

# "세모이 (세상 모든 이벤트)" 프로젝트 상세 기획안

## I. 서론: "세모이" 비전 및 기회

### A. "세모이" 정의: 핵심 개념과 독창적 가치 제안 (UVP)

"세모이"는 대한민국에서 가장 포괄적이고 사용자 친화적인 이벤트 정보 플랫폼을 지향한다. 핵심 운영 방식은 관리자가 등록한 이벤트 페이지 URL을 시스템이 주기적으로 크롤링하여 정보를 수집하고, 이렇게 수집된 데이터를 가공 및 큐레이션하여 최종 사용자에게 직관적이고 매력적인 형태로 제공하는 것이다.

이러한 접근 방식은 몇 가지 독창적 가치 제안(Unique Value Proposition, UVP)을 형성한다. 첫째, 크롤링을 통한 정보의 포괄성이다. 기존 플랫폼들이 주로 수동 등록이나 제한된 API 연동에 의존하는 반면, "세모이"는 관리자 등록 기반 크롤링을 통해 주요 플랫폼에 적극적으로 홍보하지 않는 소규모 주최자나 특정 커뮤니티의 이벤트까지 발굴할 잠재력을 가진다. 이는 "세상의 모든 이벤트"를 담겠다는 목표에 부합하며, 숨겨진 이벤트 정보에 대한 시장의 요구를 충족시킬 수 있다. 둘째, 압도적인 사용자 친화성이다. 직관적인 탐색 기능, 개인화된 맞춤 추천, 시각적으로 매력적인 인터페이스를 통해 이벤트 탐색 과정 자체를 즐거운 경험으로 만드는 데 집중할 것이다. 이는 일부 기존 플랫폼에서 사용자들이 UI/UX 관련 불편함을 토로하는 점을 고려할 때 중요한 차별화 요소가 될 수 있다.<sup>1</sup> 셋째, 큐레이션과 정보의 질이다. 단순히 정보를 모으는 것을 넘어, 수집된 정보의 정확성, 최신성, 그리고 체계적인 구성을 통해 사용자에게 신뢰도 높은 이벤트 정보를 제공하는 데 중점을 둘 것이다.

초기 기획 단계에서 언급된 "관리자 페이지에 등록된 이벤트 페이지 크롤링" 방식은 서비스 초기 단계에서부터 일정한 수준의 정보 품질과 관련성을 확보할 수 있다는 장점을 지닌다. 이는 무분별한 웹 크롤링으로 발생할 수 있는 노이즈나 관련 없는 정보를 줄여 사용자에게 더 정제된 이벤트 목록을 제공할 수 있게 한다. 그러나 이 방식은 관리자의 이벤트 소스 발굴 및 등록 역량에 서비스의 포괄성이 크게 좌우된다는 점을 내포한다. "세상 모든 이벤트"를 목표로 하는 만큼, 수동적인 소스 등록 방식은 장기적으로 확장성의 한계에 직면할 수 있다. 따라서 프로젝트 초기부터 사용자 제안 소스(관리자 승인 후 반영)나 반자동화된 소스 식별 시스템 도입 등 이벤트 소스 발굴 및 등록 규모를 확장하기 위한 전략을 함께 고려해야 할 것이다.

### B. 변화하는 국내 이벤트 정보 탐색자들의 니즈 충족

현대 사회에서 이벤트 정보 탐색자들은 다양한 니즈를 가지고 있으며, "세모이"는 이러한 변화하는 요구에 부응하고자 한다.

첫째, 정보 과부하 문제 해결이다. 수많은 웹사이트, 소셜 미디어, 앱에 흩어져 있는 이벤트 정보는 사용자들에게 피로감을 준다. "세모이"는 이러한 정보를 한 곳에 모아

제공함으로써 정보 탐색의 효율성을 높인다.

둘째, 개인화에 대한 높은 요구이다. 일반적인 이벤트 목록은 사용자 만족도가 낮다. 사용자들은 자신의 관심사, 위치, 과거 활동 기록에 기반한 맞춤형 추천을 선호한다.<sup>2</sup> 실제로 올이벤트(AllEvents)는 관심사에 기반한 개인화 추천 기능을 제공하며<sup>3</sup>, 씨벤트(Cvent)는 참석자의 선택 및 선호도에 따른 정보 접근 기능을 언급하고 있다.<sup>2</sup>

셋째, 모바일 접근성의 중요성 증대이다. 이벤트 정보 탐색은 이동 중에도 빈번하게 이루어지므로, 매끄러운 모바일 경험 제공은 필수적이다.<sup>1</sup> 올이벤트<sup>3</sup>나 이벤트브라이트<sup>6</sup>와 같은 다수의 플랫폼이 앱 경험을 강조하는 것도 이러한 추세를 반영한다.

넷째, 국내 시장 특수성 고려이다. 한국 특유의 이벤트 유형, 문화적 선호도, 사용자 기대치를 이해하고 이에 부응하는 서비스를 제공하는 것이 중요하다. 프리프(Frip)과 같은 플랫폼은 취미 및 활동과 같은 특정 국내 관심사에 집중하여 성공을 거둔 사례를 보여준다.<sup>10</sup>

## II. 이벤트 플랫폼 시장 환경 분석

### A. 시장 개요: 글로벌 트렌드와 한국 시장의 특수성

이벤트 정보 플랫폼 시장은 국내외적으로 지속적인 성장을 보이고 있으며, 몇 가지 주요 트렌드가 관찰된다.

글로벌 트렌드:

- **AI 기반 개인화 및 추천 엔진의 부상:** 사용자의 행동 패턴과 선호도를 분석하여 맞춤형 이벤트 정보를 제공하는 AI 기술의 중요성이 커지고 있다.<sup>2</sup> 씨벤트는 AI 기반 네트워킹 추천 기능을 언급하며<sup>2</sup>, 디지털 큐레이션 서비스는 사용자 이력을 바탕으로 콘텐츠를 추천한다.<sup>4</sup>
- **커뮤니티 구축 및 참여 기능 강화:** 단순 정보 제공을 넘어 사용자 간의 소통과 참여를 유도하는 기능이 강조되고 있다.<sup>2</sup> 씨벤트는 실시간 Q&A, 설문, 메시징, 토론 포럼 등의 기능을 상세히 설명하며<sup>2</sup>, 이벤트브라이트의 개편된 앱은 친구와의 연결을 중시한다.<sup>15</sup>
- **가상 및 하이브리드 이벤트 기능 통합:** 온라인과 오프라인의 경계가 허물어지면서 가상 및 하이브리드 이벤트를 지원하는 플랫폼의 수요가 증가하고 있다.<sup>2</sup> 이벤트엑스(EventX)는 온라인, 오프라인, 하이브리드 행사를 위한 솔루션을 명시적으로 제공한다.<sup>16</sup>
- **다각화된 수익 모델:** 티켓 판매 수수료 외에도 스폰서십, 프리미엄 리스팅, 데이터 분석 서비스 등 다양한 수익 모델이 활용되고 있다.<sup>2</sup> 씨벤트는 스폰서십 수익 및 전시 업체 보고 기능을 언급한다.<sup>2</sup>

한국 시장 특수성:

- 높은 모바일 앱 보급률 및 선호도: 국내 사용자들은 앱 기반 서비스에 대한 선호도가 높으며, 모바일 환경에서의 사용성이 매우 중요하다.<sup>7</sup> 프리프<sup>10</sup>이나 ZUMO<sup>7</sup>와 같은 국내 다수 플랫폼은 앱 중심 서비스를 제공한다.
- 특정 관심사 기반 틈새 플랫폼의 인기: 취미(프리프<sup>10</sup>), 지역 모임, 특정 유형의 이벤트(온오프믹스의 세미나/컨퍼런스<sup>23</sup>) 등 특정 관심사를 충족시키는 플랫폼이 활성화되어 있다.
- 국내 결제 시스템 및 한국어 고객 지원의 중요성: 국내 사용자를 위한 현지화된 결제 시스템과 원활한 한국어 고객 지원은 필수적이다. 이벤트엑스는 아시아 특화 솔루션의 일환으로 결제 지원 등을 강조한다.<sup>16</sup>
- 문화 행사, K-POP 관련 이벤트, 축제, 교육 세미나 등에 대한 높은 관심: 국내에서는 이러한 유형의 이벤트에 대한 수요가 꾸준히 존재한다.<sup>7</sup> 이벤트브라이트의 서울 지역 트렌드 정보에는 K-POP 및 축제가 포함되어 있다.<sup>25</sup>

## B. 경쟁 환경 분석: 주요 플레이어 현황

국내외 주요 이벤트 플랫폼들은 각기 다른 강점과 특징을 가지고 시장에서 경쟁하고 있다. "세모이"의 성공적인 시장 진입을 위해서는 이들 경쟁자에 대한 면밀한 분석이 선행되어야 한다.

국내 활동 중인 글로벌 플레이어:

- 이벤트브라이트 (**Eventbrite**): 광범위한 이벤트 카테고리를 다루며 강력한 티켓팅 기능과 글로벌 인지도를 보유하고 있다.<sup>6</sup> 최근 앱 개편을 통해 정보 발견 기능과 소셜 연동 기능을 강화했으며<sup>15</sup>, 주최자와 참석자 모두를 대상으로 한다.
- 올이벤트 (**AllEvents.in**): 전 세계 40,000개 도시를 커버하는 광범위한 서비스 지역, 개인화 추천 기능, 강력한 앱 존재감을 특징으로 한다.<sup>3</sup> 다양한 관심사에 걸친 이벤트 정보 발견에 중점을 둔다.
- 씨벤트 (**Cvent**): 주로 B2B 시장에 초점을 맞추어 기업 행사, 컨퍼런스, 이벤트 관리 솔루션을 제공한다.<sup>2</sup> 참석자를 위한 강력한 모바일 앱 기능(일정 관리, 네트워킹, 참여 유도 등)을 제공하며, 기업 중심 플랫폼이지만 그 기능들은 이벤트 앱의 모범 사례로 참고할 만하다.

주요 국내 플레이어:

- 온오프믹스 (**Onoffmix**): 다양한 모임, 세미나, 컨퍼런스, 강좌 정보를 제공하는 오랜 플랫폼이다.<sup>1</sup> 이벤트 개설 및 관리 도구를 제공하며, 모객/홍보 기능을 비즈니스 모델의 일부로 한다.<sup>23</sup> 다만, 일부 사용자 리뷰에서 UI/UX 관련 개선 요구가 나타나고 있어<sup>1</sup>, "세모이"가 참고할 지점이다.
- 프리프 (**Frip**): 취미 및 여가 활동, 원데이 클래스, 소셜 클럽 분야를 선도하는 플랫폼이다.<sup>10</sup> 특히 MZ세대로부터 높은 호응을 얻고 있으며<sup>14</sup>, 호스트 판매액에 대한 플랫폼 수수료(초기 10%, 이후 개편<sup>14</sup>)를 통해 수익을 창출한다. 커뮤니티 중심적인 운영이 특징이다.

- 이벤트스 (**Event-us**): 행사, 강연, 세미나 정보를 제공하며, 편리한 접근을 위한 앱을 지원한다.<sup>8</sup> 관심 분야의 최신 행사 정보 제공에 중점을 둔다.
- ZUMO (주모): 축제, 전시, 여행, 인기 장소 등 여가 정보를 큐레이션 기반으로 제공하는 앱이다.<sup>739</sup>
- 콩콩프렌즈 (**CongKong**): 사전 등록부터 리포트까지 전 과정을 지원하는 이벤트 테크 플랫폼으로, 참여 유도 및 데이터 분석 기능을 강조한다.<sup>38</sup> 플랫폼 사용 시 참여율 증가 및 준비 시간 감소 효과를 내세운다.
- 이벤트엑스 (**EventX**): 아시아 시장에 특화된 이벤트 관리 플랫폼으로 온라인, 오프라인, 하이브리드 이벤트 솔루션을 제공한다.<sup>16</sup> 특히 중국 시장에서의 강점(VPN 없는 접속 등)을 보유하고 있다.

표 1: 경쟁 환경 분석

플랫폼 명칭	주요 초점 분야	주요 기능	주요 타겟층	수익 모델	강점	약점 / "세모이" 기회
이벤트브라이트	일반 이벤트, 티켓팅	정보 발견, 티켓팅, 소셜 연동, 관리 도구	주최자, 일반 대중	티켓 판매 수수료, 주최자 서비스	글로벌 인지도, 강력한 티켓팅 기능	국내 시장 특화 부족 가능성, "세모이"는 더욱 세분화된 국내 맞춤형 큐레이션 및 사용자 경험으로 차별화 가능
온오프믹스	세미나, 강연, 모임, 콘퍼런스	정보 제공, 모임 개설/관리, 모객 지원	직장인, 학생, 전문 분야 종사자	모객/홍보 서비스 유료화, 광고	오랜 운영 경험, 다양한 B2B/B2C 모임 정보	일부 UI/UX 개선 요구 <sup>1</sup> , "세모이"는 압도적인 사용자 친화성으로 우위 확보 가능

프립	취미, 여가 활동, 원데이 클래스, 소셜 클럽	정보 탐색, 예약/결제, 호스트 시스템, 커뮤니티	MZ세대, 취미 활동가	호스트 판매 수수료 <sup>14</sup>	강력한 MZ세대 타겟팅, 높은 커뮤니티 활성화, 독특한 액티비티 다수 보유	특정 분야(취미/ 여가) 집중, "세모이"는 크롤링 기반으로 더 넓은 범위의 이벤트를 포괄하며 개인화 추천으로 다양한 관심사 충족 가능
올이벤트	글로벌 일반 이벤트	정보 발견, 개인화 추천, 앱 중심	일반 대중	광고, 프리미엄 리스팅 (추정)	광범위한 글로벌 커버리지, 개인화 기능	국내 시장에서의 인지도 상대적 약세 가능성, "세모이"는 국내 이벤트 소스 집중 발굴 및 한국 사용자 맞춤형 UX로 경쟁
이벤터스	행사, 강연, 세미나	최신 정보 제공, 앱 지원	특정 관심 분야 정보 탐색자	주최자 대상 유료 서비스, 광고 (추정)	국내 행사 정보 집중	"세모이"는 크롤링을 통한 정보의 양과 질, 그리고 개인화 추천의 정교함으로 차별화 시도
씨벤트	기업 행사,	이벤트	기업,	솔루션	강력한	일반

	컨퍼런스 (B2B 중심)	관리 솔루션, 참석자 앱 (일정, 네트워킹, 참여)	이벤트 전문가	사용료, 서비스 구독료	B2B 이벤트 관리 기능, 높은 수준의 참석자 앱 기능	사용자 대상 플랫폼은 아님, "세모이"는 씨벤트의 앱 기능 중 사용자 경험 관련 우수 사례를 벤치마킹하 여 일반 사용자용 플랫폼에 적용 가능
--	------------------	---	------------	--------------------	--	---

이러한 경쟁 환경 분석은 "세모이"가 시장에서 어떤 위치를 점하고 어떤 차별화 전략을 가져가야 할지에 대한 중요한 단초를 제공한다. 예를 들어, 이벤트브라이트와 같이 이미 일반적인 티켓팅 시장을 장악한 플레이어가 있는 반면, 프리프처럼 특정 취미 분야에 집중하여 성공한 사례도 있다. 또한, 온오프믹스 사용자들이 UI에 대한 불편함을 제기하는 점<sup>1</sup>은 "세모이"가 사용자 친화적인 인터페이스를 통해 경쟁 우위를 확보할 수 있는 기회를 시사한다. 핵심은 "세모이"만의 독창적인 가치, 즉 다양한 소규모 이벤트까지 포괄하는 크롤링 능력과 이를 사용자에게 매우 친화적인 방식으로 제공하는 역량을 어떻게 구축하고 전달하느냐에 달려있다.

### C. 미충족 니즈 및 "세모이"의 전략적 틈새시장

기존 플랫폼들이 충족시키지 못하는 사용자 니즈와 "세모이"가 공략할 수 있는 전략적 틈새시장은 다음과 같다.

- 이벤트 정보의 **"롱테일(Long Tail)"**: 많은 소규모, 지역 기반, 또는 특정 커뮤니티 중심의 이벤트들은 비용, 복잡성, 혹은 주최자의 인식 부족으로 인해 주요 플랫폼에 등록되지 않는 경우가 많다. "세모이"의 크롤링 기반 접근 방식은 이러한 "롱테일" 이벤트를 발굴하여 사용자에게 제공함으로써 정보의 다양성을 확보할 수 있다.
- 다양한 관심사를 위한 통합적 정보 발견: 프리프와 같이 특정 분야에 특화된 플랫폼도 있지만, 사용자들은 종종 여러 분야에 걸쳐 관심사를 가진다. 다양한 유형의 이벤트를 한 곳에서 종합적으로 제공하면서도 깊이 있는 개인화 추천을 통해 각 사용자의 다양한 관심사를 충족시키는 플랫폼은 강력한 경쟁력을 가질 수 있다.
- "캐주얼" 주최자를 위한 간편한 경험: 만약 "세모이"가 이벤트 주최자들이 자신의 이벤트 페이지를 (관리자 등록 절차의 간소화된 형태로) 쉽게 제출하여 크롤링 대상이 되도록 허용한다면, 기존의 복잡한 이벤트 등록 절차에 부담을 느끼는 소규모 주최자들을 유인할 수 있다.

- 강화된 큐레이션과 신뢰성: 방대한 이벤트 정보 속에서 신뢰할 수 있는 큐레이션의 가치는 더욱 커진다. "세모이"는 정확한 데이터, 고품질의 이벤트 정보 제시, 그리고 향후 사용자 리뷰/평점 시스템 도입(복잡성 증가 가능성 있음)을 통해 플랫폼에 대한 신뢰를 구축할 수 있다. 디지털 큐레이션 서비스는 이미 사용자에게 맞춤형 정보를 제공하는 형태로 존재한다.<sup>4</sup>

국내 이벤트 플랫폼 시장은 온오프믹스나 이벤터스와 같은 광범위한 정보를 다루는 플랫폼과 프리etch럼 특정 관심사에 깊이 파고드는 플랫폼으로 양분되는 경향을 보인다. 이는 사용자들이 때로는 폭넓은 탐색을 원하고, 때로는 매우 구체적인 경험을 찾는다는 것을 의미한다. "세모이"의 도전이자 기회는 이러한 양극단의 니즈를 동시에 충족시키는 데 있다. 즉, 광범위한 이벤트 소스를 크롤링하여 정보의 폭을 확보하는 동시에(온오프믹스의 장점 일부 수용), 뛰어난 개인화 기능과 사용자 친화적인 정보 제시를 통해 각 사용자에게 깊이 있는 맞춤형 경험(마치 다양한 관심사에 대한 프리etch럼의 큐레이션 느낌)을 제공하는 것이다. 이를 위해서는 개인화 엔진의 효과성과 크롤링된 데이터의 품질 및 표현 방식이 무엇보다 중요하며, 단순히 "모든" 이벤트를 모으는 것을 넘어, "모든" 이벤트를 각 사용자에게 의미 있고 쉽게 발견가능하도록 만드는 것이 핵심 성공 요인이 될 것이다.

더 나아가, 프리etch럼과 같이 공유 활동을 중심으로 강력한 커뮤니티를 형성한 플랫폼의 성공<sup>10</sup>은 "이벤트 발견"이 단순한 정보 검색을 넘어 더욱 사회적이고 경험적인 활동으로 진화하고 있음을 시사한다. "세모이"의 핵심은 크롤링이지만, 장기적으로 선택적인 커뮤니티/소셜 기능을 통합한다면 단순한 정보 집계 플랫폼을 넘어 사용자의 참여도와 충성도를 크게 향상시킬 수 있을 것이다.

### III. "세모이" 플랫폼 설계: 기능 및 구성

#### A. 사용자 중심 경험 설계

"세모이" 플랫폼의 모든 기능은 사용자에게 최상의 경험을 제공하는 데 초점을 맞춘다.

#### 1. 직관적인 이벤트 탐색 기능:

- 고급 검색: 키워드 검색, 위치 기반 검색(시, 구, 반경 설정<sup>3</sup> 리뷰 참고), 날짜/시간 범위 지정, 카테고리 필터(예: 음악, 미술, 기술, 음식, 스포츠, 교육, 무료 이벤트<sup>7</sup>), 자유 텍스트 검색 기능을 제공한다.
- 스마트 필터링: 가격대, 온라인/오프라인 여부, 접근성 옵션, 이벤트 사용 언어, 주최자 유형 등으로 상세 필터링이 가능해야 한다. 온오프믹스 사용자들이 "주말만" 가능한 이벤트 필터링 기능 개선을 요청한 바 있다.<sup>1</sup>
- 다양한 탐색 옵션:
  - "지금 뜨는 이벤트": 조회수, 저장 수, 소셜 미디어 언급량 등을 기반으로 인기 이벤트를 보여준다.
  - "새로 올라온 이벤트": 최근 크롤링되어 승인된 신규 이벤트를 소개한다.

- "에디터 추천/큐레이션 컬렉션": 특정 테마(예: "주말에 뭐하지?", "가족 나들이 추천", "무료 워크숍 모음")로 묶은 이벤트 컬렉션을 제공한다. 이는 디지털 큐레이션<sup>4</sup> 및 이벤트브라이트의 "It-Lists"<sup>15</sup> 개념과 유사하다.
- "내 주변 이벤트": 사용자 위치 정보를 기반으로 주변 이벤트를 추천한다.

## 2. 초개인화 추천 엔진:

- **AI 기반 추천:** 사용자가 온보딩 과정이나 프로필에서 직접 선택한 관심사, 검색/조회 기록, 저장/좋아요한 이벤트 등 명시적/암시적 신호를 종합적으로 분석하여 맞춤형 이벤트를 추천한다.
- 추천 알고리즘:
  - 콘텐츠 기반 필터링: 사용자가 과거에 상호작용했거나 관심을 보인 이벤트와 유사한 특성을 가진 이벤트를 추천한다.<sup>5</sup> 예를 들어, 액션 영화를 선호한 사용자에게 비슷한 장르의 영화를 추천하는 방식이다.
  - 협업 필터링 (사용자 기반): 비슷한 성향의 다른 사용자들이 선호한 이벤트를 추천한다.<sup>5</sup> 이를 통해 사용자는 더 폭넓고 다양한 이벤트를 발견할 수 있다.
  - 하이브리드 방식: 콘텐츠 기반 필터링과 협업 필터링의 장점을 결합하여 각 방식의 단점(예: 신규 사용자/이벤트에 대한 콜드 스타트 문제)을 보완하고, 더욱 정교하고 풍부한 추천 결과를 제공한다.<sup>5</sup>
- 개인화된 피드/대시보드: 올이벤트<sup>3</sup>나 이벤트브라이트의 "Discover" 탭<sup>15</sup>과 유사하게, 사용자 맞춤형 이벤트 추천을 전면에 배치한 "당신을 위한 추천" 섹션을 제공한다.

## 3. 매력적인 이벤트 정보 제시:

- 풍부한 이벤트 상세 페이지: 이벤트명, 상세 설명, 날짜, 시간, 장소(지도 연동<sup>2</sup>), 주최자 정보, 티켓 가격 및 예매 링크(외부 링크 또는 향후 자체 티켓팅 기능 추가 시 내부 링크), 고품질 이미지/동영상(이벤트브라이트는 이제 주최자가 동영상을 추가할 수 있도록 지원<sup>15</sup>) 등 포괄적인 정보를 제공한다.
- 명확한 행동 유도 버튼 (CTA): "이벤트 저장", "이벤트 공유", "길찾기", "주최자 페이지 방문", "티켓 보기" 등 사용자의 다음 행동을 명확히 안내한다.
- 표준화된 정보 형식: 다양한 출처에서 크롤링된 정보를 일관되고 사용자 친화적인 템플릿에 맞춰 표준화하여 제공한다.

## 4. 사용자 계정 및 참여 기능:

- 프로필 관리: 선호도 저장, 이벤트 참여 내역 관리, 알림 설정 등을 위한 사용자 계정 기능을 제공한다.
- 저장된 이벤트/위시리스트: 나중에 다시 볼 이벤트를 저장하는 기능을 제공한다 (이벤트브라이트 "Saved" 탭<sup>15</sup>).
- 맞춤형 알림/공지: 저장된 검색 조건/관심사에 맞는 신규 이벤트, 예정된 저장 이벤트, 가격 변동(해당되는 경우) 등에 대한 알림을 제공한다. 푸시 알림은 씨벤트의 주요



기능 중 하나이며 <sup>2</sup>, 올리벤트는 선호하는 주최자의 새 이벤트 알림 기능을 제공한다.<sup>3</sup>

- 공유 기능: 소셜 미디어, 이메일, 메시징 앱을 통해 이벤트를 쉽게 공유할 수 있도록 한다.<sup>15</sup>
- (향후 확장) 소셜 기능: 친구와 연결하여 친구가 관심 있거나 참석하는 이벤트를 확인하고(이벤트브라이트 기능 참고 <sup>15</sup>), 간단한 이벤트 리뷰/평점 기능을 추가하는 것을 고려할 수 있다.

## B. 관리자 및 주최자 지원 도구

### 1. 효율적인 이벤트 소싱 (관리자 포털):

- 이벤트 페이지 등록 인터페이스: 크롤링 대상 이벤트 페이지/웹사이트 URL을 입력하고 관리할 수 있는 안전한 관리자 패널을 제공한다.
- 소스 분류 및 우선순위 설정: 관리자가 이벤트 소스를 유형별(예: 공식 공연장 사이트, 커뮤니티 블로그, 대학 이벤트 페이지)로 분류하고 크롤링 우선순위를 설정할 수 있는 기능을 제공한다.

### 2. 지능형 크롤링 및 데이터 수집:

- 웹 크롤링 엔진: 등록된 URL에서 콘텐츠를 가져오는 기술. 다양한 웹사이트 구조, 동적 콘텐츠(자바스크립트 렌더링) 처리가 가능해야 하며, 대상 서버에 과부하를 주지 않도록 설계해야 한다.
- 데이터 추출 로직: HTML에서 이벤트명, 날짜, 시간, 장소, 설명, 이미지 등 주요 이벤트 세부 정보를 식별하고 추출하는 알고리즘. 이는 정교한 파싱 기술을 필요로 하는 복잡한 영역이다.
- 중복 데이터 감지: 여러 소스에서 크롤링된 중복 이벤트 목록을 식별하여 통합하거나 플래그를 지정하는 메커니즘을 갖춘다.

### 3. 콘텐츠 관리 및 품질 보증 (관리자 포털):

- 검토 및 승인 워크플로우: 관리자가 크롤링된 이벤트 데이터를 검토하고, 부정확한 정보를 편집/수정하며, 게시를 승인하거나 거부할 수 있는 인터페이스를 제공한다.
- 이미지 관리: 이미지 크기 조정 및 품질 관리를 위한 도구를 제공한다.
- 수동 이벤트 입력/수정: 크롤링 실패 시 또는 특별한 경우 관리자가 수동으로 이벤트 목록을 추가하거나 수정할 수 있는 옵션을 제공한다.
- 소스 상태 모니터링: 크롤링 대상 소스의 상태(예: 크롤링 성공률, 오류 발생, 웹사이트 구조 변경 등)를 추적할 수 있는 대시보드를 제공한다.

## C. 핵심 기술 스택 (고려 사항)

플랫폼의 안정적이고 확장 가능한 운영을 위해 다음과 같은 기술 스택을 고려할 수 있다.

- 확장 가능한 크롤링 아키텍처: Scrapy(Python), Puppeteer/Playwright(동적 사이트용), 분산 작업 큐(Celery, RabbitMQ/Kafka 등)와 같은 기술을 활용한다.

- 강력한 데이터 처리 및 저장:
  - 데이터베이스: 데이터 구조 및 쿼리 요구 사항에 따라 PostgreSQL 또는 Elasticsearch(검색 기능용), MongoDB와 같은 NoSQL 옵션을 고려한다.
  - 데이터 파이프라인: 크롤링된 데이터를 정제, 표준화, 구조화하기 위한 ETL(Extract, Transform, Load) 프로세스를 구축한다.
- 백엔드 프레임워크: 확장성과 API 개발 용이성을 고려하여 Python(Django/Flask), Node.js(Express) 또는 유사 프레임워크를 선택한다.
- 프론트엔드 프레임워크: 반응형 및 인터랙티브 사용자 인터페이스 구축을 위해 React, Vue.js 또는 Angular를 사용한다.
- 모바일 앱 개발: iOS 및 Android 앱 개발을 위해 네이티브(Swift/Kotlin) 또는 크로스 플랫폼(React Native, Flutter) 방식을 고려한다. 콩콩프렌즈는 웹 기반 플랫폼이 Android/iOS에서 접근 가능하며, 푸시 알림 등을 위해 맞춤형 앱 개발도 가능하다고 언급한다.<sup>38</sup>
- 검색 인프라: 강력한 검색 및 필터링 기능을 위해 Elasticsearch 또는 Apache Solr를 활용한다.
- AI/ML 플랫폼: 추천 엔진 개발을 위해 TensorFlow, PyTorch, scikit-learn 등을 사용할 수 있다.
- 클라우드 호스팅: 확장성, 안정성, 관리형 서비스 이용을 위해 AWS, Google Cloud 또는 Azure를 고려한다. 온오프믹스는 하이브리드 클라우드를 활용한다.<sup>23</sup>
- API 우선 설계: 다양한 클라이언트(웹, 모바일 앱) 및 향후 통합을 지원하기 위해 내부 및 잠재적 외부 API를 개발한다. 온오프믹스는 API를 사용한다고 언급한다.<sup>23</sup>

"세모이"의 핵심 기능인 크롤링 메커니즘은 강력한 정보 수집 능력을 제공하지만, 동시에 상당한 기술적, 윤리적 과제를 안고 있다. 기술적으로는 다양한 웹사이트 구조, 안티봇 시스템 대응, 데이터 정확성 확보 등이 어려움으로 작용할 수 있다. 윤리적/법적 측면에서는 웹사이트의 robots.txt 규약 준수, 서비스 이용 약관 존중, 콘텐츠 저작권 문제 등이 발생할 수 있다. 크롤링 대상 웹사이트들은 각기 다른 구조를 가지고 있으며, 일부는 적극적으로 크롤러를 차단하기도 한다. 추출된 데이터는 정제되지 않은 상태일 가능성이 높아 상당한 클리닝 및 구조화 작업이 필요하다. robots.txt는 반드시 존중해야 하며, 일부 사이트는 상업적 재사용을 위한 크롤링을 금지할 수 있다. 이벤트 설명과 이미지는 저작권 보호 대상이므로 단순 복사는 문제가 될 수 있다.

따라서 "세모이"는 정교하고 "예의 바른" 크롤링 전략(예: 요청 간격 조절, robots.txt 준수)을 수립해야 하며, 데이터 소싱 및 사용에 대한 명확한 정책을 마련해야 한다. 공공기관이나 공연장의 공식 이벤트 캘린더를 우선적으로 크롤링하거나, 가능한 경우 파트너십 또는 허가를 구하는 방안도 고려할 수 있다. "관리자 등록 페이지" 접근 방식은 어느 정도의 검증을 의미하지만, 콘텐츠 자체에 대한 근본적인 문제는 여전히 남아있다. 사용자 친화적인 정보 제시는 항상 원본 출처를 명확히 밝히는 것을 원칙으로 삼아야 한다. 이러한 과제들을 인지하고 완화 전략을 마련하는 것이 중요하며, 이는 프로젝트

제안서에 명시되어야 한다.

표 2: "세모이" 기능 로드맵 (MVP 및 향후 단계)

단계	기능 카테고리	세부 기능	우선순위	근거 / 사용자 혜택	주요 참고 자료 (해당 시)
<b>MVP</b>	정보 탐색	기본 키워드/지역/ 날짜 검색, 카테고리 필터	매우 높음	사용자가 원하는 이벤트를 찾을 수 있는 핵심 기능	1
MVP	정보 탐색	크롤링된 이벤트의 사용자 친화적 목록 및 상세 정보 페이지 표시	매우 높음	수집된 정보를 명확하고 매력적으로 전달	15
MVP	계정	사용자 계정 생성, 이벤트 저장 기능	높음	개인화 서비스의 기반, 재방문 유도	15
MVP	관리자	이벤트 소스 URL 등록 및 관리 인터페이스	매우 높음	플랫폼의 핵심 데이터 수집 메커니즘	
MVP	관리자	기본 크롤링 및 데이터 파싱, 중복 감지, 관리자 검토/승인 워크플로우	매우 높음	이벤트 정보의 품질 관리 및 게시	
MVP	플랫폼	반응형 웹 애플리케이션	매우 높음	다양한 기기에서의 접근성 확보	

Phase 2	개인화	AI 기반 기본 추천 엔진 (콘텐츠 기반, 초기 협업 필터링)	높음	사용자 맞춤형 정보 제공 강화	2
Phase 2	모바일 앱	iOS 및 Android 네이티브 앱 개발 (푸시 알림, 위치 기반 서비스 강화)	높음	모바일 사용자 경험 최적화, 참여도 증대	2
Phase 2	정보 탐색	고급 필터링 옵션 (가격, 온라인/오프라인 등), "내 주변", "에디터 추천" 등	중간	탐색 편의성 증대, 다양한 사용자 니즈 충족	4
Phase 2	관리자	크롤링 엔진 고도화 (동적 콘텐츠 처리, 오류 처리 개선), 소스 상태 모니터링	중간	데이터 수집 효율성 및 안정성 향상	
Phase 3	개인화	추천 엔진 고도화 (하이브리드 모델, 실시간 반응), 맞춤형 알림 정교화	중간	개인화 수준 극대화, 사용자 만족도 제고	5
Phase 3	소셜/참여	(선택적) 친구 연동 기능, 간단한 이벤트 리뷰/평점 시스템	낮음	커뮤니티 형성, 플랫폼 충성도 강화	15

Phase 3	주최자 기능	(선택적) 소규모 주최자를 위한 간편 이벤트 등록/홍보 도구	낮음	주최자 유입 확대, 콘텐츠 다양성 증대	23
Phase 3	수익화	프리미엄 기능, 광고 시스템, (티케팅 도입 시) 수수료 모델 등 본격적 수익화	중간	플랫폼의 지속 가능한 성장 기반 마련	2

이러한 단계별 로드맵은 MVP(Minimum Viable Product, 최소 기능 제품)를 통해 핵심 가치를 빠르게 검증하고, 사용자 피드백을 바탕으로 점진적으로 기능을 확장해 나가는 전략적 접근을 가능하게 한다. MVP는 관리자 패널을 통한 이벤트 소스 크롤링, 그리고 이를 사용자 친화적이고 검색 가능하며 모바일에서 접근하기 쉬운 방식으로 보여주는 데 집중해야 한다. 개인화 기능은 MVP 단계에서는 기본적인 수준으로 제공하고 추후 강화할 수 있다. 씨벤트<sup>2</sup>나 올리벤트<sup>3</sup>에서 보여주는 다양한 고급 기능들은 2단계 또는 3단계에서 고려될 수 있다.

## IV. 만족을 위한 디자인: "세모이" 사용자 경험(UX) 및 인터페이스(UI)

### A. 매끄럽고 직관적인 사용자 여정 설계

"세모이"의 UX/UI 디자인은 사용자가 쉽고 즐겁게 플랫폼을 이용할 수 있도록 하는 데 최우선 목표를 둔다.

- 사용자 페르소나: 주요 사용자층(예: "무료 워크숍을 찾는 대학생", "가족 이벤트를 검색하는 부모", "네트워킹 및 취미 활동에 관심 있는 젊은 직장인")에 대한 상세한 페르소나를 개발하여 디자인 결정의 기준으로 삼는다.
- 사용자 흐름 매핑: 이벤트 발견, 검색, 상세 정보 확인, 이벤트 저장, 알림 설정 등 일반적인 사용자 작업에 대한 명확하고 효율적인 사용자 흐름을 설계한다.
- 정보 아키텍처: 콘텐츠와 내비게이션을 논리적으로 구성한다. 메뉴, 카테고리, 필터는 직관적이어야 한다. 이벤트브라이트의 새 앱은 Discover, Saved, Tickets, Account의 네 가지 단순한 탭을 사용한다.<sup>15</sup>
- 접근성(a11y): 키보드 내비게이션, 스크린 리더 호환성, 충분한 색상 대비 등 장애를 가진 사용자도 플랫폼을 쉽게 이용할 수 있도록 포용적인 디자인을 추구한다.

"사용자 친화성"에 대한 강조는 이벤트 정보 탐색 분야에서 흔히 발견되는 불편함을 해결하려는 직접적인 시도이다. 많은 플랫폼이 기능적으로는 충분하지만, 특히 방대하고 다양한 이벤트를 다룰 때 복잡하거나 탐색하기 어려울 수 있다.<sup>1</sup> "세모이"의 성공은 경쟁사보다 이 부분을 얼마나 더 잘 실행하느냐에 크게 좌우될 것이다. 이는 UX/UI가 부수적인 요소가 아니라 핵심 전략 기동임을 의미한다. 숙련된 UX/UI 디자이너에 대한 투자와 사용자 테스트는 매우 중요하며, 디자인 및 개발 과정 전반에 걸쳐 철저한 사용자 조사와 사용성 테스트를 수행하고, UI/UX 영감을 얻기 위해 이벤트 앱뿐만 아니라 최고 수준의 다른 앱들도 벤치마킹하며, 특히 크롤링된 데이터가 제시되는 방식에서 명확성과 단순성을 우선시해야 한다.

#### B. 시각적 아이덴티티 및 브랜딩: "세모이"를 기억하게 만들기

- 로고 및 브랜드명: "세모이 (세상 모든 이벤트)"는 기억하기 쉽고 친근한 이름이다. 로고는 그 의미를 반영하여 포괄적이고, 친근하며, 현대적인 느낌을 담아야 한다.
- 색상 팔레트 및 타이포그래피: 매력적이고 가독성이 높으며, 활기차고 신뢰감 있는 느낌을 전달하는 색상과 글꼴을 선택한다. 이벤트브라이트의 브랜드 리프레이시는 "생생한 색상, 표현력이 풍부한 그라데이션, 대담한 타이포그래피"를 사용한다.<sup>15</sup>
- 시각적 스타일: 깔끔하고 정돈된 디자인을 추구하며, 고품질 이미지를 사용한다. 한번에 너무 많은 정보로 사용자를 압도하지 않도록 주의한다.

#### C. 모바일 우선 및 멀티 플랫폼 전략

- 반응형 웹 디자인: 웹사이트는 데스크톱, 태블릿, 모바일 등 모든 화면 크기에 매끄럽게 적응해야 한다.
- 네이티브 모바일 앱 (iOS & Android):
  - GPS를 활용한 "내 주변" 기능, 푸시 알림<sup>2</sup>, 캘린더 연동<sup>3</sup> 등 네이티브 기능을 적극 활용한다. 올이벤트는 티켓을 Apple Passbook에 추가하는 기능을 제공한다.<sup>3</sup>
  - 저장된 이벤트나 티켓에 대한 오프라인 접근 기능 등을 고려한다.
  - 우수한 앱 경험을 위해서는 성능과 부드러운 애니메이션이 중요하다. 온오프믹스 앱에 대한 사용자 리뷰<sup>1</sup>는 UI, 호환성, 기본 기능 관련 문제를 지적하며 반면교사로 삼아야 한다. 프리업은 좋은 평가를 받는 앱을 보유하고 있다.<sup>10</sup>
  - 콧콘프렌즈는 웹 기반 접근과 맞춤형 앱 개발을 모두 제공하여 유연성을 시사한다.<sup>38</sup>

### V. 시장 진출 및 성장 전략

#### A. 단계별 출시 계획: MVP에서 완전한 기능의 플랫폼으로

- MVP 출시: 핵심 기능에 집중한다. 관리자의 이벤트 소스 등록, 주요 이벤트 세부 정보 크롤링 및 파싱, 사용자 친화적인 이벤트 정보 표시, 강력한 검색/필터 기능, 이벤트 저장을 위한 사용자 계정, 반응형 웹 애플리케이션을 우선 개발한다. 초기에는 특정

지역(예: 서울<sup>25</sup>) 또는 이벤트 카테고리로 범위를 한정하여 관리한다.

- **MVP 이후 반복 개선:** 사용자 피드백과 데이터를 기반으로 기존 기능을 개선하고, 고급 개인화 기능, 네이티브 모바일 앱, 잠재적인 주최자 대상 기능 등을 점진적으로 도입한다.
- **콘텐츠 확장:** 크롤링 대상 소스의 범위를 전략적으로 확장하며, 정보의 질과 다양성을 중시한다.

초기 "관리자 등록 페이지 크롤링" 모델은 품질 확보에는 유리하지만 콘텐츠 확장 속도가 느릴 수 있다. MVP 출시 이후, 신뢰할 수 있는 사용자나 주최자가 이벤트 페이지를 제안/제출하고 관리자가 이를 승인하여 크롤링 목록에 추가하는 하이브리드 방식을 도입하면 콘텐츠 성장을 크게 가속화할 수 있다. 이는 관리자의 수동 등록 한계를 극복하고 "세상 모든 이벤트"라는 목표에 더 빠르게 다가갈 수 있게 하며, 커뮤니티의 지식을 활용하여 콘텐츠를 확보하고 사용자 참여도를 높이는 효과도 기대할 수 있다. 물론, 품질 유지를 위한 명확한 검증 절차가 필요하다.

## B. 전략적 사용자 확보 및 디지털 마케팅

- **검색 엔진 최적화 (SEO):** 이벤트 페이지와 콘텐츠를 검색 엔진에 최적화하여 자연 유입 트래픽을 유도한다.
- **콘텐츠 마케팅:** 흥미로운 이벤트 소개, 지역 행사 가이드 등 블로그 게시물 및 기사를 발행한다.
- **소셜 미디어 마케팅:** 관련 플랫폼에서 잠재 사용자와 소통하고, 큐레이션된 이벤트 목록을 공유하며, 타겟 광고를 집행한다.<sup>19</sup>
- **파트너십:**
  - 지역 블로거, 인플루언서<sup>19</sup>, 커뮤니티 그룹, 이벤트 주최자와 협력하여 "세모이"를 홍보한다.
  - 공연장이나 기관과 파트너십을 맺어 공식 이벤트 정보 제공처가 되는 방안을 모색한다. 프리프은 음료 회사와 "비어 요가"를 진행하는 등 B2B 협업 사례가 있다.<sup>14</sup>
- **앱 스토어 최적화 (ASO):** 네이티브 앱 개발 시 필수적이다.
- **초기 사용자 프로그램/추천인 인센티브:** 초기 사용자 성장을 장려한다.<sup>19</sup> 프리프은 추천 가입 시 5000 에너지 포인트를 제공한 바 있다.<sup>13</sup>

## C. 활발한 "세모이" 커뮤니티 육성 (장기 과제)

- **사용자 생성 콘텐츠 (UGC) 장려:** 리뷰, 댓글, 사용자 제출 이벤트 팁 등의 기능이 추가될 경우.<sup>19</sup>
- **참여 유도 프로그램:** 콘테스트, 사용자 큐레이션 목록 추천, 포럼 운영 (해당 시).
- **피드백 채널 운영:** 사용자가 쉽게 피드백을 제공하고 문제점을 보고하거나 새로운 이벤트 소스를 제안할 수 있도록 한다.

## VI. 지속 가능한 수익화 경로

### A. 수익 모델 평가<sup>17</sup>

"세모이"의 지속적인 성장과 운영을 위해서는 효과적인 수익 모델 구축이 필수적이다. 다음은 고려할 수 있는 주요 수익 모델이다.

- **1. 프리미엄(Freemium) 모델<sup>17</sup>:**
  - 사용자를 위한 기본 이벤트 탐색 기능은 무료로 제공한다.
  - 사용자 대상 프리미엄 기능(예: 광고 없는 환경, 고급 알림, 독점 큐레이션 목록) 또는 주최자 대상 프리미엄 기능(예: 이벤트 노출 강화, 분석 데이터 제공)을 유료로 제공한다.
- **2. 수수료 기반 모델 (주로 티켓팅 기능 통합 시)<sup>19</sup>:**
  - 플랫폼을 통해 판매된 티켓에 대해 일정 비율의 수수료를 부과한다. 이는 이벤트브라이트와 같은 플랫폼에서 일반적인 모델이며, 프리프 역시 호스트 대상 수수료 모델을 사용한다.<sup>14</sup>
  - 결제 게이트웨이 연동 및 주최자와의 계약이 필요하다.
- **3. 광고 및 스폰서십<sup>20</sup>:**
  - 추천/프로모션 이벤트 리스팅: 주최자가 비용을 지불하고 자신의 이벤트를 상단에 노출하거나 강조 표시한다.
  - 디스플레이 광고: 관련성 높고 사용자 경험을 해치지 않는 선에서 디스플레이 광고를 게재한다.
  - 스폰서 콘텐츠/컬렉션: 특정 브랜드와 협력하여 스폰서 이벤트 가이드나 컬렉션(예: "X 브랜드가 후원하는 이벤트")을 제작한다. 씨벤트는 스폰서십 수익을 창출하며<sup>2</sup>, EventsAir는 다양한 스폰서십 수익화 전략을 제시한다.<sup>22</sup>
- **4. 제휴 마케팅:**
  - 이벤트 장소 주변의 식당, 교통, 숙박 등 관련 서비스와 제휴하여 추천을 통해 발생하는 수익의 일부를 공유받는다.
- **5. 데이터 수익화 (주의 및 투명성 확보 전제)<sup>2</sup>:**
  - 익명화된 트렌드 데이터나 인사이트(예: 인기 이벤트 유형, 피크 타임)를 기업이나 이벤트 주최자에게 제공한다. 씨벤트<sup>2</sup>와 콩콩프렌즈<sup>38</sup>는 분석 및 리포팅 기능을 언급한다. 이는 개인정보 보호 규정을 엄격히 준수해야 한다.
- **6. 주최자 대상 서비스 (기본 리스팅 외 "세모이" 범위 확장 시):**
  - 이벤트 관리 도구, 홍보 패키지, 상세 분석 대시보드 등을 유료로 제공한다. 콩콩프렌즈<sup>38</sup>와 이벤트엑스<sup>16</sup>가 이러한 서비스를 제공한다.

### B. 사용자 가치와 수익화의 조화

수익화 전략은 핵심 사용자 경험을 저해해서는 안 되며, "사용자 친화성"이라는 최우선 가치를 훼손하지 않아야 한다. 사용자와 유료 고객(주최자/광고주) 모두에게 명확한 가치를 제공하는 모델을 우선적으로 고려해야 한다. 초기에는 주최자 대상 추천 리스팅과



같이 덜 방해가 되는 모델로 시작하여 사용자 반응을 테스트한 후, 점진적으로 다른 전략을 도입하는 것이 바람직하다.

"세모이"의 초기 모델은 공개적으로 이용 가능한 정보(대부분 원본 소스에서는 사용자에게 무료)를 크롤링하는 데 의존하므로, 이 집계된 정보에 대해 사용자에게 직접 요금을 부과하는 것은 상당한 부가 가치(우수한 UX, 개인화, 큐레이션)가 명확히 입증되지 않는 한 저항에 직면할 수 있다. 사용자들이 다른 곳에서 불편하더라도 무료로 동일한 정보를 찾을 수 있다고 느낀다면 유료 구독은 어려울 수 있다. 따라서 초기 수익화는 주최자 중심 서비스나 비침해적인 광고를 통해 더 실현 가능성이 높다. 주최자에게는 이미 크롤링되고 있거나 제출 가능한 이벤트에 대해 플랫폼의 잠재 고객에게 더 잘 노출될 수 있는 유료 옵션(추천 리스팅)을 제공할 수 있다. 또한, 사용자 경험을 방해하지 않는 문맥 광고나 이벤트 관련 서비스(예: 이벤트 장소까지 택시 예약)에 대한 제휴 링크도 고려할 수 있다. 사용자 구독 모델은 강력한 사용자 기반과 인지된 가치가 확립된 후, 진정으로 프리미엄급 기능(예: 고도화된 분석, 독점 콘텐츠 파트너십, 광고 없는 경험)에 대해 도입하는 것이 적절하다.

표 3: "세모이" 수익 모델 평가

수익 모델	설명	"세모이" 장점	"세모이" 단점/과제	MVP 적합성	성장 단계 적합성	주요 참고 사례
프리미엄 (사용자 대상)	기본 기능 무료, 고급 기능 유료 (예: 광고 제거, 고급 알림)	충성 사용자 대상 추가 수익 가능성	무료 정보 집계 플랫폼 특성상 유료 전환 장벽 높을 수 있음, 가치 명확히 제시 필요	낮음	중간	17
프리미엄 (주최자 대상)	기본 리스팅 무료, 노출 강화/분석 등 유료 (예: 추천 이벤트)	주최자에게 명확한 가치 제공 가능, 플랫폼 트래픽 활용	주최자 유인 및 유료 서비스 가치 입증 필요	중간	높음	22 (스폰서십의 일환)

수수료 (티켓팅)	플랫폼 통한 티켓 판매 시 수수료 부과	대규모 거래 발생 시 높은 수익 기대	티켓팅 시스템 구축/연동 복잡, 주최자와의 계약 필요, 경쟁 치열	낮음	높음	<sup>19</sup> (프립)
광고 (디스플레이, 스폰서 콘텐츠)	플랫폼 내 광고 지면 판매, 스폰서 콘텐츠 제작	비교적 구현 용이, 다양한 광고주 유치 가능	사용자 경험 저해 가능성, 광고 효율성 및 타겟팅 정확도 중요	중간	높음	<sup>20</sup>
제휴 마케팅	관련 서비스 (교통, 숙박, 식음료 등) 제휴, 추천 수수료	사용자에게 부가 가치 제공 가능, 구현 용이	적절한 제휴 파트너 발굴 및 관리 필요, 수익 규모 제한적일 수 있음	중간	중간	
데이터 수익화	익명화된 이벤트 트렌드 및 사용자 행동 데이터 분석/판매	새로운 수익원 창출 가능	개인정보 보호 및 데이터 보안 매우 중요, 법규 준수, 데이터 가치 및 신뢰도 확보 필요	낮음	중간	<sup>2</sup> (분석/리포 팅 기능), <sup>22</sup>

이러한 평가는 "세모이"가 초기에는 주최자 대상 추천 리스팅이나 문맥 광고와 같이 덜 침해적인 방법으로 수익화를 시작하고, 플랫폼이 상당한 사용자 기반과 기능적 깊이를 갖춘 후에 사용자 구독이나 티켓팅 수수료 모델을 고려하는 전략적 결정을 내리는 데 도움을 줄 것이다.

## VII. 성공 측정 지표: 핵심 성과 지표 (KPIs)

"세모이"의 성공을 객관적으로 측정하고 지속적인 개선을 이끌어내기 위해 다음과 같은

핵심 성과 지표(KPIs)를 설정하고 추적해야 한다.

#### A. 사용자 성장 및 확보

- 총 가입자 수: 플랫폼에 가입한 누적 사용자 수.
- 앱 다운로드 수 (해당 시): 모바일 앱이 출시된 경우, 총 다운로드 수.
- 웹사이트 트래픽: 순 방문자 수, 페이지뷰 등 웹사이트 활동량.
- 사용자 획득 비용 (CAC): 신규 사용자 1명을 확보하는 데 소요되는 평균 비용.

#### B. 사용자 참여 및 유지

- 일일 활성 사용자 수 (DAU) / 월간 활성 사용자 수 (MAU): 플랫폼을 주기적으로 사용하는 실제 사용자 규모.
- 평균 세션 시간: 사용자가 한 번 방문했을 때 플랫폼에 머무는 평균 시간.
- 세션 당 조회 이벤트 수: 한 번의 방문 동안 사용자가 조회하는 평균 이벤트 수.
- 저장된 이벤트 수 / 알림 설정 수: 사용자의 관심도 및 재방문 의향을 나타내는 지표.
- 이벤트 목록 클릭률 (CTR): 이벤트 목록에서 상세 페이지로 이동하는 비율.
- 사용자 유지율 / 이탈률: 특정 기간 동안 사용자가 지속적으로 플랫폼을 사용하는 비율 또는 이탈하는 비율.
- 참여 점수 (Engagement Score): 이벤트에서 언급된 바와 같이<sup>2</sup>, 다양한 사용자 활동을 종합적으로 평가하는 지표.

#### C. 콘텐츠 및 플랫폼 상태

- 총 등록 이벤트 수 (및 증가율): 플랫폼에 등록된 전체 이벤트 수와 그 증가 추세.
- 크롤링 대상 이벤트 소스 수: 정보를 수집하는 총 이벤트 소스의 수.
- 크롤링 성공률 / 오류율: 이벤트 정보 수집 과정의 효율성 및 안정성.
- 콘텐츠 정확성 / 최신성: 사용자 피드백이나 관리자 검토를 통해 측정된 정보의 질.
- 검색 효율성: 검색 결과의 관련성 등 검색 기능의 만족도.

#### D. 수익화 (도입 후)

- 총 매출 (수익원별): 광고, 프리미엄 리스팅 등 각 수익원에서 발생하는 매출.
- 전환율: 프리미엄 기능 구매 또는 티켓 판매 등으로 이어지는 비율.
- 사용자당 평균 수익 (ARPU): 사용자 1명당 발생하는 평균 수익.

크롤링과 사용자 친화적인 표시에 중점을 둔 MVP 단계에서는 초기 KPI가 콘텐츠 확보(크롤링된 이벤트의 수와 다양성) 및 해당 콘텐츠에 대한 사용자 참여(검색, 조회, 저장)에 크게 우선순위를 두어야 한다. 수익화 관련 KPI는 이후 단계에서 더욱 중요해질 것이다. "사용자 친화성" 측면은 높은 참여율과 유지율을 통해 간접적으로 측정할 수 있으며, 사용자 설문 조사나 피드백을 통해 직접적으로도 파악할 수 있다. MVP의 주요 목표는 "세모이"가 광범위한 이벤트를 집계하고 사용자가 선호하는 방식으로 제시할 수 있는지 핵심 개념을 검증하는 것이므로, 콘텐츠의 양과 다양성(고유 이벤트 수,

성공적으로 크롤링된 이벤트 소스 수), 사용자 참여도(DAU/MAU, 세션당 이벤트 조회수, 검색어량, 이벤트 저장률)가 핵심 MVP KPI가 된다. 이러한 지표가 높을수록 사용자가 콘텐츠를 관련성 있고 사용하기 쉽다고 판단한다는 것을 의미한다. 사용자 사용성, 콘텐츠 관련성, 원하는 기능에 대한 정성적 피드백도 중요하다. 플랫폼이 성숙하고 수익화가 도입됨에 따라 매출, ARPU, CAC와 같은 KPI가 중요해진다. "사용자 친화성"은 주관적일 수 있지만, 높은 작업 완료율(예: 관련 이벤트 찾기), 주요 페이지의 낮은 이탈률, 긍정적인 정성적 피드백, 테스트에서의 우수한 사용성 점수 등으로 측정될 수 있다.

## VIII. 결론적 비전: "세모이"의 미래

### A. "세모이"의 차별점 및 시장 잠재력 요약

"세모이"는 크롤링을 통한 포괄적인 이벤트 정보 발견, 뛰어난 사용자 친화성, 그리고 맞춤형 큐레이션이라는 독창적 가치 제안을 통해 시장에 새로운 기준을 제시하고자 한다. 특히 국내 이벤트 시장에서 정보의 "롱테일"을 발굴하고, 사용자에게 즐겁고 개인화된 경험을 제공함으로써 미충족 니즈를 해결할 수 있는 큰 잠재력을 가지고 있다.

### B. 장기적 전략 전망 및 발전 방향

"세모이"는 단순한 이벤트 정보 발견 플랫폼을 넘어, 장기적으로 이벤트 관련 종합 서비스로 발전할 수 있는 가능성을 모색해야 한다.

- 서비스 확장: 소규모 주최자를 위한 간편 티켓팅 시스템 도입, 사용자 간의 소통을 위한 커뮤니티 기능 강화, 주최자를 위한 심층적인 분석 도구 제공 등을 고려할 수 있다.
- 지리적 확장: 초기 특정 지역에 집중했다면, 점진적으로 서비스 지역을 전국 또는 해외로 확장할 수 있다.
- 외부 서비스 연동: 국내 지도 서비스, 대중교통 정보, 지역 상점 안내 등 관련 로컬 서비스와의 연동을 통해 사용자 편의성을 더욱 높일 수 있다.

궁극적으로 "세모이"는 대한민국에서 모든 종류의 이벤트를 발견하고 참여하고자 하는 모든 이들에게 없어서는 안 될, 가장 신뢰받고 사랑받는 플랫폼으로 자리매김하는 것을 비전으로 삼는다.

초기 "관리자 등록 페이지 크롤링" 메커니즘은 시작점일 뿐이며, 이는 향후 더욱 정교한 AI 기반 이벤트 발견 엔진으로 진화할 수 있다. 이러한 엔진은 온라인에서 잠재적인 이벤트 소스를 능동적으로 식별하고, 관리자에게 이를 제안하거나, 심지어 예비 크롤링 및 분류 작업을 수행하여 "세상 모든 이벤트"라는 비전을 향한 확장성과 포괄성을 크게 향상시킬 수 있다. AI와 머신러닝은 정보 발견 및 분류에 점점 더 능숙해지고 있다. 미래의 "세모이"는 웹(또는 지역 뉴스 사이트, 커뮤니티 포럼과 같은 특정 세그먼트)을 스캔하여 이벤트 언급이나 이벤트 목록을 포함할 가능성이 있는 페이지를 찾는 AI 모듈을 개발/통합할 수 있다. 자연어 처리(NLP)를 사용하여 이벤트와 유사한 언어를 식별하고,

관리자 검토 및 크롤링 목록 추가를 위해 잠재적인 새 이벤트 소스를 제안하며, 잠재적으로 관리자 확인을 위해 초기 크롤링 및 데이터 추출 시도까지 수행할 수 있다. 이는 콘텐츠 수집의 확장성을 대폭 개선하고 관리자의 수동 작업을 줄이며 포괄적인 이벤트 커버리지 목표에 더 가까이 다가갈 수 있게 한다. 이는 "세상 모든 이벤트"라는 야심 찬 목표를 자동화하고 확장하여 이벤트 소스 자체의 발견을 지원하는 중요한 기술적 차별화 요소가 될 것이다.

## 참고 자료

1. App Store에서 제공하는 온오프믹스, 5월 29, 2025에 액세스, <https://apps.apple.com/kr/app/%EC%98%A8%EC%98%A4%ED%94%84%EB%AF%B9%EC%8A%A4/id382820767>
2. Best Event App For Conferences and Events | Cvent, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.cvent.com/en/event-marketing-management/mobile-event-apps>
3. AllEvents - Discover Events on the App Store, 5월 29, 2025에 액세스, <https://apps.apple.com/us/app/allevts-discover-events/id488116646>
4. IP 포커스 I \_ 큐레이션 서비스 - 한국발명진흥회, 5월 29, 2025에 액세스, [https://www.kipa.org/webzine/vol463/sub03\\_01.jsp](https://www.kipa.org/webzine/vol463/sub03_01.jsp)
5. 콘텐츠 기반 추천과 유사 사용자 기반 추천을 결합한 하이브리드 추천 시스템 만들기, 5월 29, 2025에 액세스, <https://an-jjin.tistory.com/227>
6. Eventbrite App - Google Play 앱, 5월 29, 2025에 액세스, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.eventbrite.attendee&hl=ko>
7. 연말 모임에 뭐하지? 공연, 축제 정보 알려주는 고마운 앱 - Naver Blog, 5월 29, 2025에 액세스, [https://blog.naver.com/mcst\\_pr/221417590689?viewType=pc](https://blog.naver.com/mcst_pr/221417590689?viewType=pc)
8. 이벤터스 :: 행사와 함께하는 모든 순간, 5월 29, 2025에 액세스, <https://event-us.kr/>
9. 이벤터스 - 행사, 이벤트, 강의, 세미나를 한 눈에 - Apps on Google Play, 5월 29, 2025에 액세스, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.DHYSenjtpL.sjXrVtojDn>
10. 프리프(Frip), 트레바리(Trevari), 하비폴(Hobbyful) 등 취미어플, 취미 플랫폼 사례 : 네이버 블로그, 5월 29, 2025에 액세스, <https://m.blog.naver.com/flash0518/222122413727>
11. 취미 여가 플랫폼, 프리프(FRIP) - 제주스타트업협회, 5월 29, 2025에 액세스, <http://startupjeju.org/members-info/?bmode=view&idx=13330936>
12. 온오프믹스-알찬 모임과 행사 정보가 가득 - Google Play 앱, 5월 29, 2025에 액세스, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.onoffmix.mo&hl=ko>
13. 오늘 하루 일상 탈출 하기! 취미생활 필수 앱 프리프(FRIP) 사용 후기 - Naver Blog, 5월 29, 2025에 액세스, <https://blog.naver.com/hobbyist02/221462698339?viewType=pc>
14. '돈 내고 감자 캐러 가실 분?'...MZ세대 '우르르' 줄었다 [방준식의 레저 스타트업] - 한국경제, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.hankyung.com/article/202208099962i>
15. Get Into It: Eventbrite's Reimagined App Makes Discovering Your Next Favorite Live Experience as Enjoyable as Being There - Business Wire, 5월 29, 2025에 액세스,

<https://www.businesswire.com/news/home/20250304175630/en/Get-Into-It-Even-tbrites-Reimagined-App-Makes-Discovering-Your-Next-Favorite-Live-Experience-as-Enjoyable-as-Being-There>

16. 글로벌 행사 주최자들이 선택한 최고의 플랫폼 | EventX 이벤트엑스, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.eventx.io/ko/>
17. 11 revenue models, examples & tips to pick the right one - Paddle, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.paddle.com/resources/popular-revenue-models>
18. 5 Revenue Models for your Sales Organization - Salesforce, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.salesforce.com/sales/revenue-lifecycle-management/revenue-model/>
19. How To Start an Event Discovery App Business | ClickUp™, 5월 29, 2025에 액세스, <https://clickup.com/p/small-business/how-to-start-event-discovery-app-business>
20. [그게 뭔가요] 이커머스 플랫폼의 다양한 수익 모델 - 바이라인네트워크, 5월 29, 2025에 액세스, [https://byline.network/2024/03/05\\_ecommerce/](https://byline.network/2024/03/05_ecommerce/)
21. 구글, 메타, 네이버, 카카오, 쿠팡 플랫폼 기업들은 어떻게 돈을 벌까? - 아이보스, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.i-boss.co.kr/ab-74668-3935>
22. How to Monetize an Event: Strategies to Maximize Your Revenue & ROI - EventsAir, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.eventsair.com/blog/event-monetization>
23. 주식회사 온오프믹스(ONOFFMIX.COM) 기업정보 - 넥스트유니콘, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.nextunicorn.kr/company/d5b2ceb4d9465538>
24. 온오프믹스- 모임문화 플랫폼! 쉽고 빠른 모임개설/참여 가능 - 네이버 블로그, 5월 29, 2025에 액세스, <https://m.blog.naver.com/lovmth2/221397425192>
25. Discover Mobile App Events & Activities in Seoul, South Korea | Eventbrite, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.eventbrite.com/d/south-korea--seoul--85673185/mobile-app/>
26. Eventbrite - Discover the Best Local Events & Things to Do, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.eventbrite.com/>
27. AllEvents - Discover Events Happening in Your City, 5월 29, 2025에 액세스, <https://allevents.in/>
28. 온오프믹스는 무슨 어플인가요?: 네이버 블로그, 5월 29, 2025에 액세스, <https://blog.naver.com/jihye332/221577055482>
29. [스타트업] 모임문화 플랫폼 온오프믹스onoffmix - 매거진한경 - 한국경제, 5월 29, 2025에 액세스, <https://magazine.hankyung.com/job-joy/article/202102196851d>
30. [기고] 사업실패, 빚지고, IT회사 전전하고...온오프믹스를 만나다 - 플래텀, 5월 29, 2025에 액세스, <https://platum.kr/archives/66098>
31. 1월 1, 1970에 액세스, <https://www.onoffmix.com/>
32. [후기] 취미생활 앱 프리프(frip) 에서 네온싸인 만들기 - Steemit, 5월 29, 2025에 액세스, <https://steemit.com/kr-life/@blackpace/frip>
33. HR은 실험하기 어려운 분야일까?: 프리프(Frip) 장혜영 HR 매니저 | flex 공식 블로그, 5월 29, 2025에 액세스, <https://flex.team/blog/2022/01/04/frentrip/>
34. www.hankyung.com, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.hankyung.com/article/202208099962i#:~:text=%ED%94%84%EB%A6>

[%BD%EC%9D%80%20%EC%97%90%EC%96%B4%EB%B9%84%EC%95%A4%EB%B9%84%EC%B2%98%EB%9F%BC,%ED%94%8C%EB%9E%AB%ED%8F%BC%EC%9C%BC%EB%A1%9C%20%EC%9E%85%EC%86%8C%EB%AC%B8%EC%9D%B4%EB%82%AC%EB%8B%A4.](https://team.frientrip.com/?q=YToyOntzOjE9OiJrZXI3b3JkX3R5cGUlO3M6MzoiYWxsljtzOjQ6InBhZ2UiO2k6Mjt9&bmode=view&idx=11817086&t=board)

35. 취미 여가 플랫폼 프리프(Frip), 호스트 수수료 '반값' 개편, 5월 29, 2025에 액세스, <https://team.frientrip.com/?q=YToyOntzOjE9OiJrZXI3b3JkX3R5cGUlO3M6MzoiYWxsljtzOjQ6InBhZ2UiO2k6Mjt9&bmode=view&idx=11817086&t=board>
36. 프리프(FRIP): 대한민국 1등 취미여가 탐색 플랫폼, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.frip.co.kr/>
37. 프리프(FRIP): 대한민국 1등 취미여가 탐색 플랫폼, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.frip.co.kr/about>
38. 콩콩프렌즈: 이벤트테크 플랫폼, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.congkong.net/>
39. Zuma: contemporary Japanese cuisine in Europe, Asia, Middle East & North America, 5월 29, 2025에 액세스, <https://www.zumarestaurant.com/en>