



서비스 디자인을 통한

수유마을시장 활성화

Demand

왜 서비스 디자인인가?

시설현대화사업

문전성시사업

경영현대화사업

ICT 전통시장 육성사업

캐릭터 및 로고사업

화장실 공사

LED 전광판/ 냉방장치/CCTV 설치

아케이드 덕트 및 입구간판 설치

*청년상인 창업지원

2002

2004

2009

2011

2014

현재



아케이드 설치

‘수유마을시장’ 통합 시장명 수립

‘수유시장 오늘2’ 모바일 앱 개발

다락방카페

행사정보 제공

수유시장 도서관 & 생생클럽

포털 사이트의 지도 로드뷰&스토어뷰 제공

홈페이지 & 블로그 & SNS 운영

벽화/예술품 설치

왜 서비스 디자인인가?



시설현대화사업

문전성시사업

경영현대화사업

ICT 전통시장 육성사업

캐릭터 및 로고사업
 지난 5년간 약 **1조 1천억 원을** 투입했던
 적극적인 정부 지원 정책에도 불구하고
 전통시장 매출은 지속 감소 추세를 보임

*청년상인 창업지원



아케이드 설치

‘수유마을시장’ 통합 시장명 수립

‘수유시장 오늘2’ 모바일 앱 개발

또한, 전통시장 활성화를 위한 체계적인 방법론의 부재 속에 행사정보 제공

성공 사업 아이템 중심으로 개별시장들의 특성과 상황들이 고려되지 못한 채
 사업이 추진되는 문제가 존재함

벽화/예술품 설치

전통시장 활성화를 위한 서비스 디자인의 역할



서비스 디자인은 특정한 수요자의 경험에 집중하여 잠재된 욕구를 파악하고, 이를 만족시킬 수 있는 서비스를 창의적으로 개발하는 방법론임

이 방법은 상인과 공급자의 요구사항이었던 시설 중심 즉 하드웨어 측면에서 벗어나,

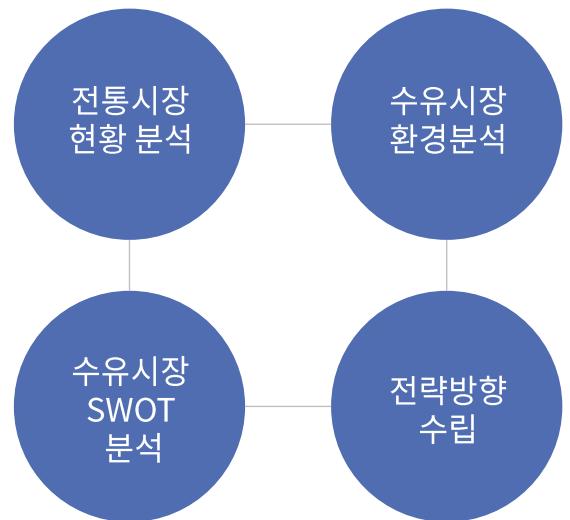
사용자 관점에서 서비스의 형태와 기능을 개선하는 것으로

사용자를 보다 면밀히 관찰하고 그들의 공감을 통해 진정한 니즈를 파악함



이를 바탕으로 **니즈에 대한 해결방안과 고객 가치를 전달**하는 것이 **서비스 디자인**임

I. 시장 환경 분석

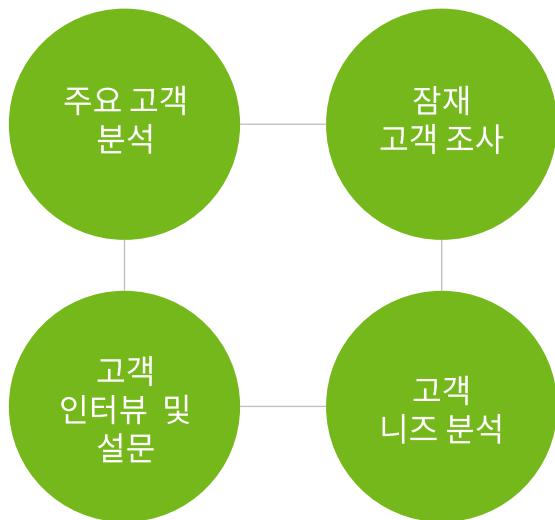


수유마을시장 기초조사



데스크 리서치
필드리서치

II. 고객 분석 및 니즈 발굴

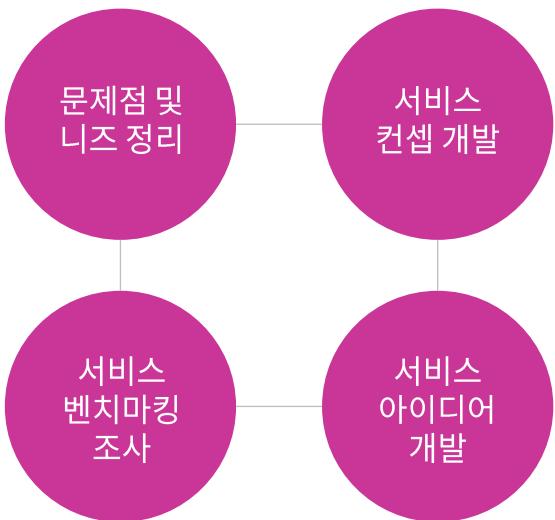


수유마을시장 고객 조사



관찰 & 서비스 사파리
워크숍
인터뷰

III. 새로운 서비스 개발



시장 활성화 아이디어 개발



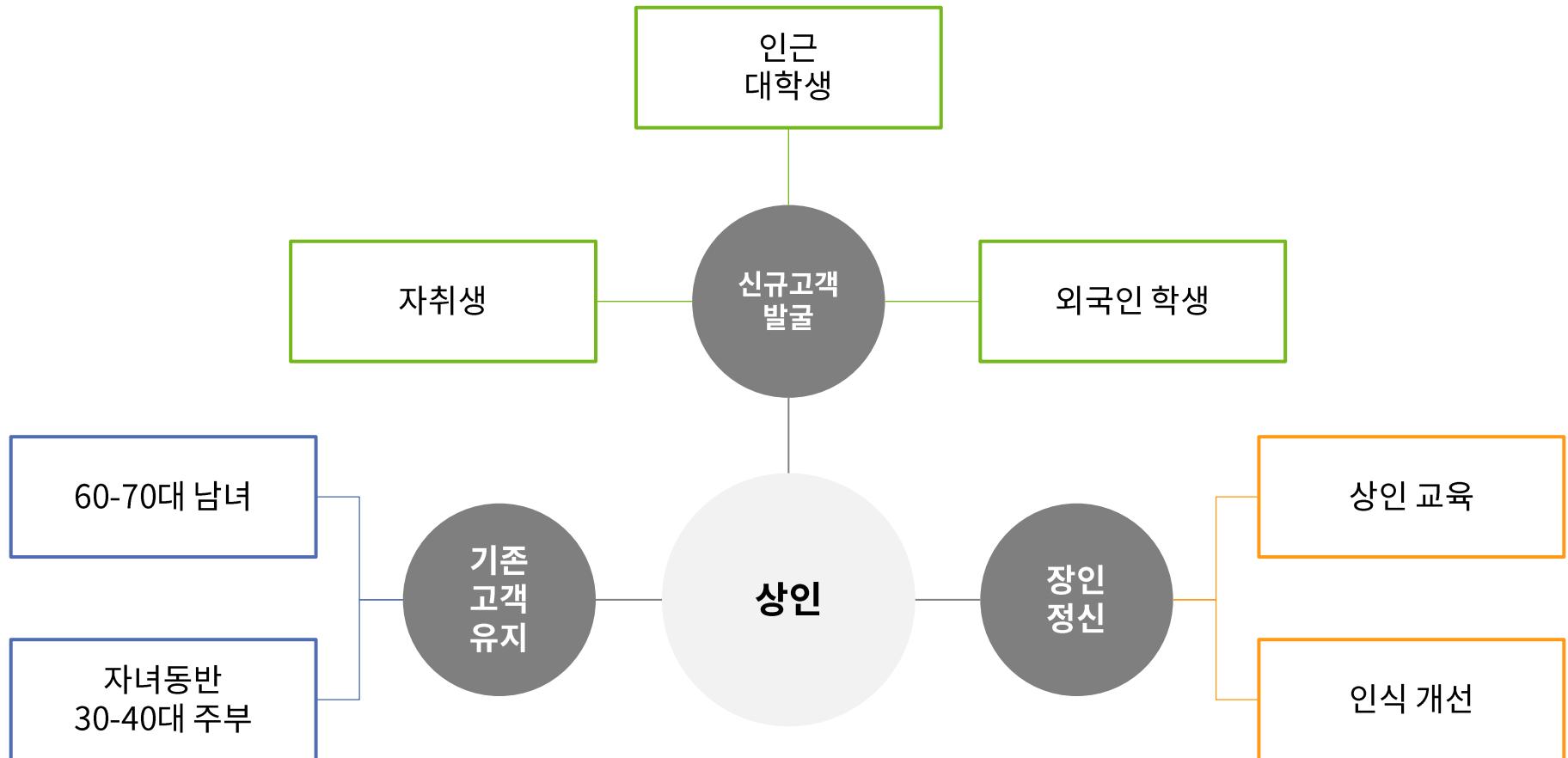
문제점 및 니즈 파악
새로운 서비스 및 전략방향 수립

01.

수유마을시장 기초조사

- 1-1. 수유마을시장 분석 개요
- 1-2. 수유마을시장 일반 현황
- 1-3. 수유마을시장 SWOT분석
- 1-4. 수유마을시장 전략방향

1-1. 수유마을시장 분석 개요



사업모델 다양화

1-2. 수유마을시장 일반 현황

수유마을시장은 약 300여 개의 점포가 모여 다양한 품목을 판매하는 만물형 시장으로 의류나 잡화 등의 공산품을 판매하는 건물형 시장, 건물 내 상주하는 롯데슈퍼, 그리고 채소, 건어물 등 1차 식품을 판매하는 골목형 시장으로 구성됨. 전체 약 180억 원 이상의 매출을 내고 있음.



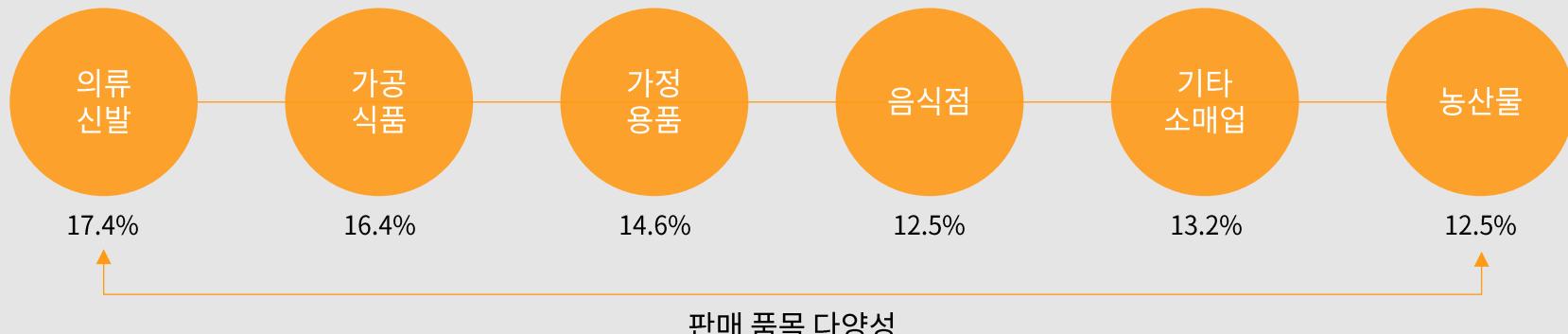
4층 건물형 시장으로, 사우나, 연기학원, 헬스장, 롯데슈퍼, 주차장, 상인회 사무실 입점



약 85개의 점포들로 구성되어 있으며
시장 고유의 의·식류를 판매함

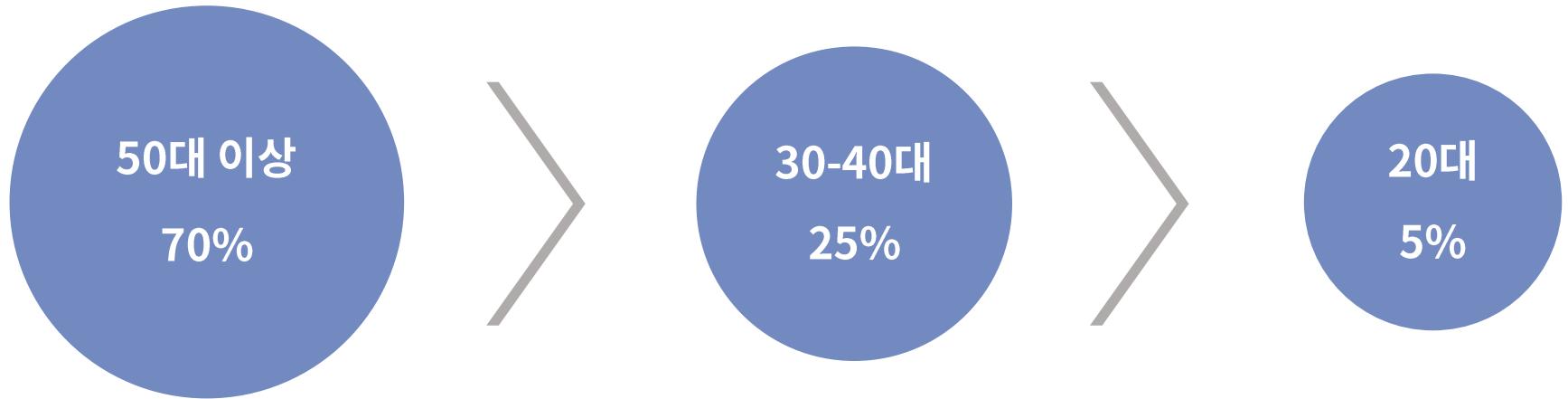


약 122개의 점포들로 구성되어 있으며
생식품 등 1차 식품 위주로 판매함



1-2. 수유마을시장 일반 현황

수유마을시장이 위치한 강북구는 서울 시 최대 노인 가구 비율을 가진 구로써 지역 고령화를 겪고 있음. 전체 인구 중 60%가 50대 이상의 남녀로 구분되며, 65세 이상 노인 4명 중 1명은 현재 무소득 상태로 추정됨. 반면, 주변 상권에는 교육, 주거, 상업 시설 상권이 자리잡고 있어 타 지역 젊은 층의 인구 유입이 있는 상태임.



단골고객이 대부분 60-70대이며, 전반적으로 50세 이상의 노인이 주 고객임

30-40대 중 자녀를 동반한 고객이 20%정도 있음

인근 자취 및 학숙생이 식재료 위주로 사가는 경향이 있음



1-2. 수유마을시장 일반 현황

수유마을시장은 적극적으로 시설 현대화 사업, 지속적인 정부 정책 사업에 참여하며 비교적 쾌적한 인프라 기반을 구축하였음. 아케이드, 분무 시스템, 대형 전광판, LED 가로등 설치를 완료하였으며 도서관, 고객쉼터, 주차장, 영어/중국어/일본어 버전의 리플릿을 개발함.



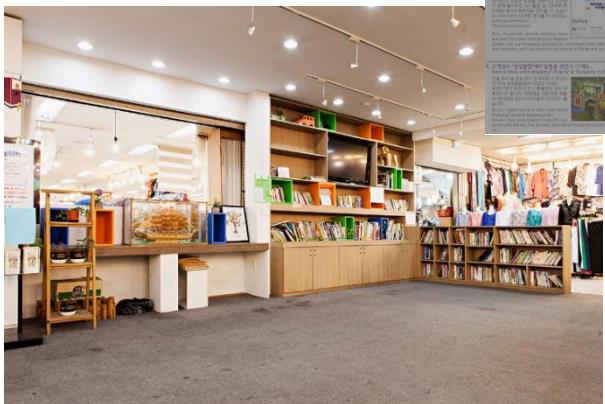
시설 현대화



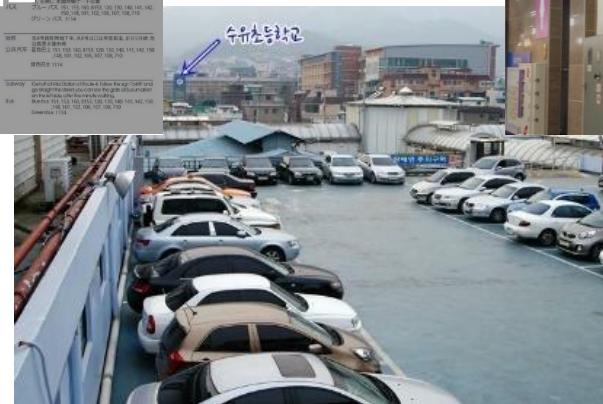
U자형 아케이드
(전통시장)



V자형 아케이드
(재래시장)



고객 쉼터 생생클럽
(문화공간)

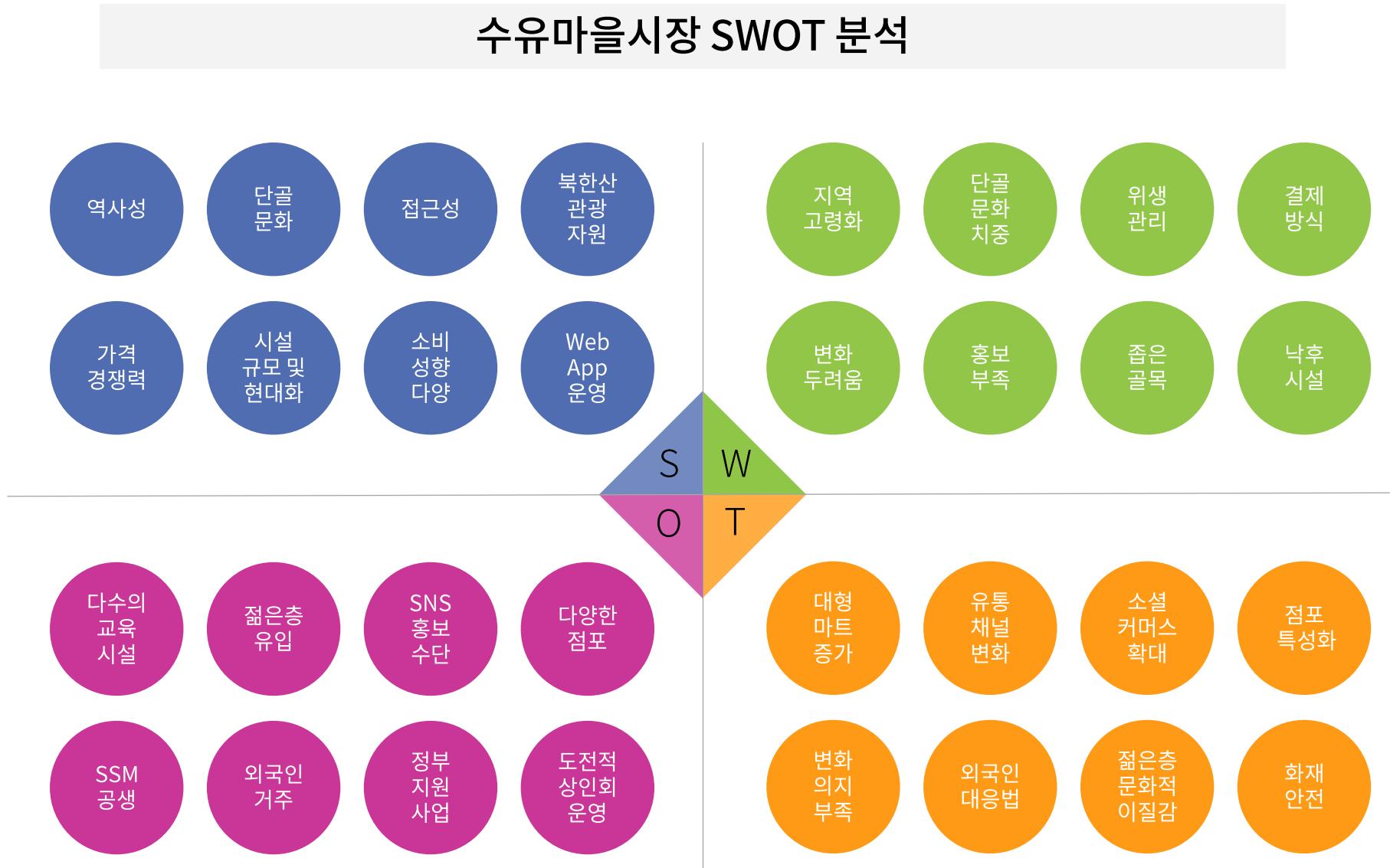


주차장(185대)

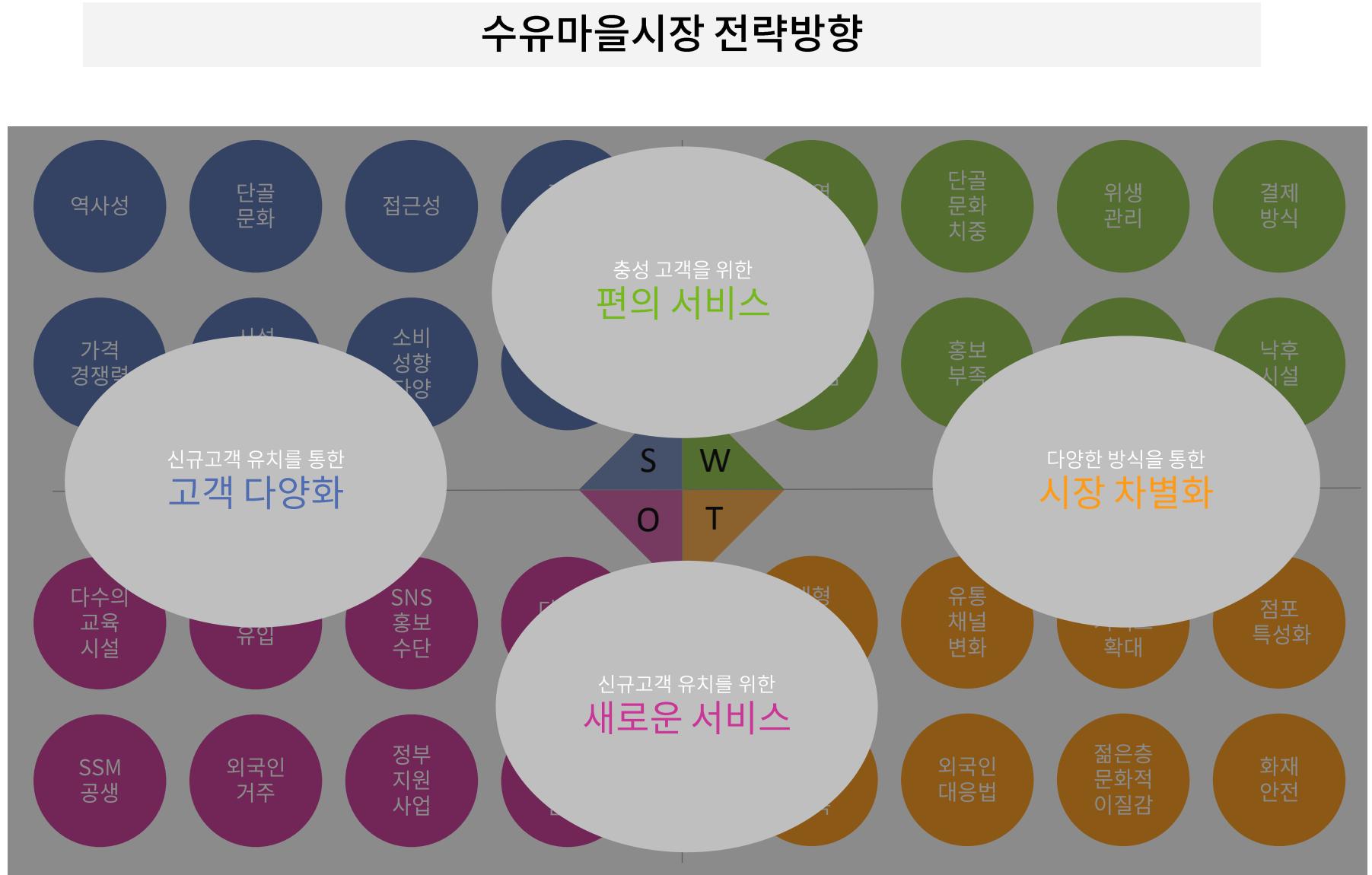


작은 도서관

1-3. 수유마을시장 SWOT분석



1-4. 수유마을시장 전략방향



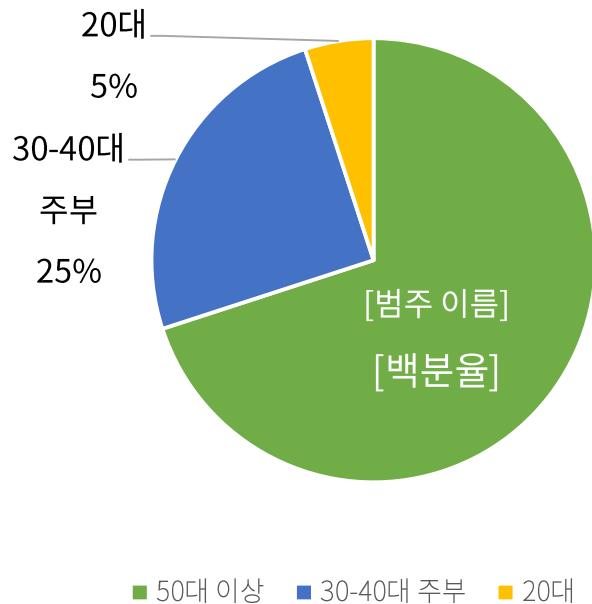
02. 수유마을시장 고객 분석

- 2-1. 고객 현황 및 분류
- 2-2. 고객 분석 이론(동기-위생 이론)
- 2-3. 고객별 Customer Journey Map
- 2-4. 상인 분석
- 2-5. 서비스 컨셉

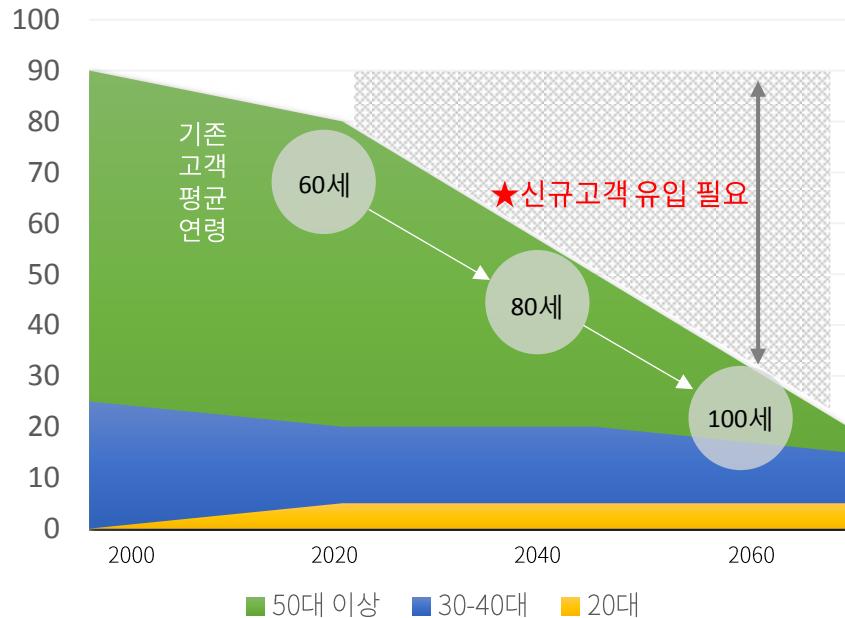
2-1. 고객 현황 및 분류

현재 수유마을시장의 고객현황을 살펴본 결과,
50대 이상의 고령층이 70%이상인 집계 데이터를 보아 특정 고객층에 의존도가 높음을 알 수 있음.

수유마을시장 고객 현황



미래 고객 현황 예측



50대 이상의 단골고객에 치우치는 상황이 지속될 경우,
고령으로 인한 단골고객의 감소와 함께 시장도 쇠퇴될 것으로 예상됨
따라서, 신규 고객의 유입을 통해 고객 다양화가 필요함

2-1. 고객 현황 및 분류

기존고객	신규고객
Persona 1	Persona 2
 ★★★★★ 60-70대 단골고객	 ★★★ 자녀 동반 30-40대 주부
Persona 3	Persona 4
 ★★ 인근 대학생	 ★★ 자취생
Persona 5	
	 ★ 외국인 교환학생

수유동에서 산지 오래되어 주변 상권에 대해 잘 알고 있음. 수유시장으로 장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이 해주고 시시콜콜 얘기하는 재미를 느낌.

6년 차 주부이자 워킹맘으로 일과 가정을 동시에 돌보는 것이 쉽지 않음. 퇴근 후, 저녁을 준비할 시간이 넉넉지 않고, 저녁식사 시간이 보통 8시를 웃돈다. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보단 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로장을 봤으나 가격에 대한 부담을 느낌.

성신여자대학교 수정캠퍼스에 에 다니고 있으며 평소 방과 후엔 팀 프로젝트를 하기 위해 카페에 간다. 영화를 즐겨보고 미아쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.

성신여대 산업디자인을 전공함. 운정 캠퍼스에서 자주 수업을 들으며 수유역 주변에서 자취생활을 함. 수유마을시장에 대해 알고 있으며 4~5번 방문한 적이 있음. 학교 학생회를 하며 각종 행사를 기획하고 진행함.

성신여대 교환학생으로 재학 중인 중국인 학생으로 기숙사에서 생활함. 평소 한국문화에 대한 관심이 많아 한국에 오게 되었고, 주로 중국인 교환학생들과 어울려 다님. 새로운 활동을 해보는 것을 즐김.

2-2. 고객 분석 이론

빅데이터 도출 내용을 Fredrick Herzberg의 Motivation-Hygiene Theory에 빗대어보면, 인간의 욕구 가운데는 만족을 주고 동기를 유발하는 동기요인(만족요인)과 불만족을 초래하는 위생요인으로 나눠. 즉, 수유시장에 가게 만드는 요인이 동기요인, 시장에 불만을 초래하는 요인이 위생요인으로 해석할 수 있음. 그러나 위생요인이 충족된다 하더라도 만족을 높이는 데는 영향이 없다고 주장함.

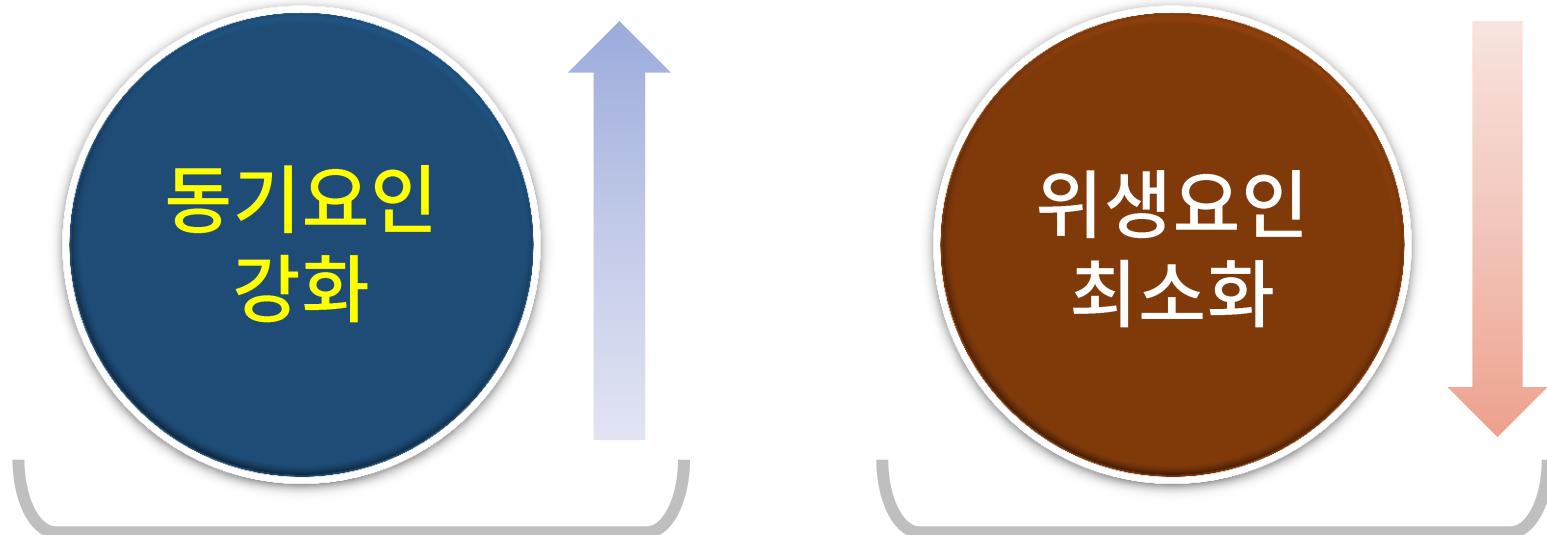


2-2. 고객 분석 이론

즉, 사람들을 시장에 오게 만드는 요인은 강화하고 사람들이 시장에 불만을 갖게 하는 위생요인은 제거함으로써 만족도를 높여야 함. 이 이론을 바탕으로 각 고객의 동기요인과 위생요인을 분석하고, 그 속의 인사이트를 도출할 것임.

사람들을 시장에 오게 만드는

사람들의 불만을 높이는



동기요인은 강화하고 위생요인은 최소화하여 균형을 맞추는 것이 핵심

2-3. Customer Journey Map(CJM)

1. 60대 주부 (기존고객)



Persona

- 직업: 주부
- 연령: 65세
- 방문 목적: 반찬거리, 생선, 채소

Life Style

- 고객특징: 수유동에서 산지 오래되어 주변 상권에 대해 잘 알고 있음. 수유시장으로장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이해주고 시시콜콜 얘기하는 재미를 느낌.

Journey

집

이동

도착

쇼핑

휴식

귀가

Activity

오후 4시, 시장에 가기 위해 집을 나섬

10분 정도 걸어 시장에 도착함

재래시장 입구로 들어감

단골가게에 가서 상인이 추천한 생선을 구입함

야채 단골가게에서 봄나물을 구매함

어느덧 양손 가득 짐이 있어 휴식을 취하기로 함

다시 걸어서 집으로 감

Thinking

“오늘은 뭐 해먹을까?”

“살 거를 적어보니까 생각보다 많네, 천천히 돌아볼까”

“오늘은 뭐가 신선하려나?
“북적북적하니 사람 냄새가 나고 좋다”

“언제 봄도 친절해~”
“나한테 특별히 신선한 걸 싸게 준단 말이지”

“제철야채가 싱싱하
지”
“서비스도 좋아”

“아이고 힘들다”
“어디 잠깐 앉아있을 데 없나?”

“오늘 산 건 다 신선하고 싸게 샀다”
“들고 오는 게 일이지”

Feeling

늘 저녁시간 전에 시장에 와 장보는 것 이 일상임

오늘 특별히 신선한 제품이 뭐가 있는지 궁금함

시장 오는데에 재미를 느낌
단골가게 주인에 강한 호감을 갖고 있음

주인에 대한 애정과 신뢰가 있음
집이 슬슬 무거워짐

집도 무겁고 잠시 쉴 공간을 찾게 됨

시장에 대한 긍정적인 인식으로 약간의 불편함을 감수함

Issue

“늘 저녁시간 전에 시장에 와 장보는 것 이 일상임”

“오늘 특별히 신선한 제품이 뭐가 있는지 궁금함”

“시장 오는데에 재미를 느낌
단골가게 주인에 강한 호감을 갖고 있음”

“주인에 대한 애정과 신뢰가 있음
집이 슬슬 무거워짐”

“집도 무겁고 잠시 쉴 공간을 찾게 됨”

“시장에 대한 긍정적인 인식으로 약간의 불편함을 감수함”

Needs

-

“오늘 들어온 신선한 상품에 대한 정보를 알고 싶어”

“들고 갈 생각을 하니, 무거워서 많이 살 수가 없어”

“걸어 다니다 보면 다리가 아파.. 쉴 공간이 있으면 좋겠어”

“배달도 되면 얼마나 좋아”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

1. 60대 주부 (기존고객)



Persona

- 직업: 주부
- 연령: 65세
- 방문 목적: 반찬거리, 생선, 채소

Life Style

- 고객특징: 수유동에서 산지 오래되어 주변 상권에 대해 잘 알고 있음. 수유시장으로장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이해주고 시시콜콜 얘기하는 재미를 느낌.

Journey

집

이동

도착

쇼핑

휴식

귀가

동기요인

오후 4시, 시장에 가기 위해 집을 나섬

10분 정도 걸어 시장에 도착함

재래시장 입구로 들어감

단골가게에 가서 상인이 추천한 생선을 구입함

야채 단골가게에서 봄나물을 구매함

다시 걸어서 집으로 감

**단골가게
상인과의 교류**

**저렴한 가격과
'덤'**

“언제 봐도 친절해~”
“나한테 특별히 신선한 걸 싸게 준단 말이지”

“제철야채가 싱싱하
지”
“서비스도 좋아”

“아이고 힘들다”
“어디 잠깐 앉아있을 데 없나?”
“오늘 산 건 다 신선하고 싸게 샀다”
“들고 오는 게 일이지”

**집이
무거워짐**

**술 공간이
없음**

늘 저녁시간
시장에 와 정기적
이 일상화

품질에 대한 신뢰

**정겨운
시장 분위기**

시장 오는데에
재미를 느끼
단골가게 주인에
강한 호감을 갖고
있음

주인과 대화하는
신뢰가 있음
집이 슬슬 무거워짐

집도 무겁고 잠시
쉴 공간을 찾게 됨

시장에 대한 긍정적인
인식으로 약간의
불편함을 감수함

Thinking

Feeling

Issue

Needs

“오늘 들어온 신선한
상품에 대한 정보를
알고 싶어”

“들고 갈 생각을 하니,
무거워서 많이 살 수가 없어”

“걸어 다니다 보면
다리가 아파..
쉴 공간이 있으면 좋겠어”

“배달도 되면
얼마나 좋아”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

1. 60대 주부 (기존고객)



Persona

- 직업: 주부
- 연령: 65세
- 방문 목적: 반찬거리, 생선, 채소

Life Style

- 고객특징: 수유동에서 산지 오래되어 주변 상권에 대해 잘 알고 있음. 수유시장으로장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이해주고 시시콜콜 얘기하는 재미를 느낌.

Journey

집

이동

도착

구매

나가기

Activity

오후 4시, 시장에 가기 위해 집을 나섬

10분 정도 걸어 시장에 도착함

재래시장 입구로 들어감

단골가게에 상인이 추천한 생선을 구입함

아래 단골가게에서 봄나물을 구매함

어느덧 양손 가득 짐
이 있어 휴식을 취하기로 함

다시 걸어서 집으로
돌아온다

Thinking

단골가게
상인과의 교류

저렴한 가격과
'덤'

50대 이상의 단골고객은
강한 동기요인을 갖고 있어

위생요인의 불편함을 감수하며
시장에 기꺼이 방문함

시장에 기꺼이 방문함

Feeling

품질에 대한 신뢰

정겨운
시장 분위기

늘 저녁시간
시장에 와 정기적
이 일상화

시장 오는 데에
재미를 느끼

단골가게 주인에
강한 호감을 갖고
있음

주인과의 친밀한
신뢰가 있음
질이 슬슬 무기위침

집도 무겁고 잠시
쉴 공간을 찾게됨

장에 대한 긍정적인
인식으로 약간의
불편함을 감수함

Issue

Needs

“오늘 들어온 신선한
상품에 대한 정보를
알고 싶어”

“들고
무거워서
걸어 다니다 보면
다리가 아파.”

“길에 나니마다 보면
술 공간이 있으면 좋겠어.”

“매달도 보면
얼마나 좋아.”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

2. 30대 자녀동반 주부(신규고객)



Persona

- 직업: 은행원
- 연령: 34세
- 방문 목적: 식재료 구입

Life Style

고객특징: 6년 차 주부이자 워킹맘으로 일과 가정을 동시에 돌보는 것이 쉽지 않음. 퇴근 후, 저녁을 준비할 시간이 넉넉지 않고, 저녁식사 시간이 보통 8시를 웃돈다. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보단 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낀다.

Journey

평일 근무

퇴근

시장 도착

쇼핑

쇼핑 계속

귀가

Activity

퇴근시간이 다가오자 저녁 메뉴에 대해 고민함

주부모임 친구와 저녁메뉴를 얘기를 나누던 중, 친구의 권유로 시장에 방문함

시장을 둘러보다 생닭 가격을 보고 놀라 2 마리를 구매함

지나가다 족발집을 발견함. 족발집 주인이 친절하게 맞이함

족발을 먹기 위해 집으로 발걸음을 옮김

Thinking

“오늘은 또 뭐 해먹지”
“오늘은 저녁 차리기 너무 피곤하다”
“만들어 놓은 반찬은 선뜻 손이 가지 않아..”

“시장 많이 안 가봤는데”
“일단 괜찮다니까 한번 둘러보자 뭐”

“시장이라 그런지 특유의 분위기가 느껴져”
“수유시장에 뭐 유명한 먹거리가 있나?”

“어머, 생닭이 마트보다 천 원이나 싸네!”
“어머, 애호박이 천 원밖에 안 해. 상태도 좋아 보이는데”

“족발 맛있어 보인다”
“이건 바로 가서 먹으면 되겠다”
“상인분이 친절하시네”

“오늘 저녁메뉴는 족발이다!”
“무거워서 더 못 사겠어”

Feeling

Issue

저녁메뉴에 대해 매일 고민하며 퇴근 후 저녁을 차리는 것이 힘이 들 때가 있음
그러나, 파는 음식보다는 직접 해먹는 건강한 집밥을 추구함

시장에 대한 거부감은 없지만 시장에 대한 애착도 없음

수유시장의 대표 먹거리에 대한 기대와 궁금증이 있음

질 좋은 상품과 저렴한 가격에 기분이 좋아짐

저녁 대용으로 집에 가서 바로 먹을 수 있는 음식에 관심을 가짐
상인의 친절함에 호감을 느끼

저녁 메뉴를 해결함
집이 무거워 많이 사지 못함

Needs

“집밥처럼 건강한 음식을 사먹을 순 없을까?”

“마트 가다가 시장 오니까 좀 어색하네”

“수유시장은 뭐가 유명한가?”

“마트 보다 훨씬 싸네!”

“족발 말고 저녁거리로 먹을 수 있는 건 또 없나?”
“저녁 안해도 되니까 편한데”

“배달은 안되나?”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

2. 30대 자녀동반 주부(신규고객)



Persona

- 직업: 은행원
- 연령: 34세
- 방문 목적: 식재료 구입

Life Style

고객특징: 6년 차 주부이자 워킹맘으로 일과 가정을 동시에 돌보는 것이 쉽지 않음. 퇴근 후, 저녁을 준비할 시간이 넉넉지 않고, 저녁식사 시간이 보통 8시를 웃돈다. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보단 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낀다.

Journey

평일 근무

퇴근

시장 도착

쇼핑

쇼핑 계속

귀가

Activity

퇴근시간이 다가오자 저녁 메뉴에 대해 고민함

동기요인
주부모임 친구와 저녁메뉴를 얘기를 나누던 중, 친구의 권유로 시장에 방문함

시장 입구에 들어섬

시장을 둘러보다
생닭 가격을 보고 놀라
2 마리를 구매함

지나가다 족발집을 발견함

족발을 먹기 위해 집으로
발걸음을 옮김

Thinking

“오늘은 또 뭐 해먹지”
“오늘은 저녁 차리기 너무
피곤하다”
“만들어 놓은
선뜻 손이 가

**마트 보다
저렴한 가격**

“시장 많이 안 가봤는데”
“일단 괜찮으니까
한번 둘러보자지”

품질 만족도

“시장이라 그런지 특유의
분위기가 느껴져”
“시장에 뭘 살지
선택하기 어렵다”

**짐이
무거워짐**

**장보는
시간이 길**

Feeling

저녁메뉴에 대해 고민하며 퇴근 후 저녁을 차리는 것이 힘이 들 때가 있음
그러나, 파는 음식보다는 직접 해먹는 건강한 집밥을 추구함

시장에 대한 거부감은 없지만 시장에 대한 애착도 없음

수유시장의 대표 먹거리에 대한 기대와 궁금증이 있음

**자녀 동반시,
아이가
칭얼댐**

저녁 메뉴를 해결함
짐이 무거워 많이 사지
못함

Issue

“집밥처럼 건강한 음식을 사먹을 순 없을까?”

“마트 가다가 시장 오니까 좀 어색하네”

“수유시장은 뭐가 유명한가?”

“마트 보다 훨씬 싸네!”

“족발 말고 저녁거리로 먹을 수 있는 건 또 없나?”
“저녁 안해도 되니까 편한데”

“배달은 안되나?”

Needs

2-3. Customer Journey Map(CJM)

2. 30대 자녀동반 주부(신규고객)



Persona

- 직업: 은행원
- 연령: 34세
- 방문 목적: 식재료 구입

Life Style

고객특징: 6년 차 주부이자 워킹맘으로 일과 가정을 동시에 돌보는 것이 쉽지 않음. 퇴근 후, 저녁을 준비할 시간이 넉넉지 않고, 저녁식사 시간이 보통 8시를 웃돈다. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보단 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낀다.

Journey

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

동기요인

주부모임 친구와 자녀 메뉴
를 얘기하는 나누면서, 친구
의 권유로 시장에 방문함

위생요인

시장을 둘러보다
생닭 가격을 보고 놀라
2 마리를 구매함
지나가니 졸발집을 발견함

30대 주부고객은

동기요인을 갖고 있지만 그 정도가 약하고
위생요인으로 인한 불편함을 크게 느끼며

시장 방문을 망설함으로

위생요인을 해소하여야 함

30대 주부고객은
가격과 품질의 만족도가 컷으나
저렴한 가격
충성고객으로 만들기 위해

다른 동기요인을 부여해야 함

지녀메뉴에 대한
고민하며 퇴근 후
차리는 것이 힘들 때가
있음
그러나, 파는 음식보다는
직접 해먹는 건강한 졸발
을 주구함

질 좋은 심플과 저렴한
가격에 기분이 좋아짐

아이가
칭얼냄

집밥처럼 건강한 음식을
사먹을 순 없을까?

마트 가다가 시장 오니까
좀 어색하네?

수유시장은 뭐가
유명한가?

마트 보다 훨씬 싸네!

족발 맘고 저녁거리로 음식
수 있는 건 또 없어?
자녀 안해도 되니까 편한데!

매달은 안되나?
족발은 안되나?

2-3. Customer Journey Map(CJM)

3. 인근 대학생(신규고객)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 21세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

- 고객 특징: 성신여자대학교 수정캠퍼스에 다니고 있으며 평소 방과 후엔 팀 프로젝트를 하기 위해 카페에 간다. 영화를 즐겨보고 미아 쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.

Journey

학교

시장 방문

입구 도착

쇼핑

구매

나감

Activity

졸업 작품 고민 중,
교수님을 통해 시장을 알
게 됨

시장을 방문함

수유재래시장
입구로 진입

특별히 살 건 없어서
여기저기 돌아다님

지나가다 방송에 소개된
꽈배기 집을 발견함
현금이 없어 카드를 냈지만
거절 당함

걷다가 보인 출구로
나오게 됨

Thinking

졸업 프로젝트로
뭘 하면 좋을까?

“수유시장은 뭐가
유명한가?”
“여기로 들어가면 되나?”

“생각보다 비위생적이네”
“정리도 안되어
있고 전체적으로 산만해”

“간단하게 먹을 음식 없나”
“그나저나, 뭐 사려 오면
어디가 어딘지 모르겠다”

“3대 천왕에 나온 곳인 가
보네. 먹어봐야지”
“몇 천원 안 하는 건 알지
만 현금이 있는데…”

“왔는데 특별하게
할 것도 먹을 것도 볼 것도
없는 거 같아”
“여기로 나가면 어디로
나오는거지..”

Feeling

디자인 전공 학생들이
졸업 프로젝트 주제로
관심을 가짐
수업 후 주로 과제, 팀프로젝트
하기 위해 카페 혹은 친구
들과 밥을 먹음

수유시장에 대한 인식이
낮으며 잘 모름

미세먼지, 매연, 냄새 등
음식 위생을 걱정함
시장 분위기나 외관에 대
해 딱히 매력적으로 느끼
지 않음

둘러보며 먹을 거리를
찾음
시장 안내판이 없어 방향
감각을 잃음
원하는 물건을 찾기 힘들
것이라는 생각을 갖게됨

미디어에 의한 홍보에
믿음이 있음
상인이 카드를 받지 않아
매우 불편&불쾌감을 느낌

대학생에게 매력적인
업종/상품이 없어 크게
호감을 느끼지 못함

Needs

“졸업 프로젝트로 진행할
수 있는 게 있다면 잘 알려
줬으면 좋겠다”

“수유시장이 있다는 것만
알고 그 외에는 잘 몰라
...”

“위생 관리는 좀 돼야 할
것 같은데”
“분위기도 딱 수유시장의
느낌이 없어”

“안에 안내판이 없어서
어디가 어딘지 모르겠네”

“요즘 학생들은 대부분
현금은 잘 안 쓰는데...”

“딱히, 할 것도…먹을 것
도…재미있는 것도...”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

3. 인근 대학생(신규고객)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 21세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

- 고객 특징: 성신여자대학교 수정캠퍼스에 다니고 있으며 평소 방과 후엔 팀 프로젝트를 하기 위해 카페에 간다. 영화를 즐겨보고 미아 쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.

Journey

학교

졸업 작품 고민 중,
교수님을 통해 시장을 알
게 됨

시장에 대한 호기심

시장 방문
동기요인

시장을 방문함

졸업 프로젝트로
뭘 하면 좋을까?

“수유시장은 뭐가
유명한가?”

“기로 들어가면 되나?”

졸업 연계 활동에
대한 관심

입구 도착

수유재래시장
입구로 진입

“생각보다 비위생적이네”

“거리도 안되어
여기서 먹고 싶어”

“여기서 먹으면
한 번 더 먹을 만해”

쇼핑

특별히 살 건 없어서
여기저기 돌아다님

“간단하게
먹고 싶어”

“그나저나,
어디가 어딘가?”

대학생들이
즐길만한
것이 없음

구매

지나온 곳에서
개된
파배기 집을 발견함
현금이 없어 카드를 냈지만
거절 당함

나감

걷다가 보인 출구로
나오게 됨

시장
정보
접근성
부족

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

디자인 전공 학생들은
졸업 프로젝트 주제로
관심을 가짐

수업 후 주로 과제, 팀플을
하기 위해 카페 혹은 친구
들과 밥을 먹음

“졸업 프로젝트와 연계하
는 활동이 있다면 홍보되
었으면 해요”

수유시장에 대한 인식이
낮으며 잘 모름

“수유시장이 있다는 것만
알고 그 외에는 잘 몰라
...”

미세먼지, 매연, 냄새 등
음식 위생을 걱정함

시장 분위기나 외관에 대
해 딱히 매력적으로 느끼
지 않음

“위생 관리는 좀 돼야 할
것 같은데”

“분위기도 딱 수유시장의
느낌이 없어”

둘러보며 맛집
찾기

시장 안내판
감각

원하는 물건을
찾기

“안에 안내판이 없어서
어디가 어딘지 모르겠네”

시장 구조
안내도

감각

“요즘 학생들은 대부분
현금은 잘 안 쓰는데...”

현금 결제
불가

감각

“딱히, 할 것도... 먹을 것
도... 재미있는 것도...”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

3. 인근 대학생(신규고객)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 21세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

- 고객 특징: 성신여자대학교 수정캠퍼스에 다니고 있으며 평소 방과 후엔 팀 프로젝트를 하기 위해 카페에 간다. 영화를 즐겨보고 미아 쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.

Journey

동기요인

수유동으로 이사오면서
우연찮게 시장을 알게 됨

시장을 방문함

수유재래시장
입구로 진입

“이 주변에는 큰 시장
없나”

“수유시장은 내가
들어온 곳들 중에 가장
편리한 것 같아”

“생각보다 비위생적이네”

“가게마다 청결도 안되어
제대로 안될 것 같아”

“제대로 안되어
살만해”

20대 여대학생은
시장에 대한 관심과 매력도가 낮으며
신규 고객으로 만들기 위해선

확실한 동기요인이 필요함

대학교 1학년 때 이사오면
서주변 상권에 대해 알아
봄

수유시장에 대한 인식이
낮으며 점 도를

한번도, 매번, 냄새 등
음식 위생을 걱정함
시장 분위기나 외관에 대해
딱히 매력적으로 느끼
지 않음

“주변에 시장 있나?”

“수유시장이 있다는 것만
알고 그 외에는 잘 몰라
...”

“위생 관리는 좀 돼야 할
것 같으니”
“분위기도 딱 수유시장의
느낌이 없어”

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

위생요인

특별히 습 겹 없어서
여기저기들이다님

“간단하게
즐길만한
것이 없음”

“그나저나,
어디가 어딘지
모르겠어”

“...”

20대 여대학생은
위생요인에 대한 불편함을 매우 크게 느끼며
이로 인한 시장 방문을 꺼려하는 수준임으로

위생요인을 해소하여야 함

시장 구조
안내도

현금 결제
불가

들려보면
제가
시장 안내
감각
원하는 물건
것이라는 생각

“안에 안내판이 없어서
어디가 어딘지 모르겠어”

“요즘 학생들은 대부분
현금은 잘 안 쓰는데...”

“딱히 할 것도... 먹을 것도...
재밌는 것도...”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

4. 자취생(신규고객)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 22세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

- 고객 특징: 성신여자대학교 운정캠퍼스에서 주로 수업을 들으며 수유역 주변에서 자취생활을 함. 수유마을시장에 대해 알고 있으며 4~5번 방문한 적이 있음. 학교 학생회를 하며 각종 행사를 기획하고 진행함.

Journey

학교

방문

도착

쇼핑/구매

추가 쇼핑

귀가

Activity

수업 후 집으로 돌아가는 길에 수유시장을 지나침

시장 입구에 진입함

시장 안으로 들어섬

저녁으로 고기를 구워먹을 생각에 보이는 정육점집에
감

돌아다니다 갈치에 눈이
감

들어온 출구를 찾아 헤매다 보이는 출구로 나옴

Thinking

“수유시장 집 근처라
지나가다 몇 번
가봤기는 한데”
“이 주변에는 큰 시장 없
나”

“재료 사다가 뭐 좀
해 먹을까”
“아니야 그냥 마트 가서
빨리 사고 갈까”
“그나저나 뭐 먹지…
해먹기도 귀찮다”

“가격 차이는 마트와 큰
차이는 없는 거 같은데”
“학생할인 있었으면
좋겠다”

“아주머니가 되게 친절하
시네”
“부위랑 양도 알맞게 골라
주셨어!”

“엄마가 해주는 갈치구이
참 맛있었는데”

“내가 어디로 들어왔더라”
“장보는 거 외에 특별히
할 건 없다”

Feeling



Issue

수유역 근처에서 자취하며
우연찮게 시장을 알게 됨
학교에 입학하면서 주위
가게에 대해 관심을 가짐

집 근처 마트가 있으며
마트와 시장 사이에서
고민함

시장에 많이 와보지 않아
이질감이 있음
학생할인이 매력적인
요소가 될 수 있음

상인분의 친절함에 기분이
좋아짐

생선구이를 먹고 싶지만
손질을 할 줄 몰라
주저하다 구매하지 않음

들어왔던 출구를 찾아
헤매서 짜증이 남
시장을 장보는 곳이라
인식하기 쉬움

Needs

“특별히 수유시장이
유명한 건 모르겠어”

“매일 저녁 해먹는 것도
일이다…”
“맨날 시켜먹기도 좀
그래..”

“나중에 엠티 같은 거
갈 때 많이 사면 할인되면
좋겠다”

“가성비가 좋아!”

“바로 해먹을 수 있는
손질된 재료가 편해”

“어디로 내가
들어왔었지…”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

4. 자취생(신규고객)



2-3. Customer Journey Map(CJM)

4. 자취생(신규고객)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 22세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

- 고객 특징: 성신여자대학교 운정캠퍼스에서 주로 수업을 들으며 수유역 주변에서 자취생활을 함. 수유마을시장에 대해 알고 있으며 4~5번 방문한 적이 있음. 학교 학생회를 하며 각종 행사를 기획하고 진행함.

Journey

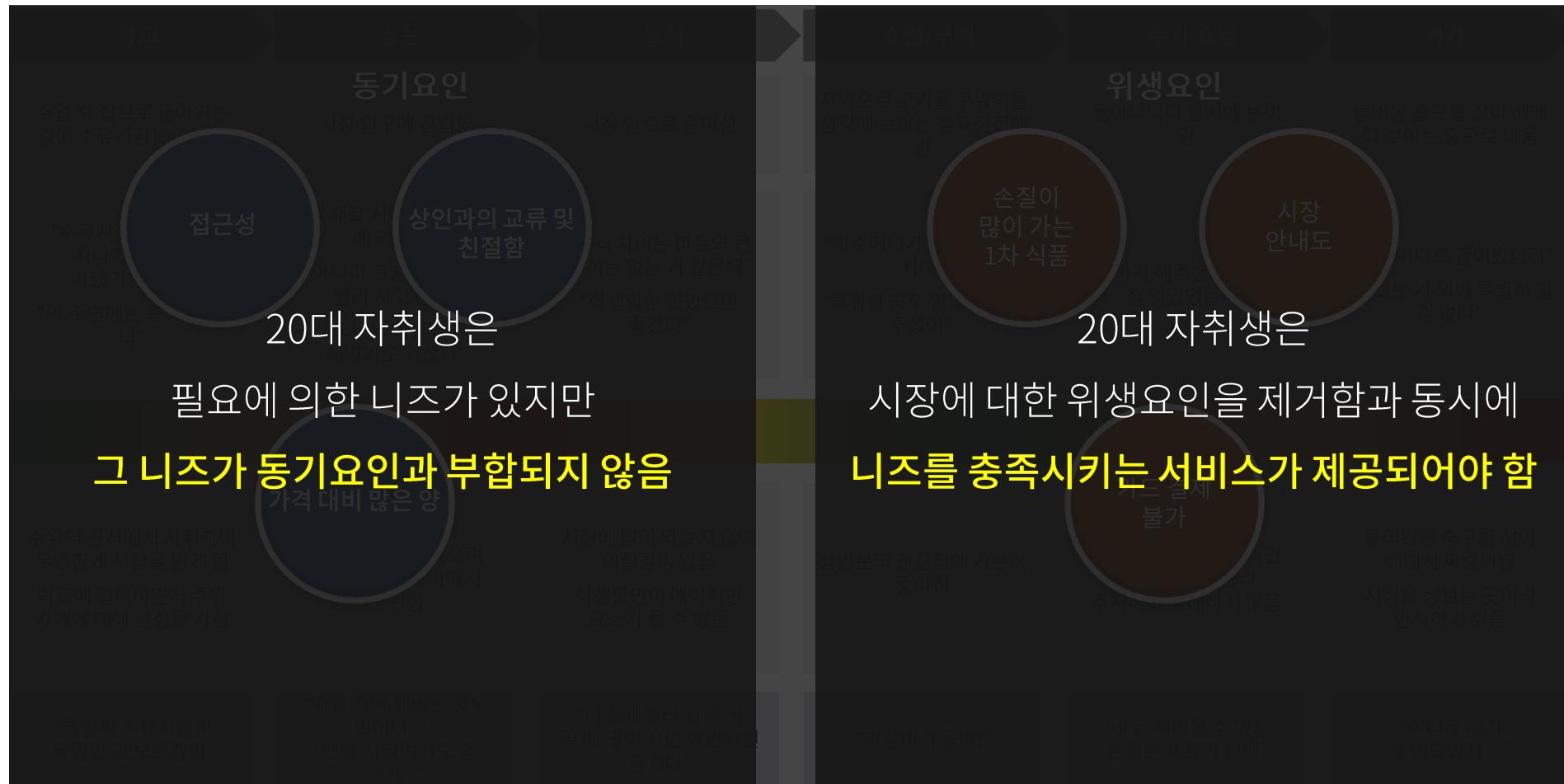
Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs



2-3. Customer Journey Map(CJM)

5. 20대 중국인 학생



Persona

- 성별: 여
- 연령: 23세
- 직업: 교환학생

Life Style

- 고객 특징: 성신여대 교환학생으로 재학 중인 중국인 학생으로 기숙사에서 생활함. 평소 한국문화에 대한 관심이 많아 한국에 오게 되었고, 주로 중국인 교환학생들과 어울려 다님. 새로운 활동을 해보는 것을 즐김.

Journey

학교

이동

시장 진입

점포 구경

구매

구경 계속

기숙사로 돌아감

Activity

수업 중, 한국 친구들이 이 시장 얘기하는 것을 듣게 됨

친구와 함께 걸어가는 길에 수유시장 대표 먹거리를 찾아봄

수유시장 입구로 들어감

오면서 검색해본 맛집 가게를 찾음

지나가다 우연히 오뎅바 맛집을 찾음

계속 걷다 보인 족발에 눈이 감

족발을 사서 기숙사로 돌아감

Thinking

“근처에 시장이 있는지 몰랐네”
“혼자 가기 좀 그런데 친구한테 친구한테 연락해봐야지”

“대표 음식이 뭐가 있지?”

“와 한국 전통시장 분위기는 이렇구나”

“근데 어디 있는 거지?”
“찾기가 힘들어”

“찾았다!”
“중국엔 없는 음식이야”

“족발? 이거 맛있어 보인다”

“오늘 저녁은 이거 먹어 봐야겠다”
“먹는 거 외에 살 거는 없는 것 같네”

Feeling

시장에 대한 홍보가 및 학생의 관심이 부족하여 정보 접근이 어려움
외국인이 혼자 방문하는 것에 대해 소극적임

SNS, 블로그를 통해 정보를 얻음
시장 대표 먹거리에 제일 큰 관심을 가짐

한국 전통 시장에 흥미를 느끼

길도 모르고 안내표지판도 없어서 맛집 점포를 찾기 힘듬

간단한 한국어를 구사하며 오뎅을 구입함

한국어가 서툴러 가격이 표시되어 있지 않은 점포는 그냥 지나치게 됨

음식 외에는 특별히 시장에 대한 매력을 느끼지 못함

Issue

“근처에 전통시장이 있는지도 몰랐네”
“혼자 가면 뭔지 좀 그래”

“역시 다 한국어로 되어 있겠지”

“메뉴가 중국어로도 써져 있었으면 좋겠다”
“시장 안내도도 중국어 버전이 있으면 좋겠어”

“안 물어봐도 살 수 있게 가격이 다 나와 있으면 좋겠어”

“길거리 음식이 다양했으면 좋겠어”
“기념품으로 살만한 건 없나?”

Needs

2-3. Customer Journey Map(CJM)

5. 20대 중국인 학생



Persona

- 성별: 여
- 연령: 23세
- 직업: 교환학생

Life Style

- 고객 특징: 성신여대 교환학생으로 재학 중인 중국인 학생으로 기숙사에서 생활함. 평소 한국문화에 대한 관심이 많아 한국에 오게 되었고, 주로 중국인 교환학생들과 어울려 다님. 새로운 활동을 해보는 것을 즐김.

Journey

학교

이동

시장 진입

점포 구경

구매

구경 계속

기술사로 돌아감

Activity

수업 중, 한국 친구들이 이 시장 얘기하는 것을 듣게 됨

친구와 함께 걸어가는 길에 수유시장 대표 면거리를 찾아봄

수유시장 입구로 들어감

오면서 검색해본 맛집 가게를 찾음

지나가다 우연히 오뎅방이에 들려온

계속 걷다 보인 족발에 눈이

족발을 사서 기숙사로 돌아감

Thinking

“근처에 있는지 물어보니 “한국 음식이 뭐가 있지?”
“혼자 가기 좀 어렵겠지 친구한테 연락해보자.”

맛있는 한국 음식

시장에 대한 궁금함

시장에 대한 정보 부재

중국어 버전의 안내도

Feeling

시장에 대한 홍보가 및 학생의 관심이 부족하여 정보 접근이 어려움
외국인이 혼자 방문하는 것에 대해 소극적임

한국의 전통 문화 체험

한국 전통 시장에 흥미를 느림

가격 표시

홀로 방문에 대한 소극적인 태도

Issue

한국어로 된 안내 표지판이 없어서 맛집 점포를 찾기 힘들
간접적인 표지판에 혼란
한국어로 된 안내 표지판이 없어서 막판에 특별히 매력을 느끼지 못함

Needs

“근처에 전통시장이 있는지도 물었는데”
“혼자 가면 뭔지 좀 그래”

“역시 다 한국어로 되어 있겠지”

“메뉴가 중국어로도 써져 있었으면 좋겠어”
“시장 안내도도 중국어 버전이 있으면 좋겠어”

“안 물어봐도 살 수 있게 가격이 다 나와 있으면 좋겠어”

“길거리 음식이 다양했으면 좋겠어”
“기념품으로 살만한 건 없나?”

2-3. Customer Journey Map(CJM)

5. 20대 중국인 학생



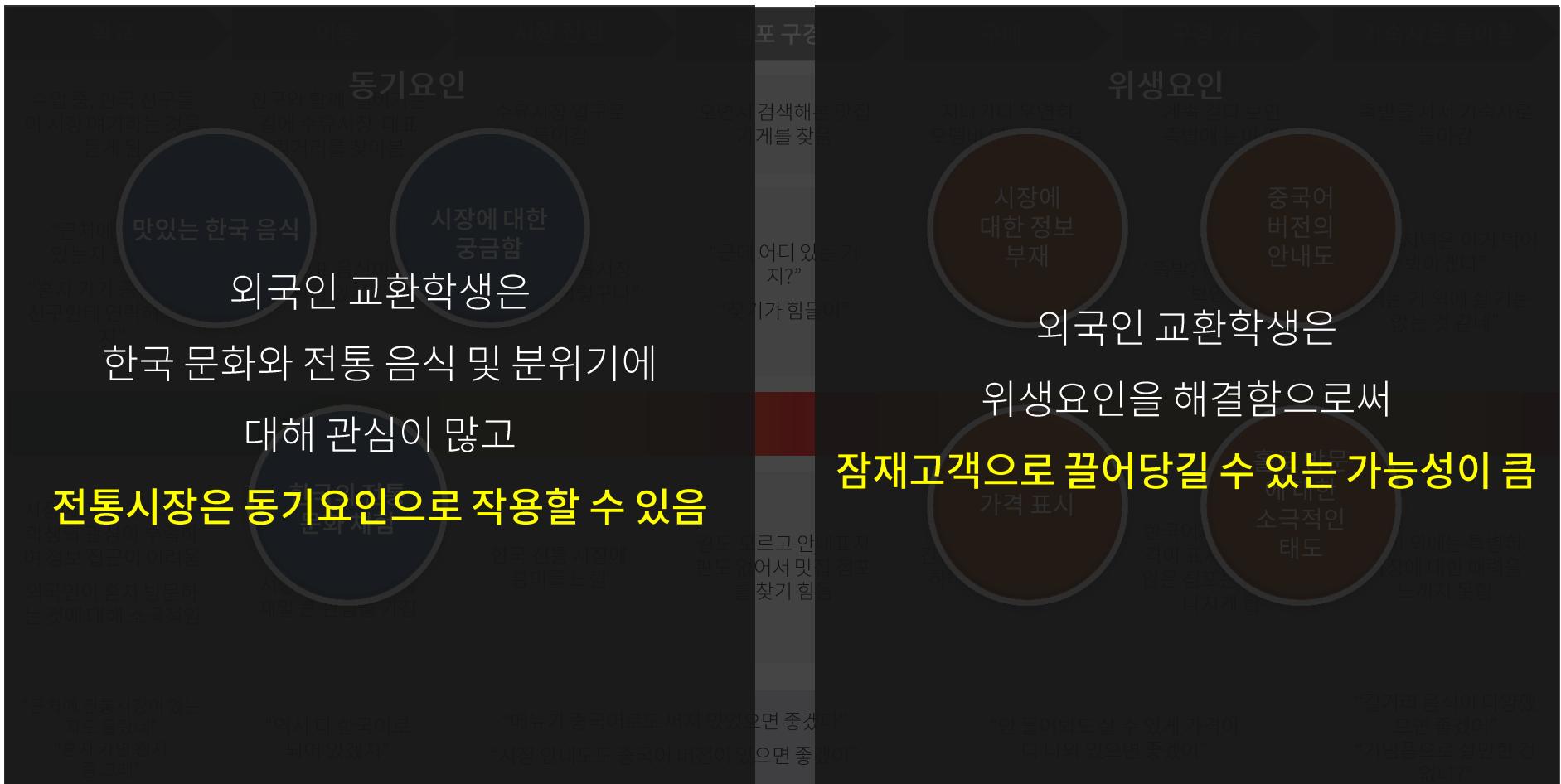
Persona

- 성별: 여
- 연령: 23세
- 직업: 교환학생

Life Style

- 고객 특징: 성신여대 교환학생으로 재학 중인 중국인 학생으로 기숙사에서 생활함. 평소 한국문화에 대한 관심이 많아 한국에 오게 되었고, 주로 중국인 교환학생들과 어울려 다님. 새로운 활동을 해보는 것을 즐김.

Journey



2-4. Customer Journey Map(CJM)

수유마을시장 상인



Persona

- 성별: 여
- 연령: 85세
- 업종: 계란

Life Style

- 고객 특징: 수유시장이 설립되기 전부터 이곳에서 계란 장사를 시작함. 싱싱한 계란을 판매하겠다는 철학으로 수십 년 간 고객의 신뢰를 쌓으며 단골고객을 확보함. 지금은 가업을 아들이 이어받아 명성을 이어가고 있음.

Journey

집

이동

시장 도착

판매 준비 및 배송

판매 시작

판매 계속

정리 및 귀가

Activity

오늘 판매할 계란을 실고 집을 나섬

시장 근처에 거주하고 있어 오토바이로 이동함

시장에 도착하여 가져온 계란을 가게로 옮김

매대 판매용 계란을 진열하고 택배 주문용은 포장하여 배송을 준비함

판매를 시작함

오후 4시, 한번 더 계란을 실어 나름

오후 판매를 마친 뒤 점포를 정리함

Thinking

“오늘도 싱싱한 계란을 팔아보자!”

“시장이 가까우니 편해”

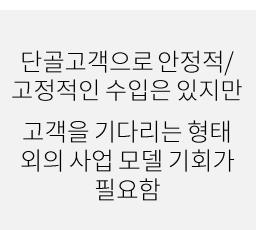
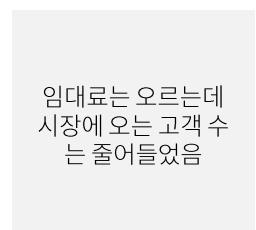
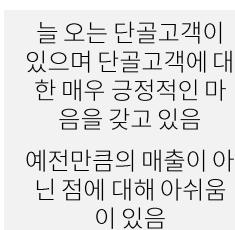
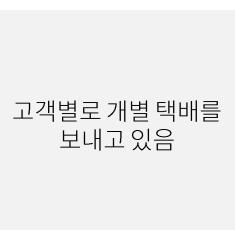
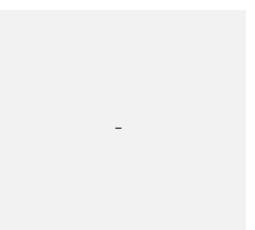
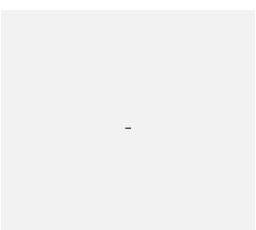
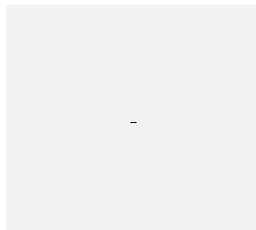
“아침에 들어온 택배 주문 일단 보내고~”
“그리고 자~여기다 매대에 이렇게 진열하고~”

“단골 고객은 언제 봐도 반가워”
“날 믿어주니 고맙지”
“그래도 옛날만큼 팔리진 않아”

“오후에는 좀 한가하지”
“장사가 잘 되어야 되는데…”

“늘 팔던 만치 팔았다”
“떼돈은 못 벌어도 고정적으로 버는 수입에 만족해야지”

Feeling



Issue

고객별로 개별 택배를 보내고 있음

늘 오는 단골고객이 있으며 단골고객에 대한 매우 긍정적인 마음을 갖고 있음
예전만큼의 매출이 아닌 점에 대해 아쉬움이 있음

임대료는 오르는데 시장에 오는 고객 수는 줄어들었음

단골고객으로 안정적/고정적인 수입은 있지만 고객을 기다리는 형태 외의 사업 모델 기회가 필요함

Needs

“택배비용 줄일 수 있으면 좋지”

“아무리 그래도 예전만큼은 안 팔려”

“임대료는 비싼데”

“장사를 더 잘 할 순 없을까”

2-4. Customer Journey Map(CJM)

수유마을시장 상인



Persona

- 성별: 여
- 연령: 85세
- 업종: 계란

Life Style

- 고객 특징: 수유시장이 설립되기 전부터 이곳에서 계란 장사를 시작함. 싱싱한 계란을 판매하겠다는 철학으로 수십 년 간 고객의 신뢰를 쌓으며 단골고객을 확보함. 지금은 가업을 아들이 이어받아 명성을 이어가고 있음.

Journey

집

이동

시장 도착

판매 준비 및 배송

판매 시작

판매 계속

정리 및 귀가

Activity

오늘 판매할 계란을
싣고 집을 나섬

시장 근처에 거주하고
있어 오토바이로
이동함

시장에 도착하여
가져온 계란을 가게로
옮김

매대 판매용 계란을
진열하고 택배 주문용
은 포장하여 배송을
준비함

판매를 시작함

오후 4시, 한번 더
계란을 실어 나름

오후 판매를 마친 뒤
점포를 정리함

Thinking

“오늘도 신선한 계란
을 팔아보자.”

택배비용
줄일 수 있
으면 좋지

어찌됐건
장사가 잘
되면 좋지

임대료가
비싸

80-90%는
단골장사지

Feeling

“택배비를 줄여
고장나거나
온 택배를
받았을 때
어려울 때
마다”

“오후에는 좀
한가하지”

“단골장사지
만족도가
높다”

Issue

Services

통합 택배 SVC

새로운 사업모델

직접 지원

신규고객 유입

Needs

“택배비용 줄일 수
있으면 좋지”

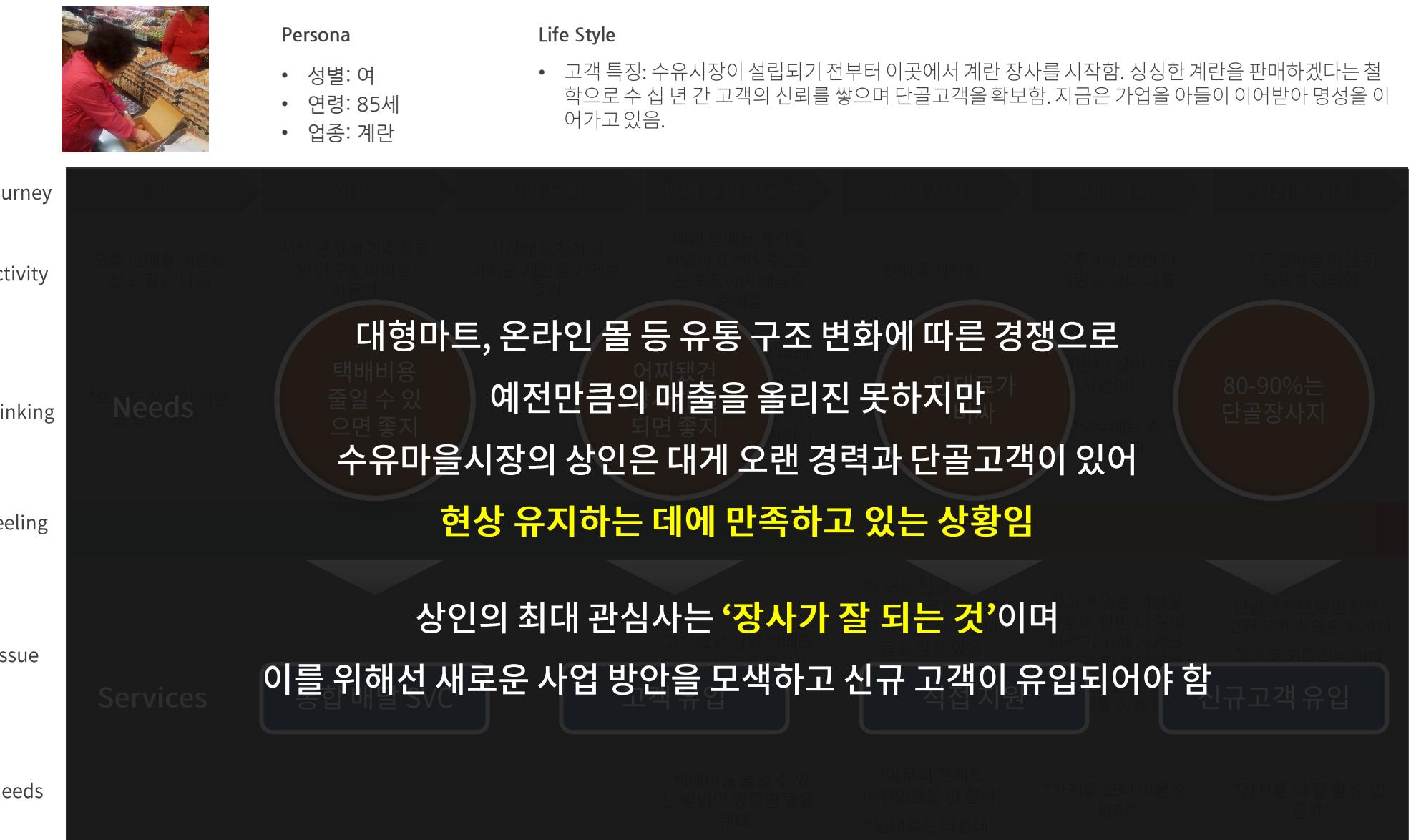
“아무리 그래도
예전만큼은 안 팔려”

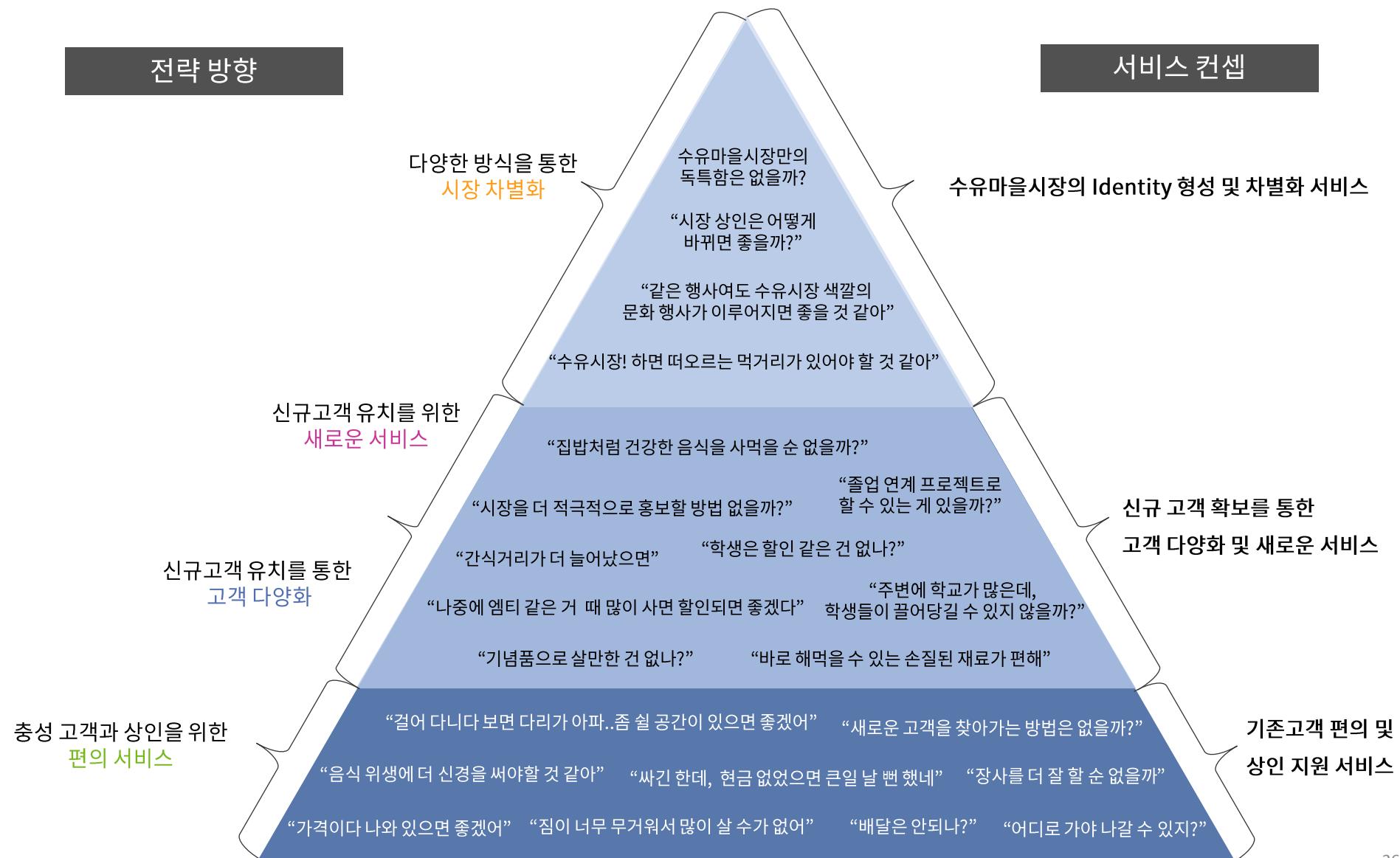
“임대료는 비싼데”

“장사를 더 잘 할 순 없
을까”

2-4. Customer Journey Map(CJM)

수유마을시장 상인





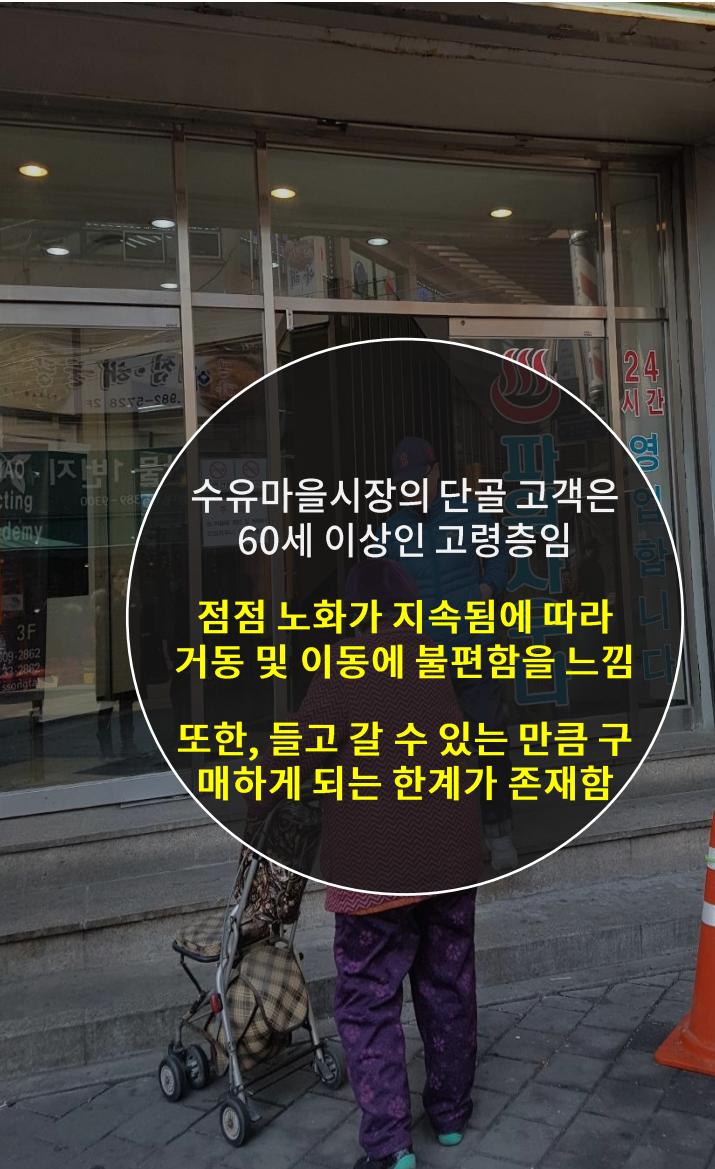
03. 수유마을시장 활성화 서비스 아이디어

- 3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)
- 3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)
- 3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)
- 3-4. 기타 참고 서비스 아이디어



기존 고객 편의 증대를 위한
장보기 + 배달 서비스

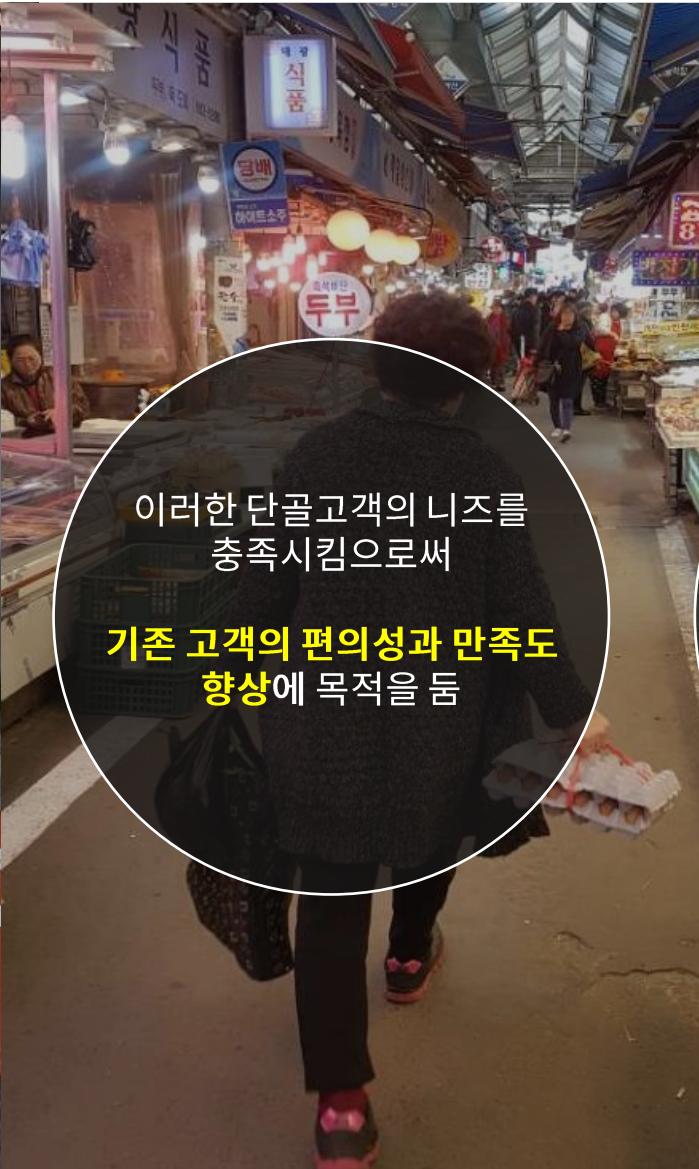
3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)



수유마을시장의 단골 고객은
60세 이상인 고령층임

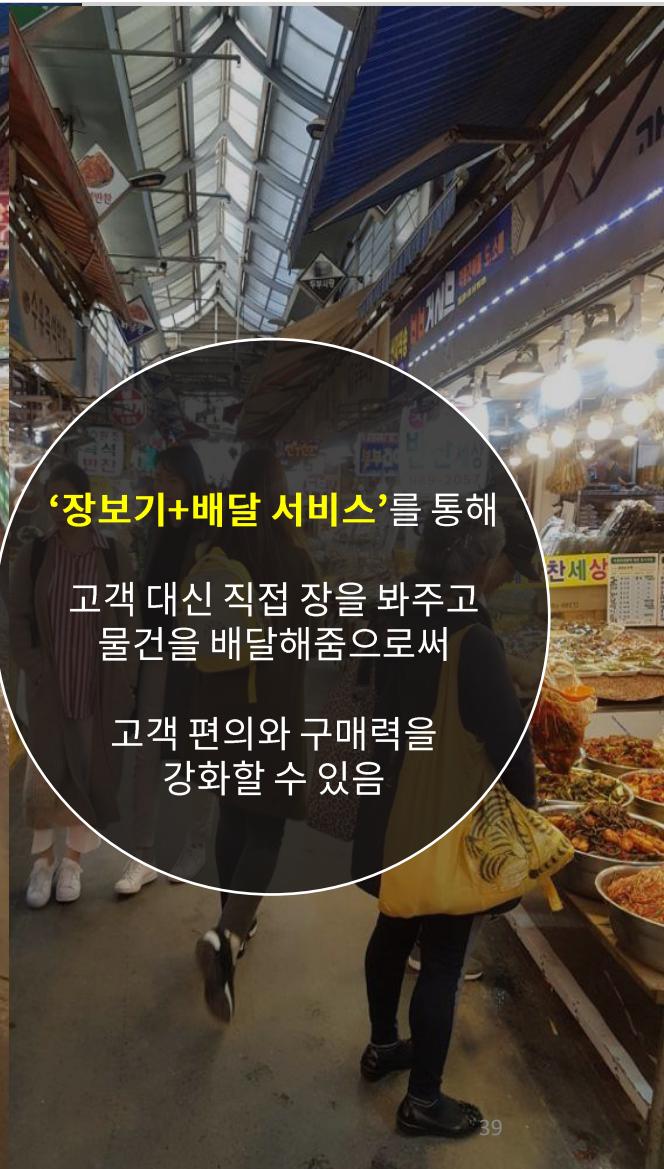
점점 노화가 지속됨에 따라
거동 및 이동에 불편함을 느낌

또한, 들고 갈 수 있는 만큼 구
매하게 되는 한계가 존재함



이러한 단골고객의 니즈를
충족시킴으로써

기존 고객의 편의성과 만족도
향상에 목적을 둠



‘장보기+배달 서비스’를 통해

고객 대신 직접 장을 봄
물건을 배달해줌으로써

고객 편의와 구매력을
강화할 수 있음

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

기존 고객 니즈

“옛날엔 많이 갔는데 요즘엔 허리도 아프고 걷는 게 힘들어서 못간 적이 많아”

“물건 사서 들고 다니다 보면 팔도 아프고 힘들어”

“집이 먼 건 아닌데, 짐 들고 가려면 꽤 걸어야 돼”

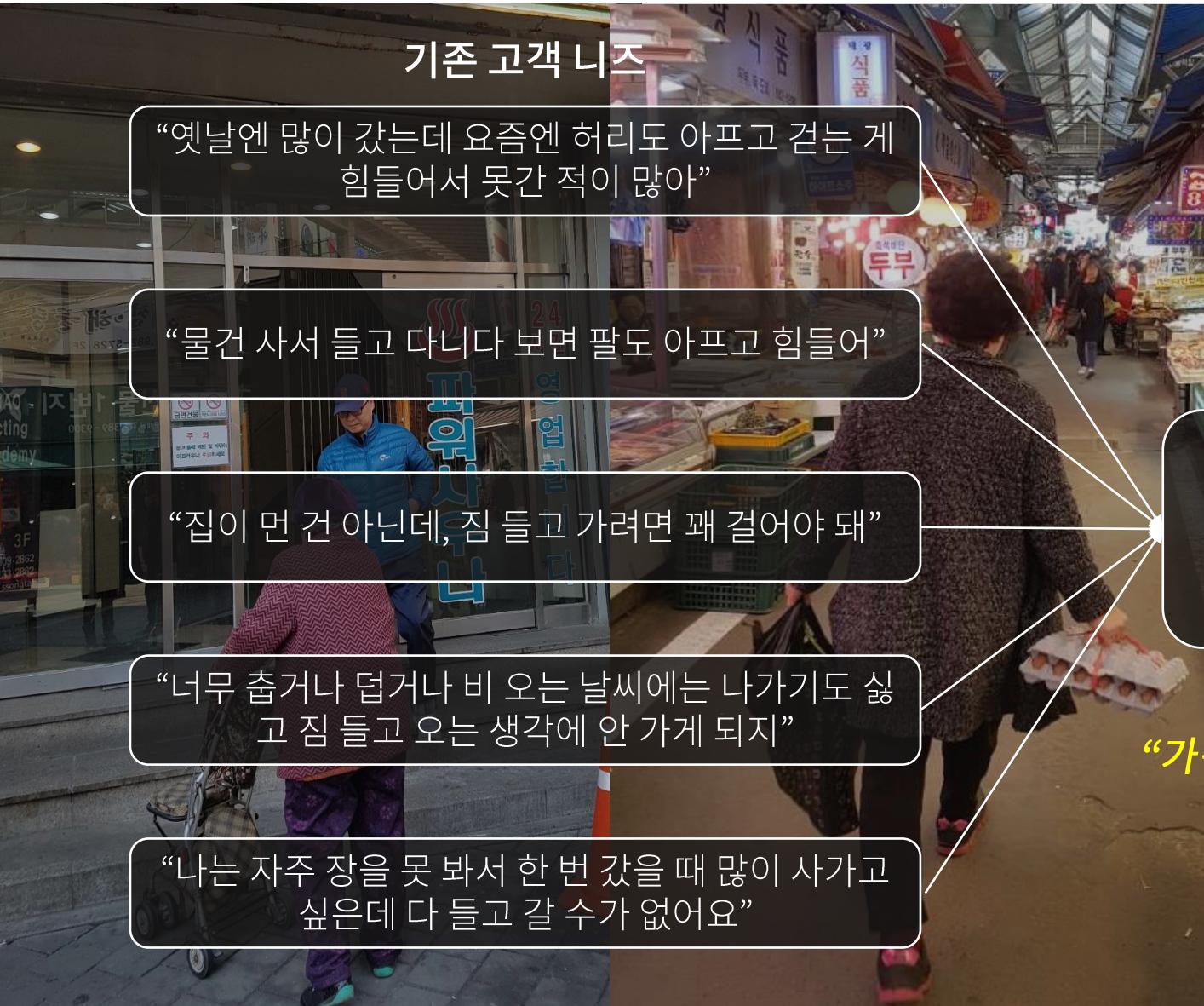
“너무 춥거나 덥거나 비 오는 날씨에는 나가기도 쉽고 짐 들고 오는 생각에 안 가게 되지”

“나는 자주 장을 못 봐서 한 번 갔을 때 많이 사가고 싶은데 다 들고 갈 수가 없어요”

서비스

장보기 + 배달
서비스

“가격도 흥정하고 덤도 받아줘요”



3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<신사시장의 장보기 + 배달 서비스 벤치마킹>



신사시장 배송센터입니다. 닭 한마리 작은거. 감자2개. 양파 1망, 호박 1개, 콩나물이요? 네 알겠습니다. 갖다 드릴께요.



주문 받은 물품 구매해 가정으로 배달 - 장보기 도우미



전옥란/ 지역주민

전에는 채소 사러 다니면 경제적으로 어렵고 허리가 아파서 걸을 걷기가 불편해요. 그런데 주문하면 오니까…고맙기도 하고 미안하기도 한데 편해요.



임영업/ 신사시장 상인회장

신체가 건강하지 못해서 내 몸을 마음대로 움직이지 못하는 분들 혼자 사는 분들이 전화 한 통화로 편하게 해준다는 게 작은 것 같지만은 배송보다도 더 큰 역할을 한다고 혼자 사는 분들이 이것을 하고 싶은 것을 생각합니다.

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<부평 전통시장 벤치마킹>



부평깡통시장 상인회장 김명수

인천시로부터 사업비 2천 6백만 원을 지원받아 사업을 시작함

지원대상:
배송인프라가 구축되어있거나 구축예정인 시장

상인회에서 배달차량을 마련함

두 명을 고용해 콜센터 직원과 배달 기사를 활용함

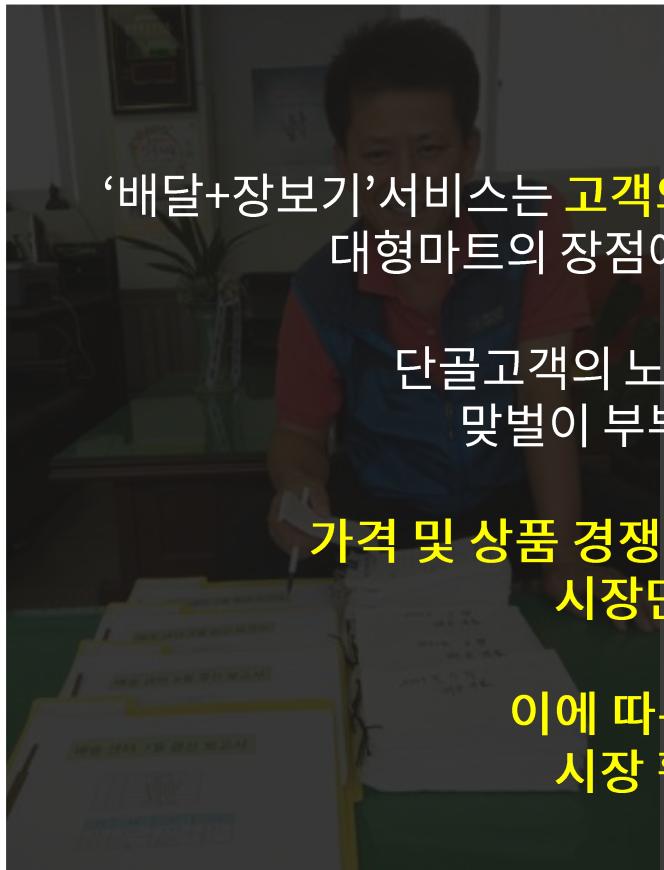
고객의 큰 호응과 매출이 늘어나면서 사업비를 소진한 후에는
상인들이 배달비용 전액을 부담

월평균 700여건

큰 호응으로 주문이 밀리는 상황까지

배송 거리에 따라 가격을 책정 (예: 1.75km 1천원)

기대효과



인천시로부터 사업비 2천 6백만 원을 지원받아 사업을 시작함

‘배달+장보기’서비스는 **고객의 핵심적인 불편사항을 해소해주는** 서비스로써
대형마트의 장점에 대응하는 서비스 역할을 할 수 있음
상인회에서 배달 차량을 마련함

단골고객의 노령화에 대응할 수 있을 뿐 아니라,
맞벌이 부부에게도 적용 가능한 서비스로
두 명을 고용해 콜센터 직원과 배달 기사를 활용함

가격 및 상품 경쟁력과 편의 서비스를 동시에 제공하는
시장만의 경쟁력이 될 수 있음

고객의 큰 호응과 매출이 늘어나면서 사업비를 소진한 후에는
이에 따른 고객의 편의와 만족도는
시장 활성화로 이어질 수 있음
월평균 100여건의 비용 전액을 부담

큰 호응으로 주문이 밀리는 상황까지

배송 거리에 따라 가격을 책정 (예: 1.75km 1천원)

부평깡시장 상인회장 김명수



수유마을시장 메뉴



2

대표 먹거리



순대국

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



족발

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



홍어무침

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



한식

웰빙보리밥

김치찌개

곱창구이

상인을 위한 시장의 新사업

10.00

모둠 조밥

10.00

모둠 조밥

10.00

배달 메뉴판 개발

10.00

10.00

10.00



회



음료

과일 주스

10.00

물

10.00

막걸리

10.00



야식/간식

닭강정

10.00

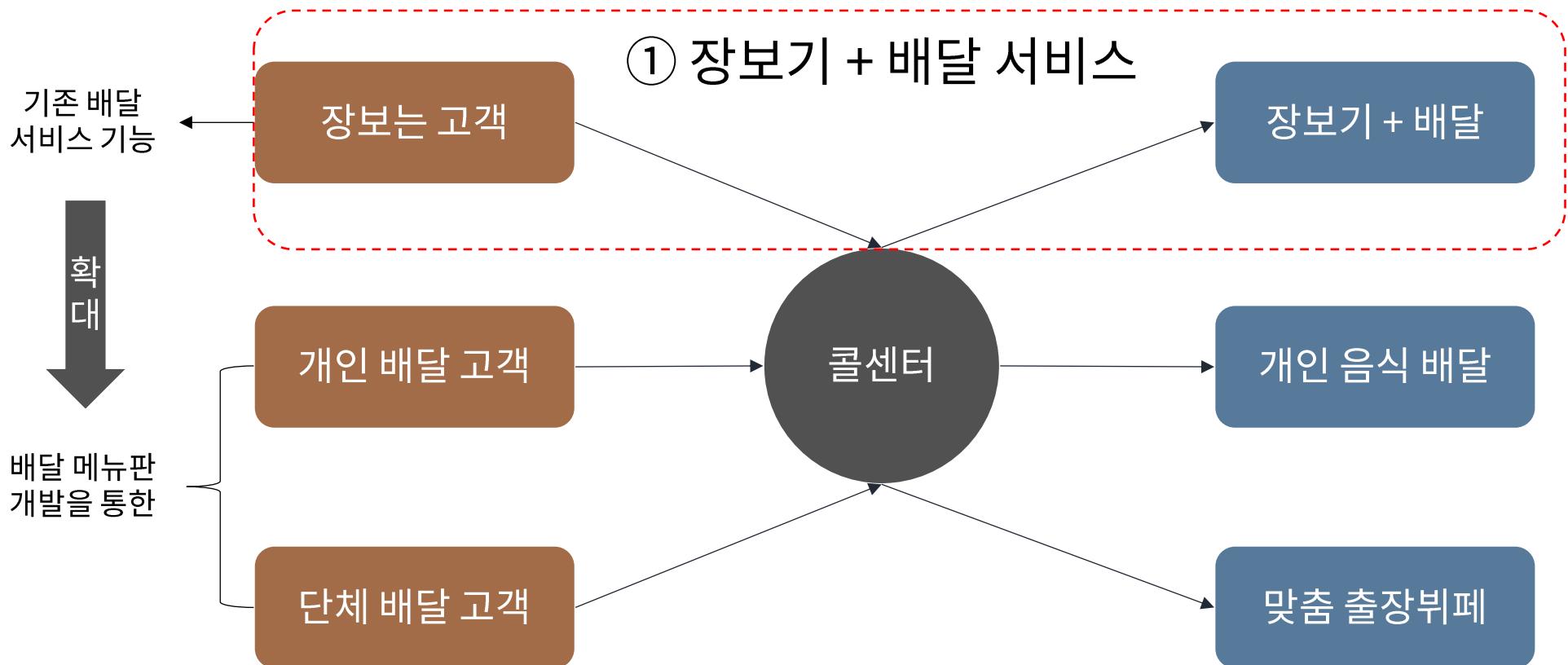
족발

10.00

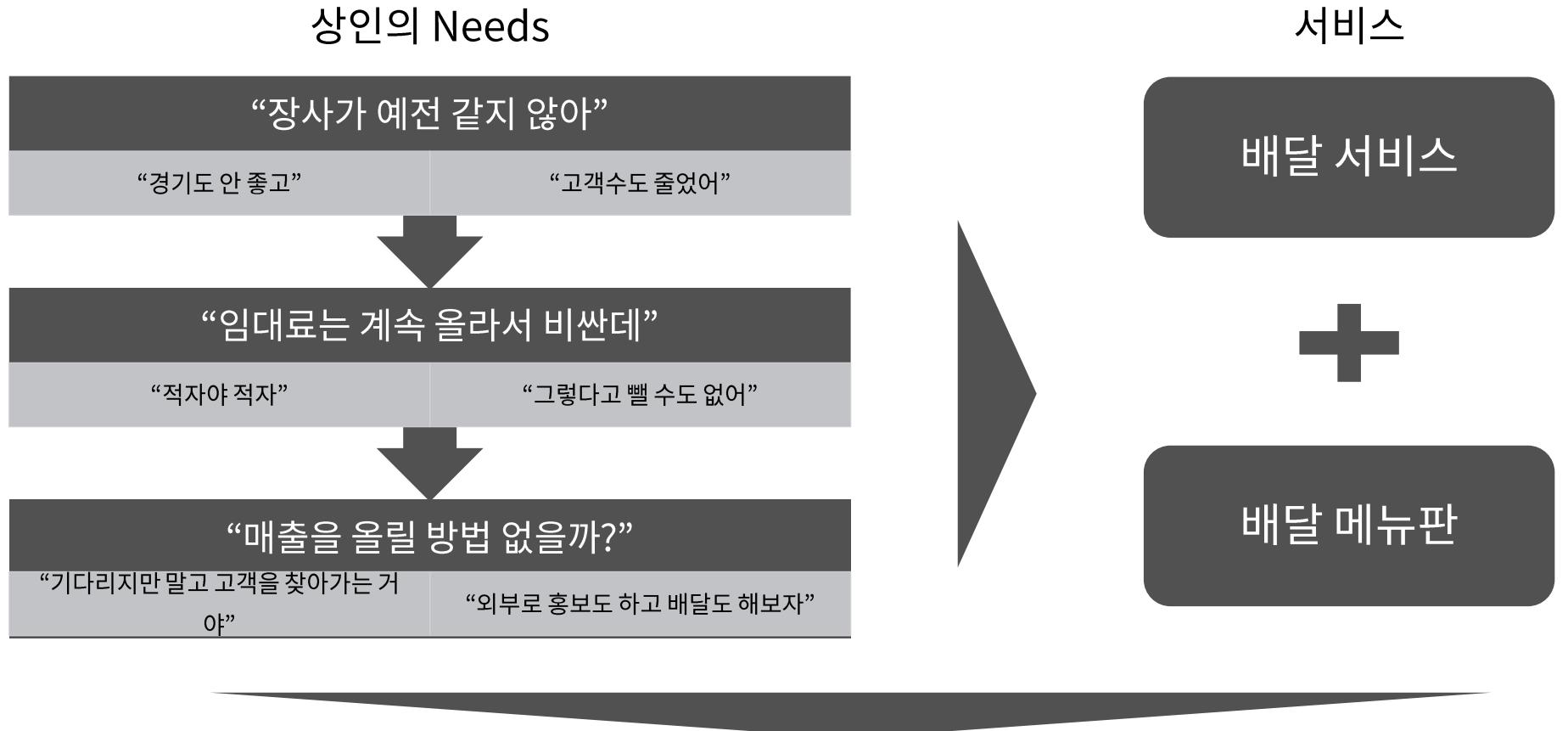
오뎅 핫바

10.00

다양한 배달 서비스 활용 방안



3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)



고객을 한 장소에서 기다리는 수동적인 형태를 벗어나 위해 새로운 비즈니스 모델을 수립함

배달의 효율성을 높이기 위해 고객이 한 눈에 쉽게 볼 수 있는 시장의 메뉴판을 개발하고 catering service를 구축함

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달 메뉴판 예시>

Monday, January 1, 2014

수유마을시장 메뉴

대표 먹거리

순대국
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

족발
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

홀어무침
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

한식

웰빙보리밥	10.00
김치찌개	10.00
곱창구이	10.00

회

모둠 초밥	10.00
광어회	10.00
매운탕	10.00

음료

과일 주스	10.00
물	10.00
막걸리	10.00

야식/간식

닭강정	10.00
족발	10.00
오뎅 핫바	10.00

www.restaurantname.com

SET MENU

	HOT	ICE
김밥 + 젓갈	5.0	
김치찌개 + 공기밥	5.0	
콩나물국밥 + 공기밥	5.0	

한식

	HOT	ICE
순대국	5.0	
웰빙보리밥	5.0	
김치찌개	5.0	
콩나물국밥	5.0	
곱창구이	5.0	
김밥	5.0	

간식/야식

	HOT	ICE
떡볶이	5.0	
순대	5.0	
꽈배기	5.0	
족발	5.0	
오뎅 핫바	5.0	
닭강정	5.0	

반찬

	HOT	ICE
김치	5.0	
시금치 나물	5.0	
전	5.0	
오징어젓	5.0	
명란젓	5.0	

SET MENU

	HOT	ICE
김밥+떡볶이+순대	5.0	
족발 + 닭강정	5.0	

과일 / 야채

	HOT	ICE
수박/수박쥬스	5.0	
딸기/딸기쥬스	5.0	
모둠 과일	5.0	
오이, 고추, 마늘	5.0	
양파	5.0	

기타

떡	5.0
참기름	5.0
광어회	5.0
홍어무침	5.0
밤, 대추	5.0
꽃다발	5.0

생활용품

침구	5.0
화장품	5.0
완구	5.0
음료	5.0
복숭아	5.0
레몬	5.0

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달 메뉴판 예시>

그림을 포함한
메뉴판

烤智利鮭魚
めろ焼き
Fried Patagonian
toothfish

각 메뉴마다
영어/중국어를
추가하여 외국인도
쉽게 주문할 수
있도록 지원



☎ 주문배달: 02-000-0000

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<망원시장 '걱정마요 김대리' 서비스 벤치마킹>



사내행사 맞춤형 서비스
<걱정마요 김대리>

다과회, 회식, 야유회 등 사내행사 준비 번거로우셨죠?
망원시장과의 천화 한 통하면 사내행사 준비가 훨씬 편해집니다
단순 배송 서비스가 아닌 행사에 따른 맞춤형 서비스로
부담없는 사내행사 준비를 도와드립니다

주문에서

화기예에 다과회	활력충전 워크샵	일타이파 사회공헌물품
분식 : 빙수이, 김밥, 고로케 등 베일음식 : 달걀정, 족발, 전 등 과일 : 수박, 방울토마토, 팔기 등	비베큐 : 고기, 새우, 조개 등 야외행사용품일체	별: 김정용품일체, 선물레드 등

배송료
5만원 이상 무료

결제수단
현금, 카드, 온누리상품권

주문가능시간
월요일~금요일
10 AM-6 PM
(3시간 미내 배송)

전화번호
02-335-3591

망원시장 서울특별시 마포구 토은로8길 14
<http://blog.naver.com/mangwon30>

서비스 개요:

국민연금공단 서울북부지부의 복지사업부에 시장 상인회가 배달서비스를 권유하여 이용하게 되었음. 이후 배달의 편리함을 느끼면서 기업전용 특화서비스 특화 작업이 진행됨

서비스 설명:

월례, 야유회, 회의 등 다양한 행사 및 회의에 필요한 다과준비를 맞춤형으로 제공하는 서비스

서비스 차별성:

일반고객들의 장보기 서비스 뿐 아니라, 기업 직원들이 편리하게 이용할 수 있도록 잘라주고, 씻어주고, 나눠 담아주는 맞춤형 서비스임. 또한, 전통시장의 대표 먹거리 및 다양한 음식을 고를 수 있음

성과:

홍대 축제에서 3일간 2천 6백만 원의 매출을 올렸고 52개 학과의 축제물품을 공급하였음.

앞으로의 계획:

이 서비스에 대해 기업 홍보를 진행하고 다른 시장의 적용사례를 통해 전국화 시킬 계획임

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<망원시장 ‘걱정마요 김대리’ 서비스 벤치마킹>

기대효과

서비스 개요:
국민연금공단 서울북부지부의 복지사업부에 시장 상인회가 배달서
상인은 새로운 비즈니스 모델을 통해 있음. 이후 배달의 편리함을 느끼면서
기업전용 특화서비스 특화 작업이 진행됨

시장에 오는 손님 뿐 아니라 외부 개인/단체 고객에게 판매할 수 있는 채널을 확보하게 됨

이를 통해, 매출 증가 효과를 기대해 볼 수 있음

설명: 절레, 아유뮤, 회의 등 다양한 행사 및 회의에 필요한 다과준비를 맞
춤형으로 제공하는 서비스

사내행사 맞춤형 서비스
<걱정마요 김대리>

다과회, 회식, 야유회 등 시장
망원시장과의 협회면 사내행사
단순 배송 서비스가 아닌 행사에 따른 맞춤형 서비스로
부담없는 사내행사 준비를 도와드립니다

주문에서
화기예에 다과회
활력충전 워크샵
얼타이피 사회공헌활동

본식: 막국수, 김밥, 고로케 등
배달음식: 달걀정, 족발, 전 등
과일: 수박, 방울토마토, 딸기 등

비데류: 고기, 새우, 조개 등
야외행사용품일체

배달 메뉴판을 개발하여
일반고객들의 장보기 서비스 뿐 아니라, 기업 직원들이 편리하게 이
서비스를 보다 편리하게 제공할 수 있음
주는 맞춤형 서비스
임. 또한, 전통시장의 대표 먹거리 및 다양한 음식을 고를 수 있음

시장 음식을 외부에 적극적으로 홍보할 수 있는 방안이자,
홍대 축제에서 3일간 2천 6백만 원의 매출을 올렸고 52개 학과의
‘시장 음식’에 대한 편견을 버리고 ‘품질 신뢰’의 인식을 전달할 수 있음

앞으로의 계획:
이 서비스에 대해 기업 홍보를 진행하고 다른 시장의 적용사례를 통
해 전국화 시킬 계획임

망원시장 서울특별시 마포구 토은로8길 14
<http://blog.naver.com/mangwon30>

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배민 Fresh 벤치마킹>

배민 FRESH 모바일 넘버원 반찬가게

제일 잘 팔리는 베스트 놓치면 후회 이벤트 가장 자신있는 시그니처

밑반찬 국·찌개 메인반찬 아이반찬 반찬세트 신선·가공 간식 브랜드관

전체보기 알뜰반찬 마른반찬 무침·볶음 조림 김치 전·튀김 것갈·장아찌·장 샐러드

전체보기 국 찌개·전골 탕

전체보기 고기반찬 해산물반찬 모던한식 덮밥 양식 일식·중식 분식 죽·스프

전체보기 1~2인세트 3~4인세트 저염·유기농·친환경 프리미엄 알뜰세트

전체보기 고기 과일·채소 수산 가공 이탈리

전체보기 식사빵 간식빵 케이크·디저트 주스 스무디 스프레드 유제품·커피 기타간식

배달의민족이 만든 신선식품 배송서비스

배민프레시

홍대에서 정통 프랑스 빵을 만드는 해프닝 빵과 디저트

인천에서 30대 반찬으로 소문난 선생님의 맛있는 명품 반찬

경북 청송에서 칙한 계란을 활용하는 농경마 빵과 사과유정란

제주도 친환경 육류와 수제요구르트와 치즈

배민프레시는 바쁜 현대인들의 삶은 은택하고 풍요롭게 만들어주는 국내 유일의 종합 서비스로 힐선 커머스입니다.
유명 베이커리의 빵, 소문난 손맛의 반찬, 프리미엄 도시락, 연회비 없이 즐기는 코스토코 대형 등 다른 곳에서는 쉽게 만날 수 없는 오프라인 회계의 상품을 양선하여 경기배송해드립니다!

참고: http://www.naeil.com/news_view/?id_art=200940
<http://weekly.donga.com/BestClick/3/all/11/536952/1>

51

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달의 민족 프레시-수유마을시장 협업방안>

밥과 함께

언제 먹어도 든든한 반찬



[집밥의완성] 한식잡채 400g

데우기만 하면 완성되는 엄마표 잡채

6,800 **4,080원**

이벤트특가



[마더앤찬] 닭가슴살 월남쌈 2…

닭가슴살과 각종 채소를 라이스페이퍼…

5,500 **5,220원**

이벤트특가



[한옥집]김치제육볶음 2인분

한옥집만의 특제소스로 완성!

8,200 **7,380원**

이벤트특가 **베스트**



[집밥의완성] 나물비빔밥(재료…

계란 넣고 쑥쑥쑥쑥 맛있게 비빔밥 한…

3,900 **3,120원**

이벤트특가 **베스트**

반찬 전체보기 >

배민프레시는

과일, 채소, 수산, 가공식품 등 다양한 식 재료 및 식품을 가정이나 회사에 배달하는 업체임
동네 가게를 온라인으로 옮겨 놓은 형태로 **수유마을시장 점포 홍보 및 온라인 구축 사업과 연계**할 수 있음.

배민프레시의 플랫폼, 고객, 배송 인력을 활용하여 비용 절감과 서비스 질을 향상시킬 수 있음

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달의 민족 프레시-수유마을시장 협업방안>

기대효과

밥과 함께
언제 먹어도 든든한 반찬



수유마을시장이 구축하고자 하는 배달서비스를 제공하고 있는 대표 업체와의 협업을 통해,
자체 인력, 차량, 유류비 등의 **비용 부담을 줄일 수 있음**

[집밥의완성] 한식잡채 400g
데우기만 하면 완성되는 엄선된 재료로
6.800 4,080원

[마더앤채 닭가슴살 율남쌈 2인분
5.500 5,220원

[하우집]김치제육볶음 2인분
8.200 7,380원

[집밥의완성] 나물비빔밥(재료..
5.900 3,120원

깔끔하게 포장된 배민프레시의 배송 방법을 통해
품질 신뢰를 구축할 수 있으며 온라인 사업 채널도 확보할 수 있음

[반찬 전체보기 >](#)

배민프레시는
과일, 채소, 수산, 가공식품 등 다양한 식 재료 및 식품을 가정이나 회사에 배달하는 업체임
동네 반찬가게를 온라인으로 옮겨 놓은 형태로 수유마을시장 점포 홍보 및 온라인 구축 사업과 연계할 수 있음.

배민프레시의 플랫폼, 고객, 배송 인력을 활용하여 비용 절감과 서비스 질을 향상시킬 수 있음

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

추진 방안

배달 메뉴판 개발

배달 메뉴판에 들어갈 카테고리를 정한다 (한식, 간식, 반찬 등)



배달 서비스를 희망하는 점포를 확인한다



희망하는 점포를 메뉴판 카테고리(한식, 야식 등) 안에 분류한다



메뉴판 기획과 디자인을 진행한다



완성된 배달 메뉴판을 출력한다



현수막, SNS, 배달 메뉴판 무료 증정을 통해 서비스를 홍보한다

배민프레시 협업

배달 메뉴판에 들어갈 카테고리를 정한다 (한식, 간식, 반찬 등)



배달 서비스를 희망하는 점포를 확인한다



배민프레시에 제휴 문의를 신청한다



배민프레시와의 협업 가능성, 수수료 등을 논의한다



협업 시, 배민프레시의 카테고리 별로 수유마을시장 점포를 분류한다



수유마을시장의 대표 먹거리

#수유시장을 개발하라!



3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



수유마을시장은
3개의 시장으로 나뉘어져 있음

그러나,
전체 시장을 아우르는
시장 아이덴티티가 부족함



대표 먹거리를 개발함으로써
통합적인 이미지와
아이덴티티를
형성하는 것에 목적을 둠



이만하면 있어야 하지 않겠어?

#수유시장

해쉬태그 달만한
그 무언가 정도는?



“수유시장은 뭐가 유명해?”

“대표 먹거리가 뭐지?”

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

NAVER 광장시장

통합검색 블로그 이미지 지도 □ 어학사전 □ 지식백과 뉴스 동영상 더보기 ▾ 검색

연관검색어 ? 광장시장 구제상가 광장시장 가는길 광장시장 육회 박나래 구제시장
광장시장 일요일 광장시장 맛집 광장시장 마악김밥 통인시장 더보기 ▾

포스트

서울 광장시장 먹거리 TOP7 2017.02.11. #육회#육회#마악김밥#광장시장에서 찾던 먹거리!... #육회탕탕이서울 광장시장 인기 있는 먹거리!... 소개된 유명한 서울 광장시장 먹거리 장체김밥!

 IN 서울맛집투어 | 오늘의 베스트 맛집
♥ 606명이 추천했습니다. | □ 120 SmartEditor (30)

광장시장, 가ぶり니? 맛방의 설치였어! 2015.09.24. 광장시장~!요즘 맛방의 경시도 불리며 짓한곳이죠발 늦게 먹방 꽉으려 이곳에 도착!요즘 시장 막가지가 디 알아올ㅋㅋ첫개는 너잇!...
 디너와이어왕 | 여월이의 맛방 디어리
♥ 334명이 추천했습니다. | □ 68

블로그

광장시장 육회 종로 유가네 최고의 맛집! 3일 전 | 
광장시장 육회 송도 유가네 최고의 맛집! 내학 친구들과 오랫만의 재회! 저는... 친구 한명이 종로 유가네가 광장시장 육회 맛집이라는 이야기를 해줘서 그쪽으로 가기로... 쿠판코리아 | blog.naver.com/shop... | 블로그 내 걸색 | □ 악도 *

광장시장 빈대떡 맛있는 종로 유가네 3일 전 | 
광장시장 빈대떡 맛있는 종로 유가네 2월14일 저는 남자친구를 위해 초콜렛을... 먼저 배를 채우기위해~ 광장시장 빈대떡을 먹으려 종로 유가네를 먼저 갔는데요... 몰드의 블리날리 | blog.naver.com/montb... | 블로그 내 걸색 | □ 악도 *

【서울 가볼만한곳】동묘, 광장시장 2017.03.16. | 
【서울 가볼만한곳】동묘, 광장시장 서울에 살면서도 놓묘는 알지 못했다. 그냥... 놓묘를 구경하고 맛의 왕창인 광장시장을 들렸다. 한번 보시라. 놓묘역이 있다. 전철을... 바다보며한잔... 끄읕? | blog.naver.com/su... | □ 악도 * SmartEditor (30)

종로 육회】미술학개미드 빙구로만 광장시장 <부촌육회> 2017.04.04. | 
종로 육회 미술학개미드 빙구로만 광장시장 부촌육회와 연동하세요, 숨나에요... 빙구로만 광장시장 부촌육회 출발합니다, 부릉부릉!!! ▼ 일요일이라도 저녁 7시가... 쟁글벌랄 팽구씨의 행복한... | blog.naver.com/78ste... | 블로그 내 걸색 | □ 악도 *

광장시장 육회 진짜 맛있는곳은 여기야 2017.03.28. | 
어느 시장의 명성을 되어버린 광장시장 육회 끝까지 단미에도 자주 소개되는 곳인지라 저도 갈때마다 마악김밥집과 여기는 꼭 알아두게 되죠 광장시장 육회 꼼꼼에... 블루워터의 꿀 | blog.naver.com/bluewater_33?Redirect=1... SmartEditor (30)

← 광장시장 X

인기 검색 경고 장소

자주 찾는 장소

#광장시장
전체 공개 게시물 212,238개

gmvt 광장시장
광장시장 광장 구경하기

광장시장
종로구 종로5가 138-10

#광장시장구역
전체 공개 게시물 315개

← 광장시장 맛집 X

인기 검색 경고 장소

자주 찾는 장소

#광장시장 맛집
전체 공개 게시물 5,136개

#광장시장 맛집 투어
전체 공개 게시물 41개

#광장시장 맛집 메뉴
전체 공개 게시물 5개

#광장시장 맛집 텁텁방
전체 공개 게시물 4개



A collage of 15 images showcasing Korean cuisine and culture. The images include: 1. A bowl of rice with a side dish. 2. A bowl of soup with a garnish. 3. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 4. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 5. A large bowl of soup with a garnish. 6. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 7. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 8. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 9. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 10. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 11. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 12. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 13. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 14. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 15. A plate of raw fish (sashimi) with a lime wedge. 16. A group of people standing in a market. 17. A group of people standing in a market. 18. A group of people standing in a market. 19. A group of people standing in a market. 20. A group of people standing in a market.

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

NAVER

통합검색 블로그 이미지 지도 전문정보 어학사전 뉴스 사이트 더보기

연관검색어 수유시장 쌀국수 수유 호치민 쌀국수 수유시장 맛집 수유시장의 재발견 수유시장 꼬마김밥 수유시장 할국수 수유재래시장 미아시장

블로그

2016/감북구 수유동/호치민 쌀국수 (수유시장 내) 2017.03.20. 

몇 년 전에 수유시장 3분 거리의 집에 살았다. 다세대 주택의 높은 1층이었는데 윗층 주인집의 시도 때도 없는 웃소리만 아니었으면 계속 살고 싶었던 정도로 애정이... 맛있어서 행복해 blog.naver.com/ev... |  악도 

수유시장입구 네일마트 헤라:짧은손톱 봄네일 GO! 6일 전 

저번에 갔던 수유시장입구 헤라에 네일마트랑 피부관리 받으러간 후기를 또 올려본다 이곳 맘에 들어봐 버스타고 한방이라는 장점도 한몫한다 젤네일 한번하면 그냥... some 밟아라 joara127.blog.me/... |  악도 

수유시장 순대국 단골집에 다녀왔어요. 2017.01.26. 

얼마전 수유시장 순대국 단골집에 다녀왔어요. 수유시장에서 먹거리도 사고, 이것저것 고르다가 배가 고파서 자주 먹으려 가던 순대국 집으로 향했지요. 수유시장... 별풀미의 이야기 blog.naver.com/cds19... | 블로그 내 걸색 |  악도 *

북한산 등산가는날 수유시장 '대민족' 맛있는 족발 먹는날 2016.11.25. 

북한산 등산가는 날 뒤풀이로 찾아가는 맛집 수유시장 맛있는 족발 대민족 아름다운 북한산은 어느 코스를 가도 좋은 명산입니다. 북한산 산행으로 가장 많이 찾는...  공식 북적북적 시장이야기 blog.naver.com/ma... |  악도 

블로그 더보기 >

← 수유시장 ×

인기 검색 경과 차량 태그 장소

#수유시장 전체 공개 게시물 2,042개

 **dävich_suyumärket** 수유시장다보치

 **ssome_nail** 수유네일/민족역네일/수유시장네일

 **수유시장** 서울 강북구 도봉로 268, Seoul-Jikhalsi

#수유시장포차 전체 공개 게시물 2개

#수유시장카페 전체 공개 게시물 3개

#수유시장명물 전체 공개 게시물 2개

#수유시장네일 전체 공개 게시물 280개

#수유시장맛집 전체 공개 게시물 100개

#수유시장네일샵 전체 공개 게시물 145개

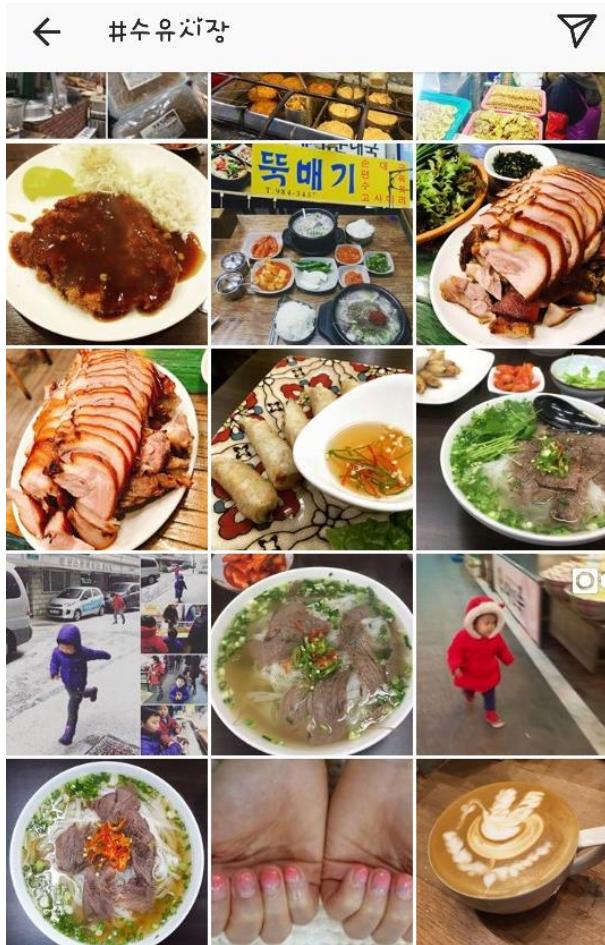
#수유시장속눈썹 전체 공개 게시물 18개

#수유시장호치민쌀국수 전체 공개 게시물 3개

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



네일
호치민 쌀국수
마카롱 디저트

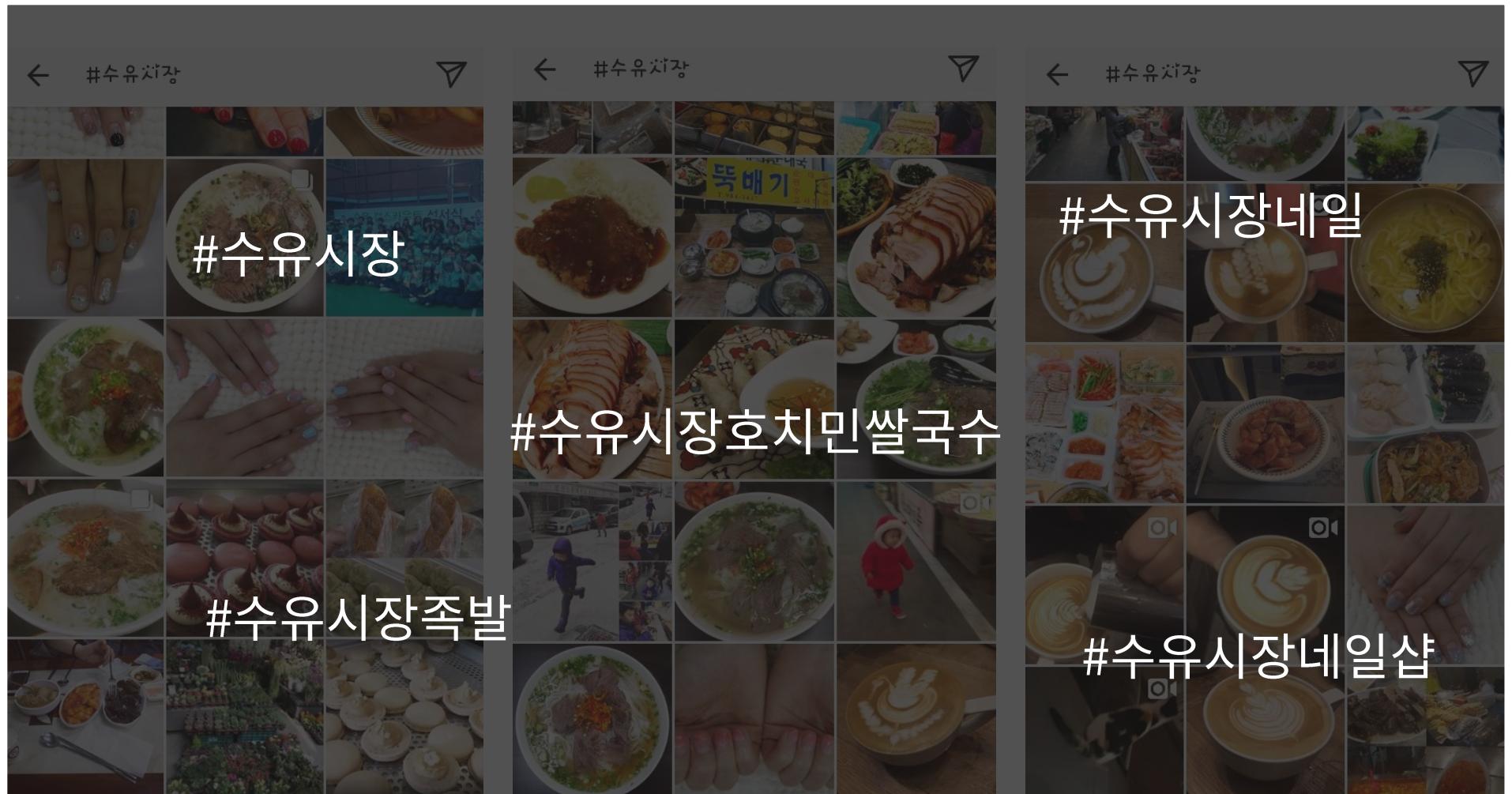


족발



커피 파일럿 카페

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



추진 방안

수유마을시장 대표 먹거리 개발

수유마을시장 내 현재의 먹거리를 리스트업 한다



상인과 고객을 대상으로 베스트 먹거리 조사를 한다(온라인/오프라인)



3~5의 대표 먹거리를 선정한다



선정된 먹거리에 대해 소포장 및 “찍고 싶은 먹거리” 모양으로 개발한다



상인회는 선정된 대표음식을 외부에 적극적으로 홍보한다

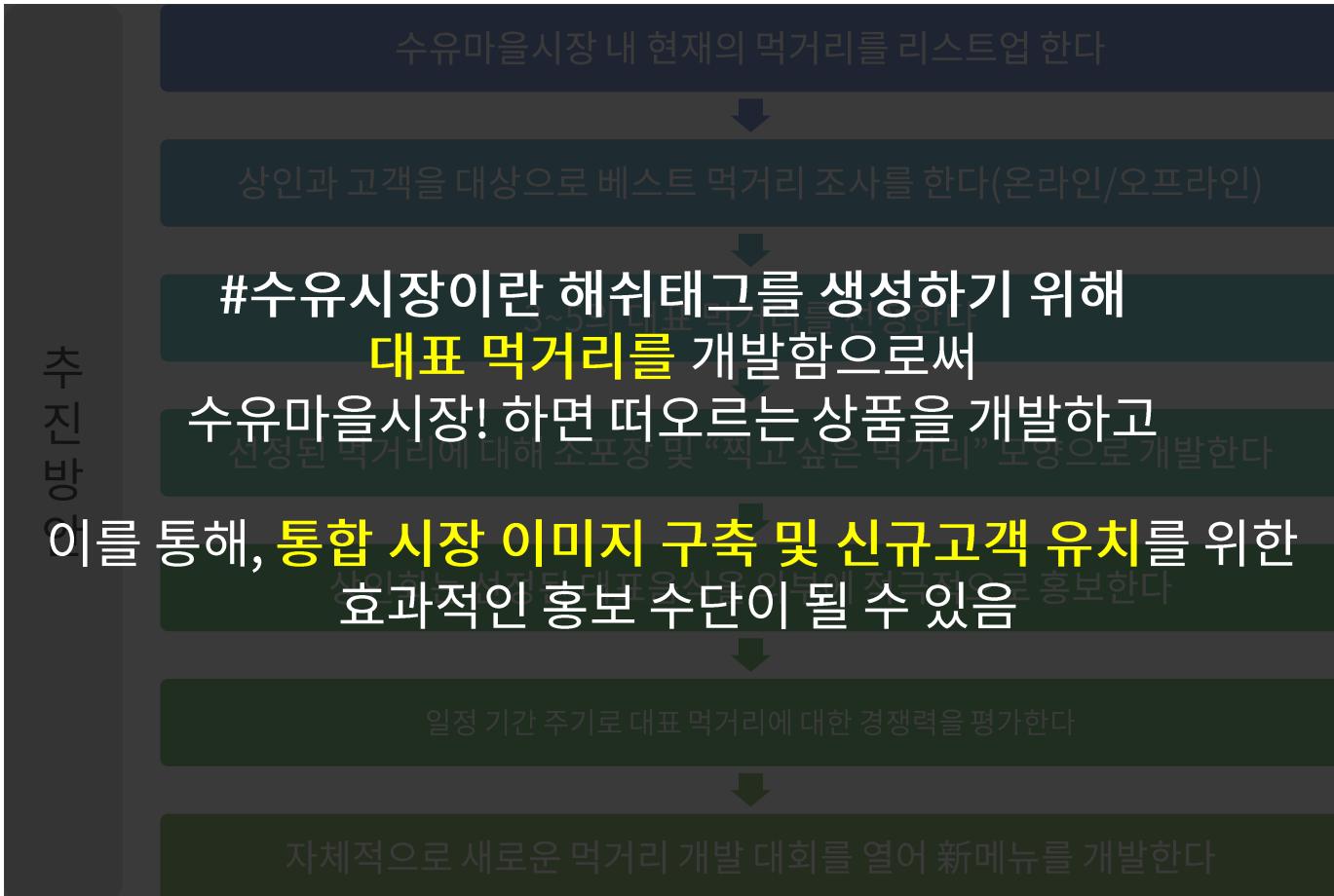


일정 기간 주기로 대표 먹거리에 대한 경쟁력을 평가한다



자체적으로 새로운 먹거리 개발 대회를 열어 新메뉴를 개발한다

기대효과



추진방법

2017

수유시장 다시찾기

경풍폭탄 장터 큰잔치

행사기간 : 2017년 2월 6일(월)~2월 12일(일) 7일간

잔치1

행사당일 5만원이상 영수증(합산가능)을 제출하시면

선착순 2,500분께 온누리상품권 5천원을 증정

단, 1인 1일상품권1매, 5만원이상구매시에도 상품권1매증정, 증정장소 : 1층 원점점

잔치2

경품대잔치 - 250분께 온누리상품권 2만원 증정

추첨일자	항목	추첨장소	추첨내용	경 품
2월7일(화)오후5시		수유시장 1층 안내데스크	50명추첨	
2월9일(목)오후5시		골목삼거리	100명추첨	온누리상품권 2만원 증정
2월10일(토)오후5시		수유시장1층 안내데스크	100명추첨	

※ 일부 물량은 현장에 계신 분을 추첨 하여 드립니다.

삼성전자

한번더 경품대잔치

1등 43인치 TV	1명
2등 김치냉장고	1명
3등 쿠쿠밥솥	1명
4등 신일믹서	2명
5등 키친커피포트	3명
6등 찬쌀 5Kg	100명



시장 행사에

수유마을시장의 문화를 녹여내라! 큰잔치

(19일(목) ~ 23일(월) 5일간)

경품대잔치

51분께 2만원의 상품권을 드립니다.

투호던지기 투발성공

선착순 100명 온누리상품권 5,000원증정

생활용품 만들기

메모판, 미니간판, 스트링파우치, 나만의 사진액자 (선착순 참가자무료증정)

가래떡나누기

가래떡 10珉 썰기후 무료증정 (내방객 무료제공)



잔치3 대보름 전통놀이, 나만의 액자 만들기 - 선착순 100분께 무료참여 증정

전통연만들기, 전통탈만들기, 소원촛대만들기 7일(화), 8일(수), 9일(목) 오후 1~5시

나만의 액자만들기 11일(토) 오후 1~5시 *제료소진시 조기에 마감할 수 있습니다.

잔치4 대보름 먹거리행사 - 선착순 300분께 무료참여 증정

가래떡굽기, 전통호박엿썰기, 부림깨기 7일(화), 9일(목), 11일(토) 오후 1시부터 무료체험 시식

잔치5 대보름 달빛소원문쓰기 - 우수소원문 사진 선정 50분께 온누리상품권 2만원증정

대형 달집에 한글의 소망을 적어서 붙이고, 달집과 사진을 찍어서 카카오톡 친구(수유시장)에

사진을 올리시면 우수소망과 사진을 선정하여 50분께 온누리상품권 2만원증정

결과발표는 14일(화) 개별통보합니다.

잔치6 대보름 오곡밥 500인분 나누기 - 내방객께 무료증정

우리는 한 음식 오곡밥과 삼색나물을 나누어 먹여요!!!

수유시장 1층, 골목사거리에서 10일(금) 오후 1시부터 무료로 나누어 드립니다.

잔치7 대보름 투호던지기 - 두발성공 150분께 온누리상품권 5천원 증정

6일(월)은 오후2시30분 8일(수), 11일(토) 오후 2시에 골목삼거리에서 투호던지기실서

잔치8 대보름 공연 - 풍물패, 서울시 거리예술단 5팀

대보름 풍물패공연 6일(월) 오후 1시부터, 거리예술단 6일(월) 7일(화) 8일(수) 9일(목) 10일(금) 공연 오후 2시

4



3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

연번	구별	시장명	주요행사	연번	구별	시장명	주요행사	연번	구별	시장명	주요행사	
1	종로구	광장시장	제수용품(반, 대추, 호두, 한과 등) 20~30% 할인 만두놀이(떡메치기, 투호연기자, 고리연기자, 제기차기)	17	성동구	금남시장	2만원 이상 구매고객 시장바구니 증정 만두놀이 행사(물놀이, 투호, 제기차기), 노래자랑(1,18)	54	강북구	수유시장	구매고객 경품증정행사(1, 19~23) 풀물페 공연(1,19), 전통역거리 행사(떡메치기, 병튀기, 솜사탕)	
2		창신골목시장	명절 차례상 시연(외국인관광객유치), 맥국용 떡 20% 할인	18		뚝도시장	제수용품 할인: 10~30% 온누리상품권 증정(5만원 이상 고객 1만원권)	55		수유전통시장	구매고객 경품 증정행사(1,19~1,21)	
3		동인시장	경동(복주머니), 시물놀이 공연	19		마장축산물시장	음식제작행사(가래떡, 굽기, 쭈북이 만들기, 떡국 만들기)(1,25)	56		수유재래시장	나만의 마그컵 만들기(선착순 100명) (1,20)	
4		동묘시장	상품구입고객 풀젓 돌리기 행사로 온누리 상품권 지급	20		용답삼가시장	전자바이올린공연(1,20), 전통놀이체험, 주부팔씨름선발대회, 가래떡 볶기 나눔 행사, 살맞이 만ucus대안전 측식 노래자랑	57		강북복부시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 건어물, 생선) 10~30% 람기자 전원 경품증정: 주부 팔씨름 대회(1,23), 제기차기 행사(1,24)	
5		세종마을음식문화거리	작과류물품(명절선물세트, 과일, 굽비, 농축산물) : 10~40% 할인 상인회 블루이웃돕기 행사, 노래자랑 및 창기자랑	21		한양대앞상경마	다트게임행사(방문객 10% 할인증정제사 참여(1,23~1,25)	58		강북종합전통시장	설맞이 특별 할인행사(설꽃포함) 10~40% 아이와 함께 장보는 모습 그리기 행사(수상상 사상)	
6		제수용품 할인(10~25%)	왕십리도선동상경마	22		행당시장	노래자랑 및 장기자랑(1,22)	59		방학동도깨비시장	제수용품 할인행사(1,23) 참여자 사은품 증정, 노래자랑(1,24)	
7		서울남대문시장	공연 이벤트(각설이, 피아로, 보부상 순회공연)	23		중국계계시장	제수용품 할인행사 10~30% 전통 2층 1층 3층 4층 5층(방문 상점 앞 사진 찍고 시장밴드에 올리기)	60		도봉구	제기차기행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,17), 고객 참여행사(만두 예쁘게 빙기 등)	
8		남평화시장	사랑에 어려워 나눔 행사(푸드럭, 운명, 커피, 어묵 등)	24		자양제과시장	제기차기 등 본회행사(1,20)	61		창동골목시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비) 10~30% 2만원 이상 구입고객 선착순 100명 기념, 각설이 공연 등	
9		동평화시장	전 계 거동차 출처 커피 푸드 10~30% 할인	25		영동교시장	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(5만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)	62		노원구	제수용품 할인행사(경복, 과일, 굽비) 10~25% 설맞이 고객 감사 이벤트(공연(1,20) 참여자 경품증정)	
10		서울중앙시장	농수산물 및 취급 5~20% 할인	26		노문산시장	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(5만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)	63		상계중앙시장	제수용품 할인행사(1,20~1,25) 참여고객 경품증정 20~30% 할인행사(1,20~1,25) 참여고객 문화행사(1,18)	
11	중구	승례문수임시장	제수용품(국수, 떡국, 찌개, 주방용품, 도자기류) 30~50% 할인 설맞이 만ucus이제기자기자, 밥씨름, 살신단지기, 두호)	27		광장	제기차기 등 본회행사(1,20)	64	은평구	‘수유’란 이름을 활용하여 행사 제목을 재미있게 각색함	제기차기행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)	
12		신내부시장	제수용품(생, 대추, 버섯, 멸치, 굽비 등 수산물) 10~20% 할인	28		화곡	제기차기 등 본회행사(1,20)	65		연신내상성역	제수용품 할인행사(1,20~1,25) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑, 품바azaar(1,21)	
13		신성종합센터운	제수용품(생, 대추, 멸치, 굽비 등 수산물) 10~20%	29		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	66		신월암시장	제수용품 할인행사(건어물, 과일, 전, 수산물) 20~30% 제기차기 행사(1,21~1,25) 참여고객 경품증정	
14		테크	제수용품(기기류) 10~20%	30		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	67		연변	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	
15		동일상가	할인, 경품, 제기차기, 윷놀이, 노래자랑 등	31		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	68		구로구	‘수유’란 이름을 활용하여 행사 제목을 재미있게 각색함	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
16		용문전통시장	제수용품(10~20%)	32		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	69		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
17		서대문구	또한, 일회성 이벤트로 진행되어 사람들의 인식 속에서 금방 사라짐	33		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	70		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
18		독립문영천시장	제수용품(10~30%)	34		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	71		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
19		연희시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 5~10%	35		화곡	제수용품(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	72		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
20		포방터시장	고객 행운대안전, 문화공연, 행운권추첨(1,20)	36		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 5~10%	73		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
21		왕원동월드컵시장	제수용품 특가세일(10~30%), 과일 선착순 한정판매	37		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	74		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
22		망원시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~20%	38		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	75		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
23		아현시장	가래떡, 절기, 전기기기(1,17) 제기차기 등(1,19)	39		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~30%	76		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
24		경기시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~20%	40		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	77		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
25		마포구	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~30%	41		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	78		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
26		망원시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~20%	42		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	79		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
27		아현시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~30%	43		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	80		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
28		서고시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 생선) 10~20%	44		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	81		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
29		용감동상점가	민족놀이(제기차기, 비석치기 등) 참여고객 온누리상품권 증정	45		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	82		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
30		목3동시장	경포별 10~30% 할인행사	46		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	83		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
31		목4동시장	주민참여행사(투호연기자, 제기차기 등)	47		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	84		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
32		경찰시장	제수용품 할인행사(과일, 젖육, 어묵, 생선) 10~30%	48		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	85		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
33		양천구	제수용품 할인행사(과일, 젖육, 어묵, 생선) 10~35%	49		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	86		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
34		경찰시장	문화행사, 경품추첨행사(한국 온누리상품권 증정)	50		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	87		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
35		신영시장	제수용품 할인행사(과일, 굽비) 10~30%	51		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	88		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
36		신원시장	떡국 떡 나눔 행사(1,20), 노래자랑 및 장기자랑(1,21)	52		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	89		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
37		신월7동 약수시장	전 경포 할인행사 10~15% 노래자랑 및 장기자랑(1,17)	53		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	90		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
38		오목교중앙시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비) 10~20%	54		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	91		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
39		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	55		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	92		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
40		금천구	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비) 10~35%	56		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	93		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
41		금천구	문화행사, 경품추첨행사(한국 온누리상품권 증정)	57		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	94		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
42		금천구	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비) 10~30%	58		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	95		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
43		금천구	떡국 떡 나눔 행사(1,20), 노래자랑 및 장기자랑(1,21)	59		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	96		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
44		금천구	이벤트 소금 머리 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	60		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	97		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
45		금천구	전 경포 할인행사 10~15% 노래자랑 및 장기자랑(1,17)	61		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	98		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
46		금천구	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비) 10~20%	62		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	99		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
47		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	100		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	101		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
48		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	101		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	102		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
49		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	103		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	104		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
50		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	105		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	105		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
51		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	106		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	106		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
52		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	107		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	107		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1,21)
53		금천구	민족놀이 체험행사(윷놀이, 썰기자기 위에 옆고 오래 베기기 등)(1,21)	108		화곡	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 굽비 등) 할인행사 5~10%	108		마포구	예) 시장에 왔수유~ 증정(축산물, 과일, 생선류 등)(1,23~1,26)	제기차기 행사(1,17) 참여고객 경품증정 노래자랑

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

〈대전 태평시장 백원 경매행사 벤치마킹〉



대전시 중구 태평시장에서는 백원 경매행사와 노래자랑을 진행함

100여명의 시민들의 참여를 통해 백만원 수익금을 창출함

수익금은 주민쉼터 조성과 어려운 이웃 백미지원에 사용함

추진방안

#백원에가져가수유

대형마트 휴업하는 주를 공략하여 행사를 기획한다



시장 상인들을 설득하여 행사 경품을 기부 받는다



경매 수익금 활용 계획을 세운다



경매 행사의 중간중간 흐름을 흥겹게 가져가는 노래자랑도 함께 준비한다



경매 및 노래자랑 행사를 진행할 사람을 섭외한다

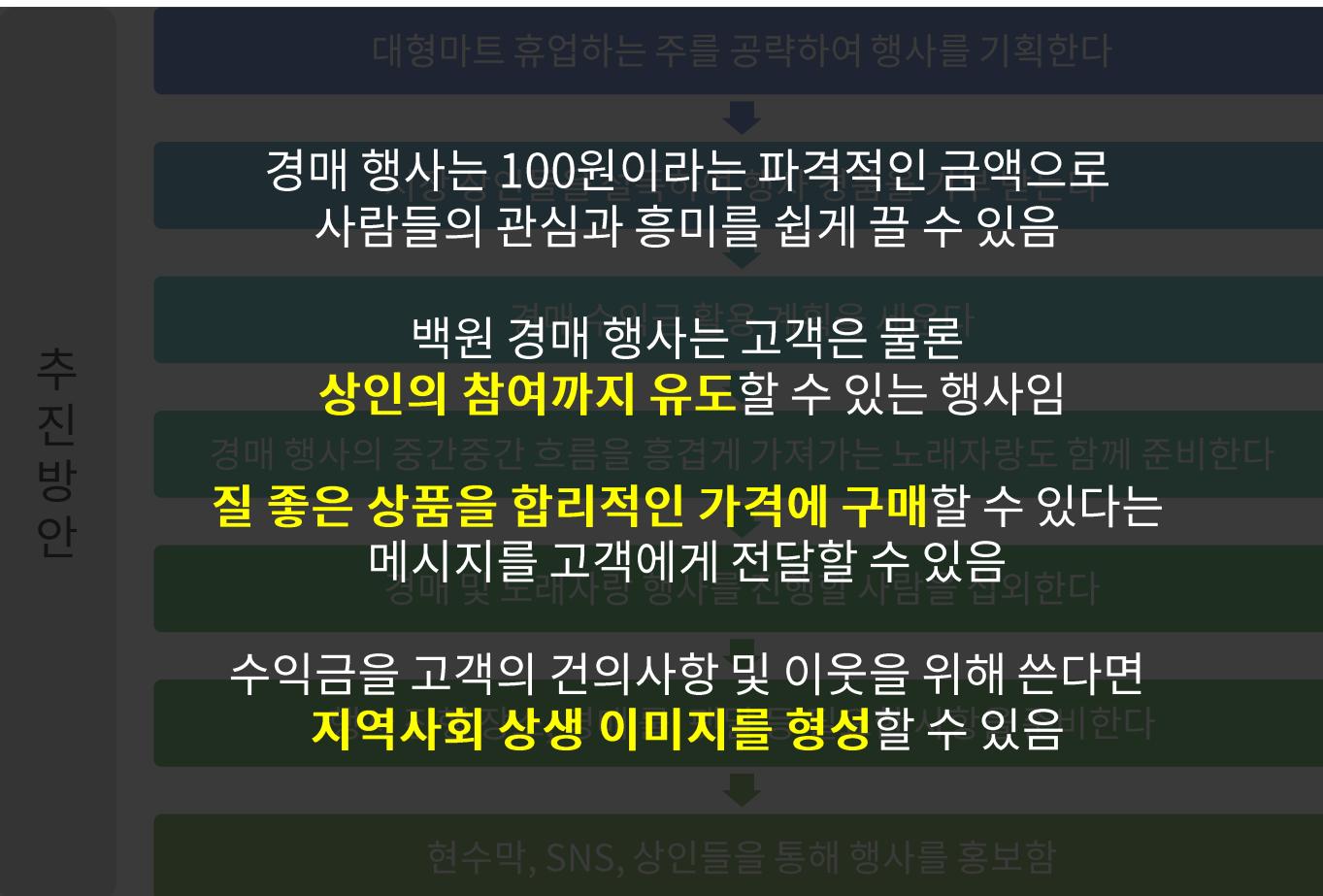


행사 진행 장소, 경매 룰, 팻말 등 필요한 사항을 준비한다



현수막, SNS, 상인들을 통해 행사를 홍보함

기대효과



에잇!(eight)떨이~

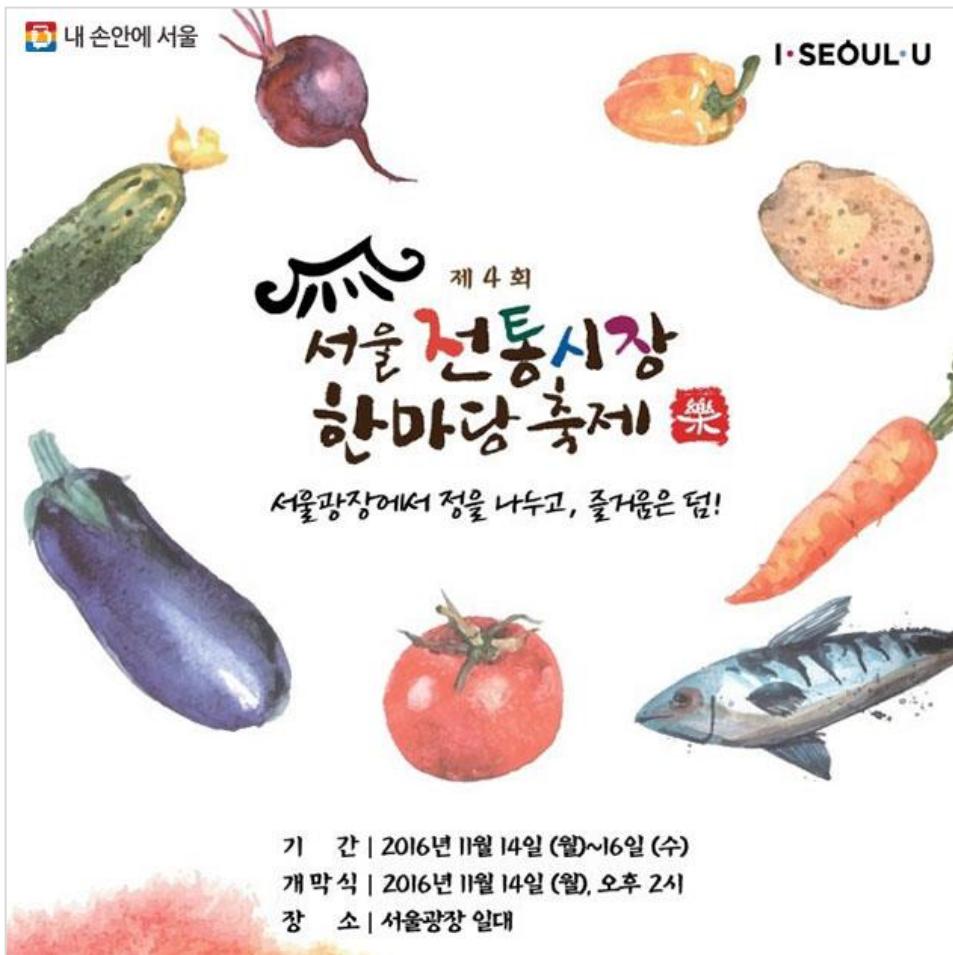
8시에 수유시장으로 모여라!

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

<제 4회 전통시장 한마당 축제 벤치마킹>



- ✓ 저녁 6시 폐장 직전에 부스 별로 할인 판매를 하는 '떨이식스'를 진행
- ✓ 전통시장의 질 좋은 상품을 더욱 합리적인 가격으로 접하는 기회를 제공하여 고객의 좋은 반응을 얻음

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

추진방안

“에잇!떨이~”

시장 상인에게 에잇!떨이에 대한 사전 설명 및 공지를 한다



상인회장님이 7시 30분 정도에 시장을 돋다



떨이판매를 원하는 상인은 포장상품&가격을 표시하여 상인회장님에게 건넨다



상인회장님은 모은 물건을 한 곳에 모은다



고객 유입이 가장 많은 입구에 매대를 설치하고 약 30분간 판매한다



판매 수익금은 다음 날 상인에게 전달한다

추진방안

기대효과

시장 상인에게 예잇!떨이에 대한 사전 설명 및 공지를 한다

수유마을시장만의 **문화**를 형성할 수 있음
상인회장님이 7시 30분 정도에 시장을 돈다

오늘 팔지 못한 상인에게는 ‘**막판 스퍼트**’ 기회를
출출한 고객에게는 ‘**득템**’의 기회를 제공함

떨이판매를 원하는 상인은 포상상품&가격을 표시하여 상인회장님에게 건넨다

늦게 퇴근하는 직장인, 주부, 자취생의 간식거리
혹은 야식거리로 제공하며
신규 고객의 시장방문을 유도함

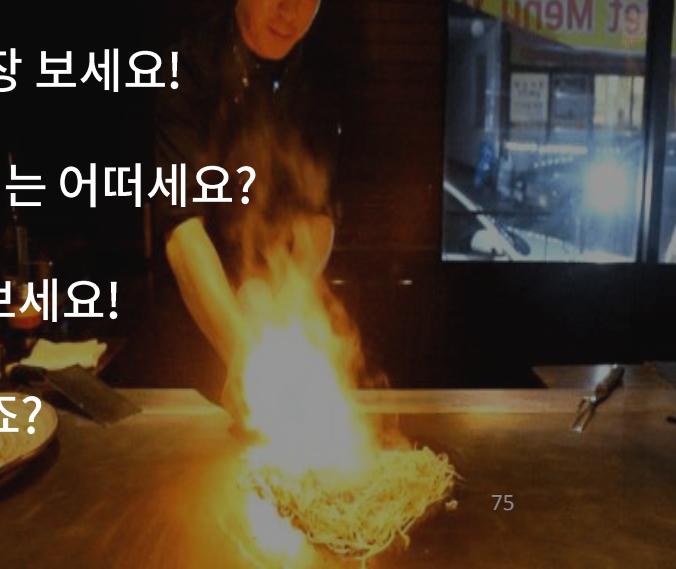
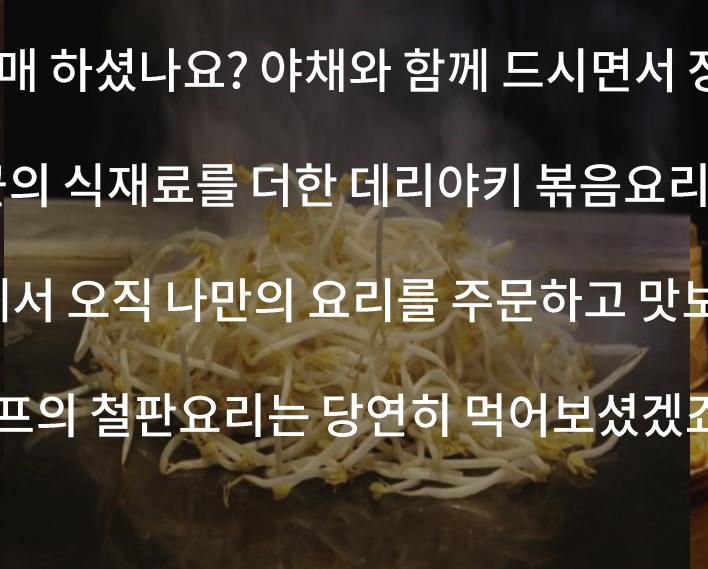
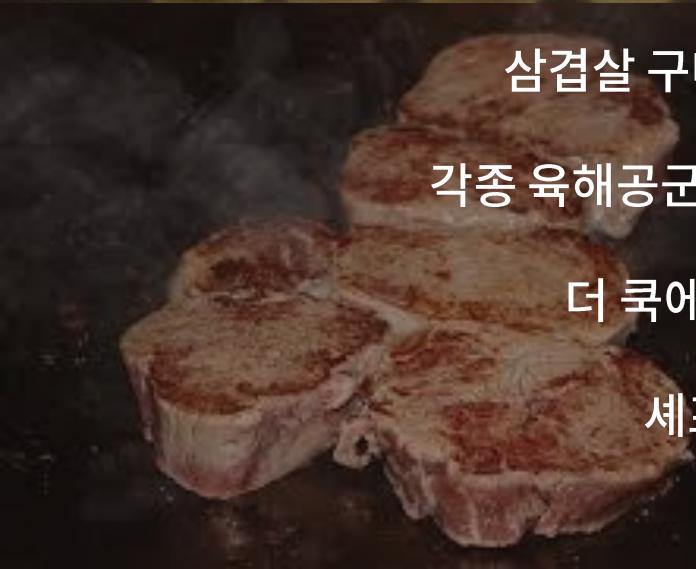
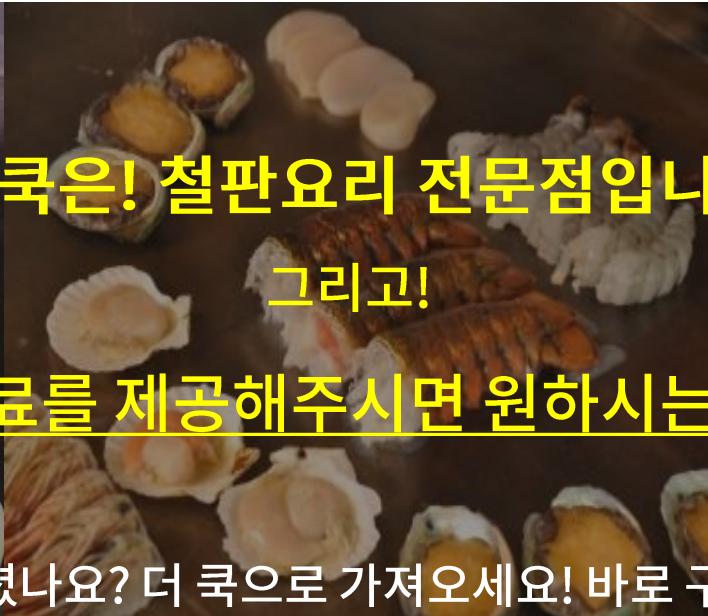
시장이 **신선한 상품만을 취급**한다는 인식과
시장의 ‘**情**’을 경험하며
긍정적인 인식을 심어줌

판매 수익금은 다음 날 상인에게 전달한다

6

즉석에서 요리해드립니다!

더 쿡
(THE COOK)



3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

이런 분들을 위해 준비했습니다

“오늘은 또 뭐 해먹지”
“만들어 놓은 반찬은 선뜻 손이 가지 않아..”

- 30대 워킹맘의 고민 -

“집밥 처럼 건강한 음식을 사먹을 순 없을까?”

- 30대 워킹맘의 고민 -

“매일 저녁 해먹는 것도 일이다…”
“맨날 시켜먹기도 좀 그래..”

- 20대 자취생의 고민 -

“바로 해먹을 수 있는 손질된 재료가 편해”

- 20대 자취생의 고민 -

“딱히, 할 것도…먹을 것도…재미있는 것도…”

- 20대 대학생의 의견 -

공식 메뉴

[오꼬노모야끼, 팟타이, 해물볶음밥 등]



즉석 메뉴

[등심구이, 생선구이, 삼겹살 숙주볶음]

3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

추진방안

즉석 요리 주문 방법

먹고 싶은 요리를 생각해본다



요리에 필요한 주재료를 시장에서 구입한다



더 쿡에 주 재료를 전달하고 원하는 음식을 말한다



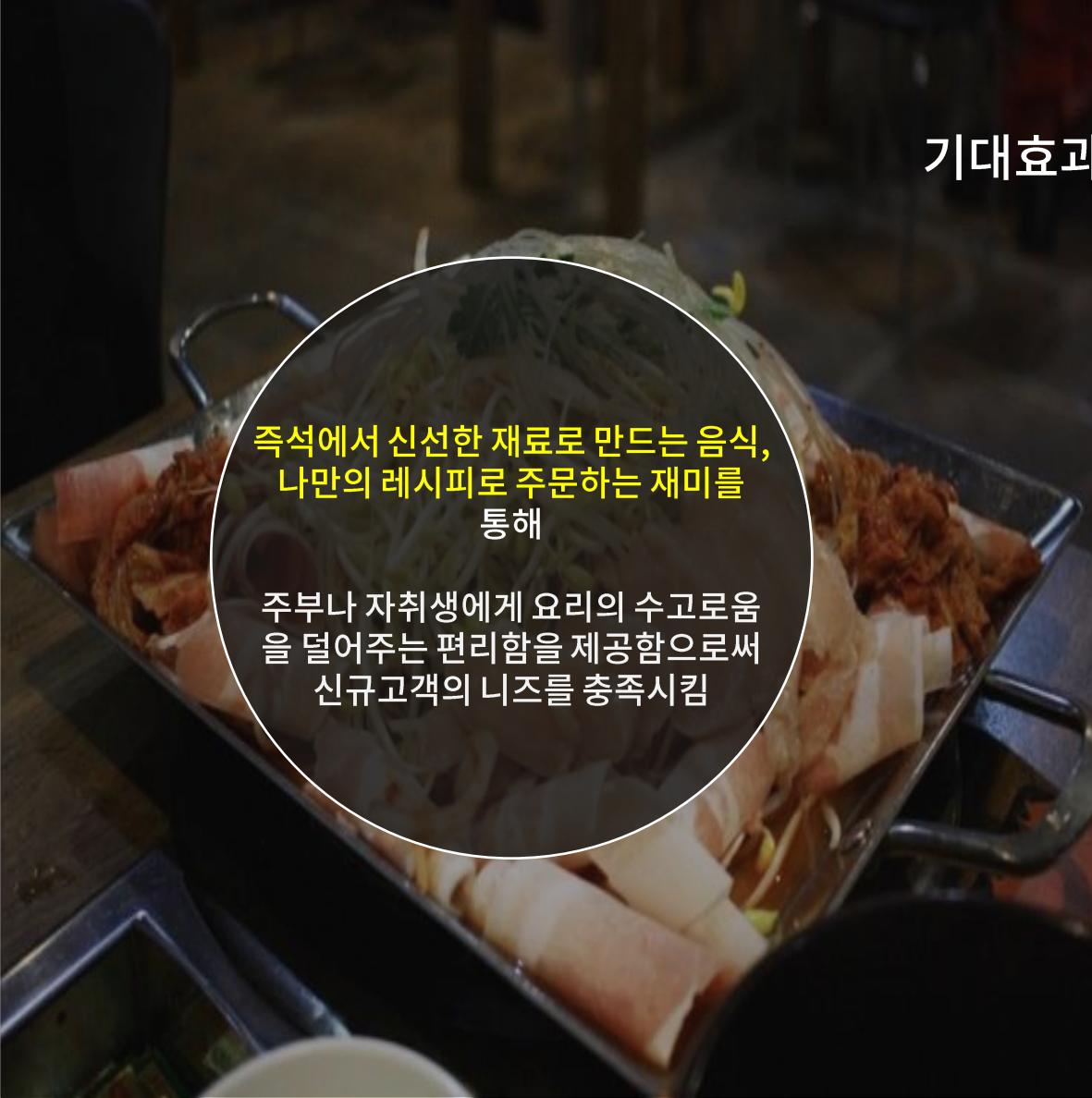
주 재료 값을 제외한 기타 야채 값과 요리 비용을 지불한다



테이크 아웃 또는 더쿡 가게에서 먹는다



3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



기대효과





고객을 **가족처럼**, 상인을 **가족처럼**

충성고객을 확보하라!



3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

주부 전통시장 이용 체험수기

안춘옥

평소 유동 시장을 자주 찾는 50대 주부입니다.

몇 년 전에는 차 세울 때 가 마땅치 않아 구 동명 극장 앞에 잠시 주차를 하고 볼일을 보고 오면 주차위반 스티커를 몇 번 받아보고 나니 시장갈 정이 없어져 버렸습니다.

그런데 지금은 주차장이 생겨 첫 번째로 시장가기가 즐거워졌습니다. 또 다른 재미는 좀 우울하거나 나른해질 때 시장을 한 바퀴 돌고나면 시장 아주머니들이 열심히 사는 모습을 보고 나도 열심히 살아야겠다는 용기가 생깁니다.

친정집에 온 것처럼 아주머니들의 땀 하나 더 주는 것에 얼마나 기뻐하는지 저 자신도 신기합니다. 시장분위기도 전에는 질서가 없이 사람 다니는 길을 다 점령하다시피 물건을 진열해서 다니기가 불편하고 시장 아주머니들도 물건을 사지 않으면 뒤에서 기본 나쁜 말들을 하여 속이 상하기도 했습니다.

지금은 분위기가 너무 달라졌습니다. 시장도 깨끗해지고, 아주머니들도 친절해 졌습니다. 온누리 상품권 활성화와 대형마트 의무 휴업일을 정해서 유동시장 활성화가 되어 더 많은 사람들이 시장을 찾았으면 합니다.

앞으로도 고객유지를 위한 이벤트 행사와 상인 마인드 변혁을 위한 교육을 실시하여 더 발전된 유동 시장의 모습을 기대해 봅니다.

✓ 주차장 시설

✓ 활기찬 시장 분위기

✓ 상인의 정

✓ 땀

✓ 이벤트 행사

✓ 상인 마인드 교육

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

요즘 시장이 이렇게 더 변했으면 좋겠어요.

제은은

결혼 전에는 부모님들이 농사를 지으셨서 그냥 아무 고민 없이 잘 먹고 잘 살았습니다.

막상 결혼을 하고 살림이라는 것을 시작하니 양념부터 칫솔 숟가락 이쑤시게까지 모든 것을 제가 알아보고 골라서 구입을 해야 했습니다. 결혼 전에는 할머니나 부모님이 집에서 한 것이나 믿을 것이지 아무것도 믿을 것이 없다고 해왔기 때문에 시장에 대한 불신이 지금까지 많이 남아 있습니다. 지금도 방송이나 언론에서 나오는 프로를 보면 정말 우리가 너무 위험하다고 생각이 듭니다. 그리고 여러 소비자단체에 가입을 하고 모니터활동을 하면서 지금 상인들도 예전에처럼 당장 이익을 위해서 하는 눈속임 아니라 생존을 위해서 솔직하고 건강해지려고 노력한다는 것이 보였습니다.

그래서 가끔은 아침시장을 들르기도 하고 또 재래시장을 가서 옷이나 우산 신발 간식을 구입하기도 합니다.

제가 본 재래시장은 이렇습니다.

진주에 중앙시장을 보면 여러 가지 상품을 잘만 살펴보면 한곳에서 구입을 할 수가 있습니다. 인터넷에서 구입하는 월트천이나 여러 가지 취미생활 재료들 그리고 옷 한복 먹거리 등을 비도 안 맞고 차도 주차도 가능 한곳에서 잘 살펴보면 도매가격으로도 구입이 가능 합니다.

대형마트를 크게 늘어놓은 형태로 보면 될 것 같기도 합니다.

하지만 여기는 사람이 장사를 하는 곳이고 우리지역의 사람들 냄새가 나는 곳입니다.

향수가 있는 먹거리도 팝니다. 여러 가지 생필품은 때에 따라서 우산 같은 경우 수선도 가능합니다.

그리고 튼튼합니다. 원산지도 따지고 보면 철저히 안내 되고 있습니다.

- ✓ 시장 상품에 대한 신뢰
- ✓ 상품 다양
- ✓ 주차장 시설
- ✓ 가격 경쟁력
- ✓ 활기찬 시장 분위기
- ✓ 향수가 있는 먹거리
- ✓ 지역의 사람 사는 냄새

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

밝은 시장을 꿈꾸며...

정숙이

며칠 전 친구를 만나 이런저런 얘기를 하다 시장 얘기가 나왔다.

먹거리에 유난히 신경을 많이 쓰는 이 친구는 싱싱한 야채를 사기 위해 주로 재래시장을 많이 이용한다고 했다.

그런데 수산물 가게에서 카드를 사용하려고 하니

“시장에서 무슨 카드냐”고 쏘아 불이기에 당황했었다고 했다. 그땐 그냥 나의 일이 아니었기 때문에 대수롭지 않게 생각했다. 며칠 후 나는 우산을 사려고 대형마트에 갔더니 종류가 다양하지 않아 다시 진주에서 제일 큰 재래시장을 들리게 되었다.

기분 좋게 우산을 사고 카드를 제시 했더니 조금 전 까지 의 상냥했던 사장님의 얼굴이 차갑게 변하는 게 아닌가.

“얼마나 남는다고...”하는 표정으로 말이다.

물건을 구입하는 소비자의 입장으로써 이런 대우를 받아야 하나싶어 기분이 상당히 나빴다. 그리고 그 친구의 말이 떠올라 쓱쓰름한 웃음이 나왔다. 시장을 나오는 길에 예전부터 사고 싶었던 옷이 눈에 띠어서 이번엔 구입하기도 전에 카드가 되느냐고 물어 보았더니 세일하는 품목이라 카드를 사용하면 추가 금액을 더 내야 한다고 했다.

꼭 사고 싶었던 옷이라 현금으로 구입을 했으나.

가격표시도 안되어 있지, 카드도 기피하지...요즘엔 카드문화가 발달되어 현금을 많이 가지고 다니지 않는 사람 중의 한 사람으로써 황당한 사건이 아닐 수 없었다.

지금 진주는 축제 중이다.

개천예술제를 비롯하여 각종행사를 많이 하는 덕분에 타지에서 손님들이 많이 찾는다. 남강의 각종 유등을 출발로 중앙시장 주변에도 소망등 거리가 형성되어 기분 좋은 손님맞이를 하고 있는데 막상 상인들의 현금결제 우선으로 인하여 얼굴을 불히는 일이 있을 것 같아 시민 한 사람으로써 부끄럽기 짹이 없다.

재래시장에 손님이 없다고 망연자실 할게 아니라 다양한 소비자를 확보하기 위해선 상가 사업자들부터 밝은 얼굴로 카드를 받아 준다면 좀 더 가벼운 발걸음으로 시장을 보러 오지 않을까 생각해 보며

정이 넘치는 밝은 시장이 되기를 기원해본다.

시장 주변을 밝히고 있는 저 소망등처럼...

✓ 싱싱한 상품

✓ 카드 사용

✓ 가격 표시

✓ 친절함

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

주부 전통시장 이용 체험수기

이 름 : 김차임

저는 올해로 결혼 8년차 아들과 딸을 둔 33살 주부입니다. 주부라서 그런지 시장을 가면 기분이 좋아 집니다.

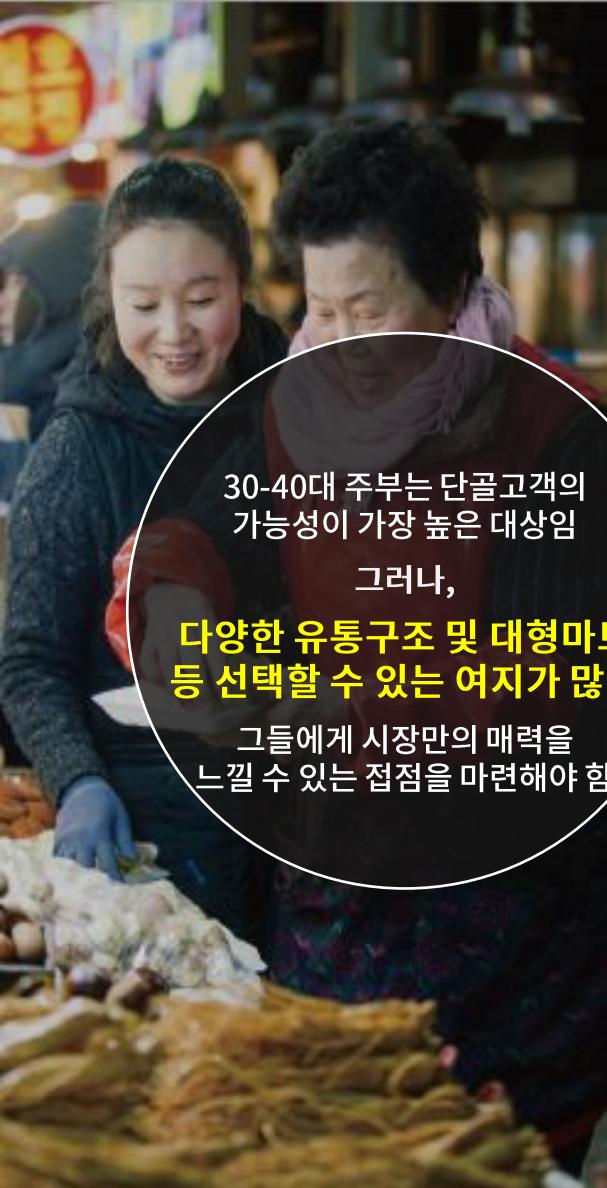
삼천포란 곳에서 자라서 그런지 저에게 진주 중앙시장은 너무 크고 많은 종류에 물건이 있고 시장을 다니면 눈이 즐거워지는 곳이고 금방 시간이 지나 갑니다. 8년이라는 시간 동안 살면서 시장에서 장사 하시는 상인 분들과 눈인사 할 정도에 친분도 쌓고 덤이라는 걸 받으면 기분도 좋아지는 완전한 주부입니다.

아이들이 아직 어려서 저렴한 상설 가게를 가면 외국에서 시집오신 다문화가정에 주부가 일하시는 모습을 보면 저도 한 가정에 아이 엄마로써 그분들이 대단하고 부러울 때가 있습니다.

한국말도 잘 하시고 친절하시고 사장님들도 그분들을 너무 다정하게 대해 주시고 사장님을 “엄마”라고 부르는 소리를 처음 들었을 때는 내 귀를 의심스럽게 만들고 뒤를 돌아보게 만들었습니다. 한 가정에 며느리인 저도 시어머니에게 엄마라는 친근한 말이 잘 안 나오는데, 사장님을 “엄마”라고 부르는 소리를 듣고 집에 계시는 시어머니에게도 “엄마”라고 불러 드리면 참 좋아 하실 것 같다는 생각이 들었습니다. 어렵다는 사장님과 종업원 사이에서 엄마라는 호칭을 부르면서 친근해지는 걸 보면서 많은 것을 느끼고 배웠습니다. 손님인 저도 그날 그 집에서 물건을 사면서 마음이 즐거워지고 웃음이 절로 나왔습니다.

- ✓ 상품 다양
- ✓ 활기찬 시장 분위기
- ✓ 상인의 정
- ✓ 덤
- ✓ 친절함
- ✓ “엄마”

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)



30-40대 주부는 단골고객의 가능성이 가장 높은 대상임
그러나,

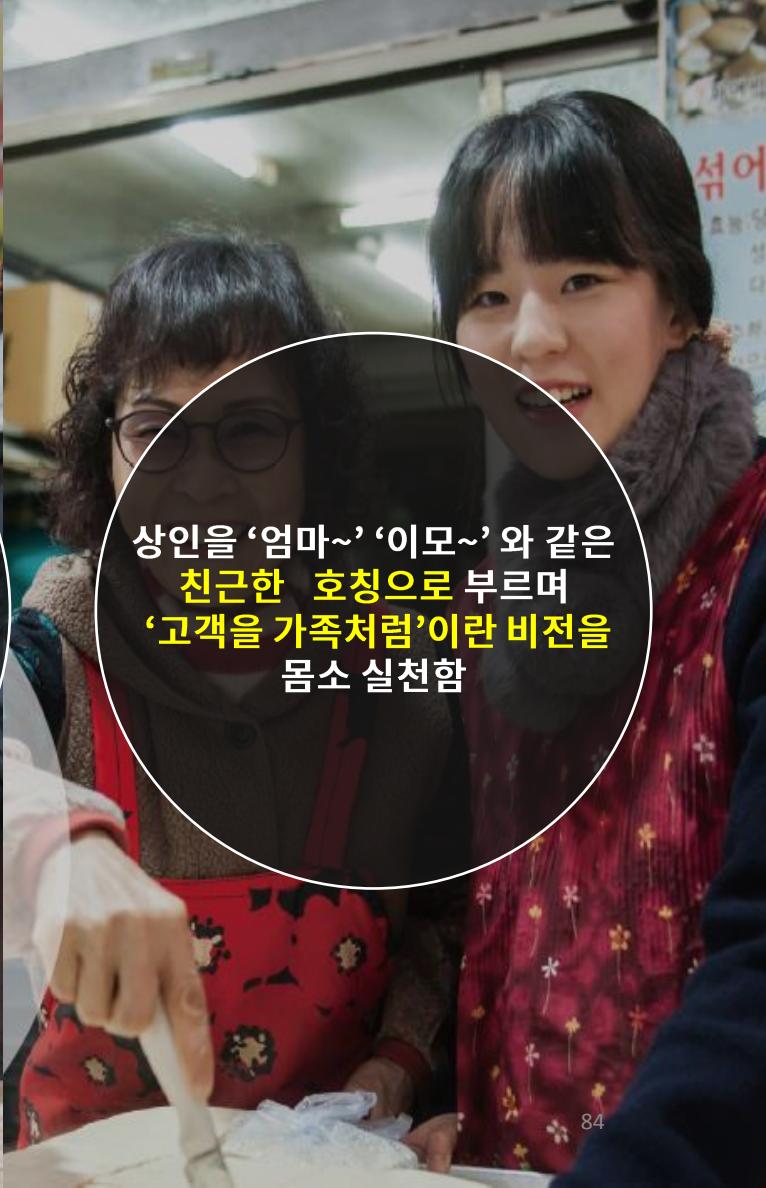
다양한 유통구조 및 대형마트 등 선택할 수 있는 여지가 많음

그들에게 시장만의 매력을 느낄 수 있는 접점을 마련해야 함



단골고객은 상인과 친근한 호칭은 물론
상인과의 관계가 시장에 오는 동기요인
을 강하게 작용함

**따라서, 편의 중심의 개선보다
상인과의 교류를 통해 충성고객
으로 전향할 수 있어야 함**



상인을 ‘엄마~’ ‘이모~’ 와 같은
친근한 호칭으로 부르며
**‘고객을 가족처럼’이란 비전을
몸소 실천함**

추진방안

이모라고 불러줘~

“고객을 가족처럼”이란 문화 행사를 연다



시장 상인들은 모든 고객을 단골고객처럼 대한다



상인은 고객에게 문화 행사를 설명하고 참여의사를 묻는다



상인이 고객에게 ‘딸~’ ‘아들~’ 등으로 부르고 고객은 ‘엄마’, ‘아빠’ ‘이모’ 등 친근한 호칭으로 대답하며 하이파이브를 한다



상인은 고객이 구매한 상품에 덤을 얹어준다

기대효과

추진방안

“고객을 가족처럼”이란 문화 행사를 연다

동기요인을 강화하기 위한 수단으로,
**친근한 호칭 부르기는 처음엔 민망하지만
작은 변화로 상인과 고객의 교류를 형성함**

이는 상인에 대한 긍정적인 감정을 나눌 수 있고
상인 친절하다는 의식을 갖게 할 수 있음

이와 더불어, **카드 결제를 수용하는 상인의
인식변화로 위생요인이 함께 해소되어야**
상인에게 ‘엄마’, ‘아모’, ‘엄마’ 등 친근한 호칭을 부르고 아이파이브를 한다
그 효과가 극대화 될 것

상인은 고객이 구매한 상품에 덤을 얹어준다

수유마을시장 대학생 홍보단

직접 시장을 홍보하라!

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)



3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

<대학생 홍보단 벤치마킹>



소상공인·전통시장 대학생 홍보서포터즈 모집

대한민국 서민경제의 힘인 소상공인과 전통시장을 응원하고, 다양한 지원사업을
보다 쉽고! 보다 자세히! 보다 널리! 알려주기 위해

2015년 소상공인·전통시장 대학생 홍보서포터즈를 모집합니다

1. 자격조건

모집대상 및 인원

대한민국 대학생이면 누구나 참여 가능(17명)
전국단위 모집, 개인 블로그 및 SNS운영자

2. 활동내용

활동기간

2015년 7월 27일~2015년 11월 30일

주요활동

소상공인시장진흥공단 지원사업별 팀 구성 후
성공사례, 지원사업 등에 대한 취재 및 콘텐츠 제작
※ (지원사업) 소상인특화 지원사업, 소상공인 활동조합, 회랑리던 퍼기자,
상권정보시스템, 문화관광 행사장, 상인교육, 소상공인 컨설팅 등

혜택

활동 종료 후 발표회를 통한 우수팀 선발 및 포상
매월 소정의 활동비용 및 취재비 지급

3. 접수방법

모집기간

2015년 6월 24일(수)~7월 13일(월)

지원서 다운로드 후 이메일 접수

파일명은
"소상공인 대학생 홍보서포터즈_총길동_기여명"으로 제출
이메일 주소 : semaspr@naver.com

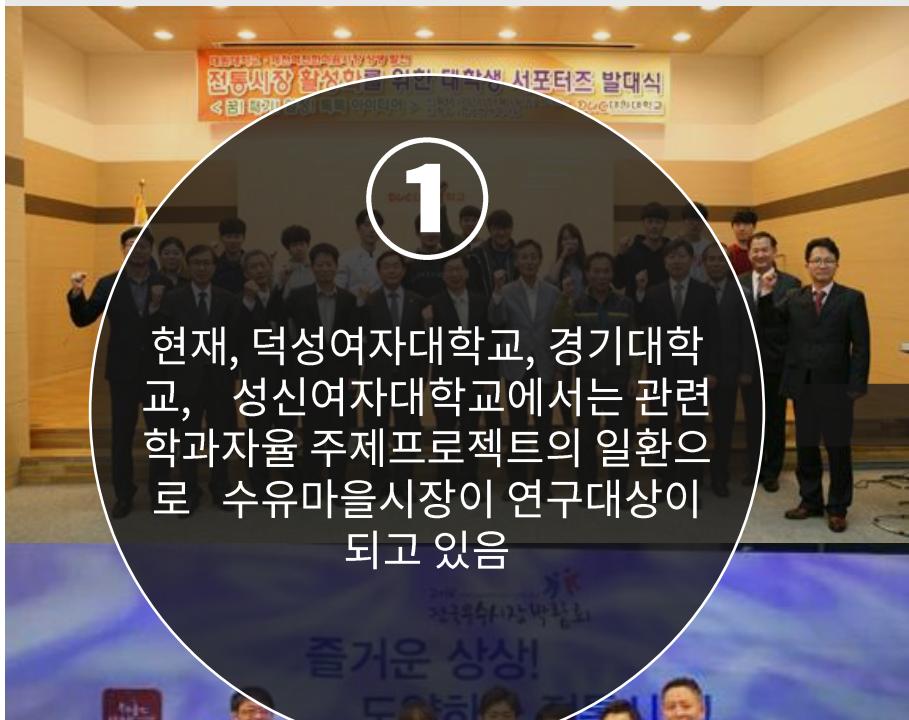
4. 합격자 발표

2015년 7월 17일(금)

발대식 일정 추후 통보



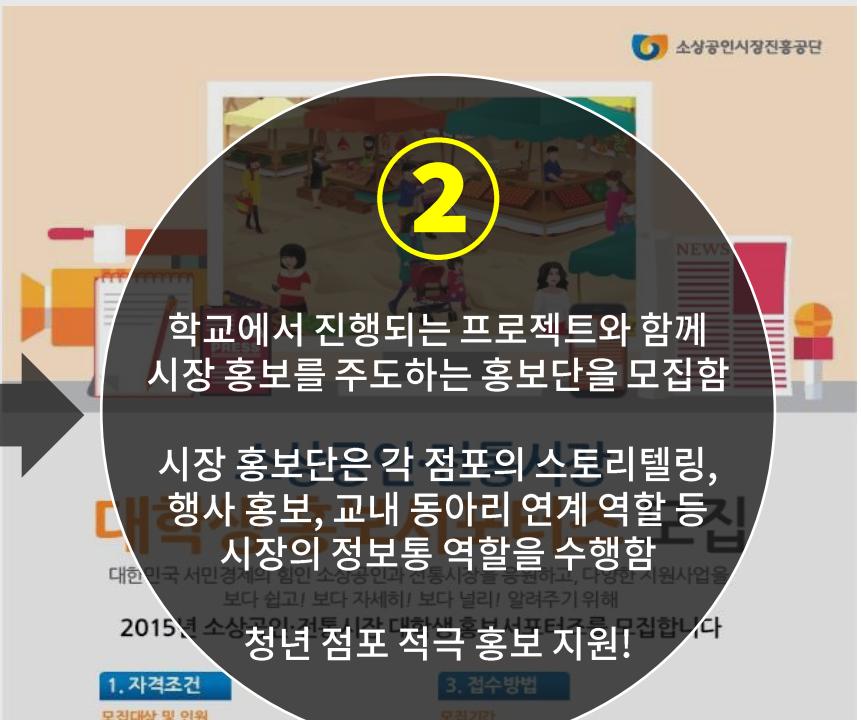
투트랙(two-track) 접근



1
현재, 덕성여자대학교, 경기대학교, 성신여자대학교에서는 관련 학과자율 주제프로젝트의 일환으로 수유마을시장이 연구대상이 되고 있음

대학생의 눈높이 맞춰 전통시장 활성화 아이디어를 개발

관련 학과생들이 직접 참여하며 단순 체험이 아닌 학점연계를 통해 시장 혁신의 중추기관으로 활용



2
학교에서 진행되는 프로젝트와 함께 시장 홍보를 주도하는 홍보단을 모집함

시장 홍보단은 각 점포의 스토리텔링, 행사 홍보, 교내 동아리 연계 역할 등 시장의 정보통 역할을 수행함
2015년 소상공인 대학생 서포터즈 모집합니다
청년 점포 적극 홍보 지원!

시장 활성화를 위해 직접 참여형 & 실전형 활동 전개

소상공인시장진흥공단 지원사업별 팀 구성 후
성공사례, 지원사업 등에 대한 취재 및 콘텐츠 제작
※ (지원사업) 소상공인 지원사업, 소상공인 활동조합, 협력체인제작자,
상권정보시스템, 문화관광 행사장, 상인교육, 소상공인 컨설팅 등



학생의 자연스런 관심과 시장 방문을 유도하고,
지역 경제 활성화 및 취업 역량강화 추진

수유마을시장 홍보단 모집

상인회는 홍보단 역할 및 운영 계획을 수립한다



수유마을시장 홍보단 모집 공고를 학생들에게 알린다



기획팀, 영상팀, SNS팀, 커뮤니케이션팀 등으로 나누어
일정 역량을 갖춘 학생들로 모집한다



발대식을 갖고 홍보단의 역할을 분담한다



홍보단 종료 시, 활동기관과 시간을 산정하여 봉사활동으로
인정해주고 수료증을 발급한다



6개월 기간으로 홍보단을 모집하여 지속성과 산학 연계성을
유지한다

홍보단 역할

발대식을 통해, 각자의 역할을 숙지한다



모든 팀은 홍보 대상 선정 및 방안을 수립한다



선정된 대상 및 행사를 홍보하기 위해 각자의 역할을 수행한다



커뮤니케이션팀은 교내 동아리와 연계 기회를 모색하고,
학생들이 진행하는 수유마을시장 관련 프로젝트를 팔로업한다



홍보단 종료 시, 활동기관과 시간을 산정하여 봉사활동 시간
인정 및 수료증을 발급 받는다

추진 방안

기대효과

“고객을 가족처럼”이란 문화 행사를 연다

학과 프로젝트 연구를 통해, 수유마을시장의
개선방안 및 새로운 아이디어를 반영할 수 있음
시장 상인들은 모든 고객을 단별 고객처럼 대한다

대학생 홍보단을 통해 시장과 대학생을 연결하고,
지속적인 시장 홍보가 가능함

상인은 고객에게 문화 행사를 설명하고 참여의사를 묻는다
학생들의 직접 참여로 이루어진다는 점에서 시장에
대한 자연스러운 관심과 방문을 유도함

상인에게 ‘엄마’ ‘이모’ ‘언니’ 등 친근한 호칭을 부르고 하이파이브를 한다
시장은 매출 증대로 지역 경제 활성화에 기여하며
학생은 취업 역량 강화 및 실전 경험을 확보함

상인은 고객이 구매한 상품에 덤을 얹어준다



+추가 서비스 아이디어



시장 지도/리플릿/키오스크 활용
인구 유입이 가장 많은 입구에!
눈에 띄게!

도서관 이용 대상 재설정
장난감 도서관,
키즈카페와 같은
아이 친화적인 공간으로 전환



맛집,
북카페(스터디공간)
예쁜 소품샵/ 편집샵
디저트
전통찻집



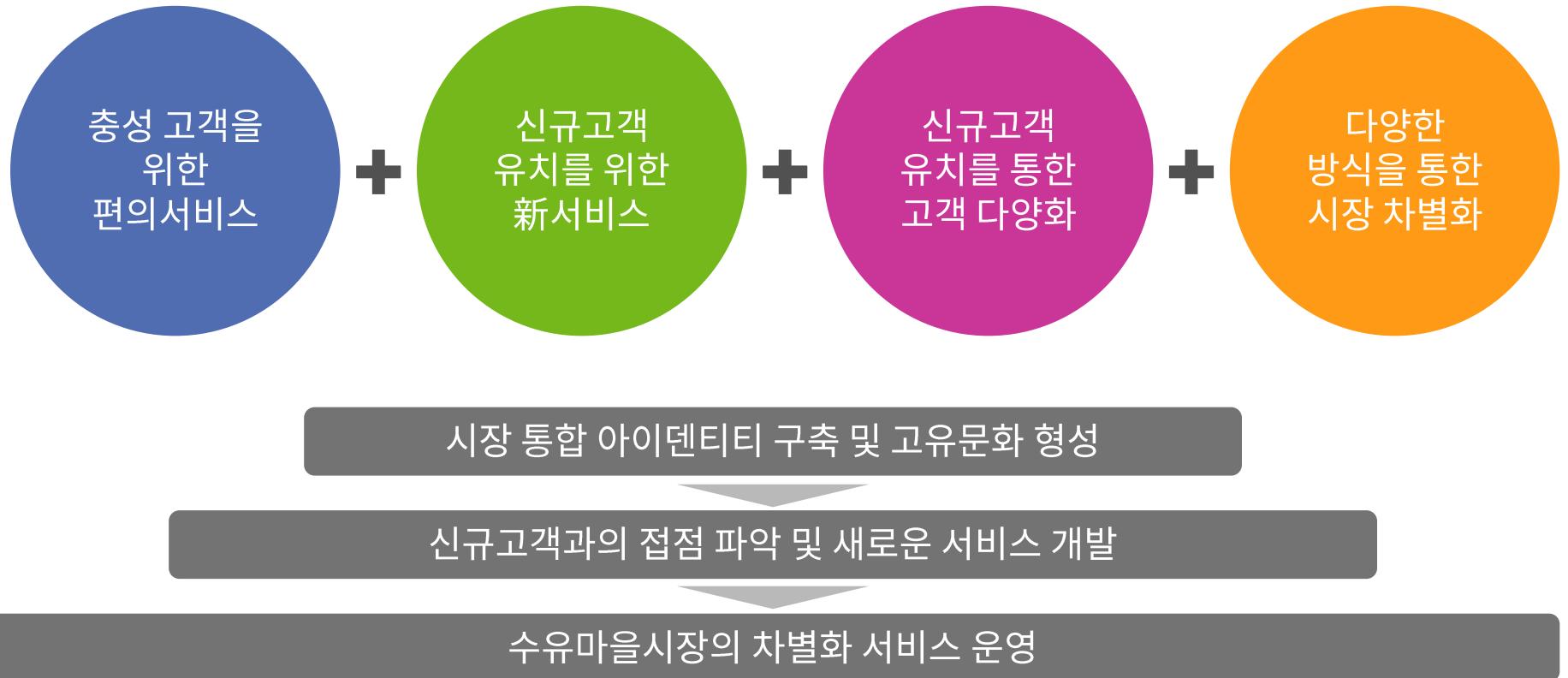
여학생들이 방과 후
가장 많이 하는 것은?

**카페-맛집-공부 + 여심공략이
가능한 루프탑 카페**



수유마을시장은 그간 여러 정부지원사업에 적극적으로 참여하며 시장을 개선시킬 수 있는 기반을 착실하게 다져옴. 획기적인 아이디어보다 이러한 기반을 효율적으로 활용하여 다양하게 시도해봄으로써 시장의 발전 가능성을 모색하는 것이 이상적일 것이라 판단됨. 통합 시장 이미지를 구축하고 고객 중심의 서비스를 제공하는 과정에서 상인의 적극적인 참여와 변화 의지는 무엇보다 중요한 역할을 할 것이라 예측됨.

수유마을시장 활성화 전략



감사합니다