

PORTFOLIO · 2026

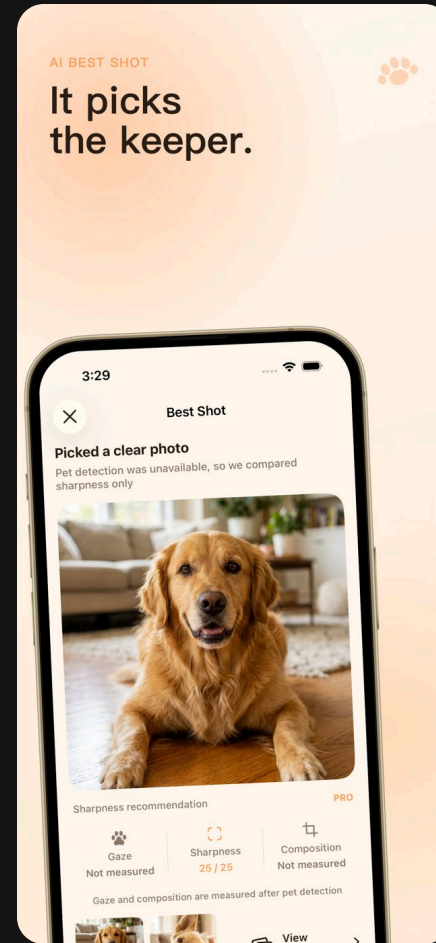
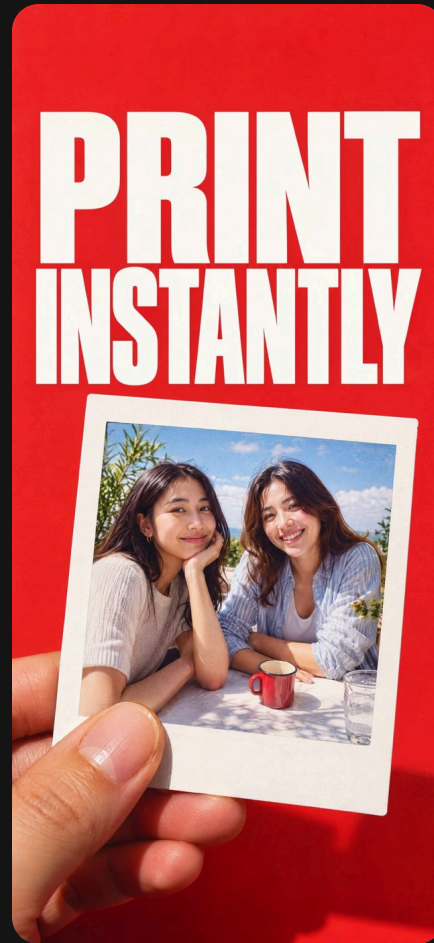
박태영

AI 에이전트를 팀처럼 쓰는 프로덕트 빌더

Python 백엔드·AI 개발자에서 Product Builder로 전환한 지 9개월. 기획·개발·출시·광고·수익화까지 혼자 끝내고, 제품이 내는 숫자로 다음 결정을 내립니다.

JoCoding, Inc. · 1인 빌더 (2026.01 – 현재)

parktaeyoung.com/portfolio · mu07010@gmail.com



개발자에서 Product Builder로

BEFORE

Python 백엔드 · AI 개발자

실버스랩 개발 연구원 —

Django·Flutter

네이버 부스트캠프 AI Tech 7기
(컴퓨터비전)

Upstage AI Ambassador 1기

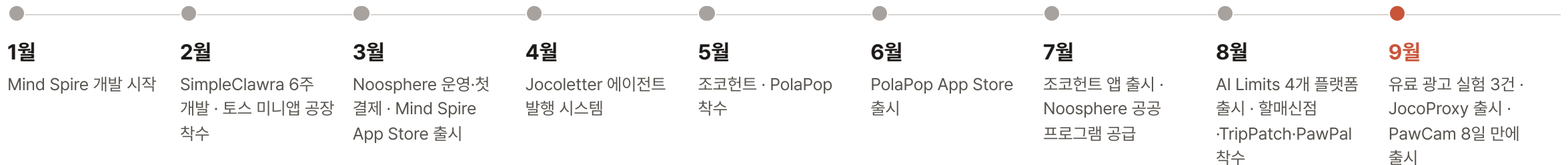


AFTER

Product Builder

- 문제 정의·기획
- 디자인 방향
- iOS·Android·macOS·웹 개발
- 10개 언어 스토어 출시
- 광고·콘텐츠 마케팅
- 데이터 분석·실험
- 결제·수익화

개발자 출신이라 서버·결제·데이터 파이프라인을 직접 설계합니다 — Noosphere 시뮬레이션 엔진, 할매신점 9개 브랜드 공용 백엔드, Jocoletter 에이전트 발행 시스템.



9개월 동안 14개 제품을 혼자 만들고 운영했습니다

14 개

직접 운영한 제품

iOS·Android·macOS·웹·토스 미니앱

6 개

App Store 공개 앱

PawCam · AI Limits · PolaPop · Mind Spire · 조코헌트 · JocoProxy

1,471 만 원

최대 단일 제품 매출

Noosphere 누적 (공공 창업 프로그램 공급 포함)

1,048 명

AI 뉴스레터 구독자

Jocoletter · 에이전트가 매일 발행, 월 오픈 약 75%

733 명

최대 앱 설치

PolaPop · 일본 199 · 대만 159 · 미국 84 · 한국 76

7 개

결제를 붙여 운영한 제품

Noosphere · PolaPop · PawCam · AI Limits · Mind Spire · Lilt · 할매신점

8 일

가장 빠른 출시

PawCam 첫 커밋 → App Store 공개, 11개 언어

2,963 커밋

최근 90일 · 30개 저장소

대부분 에이전트가 작성, 제가 검수·승인

빠르게 만드는 것보다, 무엇을 만들고 뺄지 정하는 쪽입니다

1

문제를 하나로 좁힙니다

경쟁 제품이 하는 기능은 빼고 핵심 행동 하나만 남깁니다.
PawPal은 착수 6일째에 "함께 키우기"를 전부 버렸고,
PawCam은 로그인·필터·촬영 제한을 빼고 8일 만에 출시했습니다.

2

광고 전에도, 광고 후에도 퍼널부터 봅니다

광고 방문 435명 → 가입 0건(Noosphere), 결제 화면 도달 1% (할매신점), 로그인 단계 이탈 18/19(Mind Spire). 매번 병목을 숫자로 찾고 다음 실험의 순서를 바꿨습니다.

3

AI를 작업 체계로 씁니다

계획·구현·반박을 다른 모델에게 맡기는 하네스를 직접 만들었습니다. AI가 낸 결과는 실제 화면, 사람이 만든 라벨, 재측정으로 다시 확인합니다.

4

접을 때도 기준이 있습니다

"내가 첫 고객인가, 원가가 가격보다 낮은가." SimpleClawra는 149명이 가입했지만 원가 \$10 = 가격 \$10이라 백업·복원 테스트 후 고정비를 0으로 만들고 정리했습니다.

제품 하나가 도는 8단계, 단계마다 사람이 지키는 관문이 있습니다



↻ 8단계의 교훈은 모든 에이전트가 매 세션 읽는 규칙이 되어, 다음 제품의 1~7단계에 자동으로 들어갑니다.

AI를 대화창이 아니라 팀 구조로 운영합니다

1

판단하는 모델과 실행하는 모델을 나눕니다

CEO(상위 모델) → 팀장 → 팀원
(Codex·Sonnet·Haiku) 하네스를 직접 만들었습니다. 마지막에 Codex가 반박 리뷰를 하고 치명적 이슈가 있으면 승인하지 않습니다. 기록된 34회 중 30회 통과.

2

돈이 나가거나 발행되는 마지막 클릭은 사람이

광고는 일시정지 상태로 만들고 켜는 건 제가 합니다. 스토어 쓰기는 승인 변수가 있어야 하고 심사 제출은 자동화하지 않습니다. Apple Ads에는 6개 자동 차단 관문.

3

"보이는 것 ≠ 실제 동작"을 전제로

완료는 사용자가 보는 화면에서 판정하고 보고는 미완료부터 씁니다.

4

실수는 규칙이 됩니다

사고가 나면 교훈을 Claude·Codex 에이전트가 매 세션 읽는 규칙 파일(약 1,160줄)로 옮깁니다. Meta 광고 규칙의 첫 줄은 "실제로 물린 것만 적는다".

5

지식이 쌓입니다 — Founder OS

매일 새벽 에이전트 대화에서 결정·피드백을 자동 추출하고, 매주 회고로 노트 138개를 관리합니다. 제 빈틈("외부 유료 전환 데이터 부족")도 기록하고 코칭받습니다.

6

비용과 위험을 먼저 막습니다

광고는 켜기 전에 지출 한도·종료일·지면·UTM을 전부 붙이고, "이 예산으로 무엇을 측정할 수 있는가"를 먼저 계산합니다.

매일 쓰는 AI, 직접 실험해 본 AI

영역	도구	어떻게 쓰는가
주력 구독	Claude Code Max(20x) · Codex(ChatGPT Pro) ×2 · SuperGrok Heavy · Google AI Pro ×3	여러 모델을 역할별로 나눠 동시에 운용합니다. Claude는 기획·오케스트레이션, Codex는 구현과 적대적 리뷰.
써 본 코딩 에이전트	OpenCode · Command Code · Devin	직접 써 보며 작업 방식을 비교했고, Devin은 PawCam·AI Limits 개발에 실제로 투입했습니다.
로컬 오픈소스 모델	DeepSeek 4.1 Flash · Qwen 3.8 Max	로컬에 띄워 업무에 붙일 수 있는지 테스트했습니다.
생성 도구	이미지 gpt-image·Higgsfield · 영상 Kling·Seedance·Veo · 음성 ElevenLabs·Qwen3-TTS	광고 소재·앱 에셋·캐릭터 음성 제작. 앱 화면만은 실제 녹화로.
측정·운영 자동화	PostHog · AppsFlyer · Meta Ads · Apple Ads API · App Store Connect API · fastlane	에이전트가 API로 직접 조회·배포하고, 돈이 나가는 클릭은 사람이 합니다.

세 번의 유료 광고, 세 개의 다른 병목

제품 · 목표	예산 · 기간	CTR	CPC	획득 단가	광고 이후 병목	다음 결정
Noosphere · 웹 방문	₩99,789 · 7일	2.8~2.9%	₩120~165	방문 435명	CTA·가입·실행 0	무료 첫 분석 CTA, 지면 직접 지정
PolaPop · 앱 설치	₩139,990 · 4일	2.71%	₩332~779	CPI ₩1,800~2,100	신규 25%가 로그인 단계 이탈	로그인 계측·귀속 복구 후 재개
할매신점 · 결제	₩59,839 · 6일	14.3%	₩84	제출당 ₩105, 구매당 약 ₩3만	결제 화면 도달 1% → 89%, 결제 2건	가격·상품 구조 재검토

모든 광고는 지출 한도를 걸고 UTM과 분석 도구로 광고 이후 퍼널까지 이어서 봤습니다.

Noosphere — 실험에서 본 것

지면을 자동 배치로 넓히자 CTR 2.13% → 5.37%, 그러나 예산 90%가 Audience Network로 가고 방문자 71%가 5초 안에 이탈.

PolaPop — 실험에서 본 것

일본 캐러셀 CPC ₩332 vs 영어권 영상 ₩779. 영상은 나흘간 CTR 2.92% → 1.97%, CPM ₩16.6k → ₩25.6k로 피로.

할매신점 — 실험에서 본 것

소재 3종 CTR은 비슷했지만 결제 시작 24건은 경쟁 1위 포맷을 복제한 소재에서만. 가격 A/B는 ₩990 그룹에서만 결제.



아이디어 한 문단을 넣으면 11종 소스에서 근거를 모으고 AI 페르소나 집단이 커뮤니티처럼 토론해 수용도·반대 논거·다음 검증 과제를 리포트로 냅니다.

누적 매출 · 공공 창업 프로그램에 267건
공급 + 직접 결제 \$188

고객 문의 1건에서 찾은 결함 · 한국어
입력 134건 중 108건이 영어로 생성

광고 링크 클릭 717건, 가입 0건 · 병목을
랜딩으로 특정

설문·인터뷰는 표본을 모으는 데만 1~2주와 수십만 원이 들고, 지인 피드백은 부정적 신호를 걸러냅니다. 그래서 대부분 검증 없이 개발부터 하고 출시 후에야 수요가 없다는 걸 압니다.

제품 안에서는 수집 → 필터 → 페르소나 → 라운드 토론 → 점수화. 페르소나 다양성 0.72 → 0.96, 중복 발언 3~4건 → 0~1건. 서브에이전트 10개로 기존 리포트를 병렬 번역한 뒤 결과를 직접 재검증하고 반영했습니다.



문의 한 건과 광고 결과에서 구조적 문제를 찾았습니다

신호	확인한 것	조치
고객 문의: "한국어로 설정했는데 결과가 영어"	운영 DB 조회: 한국어 입력 134건 중 108건(81%, 79명)이 영어로 생성	UI 언어를 리포트 기본 언어로 연결
Meta 광고 ₩99,789 (9/14~21)	노출 26,105 · 링크 클릭 717 (CTR 2.8~2.9%) · 방문 435명 → CTA·가입·실행 0	병목은 랜딩 → 무료 첫 분석 CTA로 전환
광고 중 지면을 자동 배치로 확대 (9/17)	캐러셀 CTR 2.13% → 5.37%, CPM ₩3,574 → ₩8,662. 예산 90%가 Audience Network로, 랜딩 체류 중앙값 30초 → 2.1초	CTR은 오염되기 쉬운 중간 지표 → 지면 직접 지정

결과

출시 나흘 만에 첫 결제. 공공 창업 프로그램(모두의창업 1기)에 267건을 공급해 누적 매출 1,471만 원, 누적 가입 315명, 시뮬레이션 243건(2026-08-13 기준).

남은 과제

직접 결제 매출은 \$188로 작고 9월 신규 가입은 0명입니다. 광고로 방문은 만들 수 있다는 걸 확인했으니 다음 병목은 랜딩에서 첫 실행까지의 전환입니다.



CASE 02 · iOS · 2026.05 – 현재 · 기획·개발·마케팅·광고 1인

PolaPop — 넉 달 동안 데이터가 기능을 지운 카메라 앱

셔터를 누르면 폴라로이드 한 장이 iPhone Dynamic Island에서 천천히 나오는 즉석카메라. 11개 언어, 12번 이상 업데이트, App Store 평점 5.0.

733명

누적 설치(PostHog) · 일본 199 · 대만 159 · 미국 84 · 한국 76

₩1,800~2,100

첫 유료 광고의 설치당 비용(측정 기준별) · 일본 ₩1,494 최저

2 → 175

결제 가능 지역 · 한국·미국에서만 팔리던 걸 발견

시작과 피벗

경쟁 앱 영상을 1초 단위 13프레임으로 쪼개 분석하고 이를 만에 네컷 카메라를 만들었습니다. 직접 써 본 뒤 "진짜 폴라로이드처럼 한 장씩"으로 피벗해 2026-06-11 출시했습니다.

마케팅

첫 유료 광고 ₩139,990로 설치 66~76건(광고 전 9일 0건 → 하루 11~26건). 3초 혹 7개 × 4개 언어를 112건 발행했고, 한국어 혹 조희가 다른 언어의 4~5배였습니다.

AI 원칙

앱 화면을 AI로 만들려던 시도가 6번 연속 실패한 뒤 "AI로는 사람과 장면만, 앱 화면은 반드시 실제 녹화"를 원칙으로 세웠습니다.



가설 → 실험 → 결정: 기능을 더하기보다 지운 것이 많습니다

가설	실험·관측	결과	결정
2~3장 찍으면 다시 온다	실사용자 89명 퍼널	1장만 찍은 사람 재방문 0%, 2~3장 45%	"2~3장"을 활성화 기준으로
"한 장 더" 안내가 촬영을 늘린다	A/B 6/22~7/24, 그룹별 약 160명	6개 지표 모두 실험군 열세 (D1 19.3% → 14.2%)	효과 없음, 기능 종료
소셜 꾸미기 방이 바이럴을 만든다	싸이월드식 미니룸 출시	가입 880명 중 16명(1.8%)만 사용	기능 종료
결제가 적은 이유는 가격이다	판매 설정 전수 점검	11개 언어 앱인데 한국·미국에서만 판매	평생 이용권 하나로, 175개 지역
광고 후 전환이 약한 이유	광고 사후 분석	신규 설치자 25%가 로그인 단계에서 이탈	예산 증액 대신 로그인 계층·귀속 복구

결과

효과 없는 안내, 쓰이지 않는 소셜 기능, 팔리지 않던 판매 설정을 정리했고
광고 설치당 비용 ₩1,800~2,100이라는 기준선을 확보했습니다.

남은 과제

일본·대만 설치 급증(하루 125명·88명)의 출처는 아직 확인하지 못했습니다.
누적 매출은 결제 대시보드 연동 후 확인이 필요합니다.



CASE 03 · 웹앱 · 2026.08 - 현재 · 기획·개발·광고 1인

할매신점 — 광고 6일 동안 퍼널을 매일 고친 AI 사주 서비스

인스타 캐릭터 계정이 숏폼 사주 콘텐츠를 올리고, 뒤에서는 백엔드 하나를 공유하는 사주 웹앱 9개가 돌아갑니다. 만세력은 코드로 계산하고 AI는 해석만 씁니다.

CTR 14.3%

링크 CPC ₩84 · 생년월일 제출당 ₩105 (6일, ₩59,839)

1% → 89%

사주 계산 후 결제 화면 도달 · 광고 1일차 결과로 수정

4 → 15명

하루 결제 시작 인원 · 결제 화면을 세 번 고친 뒤

가설

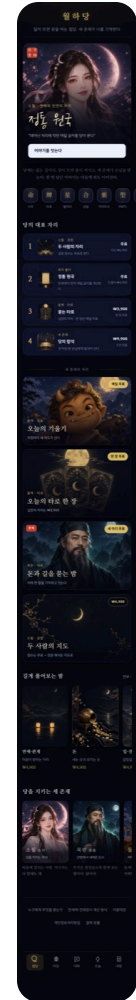
광고 없이 뜬 것 같던 경쟁 계정은 팔로워가 1,397명뿐이었고, 매출이 보이는 경쟁사는 모두 광고를 돌렸습니다. "광고비로 사는 도달을 콘텐츠 물량으로 대체할 수 있는가"를 질문으로 삼았습니다.

광고 전에 측정부터

Meta 픽셀·서버 전환 API, UTM 유입 귀속, 브랜드 안 50:50 가격 A/B를 먼저 붙이고, 구매 신호가 적을 것이라 생년월일 제출로 학습시켰습니다.

AI 활용

만세력은 코드로 계산하고 AI는 해석만. 무료 해석 158건 중 56%가 같은 헤드라인이라 명식 근거를 강제했습니다. 경쟁 광고를 자동 수집해 1위 포맷을 복제했고, 결제 시작 24건이 모두 이 소재에서 나왔습니다.



광고 기간 매일 퍼널을 보고 결제 화면을 고쳤습니다

날짜 · 관측	가설	변경	전후
1일차: 사주 계산 142명 중 결제 화면을 본 사람 2명	결제 입구가 안 보이고, 광고 약속과 상품이 다르다	광고 약속과 같은 주제를 기본 상품으로, 결제 화면 항상 노출, 결제 전 로그인 제거	결제 화면 도달 1% → 89%
결제 화면까지 와도 결제를 시작하지 않는다	동의 절차와 낯선 결제창에서 신뢰가 끊긴다	결제 화면 구조(동의 방식, 결제창 브랜딩, 환불 보장 위치)를 세 차례 수정	하루 결제 시작 4 → 15명

결과

6일간 생년월일 제출 569건, 결제 시작 24건, 구매 2건. 가격 A/B에서는 ₩990 그룹에서만 결제가 나왔고, 결제 시작 26건 중 16건이 광고가 약속한 주제였습니다.

남은 과제

매출 ₩1,980으로 명확한 적자입니다. 광고 없는 주 유입은 주 3~29명이라 "콘텐츠가 광고를 대체한다"는 가설을 뒷받침하지 못했고, 상품 구조를 캐릭터 AI 챗으로 옮겼습니다.



CASE 04 · 뉴스레터 · 2026.04 - 현재 · 1인 설계·운영

Jocoletter — AI가 매일 쓰는 뉴스레터의 품질 보증

AI·개발·인프라 뉴스를 매일 한국어로 큐레이션합니다. 수집부터 선정·작성·검토·이미지·예약 발행·발송까지 11단계 에이전트 파이프라인이 매일 밤 자동으로 돕니다.

1,048명

구독자(2026-08-16) · 월 발송 약
2.4~2.8만 건

약 75%

월 수신자 중 한 번 이상 연 비율(7월
733/982) · 클릭 약 17%

오탐 0

사고 후 새 검증 관문을 지난 1주 초안
27건으로 재검증

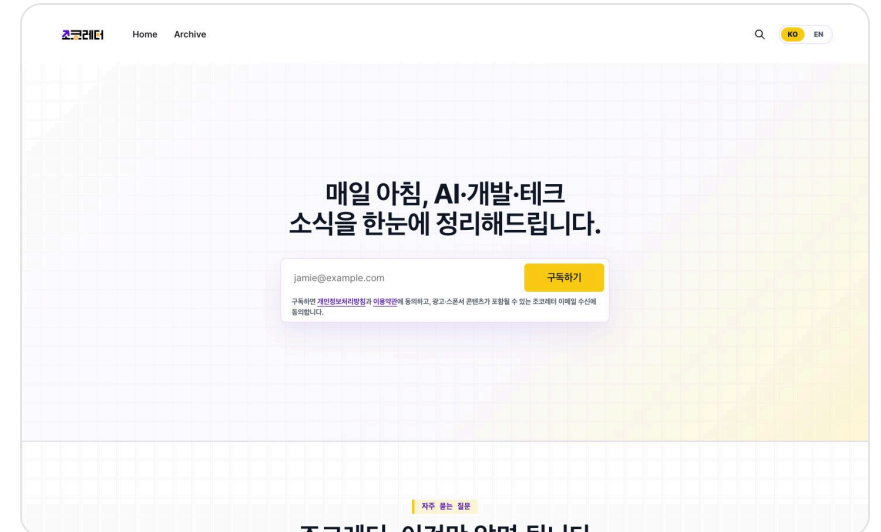
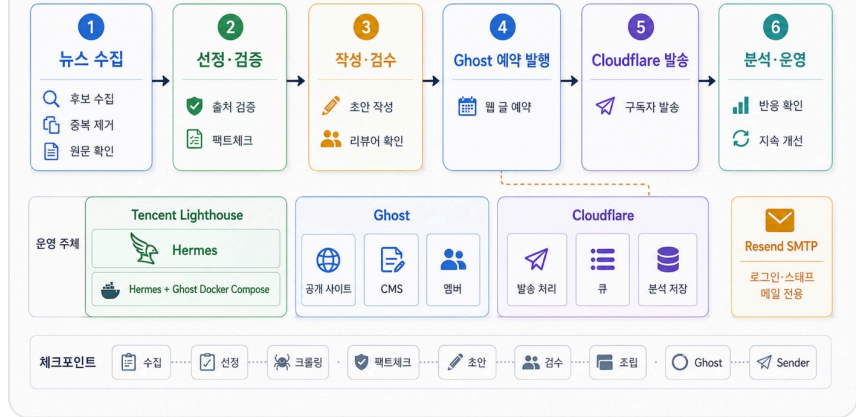
AI를 다루는 방식

AI는 HTML이 아니라 구조화된 데이터만 만들고 디자인은 템플릿이 책임집니다. "혁신적인"·"주목할 만한" 같은 AI 문체는 금지 목록으로 걸러 다시 쓰게 합니다. 매일 23:40 감시 작업이 산출물을 검사하고 Codex가 원인을 분류해 복구합니다.

사고에서 배운 것 — 레터 #98

리뷰어 점수 96점인데 "(검증 부족)" 꼭지가 발행됐습니다. 원문 앞 8,000자 중 기사 본문이 101자뿐이었습니다. 점수보다 먼저 입력 존재를 기계적으로 검사하도록 3단계 방어를 넣고, 27건으로 재검증해 잘못 막는 경우 0건을 확인한 뒤 배포했습니다.

조코레터 요약 플로우





CASE 05 · iOS · 2026.09 · 첫 커밋부터 App Store 공개까지 8일

PawCam — AI가 고른 사진을 사람 기준으로 검증하다

소리로 반려동물의 시선을 끌고, 셔터음 없이 연속 촬영한 뒤, 기기 안의 AI가 가장 잘 나온 사진을 골라 줍니다.

8일

첫 커밋 → App Store 공개 · 11개 언어 ·
기존 코드 85% 재활용

390쌍

AI 점수를 검증하려고 직접 만든 사람
선호 라벨

0.262

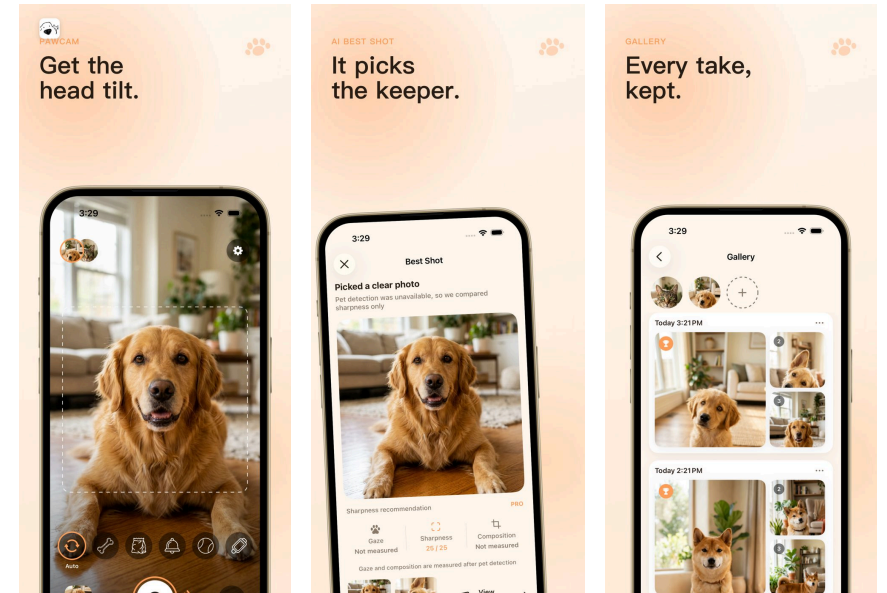
AI 점수와 사람 선호의 일치도 · "검출은
되지만 고르지는 못한다"

문제

반려동물은 카메라를 보지 않고, 혼자서는 소리를 내면서 셔터를 누를 수 없습니다. 기존 펫 카메라 앱 6종은 "소리 + 셔터"에서 끝납니다.

빠른 것

로그인, 일일 촬영 제한, 필터, 리워드 광고를 빼고 출시했습니다.



"AI가 베스트샷을 고른다"를 그대로 믿지 않았습니다

가설	실험	결과	결정
실기기에서 동물이 잡히면 점수도 맞는다	사람 라벨 26세트·390쌍과 비교	검출 0.85~0.88 정상, 사람 선호 일치도 0.262, 1위 적중 0.077	스코어링 개선을 별도 과제로
미학 점수를 더하면 순위가 좋아진다	5번째 점수 항목으로 추가	τ 0.025, 전체 지표 변화 없음	기각
2초 10장 연속 촬영이면 충분하다	실제 결과 관찰	컷이 거의 같아 사실상 한 장	5초 25장 중 0.4초 이상 떨어진 10장

결과

속도(8일)와 검증을 함께 쳤습니다. 사람 기준 평가 체계와 회귀 관문 (-2pp)을 먼저 만들어 이후 모든 스코어링 변경이 같은 기준으로 비교됩니다.

남은 과제

출시 당일이라 사용자 지표는 아직 없습니다. 다음 스코어링 후보는 이미지-텍스트 유사도 점수입니다.

빠르게 접은 결정

빨리 만드는 만큼 빨리 접습니다

- 내가 첫 고객인가**

스스로 쓰지 않을 제품은 만들지 않습니다.
- 원가가 가격보다 낮은가**

구조적으로 마진이 안 나면 규모를 키워도 적자입니다.
- 경쟁작이 이미 하는가**

이미 있는 기능은 차별점이 아닙니다.
- 측정해서 효과가 없으면 끈다**

되돌릴 수 있게 접고, 남는 비용은 0으로 만듭니다.

대상	언제·무엇을	근거	결과
SimpleClawra	제품 운영 중단	가입 149명·유료 0명, 사용자당 원가 \$10 = 가격 \$10. 피벗 후보 6개도 검토했지만 모두 탈락	백업·검증 후 인프라 정리, 고정비 0
PolaPop 네컷 카메라	착수 2일째 방향 전환	직접 써 보니 핵심은 "진짜 폴라로이드처럼 한 장씩"	단일 폴라로이드로 피벗, 16일 뒤 출시
PawPal 함께 키우기	착수 6일째 기능 폐기	경쟁작 4개가 이미 공동 육성을 하고, 밥·간식 기능은 관계를 움직이지 못함	"편지를 물고 가는 강아지" 하나로 집중
PolaPop 소셜 미니룸	출시 후 기능 제외	가입 880명 중 1.8%만 사용, 외부 공개 게시 0건	소스는 남기고 빌드에서만 제외
PolaPop "한 장 더" 안내	A/B 후 종료	6개 지표 모두 실험군이 열세	기능 종료, 다음 실험으로
JocoProxy 웹 플랫폼·구독안	출시 전 범위 축소	앱만으로 먼저 검증. 구독안은 경쟁 앱 가격을 보고 하루 만에 폐기	아이디어 17일 만에 출시
토스 미니앱 4종	출시 전 정리	배포하지 않은 4개 앱의 데이터가 0건임을 확인	생산 라인을 남은 앱 중심으로 정리

AI로 만드는 비용이 낮아진 만큼, 무엇을 계속하고 무엇을 접을지 빠르게 정하는 것이 낭비를 막는 가장 큰 레버입니다.

케이스 외 프로젝트에서 내린 핵심 판단



AI Limits Tracker

AI 코딩 도구 사용 한도 트래커 ·
iOS·Android·macOS·watchOS

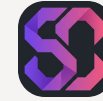
빈자리를 찾고, 줄여서 먼저. "Mac 트래커는 포화, iOS 위젯은 공백"을 확인하고 iOS부터. 기록·예측을 빼고 현재 한도만으로 출시한 뒤 통계를 다시 넣었고, 5주 동안 iOS를 14번 배포했습니다.



Mind Spire

AI 확인·감정 소각·명상 앱 · App Store 공개

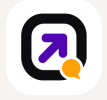
광고 전에 퍼널부터. 실측해 보니 19명 중 18명이 로그인 단계에서 멈추고 결제 화면은 한 번도 뜨지 않았습니다. 광고를 보류하고 로그인 없이 첫 확인을 먼저 보여주는 구조로 iOS를 네이티브로 다시 만들었습니다(20개 작업을 서버에이전트로 분할).



SimpleClawra

개인 서버 AI 컴패니언 배포 서비스 · 운영 중단

빨리 접는 기준. 6주 만에 만들어 149명이 가입했지만 유료는 남지 않았습니다. 원가 \$10 = 가격 \$10, 같은 효용이 더 큰 번들에 이미 포함. "내가 첫 고객이 아닌 제품은 만들지 않는다"로 정리하고 고정비를 0으로.



조코헌트

한국 1인 빌더 런칭 커뮤니티 · App Store 평점 5.0

"왜 참여하지 않는가"를 물었습니다. 출시 한 달 방문자 2,166명 → 가입 174명(8%) → 메이커 62명, 제품 클릭 525명 중 피드백 18명. 6개 그룹별 설문 응답 14건에서 장벽이 반복되자 기능 확장을 멈추고 피드백 루프 회복으로 방향을 틀었습니다.



PawPal

강아지가 편지를 전하는 커플 앱 · 심사 대기

핵심 행동 하나만. 경쟁작이 이미 하는 "함께 키우기"를 착수 6일째에 버렸습니다. AI 영상 → 스프라이트 자동 파이프라인으로 프레임 흔들림 24.5px → 0.8px. 사용자 0명인 출시 전에 서버 비용을 월 \$25+ → \$5로.

케이스 외 프로젝트에서 내린 핵심 판단 (계속)

토스 미니앱 공장

토스 미니앱 AI 생산 라인 · 회사 저장소 1인 구축

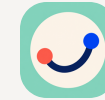
앱을 만드는 과정을 제품화했습니다. 아이디어 → 명세 → 코드 생성 → 구현 → 검증 → 계측 → 콘솔 등록 → 배포 → 출시 체크리스트를 10단계 스킬로 묶어 최소 12개 앱을 만들고 4개를 정리했습니다. 첫 커밋 당일 출시 문서까지 나온 앱도 있습니다.



JocoProxy

내 프록시 서버를 iPhone에 연결하는 클라이언트 · App Store 공개

아이디어 17일 만에 출시. 해외 SNS 마케팅 작업 중 불편했던 도구에서 출발해 AI와 명세를 이틀 만에 만들고 175개 지역에 냈습니다. 웹 플랫폼까지 묶은 원래 기획에서 앱 하나로 범위를 줄였고, 경쟁 앱 가격을 근거로 \$1.99 일회성 모델로 바꿨습니다.



TripPatch

사진에서 떼어 낸 스티커로 만드는 여행 다이어리 · 심사 대기

출시 전에도 실험. 가격을 세 번 바꾸며 매번 "무엇이 검증되면 맞는가"를 적었습니다. 해시태그 전략 6종에 태그 없는 대조군을 붙여 발행했고, 유튜브에서는 대조군이 가장 높았습니다(1,227뷰, 방향만 참고).



Lilt

뒷개 각도에 반응하는 macOS 데스크톱 · 직접 판매

결제까지 사흘. 문서화되지 않은 Mac 센서를 에이전트와 분석해 읽어 냈고, 10개 언어 랜딩·\$1.99 결제·다운로드까지 사흘 만에 붙였습니다. 깊이 렌더러는 오픈소스 Mac Duo(Apache 2.0) 기반입니다.

개발자로 쌓은 기반 위에서 빌더로

경력

2026.01 – 현재
JoCoding
Product Builder

2025.09 – 12
Upstage
AI Ambassador 1기

2025.03 – 10
실버스랩
개발 연구원 · Django·Flutter

2023.01 – 09
마케시안씨앤이
기술전략실 인턴

수상

2024.07
최우수상 (충청북도지사상)
충청북도 공공데이터 활용 창업경진대회

2024.07
우수상 (한국융합학회)
ICCT 2024 캡스톤 디자인 대학생 경진대회

2023.05
우수논문상
한국정보통신학회 춘계종합학술대회

2022.09
우수상 (충북과학기술혁신원장상)
충청북도 공공데이터 활용 창업경진대회

자격 · 교육 · 대외활동

정보처리기사 (2024)

SQLD (2024)

네이버 부스트캠프 AI Tech 7기 수료 (2025)

Upstage AI Ambassador 1기 (2025)

오픈소스 K-스킬 기여

해커톤·워크숍 7회 참가 (2026) — 다음 장

AI 창업·빌더 밋업 (Venture Park, Hugging Face
Seoul 등)

1~2일 안에 끝까지 만들어 보는 연습

수상보다 네트워킹과, 낯선 도메인에서 1~2일 안에 끝까지 만들어 보는 경험을 쌓으려고 참여합니다. 여기서 배운 범위 자르기·빠른 검증이 제품 작업으로 이어집니다.

2026.09

Daytona HackSprint Seoul

URL 하나로 랜딩을 복제하고 AI 봇 여러 개가 병렬로 개선안을 만드는 도구

2026.08

Agent Forge AI Hackathon Seoul

2026.08

Toython (OpenAI 후원)

물리 버튼·화면으로 AI 에이전트의 위험 행동을 승인·중단하는 장치

2026.07

D4D 국방 해커톤 APAC 24H

드론·CCTV 영상을 온톨로지로 엮어 AI 에이전트가 상황을 판단하는 COP

2026.07

Dacon BARAM 2026

풍력발전량 예측 — 사전학습 시계열 모델 실험

2026.06

Codex Impact Workshop

사회혁신가와 팀을 이뤄 3시간 만에 가상자산 기부 처리 MVP

2026.05

Hashed OBA Weekendthon

연령대에 맞춰 UI가 바뀌는 음성 키오스크

배운 것과 다음 과제

만드는 속도는 더 이상 병목이 아닙니다

8일 만에 출시한 앱, 5주에 14번 배포한 앱이 있습니다. 병목은 "누가 돈을 내는가"입니다.

광고보다 퍼널이 먼저입니다

Mind Spire는 퍼널을 먼저 재고 광고를 보류했고, Noosphere와 할매신점은 광고 뒤 멈춘 단계를 다음 실험으로 삼았습니다.

CTR은 목표가 아니라 중간 지표입니다

지면을 넓히자 CTR이 두 배가 됐지만 71%가 5초 안에 나갔고(Noosphere), CTR 14% 광고도 결제에서 멈췄습니다(할매신점).

AI의 답은 가설입니다

베스트샷 점수, 리뷰어 점수 96점, 에이전트 보고 모두 사람 기준 데이터나 재측정으로 뒤집힌 적이 있습니다.

다음 과제는 외부 유료 전환입니다

분배와 계측이 갖춰진 제품(AI Limits Tracker, PolaPop)에서 결제 전환을 숫자로 만드는 데 집중하고 있습니다.

박태영

AI Native 프로덕트 빌더
JoCoding, Inc.

포트폴리오 상세

parktaeyoung.com/portfolio

링크 허브

parktaeyoung.com

이메일

mu07010@gmail.com

GitHub

github.com/taeyoung1005

수치는 2026-09-23 각 프로젝트 운영 기록·PostHog·App Store·Meta 광고 API로 확인했습니다. 스크린샷 속 UI는 실제 앱 화면이며, 일부 마케팅 이미지의 배경·반려동물 사진은 생성형 이미지입니다. 커밋 수는 에이전트가 작성하고 제가 검수한 커밋을 포함합니다.