

2026 초기창업패키지 사업계획서(PSST)

사업명: WithFoM(위드폼) – QR 기반 O2O 광고·리워드·커머스 플랫폼

신청유형: 초기창업패키지(2026)

신청금액(희망): 사업화자금 최대 한도(1억원 이내)

법인: 2025년 3월 설립(법인)

MVP: 2026년 3월 운영(베타/파일럿 포함)

1. 제출용 요약(Executive Summary)

1: WithFoM은 오프라인 매장에서 필수 소모품인 ‘컵홀더’를 **QR 기반 디지털 게이트웨이**로 전환하여, 소비자 참여(설문+게임)와 리워드를 통해 **실측 가능한 광고 성과 데이터**를 만드는 O2O 플랫폼입니다.

2: 온라인 광고 효율(ROAS) 하락과 고객데이터 부재로 어려움을 겪는 소상공인(파트너)에게는 **컵홀더 비용 절감 + 스탬프/리워드/CRM**을 제공하고, 광고주에게는 **타겟 노출 + 전환(리워드 사용/구매) 기반 리포트**를 제공합니다.

3: 플랫폼의 핵심 트리거는 “컵홀더 QR 스캔”이며, 스캔 이후 AI가 **설문·게임·후킹문구·디자인**을 자동 생성/세팅하여 캠페인 제작 비용과 시간을 크게 낮춥니다.

4: 2026년 3월 MVP를 통해 (1) QR 참여, (2) 리워드 발급/사용, (3) 파트너 승인형 쿠폰/포인트 사용, (4) 광고주 캠페인 생성 및 기본 리포트까지 구현하고, 파일럿 상권에서 데이터 검증 후 2026년 하반기 확장을 목표로 합니다.

5: 본 사업은 ‘광고 플랫폼’과 ‘소상공인 상생 솔루션’을 동시에 달성합니다.

2. PSST 본문

2-1. P (Problem)

1: 온라인 광고 시장 포화로 광고비는 상승하고, 실제 구매/재방문으로 이어지는 성과는 측정이 어려워지고 있습니다. 특히 소상공인은 예산·인력·전문성 제약으로 온라인 마케팅을 지속하기 어렵습니다.

2: 오프라인 매장은 방문객이 많아도 **고객 데이터(누가, 왜, 어떤 혜택에 반응했는지)**가 남지 않아, 재방문/단골 전환 전략을 만들기 어렵습니다. CRM/멤버십 시스템 도입도 비용과 운영 부담이 큼니다.

3: 카페/외식 매장에서 매일 소비되는 컵홀더는 ‘비용’으로만 인식되며, 대부분의 경우 고객과의 상호작용(데이터/참여/전환)을 만들지 못한 채 소진됩니다.

4: 광고주는 오프라인에서 실제 소비자와 접점이 많지만, **노출→참여→전환**이 이어지는 데이터 기반 채널이 부족합니다.

5: 결론적으로, ‘오프라인에서 발생하는 확실한 접점’을 ‘측정 가능한 디지털 성과’로 연결하는 장치가 필요합니다.

2-2. S (Solution)

2-2-1. 서비스 한 줄 정의

1: 컵홀더에 인쇄된 QR을 스캔하면, AI가 참여형 콘텐츠(설문+게임)를 제공하고, 리워드를 통해 전환(구매/재방문)을 만들며, 모든 과정을 데이터로 기록·리포팅하는 O2O 플랫폼

2-2-2. 핵심 트리거 및 Core Flow(6단계)

- 1: 준비(관리자) - 정책/AI 템플릿/단가/등급/정산 구조 세팅
- 2: 온보딩(파트너) - 가입→상권·고객 입력→계약→리워드 설정→소진 보고 시작
- 3: 기획(광고주) - 회원가입→광고 목적·타겟·제품 등록→결제→AI 생성→제출
- 4: 배포(관리자/시스템) - 검수→파트너 매칭→컵홀더 제작·물류→QR·LOT 연결
- 5: 참여(소비자) - QR 스캔→AI 템플릿 분기→설문→결과 추천→게임→리워드/쿠폰 획득→구매/재방문
- 6: 리포트·정산(관리자·광고주·파트너) - KPI 대시보드→리포트→등급 확정→월말 정산

2-2-3. 이해관계자별 가치

- 1: 파트너(소상공인/매장)
 - A. 컵홀더 비용 절감(무료/반값 등 등급 기반)
 - B. 스탬프·리워드·쿠폰/포인트 등 고객 락인 기능 제공
 - C. 방문/재방문/리워드 사용 데이터 기반 운영 개선(벤치마크/인사이트 확장)
- 2: 광고주(브랜드/커머스)
 - A. 오프라인 실사용자 접점 확보(QR 스캔 기반)
 - B. 설문으로 타겟 데이터 확보 및 결과 기반 추천
 - C. 게임/리워드로 전환 유도 및 실측 리포트(노출/참여/전환)
- 3: 소비자(고객)
 - A. 참여형 콘텐츠(설문+게임)로 재미/몰입 경험
 - B. 리워드/쿠폰/포인트로 실질 혜택(광고주 상품 또는 파트너 매장 혜택)
- 4: 관리자(WithFoM)
 - A. 매칭/운영/정산/품질관리로 생태계 신뢰 유지
 - B. 데이터 신뢰 기반 등급·정산·광고 효율 극대화

2-2-4. 리워드·쿠폰/포인트 운영 원칙(핵심)

- 1: 리워드는 ‘광고주 리워드(1~6등)’와 ‘파트너 리워드(7등)’로 분리하여, 광고주 전환과 파트너 재방문을 동시에 설계합니다.
- 2: 쿠폰/포인트 사용 플로우는 “소비자 사용 버튼 → 파트너 페이지 승인 대기 노출 → 파트너 승인 클릭 시 사용 확정” 구조로 운영하여 부정 사용을 방지하고 매장 운영의 통제권을 확보합니다.

2-2-5. AI 기반 자동 생성/자동 세팅(핵심 기술 정의)

- 1: 광고주가 상품/브랜드/타겟 정보를 입력하면, AI가 아래 항목을 자동 생성합니다.
 - A. 설문 문항 및 분기(타겟/제품 특성 기반)
 - B. 게임 룰 및 당첨 확률/예산 범위 제안
 - C. 후킹 문구 및 CTA
 - D. 기본 디자인/레이아웃(템플릿 기반)
 - 2: 결제 이후 자동 세팅 플로우로 캠페인 셋업 시간을 단축하고, 광고주의 제작 비용 부담을 낮춥니다.
-

2-3. S (Scale Strategy)

2-3-1. 타겟 시장 및 확장 순서

- 1: 1차 타겟 - 카페/음료 중심 매장(컵홀더 사용 빈도가 높고 QR 노출 환경이 자연스러운 업종)
- 2: 2차 확장 - 디저트/베이커리/테이크아웃 전문점, 프랜차이즈 협업
- 3: 3차 확장 - 포장재/패키징(쇼핑백, 포장 스티커, 배달 포장 등)로 'QR 접점'을 확장
- 4: 4차 확장 - 해외 한인 상권/관광 수요(중장기 글로벌 버전)

2-3-2. 수익 모델(Revenue Streams)

- 1: 광고주 캠페인 매출
 - A. 컵홀더 제작/물류 + 캠페인 운영(SaaS) 패키지
 - B. 고신뢰 매장 우선 배정 등 'Boost 옵션'(가산 정책)
- 2: 커머스 수수료
 - A. 광고주 상품 구매 발생 시 플랫폼 수수료(기본 수수료 + PG 비용 구조)
- 3: 파트너 멤버십(구독)
 - A. 플러스/프리미엄 등급에 따라 제공 기능/혜택 차등(대시보드·인사이트·운영 자동화 등)
- 4: 파트너 결제/오더 수수료(선택형)
 - A. 매장 내 결제/오더 기능 사용 시 거래 수수료
- 5: 데이터/리포트 고도화(추가 상품)
 - A. 벤치마크/인사이트/캠페인 최적화 리포트(프리미엄 기능)

2-3-3. 고객 확보(GTM)

- 1: 파트너 확보(B2B2C의 B2B)
 - A. '컵홀더 비용 절감 + CRM 제공' 메시지로 입점 장벽을 낮춤
 - B. 지역별 파일럿 상권을 설정하여 밀집도를 만든 후 확장
 - C. 출력/물류 파트너와 연계해 납품 프로세스를 표준화
- 2: 광고주 확보(B2B)
 - A. D2C 브랜드/신제품 런칭 브랜드 중심으로 성과형 캠페인 제안

- B. 오프라인 타겟(지역/연령/상권) 기반 패키지 제안
- C. 리워드 기반 전환(쿠폰/구매) 데이터를 리포트로 제공

3: 소비자 활성화(B2C)

- A. ‘한 잔의 커피에 숨은 혜택’ 같은 후킹 문구 + 즉시 리워드
- B. 게임형 참여로 참여율 상승
- C. 지역/취향 기반 추천을 강화해 재참여 유도

2-3-4. 2026년 성과 목표(계획 KPI, 목표치)

1: 2026년 6월(상반기)

- A. 파일럿 파트너 매장: 30곳
- B. 누적 QR 스캔: 50,000회
- C. 설문 참여율: 20% 이상(스캔 대비)
- D. 리워드 사용(전환)율: 3% 이상(참여 대비)

2: 2026년 12월(연말)

- A. 파트너 매장: 200곳
- B. 광고주 캠페인: 40개
- C. 누적 QR 스캔: 500,000회
- D. 리워드 사용(전환)율: 5% 이상(참여 대비)

2-4. T (Team)

2-4-1. 핵심 인력

1: 대표(총괄/사업개발/운영)

- A. 학력: 고졸
- B. 경력: 호주에서 사업 시작, 한국에서는 2023년부터 사업 시작
- C. 수행 경험: 직원 관리 프로그램 제작, 헤어 제품 제조/유통, 카페 운영 등 다각 운영 경험
- D. 강점: 현장 운영 이해(오프라인), 실행 중심의 사업 구축 역량

2: 연구소장(제품/개발/AI)

- A. 학력: 대졸
- B. 경력: 프로그램 개발 강사, 전 IT회사 대표
- C. 전문: 프로그램 개발(특히 AI)
- D. 역할: AI 생성 파이프라인/데이터 구조/서비스 안정화 총괄

2-4-2. 채용/협업 계획(초기)

1: 개발

- A. 백엔드 1명(플랫폼/정산/리포트)
- B. 프론트엔드 1명(웹뷰/대시보드)

2: 사업/운영

- A. 파트너 세일즈 1명(상권 확장/입점 관리)
- B. CS/운영 1명(승인/정산/품질관리)

- 3: 외부 협력(필수)
 - A. 인쇄/제작 파트너(컵홀더)
 - B. 물류 파트너(납품/LOT 관리)
 - C. 결제/PG 파트너(커머스/오더)
-

3. 개발 및 사업화 추진계획(12개월 로드맵)

3-1. MVP 범위(2026년 3월)

- 1: 소비자
 - A. QR 스캔 랜딩(템플릿 분기)
 - B. 설문 참여 및 결과 화면
 - C. 게임 참여 및 리워드 발급
 - D. 쿠폰/포인트 보관함 및 사용 요청
- 2: 파트너
 - A. 쿠폰/포인트 승인(승인 대기/승인 완료 로그)
 - B. 일일 소진 보고(기초)
- 3: 광고주
 - A. 상품 정보 입력
 - B. AI 기반 설문/게임/문구 자동 생성(초안)
 - C. 캠페인 등록 및 검수 대기
- 4: 관리자
 - A. 파트너/광고주 승인
 - B. 캠페인 매칭(수동/반자동)
 - C. 기본 리포트(스캔/참여/리워드 사용)

3-2. 고도화 범위(2026년 4~12월)

- 1: 데이터 신뢰/품질
 - A. 이상치 탐지(비정상 소진/리워드 사용)
 - B. 파트너 등급 산정 및 혜택 자동 적용
 - 2: 리포트
 - A. 광고주: 캠페인별 리포트(지역/타겟/전환)
 - B. 파트너: 매장관리(벤치마크/인사이트/업셀 동선)
 - 3: 매칭 자동화
 - A. 광고주 Boost 옵션 적용(고신뢰 매장 우선)
 - B. 상권/고객층 기반 추천 매칭
 - 4: 커머스/오더
 - A. 광고주 상품 구매 플로우
 - B. 파트너 오더/결제 기능(선택형)
-

4. 자금 운용 계획(정부지원금 기준 초안)

4-1. 집행 방향(원칙)

- 1: 핵심 기능(MVP+데이터 신뢰+리포트)을 먼저 완성하고, 파일럿에서 지표로 검증한 뒤 확장합니다.
- 2: 운영 고정비(서버/모니터링/보안)와 성장비(파트너/광고주 확보 마케팅)를 균형 있게 편성합니다.

4-2. 예산(안) - 총 100,000,000원(신청 최대 한도 가정)

- 1: 제품/개발(플랫폼+AI+대시보드) 40,000,000원
 - 2: 클라우드/서버/모니터링(12개월) 12,000,000원
 - 3: 파일럿 제작/운영(컵홀더 샘플 제작, LOT/QR 운영, 현장 운영비) 15,000,000원
 - 4: 마케팅/세일즈(파트너 입점, 광고주 세일즈 자료, 캠페인 운영) 20,000,000원
 - 5: 지식재산/법무/개인정보·보안 컨설팅 3,000,000원
 - 6: 테스트/QA/사용성 검증(리서치, 사용자 테스트, 개선) 5,000,000원
 - 7: 예비비(리스크 대응) 5,000,000원
-

5. 리스크 및 대응 전략

- 1: QR 참여율 저조
 - A. 후킹 문구/즉시 리워드/게임 난이도 조절로 참여율 최적화
 - B. 템플릿 A/B 테스트로 상관별 최적 패턴 확보
 - 2: 부정 사용/데이터 왜곡
 - A. 승인형 쿠폰/포인트 사용 구조(파트너 승인)
 - B. 이상치 탐지 및 신뢰도 등급 연동(정산/매칭에 반영)
 - 3: 인쇄/물류 운영 리스크
 - A. LOT 기반 QR 관리로 추적 가능 구조 설계
 - B. 협력사 다변화 및 표준 납품 프로세스 구축
 - 4: 개인정보/규제 리스크
 - A. 최소 수집 원칙 + 목적 고지 + 동의 기반 수집
 - B. 로그/응답 데이터의 접근 권한 분리(주체별 권한)
-

6. 기대 효과

- 1: 소상공인(파트너)
 - A. 마케팅 비용 부담 완화(컵홀더 비용 지원/대체)
 - B. CRM 도입 장벽 제거(스탬프/리워드/데이터 제공)

- 2: 광고주
 - A. 오프라인 실사용자 접점의 데이터화
 - B. 리워드 전환 기반 '성과형' 리포트로 효율 개선
 - 3: 소비자
 - A. 일상 속 참여형 경험 + 실질 혜택
 - 4: 지역 상권
 - A. 골목 상권의 디지털 전환 촉진(상생 구조)
-

7. 첨부/증빙(준비 예정 리스트)

- 1: 법인등기부등본(설립일 확인)
 - 2: 사업자등록증
 - 3: 팀 이력(대표/연구소장)
 - 4: MVP 화면/프로토타입(2026.3)
 - 5: 협력사(인쇄/물류/PG) 협의 내역(가능 시)
 - 6: 개인정보 처리방침/이용약관 초안(준비 단계)
-

8. 제출 양식 반영 안내(사용 메모)

- 1: 초기창업패키지 공식 HWP 양식은 연도/주관기관별로 세부 항목명이 다를 수 있으므로, 공고 시점에 제공되는 '사업 계획서 양식'에 본 문서를 항목별로 분해하여 붙여넣는 방식으로 반영합니다.
- 2: '목차 및 제목 변경 불가', '작성방법 숙지' 등 양식 안내 문구를 반드시 준수하고, 수치/예산 단위/제출 파일명 규칙을 공고문 지침에 맞춰 최종 정리합니다.