

2만명 유저와 함께 하는 캐릭터 기반 채팅 & 일상 공유 커뮤니티 ROOMER

소셜 미디어 기업
나를 위한 날, 나데이



루머는 외로움을 호소할 때가 없는 2030세대에게
현실이 아닌 새로운 대화창구 서비스입니다.

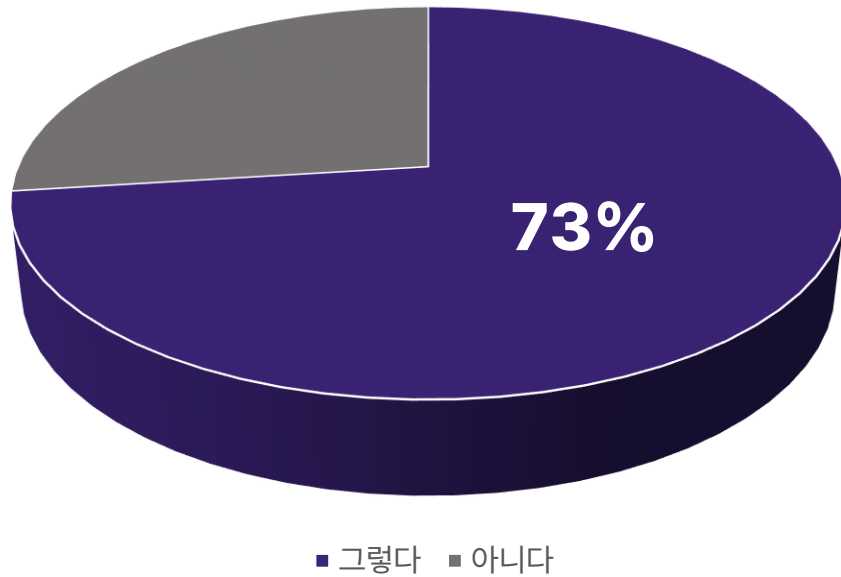
“ 부캐로 활동하고 싶은 직장인은 루머를 이용하고 있습니다. ”



PROBLEM

내 안의 또 다른 나 직장인은 '부캐'를 원한다

직장 생활 중 부캐를 갖고 싶습니까?



부캐를 가지고 싶은 이유

1위 '또 다른 내 모습을 만들거나 표출하기 위해서' (43.7%)

2위 '퇴근 후 직장에서의와 다른 모습으로 모드 전환'(35.2%)

3위 인스타그램, 유튜브 등 SNS 부계정 운영'(32.9%)

*취업 포털 사람인이 직장인 1,202명을 대상으로 진행한 설문 조사

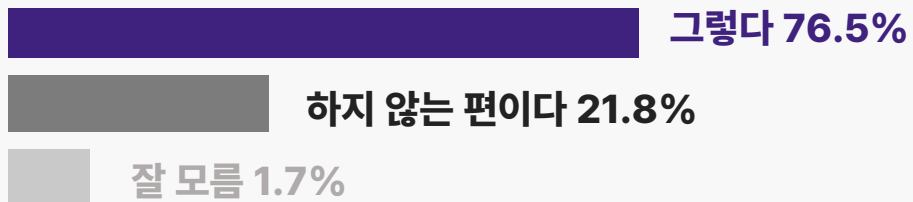
PROBLEM

2030은 인간 관계의 **개인주의적인 성향**을 띄지만 동시에 소외되는 것을 두려워하는 **포모증후군**을 겪고 있습니다.

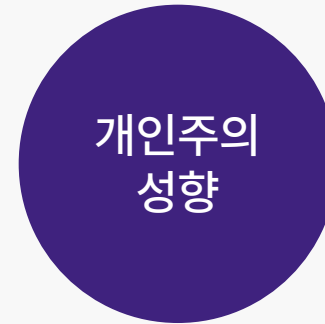


"가까운 사람, 친밀한 사람일수록 여러 가지 신경 쓸게 더 많아져 감정 소모가 너무 많아져요"

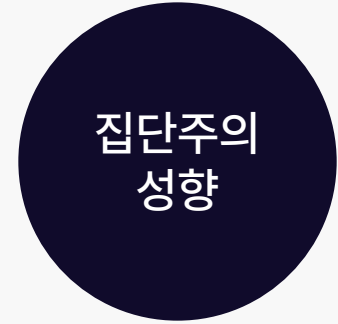
- 20~30대상 현재 직장생활을 하면서 감정노동을 하는 편입니까?



설문 출처: 2030 직장인 감정노동 경험 및 해소 관련 인식 조사 트렌드 모니터



+

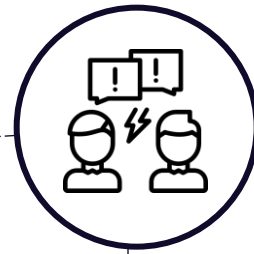


개인의 영역을 침범하는 관계에 피로를 느끼는
개인주의 성향과 디지털의 사용빈도와 의존도가 높다 보니
집단에 소외 되는 것을 두려워하는
집단주의 성향을 동시에 가지고 있음

이러한 특성으로 **온라인 커뮤니티** 이용자 수가 지속적으로 높아지며 **본인이 소속하고 싶은 온라인 커뮤니티**를 선택하게 됨

MARKET PROBLEM

간섭을 피하고 소속감을 원하는 은둔형 외톨이 청년에게 현재 커뮤니티는 **혐오의 장으로** 변질되거나 **현실을 회피하고 싶지만** 철저한 본인인증으로 **피로감**을 주고 있습니다.



혐오와 갈등의 조장 & 악성 댓글

“ 나와 맞지 않은 가치관과 일방적인 혐오 표현이 많아 커뮤니티 내 갈등이 있어요 ”

타인의 사진 도용 위험

“ 현실을 회피하고 싶어 접속하는데 본인 인증을 해야 하는 서비스는 부담스러워요 ”

커뮤니티 별 짙은 정체성

“ 커뮤니티 별 성향과 색이 강해 맞지 않으면 소속감을 느끼기 어려워요 ”

SOLUTION

기존에 일반 정보성 커뮤니티를 넘어 **서비스 & 콘텐츠**를 지속적으로 제공하여 **특별한 소속감**을 느낄 수 있는 소셜미디어 플랫폼을 만들어야 합니다.

NEED

어떤 커뮤니티에 속해 있다는 사실이 나의 정체성을 드러내고 알리는 수단으로 활용

PROBLEM

혐오의 장으로 변질

철저한 본인인증

소속감 없는 일회적인 사용



SOLUTION

공통 관심사 주제를
구분하여 카테고리 별
분위기 형성

현실 인증이 아닌
커뮤니티 속에서 활동할
수 있는 캐릭터 제공

커뮤니티 회원만의 혜택을 통해
브랜드 소속감과
충성심 부여

PRODUCT

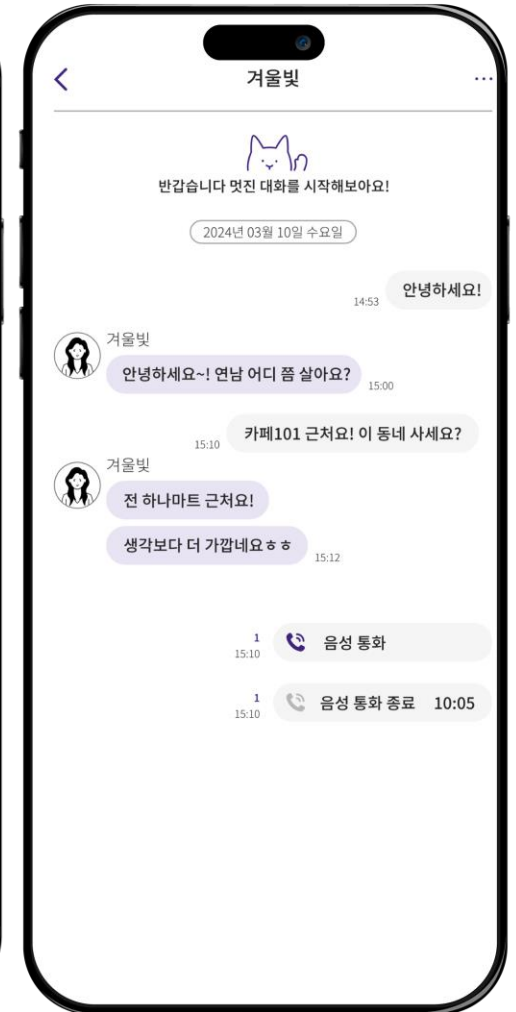
루머 커뮤니티 APP 서비스

루머 커뮤니티 APP은 부캐라는 요소를 넣어 자신만의 페르소나를 확고히 할 수 있습니다.



자신 캐릭터 만들기

본인이 원하는 모습과 특징 부여
(MBTI, 본인을 표현하는 키워드)



PERFORMANCE

아이템의 차별성 및 기술성

3가지 주요 기능을 통해 **나만의 부캐**로 활동 할 수 있습니다.



낯선 사람들과의 공감대 형성

8가지 주제로 나만의 ROOM을 만들어 다양한 사람들과 채팅을 통한 소통을 할 수 있습니다.



음성 & 영상통화 기능

채팅을 통한 소통 뿐만 아니라 음성&영상 통화로 친밀감을 더욱 극대화 시킬 수 있습니다.



단체 특 모임 개최

오픈 ROOM에서 주제를 정하여 다수의 멤버를 초대하고 단체 특방을 개설할 수 있습니다.

PERFORMANCE

아이템의 차별성 및 기술성

브랜딩이 되어 있는 채팅 & 커뮤니티 어플리케이션 루머

" 루머에서 만큼은 솔직해질 수 있어요 "

2030 대상으로 **루머 커뮤니티의 팬덤**을 형성하여 오프라인 소통창구를 지속적으로 마련하고 있습니다.

" 세상 밖에 나갈 용기가 생겨요 "



루머 오프라인 전시회 현장 - 본인의 속마음을 종이에 쓰고 파쇄기에 넣어 삭제 하는 체험형 전시 / 마이크로서울 WEB 3.0 부스 참여

PERFORMANCE

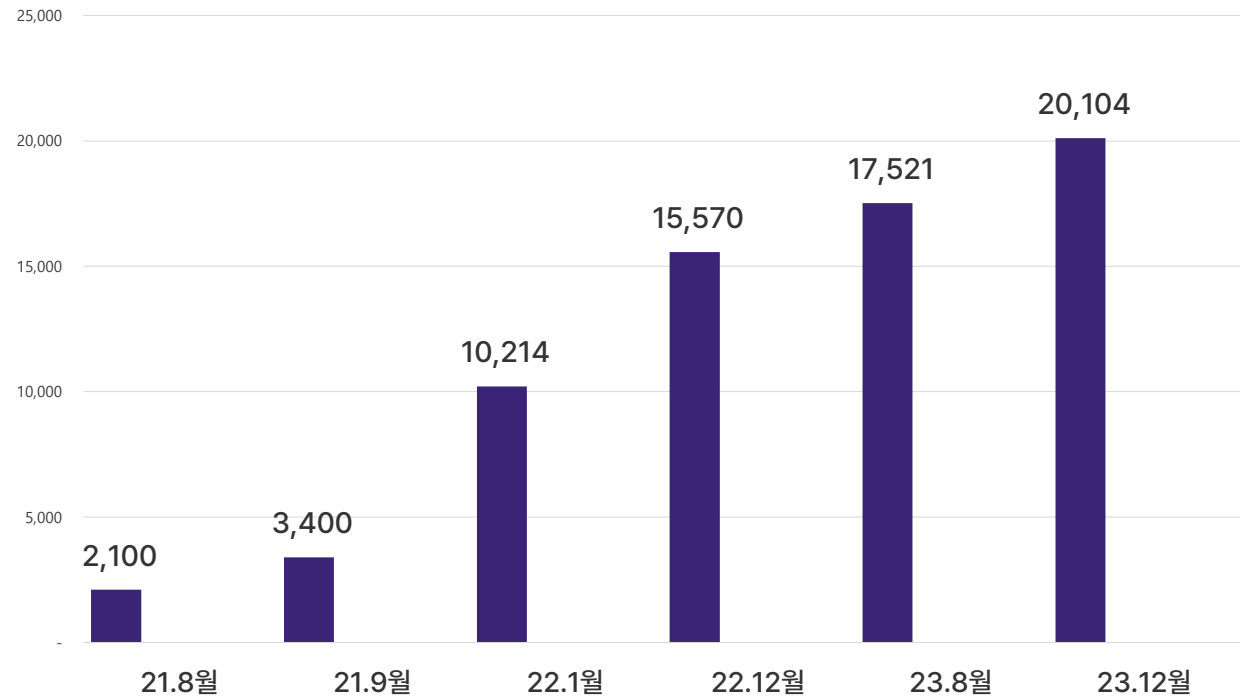
아이템의 차별성 및 기술성

루머 커뮤니티 APP 출시 한 달 만에 누적 회원 **2,000명**을 돌파했으며
다운로드 수 **50,000명** 활동 회원 수 **20,104명의 회원**을 유치했습니다.



2021.08 정식 런칭 구글플레이스토어 / 앱스토어 합산 기준

루머 앱 회원 증가 수

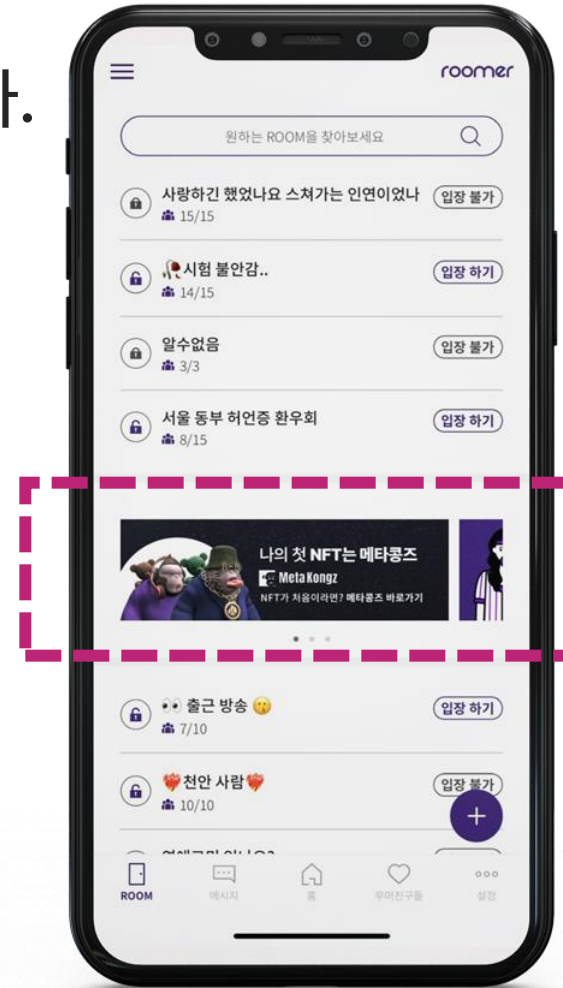
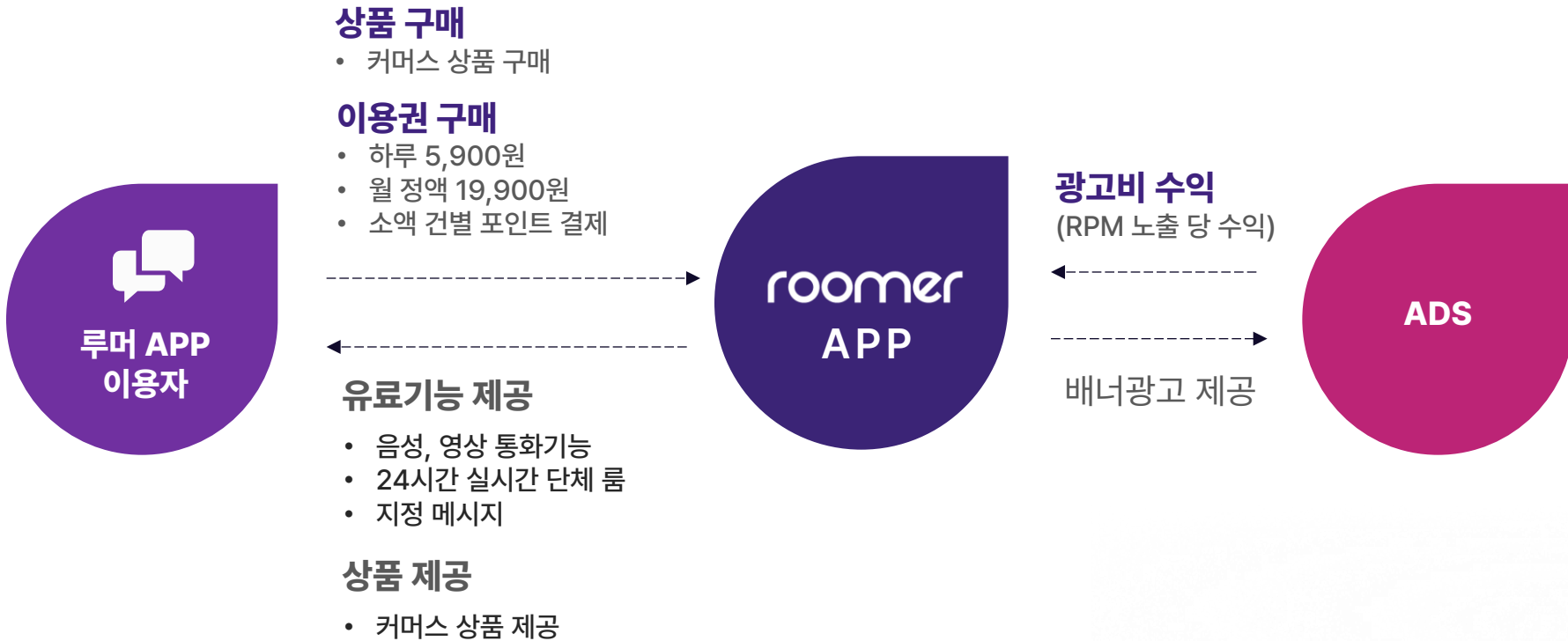


PRO 이용권 (유료서비스) 무료 배포 기간

BM

루머 커뮤니티 APP 서비스

고객 모집을 위해 작년 **무료 배포**가 진행되었으며 올해 루머 이용자 중 **15% 유료 회원**과 **10% 충성 회원** 확보를 목표로 합니다.



BM

루머 커뮤니티 APP 서비스

루머 APP은 무료 이용자와 유료 이용자의 기능의 차이가 있습니다.
또한 커머스 연동과 ADS 연동으로 2차 수익이 발생합니다.

<무료 이용자 이용 범위>

다중 메시지

10명에게 랜덤메시지 전송

게시글 FEED ROOM

8가지 카테고리를 선택하여
자신의 일상을 공유

<구독 이용자 이용 범위>

1DAY 9,900원 / 월구독 29,900원

지정 메시지 / 이모티콘

원하는 루머인에게 메시지를
보낼 수 있으며 움직이는
이모티콘을 사용할 수 있음

다중 메시지

이성, 동성, 5km 순으로 선택하여
다중 메시지를 보낼 수 있음

통화 & 오픈 룸 개설

원하는 사람에게 전화를 걸 수 있으며
24시간 실시간 룸을 개설할 수 있음

<소액 포인트 결제>

100P 기준 1,100원

지정 메시지 50P

원하는 루머인에게 메시지를
다이렉트로 보낼 수 있음

다중 메시지 50P

이성, 동성, 5km 순으로 선택하여
다중 메시지를 보낼 수 있음

<SHOP>

앱내 커머스 기능

커머스 구매

포인트로 원하는 굿즈와 상품을 구매

<ADS>

배너 광고료

구글 ADS 연동

배너 광고를 통해 광고 수익 창출

COMPETITION

루머는 **일회성**이 아닌 소속감을 느낄 수 있는 커뮤니티 서비스입니다.

서비스	ROOMER	Reddit	Wisdo	Mixi	BetterHelp
업력	2021.08 ~	2005.06 ~	2018.04 ~	2010.12 ~	2014.11 ~
회원수	2만명	1억명+	10만명+	500만명+	100만명+
국가	대한민국	미국	미국	일본	유럽
특징	브랜딩 캐릭터가 있으며 본인이 선택한 부캐릭터로 활동, 음성&영상 통화, 실시간 피드 업로드 가능	익명 커뮤니티(r/lonely, r/socialanxiety, r/depression)등 은둔형 외톨이와 관련된 카테고리 존재	삶의 어려움을 겪는 사람들에게 지식과 경험을 공유하는 익명 커뮤니티로 은둔형 외톨이 그룹이 있음	은둔형 외톨이와 같은 특정 문 제를 다루는 커뮤니티를 운영, 채팅 서비스 미지원	전문가와 연결하여 치료를 연계해주는 서비스
핵심타겟	부캐로 활동하고 싶은 2030 직장인, 은둔 청년	커뮤니티를 원하는 성인 남녀 모두	은둔형 외톨이, 우울증환자	커뮤니티를 원하는 성인 남녀 모두	은둔형 외톨이, 우울증환자
커뮤니티 외 서비스 유무	있음 (회원 혜택이 있는 커머스 제휴 업체 할인)	없음	없음	없음	없음
수익모델	월구독 + 커머스 + 소액포인트	배너광고	소액포인트 + 배너광고 +	소액포인트	전문가 연결 시 과금

EXPANSION STRATEGY

확장 전략

유저 참여형 IP 활용으로 세계관을 확장하고 이용자의 충성도를 높입니다.

✓ 이모티콘



✓ 티셔츠



✓ 야광 타투 스티커

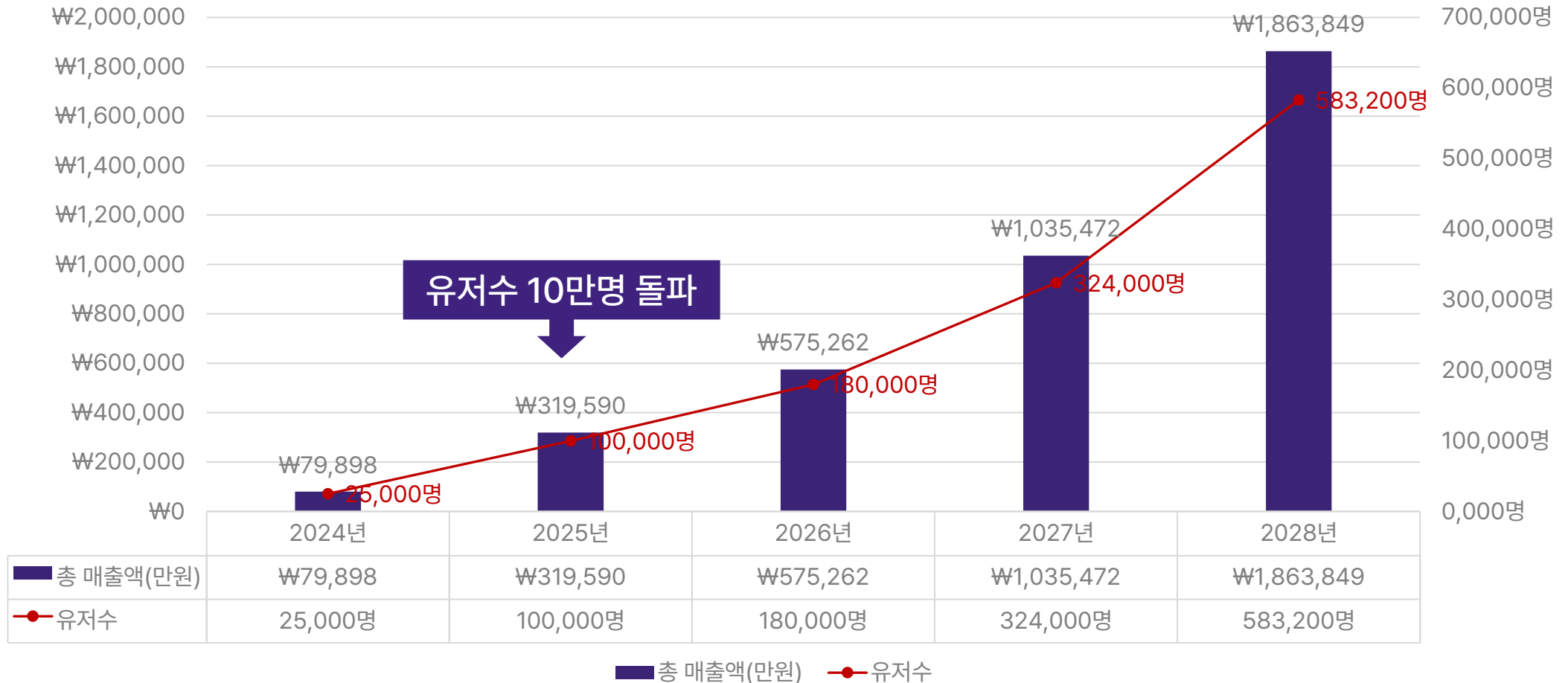


▶ 고유 IP인 루머냥 및 아바타 캐릭터를 활용하여 자체 광고 애니메이션을 제작하고 공감대를 형성합니다.
또한 실제 사용 유저의 의견을 적극 수렴하여 이모티콘과 굿즈 상품을 설계하고 충성도를 높여 수익을 다각화합니다.

KEY INDEX PROJECTION

5년 이내 안정적인 성장세를 목표합니다.

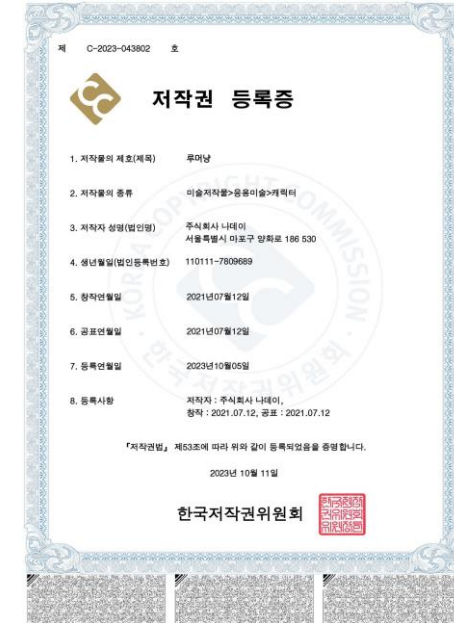
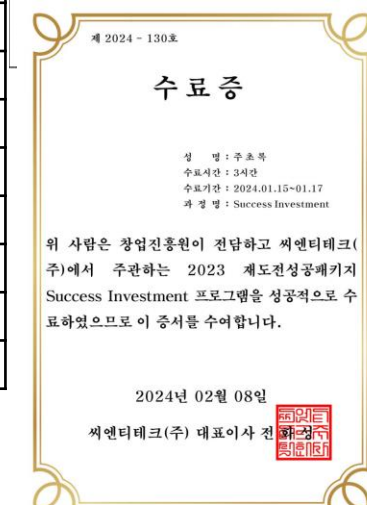
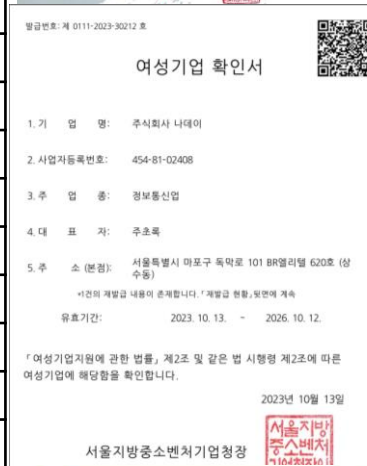
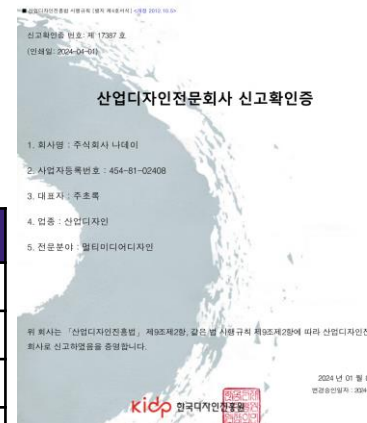
향후 5년간 KPI 시뮬레이션



COMPANY & TEAM

회사 연혁

나데이 연혁		비고	
연도	월	내용	
2021	3	주식회사 나데이 창립 및 주초록 대표 취임	
2021	6	루머(ROOMER) 상표권 출원	40-2021-0118355
2021	7	루머(ROOMER)커뮤니티 앱 베타 출시	
2022	3	pre-seed 엔젤투자 3억원 유치	
2022	8	월간토이 출시	
2022	10	루머(ROOMER)커뮤니티 앱 Ver.1.0 출시	무료배포
2023	6	pre-seed 엔젤투자 6천만원 유치	
2023	9	서울랜드 마이크로서울 WEB 3.0 부스 참여	
2023	10	루머냥 저작권 출원	C-2023-043802
2023	10	여성기업 인증	제0111-2023-30212호
2023	10	월간토이 매각	
2023	12	스캣(SACT) 출시	
2024	1	산업디자인전문회사 멀티미디어디자인 인증	제17387호
2024	1	2023 재도전 성공패키지 Success Investment 프로그램 수료	
2024	2	2023 재도전 성공패키지 Oneday IR 서바이벌 본선 진출	
2024	5	2024 재도전 성공패키지 선발	
2024	6	스캣(SACT) 매각	
2024	6	벤처기업협회 : PSWC27기 - VC 코칭 과정 수료	
2024	7	함께일하는재단 : 하이플라이어 청년사업가성장기교육프로그램 - 투자트랙 과정 수료	
2024	9	루머(ROOMER) Ver.2.0 업데이트 예정	

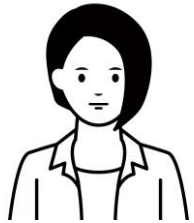


COMPANY & TEAM

팀원 내부 역량

연결을 가장 중시하는 커뮤니티 최적화된 **멀티플레이어형** 조직입니다.

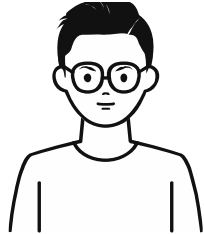
- 설립일: 2021.03.15
- 임직원수 : 4명
- 자본금: 1,170만원
- 보유자산 : 상표권 / 루머냥 저작권
- 소재지 : 서울시 마포구 독막로 101, 620호
- 여성인증기업 / 전문산업디자인기업



CEO. JETTA

주 초 록

서비스 기획 & 브랜딩 기획
UI/UX & Web Publishing
커플 이색데이트 elever 창업경험
건국대 문화콘텐츠 학사



Operation Director. RION

업 민 진

서비스 기획, 기획 운영, 매출 관리
前 케이드라이브 오늘의 픽업 팀장
운영기획 및 서비스 운영 총괄



Creative Director. ELLA

차 한 별

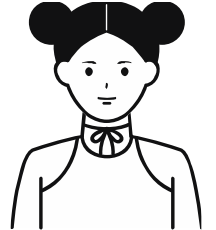
Visual artist
Graphic / Drawing / Video editing
LX하우시스 작품 콜라보레이션
커넥츠 클래스 강사



Content Manager. XIAH

장 근 선

콘텐츠 기획
상품 MD
브랜드 관리



Content Manager. NIKI

박 준 영

콘텐츠 기획
상품 MD
고객 CS

NADAY MISSION & VISION

MISSION

**커뮤니티의 연결고리를 통해 새로운 가치를 제공하여
이용자와 플랫폼이 공존하는 커뮤니티를 만듭니다.**

VISION

**서비스를 통해 커뮤니티 시장에
독보적인 기업이 되겠습니다.**

NADAY

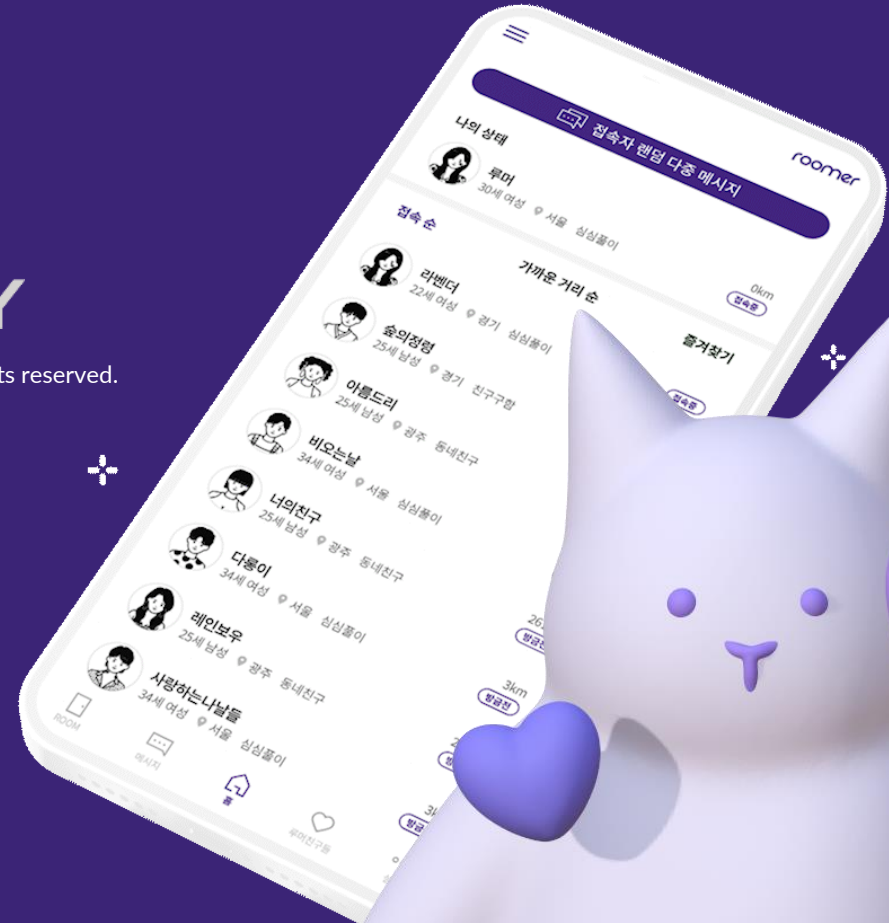
Copyright 2024. NADAY all rights reserved.

대표자 : 주 초 록

주 소 : 서울시 마포구 독막로 101, 620호

연락처 : 010.4442.7029

E-Mail : jetta@naday.co.kr



KEY INDEX PROJECTION

향후 KPI 시뮬레이션

연도	유저수	월정액 이용료	월정액 가입률	평균 유지기간	월 평균 구매 금액	충성 유저수	월정액 가입률	평균 유지기간	월 평균 구매 금액	총 매출액
2024	25,000	19,900	15%	3	10,000	2,000	100%	12	30,000	₩798,975,000
2025	100,000	19,900	15%	3	10,000	8,000	100%	12	30,000	₩3,195,900,000
2026	180,000	19,900	15%	3	10,000	14,400	100%	12	30,000	₩5,752,620,000
2027	324,000	19,900	15%	3	10,000	25,920	100%	12	30,000	₩10,354,716,000
2028	583,200	19,900	15%	3	10,000	46,656	100%	12	30,000	₩18,638,488,800

- 유료고객 가입률 15% 평균 이용기간 3개월 충성고객 10% 구분하여 예상 시뮬레이션 데이터화