

무료 나눔 플랫폼 『nanuGO (나누고)』 추진 계획

- 안쓰는 것 나누고 필요한 것 얻자 -

2016. 3. 7 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 Cash Burning

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 이벤트 입니다.  [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

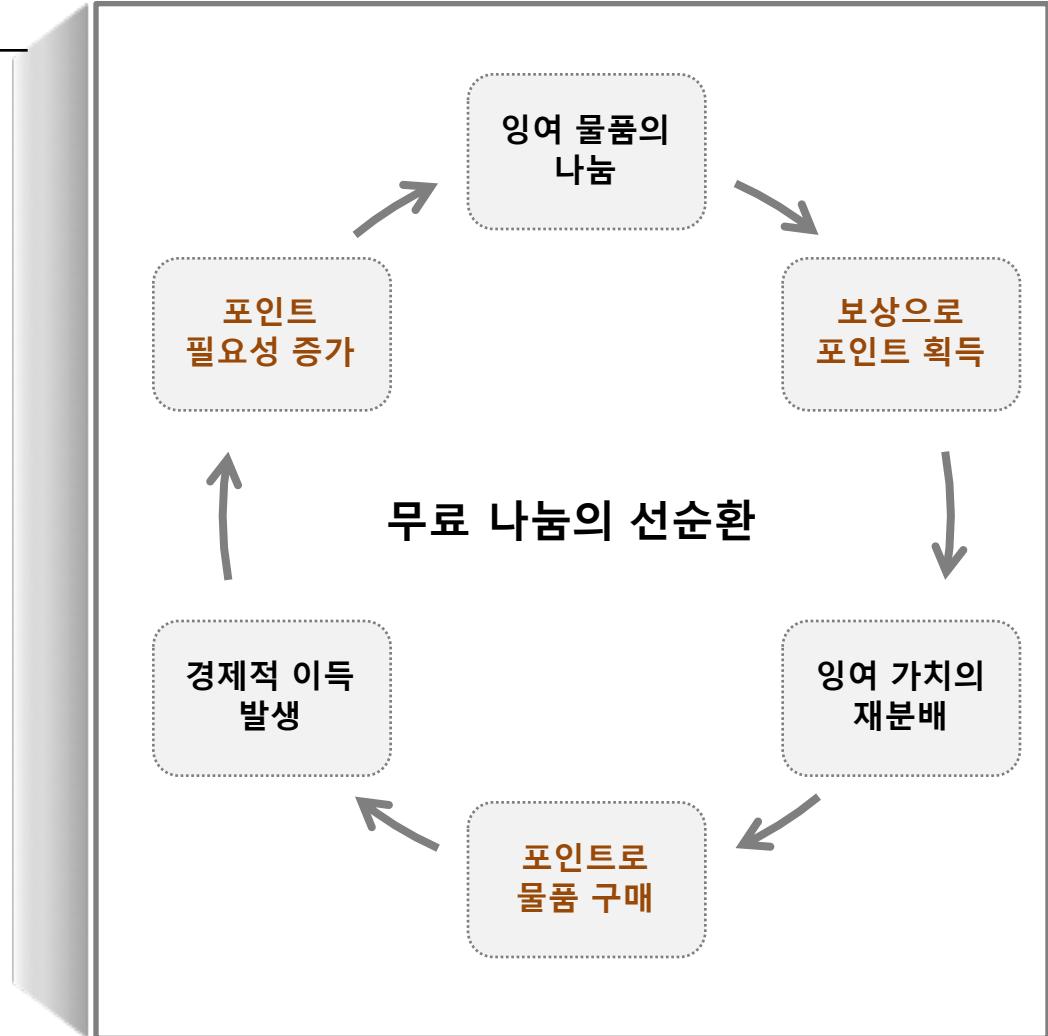
편리한
서비스

- 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

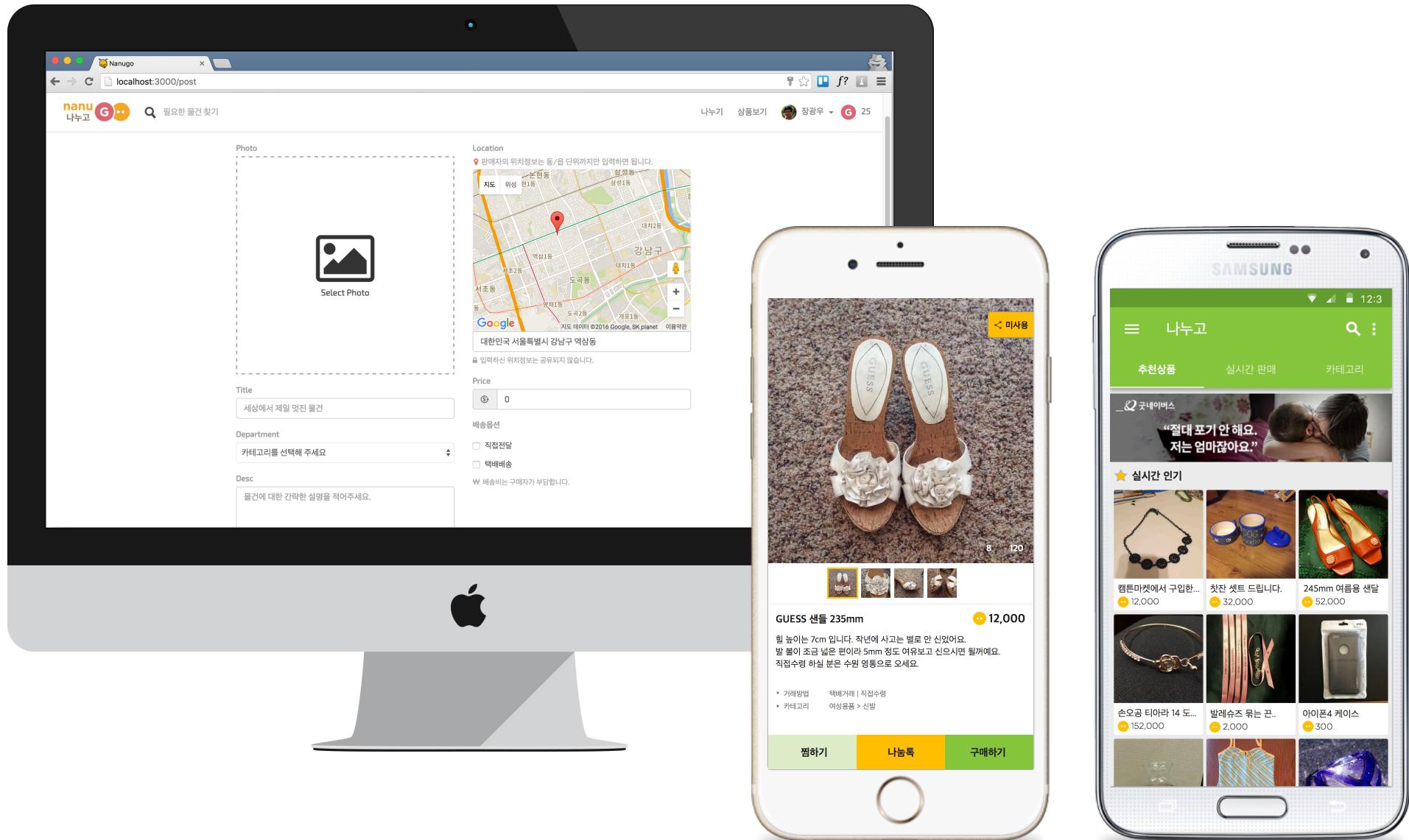
3

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

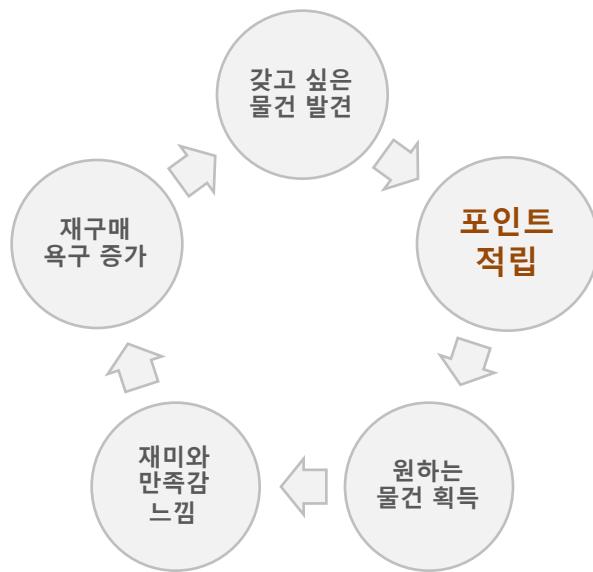


회원님 외 10,000,000명이 “나누고”를 좋아합니다.

비즈니스 모델

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

① 물품 거래를 위해 포인트 적립 필요

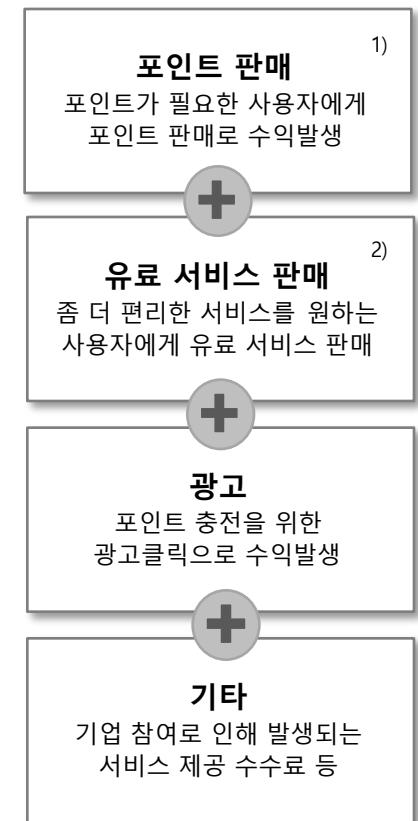


② 포인트 적립을 위한 다양한 행위 발생



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 서비스 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">▪ 타겟 고객층에 적극적인 홍보<ul style="list-style-type: none">- SNS 광고, 런칭 이벤트 등으로 많은 사용자 확보에 집중▪ 포인트 소유욕구 자극<ul style="list-style-type: none">- 사용자들이 관심있어할 물건들을 확보- 친구초대, SNS 공유, 물품등록을 유도하여 사용자 및 물품 확보▪ 초기 사용자의 요구를 지속적으로 반영하여 서비스 품질 향상	100,000
본격 성장기 (2~3년차)	<ul style="list-style-type: none">▪ 포인트 사용처의 확대<ul style="list-style-type: none">- 무형의 서비스나 재능판매 등으로 물품 외 카테고리를 확장▪ 유료 서비스 개발<ul style="list-style-type: none">- 서비스를 보다 편리하게 사용할 수 있는 유료 서비스 개발 판매▪ 광고 유치<ul style="list-style-type: none">- 회원수 증가에 따른 배너, 파워링크 등 광고 유치	2,000,000
성숙기 (4~5년차)	<ul style="list-style-type: none">▪ 기업의 사회적 책임(CSR) 선도를 통해 나누고 참여 유도<ul style="list-style-type: none">- 기업과 개인의 연계고리를 제공- 재고 물품 또는 티켓 등의 나누고 내 판매를 통해 기부펀드 조성▪ 기업의 가치를 높이기 위한 방안 강구<ul style="list-style-type: none">- 사회문제도 해결하는 공유 경제 기업으로의 도덕적 영향력과 긍정적인 홍보효과 극대화- 다른 공유 경제 기업과의 연계	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 ¹⁾	10	50	200	400	500
유료 서비스 판매 ²⁾	-	100	400	800	1,000
광고 ³⁾	-	25	100	200	250
기타 (기업 연계 수수료 등) ⁴⁾	-	-	-	200	250
지출	80.8	224.3	598.6	884.1	1,126.2
인건비 ⁵⁾	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)

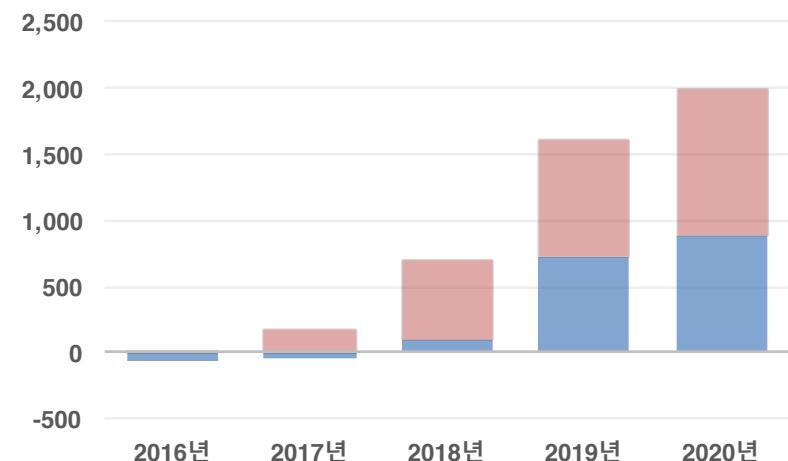
2) 회원 1인당 연 200원 수익 예상 (전체 회원 중 1%가 연간 20,000원 구매)

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

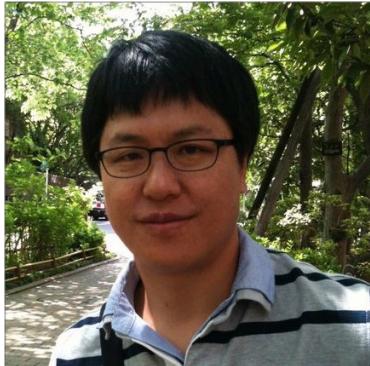


- 설립 3년차에 영업이익 BEP 초과 목표

- 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 Cash Burning

[첨부1] 향후 추진 일정

■ 주요 마일스톤

제품개발 (~ '16.6)

- 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 (~ '16.9)

- 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 ('16.10 ~)

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

[첨부2] 현금흐름 상세 및 Cash Burning

■ 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 서비스 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
		1,000	17,500	70,000	160,000	200,000
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
인건비						
지출	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
		8,080	22,433	59,860	88,408	112,624
		-7,080	-4,933	10,140	71,592	87,376

■ Cash Burning

[단위 : 만 원]

구분	항목	단가	비고
기본 운영비	사무실 임대료	0	스마트 오피스 이용
	관리비	0	스마트 오피스 이용
	집기류	25	노트북, 모니터, 사무가구 등 * 집기류 = (총금액 / 12개월)
	무형자산	17	소프트웨어, 도메인, 법인설립 등 * 무형자산 = (총금액 / 12개월)
인건비	급여	450	2인 기준 (연봉 2700만 기준)
	4대 보험 등	45	급여의 10%로 계산
영업 / 마케팅	식비	40	2인 기준 (중,석식)
	영업비	20	교통, 통신, 교육, 출장, 세미나 등
기타	마케팅비	33	* 제품개발 후 비용발생 * 마케팅비 = (총금액 / 12개월)
	호스팅비	33	제품개발 후 베타 & 정식 서비스 1. Amazon (EC2+S3+ELB) = 30/월 2. Cloudinary (CDN) = 15/월 * 제품개발 후 비용발생 * 호스팅비 = (총금액 / 12개월)
	소모품 외 기타	10	
총합	월평균		673만원 (1년간 운영할 경우 월 평균)

End of document