

매일경제

[#Let's 스타트업] 뉴닉, 독자 16만명 확보...밀레니얼 필독 뉴스레터로

기사입력 2020-04-26 17:24



"우리가 시간이 없지, 세상이 안 궁금하냐!"

1980년대 초반~2000년대 초반에 출생한 일명 밀레니얼 세대 16만5000명이 정독하는 뉴스를 만드는 미디어 스타트업이 있다. 바로 뉴닉(NEW NEEK)이다. 월·수·금요일 아침마다 시사 이슈를 20~30대들이 좋아할 만한 문체와 어법으로 풀어내는 이메일 기반 뉴스레터다. 김소연 뉴닉 대표(사진)는 "2018년 12월 처음으로 뉴스레터를 론칭한 이래 매달 1만명 이상씩 구독자가 늘고 있다"면서 "특별한 마케팅 비용 없이 밀레니얼 세대 구독자의 친구, 또 친구들 사이에서 입소문이 나면서 성장하고 있다"고 말했다.

뉴닉의 인기몰이는 △밀레니얼 세대에 맞는 문체 △더도 덜도 말고 점심시간에 수다를 떨 수 있을 만큼의 시사이슈 정리 △마스코트인 '고슴이(고슴도치)'가 어우러진 것이 주효했다. 예를 들어 4·15 총선 이후 국회 변화를 조망하면서 내건 제목은 '이젠 180석 달라진 국회'였고, 식량 안보 위기를 다루면서 고슴이를 전면에 내세워 '엄마가 친구랑 나눠먹는 거래'라는 평화의 메시지를 던지기도 했

다.

뉴스는 독자와 호흡해야 한다는 '가설'을 입증하면서 창업 당시 목표인 '독자 10만명 확보'를 훌쩍 넘기고 연내 50만명 달성으로 목표를 높여 잡았다. 또 작년에는 500스타트업, 미디어티, 스티비로부터 6억원 규모 투자를 유치했으며, 이달 포브스가 발표한 '포브스 아시아 30세 이하 리더 30인'에 김 대표와 빈다는 이사가 명단에 들기도 했다.

뉴닉은 미디어 스타트업이 수익을 내기 힘들다는 통념도 깼다. 대학내일과 협업해 '쏟대 성향 검사'라는 설문을 실시하기도 했다. 브랜드(광고) 콘텐츠다. 고슴이가 라테 커피를 들고 "라떼(나 때)는 말이지..." 하는 그래픽을 내걸고 독자들의 설문 참여를 독려했다. 김 대표는 "영상 콘텐츠는 주로 노는 데 사용되는 반면, 텍스트는 정보를 얻는 데 활용되기 때문에 원하는 정보를 바로 알려준다면 성공할 가능성이 있다"고 강조했다.

뉴닉을 설립한 김 대표(서울대 경제학부)와 빈 이사(서울대 윤리교육학)는 서울대 창업동아리 '인액터스' 출신이다. 미국 워싱턴에서 인턴을 하던 김 대표가 빈 이사를 설득해 2018년 설립했다.

[이상덕 기자 / 홍성용 기자]

▶네이버 메인에서 '매일경제'를 받아보세요

▶뉴스레터 '매콤달콤' 구독 ▶'매일경제' 바로가기

[© 매일경제 & mk.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]

이 기사 주소 <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=etc&oid=009&aid=0004564136>
