

웹 기반 홀덤 토너먼트 운영 플랫폼 수익모델 설계 보고서

개요 및 목표

전국의 홀덤 대회장 및 홀덤앱에서 사용할 수 있는 웹 기반 토너먼트 운영 플랫폼의 수익모델을 설계합니다. 이 플랫폼은 월 100개 이상의 홀덤 토너먼트에 활용되는 것을 목표로 하며, 안정적인 수익 창출과 시장 경쟁력을 확보해야 합니다. 본 보고서에서는 네 가지 핵심 수익모델 - 광고 수익, 구독 모델, 수수료 기반 모델, 기능 유료화 - 을 중심으로 각 모델의 현실성과 사례를 분석합니다. 또한 와홀덤(Waholdem), K-Holdem 등 유사 플랫폼의 비즈니스 전략과 수익모델을 비교하여 시사점을 도출합니다. 끝으로, 100개 대회 운영 시나리오를 가정한 예상 수익 분석, 복합 수익모델 전략, 차별화 요소 및 기능 확장 아이디어를 제안합니다.

1. 광고 수익 모델

광고 수익 모델은 플랫폼 이용자들에게 노출되는 배너 광고, 제휴 광고, 스폰서십 등을 통해 수익을 얻는 방식입니다. 예를 들어, 플랫폼 웹사이트나 모바일 앱에 홀덤 관련 용품 업체나 지역 스폰서 업체의 배너를 게재하거나, 대회 페이지에 후원사 광고를 삽입하는 형태입니다.

- **장점:** 플랫폼을 무료 또는 저렴하게 제공하면서도 제3자의 광고로 수익을 창출할 수 있습니다. 특히 플레이어나 관중이 플랫폼을 통해 대회 정보를 확인하는 경우 노출되는 광고는 부가 수익원이 됩니다. 광고주는 홀덤 인구라는 타겟 시장에 접근할 수 있어 효과적입니다.
- **단점:** 초기 이용자 규모가 충분히 커야 의미 있는 광고 수익이 발생합니다. 월 100개 대회 수준에서는 플레이어 규모가 수천 명 수준으로 예상되는데, 광고 단가가 높지 않으면 큰 수익을 내기 어렵습니다. 또한 B2B 서비스 성격이 강한 플랫폼이라면 실제 플랫폼 화면을 보는 주 대상은 운영자나 딜러일 수 있어, 광고 노출이 제한될 수 있습니다. 무분별한 광고는 사용자 경험 저해 요인이 될 수도 있습니다.
- **현실성 평가:** 홀덤 산업 특성상 관련 업계(예: 카드/칩 제조, 주류 브랜드, 게임 앱 등)와의 제휴 광고 기회는 있습니다. 실제 국내 선도 플랫폼 와홀덤의 웹사이트 하단에도 세무 법인, 컨설팅사 등의 로고가 노출되어 있는데, 이는 파트너십 형태 광고로 볼 수 있습니다 ①. 다만 소규모 플랫폼이 자체적으로 광고 영업을 하기에는 어려움이 있으므로, 대형 대회 스폰서십 등 특정 이벤트와 연계한 광고에 초점을 맞추는 것이 현실적입니다.

시장 사례: 해외 사례로 볼 때, 글로벌 포커 플랫폼들은 주로 B2C 서비스 내 광고(예: 앱 내 배너)로 수익을 얻기도 하지만, 토너먼트 관리 솔루션 자체에 광고를 붙이는 경우는 드뭅니다. 대신 대회 중계 화면이나 결과 페이지에 스폰서 로고를 노출하는 형태로 간접 광고를 수행합니다. 국내 홀덤 업계에서는 대형 대회 때 주류/음료 기업 등이 후원사로 참여해 홍보하는 사례가 있으며 ② ③, 플랫폼도 이러한 후원 연계를 중개하며 일부 수익을 얻을 수 있을 것입니다.

2. 구독 모델 (B2B 월 구독)

구독 모델은 홀덤앱이나 대회 주최 측이 매월 이용료를 지불하고 플랫폼을 사용하는 방식입니다. 일반적으로 기능에 따라 요금제를 차등화하여, 기본 기능은 저렴한 플랜에 제공하고 고급 기능은 상위 플랜에서 이용 가능하도록 설계합니다.

- **장점:** 매월 고정 수입이 발생하여 수익 예측이 용이합니다. 고객(홀덤앱) 입장에서도 월 비용을 고려하여 예산 편성이 가능하며, 많이 사용할수록 단가가 저렴해지는 효과를 느낄 수 있습니다. 또한 서비스 지속 업데이트와 고객지원을 구독료에 포함시켜 품질을 높일 수 있습니다.
- **단점:** 초기에는 유료 구독 진입 장벽 때문에 고객 확보가 어려울 수 있습니다. 특히 아직 엑셀이나 자체 방식을 쓰고 있는 소규모 홀덤앱들은 월 과금에 민감할 수 있습니다. 따라서 무료 플랜 또는 체험기간 제공이 필요하며, 구독제를 시행하더라도 경쟁 플랫폼이 무료라면 이탈 위험이 있습니다.

- **현실성 평가:** 주요 기능에 가치가 있다고 인식되면 **충분히 수용 가능한** 모델입니다. 예컨대 해외의 KHold'em 솔루션은 **프로 버전 월 €64**(약 9만원)부터 시작하는 구독제를 운영하고 있습니다 ⁴ . KHold'em은 규모에 따라 에디션을 나누어, 소형 홀덤룸부터 카지노 연합까지 아우르는 단계별 가격 정책을 제공합니다 ⁵ . 국내 **와홀덤** 역시 무료 기본 서비스 외에 **프리미엄 회원제**를 운영하는 것으로 보입니다 (사이트에 “프리미엄 로그인” 메뉴 존재). 와홀덤은 2024년 3월 기준 900개 이상의 매장에서 사용 중일 정도로 폭넓게 도입되었으며 ⁶ , 이러한 시장 지배력은 구독 모델 도입에도 유리한 환경을 조성합니다. 실제로 와홀덤을 개발한 (주)피터의 2023년 매출은 약 4.8억 원으로 집계되는데 ⁷ ⁸ , 이는 일정 부분 플랫폼 이용료(구독 등) 수익이 반영된 것으로 추정됩니다.

- **기능 차별화 예시:** 구독 모델에서는 **Basic/Standard/Premium** 등의 플랜으로 나누어 볼 수 있습니다. Basic은 무료 또는 저렴하게 **블라인드 타이머, 기본 대회 운영** 정도만 제공하고, Standard에서는 **회원관리, 예약관리, 정산 리포트** 등을 추가, Premium에서는 **커스터마이징 테마, 다지점 통합 관리, 데이터 분석** 등의 토플 패키지를 제공하는 식입니다. 이렇게 하면 작은 홀덤룸도 자신의 규모에 맞는 요금으로 이용하고, 큰 운영사는 더 지불하고 더 많은 기능을 활용하게 됩니다. 앞서 언급한 KHold'em의 경우도 **Pay-As-You-Go (소규모 전용)** 버전과 **Pro (풀기능)** 버전을 구분하여, 소규모 업장은 저렴하게 필요한 기능만 쓰게 하고, 큰 곳은 정액을 내도록 하고 있습니다 ⁹ ¹⁰ .

3. 수수료 기반 모델 (대회당 과금)

수수료 기반 모델은 플랫폼을 사용한 만큼 비용을 지불하는 과금 방식입니다. 두 가지 형태가 가능합니다: - **대회당 정액 과금:** 매 대회 개최 시마다 일정 금액을 플랫폼 이용료로 지불. 예를 들어 대회 1건당 3만원 등의 방식. - **수수료(커미션) 과금:** 대회의 **참가 인원** 또는 **상금 규모** 등에 비례하여 일정 비율을 과금. 예를 들어 참가자 1인당 1천원, 혹은 총 참가비의 5% 등.

- **장점:** “**사용자 부담 원칙**”에 충실한 모델로, 대회를 많이 열면 많이 내고 적게 열면 적게 냅니다. 따라서 대회 개최 횟수가 적은 신규 홀덤룸도 **부담 없이** 플랫폼을 도입할 수 있습니다. 또한 플랫폼 입장에서는 대회 수 증가에 따라 수익이 자동 증가하므로 **성장**과 **수익이 연동**됩니다.
- **단점:** 잦은 대회를 개최하는 **헤비 유저**(예: 프랜차이즈 펍)는 누적 수수료 부담이 커져 불만이 생길 수 있습니다. 이들은 차라리 월 구독 정액제를 선호할 수 있어, **고객 이탈**을 막기 위해 상한선을 두거나 구독제와 병행해야 할 수 있습니다. 또한 **수수료를 산정**을 잘못하면 플랫폼이 대회 상금의 일부를 취하는 모양새가 되어 부정적 인식을 줄 우려도 있습니다 (특히 불법 도박으로 오해받지 않도록 주의 필요).
- **현실성 평가:** 수수료 모델은 **초기 진입 장벽을 낮추는** 데 효과적이며, 소규모 업장이 플랫폼에 익숙해지도록 유도할 수 있습니다. 해외 KHold'em 솔루션의 **Pay-As-You-Go** 에디션이 이러한 개념으로, **크레딧 패키지**를 구매해 둘 때마다 플레이어 등록 시 차감하는 방식입니다 (1회 등록=1크레딧) ⁹ . 이를 통해 작은 홀덤룸도 **선결제한 크레딧 소진** 형식으로 부담 없이 플랫폼을 활용하게 합니다. 국내에서 와홀덤은 현재까지 **정액 수수료** 모델을 전면에 내세우고 있지는 않지만, **프리미엄 가입 없이도 기본 기능은 무료** 제공하는 구조라면, 암묵적으로 대회당 과금이 없는 대신 **향후 일부 기능에 대한 건당 과금** 가능성을 열어둘 수도 있습니다.
- **과금 시나리오:** 예를 들어 대회당 2만원의 이용료를 책정하고 월 100회의 대회가 열린다면, 월 200만원의 매출이 발생합니다. 또는 **참가자당 500원** 수수료를 부과하고 대회당 평균 30명 참가 시 대회당 1만5천원, 100회면 150만원 수익이 됩니다. 이처럼 **대회 규모와 횟수**에 따라 유연 조절이 가능하나, **상한선**(예: 월 최대 얼마)이나 **패키지 할인**(예: 10회 이용권) 등을 함께 설계해 과금 부담을 조절하는 것이 바람직합니다.

4. 기능 유료화 모델 (부가 기능 판매)

기능 유료화 모델은 플랫폼의 기본 서비스는 무료 또는 저렴하게 제공하되, **고급 기능이나 부가 서비스**를 별도 비용으로 판매하는 방식입니다. 이것은 일종의 **프리미엄 기능 In-App 결제** 모델로 볼 수 있습니다. 예시 기능들은 다음과 같습니다:

- **리포트 출력:** 대회 결과를 **PDF 리포트**로 자동 생성해주는 기능을 유료화. 예를 들어 대회 후 **우승 인증서나 상세 핸드 기록 보고서** 등을 PDF로 제공할 때 건별 과금하거나, 이 기능을 묶은 상위 요금제로만 제공.

- **데이터 내보내기:** 참가자 명단, 랭킹 포인트 등을 **Excel/CSV로 추출**하는 기능을 유료 제공. 일반 운영자에게는 필요 없지만 체인 본사나 협회 등은 데이터 수집을 원할 수 있어 비용을 지불.
 - **커스터마이징 테마:** 플랫폼의 **타이머 화면, 브랜딩 디자인** 등을 매장 고유 스타일에 맞게 꾸미는 기능. 예를 들어 타이머 스킨, 배경이미지, 사운드 효과를 변경하는 옵션을 유료 판매. 실제 와홀덤도 **여러 종류의 테마, 커스텀 사운드** 기능을 지원하는데 ¹¹ ¹², 이러한 고급 꾸미기 기능은 별도 결제 대상으로 삼기 적합합니다.
 - **다국어 지원:** 외국인 플레이어가 많은 지역의 경우 **영어/중국어 등 다국어 UI**가 필요한데, 이를 **추가 결제 옵션**으로 제공하여 해당 수요자에게만 비용 부담시키는 전략입니다.
 - **기타 연동 서비스:** 예를 들어 **플레이어 모바일 앱 연동**(플레이어가 자신의 랭킹, 대회 일정 확인 가능)이나 **SMS 안내 서비스, 포인트 적립(VIP 프로그램)** 등이 있다면, 이를 유료 부가서비스로 제공합니다. (KHold'em은 **VIP 멤버십/마케팅** 기능으로 SMS, 이메일 발송 등의 마케팅 툴과 플레이어 랭킹 시스템을 제공하기도 합니다 ¹³ ¹⁴.)
 - **장점:** 핵심 기능은 무료/저가로 풀면서 **플랫폼 확산**을 유도하고, **필요한 고객만 비용 지불**하게 하므로 만족도가 높습니다. 여러 소액 결제가 모이면 추가 수익원이 되어, **수익 다각화**에 도움이 됩니다. 또한 기능 유료화를 통해 **해비 유저에게서 추가 매출**을 얻을 수 있습니다.
 - **단점:** 어떤 기능을 유료화할지 선정이 중요합니다. 잘못하면 기본적으로 기대되는 기능까지 과금하여 **불만**을 초래할 수 있습니다. 또 개발 및 유지보수 측면에서 **버전 관리 복잡도**가 증가합니다. 유료 기능 이용자가 적으면 수익이 미미할 수도 있습니다.
 - **현실성 평가:** 기능 유료화는 **플랫폼 규모가 커질수록** 힘을 발휘합니다. 초기엔 유료 기능을 너무 세분화하기보다, **프리미엄 패키지** 형태로 묶어 제공하는 것이 관리상 용이합니다. 예를 들어 **“Pro 기능 팩”**을 구매하면 PDF 리포트+Excel 추출+테마 커스터마이징을 모두 사용할 수 있게 하는 식입니다. 추후 이용자가 늘고 요구가 다양해지면 개별 판매도 고려할 수 있습니다.
- 시장 사례: 앞서 언급한 KHold'em은 에디션 간에 기능 제한을 두는 형태로 사실상 기능 유료화를 구현했습니다 (예: **소규모용 Pay-As-You-Go 버전은 캐시게임 관리 불가** 등) ⁹. 와홀덤의 경우 기본 기능 세트를 폭넓게 제공해 빠른 시장 점유에 성공한 뒤, **프리미엄 기능**은 유료 회원사에 제공하는 전략을 펼친 것으로 추측됩니다. 실제 와홀덤은 **시장 점유율 1위 플랫폼**으로서 2024년 6월 시점 전국 **1,138개 매장 가입자**를 확보하고 독보적 위치에 있는데 ⁶ ¹⁵, 이후에도 **팀프로 모델 계약** 등을 통해 브랜드 파워를 높이며 (개그맨 출신 포커 프로 김학도를 홍보모델로 영입하여 **광고 콘텐츠 제작** 등에 활용 ¹⁶) **기능 업그레이드**를 이어가고 있습니다. 이러한 선도 플랫폼들은 핵심 기능은 무료로 풀고, 빅데이터 분석이나 회원 네트워크 등의 고급 기능을 차후 **부가 서비스**로 출시하는 방향을 취할 가능성이 높습니다.

5. 유사 플랫폼 수익모델 및 전략 비교

본 장에서는 국내외 유사 서비스인 **와홀덤(Waholdem)**과 **K-Holdem**을 중심으로 그들의 수익모델과 비즈니스 전략을 살펴봅니다.

5.1 와홀덤 (Waholdem.com)

와홀덤은 국내 홀덤 시장에서 가장 널리 쓰이는 **홀덤 토너먼트 관리 솔루션**입니다. 2024년 기준 900여 개 매장에서 사용될 만큼 폭발적으로 보급되었고 ⁶, 2025년 현재는 **1,600개 가까운 홀덤펍**이 와홀덤 플랫폼을 도입한 것으로 추산됩니다 ¹⁷. 와홀덤의 전략과 수익모델 특징은 다음과 같습니다:

- **시장 선점 및 무료 배포:** 와홀덤은 프로그램 론칭 직후 전국 300여 홀덤 매장이 가입하는 등 빠르게 시장을 잠식했습니다 ¹⁸. 이는 **기본 기능을 무료 제공**하거나 매우 낮은 장벽으로 배포하여 **표준 플랫폼으로 자리매김**한 전략으로 풀이됩니다. 실제로 와홀덤은 **블라인드 타이머, 대회 진행/기록, 스트럭처 설정, 테이블 밸런싱, 회원관리** 등 핵심 기능을 한 번에 제공하여, 홀덤펍 운영 효율을 크게 높였습니다 ¹⁹ ²⁰. 이를 통해 많은 펍이 자발적으로 가입하도록 만들었고, **네트워크 효과**를 얻었습니다.
- **프리미엄 구독 및 회원제:** 와홀덤 사이트에는 일반 매장 로그인과 별도로 “프리미엄 로그인” 메뉴가 존재합니다 ²¹. 이는 곧 유료 회원제를 운영함을 시사합니다. 추측컨대 **프리미엄 회원사**에게는 추가적인 통계 리포트, 매

출판리 대시보드, 커스터마이징 옵션, 혹은 광고 제거 등의 혜택을 제공하고 월 구독료를 받는 것으로 보입니다. 정확한 금액은 공개되어 있지 않으나, 와홀덤의 시장파워를 고려하면 **수십만 원대 월 이용료**를 지불하는 프리미엄 고객도 다수 있을 것입니다.

- **스폰서십 및 이벤트 수익:** 와홀덤은 플랫폼 사업 외에도 자체 토너먼트 대회를 개최하고 후원하는 등 **브랜드 사업**을 전개합니다²². 예컨대 2024년 7월 와홀덤 주최의 “Survive the Hold'em War”라는 대회를 열어 참가자를 모집하고, 이를 통해 **참가비 수익**이나 **스폰서 후원**을 유치했습니다. 또한 **한국홀덤협회(WFP 등)**와 공식 후원 계약 및 업무협약을 체결하여²³, 협회 주최 대회의 **공식 관리 솔루션**으로 선정되기도 했습니다²⁴. 이러한 행보는 직접적인 플랫폼 사용료 외에 **브랜드 가치 제고와 간접 수익**을 얻는 전략입니다.
- **광고/파트너십:** 와홀덤은 유명 포커 프로인 **김학도**와 팀프로/홍보모델 계약을 체결하여¹⁶ 공격적인 **마케팅 캠페인**을 펼쳤습니다. 이를 통해 플랫폼 인지도와 신뢰도를 높이고 이용자를 끌어모았습니다. 와홀덤 홈페이지에 노출된 세무법인, 컨설팅사, 로펌 등의 로고는 모두 홀덤 산업과 관련 기관으로서 와홀덤의 **파트너 기업**이며, 상호 제휴를 통한 **광고 효과**와 신뢰 확보를 보여줍니다¹. 이러한 파트너십은 유료 광고일 가능성도 있지만, 주로 **업계 네트워크 구축** 차원으로 보입니다.
- **수익모델 요약:** 현재까지 드러난 바에 따르면 와홀덤은 **(a) 프리미엄 유료 회원 구독, (b) 대회 후원 및 이벤트, (c) 파트너십**을 통한 수익을 추구하고 있습니다. 기본 플랫폼 사용 자체는 무료로 가까워 보이지만, 일단 표준으로 자리 잡은 후 **고급 기능과 서비스로 monetization**하는 단계로 접어드는 것으로 평가됩니다. 이는 스타트업 플랫폼으로서 **초기 점유 → 후속 수익화** 전략의 대표적 사례입니다.

5.2 K-Holdem (kholdem.net)

K-Holdem은 글로벌 시장을 겨냥한 **Poker Room Management System**으로, 한국홀덤협회와 직접 관련된 것은 아니지만 혼동될 수 있으므로 여기서 짚고 넘어갑니다. (한편, 사단법인 한국홀덤협회도 자체적으로 홀덤 대회 관리 프로그램을 도입하려 하고 있으며, 협회 명칭이 K-Holdem Association이어서 혼선이 있습니다. 본 절에서는 **상용 솔루션 KHold'em**에 대해 설명합니다.)

- **에디션별 가격정책:** KHold'em은 **3가지 에디션**(Pay-As-You-Go, Pro, Network)을 통해 소규모 홀덤클럽부터 대형 카지노/포커페달레이션까지 커버합니다⁵. Pay-As-You-Go 에디션은 대회/토너먼트 기능만 사용할 수 있는 경량판으로, **월 구독료 대신 필요시 크레딧 구매** 방식입니다⁹. 이 버전은 캐시게임 관리 등 고급 기능이 제외되어 있어 가격을 낮춘 대신, **플레이어 등록 1명당 1크레딧 소모** 같은 **사용량 기반 과금**을 적용합니다. 반면 Pro 에디션은 월 €64부터 시작하는 **정액 구독형**으로 모든 기능 제한 없이 사용 가능하며⁴¹⁰, Network 에디션은 다점포나 연합 운영을 위한 맞춤 가격 모델로 보입니다. 이처럼 KHold'em은 **구독 모델과 수수료 모델을 혼합**하여 고객 규모별로 최적화된 과금 체계를 갖추고 있습니다.
- **기능 구성 및 판매:** 기본 기능으로 **토너먼트/Sit'n Go 진행, 플레이어 등록/체크인, 테이블 관리, 대기자 명단, 티켓 프린트** 등이 있으며²⁵²⁶, 고급 기능으로 **Cash Game 관리, VIP 랭킹/레이크백 시스템, 마케팅 (SMS/Email 발송)** 등을 포함합니다²⁷¹³. 소규모 버전에는 캐시게임 관리 기능이 아예 빠져 있는데, 이는 작은 펍에서는 필요 없을 수 있으므로 **기능을 제거하고 가격을 낮추는** 전략입니다. 이렇듯 KHold'em은 필요한 기능 패키지만 구매하게 함으로써 **기능 유료화와 가격차별화**를 동시에 실현했습니다.
- **사례 및 평가:** KHold'em은 주로 **해외 포커룸**이나 합법 카지노에서 채택되는 솔루션으로, 국내와 시장 환경은 다르지만 비즈니스 모델 면에서는 시사점이 있습니다. 특히 “소규모엔 종량제, 대규모엔 구독제”라는 투트랙 모델은 국내 플랫폼 설계 시에도 고려할 만합니다. 예를 들어 국내에서도 가맹점 많은 프랜차이즈 홀덤펍 본사에는 월 구독으로 제공하고, 독립 소형 펍에는 대회당 과금이나 **충전식 이용권** 방식으로 제공하는 식입니다. KHold'em의 사례에서 볼 수 있듯, **유연한 요금 체계**가 다양한 고객을 끌어들이는 데 유효합니다.

5.3 한국홀덤협회의 움직임 (K-Holdem Association)

대한홀덤협회(K-Holdem Association)는 영리 목적의 플랫폼은 아니지만, **홀덤 대회의 투명한 관리**를 위해 자체 프로그램 도입을 추진하고 있습니다²⁸. 협회는 **시드권 관리 프로그램**에 대한 특허를 획득하고 이를 홀덤펍과 대회에 적용할 계획을 밝혔습니다²⁸. 이 프로그램은 **불법 환전 방지, 상금 지급 투명화**를 돕는 기능으로 보이며, 정부 기관에도 제공될 것이라고 합니다²⁸. 협회 측 플랫폼의 수익모델은 민간 기업과 다르게 **회원사 회비나 협회 예산으로 운영**될 가능성이 높습니다. 그러나 장기적으로 보면, 협회 인증 프로그램 사용을 원하는 홀덤펍에게 **일정 비용(사용료나 등록비)**을 받을 수도 있습니다. 이는 수익 추구라기보다 **공식 인증비** 성격이겠으나, 민간 플랫폼 입장에서는 협회 솔루션이 무료

배포되면 잠재적 경쟁이 될 수 있습니다. 따라서 민간 플랫폼은 협회와 **파트너십**을 통해 공존하는 방안 (예: 협회 규정 준수 기능 탑재, K-쿠폰 연동 등)을 모색할 필요가 있습니다.

6. 100개 대회 기준 예상 수익 시나리오

플랫폼이 월 100개의 홀덤 토너먼트를 지원한다고 가정하고, 앞서 논의한 수익모델별로 어느 정도의 매출이 발생할지 간략히 시뮬레이션해보았습니다. 아래 표는 각 모델을 단독 적용했을 경우의 **월간 수익 예시**를 나타냅니다 (가정 수치이며 실제와 다를 수 있습니다).

수익모델	가정 (100개 대회 기준)	월 예상 수익
광고 수익	- 플랫폼 내 배너광고 2곳 (월 100만 원 × 2 업체) - 대회 후원사 광고 1건 (월 200만 원)	약 400만 원
구독 모델	- 30개 매장이 유료 구독 (월 10만 원/매장 기준) - 나머지 매장은 무료 플랜 이용	약 300만 원
수수료 기반	- 대회당 정액 3만 원 × 100회 (또는 참가자당 수수료 1천 원, 대회당 30명)	약 300만 원
기능 유료화	- 10개 매장에서 고급 기능 팩 구매 (월 5만 원/개) - 20건의 개별 PDF 리포트 출력 (건당 1만 원)	약 70만 원

주: 위 수치는 모델별 단순 합산이며, 실제로는 **복합 모델 적용** 시 중복 매출 제거나 할인 등이 고려되어야 합니다. 예를 들어 구독제를 내는 매장은 별도의 대회당 수수료를 면제해준다거나, 프리미엄 구독 시 광고 노출을 제외하는 식으로 **조정**이 필요합니다. 그럼에도 불구하고 대략적인 규모 파악을 위해 분리하여 제시했습니다.

100개 대회라는 **활성도**를 기준으로 보면, 광고든 구독이든 **월 수백만 원대**의 매출을 기대해볼 수 있습니다. 이는 플랫폼이 초창기 스타트업 단계에서 **유의미한 현금흐름**을 만들 수 있는 수준이지만, 큰 폭의 수익을 내는 사업으로 성장하려면 결국 대회 수가 500개, 1000개로 늘고 **해외 시장**도 공략해야 할 것입니다.

특히 **광고 수익**은 이용자 풀이 커질수록 선형(또는 그 이상) 성장할 여지가 있고, **구독 수익**은 일정 규모 이상에서 안정적인 **락인 수익**을 제공합니다. 수수료 기반은 빠른 초기 확산에 유리하지만 장기적으로는 **구독 전환**을 유도하는 전략이 필요합니다. 기능 유료화는 부가적인 보조 수익으로서, 플랫폼 기능이 확장될수록 함께 늘어나는 구조입니다.

7. 복합 수익모델 조합 전략

현실적으로 **단일 수익모델에만 의존**하기보다는, 여러 모델을 혼합하여 장점을 살리는 것이 바람직합니다. 다음은 권장되는 **복수 모델 조합 전략**입니다:

- **기본 무료 + 광고 + 프리미엄 구독**: 핵심 기본 기능은 무료로 제공하여 최대한 많은 매장을 플랫폼으로 끌어들이고, 이들에게는 플랫폼 내 적절한 **광고 노출**로 수익을 올립니다. 이후 일정 규모 이상의 매장이거나 고급 기능이 필요한 고객에게 **프리미엄 구독 전환**을 제안합니다. 예를 들어 **월 5만원의 Pro요금제**로 업그레이드하면 광고가 제거되고, 추가 리포트/테마 기능을 제공하는 식입니다. 이렇게 하면 저변 확대와 수익화를 동시에 노릴 수 있습니다.
- **구독 + 수수료 혼용**: 모든 고객에게 구독만 강요하지 않고, **소규모 고객군**에는 **수수료제**를 적용합니다. 예컨대 월 2회 이하로 대회를 여는 곳은 **건별 과금**으로 부담 없이 이용하게 하고, 월정액 구독은 **빈도 높은 고객**만 선택하도록 유도합니다. 이는 앞서 언급한 KHold'em처럼, **Light 버전 vs Pro 버전**의 구도로 운영할 수 있습니다. 일정 횟수 이상 대회를 열면 자동으로 구독이 유리해지므로, 고객 스스로 업그레이드하도록 유도하는 효과도 기대됩니다.

- **광고 + 이벤트 제휴:** 플랫폼 규모가 커지면 **자체 토너먼트 개최** 혹은 외부 대회와의 **제휴 이벤트**를 통해 부가수익을 창출합니다. 예를 들어 플랫폼 사용자 대상의 연말 챔피언십을 열고, 이 대회에 스폰서를 받아 상금을 총당함과 동시에 후원 수익을 얻는 모델입니다. 플랫폼이 **리그 운영 주체**로 확장되면 참가비나 중계권 등의 새로운 수익원도 생길 수 있습니다.
- **기능판매 + 커뮤니티 강화:** 플랫폼 내 **랭킹 시스템**이나 **포인트 몰(mall)** 등을 만들어 플레이어들도 참여하는 **커뮤니티 플랫폼**으로 확장하면, 여기서 유료 아이템 판매나 멤버십 수익을 추가할 수 있습니다. 예를 들어 월간 랭킹 상위권에게 주는 배지를 판매하거나, 플레이어들이 유료로 프로필 통계를 열람하게 하는 등의 부가 모델을 붙일 수 있습니다. 다만 이는 **B2C 영역**으로의 확장이라 신중한 접근이 필요합니다.

이러한 조합 전략을 통해 **초기-성장-안정 단계별**로 수익모델의 무게중심을 이동할 수 있습니다. 초기에는 광고와 수수료로 **유저 확보**에 중점을 두고, 성장기에 구독 전환으로 **수익 극대화**, 성숙기에는 이벤트/커뮤니티로 **추가 가치 창출**을 도모하는 것입니다.

8. 차별화 요소 및 기능 확장 아이디어

마지막으로, 플랫폼의 **경쟁력 강화**를 위한 **차별화 요소**와 향후 **확장 가능한 기능 아이디어**를 제시합니다. 이는 단순히 수익모델 측면뿐 아니라, 서비스 자체의 **매력도**를 높여 간접적으로 수익을 증대시킬 전략과 연결됩니다.

- ① **공식 인증 및 준법 지원:** 국내 홀덤 산업은 **합법/불법 경계 이슈**가 중요합니다. 따라서 플랫폼에 **대한홀덤협회(KHSA)** 인증 마크를 획득하거나, **시드권(K-쿠폰) 관리 기능**을 내장하여 불법 행위 차단을 지원하면, **신뢰성** 측면에서 차별화될 것입니다. 예를 들어 플랫폼을 통해 발급되는 **디지털 시드권**은 현금 환전이 불가능하고 투명하게 기록되며, 당국 신고 기능을 포함하는 식입니다²⁸. 이런 공신력을 갖추면 홀덤펍들이 **안심하고 채택**하게 되어, 결과적으로 시장 점유율과 수익 향상에 기여합니다.
- ② **플레이어 네트워크 & 랭킹:** 기존 플랫폼들이 **운영자 중심**이었다면, 한 단계 나아가 **플레이어 사용자층**을 흡수하는 방향을 생각할 수 있습니다. 예를 들어 **모바일 앱**을 통해 플레이어가 전국 대회 일정을 검색/예약하고, 자신의 **누적 포인트나 전적 랭킹**을 조회할 수 있게 합니다²⁹. 와홀덤도 이미 Waholdem Link 앱으로 위치 기반 대회 정보를 제공하고 예약/참가권 관리를 지원하고 있습니다²⁹. 이러한 **B2C 기능**을 강화하면, 플랫폼은 자연히 광고주에게 매력적인 **매스 미디어**가 되고, 유료 멤버십 (예: 프로필 강화, 통계 열람 등) 판매도 가능합니다. 또 전국 규모의 **랭킹 시스템**을 구축하면 플레이어들의 **충성도**가 올라가고, 대회 참여도 활성화되어 플랫폼 사용 빈도가 높아질 것입니다.
- ③ **데이터 분석 및 AI 지원:** 플랫폼에 축적된 **게임 데이터**를 활용해 부가 가치를 창출할 수 있습니다. 예를 들어 **AI 추천 기능**으로 “어느 요일에 어떤 형태의 대회를 열면 참가자가 많았다”는 인사이트를 제공하거나, **최적 블라인드 구조 추천** 알고리즘을 제공하여 운영 효율을 높여줍니다. 운영자는 이러한 **고급 데이터 분석**을 위해 추가 요금을 낼 의사가 있을 수 있습니다. 또 플레이어에게는 **개인별 성향 분석 리포트**(예: 공격적 플레이어 지수 등)를 유료로 제공할 수도 있습니다. 이러한 **데이터 기반 서비스**는 경쟁사 대비 뚜렷한 차별화를 만들어내며, 기술 진입장벽을 높여 플랫폼 이탈을 막는 효과도 있습니다.
- ④ **커스터마이징 및 브랜딩:** 홀덤펍들은 저마다 **자신들만의 브랜드**를 갖고 싶어합니다. 따라서 플랫폼에서 제공하는 **대회 화면(타이머 화면)**이나 **테이블 시트** 등에 **펍 로고와 색상 테마**를 반영할 수 있게 하면 좋습니다. 이미 와홀덤이 다양한 스킨과 테마를 제공하지만³⁰, 한 걸음 더 나아가 **CSS 편집** 또는 **디자인 의뢰**까지 받아주는 프리미엄 서비스를 구상할 수 있습니다. 예를 들어 프랜차이즈 본사를 대상으로 **화이트라벨링(White Label)** 서비스를 해서, 걸보기엔 해당 브랜드 전용 시스템처럼 꾸며주는 것입니다. 이는 추가 비용 지불 의사가 높은 영역으로, 플랫폼 수익에 기여할 뿐 아니라 **고객 락인 효과**도 큼니다 (자신들만의 테마를 구축하면 다른 플랫폼으로 이동이 어려워짐).
- ⑤ **기타 확장 아이디어:**
 - **라이브 스트리밍 연동:** 주요 테이블을 웹캠으로 중계하고, 플랫폼에 실시간 중계 페이지 및 실시간 칩카운트 정보 등을 제공하면, 온라인 **시청자 트래픽**을 모아 유튜브 슈퍼챗이나 광고 수익 등을 노릴 수 있습니다.
 - **교육/컨설팅 서비스:** 초보 운영자를 위해 **토너먼트 운영 교육 자료**나 **1:1 컨설팅** 서비스를 유료 제공하는 것도 방법입니다. 플랫폼 이용 매뉴얼뿐 아니라, 성공적인 대회 개최 노하우를 전수해주는 콘텐츠로 추가 매출을 얻습니다.
 - **국제화 및 확장:** 장기적으로 한국 시장 100개 대회에 안주하지 않고, **해외 한인 홀덤 커뮤니티**나 **아시아 마인드 스포츠 시장**으로 확장할 수 있습니다. 이를 위해 다국어 지원, 해외 법규 준수 모드, 현지 결제 통합 등을 고려해

야 합니다. 해외 진출 시에는 현지 파트너와 수익쉐어형 라이선싱 모델도 검토할 수 있습니다. 즉, 플랫폼 소프트웨어를 해외 사업자에게 라이선스하여 로열티 수익을 얻는 방식입니다.

결론

월 100개 이상의 홀덤 토너먼트에 사용될 웹 기반 운영 플랫폼의 수익모델 설계에 대해, 광고 수익, 구독제, 수수료 과금, 기능 유료화의 네 가지 측면을 상세히 분석하였습니다. 각 모델은 고유의 장단점을 가지고 있으며, 실제 성공을 위해서는 한 가지 모델에만 의존하기보다 **복합적인 수익 구조**를 구축하는 것이 중요합니다.

유사 서비스 사례인 와홀덤과 KHold'em의 분석을 통해, 빠른 보급을 위해 **무료/저가 정책으로 시장을 선점한 후 프리미엄화**하는 전략, 그리고 **고객 규모별 차등 과금** 전략의 효과를 확인했습니다. 우리 플랫폼도 초기에는 낮은 진입장벽으로 최대한 많은 홀덤팬을 흡수하고, **점진적으로 수익모델을 다변화**해야 할 것입니다.

100개 대회 기준의 시뮬레이션은 매출의 가능성을 보여주지만, 더 중요한 것은 **지속적 성장성**입니다. 홀덤이 국내에서 **신생 레저 스포츠**로 자리잡아가고 있는 흐름에 맞춰 ³¹ ³², 플랫폼은 단순 대회 운영 도구를 넘어 **홀덤 생태계의 핵심 인프라**로 거듭나야 합니다. 이를 위해 **차별화된 기능**(예: 공식 인증 지원, 플레이어 커뮤니티, 데이터 분석, 커스터마이징 등)을 제공하면서, 협회 및 업계와 긴밀히 협력하는 것이 필수적입니다.

마지막으로, 본 플랫폼의 궁극적인 목표는 **건전한 홀덤 문화의 발전에 기여**하면서 동시에 **지속가능한 비즈니스**를 이루는 것입니다. 제시된 수익모델과 전략을 바탕으로 현실적이고 창의적인 비즈니스 플랜을 수립한다면, 월 100개 대회 돌파는 물론 업계 표준으로서의 성장이 충분히 가능할 것으로 기대합니다.

참고 자료: 와홀덤 공식 사이트 및 보도자료 ¹⁹ ⁶, KHold'em 제품 페이지 ⁴ ⁹, 한국홀덤협회 발표 내용 ²⁸ 등. (각각의 출처는 본문에 주석 형태로 표시)

¹ ¹¹ ¹² ¹⁷ ¹⁹ ²⁰ ²¹ ³⁰ 와홀덤

<https://waholdem.com/>

² ³ ²⁴ ³¹ 주목받는 홀덤 대회, 와홀덤의 기술적 혁신으로 더욱 완벽해진 'WFP 신드롬6 2023'

<https://v.daum.net/v/20230823133624528?f=p>

⁴ ⁵ ⁹ ¹⁰ ¹³ ¹⁴ ²⁵ ²⁶ ²⁷ kHold'em - Card Room Management System

<https://www.kholdem.net/en/>

⁶ ¹⁶ Poker Ranker

<https://rank.waholdem.com/news/view/54>

⁷ ⁸ 피터 채용 - 주식회사 피터 PHP 개발자 채용 | 잡코리아

https://www.jobkorea.co.kr/Recruit/GI_Read/44881656

¹⁵ ²² 와홀덤-홀덤 시장의 불안정한 요소를 배제한 신개념 홀덤 대회 연다

<https://sports.khan.co.kr/article/202406271652013>

¹⁸ 와홀덤, 홀덤 대회 관리 솔루션으로 전국 300개 업체 가입 - 한국목재신문

<https://www.woodkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=74744>

²³ 와홀덤-WFP, 홀덤 발전 위한 협약 체결...업계 지각변동 예상

<https://sports.khan.co.kr/article/202308251654003>

²⁸ ³² 대한홀덤협회, 투명한 홀덤대회관리 솔루션 도입 | 스포츠동아

<https://sports.donga.com/sports/article/all/20240321/124088190/2>

29 와홀덤 링크-WAHOLDEM LINK - Google Play 앱

<https://play.google.com/store/apps/details?id=kr.co.waholdem&hl=ko>