

이력서

인적사항

이름	정 상 희	
생년월일	1998.07.15	

경력 (총 4 년 9 개월)

2025.02 - 재직 중	루프스튜디오 / 개인사업 / 대표 (1 년 8 개월)
2022.07 - 2025.02	와디즈 / 크리에이터팀 / PD(Project Director) (2 년 8 개월)
2021.12 - 2022.04	몬스터스튜디오 / 기획팀 / PD(Producer) 팀 리드 (실무형 관리자) (5 개월)

학력

2024.03 - 2027.02	고려대학교 미디어대학원 영상엔터테인먼트전공 석사과정 졸업예정
2017.03 - 2022.03	성균관대학교 한문교육과 / 컴퓨터교육과 복수전공 졸업

외국어/컴퓨터

- 영어: 비즈니스 영어 가능 (OPIC AL 2026.07)
- MS Office(Word, Excel, PowerPoint): 능숙

핵심역량

- 국내 미출시 공식 IP 를 발굴해 팬의 사용·소장 장면으로 번역하고, 상품 콘셉트·SKU·출시 경험까지 설계
- IP 세계관과 유저 수요를 상품 구성, 디지털 경험, 한정 혜택, 오프라인 체험으로 구체화해 구매 이유를 설계
- IP 사·방송사·원작사·제조사·디자이너·유통 채널을 연결해 계약, 사양, 승인, 일정, 품질 기준 조율
- 신규 방송사·메이커·문화콘텐츠를 직접 발굴하고 상품 기획부터 펀딩·팝업·사입까지 출시 전 과정 운영
- 판매 반응과 파트너 피드백을 후속 유통, 추가 SKU, 장기 파트너십 확장의 판단 근거로 활용

경력기술서

2025.02 - 재직 중 루프스튜디오 / 개인사업 / 대표 (1 년 8 개월)

레퍼런스 없는 신규 사업자에게 보수적인 일본 원작사 라이선스를 확보하고, 상품 기획·제조·펀딩·팝업·유통까지 IP 사업 전 과정을 직접 운영하고 있습니다.

[주요 성과]

- 아따맘마 공식 라이선스 계약을 성사시키고, 30 SKU 상품화·와디즈 펀딩 약 8,700 만 원·14 일간 팝업 방문객 약 2 만 명으로 판매 채널을 확장
- 스튜디오드래곤과 계약 후 드라마 설정을 NFC 키링·굿노트 가계부·의류 결합형 카라비너 키링으로 상품화하고, 제품 사입까지 연결
- 송도 팝업의 외부 지역 SNS 소개 게시물 좋아요 약 4,300 건, 서울일러스트코리아 참관객의 블로그 후기 등 외부 채널 확산 확보

[핵심 업무 및 프로젝트]

공식 라이선스 계약을 사업개발 성과로 전환

- 일본 원작사가 레퍼런스 없는 해외 신규 사업자에게 라이선스를 보수적으로 부여하는 조건에서, 국내 공식 굿즈 공백과 상품군·판매 범위·유통 계획을 담은 한국 사업안을 제안해 공식 계약을 성사
- 계약 후에는 한국 라이선스 대행사·일본 원작사·제조사·디자이너의 역할과 감수·승인 기준을 정리하고, 원작의 캐릭터성과 국내 제조·유통 조건을 함께 충족하도록 조율

상품 기획·제조·감수를 30 SKU 라인업으로 완성

- 키링·다이어리·문구·아크릴 굿즈 등 30 SKU 의 역할과 가격대를 설계해 단품 구매부터 캐릭터 조합·세트 구매 까지 가능한 상품 구조를 기획
- 제조사·디자이너와 판형·재질·인쇄·후가공·패키지 사양을 협의하고, 샘플 검토·원작사 감수·재샘플·QC·납기 관리를 반복해 출시 품질과 일정을 관리

펀딩과 후속 유통으로 판매 가능성을 검증

- 와디즈 단독 펀딩의 스토리·리워드 구성·상세페이지·출시 일정을 기획·운영해 약 8,700 만 원을 달성하고, SKU

별 반응을 상품·판매 전략 검증의 근거로 활용

- 펀딩 후 스마트스토어·쿠팡 등 외부 유통으로 판매 접점을 확장해, 한 번의 출시가 아닌 지속 판매 가능한 IP 상품 구조로 전환

오프라인 팝업을 구매·체험·확산이 연결되는 판매 채널로 운영

- 현대프리미엄아울렛 송도점 팝업에서 교실 콘셉트 공간을 조닝하고, 상품 진열·포토존·포토이즘 협업 프레임·고객 동선·송도점 단독 패키지·가차·쿠지 이벤트를 설계
- 현장에서 직접 판매·고객 응대를 수행하며 캐릭터·구성·가격대별 반응과 문의를 수집하고, 이를 후속 SKU·재고·행사 구성의 판단 근거로 축적
- 14일간 약 2만 명이 방문한 팝업을 운영하고, 외부 지역 SNS 소개 게시물 좋아요 약 4,300건 및 서울일러스트코리아 참관객의 자발적 블로그 후기로 오프라인 경험의 외부 확산까지 확보

드라마의 설정을 기능성·디지털 결합형 상품으로 번역 | 스튜디오드래곤

- ‘건물주’라는 드라마 설정을 가계부 굿노트가 포함된 NFC 키링과 의류에 결합할 수 있는 카라비너 키링으로 구체화
- 상품 기획부터 제작·출시까지 리드하고, 프로젝트 반응을 스튜디오드래곤의 제품 사입으로 연결해 후속 유통 가능성을 검증

테크·패션·푸드·뷰티·홈리빙·IP 굿즈 등 새로운 상품을 선보이는 클라우드펀딩 플랫폼에서, 신규 파트너와 시장의 빈 자리를 발굴해 상품·출시 경험으로 전환시켰습니다.

[주요 성과]

- 월 15~25 개, 누적 약 600 개 프로젝트의 상품성 검토, 메이커 협업, 리뷰드·스토리·출시 운영 수행
- 신규 방송사·메이커·문화콘텐츠를 직접 발굴하고, IP 별 상품 기획과 플랫폼 맞춤 출시 전략 수립
- 신규 파트너 및 콘텐츠사와 협업 구조를 설계하고, 단발성 펀딩을 후속 프로젝트·사입·추가 협업으로 확장
- 신규 카테고리화 파트너 파이프라인을 확장하며, 담당 프로젝트 누적 거래액 약 90 억 원 규모 관리

[핵심 업무 및 프로젝트]

신규 IP·브랜드 발굴부터 드라마 굿즈 상품화

- 와디즈 내 접점이 없던 ENA 를 직접 발굴하고, 드라마 굿즈 제조 경험을 가진 메이커를 연결해 방송사·제조 파트너·플랫폼의 협업 구조 구축
- 드라마 팬이 좋아할 장면과 요소를 단순 로고 상품이 아닌 실제로 소장할 수 있는 굿즈로 실물화하는 상품 기획을 주도
- 방영·펀딩 일정에 맞춰 기획, 샘플, 승인, 상세 페이지, 오픈을 병렬 관리하는 타임라인을 설계해 와디즈 드라마 펀딩 1 위 달성

저성과 프로젝트를 시장 공백과 고객 효용으로 재정의 | 부업기계 프레스기

- 이관 당시 매출이 낮았던 클라이언트와 새 아이템을 논의하며, 범용 프레스기를 가정과 샵인샵의 추가 수익을 만드는 기기로 재포지셔닝
- ‘부업기계’ 네이밍으로 상품 효용을 선명하게 만들고, KC 인증과 교육 프로그램을 더해 구매 이후의 신뢰와 실행 가능성까지 설계
- 누적 2.7 억 원 달성, 와디즈 캐릭터 굿즈 카테고리 내 비 IP 프로젝트 최고 매출 기록

브랜드·IP 콜라보를 와디즈 단독 구매 경험으로 설계 | 롯데칠성음료 × 플레이모빌

- 후속 판매를 고려해 물량이 제한된 조건에서 와디즈 단독 구성과 혜택을 구매 이유로 설계, 판매 시작 5 분 만에 완판

타 플랫폼 흥행 사례의 단독 소싱과 플랫폼 맞춤 재기획

- 이미 타 플랫폼에서 높은 매출을 기록한 MRK 울트라 편선지를 단독 소싱하고, 복수 PD 와 접촉 중이던 메이커를 명확한 기획 방향으로 락인
- 기존 성공을 복제하지 않고 와디즈에서만 가능한 한정 구성과 프리오더 경험, 추억을 소장하는 상품 구조를 중심으로 차별화 전략 제시
- 문화콘텐츠도 와디즈에서 편딩될 수 있다는 인식을 넓히고, 타 플랫폼 경험을 통해 신규 가입한 유저 유입에 기여

단발성 프로젝트를 후속 파트너십으로 확장

- 롯데칠성음료 × 플레이모빌 프로젝트를 통해 구축한 신뢰를 바탕으로 IK 조명 프로젝트까지 후속 협업 진행
- 아트앤에디션 김환기 프로젝트의 성과를 바탕으로 연간계약을 체결하고, 담당 프로젝트 매출을 10 배 이상 성장 시켜 장기 파트너십으로 확장
- 엘비스 프레슬리 기타 프로젝트에서는 상품 콘셉트·가격·스토리텔링·마케팅 실행을 조율해 동일 브랜드 직전 프로젝트 대비 약 3 배인 1 억 116 만 원 거래액 달성

자기소개서

신규 IP·브랜드·메이커를 발굴하고, 시장의 빈자리를 상품 기획과 출시 경험으로 전환해 온 정상희입니다.

빈자리를 상품으로 만든 IP 기획

아따맘마는 국내에서 공식 굿즈가 본격적으로 출시되지 않았다는 시장 공백을 공식 라이선스 사업으로 전환한 프로젝트입니다. 일본 원작사는 레퍼런스가 없는 해외 신규 사업자와의 계약에 보수적이었습니다. 저는 국내 팬층과 상품군, 판매 범위, 유통 계획을 담은 사업안을 한국 라이선스 대행사에 제안했고, 이를 바탕으로 일본 원작사와 공식 라이선스 계약 및 감수·승인 구조를 구축했습니다.

계약 이후에는 키링·다이어리·문구·아크릴 굿즈 등 30 SKU를 기획했습니다. 캐릭터를 단순히 인쇄하는 방식이 아니라, 팬이 일상에서 사용하거나 진열하고 싶어 할 장면을 기준으로 상품군과 가격대, 세트 구성을 설계했습니다. 제조사·디자이너·원작사 사이에서 재질·판형·후가공·패키지 사양과 샘플 감수를 조율하며 출시 품질과 일정을 관리했습니다.

와디즈 펀딩에서는 약 8,700만 원의 판매를 기록했고, 이후 스마트스토어·쿠팡 유통과 현대프리미엄아울렛 송도점 팝업으로 판매 접점을 확장했습니다. 송도 팝업에서는 교실 콘셉트 공간 조닝, 상품 진열, 포토존, 포토이즘 협업 프레임, 단독 패키지, 가차·쿠지 이벤트, 현장 판매까지 직접 운영했습니다. 14일간 약 2만 명이 방문한 행사에서 고객 반응을 다음 상품과 행사 기획의 근거로 축적했습니다.

이 경험을 통해 IP 상품은 계약과 제작에서 끝나는 일이 아니라, 상품 구성·판매 혜택·공간 경험·유통 채널을 하나의 구매 여정으로 설계해야 지속적인 사업이 될 수 있음을 배웠습니다.

드라마를 일상으로 옮긴 상품 개발

스튜디오드래곤과 계약 후 하정우 주연의 ‘대한민국에서 건물주 되는 법’ 굿즈 펀딩을 기획했습니다. 이 프로젝트에서는 드라마의 설정을 팬이 일상에서 직접 경험할 수 있는 상품으로 바꾸는 데 집중했습니다.

‘건물주’라는 설정을 단순 캐릭터 굿즈로 소비하지 않고, 가계부 굿노트가 포함된 NFC 키링과 의류에 결합할 수 있는 카라비너 키링으로 구체화했습니다. 팬이 드라마를 소장하는 데서 그치지 않고 자신의 생활 안에서 설정을 활용하도록 만든 구성입니다.

상품 콘셉트와 사양을 설계한 뒤 제작·출시 과정을 리드했고, 차별화된 구성에 대한 반응은 스튜디오드래곤의 제품 사입으로 이어졌습니다. IP 사가 후속 유통 가능성을 판단할 수 있을 만큼 상품성과 판매 가능성을 함께 검증한 사례입니다.

신규 파트너와 만든 드라마 펀딩 1 위

와디즈에서 아직 접점이 없던 ENA를 직접 발굴해 드라마 굿즈 프로젝트를 상품화했습니다. 방송사만 확보하는 데 그치지 않고, 드라마 굿즈 제조 경험을 보유한 메이커를 연결해 방송사·제조 파트너·와디즈가 함께 실행할 수 있는 협업 구조를 만들었습니다.

상품 기획 단계에서는 팬이 좋아할 드라마 속 요소를 로고 중심의 기념품이 아니라 실제로 소장하고 싶은 굿즈로 실물화하는 방향을 잡았습니다. 또한 방영 일정에 맞춰야 하는 촉박한 프로젝트였기에 기획, 샘플 제작, 승인, 상세페이지, 오픈 일정을 병렬로 관리하는 타임라인을 설계했습니다.

그 결과 해당 프로젝트는 와디즈 내 드라마 펀딩 1위를 달성했습니다. 이 사례는 신규 파트너를 발굴하는 영업력, 팬덤 요소를 상품으로 구체화하는 기획력, 다수의 출시 변수를 끝까지 관리하는 실행력을 함께 보여 준 경험입니다.

평범한 기기를 부업기계로 바꾼 기획

기존 매출이 낮아 다른 PD에게서 이관된 프레스기 프로젝트를 맡았습니다. 시중에서도 쉽게 구매할 수 있는 범용 장비였기에, 제품 사양이나 가격만으로는 충분한 구매 이유를 만들기 어렵다고 판단했습니다.

클라이언트와 새 아이템을 논의하는 과정에서 프레스기를 가정 또는 샵인샵 형태로 추가 수익을 만들기 위한 기기로 활용하고 싶다는 니즈를 발견했습니다. 이에 상품을 ‘부업기계’로 재정의하고, 고객이 장비가 아니라 수익 활동의 시작점을 구매한다고 느끼도록 네이밍과 스토리를 설계했습니다.

KC 인증과 교육 프로그램을 함께 제안해 구매 이후의 안전성·활용 가능성·실행 장벽까지 낮췄습니다. 그 결과 누적 거래액 2.7억 원을 기록했고, 와디즈 캐릭터 굿즈 카테고리 내 비 IP 프로젝트 최고 매출을 달성했습니다.

와디즈만의 구매 이유를 만든 협업

MRK 울트라 편견지는 이미 타 플랫폼에서 높은 매출을 기록한 문화콘텐츠 프로젝트였습니다. 복수 플랫폼과 PD를 검토하던 메이커에게 단순 입점 제안이 아니라, 와디즈에서만 성립할 수 있는 한정 구성과 프리오더 경험, ‘추억을 소장하는 상품’이라는 기획 방향을 제시해 단독 협업을 이끌었습니다.

롯데칠성음료와 플레이모빌 협업에서도 후속 판매를 고려해 물량이 제한된 상황에서 와디즈 단독 구성과 혜택을 구매 이유로 설계했고, 판매 시작 5분 만에 준비 물량을 완판했습니다. 이후 프로젝트에서 구축한 파트너 신뢰를 바탕으로 IK 조명 프로젝트까지 후속 협업을 진행했습니다.

저는 한 번의 판매 성과로 끝내기보다, 프로젝트에서 확보한 고객 반응과 파트너 신뢰를 다음 상품·후속 유통·장기 협업으로 연결하는 방식으로 사업을 확장해 왔습니다.