

MVP: Mapala.net
年1月に開始されたスマート旅行エコシステムの最初のWebサービス

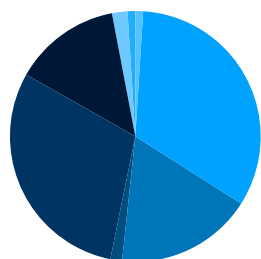
トークン事前セールステージ:
\$ 606,000に相当する。
終了しました。

トークンセールステージ:
ハードキャップ: **1000万ドルに相当する。**
11月末に開始。

トークン価格: **0,01519ドルに相当する。**

リストに出るのはトークンセールステージの終了直後。

トークン事前セールおよびトークンセールのステージでトークンの発生数:
2,100,000,000



1.5% - 創業者と投資家
17.69% - 事前セール
13.8% - チーム
33% - トークンセール
30% - 開発基金
2% - コンサルタント
1% - 賞金
1% - 準備基金の開始バランス

トークン標準: **TravelChain**

業界: **旅行と観光**

市場規模: **相当1兆ドル以上**

/ TravelChainとは何ですか？

TravelChainは、信頼ができる構造化された観光情報へのアクセスを提供する分散型ブロックチェーンプラットフォームです。このプラットフォームのお陰で業者が顧客をよりよく知ることができ、旅行者は特別サービスを受けることができます。

/ 当社の活動は何ですか？

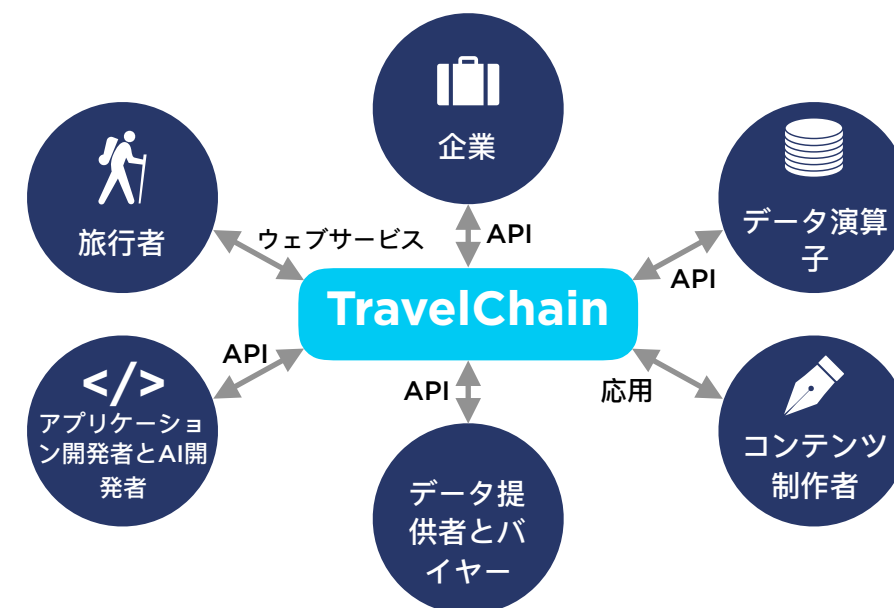
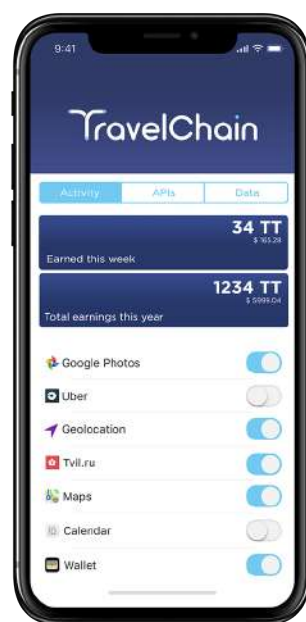
私たちの使命は全市場プレイヤー間での平等なデータ交換へのアクセスを提供することです。私たちは、観光市場のすべての参加者によって管理されるオープンソースブロックチェーンを作っています。私たちは、プラットフォームの発展とともに人々が近い将来の新しい旅行基準が実装される画期的なソリューションが登場すると確信しています

/ トークンセールを行う理由

- TravelChainの立ち上げと開発
- グローバルなマーケティングキャンペーンを開催
- 開発者の支援の基金（Smart-Travelingエコシステム内のプロジェクトへの投資（データ処理システムの開発への投資（人工知能））

/ TravelTokens成長の理由

- トークンはデータ量とエコシステム内のユーザー数を増加することにつれて価格が上昇します
- 商用アカウントのトークン数はネットワークへの要求数で定められます



市場の概要

/ 旅行者の現在の問題

- 米国のオンライン旅行市場の95%はExpediaとPriceline（OTA）の2社が所有しています。これは、顧客の視点から最良のオファーを選ぶという誤った感覚を作り出します。また、有名な観光サイトの状況は偽造レビューをお陰では絶望的です。
- 旅行者は企業と情報を共有しますが変わりに得るものは何もない。

/ 旅行者向けのソリューション

- TravelChainのアプリケーションは旅行者のためにどのように、いつ、どこに旅行するか処理されたデータを提供し、旅行者を支援します。
- 旅行者は自分のデータを共有したり、旅行コンテンツを作成することでTravelTokenを貰えます。

/ 現在のビジネスの問題

- 旅行の意思決定は6ヶ月もかかることがあります。現在、顧客はチケット、ホテル予約などの購入段階で始めて企業の視界に入ります。その時点で顧客の周りに非常に競争の激しい争いが展開されています。また、業者は購入後に顧客との繋がりを失ってしまう。
- 旅行サービスを提供する業者はオンライン旅行代理店との契約を結ぶことがよくあります。そして最終条件はオンライン旅行代理店が定めてしまいます。継続的に増加するオンライン旅行代理店の手数料は、利益に悪影響を及ぼし、結果として提供されるサービスの質にも悪影響を及ぼします。

/ ビジネスのためのソリューション

- 業者は情報検索の段階で顧客と相談ができ、より適切でタイムリーな提案を提供し、クライアントの最終的な決断に影響する機会が与えられます。これは、旅行者から受け取った情報を分析し構造化させることで可能になります。
- 注文やレビューの履歴など、業者のサービスに関するすべての情報は、オープンブロックチェーンに永久に記録されます。これにより、ビジネス内での顧客のライフサイクルが長びかせ、マーケティングコストが削減します。その時点から競争は広告予算の規模ではなく、提供されるサービスの質に基づいて行われます。