

## 무료 나눔 플랫폼 『nanuGO (나누고)』 추진 계획

- *Share stuff and save your money* -

2016. 2. 12 나누고팀



1. 문제점
2. 해결방안
3. 프로토타입
4. 경쟁사 분석 및 비교우위
5. 비즈니스 모델
6. 시장 진입전략 및 사업 성장계획
7. 현금흐름
8. 팀 소개

## [첨부]

1. 향후 추진 일정
2. 현금흐름 상세 및 투자금 사용계획

## 문제점

무료 나눔을 전문적으로 다루는 서비스가 존재하지 않으며, 나눔 행위에 대한 보상이 없어 경제적 이득이나 만족감을 느끼지 못함

### 【기존 사례】

#### ■ 중\*나라 무료나눔

303492150 소소한 비니모자 달랑하나  [6] 

303491679 가구나눔합니다(침대,서랍장,장롱)  [8] 

303489849 광주 서구 쌍촌동 책상 두개 무료나눔 합니다  [9] 

303489601 연극 '오마이 갓 entertainment' 초대 이벤트입니다.  [7] 

303489483 후드티 나눔 및 배송현황  [11] 

303489156 CANON EOS 450D DSLR 카메라무료나눔 합니다.  [139] 

#### ■ 번\*장터 무료나눔



### 【기존 사례의 문제점】

#### 서비스 측면

- 중\*나라 무료나눔의 경우 정보를 한 눈에 볼 수 없고 거래에 편리한 플랫폼이 아님
- 번\*장터 무료나눔의 경우 전문 판매인의 홍보성 / 이벤트성 물품이 많음
- 원하는 것을 찾기에는 시간과 노력이 많이 듬
- 기업참여, 재능기부 등과 같은 카테고리 확장이 어려움

“나눔에 특화된 전문 서비스가 필요”

#### 경제 측면

- 나눔이 보상을 전제로 하지는 않지만, 나눈 사람이 뭔가를 필요로 할 때 기회를 얻을 수 있는 시스템이 필요함. 예를 들어, 현혈의 경우 현혈증을 통해 향후 본인에게 보상이 돌아올 수 있음
- 나누는 사람에게 아무런 보상이 없어 경제적 이득이 없음
- 나누고 끝이니 재미가 없음

“나눔 행위에 대한 보상체계가 필요”

## 해결방안

무료 나눔에 특화된 전문 서비스를 제작하고, 나눔이 경제적 가치를 얻을 수 있는 선순환 구조를 만들고자 함

### 【나누고 서비스 제작】

#### ■ 전문적인 나눔 플랫폼 제작

1

포인트  
연동

- 나눔에 대한 보상 제공
  - 잉여 물품을 나눌 때마다 보상으로 포인트 획득
- 경제적 이득 발생
  - 포인트를 이용하여 나에게 필요한 물품 구매
- 무료 거래에 대한 만족감과 재미
  - 사용자의 방문율 증가

2

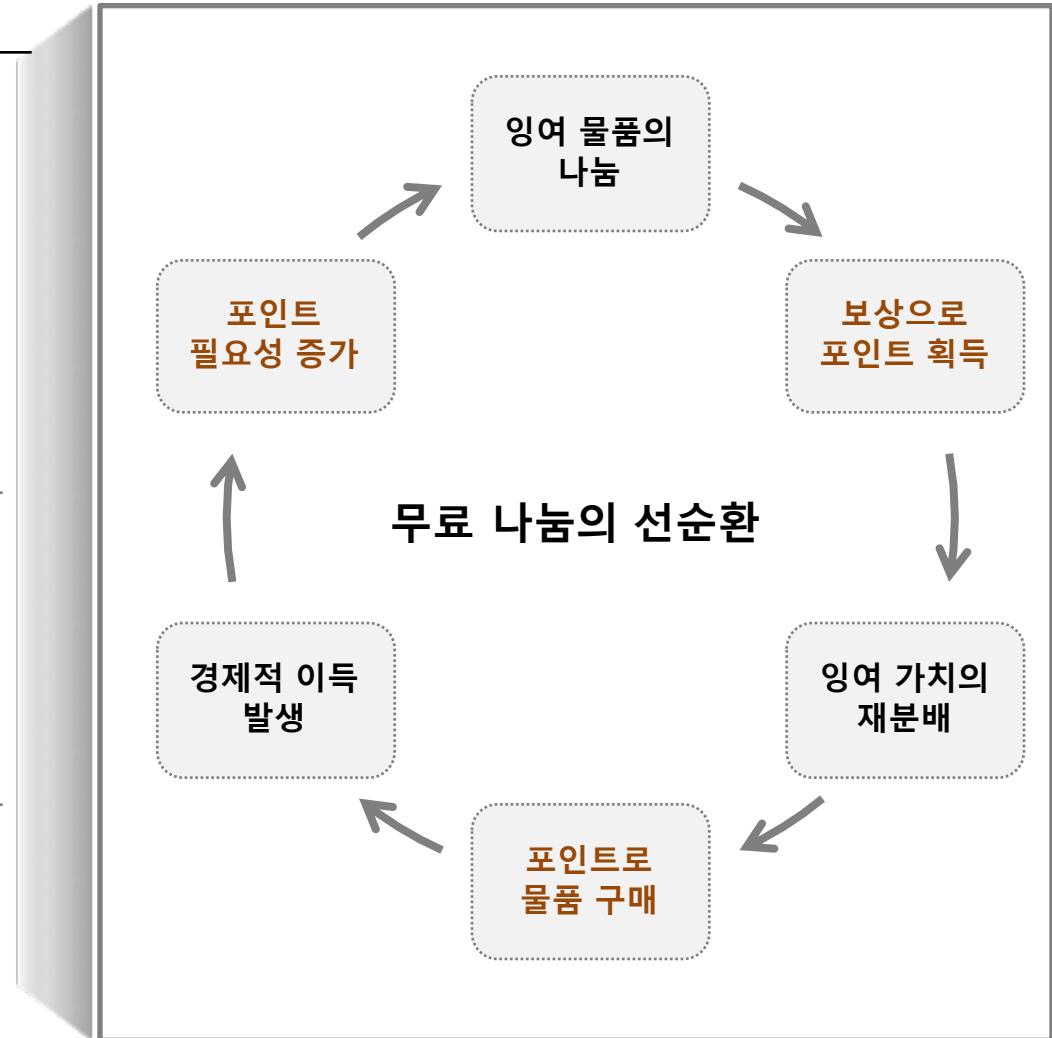
편리한  
서비스

- 모바일 중심의 편리한 거래 기능 제공
  - 찍고, 올리고, 나누고로 이어지는 원샷 서비스
- 무료 거래에 편리한 기능
  - 검색의 편의성 확대 (위치기반, 카테고리 등)
  - 나누고 톡을 이용한 인 앱 기반의 소통 제공

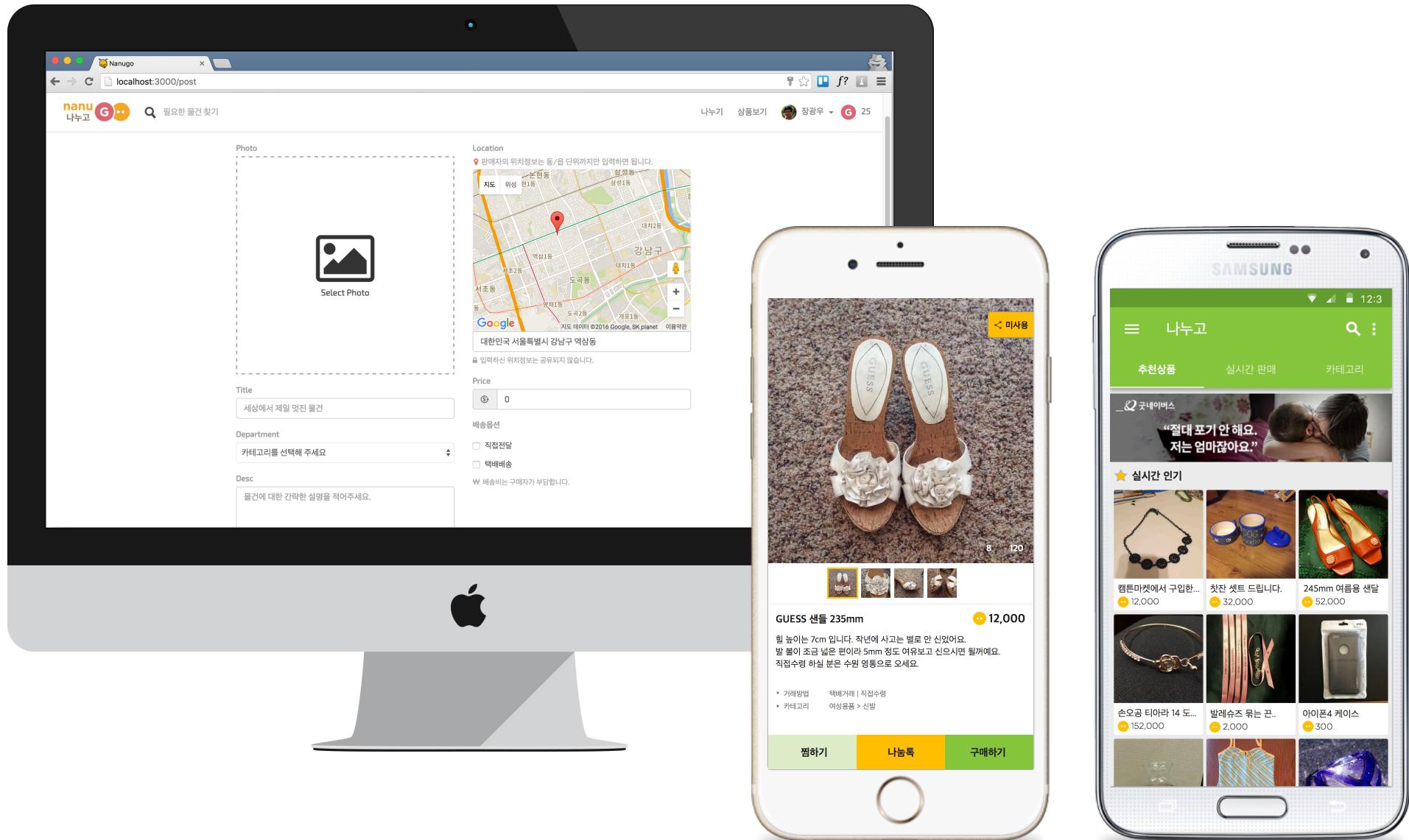
3

서비스  
확장

- 기업 연계 서비스 확대
  - 기업의 재고 물품을 이용한 서비스 확대
  - 양질의 물품을 포인트로 구매할 수 있는 기회
- 포인트 기부 등 사회적 서비스 연계
  - 경제적 이득 외에 사회적 가치 발생



# 프로토타입



# 경쟁사 분석 및 비교우위

“나누고”에서는 포인트를 이용한 거래로 경제적 이득과 재미를 동시에 제공하는 무료 나눔에 특화된 서비스를 제공하고자 함

## 【 경쟁사 분석 】

	장점	단점
증*나라 무료나눔	사람들에게 많이 알려지고 물건이 많음	물건 검색이 어렵고, 나눔에 대한 보상이 없음
번*장터 무료나눔	모바일 위주의 편리한 사용성	곁다리 서비스로 인식, 나눔에 대한 보상이 없음
키*	대리 판매로 인한 편의성 (직접거래 없음)	특정용품에 한정, 판매의 일부만 포인트로 환급
Y**dle	나눔에 대한 보상 존재 (포인트로 재구매 가능)	해외 일부 지역만 서비스, 국내 사용자는 이용 불가
아*다운 가게	사회적 가치 실현	온라인 부재, 단순 기증, 제한된 중고물품 거래
현옷 수거함	손쉬운 물건 처리	기증자의 의도와는 다르게 물품이 운영되고는 함

## 【 비교우위 】

### ① “나누고”의 최대 강점



나눔의 보상으로 포인트 획득

포인트를 이용하여 필요한 물품 구매

- 단순 나눔에서 벗어나 포인트를 이용한 구매로 이어지는 순환고리 형성

### ② “나누고”를 사용하는 이유

개인적인 측면

경제적 이득

편리한 사용

사회적인 측면

잉여의 가치 증대

사회적 가치 생산

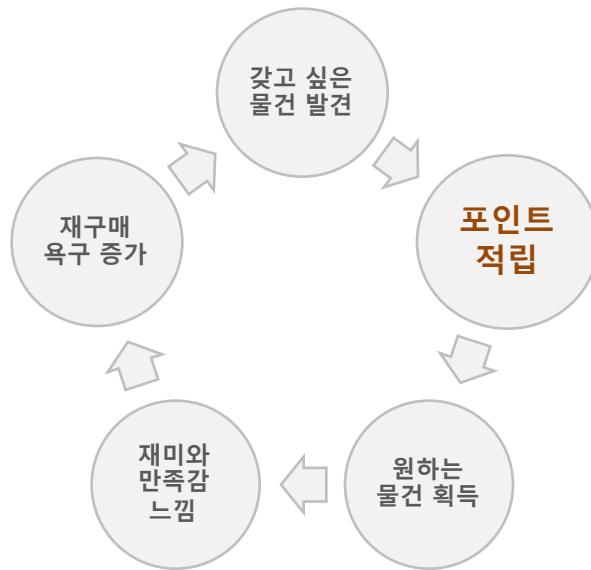


회원님 외 10,000,000명이 “나누고”를 좋아합니다.

## 비즈니스 모델

“나누고” 이용에 대한 수수료는 없으며, 서비스 이용 시 발생하는 “포인트 판매”, “유료 아이템 판매”, “광고”, “기타 수익” 4가지의 주요 수익모델을 가짐

### ① 물품 거래를 위해 포인트 적립 필요

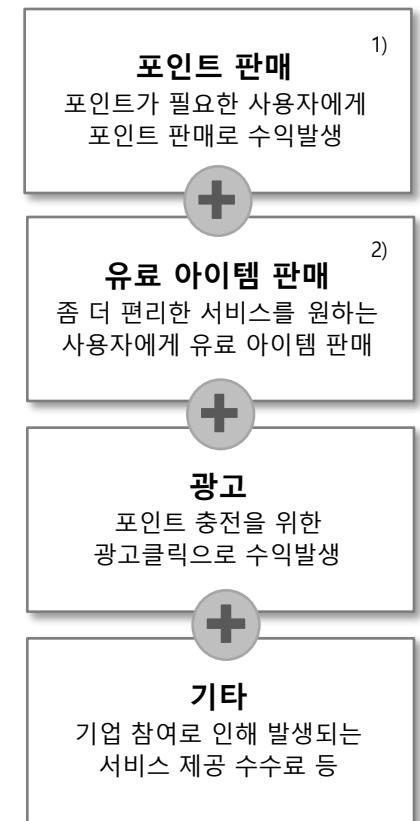


### ② 포인트 적립을 위한 다양한 행위 발생



포인트를 통한 거래에서는 포인트 소유욕구가 강해짐. (현실 세계의 돈처럼 ...)

### ③ 수익 발생



1) 사용자가 물품을 구매하거나 포인트를 선물하고자 할 때 추가적으로 포인트를 유료로 구매하여 충전할 수 있는 수단 제공

2) 우선구매권(최신 상품을 일정시간 동안 남보다 먼저 확인할 수 있는 티켓), 우선판매권(나의 판매 물품이 우선적으로 검색될 수 있는 티켓) 등 유료 아이템 제공

## 시장 진입전략 및 사업 성장계획

서비스 초기에 안정적 시장 진입을 위해 사용자의 요구를 적극 수렴하고, 성장기 이후 재무적인 안정성 확보를 위해 다양한 수익모델 개발 및 적용

【 Time 】	【 Strategy 】	【 Users 】
서비스 초기 (1년차)	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 타겟 고객층에 적극적인 홍보<ul style="list-style-type: none"><li>- SNS 광고, 런칭 이벤트 등으로 많은 사용자 확보에 집중</li></ul></li><li>▪ 포인트 소유욕구 자극<ul style="list-style-type: none"><li>- 사용자들이 관심있어할 물건들을 확보</li><li>- 친구초대, SNS 공유, 물품등록을 유도하여 사용자 및 물품 확보</li></ul></li><li>▪ 초기 사용자의 요구를 지속적으로 반영하여 서비스 품질 향상</li></ul>	100,000
본격 성장기 (2~3년차)	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 포인트 사용처의 확대<ul style="list-style-type: none"><li>- 무형의 서비스나 재능판매 등으로 물품 외 카테고리를 확장</li></ul></li><li>▪ 유료 아이템 개발<ul style="list-style-type: none"><li>- 서비스를 보다 편리하게 사용할 수 있는 유료 아이템 개발 판매</li></ul></li><li>▪ 광고 유치<ul style="list-style-type: none"><li>- 회원수 증가에 따른 배너, 파워링크 등 광고 유치</li></ul></li></ul>	2,000,000
성숙기 (4~5년차)	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 기업의 사회적 책임(CSR) 선도를 통해 나누고 참여 유도<ul style="list-style-type: none"><li>- 기업과 개인의 연계고리를 제공</li><li>- 재고 물품 또는 티켓 등의 나누고 내 판매를 통해 기부펀드 조성</li></ul></li><li>▪ 기업의 가치를 높이기 위한 방안 강구<ul style="list-style-type: none"><li>- 사회문제도 해결하는 공유 경제 기업으로의 도덕적 영향력과 긍정적인 홍보효과 극대화</li><li>- 다른 공유 경제 기업과의 연계</li></ul></li></ul>	5,000,000

## 현금흐름

재무적인 안정성 확보를 최우선으로 추진하여 3년 차에 영업 이익 BEP를 초과하고 4년 차에 초기 투자금 이상 Cash Balance를 확보

### ■ 5년간 현금흐름

[단위 : 백만 원]

항목	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
매출	10	175	700	1,600	2,000
포인트 판매 <sup>1)</sup>	10	50	200	400	500
유료 아이템 판매 <sup>2)</sup>	-	100	400	800	1,000
광고 <sup>3)</sup>	-	25	100	200	250
기타 (기업 연계 수수료 등) <sup>4)</sup>	-	-	-	200	250
지출	80.8	224.3	598.6	884.1	1,126.2
인건비 <sup>5)</sup>	64.2	187.2	429	577.2	756.6
경비	16.6	37.1	169.6	306.9	369.6
영업 이익	- 70.8	- 49.3	101.4	715.9	873.8

### ■ 5년간 회원수

[단위 : 만 명]

회원수	10	50	200	400	500

1) 회원 1인당 연 100원 수익 예상 (전체 회원 중 1%가 연간 10,000원 구매)

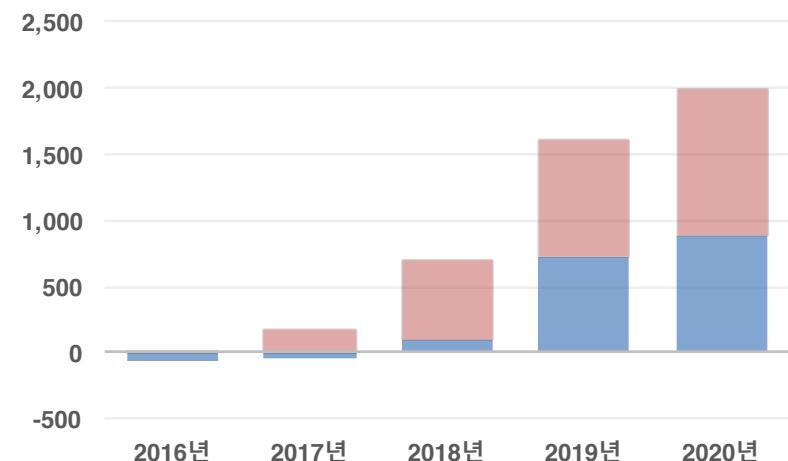
2) 회원 1인당 연 200원 수익 예상 (전체 회원 중 1%가 연간 20,000원 구매)

3) 회원 1인당 연 50원 수익 예상

4) 서비스의 안정화 이후 기업 연계 서비스 등을 통해 연간 고정 수익이 발생할 것으로 예상

5) 5년간 직원 수 : 1년차 - 2명, 2년차 - 4명, 3년차 - 7명, 4년차 - 10명, 5년차 - 13명

■ 영업이익 ■ 매출

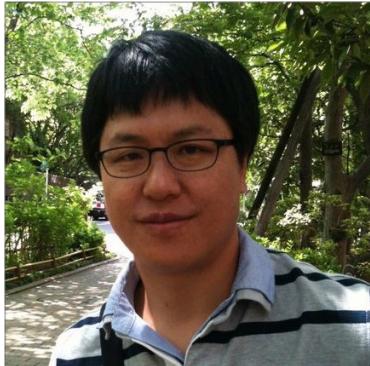


- 설립 3년차에 영업이익 BEP 초과 목표

- 설립 4년차에 총 투자금 이상 Cash Balance 확보 목표

## 팀 소개

사업 초기에는 최소의 인력으로 제품 개발에 집중하고, 서비스 런칭 후 안정적 서비스를 위해 적절한 인력을 배치하고자 함



장광우 / 개발총괄

- **17년차**, 보안, 가상화, 웹, 모바일 경험의 Full-Stack 개발자
- 사회문제와 공익에 관심이 많은 사회적기업 출신
- 새로움을 향한 도전을 즐기는 마인드
- 잉카인터넷, 미라지웍스, 행복한웹앤미디어, 클레비



이언정 / 기획총괄

- **15년차**, 웹 개발 출신 기획자
- SK 그룹사 웹 / 모바일 서비스 기획
- 사회적 문제에 관심이 많아 한동안 웹접근성에 매진
- 클루넷, 행복한웹앤미디어, 클레비

## [첨부]

1. 향후 추진 일정
2. 현금흐름 상세 및 투자금 사용계획

## [첨부1] 향후 추진 일정

### ■ 주요 마일스톤

#### 제품개발 ( ~ '16.5)

- 주요 Biz Item 개발
- Web & Mobile Application 병행
- Android 4.2, iOS 8 + Desktop 지원
- 주요 개발 Stack
  - AWS EC2, Rails 4.2, PostgreSQL
  - REST API Server
  - Android, iOS Native App

1차 성과 점검  
(베타기간 중)

#### 베타서비스 ( ~ '16.8)

- 베타서비스 (AWS EC2 + CDN)
- 베타오픈 이벤트 및 홍보 마케팅 진행
  - 회원 / 거래물품 확보를 위한 마케팅에 초점
- 고객설문, 테스트 진행을 통해 서비스 개선 및 안정화

2차 성과 점검  
(정식 서비스 이전)

#### 정식서비스 ('16.8 ~ )

- 안정적인 서비스 제공을 위한 기반 마련
  - ELB 도입, 서버 증설 등
- 본격적인 홍보 / 마케팅 진행
- 안정적 운영 / 개발을 위해 추가인력 투입
- 성장기 Biz. Item 발굴 및 검증, 이행 계획 수립

### ■ 월별 추진일정

	기간	마일스톤	기획/마케팅	개발
2016년	1월	기획안작성	서비스 기획	아키텍처 설계
	2월	데모개발	투자유지	REST API 서버모듈 + 웹사이트 제작
	3월		UI / UX 설계	
	4월	제품개발		Mobile App 제작
	5월		QA + 배포전략 수립	
	6월		베타런칭 + SNS 홍보	
	7월	베타서비스	고객설문 + 개선방안 수집	시스템 안정화 + UI / UX 개선
	8월		정식런칭 준비	
	9월		정식서비스 집중화 기간	
	10월			
	11월		정식서비스 홍보/이벤트 + 중기계획 수립	
	12월			중기계획 실천 (고도화)
2017년	1월			
	2월		시리즈 A 준비	

## [첨부2] 현금흐름 상세 및 투자금 사용계획

### ■ 5년간 현금흐름 상세

[단위 : 만 원]

구분		'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
매출	포인트 판매	1,000	5,000	20,000	40,000	50,000
	유료 아이템 판매	-	10,000	40,000	80,000	100,000
	광고	-	2,500	10,000	20,000	25,000
	기타 (기업연계 수수료 등)	-	-	-	20,000	25,000
		<b>1,000</b>	<b>17,500</b>	<b>70,000</b>	<b>160,000</b>	<b>200,000</b>
기본운영비						
인건비	사무실 임대료	0	0	3,600	3,600	3,600
	관리비	0	0	1,200	1,200	1,200
	집기류	300	400	600	600	600
	무형자산	200	400	400	400	400
지출						
영업 / 마케팅비	급여	5,400	14,400	33,000	44,400	58,200
	4대 보험	540	1,440	3,300	4,440	5,820
	퇴직급여	0	1,440	3,300	4,440	5,820
	복지비(식대, 건강검진 등)	480	1,440	3,300	4,440	5,820
영업 / 마케팅비						
영업 이익	영업비	240	350	1,400	3,200	4,000
	마케팅비	400	525	2,100	4,800	6,000
기타						
영업 이익	호스팅비	400	1,750	7,000	16,000	20,000
	소모품 외 기타	120	288	660	888	1,164
<b>8,080</b>						
<b>22,433</b>						
<b>59,860</b>						
<b>88,408</b>						
<b>112,624</b>						
<b>87,376</b>						
<b>-7,080</b>						
<b>-4,933</b>						
<b>10,140</b>						
<b>71,592</b>						

### ■ 투자금 사용계획 (투자 후 1년간 운용)

[단위 : 만 원]

구분	항목	월단가	개월수	소계	비고
기본 운영비	사무실 임대료	0	12	<b>0</b>	스마트 오피스 이용
	관리비	0	12	<b>0</b>	스마트 오피스 이용
	집기류	-	-	<b>300</b>	노트북, 모니터, 사무가구 등
	무형자산	-	-	<b>200</b>	소프트웨어, 도메인, 법인설립 등
인건비	급여	450	12	<b>5,400</b>	2인 기준 (연봉 2700만 기준)
	4대 보험 등	45	12	<b>540</b>	급여의 10%로 계산
	퇴직금	0	12	<b>0</b>	
	식비	40	12	<b>480</b>	2인 기준 (중, 석식)
영업 / 마케팅	영업비	20	12	<b>240</b>	교통, 통신, 교육, 출장, 세미나 등
	마케팅비	50	8	<b>400</b>	제품개발 후 SNS 광고 등
기타	호스팅비	50	8	<b>400</b>	제품개발 후 베타 & 정식 서비스 1. Amazon (EC2+S3+ELB) = 30/월 2. Cloudinary (CDN) = 15/월
	소모품 외 기타	10	12	<b>120</b>	
총합	<b>1년 총비용</b>				<b>8,080</b>
	<b>월평균</b>				<b>673</b>

*End of document*