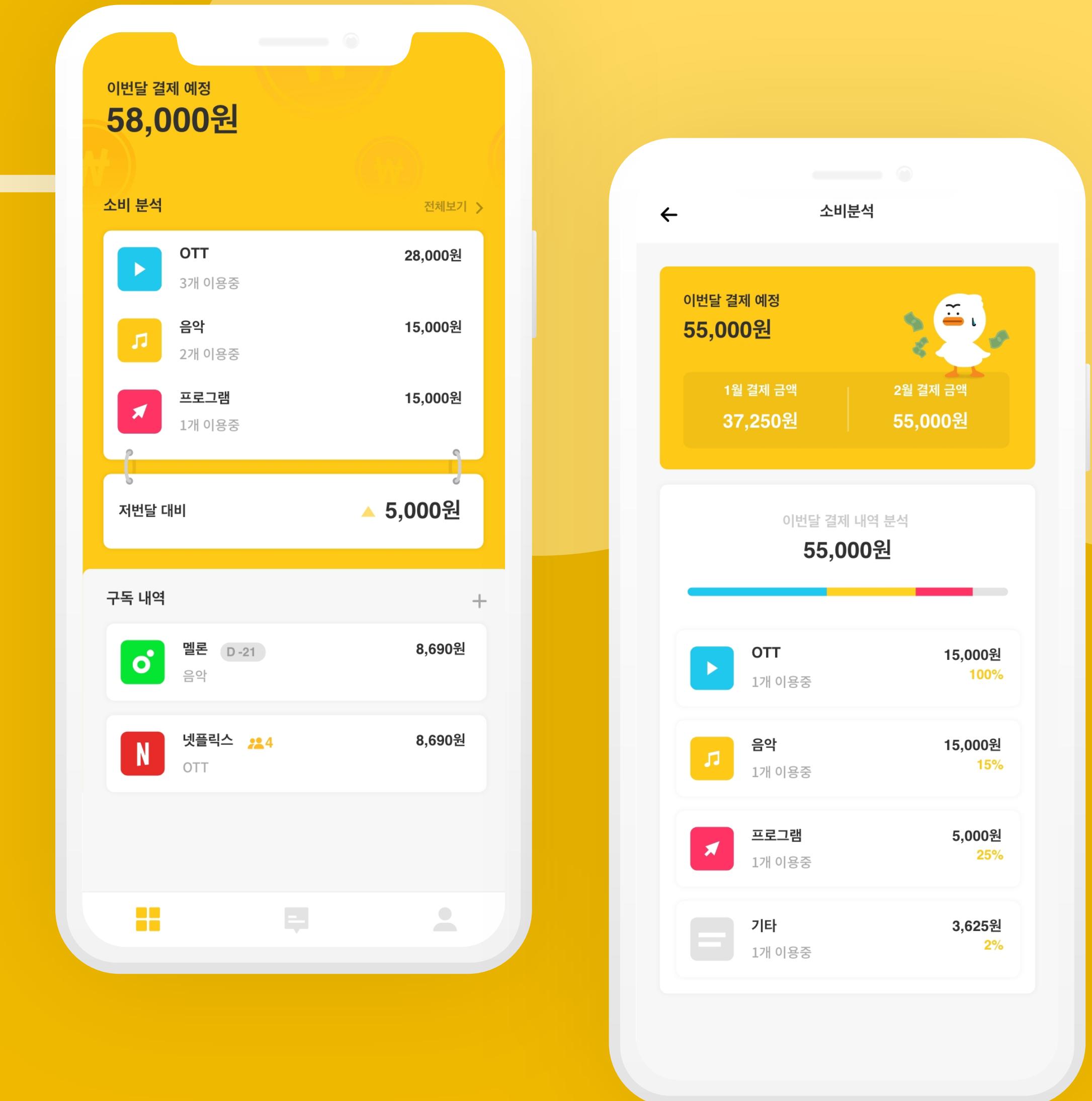


# SPREAD Y

스프레드와이 회사소개서

Company & Service Introduction

business.modu21@gmail.com



Team

Spread Y

Service

MODU

Ver

2022.01ver

# Index.

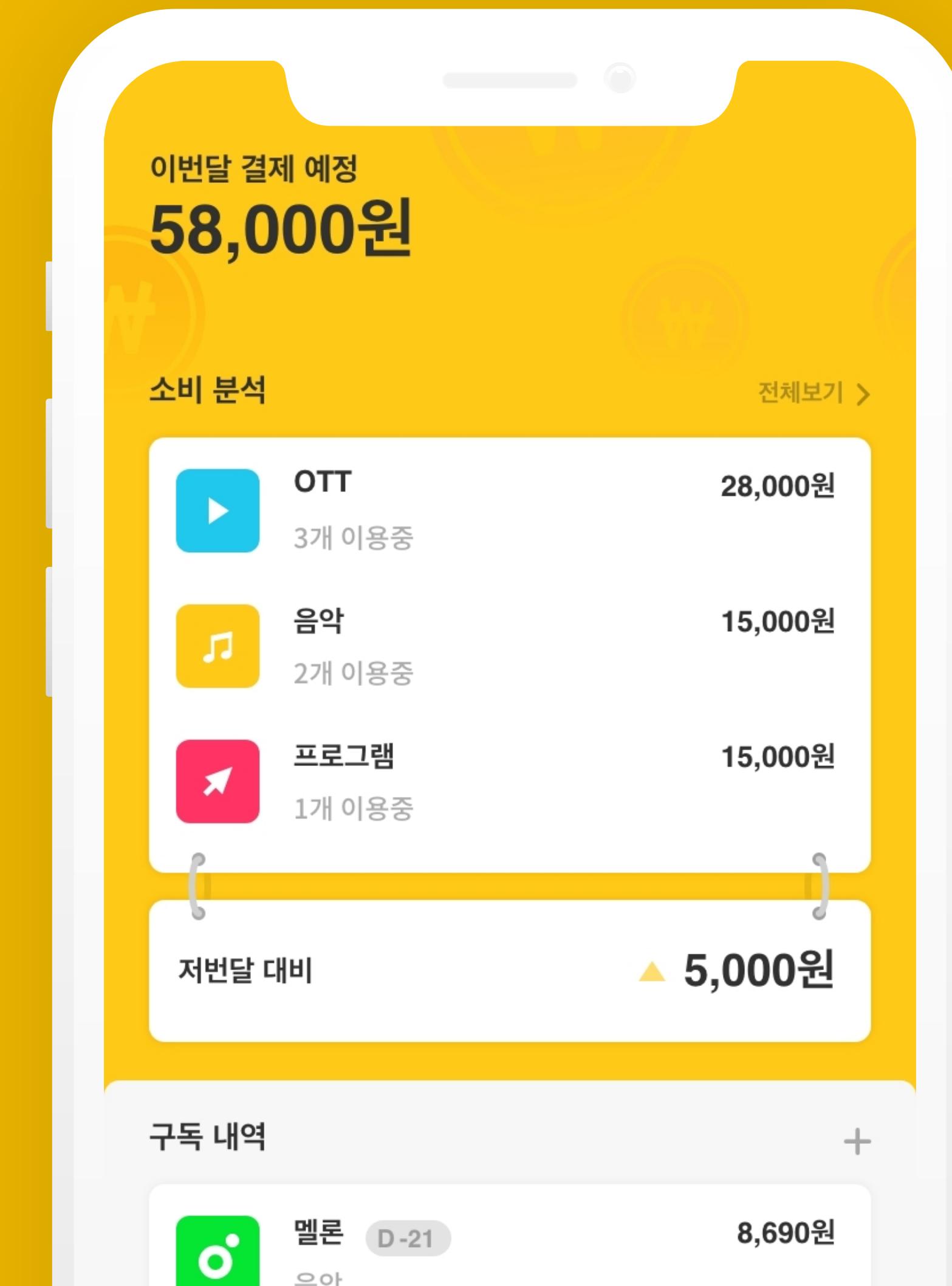
## 목차

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>01</b> 서비스 소개<br/>Service introduction</p> <p><b>02</b> 슬로건<br/>Slogan</p> <p><b>03</b> 배경<br/>Background</p> <p><b>04</b> 문제점 &amp; 해결방안<br/>Painpoint &amp; Solution</p> <p><b>05</b> 메인기능<br/>Main function</p> | <p><b>06</b> SWOT 분석<br/>SWOT analysis</p> <p><b>07</b> 비지니스 모델<br/>Business Model</p> <p><b>08</b> 마일스톤<br/>Milestone</p> <p><b>09</b> 스케일업<br/>Scale up</p> <p><b>10</b> 멤버소개<br/>Members</p> |
|--|---|



일상의 모든 경험들을,  
구독이라는 수단으로  
자유롭게 얻을 수 있는 세상을  
만드는 것.

모두는 사용자에게 구독 서비스 계정 공유 플랫폼을 제공하여  
더욱 다양한 구독 서비스와 경제적인 공유를 할 수 있도록  
서비스를 만들어가고 있습니다.



## Slogan

# 일상의 모든 경험을 구독하다.

01

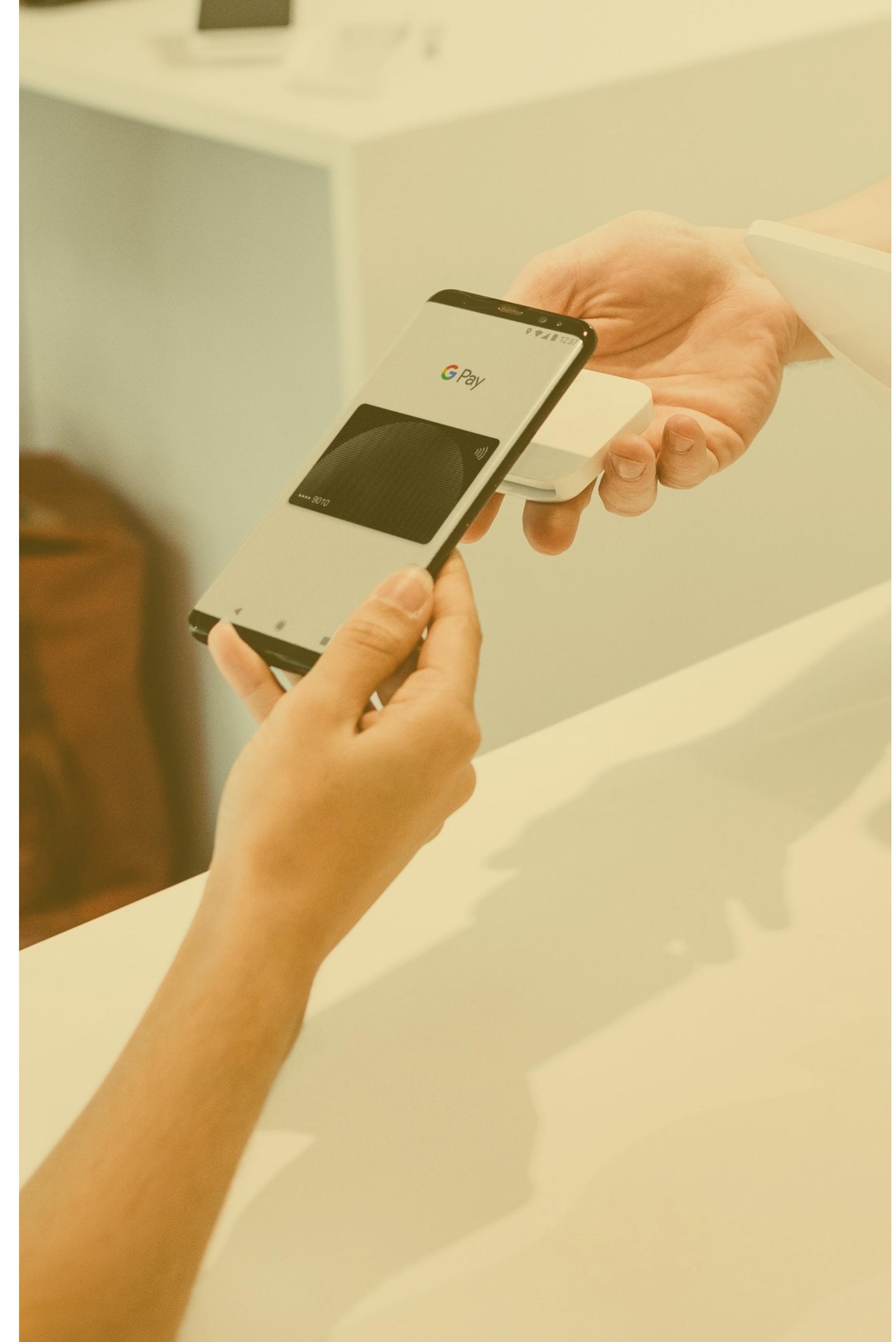
나도 모르게 돈을 지출하게 되지만,  
우리 일상 생활에 점점 깊숙히 관여하는 구독.

‘모두’는 **구독의 불편함과 고민을 해결**하고  
누구나 쉽게 구독을 통해 **원하는 경험을 얻고**  
**쉽게 구독을 제공**할 수 있도록 돋고자 합니다.

02

구독 이용에 있어서 불필요한 기회비용을 쓰지  
않도록 본인의 소비를 스스로 디자인하고

더 나에게 맞는 구독을 선택할 수 있도록  
**‘고민 없이 다양한 경험을 구독하는 사회’**,  
‘모두’가 만들어가려 합니다.



“ 소비 패러다임의 변화,  
소유에서 경험으로. ”

### | 상세내용

최근 구독 서비스의 이용자들의 소비 패러다임이 변화하면서, 큰돈을 소비하며 소유하는 것보다 같은 가격으로 더 많은 경험을 할 수 있는 구독을 선호하는 경향을 보였다. 또한 구독경제가 성장하고 생활 전범위에 퍼지며 개인 당 구독 수가 늘어나는 상황이다.

### | 세계 구독시장 규모

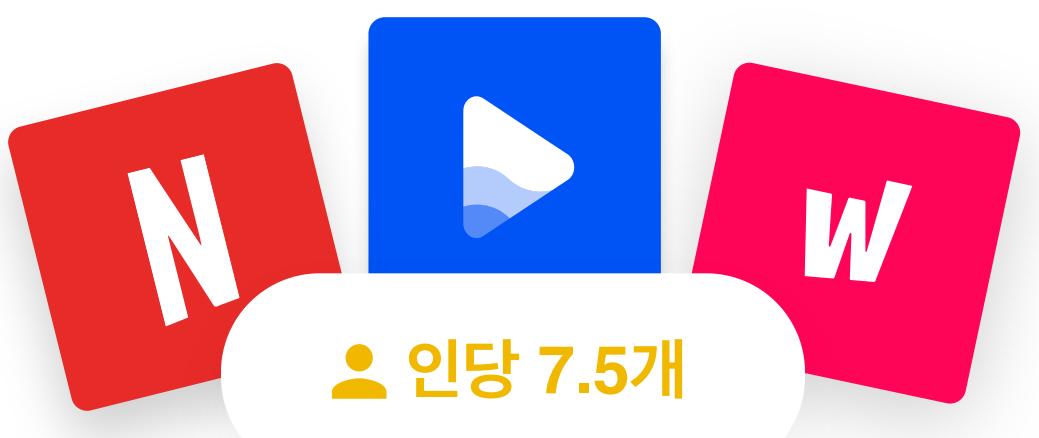
2015년도 규모

 500조원

2020년도 규모

 630조원

### | 인당 평균 구독 수



## | 문제점 & 해결방안 Painpoint & Solution

### Pain point

구독 서비스의 이용기간 만료 or 더 이상 사용하지 않을  
구독 서비스 해지를 깜빡해 불필요한 지출

이용하는 구독의 수가 점점 많아져  
일일이 관리하기 힘들고 가격이 부담됨

가격이 부담되서 파티를 하고 싶은데 구하기 쉽지 않음

할인 혜택으로 초기 유저를 모았는데 이후 유저들의 이탈이 많음  
(끊임없이 변하는 소비자 니즈를 충족시키지 못함)

구독시장에 진입하고 싶은데 기술적 어려움이 있음

### Solution

결제일/체험일 전 푸시알림으로 지출 리마인드

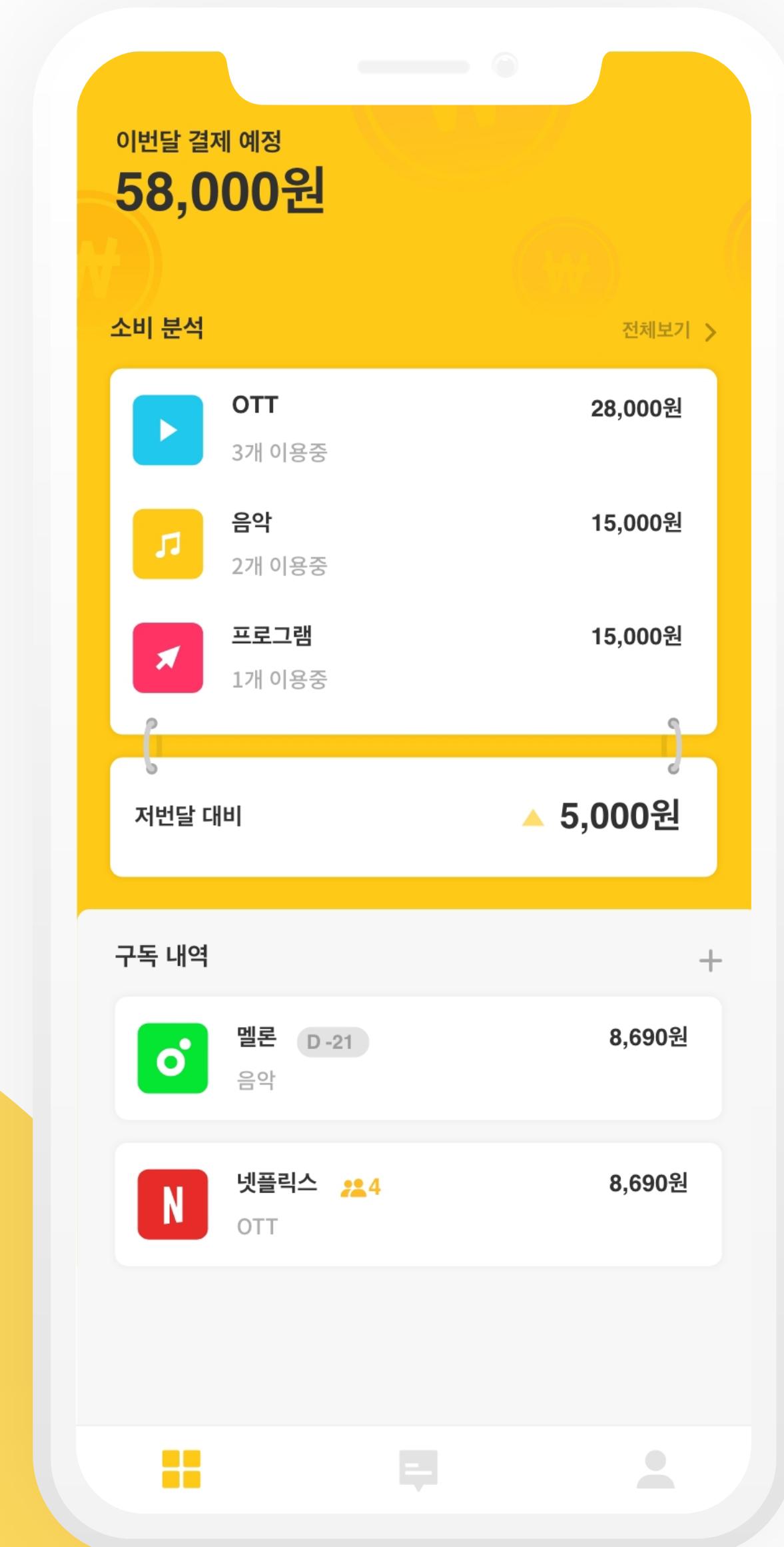
한 눈에 보는 ‘구독관리’와 N배로  
저렴하게 구독하는 ‘구독파티’ 기능

어떤 서비스든 원하는 옵션으로 파티를 만들고  
참가할 수 있는 통합 파티공간 마련

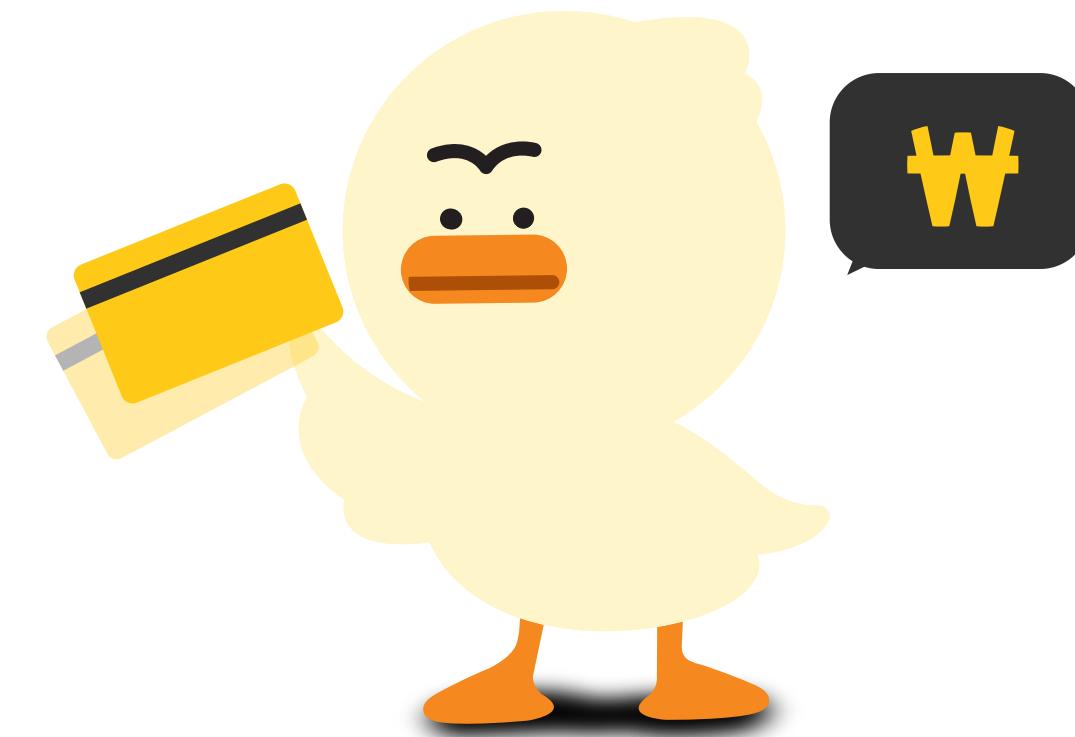
소비자 구독 빅데이터를 활용한 상품기획 컨설팅 제공

정기결제 도입 시스템부터  
판매 장소마련과 데이터 기반 후속지원까지!

메인기능  
Main function

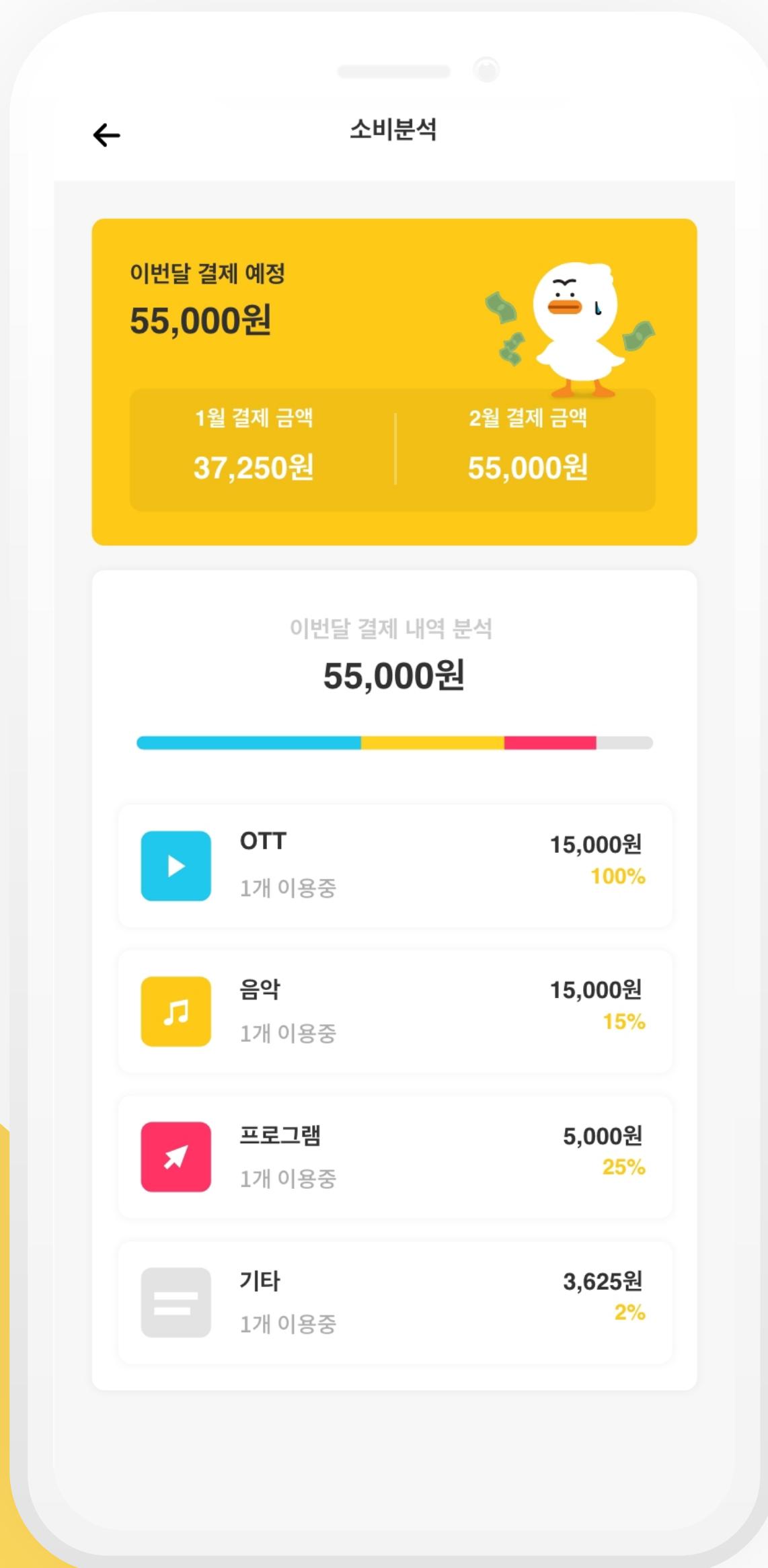


## 구독관리

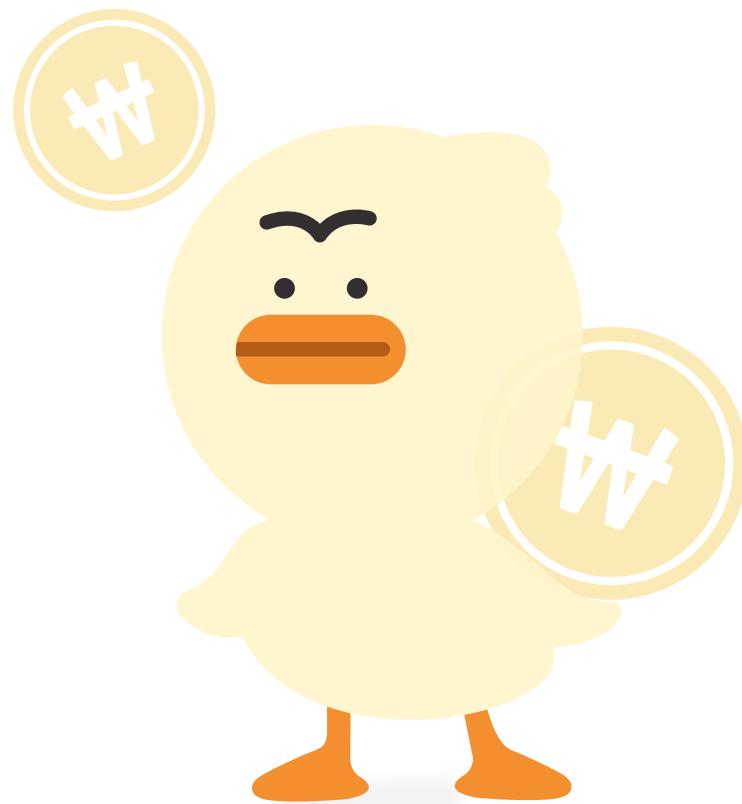


- 결제일/체험일 전 푸시알림 리마인더
- 구독중인 서비스 한 번에 관리
- OTT 서비스부터 월세까지 다양한 구독을 자유롭게 관리

메인기능  
Main function

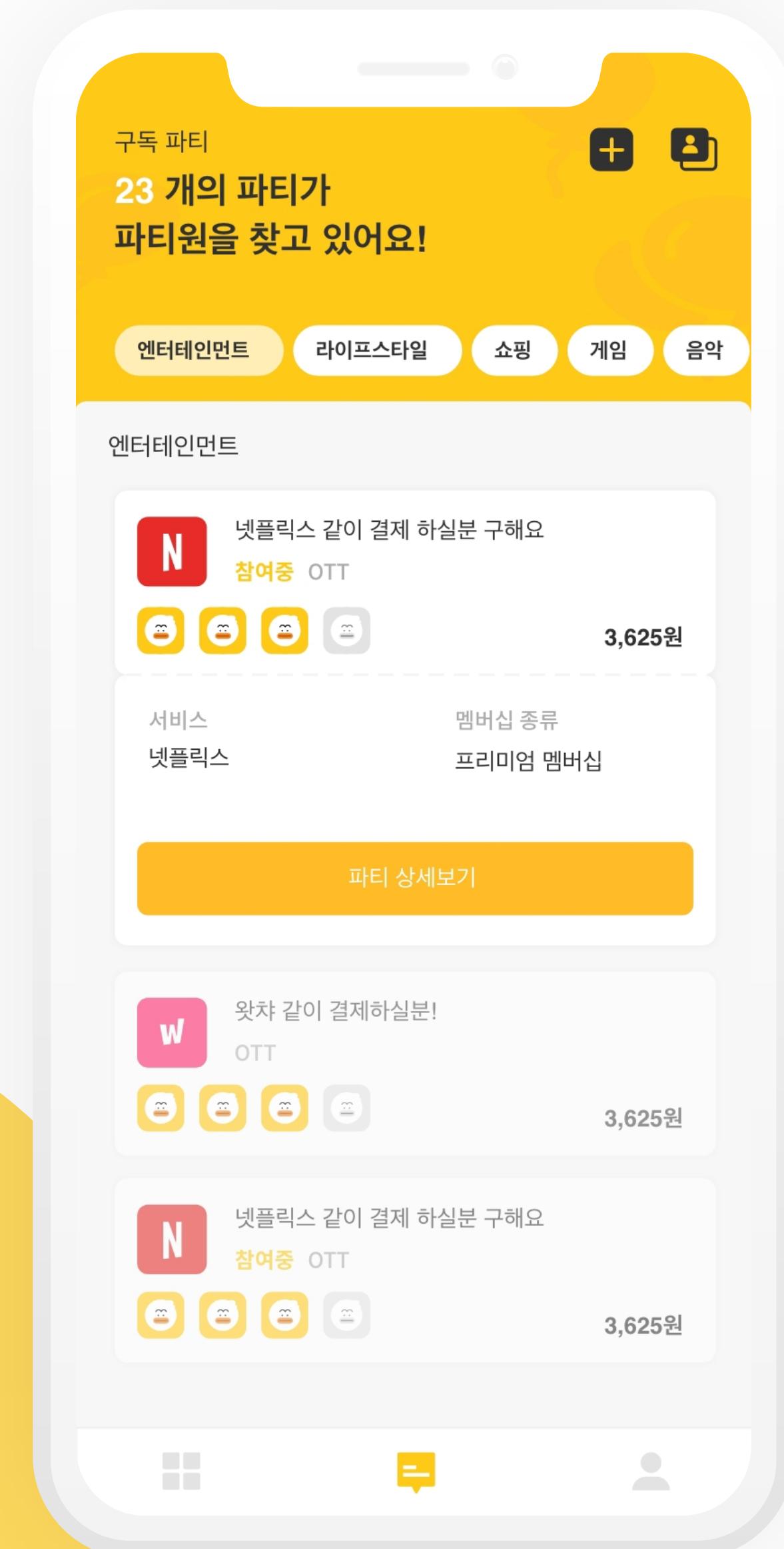


## 소비분석

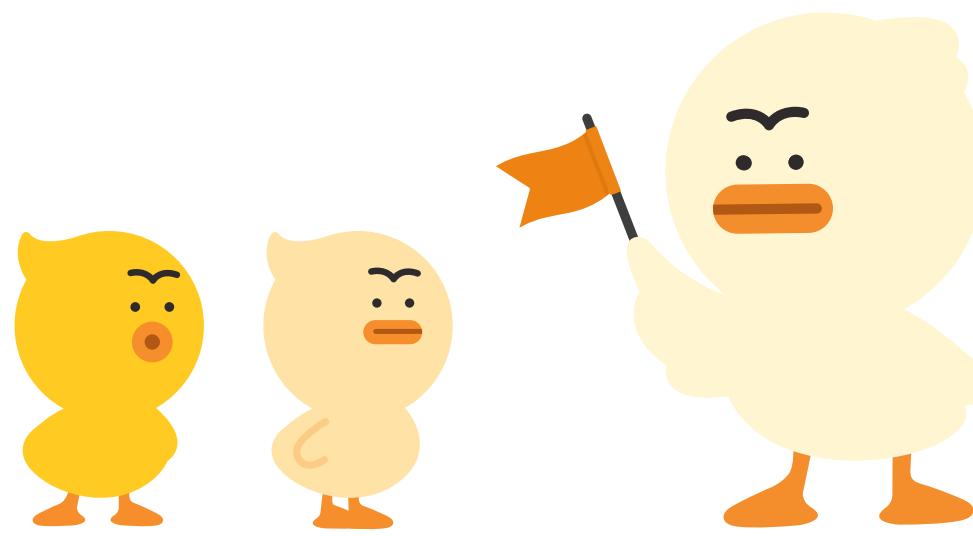


- 카테고리 별 사용량 체크 -> 구독소비
- 이전 달 대비 사용량 증감 체크
- 구독소비 자가관리

메인기능  
Main function



## 구독파티

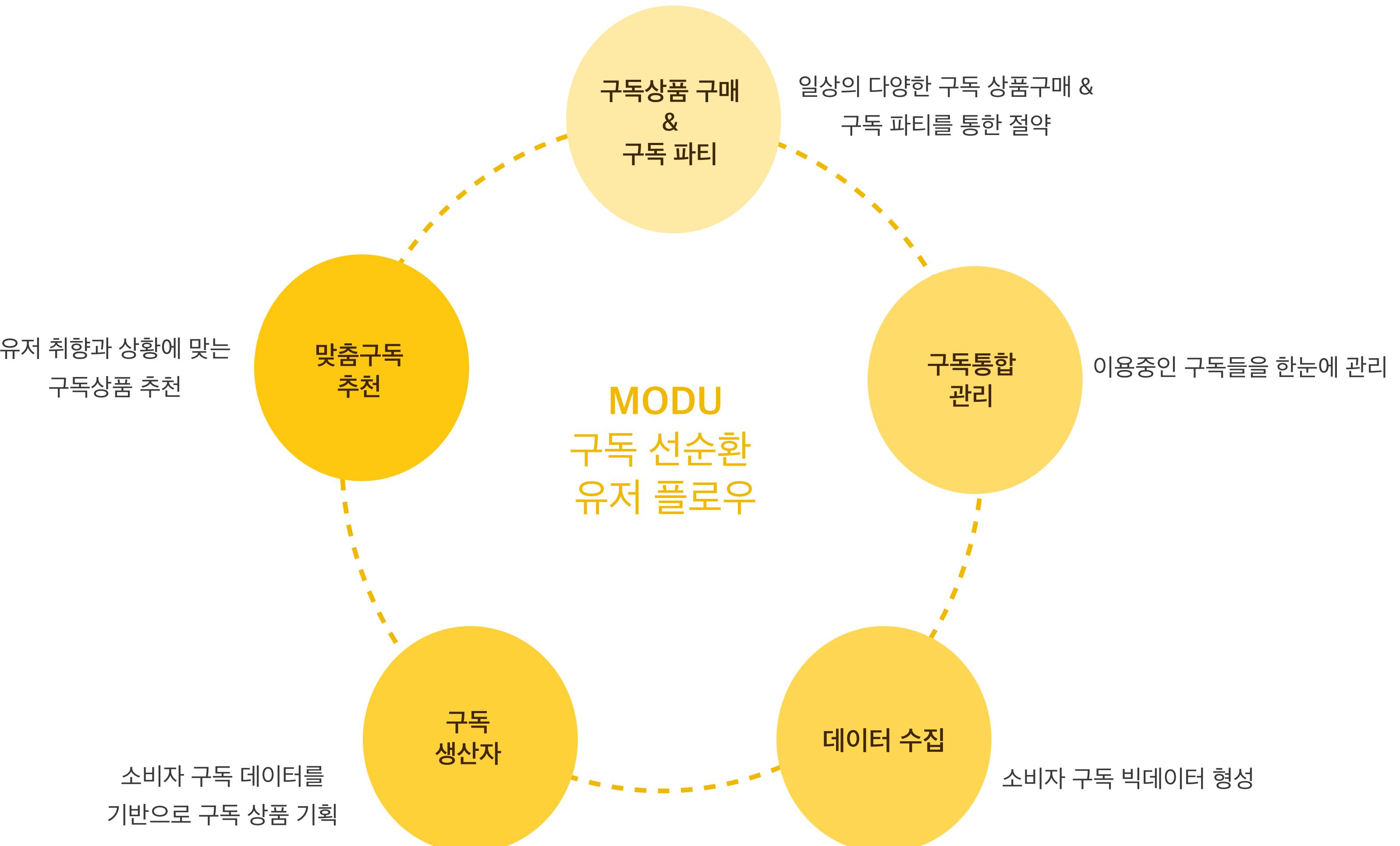


- 혼자 이용하기에 부담스러울 수 있는 구독 비용 절약

# MODU에서 구독의 A부터 Z까지.

모두는 소비자가 잘 이용하고 다양하고  
더 좋은 경험을 얻을 수 있도록,

신청부터 관리 그리고 새로운 경험 추천까지  
모든 과정을 포괄하는 **구독 통합 관리 서비스**를  
제공합니다.



# S

Strength

- 소비자 친화적 디자인과 구독 소비자 문제 해결
- 자체 기획/디자인/개발 가능한 팀원구성
- 구독 플랫폼의 고객 유치와 지속가능한 성장 도움
- 소비자와 기업 모두 원하는 관계 형성에 기여
- 신진 기업의 구독시장 진입장벽을 낮춤

# W

Weakness

- 초기 수익모델 빈약(다수의 유저 필요)
- 현재 자체 마케팅 역량 낮음
- 관리와 파티 기능 모두 1달 주기가 많아 리텐션율이 낮게 형성
- 자본금 부족
- 현재 팀원을 전부 수용 가능한 사무실 부재

# O

Opportunity

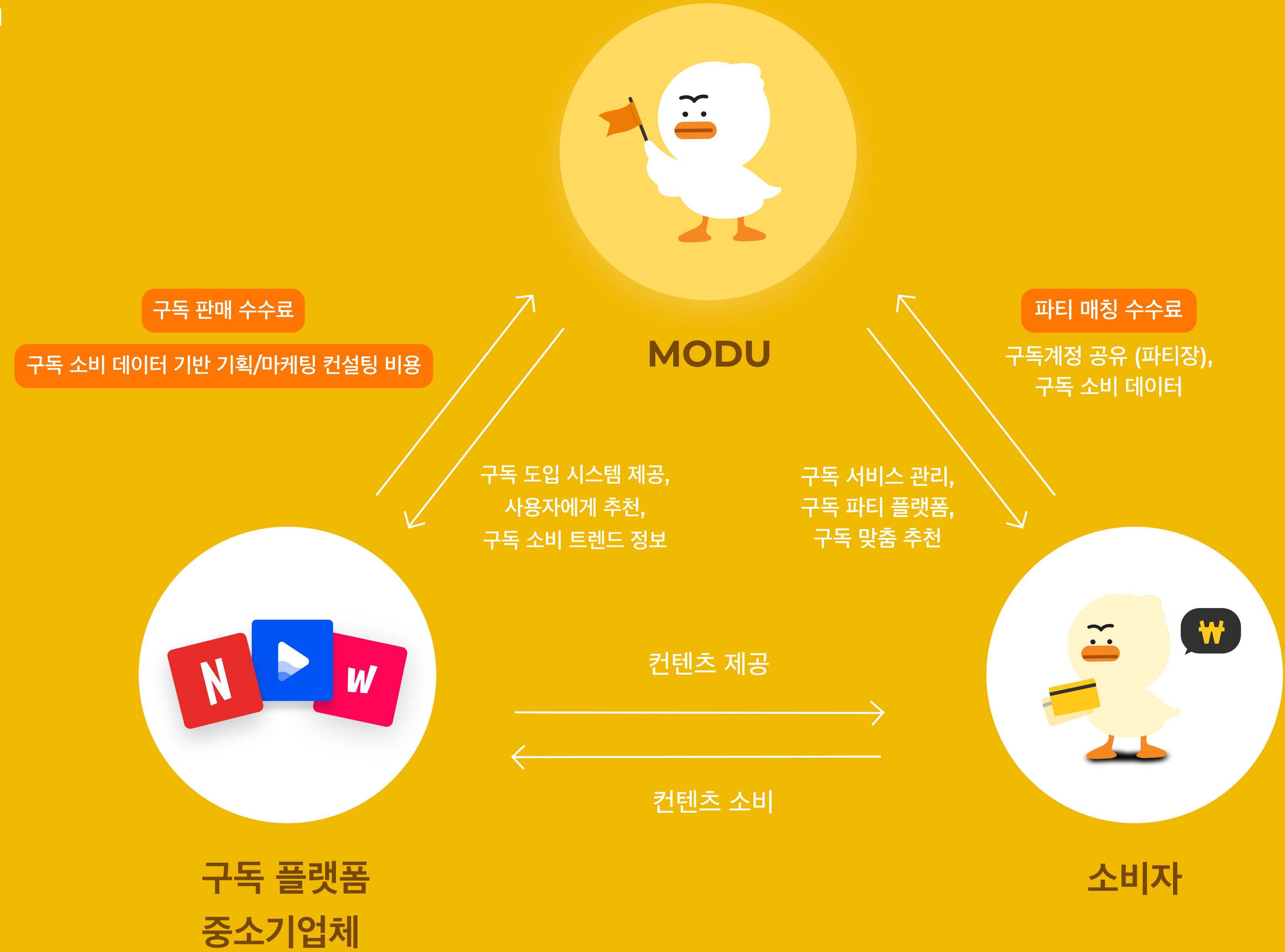
- 구독경제의 높은 성장률
- 구독 파티 이용자 증가 추세
- 원격근무가 늘고, 장거리 외출이 줄며 동네 생활 반경에 맞춘 ‘하이퍼로컬’이 빠르게 성장하는 중
- 디지털전환 가속화로 구독진입을 원하는 업체 증가
- 정책적으로 소기업체의 구독 도입을 장려 중

# T

Threat

- 파티가 진행중이 구독 플랫폼의 보안정책 강화 가능성
- 일상 생활에서의 구독에 대한 소비자 인식이 아직은 좁음
- 유사 서비스 증가

| 비즈니스 모델  
Business Model



● 수익모델

# 마일스톤

## Milestone

### STEP 1. 구독 소비자 문제 해결(현재)

#### \* 서비스 : 구독관리

##### 1) 목적

- 신유형 소비자문제 해결(다크넛지)
- 결제일/체험 마감일 놓침으로 인한 불필요한 지출방지
- 구독 카테고리별 소비량 체크와 달별 분석을 통한 소비 자가진단
- 불편함 해소로 구독에 익숙한 초기 유저확보
- 소비자 데이터 수집

##### 2) 수집 데이터:

- 연령대/성별
- 구독 데이터(카테고리, 누적 이용기간, 체험기간, 비용, 결제주기, 멤버십, 관련 메모)
- 관리 중인 구독의 파티 이용여부

##### \* 데이터 이용계획

- 연령별 소비유형 파악 및 선호 구독 옵션 작성
- 개인화된 맞춤 추천 모델 기획
- 구독 생산자와 연계된 구독상품 기획
- 구독상품 마케팅 솔루션 및 앱 내 맞춤 고객 특정

#### \* 서비스 : 구독파티

##### 1) 목적

- 소비자 구독 가격부담 완화
- 초기 유저 확보
- 타겟 소비자 층의 이용률이 높은 카테고리 위주
- 구독 이용률이 높은 사용자 모집으로 이후 비즈니스 실행 시 구매전환
- 커뮤니티성을 도입해 앱 사용율과 파티 소속감 및 지속가능성 증대를 기획 중

##### 2) 타겟

- 소비자: 구독 이용률이 90%에 달하는 MZ세대 중 페르소나를 나눠서 선정
- 시장: 온라인 콘텐츠 기반의 구독 플랫폼에 대한 관리와 파티

### STEP 2. 구독 인식확장과 기존 기능 편의성 증대 (기획, 적용 단계)

#### 1) 적용

- 구독 관리 영역 내 일상과 관련된 소비내역 추가(월세, 통신비, 교통비, 등)
- 파티와 관리를 연동함으로 유저경험 보강

#### 2) 기획

- 파티 자동결산을 위한 카드 연동, 결제기능 도입과 결제 내역으로부터 구독내역 불러오기 기능을 통한 기존 기능 편의성 증대
- 소비자 데이터 기반으로 성향을 파악해 타겟층 이용률이 가장 높은 온라인 콘텐츠 구독 이외 구독상품을 맞춤 추천하고 파티로 절약한 금액이 새로운 구독 경험으로 이어지는 유저경험 기획

### STEP 3. 구독시장 새로운 생산자 진입장벽 완화 (준비 단계)

#### \* 서비스 : 정기결제 모듈 제공 시스템과 앱 내 상품 판매 공간

##### 1) 목적

- 지역 소상공인의 경영애로(경쟁심화, 상권쇠퇴, 원재료비)의 영향 완화
- 자체 디지털 전환, 인프라 개발이 힘든 생산자의 구독시장 진입장벽을 낮춤
- 일상과 관련된 생산자를 구독시장에 참여시켜 구독을 보편적인 소비수단으로 바꿔나감
- 구독 생산자의 판매 데이터를 추후 타 생산자 컨설팅에 사용

##### 2) 수집할 데이터

- 기획된 상품 반영에 따른 매출 증감 추이
- 구독 옵션별 소비자 리뷰
- 지역/성/연령대별 소비자 선호옵션
- 판매 페이지 디자인에 따른 구독량 증감

##### 3) 타겟

- 생산자: 소상공인(초기 카테고리 음식점업 종 이용 빈도수가 높은 점포위주)  
-> 초기 테스트 지역선정을 위한 조사, 설문, 직접 컨택 진행 중

### STEP 4. 구독 생산자 기획/마케팅 솔루션

#### \* 서비스 : 구독 빅데이터 기반 구독상품 컨설팅

##### 1) 목적

- 기존 플랫폼의 고객 니즈를 만족시킬 수 있는 기획 컨설팅으로 충성도 높은 고객 모집
- 신규 구독 시장진출 생산자의 실패율을 낮출 수 있는 상품 기획, 마케팅 솔루션 제공
- 수집 중인 소비자 데이터를 이용해 분류별(성, 연령대, 구독중인 서비스) 선호하는 가격, 기간, 횟수, 횟수 당 혜택의 정도 등을 데이터화 하기위한 모델 설계 중
- 동일 카테고리의 매출/이익이 높은 업체의 데이터를 활용한 솔루션을 제공해 매출 증대

##### 2) 타겟

- 신규 구독상품을 기획 중이거나 기존 유저 이탈이 심한 구독 플랫폼
- 새롭게 구독시장에 들어와 상품 기획을 위한 시장조사와 시행착오가 필요한 업체

### STEP a. 병렬적 진행 계획

#### \* 브랜드 인지도 향상

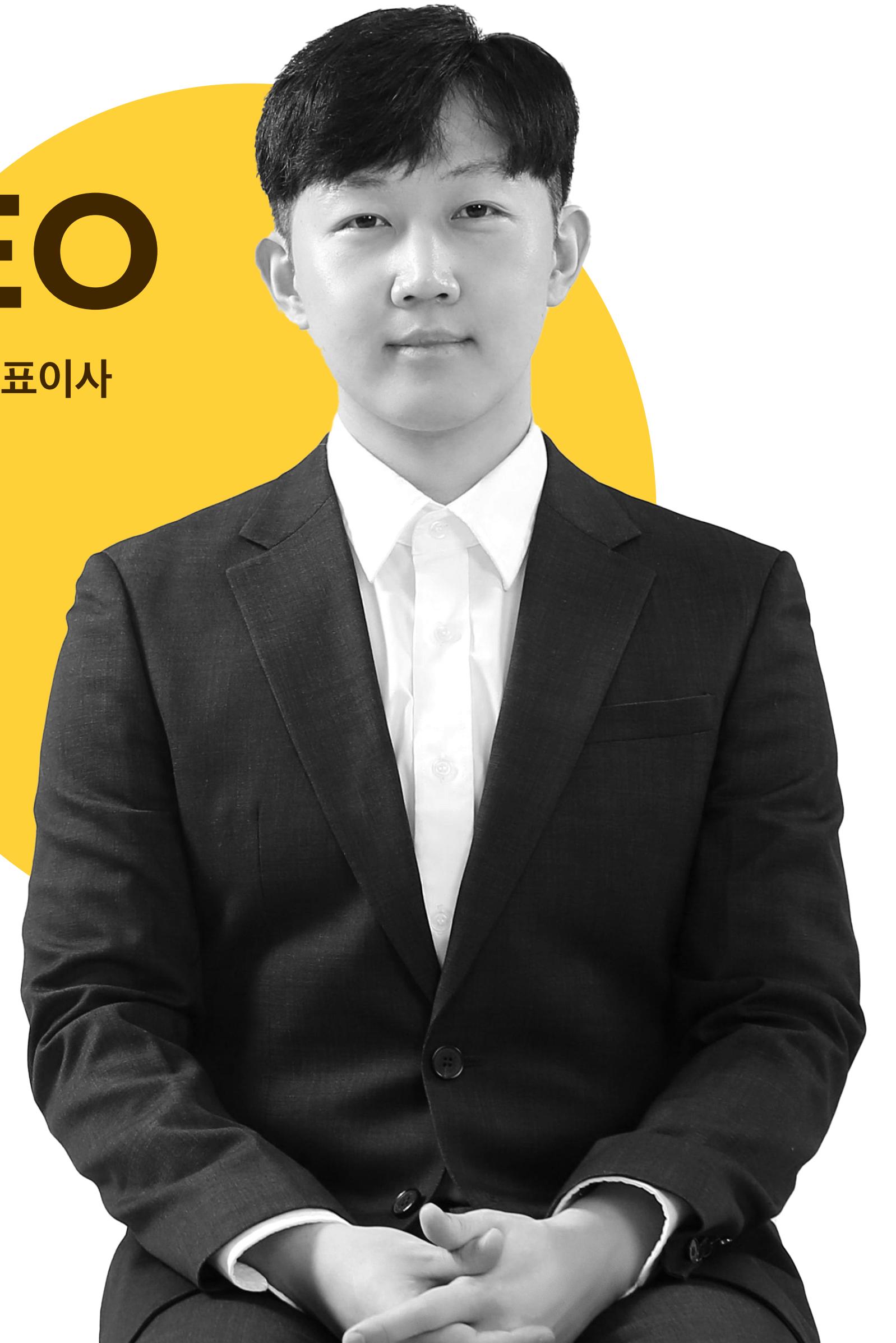
- 브랜드 자체 세계관 적립
- 브랜드 캐릭터를 이용한 상품 생산(이모티콘, 굿즈)
- 정기적 SNS 콘텐츠를 통한 자체 브랜드 팬층 형성

#### \* 구독관련 금융 상품 연계

- 구독 소비자와 생산자 각각에게 혜택이 있는 금융 상품 연계

# CEO

신민재 · 대표이사



- 2019 인하대학교 컴퓨터공학과 해커톤 3위
- 2019 Make Us 앱런칭 동아리 2기 리더진 및 총괄기획
- 2019 로봇 바리스타 '바리스' 주문요청 시스템 외주 개발
- 2020 인하대학교 기업가 센터슈퍼챌린지 해커톤  
‘베스트 디자인 상’
- 2020 고령친화 해커톤 대상
- 2020 보안, 전자금융거래 관련 앱 외주 개발
  - (1) 제주도 쿠폰 커머스 앱 개발
  - (2) 얼굴인식을 이용한 결제 시스템 개발
- 2020 ‘고양 청춘 창UP HIGH UP아카데미’ 교육 참여
- 2020 ‘창업이음 10회차 멘토링 - 실전 마케팅전략 수립 및 실행 방법’ 교육 참여
- 2020 이화여대 캠퍼스타운의 린스타트업 아카데미 교육 이수
- 2020 한국발명진흥회 특허관련 교육 1건 이수
- 2020 테스트모델의 기능 강화한 MVP버전 기획 및 업데이트
- 2021 생애최초 청년창업 지원사업 진행(교육 2건 진행)
- 2021 (주)스프레드와이‘ 법인 설립('21.09.17)
- 2021 투자자, 기업관계자 및 개발자, 디자이너가 참여한 데모데이 부스운영
- 2021 ‘(주)소프트스퀘어드’ 제휴 진행 : 개발자 연계, 경영 컨설팅, 투자 연계