

A blurred background image of a busy outdoor market. In the foreground, there are stalls with various fruits like apples and oranges. People are walking through the market, and a single light bulb hangs from a stand in the upper left. The overall scene is vibrant and captures the essence of a bustling marketplace.

서비스 디자인을 통한

수유마을시장 활성화

Demand

© By Demand 2017

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



아케이드 설치

‘수유마을시장’ 통합 시장명 수립
다락방카페
수유시장 도서관 & 생생클럽
홈페이지 & 블로그 & SNS 운영
벽화/예술품 설치

‘수유시장 오늘2’ 모바일 앱 개발
행사정보 제공
포털 사이트의 지도 로드뷰&스토어뷰 제공

왜 서비스 디자인인가?



시설현대화사업

문전성시사업

경영현대화사업

ICT 전통시장 육성사업

지난 5년간 약 **1조 1천억 원**을 투입했던
캐릭터 및 로고사업, 디지털상점, CCTV 설치, 공공WiFi, 공공근로사업, 공공입구간판 설치
적극적인 정부 지원 정책에도 불구하고

*청년상인 창업지원

전국 전통시장 **매출**은 지속 **감소** 추세를 보임

2002 2004 2009 2011 2014 현재

이러한 **환경 개선 중심의 지원** 사업만으로는
대형마트와의 경쟁에서 우위를 차지하기 어려운 것이 현실

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,

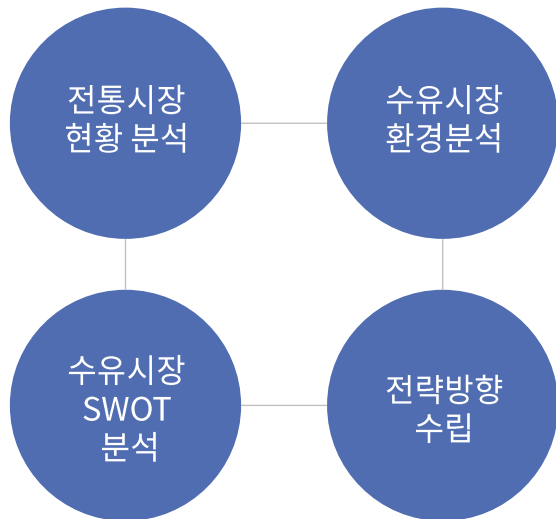
사용자 관점에서 서비스의 형태와 기능을 개선하는 것으로

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

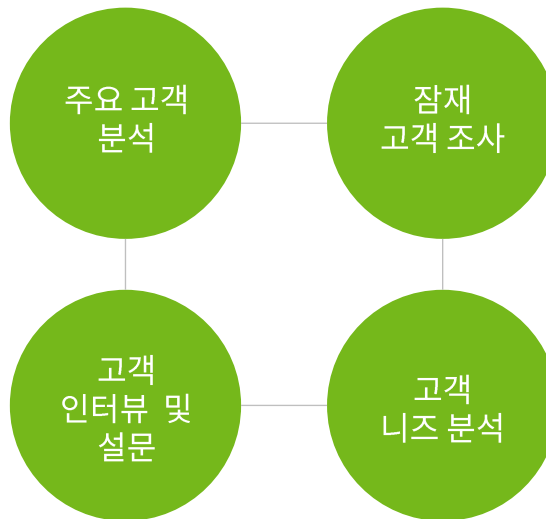


수유마을시장 기초조사



데스크 리서치
필드리서치

II. 고객 분석 및 니즈 발굴

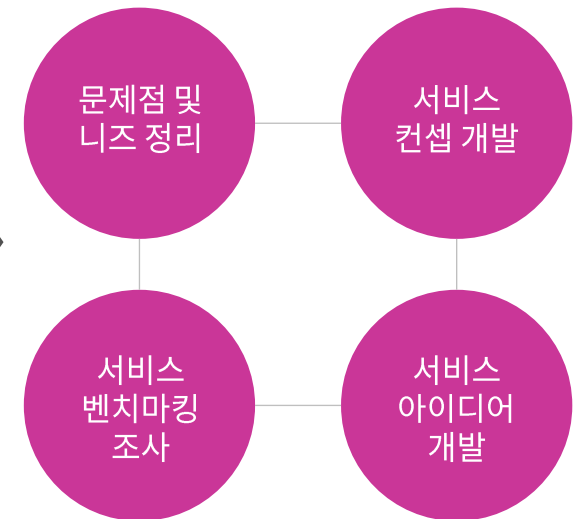


수유마을시장 고객 조사



관찰 & 서비스 사파리
워크숍
인터뷰

III. 새로운 서비스 개발



시장 활성화 아이디어 개발



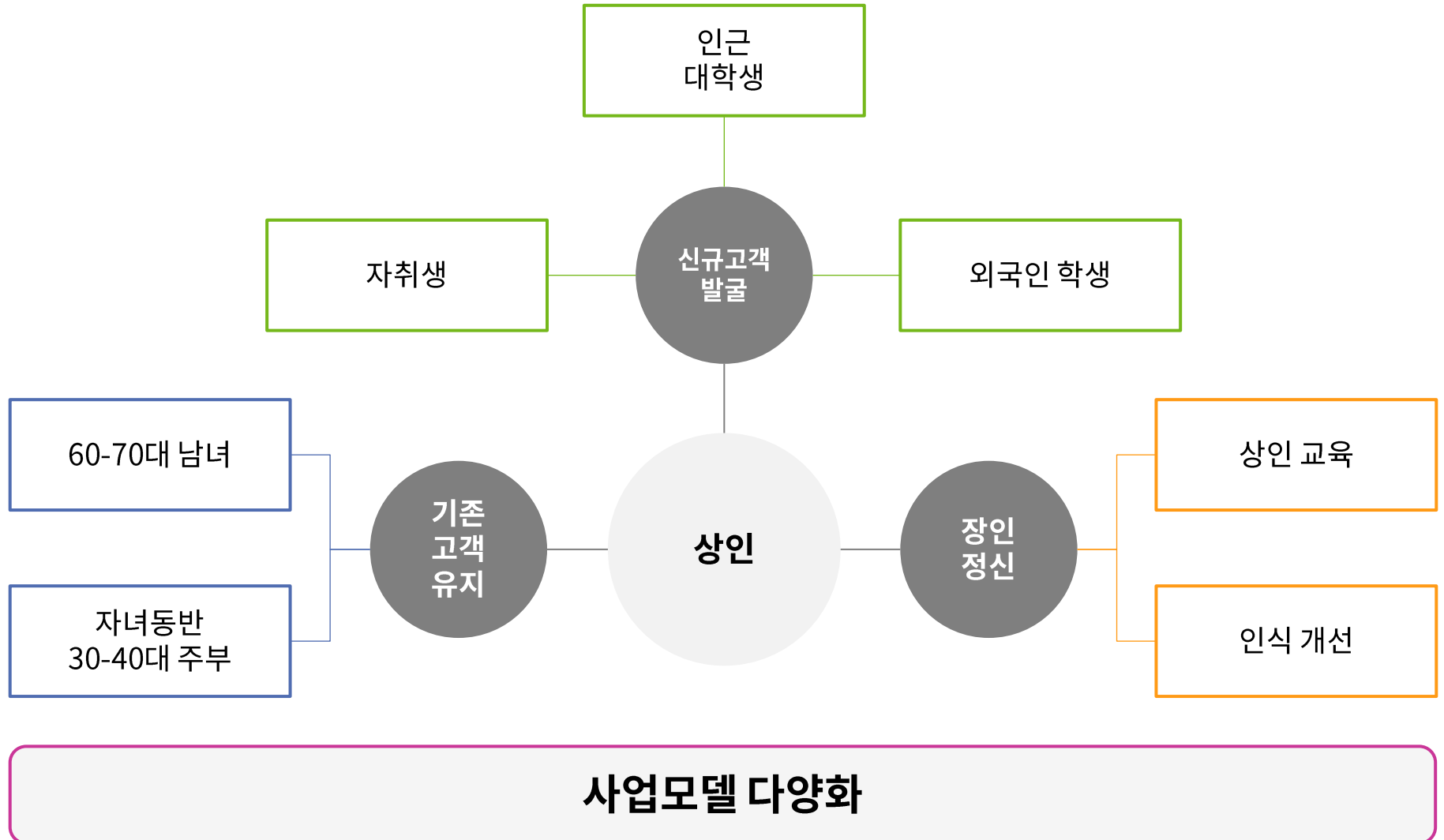
문제점 및 니즈 파악
새로운 서비스 및 전략방향 수립

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



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.



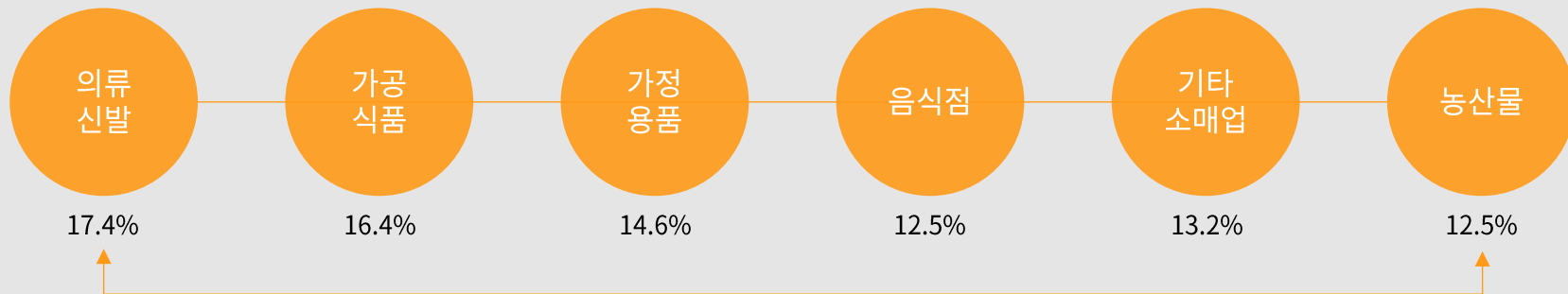
4층 건물형 시장으로, 사우나, 연기학원, 헬스장, 롯데슈퍼, 주차장, 상인회 사무실 입점



약 85개의 점포들로 구성되어있으며
시장 고유의 의·식류를 판매함



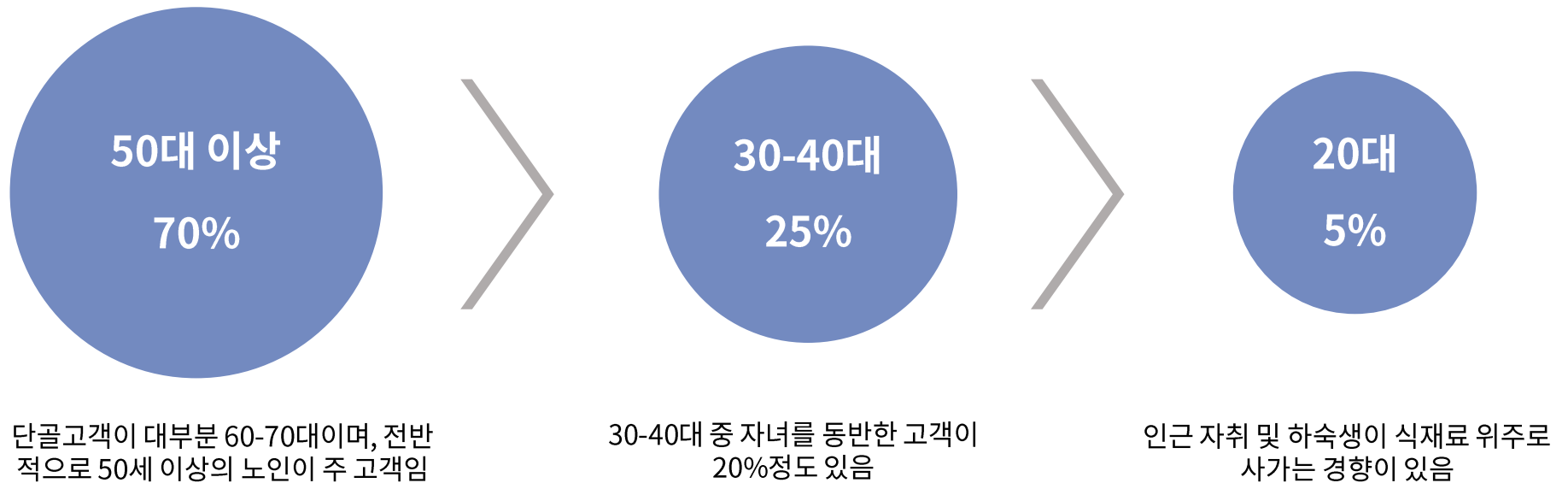
약 122개의 점포들로 구성되어 있으며
생식품 등 1차 식품 위주로 판매함



판매 품목 다양성

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.



1-2. 수유마을시장 일반 현황

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



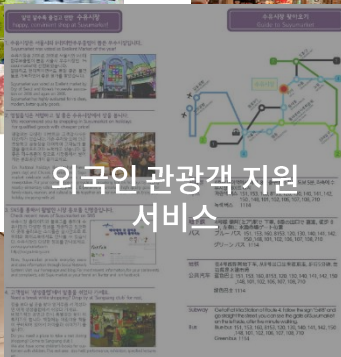
시설 현대화



U자형 아케이드
(전통시장)



V자형 아케이드
(재래시장)



외국인 관광객 지원
서비스



화장실



고객 센터 생생클럽
(문화공간)



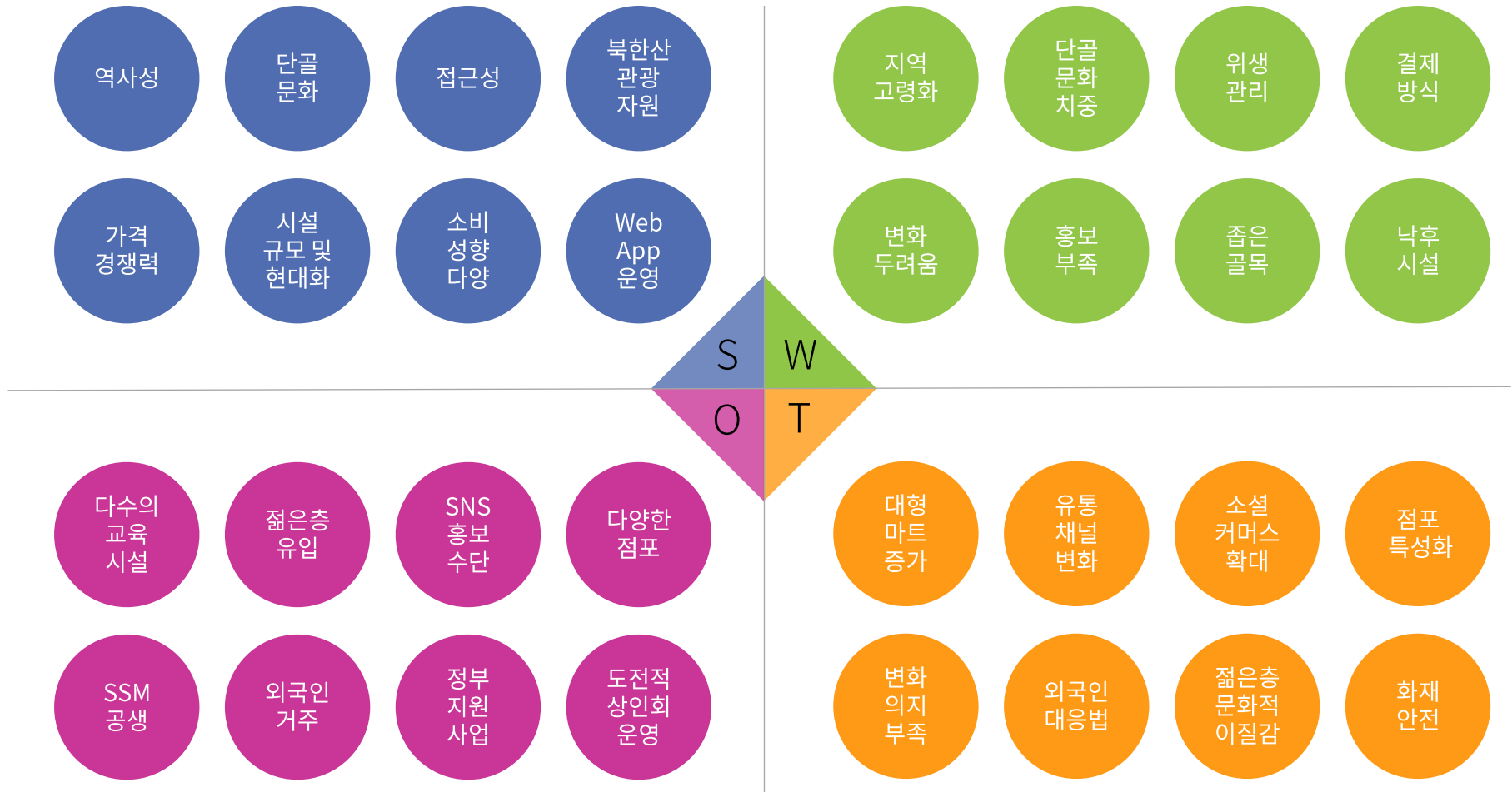
주차장(185대)



작은 도서관

1-3. 수유마을시장 SWOT분석

수유마을시장 SWOT 분석



1-4. 수유마을시장 전략방향

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

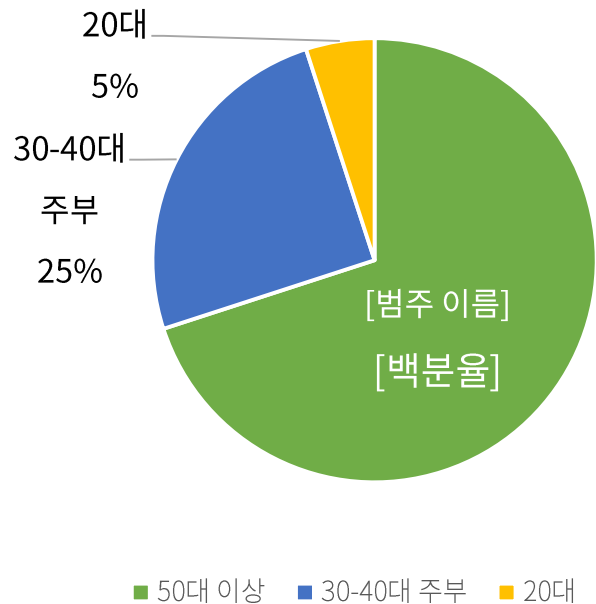
2-4. 상인 분석

2-5. 서비스 컨셉

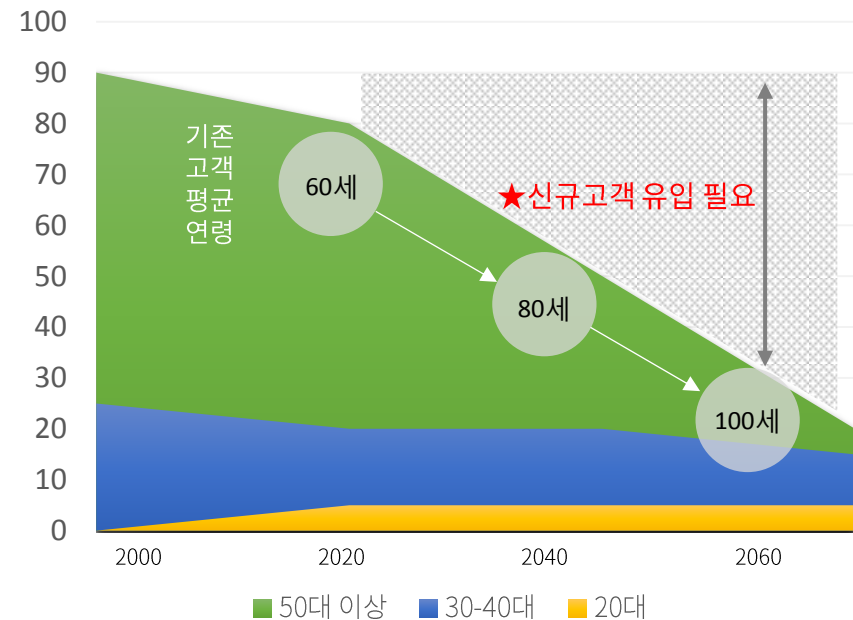
2-1. 고객 현황 및 분류

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

수유마을시장 고객 현황

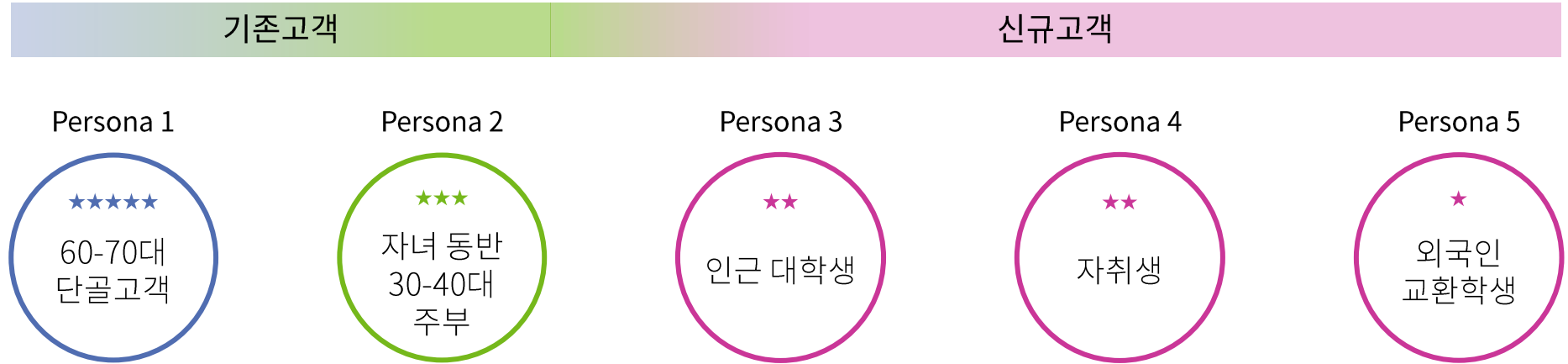


미래 고객 현황 예측



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



수유동에서 산지 오래되어 주변 상권에 대해 잘 알고 있음. 수유시장으로 장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이해주고 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 웃돌음. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보단 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 봤으나 가격에 대한 부담을 느낌.

성신여자대학교 수정캠퍼스에 다니고 있으며 평소 방과 후엔 팀 프로젝트를 하기 위해 카페에 감. 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 불만을 초래하는 위생요인으로 나뉨. 즉, 수유시장에 가게 만드는 요인이 동기요인, 시장에 불만을 초래하는 요인이 위생요인으로 해석할 수 있음. 그러나 위생요인이 충족된다 하더라도 만족을 높이는 데는 영향이 없다고 주장함.

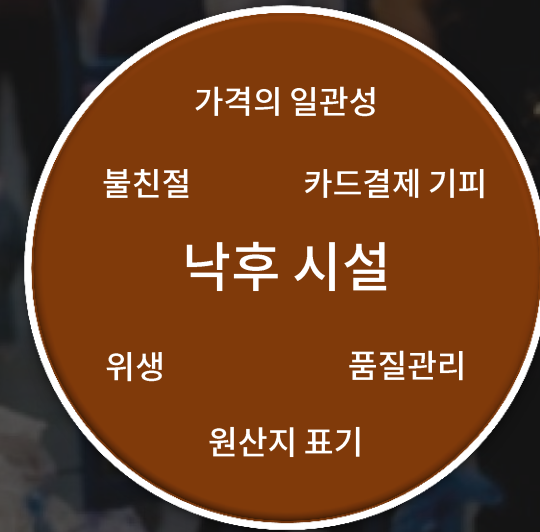
동기-위생 이론

동기요인(내적요인)



사람들을 시장에 오게 만드는 요인

위생요인(외적요인)



사람들의 불만을 높이는 요인

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. 수유시장으로 장을 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? “복적복적하니 사람 냄새가 나고 좋다”	“언제 봐도 친절해~” “나한테 특별히 신선한 걸 싸게 준단 말이지”	“제철야채가 싱싱하지” “서비스도 좋아”	“아이고 힘들다” “어디 잠깐 앉아있을 데 없나?”	“오늘 산 건 다 신선하고 싸게 샀다” “들고 오는 게 일이지”
Feeling							
Issue	늘 저녁시간 전에 시장에 와 장보는 것이 일상임	-	오늘 특별히 신선한 제품이 뭐가 있는지 궁금함	시장 오는 데에 재미를 느낌 단골가게 주인에 강한 호감을 갖고 있음	주인에 대한 애정과 신뢰가 있음 짐이 슬슬 무거워짐	짐도 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. 수유시장으로 장을 보러 가서 항상 가는 단골가게들이 있음. 단골가게에 가면 상인들이 반갑게 맞이해주고 시시콜콜 얘기하는 재미를 느낌.



2-3. Customer Journey Map(CJM)

1. 60대 주부 (기존고객)

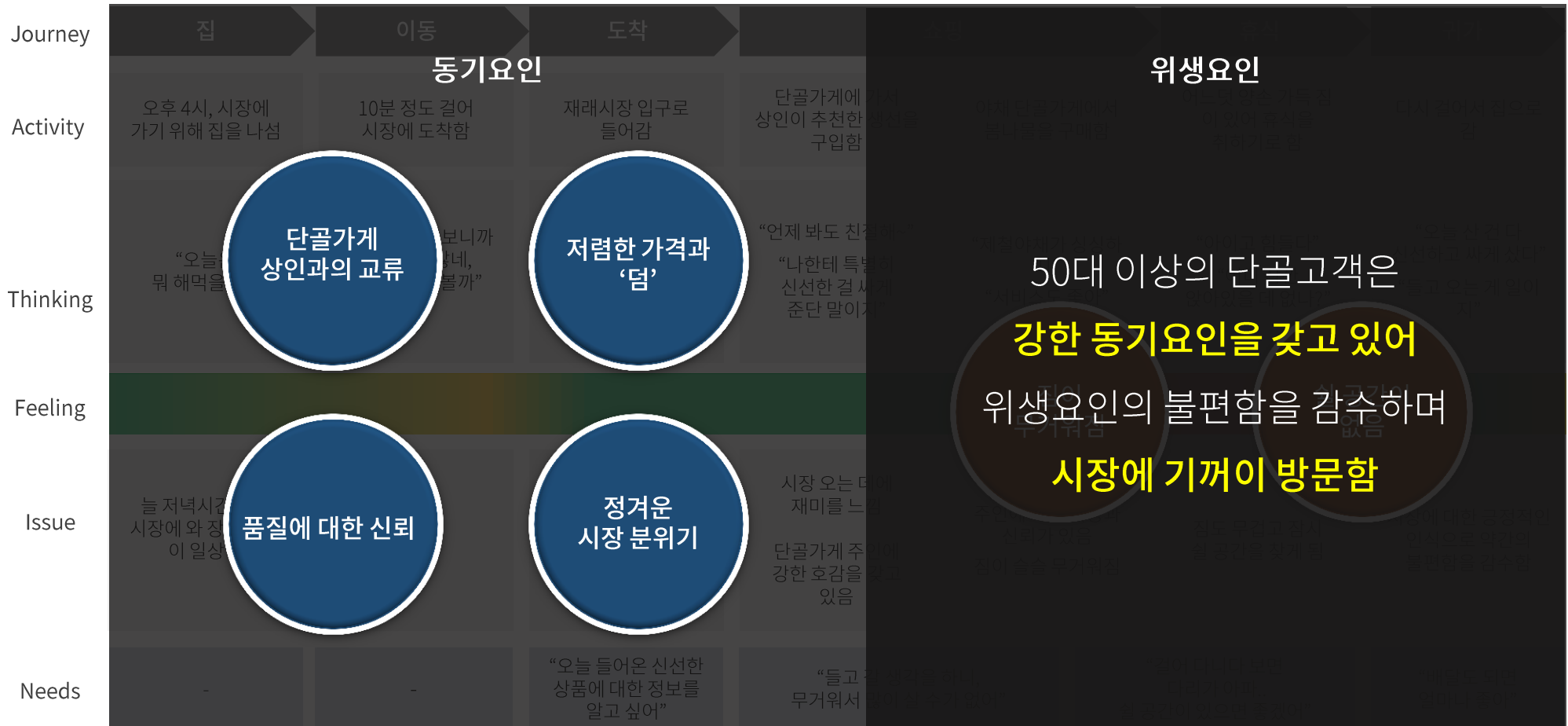


Persona

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

Life Style

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



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 웃돌. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보다 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낌.

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	시장 입구에 들어섬	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 둘러보지 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 보이는 데”	“족발 맛있어 보인다” “이건 바로 가서 먹으면 되겠다” “상인분이 친절하시네”	“오늘 저녁메뉴는 족발이다!” “무거워서 더 못 사겠어”
Feeling	[A horizontal bar with a color gradient from yellow to green to red]					
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 대응으로 집에 가서 바로 먹을 수 있는 음식에 관심을 가짐 상인의 친절함에 호감을 느낌	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 웃돌. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보다 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낌.



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 웃돌. 그래도 아이에게 건강한 음식을 먹이기 위해 사먹는 것보다 해먹으려 노력함. 평소 마트에서 주로 장을 보나 가격에 대한 부담을 느낌.

Journey

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

동기요인

30대 주부고객은

가격과 품질의 만족도가 컸으나

충성고객으로 만들기 위해

다른 동기요인을 부여해야 함

위생요인

30대 주부고객은

동기요인을 갖고 있지만 그 정도가 약하고

위생요인으로 인한 불편함을 크게 느끼며

시장 방문을 망설임으로

위생요인을 해소하여야 함

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 감. 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 알게 됨	시장을 방문함	수유재래시장 입구로 진입	특별히 살 건 없어서 여기저기 돌아다님	지나가다 방송에 소개된 파배기 집을 발견함 현금이 없어 카드를 냈지 만 거절 당함	건다가 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 없 나” “그나저나, 뭐 사러 오면 어디가 어딘지 모르겠네”	“3대 천왕에 나온 곳인 가 보네. 먹어봐야지” “몇 천원 안 하는 건 알지 만 현금이 없는데...”	“왔는데 특별하게 할 것도 먹을 것도 볼 것도 없는 거 같아” “여기로 나가면 어디로 나오는거지..”
Feeling						
Issue	디자인 전공 학생들이 졸업 프로젝트 주제로 관심을 가짐 수업 후 주로 과제, 팀플을 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 갖게 됨	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 감. 영화를 즐겨보고 미아 쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.



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 감. 영화를 즐겨보고 미아 쪽에서 주로 해결함. SNS를 적극적으로 활용하며 평소 맛집이나 분위기 좋은 브런치 카페를 찾아 다님.

Journey

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

20대 여대학생은

시장에 대한 관심과 매력도가 낮으며

신규 고객으로 만들기 위해선

확실한 동기요인이 필요함

20대 여대학생은

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

위생요인을 해소하여야 함

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 자취생 활동을 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 헤매 다 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 짜증이남 시장을 장보는 곳이라 인식하기 쉬움
Needs	“특히 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)



Persona

- 직업: 학생
- 연령: 22세
- 방문 목적: 교수님 권유

Life Style

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



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 자취생 활동을 함. 수유마을시장에 대해 알고 있으며 4~5번 방문한 적이 있음. 학교 학생회를 하며 각종 행사를 기획하고 진행함.

Journey

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

동기요인

20대 자취생은

필요에 의한 니즈가 있지만

그 니즈가 동기요인과 부합되지 않음

위생요인

20대 자취생은

시장에 대한 위생요인을 제거함과 동시에
니즈를 충족시키는 서비스가 제공되어야 함

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 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 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 먹어야겠다” “먹는 거 외에 살 거는 없는 것 같네”
Feeling							
Issue	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 느낌	길도 모르고 안내표지판도 없어서 맛집 점포를 찾기 힘들	간단한 한국어를 구사하며 오뎅을 구입함	한국어가 서툴러 가격이 표시되어 있지 않은 점포는 그냥 지나치게 됨	음식 외에는 특별히 시장에 대한 매력을 느끼지 못함
Needs	“근처에 전통시장이 있는 지도 몰랐네” “혼자 가면 왠지 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?”

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.



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

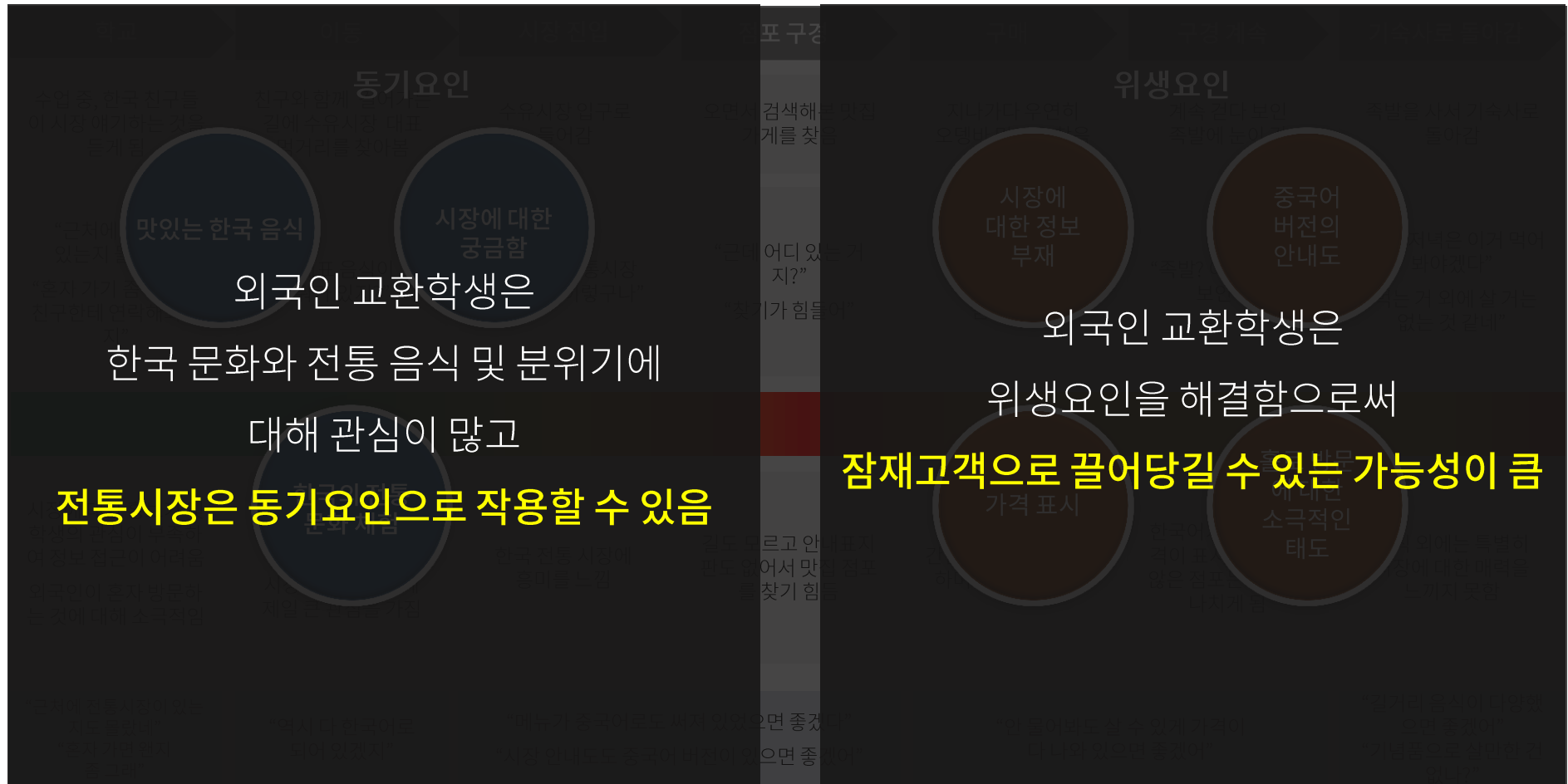
Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs



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 수 십 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 신고 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 싱싱한 계란 을 팔아보자!”	“시장이 가까우니 편해”	-	“아침에 들어온 택배 주문 일단 보내고~” “그리고 자~여기다 매대에 이렇게 진열하 고~”	“단골 고객은 언제 봐도 반가워” “날 믿어주니 고맙지” “그래도 옛날만큼 팔 리진 않아”	“오후에는 좀 한가하지” “장사가 잘 되어 되는 데...”	“늘 팔던 만치 팔았다” “떼돈은 못 벌어도 고정 적으로 버는 수입에 만 족해야지”
Feeling							
Issue	-	-	-	고객별로 개별 택배를 보내고 있음	늘 오는 단골고객이 있으며 단골고객에 대 한 매우 긍정적인 마 음을 갖고 있음 예전만큼의 매출이 아 닌 점에 대해 아쉬움 이 있음	임대료는 오르는데 시장에 오는 고객 수 는 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 수 없 을까”

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 수 십 년 간 고객의 신뢰를 쌓으며 단골고객을 확보함. 지금은 가업을 아들이 이어받아 명성을 이어가고 있음.



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 수 십 년 간 고객의 신뢰를 쌓으며 단골고객을 확보함. 지금은 가업을 아들이 이어받아 명성을 이어가고 있음.

Journey

Activity

Thinking

Feeling

Issue

Needs

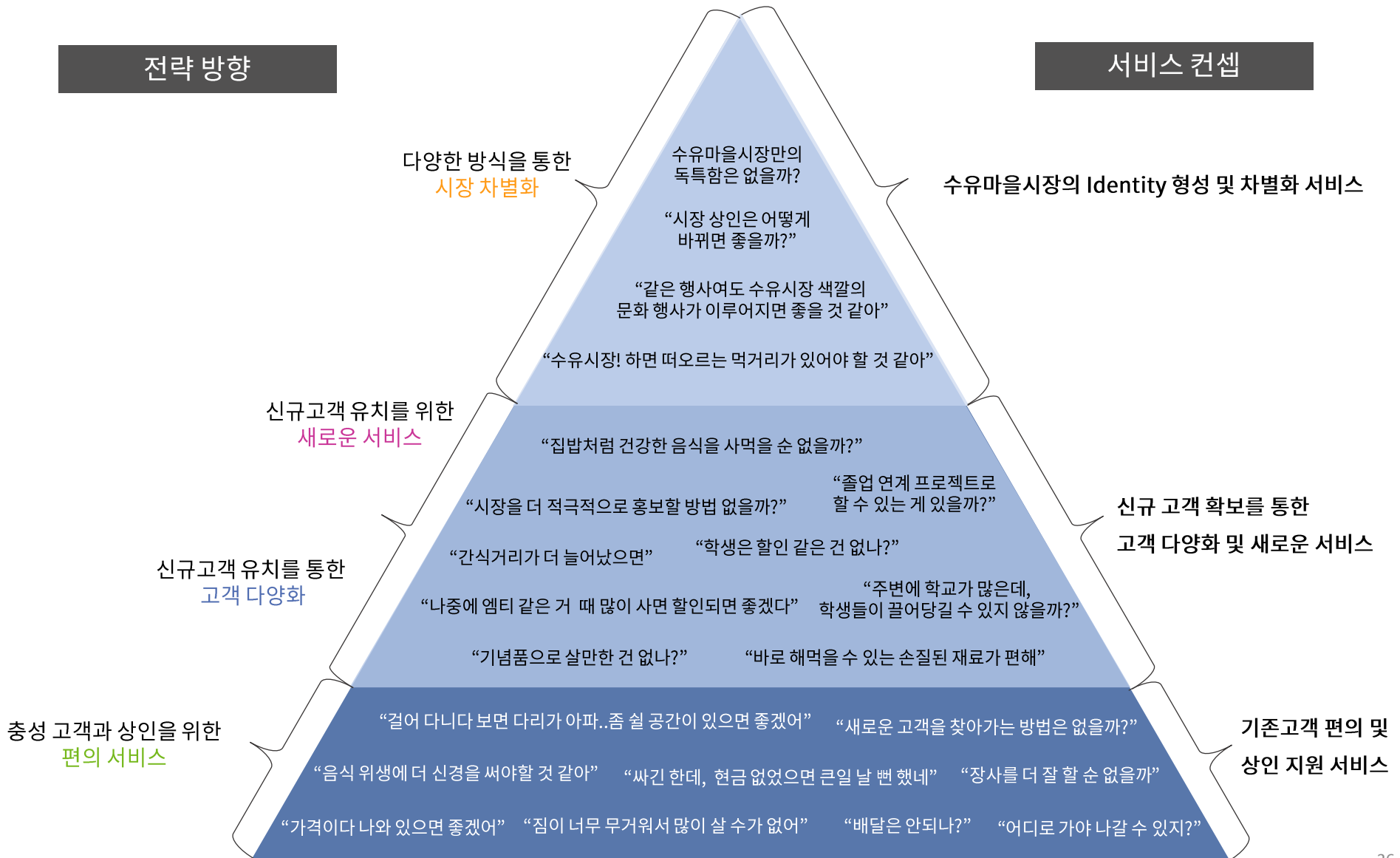
대형마트, 온라인 몰 등 유통 구조 변화에 따른 경쟁으로
예전만큼의 매출을 올리진 못하지만
수유마을시장의 상인은 대게 오랜 경력과 단골고객이 있어

현상 유지하는 데에 만족하고 있는 상황임

상인의 최대 관심사는 **‘장사가 잘 되는 것’**이며
이를 위해선 새로운 사업 방안을 모색하고 신규 고객이 유입되어야 함

전략 방향

서비스 컨셉



03.

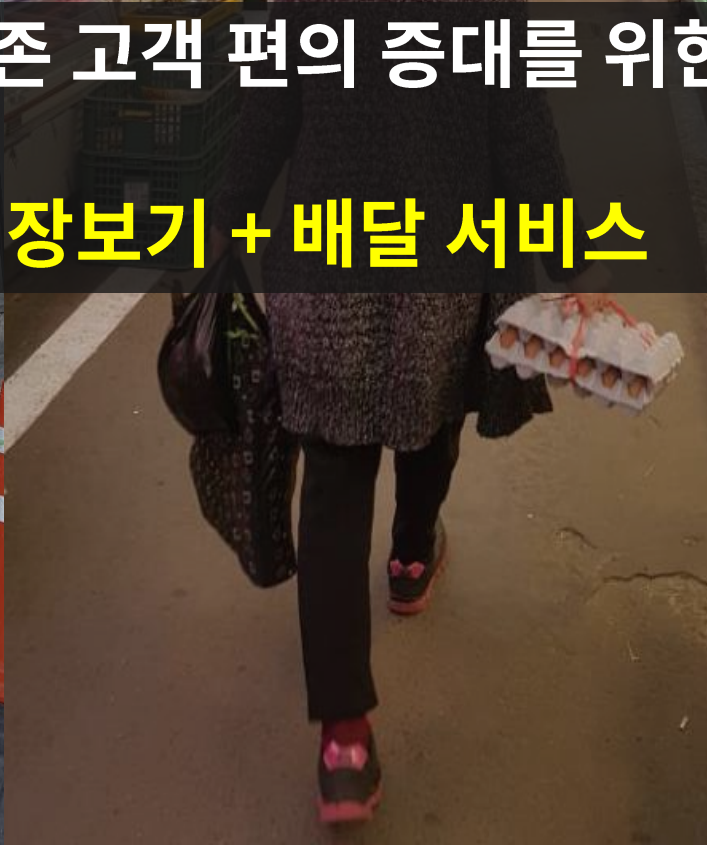
수유마을시장 활성화 서비스 아이디어

- 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

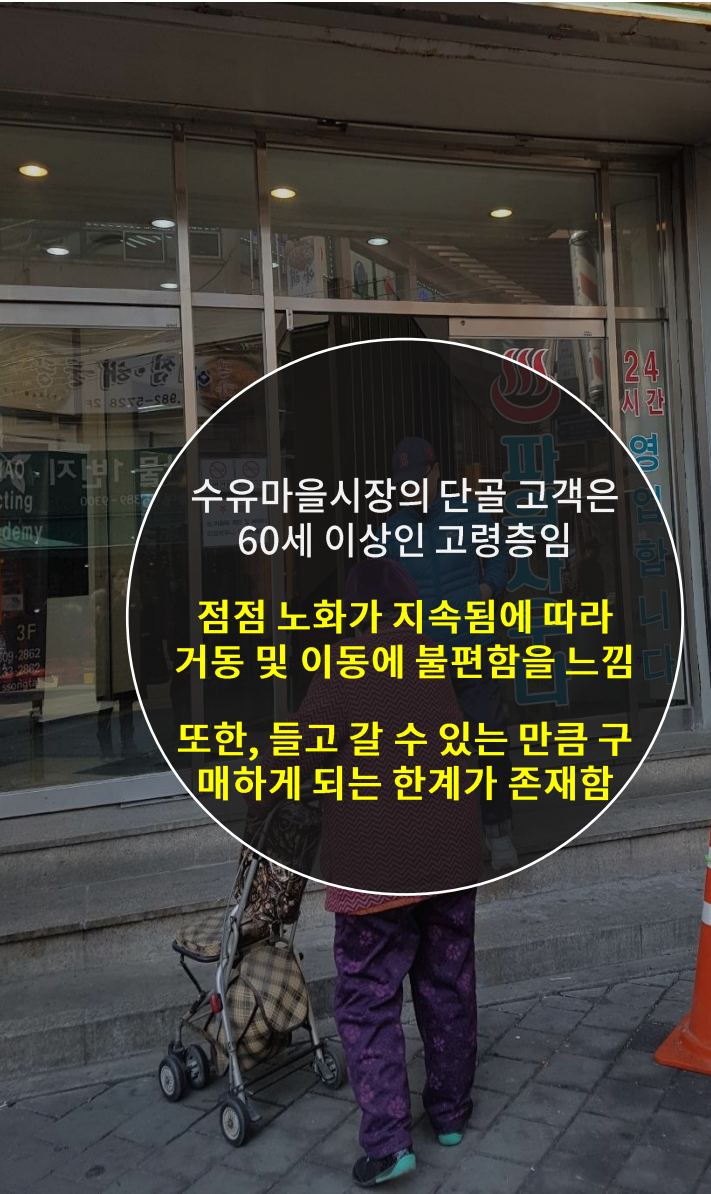


기존 고객 편의 증대를 위한

장보기 + 배달 서비스



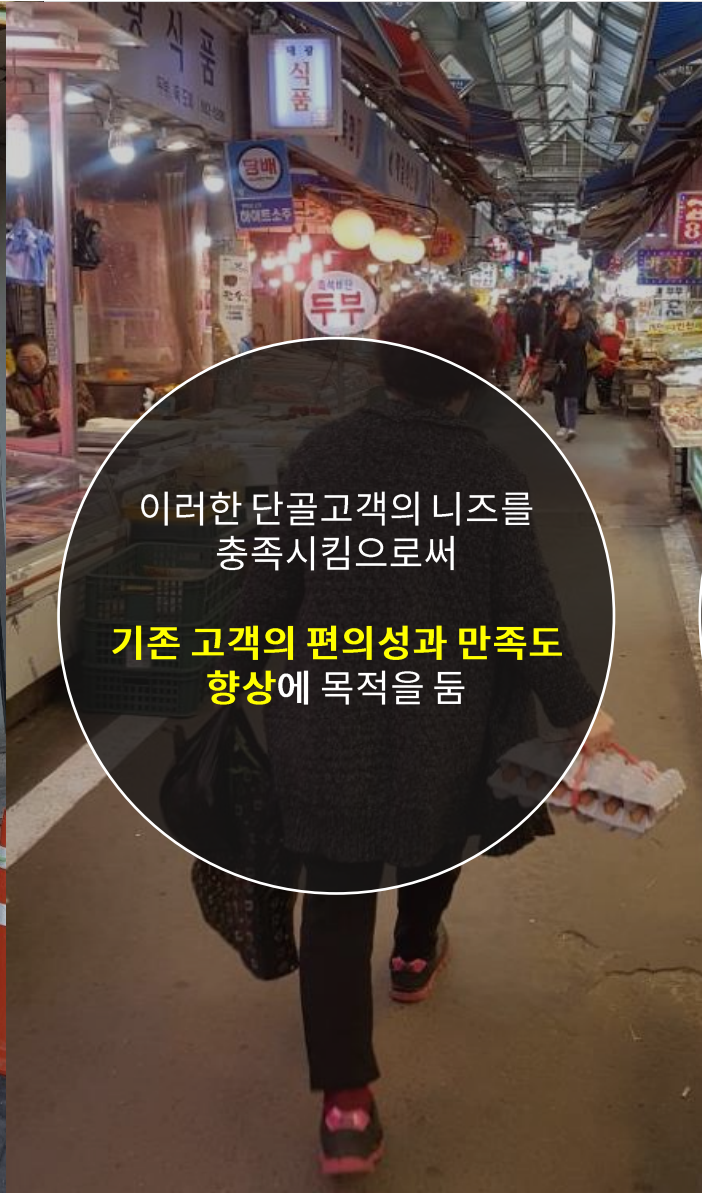
3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)



수유마을시장의 단골 고객은
60세 이상인 고령층임

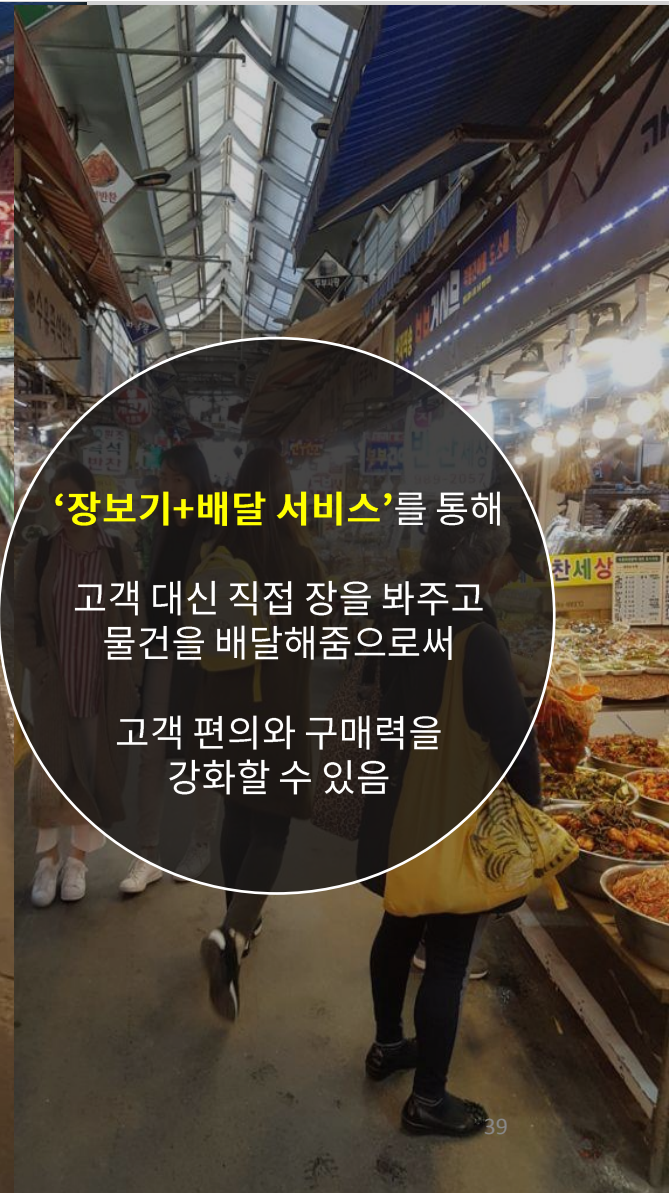
점점 노화가 지속됨에 따라
거동 및 이동에 불편함을 느낌

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 봐주고
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 싫고 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 드릴게요.



주문 받은 물품 구매해 가정으로 배달 - 장보기 도우미



전옥란/ 지역주민

전에는 채소 사러 다니면 경제적으로 어렵고 허리가 아파서 걸을 건기가 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 생각합니다.

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<부평 전통시장 벤치마킹>



부평강통시장 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

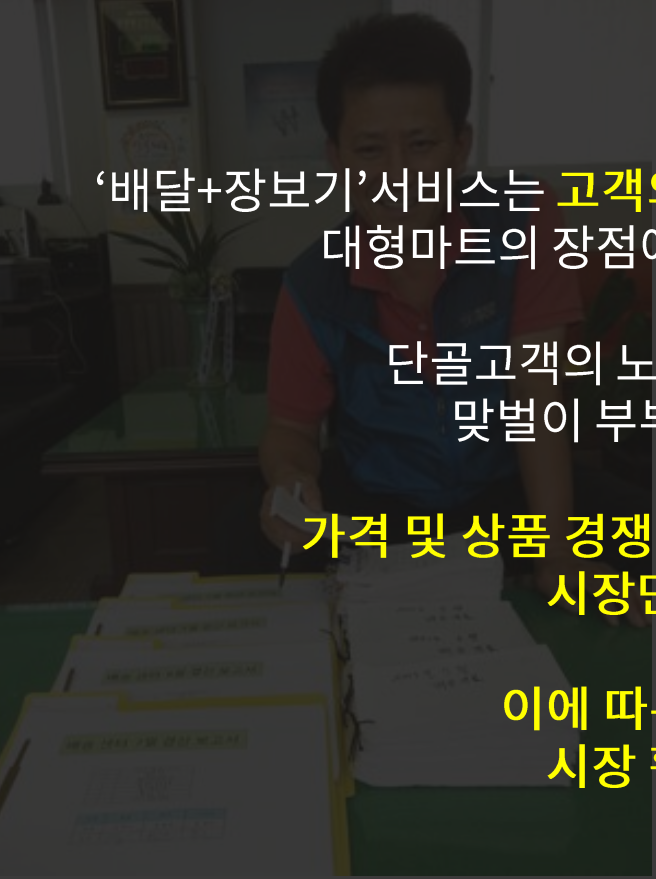
월평균 700여건



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 해소**해주는 서비스로서
대형마트의 장점에 대응하는 서비스 역할을 할 수 있음

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
공인배달비 전액을 부담

**이에 따른 고객의 편의와 만족도는
시장 활성화로 이어질 수 있음**

큰 호응으로 주문이 밀리는 상황까지

배출 거리 700여m

부평강시장 상인회장 김명수

배송 거리에 따라 가격을 책정 (예: 1.75km 1천원)

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

10.00

10.00

10.00



회

모듬 초밥

광어회

매운탕

10.00

10.00

10.00



음료

과일 주스

물

막걸리

10.00

10.00

10.00



아식/간식

닭강정

족발

오뎅 핫바

10.00

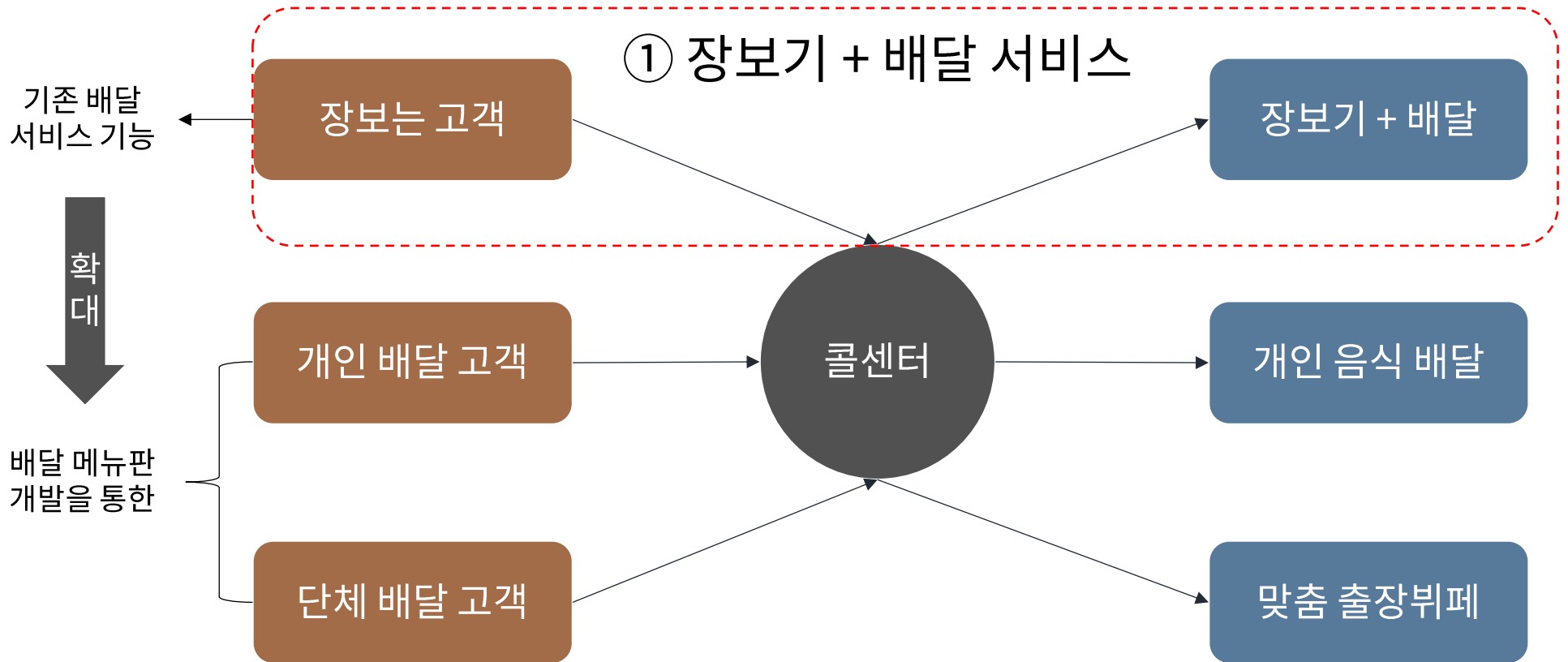
10.00

10.00

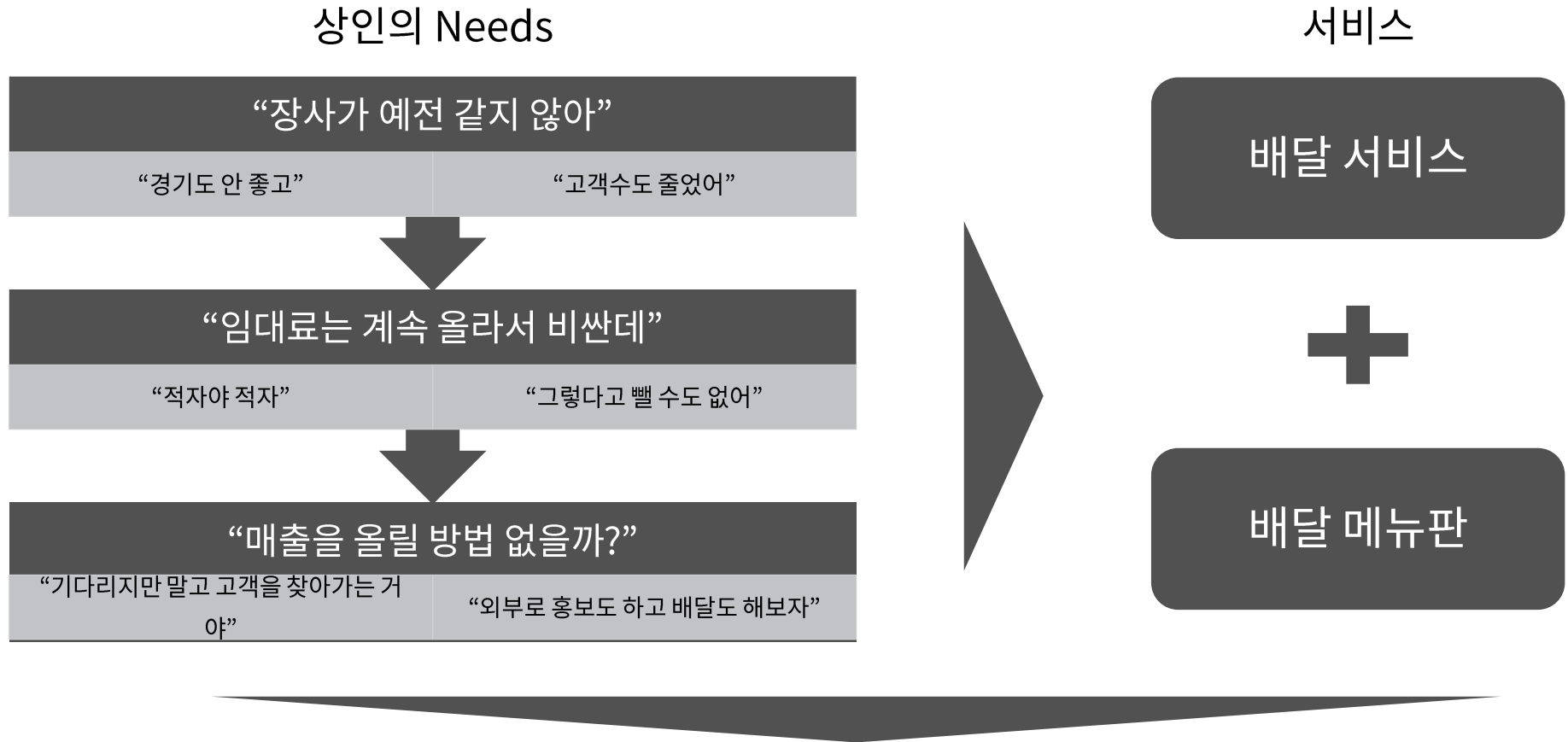
상인을 위한 시장의 新사업

배달 메뉴판 개발

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.

홍어무침

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

모듬 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	
김밥 + 젓갈	5.0
김치찌개 + 공기밥	5.0
콩나물국밥 + 공기밥	5.0

한식	HOT	ICE
순대국	5.0	
웰빙보리밥	5.0	
김치찌개	5.0	
콩나물 국밥	5.0	
곱창구이	5.0	
김밥	5.0	

간식/야식	HOT	ICE
떡볶이	5.0	
순대	5.0	
과배기	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	
김밥+떡볶이+순대	5.0
족발 + 닭강정	5.0

과일 / 야채	HOT	ICE
수박/수박주스	5.0	
딸기/딸기주스	5.0	
모듬 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

烤智利鲈鱼
めろ焼き
Fried Patagonian
toothfish

각 메뉴마다
영어/중국어
를 추가하여 외국인도
쉽게 주문할 수
있도록 지원

에비 와사비 마요크림 덴투라 ₩14,800
감칠맛 나는 와사비 마요크림소스와 함께 즐기는 새우덴투라 셀러드

타이 데리야끼 도미벳살구이 ₩13,800
요리맛 도미벳살과 타이향미 소스의 절묘한 조화가 이루어진 요리

데리 메로구이 ₩16,800
데리야끼소스로 감칠맛을 더한 메로의 명품 메로구이

소고기 가라아게 ₩15,800
자주와 특제마우더를 얹은 일식 소고기 튀김

토리 난방스케 ₩13,800
새콤, 매콤, 달콤함을 한번에 느낄 수 있는 폰즈소스에 배진 일식 닭튀김

해물치즈 오코노미야끼 ₩15,800
신선한 해물과 치즈, 양배추의 아삭한 식감이 어우러진 일식 지짐이

참치 타타키 ₩17,800
윤연한 참치를 겉표면만 직화구이에 사시미와 소테이크의 맛을 동시에 느낄 수 있는 특선 요리

연어크림치즈말이 ₩13,800
크림치즈를 바른 연어말이와 상큼한 미니인도레싱의 절묘한 조화

소고기 타타키 ₩17,800
국내산 채소와 감칠맛을 살려낸 직화구이와 부드러운 식감을 느낄 수 있는 일품요리

게살치즈 다마고야끼 ₩13,800
게살과 모짜렐라 치즈가 듬뿍 담긴 부드러운 일식 계란말이

고로케 3종 ₩11,800
세가지의 다양한 맛을 즐기실 수 있는 오븐 고로케 (단호박, 감자, 가래)

진미 새우장 ₩14,800
자주와 특제 소시 소스에 숙성시킨 일식새우장

POCHA Menu

김치치즈계란말이 ₩12,800
그 옛날 어머니가 달아 주시던 두툼하고 속이 꽉 찬 계란말이

빈티지 떡볶이 ₩12,800
다양한 사리가 어우러져 식사대용으로도, 술안주로도 어울리는 추억의 국물떡볶이

족마늘 모래집 ₩13,800
손수 잡집을 내어 정양된 준비한 모래집과 일품한 족마늘의 일품요리

오돌뼈&날치알 주먹밥 ₩13,800
불맛나는 오돌뼈볶음과 허기를 달래줄 날치알 주먹밥의 만남

순대 야채 볶음 ₩13,800
들깨향 가득 담은 매콤한 정통 순대볶음

떡 없는 답발 ₩13,800
화끈한 매운맛과 든든한 식감이 살아있는 두백두발볶음

골뱅이 무침 ₩15,800
대한민국 대표민주어떤 주중에도 잘 어울리는 새콤달콤한 골뱅이 무침

오모가리 돼지 두루치기 ₩15,800
맛있는 오모가리와 감칠맛 넘치는 돼지 피계를 맛있게 즐기실 수 있는 특별한 요리

석쇠 돼지불고기 ₩15,800
술맛에 최강인 불맛나는 주물럭 양념돼지불고기

삼겹 두부 김치 ₩14,800
식상한 두부김치는 가래 훈제삼겹과 두부전을 파김치와 묶음지에 빠뜨리는 신개념 보쌈

신종 슷볼 닭갈비 ₩15,800
황~영기는 매운맛에 흥~당 배져 버릴수 밖에 없는 정통순대닭갈비

마늘치킨 ₩16,500
은은한 마늘향이 일품인 갈릭소스에 버무린 후라이드 치킨

☎ 주문배달: 02-000-0000

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<망원시장 ‘걱정마요 김대리’ 서비스 벤치마킹>



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

사내행사 맞춤형 서비스
<걱정마요 김대리>

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

화가에 다과회	활력충전 워크샵	일타이피 사회공헌물품
분식: 떡볶이, 감밥, 고로케 등 배달음식: 닭강정, 족발, 전 등 과일: 수박, 방울토마토, 딸기 등	비백류: 고기, 새우, 조개 등 아와행사물품일체	볼, 김장용품일체, 선물세트 등

배송료

5만원 이상
무료

결제수단

현금, 카드,
온누리상품권

주문가능시간

월요일~금요일
10 AM-6 PM
(3시간 이내배송)

전화번호

02-335-3591

망원시장 서울특별시 마포구 토문로8길 14 <http://blog.naver.com/mangwon30>

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<망원시장 ‘걱정마요 김대리’ 서비스 벤치마킹> 기대효과

서비스 개요:

국민연금공단 서울북부지부의 복지사업부에 시장 상인회가 배달서
비스를 운영하여 고객 편의를 증진하고, 이후 배달의 편리함을 느끼면서
기업전용 특화서비스 특화 작업이 진행됨

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

서비스 설명:

이를 통해, 매출 증가 효과를 기대해 볼 수 있음

콜레, 아유리, 외의 등 다양한 행사 및 회의에 필요한 다과준비를 맞
춤형으로 제공하는 서비스

사내행사 맞춤형 서비스 <걱정마요 김대리>

다과회, 회식, 야유회 등 사내
망원시장과와 전화 한 통이면 사내행사에
단순 배송 서비스가 아닌 행사에 따른 맞춤형 서비스로
부담없는 사내행사 준비를 도와드립니다

배달 메뉴판을 개발하여

일반고객들의 장보기 서비스 뿐 아니라, 기업 직원들이 편리하게 이
용할 수 있도록 잘 꾸리고, 맛있게, 다양하게 제공하는 맞춤형 서비스
임. 또한, 전통시장의 대표 먹거리 및 다양한 음식을 고를 수 있음

시장 음식을 외부에 적극적으로 홍보할 수 있는 방안이자,

‘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

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배민 Fresh 벤치마킹>



제일 잘 팔리는
베스트

놓치면 후회
이벤트

가장 자신있는
시그니처

일반반찬	국·찌개	메인반찬	아이반찬	반찬세트	신선·가공	간식	브랜드관
------	------	------	------	------	-------	----	------

<u>전체보기</u>	알뜰반찬	마른반찬	무침·볶음	조림	김치	전·튀김	젓갈·장아찌·장	샐러드
-------------	------	------	-------	----	----	------	----------	-----

<u>전체보기</u>	국	찌개·전골	탕
-------------	---	-------	---

<u>전체보기</u>	고기반찬	해산물반찬	모던한식	덮밥	양식	일식·중식	분식	죽·스프
-------------	------	-------	------	----	----	-------	----	------

<u>전체보기</u>	1~2인세트	3~4인세트	저염·유기농·친환경	프리미엄	알뜰세트
-------------	--------	--------	------------	------	------

<u>전체보기</u>	고기	과일·채소	수산	가공	이탈리
-------------	----	-------	----	----	-----

<u>전체보기</u>	식사빵	간식빵	케이크·디저트	주스	스무디	스프레드	유제품·커피	기타간식
-------------	-----	-----	---------	----	-----	------	--------	------

배달의민족이 만든 신선식품 배송서비스

배민프레시



배민프레시는 바쁜 현대인들의 삶을 윤택하고 풍요롭게 만들어주는 국내 유일의 종합 서브스크립션 커머스입니다. 유명 베이커리의 빵, 소문난 손맛의 반찬, 프리미엄 도시락, 연회비 없이 즐기는 코스트코 대형 등 다른 곳에서는 쉽게 만날 수 없는 **오프라인 화제의 상품을 일선하여 정기배송해드립니다**

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달의 민족 프레스시-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 쓱쓱쓱 맛있게 비빔밥 한...

3,900 **3,120원**

이벤트특가

베스트

[반찬 전체보기 >](#)

배민프레스시는

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 연계할 수 있음.

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

3-1. 기존 고객 편의 및 상인 지원 서비스(2종)

<배달의 민족 프레스리-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 엄...

6,800 **4,080원**

[마더앤채] 닭가슴살 열남쌈 2...
한입 크기로 딱 맞는...

5,500 **5,220원**

[한옥집] 김치계우볶음 2인분
한옥집 김치계우볶음 2인...

8,200 **7,380원**

[집밥의완성] 나물비빔밥(재료...
다들 맛있게 비빔밥 한...

3,900 **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)

배달 메뉴판 개발

추진방안

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)



통합검색 블로그 이미지 지도 여학사전 지식백과 뉴스 동영상 더보기

연관검색어? 광장시장 구제상가 광장시장 가는길 광장시장 육회 박나래 구제시장
광장시장 일요일 광장시장 맛집 광장시장 마약길밥 통인시장

포스트



서울 광장시장 먹거리 TOP7 2017.02.11.
#육회#육회마약밥서울 광장시장에서 핫한 먹거리!... #육회당탕이서울 광장시장 인기 있는 먹거리!... 소개된 유명한 서울 광장시장 먹거리 잡채길밥!
IN 서울맛집투어 | 오늘의 베스트 맛집
606명이 추천했습니다. | 120



광장시장, 가봤니? 먹방의 성지였어! 2015.09.24.
광장시장-요즘 먹방의 경지도 '물리대' 핫한곳이죠! 늘게 먹방 찍으러 이곳에 도착!요즘 시장 물가까지 다 알아올 수 있게시는 너다!...
다녀와여왕 | 여왕의 먹방 다이어리
334명이 추천했습니다. | 68

블로그



광장시장 육회 종로 유가네 최고의 맛집! 3일 전 | < >
광장시장 육회 종로 유가네 최고의 맛집! 대한 친구들과 오랜만의 재회! 저는... 친구 한명 이 종로 유가네가 광장시장 육회 맛집이라는 이야기를 해줘서 그쪽으로 가기로...
초코비츠코칼도 blog.naver.com/shopg... | 블로그 내 검색 | < >



광장시장 빈대떡 맛있는 종로 유가네 3일 전 | < >
광장시장 빈대떡 맛있는 종로 유가네 2월14일 저는 남자친구를 위해 초콜렛을... 먼저 배를 채우기위해~ 광장시장 빈대떡을 먹으러 종로 유가네를 먼저 갔는데요...
물프의 불리불리 blog.naver.com/montb... | 블로그 내 검색 | < >



[서울 가볼만한곳] 동묘 광장시장 2017.03.16. | < >
[서울 가볼만한곳] 동묘 광장시장 서울에 살면서도 동묘는 알지 못했다. 그냥... 동묘를 구경하고 맛의 팔장인 광장시장도 들렀다. 한번 보시라, 동묘역이 있다. 전철을...
바다보여한잔.... 할까? blog.naver.com/su... | < >



종로 육회 미술화가이드 빈구르망 광장시장 <부촌육회> 2017.04.04. | < >
종로 육회 미술화가이드 빈구르망 광장시장 부촌육회 한방하세요, 끝내주세요... 빈구르망 광장시장 부촌육회 출발합니다. 부들부들!!! 일요일이라든 저녁 7시...
썰렁할랄 뽀구찌의 행복한 ... blog.naver.com/78ste... | 블로그 내 검색 | < >



광장시장 육회 진짜 맛있는곳은 여기야 2017.03.28. | < >
메드 시장의 명물이 되버린 광장시장 육회 끝복~ 티미메도 자주 소개되는 곳인지라 저도 갈때마다 마약길잡과 여기는 꼭 알아두게 되죠 광장시장 육회 끝복...
블루워터의 꿈 blog.naver.com/bluewater_33?Redirect=... | < >



인위 검색 결과 사람 태그 장소

#광장시장
전체 공개 게시물 212,238개



gwangjangmarketvintagetown
광장시장 구제상가



광장시장
종로구 종로5가 138-10

#광장시장구제
전체 공개 게시물 315개



인위 검색 결과 사람 태그 장소

#광장시장맛집
전체 공개 게시물 5,136개



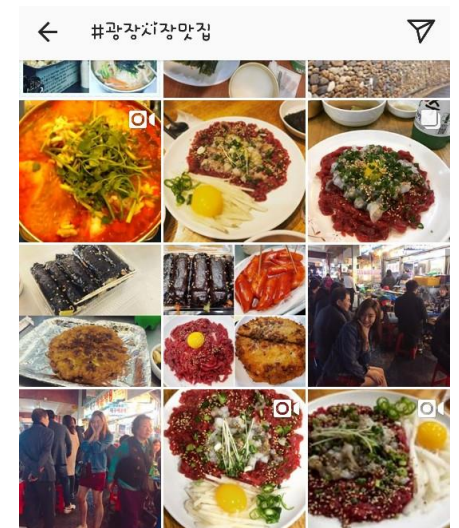
#광장시장맛집투어
전체 공개 게시물 41개



#광장시장맛집메뉴
전체 공개 게시물 5개



#광장시장맛집당방
전체 공개 게시물 4개



[illegible]


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


NAVER
수유시장


통합검색
블로그
이미지
지도
전문정보
여행사전
뉴스
사이트
더보기

연관검색어
수유시장 쌀국수
수유 호치민 쌀국수
수유시장 맛집
수유시장의 재발견
수유시장 꼬마김밥
수유시장 칼국수
수유재래시장
미마시장


블로그





2016/강북구 수유동/호치민 쌀국수 (수유시장 內) 2017.03.20. | 

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


Smart Editor (3.0)





수유시장입구 네일아트 헤라:짧은손톱 봄네일 GO! 6일 전 | 


저번에 갔던 수유시장입구 헤라 에 네일아트랑 피부관리 받으려간 후기를 또 올려본다
이곳 맘에 들어와 버스타고 한방이라는 장점도 한뼘한다 쥔네일 한번하면 그냥...
some 발마라 joara127.blog.me/... |  악도*


Smart Editor (3.0)





수유시장 순대국 단골집에 다녀왔어요. 2017.01.26. | 

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



북한산 등산가는날 수유시장 '대민족' 맛있는 족발 먹는날 2016.11.25. | 

북한산 등산 가는 날 뒤늦게로 찾아가는 맛집 수유시장 맛있는 족발 대민족 아름다운 북
한산은 어느 코스를 가도 좋은 명산입니다. 북한산 산행으로 가장 많이 찾는...
 공식 북적북적 시장이야기 blog.naver.com/ma... | 


Smart Editor (3.0)

[블로그 더보기 >](#)


← 수유시장 ×

인원 검색 결과
사람
태그
장소


수유시장
전체 공개 게시물 2,042개



dāvich_sugumärket
수유시장다비치



SSome_nail
수유네일/민안역네일/수유시장네일



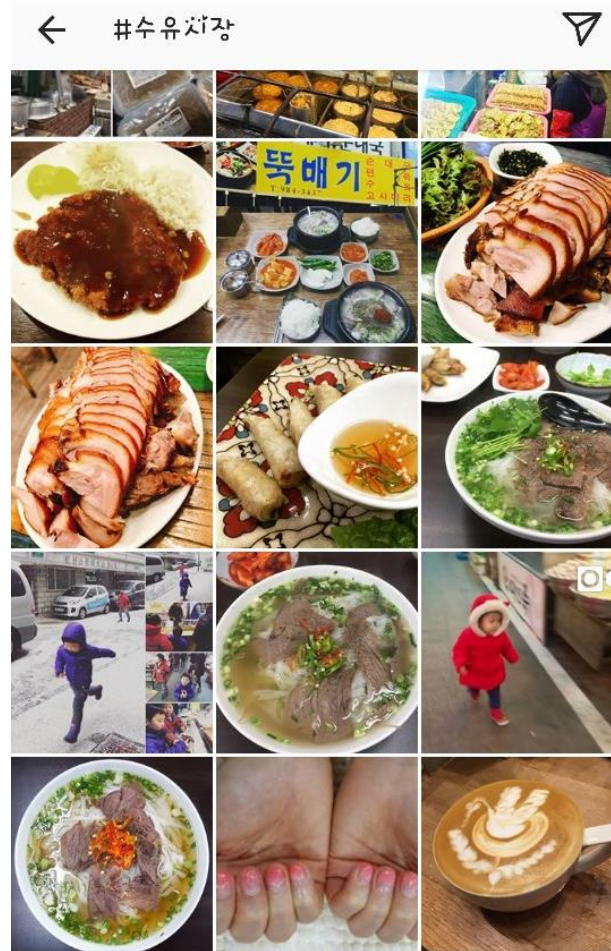
수유시장
서울 강북구 도봉로 268, Seoul-Jikhalsi

# 수유시장포차 전체 공개 게시물 2개	# 수유시장축방 전체 공개 게시물 8개
# 수유시장카페 전체 공개 게시물 3개	# 수유시장앞 전체 공개 게시물 6개
# 수유시장명물 전체 공개 게시물 2개	# 수유시장만차지 전체 공개 게시물 6개
# 수유시장네일 전체 공개 게시물 280개	# 수유시장속눈썹연장 전체 공개 게시물 5개
# 수유시장맛집 전체 공개 게시물 100개	# 수유시장만두명가 전체 공개 게시물 5개
# 수유시장네일샵 전체 공개 게시물 145개	# 수유시장입구 전체 공개 게시물 4개
# 수유시장속눈썹 전체 공개 게시물 18개	# 수유시장호치민쌀국수 전체 공개 게시물 3개

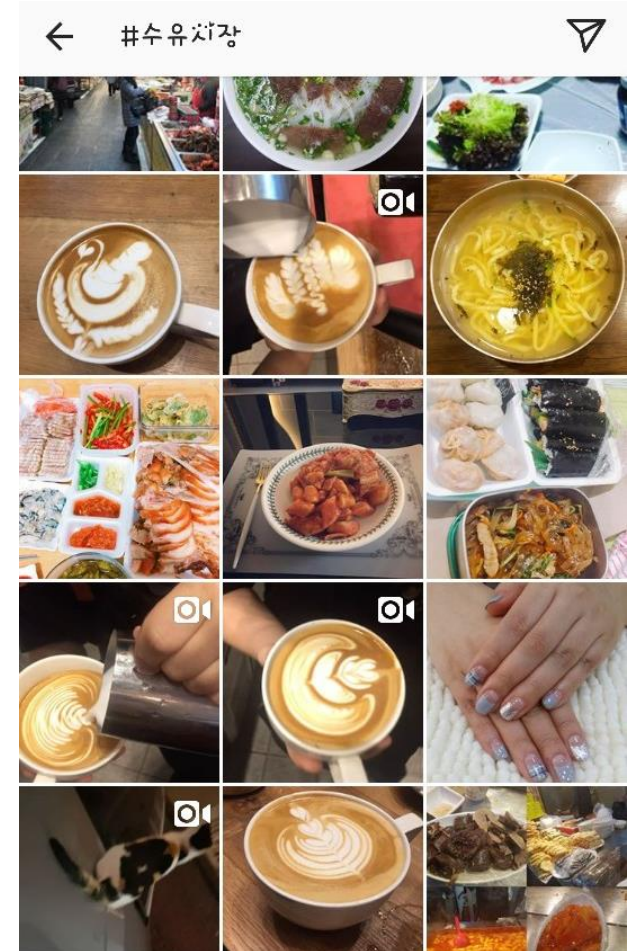
3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)



네일
호치민 쌀국수
마카롱 디저트

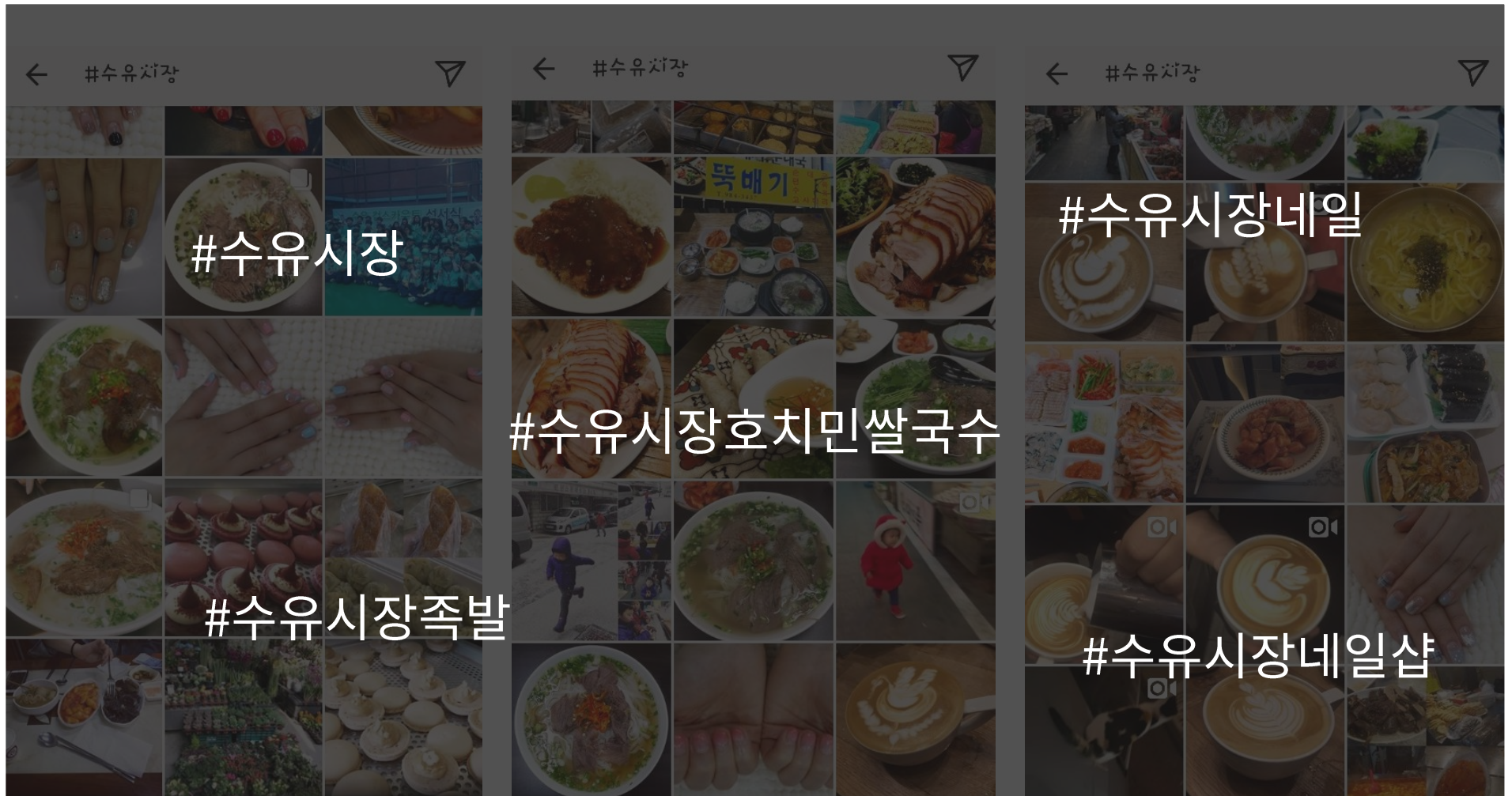


죽발

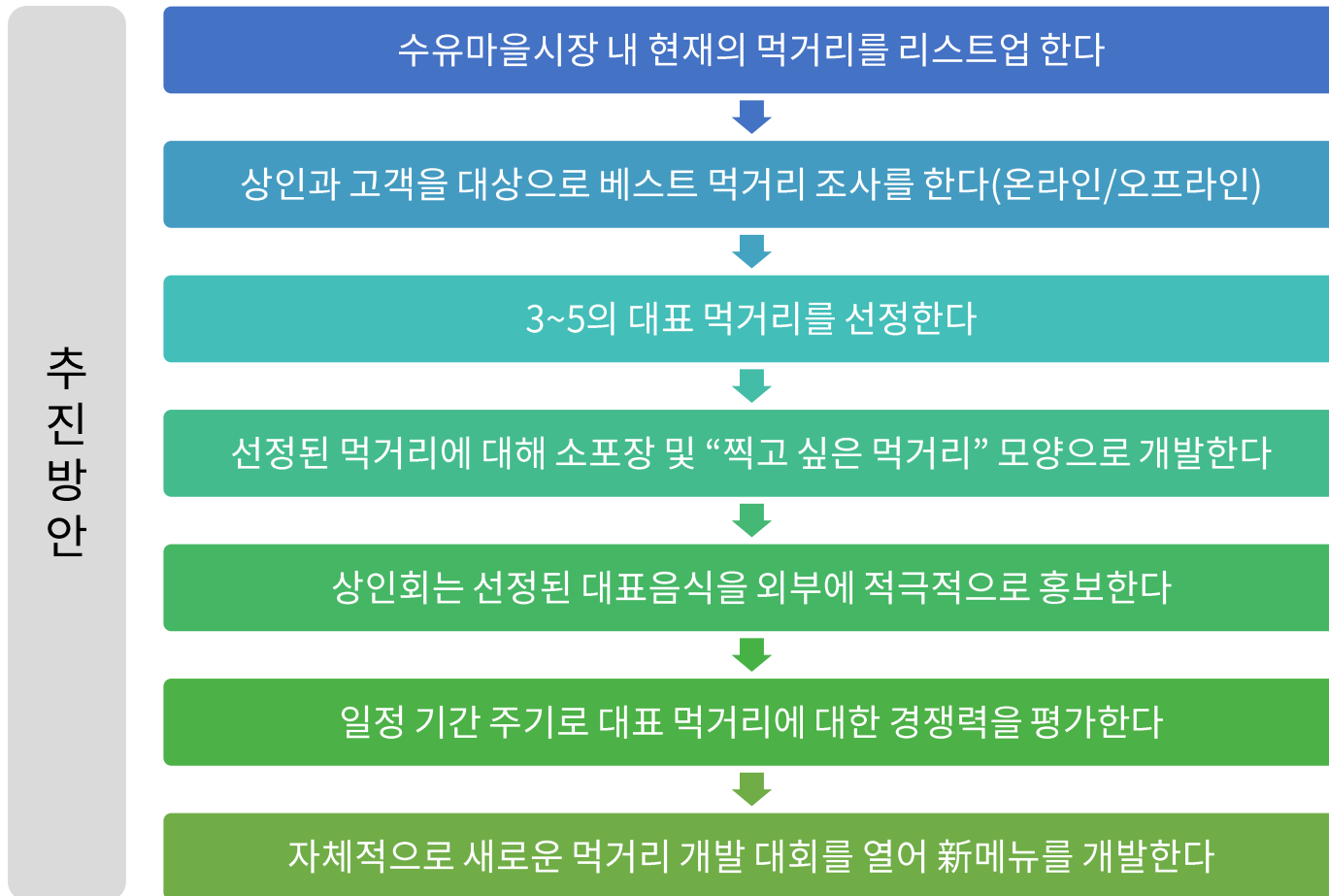


커피 파일럿 카페

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

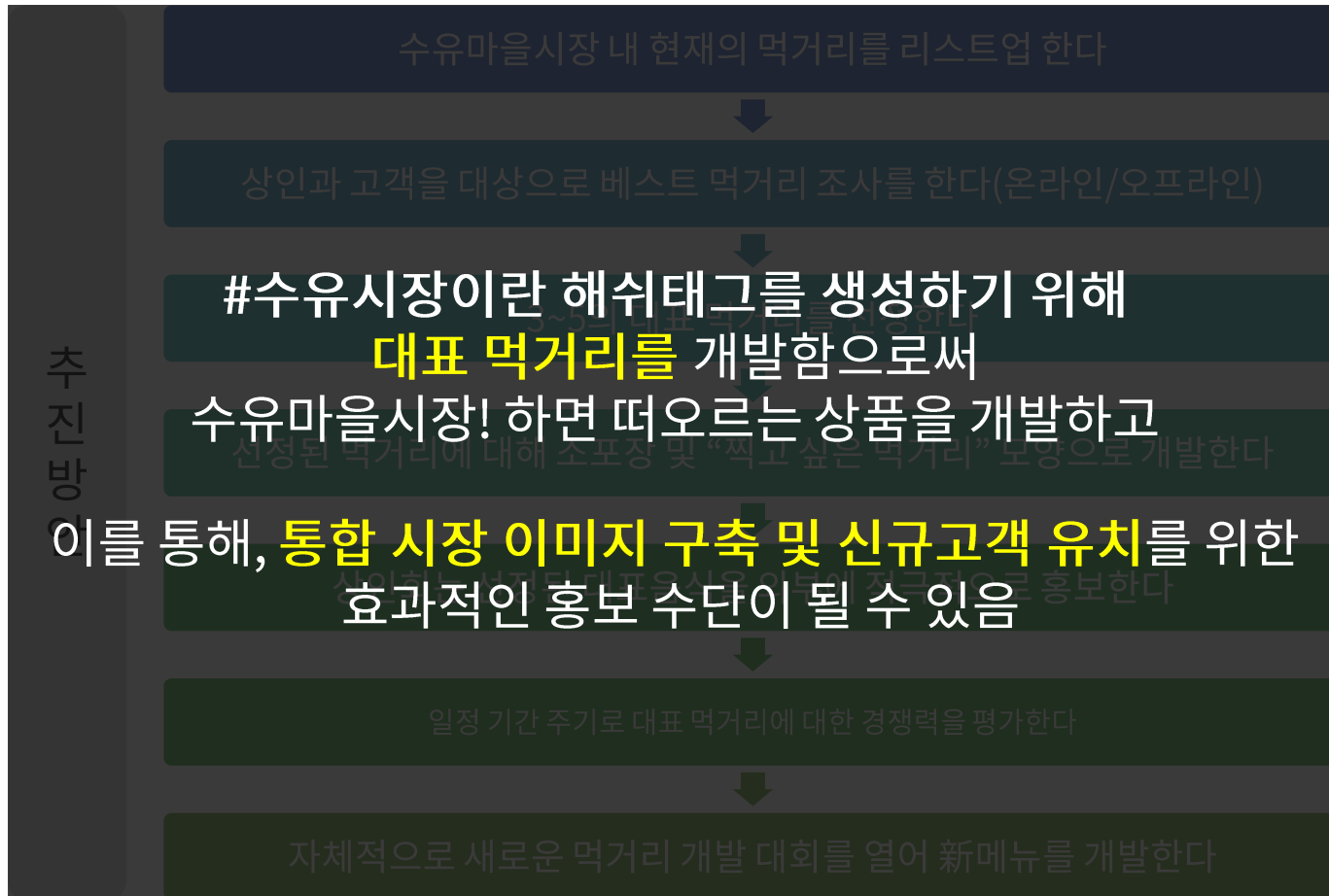


수유마을시장 대표 먹거리 개발



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

기대효과



지역선도시장, 글로벌 도약시장

2017 수유시장 다시찾기 **경품폭탄 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 원구점

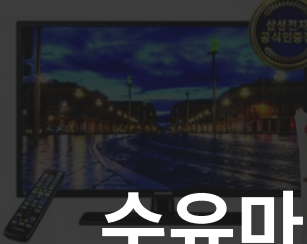
잔치2 경품대잔치 - 250분께 온누리상품권 2만원 증정

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

* 일부 물량은 현장에 계신 분을 추첨 하여 드립니다.

한번더 경품대잔치

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



추첨장소일시 : 10월(월)오후5시 골목삼거리
* 수유시장, 수유점등시장에서 상품을 구매하신경우 증정상품을 드립니다.
1등, 2등, 3등, 4등은 현장에 계신 분을 추첨하여 드립니다.

시장 행사에

수유마을시장의 문화를 녹여내라!

잔치3 대보름 전통놀이, 나만의 액자 만들기 - 선착순 100분께 무료참여 증정
전통연만들기, 전통탈만들기, 소원춧대만들기 7일(화), 8일(수), 9일(목) 오후 1~5시
나만의 액자만들기 11일(토) 오후 1~5시 *재료소진시 조기 마감할 수 있습니다.

잔치4 대보름 먹거리행사 - 선착순 300분께 무료참여 증정
가래떡볶이, 전통호박엿젤리, 부럼깨기 7일(화), 9일(목), 11일(토) 오후 1시부터 무료체험 시작

잔치5 대보름 달빛소원문쓰기 - 우수소원문 사진 선정 50분께 온누리상품권 2만원증정
대형 달집에 한해의 소망을 적어서 붙이고, 달집과 사진을 찍어서 카카오톡 친구(수유시장)에 사진을 올리시면 우수소망과 사진을 선정하여 50분께 온누리상품권2만원증정
결과발표는 14일(화) 개별통보합니다.

잔치6 대보름 오크밥 500인분 나누기 - 내방객께 무료증정
우리는 한 食口 오크밥과 삼색나물을 나누어 먹어요!!!
수유시장1층, 골목삼거리에서 10일(금) 오후 1시부터 무료로 나누어 드립니다.

잔치7 대보름 투호던지기 - 투발성공 150분께 온누리상품권 5천원 증정
6일(월)은 오후 2시30분 8일(수), 11일(토) 오후 2시에 골목삼거리에서 투호던지기 실시

잔치8 대보름 공연 - 풍물패, 서울시 거리에술단 5팀
대보름 풍물패공연 6일(월) 오후 1시부터, 거리에술단 6일(월)7일(화)8일(수)9일(목)10일(금) 공연 오후 2시

4

경품대잔치 51분께 2만원의 상품권을 드립니다.
투호던지기 투발성공 선착순 100명 온누리상품권 5,000원증정
생활용품 만들기 메모판,미니간판,스트링파우치,나만의 사진액자 (선착순 참가자무료증정)
가래떡나누기 가래떡 10말 썰기후 무료증정 (내방객 무료제공)

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

연번	구별	시장명	주요행사
1	충주	광장시장	제수용품(밥, 대추, 호두, 한과 등) 20~30% 할인 민속놀이(떡메치기, 투호연타기, 고리던지기, 제기차기)
2		창신골목시장	명절 차례상 시연(외국인관광객유치), 떡국용 떡 20% 할인 경동(복주머니), 사물놀이 공연
3		동인시장	상품구입고객 물러기 행사로 온누리 상품권 지급
4		동요시장	작가래물품 (명절선물세트, 과일, 굴비, 농축산물) : 10~40% 할인 산양미 불우아웃기 행사, 노래자랑 및 장기자랑
5		세종마을음식문화거리	제수용품 할인(10~25%) 민속놀이행사(물놀이, 투호놀이), 댄스경연대회(1.16)
6		서울남대문시장	공연 이벤트(각설이, 피아노, 보부상 순회공연)
7		남평화시장	사랑의 먹거리 나눔 행사(푸드트럭 운영, 커피, 어묵 등)
8		동평화시장	전 고객 전통차 증정 이벤트 10~30% 할인
9		서울중앙시장	농수산물 특가세일(전 품목 5~20% 할인) 노래자랑(1.20), 물놀이대회(1.21)
10		승례문수입시장	비세일(커피, 의류, 향수, 주방용품, 도자기류) 30~50% 할인 설맞이 민속놀이(제기차, 활씨름, 강신던지기, 투호) 도전 100% 노래자랑(1.24)
11	충주	산악부시장	제수용품(밥, 대추, 버섯, 딸기, 굴비 등 수산물) 10~20% 할인 민속놀이(1.20)
12		신원화페스티벌	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
13		태고	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
14		동일시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
15		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
16		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
17		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
18		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
19		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인
20		용문시장	제수용품(떡메치기, 떡국, 떡볶이 등) 10~20% 할인

연번	구별	시장명	주요행사
17	충주	금남시장	2만원 이상 구매고객 시장바구니 증정 민속놀이 행사(물놀이, 투호, 제기차기), 노래자랑(1.18)
18		죽도시장	제수용품 할인: 10~30% 온누리상품권 증정(5만원 이상 고객 1만원권)
19		마정축산물시장	음식체험행사(가래떡 굽기, 떡볶이 만들기, 떡국 만들기)(1.25) 구매고객 온누리상품권 증정: 10만원 이상 1만원권 전차바버올리공원(1.20), 전통놀이체험, 주부팔씨름선발대회, 가래떡 찌기 나눔 행사, 설맞이 민속대잔치 축제 노래자랑
20		용담상가시장	다트게임행사(방문고객 영수증에서 참여)(1.23~1.25) 민속놀이(물놀이, 제기차기, 투호놀이), 떡국 찌기 행사(1.22)
21		한양대앞상점가	노래자랑 및 장기자랑 (1.22)
22		왕십리도선동상점가	제수용품 할인행사(10~30%) 커피(1.21) 및 떡(1.22) 이벤트(방문 고객 사정 하고 시장밴드에 올리기)
23		행당시장	제기차기 등 문화행사(1.20) 제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10%
24		중곡계열시장	가래떡 찌기 대회 및 떡국 떡 나눔 행사(1.21), 노래자랑 제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10%
25		자양고사시장	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10%
26		영동고사시장	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10%
27	충주	노은시장	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
28		평안	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
29		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
30		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
31		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
32		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
33		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
34		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
35		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)
36		충주	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 할인행사 5~10% 우수고객 경품행사(3만원 이상 구매고객 온누리상품권 증정)

연번	구별	시장명	주요행사
54	충주	수유시장	구매고객 경품증정행사(1.19~2.3) 종류별 공연(1.19), 전통먹거리 행사(떡메치기, 떡볶이, 순대떡) 구매고객 경품 증정행사(1.19~1.21)
55		수유전통시장	나만의 머그컵 만들기(선착순 100명) (1.20) 고객 참여행사: 바느질공예, 목공예, 절도공예 (1.19)
56		수유재래시장	방문고객 투호연타기 행사(1.16), 가래떡 나눠주기(1.16)
57		강북부시장	제수용품 할인행사(축산물, 과일, 견과류, 생선) 10~30% 장기차 전월 경품증정: 주부 팔씨름 대회(1.23), 제기차기 행사(1.24)
58		강북종합전통시장	설맞이 특별 할인행사(경품) 10~40% 아마와 함께 장보는 모습 그리기 행사(우수상 시상) 떡국 찌기 행사(1.23) 참여자 사은품 증정, 노래자랑(1.24)
59		방학동도매시장	제수용품 할인행사(농축산물, 과일, 굴비) 10~30% 제기차기행사(1.17) 참여고객 경품증정 노래자랑 및 장기자랑(1.17), 고객 참여행사(만두 이벤트 및 찜기 등)
60		도봉구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~30% 2만원 이상 구입고객 증정, 떡국, 떡볶이 등
61		창동골목시장	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~30% 고객 감사 증정행사
62		상계골목시장	문화행사: 대형물놀이, 장가 년도 공제 등(1.21) 제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 설맞이 고객 감사 이벤트 공연(1.20) 참여: 경품증정 방문고객 경품행사(가래떡)(1.21)
63		노은구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
64	충주	관산내상점가	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
65		신원시장	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
66		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
67		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
68		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
69		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
70		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
71		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
72		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)
73		은평구	제수용품(축산물, 과일, 굴비 등) 10~25% 고객 감사 증정행사(가래떡)(1.21)

획기적인 행사를 기획하기 보다는
행사의 연계성과 일관성을
줄 수 있는 방법을 통해
시장 문화를 형성하는 것에
목적

‘수유’란 이름을 활용하여
행사 제목을 재미있게 각색함

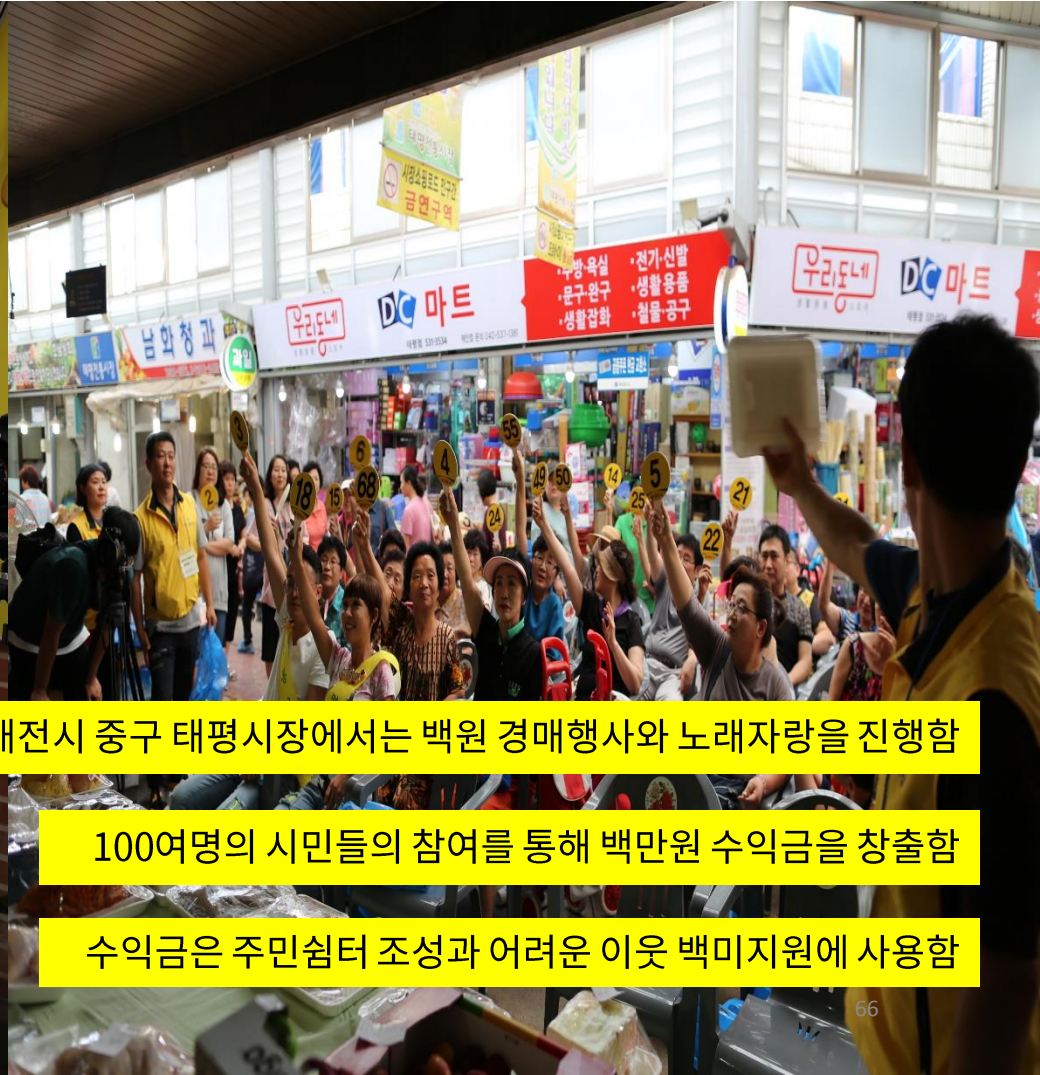
예) 시장에왔수유~
또왔수유~
상품권챙겨가수유~
백원에게저가수유~

“수유~ 행사 또 안하냐?”

“수유시장은 재미있는 이벤트를 많이 하는 거 같아”

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

<대전 태평시장 백원 경매행사 벤치마킹>



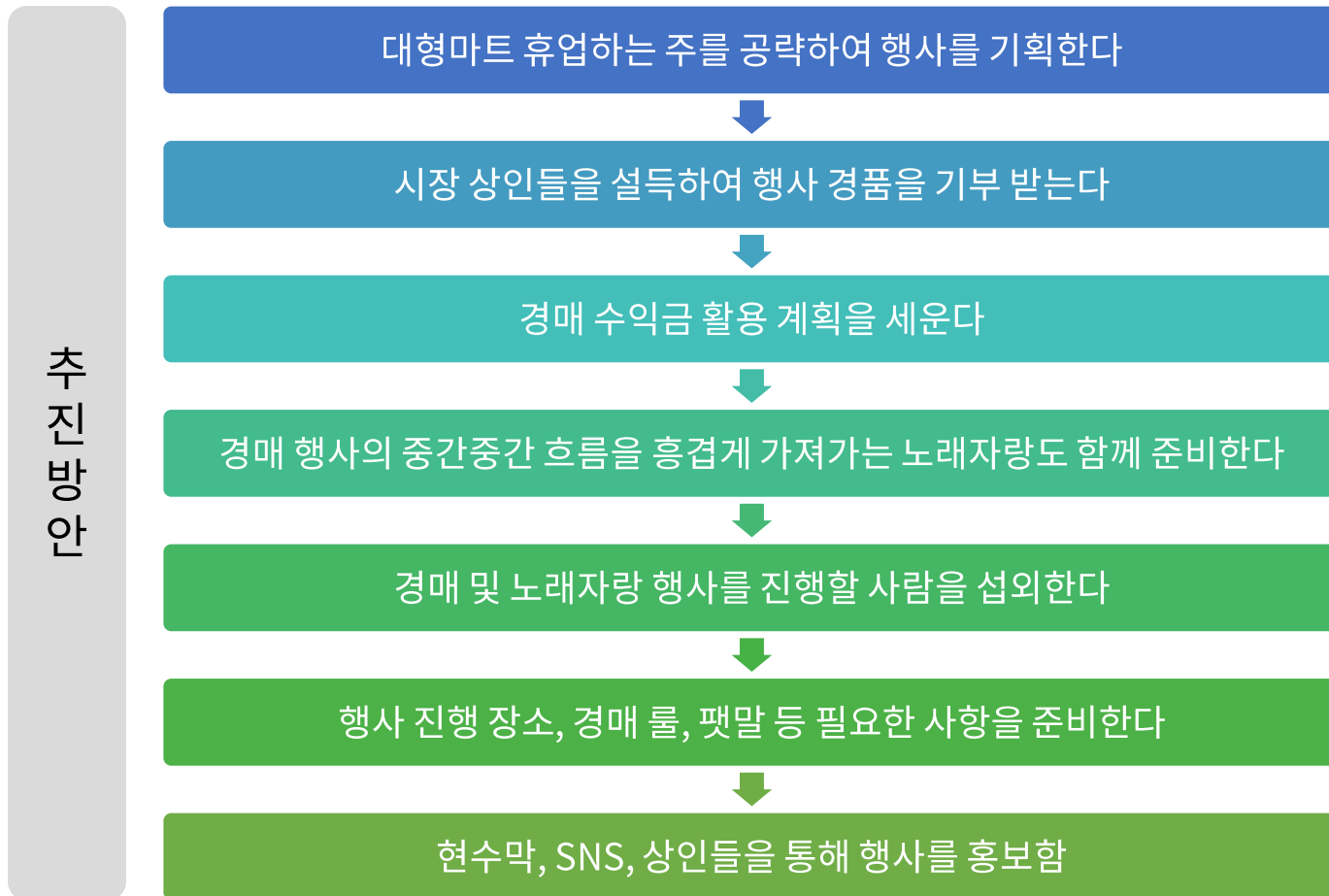
대전시 중구 태평시장에서는 백원 경매행사와 노래자랑을 진행함

100여명의 시민들의 참여를 통해 백만원 수익금을 창출함

수익금은 주민쉼터 조성과 어려운 이웃 백미지원에 사용함

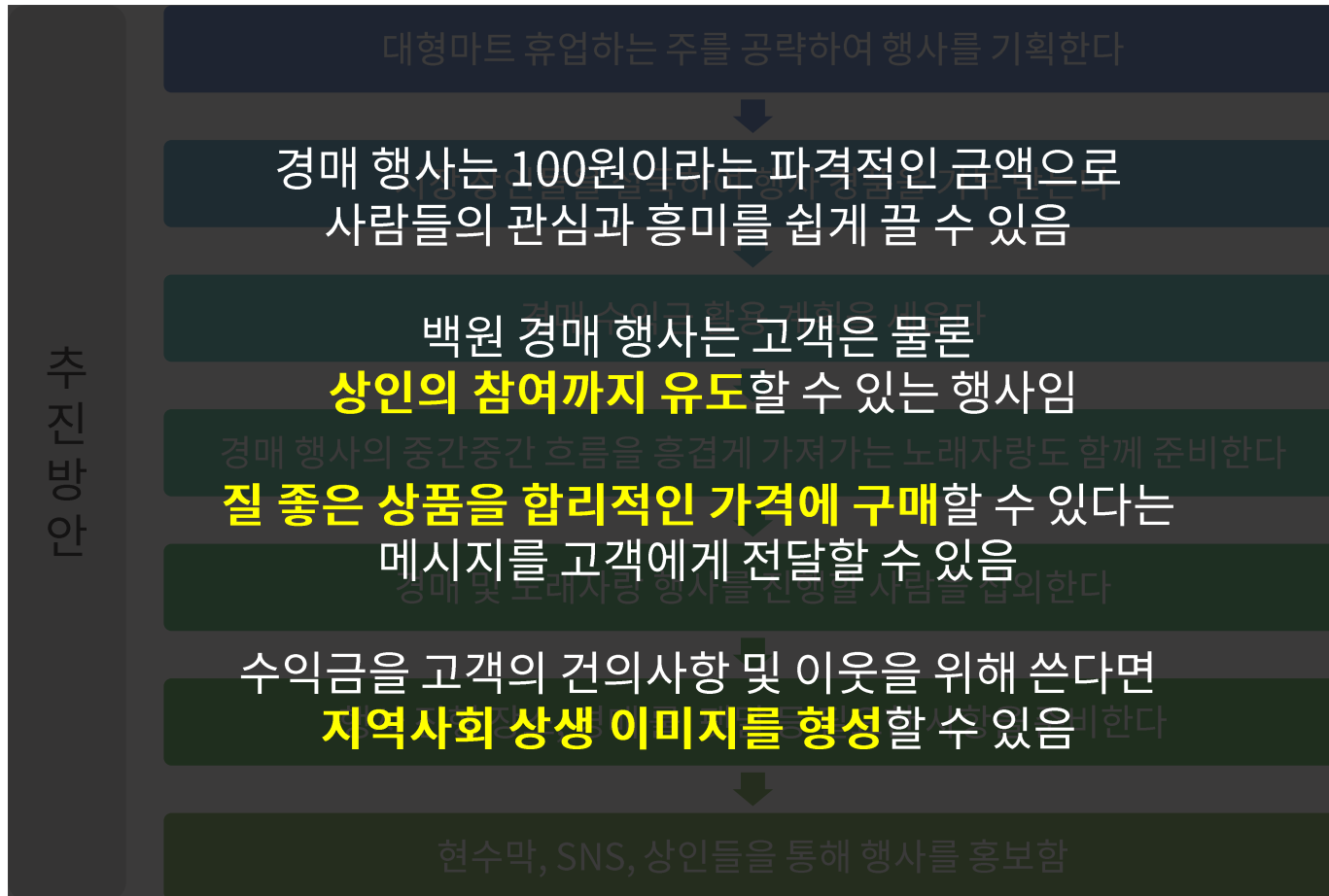
3-2. 수유마을시장의 Identity 형성 및 차별화 서비스(4종)

#백원에가져가수유



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

기대효과



5

에잇!(eight)떨이~

8시에 수유시장으로 모여라!

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



수유마을시장의 평균 폐장
시간은 7~8시 사이임

비교적 이른 폐장시간을 활용하
여 오늘 팔지 못한 상품을 저렴
한 가격에 파는 구조를 만들

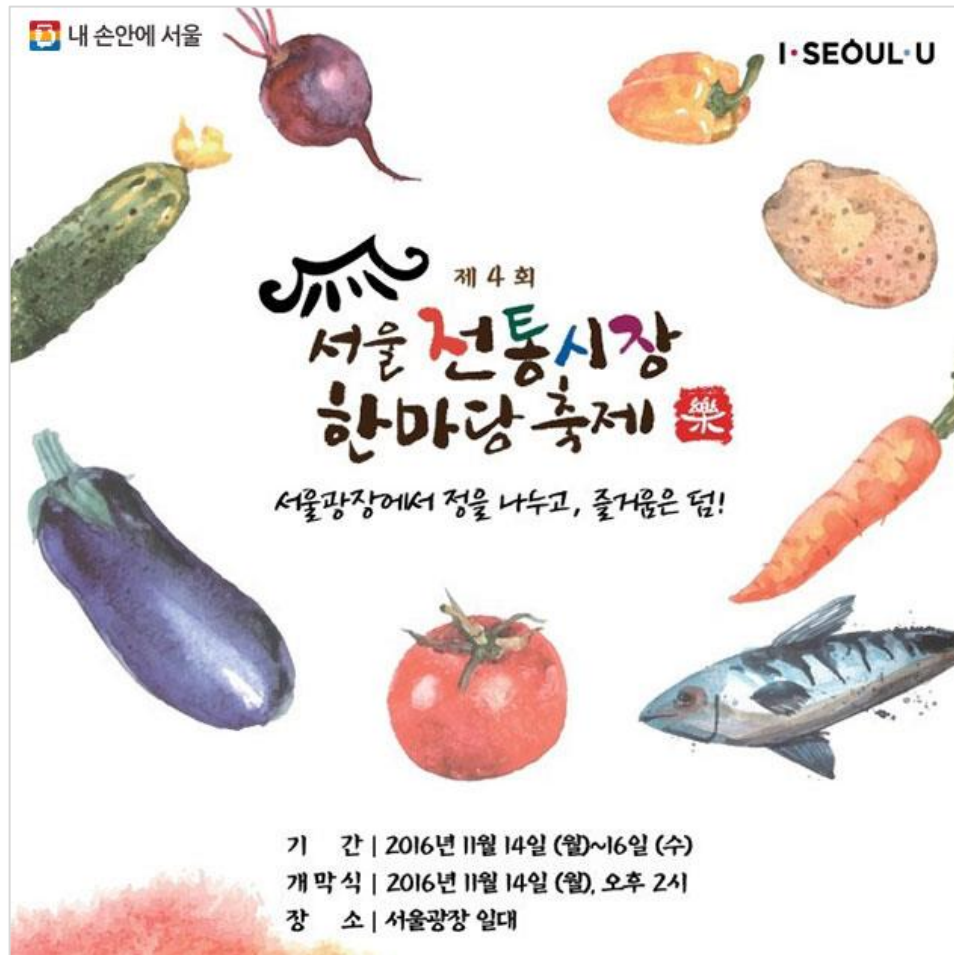
‘에잇!떨이~’를 통해

**시장이 신선한 상품만을 취급
한다는 인식과 시장의 ‘인심’을
고객에게 전달하는 것에 목적
을 둠**

참여를 희망하는 상인의
상품을 한 곳에 모아 매대를
설치하고 일괄 판매함

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

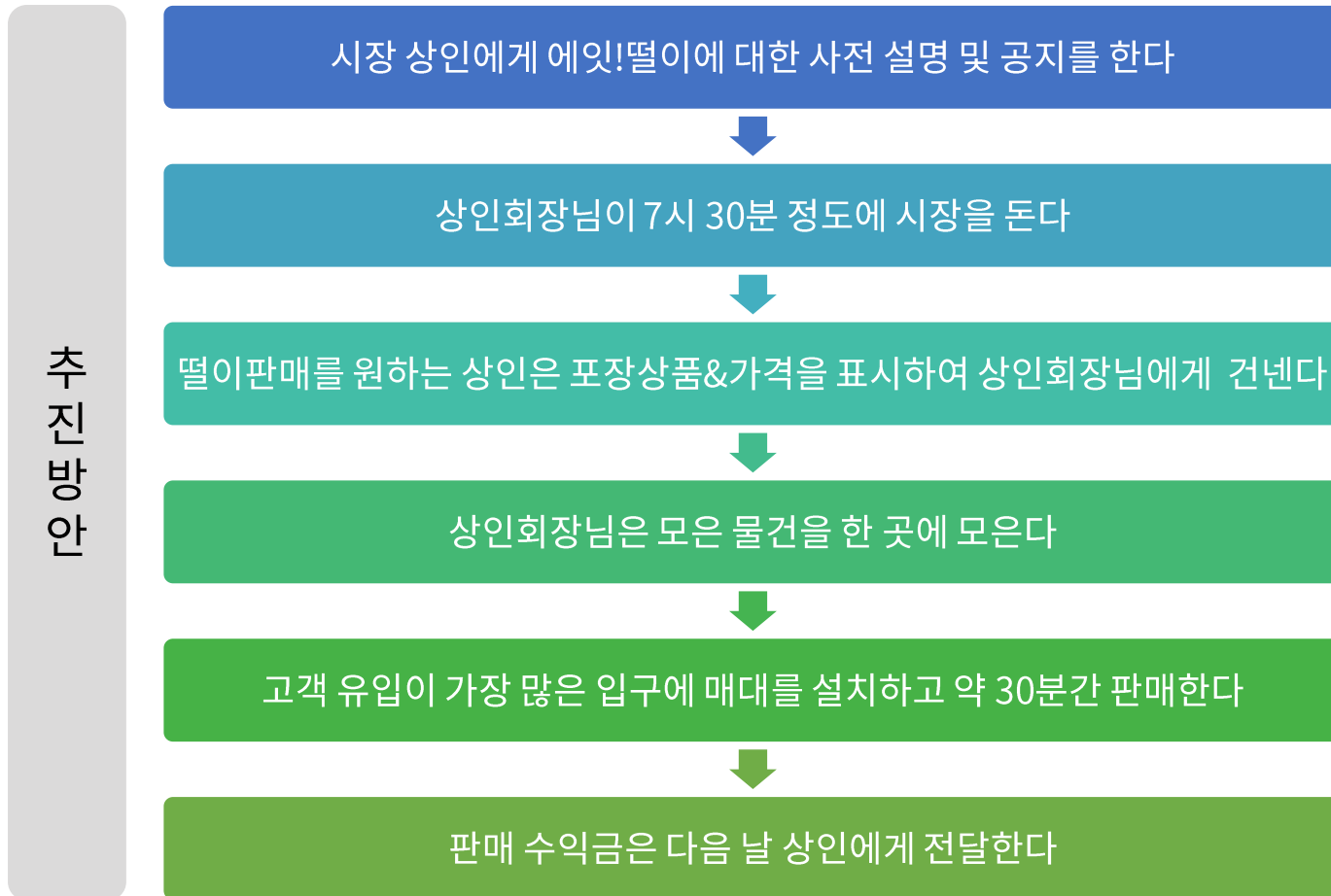
<제 4회 전통시장 한마당 축제 벤치마킹>



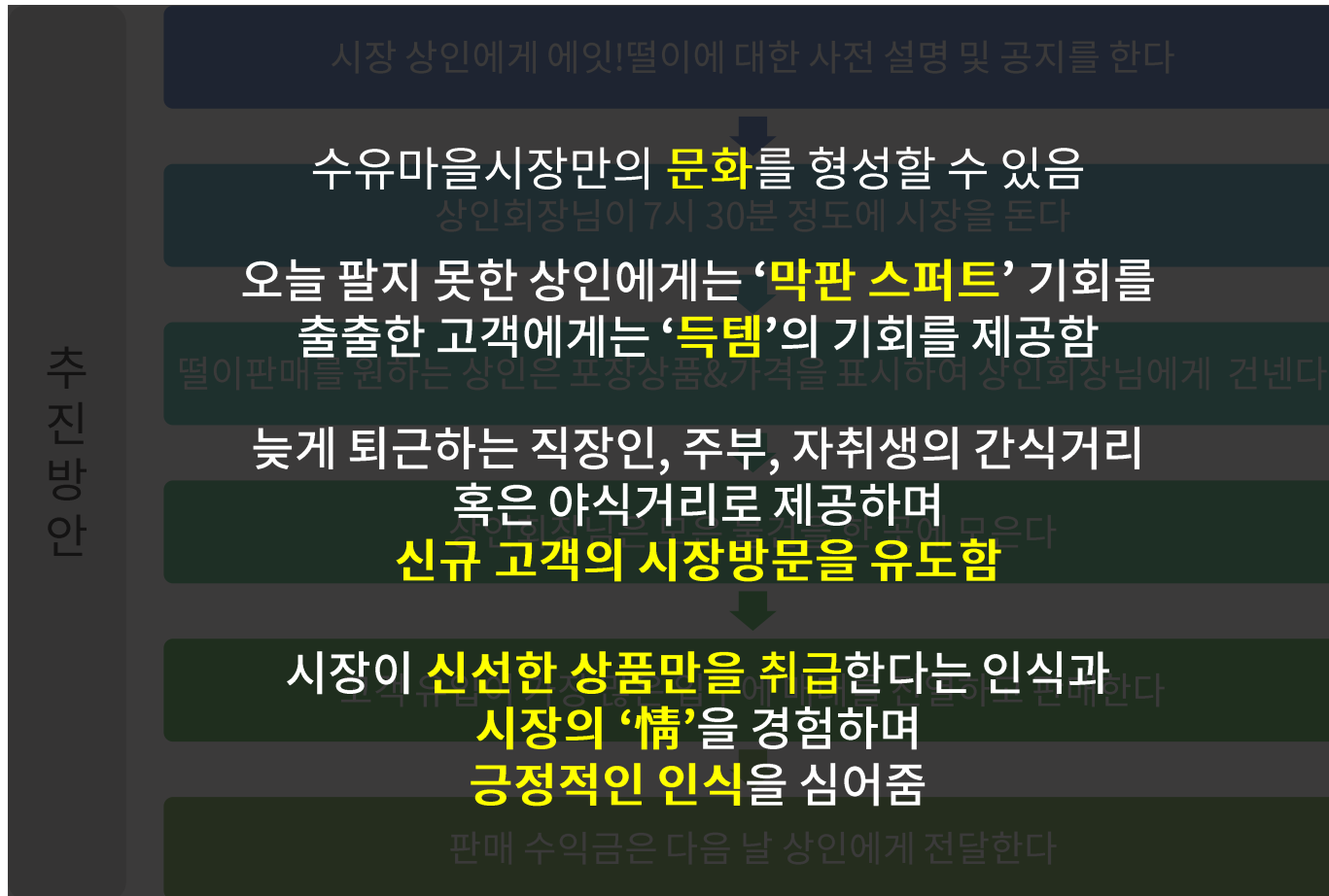
- ✓ 저녁 6시 폐장 직전에 부스 별로 할인 판매를 하는 '떨이식스'를 진행
- ✓ 전통시장의 질 좋은 상품을 더욱 합리적인 가격으로 접하는 기회를 제공하여 고객의 좋은 반응을 얻음

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

“에잇!떨이~”



기대효과

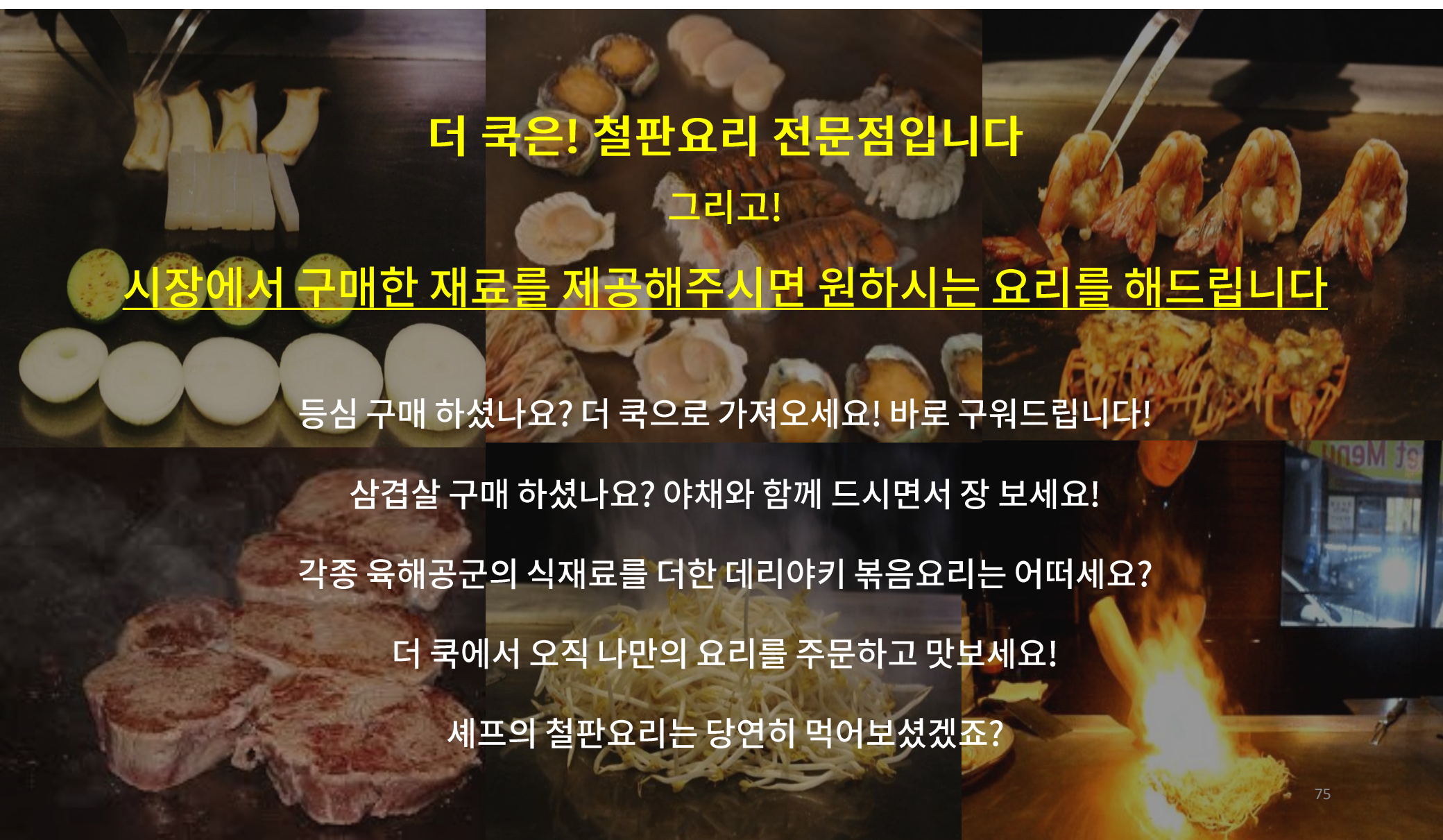


6

즉석에서 요리해드립니다!

더 쿡
(THE COOK)

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



더 쿡은! 철판요리 전문점입니다
그리고!

시장에서 구매한 재료를 제공해주시면 원하시는 요리를 해드립니다

등심 구매 하셨나요? 더 쿡으로 가져오세요! 바로 구워드립니다!

삼겹살 구매 하셨나요? 야채와 함께 드시면서 장 보세요!

각종 육해공군의 식재료를 더한 데리야키 볶음요리는 어떠세요?

더 쿡에서 오직 나만의 요리를 주문하고 맛보세요!

셰프의 철판요리는 당연히 먹어보셨겠죠?

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

[오꼬노모야키, 팻타이, 해물볶음밥 등]



즉석 메뉴

[등심구이, 생선구이, 삼겹살 숙주볶음]

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

즉석 요리 주문 방법

추진방안

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

즉석에서 신선한 재료로 만드는 음식,
나만의 레시피로 주문하는 재미를
통해

주부나 자취생에게 요리의 수고로움
을 덜어주는 편리함을 제공함으로써
신규고객의 니즈를 충족시킴

1차식품을 판매하는 상인과
고객간의 **중개역할**을 함으로써

수유마을시장만의 차별성과
매출 증대를 기대할 수 있음



고객을 가족처럼, 상인을 가족처럼

충성고객을 확보하라!



3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

주부 전통시장 이용 체험수기

안순옥

평소 유등 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 덤 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 기분 나쁜 말들을 하여 속이 상하기도 했습니다.

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

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

✓ 주차장 시설

✓ 활기찬 시장 분위기

✓ 상인의 정

✓ 덤

✓ 이벤트 행사

✓ 상인 마인드 교육

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

요즘 시장이 이렇게 더 변했으면 좋겠어요

제은옥

결혼 전에는 부모님들이 농사를 지으셔서 그냥 아무 고민 없이 잘 먹고 잘 살았습니다. 막상 결혼을 하고 살림이라는 것을 시작하니 양념부터 찢을 손가락 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 킬트천이나 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 가능 합니다.

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 붙이기에 당황했었다고 했다. 그땐 그냥 나의 일이 아니었기에 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 입장에서 이런 대우를 받아야 하나 싶어 기분이 상당히 나빴다.
그리고 그 친구의 말이 떠올라 씁쓰름한 웃음이 나왔다. 시장을 나오는 길에 예전부터 사고 싶었던 옷이 눈에 띄어서 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 중 이다.

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 붉히는 일이 있을 것 같아 시민 한 사람으로써 부끄럽기 짝이 없다.

재래시장에 손님이 없다고 망연자실 할게 아니라 다양한 소비자를 확보하기 위해선 상가 사장님들부터 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.

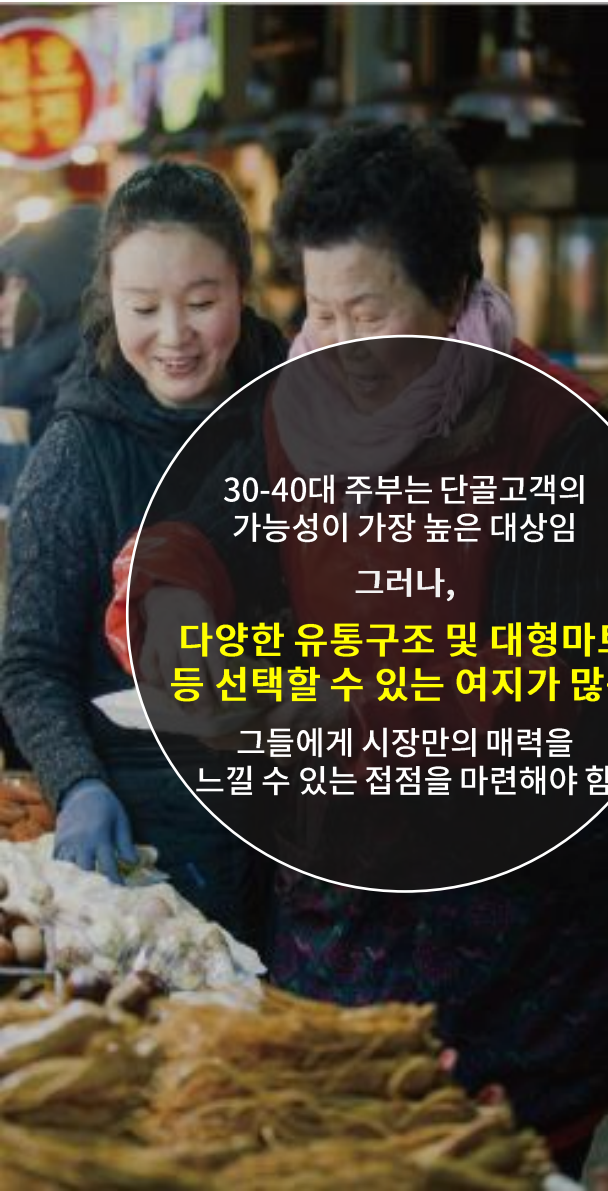
삼천포란 곳에서 자라서 그런지 저에게 진주 중앙시장은 너무 크고 많은 종류에 물건이 있고 시장을 다니면 눈이 즐거워지는 곳이고 금방 시간이 지나 갑니다, 8년 이라는 시간 동안 살면서 시장에서 장사 하시는 상인 분들과 눈인사 할 정도에 친분도 쌓고 덤이라는 걸 받으면 기분도 좋아지는 완전한 주부 입니다.

아이들이 아직 어려서 저렴한 상설 가게를 가면 외국에서 시집오신 다문화가정에 주부가 일하는 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 좋아하실 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)

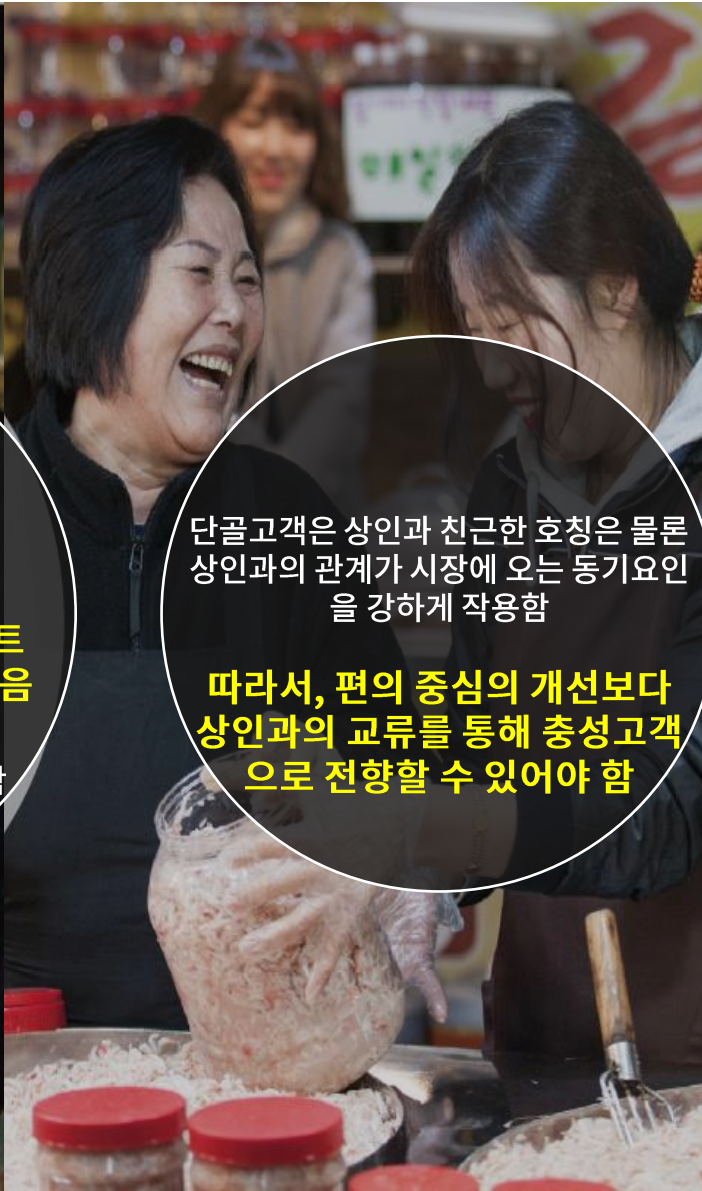


30-40대 주부는 단골고객의
가능성이 가장 높은 대상임

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

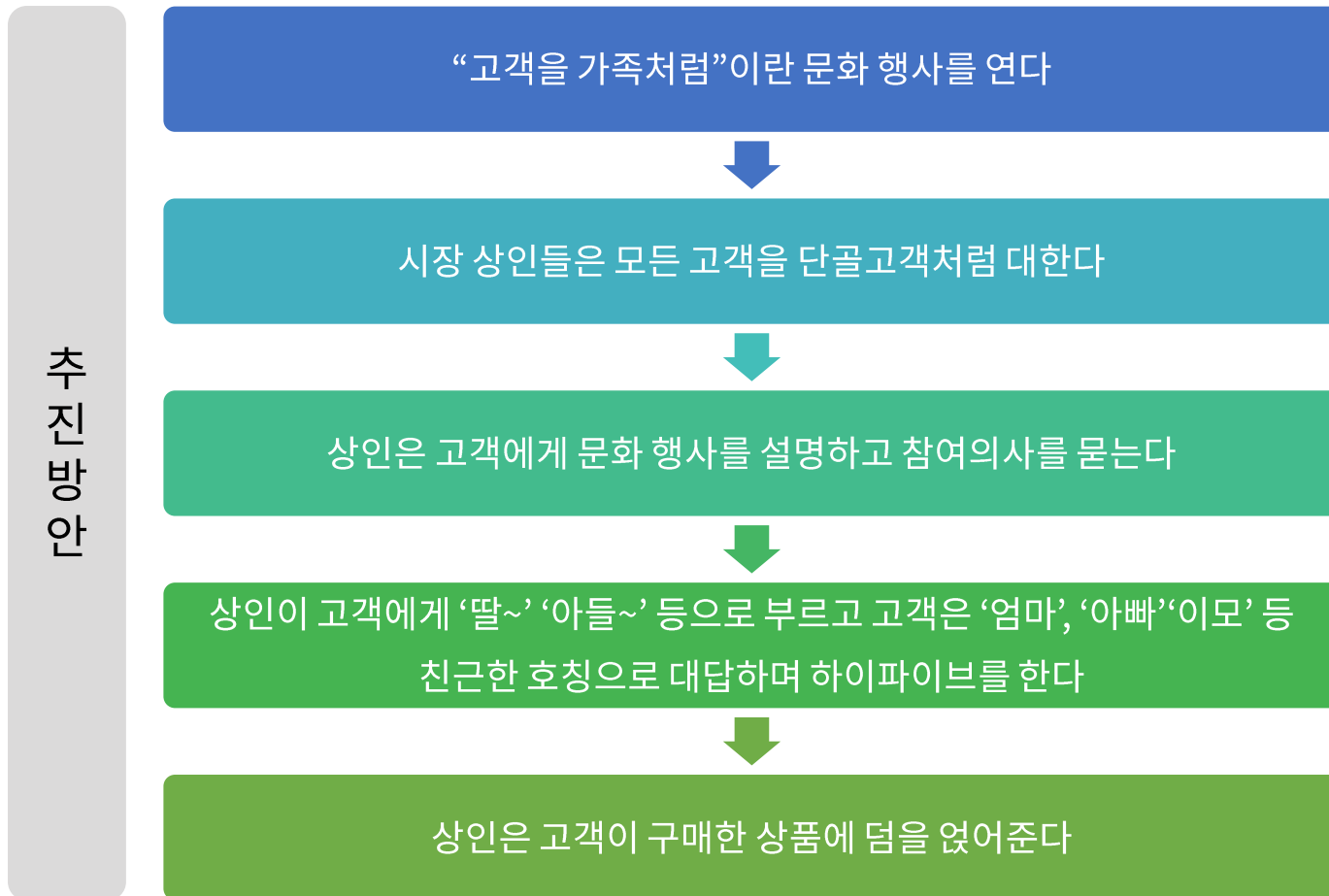
**따라서, 편의 중심의 개선보다
상인과의 교류를 통해 충성고객
으로 전향할 수 있어야 함**



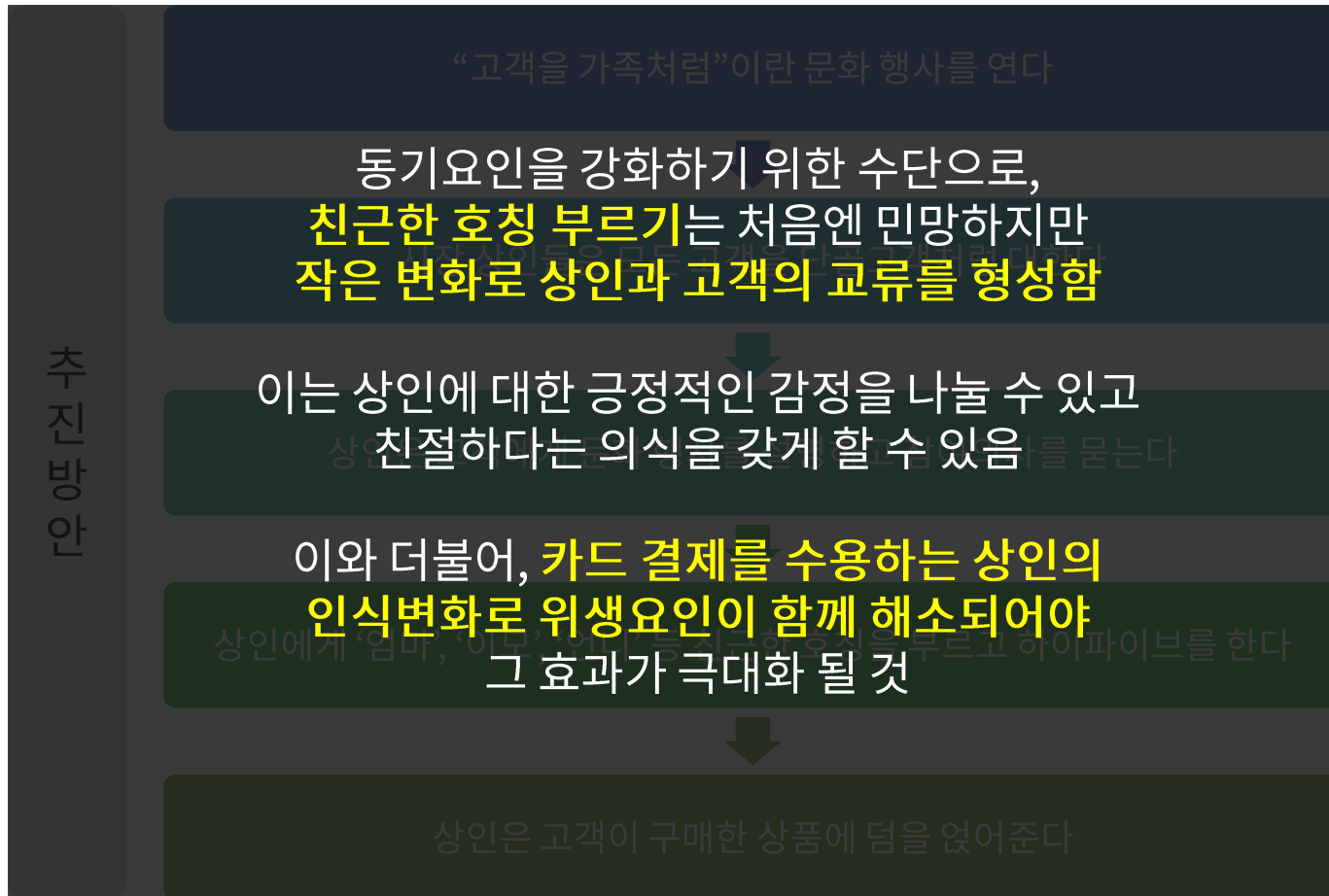
상인을 ‘엄마~’ ‘이모~’ 와 같은
**친근한 호칭으로 부르며
‘고객을 가족처럼’이란 비전을
몸소 실천함**

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

이모라고 불러줘~



기대효과



수유마을시장 대학생 홍보단

직접 시장을 홍보하라!

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)



기존 전통시장의 상품 및 고령층 중심의 형태는 **시장의 침체와 지속성의 문제를 야기함**

인근 다수의 교육기관이 위치함 점을 고려하여 대학생을 타깃함

대학생 홍보단을 모집하여 시장에 대한 자연스러운 관심과 방문을 유도함

직접 주체가 되어 시장을 체험하고 홍보함으로써 **시장과의 접점을 형성**하는 데 목적을 둠

홍보단을 통해 **학교 연계 활동의 범위를 확장**시키고,

교육기관을 대상으로 **새로운 사업기회를 발굴**할 수 있음

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 참여가능(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) 소상공인특화 지원사업, 소상공인 활동조금, 희망이벤트 패키지,
상권정보 시스템, 문화관광 행사권, 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
파일명: "소상공인 대학생 홍보서포터즈_홍길동_지역명"으로 제출
메일주소: semaspr@naver.com

4. 합격자 발표

2015년 7월 17일(금)
발대식 일정 추후 통보



3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

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

대한민국 서민경제의 힘인 소상공인과 전통시장을 응원하고, 다양한 지원사업을 보다 쉽고/ 보다 자세히/ 보다 널리! 알려주기 위해 2015년 소상공인 전문 시장 대학생 홍보서포터즈를 모집합니다

청년 점포 적극 홍보 지원!

1. 자격조건

모집대상 및 인원
대한민국 대학생이면 누구나 참여가능(10명)
전국단위 모집, 개인 블로그 및 SNS운영자

3. 접수방법

모집기간
2015년 6월 24일(수)~7월 13일(월)
지원서 다운로드 후 이메일 접수
파일명은
"소상공인 대학생 홍보서포터즈_홍길동_지역명"으로 제출

2. 활동내용

소상공인시장진흥공단 지원사업별 팀 구성 후 발대식 일정 추후 통보
성공사례, 지원사업 등에 대한 취재 및 콘텐츠 제작
※ (지원사업) 소상공인복합 지원사업, 소상공인활동조금, 희망이던 패키지, 상권정보 시스템, 문화관광 행사권, 상인교육, 소상공인 컨설팅 등

시장 활성화를 위해 직접 참여형 & 실전형 활동 전개

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

3-3. 고객 다양화를 위한 서비스(2종)

수유마을시장 홍보단 모집

추진방안

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

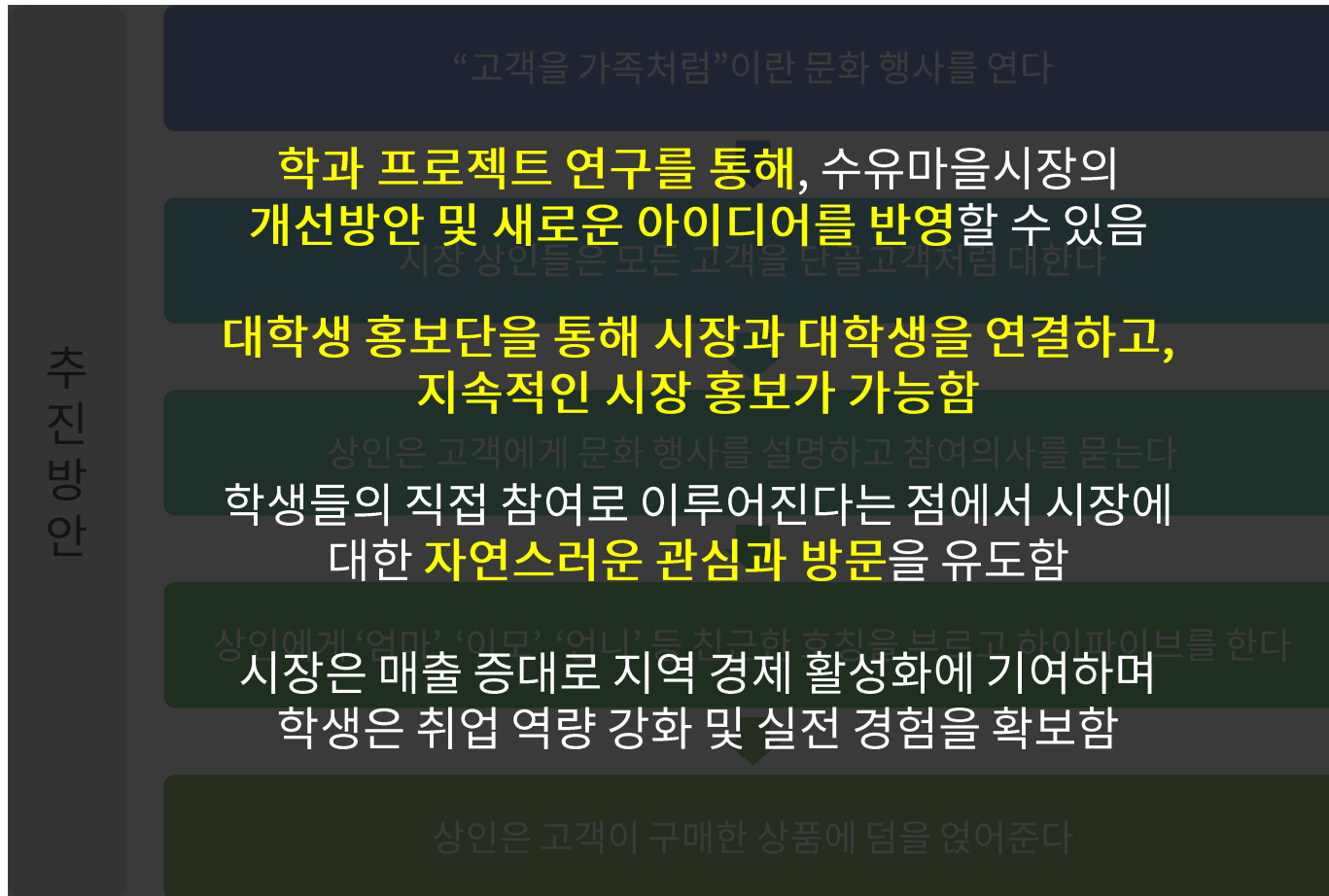
모든 팀은 홍보 대상 선정 및 방안을 수립한다

선정된 대상 및 행사를 홍보하기 위해 각자의 역할을 수행한다

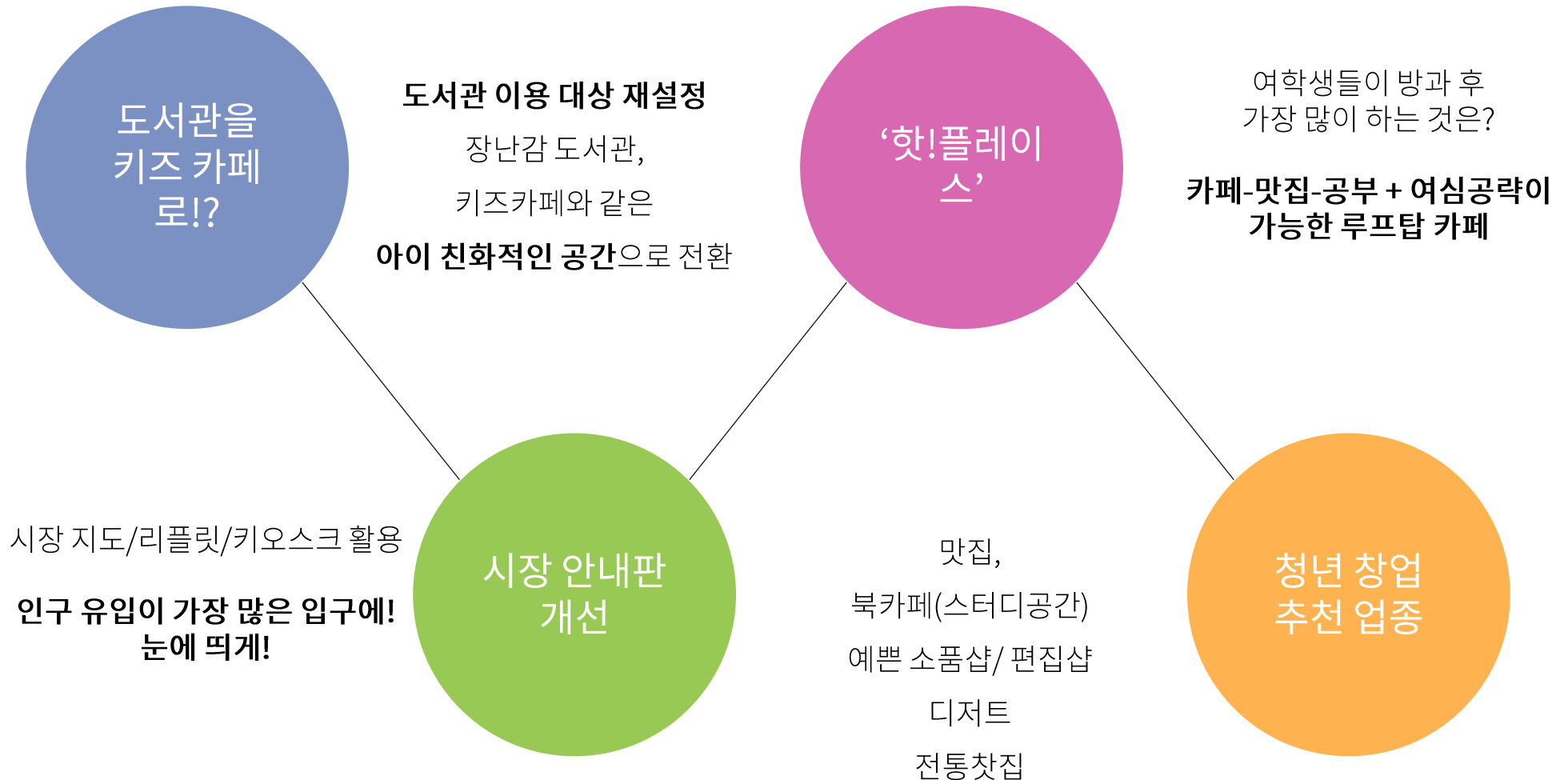
커뮤니케이션팀은 교내 동아리와 연계 기회를 모색하고,
학생들이 진행하는 수유마을시장 관련 프로젝트를 팔로업한다

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

기대효과

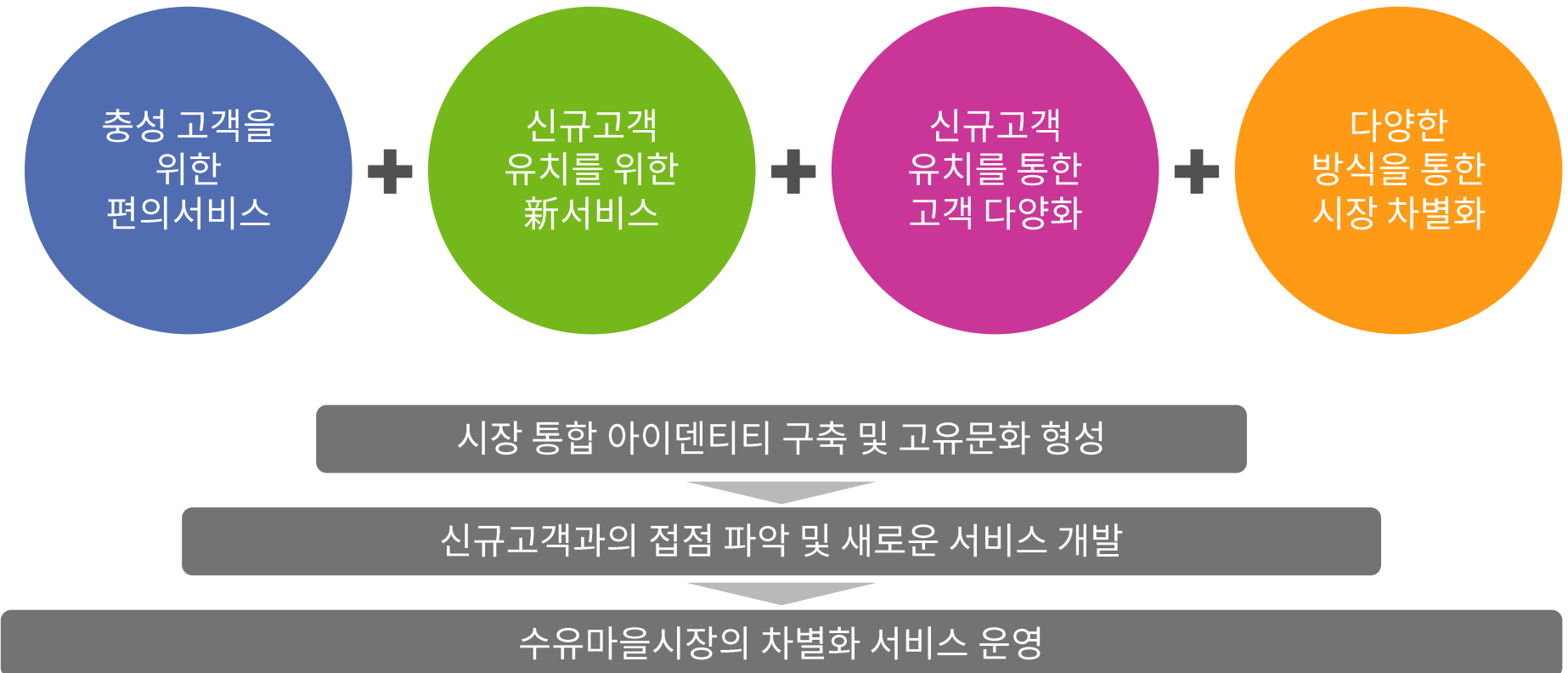


+추가 서비스 아이디어



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