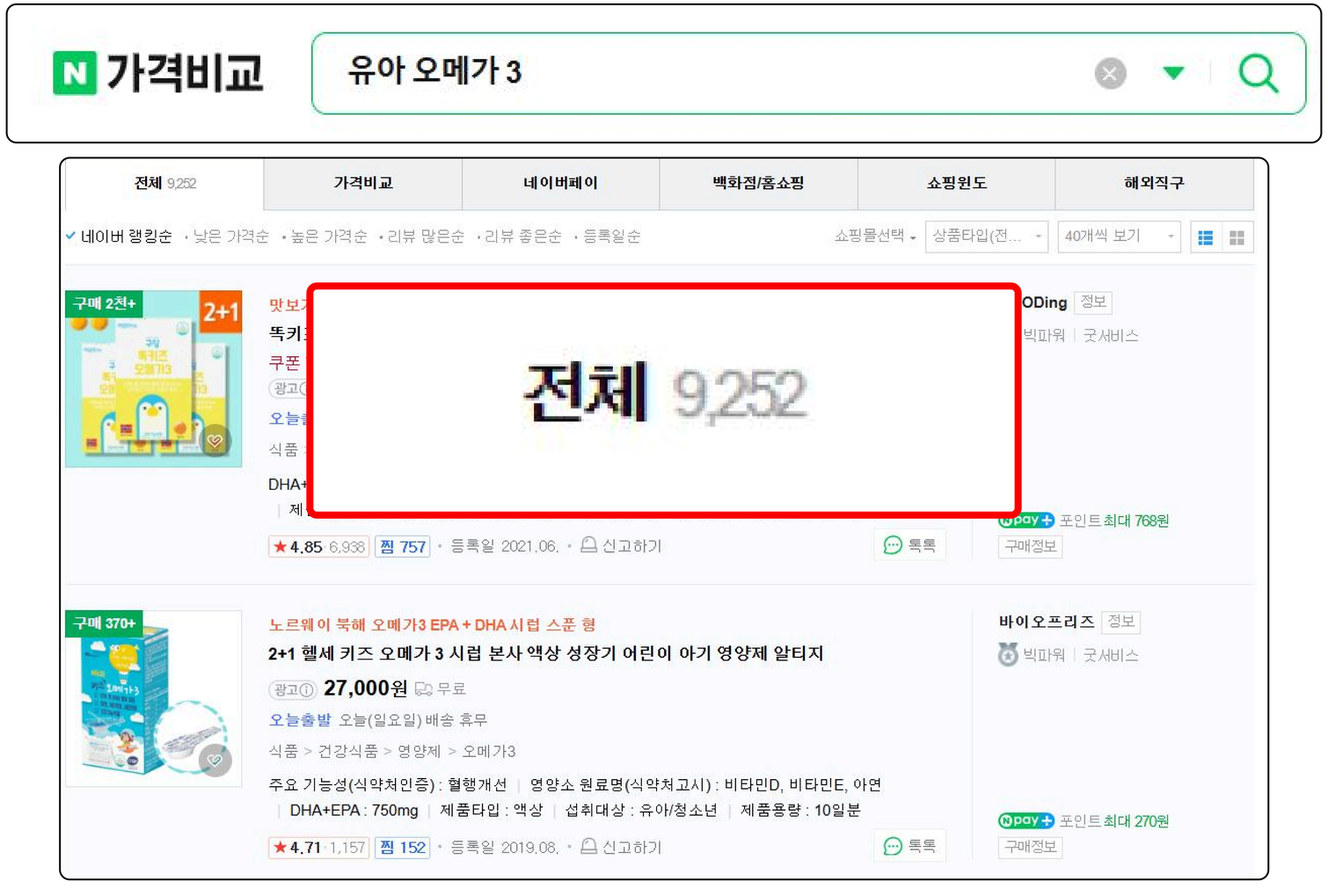
육아맘/주부 큐레이터 기반 커머스 플랫폼, BUCL

박상언 대표
Email. headoffice@bucl.co.kr
Phone. 010 7250 6297
Adress. 경기도 성남시 복정동 495, 6층 BUCL

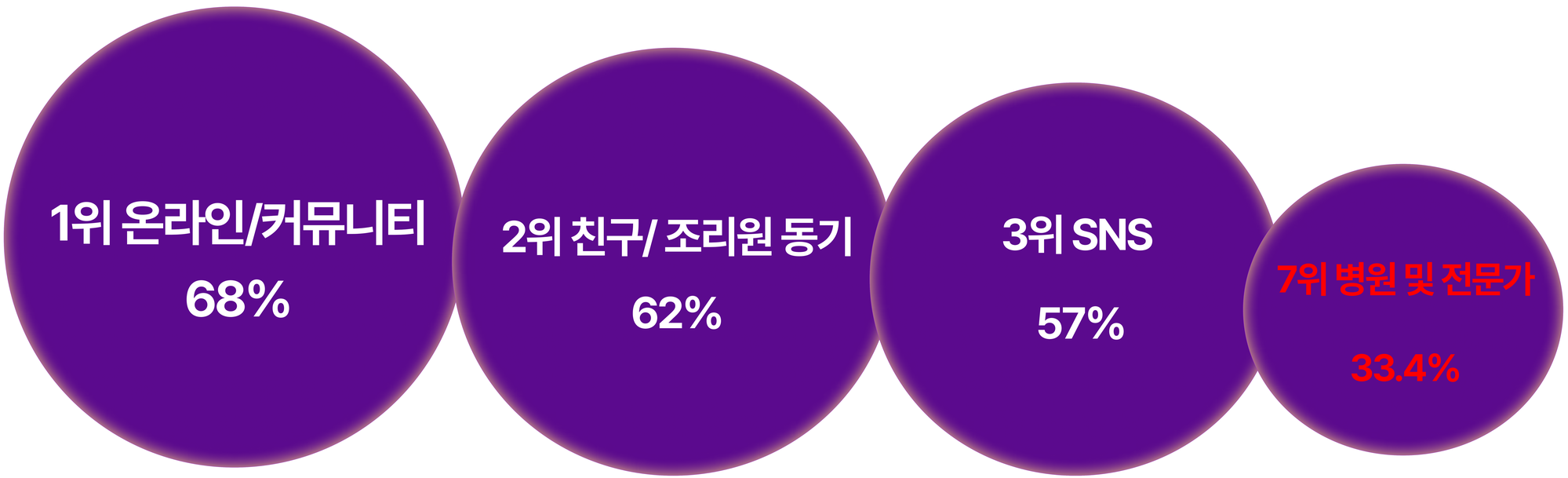
BUCL
BEST UNIT COST LINK

현재 커머스에서는 '고품질 제품'을 쉽게 찾기 어렵습니다.



BUCL

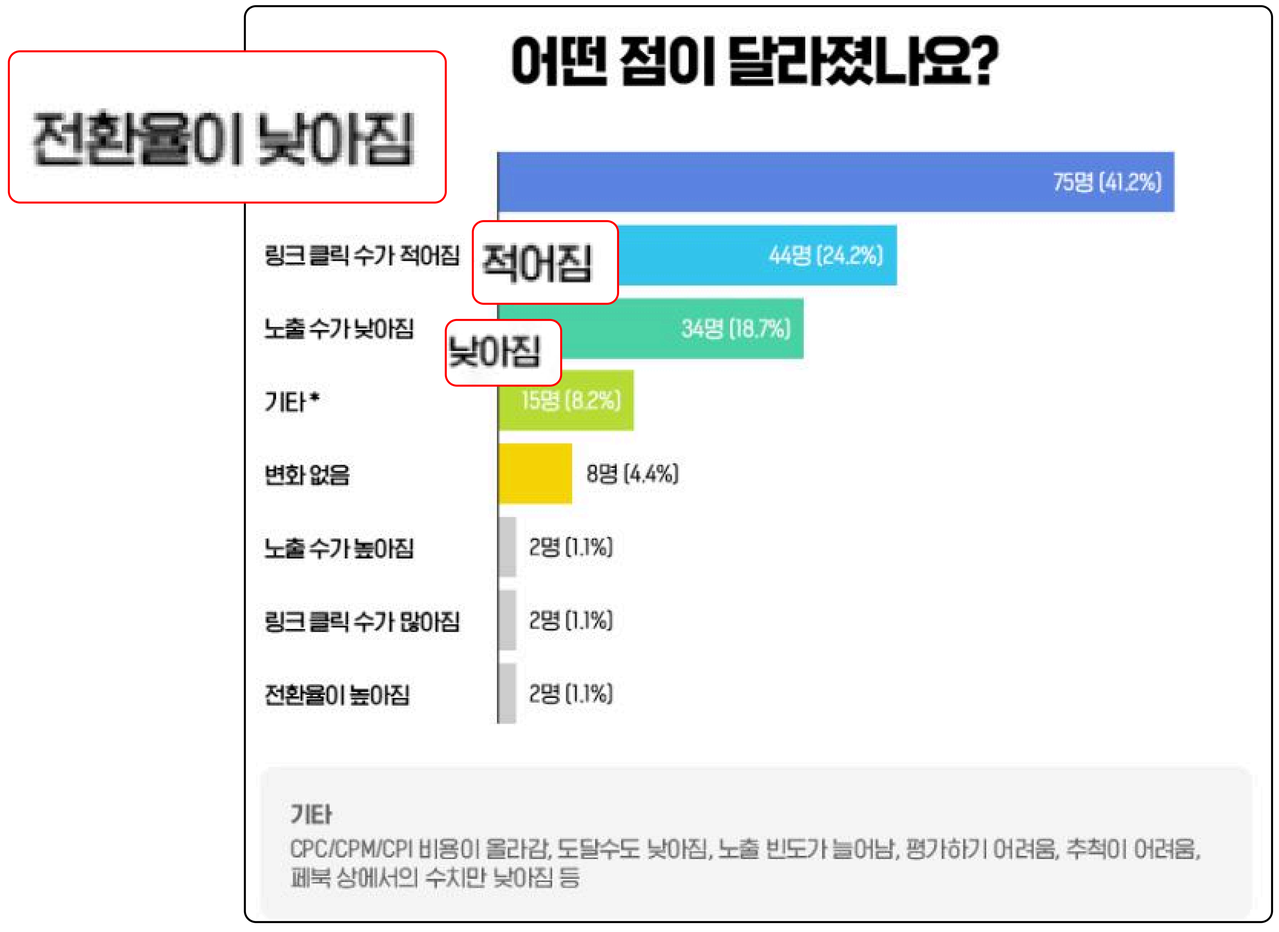
때문에 '육아맘' 소비자들은 '추천' 기반의 소비를 합니다.



육아용품 등 육아 정보 습득처

출처 : 오픈서베이 육아 트렌드 리포트 2017 / 2020 / 2023

브랜드의 '퍼포먼스 마케팅 효율'은 계속 낮아지고 있습니다.



출처 : 아이보스 2021 퍼포먼스 마케터 대상 광고 효율 설문조사

OCR과 AI기술로 1차적으로 ‘가격대비 고품질 제품’을 찾습니다.

	product-id	ocr text	url
51:27	myaunt_products_8906061291	NAVER 찌 스토어 My aunt 아이를 위하 예쁘고 유일하 디테일 마이앤트	https://smartstore.naver.
51:56	gachijaram_products_4967641504	NAVER 스토어	https://smartstore.naver.
52:40	n_mlml_products_8169443364	NAVER 스토어	https://smartstore.naver.
53:40	hunminbook_products_4776402121	NAVER N + 스토어	https://smartstore.naver.
54:38	attirabbitkorea_products_8591126686	NAVER 스토어	https://smartstore.naver.
57:04	beamstorm_products_9217516559	NAVER N + 스토어	https://smartstore.naver.
57:50	basixm_products_11092341524	NAVER WR 스토어	https://smartstore.naver.
00:24	zerowell_products_5441132555	NAVER 더 스토어	https://brand.naver.com/
02:38	du-plex_products_9530029453	NAVER 더 스토어	https://brand.naver.com/
05:28	inic_products_9055503102	NAVER 더 스토어	https://brand.naver.com/
06:26	dolharbang_products_11117488164	NAVER 스토어	https://smartstore.naver.
07:06	mayhome5_products_11158967797	NAVER 스토어	https://smartstore.naver.
39:22	allforhome_products_8516951828	NAVER 더 스토어	https://brand.naver.com/
41:51	uterus_products_2306549226	NAVER 더 스토어	https://brand.naver.com/

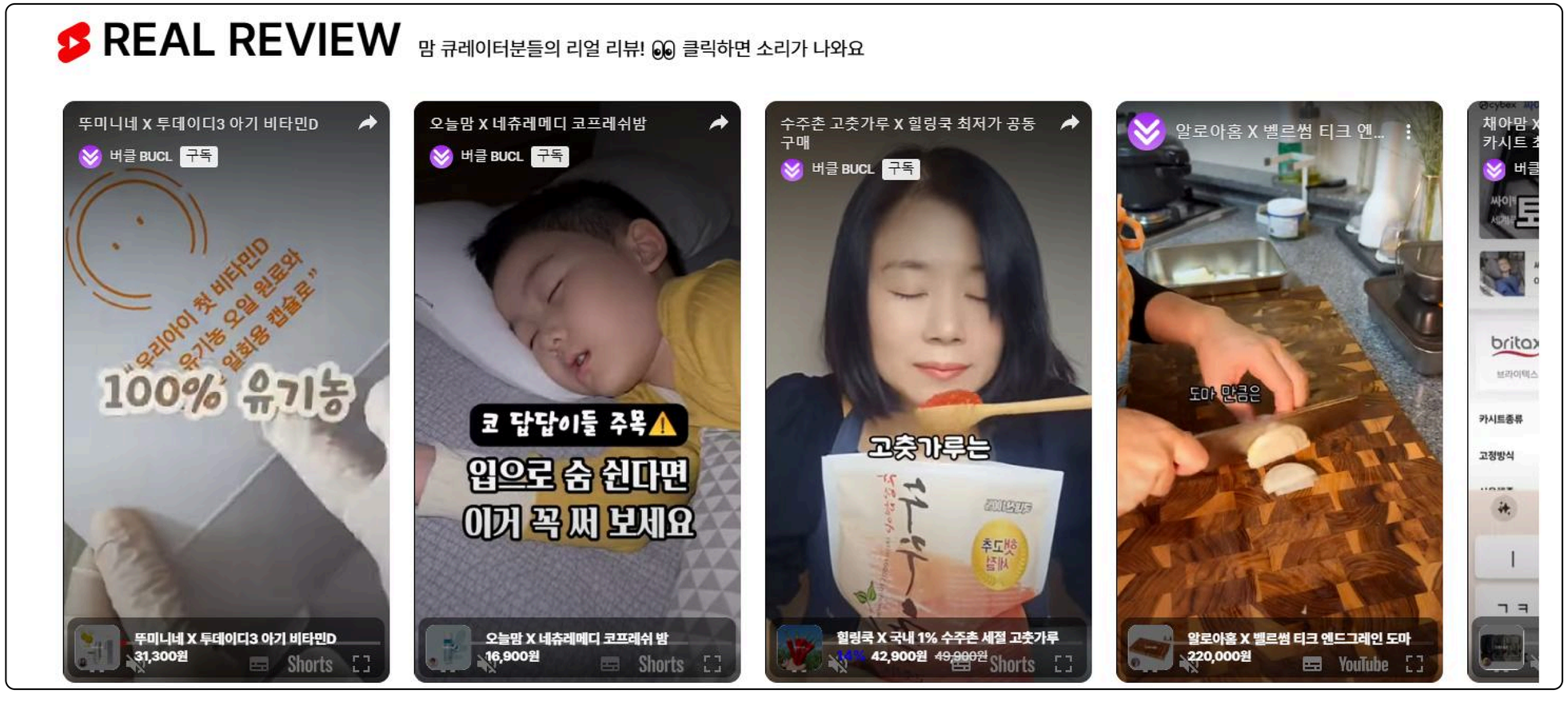
상품 상세페이지 정보 ocr 글자 변환

비교 항목 제작 : BUCL	실버폭스 람보르기니 킥보드	베네베네 람보르기니 킥보드	람보르기니 그래비티 킥보드	바니랜드 람보르기니 로드스터
사진				
안전성	KC 인증, Eurofins 인증 CCC 중국 강제 인증	KC 인증	KC 인증	KC 인증
재질	파이버글라스 (항공기, 보트 고급 소재) 알루미늄	플라스틱, 알루미늄, 우레탄	금속, 플라스틱	고경도 알루미늄
무게	2.7kg	3.5kg	3.6kg	5,700g
휴대성	폴딩 가능 (안장 장착시에도 가능)	폴딩 가능	폴딩 가능	폴딩 가능
높이 조절 가능 여부	3단계 조절 가능	3단계 조절 가능	4단계 조절 가능	5단 높이 조절
사용 가능 연령대	13개월 이상 사용 가능	8세 이상	8세 이상	8세 이상
데크 논슬립 여부	논슬립 데크	논슬립 발판	미끄럼 방지 데크	미끄럼 방지
핸들링 관련 기술	그레비티 스티어링 각도 조절 초보/프로모드 업계 유일 람보르기니 본사 디자인, 엔지니어링 참여	무게중심 이동	안정적인 방향 전환	안정적인 주행
브레이크 관련 기술	프로그레시브 브레이크 (급제동 방지)	풋 브레이크 장착	풋 브레이크 장착	풋 브레이크 장착
안장 장착 가능 여부	안장 장착 가능	불가능	불가능	불가능
풋브레이크 가능 여부	가능	가능	가능	가능
휠 두께 및 폭	4cm	4cm	1.2cm	2cm
휠 LED 발광	LED 발광 휠 (무소음)	LED 발광 휠	LED 발광 휠	브레이크 시만 발광
허용 중량	안장형 20kg, 킥보드 50kg	50kg	최대 50kg	최대 100kg
리뷰 수와 평점	와디즈 36,753% 1.8억 달성 4.91점 / 380개	174개, 4.87점	38 리뷰, 4.82 점	0건, 평점 없음
가격	138,000원 공구 : 본체 9만원 후반	79,800원	79,000원	135,000원

텍스트 데이터를 활용한 ai 기반 비교표 작성 및 가성비, 고품질 제품 엄선

BUCL

‘맘 큐레이터’분들의 ‘리뷰’를 통해 품질을 검증합니다.



BUCL과 협업하는 육아맘/주부 인플루언서 컨텐츠

직영 영업을 통해 '한시적 최저가' 조건으로 소비자에게 제공합니다.

지니어스뉴 두뇌성분제 비교표

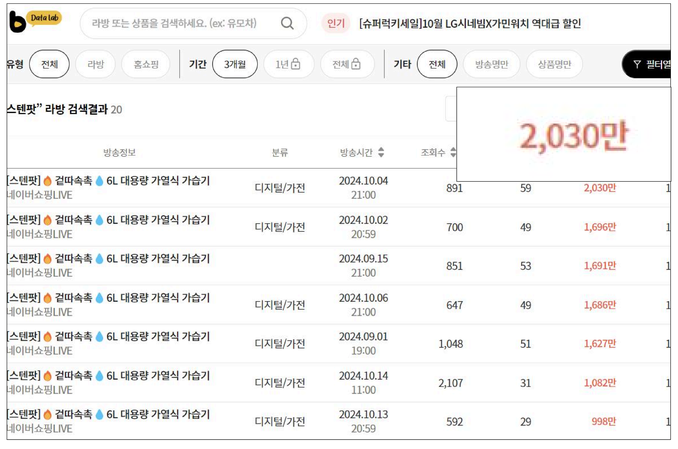
	지니어스뉴	A사 오메가3	B사 오메가3
DHA 원료	직접 배양 국내산 미세조류	수입산 정제어유	수입산 미세조류
두뇌 성장 밸런스 **ALA 함유량**	1회 섭취시 200mg	X	X
합성첨가물	6無 안심성분	과일향 합성향료 함유	소브산칼륨 보존료 함유
뇌 세포막 성분 **인지질 함유여부**	O	X	X
산패 방지 **콜드체인 배송**	O	X	X

비교표 상세페이지에 노출

소품종 상품 오픈마켓 최저가 100% 엄선

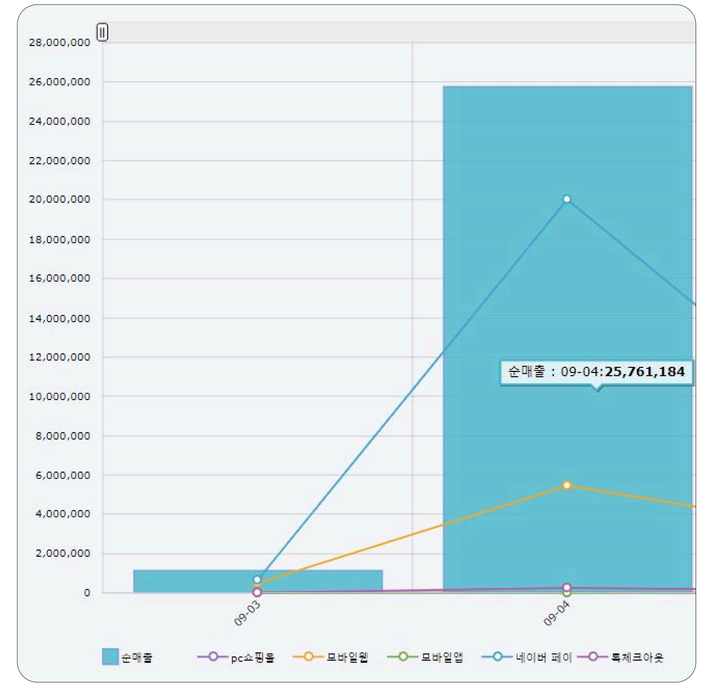
<유아 가습기 스텐팟> 네이버 라이브 최대 2,030만 → 5,200만 ↑

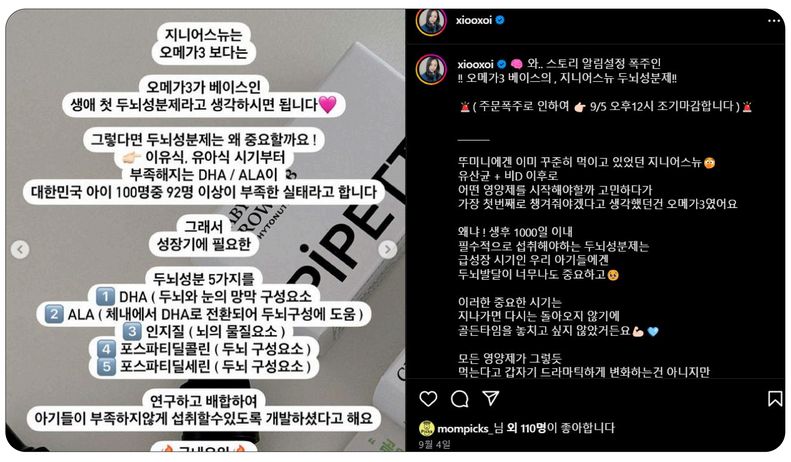
BUCL 진행 5일 매출 5,200만



네이버 쇼핑 라이브 최대 매출 2,030만

<유아 오메가3 지니어스뉴> 맘카페 최대 800만 → 누적 5,500만 ↑





1시간 매출액 : 1,600만

BUCL 진행 누적 3+3일 매출 5,500만

300만 맘카페 맘스홀릭 공구 최대 매출 800만 이하

BUCL

6만 육아 큐레이터 bb_eunjjin X 다이치 (카시트)

4.6만 육아 큐레이터 doong_eatt X 베리네이처 (유아 소고기)

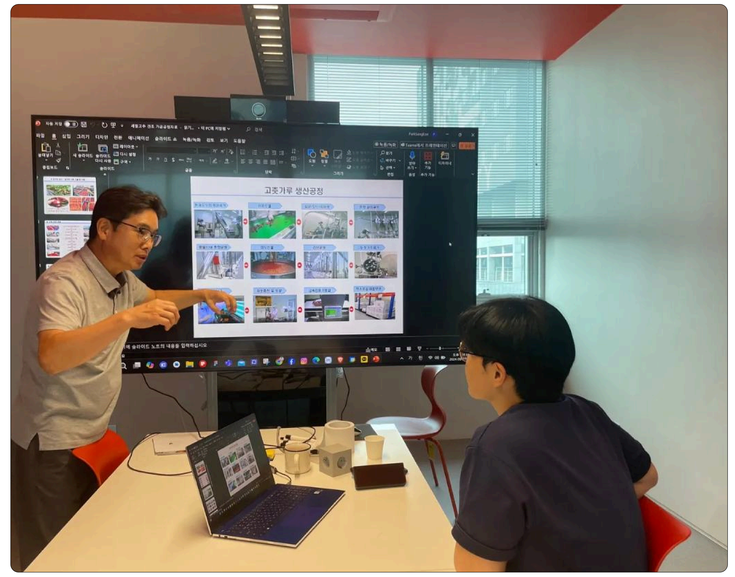
3.5만 육아 큐레이터 ddomom_story X 다이치 (카시트)

4.9만 육아 큐레이터 hyo_doong X 초정담 (유아 사골)

BUCL X 수주촌 세절 고춧가루 협업 사례
(육아 뿐 아닌 리빙, 주방, 식품, 가전 확장 가능)

(주)프롬썬

수주촌 세절 고춧가루



좌 : (주)프롬썬 대표 / 우 : (주)BUCL 대표

SNS 유통 미팅 현장

좌 : (주)프롬썬 대표 / 우 : (주)BUCL 대표

SNS 유통 미팅 현장

<수주촌 세절 고춧가루> 합 릴스 조회수 150만 ↑

BUCL

경력단절, 육아휴직으로 인해 계속 생겨나는 맘 큐레이터

협업 큐레이터
30+@
BUCL과 협업을 한 번 이상 했고 하고있는

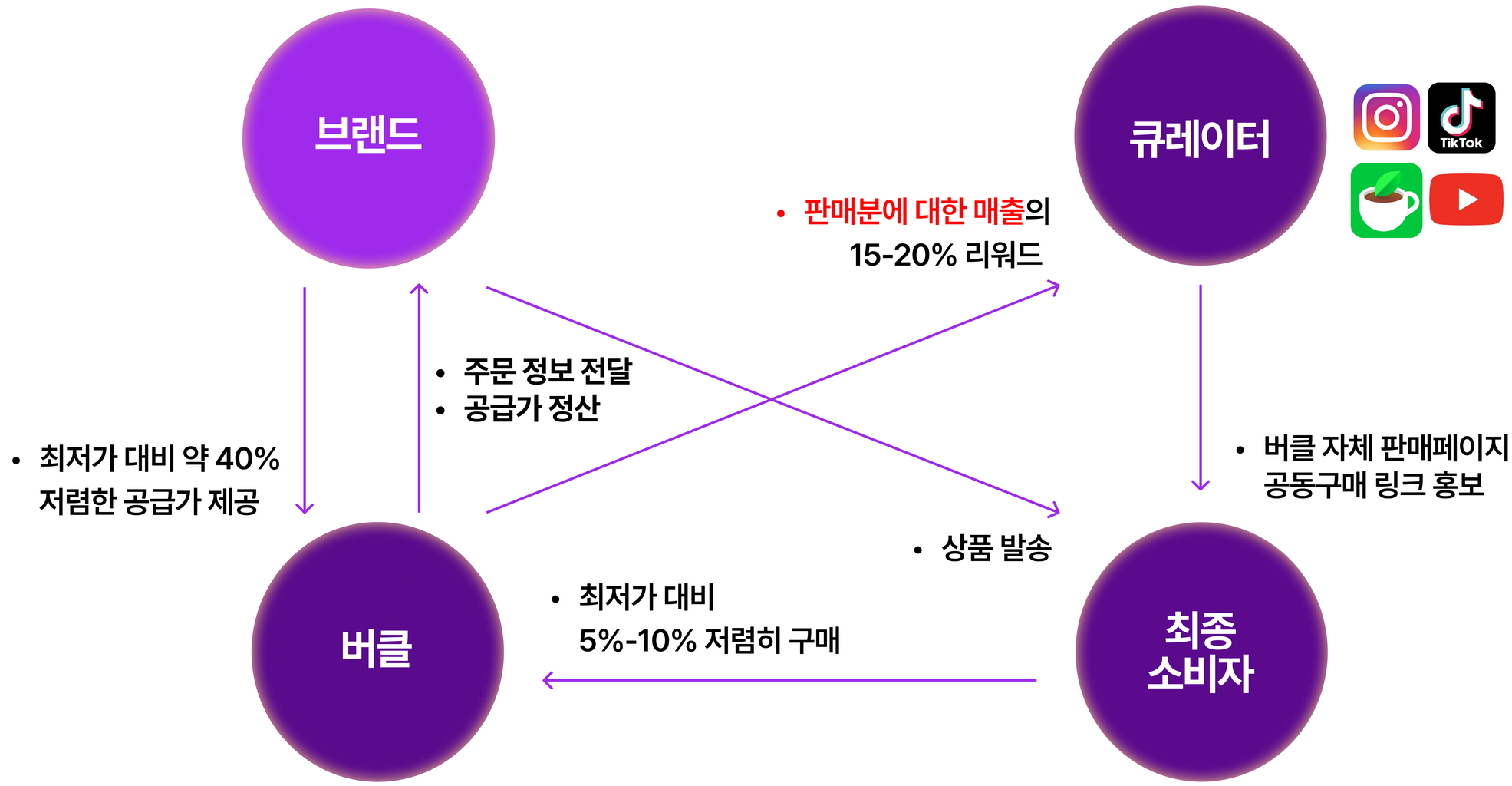
소통 큐레이터
150+@
BUCL과 협업 관련 연락을 꾸준히 주고 받는

전체 큐레이터
500+@
최소 월 1억, 최대 500억의 셀링 파워가 있는 전체 데이터

BUCL 협업 큐레이터

BUCL

최소 7 - 최대 10%의 이익, 작지만 마케팅 적자를 보기 어려운 구조



• 최소 7 - 최대 10% 이익

협업 브랜드 74곳

2024년 12월 25일 기준

입점 통과율 약 10%

협업 브랜드 수 < 소수 브랜드 고품질

PHYTONUTRI

유아 건강기능식품 브랜드 대상 2관왕

SILVER FOX

국내 유일 '람보르기니 본사' 협작 유아 킥보드

aguard

유아 안전문/안전용품 브랜드 1위(자체 비교)

RENOVERA

과일세척제 성분 인증서 최다보유

SINCE 1995 Bebesup BABY SKIN LAB

국내 1위 육아생활용품 (물티슈)

온누리 Store

국내 1위 약국 브랜드 (유아 건기식, 생활용품)

Dr.NOAH

치과의사 개발 유아치약 성분 1위 (자체 비교)

Benight

온풍기 저소음 순위 1위 (20db 대)

attiair by 아이랑

2023 베페 어워드 힙시트 부문 1위

stenpot

신생아 가열식 가습기 부문 품질 1위

FRAIS BELLON

국내 유아 퓨레 브랜드 공동 1위(자체 비교)

make.a.pottery

23 현대백화점 리빙 팝업스토어 Top3

DAIICHI

국내 카시트 브랜드 점유율 1위

CALO BOWL

국내 저당밥솥 리뷰 수 1위

lukt

유아 키즈 요거트 24년 베페 어워즈 수상

WAGENSTEIGER

국내 케틀팟 수요도 1위 (24년 6월 기준)

JANGWON.MALL

국내 유일 국토부 선정 층간 소음 방지 육아매트

Liten kulör

국내 유아 거즈햇, 이유식기보관함 리뷰 수 1위

BeFe 베페

국내 최대 베이비페어 개최사
25년 1월 MOU 확약

Naturemedy

국내 유아 '코밤' 리뷰 수 1위 원조 브랜드

SMILO STITCH

유아 보냉백 브랜드 파워 1위(자체 비교)

BUCL

24년 월 1억 매출 비즈니스 가능성 검증 완료

증감추이

기간	결제합계		환불합계		순매출	
2024-10	123,446,703	86.93% 증가	1,225,580	246.72% 증가	122,221,123	86.07% 증가
2024-09	66,038,873		353,480		65,685,393	

단순 인플루언서 마케팅 수단이 아닌

'품질' 비교 후 추천을 통해 진짜 '소비자 문제'에 집중 했을 때 성장

BUCL

25년 마일스톤 상세화
월 매출 3.4억-14.9억 시나리오 (자금 1.5-2억 가정)

1분기 25년 1/1-3/31

- PB 상품군 3개 런칭 (육아)
- 월 큐레이팅 50 달성
- 협업 브랜드 수 100개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 1,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 15%
- 회원 수 10,000명 달성 / MAU 5,000 달성
- 베페 MOU

2분기 25년 4/1-6/30

- PB 상품군 6개 런칭 (육아)
- 월 큐레이팅 100 달성
- 협업 브랜드 수 150개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 4,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 25% 달성
- 회원 수 40,000명 달성 / MAU 20,000 달성
- 리빙 페어 MOU
- 크리에이터 강사 MOU

3분기 25년 7/1-9/30

- PB 상품군 9개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 150 달성
- 협업 브랜드 수 200개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 7,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 20% 달성
- 회원 수 70,000명 달성 / MAU 35,000 달성
- 푸드 페어 MOU

4분기 25년 10/01-12/31

- PB 상품군 12개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 200 달성
- 협업 브랜드 수 250개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 10,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 30% 달성
- 회원 수 100,000명 달성 / MAU 50,000달성
- 가전 페어 MOU

X 10
최대 월 매출 14.9억
7% OPM

<주요 KPI>

- 협업 맘큐레이터 150명+@ 달성
- 협업 브랜드 150곳+@ 달성
- 월간 활성화 큐레이팅 100건 유지 (최대 200건)
- 육아(베페)/리빙/식품/가전 페어 MOU
- 자체 인스타 팔로워 20,000 달성
- 웹, 플러스친구 회원 수 각 100,000 달성
- MAU 약 50,000 달성
- 오가닉 유입 30% ↑
- 재방문, 재구매 40% ↑
- 구매전환율 15% ↑, 가입 전환율 30% ↑, 합 구매율 10%↑
- 영업이익 15% 이상 PB 브랜드 2개 런칭 (상품 10개 ↑)
- 맘 인플루언서 네트워킹 (오콘목달 등)
- 커뮤니티 기능 온보딩 (Cafe24 솔루션)

24-12-25 Update

25년 비용 수익 구조
월 매출 3.4억-14.9억 시나리오 (자금 1.5-2억 가정)

<비용> 25년 6월 기준

월 인건비 약 2,000만원 (8명)
월 운영비 800만원 (PB+기타)
월 비용 총 약 2,800만원

<수익>

월 최소 3,225만(큐레이팅+PB+오가닉)
월 최대 1.28억(큐레이팅+PB+오가닉)

<수익-비용>

월 최소 475만

월 최대 **1억**
당기순이익 오차범위 20~30% (법인세 19%)

<손익분기 달성>

늦으면 21개월 (27년 3월)
빠르면 2개월 (25년 8월)

<큐레이팅(공동구매) 수익 시나리오>

1건 체결 및 관리 가정 시간 = 15시간 6명 한달 근로 시간 : 최소 1,254시간 (월 209시간)
1건 진행 예상 수익 = 최소 10만~500만 (7%)
1달 최소 진행 건 (25건) 수익 최소 = 1,500만 (매출 2.1억) (375 소요 시간) 10만 10건, 50만 10건, 100만 4건, 500만 1건
1달 최대 진행 건 (100건) 수익 평균 = 5,600만 (매출 8억) (1,500 소요 시간) 10만 70건, 100만 20건, 200만 7건, 500만 3건
1달 최대 진행 건 (100건) 수익 최대 = 8,700만 (매출 12.4억) 10만 30건, 50만 30건, 100만 25건, 200만 10건, 500만 5건

<PB 수익 시나리오>

1개 상품 런칭 기간 = 30일 / 3개월 약 3개 / 6개월 약 6개 / 9개월 9개 / 12개월 12개
1개 상품 월 매출 = 최소 1,000만 최대 3,000만
1개 상품 월 수익 = 최소 200만 최대 600만 (20% OPM) 원가율 약 30%
6개 상품 월 수익 = 최소 1,200만 (매출 6,000만) 최대 3,600만 (매출 1.8억)

<오가닉 유입 수익 시나리오>

MAU 50,000 수익 = 최소 525만 (매출 7,500만) 구매전환율 10% / 한달 내 재구매 50%
평균 객단가 30,000 / 영업이익 7% 가정 한달 2,500명의 소비자 구매

24-12-25 Update

25년 자금 사용 구조
월 매출 3.4억-14.9억 시나리오 (자금 1.5-2억 가정)

<2025 예상 인력구성 6-8명> 약 2,000만원

큐레이팅 1건 체결-완료 시간 분배(15h)

[쇼핑몰 관리 담당자 1]
- 상품 등록 30분
- CS 1시간
- 발주 / 송장 1시간
- 디자인 수정 30분

2,090,000원

[브랜드 관리 및 기획 담당자 2]
- 콜드메일 1시간
- 콜드콜 1시간
- 유무선미팅
- 정산 1시간
- 기타 소통 1시간
- 정성적 소싱 1시간
- 관련 박람회 행사 참석
- 상품 비교

5,000,000원

[인플루언서 관리 및 소싱 담당자 2]
- 소싱 4시간
- 기타 소통 3시간
- 유무선 미팅
- 관련 박람회 행사 참석

5,000,000원

[팀 관리 및 퀀텀점프 담당 대표 1]
- 성과 측정
- 회계
- 회의
- 지원사업 및 투자
- 협약 (like 베페, 오콘목달 등)
- 상품 기획 (PB)
- 영업 서포트 및 관리

2,090,000원

[인스타 관리 및 디자인 1]
- 이미지 컨텐츠 제작
- 릴스 컨텐츠 제작
- 기타 필요 디자인
- 상품 디자인

3,000,000원

[마케터 1]
- 카페 바이럴
- 퍼포먼스 마케팅
- SNS 바이럴 컨텐츠 기획

2,500,000원

내부 업무 효율화, 자동화를 위한 개발 외주.
플랫폼은 개발 X

<2025 PB 계획> 약 500만원

- 1개 상품 사입 및 판매 준비 자금 최소 300만-최대 1,000만원
- 6개 상품 사입 자금 최소 1,800만-최대 6,000만 (자금 순환 시기 최소 2주 최대 3달)
- 물류=3PL 예정

<2025 기타 운영 비용> 약 300만원

- Monthly 퍼포먼스, 바이럴 추가 마케팅 예산 200만원 (ROI 검증 시 증액)
- 기타 인센티브 등 100만원
- 사무실, 전기세 등 코코네 스쿨 지원 0원

24-12-25 Update

26년 마일스톤 상세화
월 매출 12.5억-69.9억 시나리오 (자금 20억 가정)

X 10
최대 월 매출 66.3억
5% OPM

4분기 26년 10/1-12/31
- PB 상품군 최소 24개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 400 달성
- 협업 브랜드 수 600개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 100,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 50% 달성 / MAU 500,000 달성
- 회원 수 1,000,000명 달성

3분기 26년 7/1-9-30
- PB 상품군 최소 21개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 350 달성
- 협업 브랜드 수 500개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 80,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 45% 달성
- MAU 350,000 달성
- 회원 수 700,000명 달성

2분기 26년 4/1-6/30
- PB 상품군 최소 18개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 300 달성
- 협업 브랜드 수 400개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 60,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 40% 달성
- MAU 200,000 달성
- 회원 수 400,000명 달성

1분기 26년 1/1-3/31
- PB 상품군 최소 15개 런칭 (육아, 리빙)
- 월 큐레이팅 250 달성
- 협업 브랜드 수 300개 달성 (보유)
- 자체 채널 SNS 40,000 팔로우 달성
- 오가닉 유입 35% 달성
- MAU 100,000 달성
- 회원 수 200,000명 달성

<주요 KPI>

- 협업 맘큐레이터 400명+@ 달성
- 협업 브랜드 400곳+@(활성화) 달성
- 월간 활성화 큐레이팅 400건 유지
- 육아(베페)/리빙/식품 페어 MOU
- 자체 인스타 팔로워 100,000 달성
- 웹, 플러스친구 회원 수 각 1,000,000 달성
- MAU 500,000 달성
- 오가닉 유입 50% ↑
- 재방문, 재구매 60% ↑
- 구매전환율 25% ↑, 가입 전환율 50% ↑, 합 구매율 50%↑
- 영업이익 20% 이상 PB 브랜드 5개 런칭 (상품 18개 ↑)
- 맘 인플루언서 네트워킹 (오콘목달 등)

24-12-25 Update PB

26년 비용 수익 구조
월 매출 12.5억-69.9억 시나리오 (자금 20억 가정)

<비용> 26년 6월 기준

월 인건비 약 1억 (29명)
월 운영비 2,500만원 (PB 순환자금 제외)
월 비용 총 약 1.25억

<수익>

월 최소 1.26억
월 최대 6.06억

<수익-비용>

월 최소 100만

월 최대 **4.8억**
당기순이익 오차범위 20~30% (법인세 22%)

<손익분기 달성> 26년 6월 기준

늦으면 인원감축 후 최대 50개월 (30년 8월)
빠르면 6개월 (27년 1월)

<큐레이팅(공동구매) 수익 시나리오>

1건 진행 가정 시간 = 6시간 35명 한달 근로시간 : 7,315시간 (월 209시간)
1건 진행 예상 수익 = 최소 10만~500만 (7%)
1달 최소 진행 건 (100건) = 최소 5,600만 (매출 8억) (600 소요 시간) 10만 70건, 100만 20건, 200만 7건, 500만 3건
1달 최대 진행 건 (400건) = 평균 2.4억 (매출 34억) (2,400 소요시간) 10만 280건, 100만 80건, 200만 28건, 500만 12건
1달 최대 진행 건 (400건) = 최대 3.48억 (매출 49.7억) 10만 120건, 50만 120건, 100만 100건, 200만 40건, 500만 20건

<PB 수익 시나리오>

12개 상품 존재 월 수익 = 최소 2,400만 (매출 1.2억) 최대 7,200만 (매출 3.6억)
1개 상품 런칭 기간 = 10일 3개월 약 9개 / 6개월 약 18개 / 9개월 27개 / 12개월 36개
1개 상품 월 매출 = 최소 1,000만 최대 3,000만

1개 상품 월 수익 = 최소 200만 최대 600만 (20% OPM) 원가율 약 30%
30개 상품 월 수익 = 최소 6,000만 (매출 3억) 최대 1.8억 (매출 9억)

<오가닉 유입 수익 시나리오>

MAU 100,000 수익 = 최소 1,050만 (매출 1.5억) 구매전환율 10% / 한달 내 재구매 50%
평균 객단가 30,000 영업이익 7% 가정 한달 5,000명의 소비자 구매

MAU 250,000 수익 = 평균 3,930만 (매출 5.62억) 구매전환율 15% / 한달 내 재구매 50%
평균 객단가 30,000 영업이익 7% 가정 한달 18,750명의 소비자 구매

MAU 500,000 수익 = 최소 7,860만 (매출 11.24억) 구매전환율 15% / 한달 내 재구매 50%
평균 객단가 30,000 영업이익 7% 가정 한달 37,500명의 소비자 구매

24-12-25 Update

26년 자금 사용 계획 상세화
월 매출 12.5억-69.9억 시나리오 (자금 20억 가정)

<2026 인력구성 29명> 약 1억

큐레이팅 1건 체결-완료 시간 분배 (6h)

[쇼핑몰 관리 담당자 3]
- 상품 등록 30분
- 디자인 수정 30분
- CS 30분
- 발주 / 송장 30분

7,000,000원

[브랜드 관리 및 국내 소싱 담당자 4]
- 콜드메일 1시간
- 콜드콜 1시간
- 유무선미팅
- 정산
- 기타 소통
- 정성적 소싱
- 관련 박람회 행사 참석
- 상품 비교

10,000,000원

[브랜드 관리 및 해외 소싱 담당자 2]
- 콜드메일
- 콜드콜
- 유무선미팅
- 정산
- 기타 소통
- 정성적 소싱
- 관련 박람회 행사 참석
- 상품 비교

7,000,000원

[PB브랜드 기획 및 소싱 담당자 4]
- 콜드메일
- 콜드콜
- 유무선미팅
- 정산
- 기타 소통
- 정성적 소싱
- 관련 박람회 행사 참석
- 상품 비교

12,500,000원

[인스타 관리 및 디자인 3]
- 이미지 컨텐츠 제작
- 릴스 컨텐츠 제작
- 기타 필요 디자인
- 상품 디자인

10,000,000원

[마케터 3]
- 카페 바이럴
- 퍼포먼스 마케팅

10,000,000원

[개발 1]
- 브랜드 등록→비교→입점 통과 자동화
- 인플루언서 등록→매칭 자동화
- 기타 업무 효율화, 자동화

5,000,000원

[인플루언서 관리 및 소싱 담당자 6]
- 소싱 1시간
- 기타 소통 1시간
- 유무선 미팅
- 관련 박람회 행사 참석

18,000,000

[팀 관리 및 퀀텀점프 담당 대표 2]
- 성과 측정
- 회계
- 회의
- 지원사업 및 투자
- 협약 (like 베페, 오콘목달 등)

10,000,000원

[회계 1]
- 브랜드 정산
- 인플루언서 정산
- 급여 정산
- 기타 비용 책정 등

$ 3,500,000원

<2026 PB 계획> 약 1.5억 (순환 자금)

- 1개 상품 사입 및 판매 준비 자금 최소 300만-최대 1,000만원
- 30개 상품 사입 자금 최소 월 9,000만-최대 3억 (자금 순환 시기 최소 2주 최대 3달)
- 물류=3PL 예정

<2026 기타 운영 비용> 약 2,500만

- Monthly 퍼포먼스, 바이럴 추가 마케팅 예산 1,000만원 (ROI 검증 시 증액)
- 기타 인센티브 변동비 등 1,000만원
- 사무실 임대료 및 공과금 500만원 (지원사업)

24-12-25 Update

커머스 도메인 바탕의 소규모 밀도 높은 팀

박상언 대표

(현) BUCL 버클 맘 큐레이터 커머스 대표
(전) 링크피스 생활용품 B2B, B2C 커머스 대표
(전) Givven 선물 전용 B2C 커머스 대표
(전) Rudiv 브랜딩 컨설팅
네이버 커머스 SEO 컨설팅 다수

홍재학 운영 총괄

(현) BUCL 버클 맘 큐레이터 커머스 운영 총괄
(전) SNS 커머스 개인 벤더사 대표
(전) (주)로니즈 기획자
(전) (주)포카포카 마케터

BUCL

감사합니다.

박상언 대표
Email. headoffice@bucl.co.kr
Phone. 010 7250 6297
Adress. 경기도 성남시 복정동 495, 6층 BUCL

BUCL
BEST UNIT COST LINK