

사업 계획서

Jelly[™]PET
"DoThat" Total Pet Platform Biz

Contents

1. 사업전략
 - 사업배경 및 방향
 - Executive Summary
 - 서비스 모델, 수익모델, 사업목표
2. 시장분석
3. 회사 개요
4. 서비스 개요
5. 세부전략 및 수행계획
 - 개발계획, 차별성
 - 수익창출, 조직/인력, 프로필
 - 서비스 로드맵
6. 재무계획

성장하는 시장

- 반려동물 시장 2조→ 6조(1,500만 인구)
- 고령화, 1인가구 증가, 언택트시대 영향
- 양육비용 증가 (13~20만원/월)

공생하는 모델

- 콘텐츠공유, 정보교환 니즈 증가
- 고객(리워드)+제휴사+회사 이익 추구
- 공익성(분실/유기문제, 기부문화)

기술의 흐름

- 종합 플랫폼으로 진화
- 빅데이터 활용
- 해외 진출

<Executive Summary>

반려동물 시장은 세계적으로도 그렇고, 우리나라에서도 매년 10%이상씩 성장하는 시장 (현재 3조에서 2027년 도에는 약 6조원 시장으로 성장 예상) 이다.

반려 인구도 약 1,500만명(604만가구:약30%)에 이르며, 이는 고령화, 1인가구의 증가, 최근 코로나에 따른 언택트 시대의 영향으로 증가가 뚜렷한 상승 시장이라 볼 수 있다.

사료/용품/의약품(동물병원)의 삼분할시장에 주로 중견/중소기업에서 제조/유통사업을 치열하게 전개하고 있는 현실에서, 당사는 반려동물의 양육비용이 해마다 7~8% 증가하여 현재는 가구당 평균 13~20만원/월이 지출되는 점과, 반려인들간 콘텐츠 공유, 정보 교환 등이 인터넷상에서 빈번하며 반려견의 27%가 매일 산책한다는 점 등을 감안하여 반려인의 니즈에 적합한 플랫폼사업으로 방향을 잡았다.

2030세대를 메인타겟으로 하는 모바일 앱을 개발하여, 산책 및 놀아주기 컨셉에 따른 다이어리를 공유하며, 큐레이션 정보공유, 향후 호텔/미용샵/동물병원/카페 등과 제휴하는 반려동물 종합플랫폼으로 발전시킬 계획이다.

당사의 앱은 사용주체인 고객에게 각종 혜택을 줄 수 있도록 설계되어 있다. 앱내에서 활동하는 사용자의 모든 액티비티 즉, 반려동물과 함께 생활하며, 자발적으로 산책하고, 놀아주고, 큐레이션 정보를 올리고, 공유하면서, 자연스럽게 발생한 리워드로 필요한 물품을 무료 또는 저렴하게 획득하는 놀라운 경험을 하게 할 것이다.

또한, 리워드로 기부도 할 수 있게 하여 유기견 문제등 공익성에도 기여할 계획으로, 이를 투명하게 관리를 해줌으로써 사용자에게 신뢰감을 주고, 아울러 지속적으로 우리 앱을 이용할 수 있는 기반과 고객 가치를 높일 수 있도록 하였다.

우리의 수익모델은 가입자 파워에 따른 광고나, 쇼핑(O2O서비스) 수수료, 멤버쉽수익등을 단계적으로 고려하고 있으나, 단기간에는 매출보다는 고객을 견고하게 늘리는 전략으로 추진할 예정이며, **3년 내에 흑자달성 및 5년 내 100만가입자 모집을 목표로 하고 있다.**

“젤리펫”이라는 앱을 2020년 6월에 출시하여, 산책, 놀아주기, 지식나눔서비스를 런칭하였으며, 2022년 현재 다운로드수 45,000 및 매출(광고, 쇼핑몰수익)을 올리고 있으며, 2021년 5월말 이후 2단계 앱(UI개선 및 사료,간식 큐레이션 기능, 쇼핑몰기능 추가) 출시 하여 현재는 안정적인 앱운영 및 다양한 마케팅을 추진하고 있다.

초기 가입자 확보가 성패의 가장 중요한 요소라 보며, 이를 위한 다양한 마케팅 전략을 수립하여 시행할 계획이다. 즉, 출시기념으로 반려동물보험 무료가입 및 각종 이벤트를 제공하였으며, ‘젤리백’(젤리펫+페이백) 프로모션을 통하여 오프라인 반려동물 관련 매장에서 사용 시 젤리(리워드) 보유액만큼 현금으로 페이백하는 서비스를 시행하였으며, 리워드를 통한 제품 및 서비스를 무료로 교환할 수 있는 프로모션을 상시 운영할 예정이다.

또한 “케이펫 페어 일산”(2021.11월)에 참가하여 홍보효과와 가입자 2,000명 확보를 거두는 성과도 있었다.

우리가 지금까지 경험하지 못한 코로나에 따른 언택트 시대를 겪으며 많은 어려움속에 있지만, 반려인들은 더욱 반려동물과의 생활을 많이 할 것이기에 우리에게서 좋은 사업 기회가 될 수 있다고 본다.

특히, 다가오는 뉴노멀시대에는, 서비스데이터를 잘 수집하고, 분석하고, 활용하는것 즉, “데이터경제 ” 가 고객의 니즈에 부합할것이라 본다. 즉, 반려인들은 “뭘 먹이고, 어떻게 놀아주고, 어떻게 산책하고, 어디로 갈것인가”라는 각종 정보를 집약적으로 볼수 있는 플랫폼을 원한다는것을 확인한바, 사료, 간식, 용품, 병원, 미용샐등의 큐레이션 (사용리뷰) 정보를 빅데이터 활용하여 고객의 니즈 분석 제공하고, 이에 따른 가치를 느끼는 사용자가 늘어나고, 그들이 더 많은 사용자를 끌어들이고, 그로 인해 우리 서비스의 가치는 한층 더 커질수 있게 될것이다.

또한, 우리의 발전된 사업모델이 완성되는 시점에 우리 보다 더 큰 시장인 일본, 중국, 미국 등으로 진출할 수 있도록 추진 할 것이다.

(2021년 3월 “중소벤처기업진흥공단”으로부터 정책자금 지원을 받아 더욱 회사 성장을 촉진시킬 수 있게 됨)

우리는 반려동물 종합 플랫폼 사업자로서

고객이 직접 만든 콘텐츠에 대한 보상으로 리워드(젤리)를 지급하고,

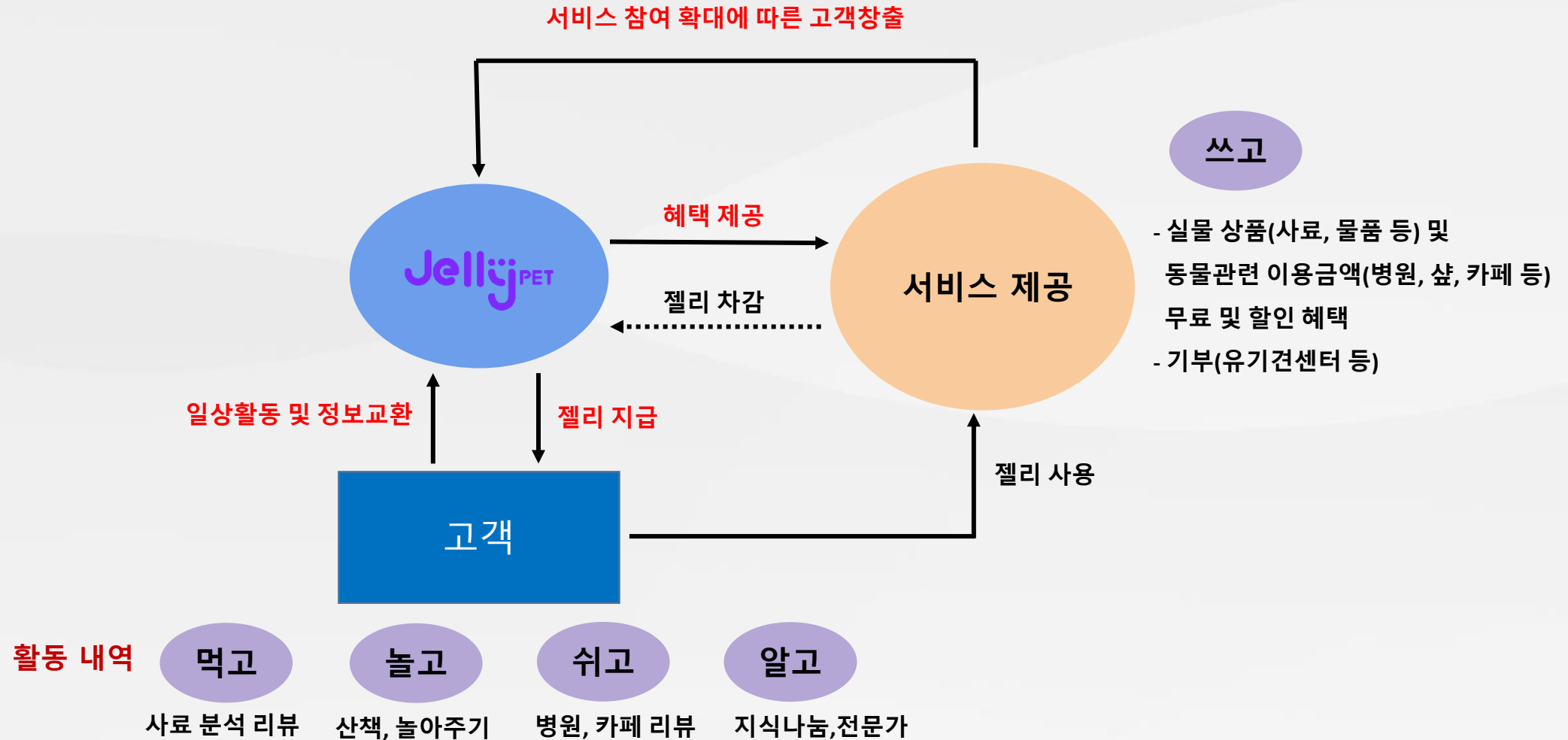
광고, 쇼핑몰등을 통한 수익을 고객에게 분배하여 고객 가치를 창출하여,

신규고객과 매출을 지속적으로 증가시키는 서비스를 제공.

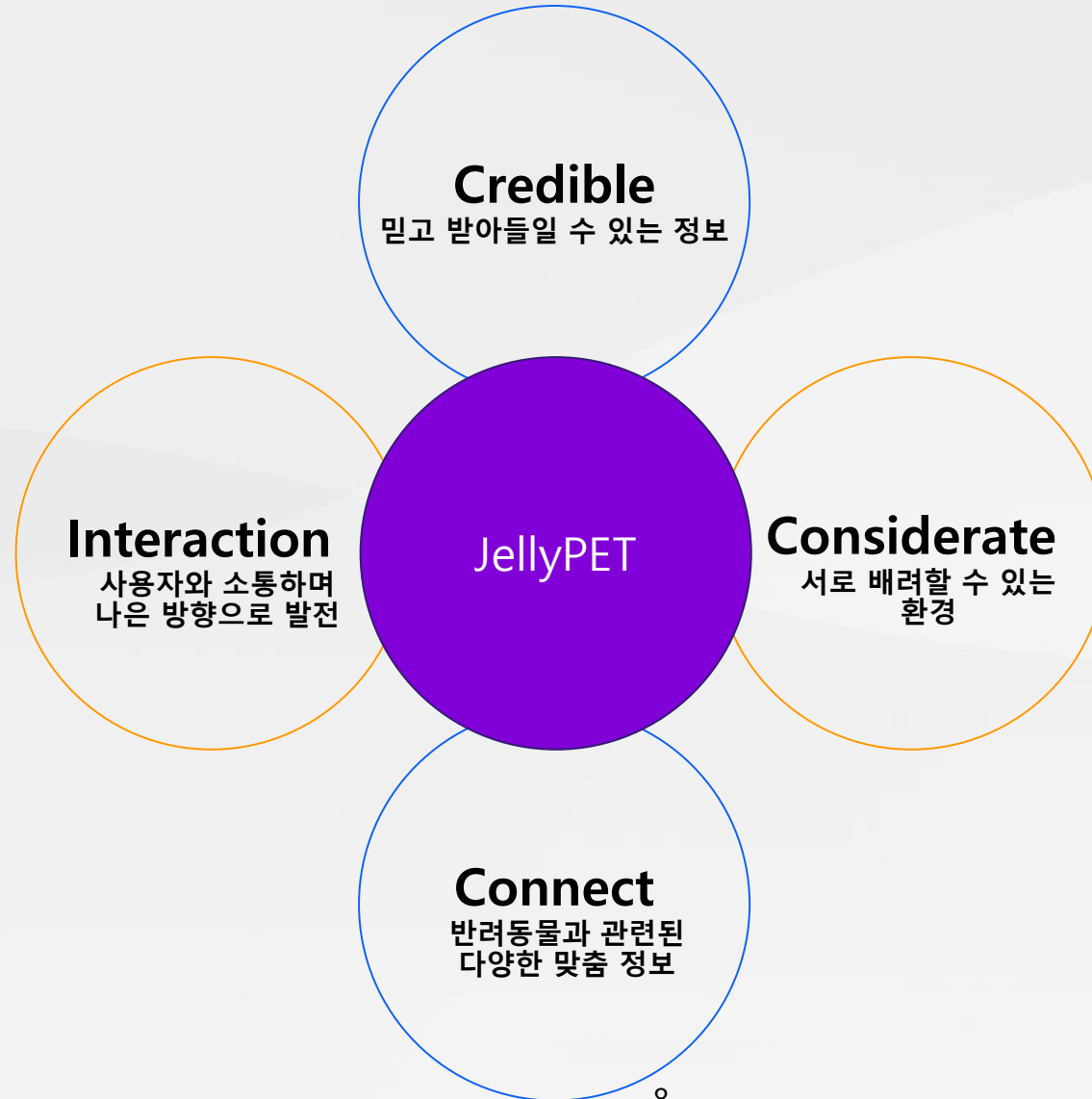
1. 사업전략

✓ 서비스모델

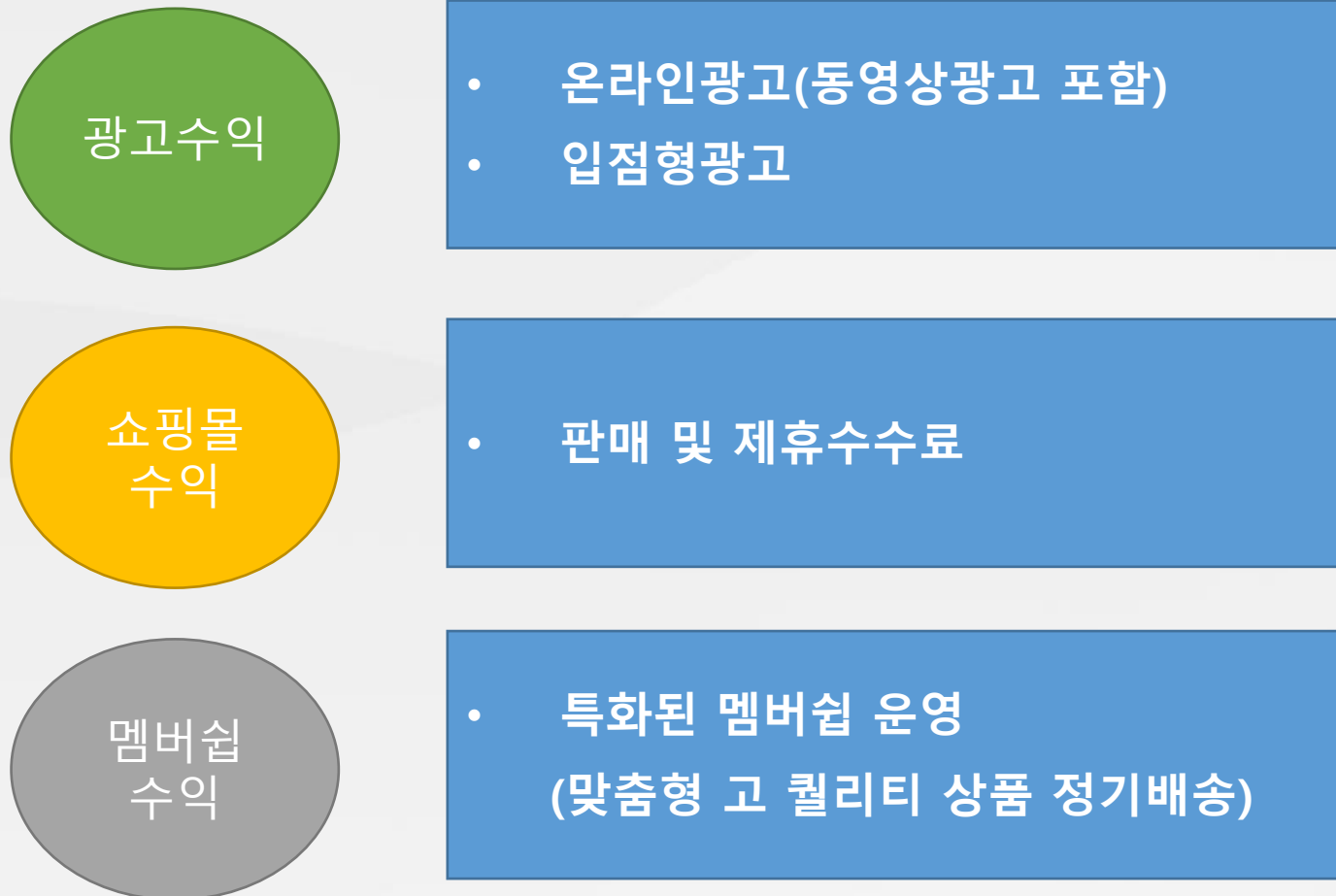
반려동물 종합 플랫폼으로서, 산책, 놀아주기, 맞춤 큐레이션 정보교환(반려동물 먹거리, 용품, 카페 등의 상세한 정보를 제공하여 알맞은 상품을 찾을수 있도록 도와줌)등 자발적인 활동에 대한 리워드(젤리) 지급하여 각종 물품, 서비스를 무료 또는 저렴하게 이용토록 하여 지속적인 고객창출



반려동물과의 삶이 일상이 되는 공간제공



고객확보 및 맞춤형정보를 통한 광고수익, 쇼핑몰 및 멤버십 수익창출



2023년도 흑자 달성 및 2024년도 가입자 100만 달성 STO 상장을 통한 가치 극대화 및 해외진출



고객가치 향상

고객의 활동에 대한 보상으로 리워드 지급
상품 무상제공 및 제휴상품 저렴하게 이용



반려동물 NO.1 플랫폼

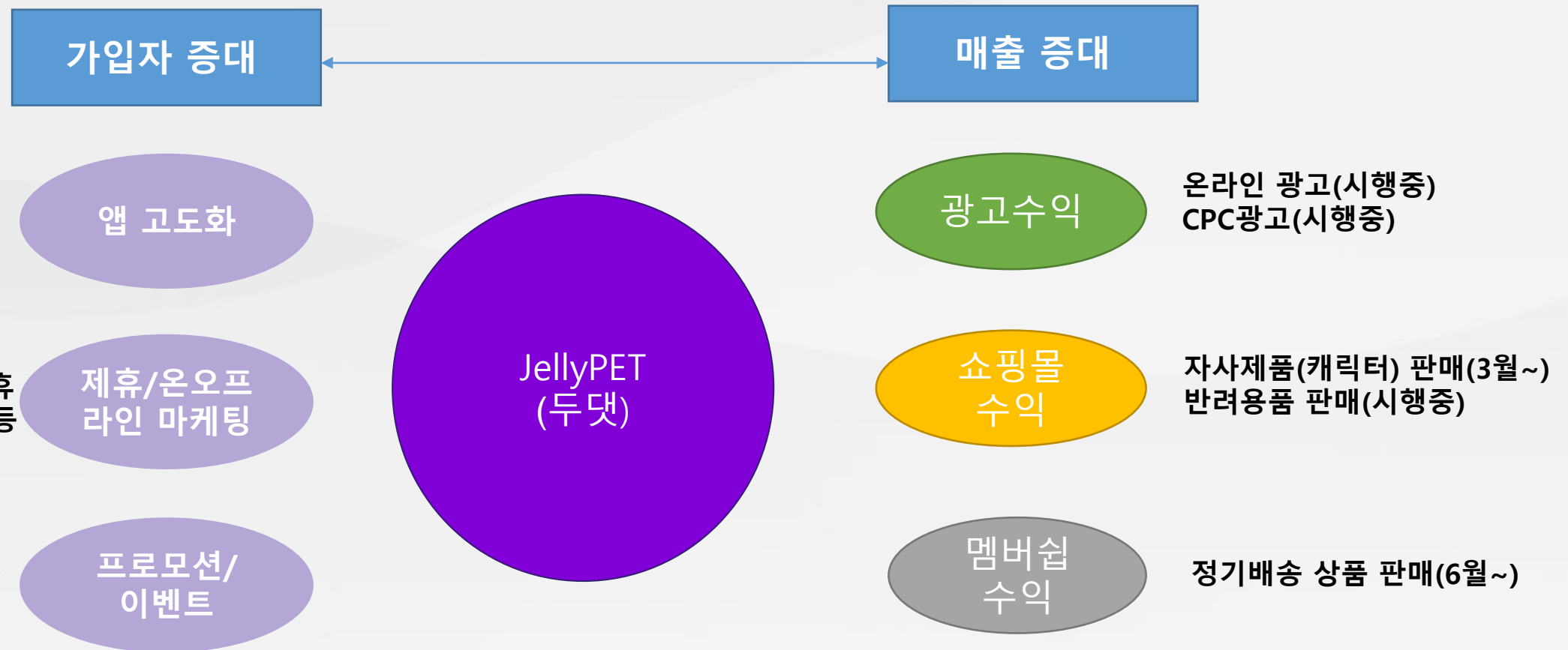
반려동물 플랫폼 내 다양한
제휴사업을 통해 고객의
One-stop-service를 실현
(해외진출 추진)



증권형 토큰(STO) 상장

증권형 토큰(STO)으로 상장시켜
고객의 가치를 극대화

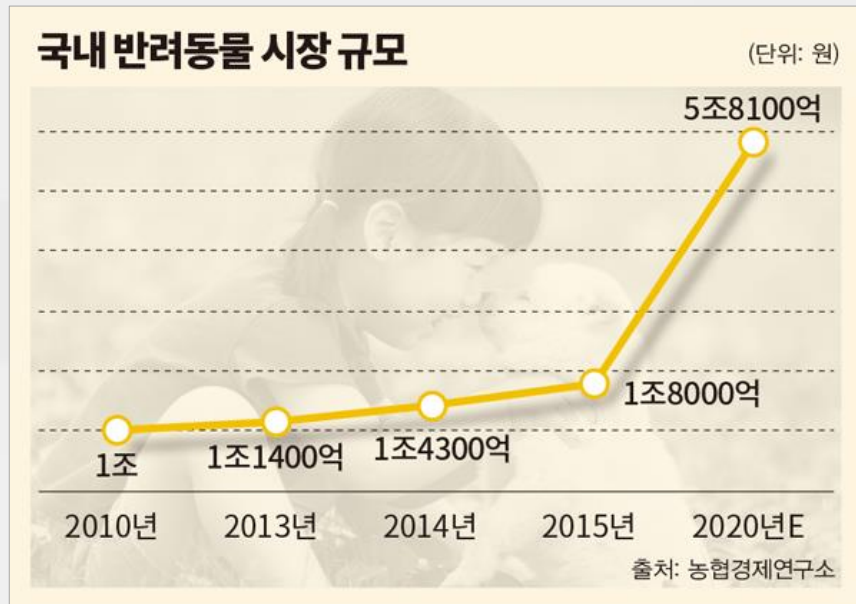
2022년은 두땃(젤리펫)의 가입자/매출 극대화의 원년 가입자 25만명 및 매출 11억원 달성 목표



2. 시장분석

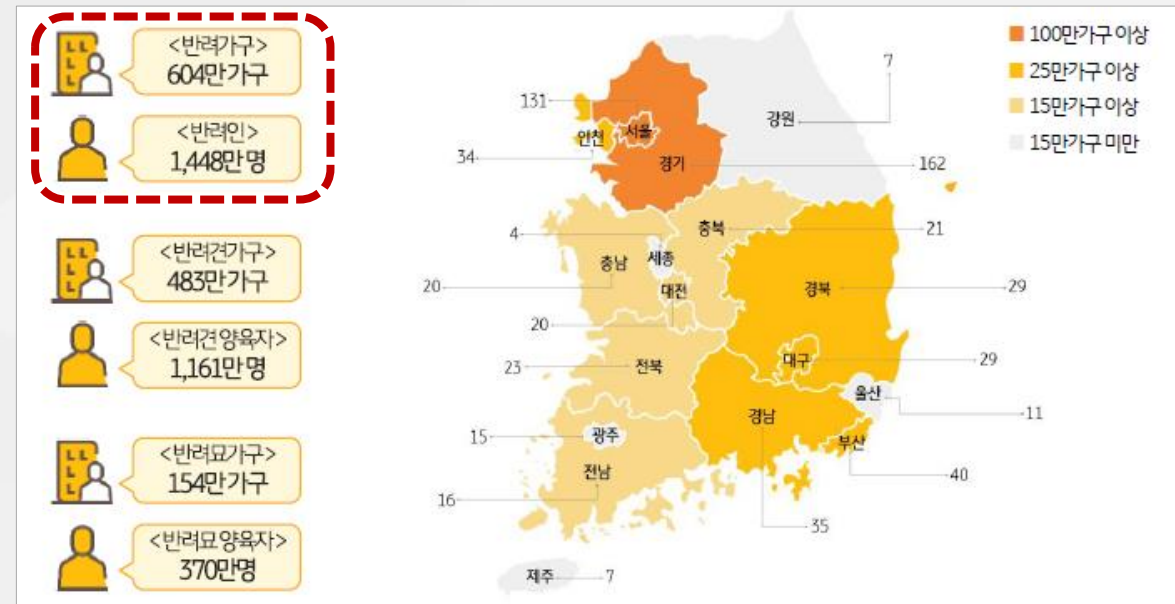
✓ 펫코노미(pet+economy)

현재 약 3조시장(반려인구 **1,500만**)이며, 2027년도 **약 6조** 규모로 반려동물 시장 성장 中.
(1인 가구 확대 및 저출산 및 고령화, 언택트시대에 따라 반려동물을 보유한 가구 증가)



반려동물 산업 증가

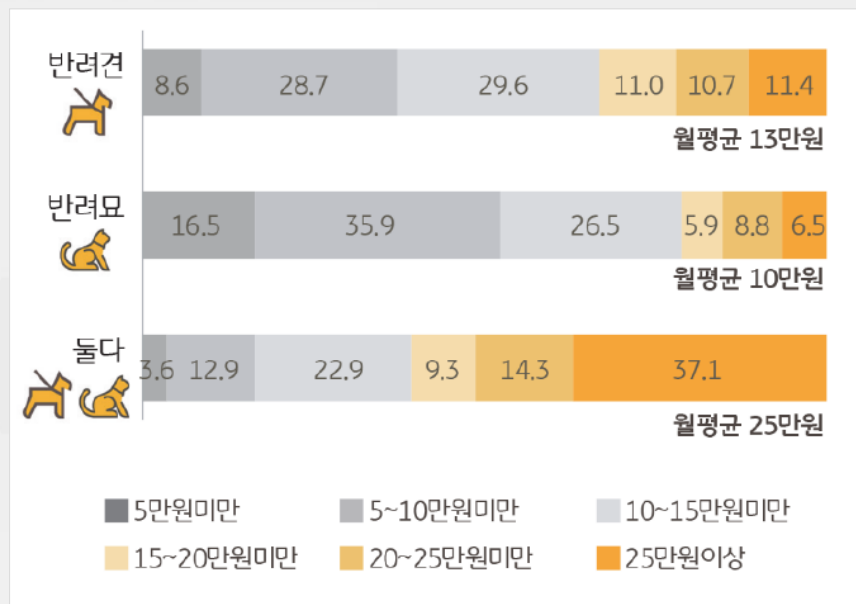
국내 기준 27년, 약 6조원 대의 시장 규모 예상
(국내 반려동물 시장 성장세 강화)



"반려인 1,500만 시대"

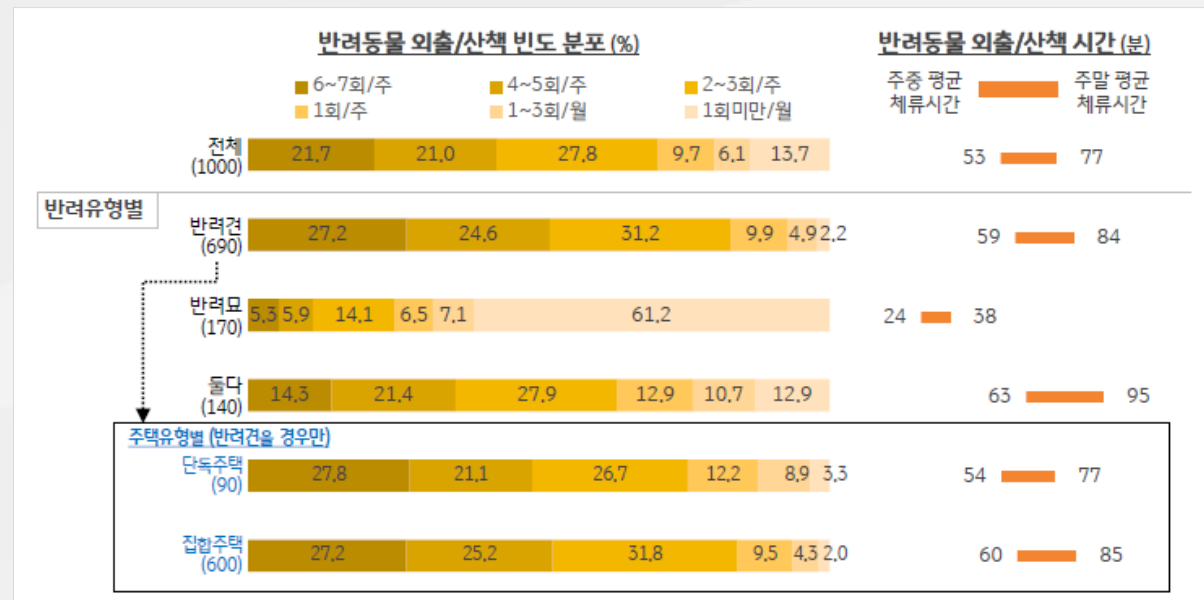
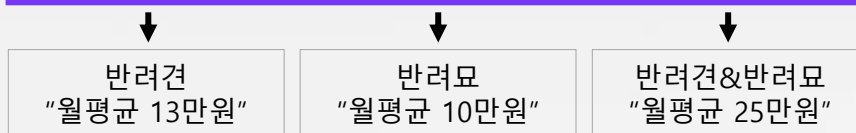
20년 말 국내 반려(반려동물을 기르는) 가구는 604만 가구로
전체 가구의 약 29.7%

반려동물과 관련된 양육비용 증가(반려견의 경우 월평균 13만원 이상)
반려동물과 함께 외출 및 산책하는 시간 증가(50%이상이 주4회이상)



반려가구 월 평균 양육비

고정적으로 지출하는 반려동물 양육비는 월 14만원,
 이 중 1/3은 사료비 지출 (상해나 질병 치료비를 제외한 양육비)



"반려동물 외출 및 산책 비중"

반려견의 경우 50% 이상이 주 4회 이상 산책이나 외출을 하며,
 한 번 나갔을 때 주중에는 1시간, 주말에는 1시간 20분 정도 할애

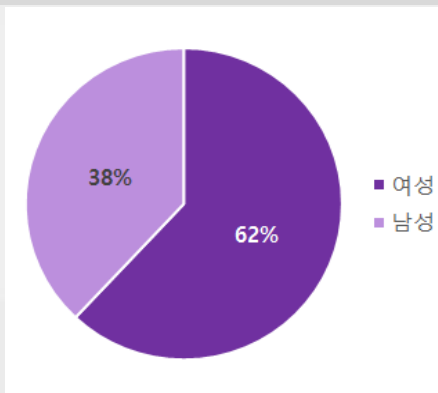
반려묘의 경우 62.1%가 월1회 미만으로 거의 집밖으로 나가지 않음.
 실외 활동을 하는 반려묘의 38.8%는 약 30분 정도 산책

2. 시장분석

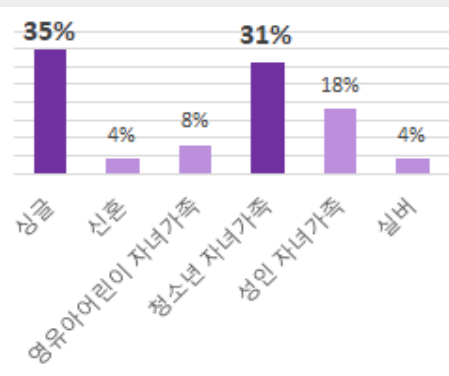
✓ 포지셔닝(Positioning)

반려동물 양육에 노출되는 인구가 여성을 중심으로 증가하고 있으며 싱글과 청소년 자녀가족이 큰 비중을 차지하면서 **여성 1인가구와 청소년이 속하는 ZY세대** 중심의 접근이 필요

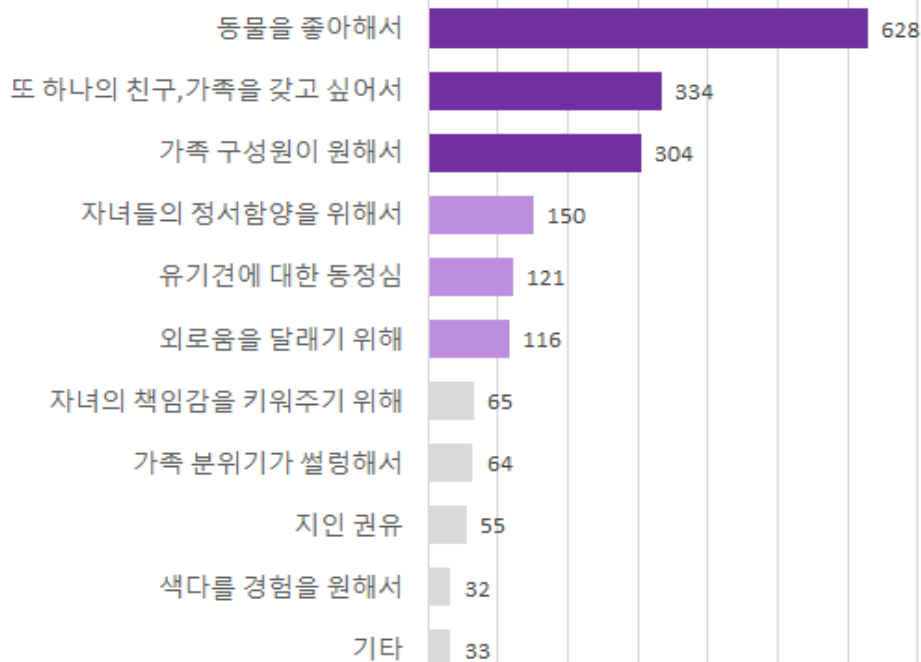
반려인의 성별



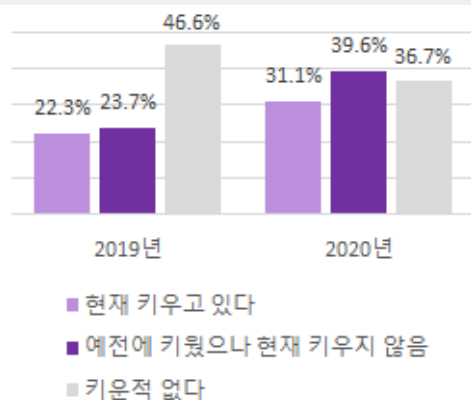
반려동물 양육 가구 유형



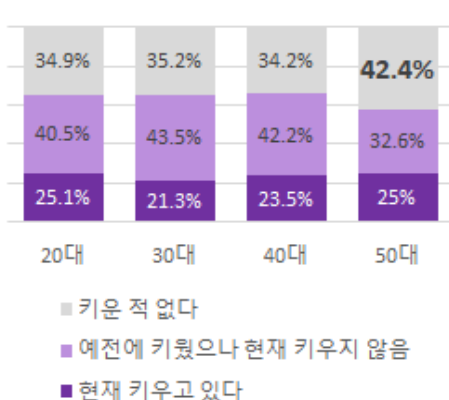
반려동물 기르게 된 계기



반려동물 양육 경험



반려동물 양육 연령대별 유형

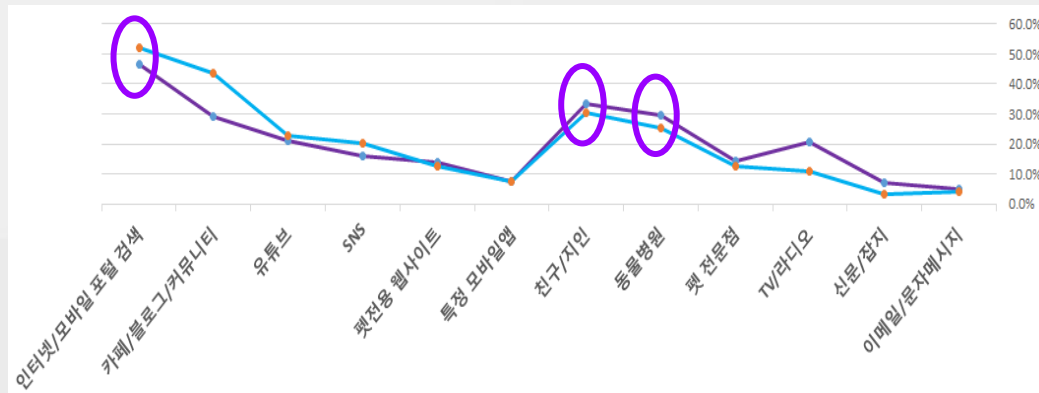


2. 시장분석

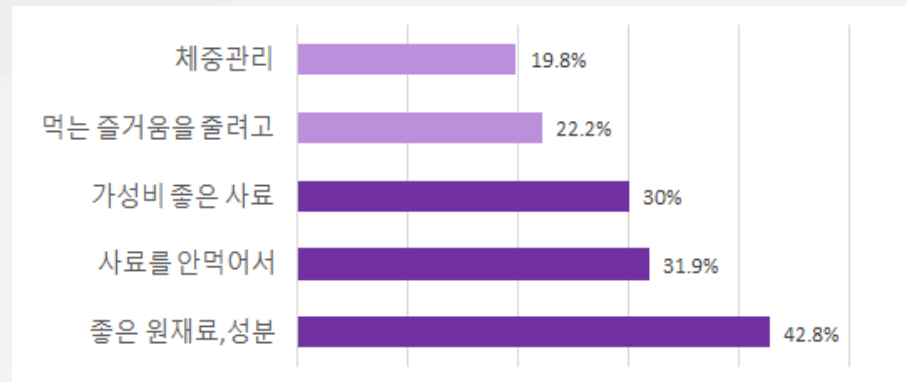
✓ 펫인포(pet+information)

인터넷/모바일 등 다양한 소통 수단이 생기면서 반려인이 신뢰할 수 있는 사람들의 이야기(리뷰)를 참고하는 경우가 많아졌으며 더 나아가 자신이 한번 더 확인 하는 경향을 보임.
(예를들어, 사료의 경우 사료성분과 가격대별 비교 정보 제공 니즈 예상)

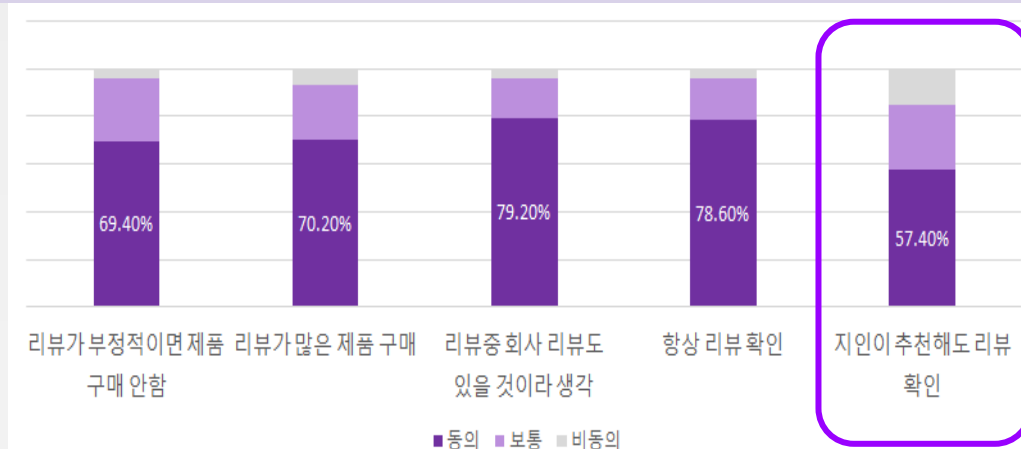
반려견과 반려묘 양육을 위한 정보 습득 채널



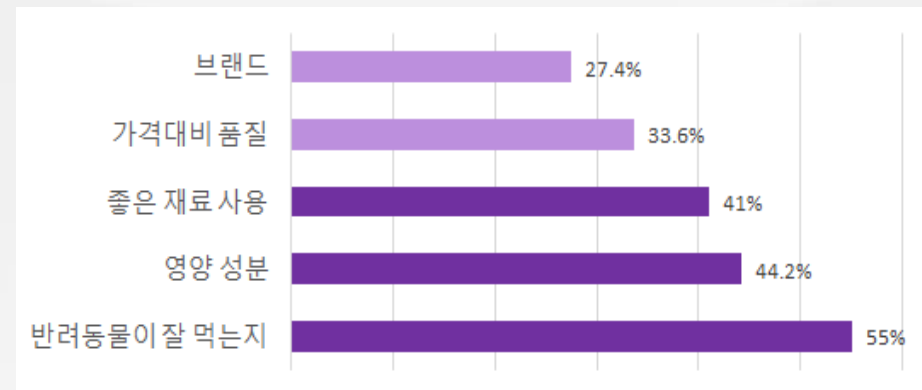
사료 선택시 중요 고려 요소



리뷰 정보에 대한 인식



사료 브랜드 변경 이유



지능 정보시대(데이터경제)에 맞춰 고객이 작성한 반려동물 관련 각종 콘텐츠 (사진, 동영상, 댓글) 및 큐레이션 정보를 잘 수집하고 분석하여(**빅데이터 기술**), 고객의 니즈에 맞는 데이터를 제공함으로써 서비스의 가치를 증가시킴.



2. 시장분석

✓ 경쟁사 분석

전반적인 정보 제공보단 특성화된 정보를 제공하는 서비스가 대다수

→ 구체적인 정보, 구체적인 리뷰, 다양한 경험, 영상 매체를 활용하여 one-stop 정보제공 및 소통 영역을 강화하는 방향이 필요

구분	서비스 유형	운영 형태	서비스 출시일	규모(App설치 수/투자 등)	서비스	비 고
인투펫 (인투씨엔에스)	라이프 포털	App	2016년 3월	다운로드 10만 이상, 투자 유치(동문파트너즈, 비공개)	- 병원,건강수첩, 내스토리, 펫뉴스, 다이어리, 친구SNS 등 - 동물병원 건강수첩과 연동되는 반려동물 커뮤니티 - 일 평균 4~50개의 글이 등록됨	최근 동물병원 및 보험관련 컨텐츠 강화
올라펫 (이에쓰씨컴퍼니)	SNS→포털	App/PC	2012년 7월	다운로드 10만 이상, 10억+ 투자유치(KB국민카드)	- 반려동물 관련 스타트업 중 가장 오래됨 - 커뮤니티 서비스에서 종합 플랫폼으로 방향 전환 - 무료기부, 펫스타그램, 펫플레이스, 올라캐스트, 유기동물 입양, 반려동물 등록, 반려동물 행사정보 등	평점이 4.9점으로 가장 높음 (안드로이드)
아지냥이 (삼성카드)	포털	App	2017년 9월	다운로드 50만 이상, 내부 50억 이상 투자 추정	- 삼성카드에서 반려동물 커뮤니티를 운영하며 수집한 정보를 활용하여 출시 - 반려동물 App 중 가장 많은 사용자 및 컨텐츠 확보 - 산책지수, 반려동물 일정,생일 캘린더, 건강상담 챗봇, 반려동물을 위한 게임, 강아지 고양이 전용음악 서비스 제공	국내 반려동물 1등 App
포인핸드	정보 제공	App	2013년	다운로드 50만 이상, 기관투자정보는 없음	- 유기동물 입양&실종동물 찾기 서비스 제공 - 전국 보호소 유기동물 정보 실시간 조회, 유기동물 정보 및 입 양방법 제공, 실종/보호/목격 신고, 유기동물 SNS 공유	농림축산식품부 데이터 활용 제공
펫닥	정보 제공	App	2016년 초	다운로드 5만 이상, 11억+ 투자유치(KB국민카드 등)	- 실시간 무료 수의사 상담 서비스 제공 - 건강수첩, 펫톡, 쇼핑, 반려동물 용품 브이랩, 동물병원 디지털 사이니지 사업 브이애드 등	최근 용품 및 광고 사업 등으 로 사업 확장 중
펫피	산책하기, SNS서비스 물품 판매	APP	2019년11월	5만 이상 / 투자정보 없음	- 반려견 & 반려인 SNS 서비스 제공 갤러리, 이벤트 게시판, 추천장소, 반려상식, 친구 맺기 서비스 - 산책하기 활동시 포인트 제공 - 반려동물 용품 포인트 차감 후 현금으로 구매 가능	자사 PB상품 보유중이며 매출 상승으로 이어지는 중
블록펫	SNS	App	2020년4월	다운로드 1만 이상, BPC(블록펫코인)와 BPT(블록펫토큰)으로 구성	- 블록체인 기반 반려동물 소셜미디어 플랫폼 서비스 제공 - 반려동물 신원인증기술(PIAT)을 통한 콘텐츠 공유 - ID를 통해 블록펫지갑을 만들거나 반려동물 개체인증시 사용 - 반려동물 마켓플레이스, 펫보험, 동물병원검색 서비스 제공 - App내 직거래를 통해 댓글 경매 서비스 제공(BPT 차감) - 카카오프레이튼의 라이프스타일 분야에 파트너로 합류 - 정보통신산업진흥원 블록체인 기술검증 지원사업에 선정	

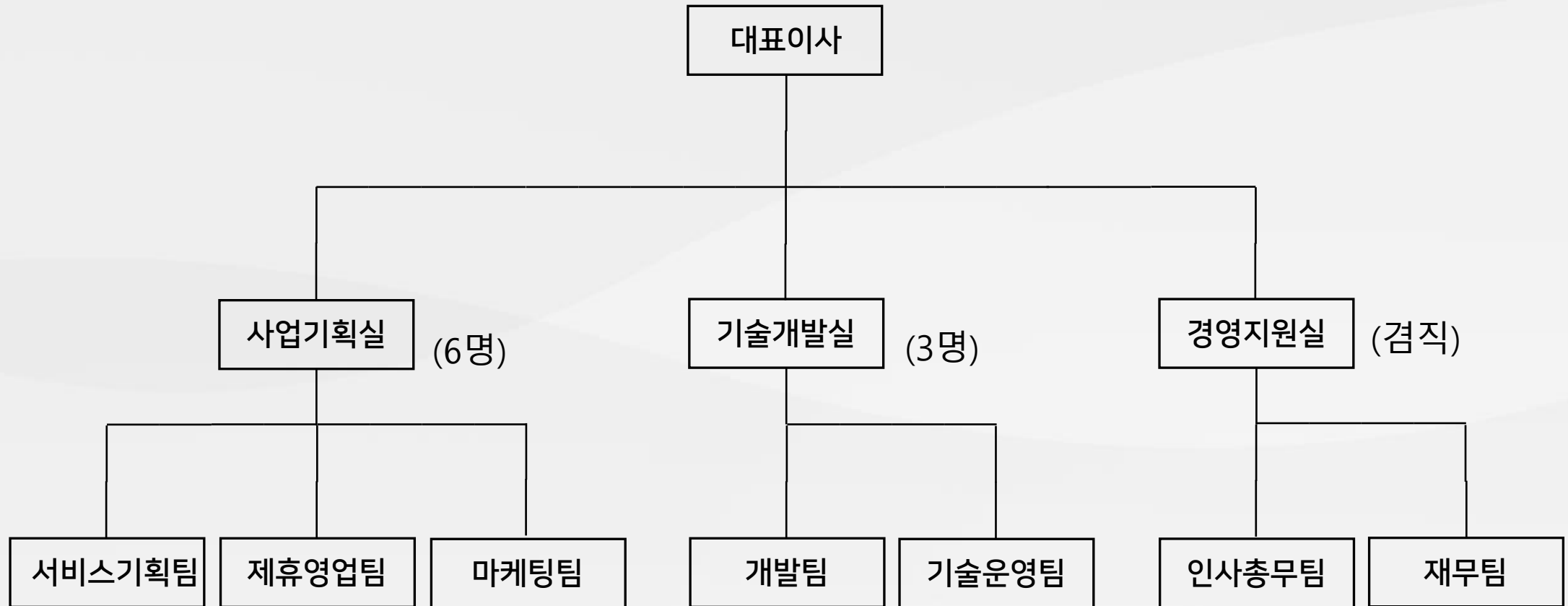
2. 시장분석

✓ 우리나라 펫 관련 업체 현황

2020년 현재

구 분	규모(개)
동물 병원	4,755
동물 약국	6,728
동물 장묘업	54
동물 용품 판매업	17,207
동물 사료제조업	7,178
미용샵, 애견카페, 호텔, 유치원	2,000

- 회사명 : (주)두댓 (대표 : 김웅중)
- 설립일 : 2018년 01월 01일 (자본금 1억원)
- 인원(구성원) : 9명
- 소재지(본사/연구소) : 경기도 성남시 분당구 운중로 123 501호
(기획/마케팅) : 서울특별시 강남구 논현로 150길 4 대급수야빌딩 3층
- Website : www.dothat.co.kr / www.myjelly.net
- 주요 서비스 : 반려동물 통합 플랫폼 "JellyPET"
- 주요연혁
 - 2018년 1월 1일 (주)두댓 설립
 - 2018년 11월 반려동물 SNS서비스 "메이준" 안드로이드 플랫폼 베타 서비스 오픈
 - 2019년 9월 "메이준" IOS 플랫폼 베타 서비스 오픈
 - 2019년 11월 "JellyPET" 서비스 사업기획
 - 2020년 6월 "JellyPET" 서비스 런칭
 - 2020년 11월 "JellyPET" 가입자 1.5만명 돌파
 - 2021년 3월 "중소벤처기업진흥공단"으로부터 정책자금 지원대상 선정
 - 2021년 5월 "JellyPET" 2.0 출시
 - 2022년 1월 "JellyPET" 가입자 3만명 돌파(다운로드수 45,000)





- 강아지 및 고양이 새끼들의 발바닥 쿠션이 젤리 같다고 하여 반려동물을 키우는 사람들이 핑크 젤리등으로 부르는 것에서 착안
- 젤리가 실제로 반려동물의 체온 조절, 충격 흡수(에어백) 및 미끄럼 방지 역할을 하는 것처럼,
- 반려인과 반려동물과의 끈끈한 중심역할을 하는 브랜드를 지향

“젤리펫” 서비스캐릭터



펫코노미 소비자 증가



반려동물과 보내는 시간 ↑

반려용품 소비 ↑



(주)두댓은 단순 반려동물 서비스에서 벗어나 반려동물과 반려인을 위한 통합 플랫폼을 구성하여 이상적인 반려동물 문화를 구축하고 "펫코노미" 시장의 선두주자가 되고자 합니다.

정보 공유

반려동물과 연관된
각종 TIP 제공
(추천 장소, 제품 리뷰,
건강, 교육 등)

펫라이프 공유

반려동물과 함께하는
시간과 추억거리를
등록하여 공유

리워드 제공

활동한 포인트를 통하여
반려동물 용품 교환

4. 서비스개요

✓ 서비스 개요

01

놀고

- 산책하기, 놀아주기, 다이어리 제공
- 반려동물과의 건강과 소중한 순간을 저장

02

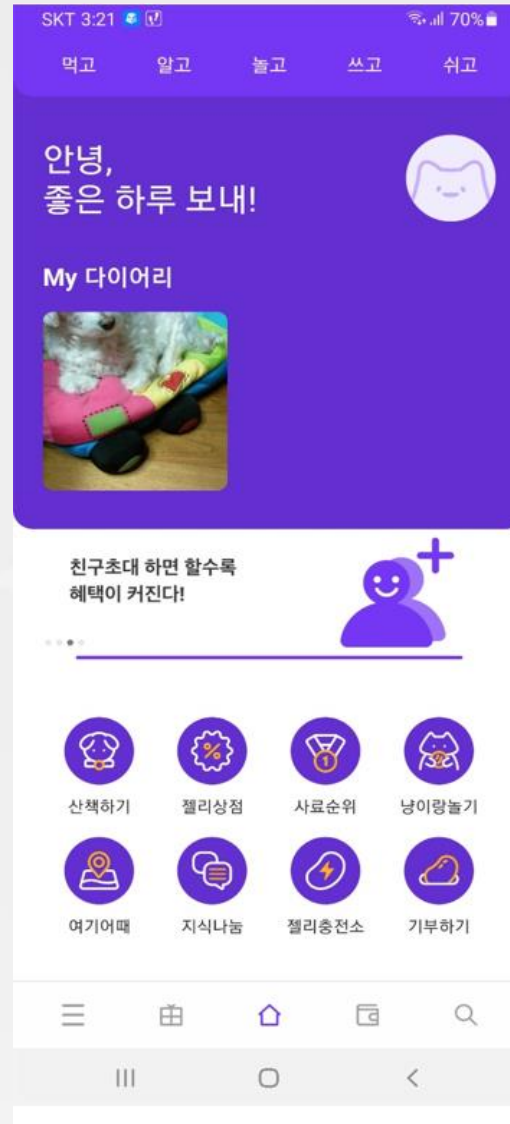
쉬고, 먹고

- 반려동물 동반가능 장소 제공
- 견종, 묘종에 따른 맞춤 사료 추천
- 다양한 간식과 사료 정보 제공

03

쓰고, 알고

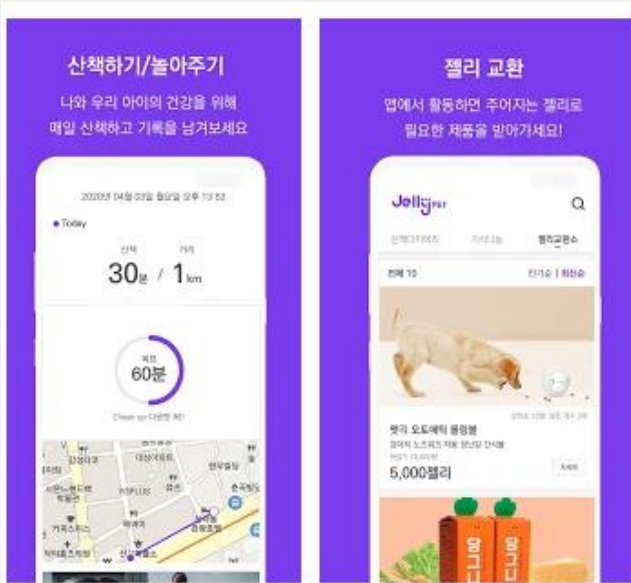
- 활동에 따른 리워드(젤리)와 반려동물 물품교환
- 쇼핑물 기능
- 지식나눔과, 반려동물 전문가와 소통 가능한 채널 제공



고객의 다양한 활동과
정보교환을 원활히 하며,
이를 통한 각종 서비스 혜택을 누리도록 함.

반려동물과의 일상생활 공유 및 리워드 플랫폼 서비스 중심으로 고객과 Comm.

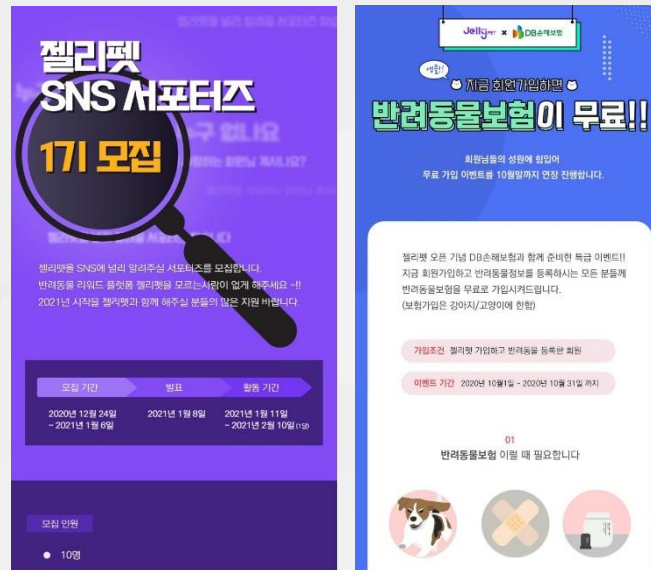
1. 서비스 주요 현황



다운로드회원수 : 45,000 (DAU 700)

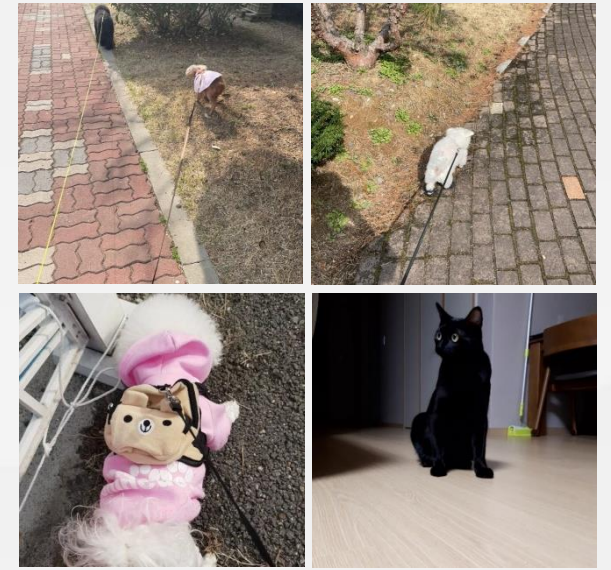
- 여성회원(20대) 많다 (7:3)
- 강아지 비율이 높다(8:2)
- 산책하기 콘텐츠가 많다 : 약68%

2. 주요 서비스 활동



- 서포터즈, 반려동물보험 제공
- 젤리-물품 무료교환,페이백서비스 제공
- 이벤트, 제휴, 전문 상담을 통해 고객과 Comm.

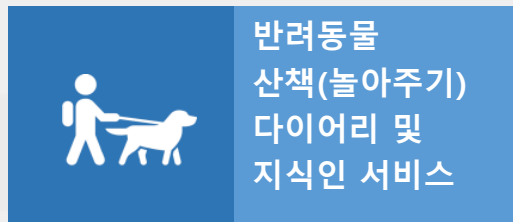
3. 유저 활동



- 강아지랑 산책해요 게시글 : 4만
- 멍냥이랑 놀아요 게시글 : 2만
- 지식나눔 게시글 : 1만

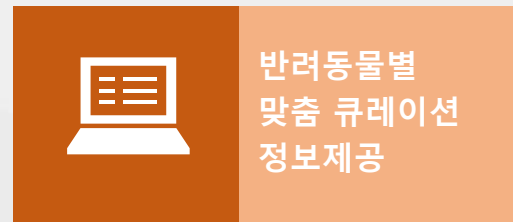
기존 고객의 니즈 부합, 기능개선 및 신규고객 창출을 위한 단계적 서비스를 확대하여 플랫폼을 구축

1단계(2020년 6월~)



반려동물의 건강관리를 고려한 산책
과 놀아주기(놀고,쓰고,알고)를 통한
고객의 다양한 활동과 다양한 미션
수행등을 통한 보상

2단계(2021년 5월~)



메인화면 개선 및 먹고(사료,간식등)
리뷰 등을 통해 반려동물별 맞춤 큐
레이션 정보 제공, 체험단 전문 커뮤
니티 구성

3단계(2021년 9월~)



쉬고(용품, 보험/ 병원, 장소 등)큐레
이션 추가 및 정보 제공에 따른 쇼핑몰

4단계(2022년 6월~)



멤버십서비스 및 O2O 제휴서비스의
확대를 통해 반려동물 종합 플랫폼
구축
- 2022이후 Global 서비스 구축

✓ 빅데이터 활용

- 같은(유사한) 견종/묘종, 나이, 몸무게, 알레르기 여부를 파악하여 맞춤 사료, 간식 추천 기능 제공
- 멤버십(정기배송)상품에 반영하여 고객대상 매출에 기여
- 관련업체에 빅데이터 정보 제공(B2B사업 가능)

✓ 리워드

- 모든 활동 및 정보교환(놀이, 먹고, 쉬고, 알고 등) 참여시 리워드 제공
- 리워드 100% 사용 : 무료 상품 교환, 동물병원, 미용샴 등 사용한 금액 현금 지원, 제휴상품 할인구매 등

✓ one-stop 정보제공

- 반려동물 관련 정보에 대해 특정분야에 국한되지 않고, 젤리펫에서 모든 정보교환이 이루어 짐

✓ 반려동물 동반 가능장소 사용자 직접 등록하여 공유

- 위키백과처럼 사용자들간 업데이트하여 최신 정보 등록
- 젤리펫 제휴 동반가능장소(카페, 식당, 숙소, 관광지) 무료 or 할인쿠폰 제공

✓ 공익성

- 앱 내 유기견/묘의 구조요청을 할수 있는 카테고리를 만들어 해당 문제를 근본적으로 해결할 수 있도록 함.
- 앱 활동에 대한 보상으로 받은 리워드로 "유기견 보호 센터" 등에 기부 가능

• • • •
나와 반려동물의 일상을 젤리펫으로 “둘러보다(TOUR)”

Together

#나와반려동물
·
#쌍방향 커뮤니케이션

Occasion

#필요한상황
·
#콘텐츠 테마
·
#감성적 접근

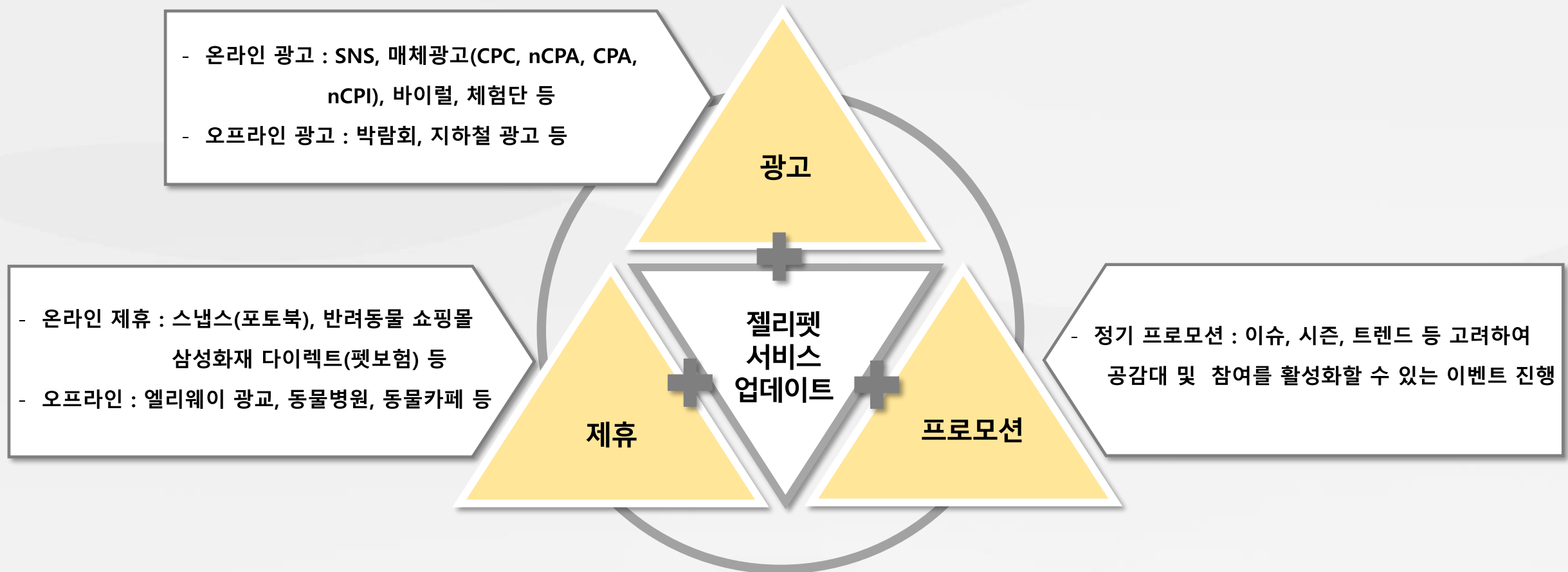
Unique

#서비스강점
·
#서비스차별점
·
#서포터즈

Relationship

#공감확대
·
#소비자 참여
·
#인지도 증대

젤리펫 리뉴얼 오픈(2021년6월)에 맞춰 **광고, 제휴, 프로모션** 등 각 항목별 특성에 맞는 마케팅 활동 전개
마케팅 활동을 통해 **젤리펫 브랜딩 강화 & 회원가입 확보(퍼포먼스) 유치 및 서비스 사용성 증대**



5. 세부전략 및 수행계획

✓ 마케팅(전시회 참여)

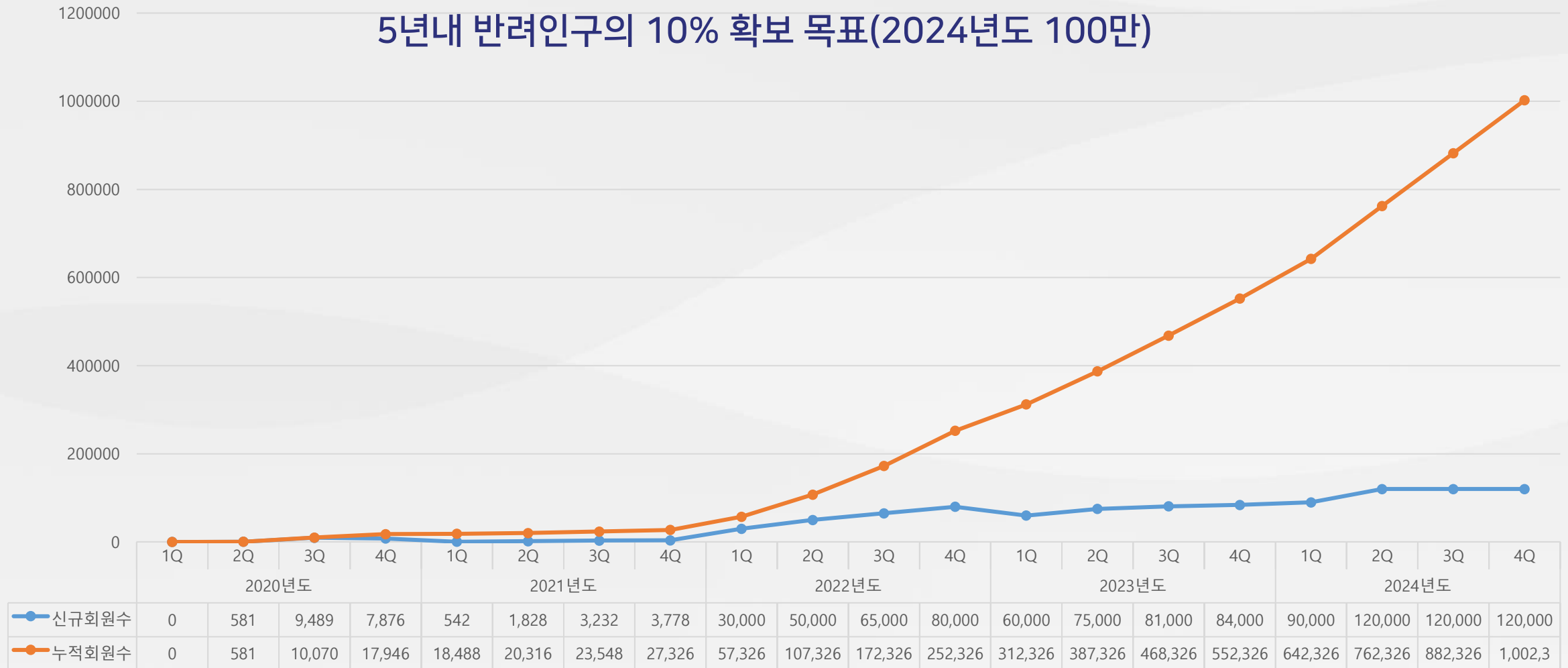
2021년 펫페어(킨텍스) 전시회 참여하여 약 2,000명의 가입자 확보 및 홍보효과 제고



5. 세부전략 및 수행계획

✓ 가입자 확보 목표

5년내 반려인구의 10% 확보 목표(2024년도 100만)



5. 세부전략 및 수행계획

✓ 수익창출 계획(매출)

단위: 천원

구분	2020 년도	2021 년도	2022 년도	2023 년도	2024 년도	매출(수익)계획
광고 수익	1,150	13,253	1,118,837	638,606	1,285,075	<ul style="list-style-type: none"> ○ CPC 광고 수익(고객과 수익배분: 젤리지급) <ul style="list-style-type: none"> - 광고단가 1,000원~2,000원* 누적고객의 3% 이용예상 ※ 점진적으로 광고업체 증가 및 동영상광고 등 추가 ○ 온라인 광고(배너, 팝업, 펫스토리, SNS 푸쉬광고 등) <ul style="list-style-type: none"> - 먹고/쉬고 상위업체 대상 - 업체당 100~200만원/월 (10~30개업체)
쇼핑몰 수익	-	2,919	623,374	5,557,912	10,867,912	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쇼핑몰 수익 : 자사제품 및 다수 커머스 제품 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 자사제품 : 월 1,500만~ 1.5억 판매 목표 - 일반 커머스 : 구매금액 3~5만원/월*누적고객의 1~2% 이용예상
멤버십(정기 배송)매출	-	-	367,885	2,428,956	4,708,956	<ul style="list-style-type: none"> ○ 멤버십고객(월 정기배송): 멤버십가입고객 대상 <ul style="list-style-type: none"> - 젤리박스(자사제품+사료 등): 3~5만원/월*누적고객의 1% 이용예상
합 계	1,150	16,172	1,110,096	8,625,474	16,861,943	※ 판매마진 : 5~20% 예상

5. 세부전략 및 수행계획

✓ 주요인력 프로필

○ 대표자 프로필

구분	기간	소속	전공/담당업무	비고
경력	1981.2 ~ 2000.1	한전, 한전KDN	정보통신/IT개발	차장
	2000.1 ~ 2011.2	두루넷, 하나로텔레콤, SK브로드밴드	정보통신 인터넷 가입자 관리	팀장
	2011.3 ~ 2016.3	SK텔레시스 등	정보통신	이사

○ 주요 구성원 프로필

이경희(기획팀장)14년 경력	추형진(개발팀장 : 아이폰 앱개발)14년 경력
2017.02~2019.06 : 밀크컴퍼니(인강 앱구축 기획) 2015.06~2016.07 : 아트앤스터디(사이트 운영기획) 2013.11~2015.04 : 알투스인(사이트구축 및 운영) 2011.12~2012.10 : 누비터(해외여행커뮤니티구축) 2010.12~2011.11 : 이소프팅(KT올레닷컴 혜택존 기획) 2010.01~2010.12 : 내일여행(여행사이트 운영기획) 2007.09~2009.12 : 아루마루(네이트포토웹서비스운영)	2020.01~2020.08 : 뱅큐코리아(운세기반 데이팅) 2019.09~2019.12 : SH투자방송(실시간 리딩) 2015.01~2019.07 : 모피어스(보안관리용) 2013.06~2015.01 : 제이컴정보(자녀 스마트폰 제어용) 2012.10~2013.05 : 한화투자(스마트M차세대프로젝트) 2007.11~2012.09 : 넷크루즈(원격접근제어시스템)

5. 세부전략 및 수행계획

✓ 서비스 로드맵



2023년 흑자 달성 목표

(단위 : 천원)

	항 목	2020년	2021년	2022년	2023년도	2024년도
매출액	광고 수익(온라인광고)	1,150	13,253	118,837	638,606	1,285,075
	쇼핑몰 수익(판매)	0	2,919	623,374	5,557,912	10,867,912
	멤버십(정기배송)	0	0	367,885	2,428,956	4,708,956
	소 계	1,150	16,172	1,110,096	8,625,474	16,861,943
매출원가	제품원가(운반비 포함)	0	2,080	862,551	6,918,181	13,474,181
	인건비(서비스기획,운영 담당)	272,160	330,120	365,400	514,080	718,200
	소 계	272,160	332,200	1,227,951	7,432,261	14,192,381
	매출총이익	-271,010	-316,028	-117,856	1,193,213	2,669,562
판매비와 관리비	인건비(개발,관리)	181,440	220,080	243,600	342,720	478,800
	광고선전비	66,339	56,854	169,000	360,000	396,000
	임차료	72,000	96,000	114,000	120,000	120,000
	외주 용역비,기타	73,221	9,200	82,000	264,000	456,000
	소 계	392,999	382,134	608,600	1,086,720	1,450,800
	영업이익	-664,009	-698,162	-726,456	106,493	1,218,762

연도별 자금 소요내역	규모	조달방법	조달시기
2022년(마케팅 및 인건비,해외진출 준비)	20억원	유상증자 : VC	2022년 상반기

감사합니다