

창업사업화 지원사업 사업계획서

항목	세부항목			
제품/서비스명	지방 중소형 학원 전용 데이터 기반 관리/마케팅 SaaS			
기업정보 ※예비기업 생략가능	기업명	AcademicSol	사업자등록번호 (법인등록번호)	-
	사업장 소재지		개업연월일 (회사성립연월일)	-
	주요 제품/서비스		상시근로자수	-
대표자 정보	대표자명	여호린	생년월일	2001. 12. 13
	전화/휴대폰	01039974204	e-mail	holin3844@gmail.com

1. 문제인식 (Problem)	<p>1-1. 시장 배경: 지방 교육 시장의 특수성과 한계</p> <p>"대형 학원과 인강 사이에서 설 자리를 잃은 지역 학원"</p> <p>관리형 학원의 필수성:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자기주도학습이 어려운 지방 학생들에게는 옆에서 학습을 강제하고 챙겨주는 존재가 필요 - 온라인 강의(인강) 완강률 5% 미만의 현실은 오프라인 관리의 중요성을 반증 <p>구조적 불리함 (Invisible Product):</p> <p>대형 학원은 '브랜드'와 '시스템', 인강은 '1타 강사'라는 눈에 보이는 상품이 존재하는 반면, 지방 소형 학원의 핵심 상품인 '선생님의 밀착 관리'는 눈에 보이지 않는 무형의 서비스임. 강점이 분명함에도 이를 학부모에게 보여줄 시스템이 없어 가치를 인정받지 못함.</p>
	<p>1-2. 핵심 문제 정의 (Core Problem)</p> <p>"학부모의 이탈은 성적이 떨어질 때가 아니라, '기다림의 이유'가 보이지 않을 때 발생한다."</p> <p>지방 학원이 겪는 위기의 본질은 실력 부족이 아닌 관리의 가시성 부족에 있습니다. 학부모가 가장 불안해하는 시기인 '성적 정체기'를 데이터로 증명하지 못해, 결국 "효과가 없다"는 오해와 함께 퇴원이 발생합니다.</p> <p>설명되지 않는 정체: 성적 향상 과정에서 필연적으로 발생하는 '정체기(Plateau)'를 데이터로 설명하지 못함. 학부모는 아이가 성장 중인지 정체 중인지 알 수 없어, 결과(점수)만 보고 실패로 오관함.</p> <p>정보의 비대칭 : 교실 안에서는 강사가 아이의 태도·습관·기초 개념을 잡느라 고군분투하지만, 학부모에게는 이 '전략적 지도 과정'이 전달되지 않아 '방치'로 오해받음.</p>

신뢰의 만료: 과거의 "믿고 맡겨주세요"라는 호소는 더 이상 유효하지 않음.
학부모는 막연한 믿음 대신 매일 확인할 수 있는 학습의 근거를 원함.

1-3. 경쟁 현황 비교 및 Pain Point

"강점은 확실하지만, 이를 전달할 수단이 부재한 상황"

구분	대형 학원 / 인강	지방 중소형 학원 (Target)
제공 가치	표준화된 커리큘럼, 검증된 콘텐츠	개별 맞춤 관리, 정서적 유대
구조적 강점	브랜드 파워, 체계적 시스템	학생을 세세하게 챙길 수 있는 환경
구조적 약점	기계적 운영, 개별 케어(Care) 한계	시스템 부재, 관리의 비가시성
학부모 인식	"시스템이 좋으니 믿고 맡긴다"	"선생님을 믿지만 늘 불안하다"
이탈 원인	성적 하락 시 빠른 이탈	소통·피드백 부재로 인한 불안감
공동 문제	신뢰 유지 비용 증가	방어 자료(데이터)가 없어 오해 발생

결론: 지방 중소형 학원은 '관리'라는 확실한 강점을 가지고 있으나, 이를 학부모가 이해할 수 있는 형태(데이터)로 표현하지 못하는 구조적 약점을 안고 있음.

1-4. 이해관계자별 Pain Point

① 학부모 (Payer)

성적이 바로 오르지 않아도 괜찮음. 다만, 내 아이가 학원에서 무엇을 하고 있는지, 어떤 부분이 나아지고 있는지 알고 싶음.
학원비가 헛되지 않았다는 것을 눈으로 확인할 수 있는 ***객관적 근거***를 원함. "잘하고 있다"는 말뿐인 위로로는 안심되지 않음.

② 학원 원장 (Provider)

아이의 성장을 위해 기초 다지기, 숙제 조절 등 다양한 '전략적 지도'를 수행 중이지만, 이를 학부모에게 일일이 전화로 설명할 시간적 여유가 없음.
결국, 과정에 대한 공유 없이 결과만으로 평가받게 되어, 노력을 몰라주는 **학부모와의 갈등 및 퇴원**이 발생함.

2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 핵심 솔루션 정의

- 강사의 머릿속 평가를 '데이터 자산'으로 시각화하는 자동화 솔루션
- '입력(Input)'을 3초의 선택으로 줄이고, '결과'를 강력한 마케팅 포트폴리오로 전환하여 학원의 본질인 '관리력'을 증명"

2-2. 솔루션 상세 프로세스

STEP 1. AI 진도 예측 기반 'Zero-Typing' 평가 시스템

문제 : 수업 후 강사의 행정 업무(타이핑) 부담이 '관리 시스템' 도입의 최대 장벽.

해결:

표준 DB 구축:초/중/고 수학 표준 교육과정 및 시중 주요 교재(썸, 디딤돌 등) 목차 DB 완비.

AI Prediction:강사가 어제 수업한 내용을 바탕으로 AI가 "*"오늘 [이차방정식의 활용] 단원 나가셨나요?"**라고 선제적으로 질문.

One-Touch Action:원장은 키보드 입력 없이 [네/아니요]버튼 및 [성취도: 상/중/하]터치만으로 기록

STEP 2. 학부모 안심을 위한 '시각화 리포트' 자동 생성

문제 :텍스트 위주의 단순 통보는 학부모에게 정보 가치가 낮고 관리의 느낌을 주지 못함.

해결:

Visualization : 일주일간 축적된 데이터를 분석하여 **학습 진도율, 단원별 이해도, 집중도 그래프**가 포함된 '이미지 카드뉴스' 자동 생성.

AI Persona : 원장의 교육 철학에 따라 '**따뜻한 멘토형**', '**냉철한 분석가형**'등 리포트의 톤앤매너 자동 변환.

Daily & Weekly:매일의 가벼운 '출석/태도 체크'와 금요일 상세 '성장 리포트'를 구분 발송하여 피로도 관리.

STEP 3. 이탈 방지 및 홍보를 위한 '학원 포트폴리오' 자산화

문제 : 학생이 성장해도 학원의 실력을 증명할 객관적 데이터가 남지 않아, 마케팅에 활용 불가.

해결 :

Retention :상담 시 감이 아닌 데이터 제시. '철수가 지난 3개월간 함수 파트 정답률이 20% 상승했습니다' 라는 '**개인별 성장 포트폴리오(PDF)**'즉시 출력.

Acquisition :비식별화된 학원 전체 데이터를 활용해 "**우리 학원 재원생 평균 성적 상승률**", "**이번 달 진도 완주율**"등 홍보 콘텐츠 자동 생성 → 블로그/SNS 마케팅 즉시 활용.

2-3. 기존 대안과의 차별점

"행정 편의를 넘어, 학원의 매출과 직결되는 가치 제공"

구분	기존 학원 관리 앱 (ERP/LMS)	[(Our Solution)]
핵심 가치	행정 효율화(수납, 출결 위주)	매출 증대(이탈 방지, 신규 유입)
데이터 입력	강사가 직접 텍스트 타이핑 (AI 예측 기반 선택형 UI
학부모 경험	소모성 정보 (지각, 결석 통보)	자산형 정보 (성장 과정 시각화)
확장성	단순 관리 도구에서 끝남	데이터가 쌓일수록 마케팅 대행 솔루션으로 진화

2-4. 기대 효과 (Expected Outcome)

	<p>For Academy : 행정 업무 시간 90% 절감 및 데이터 기반 상담을 통한 퇴원을 최소화.</p> <p>For Parent : '블랙박스'였던 교실 상황을 투명하게 확인하여 불안감 해소 및 학원 신뢰도 상승.</p> <p>For Student : 결과(성적) 이전에 과정(노력)을 인정받는 리포트를 통해 학습 동기 부여.</p>
3. 성장전략 (Scale-up)	<p>3-1. 타겟 시장 선정 (Beachhead Market):</p> <p>전략: 전국 동시 런칭의 마케팅 비용 누수를 방지하기 위해, 교육열 대비 대형 학원 인프라가 부족한 지방 거점 도시(예: 진주, 창원 등) 1곳을 선정하여 집중 공략.</p> <p>이유: 지역 학원 시장은 원장 간 커뮤니티 및 학부모 입소문의 전파 속도가 빨라 '지역 단위' 마케팅 효율이 극대화됨.</p> <p>영업 및 확산 전략 (Acquisition):</p> <p>Direct Sales (방문 설치): 디지털 접근성이 낮은 고연령 원장을 고려하여, 영업 인력이 직접 방문하여 앱 설치 및 초기 데이터 세팅(학생 등록 등)을 지원하는 'On-boarding Care' 서비스 제공.</p> <p>Bottom-up Diffusion (학부모 역영업): 학부모가 시각화된 리포트를 지역 맘카페/SNS에 공유(자랑)하도록 유도하는 'Viral Loop' 설계. 타 학원 학부모들의 "우리 학원은 왜 안 해주나요?"라는 요청(Pressure)을 통해 학원의 도입을 강제함.</p> <p>3-2. 고객 유지 및 경쟁 우위 전략</p> <p>"전환 비용(Switching Cost) 극대화를 통한 이탈 방지 및 생존율 제고"</p> <p>Data Lock-in :</p> <p>서비스 사용 기간이 길어질수록 학생의 '성장 그래프', '오답 노트', '누적 평가' 데이터가 축적됨.</p> <p>타 서비스로 이동 시 '학원 포트폴리오(관리의 증거)'가 소실되므로, 원장의 서비스 해지를 원천 봉쇄함.</p> <p>Psychological Lock-in (습관 형성):</p> <p>학부모에게 '정기적인 피드백(금요일 리포트)'을 받는 습관을 형성.</p> <p>리포트 발송 중단 시 학부모의 불안감이 증폭되는 심리를 활용하여, 원장이 서비스를 지속적으로 사용할 수밖에 없는 환경 조성.</p> <p>진입 장벽:</p> <p>초기 표준 수학 커리큘럼 DB의 정교화 및 지역별/출판사별 교재 데이터의 발 빠른 업데이트를 통해 후발 주자가 따라올 수 없는 데이터 격차 구축.</p>

4. 팀 구성 (Team)	3-3. 수익 모델 고도화											
	"사용자 확보 후 단계적 과금을 통한 ARPU(가입자당 평균 매출) 상승 유도"											
	Phase 1. 진입 장벽 제거:											
	정책:학생 수 10명 미만 영세 교습소 평생 무료.											
	목적:초기 진입 장벽을 제거하여 시장 점유율(M/S) 및 학습 데이터 확보 주력.											
	Phase 2. 고정 수익 창출):											
	정책:학생 수 21명 이상 학원 대상 월 구독료(SaaS) 과금.											
	목적:안정적인 월 반복 매출(MRR) 확보 및 운영비용 충당.											
	Phase 3. 부가 수익 창출 :											
	정책:축적된 데이터를 활용한 '마케팅 콘텐츠 자동 생성(블로그/카드뉴스)''											
상담용 심층 분석 리포트'												
건당 유료 판매.												
목적:단순 관리 톨을 넘어 '마케팅 대행 솔루션'으로서의 가치를 제공하여 객단가 상승.												
3-4. 사업 추진 일정 (Milestone & Roadmap)												
<table><tr><th>단계 (기간)</th><th>핵심 목표 (Goal)</th><th>주요 활동 (Key Activities)</th></tr><tr><td>1단계 (1~3개월)</td><td>PoC 및 가설 검증</td><td>- MVP 개발 (AI 진도 예측 엔진 구현) - 테스트베드(거점 도시) 선정 및 파트너 학원 모집 - 주요 수학 교재 DB 1차 구축</td></tr><tr><td>2단계 (4~9개월)</td><td>서비스 런칭 및 PMF 달성</td><td>- [보이는수학] 정식 서비스 런칭 (안드로이드/iOS) - 학부모 리포트 공유 이벤트(바이럴 마케팅) 진행 - 유료 구독 모델(Phase 2) 도입</td></tr><tr><td>3단계 (10~12개월)</td><td>서비스 고도화 및 권역 확장</td><td>- 마케팅 자동화 기능(Phase 3) 베타 오픈 - 인접 도시로 영업 권역 확대 - 데이터 기반 맞춤 문제집 매칭 알고리즘 개발</td></tr></table>	단계 (기간)	핵심 목표 (Goal)	주요 활동 (Key Activities)	1단계 (1~3개월)	PoC 및 가설 검증	- MVP 개발 (AI 진도 예측 엔진 구현) - 테스트베드(거점 도시) 선정 및 파트너 학원 모집 - 주요 수학 교재 DB 1차 구축	2단계 (4~9개월)	서비스 런칭 및 PMF 달성	- [보이는수학] 정식 서비스 런칭 (안드로이드/iOS) - 학부모 리포트 공유 이벤트(바이럴 마케팅) 진행 - 유료 구독 모델(Phase 2) 도입	3단계 (10~12개월)	서비스 고도화 및 권역 확장	- 마케팅 자동화 기능(Phase 3) 베타 오픈 - 인접 도시로 영업 권역 확대 - 데이터 기반 맞춤 문제집 매칭 알고리즘 개발
단계 (기간)	핵심 목표 (Goal)	주요 활동 (Key Activities)										
1단계 (1~3개월)	PoC 및 가설 검증	- MVP 개발 (AI 진도 예측 엔진 구현) - 테스트베드(거점 도시) 선정 및 파트너 학원 모집 - 주요 수학 교재 DB 1차 구축										
2단계 (4~9개월)	서비스 런칭 및 PMF 달성	- [보이는수학] 정식 서비스 런칭 (안드로이드/iOS) - 학부모 리포트 공유 이벤트(바이럴 마케팅) 진행 - 유료 구독 모델(Phase 2) 도입										
3단계 (10~12개월)	서비스 고도화 및 권역 확장	- 마케팅 자동화 기능(Phase 3) 베타 오픈 - 인접 도시로 영업 권역 확대 - 데이터 기반 맞춤 문제집 매칭 알고리즘 개발										
4-1. 대표자 현황 및 전문성												
CEO : 여호린												
현장 실무 경력 (3년):												
초중고 수학 전임 강사로 3년간 재직하며 강의, 상담, 행정 업무 전반을 수행.												
4-2. 보유 인프라 및 핵심 네트워크												
"MVP 즉시 검증 가능한 'Family-Testbed' 및 고밀도 강사 네트워크 보유"												
스타트업의 가장 큰 난관인 ***초기 고객 확보(Cold Start)***를 해결할 확실한 기반 보유.												
즉시 가동 가능한 테스트베드 (Secure Test-bed):												
부모님 및 친인척 운영 학원 (총 2개소):개발 즉시 현장에 도입하여 데이터를 쌓고 피드백을 받을 수 있는 '샌드박스(Sandbox)'확보.												
이를 통해 경쟁사 대비 압도적으로 빠른 속도의 기능 검증(PoC) 및 고도화가능.												
강력한 로컬 강사 네트워크 (High-Density Network):												

현직 강사 시절 구축한 지역 내 원장 및 강사 커뮤니티(오프라인 모임 등)와 긴밀한 관계 유지.

서비스 런칭 시, 마케팅 비용 없이 **구전 효과(Word of Mouth)**를 일으킬 수 있는 상태.

폐쇄적인 학원 시장 특성상, 외부 영업 사원이 뚫기 힘든 진입 장벽을 **내부자 네트워크**로 돌파 가능.

개인정보 수집 · 활용 동의서

창업진흥원 창업중심대학 사업과 관련와 관련하여 『개인정보보호법』 제15조 제1항 제1호, 제17조 제1항 제1호, 제23조 제1호, 제24조 제1항 제1호, 『중소기업창업지원법』 시행령 제32조의 2에 따라 아래와 같이 개인정보의 수집·이용 및 제3자 제공에 관하여 귀하의 동의를 얻고자 합니다.

1. 수집·이용에 관한 사항

- ☐ 수집·이용 목적
- 창업중심대학 사업과 관련내용에 대한 운영·관리를 목적으로 합니다.
- ☐ 수집·이용할 항목
- 성명, 주민등록번호, 연락처(핸드폰번호, e-mail)
- ☐ 보유·이용기간
- 위 개인정보는 수집·이용에 관한 동의일로부터 보유목적 달성 시 또는 정보주체가 개인정보 삭제를 요청할 경우 지체 없이 파기합니다.
 - 단, 사업종료일 후에는 사업의 사후관리만을 위하여 보유·이용되며 보존기간은 선정평가일로부터 이후 5년까지입니다.
- ☐ 동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익
- 위 개인정보의 수집·이용에 관한 동의를 거부할 권리가 있습니다.
 - 단, 위 항목은 목적에 필요한 최소한의 정보로서 필수항목이므로 동의하지 않으시는 경우 평가위원으로 참여가 불가합니다.
- ☐ 위와 같이 귀하의 개인정보를 수집·이용하는 것에 동의하십니까?
- ☒ 동의함 ☐ 동의하지 않음

고유식별정보 처리에
관한 동의

주민등록번호를 수집·이용하는 것에 동의하십니까?

☒ 동의함 ☐ 동의하지 않음

2. 제3자 제공에 관한 사항

- ☐ 제공받는 자
- 중소벤처기업부(창업중심대학 총괄기관), 창업진흥원, 창업중심대학 전담기관
- ☐ 제공받는 자의 이용 목적
- 창업중심대학 운영 관련 자료 활용
- ☐ 제공할 개인정보의 항목
- 수집·이용에 동의한 정보 중 업무 목적 달성을 위해 필요한 정보에 한함
- ☐ 제공받은 자의 개인 정보 보유·이용 기간
- 위 개인정보는 제공된 날부터 5년간 보유·이용되며 보유목적 달성 시 또는 정보주체가 개인정보 삭제를 요청할 경우 지체 없이 파기합니다.
- ☐ 동의를 거부할 권리 및 동의를 거부할 경우의 불이익
- 위 개인정보의 제공 동의를 거부할 권리가 있습니다. 단, 동의하지 않으시는 경우 평가위원으로 참여가 불가합니다.
- ☐ 위와 같이 귀하의 개인정보를 제3자에게 제공하는 것에 동의하십니까?

고유식별정보 처리에
관한 동의

주민등록번호를 제3자에게 제공하는 것에 동의하십니까?

☒ 동의함 ☐ 동의하지 않음

2025년 12월 03 일

성 명(신청자) : 여 호 린 

경상국립대학교 창업중심대학사업단장 귀하