TOUCHCON

WHITEPAPER
BAHASA INDONESIA

Best Rewards for Consumers

Digital Asset Rewards Platform

Tuesday, June 1, 2021 at 3:30 PM
At Toy Interactive

TOUCHCON WHITEPAPER V2.0

TABLE OF CONTENTS

1. EXECUTIVE SUMMARY.....03

2. TOUCHCON BACKGROUND.....04

2.1 Current Status of Reward Market
2.2 Regulations and Problems of Reward
2.3 Need for Digital Asset Reward Platform

3. TOUCHCON SOLUTION PLATFORM.....10

3.1 Rewardcon Solution
3.2 TouchCon Wallet App
3.3 Blockchain Mainnet 'Touchchain'
3.4 TouchCon Project Process

4. TOUCHCON ECOSYSTEM.....16

4.1 'Rewardcon' Content
4.2 RAP Advertisers (Reward Alliance Partner)
4.3 Users - Player(Consumer, User, Participant)
4.4 TouchCon(TOC) & Touch Point(TOP)

5. BUSINESS MODEL..... 28

5.1 TSP(TOC Sales Proceeds)
5.2 ACF(Airdrop Consignment Fee)
5.3 BAF(Banner Advertising Fee)
5.4 SBCF(Small Business Consignment Fee)

6. SOLUTION DEVELOPMENT ARCHITECTURE..... 33

6.1 TouchCon Platform Development
6.2 TouchCon Solution Architecture
6.3 Rewardcon Patent Registration Summary

7. GROWTH PLAN..... 41

8. TOKEN ECONOMY & GOVERNANCE..... 45

9. TEAM & ADVISOR..... 52

10. BUSINESS PARTNER (RAP)..... 58

11. DISCLAIMER..... 60

COPYRIGHT 2021. TOC FOUNDATION SIGI Inc. ALL RIGHTS PESERVED

1. RINGKASAN EKSEKUTIF

Mayoritas perusahaan memiliki bentuk layanan reward dimana reward diberikan atas tindakan pembelian dan penggunaan layanan konsumen agar dapat memikat konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Menurut mayoritas sejumlah perusahaan global, layanan yang memberikan poin sebagai reward terlihat cukup efektif, namun tetap saja belum dapat mengatasi kelemahan yang melekat pada orientasi regulasi. Ditambah lagi dengan perkembangan internet dan mobile yang pesat sehingga cara reward seperti ini pun mengalami perubahan yang begitu cepat. Tren pasar poin pada umumnya tengah berubah menjadi pasar aplikasi reward seperti gifticon dan reward. Akan tetapi, cara reward yang baru seperti ini pun tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen sepenuhnya disebabkan oleh berbagai macam regulasi dan permasalahan.

Terdapat masa berlaku yang sangat pendek pada Gifticon, sehingga jika tidak digunakan atau diperpanjang dalam masa tersebut, maka akan hangus. Selain itu, sisa saldo setelah penggunaan tidak dikembalikan hingga harus melakukan pembelian tambahan agar dapat digunakan sepenuhnya. Bahkan walaupun barang tidak digunakan dan dikembalikan, akan dikenakan biaya secara paksa. Selain itu, reward pada aplikasi reward relatif kecil bahkan untuk dikumpulkan demi membeli segelas kopi dibandingkan dengan usaha yang dilakukan oleh pengguna. Perusahaan mempertahankan sisi antinomi yang mencegah pemakaian reward secara bebas dengan memberikan peraturan baru pada reward baru, sehingga ketidakpuasan pengguna perlahan-lahan semakin menumpuk.

Yang diperlukan sekarang adalah menyaring peraturan yang muncul pada reward dengan menerapkan sistem Touchcon yang dapat memuaskan kepercayaan baik perusahaan maupun konsumen berdasarkan pada aset digital.

Saat ini di tahun 2021, aset digital telah dipilih menjadi alat pembayaran yang sah di lingkungan global, termasuk investasi ETF yang digunakan sebagai langkah untuk melindungi nilai inflasi, nilai aset digital telah dianggap sama dengan aset lain seperti uang tunai dan bahkan emas. Jika aset digital seperti ini digunakan sebagai dana reward, maka permasalahan regulasi dan permasalahan reward yang ada sebelumnya dapat diselesaikan dan nilai investasi dapat dinikmati sepenuhnya di masa depan, serta keluar dari berbagai macam kerangka peraturan pada reward sebelumnya.

Dengan menggunakan iklan dan pemasaran reward yang diinginkan untuk aset digital, maka sistem yang sempurna dapat diwujudkan, di mana reward yang sebelumnya berbentuk poin, gifticon, dan aplikasi reward, dapat digantikan dengan aset digital dan hak reward dikembalikan kepada konsumen.

Sistem ini menerapkan secara acak melalui scan kode QR sehingga dapat memberikan rasa ketertarikan pada pengguna, serta dapat menarik partisipasi aktif pengguna dalam pemasaran reward yang dinamis seperti bermain game.

※Pada esensinya, pasar reward global dibagi atas Digital Rewards dan Rewards in Kind, pada Whitepaper ini hanya mencatat tentang Digital Reward dan Aset Digital yang cocok dengan tren internet dan mobile, area layanan melingkupi Korea Selatan sebagai Negara spesialisasi IT pertama di Asia dan Indonesia sebagai negara berpopulasi tinggi.

2. LATAR BELAKANG TOUCHCON

2.1 Kondisi Pasar Reward Saat ini

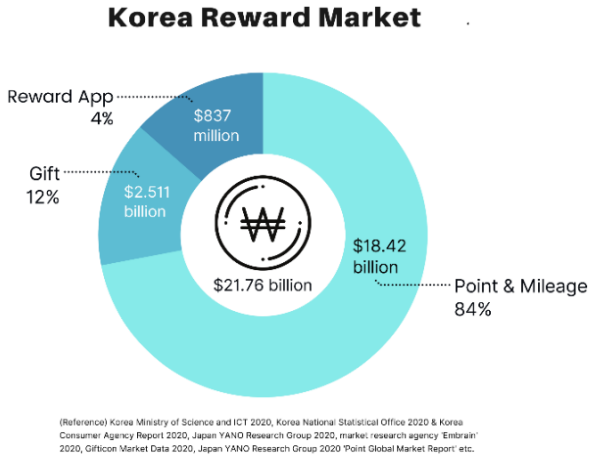
2.1.1 Pasar Reward Perusahaan

Menurut Jurnal ekonomi internasional YANO Research Group, skala pasar reward global di tahun 2020 adalah sekitar $209.5 miliar, dimana pasar poin menguasai sebesar $150.8 miliar, gifticon $30.5 miliar, dan aplikasi reward sebesar $28 miliar.

Pasar poin menunjukkan peningkatan yang stabil di tingkat 8% dibandingkan tahun sebelumnya, sementara gift dan aplikasi reward menunjukkan pertumbuhan melebihi 30%. Ini berarti bahwa adanya transisi yang pesat pada tren pasar reward ke perangkat mobile yang disebabkan oleh perkembangan internet, industri mobile dan juga COVID-19.

Skala pasar reward di Korea Selatan pada tahun 2020 yaitu sebesar $21.76 miliar, di antaranya, point menguasai $18.42 miliar, gift $2.511 miliar, dan aplikasi reward sebesar $838 juta.

Pasar poin mencatat pertumbuhan yang relatif rendah, di sisi lain, pasar gifticon dan reward memperlihatkan pertumbuhan yang mencolok sebesar 35% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ini membuktikan bahwa sama seperti pasar global, tren sedang bergesar dari metode reward tradisional ke gift dan aplikasi reward bebasis mobile.



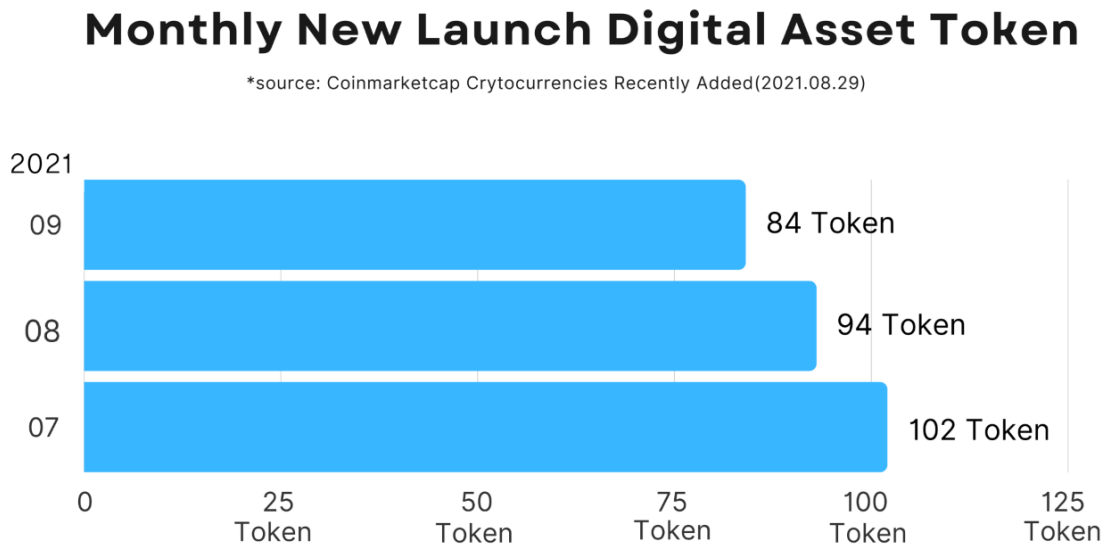
*Global Information Inc 2020, Japan Yano Research Group 2020, Data Statistik Korea 2019 **(Referensi) Kementrian Science & ICT Korea, Lembaga Nasional Statistik Korea 2020 * Laporan Lembaga Konsumen Korea 2020, Japan Yano Research Group 2020, Lembaga Penelitian Pasar "Embrain" 2020, "Laporan Pasar Point Global" Japan Yano Research Group 2020, dll.

2.1.2 Pasar Airdrop Aset Digital

AirDrop dapat digunakan sebagai salah satu strategi marketing dimana aset digital dalam persentase tertentu diberikan kepada pemilik aset digital khusus atau pelaksana misi khusus. Pada umumnya, event dimanfaatkan ketika aset digital baru terdaftar atau saat terjadinya hard fork, namun kebanyakan aset digital menggunakan Airdrop Marketing untuk revitalisasi komunitas dan penyebaran holder. Hal ini demi meningkatkan minat dan nilai terhadap proyek melalui Airdrop.

Pada situs informasi global aset digital Coinmarketcap, jumlah aset digital yang terdaftar per November 2021 adalah 11,456 buah dan tempat transaksi aset digital mencapai 397 buah. Melalui tempat transaksi ini dengan ICO, IEO, IDO, dan lain sebagainya, token ERC-20 yang berbasis Etherium yang telah launch di pasar diperkiraan sekitar 60 buah per bulan.

Aset digital baru seperti ini mendistribusikan sejumlah token melalui pemasaran Airdrop agar mendapatkan early adapter dan menyusun ekosistem, dan jumlah token yang didistribusikan setiap kalinya bervariasi dan tergantung pada skala token dan cara pemasaran dengan jumlah minimum sekitar 10 juta buah dan maksimum bisa mencapai sekitar 1 miliar buah. Nilai pasar aset digital di dalam industri dengan mendistribusikan melalui Airdrop selama setahun diperkirakan sekitar hampir 5 triliun Won.



2.2 Regulasi dan Permasalahan Reward

2.2.1 Regulasi dan Permasalahan Reward Perusahaan

Sama halnya dengan reward poin, regulasi dan permasalahan yang sangat tidak menyenangkan juga muncul pada gifticon dan aplikasi reward. Seperti regulasi standar poin yang menerapkan masa berlaku. Masa berlaku Gifticon sangat pendek yaitu hanya 15 hari saja. Jika tidak digunakan atau diperpanjang pada waktunya, maka akan langsung hangus, dan saldo yang tidak terpakai tidak dapat dikembalikan bahkan harus melakukan pembelian tambahan untuk dapat menggunakannya secara keseluruhan. Perbedaan antara pengelolaan penerbit dan kegunaannya menjadi penyebab tidak dapat digunakan pada waktunya serta jumlah uang yang hangus tidak lah sedikit.

Sebagai contoh, menurut penelitian dari Badan Pusat Statistik dan Badan Perlindungan Konsumen Korea Selatan, pada pasar kartu kredit, jumlah uang yang hangus dalam setahun diperkirakan mencapai 100 miliar Won yang dikarenakan melewati masa berlaku. Poin yang muncul di bulan Juni 2020 berjumlah 1,597 triliun Won, poin yang digunakan adalah 1,468 miliar Won, sehingga hasil penelitian mencatat bahwa jumlah uang yang hangus setiap bulannya adalah sekitar 100 miliar Won (sumber 1). Nilai transaksi Gifticon pada platform online Kakao di tahun 2020 berjumlah 2,534 triliun Won dan jumlah nilai yang dikurangi dengan dalih biaya administrasi pengembalian mencapai sekitar 71.7 miliar Won (sumber 2).

Di satu sisi, untuk reward yang didapatkan dari melakukan misi pada aplikasi reward, besar reward yang didapatkan terlalu kecil dibandingkan dengan upaya yang dilakukan oleh pengguna sehingga pengguna perlahan mengundurkan diri. Kenyataannya, walaupun sudah berupaya menjalankan misi dalam jangka waktu lama, mengumpulkan reward untuk membeli segelas kopi saja sangat lah sulit. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan struktural dan sumber daya yang muncul akibat dana reward aplikasi reward hanya disubsidi dari dana iklan suatu perusahaan.

(Sumber) 1. Dokumen inspeksi administrasi Ketua Administrasi Dewan Perwakilan Rakyat Gwanseok Yoon (2020.10. 02), 2. Kondisi skala pasar layanan online gifticon anggota DPR Gwanseok Yoon (2021. 09.27)

2.2.1 Permasalahan Aset Digital Airdrop

Hasil nyata percobaan Airdrop demi mendapatkan early adapter dan menyusun ekosistem untuk aset digital baru dinilai sangat sepele.

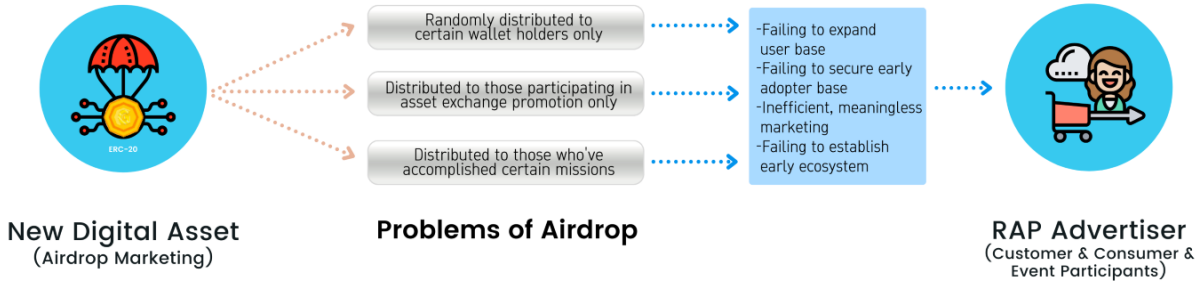
Airdrop pada dasarnya adalah pemasaran distribusi non diskriminatif kepada khalayak ramai yang tidak ditentukan tanpa syarat atau peraturan. Oleh karena itu diperlukan penghapusan cara pemasaran Airdrop yang mekanis dan seragam demi mengaktifkan pasar aset digital yang sempurna. Non diskriminatif Airdrop tidak mendapatkan minat dan perhatian publik, sebaliknya justru membawa hasil yang dihindari. Hal ini juga tidak diinginkan dalam prospektif kesinambungan ekosistem aset digital.

Walaupun demikian, Airdrop terus menerus digunakan secara mutlak karena merupakan satu-satunya cara pemasaran oleh semua aset digital baru.

Permasalahan terbesar adalah ketika menciptakan ERC-20 yang berbasis Etherium, token baru didistribusikan ke Etherium Wallet yang tidak spesifik dengan dalih membangun ekosistem. Airdrop yang seperti ini membuat pemilik wallet menganggapnya seperti scam, dan akhir-akhir ini juga muncul hacking yang berkedok Airdrop.

Selain itu, Airdrop yang dilakukan di beberapa tempat transaksi juga hanya memberikan manfaat kepada pemilik akun di tempat transaksi saja sehingga publik secara umum tidak dapat menikmati manfaat apapun. Pada akhirnya, hasil yang diharapkan tidak dapat tercapai sehingga seringkali selesai dengan cara mereka sendiri.

Akhir-akhir ini, ada juga percobaan Airdrop melalui event atau promosi yang menggunakan media sosial, hanya saja efek dengan membawanya masuk ke ekosistem publik secara luas itu sangat lah kecil.



2.3 Kebutuhan Platform Reward Aset Digital

Peraturan dan ketidakadilan reward merusak nilai esensial dari reward itu sendiri. Hal tersebut berlanjut ke penurunan transparansi kepercayaan sehingga keluhan konsumen semakin menumpuk. Diperlukan sistem reward baru untuk menyelesaikan masalah dengan menghilangkan peraturan yang terpecah-pecah, dan memulihkan komunikasi tentang reward antara perusahaan dan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan kedua belah pihak.

Hal ini bisa dicapai dengan menjamin reward yang transparan dan membangun sistem reward melalui dana aset digital kepada kedua belah pihak (perusahaan dan pengguna) yang memiliki niat bertransaksi. Sistem ini menyediakan nilai ekonomis yang sama seperti uang tunai sehingga tidak memerlukan masa berlaku secara terpisah, serta dapat memakai hak reward yang bebas tanpa batasan ruang dan tempat.

Aset digital baru menggunakan Airdrop demi mendapatkan early adapter dan menyusun ekosistem, akan tetapi justru tidak dapat menarik perhatian publik dan perlahan-lahan semakin menjauh dikarenakan objek yang tidak menentu dan tidak jelas, serta cara pendistribusian yang seragam. Untuk mengatasi hal tersebut, penting untuk memilih objek Airdrop terlebih dahulu dan pada dasarnya hanya pengguna aktif yang bisa menjadi objek. Akan tetapi, dengan metode Airdrop saat ini hampir tidak mungkin untuk dilakukan. Karena hal ini hanya bisa dicapai dengan adanya pemanfaatan database pengguna yang jelas.

Jika pengguna diatur dan Airdrop aset digital dijalankan berdasarkan database pelanggan perusahaan, maka distribusi dapat dilakukan dengan cara yang sesuai kepada pengguna yang merasakan manfaat dan keluar dari distribusi yang non diskriminatif, yakni pengguna yang mengharapkan hasil yang positif. Sehingga dapat mendapatkan early adapter dengan maksud Airdrop yang sebenarnya dan mencapai pembangunan ekosistem yang efisien. Jika menggunakan platform Touchcon dengan database pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan sebagai objek, aset digital baru akan terlepas dari Airdrop yang tidak efisien dan sembrono dan dapat menjalankan Airdrop yang disesuaikan secara efektif.

Di whitepaper ini, kami membantu layanan reward yang bebas tanpa batas kepada perusahaan melalui konten rewardcon paling tepat di era mobile, bukan hanya memulihkan kepercayaan dan transparansi reward dengan memperluas manfaat reward secara random kepada pengguna, kami juga menawarkan platform TouchCon yang bisa membantu mendapatkan early adapter dan revitalisasi ekosistem awal dengan dukungan mata uang digital baru Airdrop.

Platform ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan regulasi reward yang ada sebelumnya dan membantu Airdop yang efektif pada berbagai mata uang digital. Sebagai tambahan, keuntungan tambahan dari selisih nilai akumulasi reward melalui fluktuasi 24 jam mata uang digital juga dapat diharapkan. Pada akhirnya, sistem ini akan menjadi yang paling aman melalui pengaplikasian teknologi blockhain pada kompensas dapat mencegah penggelapan reward dan meningkatkan kepercayaan dan transparansi.

Platform TouchCon dimana perusahaan sebagai pusat reward dan pengguna sebagai objek reward dirancang dengan aturan sebagai berikut:

- Dana reward dan sistem yang inovatif harus ditetapkan demi mengatasi pertumbuhan utang perusahaan yang disebabkan oleh akumulasi nilai dan regulasi pemasaran reward yang disebabkan oleh kekurangan anggaran.

- Regulasi reward pelanggan tersembunyi yang terpecah-pecah dan tidak adil harus dihilangkan serta penggunaan hak reward yang permanen dan bebas harus dapat diterapkan.

- Dengan adanya kesulitan dalam memperluas alliance awal dan membangun ekosistem melalui keseragaman aset digital baru dan Airdrop yang tidak efektif, maka harus diajukan pencegahan secara nyata dan substansial demi meningkatkan efektifitas Airdrop.

※ Perbandingan 'Rewardcon' & layanan reward sebelumnya - 'Rewardcon' adalah layanan reward hybrid

Jenis	Reward	Masa berlaku	Tujuan penggunaan	Pengembalian dan pengalihan dana	Keuntungan pengumpulan	Syarat reward
Poin	Nilai & uang tunai	1 bulan - 10 tahun	Terbatas	Tidak bisa	Tidak ada	Melakukan pembelian
Gifticon	Kupon kado	10 hari - 3 bulan	Terbatas	Bisa sebagian	Tidak ada	Melakukan pendaftaran
Aplikasi Reward	Nilai & Uang tunai	6 bulan - 3 tahun	Tidak terbatas	Bisa sebagian	Tidak ada	Menjalankan misi
'Rewardcon'	Aset digital	Tidak ada	Tidak Terbatas	Bisa	Bunga + selisih harga pasar	Otonomi

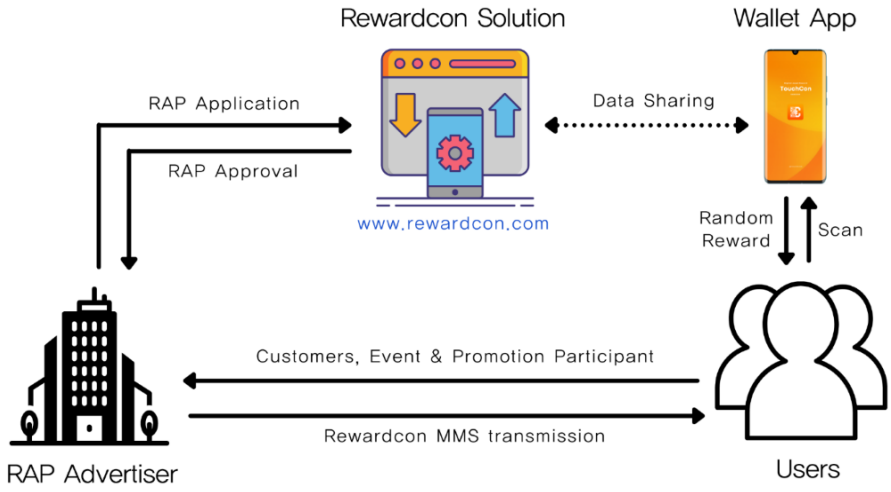
3. PLATFORM SOLUSI TOUCHCON

Terdapat 3 macam hal yang harus dilakukan oleh tim proyek Touchcon untuk menyelesaikan regulasi dan permasalahan reward perusahaan dan Airdrop.

Pertama, diperlukan adanya solusi untuk fitur pembuatan dan pengiriman konten Rewardcon pada penggunaan reward. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, solusi www.rewardcon.com telah dibangun, pemasang iklan RAP akan membuat partner alliance Touchcon untuk beraktivitas melalui pembuatan dan pengiriman Rewardcon.

Kedua, diperlukan aplikasi pendukung layanan yang dapat menerima, mengumpulkan, dan menggunakan Touchcon (TOC). 'Aplikasi Touchcon Wallet' harus dibangun, dimana setelah khalayak pengguna memindai Rewardcon, mereka bisa menggunakan berbagai layanan seperti mendapatkan reward, mengumpulkan dan melakukan pembayaran, mengirim, menukar, dan berpartisipasi dalam staking.

Ketiga, diperlukan pengembangan main net 'TouchChain' yang akan membangun ekosistem blockchain secara independen agar dapat menggunakan Touchcon (TOC) sepenuhnya. Dengan menerapkan teknik blockchain pada reward, maka penggelapan reward dapat dicegah serta mendapatkan transparansi dan kepercayaan reward.



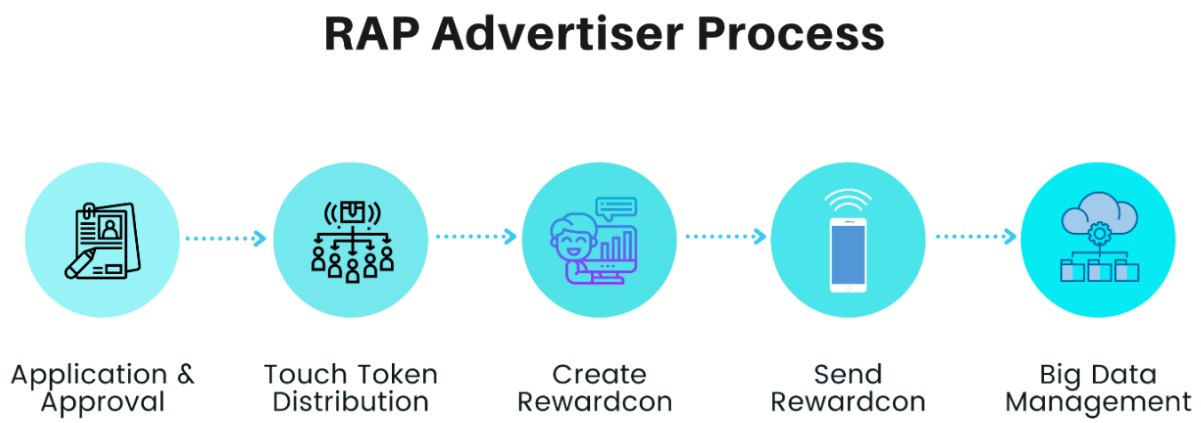
3.1 Solusi Rewardcon

Solusi Rewardcon (rewardcon.com) adalah program solusi dalam proses big data dan pengaturan iklan yang sudah termasuk dengan penerbitan dan pengiriman Rewardcon dalam bentuk MMS yang akan digunakan pada reward. Di tempat ini, berbagai macam layanan seperti pengajuan pemasang iklan RAP, pendaftaran, pembuatan Rewardcon, pengiriman dan pengaturan agar dapat menggunakan reward Rewardcon perusahaan dan pemasaran iklan. RAP adalah singkatan dari Reward Alliance Partner yang bermakna partner alliance yang hendak menerapkan reward Rewardcon dan pemasaran iklan.

Objek yang bisa mengajukan partisipasi melalui RAP akan dibagi menjadi anggota perusahaan dan anggota perorangan. Semua perusahaan global dapat mengajukan RAP, serta tidak membatasi industri atau jenis usaha khusus. Anggota perorangan hanya dapat dilakukan oleh perorangan yang menjalankan bisnis dalam skala kecil.

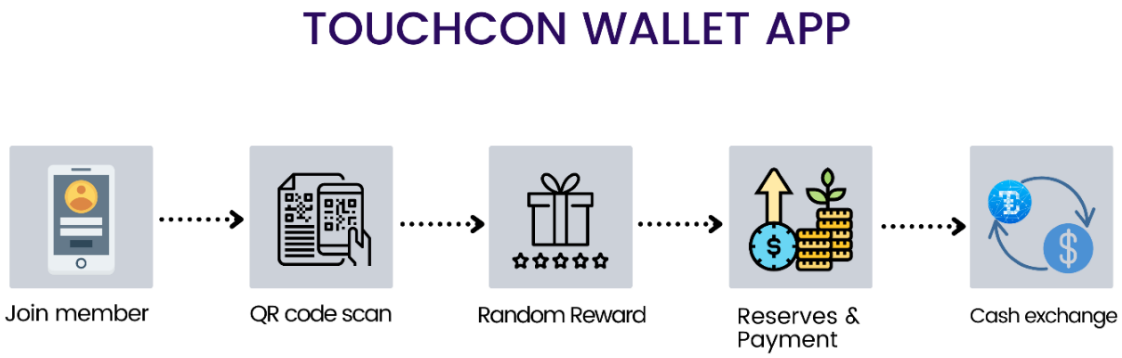
RAP yang telah selesai mendaftar akan mendapatkan pembagian Rewardcon dalam jumlah tertentu dan Rewardcon akan dibuat secara langsung. Untuk internet dan online, pengiriman dapat dilakukan melalui perangkat mobile, sedangkan untuk toko offline atau produk, dapat digunakan dengan mencetak SQC (Smart QR Code) dalam bentuk voucher atau kupon. Penggunaan bentuk dapat dipilih secara bebas bergantung pada sifat perusahaan dan tujuan pengiklanan.

Jika perusahaan menggunakan reward, event, dan promosi Rewardcon dengan RAP, maka dapat diharapkan tingkat partisipasi beserta efek iklan yang tinggi. Terutama pada Rewardcon, tidak hanya konten iklan RAP, brand image dan elemen-elemen tambahan lainnya juga dapat disisipkan sehingga dapat meningkatkan efek iklan tatap muka 1:1.



3.2 Aplikasi Touchcon Wallet

Pengguna mengambil Rewardcon dari pemasang iklan, kemudian setelah mendapatkan reward secara acak melalui scan QR code di sini, akumulasi dan pengaturan akan dilakukan dan bisa mendapatkan berbagai layanan di kehidupan nyata, maka inilah definisi dari layanan aplikasi Touchcon Wallet.



Aplikasi Touchcon adalah aplikasi yang diperlukan untuk bisa mendapatkan reward secara acak, sehingga fitur scanner akan disediakan di luar dan di dalam agar QR Code yang bersumber dari aset digital dapat dipindai. Berbagai macam layanan yang disediakan untuk reward TOP (Touch) yang sudah didapatkan meliputi pengumpulan dan penyimpanan ke dalam wallet, transaksi, pengiriman, konversi ke ETH Wallet, pengiriman tempat transaksi, dan staking. Pada aplikasi Touchcon, unit aset digital disebut TOP (Touch), dan konversi perbandingan TOP (Touch) dengan aset digital diatur sebesat 1:1.

3.3 Blockchain MainNet 'Touchchain'

Kepercayaan dan transparansi antara pihak pembayar reward dan penerima bayaran memerlukan proses tingkat keamanan yang tinggi yang sangat penting sama halnya seperti sistem pengiriman di bank. Apabila tidak terjadi komunikasi antara kedua belah pihak baik pembayar maupun penerima terkait dengan reward, maka beresiko tinggi akan pemberi reward dalam melakukan strategi pemasaran yang sewenang-wenang. Hal tersebut mengartikan regulasi dan ketidakadilan pada layanan reward saat ini.

TouchChain harus mencapai rancangan yang menggabungkan mining reward pada umumnya dengan reward pemasaran perusahaan. Reward harus terlepas dari pandangan bahwa kebanyakan reward itu gratis, jika nilai upaya bersama dipelihata untuk menjaga ekosistem aset digital agar bisa menjadi reward dan juga mining, maka bisa menjadi pendorong transformasi pemasaran reward perusahaan menjadi sistem yang tergabung dengan blockchain.

Karena alasan tersebut, database pelanggan yang dimiliki perusahaan akan menjadi kunci sangat berguna. Informasi pelanggan dengan data yang jelas akan menjadi elemen wajib untuk pemasaran reward dan merupakan data yang sangat penting untuk mencapai tujuan Airdrop secara substansial.

Touchchain mencoba membuat reward menjadi blockchain yang mengarah ke masa depan dengan menggunakan mining umum dan korelasi reward. Suatu saat akan diperlukan konsep baru selain mining maupun reward. Touchchain akan membuka pengembangan solusi kreatif dan berkesinambungan demi mengikuti arus tren dari blockchain dan esensi reward itu sendiri. Tidak hanya mencegah penggelapan pada reward, transparansi dan keadilan reward akan didapatkan karena semua reward akan kembali ke hakikatnya walaupun dalam istilah yang berbeda baik reward maupun mining.

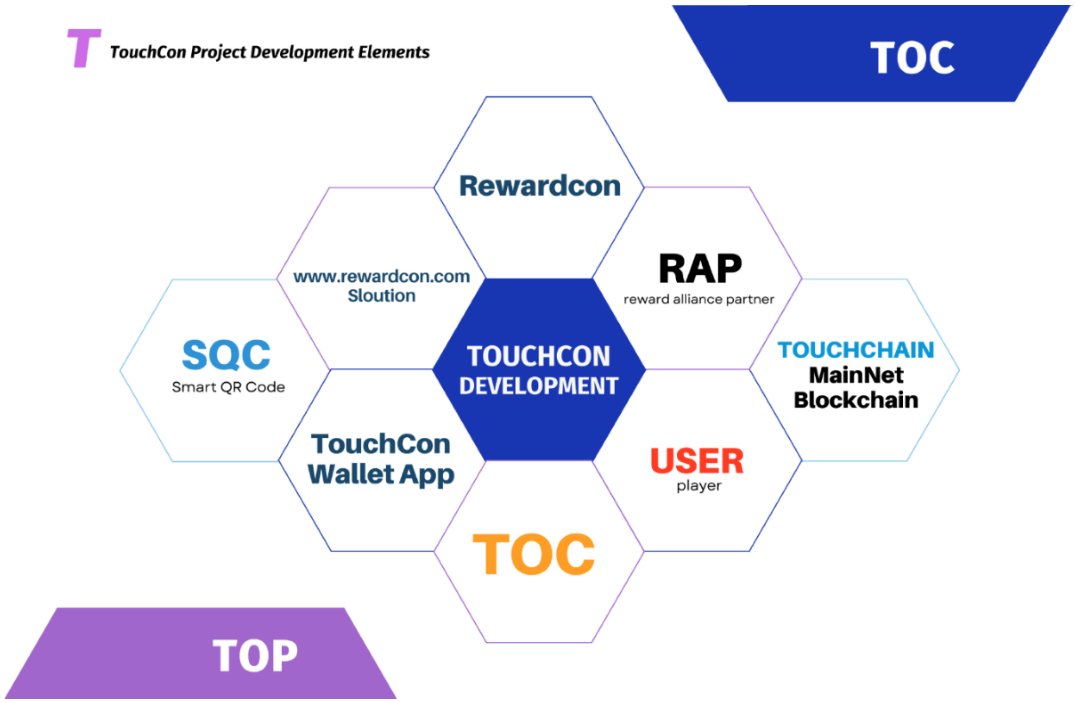
3.4 Proses Proyek Touchcon

Jika berbagai aset digital yang dimulai dari Touchcon digunakan dengan dana reward secara acak, masalah regulasi dan ketidakadilan serta masa berlaku reward yang hangus bisa terselesaikan. Selain itu, jika pemasang iklan menggunakan data base pelanggan yang tepat pada Airdrop aset digital, maka akan sangat menguntungkan untuk mendapatkan early adapter dan membangun ekosistem.

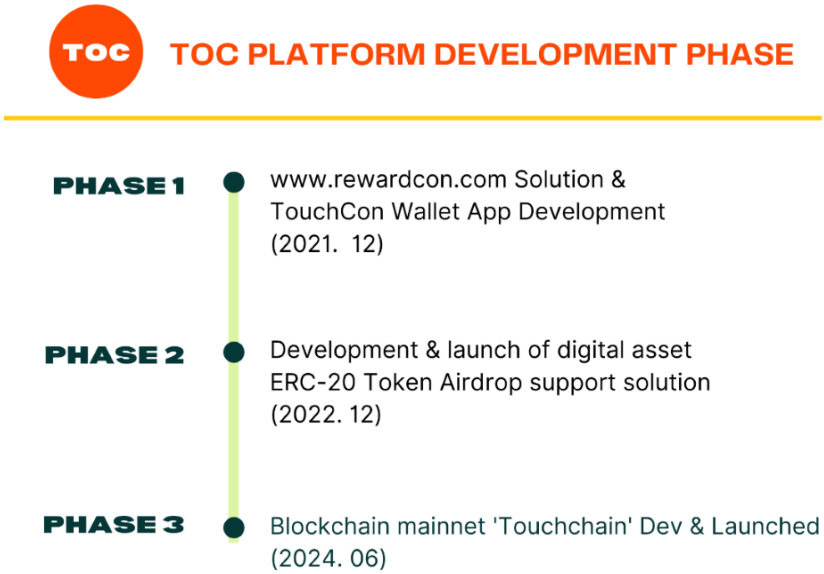
Inti pengembangan kami adalah melakukan econding aset digital secara acak di solusi www.rewardcon.com pada QR Code 2 dimensi, teks dan gambar pada iklan dan promosi perusahaan akan dimasukkan dan konten 'Rewardcon' akan dibuat, untuk itu diperlukan kerjasama dengan pemasang iklan RAP pada pemasaran iklan 'Rewardcon'.

Pemasang iklan bisa membayarkan 'Rewardcon' pada reward perusahaan (gift, poin, aplikasi reward, dll) atau membayarkan reward untuk setiap event dan promosi kepada partisipan.

Aplikasi Touchcon Wallet melakukan scan pada 'Rewardcon' yang telah didapatkan pengguna, berbagi macam layanan fitur untuk mendapatkan, mengumpulkan dan menggunakan reward dikembangkan dengan menyesuaikan fitur bagi pengguna. Proyek Touchcon dilaksanakan dengan menitik beratkan pada perubahan lingkungan ekosistem yang bersahabat dan pengembangan berbagai sumber demi membangun ekosistem Touchcon.

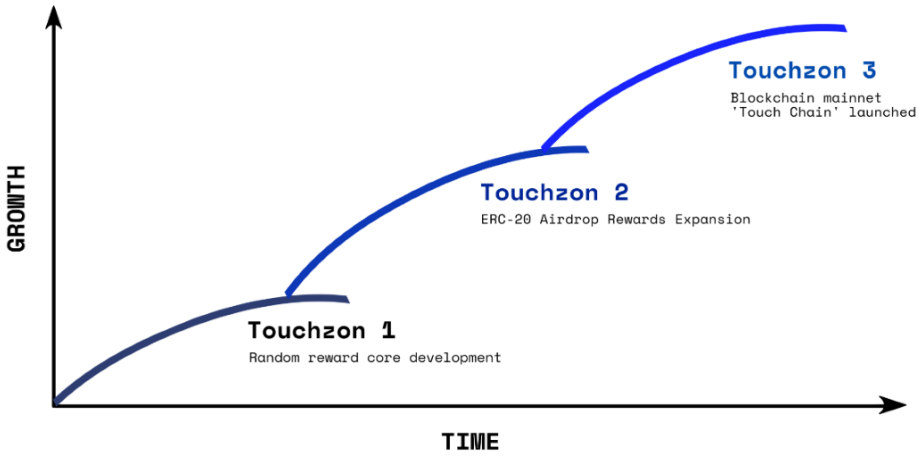


Proses pengembangan proyek Touchcon yang terperinci ditentukan pada secara sistematis dengan tiga tahap target yang ditetapkan sebagai berikut. Layanan Rewardcon untuk menciptakan lingkungan ekosistem Touchcon awal akan diresmikan pada akhir tahun 2021 atau awal tahun 2022.

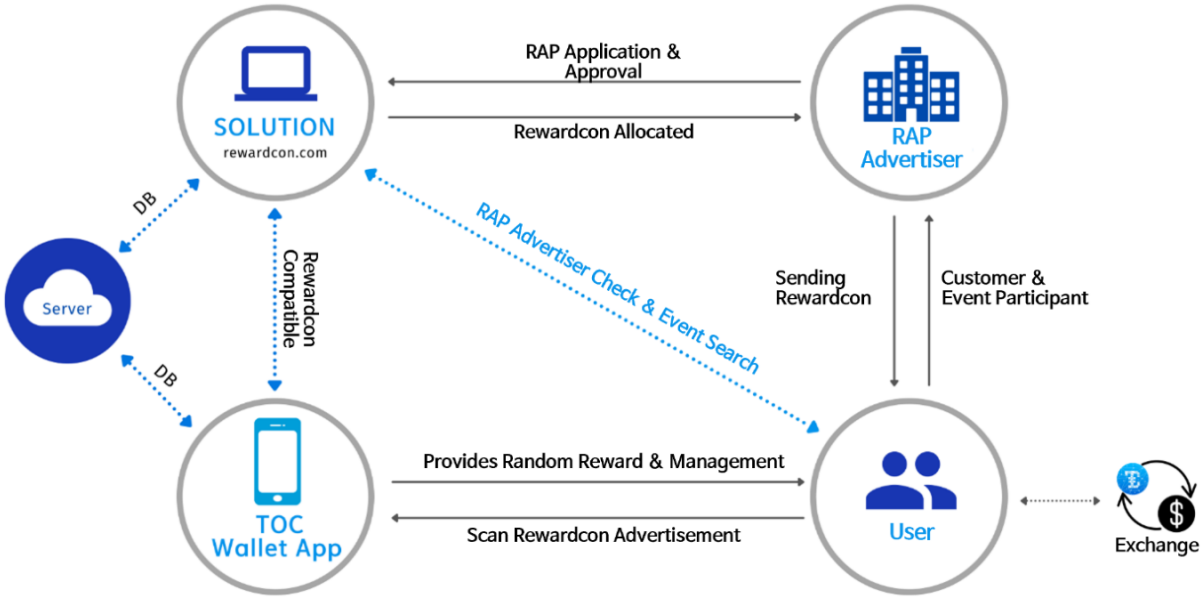


Setiap tahap proyek Touchcon akan diatur sebagai Touchzon dan dibagi menjadi tiga tahap di bawah ini.

- Touchzon1: Mendirikan dasar pembentukan layanan melalui pengembangan reward acak.
- Touchzon2: Membangun upgrade platform pemasaran Airdrop aset digital baru.
- Touchzon3: Membentuk hasil ekosistem yang independen melalui pembuatan dan operasional Mainnet blockhain probadi 'Touchchain'.



4. EKOSISTEM TOUCHCON



Ekosistem Touchcon dibangun dengan 4 elemen inti dasar. Konten 'Rewardcon' yang merupakan inti dari platform Touchcon, pemasang iklan RAP yang berpartisipasi dengan Reward Alliance Partner, pelanggan lama RAP dan player (pengguna) yang berpartisipasi dalam event, Touchcoin (TOC) yang berrotasi pada ekosistem Touchcon mengaktifkan ekosistem dengan berinteraksi satu sama lain.

4.1 Konten ‘Rewardcon’

Konten Rewardcon akan dibuat melalui bentuk pesan MMS agar pengguna online dapat mendapatkan reward secara acak, dan untuk pengguna offline, voucher, tiket, atau kupon akan dicek demi kenyamanan penggunaan. Hal ini berarti cara pembuatan dan pendistribusian dapat secara bebas ditentukan bergantung pada bentuk penggunaan antara online atau offline oleh pemasang iklan RAP.

Setelah pemasang iklan RAP melakukan login ke solusi Touchcon maka Rewardcon yang telah didapatkan dapat diterbitkan dan bisa diberikan kepada pengguna melalui pengiriman secara mobile. Rewardcon dapat digunakan sebagai ganti metode reward sebelumnya seperti point, mileage, gifticon, dan bahkan aplikasi reward, serta dapat digunakan sebagai reward event dan event promosi baik online maupun offline.

4.1.1 Rewardcon Online (Rewardcon)

Untuk online, pengiriman melalui bentuk MMS adalah cara yang paling nyaman dan rasional. 5 macam elemen dimasukkan ke komposisi konten rewardcon. Apabila pemasang iklan RAP menginginkan adanya event atau promosi khusus, maka desain dan source juga dapat dibuat secara berbeda.

Pertama, Source QR Code 2 dimensi yang diinput aset digital secara acak
Kedua, Nama Brand dan 1 potong gambar yang akan dipromosikan pemasang iklan
Ketiga, Nama Perusahaan dan Logo Merk pemasang iklan
Keempat, Alamat Website dan Nomor Telepon pemasang iklan
Kelima, Teks Panduan Penggunaan Rewardcon

4.1.2 Voucher Offline ‘Rewardcon’

Penggunaan Rewardcon offline dapat diaplikasikan secara variatif dalam keseharian. Apabila mempertimbangkan mayoritas kegiatan ekonomi akan terjadi secara offline, maka tingkat penggunaan offline Rewardcon setelah COVID-19 akan semakin meningkat. Akan tetapi, diperkirakan bahwa perlu adanya proses mencetak voucher, tiket, kupon, dan lain sebagainya yang menyebabkan munculnya keperluan penambahan biaya akan menjadi suatu kelemahan. Kendati demikian, dengan adanya kelebihan dari sisi percepatan partisipasi aktif dan minat para pengguna untuk menggunakan secara offline, maka dapat dipertimbangkan pula penggunaan bersama secara online.

Sebagai bidang yang terbiasa dapat digunakan secara offline, terdapat metode input Rewardcon sebagai source event pada pembuatan voucher kado, pekerjaan pencetakan produk eksternal, kartu pass masuk, tiket masuk, lembar pemesanan, dan lain-lain. Di satu sisi, untuk mencegah hacking yang disebabkan eksploitasi Rewardcon dari pihak eksternal, dapat menggunakan cetak scratch dan kertas sampul.

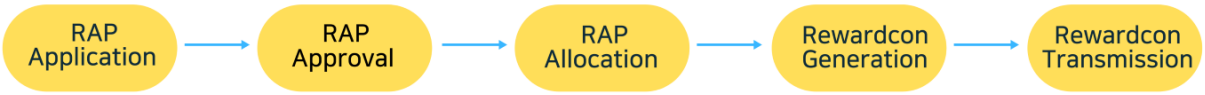
※ Kondisi apabila QR code Rewardcon dicetak pada produk offline

※ Kondisi apabila voucher Rewardcon disediakan pada toko atau kios offline

4.2 Pemasang Iklan RAP (Reward Alliance Partner)

RAP adalah singkatan dari Reward Alliance Partner, yakni perusahaan yang menggunakan layanan platform Touchcon atau yang bertujuan untuk menggunakannya sebagai iklan dan promosi merk perusahaan, dan pada whitepaper ini akan disebut sebagai pemasang iklan RAP.

Perusahaan yang ingin bertindak sebagai pemasang iklan RAP dapat mengunjungi situs solusi rewardcon.com dan melakukan pengajuan. Tidak ada persyaratan apapun untuk mendaftar dan semua perusahaan global yang mengelola kegiatan ekonomi yang stabil dapat melakukan pengajuan. Akan tetapi, melakukan pengajuan tidak berarti akan segera disetuju, penyetujuan biasanya memakan waktu sekitar 1 minggu.



4.2.1 Definisi RAP

RAP adalah singkatan dari Rewrard Alliance Partner, yakni afiliasi pemasang iklan yang sudah memiliki kontrak untuk menggunakan Rewardcon pada berbagai macam event dan promosi yang dimulai dari gifticon, aplikasi Reward, dan Airdrop.

4.2.3 Pendaftaran dan Penyetujuan RAP

Sebagai perusahaan yang secara nyata mengelola kegiatan ekonomi, maka tidak ada regulasi syarat pendaftaran RAP yang berdasarkan industry, jenis, atau skala usaha. Setelah melakukan pengajuan pendaftaran, perusahaan akan dinilai dan apabila sudah disetujui, maka sudah bisa mendapatkan Rewardcon.

4.2.3 Kegiatan RAP

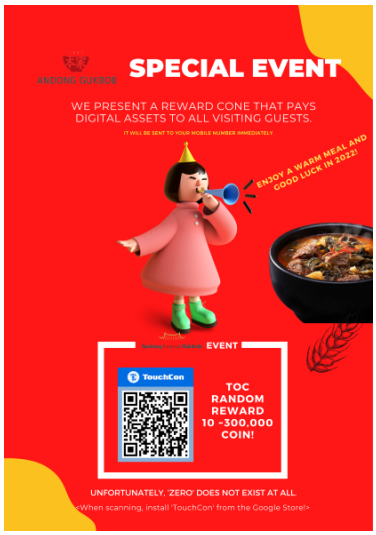
Pemasang iklan RAP memiliki hak dalam membuat Rewardcon pada solusi dan menggunakannya. Reward poin, gifticon, dan aplikasi reward dapat ditukar melalui hal ini.

4.2.4 Biaya Iklan RAP

Pemasang iklan yang sudah disetujui sebagai RAP akan mendapatkan aset digital secara cuma-cuma dan tidak akan dihabiskan sebagai biaya iklan secara terpisah akibat penggunaan. Distribusi bahkan dapat didapatkan secara cuma-cuma pada Airdrop yang menjalankan sebagian besar aset digital.

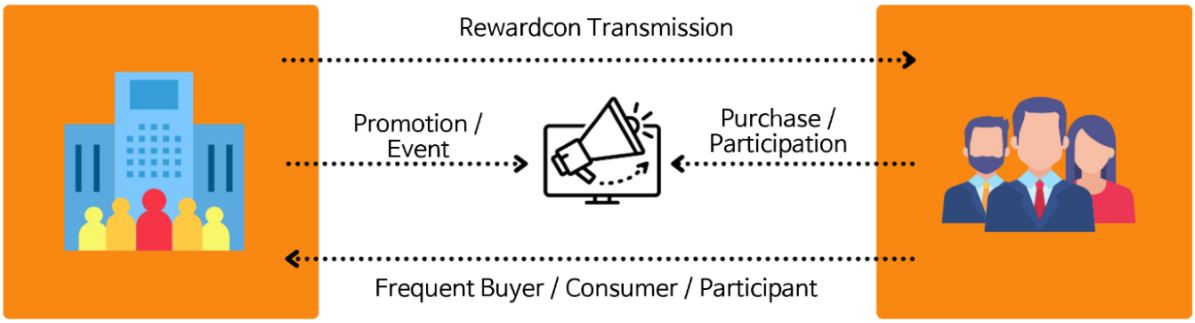
4.2.4 Cara Pemasaran Iklan RAP

Pemasang iklan RAP dapat mengganti layanan reward yang dijalankan di perusahaan mereka dengan Rewardcon. Dapat juga digunakan pada event atau promosi khusus dalam periode dan jumlah yang terbatas.



4.2.5 Efek Periklanan

Pemasang iklan dapat menantikan efek promosi yang tinggi melalui pemberian reward yang cepat dan langsung ke perangkat mobile serta iklan tatap muka 1:1. Pengiriman melalui internet atau mobile adalah cara yang paling tepat dengan tidak memakan waktu dan biaya. Namun, cara pemberian secara langsung ke pengguna offline target iklan dilakukan dengan mencetak atau melampirkan Rewardcon dalam bentuk kupon dan voucher sehingga dapat memakan sedikit waktu dan biaya.



4.2.6 Alasan Diperlukannya Pemasaran Rewardcon Kepada Pemasang Iklan

Alasan mengapa perusahaan harus menggunakan Rewardcon pada reward dan iklan adalah karena perubahan tren. Ini disebabkan karena sektor di seluruh dunia sudah mengakui dan menerima aset digital. Kemungkinan untuk menjadi pengganti aset dan mata uang di masa depan sudah cukup terbukti. Bentuk umum pasar reward dan iklan saat ini hanya sekedar membayarkan poin dari perusahaan sendiri atau gifticon perusahaan lain. Tingkat reward aplikasi reward mobile sangat rendah dikarenakan ketidakcukupan biaya iklan sehingga hasil iklan akan sulit untuk bertahan lama. Di masa seperti ini, Rewardcon sebagai media aset digital akan bersama-sama dalam tren revolusi industri keempat dengan metode pemasaran yang inovatif. 3 alasan mengapa pemasang iklan harus menggunakan Rewardcon pada pemasaran adalah sebagai berikut:

Pertama, memberikan kesegaran baru dengan menggunakan aset digital sebagai reward. Dapat mempengaruhi ketertarikan dan minat khalayak pengguna bersama dengan aset digital yang baru muncul, serta ada nilai lebih dengan pendaftaran khusus.

Kedua, Rewardcon meningkatkan setahap lagi ketertarikan konsumen melalui reward acak, yang mengakibatkan pemenang jackpot menyebarkan dan mengkomunikasikannya melalui media social. Dengan begitu, maka akan terlepas dari bentuk reward yang tradisional dan seragam, sehingga akan meningkatkan partisipasi aktif pengguna yang harapan dan kesenangannya meningkat. Ketiga, karena layanan Rewardcon akan dibagikan secara cuma-cuma pada 1-2 tahun awal, perusahaan tidak akan terbebani dengan biaya iklan. Selain itu, bisa menikmati umpan balik yang positif dalam menjalankan iklan tanpa menggunakan sumber daya khusus.

Proses pengaplikasian iklan Rewardcon saat ini sangat sederhana dan praktis, dan biaya terkait hal ini juga tidak tinggi. Biaya yang diminta hanya untuk pengiriman mobile atau biaya cetak dan biaya administrasi offline, dan diperkirakan sebagai tingkat yang belum memadai. Bersama ini, Rewardcon memiliki sifat yang dapat digunakan kapan dan dimana saja, dan bagi perusahaan yang memberikan reward dan iklan, akan menganggapnya sebagai platform yang berbiaya rendah dan efisiensi tinggi.

4.3 User - Player (Konsumen, Pengguna, Partisipan)

Pengguna adalah konsumen yang membeli produk dan layanan milik pemasang iklan RAP yang berarti pelanggan, dan bisa juga sebagai partisipan yang mendapatkan Rewardcon melalui partisipasi pada event dan promosi. Yang berarti, orang yang pada akhirnya menerima reward acak melalui scan QR code setelah mendapatkan Rewardcon dari RAP atau kado dari pihak ke-3, yakni pelanggan tetap, pelanggan potensial, partisipan, peserta, dan lain-lain.

Setelah mereka menerima Rewardcon atau voucher yang mengandung Rewardcon, mereka bisa mendapatkan reward acak melalui scan pada aplikasi Touchcon Wallet. 'Aplikasi Touchcon Wallet' harus dipasang pada perangkat mobile untuk melakukan proses ini. Pengguna menginginkan reward yang pada dasarnya memiliki nilai untuk dirasakan dan membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari. Daya tarik reward dapat dirasakan terutama untuk yang memiliki sifat yang sama seperti uang tunai, yang dapat digunakan kapan dan di mana saja tanpa batasan.

4.3.1 Definisi Pengguna

Pengguna adalah orang-orang yang mendapatkan Rewardcon dari banyak pemasang iklan RAP yang tidak ditentukan dan menerima reward. Pengguna memiliki makna pelanggan tetap dan konsumen, termasuk pelanggan potensial, yang menjadi objek penerima reward dari RAP, dan para partisipan player yang mengikuti event dan promosi satu kali.

4.3.2 Mendapatkan Rewardcon

Pengguna mendapatkan Rewardcon dari RAP dan bisa menerima reward acak melalui scan QR code.

4.3.3 Pemasangan Aplikasi Touchcon Wallet

Untuk menyimpan aset digital dan QR Code yang ada pada Rewardcon, maka 'Aplikasi Touchcon Wallet' harus diunduh. Hal ini dapat dilakukan melalui Google Playstore untuk sistem operasi Android dan Apple Store untuk sistem operasi Apple IOS.

4.3.4 Metode Reward Acak – Scan QR Code

Setelah menjalankan aplikasi Touchcon, lakukan scan internal pada QR Code yang ada pada Rewardcon. Jika mendapatkan Rewardcon dalam bentuk offline, lakukan scan eksternal pada QR Code yang ada pada produk atau voucher. Jika telah selesai dilakukan, jumlah nilai reward akhir akan muncul dan akan langsung dapat dikumpulkan atau digunakan.

※ Jumlah ketika encoding acak dilakukan pada Rewardcon untuk 10 juta token

Smart QR Code 10000000 TOC Random encoding

1 TOC / 5000	2 TOC / 3000	30 TOC / 20000	50 TOC / 13000	70 TOC / 8000	100 TOC / 6000
300 TOC / 2000	500 TOC / 2000	1000 TOC / 10000	3000 TOC / 300	5000 TOC / 200	10000 TOC / 300

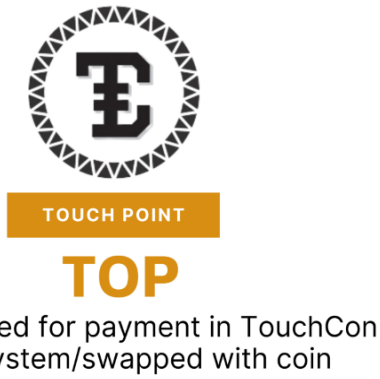
4.3.5 Ruang Lingkup Reward Acak

Jumlah aset digital yang bisa didapatkan oleh pengguna sebagai reward acak dirancang dengan jumlah paling sedikit adalah 1 token dan paling banyak adalah 300 ribu token, kesempatan untuk reward jackpot diberikan untuk siapa saja.

4.4 Touch Token (TOC) & Touch Point (TOP)

Sebelum ekosistem Touchchain yaitu mainnet Touchchain sempurna dibangun, Touch token (TOC) akan diterbitkan berdasarkan Etherium dan akan didistribusikan ke ekosistem Rewardcon.

Semua pengguna yang berpartisipasi dan berkontribusi pada ekosistem Touchcon akan membuatkan akun dan bisa mendapatkan Touch Point (TOP) dengan mengikuti event Rewardcon. Setelah para partisipan mendapatkan Rewardcon secara terus menerus dari pemasang iklan RAP, Reward Touch Point (TOP) bisa didapatkan secara acak melalui scan QR Code.



4.1 Touch Token (TOC) & Touch Point (TOP)

Touch Token (TOC) adalah token yang dapat ditukar dan dialihkan dalam ekosistem aset digital. Mendapatkan reward acak pertama melalui scan 'Rewardcon' dituliskan sebagai TOP (Touch Point), yakni poin yang dapat digunakan untuk pembayaran dan penukaran ke Touch Token (TOC) di dalam ekosistem Touchcon. Penukaran TOC dan TOP dilakukan dengan nilai perbandingan yang setingkat 1:1.

4.2 Cara Mendapatkan dan Mengembangkan Touch Point (TOP)

Cara untuk mendapatkan Touch Point (TOP) adalah dengan mendapatkan 'Rewardcon' dari pemasang iklan RAP dan melakukan scan pada QR Code. Enconding aset digital ada pada semua 'Rewardcon', dan untuk peluang dan daya Tarik jackpot pada awal layanan, paling sedikit 10 token sampai 300 ribu token bisa didapatkan melalui event. Yang kedua, tambahan TOP dapat dikumpulkan melalui partisipasi 'Touch-Staking' per kuartal yang dijalankan pada aplikasi Touchcon Wallet, melalui staking yang dijalankan sekali pada

setiap kuartal, paling sedikit 7% keuntungan tambahan bisa didapatkan. Di luar itu, berbagai macam TOP bisa didapatkan melalui event kehadiran atau spontan pada aplikasi Touchcon Wallet.

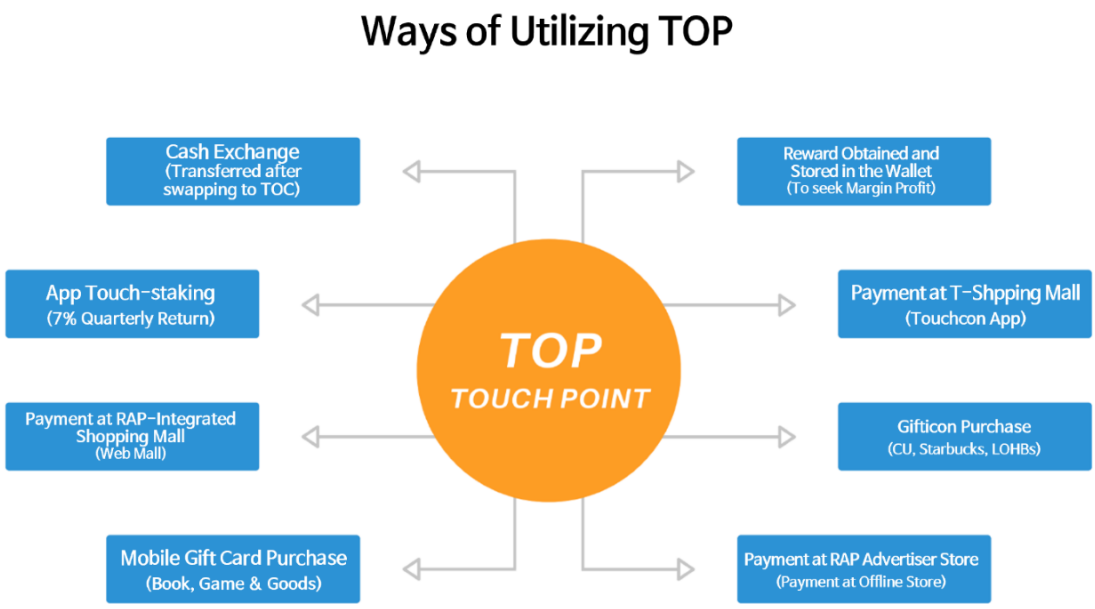
4.3 Touch Token (TOC) dan Mainnet

Touch Token (TOC) yang dibayarkan kepada pemasang iklan dan pengguna yang berpartisipasi di ekosistem adalah token utilitas yang dapat digunakan dengan bebas berdasarkan berbagai layanan dan tujuan yang didukung di dalam ekosistem. Touch Token (TOC) sebelum mainnet diterbitkan dengan token standar ERC-20 berdasarkan Etherium, blockchain mainnet 'TouchChain' dikembangkan dengan menyesuaikan dengan lingkungan ekosistem serta pemasuka pemasang iklan dan pengguna. Apabila mainnet telah diluncurkan, token yang diterbitkan kepada partisipan awal akan ditukar dengan koin dan kestabilan ekosistem yang sempurna dan independen dapat tercapai.

4.4. Cara menggunakan TOP

Pada aplikasi Touchcon Wallet, Touch Point (TOP) yang didapatkan pengguna dapat digunakan dengan bebas melalui fitur-fitur seperti pengumpulan dan pengiriman, penukaran, pembayaran, staking, konversi token, dan lain sebagainya. Karena Touch Token (TOC) yang telah ditukar 1:1 dengan Touch Point (TOP) memiliki nilai yang fluktuatif mengikuti lingkungan global dan perubahan identifikasi serta selisih harga pasar, maka nilai tidak dapat diukur. Di lain sisi, Touch Point (TOP) dapat langsung digunakan di kehidupan sehari-hari seperti di bawah ini.

※ Berbagai cara penggunaan Touch Point dan Touch Token



4.4.1 Penukaran Uang Tunai

Touch Coin (TOC) dapat ditukar menjadi uang tunai dengan mengirimkannya ke tempat transaksi yang terdaftar secara global tanpa terikat tempat dan waktu.

4.4.2 Tersimpan di Wallet Setelah Mendapatkan Reward

Transaksi terjadi tanpa henti 24 jam sehari di tempat transaksi aset digital. Karena selisih harga pasar kerap kali terjadi bersama dengan hal ini, jika mengumpulkan berdasarkan selisih harga pasar, maka keuntungan bisa didapatkan menurut perkiraan naiknya nilai aset digital atau strategi investasi individu.

4.4.3 Aplikasi Touch-Staking

Reward bisa didapatkan melalui partisipasi di Touch-Staking per kuartal yang dijalankan dalam aplikasi Touchcon Wallet. Unit penyimpanan paling sedikit adalah 10 Touch dengan bunga reward yang dirancang sebesar 7%.

4.4.4 Pembayaran T Shopping Mall

Dapat digunakan pada pembelian produk atau layanan di T-Mall yang sudah dibangun di dalam aplikasi Touchcon Wallet.

4.4.5 Pembayaran Mall Integrasi RAP Shopping Mall

Ekosistem Touchcon adalah pemasaran bersama yang diikuti oleh khalayak pemasang iklan RAP. Mereka dapat menggunakannya secara bebas di Web RAP shopping mall tempat semua produk dan layanan yang digunakan dari RAP alliance dikumpulkan.

4.4.6 Pembelian Gifticon

Gifticon yang diterbitkan oleh cabang afiliasi seperti Starbucks, CU, LOHB's, dan lain sebagainya, dapat dibeli dan digunakan melalui aplikasi Touchcon Wallet dan solusi Rewardcon (rewardcon.com).

4.4.7 Pembelian Kupon Mobile

Berbagai macam kupon offline yang sering digunakan di kehidupan sehari-hari dapat dibeli dan digunakan melalui TOP.

4.4.8 Pembayaran di Toko Cabang Pemasang Iklan RAP

Touch (TOP) bisa digunakan untuk melakukan pembayaran di toko offline yang dijalankan sendiri oleh pemasang iklan RAP. Setelah menjalani penghubungan sistem dan uji coba, maka toko cabang franchise pemasang iklan RAP akan berlaku sebagai objek.

5. MODEL BISNIS

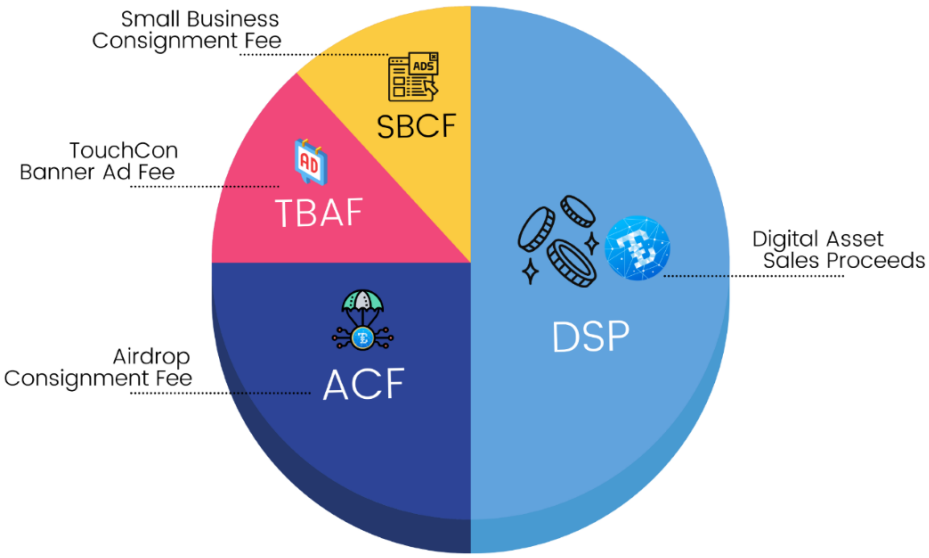
Touchcon adalah sistem reward acak yang diciptakan dengan melakukan encoding QR code 2 dimensi pada QR code agar pengguna bisa menerima reward melalui scan iklan. Hak paten model Touchcon yang sudah terdaftar dengan nomor hak paten BM (10-2035419) pada bulan Oktober 2019 di Kantor Kekayaan Intelektual Korea Selatan, dengan model usaha yang menggabungkan aset digital dan sistem komunikasi informasi memungkinkan pelaksanaan model usaha dalam berbagai macam bentuk.

Bisnis Touchcon mengejar total 4 jenis model usaha. Akan tetapi, masing-masing jenis usaha dan penjualan bisa terlihat seperti tidak memiliki aturan dikarenakan perubahan selisih harga aset digital selama 24 jam. Contohnya, jika selisih harga aset digital yang dimiliki oleh Touchcon meningkat pesat, maka keuntungan akan meningkat, namun jika ada penyesuaian dan penurunan pesat pada pasar, maka keuntungan akan menurun dikarenakan selisih harga yang menurun.

Pada awal layanan Touchcon (sekitar 1-2 tahun), layanan testnet versi beta akan disediakan untuk pembangunan dan kestabilan ekosistem. Setelah layanan dibuka, di sekitar tahun ke-2 sampai ke-3, kegiatan pemasaran yang aktif akan bersama-sama dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang nyata.

①DSP (Digital Asset Sales Proceeds) Keuntungan Penjualan Aset Digital
②ACF (Airdrop Consignment Fee) Biaya Komisi Airdrop
③TBAF (TouchCon Banner Ad Fee) Biaya Iklan Banner Touchcon
④SBCF (Small Business Consignment Fee) Biaya Komisi UMKM

※ Perkiraan Rasio Penjualan Model Bisnis Touchcon



5.1 TSP (TOC Sales Proceeds) - Keuntungan Penjualan TOC

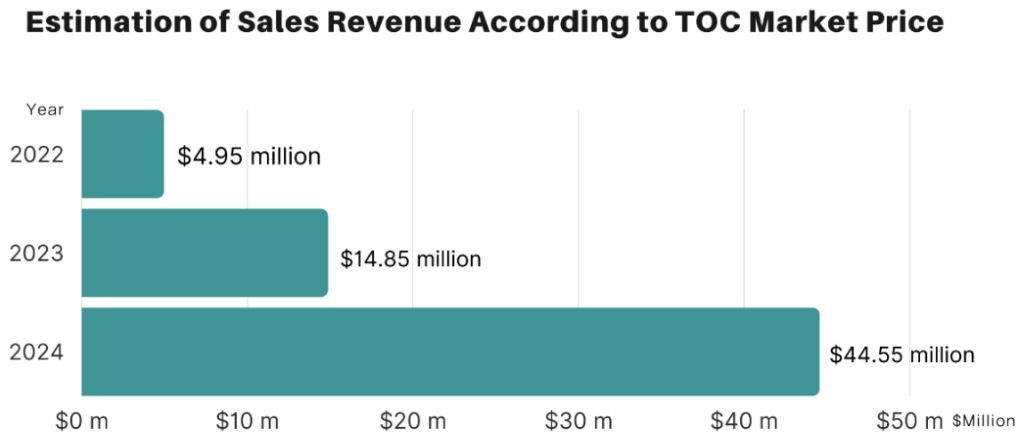
TSP adalah keuntungan yang muncul dari penjualan TOC kepada pemasang iklan RAP. 495.000.000 TOC yang dialokasikan 50% dari total jumlah yang terbit terkunci di pool reward Touchcon. Jumlah ini sebagai dana reward Touchcon yang digunakan selama 10 tahun, diatur agar setiap tahun 49.5 juta TOC dapat dijual ke pemasang iklan RAP dengan harga diskon. Tetapi pada tahun 2021 akan didistribusikan kepada pemasang iklan RAP secara cuma-cuma untuk pembangunan dan kestabilan ekosistem. Mulai tahun 2022, setiap tahunnya akan dijual dengan menyesuaikan rasio diskon berdasarkan selisih harga TOC. Touchcon akan dapat menciptakan keuntungan yang stabil setiap tahunnya melalui penjualan TSP.

※ TSP = Jumlah TOC x (Harga TOC x Rasio Diskon%)

cth) Mall SMS menentukan iklan pemasaran reward untuk mempromosikan produk baru, dan memutuskan untuk membeli total sejumlah 300 ribu TOC. (Pada hari tersebut harga TOC USD $1.00, rasio diskon 70%). Berapa TSP jika harga normal Mall SMS dihitunng dari 300 ribu USD dipotong 70% ke 90 ribu USD?

TSP = 300,000 TOC x (USD $1.00 x 70%) = USD $90,000.00

※ Perbandingan Keuntungan Penjualan Touchcon (tahun 2022-2024)

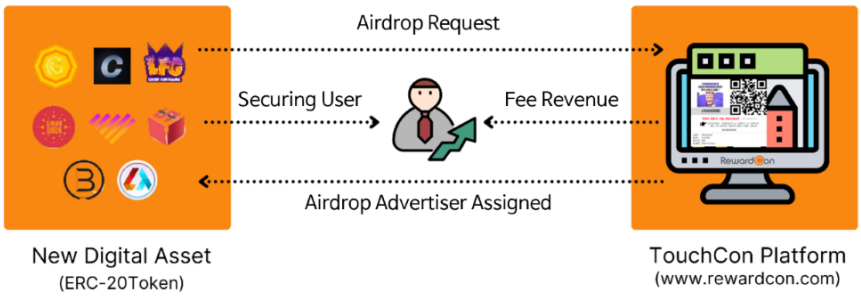


※ Perkiraan penjualan menurut harga pasar TouchCon TOC market price (2022-2024)

Perkiraan harga pada hari tersebut (USD$)		Rasio Diskon (70~90%)	Jumlah yang dapat dijual (TOC)	Penjualan Tahunan (USD$)
2022'	$0.50	80%	49,500,000	4,950,000
2023'	$1.00	70%	49,500,000	14,850,000
2024'	$3.00	70%	49,500,000	44,550,000
Total		-	148,500,000	63,350,000

5.2 ACF (Airdrop Consignment Fee) - Biaya Komisi Airdrop

Ini adalah penghasilan biaya yang muncul jika token digital baru menerapkan pemasaran Airdrop. Airdrop adalah event pemasaran dimana token digital tahap awal mendistribusikan token secara cuma-cuma untuk mendapatkan early adapter. Jika token digital baru menjalankan Airdrop berdasarkan Touchcon dan database pelanggan pemasang iklan RAP, maka bisa mendapatkan hasil yang sangat efisien karena adanya pembangunan ekosistem awal.



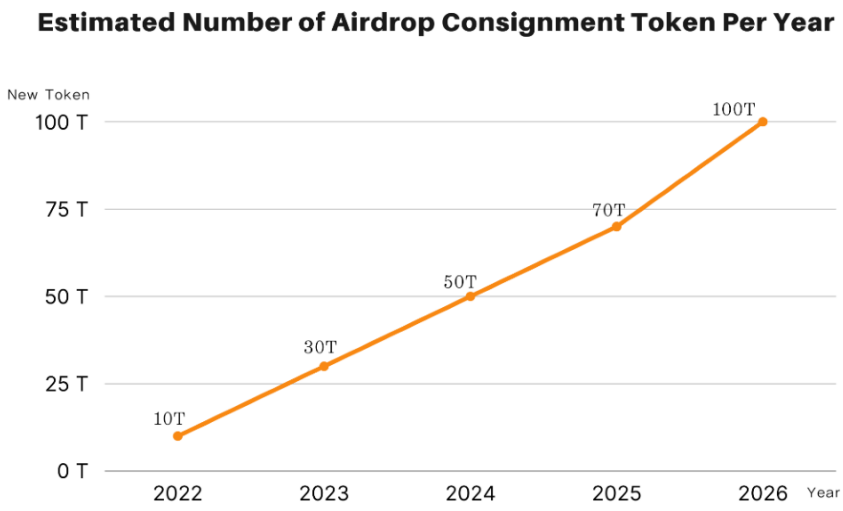
Biaya administrasi sekitar 5% akan dibebankan pada jumlah komisi yang diperdagangkan, setelah biaya dipotong terlebih dahulu dari jumlah komisi, Airdrop hanya akan dijalankan untuk jumlah yang tersisa saja. Saat nilai token biaya tersebut meningkat, maka pilihan strategi untuk meningkatkan nilainya dari menjualnya atau menyimpannya dalam jangka waktu menengah atau jangka waktu panjang.

※ ACF = Jumlah Airdrop × Biaya Komisi (%)

cth) Yayasan token baru ABC mengkomisikan total 10 juta buah ke Airdrop Rewardcon. Berapakah ACF?

ACF = 10,000,000 ABC x 5% = 500,000 ABC

※ Perkiraan Jumlah Komisi Aset Digital Baru (tahun 2022-2026)

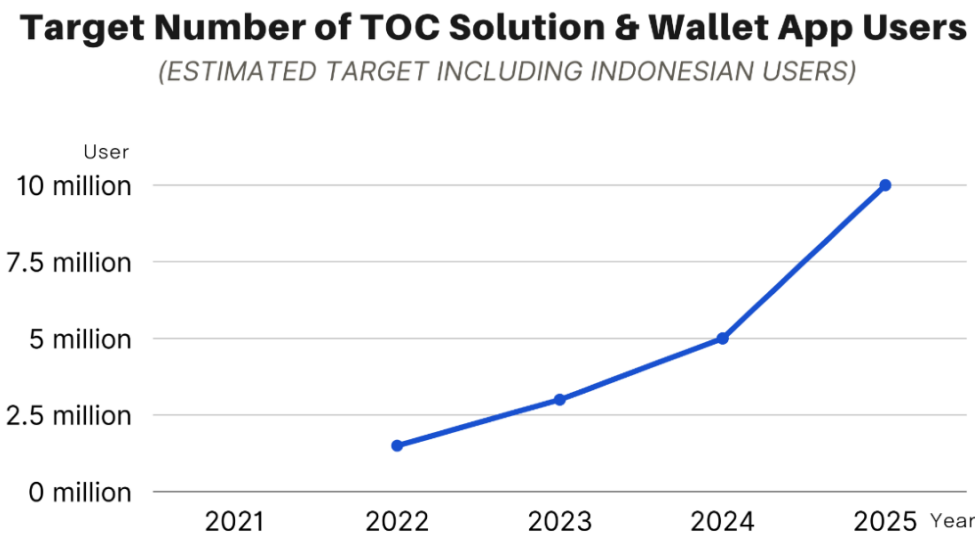


5.3 BAF (Banner Advertising Fee) - Biaya Iklan Banner

Ada 2 solusi di web dan aplikasi yang dibangun dan dijalankan untuk layanan Touchcon. Jika pengguna baru meningkat dengan masing-masing solusi Rewardcon 'www.rewardcon.com' dan aplikasi 'Aplikasi Touchcon Wallet', pemasukan untuk pemasang iklan menjadi mungkin dan bisa mendapatkan pemasukan dari iklan banner secara terpisah.

※ BAF 2 Jenis = Jenis Iklan (banner, menonjol, tetap) × Periode Iklan (bulan) × Harga Unit Iklan ($) × Rasio Diskon

※ Perkiraan peningkatan pengguna solusi Rewardcon dan aplikasi wallet (tahun 2022-2025, berdasarkan pengguna Indonesia)



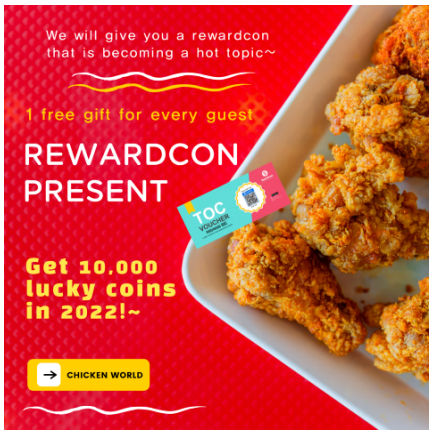
5.4 SBCF (Small Business Consignment Fee) – Biaya Komisi UMKM

SBCF adalah biaya komisi dimana pemasaran dilakukan dan ditagih ke perusahaan yang tidak mampu menjalankan promosi reward sendiri. Biasanya perusahaan dengan skala kecil bisa menggunakan event atau promosi tunggal, dan biaya komisi adalah 5% dari jumlah komisi.

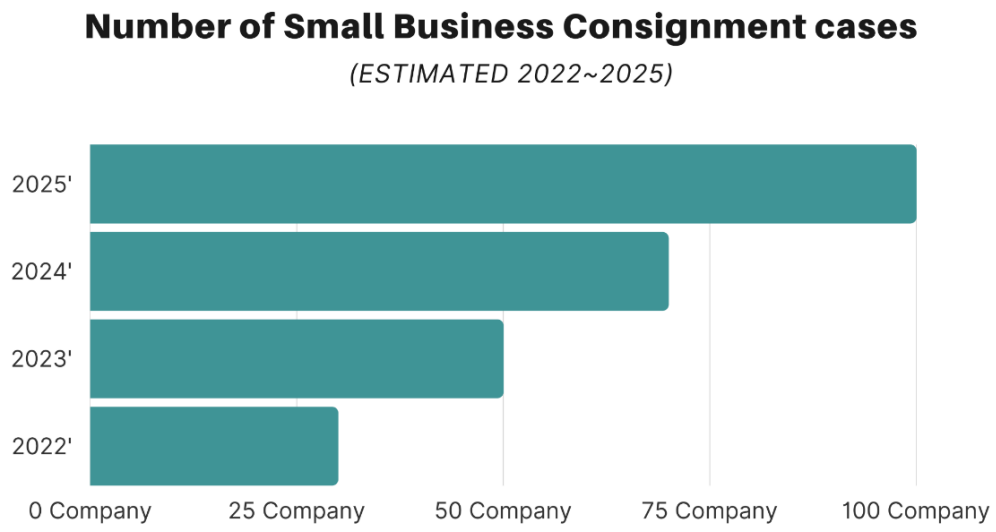
※ SBCF = Jumlah aset digital x biaya transmisi x 5% biaya komisi

cth) Perusahaan restoran kecil 'Negeri Ayam' membeli 100 ribu Touchcon yang sedang naik daun untuk memperingati 10 tahun berdirinya perusahaan dan memutuskan untuk memberikan 5 ribu lembar kepada para pelanggan melalui event. Berapa SCBF?

SBCF = 100,000 TOC x (biaya transmisi?) x 5% = 5,000 TOC



※ Perkiraan jumlah komisi platform Touchcon UMKM (tahun 2022-2025)



6. PERENCANAAN PENGEMBANGAN SOLUSI

6.1 Pengembangan Platform TouchCon

Konten Rewardcon adalah konten pemasaran iklan yang mengirimkan MMS melalui SMS perangkat mobile dengan memasukkan nilai pada QR Code 2 dimensi secara acak dari berbagai aset digital dimulai dari TOC setelah memasukkan gambar dan sejumlah kecil teks promosi merk pemasang iklan.

Inti pengembangan Touchcon adalah nilai aset digital yang dimasukkan dapat diidentifikasi melalui scanner dan scan pengguna, dan pengguna dapat langsung mengirimkan dan mengumpulkan nilai aset digital ke akun yang dimiliki pengguna. Ini berarti mendapatkan aset digital murni tanpa adanya proses perubahan bentuk ke poin atau bentuk lainnya. Semua proses dikirim ke blockchain sehingga mencegah penyelewangan reward serta bisa mendapatkan transparansi dan kepercayaan karena adanya pencatatan.

6.1.1 Pengembangan Source

Kesempurnaan kontrak token aset digital (ERC-20) yang telah dibuat dan dikembangkan harus diperiksa, kemudian memahami versi solidity, distribusi jaringan V2, kapasitas kontrak, kualitas kontrak, dan lain-lain, serta sinkronisasi dan optimalisasi sempurna yang sesuai dengan kontrak token yang sudah diluncurkan saat ini harus didahulukan.

Pekerjaan penghubungan wajib dilakukan agar mainnet Etherium bisa digunakan bersama-sama di dalam aplikasi dan ketika memasukkan angka acak yang terpilih (jumlah dan nilai aset digital) ke QR Code, source customizing akan dilakukan untuk mengatur fungsi poin karena pembayaran REST API yang dibawa tidak bisa langsung digunakan.

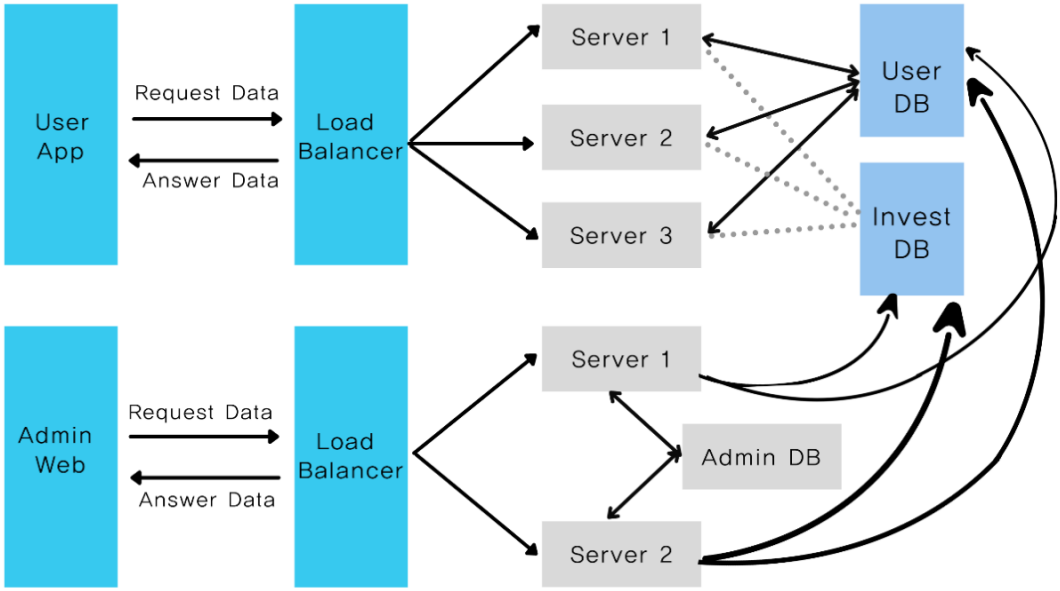
6.1.2 Desain Server

Diperlukan sistem yang mencegah down ketika melakukan swap atau mengkonversi TOP (Touch Point) ke Touch Coin (TOC) dengan membertimbangkan volume traffic yang tinggi karena banyak pengguna yang tersambung pada waktu yang sama. Tambahan sistem untuk menghalangi jalan masuk hacking juga diperlukan.

6.1.3 Desain Pengembangan Server

Pada dasarnya diperlukan sekitar 3 buah server rekaan tahap awal untuk User App. Ini dapat membantu untuk mencegah resiko overload dan serangan DDOS. Load balancer akan digunakan untuk membagi traffic dan jika ada banyak computing perhitungan pada server tersebut, maka teknik untuk mengalihkan ke server lain akan digunakan. Pada dasarnya, kondisi seperti itu dapat disesuaikan melalui 3 buah server.

Jika ingin mendefinisikan DB User dan DB Invest, DB User hanya mencatat data seperti informasi pribadi dan login, informasi pendaftaran anggota, DB Invest hanya mencatat informasi terkait catatan investasi yang dilakukan user, catatan penukaran poin, dan lain-lain.



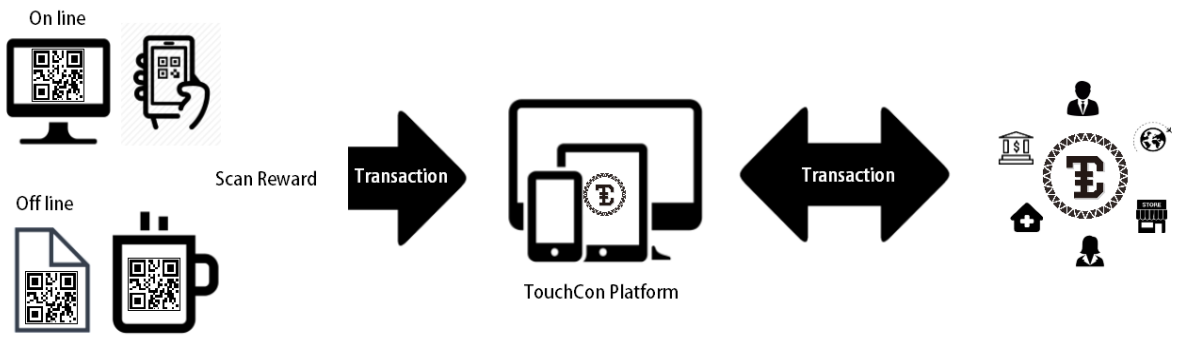
DB tidak dipasang di masing-masing server, alasan DB user dan invest harus dirancang setelah dipasang secara terpisah di luar adalah karena bisa menghalangi jalan masuknya hacking melalui pemisahan fisik. Dengan alasan tersebut, pengelola DB juga dapat menghalangi jalan masuk hacking melalui pemisahan fisik.

Terlihat hanya diperlukan status dasar untuk web pengelola dan sebenarnya UI tahap awal tidak perlu rumit. Jumlah pengelola lebih sedikit dibandingkan jumlah user, sehingga bisa menyesuaikan dengan 2 buah server tahap awal. Seiring dengan meningkatnya jumlah user, jika cara seperti menambah server, melakukan clusetering DB dilakukan, maka penyesuaian dapat dengan mudah dilakukan mengikuti ekspansi user.

6.2 Perencanaan Solusi TouchCon

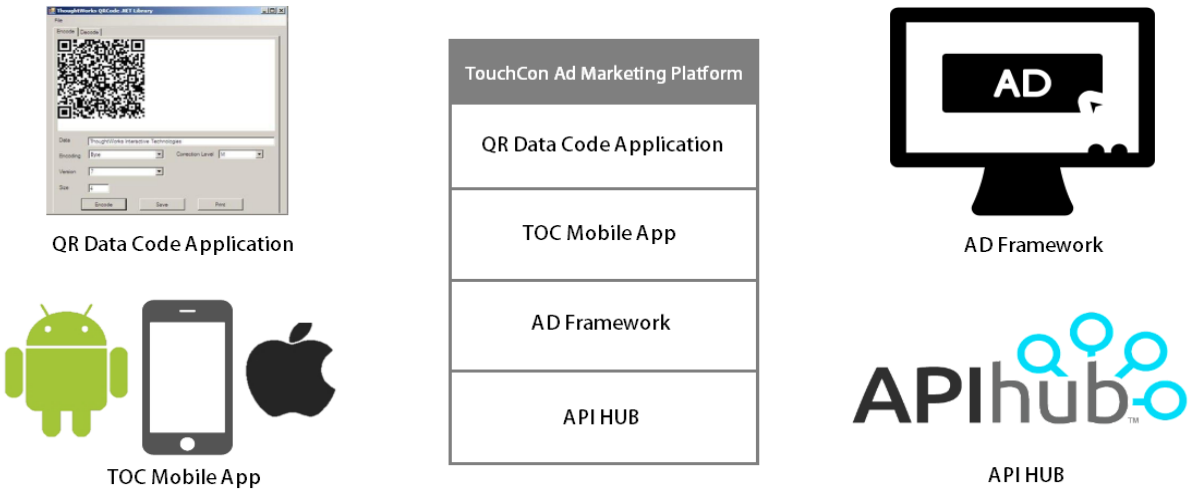
6.2.1 Konsep

Mendukung berbagai layanan transaksi keuangan seperti pembayaran, pengiriman, penukaran, dan transaksi lainnya dengan membuat Rewardcon melalui encoding acak aset digital yang dimulai dari TOC ke QR Code dengan sistem yang mendukung reward dan pengumpulan melalui scan pengguna.



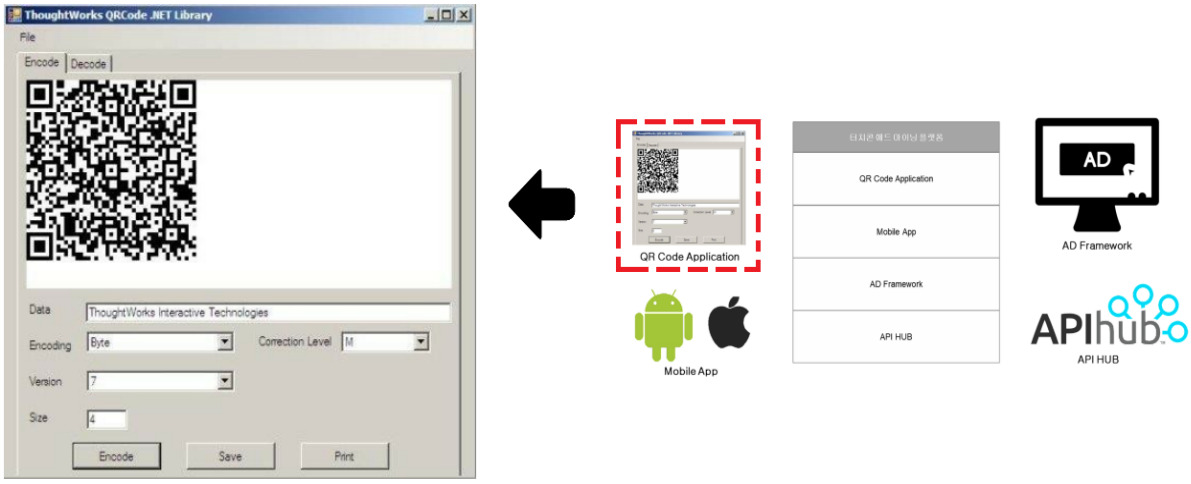
6.2.2 Arsitektur Perangkat Lunak

Disusun oleh solusi www.rewardcon.com yang membuat, menerbitkan, mengirimkan, dan mengelola Rewardcon Data Code, aplikasi Touchcon Wallet untuk melakukan scan QR code, memberikan dan mengumpulkan reward acak, AD Framework untuk memperlihatkan iklan kepada pengguna yang tidak ditentukan, dan API HUB yang menghubungkan Etherium Wallet.



6.2.3 Solusi Rewardcon Data Code

Solusi yang mencetak dan mengirimkan aset digital (ERC-20) yang dimulai dari TOC melalui Rewardcon Data Code dan memasukkan teks iklan dan gambar merk RAP. Pada QR Code 2 dimensi, encoding untuk 1-300 ribu aset digital (ERC-20) akan dilakukan secara acak berdasarkan RAP penerbit.

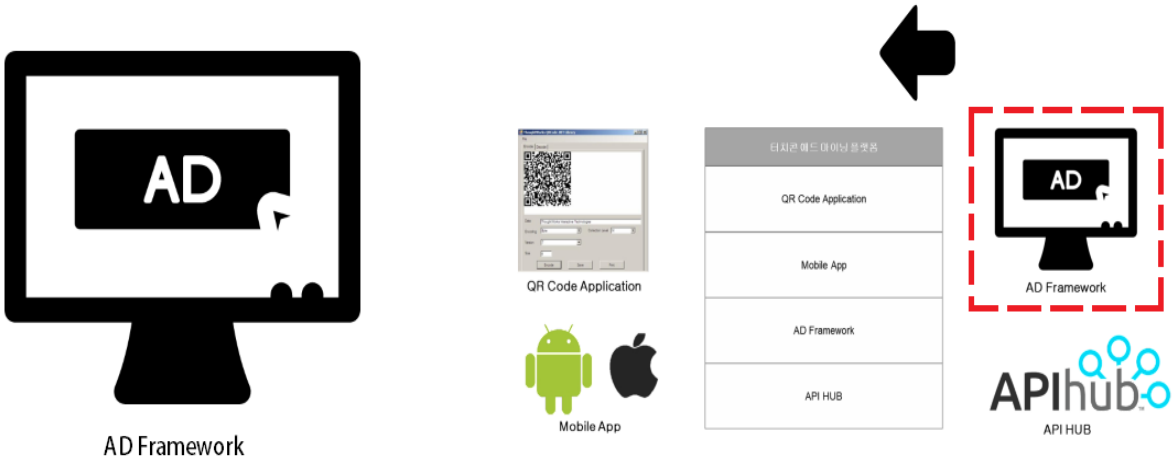


6.2.4 Aplikasi Mobile TouchCon Wallet

Jika scan dilakukan ke QR Code yang dimasukkan dengan source pada konten ‘Rewardcon’, tidak hanya mendapatkan aset digital, lingkungan dan fitur agar wallet pengguna dapat digunakan dengan aman, yang dimulai dari pengumpulan, penyimpanan, dan dukungan staking. Pengguna melakukan scan pada QR Code Rewardcon dan sambil mendapatkan TOC, mereka juga berperan sebagai konsumen yang mengenali teks iklan dan gambar pemasang iklan RAP.

6.2.5 AD Framework

Ketika pengguna yang mendapatkan 'Rewardcon' mencoba melakukan scan pada QR Code, akan saling terhubung dengan aplikasi mobile melalui tempat penyimpanan agar iklan alliance partner bisa terekspos. Gambar, teks, bahkan video iklan akan dikelola di AD Framework.

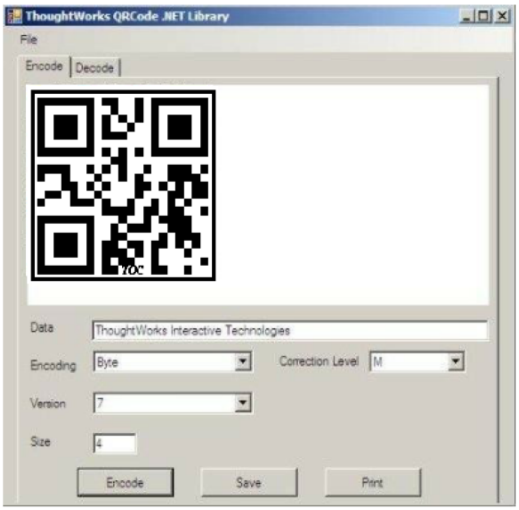


6.2.6 API HUB

Akan berperan sebagai gateway yang mengelola dan memonitor semua pengiriman dan penerimaan data yang dimulai dari solusi www.rewardcon.com, Aplikasi TouchCon, AD Framework, dan ETH Wallet.

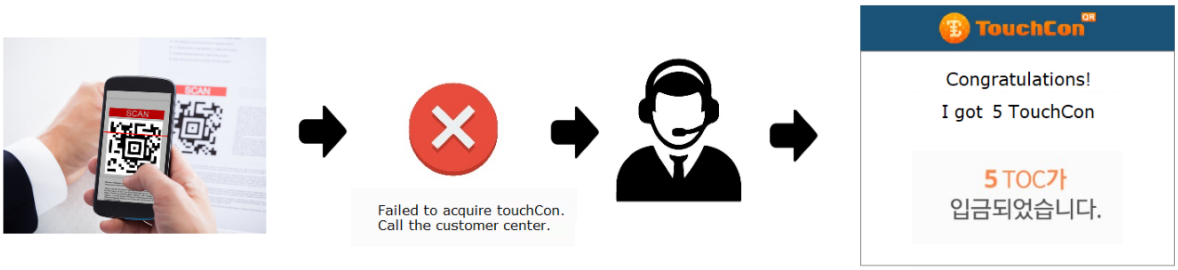
6.2.7 Metode Penyebaran

Jumlah TOC dan aset digital (ERC-20) yang akan di-encoding pada QR Code akan dibagi secara acak, dan fitur untuk mencetak di Framework akan disediakan. Rewardcon QR Code yang membedakan TOC dicetak bersama-sama dalam bentuk gambar untuk meningkatkan kemudahan dalam dibaca.



6.2.8 Aplikasi Mobile TouchCon AD Viewer

Fitur pada aplikasi TouchCon Wallet dibagi atas fitur scanner untuk melakukan scan QR code dan fitur AD Viewer agar pengguna dapat menggunakan iklan. Pengguna yang mendapatkan aset digital yang dimulai dengan TOC setelah mendapatkan Rewardcon terlebih dahulu dan menggunakan iklan atau scan, maka proses untuk pengumpulan reward ke dalam pengguna akan dijalankan. Namun apabila scan dilakukan pada QR Code Rewardcon dan tidak mendapatkan reward seperti seharusnya, maka masalah dapat diselesaikan melalui bantuan help desk.



6.2.9 Pencegahan non-pembeli dari mining QR pada produk-produk

6.2.9.1 Pencegahan hacking online

'Rewardcon' biasanya akan dikirimkan dalam bentuk MMS melalui internet dan mobile untuk online. Jika pengguna tidak langsung melakukan scan dan mengabaikannya, ada resiko tinggi untuk dihack karena terekspos keluar. Mengikuti hal tersebut, setelah pengguna mendapatkan 'Rewardcon', scan harus segera dilakukan untuk dikumpulkan ke dalam wallet.

6.2.9.2 Pencegahan hacking offline

Terdapat berbagai macam tindakan untuk melakukan hacking pada konten 'Rewardcon' offline. Pertama, apabila QR Code dicetak pada voucher eksternal, maka gunakan metode scratch atau penghilangan latar belakang gambar untuk mengatasi hacking eksternal.

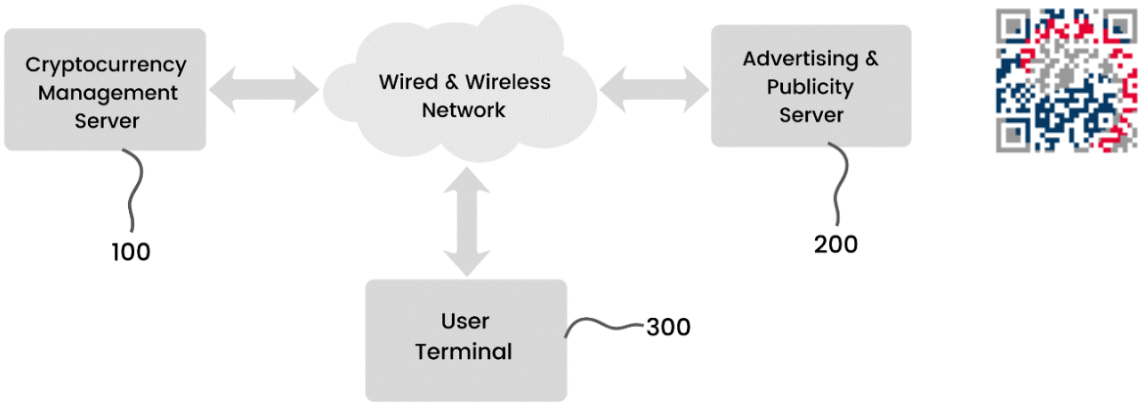
Kedua, apabila disertakan di dalam produk, maka stiker dank upon QR Code harus dicetak dan disisipkan terlebih dahulu.

Ketiga, untuk event atau promosi, setelah QR Code yang sudah terekspos di voucher dan kupon dicetak, bisa langsung dibagikan kepada pelanggan yang berkunjung ke toko atau yang berpartisipasi pada event. Dapat diterapkan dan dicetak dalam berbagai macam bentuk selain konten 'Rewardcon', sehingga semua bentuk lingkungan pemasaran pemasang iklan dapat terpuaskan dalam kondisi apapun.

6.3 Ringkasan Pendaftaran Paten Rewardcon (Rewardcon Patent Registration Summary)

Solusi Touchcon adalah model bisnis pertama dunia yang telah diakui paten di Korea Selatan. Touchcon mendapatkan paten dengan pengembangan independen sebagai sistem penerimaan reward cryptocurrency melalui encoding aset digital pada QR Code 2 dimensi dan discan oleh pengguna.

Sistem dan Metode Mining (Reward) Cryptop Currency menggunakan QR code (10-2035419)



※ Kutipan Ringkasan Paten Invensi (Penemuan Baru)

Invensi ini menyediakan sistem dan metode mining (reward) mata uang kripto yang menggunakan QR Code dengan menggunakan program mining mata uang kripto, scan QR Code, sehingga nilai mata uang kripto yang terisi di QR Code akan dikumpulkan ke dompet elektronik pribadi.
Mata uang kripto yang didapatkan dari pembuatan dan transaksi akan dibagi dengan perbandingan paling tidak 2 ke atas dalam jumlah yang sudah diatur, QR Code yang mengandung nilai mata uang kripto akan dibuat mengikuti perbandingan yang telah diatur dan layanan iklan dan promosi akan disediakan. (Bagian tengah dihilangkan)
Sistem dimana server iklan dan promosi yang menyediakan isi iklan yang sudah disisipi QR Code dengan isi iklan yang sudah dikonfirmasi oleh pengguna akhir (300) dan program atau aplikasi mining mata uang kripto untuk mining mata uang kripto yang terisi pada QR Code dilengkapi, scan QR Code yang didapatkan dari server iklan atau promosi akan dilakukan melalui QR Code reader QR, server pengelola mata uang kripto akan terhubung melalui sistem komunikasi kabel atau nirkabel berdasarkan informasi link yang mengandung QR Code, nilai mata uang kripto yang terkandung pada QR Code melalui server pengelola mata uang kripto akan dikumpulkan ke dompet elektronik masing-masing pengguna akhir.

7. RENCANA PERTUMBUHAN

7.1 Rencana Pertumbuhan Ekosistem Touchcon

Ekosistem Touchcon memiliki struktur yang bertumbuh dimana bukan hanya pekerja industri khusus saja tetapi juga semua pengguna di kehidupan sehari-hari akan diikutsertakan dan dimasukkan dengan ekosistem aset digital. Untuk itulah 'Aplikasi Touchcon Wallet' dan konten solusi 'Rewardcon' rewardcon.com diluncurkan agar para pengguna dapat menggunakannya dengan mudah dan cepat.

Selain itu, perusahaan RAP yang ikutserta pada ekosistem Touchcon disortir dan akan muncul bersama sebagai partner brand, sehingga dapat membangun kemitraan dengan brand-brand perusahaan dari semua negara yang ada di seluruh. Perusahaan global yang memiliki DB pelanggan yang stabil akan digunakan dan ekosistem Touchcon akan semakin aktif dengan memberikan reward aset digital kepada mereka. Sistem reward Touchcon sudah mendapatkan pendaftaran paten di kantor Kekayaan Intelektual Korea Selatan dan akan berperan pada revitalisasi ekosistem aset digital dengan mengembangkan dan memajukan sistem.

7.2 Mainnet 'Touchcon'

Sistem reward Touchcon menggunakan DB besar pelanggan yang dimiliki perusahaan sehingga data dan partisipan diperkirakan akan sangat banyak. Oleh karena itu, jika ingin menjamin pencatatan dan pengiriman yang cepat pada blockchain, pada platform yang berdasarkan Etherium saat ini terlihat akan bertabrakan pada batasan sedikit demi sedikit.

Tim proyek mencegah penyelewengan pada proses pengrewardan melalui koneksi reward dan blockchain, pengembangan mainnet sedang dipersiapkan agar bisa mendapatkan transparansi dan keadilan reward. Kami berencana untuk bekerjasama dengan perusahaan pengembangan blockchain professional di Korea Selatan, ICON, yang akan menyediakan saran-saran teknis terkait. Rencana pengembangan yang nyata akan diberitahukan pada tahun 2022, dan pengembangan mainnet serta sistem mining Touchcon direncanakan akan beroperasi bersama-sama.

Metode mining Touchcon akan dilakukan dengan metode POS yang menjadi tren di tahun 2020. Reward yang lebih banyak akan diberikan kepada satu penambang (mining) yang memiliki kontribusi tinggi pada kolaborasi ekosistem Touch con dan konten Rewardcon. Oleh sebab itu, akan dikembangakan ekosistem Touchcon yang mendapatkan ekspansi dan sistem mining dengan siapa saja dan dimana saja dapat berpartisipasi dalam mining dengan mudah.

7.3 Tim Proyek

Tujuan akhir dari tim Touchcon ada pada pembangunan dan jalannya platform yang sempurna dan independen. Pada platform Touchcon yang telah sempurna, tidak hanya partisipasi dan berbagi layanan DApp dengan bebas, source terkait penggunaan data base dalam jumlah besar oleh pengguna dan pemasang iklan dari partisipasi reward player akan dibuka.

Year	Goal	Milestone	
		On -Chain	Off-chain, Business
2019	-Launch TouchCon App service -Preparation and promotion of listing -Partner Additional Expansion	-Etheruem Mainnet -Touchtoken(TOC) -TouchCon App Launch	-Listed on Mercatox -Listed on Stex -Alliance Andong -Alliance Japandrug
2020	-TouchCon App Update -Preparation and promotion of listing -Partner Additional Expansion		-Listed on LATOKEN -Alliance Mega-M -Korea patent -Examination registration completed(10-2035419)
2021	-TouchCon V2.0 Upgrade -Partner Additional Expansion -TouchCon App Upgrade -Rewardcon Solution Dev -TouchCon official service(KOR) -RAP Meetup (Seoul, KOR)	-TouchCon App Launch -Reward Solution Open	-Official Service Launch -Alliance Caolion -Alliance Mukkebi -Alliance Best Eleven -Alliance Rehoboth -RAP Meetup(Seoul KOR)
2022	-Partner Additional Expansion -TouchCon App Upgrade -Rewardcon Solution Dev -TouchCon official service(IDN) -Blockchain Mainnet Launch		

*Initial version of the TouchCon app
https://play.google.com/store/apps/details?id=toc.touchconqr.app

ROADMAP - MILESTONE INCLUDED

2018 Kick-Off

2019 Q1 - Q4

. Launch TouchCon App service
. TouchCon Update V1.1
. Listed on Mercatox Exchange
. Listed on Stex Exchange
. Alliance Partnership with Andong
. Alliance Partnership with JapanDrug

2020 Q1 - Q4

. Listed on LATOKEN Exchange
. TouchCon Update V1.2
. Rewardcon Concept Update V1.3
. TouchCon App Update V1.2
. Korea patent examination registration completed (10-2035419)
. Alliance Partnership with MEGA-M

2021 Q1 - Q2

. TouchCon V2.0 Upgrade
. Launch TOC Whitepaper V2.0
. Alliance Partnership with Caolion
. Rewardcon Basic Design Completed/Dev
. Alliance Partnership with Mukkebi
. Partnership with TouchCon service technology developer - Gravitera
. Alliance Partnership with Best Eleven
. Alliance Partnership with Rehoboth

2021 Q3 - Q4

. Alliance Partnership with Sanava Mall
. RAP Meetup (Seoul, KOR)
. Launch Web Solution Beta service
. Launch TOC Wallet App Beta service
. Alliance Partnership with MEGABOX
. Alliance Partnership with KRFOOD

2022 Q1 - Q4

. Launch TouchCon Official service (KOR)
. RAP Meetup (Seoul & Jakarta)
. Launch Touch-Staking service
. Launch Touch-Mall service
. Launch Web Solution Beta service (IDN)
. Launch TOC Wallet App Beta service (IDN)
. Launch TouchCon Official service (IDN)
. Listed on additional digital asset exchanges
. RAP Partnership Continuing Alliance

COPYRIGHT 2021. TOC FOUNDATION SIGI Inc, ALL RIGHTS RESERVED

7.5 Comparison of TouchCon Project and Other Consumer Service Projects

Currently, there are various projects that provide consumer reward services in digital assets. However, most of these projects are just complementing and modifying the disadvantages of existing point rewards, and they are far from the scalability of actual reward service ecosystem. This is because most projects are at the level of integrating or exchanging existing points or staying at the level of integrating points and mileage.

Consumer service projects for simple rewards are also no different from it. For example, they include the e-sports for fan service, everyday songs, quizzes, Q&A service, supply of medical information & climate information, corporate advertising & video viewing projects, etc.

By comparison, the 'Reward Random Rewards' project that TouchCon seeks is a project with a completely different concept. TouchCon is a new concept service that integrates existing points, gifticons, and reward app rewards, and it is a platform that advertisers and consumers can share and enjoy together.

In particular, it is very advantageous for scalability in the global environment in the future because it is a platform that specializes in reward for various digital assets and that a random system is applied in rewards. TouchCon will create an economy where anyone, including advertisers and consumers, can easily participate in the ecosystem and communicate with each other, and share the right of transparent rewards.

Project name	Ecosystem	Market price	Total supply	Circulating supply
MiL.K	Point Integrated service	$1.66	986,245,419	214,871,832
HUM	Medical info service	$0.67	1,084,734,273	598,909,623
SSX	Music service	$0.13	5,000,000,000	2,421,094,861
AHA	Q&A service	$0.03	10,000,000,000	2,996,627,974
MED	Medical info service	$0.085	10,000,000,000	4,616,804,496
MVL	Mobility data service	$0.03	30,000,000,000	13,304,526,677
TouchCon (TOC)	Digital asset random reward service	-	990,000,000	118,800,000

*The above market prices and figures are provided as of November 25, 2021.

8. EKONOMI & PENGELOLAAN TOKEN

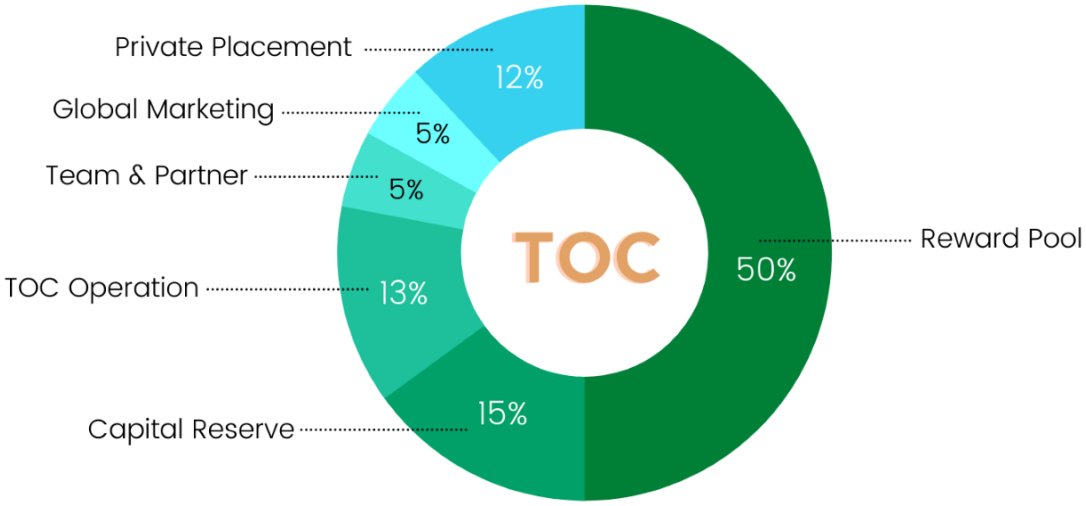
8.1 Pembuatan & Distribusi Token

Token utilitas TOC adalah token yang diterbitkan pada Touchcon, yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran, penukaran, dan berbagai kegunaan liannya di ekosistem Touchcon, pemilik token akan mendapatkan reward yang transparansi dan adil untuk dapat mendukung pembayaran dan pengiriman yang bebas.

Untuk itu, bersama dengan standar Lockup dan Unlock yang tepat untuk token TOC, pengelolaan Holding yang teliti diperlukan demi pemufakatan pengembangan mainnet blockchain dan alliance RAP. Namun, untuk mengontrol penurunan nilai dikarenakan pasokan Unlock yang berlebihan, pasokan hanya akan dikendalikan untuk kegunaan yang dibagi secara nyata dan kebutuhan pasar yang minimum.

Token	Description
Name	TouchCon
Symbol	TOC
Platform	ERC-20
Token Cap	990,000,000

TOC TOKEN DISTRIBUTION



8.2 PANDUAN PELAKSANAAN TOKEN

8.2.1 Reward Pool 50% (495,000,000 TOC)

Kuantitas Reward Pool didistribusikan sebesar 50% dari jumlah yang terbit dan pembuatan akan berada pada status Lockup lagi. Dimulai dari bulan November 2021, setiap tahun 49,5 juta akan menjadi Unlock dan akan didistribusikan ke ekosistem Touchcon. Keseluruhan jumlah reward pool akan ditarik pada tanggal 30 Juni 2030.

8.2.2 Cadangan Modal 15% (148,500,000 TOC)

15% dari total jumlah yang terbit akan didistribusikan, yang merupakan jumlah untuk secara aktif menghadapi perubahan pasar yang drastis. Bersifat sebagai dana yang dipersiapkan untuk menghadapi berbagai macam situasi besar yang bisa mempengaruhi roadmap pada lingkungan global.

8.2.3 Operasional TOC 13% (128,700,000 TOC)

13% dari total jumlah yang terbit akan didistribusikan dan digunakan untuk pengembangan proyek dengan mengoperasikan perusahaan, mendukung dan mengelola perusahaan pengoperasian layanan.

8.2.4 Tim & Mitra 5% (49,500,000 TOC)

5% dari total jumlah yang terbit akan didistribusikan dan akan dibagikan kepada pengembang dalam negeri, mitra, alliance, dan advisor yang berpartisipasi dalam proyek berdasarkan tingkat kontribusi mereka. Akan dilakukan Lockup otonomis tertulis untuk semua anggota tim yang mendapatkan jumlah pengembang demi likuiditas Touchcon. (50% 1 tahun, 50% 2 tahun)

8.2.5 Pemasaran Global 5% (49,500,000 TOC)

5% dari total jumlah yang terbit akan didistribusikan dan digunakan untuk integrasi reward global dengan lingkup luas afiliasi dan pendirian kantor cabang di luar negeri, serta memperluas tempat transaksi dan lain sebagainya untuk mendapatkan likuiditas TOC.

8.2.6 Penempatan Pribadi 12% (118,800,000 TOC)

12% dari total jumlah yang terbit akan didistribusikan dan digunakan untuk mencapai proyek dengan biaya pengembangan teknologi dan berbagai biaya operasional, R&D, pengembangan solusi dan blockchain, dan lain sebagainya.

8.3 Rencana Lockup (Lockup Plan)

TOC telah diatur Lockup dan Holding sesuai dengan masing-masing kegunaan berdasarkan tujuan proyek, dan akan Unlock berdasarkan jadwal pengembangan. Berikut adalah jadwal Unlock untuk tahun 2021-2022.

Category	2021.09.10	2021.09.11 ~ 11.10	2021.11.11 ~ 12.31	2022.01.01 ~03.30	2022.04.01 ~07.30	2022.08.01 ~09.30
Reward Pool			9,900,000 (2021.11.20)	19,800,000 (2022.02.20)	19,800,000 (2022.04.20)	
Capital Reserve						
TOC Operation						
Team & Partner	19,800,000 (2021.09.01)			9,900,000 (2022.01.20)		
Global Marketing		19,800,000 (2021.11.09)			19,800,000 (2022.05.20)	
Private Placement	118,800,000 (2021.06.20)					
Total	138,600,000	19,800,000	9,900,000	29,700,000	39,600,000	
Percentage	14%	2%	1%	3%	4%	

Reward Pool dimulai pada bulan November 2021 dan akan Unlock setiap tahunnya sebesar 49.5 juta buah lalu didistribusikan ke ekosistem melalui pembuatan Rewardcon dan akan berhenti 10 tahun kemudian pada tanggal 30 Juni 2030.

Jumlah Cadangan Modal dan Operasional TOC sedang dikelola dan hold dalam kondisi tidak Lockup, dan akan dikuasai dalam waktu panjang demi kestabilan ekosistem Touchcon.

Jumlah Tim & Mitra dan Global akan dikelola dan hold dalam kondisi tidak Lockup. Di antaranya, untuk Tim & Mitra akan di-Unlock dan didistribusikan ke ekosistem sebanyak 19,8 juta buah di tanggal 30 Agustus 2021 untuk tahap pertama, dan 9,9 juta buah pada tanggal 30 Januari 2022 untuk tahap kedua. Jumlah lainnya yang tersisa akan dikuasai dan holding untuk jangka waktu menengah dan panjang.

Untuk Pemasaran Global, akan di-Unlock dan didistribusikan ke ekosistem sebanyak 19,8 juta buah di tanggal 30 Oktober 2021 untuk tahap pertama, dan 19,8 juta buah pada tanggal 30 April 2022 untuk tahap kedua. Jumlah lainnya yang tersisa akan dikuasai dan holding untuk jangka waktu menengah dan panjang.

8.4 Token Inflation, Buyback, and Burn Policy

Strict management and transparent policy execution on the distribution volume of TOC (TOC) will be the most important factor that stabilizes the TouchCon ecosystem and activates the TOC economy in the future.

8.4.1 Inflation Management Policy

The most important factor in token inflation is the emergence of new volumes. However, the volume of TouchCon (TOC) reward pool that comes out on the market every year is 49.5 million units, which is only 5% of the total issuance. In general, the volume that can cause inflation in the global market is said to be around 20% of the total issuance, so the possibility of inflation of TouchCon (TOC) is very low. Nevertheless, when the supply and demand balance are not inconsistent due to excessive market volume, the token economy will seek stabilization through the TouchCon (TOC) Buyback policy and Burn.

8.4.2 Token Buyback Policy

RAP advertisers will purchase RewardCon by cash or make a payment with TouchCon (TOC) that they purchase in the exchange according to the TSP (TOC Sales Proceeds) designed as a business profit model in this white paper 5.1. In the case of cash, 30% of the total profits are used for repurchasing in the market according to the buyback policy. When you make a payment using TouchCon (TOC), an indirect buyback effect will occur, which will act as a catalyst that reduces the volume of TouchCon in the market and increases not only supply & demand but also market price.

In addition, the payment in the business model planned in this white paper 5.2~5.4 is also performed using cash and TouchCon(TOC). According to the TouchCon buyback policy, 30% of all business profits are used for repurchasing in the secondary market, so the governance structure of the TouchCon (TOC) can be stabilized.

8.4.3 Token Burn Policy

The volume of 49.5 million reward pool will be distributed fairly to all RAP advertisers and used for marketing every year. However, when it is not used after distribution, or when the volume remains due to the advertiser's situation, we will collect and burn all of them, and will announce the fact to the community through notification.

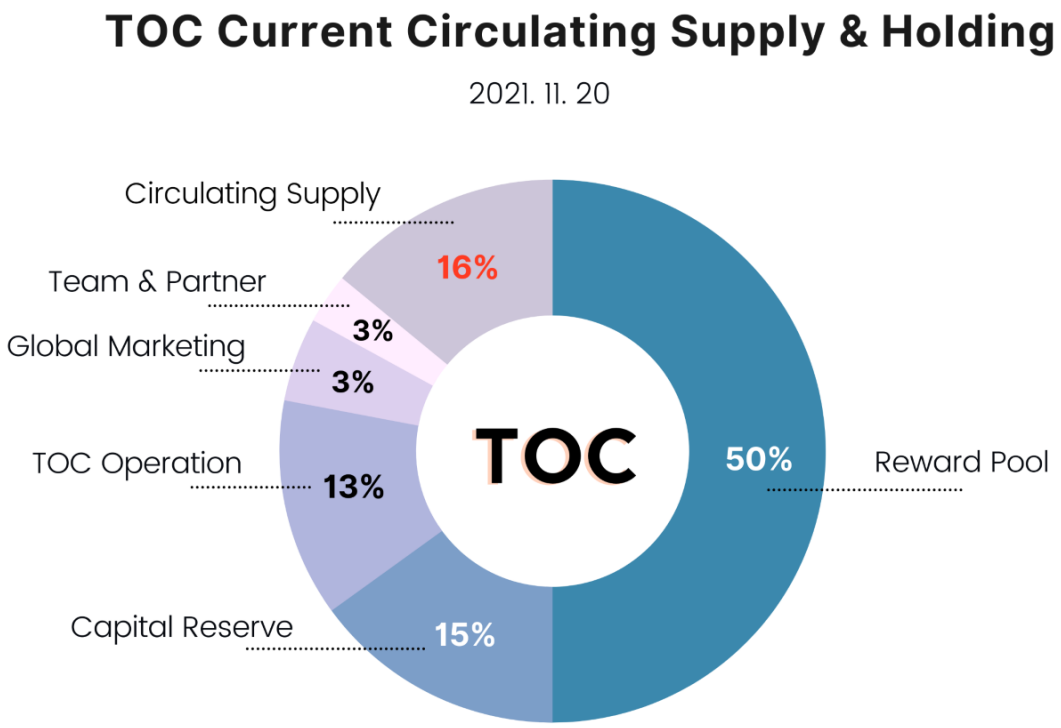
8.5 Pengoperasian Wallet & Kepemilikan Token (Operating Wallet & Holding Token)

8.5.1 Alamat Kontrak Pintar TouchCon

Alamat Kontrak	0x549905519f9e06d55d7dfcd4d54817780f6b93e8

8.5.2 Alamat Token dan kuantitas pemilikan (20/11/2021)

Penggunaan Wallet	Kuantitas Pemilikan	Alamat Wallet
Reward Pool	495,000,000	0x5e93e5103273108d6faca2974c799958c3f40f70
Cadangan Modal	148,500,000	0xf88cf1bef1c4b7aebb9a6df1137dcc34d3c896c9
Operasional	128,700,000	0xf3e64c0dd628bc9f7e912604a78c0b85a8b75af6
Pemasaran Global	29,700,000	0x4cbc7a7d12f37fb96f0a61936136d3d1e13c5609
Tim & Mitra	29,700,000	0xe8f6f09302887247640c678a46a714392157eeaf
Total	831,600,000	



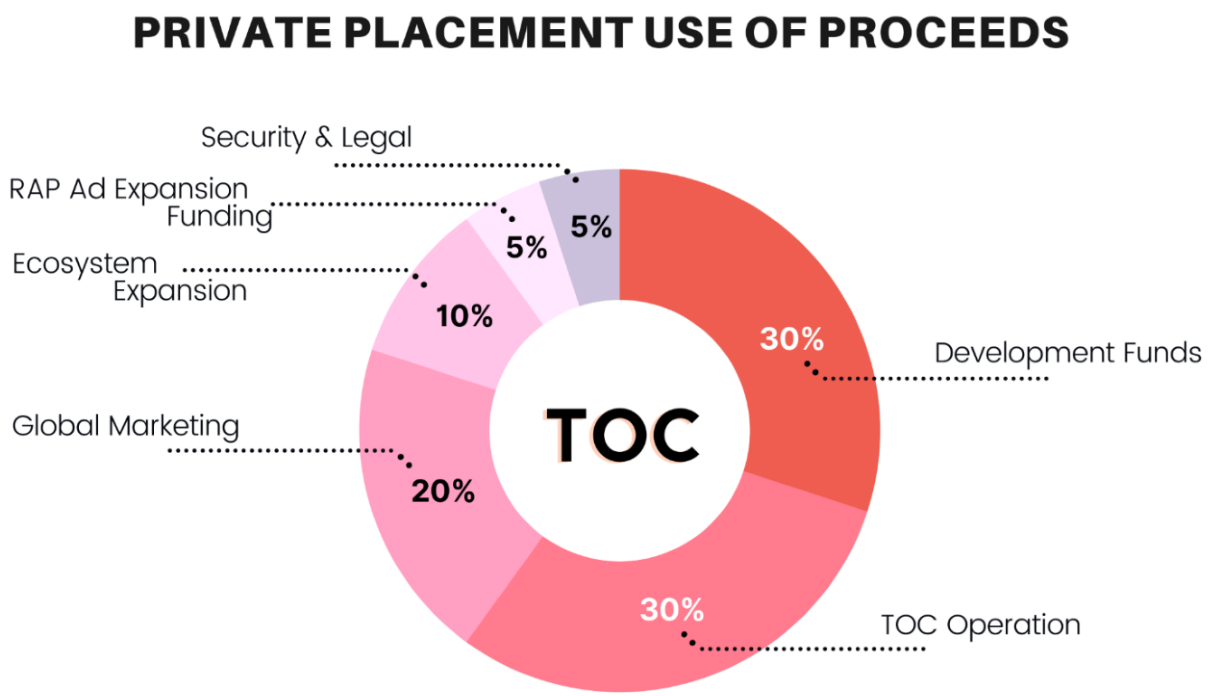
8.6 Tujuan Penggunaan Dana (Use of Fund)

Untuk pelaksanaan proyek Touchcon, seluruh dana yang terbentuk dengan token yang telah dibuat akan digunakan pengembangan platform dan revitalisasi ekosistem. Perancaan penggunaan dana yaitu 30% untuk semua R&D yang sudah termasuk pengembangan solusi inti (Development Funds), 30% untuk berbagai macam biaya operasional (Operating Cost), 20% untuk kegiatan bisnis global (Global Marketing), 5% untuk biaya penghubungan pemasang iklan RAP dan afiliasi (RAP Advertiser Expansion Funding), 10% untuk biaya pembangunan ekosistem Touchcon yang sudah termasuk dengan event (Ecosystem Expansion), dan 5% untuk kestabilan dari sisi hukum dan keamanan (Security & Legal).

Namun, rasio ini bukanlah rasio yang tetap tetapi hanya rasio perkiraan, dimana sebagian dapat diubah nantinya sesuai dengan keperluan untuk revitalisasi ekosistem Touchcon.

Touchcon akan menganalisa dan menilai rincian penggunaan dana setiap tahunnya dan akan mengumumkannya melalui website. Selain itu, jika dana pengembangan diestimasikan tidak cukup, token Operasional TOC yang dimiliki bisa dijual sejumlah yang dibutuhkan sebagai tambahan agar tidak terjadi pelanggaran harga pasar Token dan jumlah peredaran yang berlebihan.

-TOC Private Goal: 8,000ETH ($3 million)
-Token Price: 1 ETH(USD $380.00) = 10,000 TOC(30% Bonus Include), USD $0.040
-Achievement Rate(2018.04): 6,850 ETH(86%) = $2,60 million



8.7 Token Governance

TouchCon is aware of the needs of governance as the principle of decision-making system to induce multiple consensuses for establishment and stability of ecosystems. TouchCon Governance is a minimal device to enable advertisers and users of the project to participate together and actively listen to participants in the blockchain.

TouchCon governance is used to manage efficient and fair distribution of resources, as well as the comprehensive consensus method of participants. Therefore, it pursues broad governance that includes most of all decision-making methods performed within the TouchCon ecosystem. As a result, in addition to the consensus method of the TouchCon blockchain participants, all resources are fairly and efficiently distributed and used.

In the technical aspect of the blockchain, TouchCon governance includes a variety of decision-making challenges deriving from the creation of reward blocks in the Touch Chain and connection to marketing, as well as the selection process of the consensus algorithm (PoS, PoW, DpoS, etc.) in the future Touch Chain Mainnet. This is because a variety of participation and consensus are necessary for the performance and roles of advertisers and users that participate in the ecosystem for the success and completion of the TouchCon project.

8.8.1 TouchCon Off-chain Governance Scope

-The right to vote on the consensus algorithm in the blockchain Mainnet
-The right to vote on the RAP advertisers who are competing in the same industry
-The right to vote on the digital asset distribution for RAP advertisers
-The right to vote on the distribution of business revenue resources
-The right to enter a new business for project scalability

8.8.2 TouchCon Governance Execution Criteria

Governance of all TouchCon wallet holders is executed through www.rewardcon.com solution that generates RewardCon and the mobile TouchCon wallet app. A wallet owner with a minimum 100 TOC as a qualification for participation has an opportunity to register as a governance participant in the solution and participate in voting on the issued agenda. Voting power in voting rights is determined according to the quantity of tokens stored in the wallet, and detailed criteria and proceedings are announced through separate notifications.

It is to make more users participate in and attract their support to define the minimum quantity of the TouchCon as 100 TOC. And it is to execute a fairer governance to impose voting power according to the token quantity. In addition, whenever governance issues arise, they will be announced transparently through public notice.

9. TEAM & ADVISOR

Ellie Soyeon Park
CEO

Chief Executive Officer

As a digital promotion expert, she served as Manager at Daum Communication and Overture Korea and CEO at Jenna Planus Inc. In 2007, she established Toy Interactive, and the company has led the digital promotion market and become a medium-sized enterprise with 223 global corporate clients. She aim to apply the new change coming to the future reward market to the digital asset ecosystem through TouchCon Reward Platform.

- Hankuk University of Foreign Studies French Language and Literature Department
- Completed the highest level course in advertising and public relations at Yonsei University
- CEO of Toy Interactive Co., Ltd.
- CEO of Reward Toy Co., Ltd.
- CEO of Jenna Planus Inc.
- Senior Manager of Daum Communication
- Account Manager of Overture Korea

JIN-WOO JANG
CMO

Chief Marketing Officer

He is a next-generation marketing expert and Internet and mobile business expert with the U.S. marketing certification globally acknowledged. He has continued active authorship and lecturing in the business and marketing field. Also, he is actively working in business, economy, and marketing field while serving as the CEO of SEUM English, an academy specialized in linguistic studies, and Chief English Editor at Korea Youth Policy Academy.

- Korea University Division of International Studies (DIS) and double major in Chinese Language and Literature
- Founder & CEO of SEUM English
- Internationally Certified Marketing Professional (PCM) qualification
- Writer and Speaker (Business & English) Judge of the International English Debating
- Competition (NEAO) Chief English Editor of the Youth Policy Association
- (Book) -Creating Your Own Platform (2021)
- -Branding Your Life, One Line a Day (2020) -10X Core Grammar (2018) -How the Best Being Is Born (2018) and 6 other works

---

JUN-HO BYUEN
CFO

Chief Financial Officer

He is a financial expert who has acquired Master of Business Administration degree at Boston University and Master of Real Estate Finance at M.I.T. and served as a Team Manager at Samsung Securities, Korea and the Sr. PB at Merrill Lynch International, the United States, and served as CFO at Benchmark Fin Group USA.

- MASSACHISETTS INSTITUTES OF TECHNOLOGY, Master of Science
- BOSTON UNIVERSITY SCHOOL OF MANAGEMENT, Master of Business Administration
- JGLOBAL USA, CEO
- Benchmark Fin Group USA, CFO
- Merrill Lynch International, Sr. PB
- Samsung Securities, PB Team Manager
- Samsung C&T Corporation, Head of Information Industry Team

YURA CHOI
CCO

Chief Communication Officer

- MBA at the University of Hong Kong
- USA Berkeley School, California
- Samsung Electronics, Global Marketing Director
- BBC Worldwide, Hong Kong Director
- Yahoo! Asia Holding Ltd., Hong Kong, Sr. Business Manager
- Overture Korea (Yahoo! Company) Project Manager

She served as a global marketing director at Samsung Electronics, Korea. Later, she took charge of project manager and promotion and sales work at Hong Kong and BBC Worldwide. She has led finding and execuiting media partnership by establishment and analysis of media guide based on investment portfolio and consumer touchpoint through media strategy and investment analysis in B2C marketing.

YOUNG CHOI
CTO

Chief Technology Officer

- Department of Information and Communication Engineering, Jeonju National University
  Beat Education Center IX expert course completion
- Director of Toy Interactive Platform Development Office
- DLM general director
- Expul Mobile Business Technology Sales Director
- Head of Infix Development Team. Samsung Electronics, KT, SKT, KTF Development Practice & Construction.

He has 20-year development career since the Jaba base development and operation in 2001. He has led development of multiple platforms, while serving as Head of development team at Inpix, Moblile Business Development Director at ExPull, and General Director at DLM. As the Platform Development Officer at TOY interactive, he is striving for the development of blockchain and application of solution for TouchCon reward marketing

---

JAE-KWANG CHOI
CLO

Chief Legal Officer

- Department of Law, Yonsei University
- Jeongyul LLC., Partner
- Completion of 34th Korea Judicial Research and Training Institute
- Seoul City Hall Legel Consultant
- Conciliation member of the Goyang District Court
- Member of Fire Officer Disciplinary Committee
- IT & Bitcoin Legel Specialist.

He is a lawyer specialized in legal advice relevant to IT and Bitcoin. As a partner at Jeongyul LLC., Korea, he especially handled IT and corporate law, copyright law, and criminal law and served as the legal advisor for diverse Korean government institutions. He is an expert familiar with research on legal application on the social structure and digital assets and revlevant legal application.

HO-KYUNG YANG

CBO

Chief Business Officer

- PEPPERDINE UNIVERSITY Bachelor of Business Administration
- Peking University Graduate School Master's MBA
- Managing Director, KTH ASIA Co., Ltd.
- Head of Planning Office, KTH ASIA Co., Ltd

He majored in business administration at Pepperdine University, a pretigious private university in the United States, and graduated MBA at Peking University, China. He is an expert spcialized in overseas entrance and strategies for global corporations who has conducted consulting works specialized in overseas entrance and strategies for global corporations as the consultant director of KTH Asia Co., Ltd., a global consulting company.

JUN-BEOM LEE

COO-Founder

Chief Operating Officer

- Department of Public Administration, Incheon National University
- Department of Security, Military Staff College
- Indonesia PT.SIGI M/Direktur
- Director of KCC Cryptocurrency Research Institute
- CEO of YOUSAVE INTERNATIONAL Co., Ltd.
- CEO of PT. JAKOIN
- PT.Daelim Trading General Manager

He established KCC Cryptocurrency Research Institute in 2016 and has strived for the domestic and overseas spread of digital assets and blockchain. In 2018, he launched TouchCon Porject based in Indonesia to develop reward platform where the real-life advertisement is introduced. He is making his best efforts to build TouchCon Platform for transparent and fair reward design and solution construction for users' free exercise of reward rights.

ELFRIDA AULIA

Project Manager Indonesia

- Institut Bisnis Nusantara, Communication
- Worked at PT. Duta Anugerah Indah (DAAI TV)
- Worked at PT. Jalur Nugraha Ekakurir
- Broadcast development Program

JOON-SIK KIM

Project Manager Korea

- Department of Business Administration, Chung-Ang University, Korea
- Team Head of Junyoung Financial Investment Division

HOUSTON CHO
Blackchain & Platform Adviser

He is a highly capable IT business developer who has continued active works in Korean and foreign global IT platform companies, including serving as the CEO at NHN Search Marketing, Director at Yahoo! Korea and Naver, and Head of SK Telecom's Big Data division, generally managing the business development of Facebook, and working as the Business Director of CenacleSoft Inc. as the digital big data and mobile business expert.

- (Degree) Arkansas State University MBA
- (Former) CenacleSoft Inc. Business Director
- (Former) Facebook Business Director
- (Former) Head of SK Telecom's Big Data new business division
- (Former) NAVER Director
- (Former) NHN Search Marketing Co.,Ltd CEO
- (Former) Khan Communications Co.,Ltd (KT+Naver) CEO
- (Former) Yahoo Korea & Overture Korea Director

SANG-SU LEE
Broadcasting & Entertainment Advisor

- (Current) General Manager of SBS Medianet Broadcasting Division
- (Current) CEO of SBSFL / SBSMTV / Sickelodeom channels
- (Degree) Chung-Ang University, Graduate School of Journalism and Broadcasting, Master's degree
- (Former) Vice Head of SBS PLUS boradcast business division/Director of SBS PLUS boradcast business division production department
- (Former) Head of SBS PLUS production and programming team
- (Former) CEO of Dream Media Production
- (Former) General Manager of SBS Medianet's entertainment production business (Establishment of SBS FIL)

SBS Morning Wide, Challenge! Nothing Is Impossible, Han Sun-kyo & Jung Euna's Good Morning, Dae Bak Family, Apgujeong House, Entertainment News SBSE!, and many other programs.

YOUNG-DU MOK Ph.D.
Business Advisor

He served as Presidential and Ministerial awards (Ministry of Science, ICT and Future Planning), Adjunct Professor at Graduate School of Industrial and Entrepreneurial Management, Chung-Ang University & Entrepreneurship Center, Dongguk University, Audit at Korea Vietnam Culture Communication Center, Vice President at Korea SOHO & Small Business Association, and Advisor at Seoul 100 Entrepreneur Forum.

- (Current) CEO of Rehobot Business Incubator
- (Current) Adjunct Professor at Chung-Ang University & Dongguk University
- (Degree) Ph.D., Department of Entrepreneurship, Chung-Ang University
- (Former) CenacleSoft Inc Business Director
- Advisory Committee member of the Seoul 100-person Entrepreneurship Forum. Hanmac investment & Securities, Head of Management Planning Division.

JANG-HOON WI. Ph.D.

Platform Media Advisor

- (Current) Full-time professor, Department of Digital Media, Kyungsung University College of Arts
- (Current) PD
- (Degree) Ph.D., Department of Industrial Design, Graduate School of Hanyang University
- (Degree) Graduated from Hongik University, Graduate School of Advertising and Public Relations, Master of Arts in Cultural Contents
- (Degree) BS in Industrial Design, Kangwon National University
- (Former) SBS Annie Gallery PD

Irban Tisnabudi

Blockchain Ecosystem Advisor

- (Current) LATOKEN Exchange Former Regional Director
- (Current) PT.NH TECH CEO
- (Current) Cryto Investor with 1 million $ in asset under management
- (Degree) Universitas Pelita Harapan(UPH), Sosial Politik GPA
- (Former) AlddiEX Exchange Director
- (Former) MAGANA Director

Project team member

Jae-Hyeok Yang
Design Director

Ji-Yeong Kim
Reward Designer

Hye-Eun Hong
RAP Account Executive

Yeon-Sil Kang
RAP Account Executive

Dan-Hee Lim
Reward Designer

Sa-Beom Kim
RAP Account Executive

Kyeong-Tae Go
Backend Developer

Dae-Hyup Kim
Frontend Developer

Gun Kim
Community Manager

Annisa Eka Jayanti
Operation Manager

Elfrida Aulia
Project Manager

Reda Hardianti
Marketing Manager

10. BUSINESS PARTNER (RAP)

MEGABOX
MEET PLAY SHARE™

Users: Approx. 722 screens (103,768 seats)
Rewardcon: Offline ticket & Mobile reward
Category: Offline multiplex theater

제주 안심

Users: 1,200,000 app installations
Rewardcon: Quarantine scan reward
Category: Blockchain-based quarantine for Jeju tourists

CAOLION

Users: Approx. 320,000 customers
Rewardcon: Mobile & offline coupon
Category: Cosmetics manufacturing & distribution & shopping mall

sanava

Users: Approx. 120,000 customers
Rewardcon: Mobile rewards to customers
Category: Food, health and beauty online shopping mall

MUKKEBI
DELIVERY APP

Users: Approx. 8,000 affiliated stores
Rewardcon: Mobile rewards to customers
Category: Online public food delivery platform

1961 本家
ANDONG GUKBOB

Users: Approx. 1,300,000 customers
Rewardcon: Offline voucher reward
Category: Offline restaurant franchise

10.1 BUSINESS PARTNER - STRATEGIC PARTNER

TOY interactive is in strategic partership with multiple companies involved in the project, including, Duwell Inc., along with project manager Reward Toy Inc., blockchain mainnet development partner ICONLOOP Inc., app development partner GRAVITERA.

REWARD TOY
TOC Technology Developer

ICONLOOP
Blockchain Development Partner

Rehoboth
Offline Business Partner

GRAVITERA
TOC Web & App Dev Partner

MARSHALCAP
Project Investment Partner

Best Eleven
Sport Business Partner

KR FOOD
soul inside
Offline Voucher Partner

DUWELL FOOD
Project Investment Partner

KTH ASIA
Global Consulting Partner

K-CULTURE GLOBAL CENTER
K-Carlture Marketing Partner

OD COMPANY
Art Part Marketing Partner

HEALTHY = HAPPY
JAPAN DRUG
Online mall Marketing Partner

11. PENAFIAN

11.1 TOUCHCON WHITEPAPER V2.0 dirancang dengan standar penulisan saat itu dan bukan versi akhir roadmap. Ke depannya, whitepaper ini akan mencantumkan lingkungan dan kebijakan dimana koreksi dan perubahan pada proses secara periodical bisa terjadi, sehingga informasi yang terbaru akan diperbaharui berdasarkan standar yang ada pada whitepaper ini. Setelah whitepaper ini diumumkan, semua informasi terkadang dapat dikoreksi dengan memasukkan operasi dan kondisi bisnis proyek.

11.2 Touchcon Whitepaper tidak dapat menjamin kesempurnaan dan ketepatan bukti yang nyata pada pengembangan, penerbit token Sistem Informatika Global Indonesia Inc tidak memiliki kewajiban seperti berjanji memberitahukan perihal koreksi informasi yang ada pda whitepaper. Matriks Touchcon yang terkait dengan distribusi token dapat berubah mengikuti pelaksanaan proyek Touchcon dan tidak ada kewajiban untuk memberitahukannya kepada investor maupun holder. Oleh karena itu, hal ini tidak disarankan untuk digunakan sebagai elemen untuk menilai investasi.

11.3 Touchcon Whitepaper ditulis dengan tujuan untuk menjelaskan layanan Touchcon, jadwal dan kondisi pelaksanaan bisnis dapat diperiksa dan dikoreksi karena berbagai urusan dalam dan luar. Versi whitepaper dicatat dengan standar penanggalan yang ada di bagian bawah dokumen, arah pelaksaan bisnis dicerminkan sampai pada tanggal tersebut. Kondisi-kondisi diatas dapat diubah menurut situasi dan kondisi setelah tanggal pencatatan.

11.4 Whitepaper ini ditulis tidak dengan tujuan untuk mengumpulkan atau menerima dana, ini sebagai bukti bahwa tidak ada seorangpun yang dapat mengumpulkan atau menerima dana. Oleh karena itu, tindakan seperti pengiriman whitepaper tidak dapat diartikan sebagai saran pembelian. Whitepaper ini tidak ditulis untuk menyarankan investasi atau mengumpulkan investor sehingga tidak dapat diartikan sebagai tindakan unsur-unsur geografis maupun environmental yang menyarankan investasi atau mengumpukan investor.

11.5 Dilarang mendistribusikan isi dari Touchcon Whitepaper di negara atau daerah yang sudah diatur, yang sebagian atau seluruhnya disalin maupun dikoreksi secara illegal. Jika isi dari whitepaper ini dibaca dan dijadikan acuan investasi oleh orang-orang di negara atau daerah yang meng-ilegalkan whitepaper ini, maka resiko terkait adalah tanggung jawab investor dan kami tidak memiliki tanggung jawab legal apapun terhadap hal ini.

1.6 Token Touchcon yang didefinisikan pada Touchcon Whitepaper tidak dapat ditafsirkan sebagai produk investasi keuangan seperti obligasi, saham, sekuritas, option, atau produk derivative lainnya, sehingga kami tidak bisa berpendapat apapun mengenai hak terkait dalam kondisi apapun. Selain itu, kami tidak memberikan jaminan keuntungan keuangan seperti bunga, dll dalam kondisi apapun. Oleh karena itu, pembeli token Touchcon tidak

boleh menafsirkan tindakan pembelian Touchcon sebagai tindakan untuk menciptakan keuntungan pada kondisi apapun, dimana siapapun tidak boleh mengartikan entitas ini sebagai tempat untuk mendapatkan keuntungan keuangan seperti keuntungan investasi dan bunga.

11.7 Touchcon Whitepaper tidak menjamin integritas perusahaan yang menjalankan proyek Touchcon, Layanan platform Touchcon hanya disediakan dalam ruang lingkup yang memungkinkan bagi para perusahaan dan pengguna yang ingin menggunakan Touchcon. Whitepaper ini tidak bertanggung jawab untuk kesalahan yang muncul pada proses pengembangan, penundaan jadwal dan kondisi-kondisi terkait hal ini, sehingga siapapun tidak berhak menanyakan pertanggung jawaban untuk hal-hal tersebut. Selain itu, harus diingat bahwa whitepaper ini memuat isi tentang rencana ke depan dan penyelesaian rencana telah dituliskan di awal namun tidak menjamin penyelesaian rencana dan tidak menjamin integritas layanan yang sudah selesai ke depannya.

11.8 Isi Touchcon Whitepaper tidak bisa ditafsirkan dengan undang-undang hukum, finansial, akuntansi, pajak, dan lain sebagainya dalam kondisi apapun, dalam proses pembelian dan penggunaan Touchcon tindakan undang-undang hukum, finansial, akuntansi, pajak, dan lain sebagainya dapat terjadi secara terpisah berdasarkan hukum dan kebijakan masing-masing negara dan daerah. Pengguna yang membeli tidak perlu bertanya secara terpisah mengenai hal ini karena proyek Touchcon tidak bertanggung jawab untuk kondisi-kondisi seperti ini. Selain itu, harap diketahui bahwa serangan sistem dari pihak ke-3, bencana alam dan force majeure yang tidak dilakukan oleh platform Touchon bisa menyebabkan penundaan penyusunan atau kerugian.

11.9 Proyek Touchcon tidak akan bertanggung jawab untuk kehilangan dan kebocoran Key pribadi pengguna. Touchcon tidak akan pernah bebas dari resiko-resiko termasuk penurunan nilai pasar dan perubahan lingkungan pasar, ketidakpastian, resiko politik, kompetisi dengan kompetitor. Harap diketahui bahwa penghentian pengembangan platform atau perubahan arah dan rencana layanan dapat terjadi dikarenakan hal-hal tersebut.

11.10 Platform Touchcon yang sedang dikembangkan saat ini bisa saja memberikan pengaruh negatif pada platform dalam proses pengembangan teknologi ke depannya. Platform Touchcon tidak akan menugaskan atau mengalihkan keputusan yang termasuk kebijakan operasi ekosistem dan penghentian operasi pada pihak lain, semua pengambilan keputusan proyek Touchcon akan dilakukan berdasarkan kehendak dan kebijaksaan pribadi.

REWARD TOY

TOUCHCON SNS

Social Network Service

https://twitter.com/TouchconInfo

https://t.me/touchconplatform

https://medium.com/@rewardcon

https://github.com/TouchCon-Reward?tab=packages

https://www.facebook.com/touchcoin

https://www.instagram.com/touchconplatform

https://www.reddit.com/user/touchcon

https://bitcointalk.org/index.php?topic=5079889.0

https://www.youtube.com/channel/UCjvw1Z3LIldVSsaaeVO-iWA

https://touchcon.slack.com/

https://discordapp.com/invite/AM6Bpx5

https://touchcon.org

People Building The Project

TOY interactive Inc

Project Role: Main Company & Service Operator
12, Bongeunsa-ro 47-gil, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea
Date of Founding: November 19. 2007
www.toyinteractive.com
www.rewardcon.com

Reward TOY Inc

Project Role: Blockchain Development & Ad Marketing Operator
12, Bongeunsa-ro 47-gil, Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea
Date of Founding: September, 2021
www.rewardtoy.com

PT. SIGI Inc

Project Role: INDONESIA TouchCon Main Service
SUMMAETCON BEKASI, RUKAN TOPAZ TA, BEKAIS BARAT
Date of Founding: June, 2018
www.touchcon.org

Touchchain Development

TouchCon is a global digital asset random reward platform based on the Blockchain that supports scalability of reward services and airdrop