

사업계획서 **작성 사례**



사업계획서 작성 TIP

: 효율적인 사업계획서 작성 방법

사업계획서의 **용도**

사업계획서는 본래 하나

- ◆ 이해관계자들의 요청이나 경영자의 판단에 따라 원래의 사업계획 내용을 유지하면서 적절한 수준으로 수정되어 제공

외부 보고 목적의 사업계획서 작성

- ◆ 각 이해관계자들의 주요 관심사항들에 대한 이해가 매우 중요함



이해관계자	목표	사업계획서 중점 사항
경영자, 종업원 등 기업 내부	사업목표달성, 관리	<ul style="list-style-type: none">◆ 실행가능성◆ 달성목표에 대한 보상
벤처투자자	기업가치 상승	<ul style="list-style-type: none">◆ 투자수익률◆ 현금흐름, 매출액 성장을
M&A 등 전략적 파트너	시너지 확보, 기술역량확대, 상호보안	<ul style="list-style-type: none">◆ 기술수준, 제품력◆ 유통망, 고객
금융기관	회수안정성, 이자수익	<ul style="list-style-type: none">◆ 담보능력◆ 재무안정성, 현금흐름
정부 및 산하기관	고용창출 지역발전	<ul style="list-style-type: none">◆ 고용증대 및 유지◆ 지속가능성

상권분석

- ✓ 점포를 활용한 사업을 위해서는 초기투자가 많은 비중을 차지
→ **상권 및 입지 분석**은 기본요소이자 필수요소임



무료상권분석 사이트

1	소상공인 상권정보 시스템	http://sg.sbiz.or.kr
2	우리마을가게 상권분석 서비스	http://golmok.seoul.go.kr
3	나이스비즈맵	http://nicebizmap.co.kr
4	지오비전	http://bizanalysis.geovision.co.kr

사업계획서를 작성 시 상권분석 자료를
사업계획서 상에 기입!

다양한 사업계획서 작성 사례



외식업 사업계획서 **사례**

Point 1	경쟁점포가 어떤 메뉴를 구성하여 장사를 하고 있는지 분석
Point 2	결정하고자 하는 아이템이 트랜드에 적합하며 지속 가능한지 경쟁력 분석
Point 3	프랜차이즈의 현황과 동향을 살핌
Point 4	전문적인 조리기술이 어느 정도 필요한지 확인
Point 5	고객을 끌기 위한 독특한 마케팅 및 홍보 전략이 있는지 확인
Point 6	창업아이템에 적합한 상권 및 입지 분석이 이루어졌는지 검토



[1] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업개요

사업배경 및 **비전**

사업배경

1인 가구가 늘어나는 추세로 1인을 위한 레스토랑이 없기 때문에
1인 식당을 생각을 하면서 사업적으로 구체화시키고 싶었음

비전, 경영철학



친환경



위생 청결



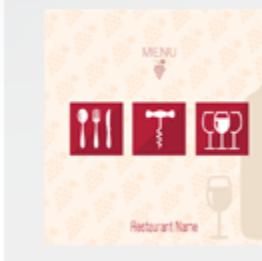
고객 만족



[1] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업개요

아이템개요

아이템개요



1인 가구들이 편안하게 먹을 수 있는
1인 코스 요리

사업목적

- ◆ 1인 외식 사업을 발전시키기 위해
- ◆ 1인의 음식의 질을 높이기 위해 코스요리 제공
- ◆ 혼자서도 편안하게 먹을 수 있는 분위기 조성



[2] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 기업개요

기업 현황

회사명	000
설립일	2018년 5월
업 태	외식업 (레스토랑)
예상 매출액	1년 약 2억
대표자	홍길동
종업원수	3명
주 소	부산광역시 남구 수영로 309
연락처	010-0000-000

[2] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 기업개요

조직구성





[2] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 기업개요

핵심**역량**

소비자의
높은 만족도

고급 식자재와
저렴한 가격

젊은 패기와
열정

유기농 채소와
한우 사용



[2] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 기업개요

팀원의 **역량**

우리의 업종에 적합하게 작성하는 것이 중요!

성명	학력	주요경력	담당업무
홍길동	OO대 석사 졸업	호텔 외식 조리 학과 출신 OO레스토랑 10년 근무 한식, 양식, 중식, 다도 자격증 소지	CEO, 요리, 메뉴 개발
홍길동1	OO대 졸업	호텔 외식 조리 학과 출신 OO레스토랑 3년 근무 한식 자격증 소지 전국 공모전 글짓기 부분 우승	요리, 메뉴개발, 고객관리, 총무
채용예정	학사이상	마케팅회사 3년 이상	마케팅, 고객관리



[2] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 기업개요

보유 네트워크



지인을 통해 저렴한
가격으로 구입



고급인력 고용



꾸준한 메뉴 개발



마케팅 비용절감
입소문



지원금으로 창업초기
자금 조달

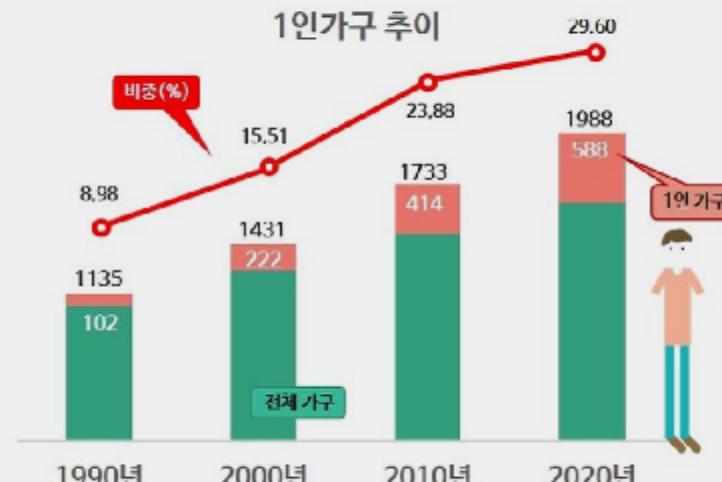


[3] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 시장환경 분석

시장 현황, 전망

시장 현황

1인 코스요리에 맞게끔 1인 가구에 대해 분석!





[3] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 시장환경 분석

시장 현황, 전망

시장 전망



1인 가구 증가와 함께 혼자서 식사를 하는 이른바 “혼밥족”도 늘고 있음

→ 혼자서 식사를 당당하게 하는 사람들이라는 개념으로 인식이 점차 바뀌고 있음

이런 추세를 반영해 혼밥족을 겨냥한 **1인 메뉴를 출시**하거나, **혼자서 먹기 좋은 환경을 제공**하는 등의 마케팅 활동을 활발히 진행하고 있음



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

경쟁사 분석

비교항목	아웃OO 레스토랑	김밥OO	OO 떡볶이	자사
주요 특징	다양한 조리 방식 이용	다양한 메뉴	간단하게 즐길 수 있음	1인 코스요리
평균 가격	30000~70000	2000~5000	3000~5000	20000~30000
장점	제휴사를 통한 할인 가능	24시간 이용	빨리 나오는 음식	음식의 질이 좋고 혼자서도 여유 있게 식사 가능한 분위기 조성
단점	패밀리 레스토랑으로 1인 이용에 부담이 큼	음식의 질이 낮음	음식의 질이 낮음	혼자서 부담하기엔 다소 높은 가격



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

창업아이템 **내용 및 특징**

창업아이템 내용

Course A



Course B



1인 고객만을 위한 **양식 코스요리 제공**



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

창업아이템 **내용 및 특징**

특장점



1인 맞춤 코스요리
제공



분위기 조성



가격 DOWN



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

창업아이템 **내용 및 특징**

PPT로 사업계획서를 쓰는 경우
그림이나 이미지를 많이 사용하는 것이
가독성을 높일 수 있음

1인 맞춤 코스요리
제공

분위기 조성

가격 DOWN



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

창업아이템 **구조**

* 단품주문 시 위 서비스 절차 생략 가능 *



[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

차별성과 경쟁력

차별성

- ◆ 국내 유일 1인 코스 요리 전문점
- ◆ 고급 식자재(유기농) 사용
- ◆ 1인이 부담없이 먹을 수 있게 환경 제공





[4] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 창업아이템

차별성과 경쟁력

제품 경쟁력	유기농 식자재와 고급 한우 사용
가격 경쟁력	프랜차이즈, 호텔 코스 요리보다 훨씬 저렴한 가격으로 즐길 수 있음
서비스 경쟁력	주문 즉시 조리를 하기 때문에 고객의 기호에 맞게 조리 가능
유통 경쟁력	소자본으로 고급 레스토랑이 창업이 가능



[5] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 마케팅전략

SWOT 분석

외부환경		기회 (O)	위협 (T)
내부환경			
강점 (S)	<ul style="list-style-type: none">◆ 1인 가구가 늘어가고 있는 추세이지만 2인 이상 먹는 곳이 많다◆ 젊고 열정적이며 패기가 있다◆ 외식전공으로 아이디어가 많다◆ 창업 교육을 받았다◆ 활발하고 긍정적이다	<ul style="list-style-type: none">◆ 1인 가구가 많아지고 있다◆ 청년 사업 기회가 많다◆ 정부지원이 높다◆ 조리 전공자이기 때문에 1인을 위한 맞춤형 요리 개발이 가능하다	<ul style="list-style-type: none">◆ 경쟁 업체가 많다◆ 브랜드가 많다◆ 퓨전 음식이 많다◆ 선진 문화◆ 개인 시간이 줄어 듦다◆ 부동산 가격 증가◆ 1인 식당이 늘어나는 추세◆ 전공 지식을 통한 아이디어로 경쟁 업체의 메뉴보다 차별화된 메뉴를 개발 할 수 있다
약점 (W)	<ul style="list-style-type: none">◆ 자본이 부족하다◆ 점포의 인지도가 낮다◆ 보유 자원이 부족하다◆ 수상 경력이 없다	<ul style="list-style-type: none">◆ 청년 창업의 기회가 많다◆ 돈이 없고 경력이 부족하지만 창업 지원을 해주는 사업이 많기 때문에 자금 조달이 된다	<ul style="list-style-type: none">◆ 공부와 교육을 많이 듣고 수상을 해서 경쟁 업체보다 위에 설 수 있다



[5] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 마케팅전략

SWOT 분석

		기회(O)	위협(T)
외부환경	* 1인 가구가 점차적으로 많다 * 전문사업 기회가 많다 * 경쟁자很少하다	* 올리브 대체 * 카페화되는 * 혼자 먹고자 * 혼자 먹는 음식	* 경쟁업체가 많다 * 보증금이 많다 * 충전음식이 많다 * 개인사업이 들어가는 주제
내부환경	* ① 1인 가구는 2010년 2015년 * ② 경쟁업체 * ③ 개인사업 * ④ 교육을 받았다 * ⑤ 개인하고 결혼했다		
강점(S)	* ① 1인 가구는 2010년 2015년 * ② 경쟁업체 * ③ 개인사업 * ④ 교육을 받았다 * ⑤ 개인하고 결혼했다		
약점(W)	* 개인화 부족하다 * 경쟁업체도 많다 * 경쟁자很少하다 * 수입 경력이 있다	* 전문점인 데 기회가 많다 * 전문하고 개인화 부족하다 * 경쟁업체가 많다는 사업의 단점 때문에 가격 조정이 된다	* 개인화 교육을 많이 들고 수입을 해서 경쟁업체보다 판매할 수 있다

위협 요인과 강점 요인을 조절해서
표의 형태로 SWOT 분석을 하면 충분함!



[5] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 마케팅전략

STP

STP	차별화 내용	포지셔닝					
시장세분화	<ul style="list-style-type: none">◆ 20, 30대 1인 남녀를 대상◆ 부산 지역 오피스 가◆ 대학생, 맞벌이 부부를 대상	<p>맛 ↑</p> <table border="1"><tr><td><ul style="list-style-type: none">● 호텔● 아웃백● 빕스● 후쿠오카</td><td><ul style="list-style-type: none">● HONS● 서가앤쿡● 스테이크 하우스</td></tr><tr><td></td><td><ul style="list-style-type: none">● 허기더기● 모모스테이크</td></tr></table> <p>고가 저가</p> <p>맛 ↓</p>		<ul style="list-style-type: none">● 호텔● 아웃백● 빕스● 후쿠오카	<ul style="list-style-type: none">● HONS● 서가앤쿡● 스테이크 하우스		<ul style="list-style-type: none">● 허기더기● 모모스테이크
<ul style="list-style-type: none">● 호텔● 아웃백● 빕스● 후쿠오카	<ul style="list-style-type: none">● HONS● 서가앤쿡● 스테이크 하우스						
	<ul style="list-style-type: none">● 허기더기● 모모스테이크						
표적시장	음식의 가치를 중요시 하는 20 ~ 28세, 돈 많고 시간이 많이 있는 구매자를 타겟						



[5] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 마케팅전략

마케팅 **믹스**

마케팅믹스요소(4P)	차별화 내용
제품(Product)	<ul style="list-style-type: none">◆ 다른 프랜차이즈 레스토랑 보다는 다양한 코스를 제공◆ 혼자서 먹을 수 있도록, 1인에게 제공
가격(Price)	<ul style="list-style-type: none">◆ 저가격의 코스요리
유통(Place)	<ul style="list-style-type: none">◆ 직접 판매◆ 대학로 근처에서 개업◆ 도축점을 이용해 유통비용을 최소화◆ 식자재 도매 이용을 통해 원가를 절감
판매촉진(Promotion)	 <ul style="list-style-type: none">계절 와인오픈 주방쿠폰SNS파티소통



[6] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 사업운영계획

단계별 추진계획

단계	추진 내용	일정
1단계	1. 사업 추진 인력 구성 2. 세부 사업 계획 및 사업 방향 재고	2018년 1월 중
2단계	1. 세부 시장 조사 2. 인력 pool 구성	2018년 2월~
3단계	1. 메뉴개발 2. 가격 설정	2018년 3월~
4단계	1. 마케팅 계획 2. 홍보 수립	2018년 5월~
5단계	1. 직영점 설립 2. 추가 인력 고용	2018년 6월~



[6] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 사업운영계획

단계별 추진계획

세부사업화내용	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	비고
세부 시장조사	o												
세부 사업기획	o	o											
구성원 셋팅		o											
포트폴리오 구축	o	o	o										
홈페이지 제작	o	o	o										
마케팅 계획 수립	o	o	o	o									
마케팅, 영업				o	o	o	o	o	o	o	o		
사회적 고용 확대								o	o	o	o		
해외 홍보 활동										o	o		



[7] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 재무계획

소요 자금 계획

점포 창업에 드는 총 비용을 표로 작성하는 것

구분	항목	금액	비고
매장 임대	권리금	1,000만	XX상권 시세 적용
	보증금	1,800만	
주방 시설	설비	700만	냉장고 포함
	기구/비품	500만	테이블, 의자
	식기	50만	그릇, 접시, 컵, 소도구류
인테리어	가스 설비	50만	회장실, 주방 포함 전면, 프랜카드
	내외장 공사	1,500만	
	홍보 관련	광고, 판촉, 로고, 제작	100만 전단, 현수막, 이벤트, 할인권 등
전산통신	전산 장비	100만	매장 관리용 최신 컴퓨터
	홈 페이지	100만	커뮤니티 용
소모품	냅킨 / Bill	50만	소품 포함
초도 상품비	커피, 식재료 등	50만	
합계		6,000만	



[7] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 재무계획

자금 조달 계획

조달방법		비고
자기 자금	20,000,000원	창업자 2명 x 1,000만원
금융 차입	15,000,000원	창업자 2명 x 750만원
정부 지원 자금	5,000,000원	공모전 상금
소상공인정책자금	20,000,000원	소상공인진흥공단 지원금
합계	60,000,000원	초기투자비용 6000만원



[7] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 재무계획

추정손익계산서

	계정명	금액	구성비
매출	일 평균 매출	500,000	
	월매출(30일영업기준)	15,000,000	100%
원가	주 아이템	6,000,000	40.00%
	기타아이템 (커피 등)	1,500,000	10.00%
매출원가 합계		7,500,000	50.00%
매출이익		7,500,000	50.00%
판관비	임차료(관리포함)	1,500,000	10.00%
	인건비	1,500,000	10.00%
	*기타비용	1,000,000	7.00%
	카드수수료	162,000	2.16%
판매 관리비 합계		4,162,000	29.16%
영업이익		3,338,000	



[8] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 향후 추진계획

사업위기대응

향후 사업 확장 계획

인력 고용

- ◆ 창업 첫 해에는 인력을 고용하지 않음
- ◆ 매출이 안정될 시점에 직영점을 운영하여 인력을 고용

매장 확장

창업 3년 후 매출이 3억 이상 되었을 때 혼자 시리즈로 가맹점을 확장



[8] '1인 코스요리 전문 OO 레스토랑'의 향후 추진계획

사업위기대응

사업 위협 요소와 위기 대응

- ✓ 입지에 대한 위험 요소
 - 블로그나 페이스북 인스타그램 핵심 인물을 섭외하여 홍보
- ✓ 초기 자금조달 문제 요소
 - 정부 지원 자금을 통해 자금 조달에 도움을 받음
- ✓ 경쟁업체 진출에 대한 위험 요소
 - 꾸준한 메뉴 개발과 고품질 제품으로 경쟁업체의 진입 장벽을 높임

도소매 사업계획서 **작성 방법**

Point 1	트랜드에 적합한 아이템 선정
Point 2	<u>오프라인 점포는 유동인구가 많은 상권과 입지가 중요한 성공요인</u>
Point 3	상권과 입지를 고려한 점포 구입에 따른 체계적인 재무계획 수립
Point 4	안정적인 네트워크가 중요함(공급자의 교섭력)
Point 5	오프라인, 온라인 판매를 위한 독특한 홍보 및 마케팅 전략이 필요

커리어 여성을 위한 오피스룩 00



[1] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 창업개요

창업배경 및 **목적**

창업배경



- ◆ 대구 지역은 서울과 달리 커리어 여성을 위한 의류 점포가 매우 부족함
- ◆ 대부분 고가의 브랜드 및 저가의 보세 의류를 취급
→ 타깃 고객층들이 적합한 옷을 직접 입어보고 구매하지 못하는 불편함이 있음

[1] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 창업개요

창업배경 및 **목적**

창업목적



- ◆ 일하는 여성이 계속 증가하는 만큼 대구지역에서도 커리어 여성의 의류 수요가 증가할 것으로 예상함
- ◆ 20대에서 50대 커리어 여성은 타깃으로 고퀄리티의 합리적인 가격으로 디자이너 제품, 맞춤제작 서비스 제공



[1] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 창업개요

창업아이템 **개요**

사업업종

- ◆ 대구지역의 커리어 여성을 위한 의류 도소매

창업아이템



디자이너 제품



정장



자체제작



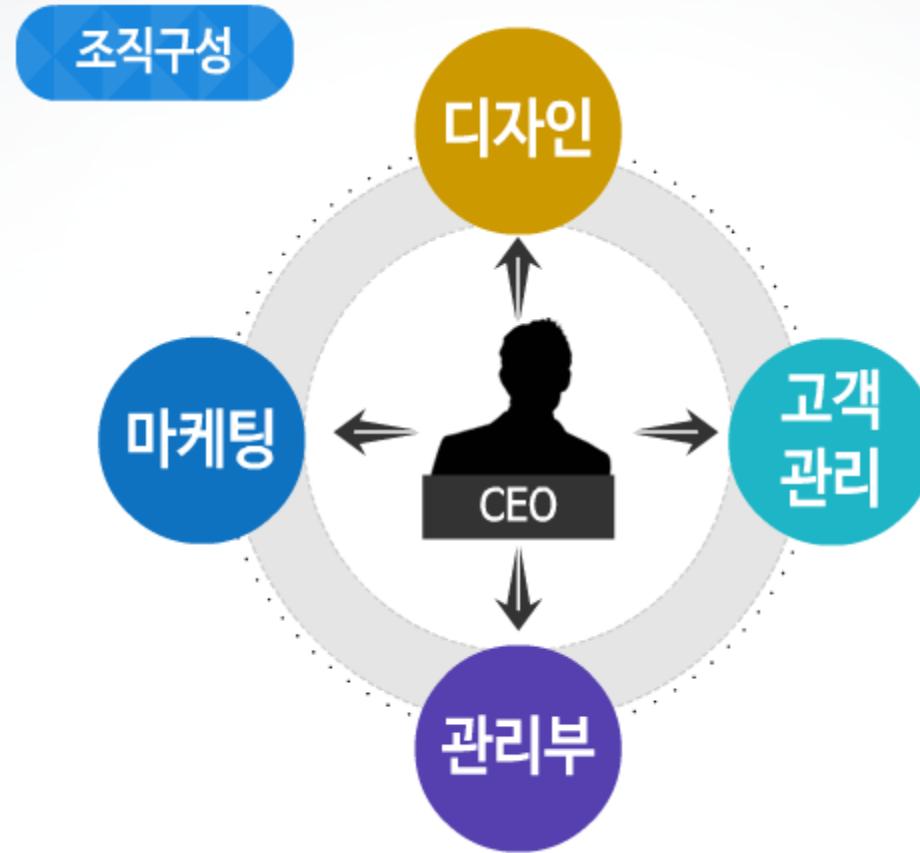
[2] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 기업개요

기업 현황

회사명	000
설립일	2018년 6월
업 태	도소매 (의류)
예상 매출액	1년 약 5억
대표자	김OO
종업원수	2명
주 소	대구광역시 수성구 범어동
연락처	010-0000-000

[2] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 기업개요

조직구성 및 **핵심역량**



[2] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 기업개요

조직구성 및 **핵심역량**

핵심역량

최신트랜드에
적합한
의류 제공

고급스럽고
부드러운
고급 소재 사용

합리적인 가격

고객의 체형에
적합한 맞춤형
제작 가능



[2] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 기업개요

팀원의 역량

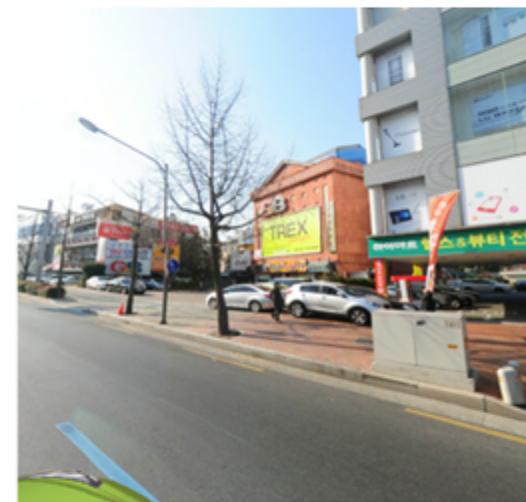
성명	학력	주요경력	담당업무
김OO	OO대학 졸업	패션디자인과 출신 미국 디자인 유학 10년 OO 수석 디자이너 10년 이상 경력 올해의 디자이너 상 수상 (2010년)	CEO, 디자인, 구매
박OO	OO대학 졸업	섬유공학 출신 OO연구소 수석연구원 5년 경력 OO 섬유 제조기업 3년 경력	소재개발, 디자인, 구매
채용예정	학사이상	마케팅회사 3년 이상	마케팅, 고객관리



[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

입지선정

대구 수성구 범어동 주변(범어네거리 중심)





[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

입지분석

가시성



접근성



인지성



입지성



[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

유동인구



제1상권(300m), 2상권(500m), 3상권(1,000m)를
임의로 지정하여 **유동인구를 분석해본 결과 하루 8만 명**
이상의 유동인구가 있는 것으로 분석

[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

유동인구



제1상권과 제2상권에서 주거인구보다 직장인구가 많아
오피스룩의 지속적인 **소비성향**이 존재하고 있어 오피스룩
판매 점포 위치로 적합하다고 판단

[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

유동인구



- ✓ 상권분석 자료들은 [상권정보 분석시스템](#)에서 확인 가능
- ✓ 그러한 자료들을 사업계획서에 넣어주면 충분히
객관성을 확보할 수 있음



[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

인구분석

모든 상권 유형에서
40대가 20% 이상의 높은 비중을 차지함

상권명	연령대별 인구수					
	20대	30대	40대	50대	60대이상	여성 총인구수
제1상권	1,580 (15.53%)	2,901 (28.51%)	2,735 (26.88%)	1,882 (18.49%)	1,078 (10.59%)	6,025 (59.21%)
제2상권	2,344 (13.6%)	4,628 (26.85%)	4,817 (27.95%)	3,380 (19.61%)	2,066 (11.99%)	9,226 (53.53%)
제3상권	5,954 (13.18%)	11,924 (26.41%)	12,495 (27.67%)	8,899 (19.71%)	5,886 (13.03%)	24,515 (54.29%)

[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

인구분석

입지와 사업 아이템간의
연관성이 높음



[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

업종분석

- ◆ 여성의류 전문점은 제2상권 내 3곳, 제3상권 내 9곳이 존재하고 있음
- ◆ 일반의류, 스포츠/캐주얼 의류점이 주를 이룸
→ 제2상권 내 여성 고객만을 위한 맞춤형 점포가 부족



현재 상권 내 여성의류 전문점 입지를
선정함에 따라 잠재적 여성수요 증대를
긍정적으로 기대할 수 있음



[3] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 시장조사

경쟁업체 **분석**

비교항목	J샵	라프랑스 쇼룸	샵TIME	자사
제품	중년 여성 의류	원피스, 스커트, 자켓, 티셔츠	명품수입의류, 잡화, 코트, 니트, 셔츠, 스커트	디자이너 제품, 맞춤 제작
타깃고객	50대 대상, 중년 여성	30~40대	40~50대	20~50대
판매형태	오프라인	오프라인, 온라인	오프라인	오프라인, 온라인
가격대	3~10만원	5~30만원	4~40만원	5~30만원
영업시간	11시 ~ 17시	12시 ~ 21시	11시 ~ 20시	11시 ~ 21시

[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

시장세분화

라이프스타일	20대	◆ 쇼핑을 통해 생활의 즐거움을 느끼고 피부관리, 미용 관리에 관심은 많은 연령대 ◆ 인터넷 구매 선호하며 스마트 기기를 이용한 콘텐츠 활용에 능숙함
	30대	◆ 쇼핑과 TV 프로그램 시청 소감을 나누는 것에 즐거움을 느끼며 신제품이나 새로운 정보에 관심이 많음
	40~50대	◆ 가족도 중요하지만 자신을 먼저 생각하며 계획에 없는 충동구매 비중이 높음



[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

시장 세분화

소비성향	20대	◆ 20대의 87.6%는 소셜미디어를 이용하기 때문에 소셜 매체를 이용한 온라인 마케팅 전략이 필요함
	30대	◆ 인터넷 쇼핑은 의류와 패션아이템에 관심이 많음
	40~50대	◆ 주로 생활, 식료품, 화장품, 의류, 아웃도어 순으로 높으며 비교적 유명 브랜드를 선호함



[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

타겟팅

타겟팅	20대	◆ 라이프스타일과 소비성향에 따라 스쿨룩, 티셔츠, 원피스, 데님 등의 상품 수요가 많을 것으로 예상됨
	30대	◆ 캐주얼 보다는 오피스룩인 정장, 스커트, 셔츠, 코트, 블라우스 등에 대한 관심이 높아 관련 테마의 상품을 판매한다면 수요가 많을 것으로 예상함
	40~50대	◆ 옷에 체형을 맞추기 보다 체형에 옷을 맞추려는 성향이 크기 때문에 기성제품의 제한된 디자인을 탈피하여 자신만의 한정된 디자인을 선호함 ◆ 가격이 비싸더라도 고품질의 원단을 활용하여 체형에 맞는 맞춤형 의류를 제작하여 판매하는 것이 필요함



[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

제품전략

제 품 전 략	디자이너 제품	◆ 고급 브랜드 제품(타임, 시스템, 마임 등)과 비교해서 비슷한 퀄리티와 디자인이지만 가격은 상대적으로 수준으로 낮은 디자이너 제품 취급
	자체 제작	◆ 기성복이 체형이 맞지 않는 40~50대 고객이나 개성이 뚜렷한 고객을 대상으로 맞춤형 자체 제작 의류를 판매함

↓

**자체 제작 의류 업체의
협력관계를 기재하는 것이 중요**



[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

가격전략

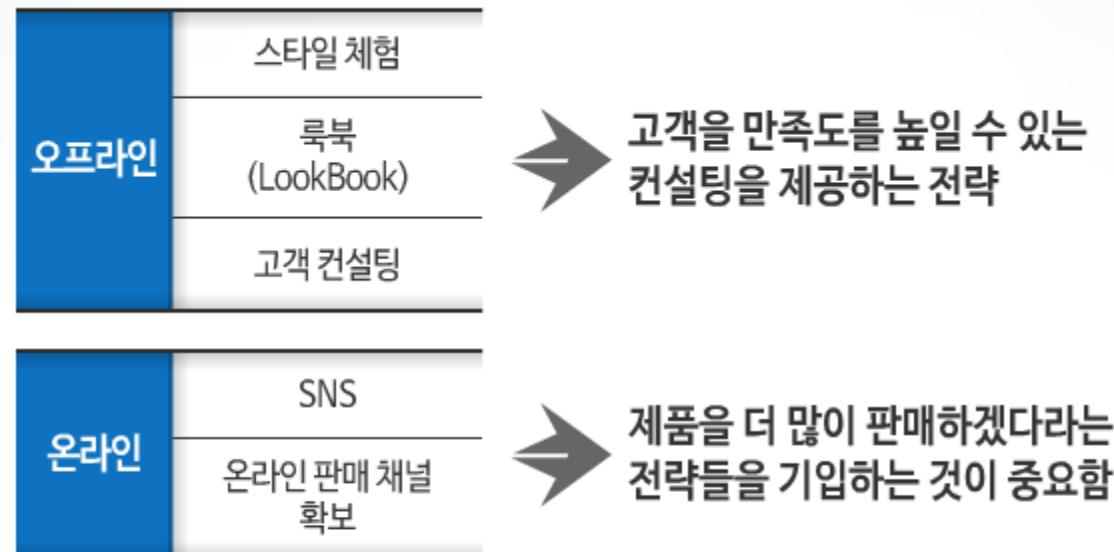
- ✓ 디자이너 제품과 자체 제작 제품을 주로 취급하기 때문에 비교적 고급 브랜드와 저가 브랜드 사이로 소매가격을 결정
- ✓ 할인을 자주하거나 할인폭이 높으면 브랜드 가치를 훼손할 수 있어 가격 할인 외 다른 서비스로 고객에게 보상

자신이 하고 있는 업종이나
아이템의 특성에 따라 **전략 수립!**



[4] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 마케팅전략

홍보전략





[5] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 사업운영계획

고객관리

고 객 관 리	고객관리 카드	◆ 고객의 동의 하에 수집할 수 있는 정보를 가급적 많이 확보하여 취향별, 연령별, 직업별 등으로 구분하여 맞춤형 마케팅을 수행
	코디 추천 컨설팅	◆ 재구매율을 높이는 전략을 수립
	쿠폰 및 사은품 증정	



[5] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 사업운영계획

단계별 추진계획

세부사업화내용	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	비고
세부 시장조사	o												
세부 사업기획	o	o											
점포 계약		o											
인테리어		o	o	o									
마케팅 기획	o	o	o	o									
마케팅, 영업 수행					o	o	o	o	o	o	o	o	
직원 고용						o							
온라인 판매 확대								o	o	o	o		
신제품 기획										o	o		



[6] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 재무계획

재무계획은 의류 점포를 창업하는데 들어가는 비용들을 하나씩 계산을 해보는 것



[6] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 재무계획

단계별 추진계획

분류	세부항목	금액								비고
점포임대	전세보증금(센터지원)	5	0	0	0	0	0	0	0	
	매장 인테리어	1	5	0	0	0	0	0	0	
	간판	2	0	0	0	0	0	0	0	
시설비	컴퓨터	2	0	0	0	0	0	0	0	
	에어컨	1	0	0	0	0	0	0	0	
	공기청정기	5	0	0	0	0	0	0	0	
	옷걸이	5	0	0	0	0	0	0	0	
	마네킹	5	0	0	0	0	0	0	0	
집기비품 구입	가구	1	0	0	0	0	0	0	0	
	의류구입비용	1	0	0	0	0	0	0	0	
	홍보 자료	5	0	0	0	0	0	0	0	
초기 운영자금	온라인 판매 채널	5	0	0	0	0	0	0	0	
	총 소요금액 (A)	8	3	5	0	0	0	0	0	



[6] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 재무계획

자금 조달 계획

창업자금분류	금액	구체적 조달방법 및 내용
정부지원(C)	임차보증금	50,000,000원
	시설 및 집기, 간판비 등	10,000,000원
자부담 (D)	시설, 운영, 기타자금	23,500,000원 예금, 적금, 대출
총 조달금액 합계 (B) = (A) = (C) + (D)	83,500,000원	



[6] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 재무계획

추정 수익 계획

월 매출산출(C)

= 상품이나 서비스를 구분하여 산정

월 비용산출(D)

= 재료비나 인건비, 임대료 등을 계산해서 총 비용을 계산

월 매출과 비용을 뺀 나머지

월 수익(C-D)

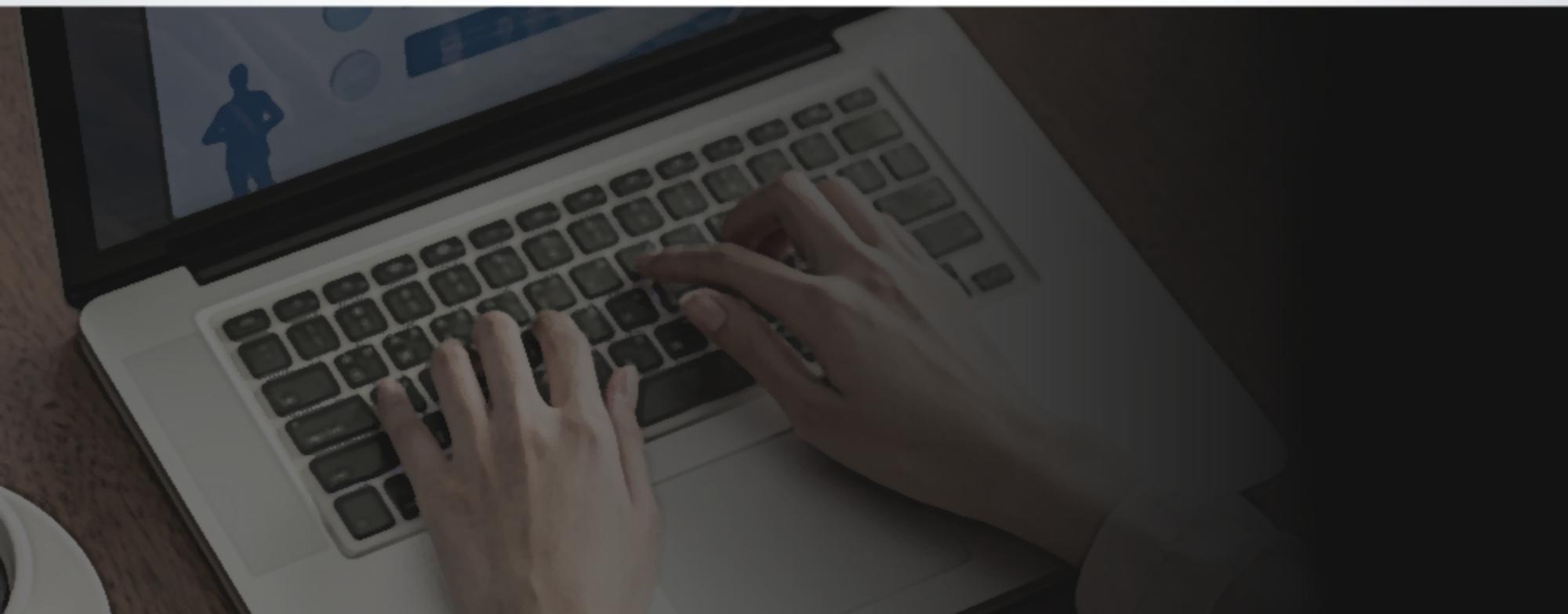


[7] '커리어 여성을 위한 오피스룩 OO'의 향후추진계획

사업위기대응

사업위기대응	포인트 적립	◆ 고객들의 재방문율을 높이기 위한 방안으로 구매가격의 5프로를 포인트로 적립하여 로열티를 높이는 전략을 사용함
	단골고객 20% 할인쿠폰	◆ 단골고객을 대상으로 1년에 한번 추첨을 통해 쿠폰을 제공하여 다시 구매 활성화를 기대함
	컨설팅 신청	◆ 소상공인시장진흥공단에서 제공하는 컨설팅 지원사업을 신청하여 관련 전문가의 도움을 받아 전략을 수립함

스타트업 사업계획서 사례 :O2O서비스 사업계획서



사업계획서 작성 방법

Point 1	<ul style="list-style-type: none">◆ 스타트업 사업계획서에서 팀 구성이 차지하는 비중은 매우 큼◆ 사업아이템과 관련있는 경력자나 전공들을 강조하는 것이 중요함
Point 2	<ul style="list-style-type: none">◆ 창업아이템은 사업화 단계, 시스템 구조 및 디자인을 삽입하여 이해를 돋는 것이 필요함
Point 3	<ul style="list-style-type: none">◆ 현재 시장에 어떤 문제가 있고, 소비자들이 어떤 불편함을 겪고 있는지 객관적인 수치화 함께 보여주는 것이 바람직함
Point 4	<ul style="list-style-type: none">◆ 목표 시장의 크기가 크고 아직까지 시장침투 여력이 남을 수록 좋은 사업아이템이 될 수 있음◆ 시장의 경쟁업체를 정의하고 비교분석을 통해 차별화되는 경쟁력을 도출해야 함
Point 5	<ul style="list-style-type: none">◆ 스타트업의 사업계획서에는 성장을 위한 투자 유치 계획이 포함되며 시점, 목표, 금액을 적절하게 설정할 필요가 있음
Point 6	<ul style="list-style-type: none">◆ 스타트업 사업계획서에는 Exit 전략이 포함됨. M&A 또는 IPO 전략을 구체적으로 작성해야 함

회식예약을 위한 역경매 플랫폼 00





[1] TEAM MEMBER



About me

20년 이상 시스템 개발 경력
및 프로젝트 실적을 보유하고 있어
창업아이템 개발에서 **총괄 시스템**
및 기획 업무를 맡고 있음



[2] SERVICE CONCEPT





[2] SERVICE CONCEPT



[2] SERVICE CONCEPT

창업아이템의
서비스 구조 및
설계를 마무리함

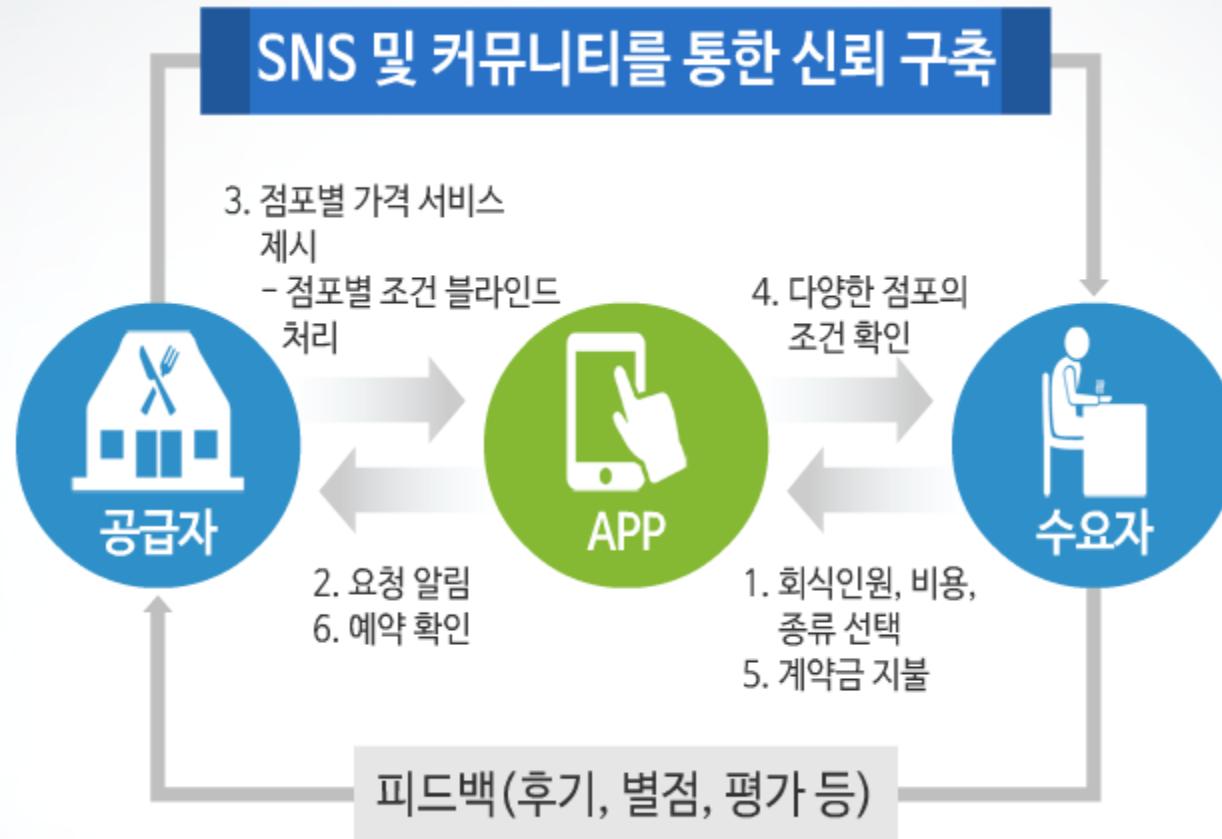
App 개발과 App
프로그래밍은
자체 개발함

UX/UI는 외주로
처리할 계획을
가지고 있음



[2] SERVICE CONCEPT

서비스 구조



[3] WHY NOW / CUSTOMER PAINS



“우리의 고객은 **누구**이고, 우리의
고객은 **어떤 불편함**을 겪고 있을까?”



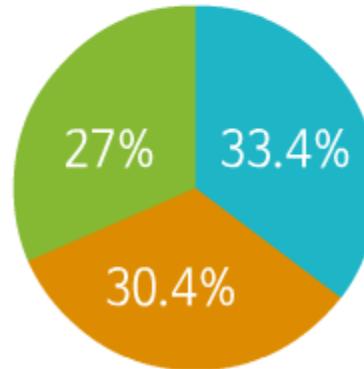
[3] WHY NOW / CUSTOMER PAINS

수요자



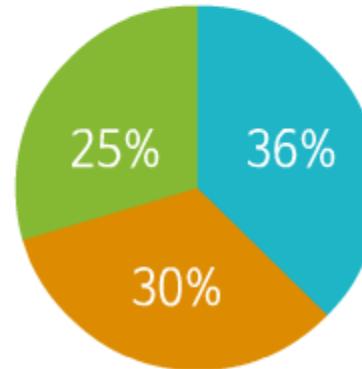
기업, 기관, 협회, 대학, 모임 등에서 다양한 회식을 결정하는 소비자

평균 회식비용



- 3만원 ~ 5만원
- 1만원 ~ 3만원
- 정해진 비용없음

회식장소 선택기준



- 음식의 맛
- 정해진 예산
- 푸짐한 양

자료 : 티몬(2015)



[3] WHY NOW / CUSTOMER PAINS

수요자의 고민

음식도 맛있고,
저렴한 회식 장소
없을까?

메뉴
정하는 것도
고민이야~

넓고
쾌적해야
하는데…





[3] WHY NOW / CUSTOMER PAINS

공급자

하루 평균 3,000명씩 자영업에 뛰어들고 있지만
문을 닫는 개인사업자도 매일 2,000명에 달하고 있음



그 중에서 음식점의 폐업률이 가장 높음



[3] WHY NOW / CUSTOMER PAINS

공급자의 고민

- 1 단체 손님을 통해 객단가를 높여야 수익이 창출됨
- 2 네이버 블로그, 페이스북 등 SNS 홍보의 신뢰성이 저하
- 3 단체 손님의 No SHOW를 최소화
- 4 기업 및 단체의 단골 회식 장소로
포지셔닝 되어 안정적인 수익 창출

수요자와 공급자의 고민을 해결해줄 수 있는 방향으로
시장 조사 및 고객을 정의해야 됨



[4] PRODUCT AS A SOLUTION

우리의 제품과 서비스로 어떻게
고객들의 고민을 해결 할 것인가?

스타트업 O2O



고객이 수요자도 있고 공급자도 있음



수요자와 공급자의 문제점을 구분
→ 우리의 제품과 서비스의 어떤 장점을
통해서 해결 할 것인지에 대해 작성



[4] PRODUCT AS A SOLUTION

수요자

수요자 중심의 역경매 시스템

- ✓ 기존의 맛집 정보 제공 APP
 - 공급자가 먼저 메뉴와 가격 등의 제시하는 방식
- ✓ 새로운 맛집 정보 제공 APP
 - 수요자가 역경매 방식으로 딜을 주도함





[4] PRODUCT AS A SOLUTION

수요자

점포 간 제공 서비스 블라인드

- ✓ 객관성을 높이고 공정한 입찰을 위해서
점포에서 제공되는 서비스는 블라인드 처리하여 점포에서 제공되는 서비스는
고객만 확인할 수 있음
- ✓ 자신에게 가장 최적의 조건을 찾기가
효율적이고, 공급자의 **서비스 질 또한**
높아질 수 있음



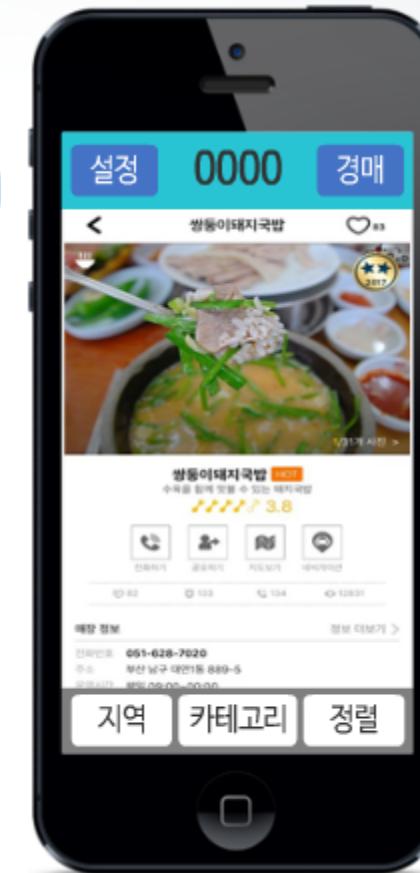


[4] PRODUCT AS A SOLUTION

수요자

신뢰도를 높이기 위한 평점 시스템 도입

- ✓ 평점이 높은 가맹점이 고객에게 추천되는 시스템을 도입하여 공급자의 서비스 개선
- ✓ 평균보다 너무 낮거나 너무 높은 점수는 평점 산정에서 배제하여 형평성을 유지하도록 함





[4] PRODUCT AS A SOLUTION

수요자

자동 추천 시스템

- ✓ 회식 음식, 회식 장소 등을 정하지 못해 고민인 고객에게 빅데이터를 활용하여 유사 그룹에서 방문한 점포를 매칭함





[4] PRODUCT AS A SOLUTION

공급자

No Show 방지를 위한 결제 기능

- ✓ 예약의 취소에 따른 불이익 방지
 - 회식 비용의 10%를 계약금으로 결제하는 방식을 도입
- ✓ 낙찰된 점포에 30분 이내 결제하지 않으면 자동으로 예약이 취소되는 시스템을 도입
- ✓ No Show 방지를 위한 결제 시스템은 많은 공급자를 가맹점으로 유치할 수 있는 좋은 수단이 될 수 있음



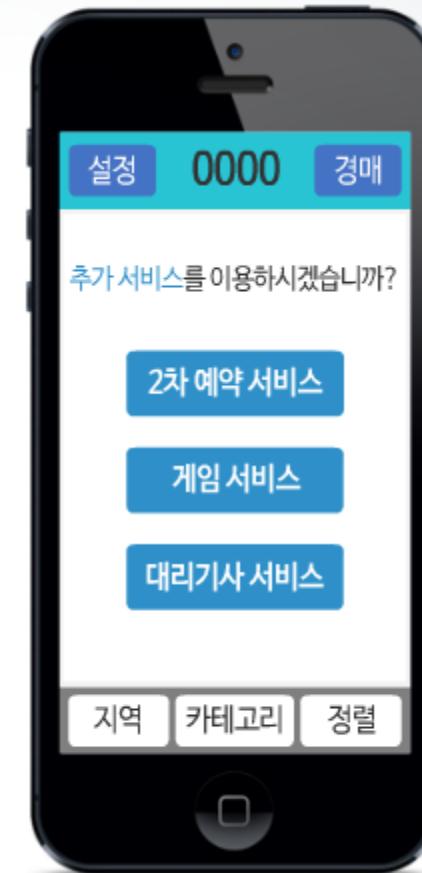


[4] PRODUCT AS A SOLUTION

공급자

단체 손님을 위한 새로운 서비스 개발

- ✓ 기존 정형화된 메뉴에서 단체 손님에게 적합한 다양한 맞춤형 서비스를 개발
 - 고객의 만족도를 높이고 점포의 수익을 극대화 할 수 있는 서비스를 추가함





[4] PRODUCT AS A SOLUTION

공급자

새로운 홍보 채널로 활용

✓ 기존 점포

→ 수익성이 높은 단체손님을 받기 위해서 **오프라인 영업에 의존하거나 인적 네트워크를 활용**

✓ 현재

→ 스마트폰의 보급으로 **온라인을 통해서 점포 홍보**가 가능해짐

✓ VR, AR 기능을 활용

→ 직접 매장에 방문하지 않아도 **시설, 룸, 메뉴 등을 생동감 있게 확인**할 수 있도록 구성





[4] PRODUCT AS A SOLUTION

사업계획서를 작성할 때?

O2O



고객을 수요자와 공급자를 나눔



어떻게 문제를 해결해줄 것인가에
대해 작성하면 좋음



[5] MARKET

외식시장 규모

- ✓ 우리 시스템과 서비스와 적합한 시장 자료를 기입하고 그런 통계자료에 맞는 출처를 기입하는 것이 중요함

〈국내 외식시장 현황〉

구분	'05	'07	'12	'13	'14	'15	연평균 증가율
음식점 매출액	46.3조원	59.4조원	77.3조원	79.5조원	83.8조원	108.9조원	8.9%
사업체 수	53만개	57만개	62만개	63만개	65만개	65만개	2.1%
종사자 수	1,445천명	1,567천명	1,753천명	1,824천명	1,896천명	1,945천명	3.0%

자료 : 농식축산식품부(2017)



[5] MARKET

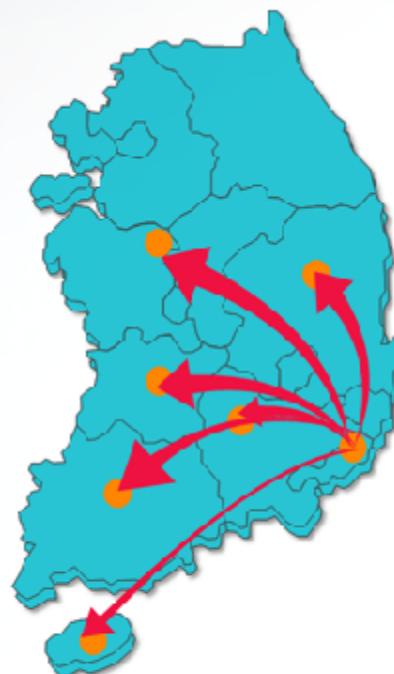
고객 확보 방안

고 객 확 보 방 안	수요자 (일반고객)	온라인	<ul style="list-style-type: none">◆ 페이스북 마케팅(타깃 마케팅) : 페이스북을 통해 고객의 반응을 살피◆ 유튜브 마케팅 : 흥미로운 영상제작으로 고객의 App 다운로드 수를 높임◆ 쿠폰 : 회식비용 2만원 지원
		오프라인	<ul style="list-style-type: none">◆ 회식 장소에 찾아가 쿠폰 및 사은품 증정
공급자 (점포)	오프라인		<ul style="list-style-type: none">◆ 최초 3개월 가맹 수수료 면제◆ 점포 홍보영상 및 마케팅 도구 개발◆ App 내 점포 홍보◆ 프리미엄 서비스 50% 할인



[5] MARKET

지역별 시장 확장



시장 **진입**은 어디를 먼저 할 것인가

시장 **확장** 전략은 어떻게 구사 할 것인가

시장 **확대** 전략은 어떻게 구사 할 것인가



[5] MARKET

지역별 시장 확장

01 부산광역시

2018년

02 서울, 경기도

2018년

03 국내 전지역





[6] COMPETITION

회식 APP 비교

구분	회식의 OOO	더 OOO	자사App
APP 개요	회식에 필요한 모든 정보, 이벤트, 볼거리 등을 제공하는 APP	회식 후 영수증을 인증하면 5%를 돌려주는 서비스 APP	역경매 방식을 사용한 수요자 중심의 회식 예약 서비스 APP
호환 OS	안드로이드	안드로이드	안드로이드, IOS
수익모델	광고	광고	매칭수수료, 프리미엄, 홍보물제작
타겟팅	서울 거주 직장인	서울 거주 대학생, 직장인, 일반 모임	부산 경남 직장인, 대학생, 일반 모임 등
장점	<ul style="list-style-type: none">◆ 정보 제공위주의 플랫폼◆ 무료서비스	<ul style="list-style-type: none">◆ 수요자의 관심을 고려한 시스템 도입◆ 회식비의 5%를 돌려주는 리워딩 시스템	<ul style="list-style-type: none">◆ 역경매 방식으로 수요자 중심의 신뢰성 구축◆ 빅데이터 방식으로 자동 추천◆ No Show 방지를 위한 결제 기능
단점	<ul style="list-style-type: none">◆ 공급자의 신뢰성이 부족◆ 재사용률이 부족◆ 업데이트가 되지 않음	<ul style="list-style-type: none">◆ 공급자 DB 부족 및 신뢰성 저하로 출시 이후 점점 서비스 이용률이 줄어듦	<ul style="list-style-type: none">◆ 공급자 DB 부족



[6] COMPETITION

맛집 추천 APP 비교

구분	000코드	O신	자사App
APP 개요	네이버 블로그의 데이터를 기반으로 빅데이터 방식의 맛집 추천 플랫폼 APP	실제 방문자가들이 남긴 평가를 바탕으로 맛집을 추천하는 플랫폼 APP	역경매 방식을 사용한 수요자 중심의 회식 예약 서비스 APP
호환 OS	안드로이드, IOS	안드로이드, IOS	안드로이드, IOS
수익모델	-	배달 수수료, 예약 수수료	매칭수수료, 프리미엄, 홍보물제작
타겟팅	전국	전국	부산 경남 직장인, 대학생, 일반 모임 등
장점	<ul style="list-style-type: none">◆ 광고성 홍보 맛집을 자동 필터링 해서 서비스 신뢰성 확보◆ 사용자 중심의 UI/UX	<ul style="list-style-type: none">◆ 매년 올해의 맛집을 자체적으로 선정하여 고객의 선택 시간을 줄여줌◆ 객관적인 평점 시스템 도입	<ul style="list-style-type: none">◆ 역경매 방식으로 수요자 중심의 신뢰성 구축◆ 빅데이터 방식으로 자동 추천◆ No Show 방지를 위한 결제 기능
단점	<ul style="list-style-type: none">◆ 지방의 맛집은 DB 부족으로 빅데이터 방식으로 분석이 제대로 되지 않음	<ul style="list-style-type: none">◆ UI/UX가 복잡함	<ul style="list-style-type: none">◆ 공급자 DB 부족

경쟁 분석을 통해 어떤 차별점이 있는지에 대해 설명해주면 됨



[6] COMPETITION

맛집 추천 APP 비교

구분	000코드	O신	자사App
APP 개요	네이버 블로그의 데이터를 기반으로 빅데이터 방식의 맛집 추천 플랫폼 APP	실제 방문자가들이 남긴 평가를 바탕으로 맛집을 추천하는 플랫폼 APP	역경매 방식을 사용한 수요자 중심의 회식 예약 서비스 APP
호환 OS	안드로이드, IOS	안드로이드, IOS	안드로이드, IOS
수익모델	-	배달 수수료, 예약 수수료	매칭수수료, 프리미엄, 홍보물제작
타겟팅	전국	전국	부산 경남 직장인, 대학생, 일반 모임 등
장점	<ul style="list-style-type: none">◆ 광고성 홍보 맛집을 자동 필터링 해서 서비스 신뢰성 확보◆ 사용자 중심의 UI/UX	<ul style="list-style-type: none">◆ 매년 올해의 맛집을 자체적으로 선정하여 고객의 선택 시간을 줄여줌◆ 객관적인 평점 시스템 도입	<ul style="list-style-type: none">◆ 역경매 방식으로 수요자 중심의 신뢰성 구축◆ 빅데이터 방식으로 자동 추천◆ No Show 방지를 위한 결제 기능
단점	<ul style="list-style-type: none">◆ 지방의 맛집은 DB 부족으로 빅데이터 방식으로 분석이 제대로 되지 않음	<ul style="list-style-type: none">◆ UI/UX가 복잡함	<ul style="list-style-type: none">◆ 공급자 DB 부족

차별의 요소는 경쟁분석을
통해 나타내는 것이 가장 중요함



[7] DIFFERENTIATION

역경매 방식으로 Win-Win

소비자 공급자 Win-Win



- ✓ 회식 장소 결정
 - 음식의 맛도 중요하지만 회식의 종류에 따라 가게의 분위기, 정숙도 등이 영향을 미치게 됨
- ✓ 기존의 맛집 추천 APP
 - 가격과 맛에만 초점이 맞춰져 있고, 단체 손님에 대한 정보는 반영되어 있지 않아, 회식 장소를 고를 때 적합하지 않음



[7] DIFFERENTIATION

역경매 방식으로 Win-Win

소비자 공급자 Win-Win



공급자

→ 수익을 조금은 줄더라도 **공석으로 두지 않게 하는 것**이 점포 운영에 도움이 됨



새로운 맛집 추천 APP

→ 역경매 방식의 회식 전용 APP으로 **소비자 공급자 Win-Win 가능**



[7] DIFFERENTIATION

빅데이터로 추천

맞춤형 회식 장소 추천



- ✓ 다양한 맛집 DB 및 고객의 사용 후기 등을 활용
→ 회식의 성격, 계절, 인원수, 성별, 정숙성, 가격 등을 고려하여 최적의 장소를 추천함
- ✓ 회식 장소를 결정하는 시간을 줄여주고 평점 시스템 도입으로 신뢰성 있는 최적의 식당 섭외가 가능함



[7] DIFFERENTIATION

간편 결제 가능

No Show 방지를 위한 결제 시스템

- ✓ 대부분의 맛집 및 회식 APP 서비스는 정보 제공에 초점
 - 결제 기능을 제공하지 않는 것이 일반적임
- ✓ No Show는 공급자의 기회비용 문제 발생
 - 해결방안 : 간편 결제 기능 포함
- ✓ 토스, (TOSS), 카카오페이, 네이버페이 등 간편결제 기능 도입
 - 계약금 입금, 또는 더치페이 시스템 도입



[8] REVENUE STREAM

서비스의 수익 모델에 대해 **작성하는 방법**

-매칭 수수료-

(공급자)
매칭 금액의
5%를 수수료

-프리미엄 기능-

상위 노출 &
입찰 참여 건수 증가

- ✓ 프리미엄 회원비
: 월 10만 원

-홍보물 제작-

점포 홍보 동영상
제작 서비스

- ✓ 동영상 제작비용
: 100만원

[어떻게 수익을 낼지를 **단계별로 작성**을 해주면 좋음]



[9] FINANCIAL PROJECT

추정 손익계산서

(단위: 원)

내역	1차년(2018년)	2차년(2019년)	3차년(2020년)
매출액	50,000,000	500,000,000	7,000,000,000
매출 총이익	50,000,000	500,000,000	7,000,000,000
판매 관리비	40,000,000	350,000,000	5,000,000,000
영업 이익	10,000,000	150,000,000	2,000,000,000
영업외 수익	-	-	-
영업외 비용	1,000,000	10,000,000	50,000,000
당기 순이익	9,000,000	140,000,000	1,950,000,000

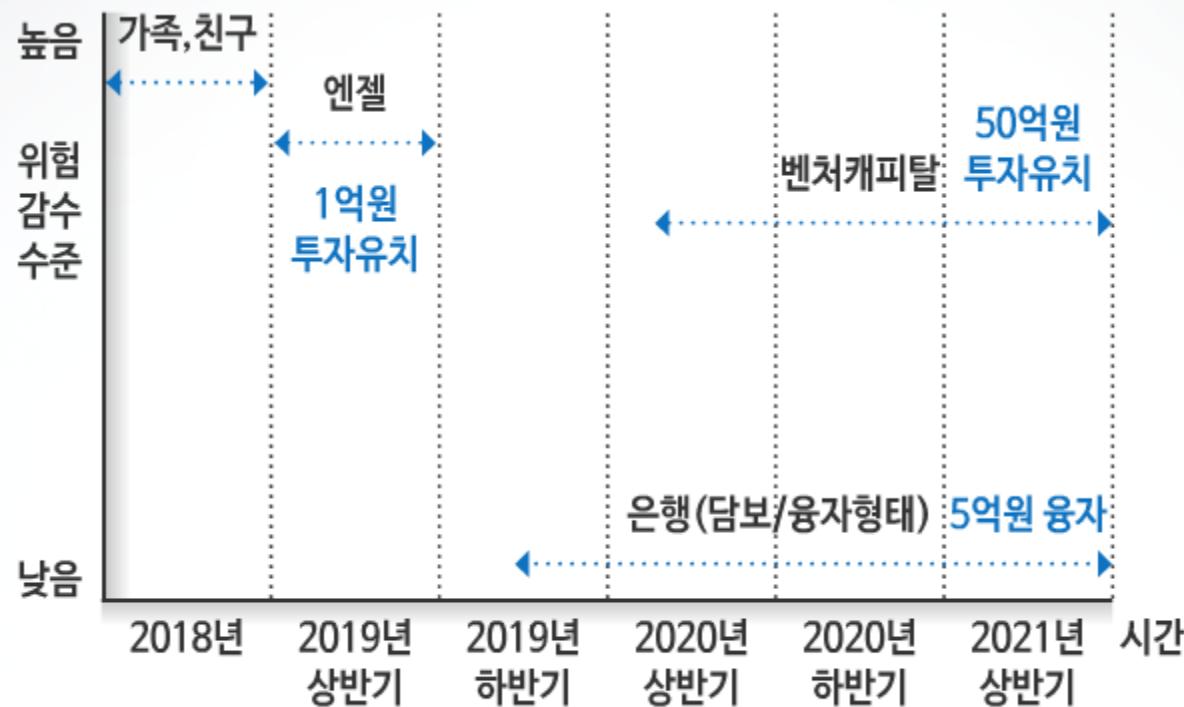
추정 근거

- ✓ 매출액 : 2018년 하반기 출시를 목표로 하고 있어 2020년 5만 가맹점 등록 목표
- ✓ 영업이익 : 마케팅 홍보 비용에 매출의 40%를 지출 영업이익률은 30%로 예상
- ✓ 당기순이익 : 금융비용 및 기타 영업외 비용을 계산하면 당기순이익률 25% 이상 예상



[9] FINANCIAL PROJECT

자금조달 계획





[9] FINANCIAL PROJECT

경매 등록 및 목표 및 전략



TIPS 기술개발사업 참여로 경쟁력 강화

- ✓ 경쟁업체의 진입을 최대한 방어하기 위해서는 **최신 기술을 도입하여 서비스에 접목함**
- ✓ TIPS는 최대 10억 원의 지원이 가능하며 **글로벌 시장을 염두하여 인공지능, 챗봇 등 신기술을 접목한 서비스를 추가로 개발함**



[9] FINANCIAL PROJECT

경매 등록 및 목표 및 전략



국내외 대형 푸드 or IT 기업과 M&A

- ✓ 시리즈B 단계의 투자금으로
국내 시장에서 많은 가맹 인프라
및 고객을 확보
- ↓
- ✓ 매출이 급성장하면 국내외 대형
푸드 or IT 기업과 **M&A로 EXIT**
방안을 고려함

[10] MILESTONE

경매 등록 및 목표 및 전략

프로그램 개발 계획

업무 구분	상세 프로그램 내역	2018년				
		1M	2M	3M	4M	5M
광 글 프로그램 업무 분석	프로그램 업무 분석					
	기초 기록 분석					
Auction System	Action process					
	Auction task test					
Bidding System	Bidding process					
	Bidding task test					
Management System	Management process					
	Management task test					
Total Test	Total System Test					

사업 추진 계획



10 MILESTONE

경매 등록 및 목표 및 전략

프로그램 개발 계획

업무구분	상세 프로그램 내역	2018년				
		1M	2M	3M	4M	5M
공 공 칠 프로그램 업무 분석	프로그램 업무 분석					
	기초 자료 준비					
Auction System	Action process					
	Auction task test					
Bidding System	Bidding process					
	Bidding task test					
Management System	Management process					
	Management task test					
Total Test	Total System Test					

10 MILESTONE

경매 등록 및 목표 및 전략

사업 추진 계획

	2017년				2018년				2019년				2020년				2021년				
	M1	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4												
아이디어 도출 & 팀빌딩	■																				
프로그램 개발 완료		■	■																		
제품 테스트 및 시장 반응 검토			■	■	■																
시드미니 투자 유치					■																
마케팅 및 유통 투자 강화						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
서울 경기 지역 서비스 확대							■	■	■												
번체 투자 유치 (Series A)									■	■											
신규 서비스 도입										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
전국 지역 서비스 확대										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
번체 투자 유치 (Series B)														■	■						



[11] SYSTEM DESIGN

SYSTEM **DESIGN**

사업계획서 안에는 들어가지 않지만
첨부사항 또는 추가 자료 요구 및
구체적인 시스템 구조에 대한 설명이
필요할 때 첨부하면 좋음





[11] SYSTEM DESIGN

시스템 개요



[11] SYSTEM DESIGN

경매 등록 및
입찰 프로세스



스타트업 이해에
훨씬 더 효과적임

입찰 알림

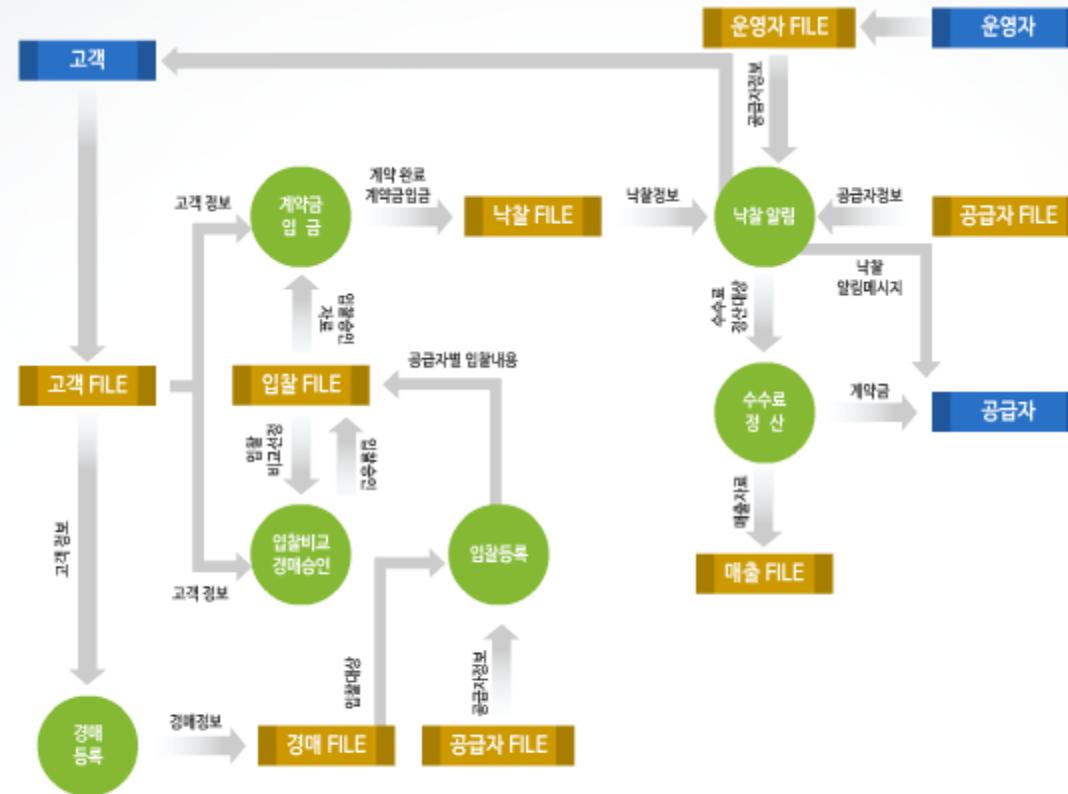


입찰 Template
등록



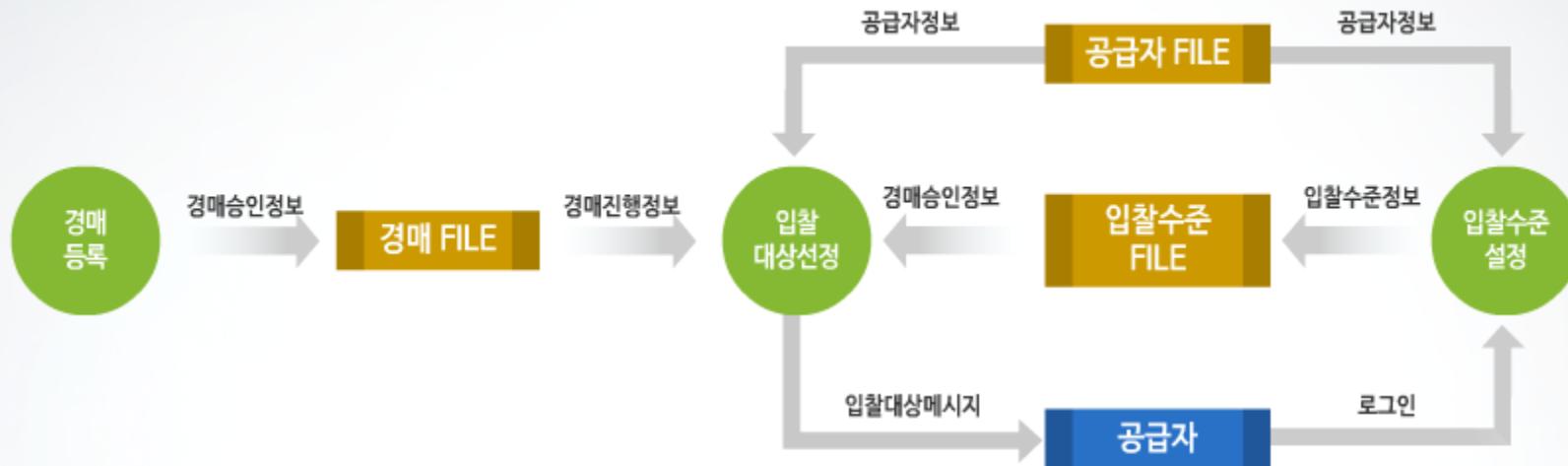
[11] SYSTEM DESIGN

경매 등록 및 입찰 프로세스



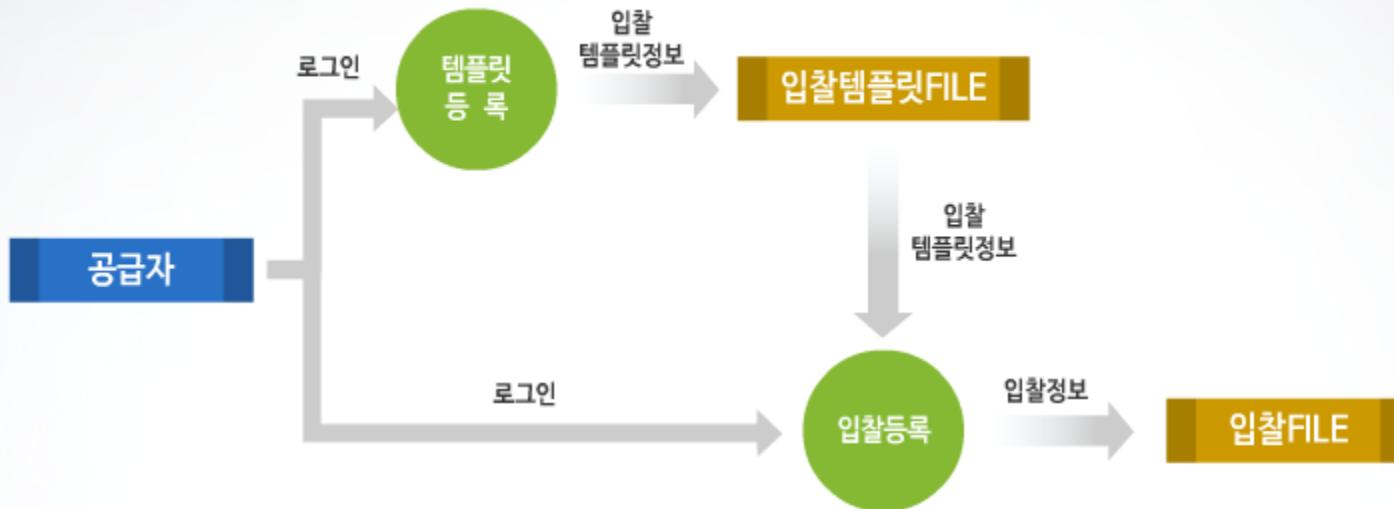
[11] SYSTEM DESIGN

입찰 알림



[11] SYSTEM DESIGN

입찰TempPlate 등록



[11] SYSTEM DESIGN

경매 등록 및
입찰 프로세스

스타트업 이력에
훨씬 더 효과적임

필요할 경우 뒤에 첨부를 해서
서비스에 대한 보충 설명을 하는 것도
좋은 방법이 될 수 있음

입찰 등록

입찰 Template
등록