

[앤티앤스프레즐] X 슈퍼콘(Supercon)

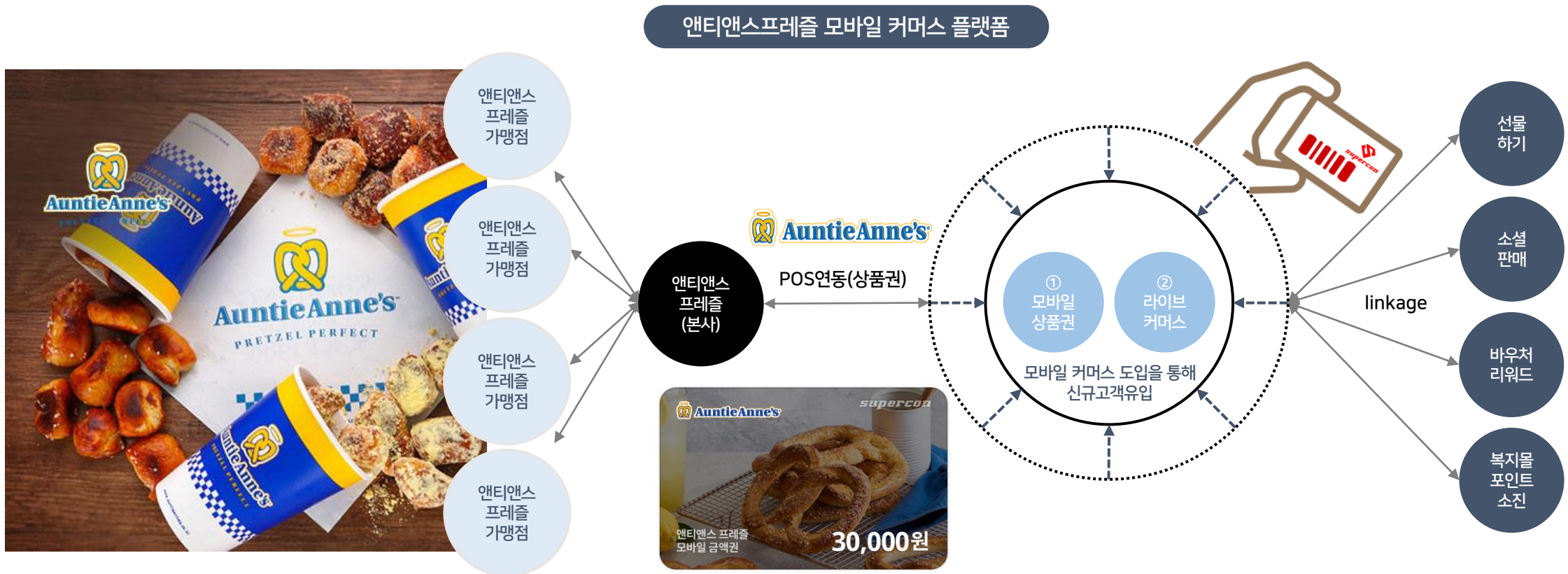
모바일 커머스 플랫폼(모바일 상품권+라이브커머스) 구축제안서
[앤티앤스프레즐] Super Brand로 만들어드립니다

사업제휴문의

- 총괄이사 김진상
- 연락처: 02-6956-3905 / 010-7133-9827
- 이메일: js.kim@supercon.io

0. 앤티앤스프레즐 모바일 커머스 모델

앤티앤스프레즐 모바일 커머스 플랫폼 도입을 통해 본사 및 가맹점 매출증대와 브랜드 인지도 제고, 데이터기반의 효율적인 고객관리마케팅을 수립할 수 있게 제안드리며, 이에 슈퍼콘(Supercon)은 모바일 커머스 시스템으로 ①모바일 상품권 플랫폼구축(슈퍼오더기능추가), ②앤티앤스프레즐 라이브 커머스시장 진출관련하여 서비스 제안을 드립니다.





[엔티앵스프레즐] 모바일 상품권 구축

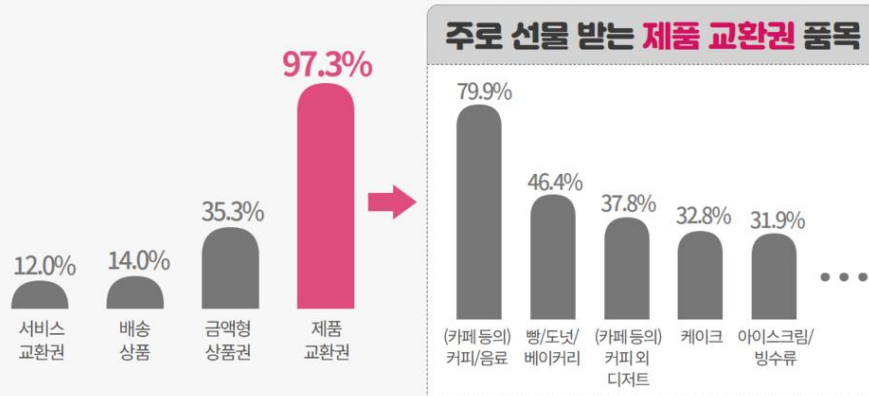
1. 모바일 상품권 종류 및 이용현황

신유형상품권은 기존 지류형 상품권과 대비되는 표현으로 지류형태의 상품권을 제외한 모든 전자적 형태 즉 전자형, 온라인, 모바일 상품권으로 통칭한다 (공정거래위원회)

모바일 상품권 종류

주로 선물 받는 모바일 상품권 종류

출처: 트렌드모니터, 2019 e-쿠폰(모바일 쿠폰)이용 관련 조사(중복응답)

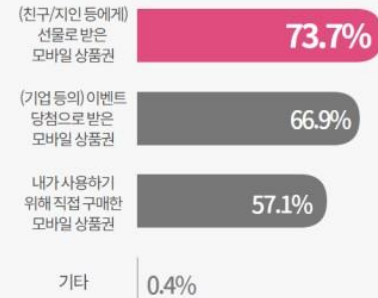


모바일 상품권 이용현황

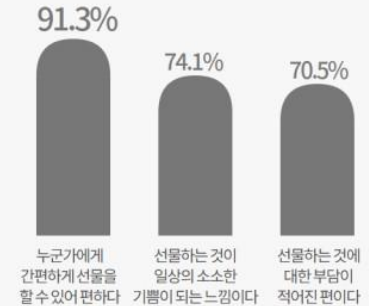
모바일 상품권 이용 현황

출처: 트렌드모니터, 2019 e-쿠폰(모바일 쿠폰)이용 관련 조사(중복응답)

유형별 사용 경험(중복 응답)



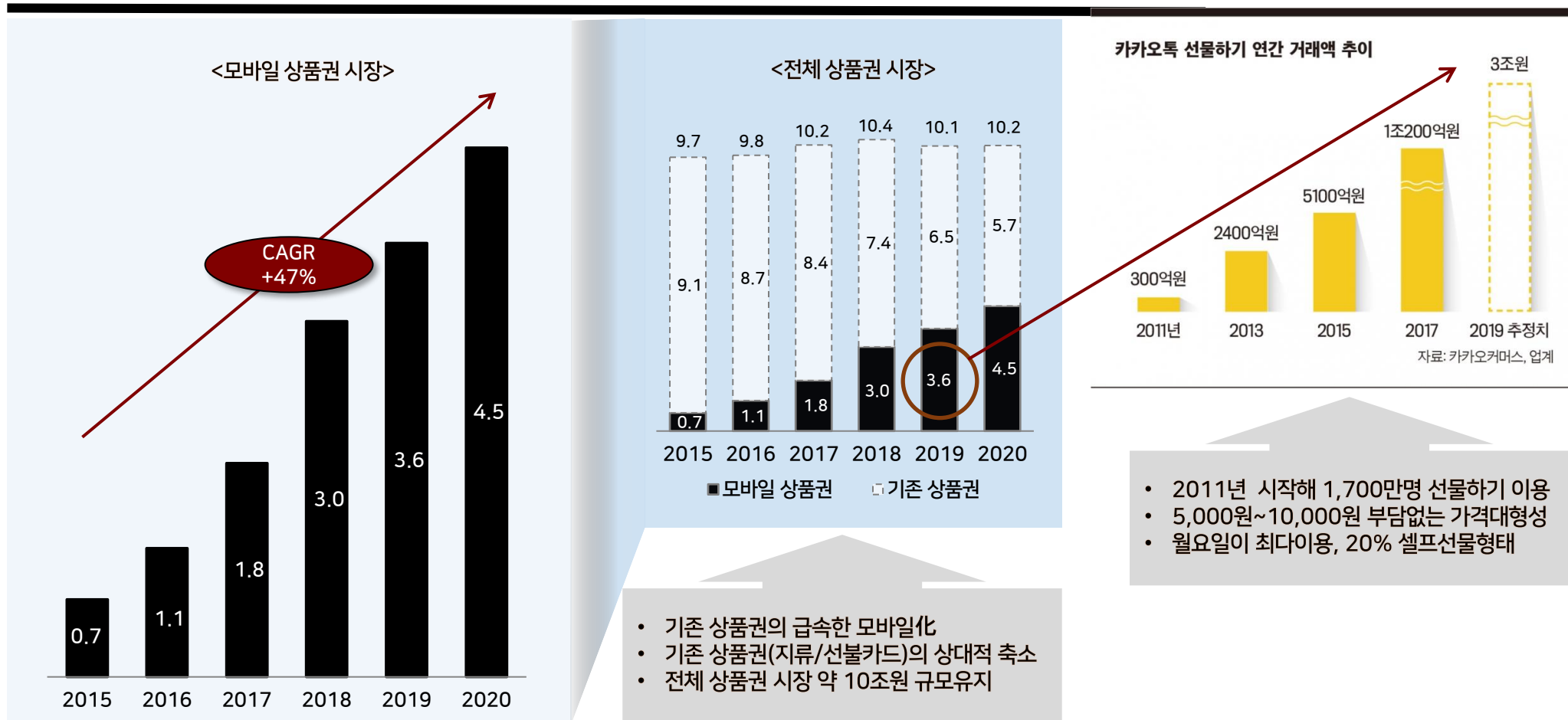
모바일 상품권 선물 방식에 대한 인식 평가



2. 모바일 상품권 시장규모

2020년 모바일 상품권 시장규모 4.5조원 (카카오선물하기 약4조원 시장규모/1,700만명이용)

국내 상품권 시장 전망(단위:조원)



Source: 한국조폐공사, KB금융지주 경영연구소, 미래창조과학부

3. 모바일 상품권 기대효과

앤티앤스프레즐 모바일 상품권 기대효과



브랜드 인지도 제고

- 카카오, G마켓, 위메프, 네이버, 베네피아, 이지웰 등 국내 대표 e커머스 채널에 앤티앤스프레즐 상품 노출/판매



이용자 편의성 제고

- 점주님과 고객 사용성 증대 위한 POS 개발 및 간편 인증 위한 위젯인증지원
- 채널, 포인트, 결제제휴사 추가되어도 슈퍼콘이 일괄 정산



효율적인 마케팅

- 커머스 채널과의 제휴 프로모션 (온/오프라인 연계 확대 가능)
- 신제품 홍보 이벤트에 채널 활용
- 법인 대상 대량판매 기회 확대
- 내부 고객 관리용 경품 활용



제휴사 지속 확장

- 신규판매 제휴사 확대 가능
- 카카오페이, 페이코, 알리페이 등 결제수단 추가 확장가능

앤티앤스프레즐 모바일 상품권 고객수신화면

고객 잔액관리조회

9:47 192.168.0.7

슈퍼콘 잔액조회

supercon

해당상품은 상품교환권입니다.

상 품 명: [앤티앤스 프레즐] 3만원 권

쿠폰번호: 1234-5678-9120

유효기간: 2021-03-26

사용매장: 앤티앤스 프레즐

사용일시: 2020-12-25 00:00:00

1234 5678 9120

교환처: 앤티앤스 프레즐

유효기간: 별도 표기

주문수량: 1개

환불 및 기타문의
슈퍼콘 고객센터 : 02-6956-3905
영업시간 : 09시 30분~18시 00분(공휴일 제외)

Copyright © SUPERCON Corporation. All Rights Reserved.

고객 잔액관리조회

9:47 192.168.0.7

슈퍼콘 잔액조회

supercon

해당상품은 상품교환권입니다.

상 품 명: [앤티앤스 프레즐] 고구마 크림치즈 스틱

쿠폰번호: 1234-5678-9120

유효기간: 2021-03-26

사용매장: 앤티앤스 프레즐

사용일시: 2020-12-25 00:00:00

1234 5678 9120

교환처: 앤티앤스 프레즐

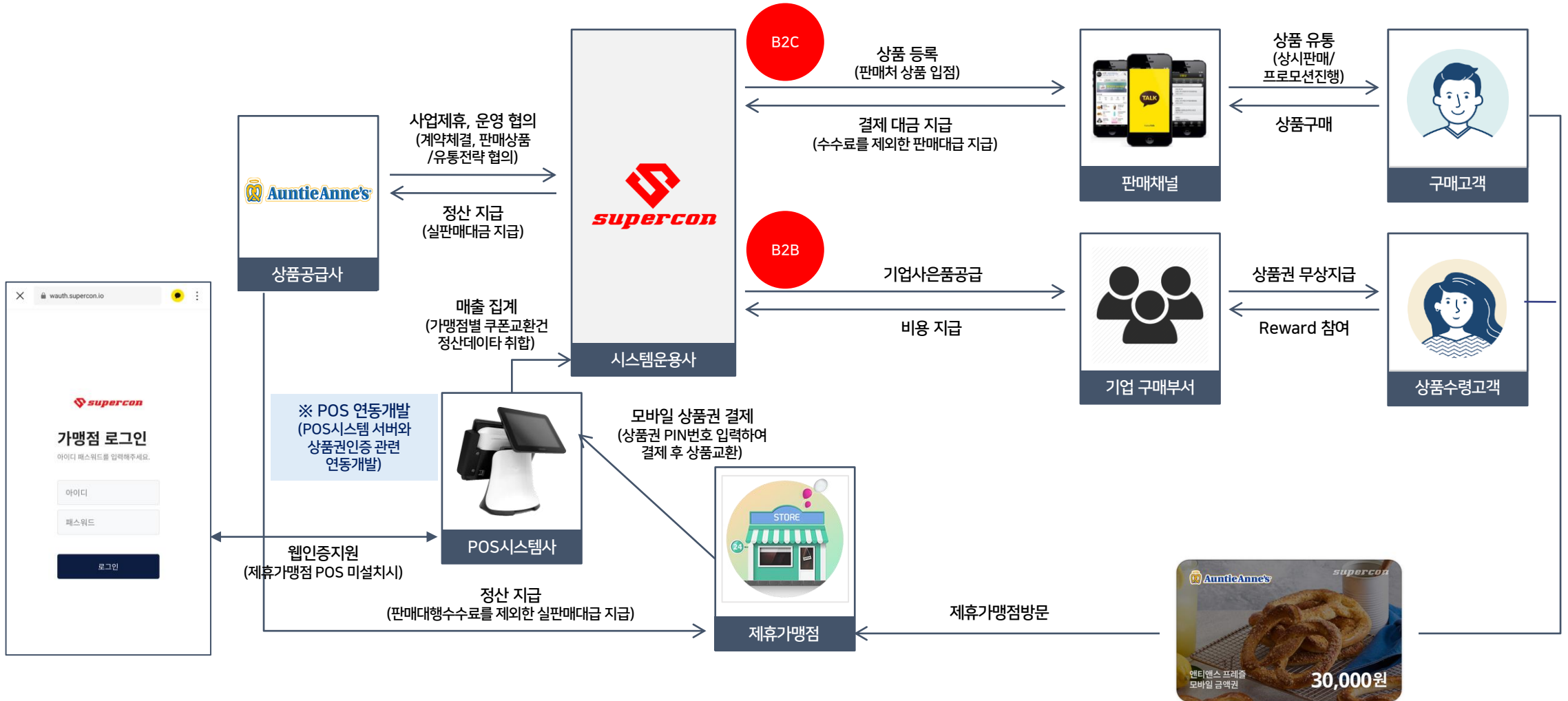
유효기간: 별도 표기

주문수량: 1개

환불 및 기타문의
슈퍼콘 고객센터 : 02-6956-3905
영업시간 : 09시 30분~18시 00분(공휴일 제외)

Copyright © SUPERCON Corporation. All Rights Reserved.

4. 모바일 상품권 서비스 플로우(S/F)



5. 모바일 상품권 판매유통계획

앤티앤스프레즐 외부채널 판매

- 슈퍼콘(Supercon)이 보유한 B2B기업사 또는 판매채널(카카오톡 선물하기, 기타등) 순차적으로 공급유통



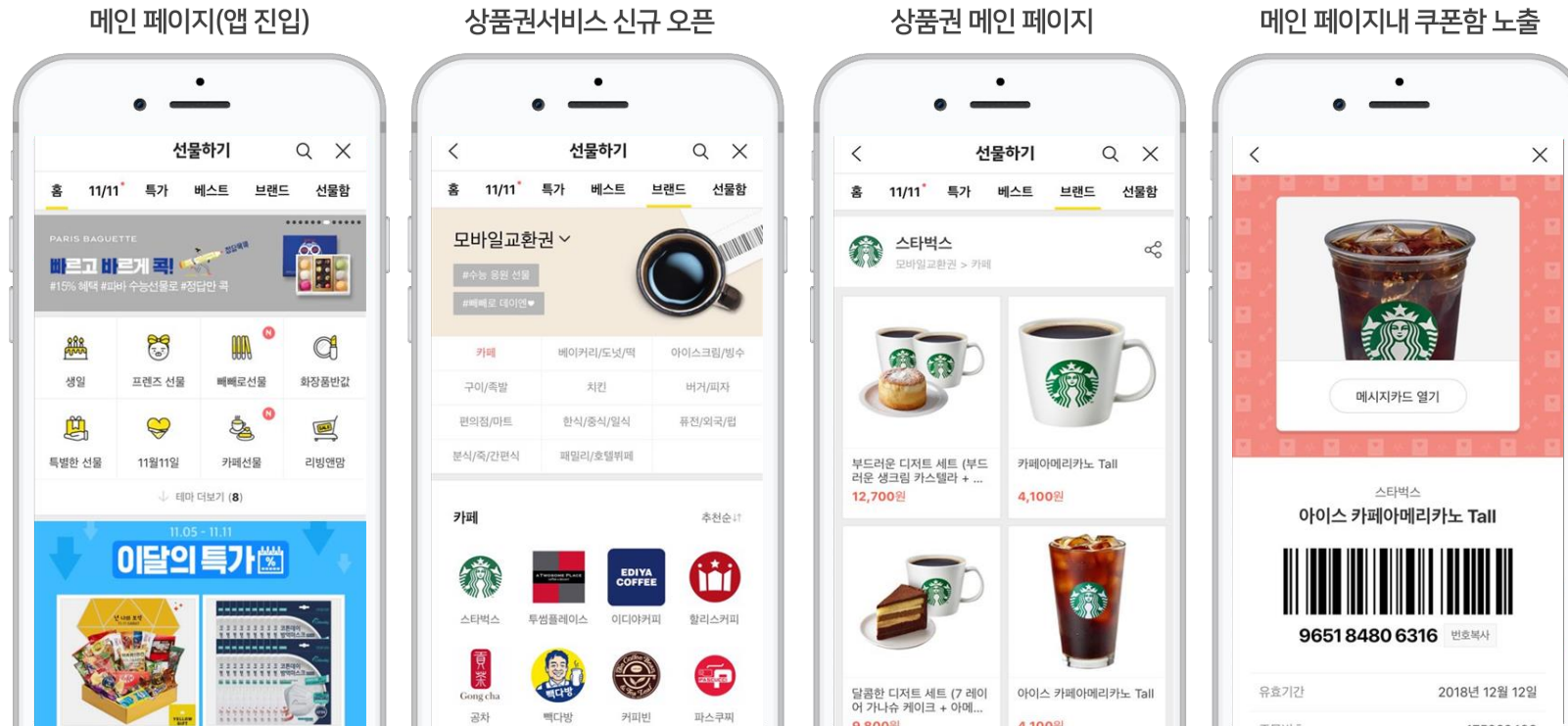
상위 TOP 10 기업사 포함 약 800개의 기업사 보유

6. 모바일 상품권 B2C

앤티앤스프레즐 카카오톡 선물하기 판매

- 카카오톡 선물하기 > 앤티앤스프레즐 카카오톡 선물서비스

카카오톡 사용기간 모바일 상품권을 선물하는 "선물하기" 서비스
국내 모바일 상품권 거래규모 압도적 1위 (2019년 3조원 / 2020년 4조원 거래액 발생 예상)



6. 모바일 상품권 B2C

앤티앤스프레즐 머지플러스 판매

- 머지플러스 > 앤티앤스프레즐 바우처 서비스



▶머지포인트란? 현금처럼 사용가능한 외식 모바일 바우처 서비스(월평균 700억 거래매출발생)

- 1)할인 프로모션으로 포인트를 구매하여 + 현장에서 중복할인까지 가능한 결제방식
- 2)고객할인 프로모션에 대한 마케팅 비용 지원을 통해 매장 매출 성장에 발판 마련(평균고객할인 20%이상)

BUSINESS PART

2020년 1월

USER

AU 25만명 달성

STORE

3만 5천개 돌파

PAYMENTS

44만건 /월

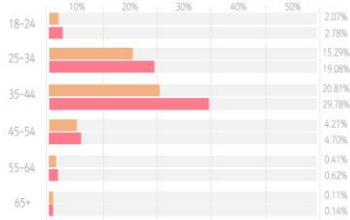
GMV

33억원 /월

성별 설치분포

남자 42.6% 여자 57.4%

연령별 설치분포



USER SUBSIDY

5억원

E-COMMERCE FEE

1억 5천만원

전국 35,000여 곳 통합포인트 사용가능



머지포인트 가맹점

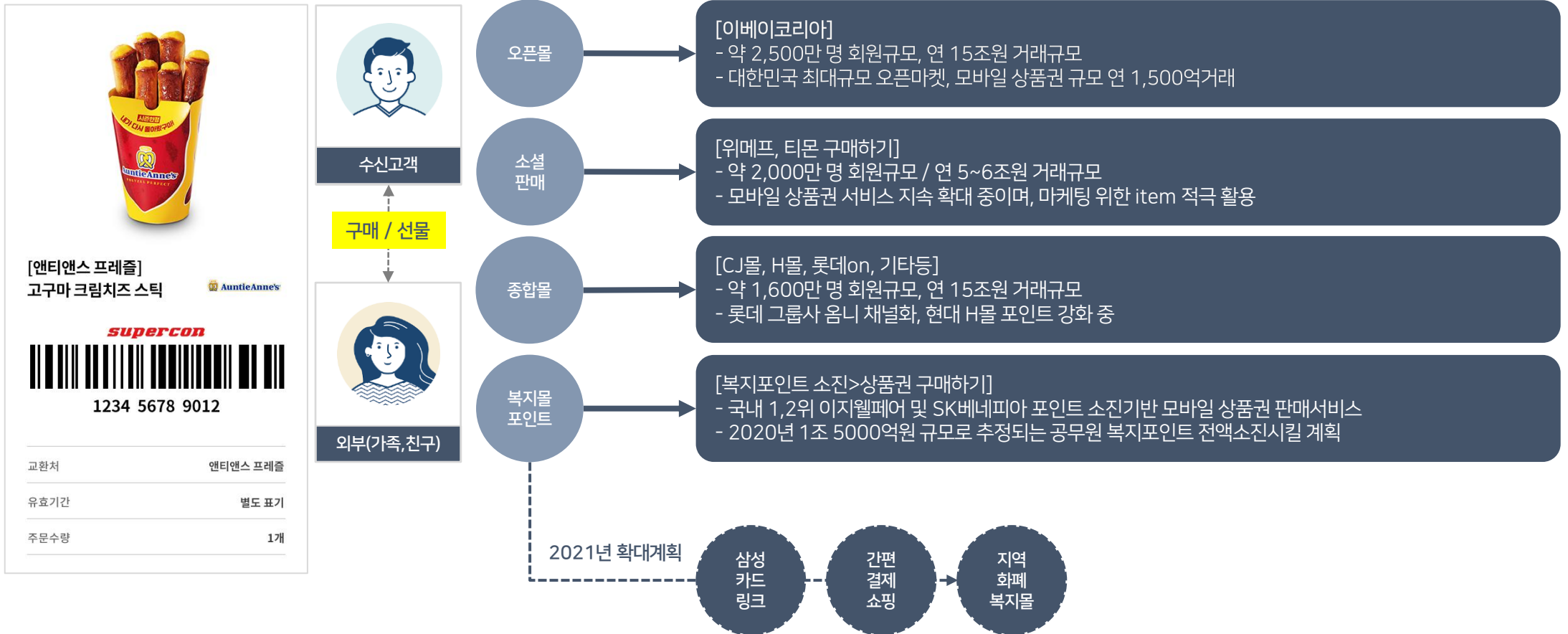


전국 프랜차이즈 매장과 다채로운 로컬매장 사용

6. 모바일 상품권 B2C

앤티앤스프레즐 온라인채널판매

- 온라인 e커머스채널> 앤티앤스프레즐 모바일 상품권 순차적 공급예정



7. 모바일 상품권 B2B

슈퍼콘(Supercon) 모바일 상품권 사은품용(B2B) 솔루션

- 슈퍼콘 모바일 상품권 시스템 도입을 통해 고객관리, 기업이미지 제고 및 매출증대효과를 얻을 수 있음
- 슈퍼콘 솔루션은 4가지 Case 형태로, 기업에서 선택하여 사용하실 수 있음
- 모바일 상품권에 대한 경품 직접선택 서비스로 친밀도를 높여줌(고객 친화적 제품군 그리고 선물의 감동)

슈퍼콘 모바일 상품권 솔루션(B2B)



CASE 1 슈퍼콘 Biz (Anytime Anywhere)

- 중소형 법인사업자, 개인사업자 이용
- 회원가입을 통해 실시간 발송
- 소규모 발송형태(1회 10건이상 발송가능)
- 명함기능 제공(컨설팅, 영업담당자)

CASE 2 슈퍼콘 PMS (Partnership Management System)

- 대형 법인사업자 이용(부서별 통합 관리)
- 금융, 보험, 유통, 교육, 학원등 업종에 적합
- 기업내 ERP연동을 통한 관리가능
- 명함기능제공(컨설팅, 영업담당자)

CASE 3 선택형 모바일 상품권 (multiple-choice)

- 모바일 상품권 선택 제공에 따른 높은 고객만족도
- 기업홍보효과에 기여

CASE4 배송상품 발송시스템 (Product Delivery System)

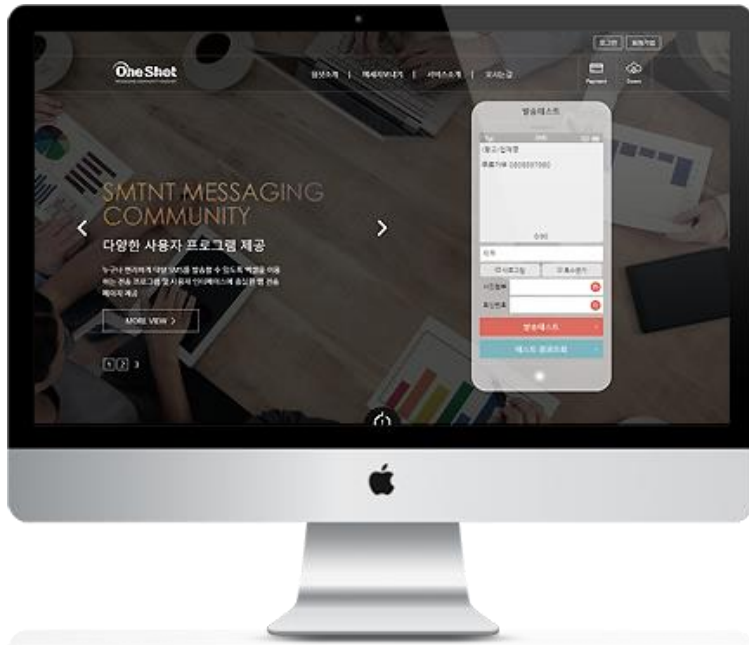
- 배송상품 발송대행을 위한 정보수집자동화
- 모바일웹을 통한 배송상품발송



7. 모바일 상품권 B2B

Case1 SuperconBiz > 일반 중소기업용 기업고객 사은품공급시스템

- 기업에서 고객 사은품을 위해 직접 구매, 발송, 관리가 가능한 전용 발송 시스템 공급
- 앤티앤스프레즐 자체 프로모션시, 고객관리 사은품으로 직접 발송가능



<http://www.superconbiz.com>

제휴사전용 발권시스템 제공

- 입점 브랜드의 고객을 대상으로 직접 모바일 상품권 발송서비스
- 신상품 출시대상 고객 프로모션시 모바일 상품권 제작 및 발송 가능
- 고객 대상 이벤트, 프로모션 등 특정 상품 지정 및 발송 가능

발권시스템 이용시 장점

- 효과적인 고객 관리
- 간편하게 온라인에서 즉시 발송의 편리함
- 클레임 발생 시 전담 CS 지원으로 고객 불만 최소화
- 모바일 상품권 템플릿 맞춤형 서비스 제공 (스킨 선택, 명함등)
스킨 선택 후 해당 고객에게 모바일 상품권 발송 가능

발권시스템 이용 방법

발송등록

휴대폰번호 입력으로
모바일 상품권 수신자 및
프로모션 정보 등록



발송조회

모바일 상품권
프로모션 집행 결과
리포트



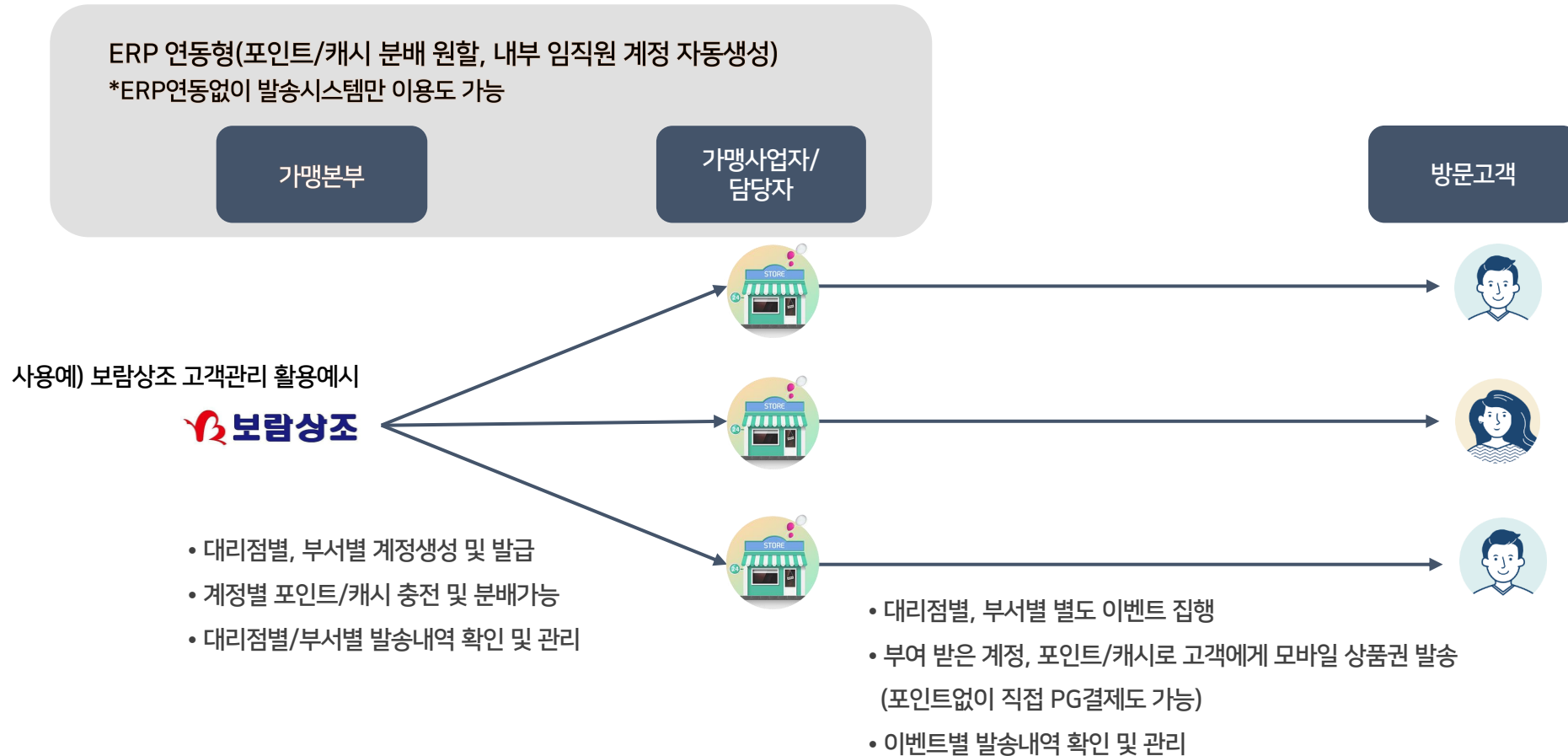
클레임처리

고객응대를 위한
모바일 상품권
재전송 가능

7. 모바일 상품권 B2B

Case2 SuperconPMS > 대기업, 부서가 많은 기업고객 사은품공급시스템

- 기업사에서 직접 발송, 관리가 가능한 전용 발송 시스템 공급
- 기업사 ERP와 연동을 통해 각 가맹점별 포인트 배분과 임직원용 계정생성(직원코드이용)이 가능



8. 모바일 상품권 정산구조

앤티앤스프레즐 정산방식: FC본사 일괄정산 또는 가맹점정산(협의)

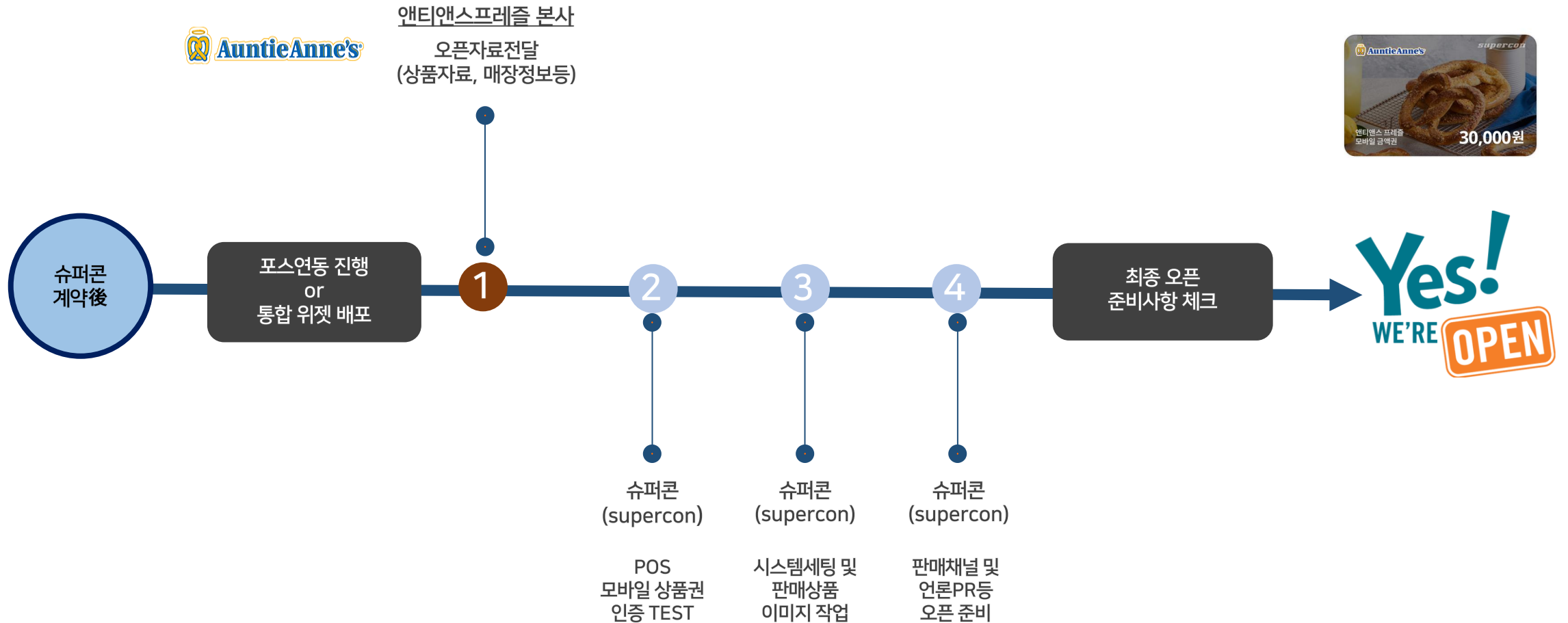


[슈퍼콘 정산구조/카카오선물하기기준]

구분	정산기준	정산일정	정산지급
앤티앤스프레즐 정산	1일~말일까지 (매장교환사용)	M+1 (1일~10일/정산내역)	M+1 15일/입금처리

9. 모바일 상품권 제작(개발)기간

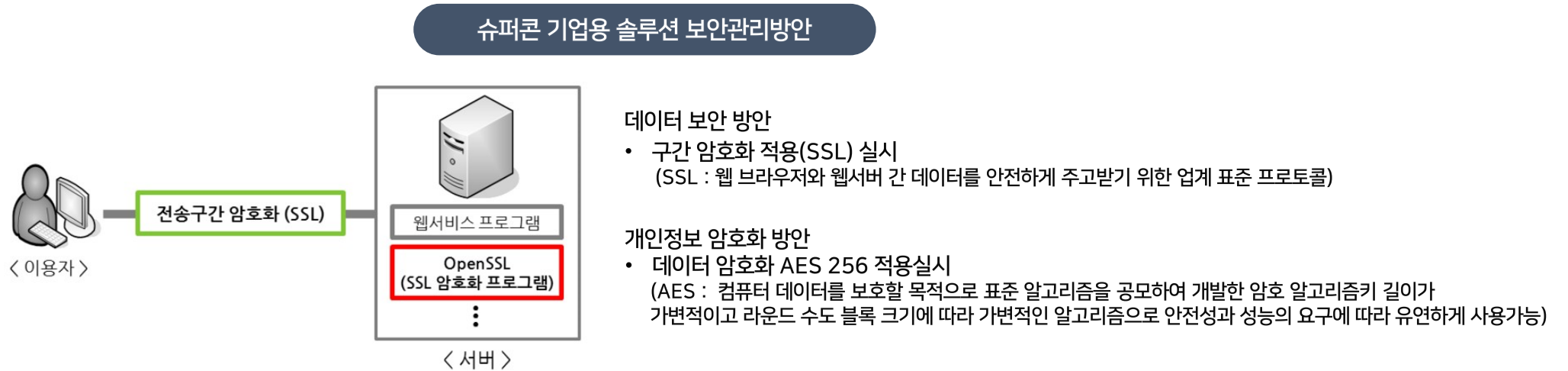
앤티앤스프레즐 제작기간: 30일~60일



10. 모바일 상품권 시스템 보안

시스템 보안관리

- 정기보안평가 등급우수, 모의해커시험등 정기보안실사를 바탕으로 최적화된 보안 시스템을 통한 안정적인 서비스 제공



슈퍼콘 기업용 솔루션 우수성



기업고객 전용선 구축

- 기업고객 전용선 통신구축을 통한 안정성 제공
- 고객 정보수신 및 모바일 상품권 발급/발송



최적화된 보안 솔루션 보유

- 금융사의 다양한 서비스 및 보안 솔루션 운영
- 대년근의 운영으로 최적화된 보안 솔루션 보유



정기 보안 평가 등급 우수

- 금융권 고객사 정기보안실시
- 점검 평가등급 우수, 검증된 시스템 보유

11. 모바일 상품권 고객CS

고객관리방안

- 운영전담 관리자 배정 : 모바일 상품권 운영 전담 관리자 배정으로 전문적인 실시간 응대 가능



<기업전담 고객관리팀>

- 경력 3년 이상의 모바일 상품권 운영 전문 상담사 배치
- 콜센터 전담 운영



해피콜 서비스

- 고객이 통화를 원할 시 휴대폰번호를 남겨두면 전문 상담사가 당일 해피콜
- 고객 VOC 응대율 100%
- 클레임이 될 수 있는 VOC원천 차단(고객 만족도 증대)
- 업계 유일의 슈퍼콘만의 서비스



캠페인 공유

- 프로모션 내용 및 발송상품 사전공유
- 상품권 이용 관련 전담 안내



사전교육

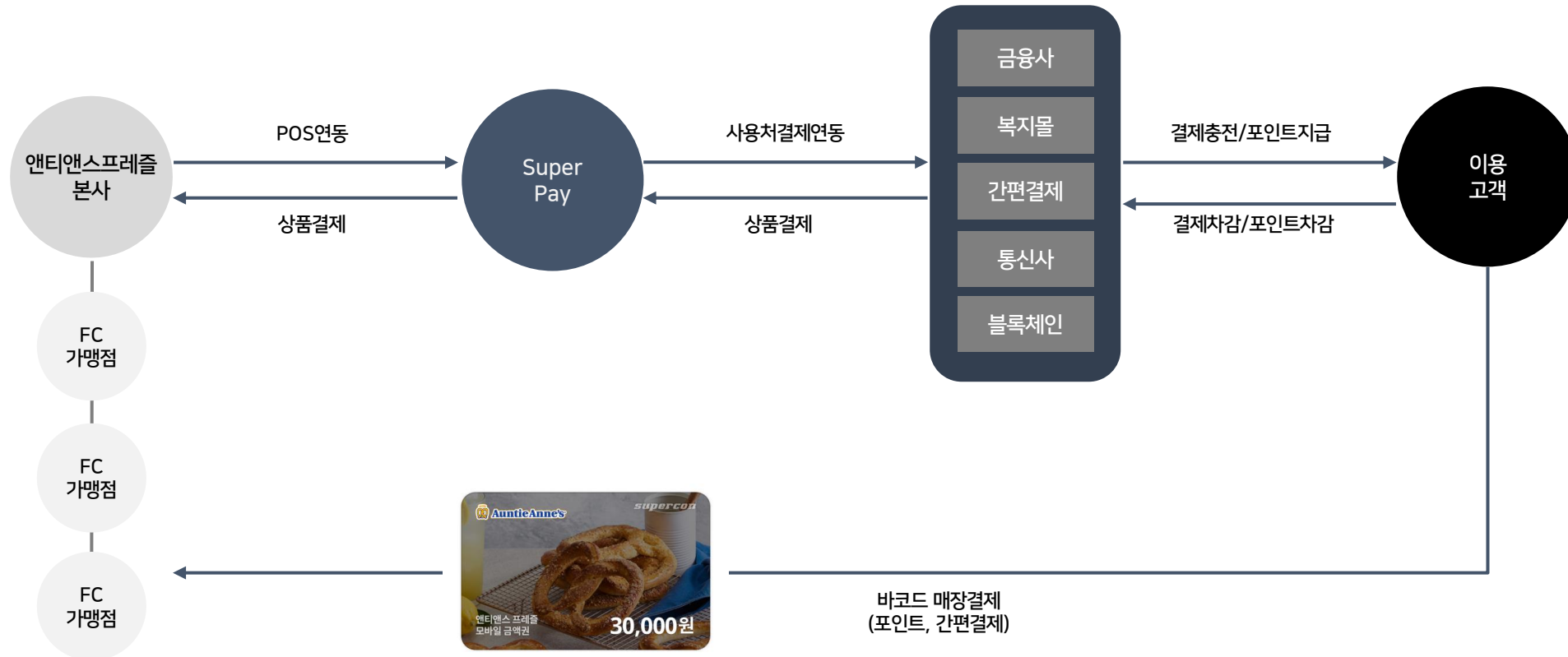
- VOC유형 사전파악 및 대응방안 사전교육
- 전문 클레임 운영 관리 노하우

12. 슈퍼콘 차별화 서비스전략 - 결제중계

앤티앤스프레즐 사용처 결제중계

- 앤티앤스프레즐 가맹점의 결제수단 다양화를 통해 고객의 결제이용의 편리성 제공(ex.카카오페이, 이지윌페이, 하나멤버스등등)

앤티앤스프레즐 사용처 결제중계





[엔티앵스프레즐] 라이브 커머스
-배:가 Live -

1. 배:가 Live 사업개요

배:가 Live> 배달하거나 가보거나! 다양한 외식브랜드들을 소개하며 전국의 산해진미를 리뷰하는 방송!!

- 제작스튜디오> **showffle**

기본 편성 방송시간

매주 목요일 오전 11시

- ** 상기 시간은 기본 편성된 시간입니다.
- ** 브랜드/상품에 따라 티비온 축적된 데이터를 분석을 통해 최적의 시간에 편성 변경될 수 있습니다.



먹고 또 먹고 그래도 먹고 싶은 방송
웃고 또 웃고 그래서 재미 있는 방송
쿡방 + 먹방 + 유쾌 + 상쾌 그리고 혜택까지 풍성한 방송



배:가 라이브 시즌 1
FRANCHISE BRAND

기본 구매 상품

모바일 상품권
(금액권/제품교환권/HMR)

- ** 모든 배:가 라이브의 상품은 모바일상품권으로 판매됩니다.
- ** 라이브방송 판매상품은 방송 당일 및 방송 중 제공되는 혜택으로 준비됩니다.
- ** 방송 종료 후에도 (주)슈퍼콘을 통해 지속 판매 됩니다.



2. 배:가 Live 마켓 비교우위성

배:가 라이브 > 국내 최고의 라이브커머스 마켓인 티몬과 함께 진행

타 플랫폼 vs 티몬 티비온

구분	네이버 기획라이브	배민 라이브	티몬 티비온	
송출	네이버 * 줌라이브 * OK캐시백 동시송출	배달의 민족	티몬 티비온 송출	
편성	네이버 승인이 있는 경우 편성 가능 파워등급 이상의 스마트스토어 필수	배민 승인 하에 편성, 독립 방송 불가	배:가 라이브 편성 확정	
평균 시청 트래픽	5만 이상 시청 트래픽	2만명	5만 이상 트래픽	
동시접속자수	5만 트래픽 기준, 약 2,500명	5천명	4만	
평균 시청 시간(고객)	5분 미만	5분	15분	
특징	높은 트래픽에 따른 광고 성과 매출은 수백만원 수준 특정 브랜드에 한하여 높은 매출 달성	300만원 ~ 2억	평균 매출 7천만원 (ㄹ갈비 9.3억, T커피 2.8억 등 달성)	
판매상품	F&B 불가 (네이버 단독 기획만 가능)	배달의 민족 배달상품만 가능	F&B 가능, 모바일상품권 형태로 판매 가능	
비용	편성비/제작비	1,000만원 (협의 불가)	500만원	370만원 ~ 500만원(상품 구성)
	광고비	최하 200만원 ~ 3,000만원	별도	상기에 포함
	평균 제작비	1,500만원	500만원 + 광고비	상기에 포함
	수수료	스마트스토어 및 페이 수수료 약 5%~6%	5% + 배민 기본 수수료	상품권 계약 수수료(티몬 수수료 포함)

3. 배:가 Live 진행자/제작과정

배:가 라이브 시즌1 진행자는 인기개그맨과 쇼호스트 구성 진행



코미디언 김여운

개그맨 4인

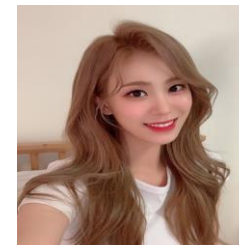
코미디빅리그 개그맨
김여운 외 3명

OR

쇼 호스트 2인

쇼플에 소속된 약 60여명의
전문 방송인 중 브랜드에 맞게 선정

showffler 클릭하시면 쇼플러를 만나실 수 있습니다.



쇼호스트 최세영



쇼호스트 윤채령

- 배:가 라이브 제작과정은 다음과 같습니다.



4. 배:가 Live 제작조건

배:가 라이브 방송제작조건 : 협의

A

A - 1

450만원

(쇼 호스트 2인 기준)
(방송 메인 노출)

A - 2

500만원

(개그맨 4인 출연 기준)
(방송 메인 노출)

B

B - 1

370만원

(쇼 호스트 2인 출연 기준)

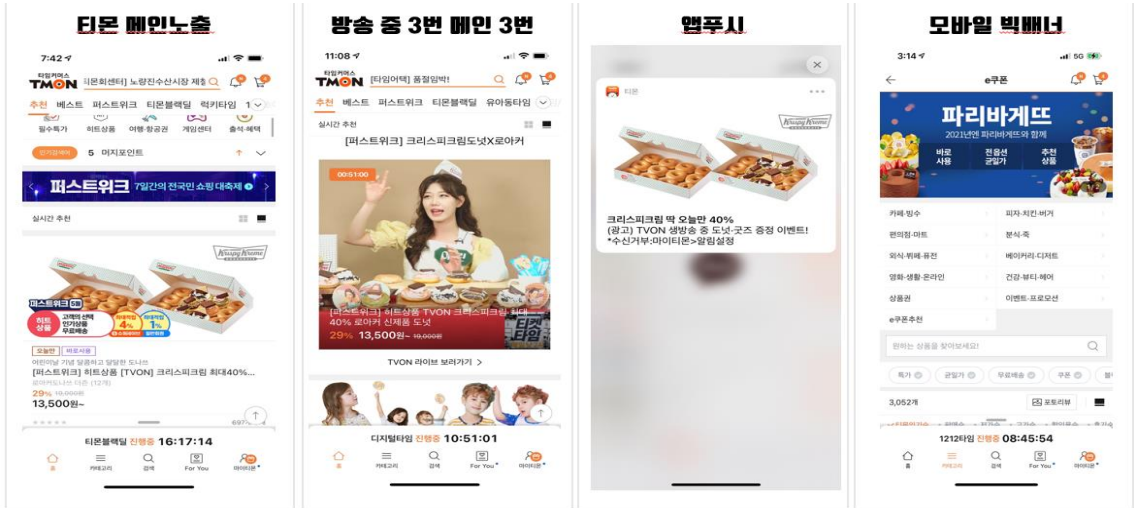
B - 2

420만원

(개그맨 4인 출연 기준)

- ** 부가세는 별도입니다.
- ** 매장에서 촬영을 원하는 경우, 별도 비용이 추가될 수 있으며, 추가 비용은 실비 기준입니다.
- ** A상품 티몬광고노출영역 : 티몬 메인노출, 방송중 3번/메인 3번, 애플시, 모바일 빅배너
- ** B상품 티몬광고노출영역 : 티몬 메인노출, 애플시, 모바일 빅배너

- 배:가라이브는 모바일 상품권(HMR, 금액권, 교환권)으로만 판매됩니다.
- 모바일 상품권은 (주)슈퍼콘에서 본 방송에 맞게 상품을 세팅합니다.
- (주)슈퍼콘과 계약에 따른 수수료 외, 쇼플에는 별도의 수수료가 없습니다.
- 본 방송 이후에도 (주)슈퍼콘을 통해 모바일 상품권(정상가격)은 지속 판매될 수 있습니다.

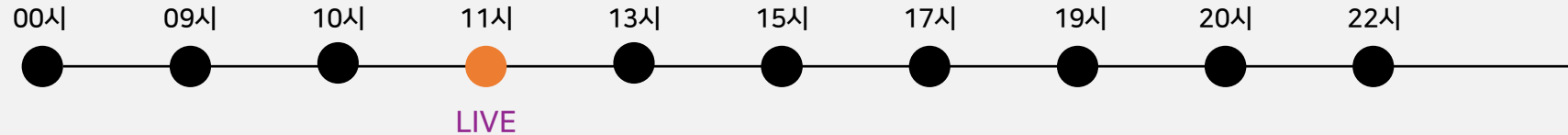


5. 배:가 Live 판매촉진전략

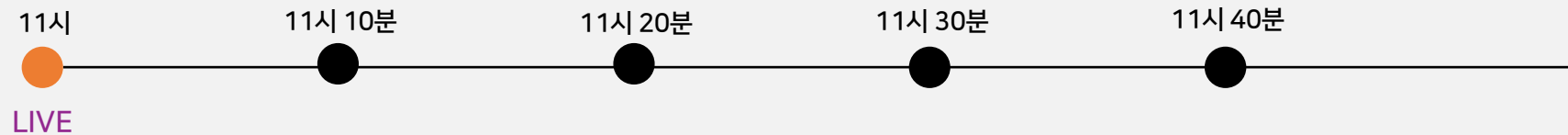
배:가 라이브 판매촉진전략은 24시간동안 혜택이 유지되며, 티몬 메인광고 노출 기본 진행

24시간 판매 : 라이브 방송의 혜택은 24시간 유지됩니다. 즉, 24시간 동안 최대의 매출을 끌어냅니다.

[시간대별 타임딜 운영 : 티몬의 고객 유입과 매출 증대를 위한 운영 전략]



[라이브 방송 중 타임딜 : 타 상품의 판매 낙수효과 유도]



** 타임딜 프로모션 전략은 e커머스 티몬의 오랜 노하우로 높은 성과를 보이고 있는 주요 판매 전략 중 하나이며, 방송 매출 증대를 위해 최적의 전략으로 운영될 예정입니다.

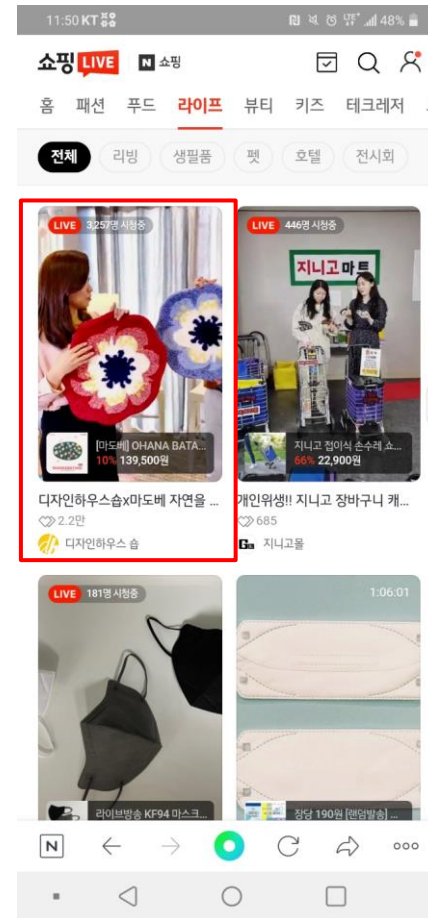
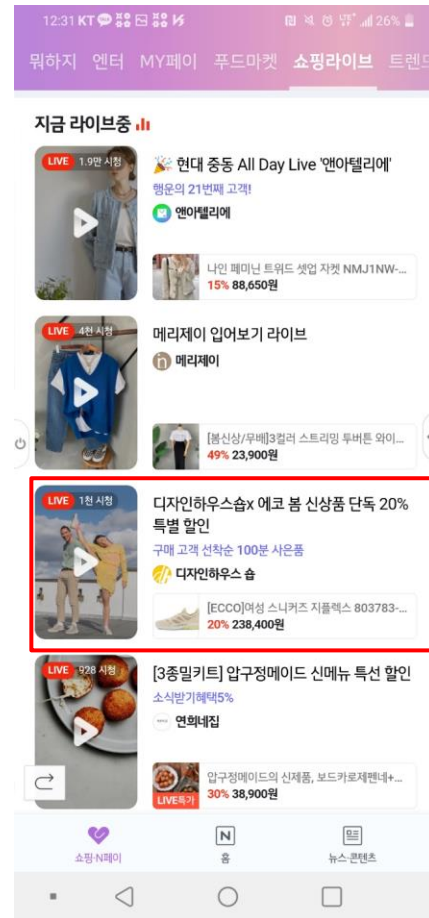
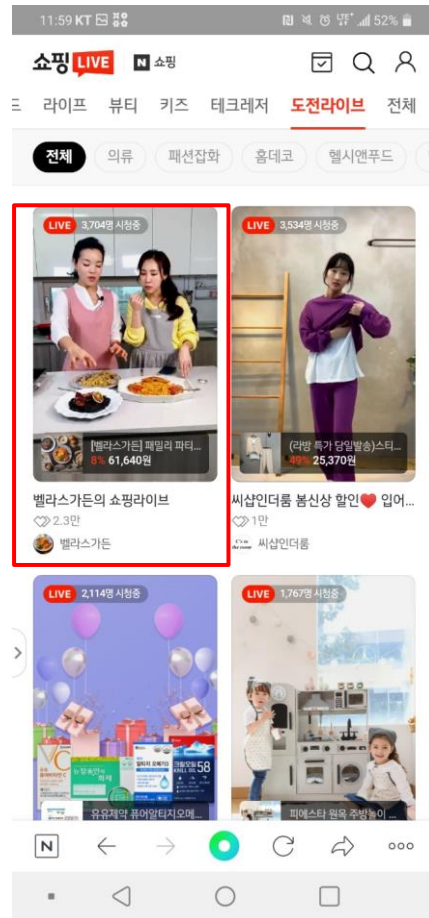
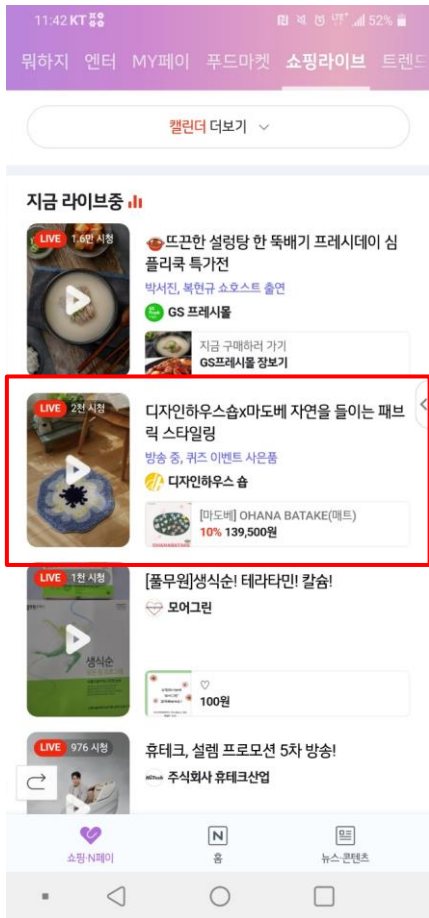
티몬 광고 노출영역



6. 배:가 Live 방송진행사례

방송 콘텐츠 기획 + 제작 + 소속 인플루언서 매칭을 통해 방송 진행

네이버 쇼핑라이브 진행사례





[슈퍼콘] 회사소개일반

1. 회사개요



- 기업명: (주)슈퍼콘(Supercon)
- 기업구분: 중소기업
- 대표자: 김문식
- 자본금: 300,000,000원
- CI 및 BI



- 회사홈페이지: www.smtnt.com
- 회사주소(본사): 서울시 송파구 백제고분로 165 리치빌딩 3F
- IDC센터: 서울시 서초구 서초동 1421-1(LGU+서초2센터)
- 주요전략파트너:

2020Y CLIP기업신용평가서
"BO"



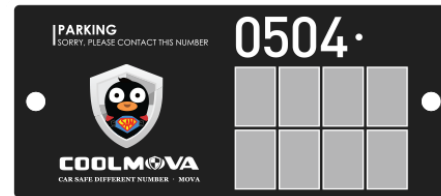
2. 주요관계사

SMTNT Group은 국내 문자발송서비스 1세대로 2000년대 초에 "원샷" 브랜드 서비스를 시작하였으며, 메시지 관련 우월한 기술력 및 특허보유로 2020년 현재 1만 5천여 이상 고객사에 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 2020년 개인 소셜커뮤니티 및 외식카페 매장기반 O2O사업으로 슈퍼멤버스를 출범하게 되었습니다.



MESSAGING COMMUNITY
REVOLUTION & INNOVATION

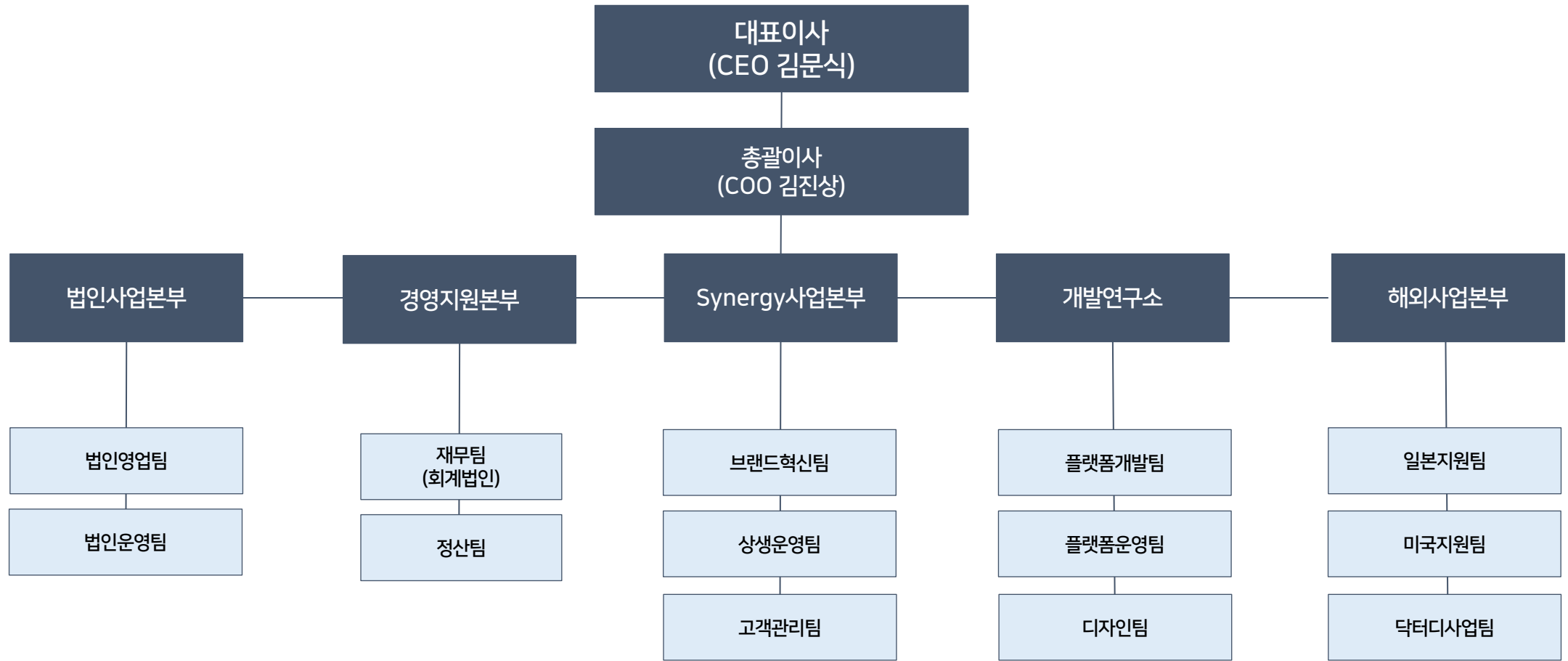
회사명	주식회사 에스엠티엔티
대표이사	김문식
설립일	2002년 05월 01일 / 자본금 4억8천만원
사업자 등록번호	212-81-75893 / 2020년 매출 500억원
대표 전화	1566. 6639
FAX	02. 477. 9035
주소	서울 강동구 성내로 36 예원빌딩 6층
Homepage	www.smtnt.com
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> 기업용 메시지 서비스 <ul style="list-style-type: none"> - SMS, LMS, MMS, 알림톡, 친구톡, MO - 문자발송 시스템 구축 및 개발 웹 서비스 <ul style="list-style-type: none"> - 기업용 홈페이지 및 문자발송 사이트 구축



SUPER MEMBER'S
PRIVATE SOCIAL COMMUNITY

회사명	주식회사 슈퍼멤버스
대표이사	김문식
설립일	2020년 04월 14일 / 자본금 5천만원
사업자 등록번호	268-86-01744
대표 전화	02.474.0888
FAX	02.477.9035
주소	서울 강동구 성내로3길 16,1층
Homepage	(구축중)
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> 외식카페 매장사업운영 <ul style="list-style-type: none"> - 외식표준화 레시피 연구개발 - 프랜차이즈 서비스기획, 개발 - O2O시스템 연구개발 소셜커뮤니티 VIP멤버스 App개발개발

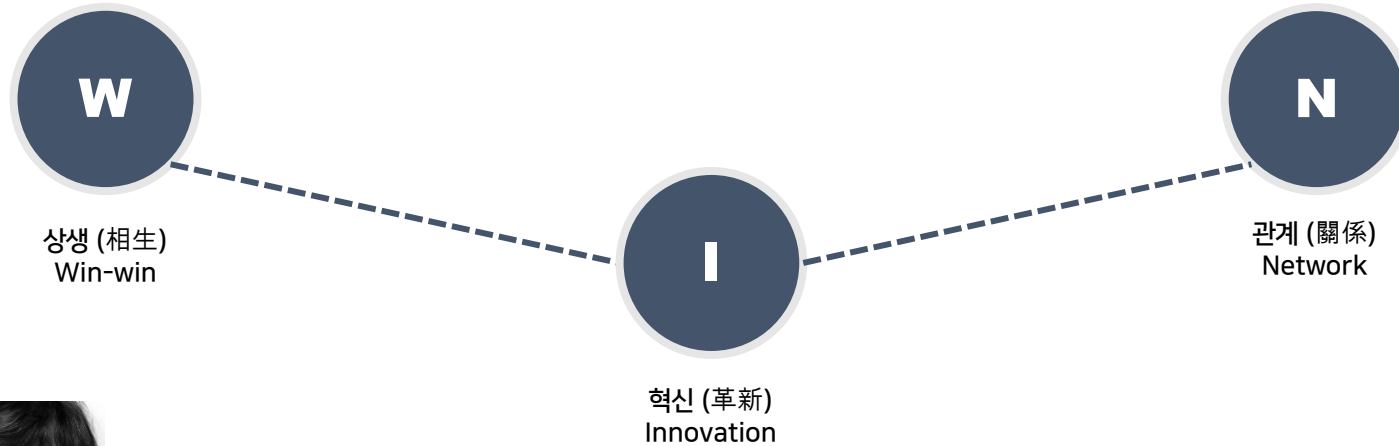
3. 조직현황



4. 기업이념

공급자와 소비자가 함께 관계속에 혁신하고, 상생하는
Supercon, Global Mobile Voucher Platform
귀사를 슈퍼스타로 만들어드립니다.

슈퍼콘(Supercon)

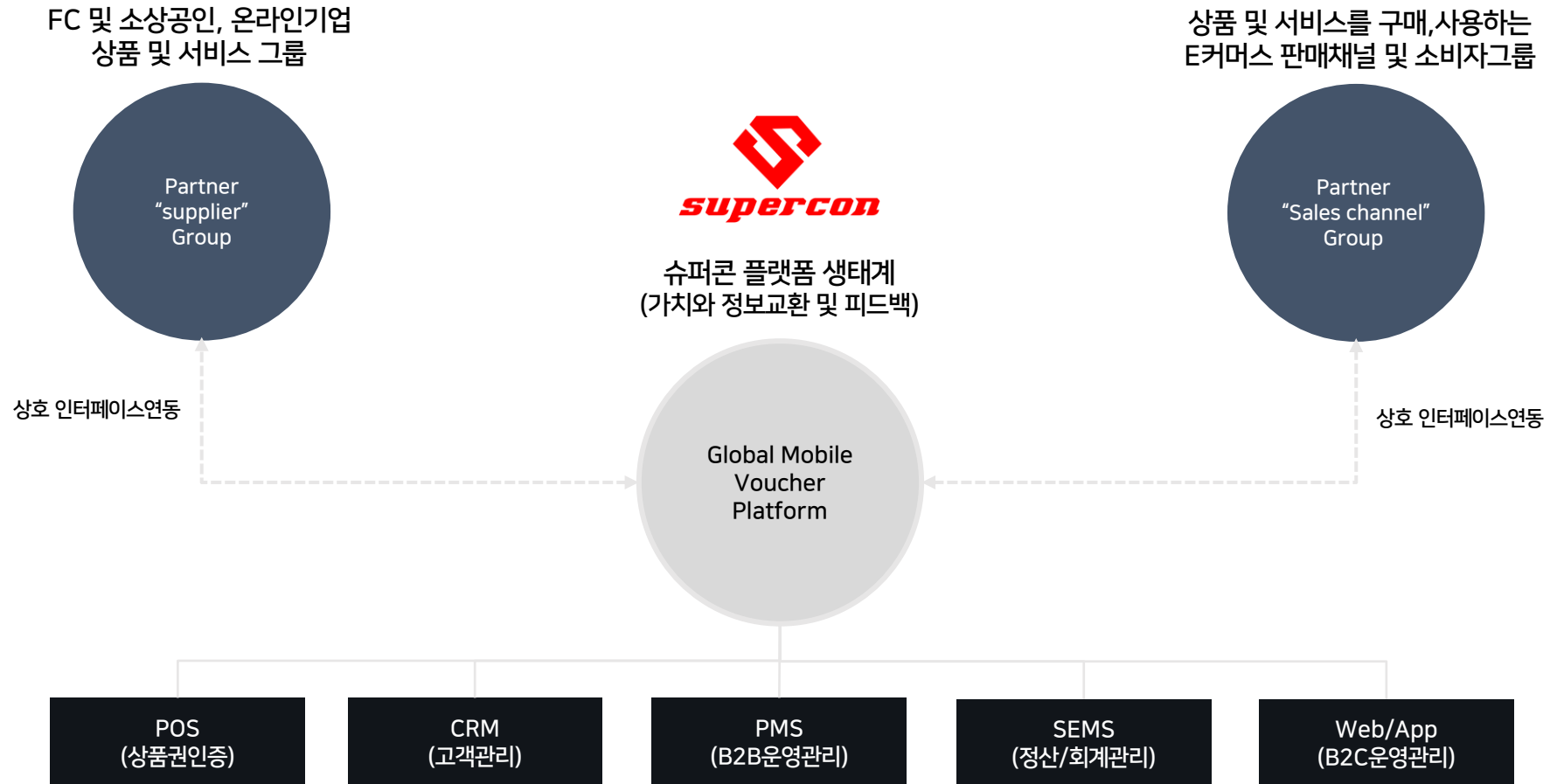


스티브 잡스 Steve Jobs

혁신은 연구개발 자금을 얼마나 갖고 있느냐와 상관없습니다. 애플이 매킨토시를 출시했을 때 IBM은 연구개발에 최소 100배 이상의 비용을 쏟고 있었습니다. 돈이 문제가 아닙니다.
어떤 인력을 갖고 있느냐, 어떤 방향으로 가느냐, 결과가 얼마나 나오느냐에 관한 문제입니다.

Innovation has nothing to do with how many R&D dollars you have. When Apple came up with the Mac, IBM was spending at least 100 times more on R&D. It's not about money. It's about the people you have, how you're led, and how much you get it.

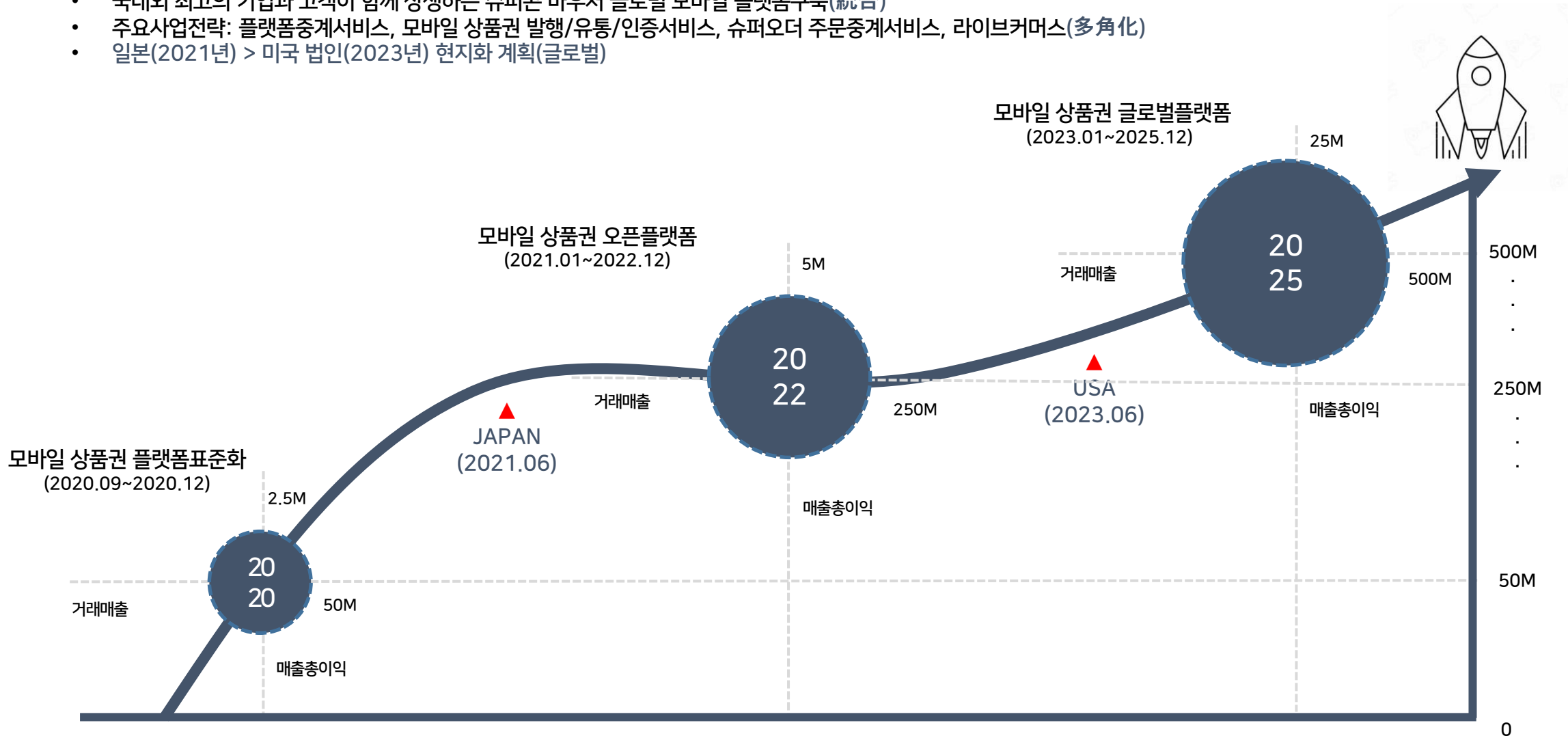
5. S-voucher Platform



6. 5개년 사업목표

2020Y-2025Y 향후 5년간 로드맵

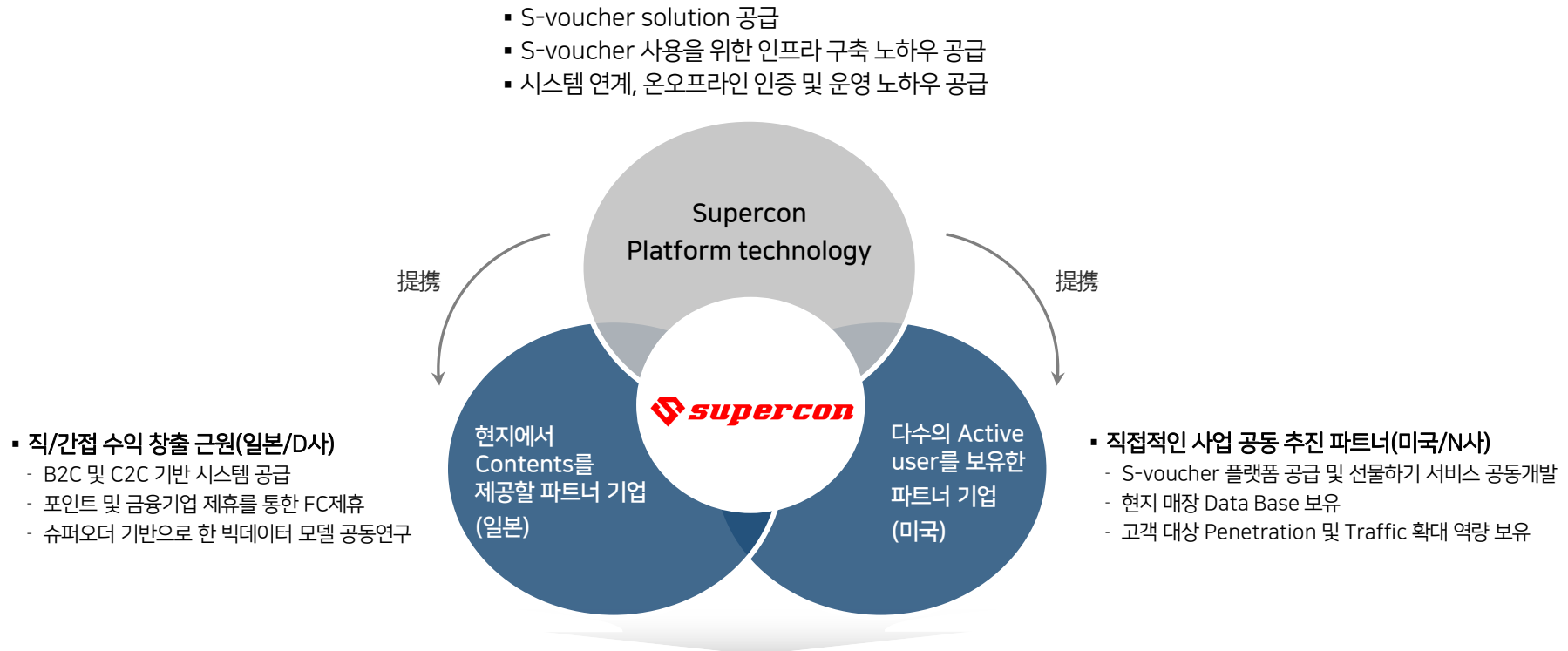
- 국내외 최고의 기업과 고객이 함께 상생하는 슈퍼콘 바우처 글로벌 모바일 플랫폼구축(統合)
- 주요사업전략: 플랫폼중계서비스, 모바일 상품권 발행/유통/인증서비스, 슈퍼오더 주문중계서비스, 라이브커머스(多角化)
- 일본(2021년) > 미국 법인(2023년) 현지화 계획(글로벌)



7. 글로벌 서비스 전략

Supercon Voucher Global Mobile Platform
일본, 미국, 러시아, 동남아시아 등의 해외진출을 위해 기 구축된 플랫폼 기술을 현지 파트너사와 공동개발로 신규시장 진출화

슈퍼콘(Supercon) 해외진출전략



- 진출 국가의 모바일 상품권 시장을 단기간에 선점하기 위해 제휴 기반의 해외 진출 모델을 개발
- 플랫폼사업 특성상 선점 기업이 시장 내 독점적 지위를 확보할 것으로 예상되어 유통망 및 브랜드 제휴 확대 속도를 극대화 하고자 함

THANK YOU

'감사합니다'