

공무원, 삼성그룹, 범현대그룹, 대기업의 **Welfare Club Service**



INFO 01

Welfare Club 이란 (Q&A)

INFO 02

Welfare Club 소개

- 서비스 개요
 - 서비스 구조
 - 시스템 구축 및 가맹점 POP 운영
-

INFO 03

Welfare Club 장점

Welfare Club 이란 (Q&A)



Welfare Club (Q&A)



“Welfare Club” 복지가맹점
제휴서비스 란???



쉽게 말해, 공무원연금공단이 관리하는 대다수
공무원이 복지포인트 카드를 사용해야 하는
가맹점 제휴!!!

제휴 브랜드:

삼성, GS, 롯데, 한화, 한진, 신세계, 아모레, 이랜드, SPC, 풀무원, 나이키 등
대기업 / 프랜차이즈 200개 BIG 브랜드 50,000개 가맹점

Welfare Club 이란 (Q&A)



Welfare Club (Q&A)



“Welfare Club” 복지가맹점
제휴서비스 란???



추가로, 삼성그룹, 현대차그룹, 범현대그룹 등
지정한 대기업 임직원이 복지포인트 카드를
사용해야 하는 가맹점 제휴!!!

제휴 브랜드:

삼성, GS, 롯데, 한화, 한진, 신세계, 아모레, 이랜드, SPC, 풀무원, 나이키 등
대기업 / 프랜차이즈 200개 BIG 브랜드 50,000개 가맹점

Welfare Club 서비스 개요



공무원 연금 공단 / 군인/ 대기업 복지서비스 소개

복지서비스 회원 수



260만명 (가족 포함 800만명), 공무원 (행정직, 지방, 입법/사법), 삼성그룹, 현대차그룹 등 대기업

회원 구성



남녀 비율 60:40

직업 군



공무원, 군인/군무원
삼성그룹 등 대기업 임직원

복지 예산



1.5~2조 (매년 20% 성장, 년초충전 연말소멸)

연봉 수준



평균 5000 ~ 1억원 수준의 높은 연봉

소비 패턴



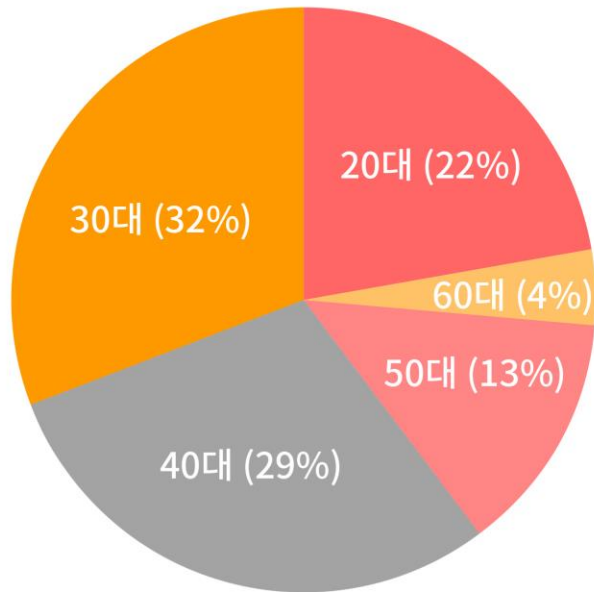
질과 격식을 따지고 필요한 부분에 대해 과감하고 계획적으로 소비 성향



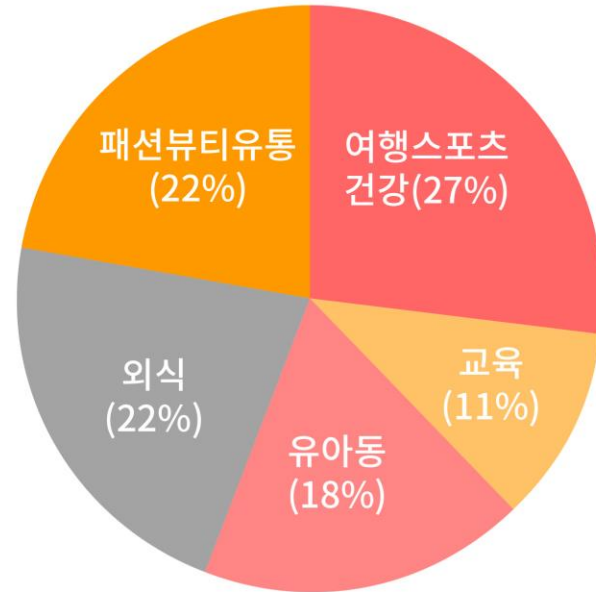
Welfare Club 서비스 개요



연령별 구성비, 제휴 희망 업종 설문 결과



연령별 구성비

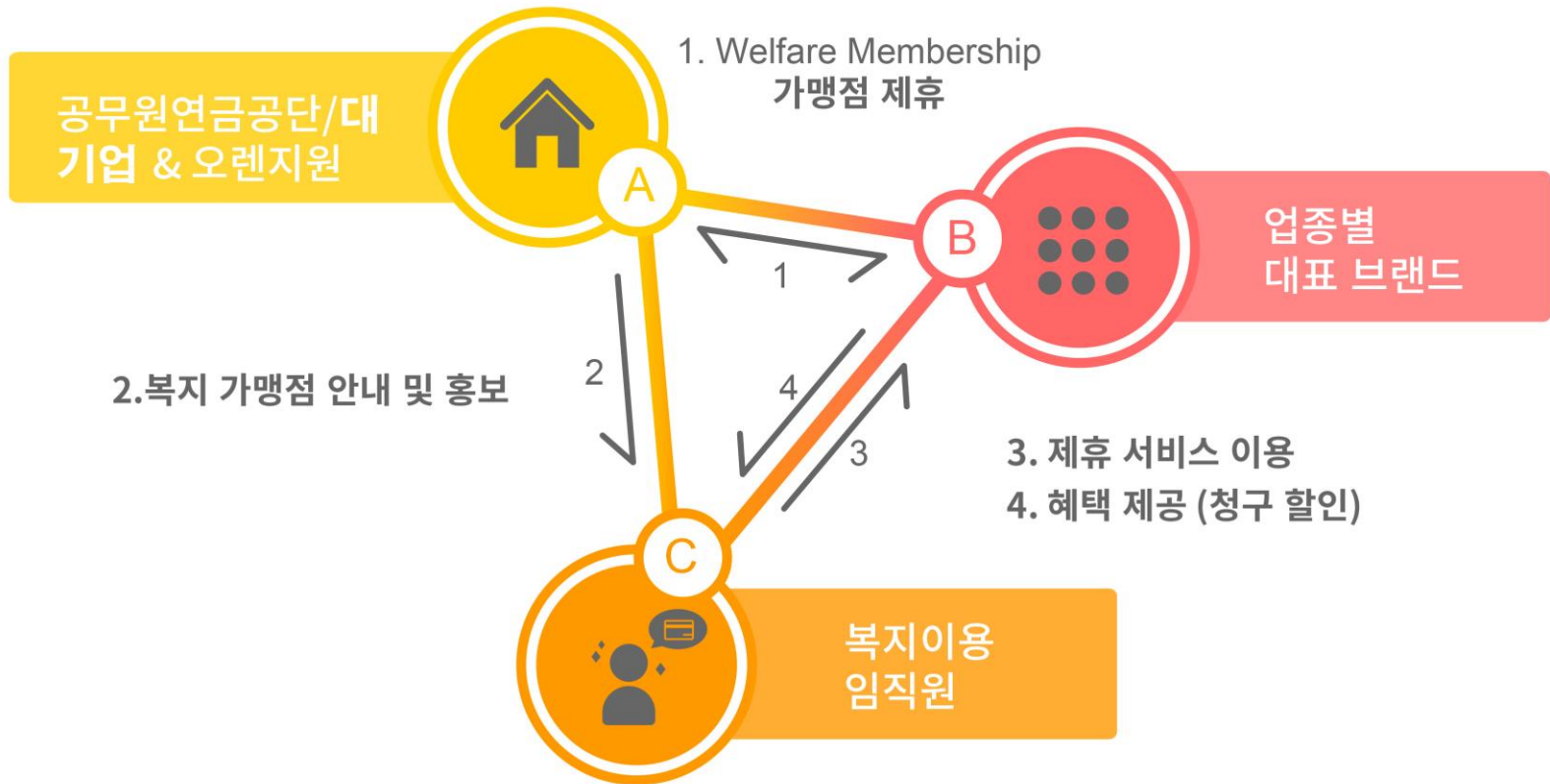


제휴 희망 업종

Welfare Club 서비스 구조



Membership 서비스 흐름도

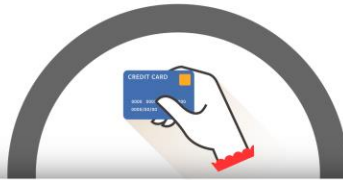


제휴 혜택은 복지카드에 청구할인 구조로 탑재해 제휴효과 검증

서비스 이용 방법

복지카드 포인트를 Welfare Club 가맹점에서 혜택 받으며 사용

B. 방문 결제시 복지카드 사용



A



B



C



A. 가맹브랜드/가맹점 위치 확인



C. 청구할인 혜택

서비스 진행의 편리성

Three Zero

A. 개발/연동 없다
시스템 연동 및 개발
ZERO

B. 입점비용 없다
초기 입점 비용
ZERO

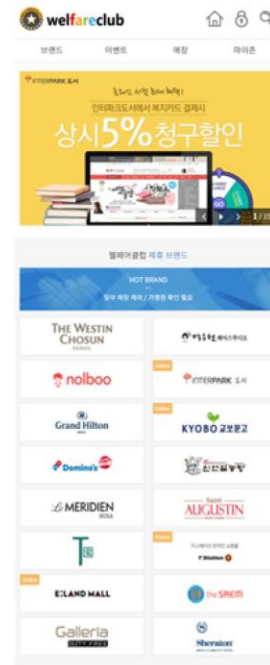
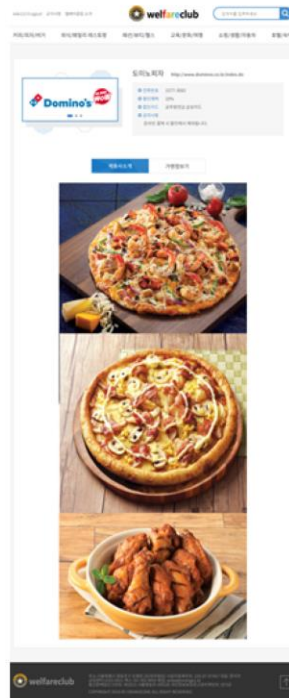
C. 광고비용 없다
광고 및 노출 비용
ZERO



시스템 구축 & 가맹점 POP 운영



☐☐☐ 혜택 브랜드 사이트 (혜택제공 제휴브랜드 사이트 노출)




시스템 구축 & 가맹점 POP 운영



Welfare Club APP 및 가맹점 POP 운영

1



A. Welfare Club APP 운영

- 제휴 / 브랜드 정보 및 혜택 공지
- 가맹점 위치, 길 찾기 제공
- 브랜드 이벤트 진행

2



B. 제휴 브랜드 가맹점에 부착된 Welfare Club 스티커로도 할인 혜택 인지 및 방문유도

- 가맹점 정문에 부착된 웰페어클럽 스티커를 확인하고 혜택받으세요

매출효과 & 홍보효과

매출
효과

1.5~2조원의 복지포인트 예산 (경기에 영향을 받지 않는 보너스개념의 비용) 사용으로 제휴사 추가 매출 확대 제휴 브랜드 대부분이 월 수억원 웰페어클럽 매출 발생

홍보
효과

800만명에게 년 중 홍보 (브랜드 소개, 가맹점위치 등) 업종별 상위업체만 제휴, 경쟁사 배제적 홍보 통한 수요 집중(카테고리별 대형브랜드로 한정)

Welfare Club 장점

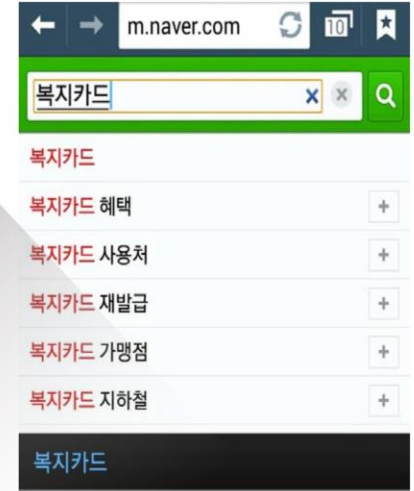


매출 증대

경기 영향 없는 보너스
개념 포인트 통한 매출

복지회원 DB수집 멤버쉽 고객으로 유치
포인트 사용 회원의 주요 고객화 유도

260만 복지 회원, 가족포함
800만명 신규 고객으로 확보



무상 홍보 마케팅 극대화



배제적 홍보

카테고리별 대형 업체로
제휴 제한과 경쟁사 배제
팝업 이벤트 행사제휴 브
랜드 200여개

모바일 앱 노출 확대

브랜드 정보, 가맹점 위치
GPS기반 제공

사내 홈페이지 노출 확대

회원사 사내홈에 365일
노출 (1억 클릭)
브랜드 미니홈 제공



기타 효과 (월페어클럽의 회원은 **공무원, 군인, 삼성그룹 등 대기업**으로 구성)

01

소득상위 계층인 회원들을 활용한 이벤트 진행 등
Target Marketing

회원
구성

02

공무원, 군인 집단에 혜택 제공 및 독자적 노출에 따른 브랜드사에
대한 **커다란 우호적 이미지 제공**에 따른 업무 편의성 (실 사례 다수)

03

매출 및 사용 정보에 관한 **BIG DATA** 제공 및 관리

Welfare Club Leader



 오렌지 그룹은 ESG 경영으로 모두의 행복과 보다 나은 미래를 만들어갑니다.



김 준 규

- 제37대 검찰총장
- 법무법인 화우 대표변호사
- 서울대 법학



한 광 희

- 중국 CJ제일제당, CGV사업총괄(CEO)
- 메쉬코리아 총괄본부장
- 서울대 식품공학



김 종 화

- 농협캐피탈 대표이사
- 농협 부행장, 대전지역본부장
- 한남대 영문학



최 병 민

- 미스터피자 대표이사
- 대우, 동부, 동훈
- 고려대 국문학



권 오 흠

- 신한카드 부사장
[CFO, 기획 | 지원 | 신성장 부문장]
- KG이니시스, 이지웰 대표이사



조 병 국

- 신세계, 신라면세점, 한화갤러리아
- 위드랜드 전략운영본부장
- 고려대 생명과학, ROTC



김 원 태

- DAUM LLC 본부장
- 와이즈플래닛컴퍼니 본부장
- 오렌지마케팅랩 대표이사



김 성 호

- 법률사무소 자산 대표변호사
- 대한법률구조공단
- 고려대 법학



Thank You!

문의처

서울시 영등포구 은행로 29, 8층

[여의도동, 정우빌딩]

대표번호 | 1522-0521