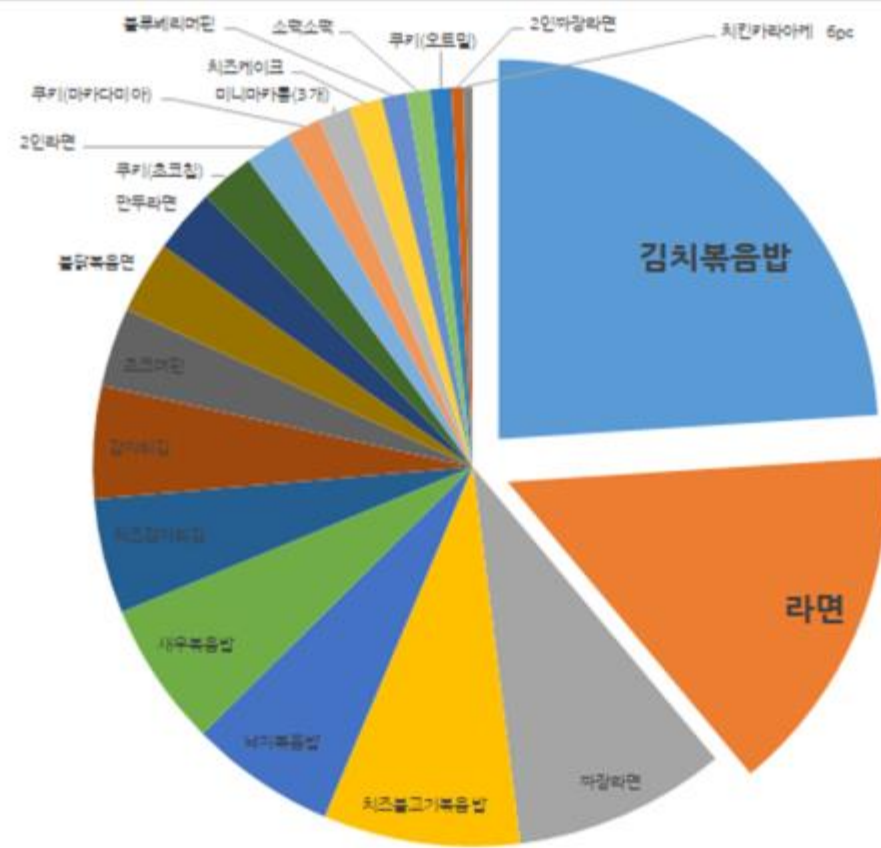
가장 많이 팔린 입장권 종류



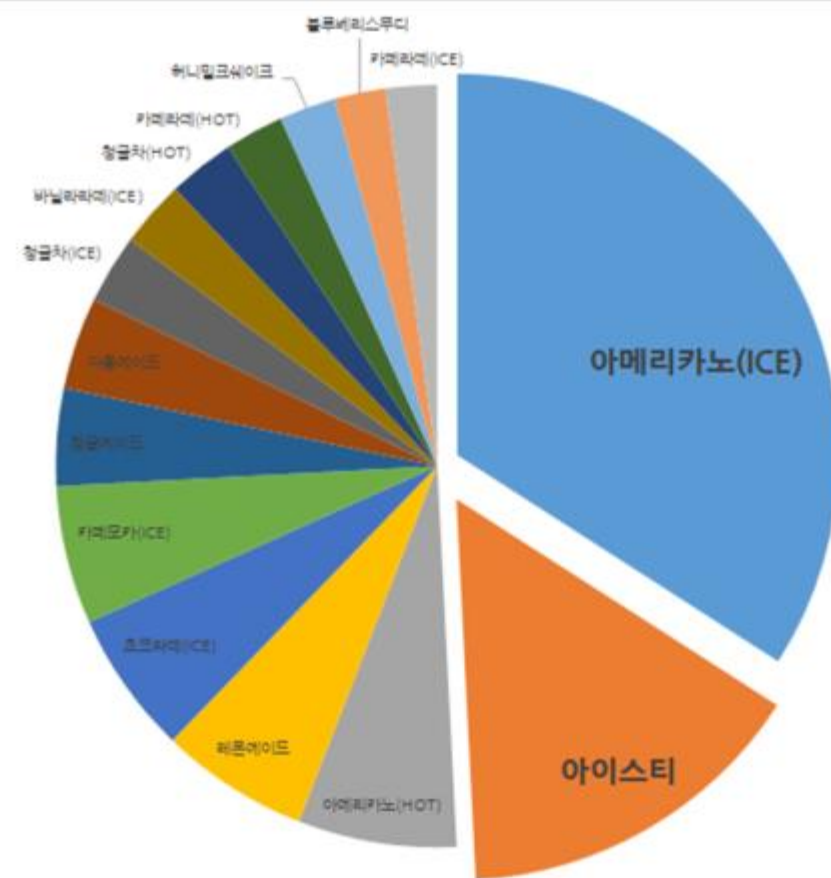
"심야-조조무제한(기간)" 요금제는 거리두기 정책으로 인한 시간제한으로 생긴 요금제로 기존 종일권과 이용시간의 차이가 있지만 시간제한 내의 종일권이라는 점에서 성격이 비슷함

시간요금제와 기간권(약 12%)을 제외한 대부분의 레이저그라운드 고객(약 88%)은 종일권 성격의 요금제를 선호

가장 인기있는 음식/음료



가장 많이 팔리는 음식 두 개인 "김치볶음밥", "라면"이
전체 레이저그라운드 음식 판매량의 약 39%



레이저그라운드 매출의 많은 부분을 차지하는
음식, 음료에서 **가장 인기있는 항목**들은

1. 레이저그라운드에서 **낮은 가격**의 항목
2. **어디에서나 인기** 있는 평범한 메뉴

가장 많이 팔리는 음료 두 개인 "아메리카노(ICE)", "아이스티"가
전체 레이저그라운드 음료 판매량의 약 49%

레이저그라운드만의 특별한 메뉴가 부족함

준단골고객의 선호 상품

```

stats
[1] 1 1 2 5 11

$sn
[1] 5393

$conf
[1] 1.91394 2.08606

$out
[1] 168 150 142 138 101 101 98 89 69 67 54 52 48 41 40 40 40 38 38 38 37 36 36
[25] 34 34 33 33 33 32 32 32 31 30 30 30 30 30 30 29 29 29 28 28 28 27 27
[49] 27 27 26 26 26 26 26 26 26 25 25 25 25 24 24 24 24 24 23 23 23 23 23
[73] 23 23 22 22 22 22 22 22 22 22 22 21 21 21 21 21 21 21 21 20 20 20 20
[97] 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 19 19 19 19 19 19 19 19 19 19 18 18
[121] 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 17 17 17 17 17 17 17
[145] 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 16 16 16 16 16 16 16
[169] 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 16 15 15 15 15 15
[193] 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15
[217] 15 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14
[241] 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13
[265] 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13 13
[289] 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12
[313] 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12

```

고객별로 레이저그라운드 이용횟수에 대한 사분위수 확인

```

frequency <- read.csv(file='C:/rdata/entry_frequency.csv',header=T)
freq2 <- frequency[,2]
boxplot.stats(freq2)

```

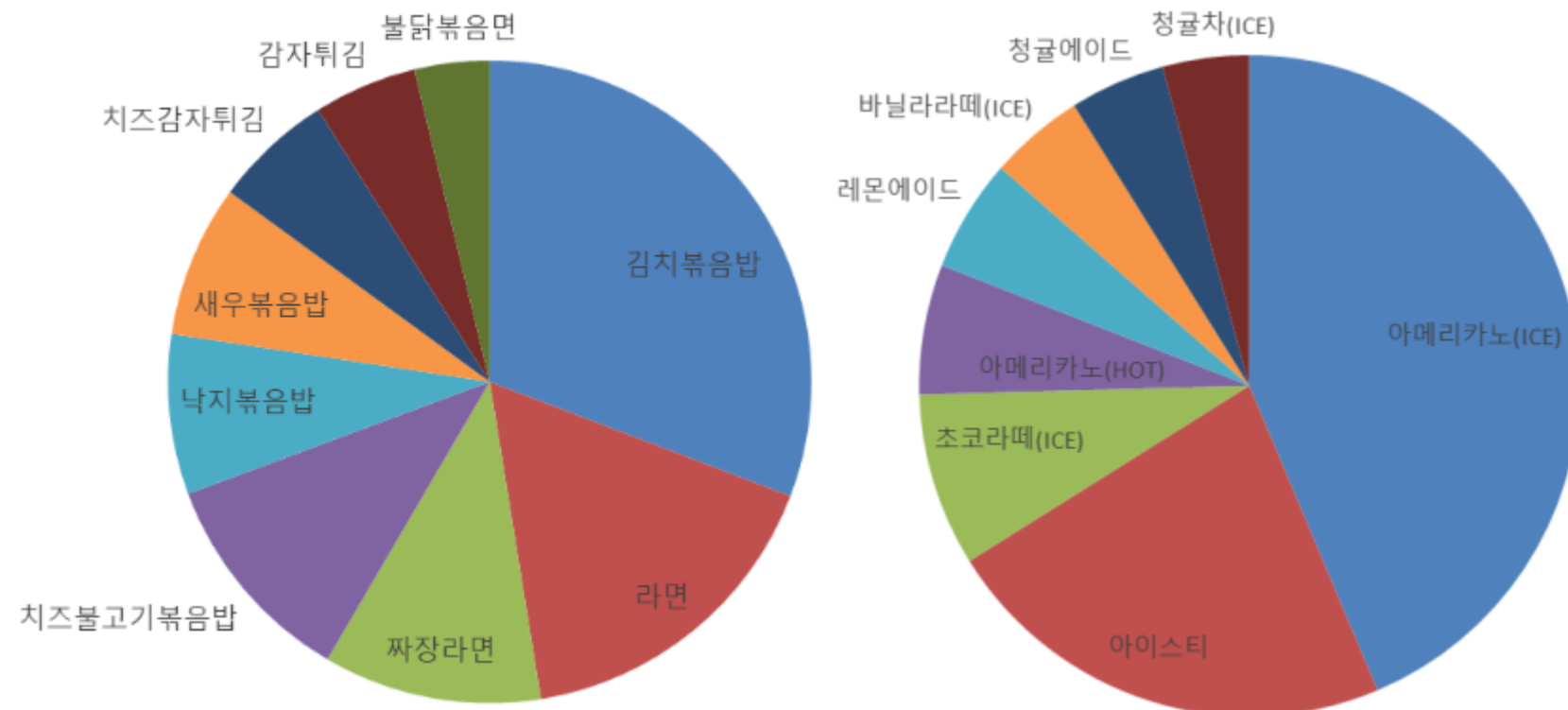
레이저그라운드 이용횟수의 3사분위수인 5를 기준
이용횟수>=5의 고객을 '준단골고객'으로 정의



준단골고객이 어떤 이용권과 상품을 많이 이용는지 분석

이용권은 추출하기 전의 자료와 그 비율에 차이가 거의 없고
음식과 음료는 추출하기 전의 자료에서 인기 있던 항목들의
비율이 더 크게 나타났다.

기존의 분석 결과 보강
많이 이용하는 고객(준단골고객)일수록
낮은 가격과 흔한 메뉴를 이용하는 경향



재방문고객비율

전체 고객들 중 레이저그라운드를 13개월 동안 2번 이상 방문한 고객들의 비율을 '재방문고객비율'로 정의

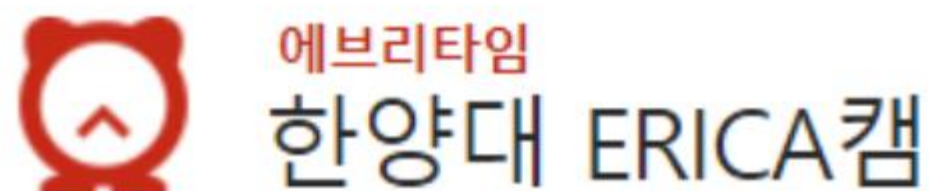
$$\text{재방문고객비율} = 71.78\%_{(3871/5393)}$$

레이저그라운드를 한 번이라도 이용한 고객은 71.78% 확률로 다시 이용할 수 있다.

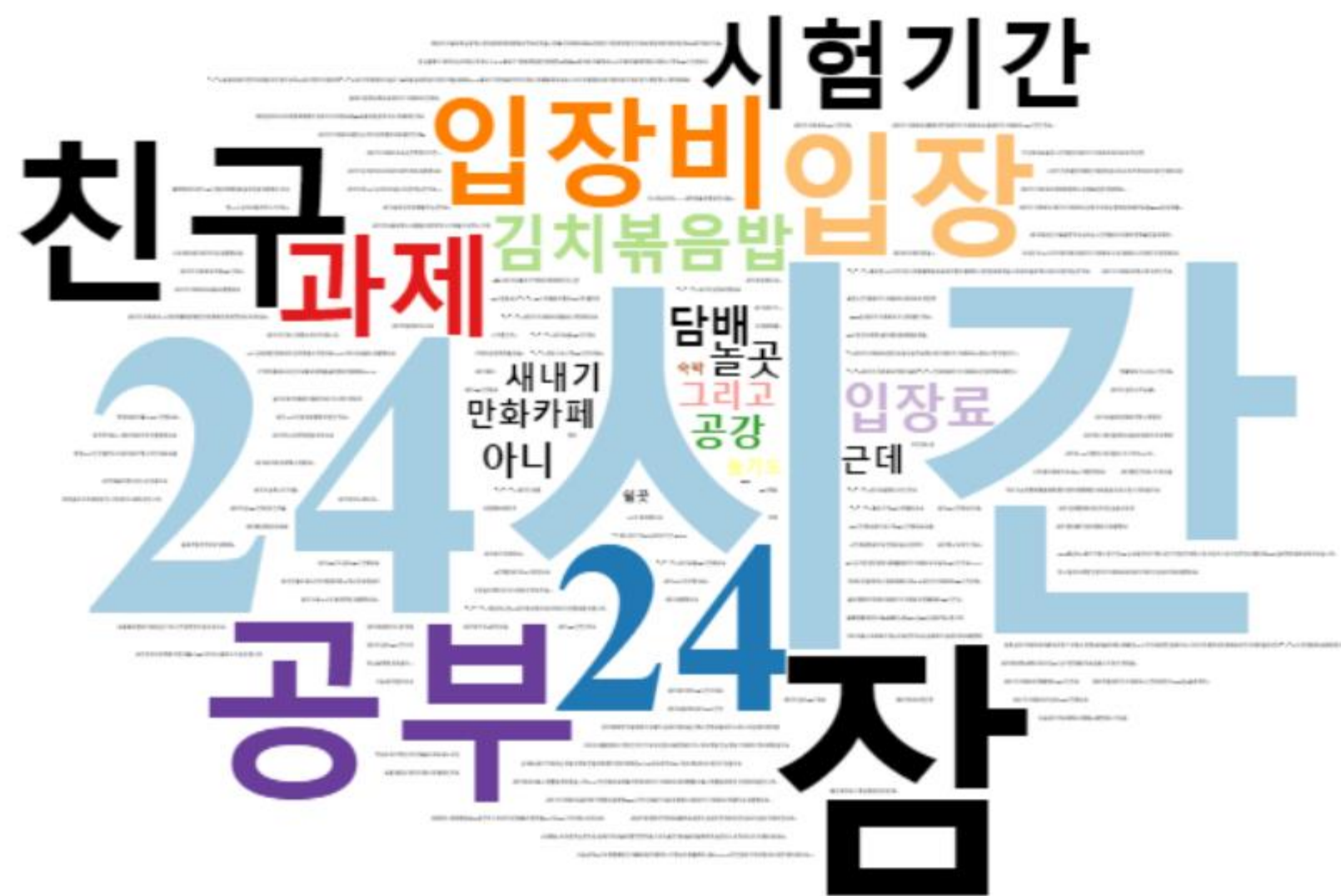


레이저그라운드에 한 번도 방문하지 않은 고객이 쉽게 방문할 수 있도록 진입장벽을 낮추는 해결책 필요

관련 키워드 분석



에브리타임 "레그", "레이지그라운드" 검색 결과



R 워드클라우드 : 단어 사용 빈도가 높을수록 큰 글씨

^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레그요즘24시간하나요
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레그요즘24시인가요
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레그요즘몇시까지인가요
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레그인사람
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레그지금자리많나요
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 레이저그라운드에불꽃소방대있나요
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 자유게시판01레그에서같이레고다리조립할사람구합니다.
 ^ㅈ^ㅈ^ㅈ 학교근처24시카페있나요
 24시간하나레그나스카24시간하나요요즘
 24시영업이라밤샘과제있을때애용했음.
 24시일필요는^ㅈ^ㅈ 24시카페레그말고24시카페없어
 24시간하나레그나스카24시간하나요요즘
 24시맞음
 24시영업이라밤샘과제있을때애용했음.
 24시일필요는^ㅈ^ㅈ 24시카페레그말고24시카페없어
 레그24시간아냐이제?
 레그24시간인가요
 레그24시간해요
 레그24시지금도24시간하나요
 레그레그아직24시간이에요
 9시이후에하나요
 레그몇시오픈인가요?
 레그오후12시이후에가면사람많나요?
 레그요즘에도레그24시간임
 레그이제10시넘어서도음식주문가능한가요??.
 레그지금24시간운영인가음
 레그지금도24시간이여
 레그지금도24시에요
 레이저그라운드24시간이야?
 레이저그라운드방학에도24시인가요
 레이저그라운드지금도24시간하나요
 레이저그라운드카페24신가요?
 망했네레그혹시24시간하나요..

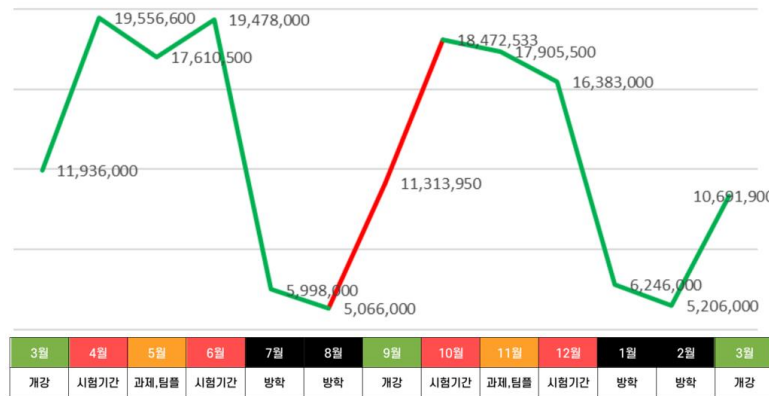
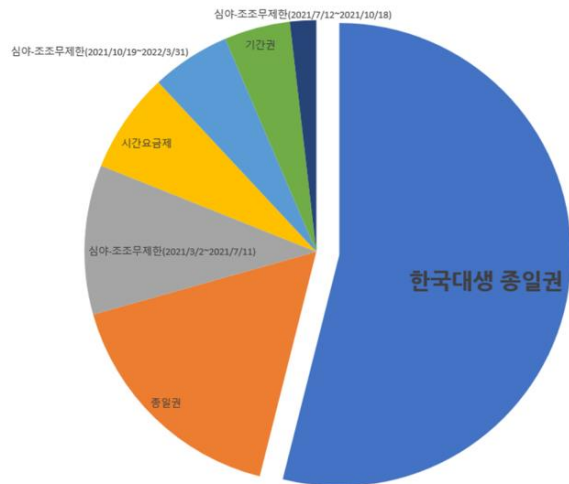
24시간 관련 질문多

거리두기 정책이 계속 변해서 레이저그라운드 이용고객들이 혼란을 겪은 것으로 보임

이외에도 레이저그라운드 이용에 관한 질문들이 매우 많았는데 그 이유를 두 가지로 정의하면

1. 레이저그라운드 이용방법이 복잡함
2. 레이저그라운드의 구조가 폐쇄적임

데이터 분석 Review

 <table><tr><th>기간</th><th>매출액</th></tr><tr><td>3월</td><td>11,936,000</td></tr><tr><td>4월</td><td>19,556,600</td></tr><tr><td>5월</td><td>17,610,500</td></tr><tr><td>6월</td><td>19,478,000</td></tr><tr><td>7월</td><td>5,998,000</td></tr><tr><td>8월</td><td>5,066,000</td></tr><tr><td>9월</td><td>11,313,950</td></tr><tr><td>10월</td><td>18,472,533</td></tr><tr><td>11월</td><td>17,905,500</td></tr><tr><td>12월</td><td>16,383,000</td></tr><tr><td>1월</td><td>6,246,000</td></tr><tr><td>2월</td><td>5,206,000</td></tr><tr><td>3월</td><td>10,691,900</td></tr></table>	기간	매출액	3월	11,936,000	4월	19,556,600	5월	17,610,500	6월	19,478,000	7월	5,998,000	8월	5,066,000	9월	11,313,950	10월	18,472,533	11월	17,905,500	12월	16,383,000	1월	6,246,000	2월	5,206,000	3월	10,691,900	 <table><tr><th>구분</th><th>비율</th></tr><tr><td>한국대생 종일권</td><td>48.1%</td></tr><tr><td>심야-조조무제한(2021/10/19~2022/3/31)</td><td>12.5%</td></tr><tr><td>심야-조조무제한(2021/7/12~2021/10/18)</td><td>10.2%</td></tr><tr><td>시간요금제</td><td>8.7%</td></tr><tr><td>종일권</td><td>7.3%</td></tr><tr><td>기타</td><td>3.2%</td></tr></table>	구분	비율	한국대생 종일권	48.1%	심야-조조무제한(2021/10/19~2022/3/31)	12.5%	심야-조조무제한(2021/7/12~2021/10/18)	10.2%	시간요금제	8.7%	종일권	7.3%	기타	3.2%	 <table><tr><th>메뉴</th><th>비율</th></tr><tr><td>아메리카노(ICE)</td><td>28.5%</td></tr><tr><td>아이스티</td><td>15.2%</td></tr><tr><td>기타</td><td>56.3%</td></tr></table>	메뉴	비율	아메리카노(ICE)	28.5%	아이스티	15.2%	기타	56.3%
기간	매출액																																																			
3월	11,936,000																																																			
4월	19,556,600																																																			
5월	17,610,500																																																			
6월	19,478,000																																																			
7월	5,998,000																																																			
8월	5,066,000																																																			
9월	11,313,950																																																			
10월	18,472,533																																																			
11월	17,905,500																																																			
12월	16,383,000																																																			
1월	6,246,000																																																			
2월	5,206,000																																																			
3월	10,691,900																																																			
구분	비율																																																			
한국대생 종일권	48.1%																																																			
심야-조조무제한(2021/10/19~2022/3/31)	12.5%																																																			
심야-조조무제한(2021/7/12~2021/10/18)	10.2%																																																			
시간요금제	8.7%																																																			
종일권	7.3%																																																			
기타	3.2%																																																			
메뉴	비율																																																			
아메리카노(ICE)	28.5%																																																			
아이스티	15.2%																																																			
기타	56.3%																																																			
구조적 요인에 좌우되는 매출구조	종일권 성격의 요금제 선호	특별한 메뉴의 부재																																																		
재방문고객비율 = 71.78%																																																				
높은 재방문고객비율	복잡한 이용 방법	폐쇄적 구조																																																		

1. 구조적 요인에 좌우되는 매출구조
2. 종일권 성격의 요금제 선호
3. 특별한 메뉴의 부재
4. 높은 재방문고객비율
5. 복잡한 이용 방법
6. 폐쇄적 구조

신한카드 2022 트렌드 : UNLOCK

UNLOCK

Unbinding in-door

Local economy

Ordinary premium

7.

특별한 경험 제공

8.

지역과의 친밀성

9.

가성비와 프리미엄의 공존

적극적 홍보

방학매출관리 1, 4, 8

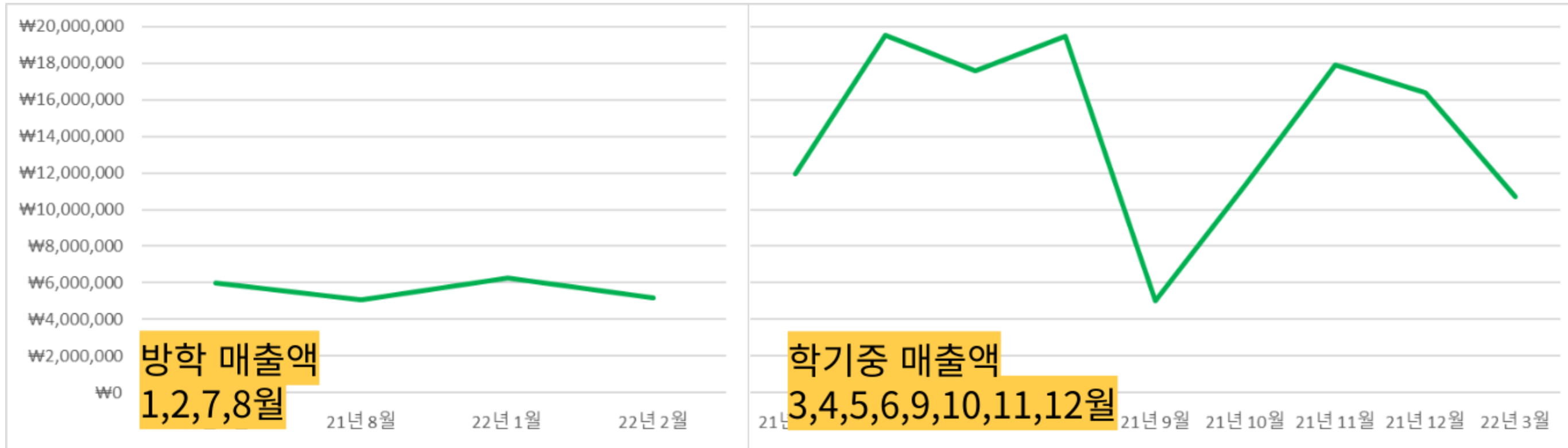
버즈 마케팅 3, 4, 7, 9

인스타그램 운영 5, 6

소규모 플랫폼

4, 6, 7, 8

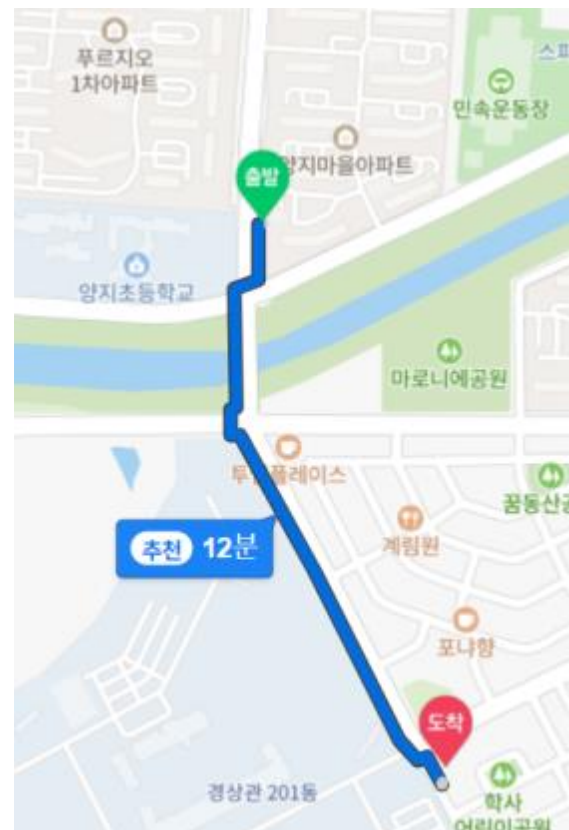
방학매출관리



방학 매출액 평균 : 5,629,000원
학기중 매출액 평균 : 14,435,000원

매출액 평균 간 차이 : 8,806,000원

방학 때 매출을 어떻게 올릴 수 있을까?



양지마을 : 656세대
푸르지오1차 : 1008세대



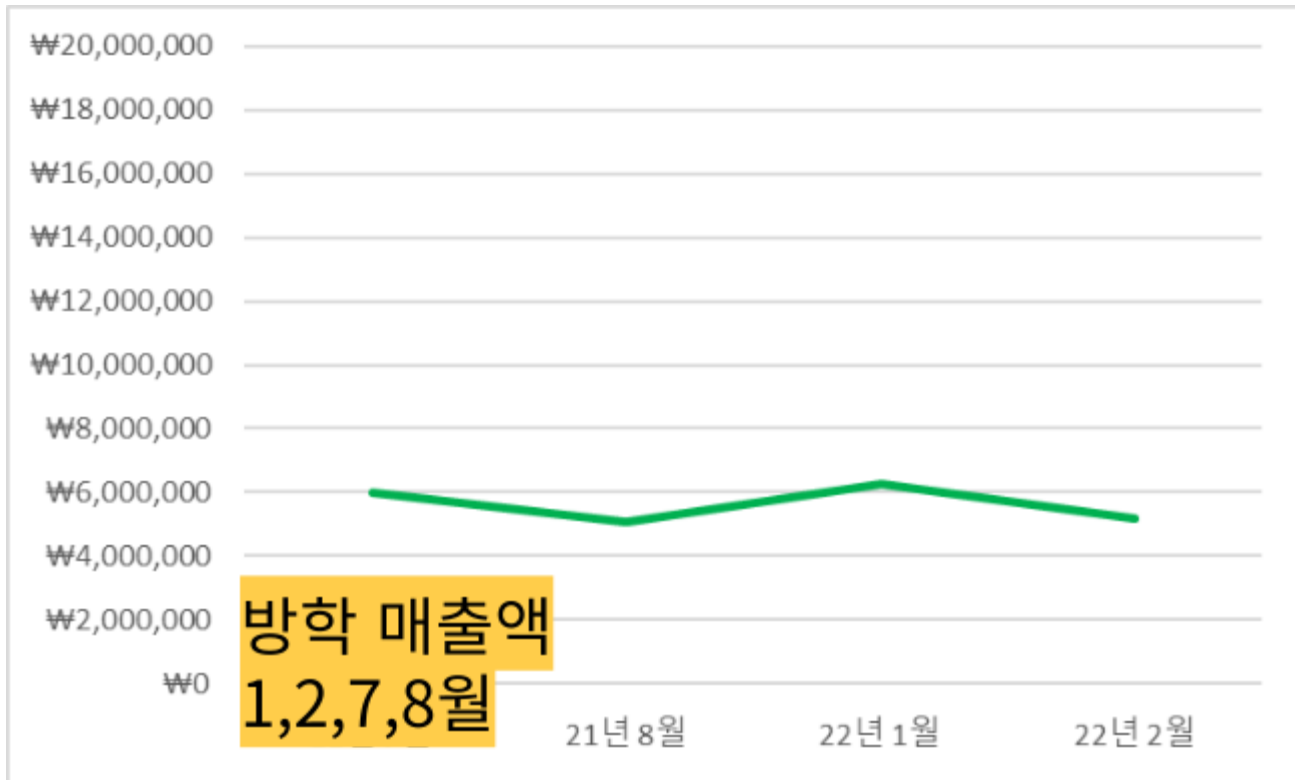
벌툰 똑같은 만화 카페인 벌툰 안산호수점보다
높은 접근성 & 낮은 가격

아파트 단지 내 게시판에 레이저그라운드 홍보

1. "레이저그라운드=만화&스터디 카페"라는 사실을 적극적으로 홍보
2. 입장권(종일권) 1회 무료쿠폰 증정

분석 결과에 따르면, 이벤트 참여를 위해 레이저그라운드를 방문했더라도 다시 올 확률이 높음(레이저그라운드의 높은 재방문비율:71.78%)

방학매출관리



양지마을 : 656세대
푸르지오1차 : 1008세대



도보 12분 거리에 있는 아파트단지들

LAZY ★24시간 만화카페★ GROUND



인스타그램 주소

시그니처메뉴

중요권 무제한
중요권 무제한
중요권 무제한
중요권 무제한
중요권 무제한

방학 매출액 평균 : 5,629,000원
학기중 매출액 평균 : 14,435,000원

매출액 평균 간 차이 : 8,806,000원

방학 때 매출을 어떻게 올릴 수 있을까?

그라운드 홍보
"디 카페"라는 사실을 적극적으로 홍보
증정

이그라운드를 방문했더라도
재방문비율:71.78%)

버즈 마케팅

Marketing Buzz : 고객이 스스로 입소문을 내도록 하는 마케팅

페이스북, 인스타그램 해야하는데 막막하시죠?
“ 별론 SNS마케팅은 고객이 스스로 합니다! ”



인스타그램 #시그니처 태그

-> 커피가 있는 게시물 100개 중 53개가 크림 종류가 올라간 아인슈페너



아키비스트 인스타그램

인테리어와 함께 찍어서 올릴 예쁜 음료가 있으면 좋겠다!

아인슈페너(Einspänner)

에스프레소, 생크림, 파우더 등 다른 커피 메뉴와 중복된 재료가 많아 추가적인 비용이 적을 것



네이버 업체사진

인스타그램 운영



- 메뉴 최신화
- 입장권, 이용금액 최신화
- 고객의 입장에서 궁금할 만한 정보에 대해 미리 공지
방학 기간 운영정보
공휴일 운영정보
- 신메뉴 공지
- 이벤트 개최



인기 보드게임 대회 개최

루미큐브 같은 인기 보드게임 대회를 개최해 상품으로
레이지그라운드 100시간 이용권 제공

소규모 오프라인 플랫폼

오프라인

소규모 플랫폼

(오프라인) 플랫폼
: 고객들에게 접근성을 제공하는 공간

안산시민들의 이동량이 많은 곳에 설치,
레이지그라운드를 안산시의 지역 브랜드로 만들자

낮은 비용으로 높은 효과 기대

'작다'에서만 찾을 수 있는 특별한 경험 제공 기대

코로나19와 같은 전염병에 유리

소규모 플랫폼 종류 결정

안산시 인구, 다른 만화카페와의 거리 등을 고려하여 입지 선정 -> 초지역 주변 상가 1층
접근성을 위해 1층을 찾았으나 원하는 위치의 매물도 없고 가격도 비쌌(권리금, 보증금 제외 월세만 140만원 수준)



안산시 공원에서 컨테이너를 설치해 운영하면 어떨까?

체험형 컨테이너로 레이저그라운드와 정체성을 안산시민들에게 직관적으로 전달



어디에 어떻게 어느 기간만큼 운영할 수 있는지에 대한 결정권이 없고, 상황에 맞는 입찰공고가 언제 있을지 모름

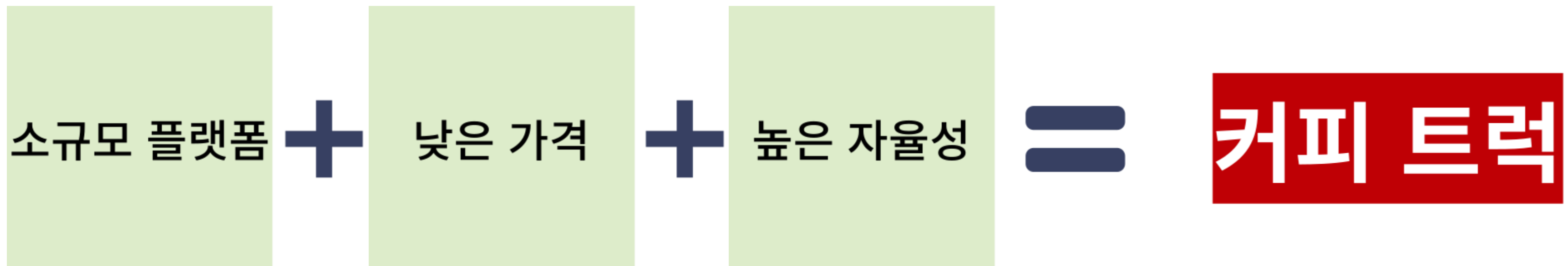


EBAY Container Store



SODO Container Clothing Store

만약 입찰공고를 통하지 않고 안산시와 직접 계약하여 운영 방식에 대한 결정권을 얻을 수 있다면 EBAY와 SODO 사례처럼 체험형 컨테이너가 목적에 맞는 소규모 플랫폼 종류로 보임



커피 트럭 위치 결정

공공데이터포털. 전국푸드트럭허가구역표준데이터

허가구역명	시도명	시군구명	소재지도로명주소
1 서서울톨게이트,(목포방향)졸음쉼터 내	경기도	안산시 상록구	경기도 안산시 상록구 장하로 141-2, 서서울TG(목포)졸음쉼터 내 (장하동)
2 단원구노인복지관	경기도	안산시 단원구	경기도 안산시 단원구 선부광장1로 134, 단원구노인복지관 주차장 좌측 일부 (선부동)

1 졸음쉼터 내



레이지그라운드와 20km거리

2 단원구노인복지관 주차장 좌측 일부



레이지그라운드와 6km거리

레이지그라운드와 거리가 멀고 "안산시민들이 모이기 좋은 공간"으로 보기 힘든 위치들

푸드트럭 영업허용 구역

식품위생법 시행규칙 (별표 15의2)

시설명	정의 및 개념	관련법률
1. 유원시설	• 유기사설이나 유기기구를 갖추어 관광객에게 이용케 하는 곳	• 관광진흥법 제3조 제1항 제6호
2. 관광(단)지	• 관광지: 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객 편의시설을 설치한 지역 • 관광단지: 관광휴양시설을 종합 개발하는 관광거점 지역	• 관광진흥법 제2조제6호, 제7호
3. 체육시설	• 체육활동에 이용되는 시설과 부대시설 • 설치·운영 루체에 따라 국가와 지자체의 공공체육시설과 민간이 설치·운영하는 체육시설로 구분	• 체육시설의 설치·이용에 관한 법률 제2조 제1호
4. 도시공원	• 도시지역에서 도시 자연경관을 보호하고 시민의 건강·휴양 및 정서생활을 향상시키는 데에 이바지하기 위해 설치 또는 지정된 곳	• 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률 제2조 제3호
5. 하천	• 지표면에 내린 빗물 등이 모여 흐르는 물길로서 국가하천(국토부) 또는 지방하천(광주시)으로 구분	• 하천법 제2조 제1호
6. 대학 등	• 대학, 산업대학, 교육대학, 전문대학, 방송통신대학 및 기술대학 등	• 고등교육법 제2조
7. 고속국도중앙선	• 고속도로 중앙선 안전 방지 및 휴식공간 제공을 위하여 설치한 시설	• 도로법 시행령 제3조 제1호
8. 공용재산	• 국가 또는 지자체가 직접 사무용·사업용 또는 공무원 주거용으로 사용하는 재산	• 국유재산법 제6조 제2항 제1호 • 공유재산 및 물품관리법 제5조 제2항제1호
9. 기타	• 광역시·도 또는 시·군·구의 조례로 정하는 시설 또는 장소	-

안산 지역 내 대학 축제, 행사에 커피 트럭으로 참여

각 대학 총학생회 페이스북



한양대ERICA 기준 연 2회 축제
+ 단과대 행사 때도 커피 트럭 이용 가능

2022.05.25 한양대학교ERICA 축제

04

해결책 제시

소규모 플랫폼 비즈니스 모델 소개 : 커피 트럭 LAZY BOX

0.5톤 FOOD TRUCK RENTAL SERVICE

200,000/DAY

0.5톤 푸드트럭을 렌탈 : 하루 20만원

레이지그라운드 정보

- 24시간 만화&스터디 카페
- 다른 만화카페 1시간 요금으로 하루종일 이용가능



소규모 플랫폼 커피 트럭 LAZY BOX

가격표

아메리카노 : 3000원
아이스티 : 3000원
아인슈페너(이름 미정) : 5000원
김치볶음주먹밥 : 4000원

스타벅스	₩4,800
비엔나커피하우스	₩4,700
크레바스	₩4,000
코이노 커피	₩4,000
떼드떼	₩3,800
헤브론카페	₩3,800
레이즈 오븐	₩3,800
롱고커피	₩3,600
코지 홀리데이	₩3,500
시저커피	₩3,500
커피플랜트	₩3,300
이디야 커피	₩3,200
요거프레소	₩3,000
어반플레이스(up플레이스)	₩3,000
카페마루	₩3,000
카페누엘	₩3,000
카페 윈드밀	₩2,500
아마스빈	₩1,800
팔공티	₩1,500
쥬씨	₩1,000
모모커피	₩900
커피온리	₩900

학교 앞 카페 아메리카노 평균가격 : 3027원

COFFEE		
	Hot	Ice
아메리카노	3.0	3.5
헤이즐넛	3.5	4.0
카페라떼	4.0	4.5
바닐라라떼	4.0	4.5
카페모카	4.0	4.5
카라멜마끼아또	4.0	4.5
레몬아이스티		3.5
복숭아아이스티		3.5
체리아이스티		3.5

2022.05.25 한양대학교ERICA 축제
푸드트럭 내 커피 가격

+) 쿠폰 제공

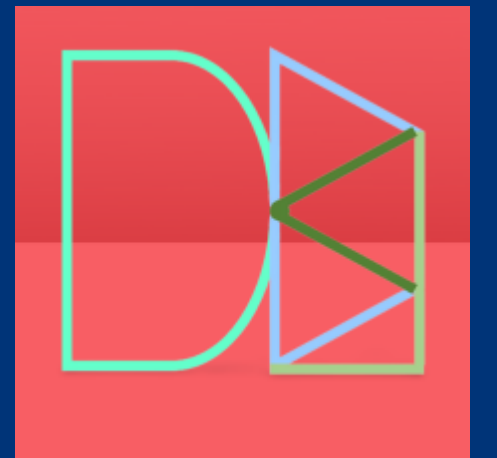
음료 구매시, "2인 이상 레이지그라운드 방문시 라면 제공" 쿠폰



입장권 + 음료 매출 줄이지 않으면서 인기 메뉴 제공
=> 고객 범위 증가 기대

Thank you

IC-PBL:레이지그라운드, 데이터로 매출 향상 방안 마련하기



팀 도무지