



Find wanted items

‘저 시계는 어느 브랜드일까?’, ‘저 블라우스 내 스타일인데, 어디서 산 걸까?’

내 옆을 지나가는 누군가를 보고, 혹은 TV에 나오는 연예인을 보며

혹시 이런 생각해 본적 없나요?

사진을 찍어서 매장마다 찾아 다닐 수도 없고,  
온라인으로 검색을 해봐도 정확한 정보를 찾아내기가 쉽지 않아  
결국엔 포기하거나 비슷한 제품으로 위안을 삼는 경우가 많습니다.



당신의 스마트한 쇼핑 비서, ROOP

수많은 아이템들과 정보의 미로 속에서  
헤매다 지친 당신을 위해 보물을 찾아 드립니다.



이제 당신은 **언제 어디서든지** 손쉽게 원하는 아이템을 얻을 수 있습니다.

## TABLE OF CONTENTS

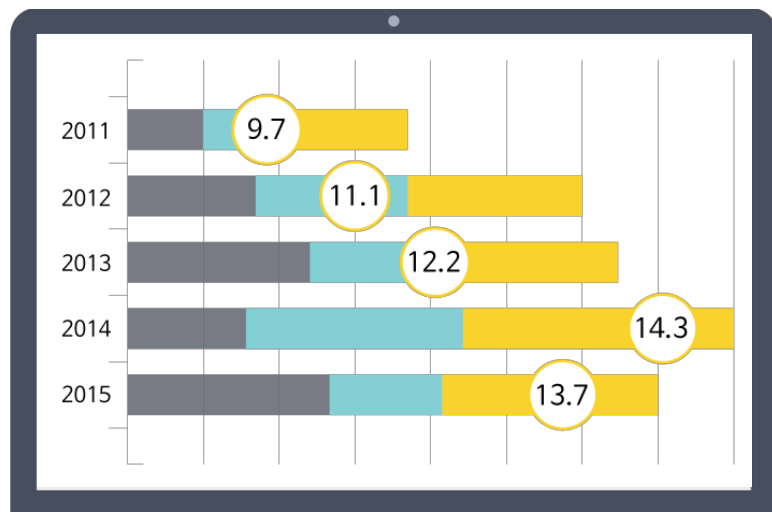
- 01 시장동향
- 02 타겟 고객 분석
- 03 문제점 분석 및 솔루션 제시
- 04 'ROOP' 소개
- 05 'ROOP' 이용 프로세스
- 06 'ROOP' 기능 및 특징
- 07 경쟁사 분석
- 08 'ROOP'만의 경쟁력
- 09 수익 모델
- 10 추정 손익 분석
- 11 EXIT 계획
- APPENDIX



# Market Overview

## 국내 유입 외국인 관광객 추이

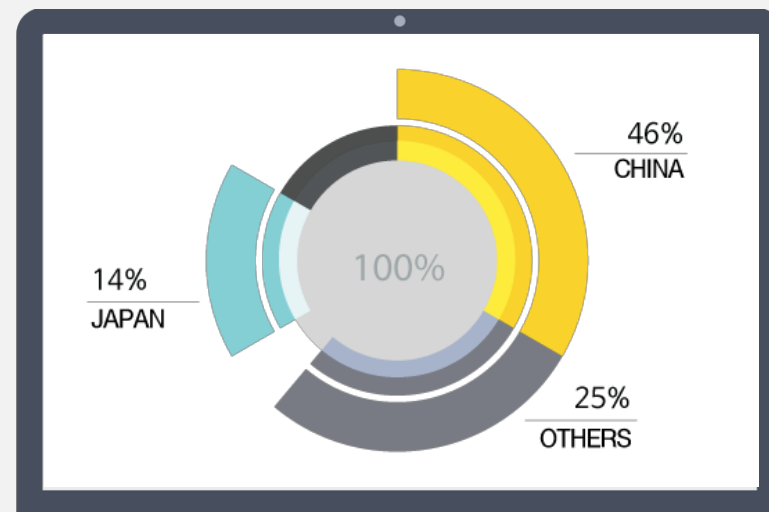
- 지속적인 한류 열풍과 정부의 적극적 관광산업 활성화 정책 추진으로 국내 외국 관광객 추이는 지속적인 증가세를 보임
- 2011년도부터 급격하게 증가한 외국인 관광객 추이는 2015년 '메르스 사태'의 영향으로 소폭 감소하였으나, 2016년에 들어서며 다시 증가



[외국인 관광객 증가 추이(단위: 백만 명)<sup>1)</sup>]

## 중국 관광객 비율

- 일명 '요우커'라 불리는 중국 관광객의 지속적인 증가세가 국내에 유입하는 외국인 관광객 증가 추이에 큰 역할
- 2015년 통계 자료에 따르면, 국내에 유입된 '요우커'는 6,154,730명으로 전체 외국인 관광객의 46%(전년대비 98.1% 증가) 이상을 차지



[국적별 국내 유입 관광객 비율(단위: %)<sup>2)</sup>]

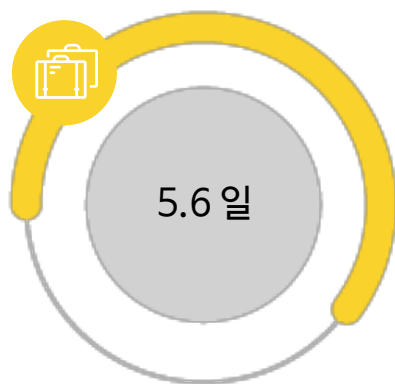
2015년도 한해 국내 유입 중국인이 600만명을 넘기며 전체 외국인 관광객 46% 이상 차지

1,2) 출입국 관리 사무소 통계 자료, 2015. 12 기준

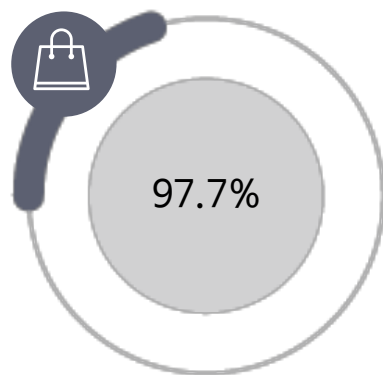
# Market Overview

## ‘요우커’의 관광 및 소비 현황

- 한국을 방문한 ‘요우커’들의 주된 목적은 ‘쇼핑’인 것으로 확인되며 그들은 국내 체류기간 동안 많은 시간과 비용을 쇼핑에 할애
- ‘요우커’들은 평균 5일을 한국에서 체류하며, 전체 체류기간 중 70% 이상의 시간을 쇼핑에 사용하고 있는 것으로 확인됨
- 서울시 외래관광객 실태조사(2015.12 기준)에 따르면, ‘요우커’가 국내에서 사용하는 평균 쇼핑 경비는 약 234만원으로 이는 두번째로 소비를 많이 하는 홍콩 관광객(99.3만원)과 비교하였을 때에도 상당한 규모의 금액



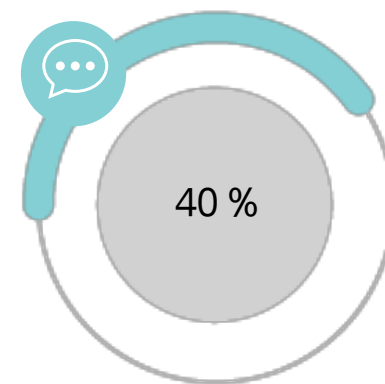
평균  
한국 체류기간<sup>1)</sup>



쇼핑을 목적으로  
방문하는 요우커 비율<sup>2)</sup>



중국 관광객 1인당  
평균 쇼핑 경비<sup>3)</sup>



전체 쇼핑 중  
의류 쇼핑의 비중<sup>4)</sup>

전체 요우커 중 98%가 쇼핑을 목적으로 방문하며, 연간 약 14조 원 이상을 쇼핑 경비로 소비

1,2,4) 문화체육관광부, 2015 외래관광객 실태 조사, 2015. 06 기준

3) 서울시, 2015 서울시 외래관광객 실태 조사, 2015.06 기준



# Target Market Analysis

## ‘요우커’ 분석

- 한국을 방문하는 ‘요우커’ 중 97%가 모바일을 소지하고 있으며, 여행 정보를 찾기 위한 용도로 사용
- 모바일을 소지하고 있는 ‘요우커’ 중 23.5%가 관광 정보를 얻기 위해 직접 국내 사업자의 모바일 어플을 다운 받아 이용하는 것으로 확인되며, 이들 중 47% 이상이 모바일 이용이 익숙한 20-30대 여성인 것으로 조사됨



‘요우커’들은 모바일 앱을 통해 관광 정보를 취득하며, 그 중 절반이 20-30대 여성

1) 서울시, 2015 외래관광객 실태 조사, 2015. 06 기준

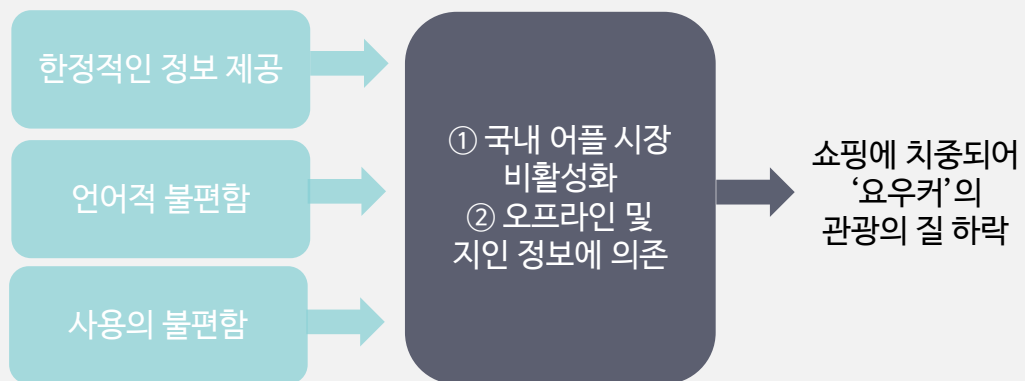
2) 한국관광공사, 외래관광객 모바일 인터넷 이용실태조사, 2015.06기준

3) 한국문화관광연구원, 중국인 방한 관광 시장 동향, 2015.12 기준

# Problem & Solutions

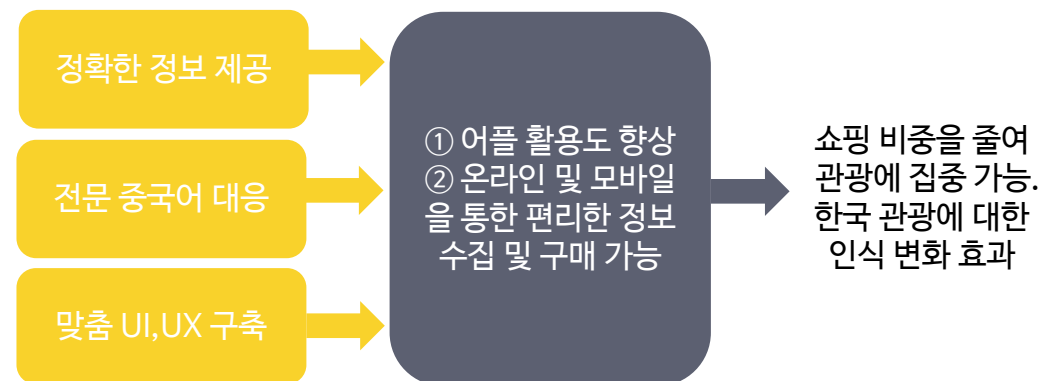
## Problem

- ‘요우커’들이 국내 관광 정보 제공 어플의 재 이용률은 25%로 상당히 낮음<sup>1)</sup>
- 기존의 국내 관광 정보 어플들은 한정적 지역의 상점 위치 혹은 쿠폰, 행사 등에 대한 정보를 제공하는 서비스가 주를 이루어 ‘요우커’의 실질적인 Needs 를 채워주지 못함
- 국내 이용자와는 다른 성향의 ‘요우커’에게 상당히 불편한 UI 구조와 언어적 문제도 한몫
- 실제로 ‘요우커’를 대상으로 한 조사에서 그들은 ‘필요한 정보를 얻지 못한다’, ‘사용하기 불편하다’, ‘정보에 대한 내용을 파악하기 어렵다’고 답변<sup>2)</sup>



## Solutions

- 제휴 업체의 홍보나 중개를 위한 수단으로써의 한정적인 정보가 아닌, ‘요우커’들의 실질적인 Needs를 채워줄 수 있는 정확한 정보를 제공
- ‘요우커’의 특성을 반영한 UI, UX를 구축하여 편하고 손쉽게 사용할 수 있도록 지원
- 전문적인 중국어 대응을 통해 자국어를 사용하는 ‘요우커’의 언어적 한계 해결
- ‘요우커’들의 쇼핑 시간을 단축시키고 질 높은 관광에 집중할 수 있도록 하여 국내 관광에 대한 인식도 변화시킬 필요가 높음



‘요우커’의 관광을 위한 최적의 SOLUTION, ‘ROOP’

1, 2) 한국관광공사, 외래관광객 모바일 인터넷 이용실태조사, 2015.06기준

“ROOP 露宝 : 露 (보여주다) + 宝 (보물) ”

---

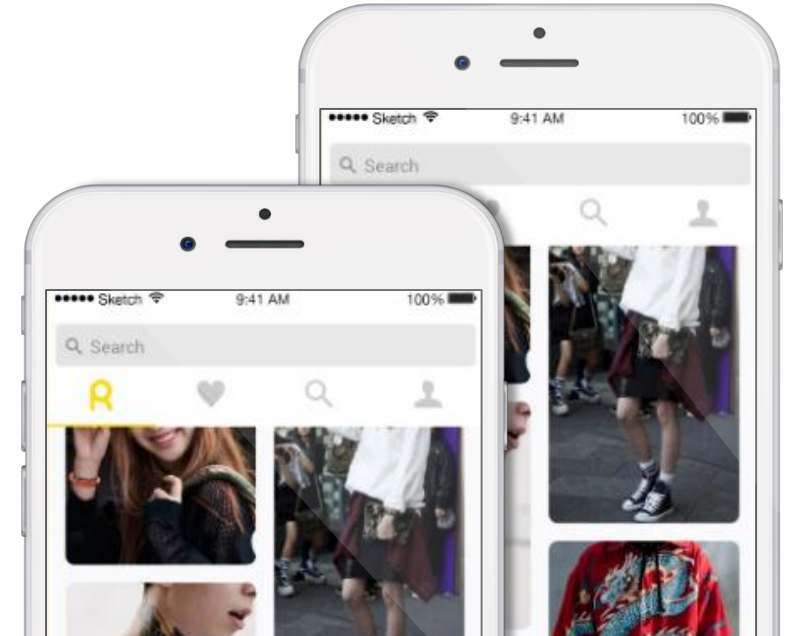
‘요우커’들에게 보물을 찾아주기 위한  
특별한 서비스가 시작됩니다.



# ‘ROOP’ Intro

고객이 원하는 아이템에 대한 정확한 정보를 제공하고, 결제와 배송까지 한번에 해결해주는  
신개념 쇼핑 전문 대행 서비스, ‘ROOP’

- ‘ROOP’ (이하 ‘루프’)은 고객이 원하는 아이템의 사진을 올리면 Searcher(이하 ‘서처’)들이 해당 아이템의 제품 정보를 제공하고, 결제부터 배송까지 한번에 해결해주는 신개념 쇼핑 전문 대행 회사(B2C, B2B 모두 적용)
- 국내 중국 관광객을 타깃으로 하여, 배송 시 그들이 머물고 있는 호텔로 바로 구매 물품 배송
- 고객과 상점을 Matching함으로써, 고객이 원하는 아이템의 정확한 정보를 제공할 뿐만 아니라, 좋은 아이템을 갖고 있어도 고객 접촉 기회가 적은 상점 에게도 기회의 다리로 적용



# ‘ROOP’ Process

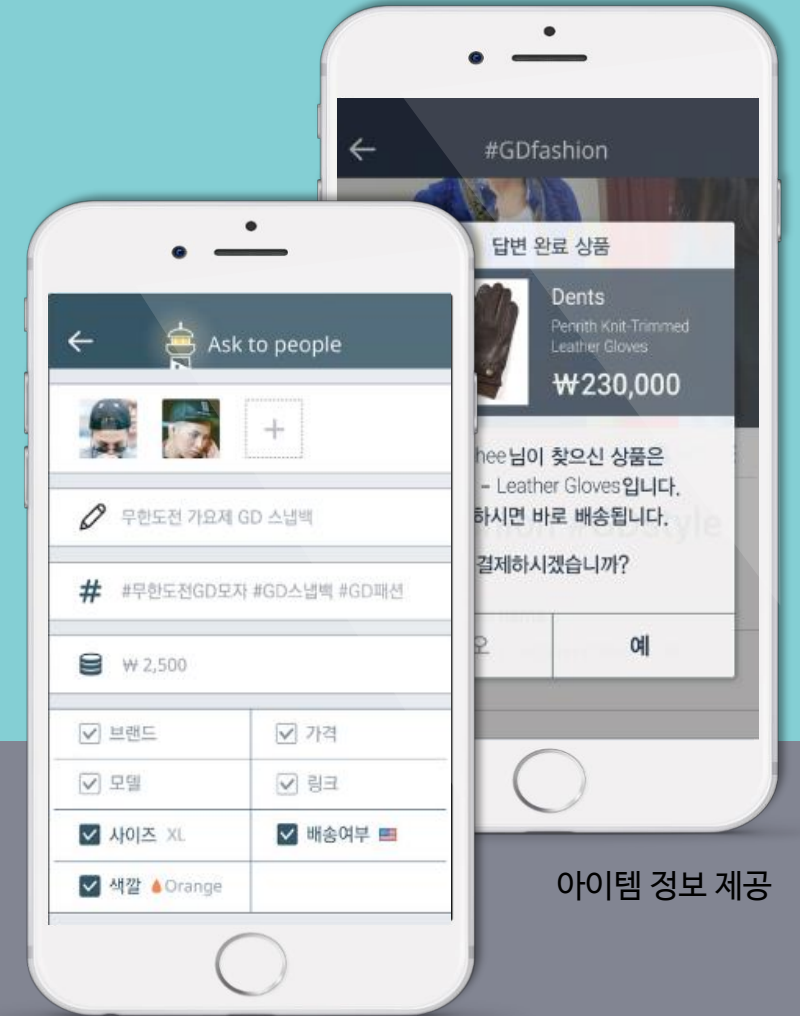
‘요우커’들의 이용 성향에 맞춤형 UI, UX를 제공함으로써 편리한 이용자 프로세스를 지원하는 ‘ROOP’



# ‘ROOP’ Function 1) 정보 검색

## 아이템의 간단한 정보만으로 10시간 내에 정확한 검색 결과 제공

- 고객이 원하는 아이템의 사진과 문의 내용을 남기면, 일반 Searcher가 문의 시점으로부터 7시간 안에 브랜드 명과 상품 코드 등 아이템에 대한 자세한 정보제공
- 만약 7시간 안에 일반 Searcher가 정보를 찾지 못하면 ‘룸’ 소속의 전문 서처가 +3시간 내에 정보를 검색하여 제공(최대 10시간 소요)
- 아이템의 정보를 제공함과 동시에, 해당 아이템을 구매할 경우 적용되어지는 견적서를 바로 출력해 줌으로써 고객의 의사결정이 손쉽게 이루어 질 수 있도록 지원



아이템 정보 제공

아이템 사진 업로드 및 문의

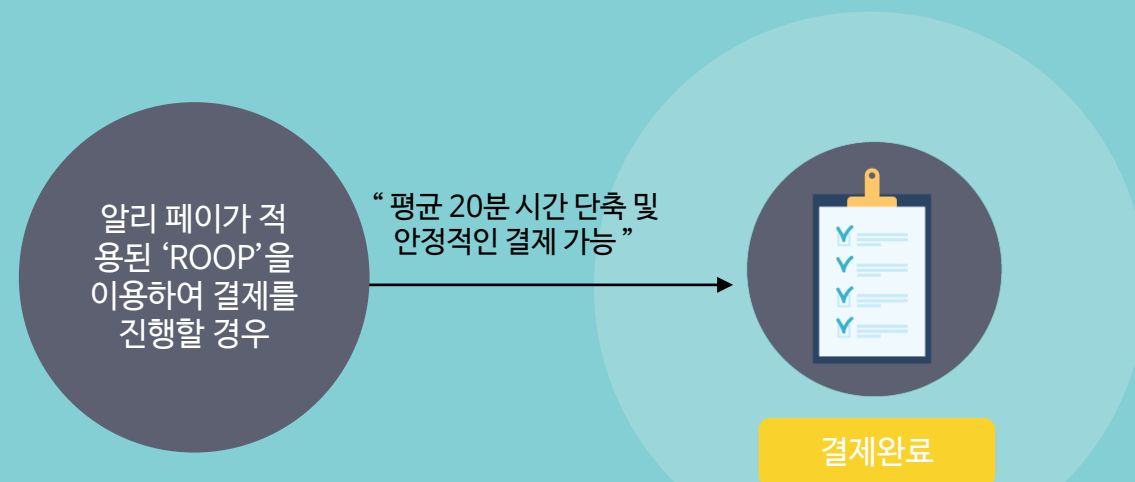
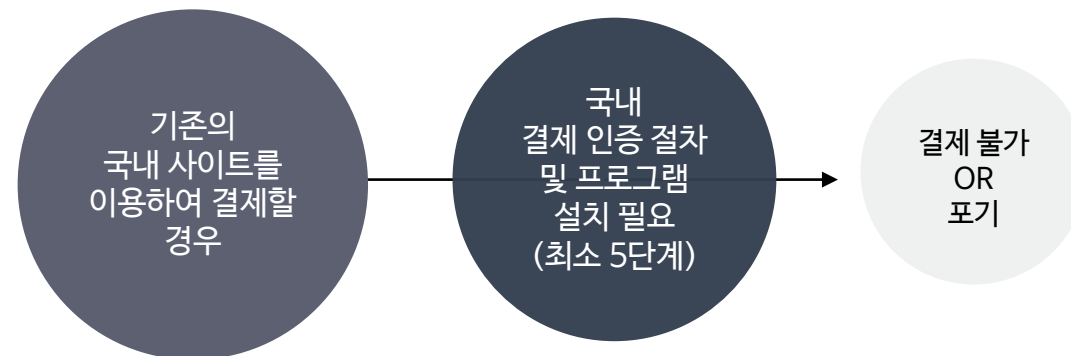
# ‘ROOP’ Function 2) 결제

## 알리 페이를 적용하여 간단하고 편리한 결제시스템

- 중국인들의 90% 이상이 사용하는 알리 페이를 도입함으로써, 국내 결제 시 발생하는 복잡하고 불필요한 각종 인증프로그램을 거치지 않고 바로 결제 가능



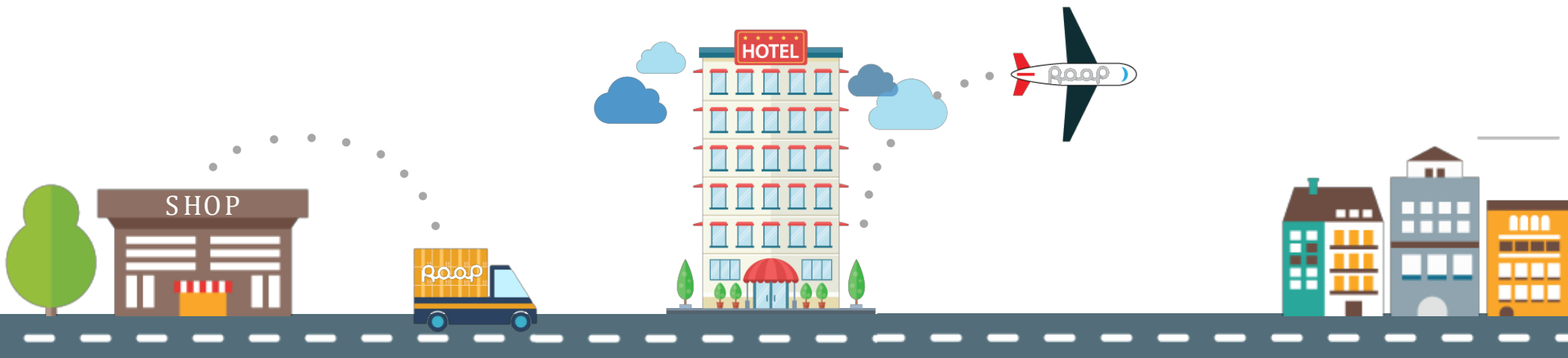
클릭 시  
결제 완료



# ‘ROOP’ Function 3) 배송

결제 시점부터 2일만에 고객이 머물고 있는 국내 호텔까지 신속하게 배송

- 고객의 결제일로부터 2일 내에 결제 당시 기입한 호텔까지 아이템을 배송
- 주문 즉시 상품을 매입하기 때문에 일반 택배 서비스와는 달리 지역별 물류센터 등을 거치지 않고 바로 배송함으로써, 고객에게 보다 빠르게 물품 전달
- 배송 또한 택배 회사가 아닌 배송대행 업체와의 협력을 통해, 지역별로 분산되어 있는 고객별 가장 근접한 지역내의 지점에서 배송 처리함으로써 보다 빠른 서비스 지원 가능
- 고객이 해당 배송 기간 안에 귀국을 해야할 경우, 결제 당시 추가 기입해 놓은 중국 자택으로 해외 배송 서비스 제공



결제 즉시  
아이템 구매대행

결제일로부터 2일내  
호텔까지 배송

귀국한 고객의  
해외 자택까지 배송



# Competitor Analysis

## 중국인 관광객을 위한 관광 쇼핑 어플들의 온-디멘드(On-demand) 서비스로의 변화

- ‘요우커’들이 국내에서 관광을 함에 있어 발생하는 언어 소통의 문제와 위치 파악 등의 실질적인 어려움을 해소할 수 있는 맞춤형 서비스를 제공하는 어플로 변화

### 아이디바오 (爱递宝)



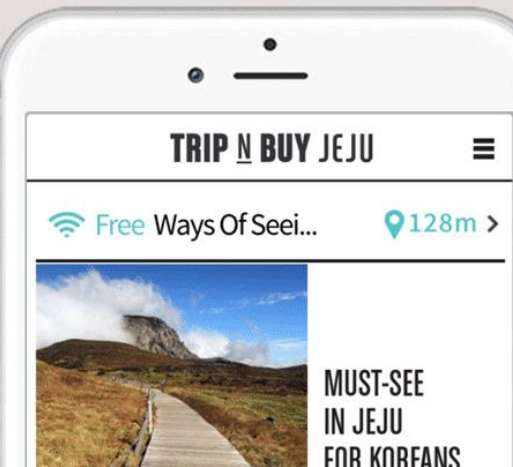
- 회사명 : Lightrip
- 설립 년도 : 2014년
- 홈페이지 : [www.aidibao.kr](http://www.aidibao.kr)
- 주요 서비스: 중국 관광객 대상 쇼핑 물품 배송 대행
- 설명: 위치기반을 통한 ‘요우커’의 위치를 파악, 쇼핑 물품을 숙소로 운반해주는 서비스

### 한유미슈 (韩游秘书)



- 회사명: Exit9
- 설립 년도: 2016년(현재 베타버전)
- 주요 서비스 : 중국어 채팅 기반의 on-demand 여행 컨시어지 서비스
- 서비스 설명: 채팅 플랫폼을 통해 여행 중 직면하는 궁금한 사항이나 문제에 대해 실시간 답변

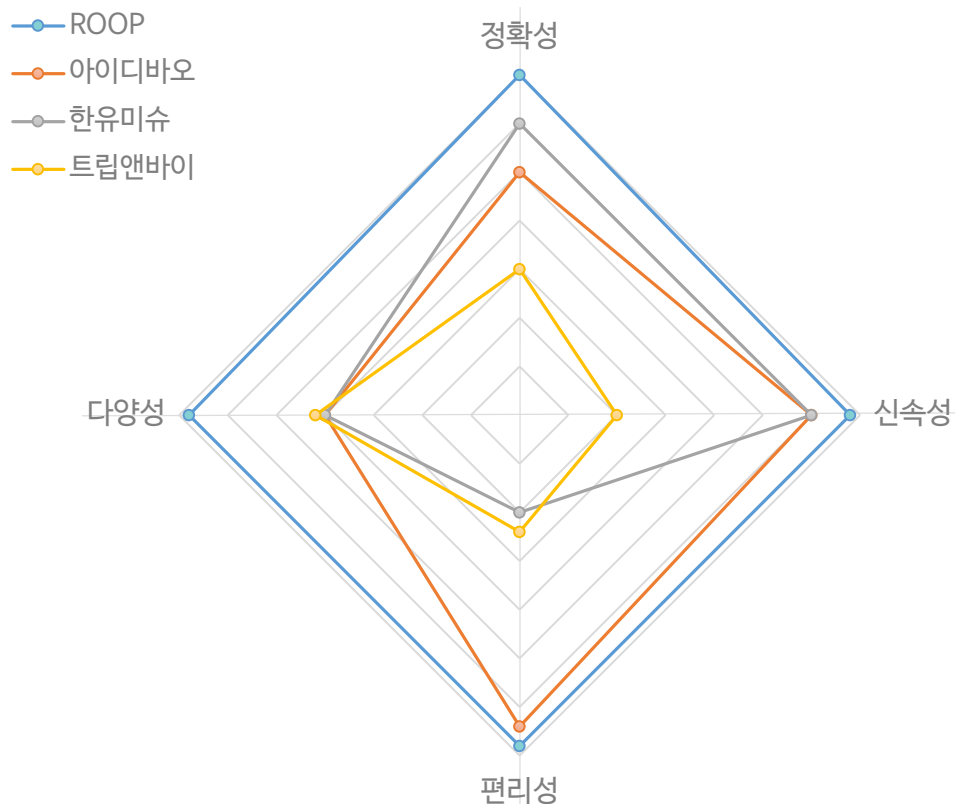
### 트립앤바이 (济州岛自由行攻略)



- 회사명 : 디지털다임
- 설립 년도 : 1998년
- 주요 서비스 : 여행·쇼핑 큐레이션
- 서비스 설명: 여행지에서의 구매 및 자국에 돌아가서도 지속적인 구매로 연결될 수 있도록 큐레이션 쇼핑, 구매대행 등의 서비스

# Competitor Analysis

정확하지 않은 많은 정보 중 취사선택을 해야만 하는 사용자들에게  
정확한 정보를 제공하고 구매와 곧바로 연결해주는 차별된 강점 보유



정확성

고객이 원하는 아이템에 대한 정확한 정보를 제공하여, 여러 정보들 중 선택의 고민을 해야했던 고객들의 불편함 해소

신속성

모바일을 통해 실시간 문의가 가능하며, 10시간 내에 중국어 실력을 보유한 Searcher가 앱 상에서 바로 대응하여 편리하며, 시간 단축 효과 높음

편리성

호텔로 직접 방문하여 전달하며, 귀국하였을 시 중국 자택으로 안전 배송해 줌으로써 무거운 짐을 들고 여러 지역을 돌아다니며 쇼핑을 하는 수고를 줄임

다양성

특정업체의 아이템만을 보여주는 것이 아닌, 고객이 원하는 모든 아이템을 검색하여 구매를 도와주므로 무한대의 상품을 취급

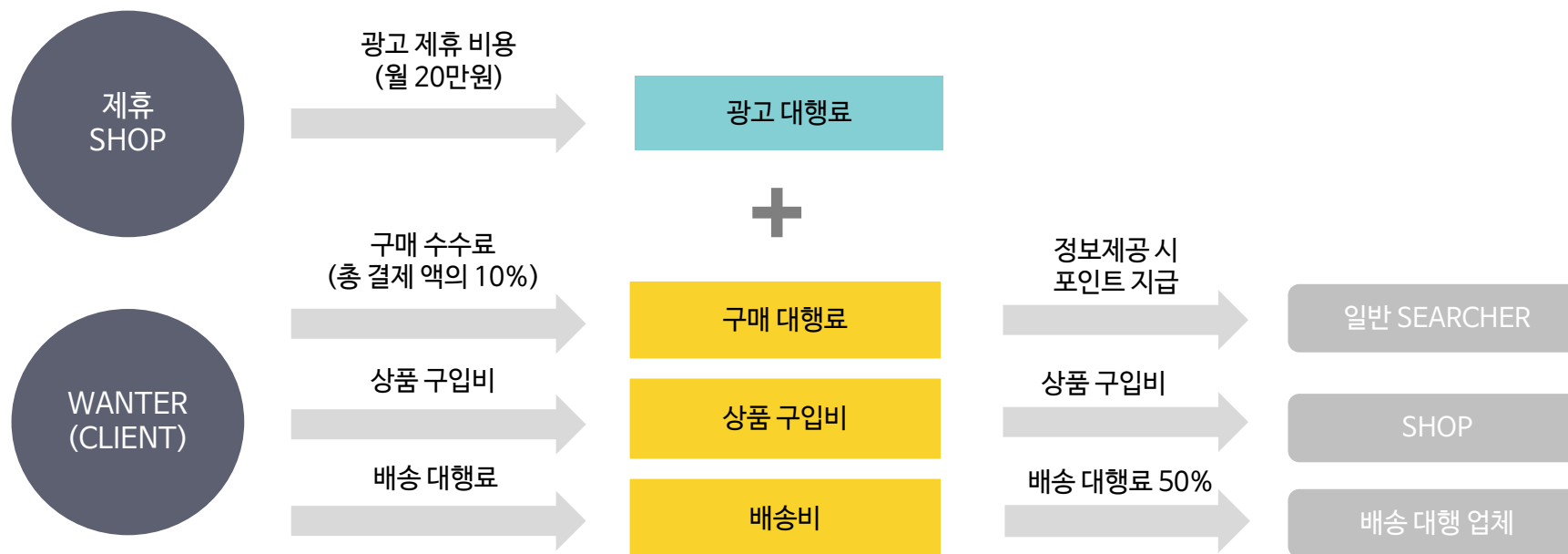


고객이 불필요한 정보들로 소중한 시간을 잃지 않기를 바라는  
‘ROOP’의 진심이 차별성을 만들어 냅니다.

# Revenue Model 1) 사업초기

사업초기 시점에는 구매 대행 수수료와 배송 대행료, 광고 대행료를 통해 수익을 창출

- 구매대행 수수료 : 구매를 원하는 고객을 대신하여 아이템을 구매하고 받는 대행 수수료(총 결제 액의 10%)가 초기 주 수익원
- 배송 대행료 : 국내 배송비(3,000원)와 해외 배송비(25,000원)로 구분하여 적용되며, 전체 배송 대행료 수익 중 50%는 배송 대행업체에 지급
- 광고 대행료 : 고객이 문의한 아이템과 같은 카테고리에 속하는 물품을, 관련 카테고리 인기 상품의 형태로 노출시켜 주어 고객의 대체 구입 유도(가입비 : 20만원)



# Revenue Model 2) 수익화 전략

## 프리미엄 서비스 도입을 통해 서비스 별 수수료를 차등 적용하여 수익의 극대화

- 일반 구매대행 서비스 : 일반 Searcher를 통해 아이템을 확인하는 기존 서비스 형태
  - 1) 일반 Searcher에 포인트 지급 : 답변을 할 때마다 건당 100포인트를 지급하고, 10,000포인트 단위로 현금 환전 가능
  - 2) 일반 Searcher 제도의 효과 : 포인트 지급으로 초기 현금 지출 방지, 전문 Searcher의 인력을 대신하여 내부 인건비 절감 가능
  - 3) 초반에는 내부 인력 (운영인력 8명+전문 Searcher 2인(총10인), 월 5000건)을 통해 해결하고, 문의 수가 그 이상이 되는 시점부터 일반 Searcher 단계별 유입함으로써 인건비 절감
- 프리미엄 서비스 1 : 질문 당시 프리미엄 서비스 옵션을 선택한 고객에 한해 3시간 내 전문 Searcher가 빠르게 정보를 제공하는 서비스 형태
- 프리미엄 서비스 2(유료회원) : 유료 회원에 한하여 대화형 인터페이스(SNS)를 통해 1:1, 실시간으로 정보를 제공하는 서비스 형태

### 일반 구매 대행 서비스

- 일반 Searcher의 정보를 제공
- 10시간 내에 정보 제공
- 총 결제금액의 10% 구매대행 수수료 발생
- 일반 Searcher에게는 건 별 포인트 지급

### 프리미엄 서비스 1

- 전문 Searcher의 정보를 제공
- 질문 시 프리미엄 옵션을 선택한 고객에게 3시간 내에 정보 제공
- 총 결제금액의 20% 구매대행 수수료 발생

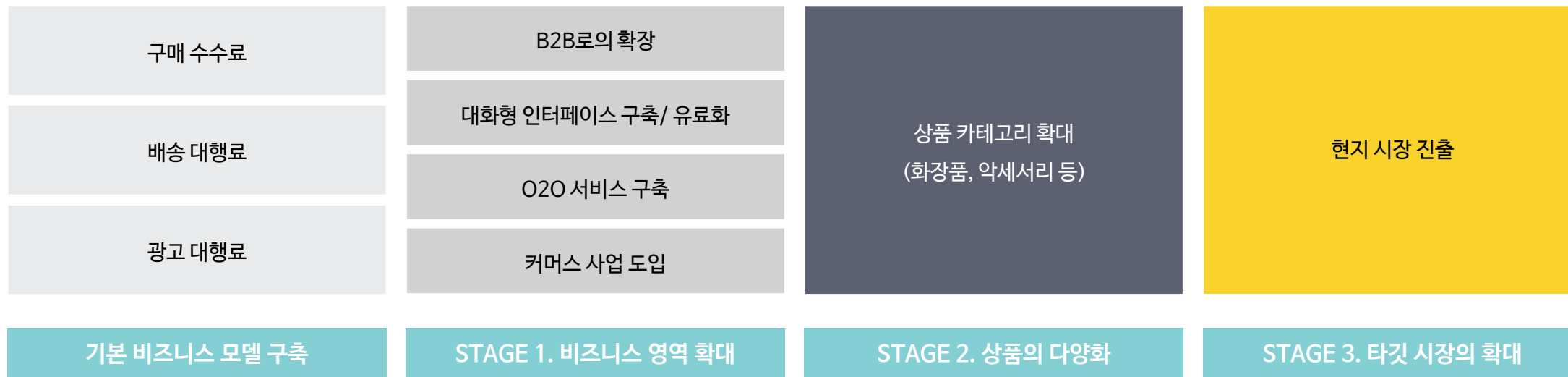
### 프리미엄 서비스 2

- 전문 Searcher가 1:1로 응답
- 실시간 응답으로 최우선 정보 제공
- 총 결제금액의 10% 구매대행 수수료 + 유료 회원 가입비(월)

# Revenue Model 3) 단계별 계획

## 단계별 비즈니스 모델 확장을 통해 수익 모델 또한 확대 및 안정화 계획

- 사업 초기 단계의 비즈니스 모델이 안정적으로 정착되는 시점부터(2017.06 예상) 빠르게 단계별 비즈니스 모델 확장함으로써 체계적인 수익원 확대 계획
- STAGE 1 : 1) B2B로의 확대 : 개인 고객을 대상 서비스(B2C)에서 대량으로 물품을 구매하는 중국 도 소매상을 타깃 범위로 확대  
2) 대화형 인터페이스 + O2O서비스로 확대 : 대화형 인터페이스를 통한 개인비서 서비스 제공(유료회원) + 유료회원 전용 O2O 서비스 제공을 통해 유료회원으로의 전환 유도  
3) 커머스 사업 도입 : 고객이 문의한 아이템과 동일한 카테고리의 상품을 검색 정보에 함께 노출함으로써 추가 상품 구입 유도 및 제휴 기업 상품 광고 효과 제고
- STAGE 2: 1차 수익이 안정화를 이룰 시점에 기존 비즈니스 모델을 토대로 상품 카테고리 추가.점차 고 관여 상품으로 확장
- STAGE 3: 중국 현지시장으로의 진출을 통해 국내 유입 관광객을 넘어 중국 전체 시장으로의 확대



# Revenue Model

(단위: 원)

	2017.03	2017.06	2017.09	2017.12	2018.06	2018.12	2019.06	2019.12
예상 유입 고객(일반/ 명)	50,002	50,002	100,003	300,010	600,019	800,025	800,025	1,000,032
예상 결제 고객(명)	5,000	7,500	20,001	60,002	150,005	240,008	320,010	500,016
예상 광고 대행 업체(개)	4	6	9	10	20	20	30	30
예상 결제 중국인 업자(명)	0	15	30	50	60	90	120	210
예상 유료 회원(명)	0	0	25	40	70	140	280	400
예상 O2O 가입 업체(개)	0	0	10	15	20	30	40	50

구매(결제 수수료)	₩	60,001,905	₩	93,002,858	₩	246,007,620	₩	1,330,041,910	₩	3,312,104,775	₩	5,298,167,640	₩	7,064,223,520	₩	11,042,349,250
- 일반 고객	₩	50,001,588	₩	75,002,381	₩	200,006,350	₩	1,200,038,100	₩	3,000,095,250	₩	4,800,152,400	₩	6,400,203,200	₩	10,000,317,500
- 프리미엄 서비스	₩	10,000,318	₩	15,000,476	₩	40,001,270	₩	120,003,810	₩	300,009,525	₩	480,015,240	₩	640,020,320	₩	1,000,031,750
- 중국인 업자	₩	-	₩	3,000,000	₩	6,000,000	₩	10,000,000	₩	12,000,000	₩	18,000,000	₩	24,000,000	₩	42,000,000
배송 대행료	₩	1,500,048	₩	2,625,071	₩	6,750,191	₩	19,250,572	₩	46,501,429	₩	74,252,286	₩	99,003,048	₩	155,254,763
- 일반 고객	₩	1,500,048	₩	2,250,071	₩	6,000,191	₩	18,000,572	₩	45,001,429	₩	72,002,286	₩	96,003,048	₩	150,004,763
- 중국인 업자	₩	-	₩	375,000	₩	750,000	₩	1,250,000	₩	1,500,000	₩	2,250,000	₩	3,000,000	₩	5,250,000
광고 대행료	₩	800,000	₩	1,200,000	₩	1,800,000	₩	2,000,000	₩	4,000,000	₩	4,000,000	₩	6,000,000	₩	6,000,000
- 광고 대행료	₩	800,000	₩	1,200,000	₩	1,800,000	₩	2,000,000	₩	4,000,000	₩	4,000,000	₩	6,000,000	₩	6,000,000
유료화 도입	₩	-	₩	-	₩	2,250,000	₩	3,450,000	₩	5,100,000	₩	8,700,000	₩	14,400,000	₩	19,500,000
- 유료 서비스 비용	₩	-	₩	-	₩	750,000	₩	1,200,000	₩	2,100,000	₩	4,200,000	₩	8,400,000	₩	12,000,000
- O2O 제휴 비용	₩	-	₩	-	₩	1,500,000	₩	2,250,000	₩	3,000,000	₩	4,500,000	₩	6,000,000	₩	7,500,000
총 수익금	₩	62,301,953	₩	96,827,929	₩	256,807,811	₩	1,354,742,482	₩	3,367,706,204	₩	5,385,119,926	₩	7,183,626,568	₩	11,223,104,013
누적 수익금	₩	62,301,953	₩	159,129,882	₩	415,937,692	₩	1,770,680,174	₩	5,138,386,377	₩	10,523,506,303	₩	17,707,132,871	₩	28,930,236,884

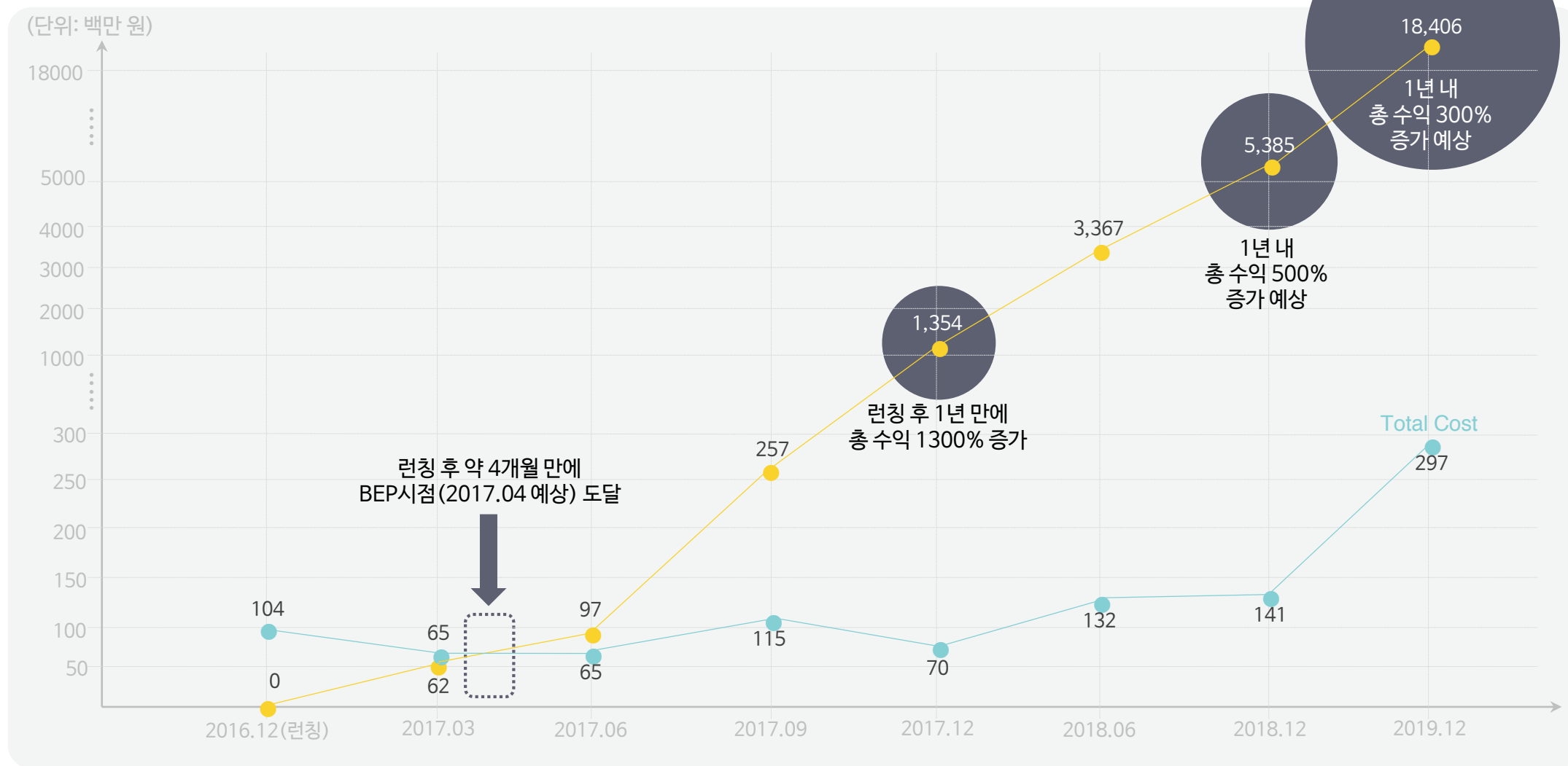
# Financial Projection

(단위: 원)

~2016.12				2017.03	2017.06		2017.09	2017.12		2018.06	2018.12		2019.12			
1. 운영 계획				12월 런칭	B2B로 확대		유료서비스 시작 O2O서비스 시작									
총수익	₩	-	₩	62,301,953	₩	96,827,929	₩	256,807,811	₩	1,354,742,482	₩	3,367,706,204	₩	5,385,119,926	₩	18,406,730,581
누적 수익비용	₩	-	₩	62,301,953	₩	159,129,882	₩	415,937,693	₩	1,770,680,175	₩	5,138,386,379	₩	10,523,506,305	₩	28,930,236,886
2. 비용																
인건비	₩	54,000,000	₩	57,000,000	₩	57,000,000	₩	57,500,000	₩	61,500,000	₩	117,000,000	₩	126,000,000	₩	265,000,000
- 인건비(일반)	₩	54,000,000	₩	48,000,000	₩	48,000,000	₩	48,000,000	₩	48,000,000	₩	96,000,000	₩	96,000,000	₩	192,000,000
- 전문 Searcher	₩	-	₩	9,000,000	₩	9,000,000	₩	9,000,000	₩	9,000,000	₩	9,000,000	₩	9,000,000	₩	9,000,000
- 일반 Searcher	₩	-	₩	-	₩	-	₩	500,000	₩	4,500,000	₩	12,000,000	₩	21,000,000	₩	64,000,000
연구개발비	₩	30,000,000	₩	-	₩	-	₩	50,000,000	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-
- 료 개발비	₩	30,000,000	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-
- O2O 서비스 구축비	₩	-	₩	-	₩	-	₩	50,000,000	₩	-	₩	-	₩	-	₩	-
기타 운영비	₩	20,000,000	₩	7,500,000	₩	7,500,000	₩	7,500,000	₩	9,000,000	₩	15,000,000	₩	15,000,000	₩	30,000,000
- 임대료	₩	4,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	6,000,000	₩	6,000,000	₩	12,000,000
- 비품 유지비	₩	16,000,000	₩	1,500,000	₩	1,500,000	₩	1,500,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	6,000,000
- 서버비용	₩	-	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	3,000,000	₩	6,000,000	₩	6,000,000	₩	12,000,000
총 비용	₩	104,000,000	₩	64,500,000	₩	64,500,000	₩	115,000,000	₩	70,500,000	₩	132,000,000	₩	141,000,000	₩	295,000,000
누적 지출비용	₩	104,000,000	₩	168,500,000	₩	233,000,000	₩	348,000,000	₩	418,500,000	₩	550,500,000	₩	691,500,000	₩	986,500,000
순이익	-₩	104,000,000	-₩	2,198,047	₩	32,327,929	₩	141,807,811	₩	1,284,242,482	₩	3,235,706,204	₩	5,244,119,926	₩	18,111,730,581
투자비용 회수	-₩	104,000,000	-₩	106,198,047	-₩	73,870,118	₩	67,937,693	₩	1,352,180,175	₩	4,587,886,379	₩	9,832,006,305	₩	27,943,736,886

BEP시점 & 기존 투자비용 회수 가능 시점

# Financial Projection

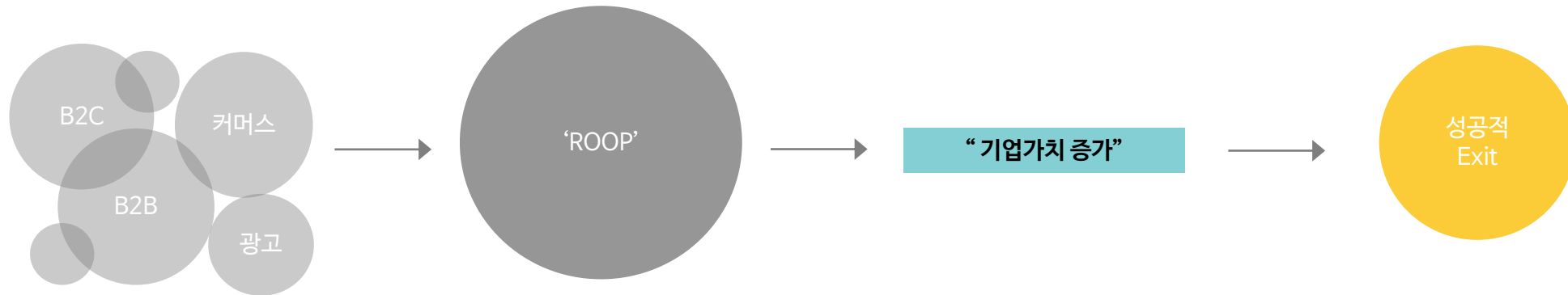




# Exit 계획

단계별 비즈니스 모델의 확대와 타깃 시장 및 아이템의 확장을 통해 성공적인 규모화 및 세분화 작업 진행 계획  
이는 각 사업부를 넘어 전체 밸류에이션의 유기적 증가를 이루어 성공적인 EXIT 가능

- 사업초기에는 작은 규모의 비즈니스 확대를 통해 지속적으로 빠르게 진행함으로써 초기 수익 원의 다양화를 이루어 안정적 평균 연 수익 및 매출의 창출
- 사업 초기의 최종 비즈니스 모델을 점검하여 추가 아이템 혹은 국가 별 시장에 접목, 확대함으로써 규모화, 대형화를 이룸
- 사업부별 규모화를 이루어 수익의 안정화 및 매출 극대화를 통해 지속적인 투자유치에 성공하여 밸류에이션 증가
- 밸류에이션의 빠른 증가를 통해 성공적인 EXIT을 목표로 함



## 단계별 비즈니스 확대

1. 지속적으로 단계별 비즈니스 모델의 발 빠른 확대
2. 초기 필요 투자금액이 적은 규모의 비즈니스부터 빠르게 진행

## 대형화

1. 타깃 국가별 및 상품 별 비즈니스를 진행 하여 대형화
2. 안정적인 수익 원 구축 완료

## 밸류에이션 증가

1. 다양한 수익원을 통해 매출 극대화.
2. 계속적 투자유치 성공에 따른 밸류에이션 증가.

## Exit

*With ROOP*  
FIND WHAT YOU WANT

## APPENDIX

- 01 COMPANY STORY & VISION
- 02 주식회사 룬(ROOP Co.,Ltd.) 소개
- 03 팀 구성
- 04 특허 보유 현황

## COMPANY STORY & VISION

우리가 쓰는 것 중 가장 값비싼 것은 시간이다 - 테오프라스토스

미래는 우리가 현재 무엇을 하는가에 달려있다 - 마하트마 간디

시간은 우리들이 가지고 있는 것 중 가장 값비싼 것입니다. 하지만 많은 이들이 그것을 깨닫지 못하고 불필요한 것에 소중한 시간을 낭비하곤 합니다. 우리는 'ROOP'이 설립 하기 전, 많은 이들이 사고 싶은 아이템의 정보를 찾고 구입하기 위해 상당한 시간과 수고를 자처하는 것을 지켜 보아왔으며, 그 중 몇몇 에게는 약간의 대가를 받고 도움을 주어 왔습니다.

우리는 사람들이 본인에게 주어진 소중한 시간을 보다 값진 곳에 사용하기를 바라는 마음으로 'ROOP'을 설립하였습니다. 'ROOP'은 정보의 불균형과 언어적 제약 등으로 인해 사람들이 버려온 시간들이 가치 있는 것에 쓰여질 수 있도록 계속 전진해 나아갈 것입니다.

# COMPANY OVERVIEW

## 회사 명

주식회사 룬 (ROOP Co.,Ltd.)

## 대표이사

김동휘, 지경민 (2인 공동대표)

## 설립일

2016년 06월 17일

## 자본금

금 10,000,000 원

## 임직원 수

총 9 인 (임원 5인, 직원 4인)

## 주소

서울특별시 종로구 자하문로 119, 비 1층(청운동)

## 주요 사업

SMART SHOPPING을 위한 검색 APPLICATION 운영

인터넷 정보검색, 온라인 상품 중개, 광고 대행, 통신 판매, 구매 대행, 배송 대행

## TEAM MEMBER (임원)

‘많은 이들이 보다 스마트하고 편리한 삶을 영위할 수 있도록’ 하겠다는 사명감 하나로 각 분야의 브레인들이 뭉쳤습니다.

‘ROOP’ 멤버들은 개개인이 보유한 뛰어난 퍼포먼스 뿐만 아니라 강력한 팀워크를 통해 모든 리스크에 함께 대처할 수 있습니다.

### 김동휘

—

현) 주식회사 룬 창립, 공동 대표이사  
UC San Diego 경제학 학사 (재중)  
대일외고 졸  
제품 사용자의 공급자의 거래 매칭 시스템 특허 보유(특허 번호:제 10-1631971호)  
특허 PCT 및 미국, 중국 특허 출원 중

### 지경민

—

현) 주식회사 룬 창립, 공동 대표이사  
UC Berkeley 경제학 학사 (재중)  
제품 사용자의 공급자의 거래 매칭 시스템 특허 보유(특허 번호:제 10-1631971호)  
특허 PCT 및 미국, 중국 특허 출원 중

### 이상원

—

현) 주식회사 룬 창립, 사외 이사  
현) 증권사 트레이딩  
카이스트 수학 / 금융공학 학사  
대일외고 졸

### 김태용

—

현) 주식회사 룬 창립, 사내 이사  
현) 강남 성심병원  
원광대 의학 학사  
대일외고 졸

### 이민석

—

현) 주식회사 룬 사내 이사  
한국항공대학교 컴퓨터 공학(소프트웨어) 학사  
삼성테크윈 로봇 멤버십 수료  
네이버 IoT 스타트업 챌린지 수료

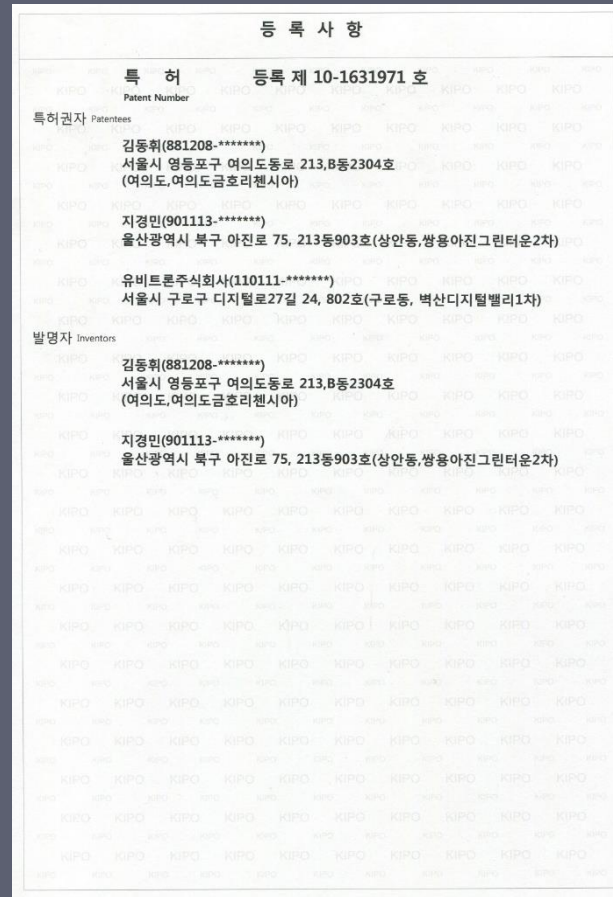
## TEAM MEMBER (직원)

‘많은 이들이 보다 스마트하고 편리한 삶을 영위할 수 있도록’ 하겠다는 사명감 하나로 각 분야의 브레인들이 뭉쳤습니다.

‘ROOP’ 멤버들은 개개인이 보유한 뛰어난 퍼포먼스 뿐만 아니라 강력한 팀워크를 통해 모든 리스크에 함께 대처할 수 있습니다.

<b>전상현</b> - 현) 주식회사 룬 개발 팀원 한국항공대학교 컴퓨터 공학(소프트웨어) 학사 ICT Developer (Samsung SDS sGenclub) Computer Lab Assistant (Korea Aerospace Univ) developer (Naver hackday, 카이스트 해커톤 개발자 상) Student (카이스트 주관 acm-icpc 본선)	<b>양원석</b> - 현) 주식회사 룬 개발 팀원 카이스트 전산학 석사 카이스트 물리학 학사	<b>윤희진</b> - 현) 주식회사 룬 디자인 팀원 전) Studio Logram 그래픽 디자이너 서울예술대학교 시각 디자인 학사 2015 중앙 50주년 컨퍼런스 무대영상디자인 및 그래픽디자인 2015 박칼린의 쥬크박스 무대영상디자인 2014 아방가르드 영화 'your space' art director and graphic designer. New york city film festival 아방가르드 부문 New film makers film festival 실험영화부문	<b>김어진</b> - 현) 주식회사 룬 디자인 팀원 현) 파스토 쿠킹 스튜디오 기획/디자이너 현) 생각정리스킬 직속 디자이너 전) 슬로푸드 청년네트워크코리아 기획 전) Studio Logram 그래픽 디자이너 국제호텔조리전문대학 푸드스타일리스트 학사 대일외고 졸
PROGRAMMERS		DESIGNERS	

## 특허 보유 현황



주식회사 룬은 ‘제품 사용자와 공급자의 거래 매칭 시스템 및 이를 이용한 사용자와 공급자의 거래 매칭 방법’에 대한 특허를 보유하고 있습니다.

### ROOP 상표 특허 출원

출원 번호 (서비스표-2014-0034759)

### 한국

제품 사용자와 공급자의 거래 매칭 시스템 및 이를 이용한 사용자와 공급자의 거래 매칭 방법  
(출원 번호: 특허-2014-0120437)

### 미국

Trade Matching System of Consumer and Supplier and Method thereof Application  
(Number : 14531228)

### PCT(Patent Cooperation Treaty 특허 협력 조약)

(국제 출원 번호 PCT/KR2015? 009394)



WE MAKE YOUR LIFE BETTER

roop