

# 제약이 클수록 더 크게 만듭니 다.

오프라인의 제약을 소프트웨어로 푸는  
일을 7년. 건설에서 낚시로 시장이 바  
뀌어도 방식은 같습니다.

14.26억

2025 연매출 · KPI 97.6%

865건

예약 단월 · 2월 10건 → 86x

89,925

자산물 ARPPU · +34%  
월

# 건설에서 낚시로, 같은 패턴의 다른 시장.

O2O · 슈퍼앱 · 마켓플레이스 — 7년, 하나의 사고

# 입사 9개월 만에 임원진.

기획팀장으로 합류해 사업과 제품을 함께 책임지는 자리까지, 1년이 걸리지 않았습니다. 직책이 아니라 매출·운영·자금으로 증명한 시간입니다.

2024.08

기획팀장 입사  
어바웃피싱 합류

2025.02

기획실장  
제품 조직 총괄

2025.05

등기이사 · CPO  
사업·제품 동시 책임

2026.05

9개 도메인 총괄  
슈퍼앱 전 영역

## Chapter 01 · Current

# 어바웃피싱 *AboutFishing*

낚시 인구 약 800만 명을 위한 커뮤니티 x  
커머스 슈퍼앱. 등기이사·CPO로 아홉 개 도  
메인을 총괄합니다.

# 800만 낚시 인구, 흠어진 경험.

## 산업 구조

### 공급이 파편화된 4조 시장

- 국내 낚시 인구 약 **800만** 명, 시장 규모 4조원대
- 선박 예약은 전화·단톡방, 장비는 외부물, 정보는 블로그로 흠어져 있었습니다
- 고관여·고단가 시장이지만 한 곳에서 끝나는 경험이 없었습니다

## 서비스

### 한 앱에서 끝나는 낚시 라이프

커뮤니티 → 예약 → 쇼핑 → 보상의 순환을 하나의 앱으로 묶었습니다.

아홉 개 도메인이 같은 경험을 공유하며, 커뮤니티에서 시작한 유저가 예약·결제까지 한 흐름으로 이어집니다.

# 한 시장, 세 가지 낚시인.

김영수 · 50대

베테랑 · 예약 진입

"매주 새벽 출조합니다. 좋은 배를 잡으려  
단독방 세 개를 봐요."

예약 검색 → 조항 → 선박 예약. **예약 ARPPU 24.87**  
**만원**, 최고가 결제층.

박지훈 · 30대

입문자 · 커뮤니티 진입

"어디서 뭍 잡는지부터 모르겠고, 장비  
도 막막합니다."

커뮤니티 → 챔피언십 → 쇼핑. **머니 적립**으로 첫 결  
제를 뭍습니다.

이정민 · 40대

가족형 · 홈 진입

"가족이랑 쉽게 다녀올 만한 곳을 알려  
주세요."

홈 → 포인트맵 → 길안내 → 예약. **TMAP 협업**의  
핵심 페르소나.

# 합류 당시, 세 가지가 비어 있었습니 다.

## i. 매출이 외부로 샀습니다

커뮤니티 트래픽은 있었지만 구매 동선이 외부몰로 흘러, 앱 안에서 끝나는 매출이 없었습니다.

## ii. 고단가 예약을 못 받고 있었습니다

가장 비싼 선상 예약이 전화·단톡으로만 이뤄져, 거래 데이터도 매출도 잡히지 않았습니다.

## iii. 아홉 도메인이 따로 놀았습니다

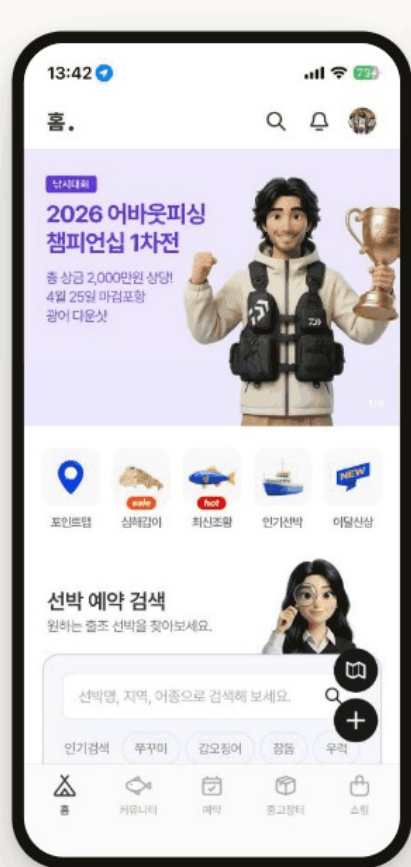
화면마다 경험이 달라 신규 도메인을 붙일수록 흩어졌고, 하나의 슈퍼앱으로 묶을 기준이 없었습니다.

# 하나의 앱에서 낚시의 처음부터 끝까지.

|                                      |                                         |                                         |
|--------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <p>01<br/>홈</p> <p>첫 30초의 진입 동선</p>  | <p>02<br/>쇼핑</p> <p>진열부터 결제까지 풀 퍼널</p>  | <p>03<br/>예약</p> <p>선박 · 조항 · 얼라이언스</p> |
| <p>04<br/>커뮤니티</p> <p>매일 들어오는 코어</p> | <p>05<br/>중고장터</p> <p>C2C 거래 상태머신</p>   | <p>06<br/>머니</p> <p>리텐션을 묶는 보상</p>      |
| <p>07<br/>마이 · 가입</p> <p>3단계 온보딩</p> | <p>08<br/>알림 · CS</p> <p>푸시와 채널톡 통합</p> | <p>09<br/>챔피언십</p> <p>대회 문화 활성화</p>     |



# 단순 커머스가 아닌, 하나의 슈퍼앱.



홈

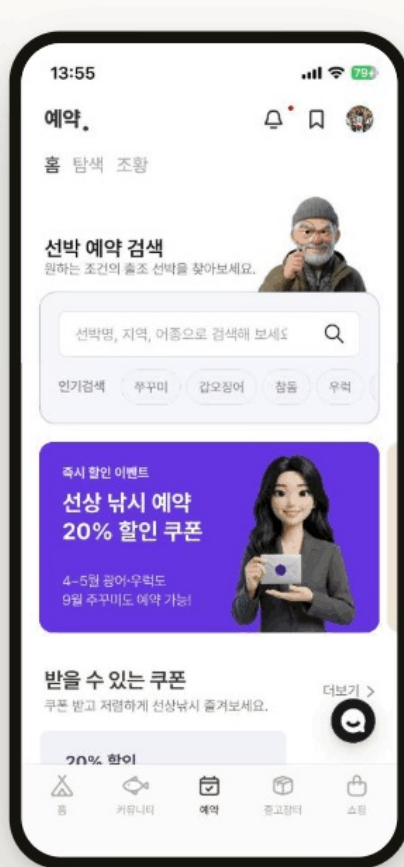
어바웃피싱 · 앱 투어

첫 30초 진입 동선



커뮤니티

매일 들어오는 코어



예약

선박·조항·얼라이언스



쇼핑

진열부터 결제까지

# 연매출 14.26억, KPI의 97.6%.

- 매출을 네 채널로 다각화해 단일 의존을 끊었습니다.
- 월별 달성률은 최고 **124%**까지 올랐습니다.
- 전 도메인 지표를 추적하며 마케팅·운영을 정렬했습니다.

**13.21**억

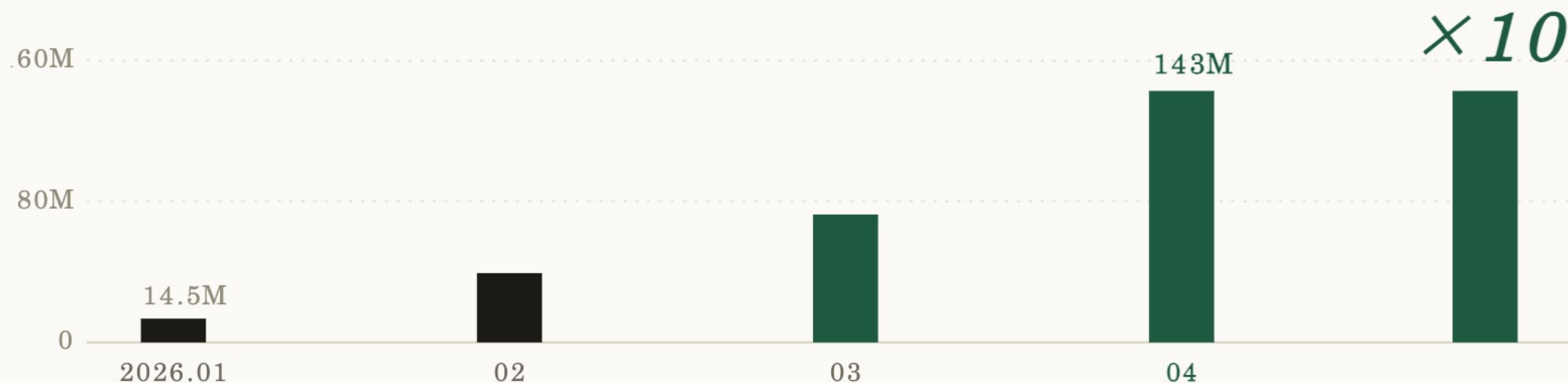
사업 KPI

**14.26**억

실제 달성

— 2026 1분기 — 단월 매출

너 달 만에 10배.



1월 1,450만원에서 4월 1.43억으로. MAU도 3배로  
함께 늘었습니다.

어바웃피싱 · 성장

# 새 도메인이 너 달 만에 주력이 됐습 니다.

## i. 왜 했나

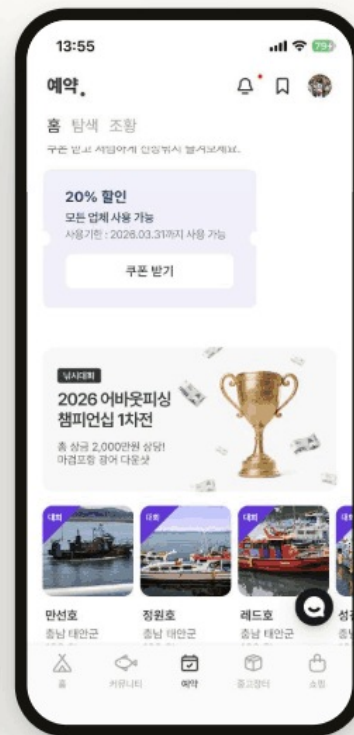
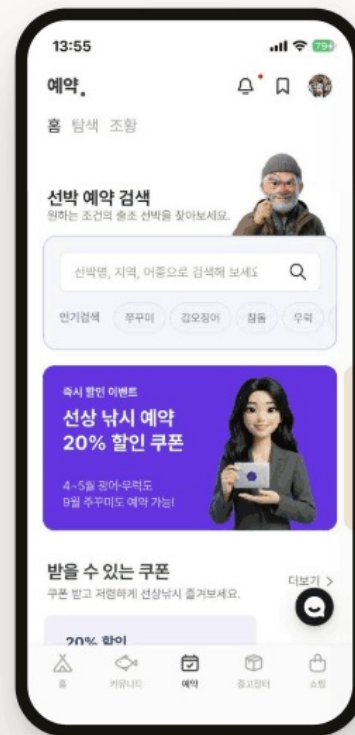
선상 낚시는 결제까지 단계가 가장 많은 도메인. 4조 시장의 본질은 공급의 분산이었습니다.

## ii. 어떻게 했나

자사 직판이 아닌 외부 사업자 입점만 열고, 조황 데이터를 예약 동선에 붙였습니다.

## iii. 무엇이 남았나

4개월 누적 **3.63억** · 월 판매 **86배** · 예약 ARPPU **24.87**만원.



# 외부로 새던 매출을 우리 몰로.

## i. 왜 했나

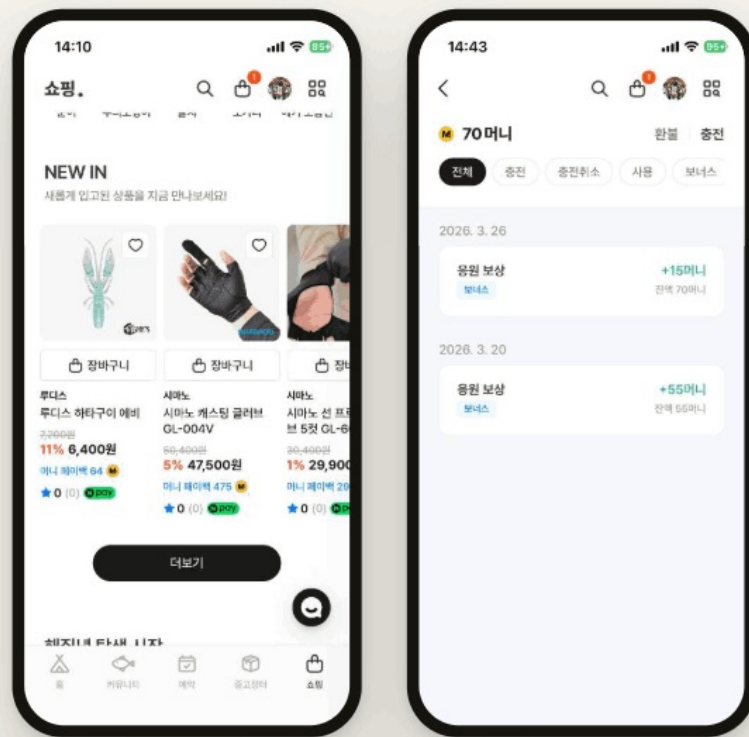
구매 동선이 외부 쇼핑몰로 새고, 매출의 73%가 스마트스토어에 쏠려 있었습니다.

## ii. 어떻게 했나

외부 매출은 그대로 둔 채, 자사몰 **ARPPU**만 별도 **KPI**로 떼어 개선을 보이게 했습니다.

## iii. 무엇이 남았나

자사몰 **ARPPU 89,925원(+34%)** · 재방문을 **97.5%** · 머니 사용률 30% 정착.



— 릴리즈 신뢰성 · 사내 대시보드 직접 빌드

# 빠르게 내보내되, 되돌리지 않습니다.

**122**

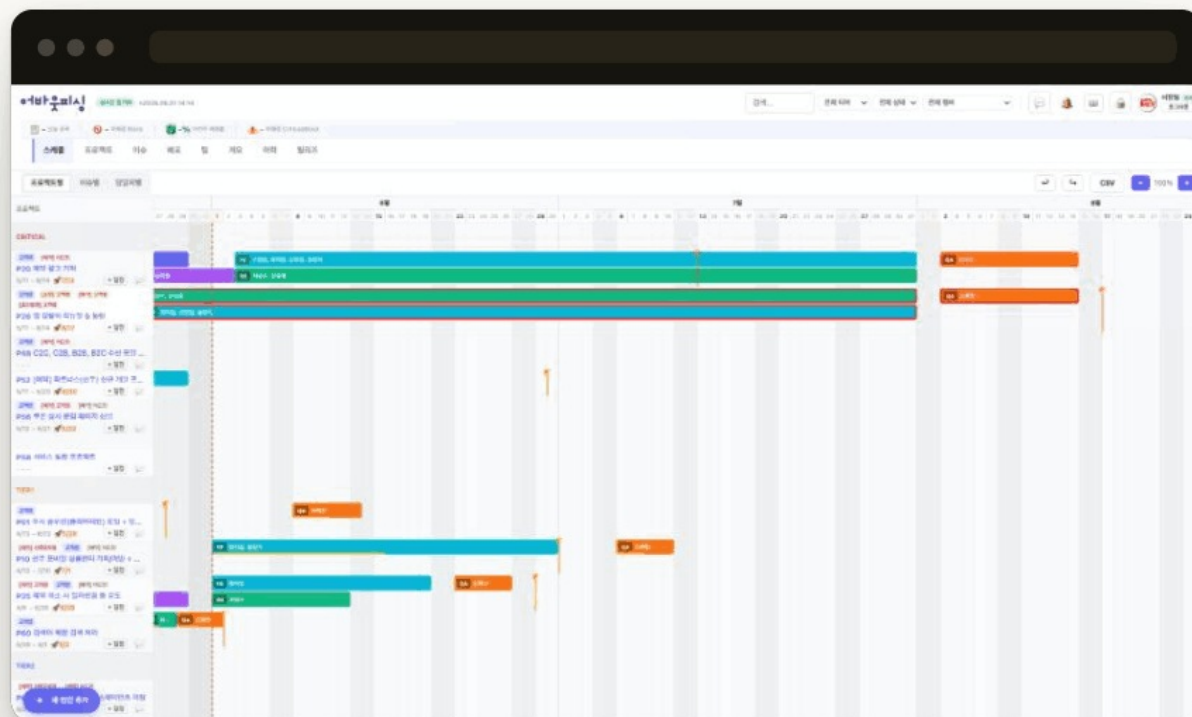
배포 횟수  
1년 9개월 누적

**1**건

로백  
로백률 0.8%

**94%**

QA 검증을  
운영 도달 전 차단



기성 도구 대신 사내 운영 대시보드를 직접 빌드해  
사람·배포·프로젝트를 한 화면에서 운영합니다.

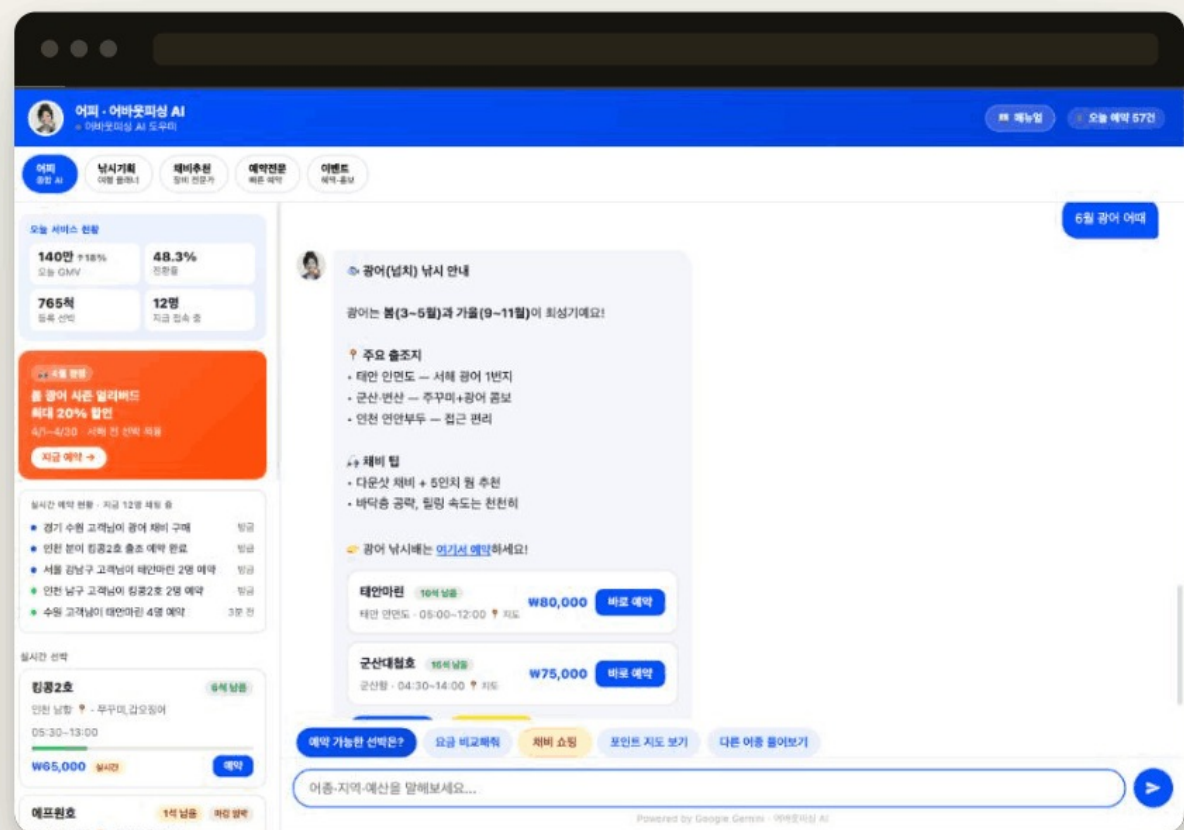
어바웃피싱 · 운영



# AI로 제품과 일하는 방식을 바꿉니다.

- AI 추천·예약 서비스 - Gemini API·GCP·자사 DB로 대화 한 줄에 선박 추천→예약.
- AI 기획 파이프라인 - 백로그→PRD→정책→스토리보드→프로토타입 공수 대폭 단축.
- 직접 빌드 - 간단한 기획과 사내 도구는 외주 없이 직접 만듭니다.

바분 산출물은 AI에 위임하고, 판단·검증과 의사결정에 시간을 다시 씁니다.



# 제품만으로는 시장이 안 움직입니다.

## 대기업 협업

### SK텔레콤 TMAP

창업도약패키지 대기업 협업형 파트너로 위치 데이터를 연동했습니다.

- 자체 구축 대비 ROI 높은 선박·조항 데이터를 근거로 설득
- 검색→예약→길안내 단일 퍼널을 함께 설계

## 정부 자금

### 창업도약패키지 선정

중기부 사업계획서를 단독으로 집필해 발표를 통과했습니다.

- 외부 컨설팅 없이 시장·솔루션·재무 전 챕터 직접 작성
- 운영·R&D 자금과 시장 검증을 함께 확보



## Chapter 02 · 2020 — 2024

# 웍스메이트 *GADA*

건설 구인구직 O2O '가다'. 일평균 1,000명  
매칭으로 월 매출 **3**억을 운영하던 곳에서  
PM으로 합류해 PO로 승격했습니다.

# 하루 단위로 도는 현장의 일.

## 산업 · 서비스

### 일감과 사람을 잇는 매칭

- 건설 근로자와 현장 관리자를 잇는 **O2O** 매칭 플랫폼
- 일평균 **1,000**명 매칭, 월 매출 3억(연 36억) 운영
- 주 사용자는 **40~50**대 근로자 — 큰 글자·단순 흐름이 필수

## 문제

### 합류 당시의 세 가지 통증

- 청구·지급이 전부 수작업 — 매달 **6**명이 매달림
- 부분 패치로 버틴 결과 **IA**가 깨져 패치할수록 부작용
- PM의 직감에 의존 — 실험으로 검증하는 틀이 없었습니다

전체를 다 짓는 대신, 가장 아픈 곳  
만 잘랐습니다.

## i. 왜 했나

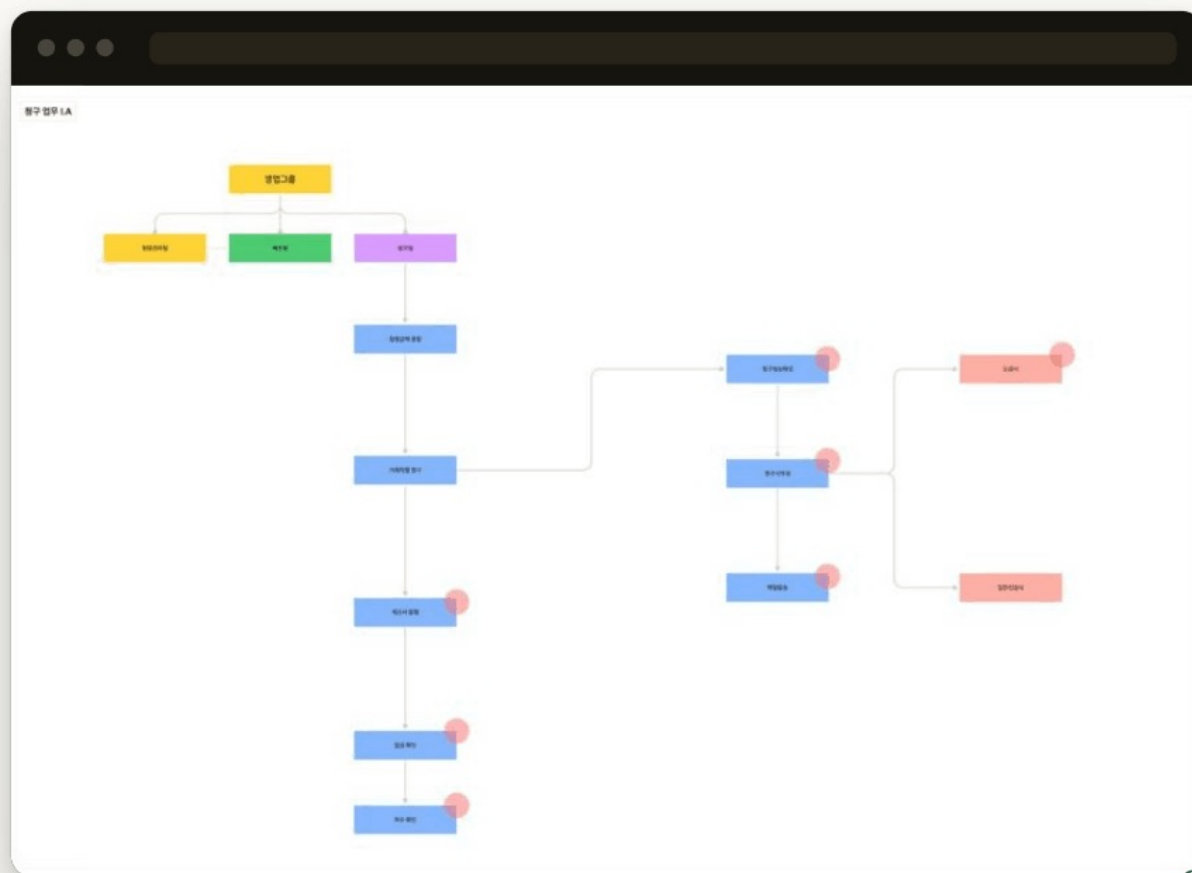
청구·지급이 전부 수작업이라 직원 6명이 매달 매달렸습니

ii. <sup>다</sup>어떻게 했나

시스템 전체 대신 **청구·지급만** 잘라 **0.5개월 MVP**로 먼저 검증했습니다.

### iii. 무엇이 남았나

운영 인력 **6→3명(-50%)** · 데이터화 **100%** · 해고 **0명**(전원 재배치).



# 50대 근로자가 멈추지 않은 화면.

## i. 왜 했나

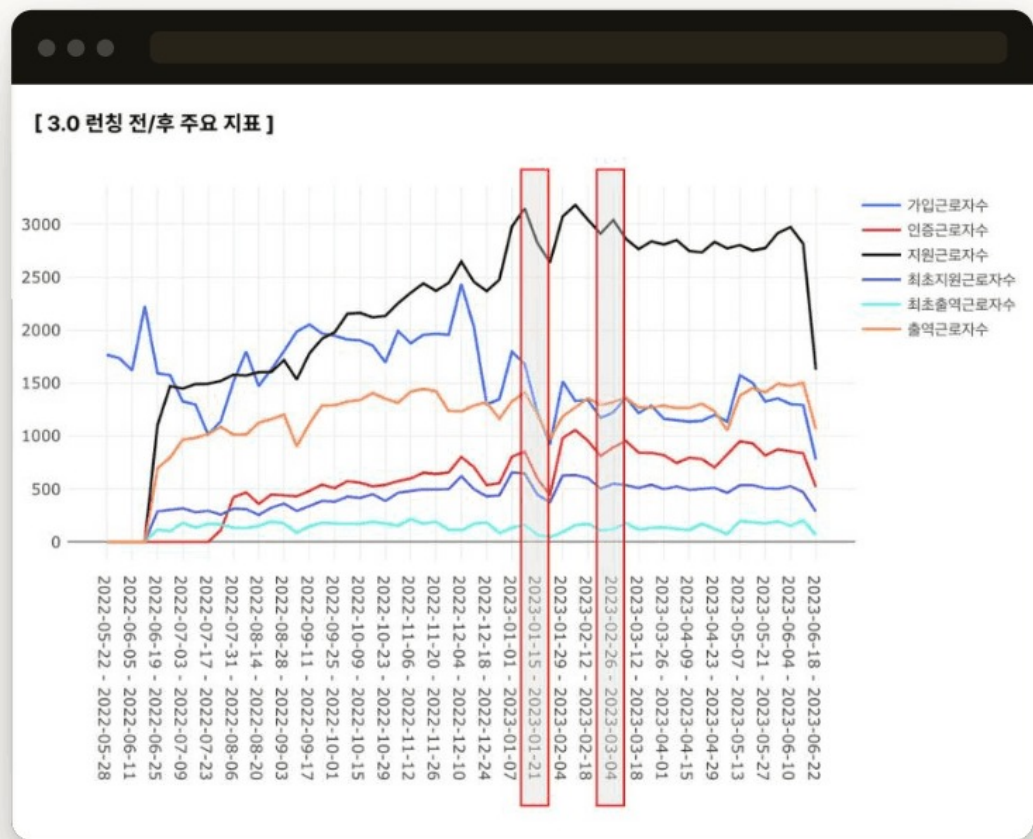
주 사용자가 40~50대 근로자. 큰 글자·단순한 흐름·큰 버튼이 필요했습니다.

## ii. 어떻게 했나

부분 패치를 멈추고 폴리뉴얼로 전환, 세 앱을 우선순위로 줄 세웠습니다.

## iii. 무엇이 남았나

가입 "매우 쉬움" **40.6%** · 이수증 등록 "매우 쉬움" **43.6%** · 가입·인증 근로자 우상향.



# 자금과 신뢰를 데이터로 증명했습니다.

제품팀이 흔히 남에게 말기는 두 가지를 직접 끌어왔습니다 —

**R&D** 자금은 정부과제 단독 집필로, 금융 신뢰는 근로 데이터로 증명했습니다.

**3**건

정부·엑셀러레이터 선정  
TIPS · NH · NIPA 단독 작성

**300**명

P2P 대상 전원 상환  
한화 EBC × 피플펀드

**0**건

장기연체  
근로-상환 상관관계 확보

# 도메인이 바뀌어도 변하지 않는 세 가지.

## I.

### 제약을 먼저 그린다

예산·인력·시간의 한계를 먼저 지도로 그립니다. 무엇을 안 만들지를 정하는 것이 먼저입니다.

## II.

### 작게 만들어 빨리 틀린다

가설이 틀렸다는 신호를 빨리 받습니다. ERP와 P2P 모두 0.5개월 사이클로 검증했습니다.

## III.

### 운영·자금·파트너십을 함께

정부과제로 자금을, 외부 협업으로 채널을 확보해 제품의 성장을 떠받칩니다.

# 매출·운영·자본, 세 축의 결과.

## 매출

**14.26**억

2025 연매출 · KPI 97.6%

**+10**x

2026 1→4월 단월 매출

**3.63**억

예약 4개월 누적

## 운영

**122** / 1

배포 / 롤백 (0.8%)

**-50**%

청구·지급 운영 인력

**+34**%

자사물 ARPPU

## 자본 · 파트너십

**4**건

정부지원 100% 선정

**300**명

P2P 전원 상환 · 연체 0

**TMAP**

SK텔레콤 대기업 협업



— LET'S BUILD

# 다음 시장에 가져갈 것.

i.

## 제약을 읽는 눈

가장 비싼 문제부터 잘라 ROI를 앞당깁니다. 무엇을 안  
만들지부터 정합니다.

ii.

## AI로 가속하는 실행

기획·추천 프로세스에 AI를 붙이고, 간단한 건 직접  
빌드합니다. 도메인이 바뀌어도 방식은 같습니다.

iii.

## 자본까지 끌어오는 책임

제품·운영·자금·파트너십을 한 트랙으로 묶어 성장을 떠  
받칩니다.

### NAME

서현일 · Hyunil  
Seo

### EMAIL

banns0104@gmail.com

### PHONE

010-3333-3768

### BASED

Seoul,  
Korea