



노랑회전

상인들에 의한

상인들을 위한

상인들이 만든

노랑진수산시장 전용 플랫폼

노랑회전

사업소개서



I. 인사말 및 개요

인사말

안녕하세요, 노랑진 수산시장 전용 배달·포장 주문 서비스 '노랑회전'입니다.

저희는 노랑진 수산시장을 찾는 고객들이 신선한 수산물을 더 편리하게 주문하고 받아볼 수 있도록 돕는 서비스를 운영하고 있습니다. 이번 산학협력을 통해 노랑회전의 온라인 홍보 프로젝트에 함께해 주실 고려대학교 학생 여러분께 저희 브랜드와 사업을 소개해드리고자 이 자료를 준비했습니다.

현장의 생생한 문제를 함께 고민하고, 실제 서비스의 온라인 홍보 전략을 직접 기획·실행해 볼 수 있는 기회가 되기를 바랍니다.



한 줄 소개

노랑진 수산시장,
줄 서지 않고
스마트하게

현장 즉석주문 고객을 위한
배달·포장 서비스



II. 브랜드 및 서비스 소개

설립 배경 및 브랜드 미션·비전

노량진 수산시장은 국내를 대표하는 수산물 시장으로 많은 방문객이 찾지만, 현장에서는 여러 상점을 둘러보며 비교하고 구매 후 포장·이동을 준비하는 과정에서 번거로움을 겪는 경우가 많습니다. 노랑회전은 이러한 현장 고객의 불편을 해소하고, 시장을 방문한 누구나 더 간편하게 수산물을 주문하고 받아볼 수 있도록 만들어진 서비스입니다.



미션

노량진 수산시장의 신선한 수산물을,
누구나 더 편리하게 만날 수 있도록 한다.



비전

노량진 수산시장을 대표하는
온라인 주문 채널로 성장한다.



II. 브랜드 및 서비스 소개

핵심 서비스



배달·포장 주문 앱

원하는 수산물을 앱에서 간편하게 주문하고,
배달 또는 포장 수령을 선택할 수 있습니다.



현장 QR코드 주문

시장 현장에 비치된 QR코드를 스캔하면
별도 앱 설치 없이도 바로 주문 페이지로 연결됩니다.



II. 브랜드 및 서비스 소개

서비스 이용 흐름





III. 시장 및 사업 현황

노량진 수산시장 산업 환경

국내를 대표하는 수산물 도소매 시장

지역 주민은 물론 관광객까지 폭넓은 방문객이 꾸준히 찾는 공간입니다.

최근에는 온라인·모바일 주문에 익숙한 소비층이 늘어나면서, 현장 방문 고객을 온라인 서비스로 자연스럽게 연결하는 것이 시장 내 서비스 사업자들의 중요한 과제로 떠오르고 있습니다. 노량회전은 바로 이 지점에서 기회를 만들어가고자 합니다.



온라인·모바일 소비 증가 → 현장-온라인 연결이 핵심 과제



20~40대

배달 · 현장 즉석 구매 고객

경쟁사 배달앱으로 주문한 고객 또는,
시장에 방문했지만
아직 화·해산물을 구매하지 않은 고객이
핵심 타겟입니다.

왜 이 고객군인가

- 이미 경쟁사 앱으로 사전 주문을 마친 고객은 서비스를 이미 인지하고 있기 때문에 '노랑회전'으로 전환될 가능성이 큰 잠재 고객군.
- 현장에서 즉흥적으로 구매를 결정하는 고객 또한 그 자리에서 브랜드를 처음 접하고 전환될 가능성이 큰 잠재 고객군.
- 노랑회전은 온라인·현장 홍보를 통해 바로 이 지점을 공략.



III. 시장 및 사업 현황

경쟁 서비스 대비 차별화 포인트



현장 전환 특화

사전 주문 중심의 기존 서비스에 더해
현장 즉석 주문 고객 전환에도 특화



즉시 QR 주문

현장 QR코드로
앱 설치 없이 즉시 주문 가능



현장요원 자산

노량진수산물시장 현장에
상주하고 있는 직원 보유



III. 시장 및 사업 현황

노랑회전 현황

가입된 가맹점 수

76개

40%

전체 활어회 매장의 40%가 노랑회전에 가입

노랑진 수산시장 전체 활어회 매장을 기준으로 산정한 수치입니다.

파트너십 현황



새마을금고

가입된 가맹점 대상
금융상품 지원



카카오페이

주문 고객에게
카카오페이머니 즉시 할인 지원



IV. 기존 마케팅·홍보 활동

오프라인 현장 홍보 사례



2026.09

주말(금·토·일) 홍보 진행



500~600만원

1개월 홍보 예산



500개

고퀄리티 보냉백 보유



카카오페이 머니

카카오페이 머니 즉시 할인



20~40대

현장 방문 홍보 대상

노랑회전은 지금까지 시장 현장을 중심으로 한 오프라인 홍보 활동에 집중해 왔습니다. 즉석 구매 고객에게 직접 다가갈 수 있다는 장점이 있지만, 홍보 기간과 장소가 한정되어 지속적인 브랜드 인지도 확산에는 한계가 있습니다.



IV. 기존 마케팅·홍보 활동

온라인 홍보 강화가 필요한 이유



오프라인 현장 홍보만으로는 도달할 수 있는 고객의 범위와 지속 기간이 제한적입니다.



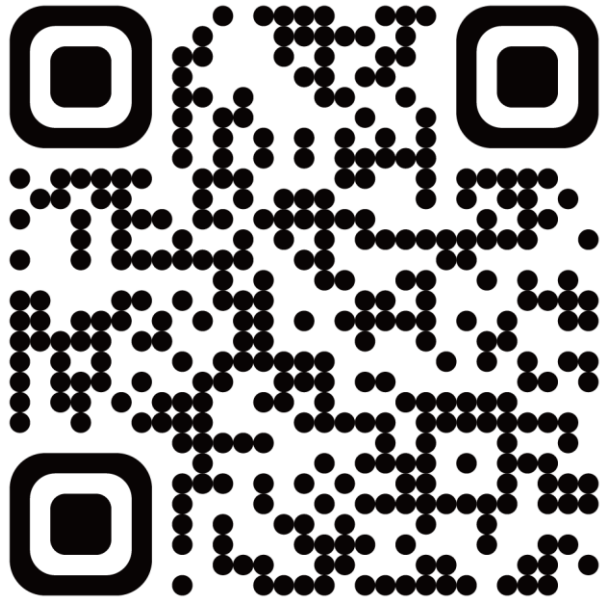
SNS·콘텐츠 등 온라인 채널로 방문 전부터 브랜드를 인지시키고, 재방문·재주문으로 이어지는 지속적인 관계 형성이 가능합니다.



대학교와의 산학연계를 통해 온라인 홍보 역량을 강화하고자 하며, 이번 협력이 그 첫걸음입니다.



노랑회전



상인들에 의한

상인들을 위한

상인들이 만든

노랑진수산시장 전용 배달 앱

 노랑회전