

볼만한 영상 리뷰가 가득한 오픈마켓 플랫폼 **voguma**

• IR 사업계획서



NAVER

보구마



네이버에서 '보구마'를 검색하여 참고바랍니다.

INDEX

01 Problem & Solution

시장 기회, 고객의 문제 및 해결책 정의

02 Product & Competition

서비스 주요 특징 및 경쟁 분석, 차별적 경쟁 우위

03 Market Size & Go to Market

시장 규모 및 초기 시장 진입 전략 정의

04 Growth Strategy

오픈마켓 플랫폼 성장 전략 정의

05 Team

팀 및 핵심 역량 정의

06 Revenue Model & Financial Projection

서비스 주요 특징 및 경쟁 분석, 차별적 경쟁 우위

01

Problem & Solution

시장 기회, 고객의 문제 및 해결책 정의

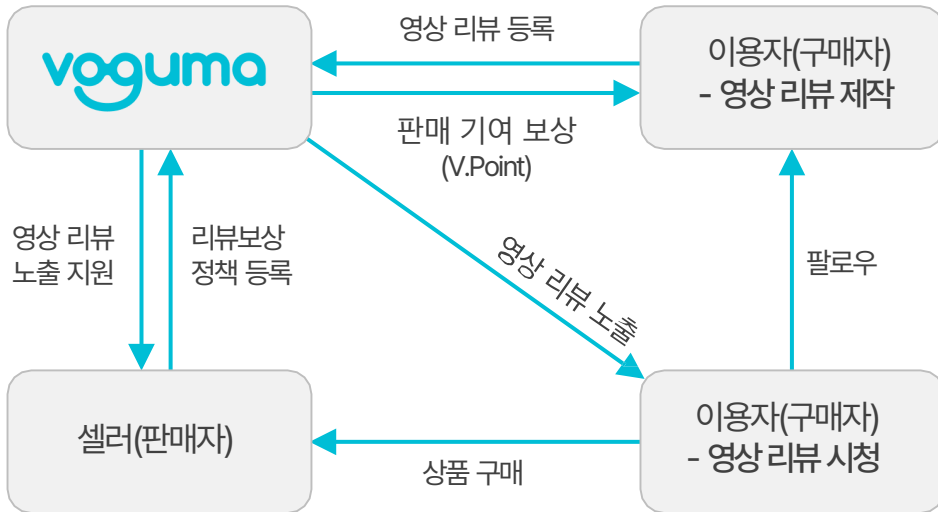
“

재미있는 연구소의 '보구마'는 기존의 온라인 종합몰, 오픈마켓 플랫폼과 달리
구매자의 영상 리뷰를 **올리는 재미를 극대화** 함으로써 볼거리, 재미가 가장 많은 오픈마켓 서비스입니다.

”

리뷰 콘텐츠 기반 오픈마켓 (AS-IS)

이용자(구매자)가 올리는 영상 리뷰를 통해 판매가 발생하면 리뷰어에게도 제대로 보상해 주는 오픈마켓 플랫폼



가장 재미있는(Fun) 오픈마켓 (TO-BE)

시장에서 재미있는 영상 리뷰를 가장 많이 보유하고 있으며, 고객에게 즐거운 쇼핑 경험을 제공하는 종합 오픈마켓 플랫폼

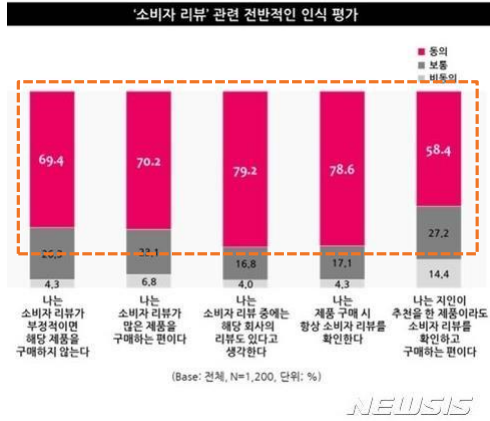
리뷰 콘텐츠 기반 오픈마켓 (AS-IS)

리뷰어 Co-Marketing
매칭 플랫폼
(TO-BE)

위치기반 즉시 배송
커머스 서비스
(TO-BE)

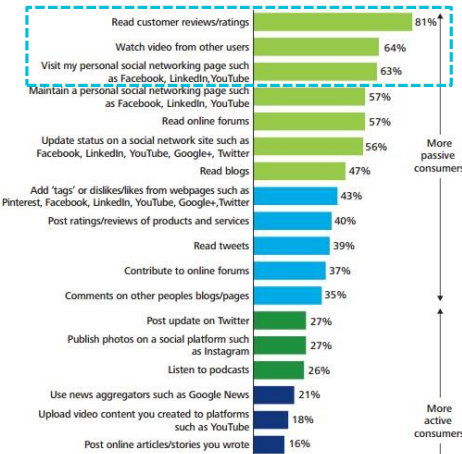
스크린 세이버 리타게팅
콘텐츠/광고
(TO-BE)

“물건이나 서비스를 직접 확인하지 않고 구매하는 온라인 쇼핑 특성상 구매자가 온라인으로 제품을 구매하는데 **다른 구매자/사용자의 리뷰**가 중요하다는 것은 새로운 것이 아닙니다.”



비사용 경험 제품 온라인 구매 시 참고 정보

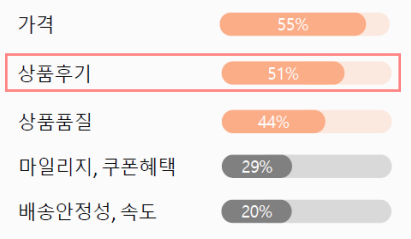
정보	1순위 (%)	참고 정보(복수) (%)
판매 사이트의 해당 제품 구매 후기	20.8	58.5
일반인 블로그의 사용 후기/리뷰	12.7	43.2
주변 사람/지인 추천	13.9	39.8
판매 사이트의 상품 소개, 화장품 성분	10.0	31.2
화장품 전문 리뷰 사이트/앱의 리뷰	10.7	29.7
판매 사이트의 상품 소개: 제품 설명/컨셉	4.4	29.2
많이 판매된 제품	5.8	29.0
인지도 높은 브랜드 여부	5.3	28.1
판매 사이트의 상품 소개: 검증된 제품	4.4	23.4
판매 사이트의 상품 소개: 시연 사진	2.2	19.5
뷰티크리에이터의 제품 소개 및 사용 영상	6.3	17.6
유명 뷰티 블로거의 사용 후기/리뷰	2.4	17.5
화장품 제조사명 확인	0.3	10.8
잡지/언론사 베스트 제품 선정 여부	0.2	3.1



Shoppers consider review content before making a purchase decision



/ 쇼핑채널 선택시 가장 중요한 것 (복수응답) /



30대 여성 고객
(기혼, 자녀1명, G마켓/컬리 주로 이용)

“상품을 구매할 때 리뷰를 꼼꼼하게 봐요. 가끔 정보성이 없는 리뷰도 많지만 최대한 검색한 뒤 구매를 해요”

30대 남성 고객
(미혼, 쿠팡/네이버쇼핑 주로 이용)

“가전제품이나 전자기기 등 물건을 살 때엔 소리나 감각적인 정보를 얻기 위해 인스타, 유튜브를 참조해요”

20대 여성 고객
(미혼, SNS마켓 주로 이용)

“숏츠나 릴스에서 유행하는 상품을 찾아서 구매한 경험이 있어요.”

*자체 고객 인터뷰 내용 일부

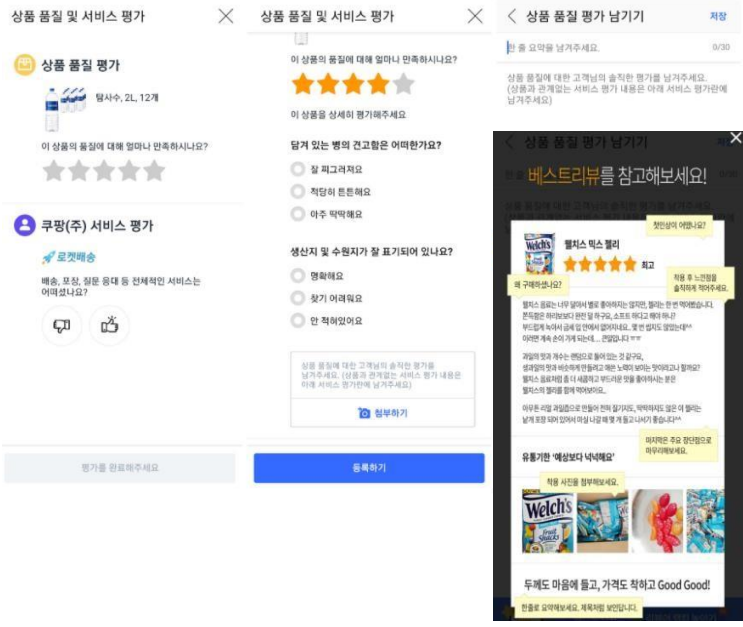
“

이미 네이버 쇼핑, 쿠팡, 11번가 등 주요 커머스 플랫폼 선두 주자 중심으로 고객 리뷰의 중요성을 인지하고 리뷰 콘텐츠를 **차별적 경쟁우위로 가져가기 위한 노력**을 기울이고 있습니다.

”

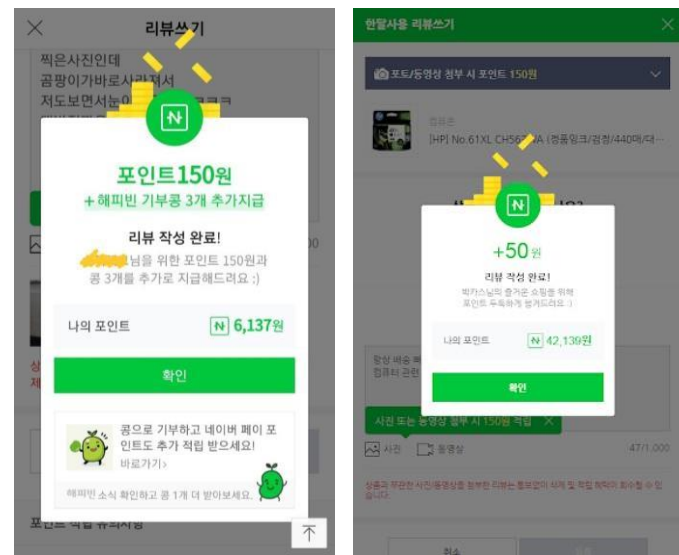
친절한 사용자 리뷰 가이드를 제공하는 쿠팡

일반적 문서에디터가 아닌 상품별 상세 질문, 가이드로 콘텐츠가 풍부한 리뷰 작성 독려



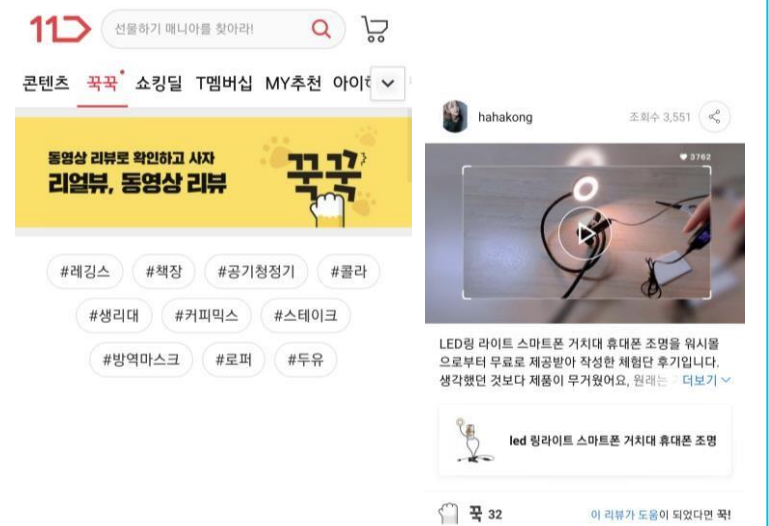
사용자 리뷰에 보상을 제공하는 네이버

네이버 쇼핑, 네이버페이를 통해 구매한 구매자에게 푸시 알림으로 리뷰 작성 독려 (기본 50원, 이미지/영상 150원)



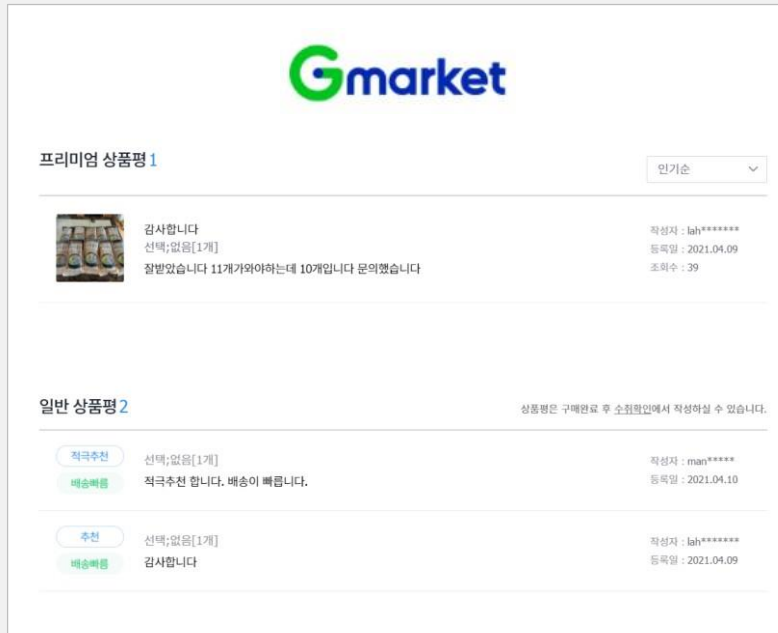
영상 리뷰 콘텐츠를 강화하는 11번가

영상 리뷰 전용메뉴(꼭꼭)를 통해 영상 리뷰 콘텐츠 노출/작성 집중
영상 리뷰 포함된 상품의 PV 급증 확인



하지만, 쿠팡, 네이버 쇼핑 등 일부 사업자를 제외한 대부분 종합몰, 오픈 마켓의 경우 여전히 소비자 리뷰를 소중한 자산보다는 기본 기능으로 인식하는 등 **고객 관점에서 혁신 없이 대동소이한 모습** 을 보이고 있습니다.

- 오픈마켓, 커머스의 규모와 상관없이 대다수 쇼핑몰의 리뷰 UI는 고객관점에서 혁신 요소를 보여주기 보다는 구색 갖추기 형태로 대동소이함 대부분
- 단문 중심의 리뷰로 전체 리뷰의 평점 외 고객 관점에서 참조할 만한 정보/내용이 극히 드뭄



Gmarket

프리미엄 상품평 1

인기순

감사합니다
선택;없음[1개]
잘받았습니다 11개가와야하는데 10개입니다 문의했습니다

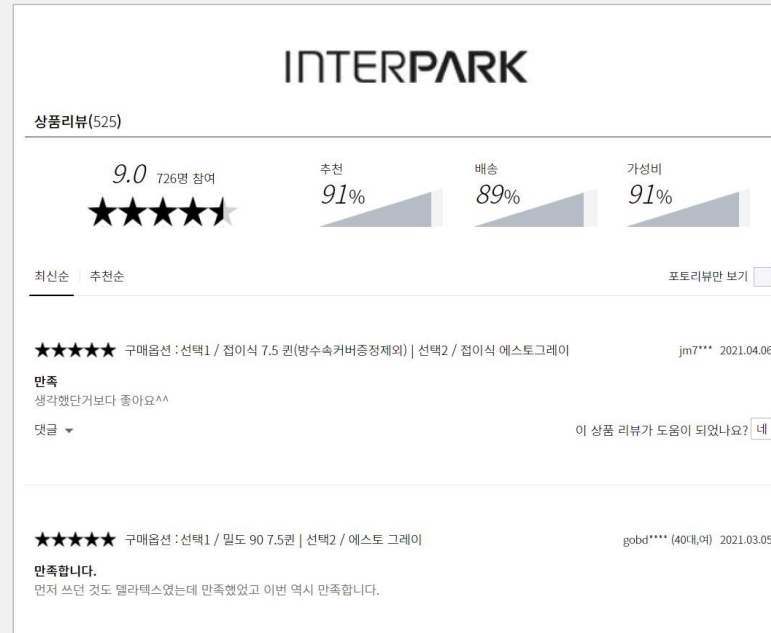
작성지 : lah*****
등록일 : 2021.04.09
조회수 : 39

일반 상품평 2

상품평은 구매완료 후 소위약관에서 작성하실 수 있습니다.

적극추천 선택;없음[1개] 작성지 : man*****
배송비됨 적극추천 합니다. 배송이 빠릅니다. 등록일 : 2021.04.10

추천 선택;없음[1개] 작성지 : lah*****
배송비됨 감사합니다. 등록일 : 2021.04.09



INTERPARK

상품리뷰(525)

9.0 726명 참여

★★★★★

추천 91% 배송 89% 가성비 91%

최신순 추천순 포토리뷰만 보기

★★★★★ 구매옵션 : 선택1 / 접이식 7.5 권(방수속커버증정제외) | 선택2 / 접이식 에스토그레이 jm7*** 2021.04.06

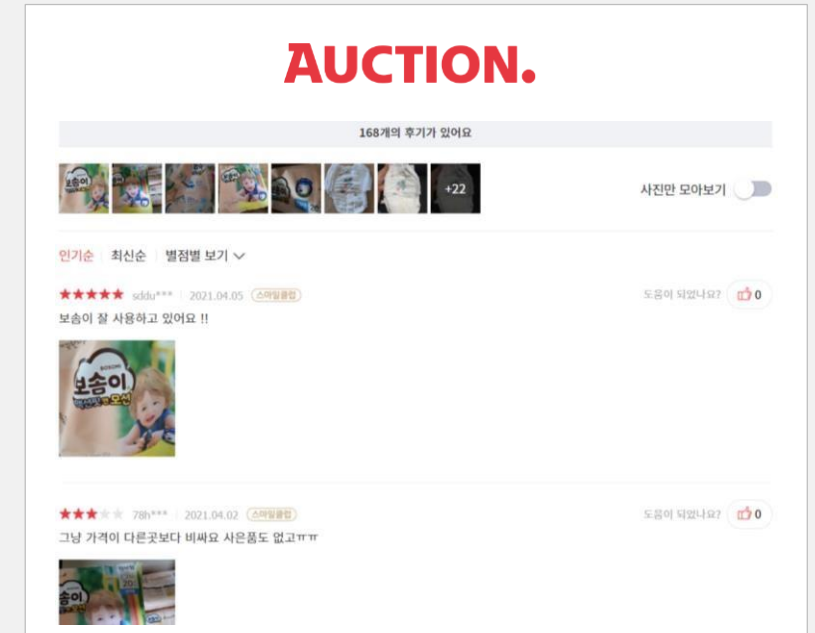
만족
생각했던거보다 좋아요^^

댓글

이 상품 리뷰가 도움이 되었나요? 네

★★★★★ 구매옵션 : 선택1 / 밑도 90 7.5권 | 선택2 / 에스토 그레이 gobd**** (40대,여) 2021.03.05

만족합니다.
먼저 쓰던 것도 델라텍스였는데 만족했었고 이번 역시 만족합니다.



AUCTION.

168개의 후기가 있어요

사진만 모아보기

인기순 최신순 별점별 보기

★★★★★ sdbu*** 2021.04.05 (스마트폰) 도움이 되었나요? 0

보송이 잘 사용하고 있어요 !!

★★★★★ 7ah*** 2021.04.02 (스마트폰) 도움이 되었나요? 0

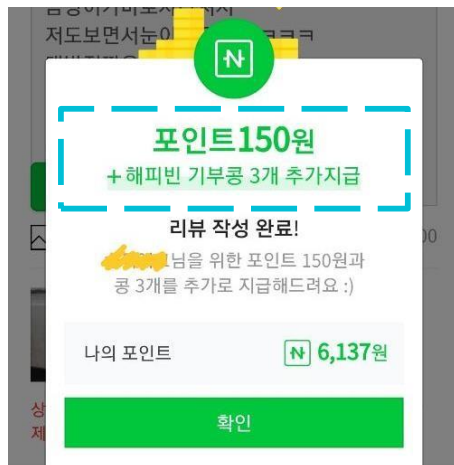
그냥 가격이 다른곳보다 비싸요 사은품도 없고ㅠㅠ

커머스 사업자에게 차별적 경쟁우위를 제공하는 리뷰 콘텐츠지만, 정작 리뷰(특히 영상 리뷰)를 생산하는 고객에 대한 **합당한 보상과 본질적인 재미를 제공** 하는 사업자는 없습니다.

플랫폼

양질의 리뷰에 대한 경제적 보상이 턱없이 낮거나 없음

- 네이버의 경우, 유일하게 리뷰에 대해 현금성 보상을 하지만 리뷰에 대해 천편일률적으로 50~150원의 보상
- 대부분 커머스 플랫폼의 경우 리뷰를 독려하지만 경제적 보상 없음



- 일반 리뷰 50원, 이미지 또는 영상 첨부시 150원
- 구매 1개월 후 '한달 리뷰'를 추가할 수 있지만 보상 동일
- 리뷰 하나당 50~300원 보상

셀러

단발성 형태의 리뷰 보상

- 구매자에게 리뷰 작성시 3,000~5,000원 내외의 보상 제공하는 이벤트를 진행할 때도 있으나, 이후 추가 보상이나 나의 리뷰가 얼마나 판매자에게 기여했는지 등은 알 수 없음



**포토후기 작성하면
탐앤탐스 아메리카노 100% 증정!**

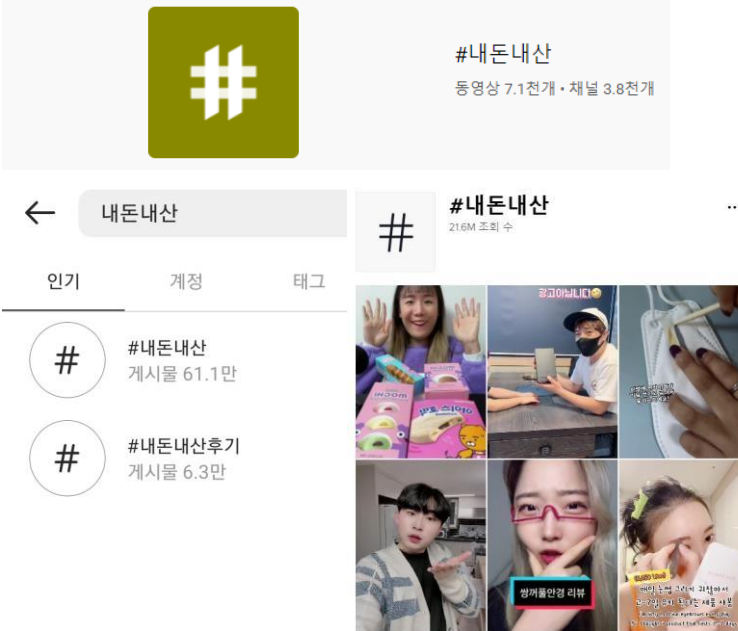
이벤트 내용: 탐앤탐스 아메리카노 구매 후 포토후기 작성시 100% 탐앤탐스 아메리카노를 증정합니다.
이벤트 기간: 2017년 6월 1일(목)부터 ~ 6월 30일(금)까지 한달간
참여 대상: 탐앤탐스 아메리카노 구매 시 참여 가능 (한인/외국인 한정/1인 이상 구매)
당첨자 발표: 2017년 7월 7일(금) 오후 6시 이벤트 게시판
당첨 상품: 탐앤탐스 아메리카노 Tall 사이즈 1대

BONABITS
X
TOM N TOMS COFFEE

“ 보구마의 핵심 목표고객은 인스타그램, 틱톡 등 SNS에 자기 표현을 즐기는 MZ세대로
영상 리뷰 콘텐츠를 **적극적으로 소비하는 동시에 생산하는 프로슈머(Prosumer)특징** 을 지니고 있습니다. ”

01 리뷰가 자신을 표현하는 하나의 콘텐츠 테마

다음 검색어에 대한 결과 포함: 내돈내산



*내돈내산' 해시태그량 (유튜브, 인스타그램, 틱톡)

02 리뷰를 소비하는 동시에 적극적으로 생산(자기만족 극대화 목적)

이제 리뷰의 역할이 변하고 있습니다.

모두가 보상을 받기 위해 리뷰를 작성하는 것은 아닙니다.



리뷰를 쓰고 제공되는 보상을 받으려고 77.3%

사람들에게 정보를 알려주려고 70.2%

▶ 40, 50대가 특히
정보를 공유하고 싶어 합니다.

개인적인 기록을 위해 13.1%

재밌어서 4.1%

취미로 1.4%

[Base: 리뷰 작성 경험자, N=366, 1+2순위, 단위: %] 2018년 10월

*출처: 오픈서베이 (2018)

03 영상리뷰전용앱 사용자의 의견 일부

근데 사실 제 개인적으로...이 앱을
제가 자주 이용하게 되는 이유는
리워드 수익금 3%가 아니라, 다른
유저들이 말해주는 좋은 코멘트에
요 ㅋㅋㅋ

댓글 기능으로 다른 유저들이 각자
의 동영상에 말해주는 말들이 너무
예쁘고 기분 좋아져요

정수님 말씀대로 앱 이용하는 크리
에이터나, 리뷰 보는 구독자나... 둘
다 MZ세대들이라 그런지 타인이
만드는 콘텐츠에 대해 굉장히 존중
하는 자세를 취해요

“

오픈 마켓에 입점하는 판매자는 이미 다양한 오픈 마켓 플랫폼에서 상품을 판매하고 있는 일반적인 셀러로 매출 향상을 위해 다양한 프로모션을 진행하면서 **비용 부담 및 피로감** 을 느끼고 있습니다.

”

과도한 (퍼포먼스)마케팅 활동으로 인한 비용 및 피로도 증가

- 자체 쇼핑몰 홍보 및 매출향상을 위한 다양한 Paid Marketing 집행
 - Facebook, Instagram, Tiktok 등 소셜미디어 노출 광고 등
 - 네이버, Google 등 검색엔진 키워드 광고 등
- 오픈마켓 내 카테고리 상단 노출 등을 위한 마케팅 집행
- 비용뿐만 아니라 마케팅 전략 수립 및 실행 전반의 과정에 높은 피로도

https://m.mtn.co.kr/news/news_view

머니투데이방송 MTN 모바일

2015. 9. 9. — 오픈마켓 판매수수료는 8~12% 수준이지만 실제 광고비를 감안하면 백화점 수수료 (평균 28.32%)보다 높아진다고 판매자들은 입을 모읍니다.

“광고비도 광고비지만, 소재 만들고 구글, 페이스북에 맞춰서 광고 등록하고 집행하는 것도 일이에요. 솔직히 교육도 많이 받고 그러지만 여전히 잘 모르겠어요”



오픈마켓 셀러

*자체 고객 인터뷰 내용 일부

판매자 고유의 판매 향상을 위한 콘텐츠 관리 시스템 부재

- 신규 판매에 '고객 리뷰'가 효과적이지만, 리뷰를 체계적으로 작성, 취합, 관리하는 시스템 부재
- 제품 상세페이지, 리뷰 등이 특정 플랫폼에 종속된 경우 배타적 권리 없이 다른 셀러들이 무차별적으로 활용할 수 있다는 문제 존재



8 SBS NEWS 최저가 업체에 후기 몰아준 쿠팡.. "후기 믿었는"

coupang

쿠팡 약관 제 17조

"판매자는 상품의 콘텐츠를 회사와 다른 판매자가 사용할 수 있음에 동의"

"개별 서비스의 종료에도 존속"

"판매자는 자신의 비용으로 쿠팡을 면책"

“ 자신이 올린 영상 리뷰가 많은 사람들에게 퍼지고, 도움이 된다는 피드백을 받고, 심지어 실제 판매로 연결될 경우 경제적 보상까지 받을 수 있도록 함으로써 **영상 리뷰를 올리는 재미를 극대화** 시키고자 합니다. ”

사용자 영상 리뷰, 제대로 응대한다! | 정서적



- 사용자의 영상 리뷰에 대해 판매자가 직접 감사 인사와 피드백, 상품 개선 등을 약속 하면서 고객의 **'참여감'** 극대화

★★★★★ 5
중량/용량: 껌소금 500g | 상품주문번호: 20210
상품명: **볶음 껌소금 200g/500g**

잘 받았습니다. 지퍼백이면 더 좋았을합니다.

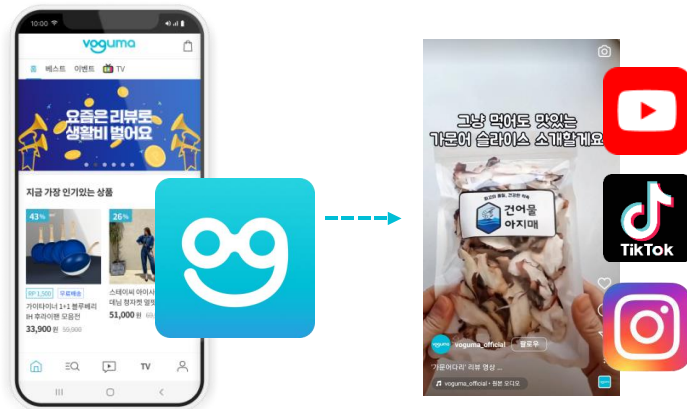


리뷰에 담긴 고객 피드백 상품 기획/개선 반영 사례
(다진마늘, 지퍼백 추가보완)

사용자 영상 리뷰, 제대로 알린다! | 사회적



- 리뷰 작성자(고객), 셀러의 별도 노력 없이 플랫폼 내외부로 영상 리뷰가 노출돼 고객 의 영상 리뷰가 **가급적 많은 사람들이** 볼 수 있도록 지원



사용자 영상 리뷰, 제대로 보상한다! | 경제적



- 리뷰 작성은 물론, 영상 리뷰를 통해 실제 판매가 발생할 경우 영상 리뷰를 작성한 고객에게 **포인트로 제공**
- 최종 결제액 기준, **3~5% 보상** (셀러 자유)
- 포인트는 오픈마켓에서 즉시 현금처럼 사용하거나 원천징수 후 계좌이체
- 열혈 이용자의 경우 일종의 **'리뷰 연금' 가능**
 - 리뷰 1개 당 평균 월수입 1만 원 기준,
 - 리뷰 100개 = 월 100만 원 수입
 - 리뷰 200개 = 월 200만 원 수입

“ 보구마에서 구매자는 자신이 올린 영상 리뷰 콘텐츠에 대해 **정서적, 사회적, 경제적 보상** 을 충분히 경험함으로써 쇼핑과 콘텐츠 창작의 즐거움을 만끽할 수 있고, 궁극적으로는 단순 쇼핑몰 이용자에서 영상 리뷰 콘텐츠 크리에이터로서 가장 즐거운 쇼핑라이프를 경험할 수 있습니다.

보구마, 단순 구매자에서 영상 리뷰 콘텐츠 크리에이터로의 고객 여정



“

영상 리뷰를 비롯한 리뷰 콘텐츠를 통합으로 모니터링하고 관리할 수 있는 대시보드를 제공함으로써 리뷰어 입장에서는 자신의 리뷰 콘텐츠가 **얼마나 많은 반응과 실제 수익으로 연결되는지**를 파악하고 원하는 경우 트래픽 진단/분석/개선 할 수 있도록 지원합니다.

”

내가 쓴 리뷰 & 통계

개요 총 누적된 데이터입니다.

2021. 4. 16 기준

팔로워	조회수	평균 조회수	리뷰 동영상
80만 ▲0.4%	1.52억 ▲0.12%	125.24만 ▲0.22%	230

1

포인트 수익 동영상 리뷰를 통해 발생한 수익을 살펴볼 수 있습니다.

2021. 4. 16 기준

어제 수익	최근 7일 수익	이번 달 수익
71,500원 ▼21,600	152,610원 ▼25,000	1,525,335원 ▲21,600

영상 리뷰를 통해 창출한 수익 전반 모니터링

2 리뷰 콘텐츠 전체/개별 트래픽 조회 및 분석/인사이트 제공



날짜	요일	조회수	좋아요	포인트 수익
전체	전체	150,567	10,211	1,500,567
2021-04-16	금	10,567	2,502	240,500
2021-04-15	목	12,212	1,854	63,000
2021-04-14	수	9,420	686	120,360
2021-04-13	화	20,561	5,504	34,000
2021-04-12	월	15,656	1,233	450,120
2021-04-11	일	11,500	1,067	100,500
2021-04-10	토	18,365	1,232	48,000

내가 쓴 리뷰

리뷰작성일 오늘 | 일주일 | 15일 | 1개월 | 3개월 | 전체 | 2020.09.11 | 2020.09.11 | 조회

리뷰타입

 전체
 동영상 리뷰
 포토 리뷰
 텍스트 리뷰

3

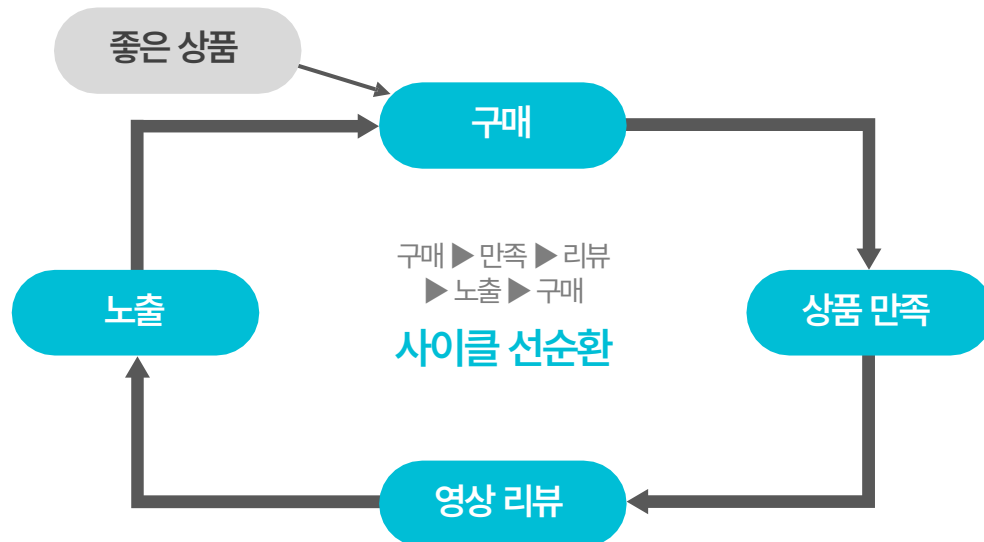
구매일/작성일	상품명/구매내용	리뷰종류	영상리뷰
2020-09-09 / 2020-09-09	벤타 공기청정기 기화식 가습 LW15 블랙 / 화이트 사이즈(S) / 색상 (Blue) ★★★★★ 5 제품이 2분인데 커서서 온오프를 따로 내릴: 스티로폼 상자와 아이스크림 포장용 폼이나 포장용 테이프	<ul style="list-style-type: none"> 도움이 되었어요 51 재원수 1,502 좋아요 1,200 리뷰 도움 0 	<ul style="list-style-type: none"> 100 RP SNS 공유
2020-09-08 / 2020-09-09	벤타 공기청정기 기화식 가습 LW15 블랙 / 화이트 사이즈(S) / 색상 (Blue) ★★★★★ 5 제품이 2분인데 커서서 온오프를 따로 스티로폼 상자와 아이스크림 포장용 폼이나 포장용 테이프	<ul style="list-style-type: none"> 도움이 되었어요 51 재원수 1,502 좋아요 1,200 리뷰 도움 0 	<ul style="list-style-type: none"> 100 RP SNS 공유
2020-09-09 / 2020-09-09	벤타 공기청정기 기화식 가습 LW15 블랙 / 화이트 / 미세 사이즈(S) / 색상 (Blue) ★★★★★ 5 제품이 2분인데 커서서 온오프를 따로 스티로폼 상자와 아이스크림 포장용 폼이나 포장용 테이프	<ul style="list-style-type: none"> 도움이 되었어요 51 재원수 1,502 좋아요 1,200 리뷰 도움 0 	<ul style="list-style-type: none"> 100 RP SNS 공유

개별 리뷰 콘텐츠별 사용자 반응 및 자신의 SNS 공유 등 콘텐츠 조회/관리 기능 제공

“ 좋은 상품이라면 자연히 리뷰가 몰리고 퍼지고 실제 판매까지 연결되는 영상 리뷰 콘텐츠의 선순환 구조로 홍보/촉진없이 고객에게 **좋은 상품을 소싱하는 본질적인 업무에 집중**할 수 있도록 도와줍니다. ”

상품성만으로 지속적으로 성장하는 선순환 구조 가능

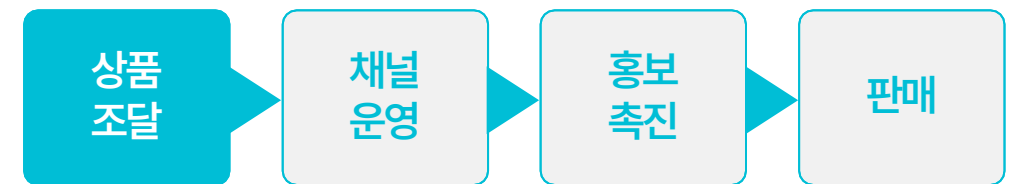
- ‘좋은 상품’을 경험한 구매자가 자발적으로 남긴 ‘영상 리뷰’가 다른 잠재 고객에게 노출되고 구매로 이어지고, 또 만족하게 된 다른 구매자가 영상 리뷰를 남기고 이로 인해 제품 판매가 확대되는 선순환



셀러 본연의 업무, 제품 소싱 및 개선 업무에 집중

- 좋은 상품의 경우 스스로 구매자를 창출하는 선순환 구조로 홍보/촉진 활동을 최소화할 수 있음
- 실 사용자의 상품에 대한 피드백을 구체적으로 받음으로써 기존 상품의 개선 및 좋은 상품 소싱에 집중할 수 있음

고객이 원하는
상품 조달 및 개선에 집중



영상 리뷰 콘텐츠를 통한
자발적 매출 향상 가능

02

Problem & Competition

서비스 주요 특징 및 경쟁 분석, 차별적 경쟁우위 정의

“

”

보구마는 셀러마다 상품별 영상 리뷰에 대한 보상을 제공하게끔 하고, 고객이 직접 올린 영상 리뷰를 통해 **실제 상품 판매가 이뤄질 경우 셀러가 약정한 보상** (통상 구매액의 3~5%)을 포인트로 지급하는 영상 리뷰 시스템이 특징입니다.

보구마의 영상 리뷰 보상 구조

- 최초 제품 구매시 포인트 지급(셀러마다 상이, 일반적인 구매 적립금 제도) 및 텍스트리뷰 작성시 포인트 지급(네이버쇼핑 리뷰 보상과 유사) 영상 리뷰 작성시 포인트 지급하거나(셀러마다 상이) 영상 리뷰를 본 잠재고객이 상품을 구매했을 때 결제액의 일정액(셀러마다 상이, 통상 3~5%) 포인트 지급 (제한없이 실제 구매 발생마다 영구 지급)



아주푸드 >	
세모찜닭 찜닭 밀키트 2~4인용 / 간장 고추장 옛날찜닭 간단 한 캠핑 집들이 요리 음식 추천	
원산지 : 상세페이지 참고	
22% 18,000원 23,000원	
<ul style="list-style-type: none"> ◎ 최대 적립 포인트 	380원 ^
구매 적립	180원
텍스트 리뷰 작성시	50원
포토 리뷰 작성시	160원
동영상 리뷰 작성시	200원
<ul style="list-style-type: none"> 🔗 V.Point+ > 	
+최대 2,040원/건	
나의 영상 리뷰에서 구매발생시	1,324원/건
공유한 영상 리뷰에서 구매발생시	716원/건

1회성 지급
(셀러마다 지급 포인트 상이)

구매 발생마다 계속 지급

보구마의 영상 리뷰 보상 예시

객단가 30,000원, V.Point 1,500P
(5% 기준) ▶ 판매 10건 발생에 15,000원 보상 (1P = 1원)

영상리뷰 100건 기준으로 리뷰
마다 15,000원 보상 받을 경우
월 150만 원의 소득 창출 가능

영상 리뷰가 있는 상품 상세 페이지에서 상품에 대한 소개와 실제 영상 리뷰를 동시에 볼 수 있도록 구성하는 **편리한 UI를 바탕으로 영상 리뷰가 상품 구매 결정에 직접적으로 기여** 할 수 있도록 합니다.

voguma

검색어를 입력하세요

로그인 | 회원가입 | 고객센터 | 셀러전용



카테고리 베스트 신상품 무료배송 이벤트 TV

홈 > 식품 > 가공식품 > 쿠킹박스 > 조림/찜



아주푸드 >

세모찜닭 찜닭 밀키트 2~4인용 / 간장 고추장 옛날찜닭 간단
한 캠핑 집들이 요리 음식 추천

원산지 : 상세페이지 참고

22% 18,000원 23,000원

최대 적립 포인트 380원

V.Point+ +최대 2,040원/건

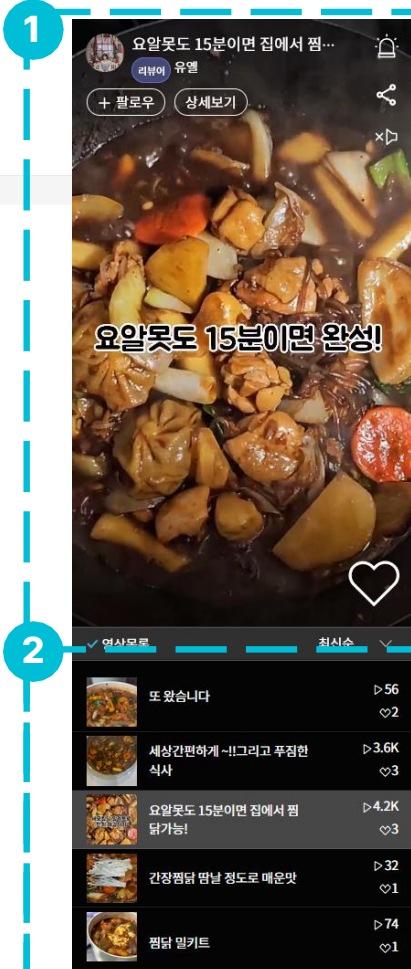
나의 영상 리뷰에서 구매발생 시	1,324원/건
공유한 영상 리뷰에서 구매발생 시	716원/건

카드혜택

배송정보

배송비 무료
도서산간 배송비 추가
05/26(금) 이내 도착 예정

영상리뷰 작성만 해도 3000원? →



1 영상 리뷰 콘텐츠 재생 공간 : SEE BOX

- (PC) 화면 우측에 고정
- 랜덤하게 다양한 영상 리뷰 재생
 - ▶ 원하는 상품으로 이동
- 상품 페이지마다 영상 리뷰가 있을 경우 우선 노출/재생

2 SEE BOX 목록

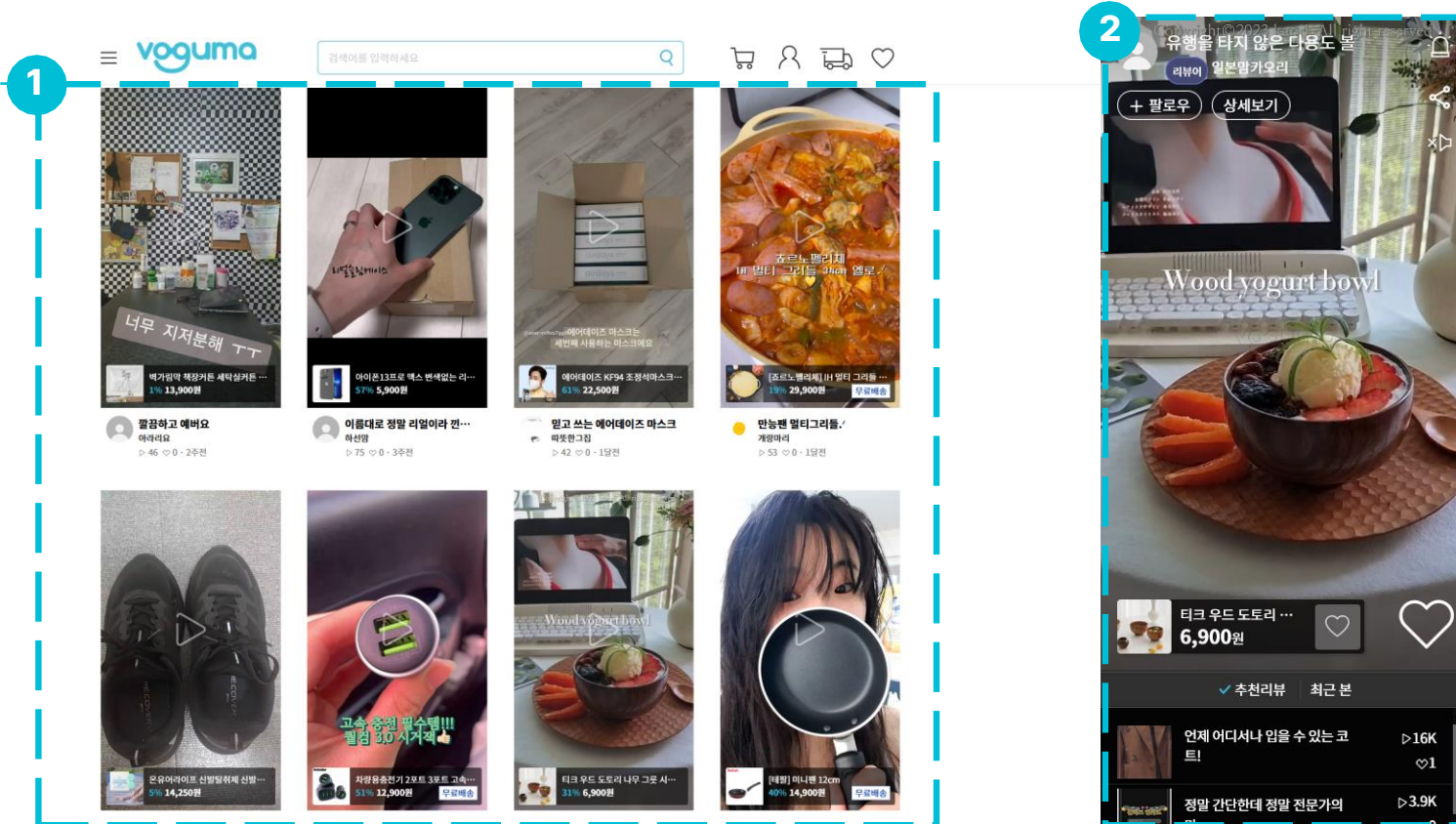
- 썸네일, 리뷰 주요 내용, 조회수, 좋아요수 표기
- 다수 영상 리뷰 콘텐츠가 목록에 있을 경우 무작위로 리스트 업데이트

“
 ”
 쥬크박스처럼 재밌는 영상리뷰를 랜덤 재생함으로써 실사 물건을
 구매할 계획이 없는 이용자들에게 볼거리를 제공함으로써 오랫동안 사이트에 체류 시키고,
 이용자들에게 **'뜻밖의 발견(Serendipity)'** 을 하는 경험을 제공합니다.

1

메인 화면 중앙

- 최근 영상 리뷰 또는 사용자 취향에 맞는 영상리뷰 큐레이션



* 보구마 메인 화면 영상 리뷰 모음 부분

리뷰어와 셀러 양자 간 맞춤형 협업을 원활하게 수행할 수 있도록 '리뷰마켓'을 통해 협업에 필요한 제반 사항 (리뷰어 탐색, 전자계약, 제3자 보증 등)을 원스톱으로 제공하여 리뷰어-셀러는 **상호 협력에만 집중 할 수 있도록 지원**하고자 합니다.

리뷰마켓 | 리뷰어 페이지

영상 리뷰에 집중하다 보면 자연스럽게 리뷰어의 특색에 맞는 셀러들의 개별 제안을 통합하여 관리/수행할 수 있도록 지원

전체 2	제안번호	만료일자/최초제안일	상태
 [님에게 보낸제안] 더센 차량용 청소기(블루/레드)	BA11JV3I5XUANKM	2021.04.28 2021.04.21	보냄
 [seller2]님에게 받은제안 실크드레스	QAZ9V8VNGIC8M6D	2020.11.30 2020.11.23	만료

제안번호 [BA11JV3I5XUANKM]

제안 > 보낸제안



더센 차량용 청소기(블루/레드)

35,900원 59,000원 **39%**
유료

5.0/5 (1) | 16개 구매 | 최대 359P

COLOR : RED


 팔로워 0

홈으로 가기

RP포인트 ① 359 P	발송유형 ① 회수형	상품발송예정일 3 일 이내	리뷰작성기한 ① 3 일 이내	얼굴노출 ① 자유	계약기간 ① 21.04.30 까지
------------------	---------------	-------------------	--------------------	--------------	-----------------------


리뷰마켓 | 셀러 페이지

인기 리뷰어




구김span지퍼해오세요
팔로워 10

최신영상




울트라맨
팔로워 5

최신영상




사넬스
팔로워 4


최신영상



제안하기




팔로워 0
누적 조회수 0
누적 좋아요 0




Small현
팔로워 3

최신영상




김세훈
팔로워 3

최신영상



Big하니1
팔로워 2

최신영상



플리브 플랑 프릴 블라우스
₩ 16,900 ₩ 30,000 **44%**
조건부 무료

3.0/5 (1) | 36개 구매 | 최대 1500P

free

상품선택

팔로워 수, 조회수/좋아요 수 등 나름 기준에 맞춰 우수 리뷰어 필터링 (검색비용 감소)

개별 리뷰어 별로 다양한 조건으로 리뷰 프로모션 제안 및 관리 가능

RP포인트 ① 500 P (기본 RP포인트 500P)

발송유형 ① 회수형 재공형

상품발송예정일 3 일 이내

리뷰작성기한 ① 3 일 이내

얼굴노출 ① 노출 미노출 자유

계약기간 ① 일 까지

간편하게 영상 리뷰를 꾸준히 올리는 것만으로 수익을 올릴 수 있음으로써
MZ세대 입장에서 가장 '쏟아진 부업'으로 자리매김하고자 합니다.

(투자 비용/노력 대비 수익이 높은 쏟아진 부업)

주요 서비스	① 투자 비용	② 투입 시간	③ 수익률	④ 마케팅/CS	⑤ 기타
보구마 영상 리뷰 보상	★ 0원	★ 30분 내외 / 영상리뷰 제작	매출액의 3~5% (셀러마다 상이, 최대치 없음)	★ 추가 노력 X (플랫폼에서 영상리뷰 트래픽 확대 지원)	리뷰 쓰는 재미 부여 (조회수, 평판, 셀러 피드백 등)
직접 커머스 운영	100만원 이상 (초기 상품 확보 규모에 따라 상이)	일평균 4~12시간 (규모에 따라 상이)	★ 매출액의 5~20% (아이템에 따라 상이)9	마케팅/CS 직접 수행	사업자등록 (통신판매업 신고) 필수
위탁 판매 운영 (도매꾹 등)	100만원 내외 (쇼핑몰 페이지 개발, 웹호스팅, 도메인 등)	일평균 4~12시간 (규모에 따라 상이)	매출액의 5~10% (아이템/경쟁에 따라 상이)	마케팅 직접 수행 CS 일부 수행 (단, 일부 위탁업체에서는 CS 대행하기도 함)	사업자등록 (통신판매업 신고) 필수
어필리레이트 (쿠팡파트너스, 텐핑 등)	★ 0원	1~3시간 / 콘텐츠 제작	매출액의 2~3%	콘텐츠 노출을 위한 마케팅 직접 수행	마케팅 위한 채널 운영 필수(홈페이지, SNS 등)

“

셀러 입장에서 상품성만 충분하다면, 유기적인 성장을 가능케함으로써 그 어떤 마케팅 솔루션 보다 **ROI 높은 마케팅을 가능**하게 합니다.

”

(초기 즉각적인 성과 창출을 위해 Paid Marketing, 마케팅 에이전시 옵션 병행 가능)

주요 서비스	① 방식	② 마케팅 고정비	③ 마케팅 변동비	④ 기대 ROAS	⑤ 기타
보구마 영상 리뷰 보상	리뷰어에게 제공할 보상 정책 결정 → 리뷰 보고 구매한 경우 보상 지급	★ 0원	★ 매출액의 3~5% 내외 (셀러가 직접 비율 결정)	★ 2,000% (V.Point 5% 기준, 추가 마케팅 없다고 고려)	영상 리뷰가 자사만의 콘텐츠로 계속 누적
Paid Marketing 직접 운영	페이스북, 구글 등 광고 미디어에 직접 광고 집행	크리에이티브 소재 제작 비용	월 50~1,000만원 (광고 집행 규모에 따라 상이)	300~1,000% (대개 500% 내외 목표)	마케팅 전담 인력 필요
퍼포먼스 마케팅 에이전시	퍼포먼스 마케팅을 수행 하는 에이전시에 마케팅 전반 용역 의뢰	크리에이티브 소재 제작 또는 지원	월 500~2,000만원 (15~20% Markup 포함)	300~1,000% (대개 500% 내외 목표)	믿고 맡길만한 에이전시 탐색 이슈
인플루언서 마케팅	인플루언서 섭외 및 라이브커머스 또는 콘텐츠에 PPL 진행	약 500~5,000만 (기획비, 섭외비 포함, 인플루언서 등급에 따라 상이)	콘텐츠 제작 후 노출 관련 비용 투자	측정 불가	브랜드 인지도 향상에 특히 기여

“

특히, 고객 리뷰에 보다 집중하면서 타 사업자 대비 성장을 나타내고 있는 네이버 쇼핑, 쿠팡, 11번가와 **뚜렷한 차별화를 통해 독자적인 경쟁우위를 구축** 해 나갈 수 있습니다.

”

NAVER

- 네이버 쇼핑의 리뷰 보상 정책에 대한 차별화
- 텍스트 리뷰 보상 (50원 vs. 200~500P)
- (보구마) 영상리뷰 통한 매출 발생시 **지속 보상** (150원 vs. 매출마다 보상)

coupang

- 리뷰 콘텐츠에 대한 간접적 보상 강화
- '쿠팡체험단'의 경우 체험 상품만 제공
- (보구마) 리뷰마켓 기능 활성화를 통해 리뷰어와 셀러 간 **더 많은 범위의 협업 지원**

11

- 11번가 '깍을' 통한 영상 리뷰에 집중
- (보구마) 영상리뷰 제작 및 기여에 대한 **보상을 통한 차별화**

“ 당사는 서비스 컨셉을 구체화한 프로토타입을 기반으로 **700명의 셀러와 15,000여개**(23년 기준)의 상품을 확보했으며, 양질의 영상 리뷰가 **트래픽을 창출**하고 결국 **매출로 전환될 수 있다는 핵심 가설을 검증** 할 예정입니다. ”

마켓플레이스 성장 집중

- '영상 리뷰 제작 → 노출 → 신규 구매 전환'의 선순환 사이클 검증하며 성장 집중

리뷰어 확보

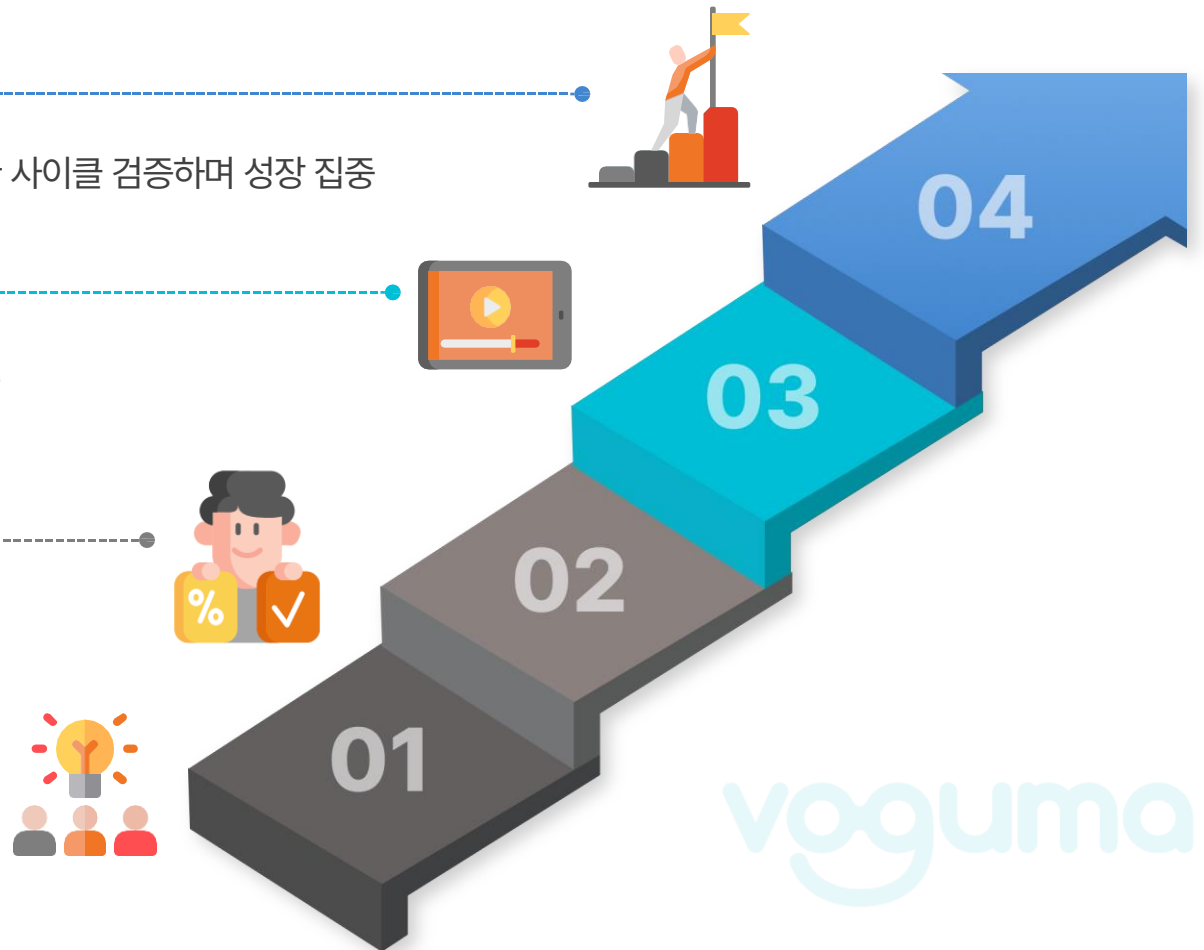
- 마이크로 인플루언서 중심으로 양질의 영상 리뷰 콘텐츠 확보
- 구매자의 영상리뷰 제작 독려

셀러 확보

- 셀러 관한 핵심 가설 검증 (리뷰어에게 지속적으로 보상 제공 등)
: 700명 셀러, 15,000여 개 상품 확보

기본 역량 확보

- 온라인 마케팅, 미디어 콘텐츠 제작 전문팀빌딩



03

Market Size & Go to Market

시장 규모 및 초기 시장 진입 전략 정의

“

1차 목표 시장은 영상 리뷰를 월 10건 이상 올리는 콘텐츠 생산회원 1,000명을 확보하며,
연간 거래액 1,000~1,500억 원 내외의 **이커머스 시장을 확보**하고자 합니다.

”

국내 이커머스 시장 | 연간 **210조 원**
(2022년 기준, 연평균 20% 내외 성장 시장)

보구마 1차 목표 시장

- 열혈 리뷰어 1,000명 (월 평균 10개 작성)
- 리뷰당 매출액 100만원 내외 1,000
- 0(명) x 10(개) x 12(개월) x
1,000,000(원) = 1,200억 원

SOM

1,200억 원

“

궁극적으로는 볼거리가 가장 많은 커머스 플랫폼으로써 대한민국에서 가장 많은 영상 리뷰를 갖추고 연간 2~3조 원을 중개하는 **종합 오픈마켓 플랫폼으로 성장** 하고자 합니다.

”

보구마 3차 목표 시장

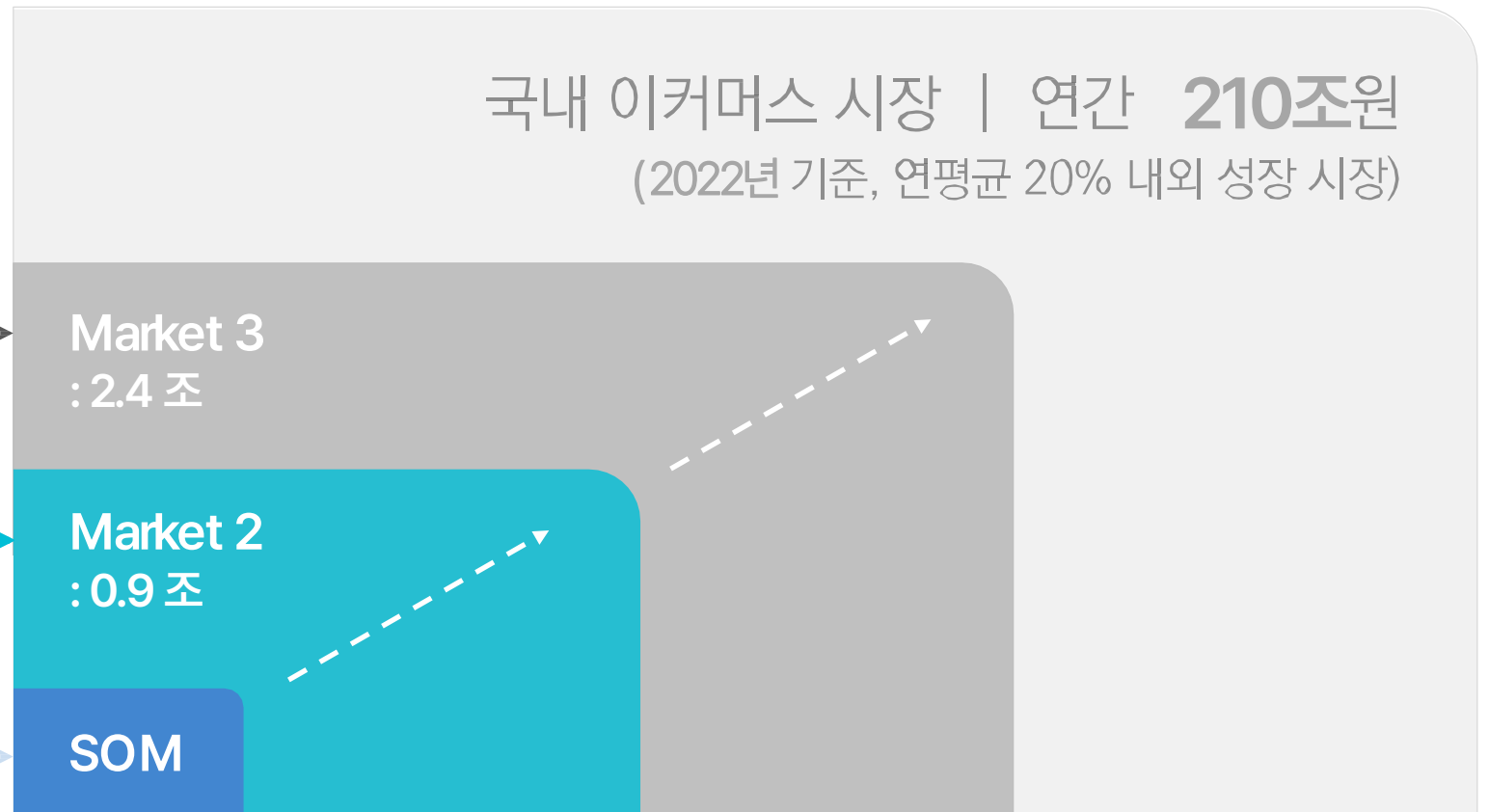
- 열혈 리뷰어 10,000명 (월 평균 20개 작성)
- 연간 거래액 2조 4,000억 원

보구마 2차 목표 시장

- 열혈 리뷰어 5,000명 (월 평균 15개 작성)
- 연간 거래액 9,000억 원

보구마 1차 목표 시장

- 열혈 리뷰어 1,000명 (월 평균 10개 작성)
- 연간 거래액 1,200억 원



초기에는 리뷰가 구매 결정에 특히 영향을 미치는 뷰티, 패션, 생활용품 등 일부 카테고리에서
 볼만한 양질의 리뷰 영상을 확보하고 트래픽을 만들면서 **얼리 어답터 중심 초기 이용자를 획득** 하고자 합니다.

(위탁상품에 대해 사입 & 리뷰 제작 및 재판매)



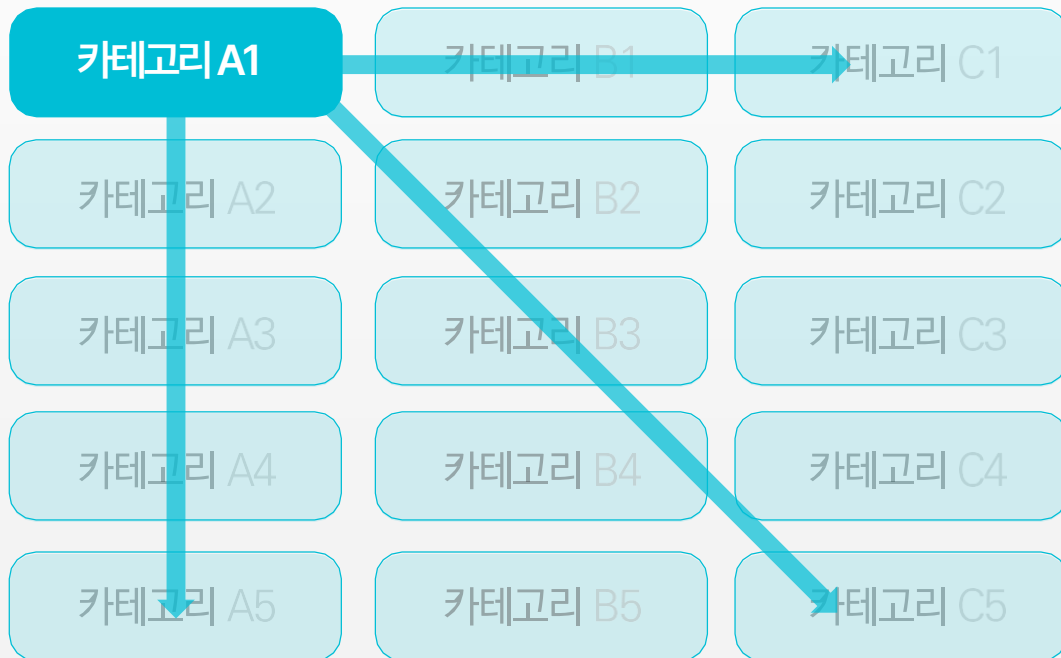
리뷰가 구매 결정에 영향을 주로 미치는 카테고리 중심으로 다양한 콘티, 스타일의 영상 리뷰를
 확보/노출을 통해 초기 고객 획득 및 최적의 고객 획득/활성화 프로세스 발견/학습으로 시장에 진입하고자 합니다.

“

소수 카테고리에서 일정 규모의 고객 및 리뷰 콘텐츠, 거래액을 검증/확보한 후 카테고리 확장과 검증된 Paid Marketing 방식에 비용을 집중함으로써 **이용자와 거래액을 점차 확대** 하고자 합니다.

”

① 인접 카테고리 확장을 통한 상품, 콘텐츠 확대



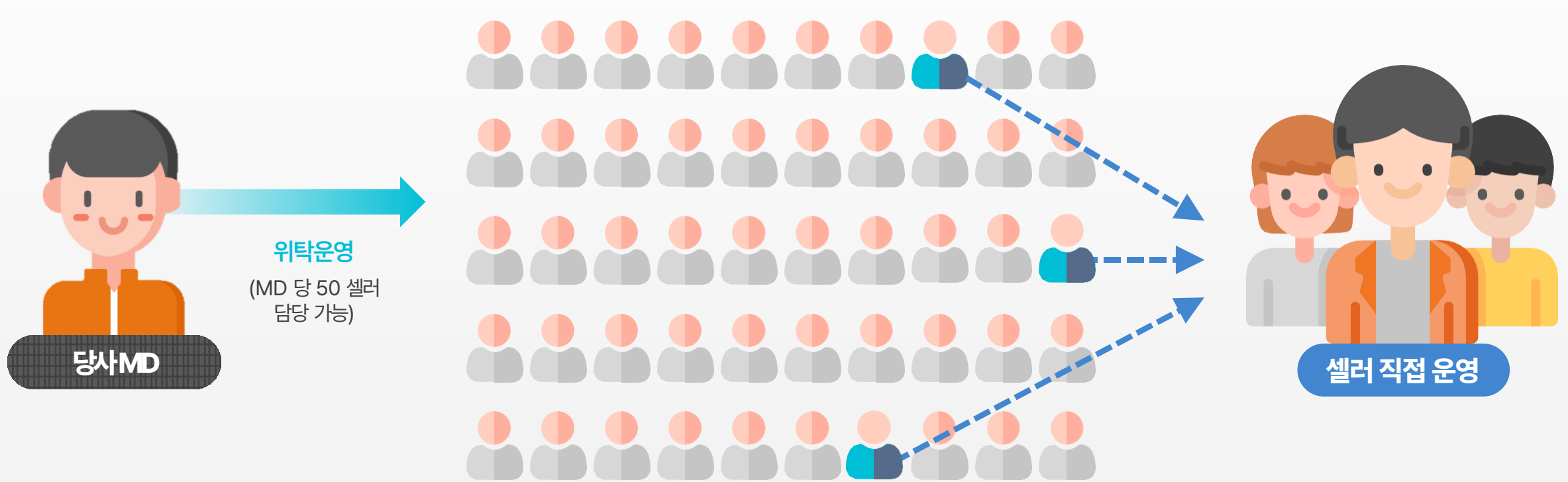
② 고객획득 채널 선택과 집중을 통한 고객획득 효율 극대화



“

초기에는 당사 MD가 입점 셀러의 상품을 위탁 판매하는 방식으로 셀러 / 상품상세페이지를 관리하여 빠르게 **일정 규모 이상 거래액을 창출한 후 셀러에게 인계하는 방식** 으로 셀러 및 상품을 확보 / 운영하고자 합니다.

”



04

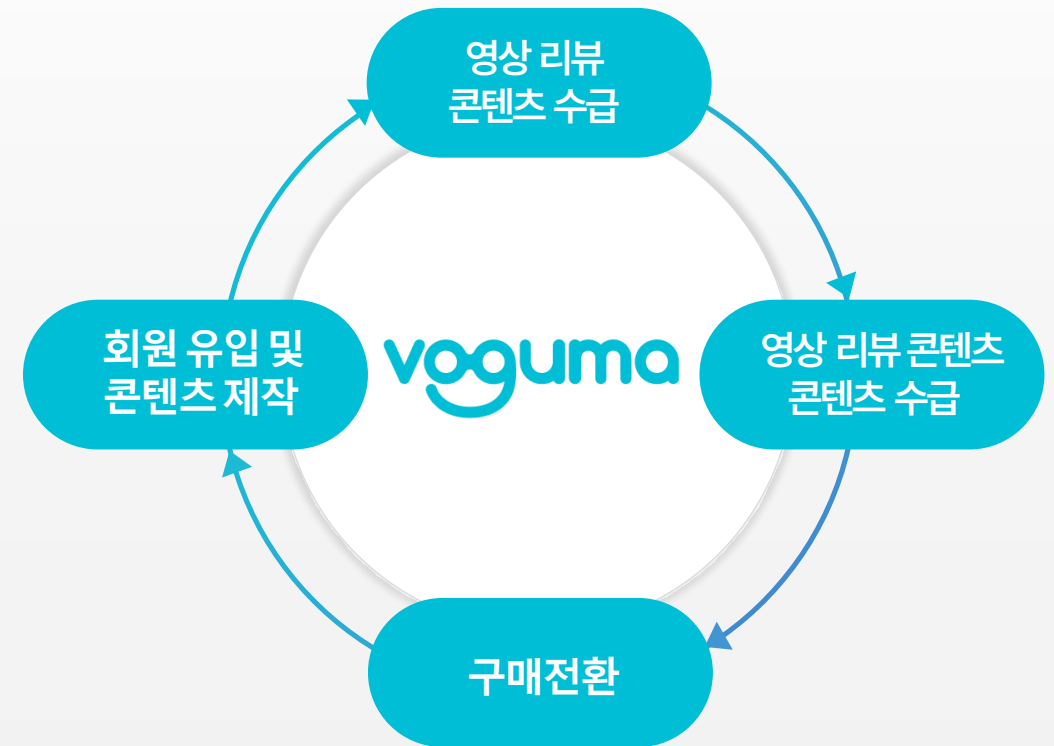
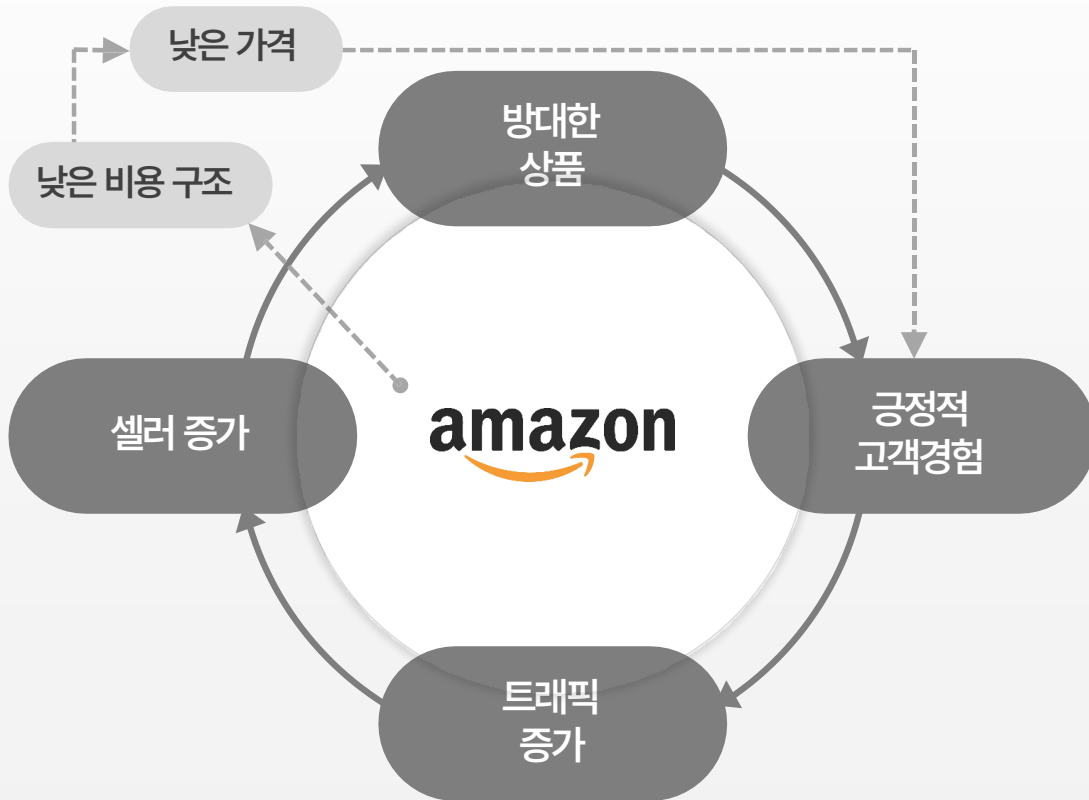
Growth Strategy

오픈마켓 플랫폼 성장 전략 정의

“

이커머스 성장의 핵심은 결국 얼마나 많은 트래픽을 확보하고, 구매자의 이탈 방지 및 객단가/빈도를 향상시킴으로써 거래 규모를 확대해 규모의 경제를 달성하는 것이며, 당사는 이런 성장 엔진이 Paid Marketing 없이 **유기적으로 작동하는 선순환구조** 를 만들고자 합니다.

”



초기 특정 카테고리에서 양질의 영상 리뷰 콘텐츠를 수급하기 위해 리뷰 콘텐츠를 적극 제작하는 생산자를 적극 발굴/섭외하는 한편 기존에 만든 **영상 리뷰를 손쉽게 공유할 수 있도록 기능 개선** 하고자 합니다.

자체적으로 영상 리뷰 콘텐츠 확보 (효율 극대화)

- 입점 상품과 동일한 상품에 대한 리뷰 영상 콘텐츠 확보, 전문 콘텐츠 제작자(마이크로 인플루언서) 섭외 및 콘텐츠 제작 독려, 자체 콘텐츠 제작팀 활용한 사입 상품 리뷰 제작 등

기존 영상 리뷰

- '입점 상품명' 검색을 통한 영상 리뷰 확인
- 영상 제작자 접촉 후 보구마 플랫폼에 영상 등록

마이크로 인플루언서

- 50명 내외 마이크로 인플루언서 확보
- 월 10건 영상 리뷰 기준으로 30~50만원 지급(스튜디오 지원)

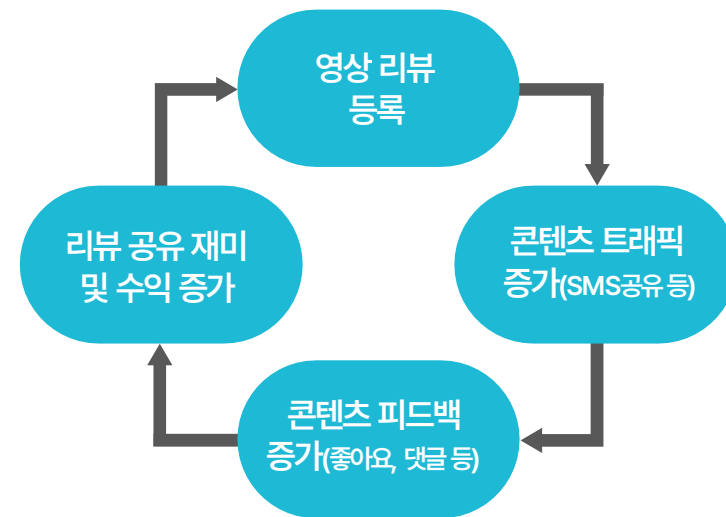
자체 영상 제작

- 직접 매입 후 판매하는 제품에 한하여 자체 영상 제작 (월 200개 이상)

월 1,000개 이상 목표

실제 구매자의 영상 리뷰 콘텐츠 제작 및 등록 독려 집중

- 제품 구매자에게 영상 리뷰 제작에 대한 보상 정책 안내 및 첫 번째 영상 리뷰 제작 관련 UI 개선을 통한 영상 리뷰 콘텐츠 제작 독려



1,000명의 리뷰 콘텐츠 매니아* 확보 (1차 목표)

*매달 5건 이상 영상 리뷰를 올리는 이용자

고객의 영상 리뷰 콘텐츠를 보다 많은 사람들이 보고 사이트로 유입 시키기 위해 보구마에 등록된 콘텐츠를 유튜브, 릴스, 틱톡에 노출시키고 있으며, 고객이 영상 리뷰를 인스타그램, 트위터 등 본인의 SNS 계정에 공유하도록 독려 하고자 합니다.

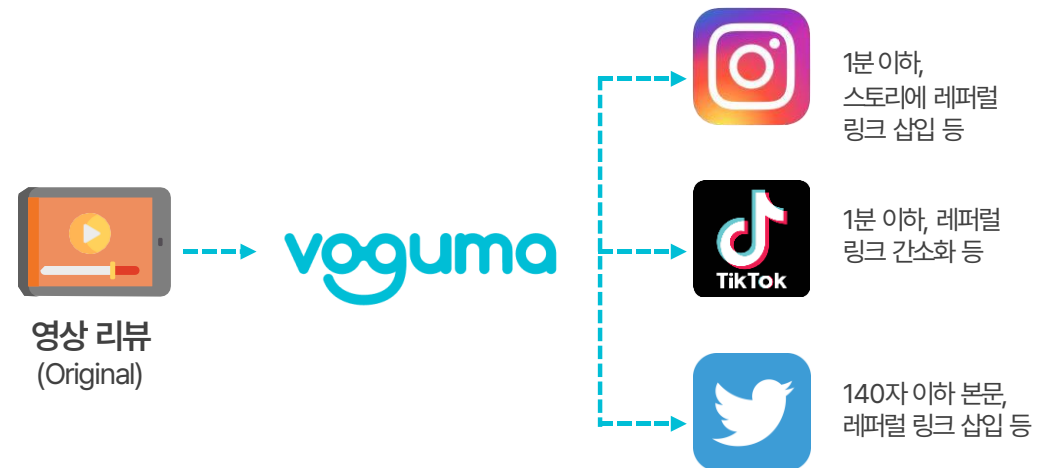
이용자의 영상 리뷰 트래픽 증가 지원

- 보구마의 자체 채널에서 영상 리뷰 콘텐츠를 유튜브, 릴스, 틱톡에 상시적 노출



이용자의 영상 리뷰는 각 SNS 채널 규격에 알맞게 공유 지원

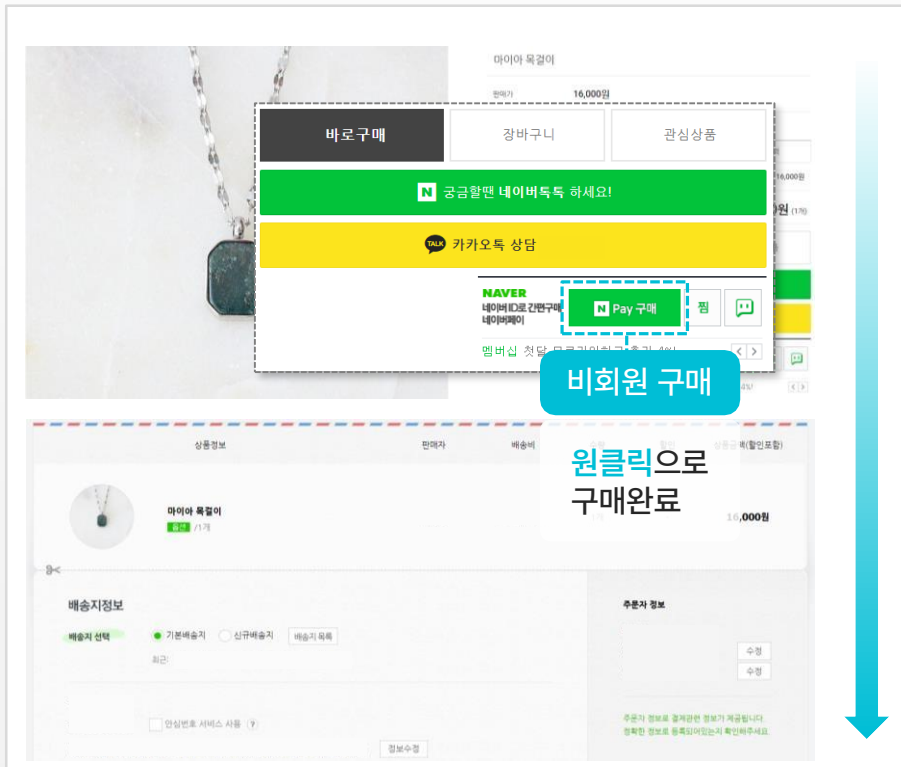
- 보구마가 일종의 영상 리뷰 콘텐츠 CDP(Content Delivery Platform) 으로서 1차로 영상 리뷰 콘텐츠 등록 후 인스타그램, 틱톡, 페이스북, 트위터 등 사용자가 주로 쓰는 자신의 SNS 채널에 규격에 맞춰 공유할 수 있도록 지원 계획



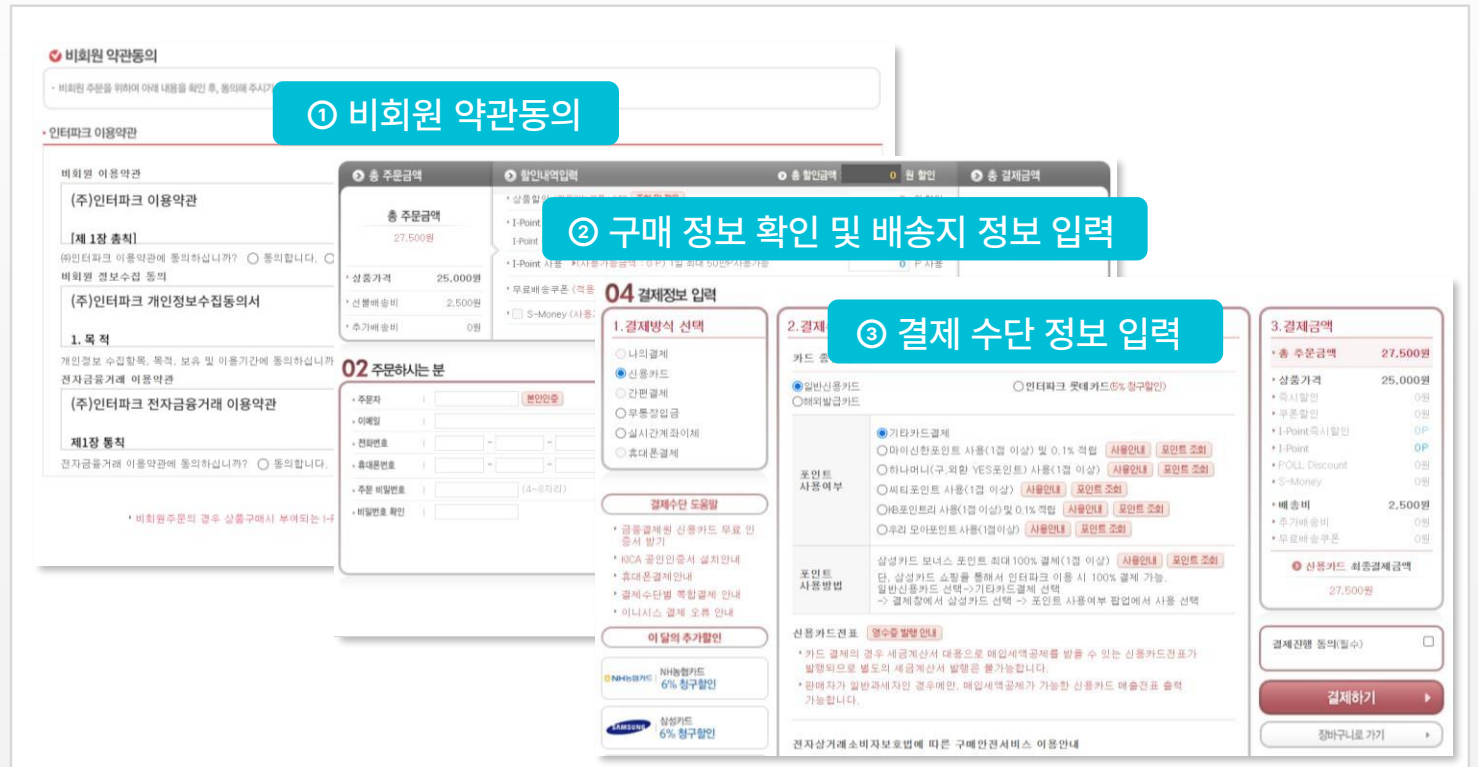
“ 영상 리뷰를 통해 유입된 잠재고객에게 마찰 없는 **구매 경험(Frictionless)**을 제공 함으로써 구매 전환율을 높이고자 합니다. ”

초기 고객의 구매경험 개선 전략 → 비회원 구매 프로세스의 단순화를 통한 **구매 전환율 향상**

비회원 고객에 대한 과도한 정보 요구 대신 우선 상품 구매 유도 후 상품 발송/수취 단계에서 비회원 고객의 회원가입 전환 및 리뷰 작성 독려하고자 함



비회원 구매 프로세스 예시 (현재 기술 적용 모색 중)



일반적인 쇼핑몰 비회원 구매 프로세스 (사)

“ (특히 비회원 구매자) 회원 가입 전환-재방문-재구매를 체계적으로 독려하면서 영상 리뷰 소비자들이 영상 리뷰 생산자로 전환할 수 있도록 **영상 리뷰 등록 온보딩 경험을 지속적으로 개선할 계획** 입니다. ”

적립금 보전으로 비회원 구매고객(간편결제 이용) 회원 전환 독려

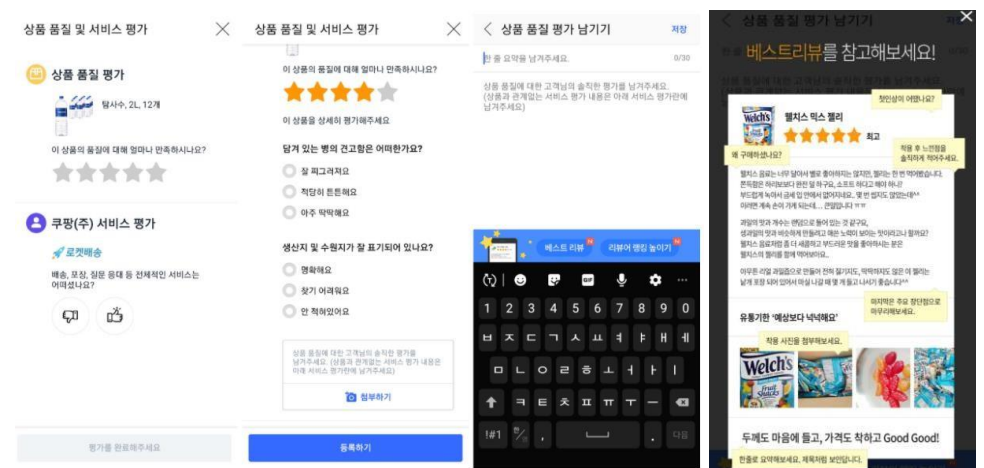
- 기본적으로 비회원 구매자는 상품 적립금을 받지 못함(대부분 정책)
- 비회원 구매자에게 회원 가입 프로모션(가입 축하금 또는 할인 쿠폰)을 제공하면서 '주문번호' 기입 시 해당 구매 건에 대한 적립금 제공 방식으로 회원 가입 유도 및 독려

주문 상세정보

주문일자	주문번호 2021021814509390	주문내역 식재	영수증 발급내역	
상품주문번호	상품정보	상품금액(수량)	배송비/판매자	진행상태
2021021882873660	 추가 10% 할인=코코틴 헤이즐넛 1박스 15개 입 - 49%할인 재구매	26,900원 (1개)		구매확정 한달사용리뷰 배송조회
2021021882873690	 구성=★추천★ [무배] 코코틴 밀크 1박스 (15개 입) - 43%할인 재구매	29,900원 (1개)	판매자 문의	구매확정 한달사용리뷰 배송조회

영상 리뷰 등록 온보딩 프로세스 개선 통한 리뷰 등록 독려

- '영상 리뷰'가 결코 거창한 것이 아니라 스마트폰만 있으면 1~2분 내에 찍을 수 있다는 것을 인지시키고 실제 제작하는 것을 목적
- 쿠팡 등 구매리뷰 온보딩 프로세스를 참조하여 영상 리뷰 온보딩 프로세스 기획/검증/학습 반복으로 Best Practice 확립 계획

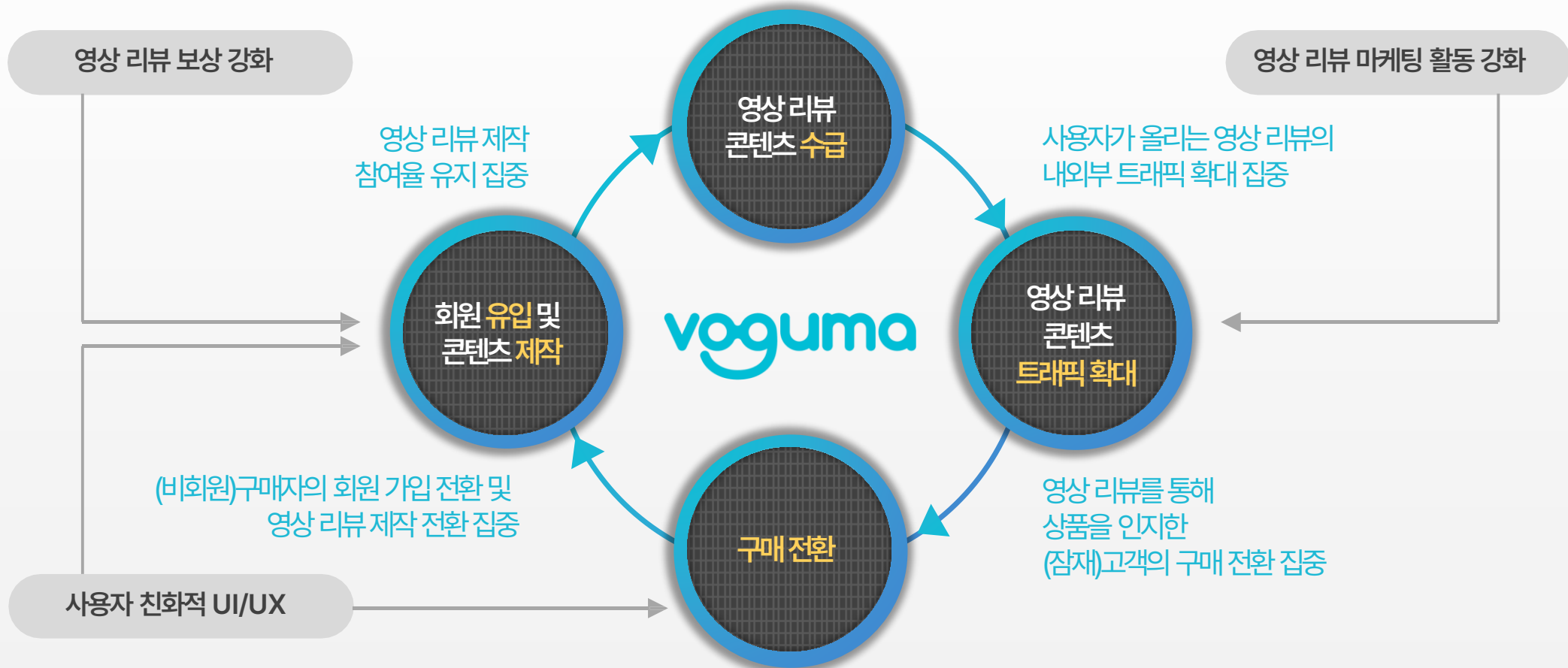


* 참조 : 쿠팡 구매리뷰 온보딩 프로세스

“

당사의 유기적 성장전략을 정리하면, 볼만한 영상 리뷰 콘텐츠를 기반으로 신규 고객을 유치하고 영상 리뷰를 생산하는 일종의 **성장의 플라이휠을 유기적 성장 엔진으로 구축하는 것**입니다.

”



“

가장 우선적으로 월평균 1,000개 이상 영상리뷰 확보를 기반으로
2023년 목표 거래액 36억 원을 달성하는 것을 1차 마일스톤으로 삼을 예정이며,
2026년까지 거래액 4,100억 원 달성을 위해 **회원수, 영상리뷰수, 트래픽 확산에 집중** 하고자 합니다.

”

	2022	2023	2024	2025	2026
회원수 (명)	2,274	132,521	6,222,410	20,825,753	45,063,290
신규영상리뷰 (건)	10	12,254	250,028	665,984	1,395,638
거래수 (건)	143	122,538	2,500,280	6,659,843	13,956,383
거래액 (억 원)	0.03	36.7	750	1,997.9	4,186.9
매출액 (억 원)	0.004	4.4	90	239.7	502.4
영업이익 (억 원)	(0.4)	(6.6)	23.6	95.5	221.9

05

Team

팀 및 핵심역량 정의

“

당사 CEO 및 COO 모두 오랜 기간 온라인/모바일 마케팅 시장에서 종사하면서
온라인 커머스 및 퍼포먼스 마케팅 산업 전반에 대한 높은 이해를 바탕으로
누구보다 **빠른 기간 내 커머스 사업을 성장시킬 수 있는 역량과 경험**이 있습니다

”



최승현

CEO

주요 커리어

- 유관 경력 7년차
- 재미있는연구소 창업 및 대표이사 (AD편랩 및 flux image 사업부 총괄 운영)
- (주)희일 창업 및 대표이사 (2005 ~ 현재)

주요 레퍼런스

- 콘텐츠 기획 및 제작 관련 다양한 경험 및 실적 보유
 - Daum 동영상 스폰서 상품 기획
 - 탐앤탐스 광고공모전 총괄 기획 및 운영
 - 환경부장관상, 국회의원 유승민 표창장 등 다수 수상



박재현

COO

주요 커리어

- 유관 경력 14년차
- 재미있는연구소 COO (보구마 사업부 총괄 운영)
- 이베이 코리아 대구경북LP센터장 (2016)
- (주)H커뮤니케이션 창업 및 대표이사 (2008~2017)

주요 레퍼런스

- 이커머스 산업에서 조직 구성 및 스케일업, 엑시트 경험 보유
 - 이전 창업기업 연매출액 350억 원 달성
 - 이전 창업기업 총 직원 130명 관리 경험
 - 이전 창업기업 Exit 경험 보유

“

당사는 기존에 퍼포먼스 마케팅 에이전시 및 영상 콘텐츠 제작 사업을 운영하고 있으며,
오픈마켓 플랫폼 개발 및 운영에 **필요한 조직 역량을 이미 확보** 하고 있습니다.

”



박준한
개발 총괄



박시현
개발



강유천
개발



조제은
개발



박소현
퍼블리셔



박정미
서비스 기획



김희진
MD 총괄



손지현
MD



김성진
MD



윤혜진
디자인

06

Revenue Model & Financial Projection

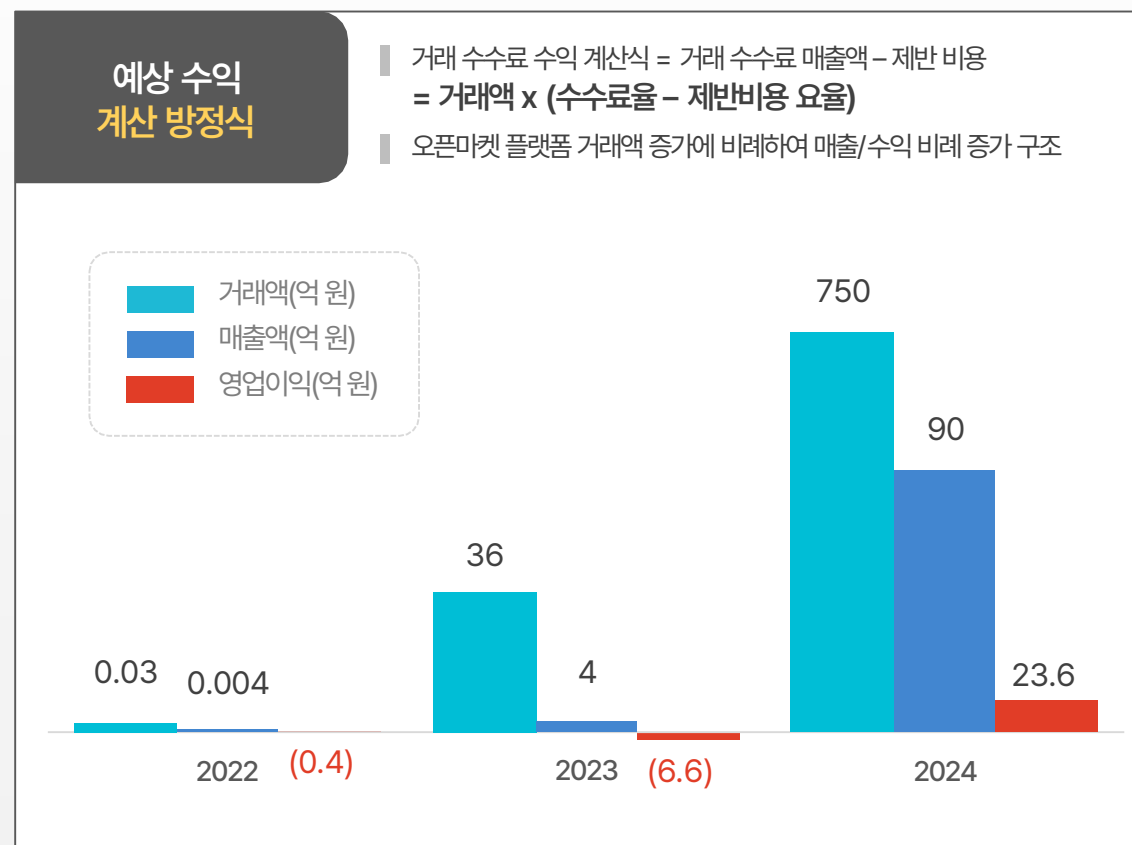
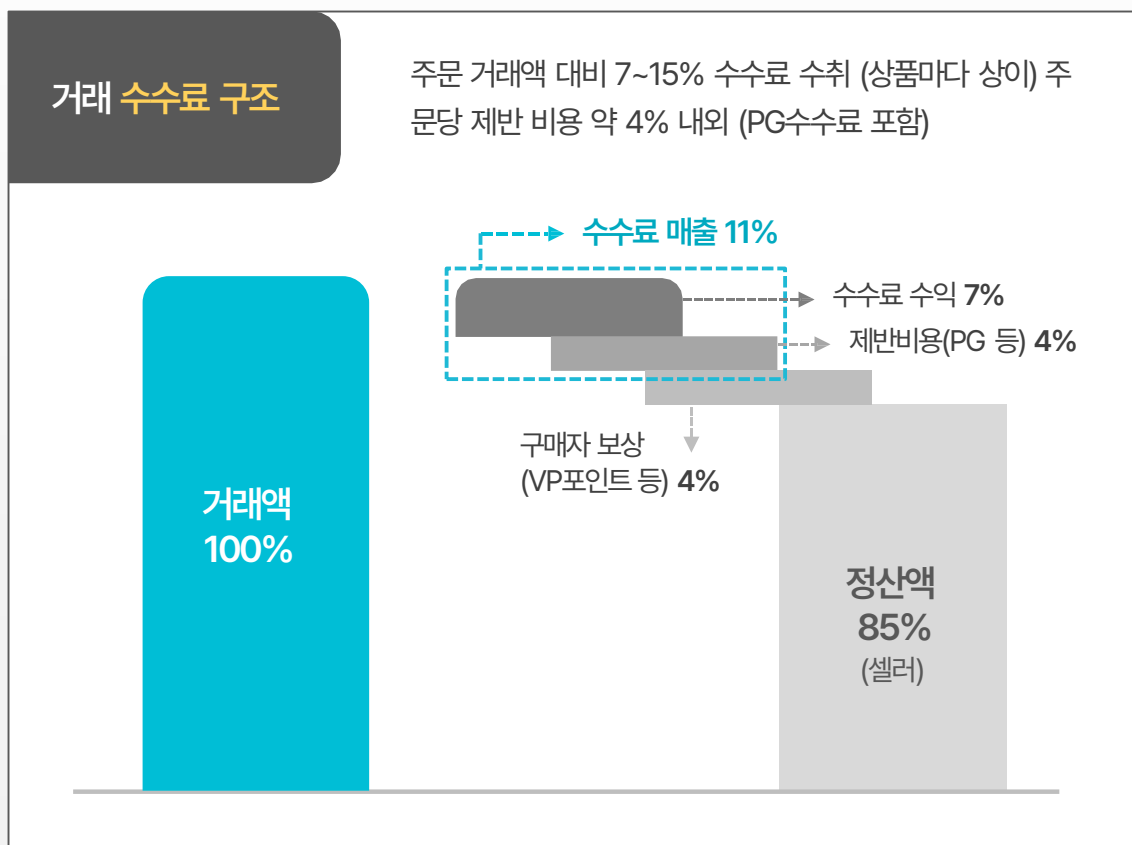
수익 모델 및 추정 손익 계산

“

당사의 핵심 수익원은 물품 거래에 따른 '거래 수수료 수취'로
일반적인 오픈마켓 규정 대비 **1% 내외 낮은 수수료율을 적용** 하고자 합니다.

”

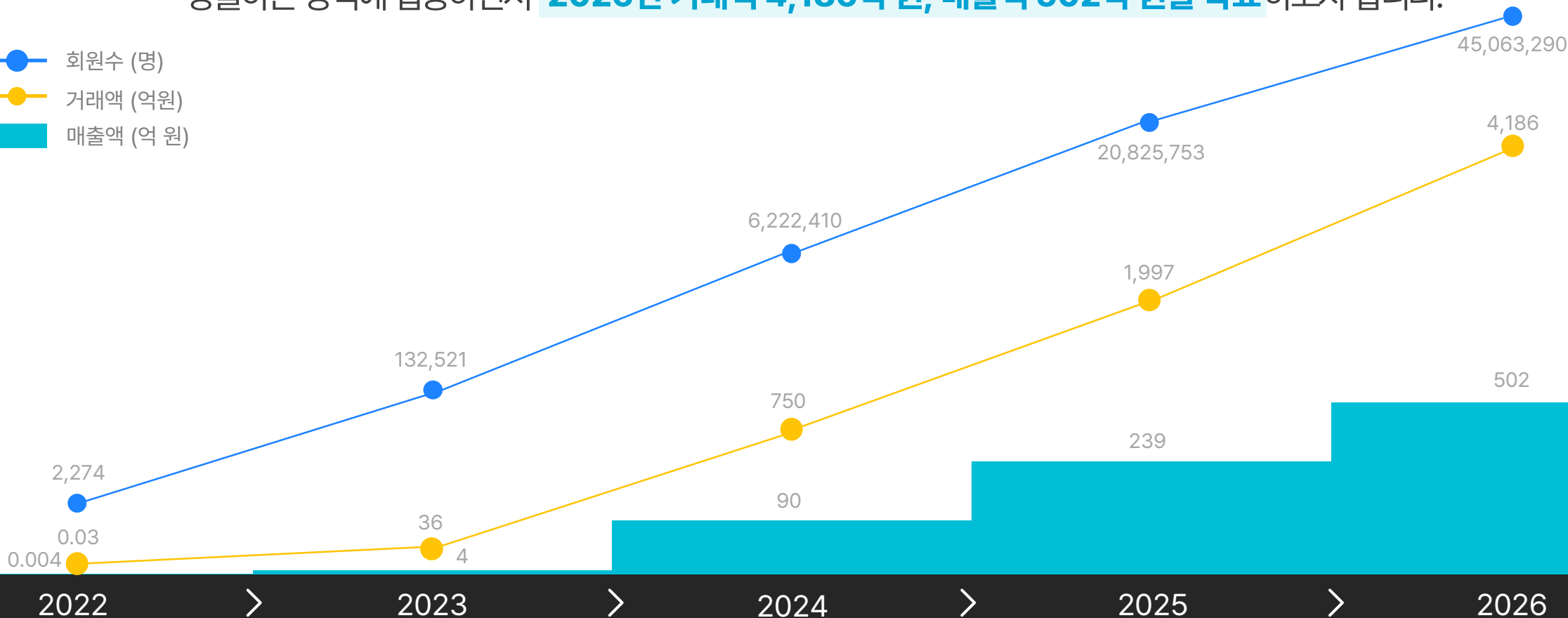
(통상 수수료율 10~12%, 제반비용 4% 내외)



추정 손익 계산 (거래 수수료 모델 중심)

당사는 영상 리뷰 콘텐츠 확보 및 노출에 집중함으로써 유의미한 트래픽을 생성하고 이를 기반으로 거래를 창출하는 방식에 집중하면서 **2026년 거래액 4,186억 원, 매출액 502억 원을 목표**하고자 합니다.

● 회원수 (명)
● 거래액 (억원)
■ 매출액 (억 원)



베타 서비스 오픈

- 서비스 안정화
- 실서비스 데이터를 통한 기능 개선

Serise A (10억)

- 쇼핑 카테고리 확장
- 커뮤니티 개발

Serise B(20~30억)

- 리뷰 편집 에디터 툴
- 커뮤니티 데이터화

Serise C (100억)

- 해외시장 진출

감사합니다.

THE END OF DOCUMENT

COO 박재현

010-4524-9715

Email | funlab79@daum.net



관심있는 정보나 지식을 얻기 위해서 약 6%정도 되는 응답자가 숏폼 콘텐츠를 시청함.

즉, 정보 수집을 위해 숏폼 콘텐츠를 찾는 수요가 있으며, 이러한 MZ세대의 목소리는 점차 늘어날 전망

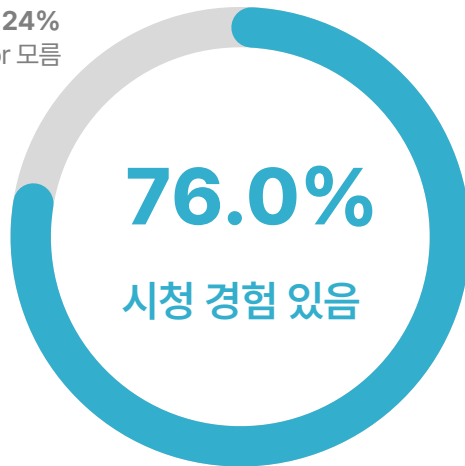


5천만명(대한민국 인구) x 0.76(시청경험)

3천8백만명

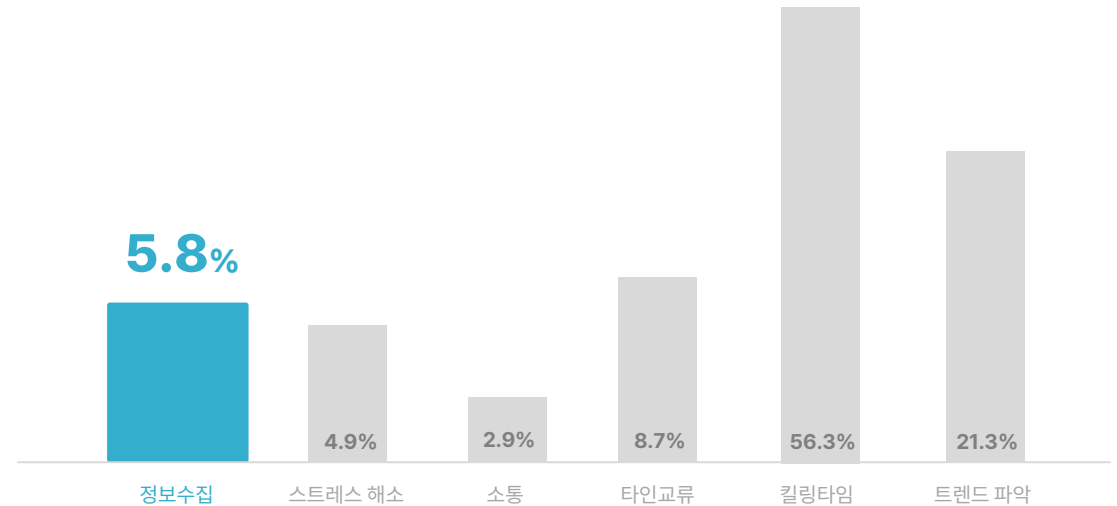
(단위 : %)

24%
없음 or 모름



3천8백만명(숏폼이용자수) x 0.06(정보수집)

228만명



참고자료02 KEY METRIC (2022년12월~2023년)

주요 지표			2022년			2023년											
비목	세목	산출식	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
주요 지표	기초 총 회원 (명)	전월 기말 총회원	2,274	2,309	2,365	2,535	2,795	3,176	3,732	4,552	6,097	9,270	15,509	27,840	52,341		
	기간 신규회원 (명)		92	114	229	324	450	636	913	1,658	3,326	6,471	12,718	25,197	50,141		
	기간 이탈 회원 (명)	비활동 회원 x 5%	57	58	59	63	70	79	93	114	152	232	388	696	1,309		
	기말 총 회원 (명)	=기초 + 신규 - 이탈	2,309	2,365	2,535	2,795	3,176	3,732	4,552	6,097	9,270	15,509	27,840	52,341	101,173		
	목표 CAC (원)	목표 CAC 적용	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	
	직원 수(명)		15	15	15	15	15	15	15	15	20	20	20	20	20	20	
	직원당 평균 인건비		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	
신규 가입자	Paid Marketing (명)	전월대비 목표 성장을 적용	58	87	131	196	294	440	661	1,321	2,643	5,285	10,571	21,141	42,282		
	Organic (명)	영상리뷰노출 x 전환율	26	25	93	121	147	184	238	317	643	1,116	2,021	3,817	7,396		
	비회원 구매자의 가입 전환(명)	비회원 구매자 x 전환율	8	2	6	8	9	12	15	20	40	70	127	239	463		
	- 비회원 가입 전환율 (%)		10.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%		
	합계 (명)		92	114	229	324	450	636	913	1,658	3,326	6,471	12,718	25,197	50,141		
기존가입자	rate of MAU (%)	목표 MAU 전환율 적용	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%		
	MAU 총계 (명)		1,137	1,155	1,183	1,267	1,398	1,588	1,866	2,276	3,048	4,635	7,755	13,920	26,170		
구매전환율	신규가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%		
	기존가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	5.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%		
	비회원구매율(전체거래대비, %)	목표 구매전환율 적용	10.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%		
구매건수	회원 평균구매건수 (건)	(신규가입자 x 신규전환율) + (M	130	322	420	513	640	826	1,104	2,237	3,880	7,031	13,277	25,726	50,581		
	비회원 평균구매건수 (건)	회원구매건수 x 비회원구매율	13	48	63	77	96	124	166	336	582	1,055	1,991	3,859	7,587		
	구매빈도 (건)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	총 구매건수 (건)		143	370	483	590	736	950	1,269	2,573	4,462	8,085	15,268	29,584	58,168		
영상리뷰	구매자 리뷰 전환율 (%)	목표 리뷰전환율 적용	7.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%		
	영상 리뷰 수 (건)		10	37	48	59	74	95	127	257	446	809	1,527	2,958	5,817		
	영상 리뷰당 노출량 (건)	목표 노출수 적용	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50		
	영상 리뷰당 노출 (건)		502	1,851	2,413	2,948	3,678	4,751	6,346	12,864	22,311	40,426	76,340	147,922	290,841		
	영상 리뷰 회원전환율 (%)	목표 회원전환율 적용	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%		
매출액	객단가 (원)	목표 객단가 적용	25,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000		
	거래액 (원)		3,587,375	11,104,053	14,475,220	17,685,497	22,070,368	28,506,254	38,077,076	77,182,792	133,866,806	242,555,138	458,039,824	887,531,311	1,745,047,394		
	매출수수료율 (%)	평균 수수료 매출율 적용	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%		
	매출액 (원)		430,485	1,332,486	1,737,026	2,122,260	2,648,444	3,420,750	4,569,249	9,261,935	16,064,017	29,106,617	54,964,779	106,503,757	209,405,687		
	변동비율 (%)	목표 변동비율 적용	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%		
	공헌이익 (거래수수료기반, 원)		258,291	799,492	1,042,216	1,273,356	1,589,066	2,052,450	2,741,550	5,557,161	9,638,410	17,463,970	32,978,867	63,902,254	125,643,412		
고정비	마케팅(고객획득, 원)		174,000	261,000	391,500	587,250	880,875	1,321,313	1,981,969	3,963,938	7,927,875	15,855,750	31,711,500	63,423,000	126,846,000		
	인건비 (원)		37,500,000	37,500,000	37,500,000	37,500,000	37,500,000	37,500,000	37,500,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000		
	기타 고정비 (원)		10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000		
	매출이익 (거래수수료 기반, 원)		(47,415,709)	(46,961,508)	(46,849,284)	(46,813,894)	(46,791,809)	(46,768,862)	(46,740,419)	(63,406,776)	(63,289,465)	(63,391,780)	(63,732,633)	(64,520,746)	(66,202,588)		

주요 지표			2024년											
비목	세목	산출식	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
주요 지표	기초 총 회원 (명)	전월 기말 총회원	101,161	158,555	222,136	291,854	368,077	451,271	541,943	640,638	725,143	812,648	905,276	1,003,514
	기간 신규회원 (명)		59,924	67,544	75,271	83,520	92,396	101,954	112,243	100,521	105,634	112,944	120,870	129,261
	기간 이탈 회원 (명)	비활동 회원 x 5%	2,529	3,964	5,553	7,296	9,202	11,282	13,549	16,016	18,129	20,316	22,632	25,088
	기말 총 회원 (명)	=기초 + 신규 - 이탈	158,555	222,136	291,854	368,077	451,271	541,943	640,638	725,143	812,648	905,276	1,003,514	1,107,687
	목표 CAC (원)	목표 CAC 적용	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
	직원 수(명)		25	25	25	25	25	25	25	30	30	30	30	30
	직원당 평균 인건비		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
신규 가입자	Paid Marketing (명)	전월대비 목표 성장률 적용	44,396	46,616	48,947	51,394	53,964	56,662	59,495	62,470	65,593	68,873	72,317	75,932
	Organic (명)	영상리뷰노출 x 전환율	14,541	19,599	24,652	30,085	35,991	42,415	49,398	34,187	35,974	39,595	43,623	47,912
	비회원 구매자의 가입 전환(명)	비회원 구매자 x 전환율	986	1,329	1,672	2,041	2,441	2,877	3,350	3,865	4,067	4,476	4,931	5,416
	- 비회원 가입 전환율 (%)		13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%	13.0%
	합계 (명)		59,924	67,544	75,271	83,520	92,396	101,954	112,243	100,521	105,634	112,944	120,870	129,261
기존가입자	rate of MAU (%)	목표 MAU 전환율 적용	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
	MAU 총계 (명)		50,580	79,278	111,068	145,927	184,038	225,635	270,972	320,319	362,571	406,324	452,638	501,757
구매전환율	신규가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%
	기존가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
	비회원구매율(전체거래대비, %)	목표 구매전환율 적용	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
구매건수	회원 평균구매건수 (건)	(신규가입자 x 신규전환율) + (기	68,171	85,747	104,644	125,186	147,532	171,818	198,183	208,544	229,536	252,885	277,751	304,111
	비회원 평균구매건수 (건)	회원구매건수 x 비회원구매율	10,226	12,862	15,697	18,778	22,130	25,773	29,727	31,282	34,430	37,933	41,663	45,617
	구매빈도 (건)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	총 구매건수 (건)		78,397	98,609	120,341	143,964	169,662	197,590	227,911	239,826	263,966	290,817	319,414	349,728
영상리뷰	구매자 리뷰 전환율 (%)	목표 리뷰전환율 적용	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
	영상 리뷰 수 (건)		7,840	9,861	12,034	14,396	16,966	19,759	22,791	23,983	26,397	29,082	31,941	34,973
	영상 리뷰당 노출량 (건)	목표 노출수 적용	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	영상 리뷰당 노출 (건)		391,983	493,043	601,703	719,822	848,310	987,951	1,139,553	1,199,130	1,319,830	1,454,087	1,597,071	1,748,640
	영상 리뷰 회원전환율 (%)	목표 회원전환율 적용	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
매출액	객단가 (원)	목표 객단가 적용	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
	거래액 (원)		2,351,900,384	2,958,258,501	3,610,215,611	4,318,933,568	5,089,859,817	5,927,708,303	6,837,317,773	7,194,779,428	7,918,978,202	8,724,519,700	9,582,425,637	10,491,842,682
	매출수수료율 (%)	평균 수수료 매출율 적용	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%
	매출액 (원)		282,228,046	354,991,020	433,225,873	518,272,028	610,783,178	711,324,996	820,478,133	863,373,531	950,277,384	1,046,942,364	1,149,891,076	1,259,021,122
	변동비율 (%)	목표 변동비율 적용	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%	38.0%
	공헌이익 (거래수수료기반, 원)		174,981,389	220,094,432	268,600,041	321,328,657	378,685,570	441,021,498	508,696,442	535,291,589	589,171,978	649,104,266	712,932,467	780,593,096
고정비	마케팅(고객획득, 원)		133,188,300	139,847,715	146,840,101	154,182,106	161,891,211	169,985,772	178,485,060	187,409,313	196,779,779	206,618,768	216,949,706	227,797,192
	인건비 (원)		62,500,000	62,500,000	62,500,000	62,500,000	62,500,000	62,500,000	75,000,000	75,000,000	75,000,000	75,000,000	75,000,000	75,000,000
	기타 고정비 (원)		20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000
	매출이익 (거래수수료기반, 원)		(40,706,911)	(2,253,283)	39,259,941	84,646,552	134,294,359	188,535,726	230,211,382	247,882,276	292,392,199	342,485,498	395,982,761	452,795,904

주요 지표			2025년											
비목	세목	산출식	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
주요 지표	기초 총 회원 (명)	전월 기말 총회원	1,107,687	1,219,026	1,318,020	1,420,736	1,528,683	1,642,228	1,761,662	1,887,280	2,019,393	2,158,327	2,304,424	2,458,043
	기간 신규회원 (명)		139,031	129,470	135,666	143,465	151,763	160,489	169,660	179,295	189,419	200,055	211,230	222,971
	기간 이탈 회원 (명)	비활동 회원 x 5%	27,692	30,476	32,951	35,518	38,217	41,056	44,042	47,182	50,485	53,958	57,611	61,451
	기말 총 회원 (명)	=기초 + 신규 - 이탈	1,219,026	1,318,020	1,420,736	1,528,683	1,642,228	1,761,662	1,887,280	2,019,393	2,158,327	2,304,424	2,458,043	2,619,563
	목표 CAC (원)	목표 CAC 적용	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
	직원 수(명)		40	40	40	40	40	40	40	50	50	50	50	50
	직원당 평균 인건비		3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
신규 가입자	Paid Marketing (명)	전월대비 목표 성장률 적용	79,729	83,715	87,901	92,296	96,911	101,757	106,845	112,187	117,796	123,686	129,670	136,364
	Organic (명)	영상리뷰노출 x 전환율	52,459	38,268	39,949	42,796	45,876	49,122	52,536	56,127	59,903	63,873	68,047	72,435
	비회원 구매자의 가입 전환(명)	비회원 구매자 x 전환율	6,843	7,487	7,816	8,373	8,976	9,611	10,279	10,981	11,720	12,497	13,313	14,172
	- 비회원 가입 전환율 (%)		15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
	합계 (명)		139,031	129,470	135,666	143,465	151,763	160,489	169,660	179,295	189,419	200,055	211,230	222,971
기존가입자	rate of MAU (%)	목표 MAU 전환율 적용	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
	MAU 총계 (명)		553,844	609,513	659,010	710,368	764,341	821,114	880,831	943,640	1,009,696	1,079,163	1,152,212	1,229,022
구매전환율	신규가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%
	기존가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%
	비회원구매율(전체거래대비, %)	목표 구매전환율 적용	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
구매건수	회원 평균구매건수 (건)	(신규가입자 x 신규전환율) + (기	332,762	347,381	372,137	398,919	427,147	456,837	488,060	520,892	555,414	591,710	629,869	669,985
	비회원 평균구매건수 (건)	회원구매건수 x 비회원구매율	49,914	52,107	55,821	59,838	64,072	68,526	73,209	78,134	83,312	88,756	94,480	100,498
	구매빈도 (건)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	총 구매건수 (건)		382,676	399,489	427,958	458,757	491,219	525,363	561,269	599,026	638,726	680,466	724,349	770,483
영상리뷰	구매자 리뷰 전환율 (%)	목표 리뷰전환율 적용	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
	영상 리뷰 수 (건)		38,268	39,949	42,796	45,876	49,122	52,536	56,127	59,903	63,873	68,047	72,435	77,048
	영상 리뷰당 노출량 (건)	목표 노출수 적용	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	영상 리뷰당 노출 (건)		1,913,381	1,997,443	2,139,788	2,293,786	2,456,093	2,626,813	2,806,345	2,995,129	3,193,628	3,402,330	3,621,746	3,852,415
	영상 리뷰 회원전환율 (%)	목표 회원전환율 적용	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
매출액	객단가 (원)	목표 객단가 적용	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
	거래액 (원)		11,480,288,757	11,984,655,177	12,838,725,585	13,762,715,144	14,736,555,407	15,760,878,817	16,838,070,592	17,970,771,745	19,161,766,214	20,413,978,045	21,730,477,611	23,114,488,861
	매출수수료율 (%)	평균 수수료 매출율 적용	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%
	매출액 (원)		1,377,634,651	1,438,158,621	1,540,647,070	1,651,525,817	1,768,386,649	1,891,305,458	2,020,568,471	2,156,492,609	2,299,411,946	2,449,677,365	2,607,657,313	2,773,738,663
	변동비율 (%)	목표 변동비율 적용	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%	36.0%
	공헌이익 (거래수수료기반, 원)		881,686,177	920,421,518	986,014,125	1,056,976,523	1,131,767,455	1,210,435,493	1,293,163,821	1,380,155,270	1,471,623,645	1,567,793,514	1,668,900,681	1,775,192,745
고정비	마케팅(고객획득, 원)		239,187,051	251,146,404	263,703,724	276,888,910	290,733,356	305,270,023	320,533,524	336,560,201	353,388,211	371,057,621	389,610,502	409,091,027
	인건비 (원)		120,000,000	120,000,000	120,000,000	120,000,000	120,000,000	120,000,000	150,000,000	150,000,000	150,000,000	150,000,000	150,000,000	150,000,000
	기타 고정비 (원)		30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
	매출이익 (거래수수료기반, 원)		492,499,125	519,275,114	572,310,401	630,087,613	691,034,100	755,165,470	792,630,297	863,595,069	938,235,434	1,016,735,893	1,099,290,178	1,186,101,717

참고자료05 KEY METRIC (2026년)

주요 지표			2026년												
비목	세목	산출식	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
주요 지표	기초 총 회원 (명)	전월 기말 총회원	2,619,563	2,792,394	2,974,393	3,165,801	3,367,071	3,578,697	3,801,197	4,035,119	4,281,036	4,539,548	4,811,288	5,096,919	
	기간 신규회원 (명)		238,320	251,810	265,768	280,415	295,802	311,968	328,952	346,794	365,538	385,229	405,913	427,642	
	기간 이탈 회원 (명)	비활동 회원 x 5%	65,489	69,810	74,360	79,145	84,177	89,467	95,030	100,878	107,026	113,489	120,282	127,423	
	기말 총 회원 (명)	=기초 + 신규 - 이탈	2,792,394	2,974,393	3,165,801	3,367,071	3,578,697	3,801,197	4,035,119	4,281,036	4,539,548	4,811,288	5,096,919	5,397,138	
	목표 CAC (원)	목표 CAC 적용	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
	직원 수 (명)		60	60	60	60	60	60	60	70	70	70	70	70	70
	직원당 평균 인건비		3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
신규 가입자	Paid Marketing (명)	전월대비 목표 성장률 적용	143,182	150,341	157,858	165,751	174,038	182,740	191,877	201,471	211,545	222,122	233,228	244,890	
	Organic (명)	영상리뷰노출 x 전환율	77,048	82,175	87,392	92,862	98,612	104,656	111,011	117,691	124,713	132,093	139,851	148,004	
	비회원 구매자의 가입 전환(명)	비회원 구매자 x 전환율	18,090	19,293	20,518	21,802	23,152	24,572	26,063	27,632	29,280	31,013	32,834	34,749	
	- 비회원 가입 전환율 (%)		18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	
	합계 (명)		238,320	251,810	265,768	280,415	295,802	311,968	328,952	346,794	365,538	385,229	405,913	427,642	
기존가입자	rate of MAU (%)	목표 MAU 전환율 적용	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	
	MAU 총계 (명)		1,309,781	1,396,197	1,487,197	1,582,901	1,683,535	1,789,348	1,900,599	2,017,560	2,140,518	2,269,774	2,405,644	2,548,459	
구매전환율	신규가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%	
	기존가입자 (%)	목표 구매전환율 적용	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	
	비회원구매율(전체거래대비, %)	목표 구매전환율 적용	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	
구매건수	회원 평균구매건수 (건)	(신규가입자 x 신규전환율) + (기존가입자 x 기존전환율)	714,568	759,926	807,493	857,492	910,056	965,314	1,023,401	1,084,459	1,148,638	1,216,092	1,286,988	1,361,497	
	비회원 평균구매건수 (건)	회원구매건수 x 비회원구매율	107,185	113,989	121,124	128,624	136,508	144,797	153,510	162,669	172,296	182,414	193,048	204,225	
	구매빈도 (건)		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	총 구매건수 (건)		821,754	873,915	928,617	986,116	1,046,564	1,110,111	1,176,911	1,247,128	1,320,933	1,398,506	1,480,036	1,565,722	
영상리뷰	구매자 리뷰 전환율 (%)	목표 리뷰전환율 적용	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	
	영상 리뷰 수 (건)		82,175	87,392	92,862	98,612	104,656	111,011	117,691	124,713	132,093	139,851	148,004	156,572	
	영상 리뷰당 노출량 (건)	목표 노출수 적용	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	영상 리뷰당 노출 (건)		4,108,768	4,369,577	4,643,083	4,930,580	5,232,822	5,550,555	5,884,556	6,235,641	6,604,666	6,992,532	7,400,182	7,828,609	
	영상 리뷰 회원전환율 (%)	목표 회원전환율 적용	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
매출액	객단가 (원)	목표 객단가 적용	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	
	거래액 (원)		24,652,609,157	26,217,462,306	27,858,498,921	29,583,477,992	31,396,933,746	33,303,331,682	35,307,336,503	37,413,844,271	39,627,995,798	41,955,189,028	44,401,091,910	46,971,655,896	
	매출수수료율 (%)	평균 수수료 매출율 적용	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	
	매출액 (원)		2,958,313,099	3,146,095,477	3,343,019,871	3,550,017,359	3,767,632,050	3,996,399,802	4,236,880,380	4,489,661,312	4,755,359,496	5,034,622,683	5,328,131,029	5,636,598,707	
	변동비율 (%)	목표 변동비율 적용	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	
공헌이익 (거래수수료기반, 원)		1,922,903,514	2,044,962,060	2,172,962,916	2,307,511,283	2,448,960,832	2,597,659,871	2,753,972,247	2,918,279,853	3,090,983,672	3,272,504,744	3,463,285,169	3,663,789,160		
고정비	마케팅(고객획득, 원)		429,545,579	451,022,858	473,574,001	497,252,701	522,115,336	548,221,103	575,632,158	604,413,766	634,634,454	666,366,176	699,684,485	734,668,710	
	인건비 (원)		210,000,000	210,000,000	210,000,000	210,000,000	210,000,000	210,000,000	245,000,000	245,000,000	245,000,000	245,000,000	245,000,000	245,000,000	
	기타 고정비 (원)		50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	
	매출이익 (거래수수료기반, 원)		1,233,357,935	1,333,939,202	1,439,388,915	1,550,258,583	1,666,845,496	1,789,438,769	1,833,340,090	1,968,866,088	2,111,349,218	2,261,138,568	2,418,600,684	2,584,120,450	

