



Shopin

백서

(KOREAN)

COINAGENDA GLOBAL 2017의 수상자

-
최고의 스타트 업과 ICO에 투표함 DAVOS d10E에서 상위 5%

목차

- 3. 원활하지 않은 소매
- 4. 행동 마케팅과 시장 통계
- 5. 소매 부활 : 머리말
- 6. Shopin이란?
- 7. 지속 가능한 솔루션
- 8. 왜 블록체인인가? 지배 철학
- 9. Shopin 토큰의 목적
- 10. 소매에 적합한 암호화된 화폐 :
Shopin 토큰
- 12. Shopin 토큰 다이내믹
- 13. 론칭 파트너 장려
- 14. 토큰 경제학
- 15. 소매업체 런칭 파트너에 토큰 경제에
적응하도록 장려하기
- 16. 소매업체 마케팅 장점, 일반화된 옵트인
광고, 네트워크 효과
- 17. Shopin 팀
- 19. 고문
- 21. Shopin 아키텍처
- 22. 블록체인 구현
- 23. 블록체인의 비효율성 해결
- 24. 블록체인 확장성 계속
- 27. 용어
- 29. 아키텍처 흐름도
- 30. 결론
- 31. 부록 블록체인 자주 묻는 질문(FAQ)



원활하지 않은 소매

소매가 원활하지 않은 이유의 중심에는 모든 고객을 전부 다 볼 수 없다는 기본적인 문제가 있습니다.

전자 상거래 고객이 소매업체 사이트를 방문할 때 이들을 알 수 있는 방법이 없습니다. 고객이 사이트에 로그인할 경우에도 수집된 데이터는 소매업체하고만 관련이 있고, 불완전합니다.

이로 인해 소매업체는 행동에 대한 가정을 하는 빅 데이터를 활용하는 행동 마케팅 솔루션에 의지합니다. 그리고 소매업체는 쓸모가 없고, 신뢰할 수 없는 제3자의 데이터를 구매합니다. 세계의 많은 국가에서 사용자의 동의를 받지 않고 은밀히 데이터를 수집하는 것을 금지하는 법을 통과시켰습니다.

83%의 쇼핑객이 모든 장치에서 개인 설정된 환경이 승인될 때 이러한 법의 가치를 깨닫게 됩니다. ([Accenture](#))

73%의 쇼핑객이 쇼핑 환경을 더 개인적으로 만들기 위해 개인 정보를 사용하는 소매업체와 비즈니스를 하고 싶어 합니다. ([Digital Trends](#))

88%의 쇼핑객은 소매업체가 고객에게 쇼핑 환경을 개인화기 위해 개인 정보를 사용하는 방식을 제어할 수 있는 융통성을 제공해야 한다고 생각합니다. ([Accenture](#))

여러 소매업체의 구매 내역을 통해 사용자를 식별할 수 있으면 쇼핑객을 전체적이고, 계속해서 파악할 수 있습니다.

Shopin은 고객 데이터베이스를 단일 쇼핑객 프로필에 담아 구매 내역 데이터를 프로필 안에 저장하는 소매업체에 적합합니다.

이러한 데이터는 정확한 제품 추천, 발견, 가상이나 가정이 아닌 사실에 기초한 마케팅을 유도하는 데 사용할 수 있습니다. 처음에 쇼핑객은 운전사 좌석에 앉습니다. 쇼핑객은 전체 웹이 아니라 Amazon과 유사한 모든 소매 사이트를 통해 파악할 수 있습니다.

모든 소매업체가 단일 고객에 대한 구매 데이터를 공유하고, 쇼핑객이 범용 프로필을 가질 수 있는 곳이 있습니다. 물론 이러한 장소는 Amazon입니다. 이를 통해 소매업체는 고객에게 올바른 가격의 올바른 품목을 보여 주고, 쇼핑객은 단일 콘솔을 통해 모든 주문을 관리할 수 있습니다. Shopin은 이를 개방된 웹으로 가져옵니다.

원활하지 않은 소매

행동 마케팅

행동 마케팅 등의 가정에 기초한 시스템이 작동하면 소매 세계는 데이터를 확보하기 위해 서로 다툴 필요가 없습니다.

모범 사례 : Nike.com에 가서 20개의 품목을 보고, Adidas.com으로 가서 반바지 한 벌을 구매한다고 상상해 보십시오.

행동 마케팅 세계에서는 다음과 같은 상황이 발생합니다.

1. 스토어를 보고, 본 상품에 흥미를 느낍니다.
2. 검색한 품목에 정말로 흥미를 느껴야 합니다.

디지털 광고 세계에서는 검색한 품목에 전혀 관심이 없어도 30일 동안의 기간 동안 본 20개의 품목에 대한 광고가 쏟아져 나옵니다(리타켓팅). Adidas와 Nike 등에는 소비자가 반바지를 구매했다고 알려 주는 시그널은 없습니다.

이는 소매업체가 자신들의 고객에 대한 지식이 얼마나 적은지를 알려 주는 좋은 사례입니다. 7%의 소매업체가 다른 장치와 채널을 통해 고객을 인식합니다. ([Hubspot](#)).

해당 업계의 출혈을 상상해 보십시오.

소매업체 간 구매 내역을 파악하지 않으면 고객에 대한 정확한 견해를 결코 가질 수 없습니다.

구매 내역을 파악할 수 있는 유일한 방법은 쇼핑객의 구매 내역을 프로필에 공유시키는 중개자로서 소매업체와 협력하여 쇼핑객이 소유하고, 제어하는 모든 소매업체의 단일 쇼핑객 프로필을 통해 파악하는 것입니다.

마켓 통계

1. 2015년에 2억 1천만 명의 활동적인 미국 온라인 쇼핑객이 있었습니다. 이들 중 70%가 매월 온라인으로 쇼핑합니다([Mintel](#)).
2. 2015년에는 전세계적으로 14억 명의 활동적인 쇼핑객이 있었습니다([Statista](#)).
3. 85%의 소매업체가 여러 개의 장치에서 문자 보내기 및 마케팅에서 일치하지 않았습니다 ([Hubspot](#)).
4. 협조적인 제품 추천이 잘 작동하려면 1억 개의 데이터 포인트가 소요되지만 이 또한 실패할 확률이 많습니다(MIT). - 이는 “소비자”에게 유사한 품목을 보여 주기 위해 1억 만 명의 사용자를 다른 사용자 데이터 포인트와 비교하는 방법입니다.
5. 2014년에 미국 소매업체는 행동 마케팅에 2백억 달러 이상의 돈을 소비하였습니다 ([Forbes](#)).

소매 부활 : 머리말

Shopin은 소매와 전자 상거래에 적합한 범용 쇼핑 프로필과 암호화된 화폐를 가지고 블록체인에서 분산된 Amazon을 만들고 있습니다.

미션 :

Shopin 프로필을 작성하고, 구매 데이터를 소유하기 위해 쇼핑객을 탑승시키는 소매업체와 협력하면 쇼핑객은 첫 번째 당사자 구매 데이터의 가장 정확한 최근의 소스가 될 수 있습니다.

이러한 솔루션을 사용하면 쇼핑객의 구매 내역과 실시간 구매 데이터에 관한 전체 뷰에 기초하여 모든 소매업체 사이트, 앱 및 스토어에서 더 정확한 제품 추천과 마케팅의 새 패러다임이 가능합니다.

소매업체의 이점 :

- 쇼핑객 프로필의 전체 뷰
- 트랜잭션 전환 증가
- 마케팅 손실 감소
- 반품 감소
- GDPR 적합성

쇼핑객의 이점 :

- 우수한 제품 추천
- 데이터를 안전하게 소유 및 제어
- 완벽한 기프트 제공을 위해 프로필 공유
- Amazon 등의 이점 :
 - 1번의 클릭으로 모든 소매 사이트 확인
 - 앱에서 모든 반품 관리
 - 전체 웹에서 한 개의 위시리스트 사용

70만명 이상의 등록

소매업체를 위한 성공적인 시도에서
발생된 1470만 달러

Shopin 사용자는 정확한 제품 추천으로
인해 일반 쇼핑객보다 22% 더 많이
트랜잭션을 전환합니다.

소매 부활

Shopin은 개인 데이터 관리, 소유권 및 보상의 다음 단계입니다.

Shopin은 블록체인을 활용하여 방문하는 모든 사이트에서 쇼핑객에게 Amazon과 비슷한 환경 및 제품 추천을 제공하면서 온라인 쇼핑 데이터, 개인 ID, 지불 정보, 사용자 신용 등급을 포함한 개인 데이터를 안전하게 관리합니다.

Shopin을 사용하면 사용자는 여러 소매업체의 자신의 구매 내역 데이터를 제어하고, 소매업체가 Shopin을 사용하여 온라인 쇼핑 환경을 개선할 때 보상을 받을 수 있습니다.

당사는 개방형 소매 웹 환경을 만들기 위해 쇼핑객이 제어 및 공유할 수 있는 쇼핑객의 구매 내역에 대한 단일 소스로서 쇼핑객 자신보다 더 좋은 소스는 없다고 생각합니다.

Shopin이란?

1. Shopin은 모든 개인 쇼핑 데이터의 검증된 단일 소스입니다.
2. Shopin은 모든 소매업체를 위한 인센티브 관리 시스템입니다.
3. Shopin은 검증된 ID 소스입니다.
4. Shopin은 소비자의 신용 카드 정보를 안전하게 관리합니다.
5. Shopin은 이러한 모든 정보를 사용자의 제어 하에 두어 소매 사이트를 방문할 때 사용자가 액세스를 검증할 수 있도록 합니다.
6. Shopin은 훔쳐보는 눈으로부터 항상 안전할 수 있도록 블록체인을 사용하여 데이터의 보안을 지킵니다.
7. Shopin을 사용하면 소매업체는 쇼핑객에게 온라인과 스토어 내 구매를 상쇄할 수 있는 암호화된 화폐를 제공할 수 있습니다.

Shopin 앱과 전자 지갑

Shopin 앱, 전자 지갑 및 Single Sign-On을 통해 쇼핑객은 구매 내역 데이터에 기초하여 소매 웹에서 인식됩니다. 이는 소비자가 방문하는 모든 사이트를 따라가기 위해 소비자가 가치를 부여하는 품목에 기초하여 소비자를 파악할 수 있는 유일한 방법으로, 소비자는 맞춤형으로 만들어진 가장 개인적인 쇼핑 환경을 가질 수 있습니다.

1. Shopin은 분산 파일 시스템에 암호화된 형식으로 개인 데이터를 저장 및 배포하는 모바일 앱을 사용합니다.
2. 이 앱은 표준 암호화 방법을 사용하여 모든 데이터의 보안을 보장합니다.
3. Shopin 앱은 또한 소매업체와의 파트너십을 통해 인센티브로 사용되는 Shopin 토큰을 관리하기 위해 전자 지갑 역할을 합니다.
4. Shopin 사용자는 Shopin 로그인 세부사항(oAuth)을 사용하여 소매업체 웹 사이트에 로그인할 수 있습니다.

지속 가능한 솔루션

솔루션은 소비자의 수중에 검증된 구매 내역 데이터를 제공하고, 쇼핑객이 꾸준히 증가하는 데이터 풀에 액세스하면 이를 보상해야 합니다.

풀이 증가하고, 더 많은 데이터를 성공적으로 이용할수록 데이터는 더 소중해 집니다.

당사는 Shopin에서 검증된 데이터 경제를 창출하고 있으며 당사의 보상 메커니즘 중심에는 쇼핑객이 있습니다. 고객을 위한 당사의 핵심 혜택 :

1. 투명성과 제어

데이터에 액세스하는 사람의 작업 피드 및 데이터를 사용하는 방법을 보십시오. 용이한 제어 승인 및 공유

2. 정확한 추천, 감소한 검색 :

Shopin 프로필을 사용하여 소매업체 사이트에 로그인할 때 여러 소매업체의 구매 내역을 공유하면 소매업체는 더 개인적인 “맞춤형” 환경을 제공할 수 있습니다. 이에는 환경에는 제품을 구매하기 위해 지불한 금액에 기초하여 올바른 가격 거래뿐만 아니라 최고의 제품, 올바른 크기 및 취향을 보여 주는 것이 포함됩니다. Amazon처럼 한 번의 클릭으로 모든 사이트를 확인할 수 있습니다.

3. 중앙 관리 :

Shopin이 제공하는 소매 사이트의 위시리스트 제품과 한 번의 클릭으로 제품 수나 제품의 원산지 여부와는 상관 없이 모든 상품을 확인할 수 있습니다. 한 개의 장소에서 모든 반품을 추적 및 관리할 수도 있습니다.

4. 공유 :

눈으로 소매의 세계를 확인하여 원하는 품목을 구매할 수 있도록 귀하의 Shopin 취향 프로필을 친구 및 가족과 공유해 보십시오. 또한 서로에게 기프트 토큰을 제공할 수 있습니다.

왜 블록체인인가?

지배적인 철학 :

Shopin의 존재 이유는 소매 그리고 고객과 소매업체와의 상호 작용에 대한 데이터 경제를 창출하는 것입니다. 블록체인 기술은 Shopin이 쇼핑객 데이터의 소유권을 효율적으로 분산시키고, 소매업체와 쇼핑객이 함께 모든 사람을 위한 최고의 그리고 가장 효율적인 상호 작용을 제공하도록 장려하는 경제를 쇼핑객과 소매업체 주변에 만듭니다.

왜 클라우드 솔루션은 안 되는가?

중앙 집중형 회사나 조직에서 소유하고, 제어하는 서버의 클라우드 데이터베이스에 이러한 데이터를 저장해도 쇼핑객이 자신의 데이터를 소유 및 제어하는 이상적인 분산 시스템에는 전혀 새로운 것이 없습니다. 진정한 의미에서 쇼핑객의 데이터를 분산시키려면 개인은 자신의 데이터에 대한 권리를 저장하고, 소유해야 합니다.

어떤 방식으로 이 목표를 달성할 것인가?

이러한 목표를 달성하기 위해 당사는 쇼핑객과 소매업체 간 오픈체인 데이터 스토어와 신뢰 받는 채널을 사용하여 상호 작용과 트랜잭션을 기록합니다. 당사는 BigChainDB와 iExec와 협력하여 저장소, 컴퓨팅 파워 및 인공 지능(AI) 구현을 배포 및 분산시키고, Ethereum 블록체인과의 상호 작용을 관리합니다. 이를 통해 쇼핑객의 장치와 분산 파일 저장소 모두에 쇼핑객 데이터를 저장하고, 백업할 뿐만 아니라 소매업체와 쇼핑객 간 트랜잭션을 기록 및 검증하는 비용을 최소화합니다.

왜 블록체인인가?

Shopin 토큰의 목적 :

당사가 소매업체와 쇼핑객에게 사용하도록 장려하는 Shopin 토큰은 다양한 방식으로 쇼핑객의 데이터에 액세스하기 위한 교환 매체 역할을 합니다.

다음과 같은 다양한 방법 중에서 소매업체는 쇼핑객을 유혹하기 위해 토큰을 사용합니다.

- 데이터를 공유하여 소매업체가 추천과 마케팅을 통해 쇼핑객의 요구에 더 잘 부합합니다.
- 충섬심
- 소개
- 푸시 광고
- 풀 광고
- 기프트 제공

쇼핑객은 토큰을 사용하여 향후 상품 구매 시 가치로서 사용 가능한 블록체인 인센티브 형식으로 상호 작용의 가치와 데이터 공유를 유지합니다.

토큰은 대체 가능하고, 쉽게 유통되는 자산이므로 토큰의 가치를 사용할 수 있는 모든 사람과 교환할 수 있습니다. 이를 통해 쇼핑객 간 토큰 기프트를 제공할 수 있고, 쇼핑객 및/또는 소매업체는 제3자에게 토큰을 기증할 수도 있습니다.

옵트인 광고를 사용하면 쇼핑객은 제품 정보를 수신하는 방식을 제어하고, 소매업체는 각 고객의 획득 장벽과 비용을 낮출 수 있습니다. 이를 통해 타켓팅되고, 안전한 방법으로 데이터와 기호를 소매업체와 공유하는 쇼핑객을 위한 보상으로 광고 예산을 재분배할 수 있습니다.

당사는 Ethereum의 Raiden 구현을 사용하여 블록체인과의 상호 작용을 관리하고, 쇼핑객의 장치와 분산 파일 저장소 모두에 쇼핑객 데이터를 저장하고, 백업할 뿐만 아니라 소매업체와 쇼핑객 간 트랜잭션을 기록 및 검증하는 비용을 최소화할 예정입니다.

소매을 위한 암호화된 화폐

Shopin 토큰 :

블록체인 기술은 프로토콜과 서비스의 사용자 참여를 장려하는 경제적인 도구를 개발할 수 있도록 기업가에게 동력을 제공합니다. 이 새 모델은 성공적인 회사가 서비스를 제공하는 대가(예 : 소셜 미디어 전자 상거래)로 사용자 참가율과 데이터를 기록하여 얻은 막대한 재정적 수익을 창출하는 현재의 상황과는 정반대입니다. 이러한 기업 서비스는 무료로 사용할 수 있지만 회사는 경제적으로 진정한 가치를 사용자와 공유할 수 없고, 절도와 조작을 식별해야 하는 불필요한 위험에 노출되어서는 안 됩니다.

현재 데이터 시장은 지구상에서 가장 견고한 시장입니다. 거의 모든 회사와 정부에서 디지털 발자국(방문한 웹 사이트, 구매한 품목, 전송한 이메일)을 모니터링합니다. 분산 및 암호화된 보안 원장의 한 가지 두드러진 속성은 소비자 데이터 접근성이 있고, 나중에는 악의적인 또는 다른 사람을 이용하려는 사람로부터 소비자 데이터를 보호하는 것입니다.

분산 혁명은 비용 효율적으로, “데이터를 소유”하기 위해 사이트나 프로토콜이 필요 없는 인프라를 제공합니다. 그리고 관련된 경제적인 혁명으로 인해 사용자는 참가 시 자산(이 경우, 토큰)을 받을 수 있습니다. 현재 회사에서 암호 “암호”(소비자를 응시하고 있는, Equifax)를 사용하여 소중한 집중형 데이터베이스를 보호하는 시스템 대신 암호를 사용하여 블록체인에서 데이터를 보호할 수 있습니다. 이는 더 향상된 신뢰 시스템입니다. 사용자가 자발적으로 자신의 데이터를 제공하여 회사의 부가 많이 쌓이는 대신 사용자는 생태계를 위한 자신의 기여에 대한 보답으로 토큰 같은 자산을 받을 수 있습니다.

사용자 자신이 데이터의 적합한 소유자라는 사실을 오래 전부터 인정한 기업가는 소비자가 서비스를 사용하고, 디지털 발자국에 대한 액세스를 제어할 수 있도록 권한을 부여하고, 장려하는 플랫폼을 가지고 있습니다.

소매을 위한 암호화된 화폐

Shopin 토큰(계속)

Shopin은 소비자의 데이터 권한을 존중하고, 사용자에게 데이터를 소매업체 및 광고회사와 공유하기를 원하는지를 결정할 수 있도록 합니다. 당사는 승인을 요청하고, 사용자에게 경험적이고, 경제적인 가치를 돌려줍니다.

사용자의 소매 데이터는 입증할 수 있고, 스마트 계약을 통해 시스템이 유지됩니다. 당사는 Shopin에서 데이터의 사용자 소유권이 협상 불가능한 클라이언트 관계의 구성요소임을 잘 알고 있습니다. 당사는 토큰 경제를 통해 쇼핑객과 소매업체의 도적적이고, 호혜적인 경제를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

당사의 접근방식은 용이합니다.

1. 쇼핑객은 블록체인에 실시간으로 올라오는 프로필에 개인 및 트랜잭션 데이터를 저장합니다.
2. 소매업체는 쇼핑객과 함께 쇼핑객 데이터의 속도를 협상합니다.
3. 소매업체는 쇼핑객에게 시간에 따라 측정된 마진에 상응하는 가치를 가진 토큰을 제공합니다. (당사는 모바일 앱을 통해 사용자를 위한 물리적인 스토어와 전자 상거래 데이터를 결합할 예정입니다.)
4. 쇼핑객은 이러한 토큰을 사용하여 온라인과 오프라인 스토어에서 구매한 상품의 전체 또는 부분 가격을 상쇄할 수 있습니다.

쇼핑객은 공개하기로 한 데이터에 대한 보상을 받습니다. 쇼핑객의 데이터는 매우 안전합니다.

Shopin 토큰 다이내믹

시장

소매업체는 대부분의 충성심 코인 인센티브가 단지 하나의 소매업체 또는 매우 제한된 수의 소매업체로 한정되어 그 유용성이 제한되므로 충성심 점수를 사용하여 판매를 거래하기 쉽지 않다는 것을 알 수 있습니다.

Shopin은 함께 풀링되고, 회수되는 다중 구매로 인해 여러 소매업체에서 인센티브 토큰을 제공하는 일반적인 시스템을 제공합니다. 결과는? 네트워크에 참여하는 소매업체 사이에서 개선된 전체 사용자 환경과 평균 판매 전환 증가

토큰을 관리하고, 회수하기 위해 스마트폰을 사용하면 사용자에게 훨씬 더 많은 쌍방향의 매력적인 가치를 제공할 수 있습니다. 불투명하고, 불확실한 가치를 가진 전자 지갑의 충성심 카드가 없어집니다. 쇼핑객은 언제든지 앱의 실제 금전적 가치를 확인할 수 있습니다. 쇼핑객은 스마트폰으로 온라인 스토어의 디지털 지불 시스템에서 QR 코드를 스캔하여 이러한 가치를 되찾을 수 있습니다.

Shopin은 효과적으로 여러 소매업체의 여러 보상을 풀링하여 기존의 다중 소매업체 보상 계획에 관련된 “욕구의 부합” 문제를 해결합니다.

데이터 가치의 다이내믹 :

Shopin 토큰의 핵심에 있는 중요한 전제는 데이터가 가치를 지닌다는 것입니다.

1. 소매 및 광고 구매 내역에서 가장 소중한 데이터
2. 트랜잭션 ROI를 증가시키기 위해 더 많은 데이터를 성공적으로 사용할수록 더 많은 사용자를 검증할 수 있고, 데이터가 더 소중하게 됩니다.
3. 각 데이터 소스에 더 많은 겹치고, 상호 검증된 데이터가 포함되어 있으면 총 데이터 집합의 가치는 증가합니다. 이러한 데이터 집합의 가치는 사용될 때 트랜잭션 실적의 가치와 관련이 있습니다.

Shopin 토큰 다이내믹

Shopin 토큰 :

Shopin은 소매업체에서 제공하는 인센티브를 관리하는 데 사용하는 디지털 토큰을 활용합니다. 이 토큰은 데이터 공유와 Shopin 네트워크의 검증에 대한 경제성의 중요한 부분입니다. 쇼핑객은 자신의 웹 사이트 분석을 위해 소매업체에서 쇼핑객의 데이터를 사용할 때마다 보상을 받습니다.

Shopin 토큰의 목적은?

Shopin은 마케팅 및 판매 전환에 가장 소중한 데이터 소스를 구축하고 있습니다. 즉, 구매 데이터에 기초한 쇼핑객의 입증 가능하고, 계속해서 업데이트되는 평생의 가치

이는 당사가 전환에서 반품까지 전체 가격을 지불하는 고객인지 또는 할인된 가격을 지불하는 고객인지에 대해 전체 웹의 컨텍스트에서 쇼핑객의 모든 구매를 파악하고 있음을 의미합니다. 따라서 Shopin은 고객의 진정한 가치의 평생 마진 가치를 이해하고 있습니다. Shopin 토큰은 소매업체에서 이러한 가치에 액세스하고, 쇼핑객의 충성심을 얻기 위해 사용하는 도구이고, 쇼핑객은 소매업체에서 구매 시 되찾을 수 있는 암호화된 화폐가 지불됩니다.

쇼핑객의 진정한 의미의 LTV 이해

당사는 소매업체를 위한 구매 데이터와 일대일 모델을 구축하고 있습니다.



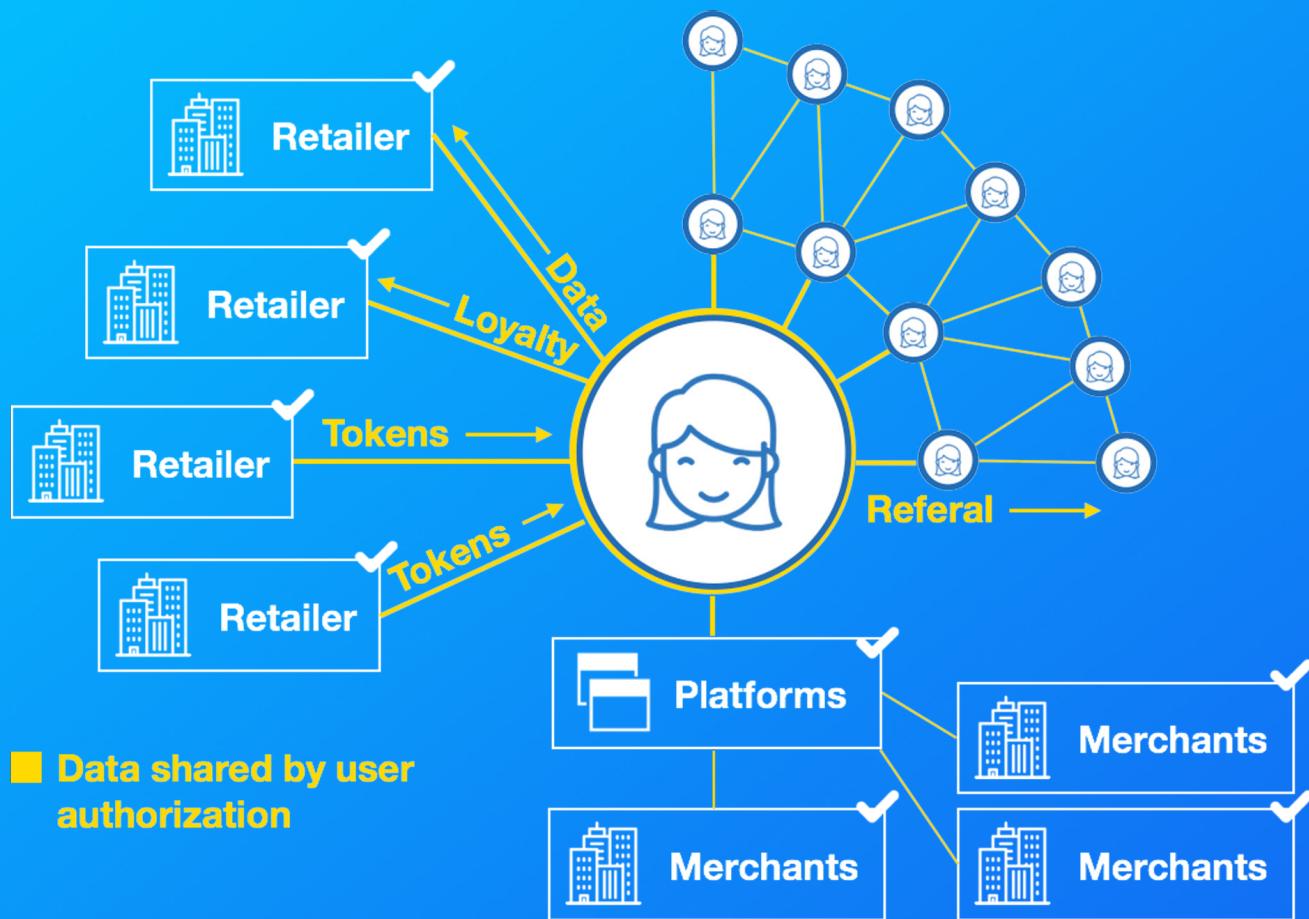
쇼핑객의 평생의 가치

Shopin 토큰 다이내믹

토큰 사용 방법 :

소매업체는 쇼핑객에게 Shopin을 사용할 수 있는 소매업체에서 소비할 수 있는 Shopin 토큰을 제공하여 전체 구매에 대한 토큰의 값을 상쇄할 수 있도록 합니다.

그래프



Shopin 토큰 다이내믹

15억개의 토큰이 ICO(제한된)에 할당되고, 이 중 33%가 인센티브를 위해 할당됩니다.

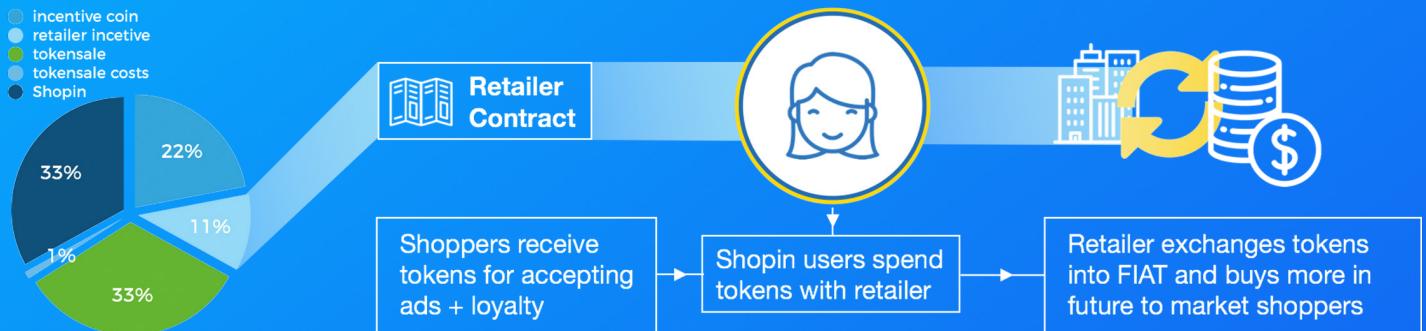
다음을 채택하도록 소매업체 론칭 파트너 장려 :

유ти리티 토큰에 대한 궁금적인 질문 : 어떻게 채택 사이클을 이해하고, 유ти리티와 토큰 보유에 대한 이유를 확신할 수 있습니까?

당사는 이 시장에서 초기 단계에 있고, 소매업체가 토큰화된 경제에 진입하길 주저한다는 사실을 인지하고 있으므로 거래소에서 Shopin 토큰의 가치를 살리기 위해 여러 개의 혁신적인 전략을 구현하고 있습니다.

1. 소매업체는 트랜잭션 판매 실적의 %에 기초하여 시험용 SaaS 계약(18개월)에 대한 제품 추천을 받기 위해 돈을 지불합니다.
2. 쇼핑객의 프로필을 기초로 광고하고, 다른 프로그램에 참여시키기 위해 소매업체는 쇼핑객이 구매 가격을 상쇄할 수 있는 토큰으로 지불해야 합니다.
3. 토큰의 채택을 촉진하기 위해 Shopin은 거래소와 소매업체 인센티브 할당 풀에서 토큰을 구매하여 (각각에서 50% 할당) 소매업체 계약 가치의 30% - 50%를 상쇄합니다.

이를 통해 시스템이 즉각적으로 생태계에 채택되고, 참가자뿐만 아니라 토큰의 주 사용자에게 토큰을 판매하여 거래소에서 토큰의 가치를 강화합니다.



소매업체의 광고 이점

일반화된 옵트인 광고

Shopin 앱은 직접적인 옵트인 광고에 반응할 때 고객에게 더 많은 보상을 제공하여 소매업체부터 고객까지 직접적인 통신 라인을 제공합니다.

이러한 서비스는 Shopin에서 현금화되고, 서비스를 선택한 고객을 위한 보상 소스가 됩니다.

고객이 서비스를 선택하면 고객이 광고 리뷰를 공유하는 동안 Shopin 앱은 고객의 데이터와 구매 내역과 일치하는 푸시 광고를 소매업체로부터 받을 수 있습니다.

특정 옵트인 광고

Shopin의 다른 기능은 사용자가 최근에 구매 관심을 나타낸 특정 제품에 대한 광고 및 홍보를 위한 옵트인 시스템입니다.

사용자가 이런 방식으로 제품을 선택하면 사용자의 관심은 선택한 제품과 함께 모든 소매업체에 보내지고, 소매업체는 고객과 직접 거래를 시도할 수 있는 기회를 갖게 됩니다.

위의 두 사례 모두에서 소매업체는 토큰을 생태계에서 쇼핑객을 위한 인센티브로 사용합니다.

소개, 보상

Shopin을 사용하면 소셜 미디어와 쇼핑객이 친구 및 가족과 공유하는 제품에 대한 소개 링크를 사용하여 소매업체를 위한 소개 기반 보상 시스템을 촉진시킬 수 있습니다.

각 쇼핑객은 소매업체 Shopin 토큰 인센티브를 받아 소개에 의해 행해진 향후 구매에 대해 보상을 받습니다.

Shopin 팀



Eran Eyal - CEO | 설립자

기술, 소매 및 디자인의 전문가 VaultML, Display.io, WinIt, CateredFit의 고문이자 투자자 블랙체인 열열지지자, Hodlr. Eran은 UN 세계정상 혁신상을 수여 받았습니다. TechStars Pitchnite. Eran의 이전 스타트업은 FastCompany에 의해 세계에서 가장 혁신적인 스타트업으로 상장되었습니다. Eran은 또한 미국 대통령 장학생 위원회의 추전장을 보유하고 있습니다.



Divakar Rayapaty - CTO | 공동 창립자

Divakar는 Priceline에서 14년 동안 첫 번째 엔지니어링 고용인 및 주 엔지니어였습니다. Divakar는 Priceline의 Gen 1과 Gen2의 아키텍처(현재도 사용 중임)를 설계합니다. Priceline를 퇴사한 후에 Divakar는 Flowhealth의 기술 공동 창립과 활동적인 엔젤 투자자가 되었습니다.



Jeremy Harkness - Blockchain Technology Officer | 공동 창립자

Jeremy는 최선을 다하는 진정한 의미의 기술자로, 두 개의 주요 아프리카 회사에서 CTO로 일하고 있고, Stratice의 공동 창립자입니다. Jeremy는 또한 세계에서 첫 번째 페일오버 라우터 발명가이고, 여러 개의 특허를 보유하고 있습니다. Jeremy는 과거 5년 동안 암호를 거래하고, 블록체인 기술 솔루션을 구축하였습니다.



Abhishek Yermalla - 엔지니어링의 VP

Abhi는 전자 상거래 분야에서 12년의 경험을 가진 노련한 설계자입니다. Abhi는 Priceline에서 8년 동안 근무하는 동안 매년 주어지는 CEO 공로상을 수여 받았습니다.



Michael Herman - CRO

Elie Tahari의 글로벌 세일의 이전 사장인 Michael은 Natori, Donna Karan, DKNY, Wacoal 그리고 Valentino에서 고위직에 있었습니다.

Shopin 팀



Doron Wesly - CMO

Doron은 B2C와 B2B 마케팅 분야에서 놀랄만한 깊은 지식과 경력을 자랑합니다. Shopin 팀에 합류하기 전에 Doron은 첫 번째 데이터 관리 플랫폼인 Lotame에서 CMO이었고, Tremor Video의 시장 전략 헤드(NYSE: TRMR, 현재는 TLRA), 미디어 에이전시인 Mindshare의 비즈니스 과학 헤드, Samsung의 인하우스 에이전시인 Cheil Worldwide에서 미디어 투자의 글로벌 헤드 그리고 Millward Brown, IAB, Lycos, Hotbar, Applebee's 등에서 다양한 리더십 직위를 맡았습니다.



Valdimir Ustinov - 상임 DevOps 엔지니어

Vlad는 Maker's Brand, Flow Health, Eigengraph에서 상임 엔지니어로 근무했습니다. Vlad는 Tomsk State University의 우주 물리학과 생태학의 석사 학위를 보유하고 있습니다.



Alexey Kyulkin - 상임 DevOps 엔지니어

Shopin 팀에 합류하기 전에 Alexey는 Maker's Brand의 프런트 엔드 엔지니어로 근무했습니다. Flow Health의 백엔드 엔지니어. Alexey는 National Research Tomsk Polytechnic University 부서의 헤드였습니다.

고문



Steven Nerayoff

Ethereum ICO의 설계자 Ethereum의 가스 발명가 Maple Ventures의 창립자이자 CEO, Alchemist Ventures의 공동 창립자, CloudParc의 창립자이자 CEO



Sampo Parkkinen

RapidBlue(Shoptrakker에 의해 합병됨)의 창립자 CEO Revive, GP Land in Chicago. Sampo는 Shopin의 초기 시드 투자자이자 강력한 후원자입니다.



Jeff Pulver

Jeff는 350개가 넘는 스타트업의 투자자입니다. MoNage와 Alchemist Ventures의 창립자인 Jeff는 VOIP 선구자로, 종종 VOIP 산업의 대부라고 불립니다.



Tom Gonser

Tom은 tech unicorn DocuSign의 잘 알려진 창립자입니다. Tom은 Seven Peaks Ventures의 GP 뿐만 아니라 Shopin의 투자자입니다. Tom은 스타트업부터 대기업에 이르기 까지 강력한 비즈니스 브랜드를 구축합니다.



Amadeo Brenninkmeijer

Amadeo는 C&A family의 소매 복원 분야에서 훌륭한 배경을 가진 성공한 엔젤 투자자입니다. Amadeo는 Shopin을 포함하여 40개가 넘는 스타트업의 투자자이고, 전에는 Bain Capital에서 근무했습니다.



David Drake

LDJ Fund의 관리 파트너 David는 여러 잘 알려진 블록체인 회사의 임원이자 고문으로, 크라우드 펀딩 커뮤니티에 깊이 관여하고 있고, 업계를 주도하고 있습니다.



Garrette Furo

Garrette는 성공한 암호화된 화폐 트레이더입니다. Garrette는 2017년 8월까지 3000% YTD ROI를 달성하여 많은 레버리지 없이 Bitcoin을 2000% 이상 앞섰습니다. Garrette는 문자신경생물학과 대안투자 분야에서 학사 학위를 보유하고 있습니다.

고문



Nathan Low

Nathan은 연속 엔젤 투자자의 전형으로, 애드테크에 대한 날카로운 통찰력을 보유하고 있습니다. Nathan은 Shopin을 현재까지 포함하여 120개가 넘는 스타트업에 투자하였습니다. Nathan은 Sunrise Securities의 창립자입니다.



Moshe Bellows

Moshe는 Shopin의 초기 투자자이고, 여러 개의 NYC와 이스라엘 스타트업 위원회에 봉사하는 잘 알려진 엔젤 투자자입니다. 소매 세계에서 Moshe의 네트워크는 많은 투자를 받았고, Shopin을 위한 많은 기회를 제공하였습니다.



Bryan Feinberg

Bryan은 Shopin의 초기 투자자이고, 여러 개의 NYC와 이스라엘 스타트업 위원회에 봉사하는 잘 알려진 엔젤 투자자입니다. 소매 세계에서 Moshe의 네트워크는 많은 투자를 받았고, Shopin을 위한 많은 기회를 제공하였습니다.

Shopin 아키텍처

1.1 개요 :

Shopin에서 빌트인 분산 데이터베이스가 포함된 증거의 지분 블록체인(Proof Of Stake Blockchain)을 사용하여 Shopin 토큰을 확장하여 전송할 수 있고, 확장 가능한 엔터프라이즈 강화 분산 NoSQL 데이터베이스 기술, 빌트인 NoSQL 쿼리 기능 및 견고한 승인 시스템을 사용하여 데이터 액세스를 관리합니다. Shopin은 전체 노드를 실행하기 위해 승인을 네트워크의 최소 토큰 지분과 연결하는 증거의 지분 합의 알고리즘을 구현합니다.

1.1.a Shopin 프로필

블록체인의 첫 번째이자 가장 중요한 항목은 Shopin 프로필입니다. Shopin 프로필은 네트워크의 쇼핑객 저장소의 기초입니다.

1.1.b 개인 데이터

Shopin 프로필은 개인들이 개인의 조건에 대해 권한을 부여 받은 소매업체와 함께 개인 정보를 공유하고, 관리하는 방식의 중요한 부분을 형성합니다. 소매업체는 고객을 확보하여 쇼핑 데이터를 보유할 수 있는 애플리케이션을 개발하고, Shopin 토큰에 기초하여 인센티브를 사용한다.

2. 배경

2.1 분산 스택 아키텍처

Shopin은 3계층 DAPP 아키텍처를 사용하여 실행되며, 3계층 DAPP 아키텍처는 맨 위 층에서 Ethereum 블록체인을 사용하여 Shopin 토큰과 Shopin DAPP의 스마트 계약 그리고 iex.ec 클라우드에 기초한 분산 클라우드 아키텍처에 존재하는 BigchainDB에 기반한 자체 개인 블록체인을 관리합니다.

2.1.a Ethereum 블록체인

Shopin은 Ethereum 스마트 계약에 따라 토큰을 판매하는 동안 ERC20 토큰을 배포합니다. 토큰은 ICO 동안 모든 ICO 참가자에게 배포됩니다.

소매업체에게 Shopin 블록체인에서 토큰을 생성하기 위해 원자적 교환 스마트 계약을 사용하여 이동하는 Shopin 토큰이 제공됩니다.

Shopin 아키텍처

배경(계속):

2.1.b. 개인 DAPP 노드

Shopin은 분산 클라우드 기반 가상 환경을 사용하여 세계에 서버를 배포하고, 이를 통해 리던던시와 DOS 공격 방어뿐만 아니라 서비스 제공 속도를 현저하게 개선합니다.

2.1.c 개인 승인 블록체인

Shopin은 초대만 허용된 블록체인 분산 데이터베이스를 실행하여 소매 파트너가 블록체인에 노드를 호스팅할 수 있습니다. 이 아키텍처는 Shopin 블록체인의 제어와 보안을 충분히 분산시켜 신속히 보안을 확보하고, 데이터베이스에 대한 액세스를 닫는다.

2.2. 분산 데이터베이스

현대의 Google 검색 시대에서 거대한 분산 시스템이 없을 경우 YouTube, Netflix 및 Facebook은 가능하지 않을 것입니다. 수억만 명의 사용자 규모로 이러한 서비스를 제공하려면 이러한 모든 유비쿼터스 서비스는 시스템을 이동하는 모든 데이터를 지지할 수 있는 견고하고, 안정된 데이터베이스를 가져야 한다. Shopin은 신속하고, 확장 가능한 블록체인 솔루션을 배포하고, 솔루션에서 소매 의류 산업에 서비스를 제공하는 데 필요한 거래량을 구현합니다.

2.3 기존의 블록체인 확장성 제약 조건

기존의 블록체인 구현에는 확장 가능성 및 대량 채택에 영향을 주는 많은 요소가 있습니다.

2.4 리소스 낭비

리소스의 주요 낭비는 네트워크 안정성과 합의를 보장하기 위해 처리 리소스를 사용하는 Bitcoin의 첫 번째 블록체인 구현에서 발견할 수 있습니다. 이로 인해 달러당 가장 빠른 해싱 기능을 제공하기 위한 ASIC 개발에 경쟁이 가속화되었고, 세계적으로 막대한 양의 전기가 소비되었고, 킬로와트시(kWh) 당 최고의 가격을 제공하는 변전소 근처에 집중된 장소에 거대한 광산이 생겼습니다.

Shopin 아키텍처

배경(계속):

2.5 트랜잭션 속도 제한

현재의 합의 메커니즘은 각 블록에 포함될 수 있는 데이터의 양을 제한하여 트랜잭션 처리 기능을 제한합니다. 이로 인해 Bitcoin이 현재의 블록 크기를 사용하여 초당 약 7개의 트랜잭션의 피크로 제한됩니다.

2.6 트랜잭션 속도 제한

블록 타임은 다른 제한 요소입니다. 트랜잭션을 검증할 수 있는 속도는 원장의 현재 상태에 대한 불변성의 신뢰도에 의해 제한됩니다. 합의 시 블록체인이 짧은 시간 동안 작동하지 않을 수 있고, 수 많은 추가 블록이 확인된 후에야 전체 합의에 도달할 수 있습니다. 이로 인해 자산을 수령자에게 제공하기 전에 가상 자산 트랜잭션에 관련된 참가 당사자들이 여러 번의 확인을 기다리게 됩니다.

2.7 채택에 대한 제한으로서 네트워크 대역폭

가장 큰 제한은 기존의 블록체인이 함께 작동하기 위한 인터넷 연결 대역폭입니다. Bitcoin과 Ethereum 중 하나는 초당 수백만 개의 트랜잭션을 처리할 수 있는 온체인 트랜잭션 기능을 확장할 수 있으면 노드는 매일 추가 테라바이트(TB)의 반이 필요한 대역폭과 이런 양의 데이터를 유지하기 위해 해당 대역폭을 처리할 수 없습니다.

3. 블록체인 확장성 요구사항

Shopin은 차세대 블록체인과 관련 분산 애플리케이션을 구현하는 데 필요한 핵심 기능을 식별했습니다.

3.1.a 기존의 합의 메커니즘이 집중되지 않음

신뢰도가 매우 높은 개인만이 검증 노드를 실행함으로써 시스템은 합의 노드의 비집중화뿐만 아니라 최대 보안을 보장합니다. 승인 시스템을 구현하여 노드 운영자의 신뢰를 보장합니다.

Shopin 아키텍처

블록체인 확장성 요구사항(계속) :

3.1.b 버려지는 에너지 최소화

승인 시스템을 사용하여 블록체인을 검증하기 위해 방대한 양의 에너지를 사용해야 하는 필요성을 없앴습니다.

3.1.c 네트워크를 통해 확장 가능한 트랜잭션 처리량

합의에 도달하는 데 풀링된 투표를 사용하여 트랜잭션의 연속, 실시간 비순환 그래프로 블록을 검증합니다. 시험을 통해 32개의 노드에서 초당 10,000 트랜잭션 이상을 제공할 수 있다는 것이 밝혀졌습니다.

3.1.d 글로벌 분산 시스템으로 1.3초의 짧은 시간에 확인

BigChainDB에서 실행되는 지리적으로 집중된 승인 블록체인은 단일 데이터 센터에서 시험하였고, 50 밀리초 미만의 시간 내로 완벽한 합의에 도달할 수 있습니다.

3.1.e 전체 노드의 대역폭과 저장소 리소스 요구사항 최소화

Shopin의 분산 데이터베이스 블록체인은 모든 노드에 트랜잭션의 새 블록과 관련된 계속해서 새로운 합의 투표 상황을 계속해서 업데이트합니다. 합리적인 복제 요소로 노드의 수와 비례하여 데이터 저장소 용량을 증가시키고, 전체 시스템의 대역폭 및 저장소 요구사항을 최소화합니다.

3.1.f 블록체인의 효율적인 저장소와 복제

당사는 합리적인 높은 복제 요율을 사용하므로 Shopin은 블록체인 데이터베이스의 저장소와 대역폭 요구사항을 감소시킵니다.

3.2 Shopin의 확장 가능한 소매 솔루션

Shopin의 솔루션은 신뢰도가 높고, 시도되고, 시험된 개방형 소스 소프트웨어를 사용합니다. Shopin은 쇼핑객의 개인 데이터에 분산되어 확장 가능한 소매 솔루션을 제공할 수 있도록 새로운 방식으로 솔루션을 배포합니다. 즉, 블록체인의 투명성과 불변성을 통해 속도, 처리량, 신뢰성 및 보안을 제공합니다.

Shopin 아키텍처

블록체인 확장성 요구사항(계속) :

3.3 성능

Shopin의 블록체인 아키텍처는 표준 하드웨어나 분산 클라우드 환경과 실행되며, 제3자가 실험적으로 검증한 놀라운 결과를 제공합니다.

3.3.a 블록 타임

PAXOS 합의 알고리즘의 파생물에 기초한 기존의 합의 알고리즘에서 제공하는 새 블록체인 파이프라인과 노드 투표 메커니즘을 사용하여 Shopin은 노드 간 평균 대기 시간에 의해서만 제한되는 속도로 합의에 도달할 수 있습니다. 지구에서 고르게 분포된 글로벌 네트워크와 150ms의 노드 간 대기 시간이 제공되면 전체 합의는 1.5초 미만의 시간 내에 도달할 수 있습니다. 합의에 도달한 후에는 트랜잭션을 변경할 수 있는 방법이 없으므로 이 후에는 추가 확인이 필요치 않습니다. 블록체인 상태에 대한 향후 불확도는 존재하지 않습니다.

3.3.b 트랜잭션 용량

96개 노드를 사용한 시험을 통해 개인 Shopin 블록체인은 초당 10,000개 이상의 트랜잭션(노드 당)을 처리하여, 시험 동안 초당 2백만 개 이상의 트랜잭션을 처리합니다.

3.3.c 저장소 용량

Shopin 블록체인은 모든 쇼핑객을 위해 적은 수의 노드로 대형 저장소 용량을 호스팅하면서 페타바이트(PB) 범위로 데이터와 Shopin 토큰을 저장 및 관리합니다.

3.4 프로필 보안

Shopin은 개인 키를 사용하여 개인 데이터에 대한 액세스를 관리하고, 사용자가 개인 키를 쉽게 관리할 수 있도록 Shopin 분산 애플리케이션을 사용합니다. 당사는 또한 새로운 다서명 키 관리 시스템을 제안합니다. 제3자 ID 검증 회사는 이러한 핵심 복구 프로세스에서 중요한 구성요소입니다.

Shopin 아키텍처

블록체인 확장성 요구사항(계속) :

3.5 분산 애플리케이션 아키텍처

Shopin은 시스템의 기본 인터페이스를 웹 전자 지갑을 통해 개인에게 까지 확장하는 분산 애플리케이션에 블록체인으로 배포되어 프로필 관리, 소매업체 가입 및 승인 관리 콘솔의 인터페이스 기능을 수행합니다.

3.5.a DApp 노드

분산 애플리케이션은 iex.ec 분산 클라우드의 맨 위에서 실행되는 분산 웹 서비스 플랫폼에 있는 Shopin 노드에서 실행되고, Shopin 블록체인을 지원하는 1차 DAPP를 서비스하고, 실행할 수 있습니다.

API를 사용하면 자체 시스템을 실행하는 독립적인 소매업체는 데이터베이스와 상호 작용하여 개인의 데이터 저장소에서 데이터를 저장하고, 검색할 수 있습니다. 개인별 소매업체 가입을 통한 승인 할당으로 각 소매업체는 쇼핑객으로부터 다른 개인 데이터를 분리할 수 있습니다.

3.5.b 분산 클라우드 아키텍처

Shopin은 개인 컴퓨터, Google Cloud, Amazon AWS, iex.ec 같은 분산 클라우드를 포함하여 Docker를 사용할 수 있는 플랫폼에서 실행 가능한 표준화된 Docker 컨테이너를 사용하여 배포합니다.

3.5.c Docker 컨테이너

Docker 컨테이너는 특정 소프트웨어 요구를 이행하기 위해 모든 애플리케이션 표준화를 촉진시키는 가상 운영 환경입니다. 컨테이너는 컴퓨터 시작 시 시작되는 사용자 지정된 구성을 사용합니다.

Shopin 아키텍처

용어 :

4.1 블록체인(Blockchain)

자산 양도와 관련된 트랜잭션의 신뢰성을 검증하는 데 제3자의 신뢰가 필요 없는 변하지 않는 분산 원장

4.2 비트코인(Bitcoin)

블록체인의 첫 번째 실제 구현

4.3 SQL 데이터베이스(SQL Database)

표 형식으로 데이터를 저장하고, 표 명칭과 열 머리글에 기초하여 항목을 설명하는 쿼리 언어를 사용하는 데이터베이스

4.4 NoSQL 데이터베이스(NoSQL Database)

키-값 쌍이나 그래프로 구성된 형식으로 데이터를 저장하는 데이터베이스

4.5 분산 데이터베이스(Distributed Database)

지리적으로 분리될 수 있는 네트워크에서 한 개 이상의 하드웨어/ 소프트웨어를 사용하여 네트워크에서 복제된 데이터를 저장 및 검색하는 데이터베이스로, 효율성을 증대시키기 위해 전체 데이터 세트의 하위 세트로 분할될 수 있습니다.

4.6 복제 요소(Replication Factor)

이는 저장소, 대역폭 사용량, 데이터 제공 및 처리 능력의 효율성을 증가시키기 위해 분산 데이터베이스에서 데이터가 전체 데이터베이스의 더 작은 하위 세트로 분할되는 정도를 의미합니다.

4.7 변경 불가(Immutable)

이는 작성된 후에는 변경할 수 없는 기록의 속성을 의미합니다.

4.8 영지식 증명(Zero Knowledge Proof)

한 명의 개인이 비밀을 요청 당사자에게 공개하지 않고 그리고 비밀 소유자가 사실은 비밀을 소유하고 있다는 것을 확인할 수 있는 관찰자 없이 특정 비밀에 대한 지식 증명이나 부족을 교환할 수 있는 방법

Shopin 아키텍처

용어 :

4.9 노드

노드는 처리, 저장소, 데이터베이스, 네트워크 트래픽 라우팅 등의 네트워크 서비스를 제공하기 위해 분산 솔루션으로서 함께 작동하는 유사한 컴퓨터 시스템의 네트워크에서 단일 컴퓨터 시스템에 대한 참조입니다. 일반적으로 노드는 네트워크에 관한 불가지론적이고, 상태 비저장으로 시스템의 서비스 제공에 영향을 주지 않고 제거될 수 있습니다.

4.10 합의

합의는 제3의 중재자 없이 그룹 분쟁을 해결하기 위해 그룹 내 대부분의 사람들이 결정을 내리는 그룹 다이내믹을 설명합니다. 일반적으로 그룹의 모든 당사자는 합의에 도달하기 전에 일단 합의에 도달하면 그룹의 모든 당사자가 개인적으로 결정에 동의하지 않더라도 합의 결정의 결과를 수용한다는 데에 동의합니다.

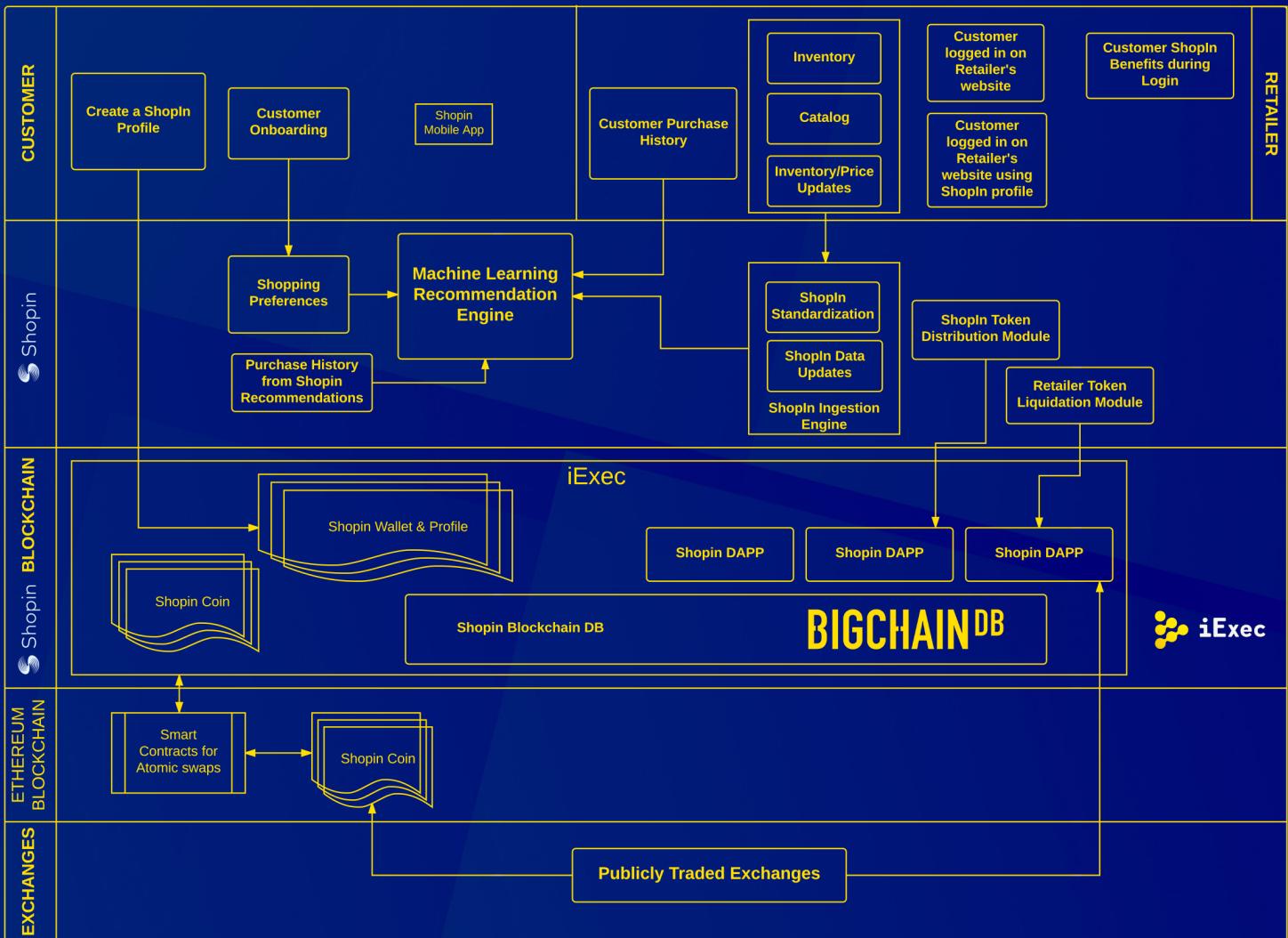
4.11 ASIC

ASIC는 회로가 한 가지 특정 작업을 매우 효율적으로 할 수 있도록 고안된 특수 전자 장치입니다. 이와는 반대로 범용 프로세서는 프로그래밍 가능하고, 실행 시 로드되는 소프트웨어를 사용하여 런타임 시 발생하는 많은 문제를 해결할 수 있습니다.

Shopin 아키텍처

SHOPIN 플로우 VI.O - 토큰 모델

그래프



결론

Shopin은 데이터가 해당 영역의 코인이 되는 생태계를 생성합니다.

이 패러다임에서 쇼핑객과 소매업체는 동일한 대화의 최종 부분이고, 소비자는 운전사의 좌석입니다.

소비자가 데이터를 관리하고, Shopin 토큰을 도입하면 소매업체는 이전 보다 더 잘 고객에게 서비스를 제공할 수 있습니다.

더 많은 소비자가 소매업체와 상호 작용하고, 토큰화된 경제에 각자가 있을수록 데이터의 가치는 더 높아집니다.

제어, 가시성, 가치 Shopin은 점차 소매 영역의 코인이 되어 가고 있습니다.

토큰 재판매는 사이트 방문 :
tokenpresale.shopin.com
또는 tokensale@shopin.com
에 이메일을 보내십시오.



부록 : 블랙체인 자주 묻는 질문

데이터를 보호하기 위해 블랙체인을 사용하는 방법은?

Ethereum 블록체인을 사용하여 블록체인에 IPFS 개체의 해시를 작성할 수 있고, 블록체인에 IPFS에 대한 데이터 참조를 저장할 수 있습니다. 개체의 원시 해시를 저장하는 대신 실제 IPFS 해시가 공개되지 않도록 해시를 암호화할 수 있습니다. 그리고 더 나아가 완벽한 분산 솔루션을 생성하기 위해 BigChainDB와 iExec를 통합합니다.

Shopin이 소매업체와 상인에게는 어떻게 작동합니까?

Shopin 앱, 전자 지갑 및 Single Sign-On을 통해 쇼핑객은 웹에서 구매 행위가 발생할 때 쇼핑객을 완벽히 그리고 실제로 파악하는 가장 정확한 방법인 구매 내역 데이터를 통해 소매 웹에서 인식됩니다. Shopin 프로필을 통해 소비자는 가장 개인적인 “맞춤형” 쇼핑 환경을 가질 수 있습니다.

이를 발행자, 사용자 그리고 소비자 간 “닫힌 생태계”로 빌드할 계획입니까? 또는 개방형 표준에 기초하고, 다른 애플리케이션에서 액세스할 수 있습니까?

Shopin 시스템, 고객 장치 및 소매업체가 생태계에 참여합니다. 하지만 Ethereum이 서로에 대한 사용자의 상호 작용 또는 소매업체와의 상호 작용의 기초가 되는 스마트 계약에 대한 가장 견고한 시스템으로 토대는 표준 Ethereum 토큰이 됩니다.

당사의 핵심 철학은 통합, 표준 및 기타 애플리케이션의 공개하는 것으로, 서로가 성장하고, 더 크고 응집력 있는 생태계를 형성하는 데 도움이 되도록 블록체인 공간에서 다른 회사 및 제품과 협업합니다.

데이터를 IPFS 등 또는 스마트폰에 저장하십니까?

데이터는 사용자가 장치를 분실할 경우 검색할 수 있도록 Shopin 앱의 폰에 저장되고, 암호화되고, IPFS에 백업됩니다. 각 사용자의 Ethereum 전자 지갑 또한 사용자가 자신의 장치를 분실할 경우 검색할 수 있도록 백업되어 IPFS에 업로드됩니다. 각 사용자의 Ethereum 전자 지갑 또한 백업되므로 IPFS에서 검색할 수 있습니다.

부록 : 블랙체인 자주 묻는 질문

IPFS 또는 BigChainDB가 안전한 솔루션입니까?

당사는 IPFS/BigChainDB 데이터를 암호화하는 데 두 개 이상의 키가 필요하도록 여러 개의 sig 키 시스템을 사용하고 있습니다. 세 번째 키는 신뢰할 수 있는 타사가 보유합니다. 전자 지갑이 손상되면 파일은 다른 ETH 주소와 관련된 다른 키 세트로 이동하고, 기존의 파일은 IPFS 또는 BigChainDB에서 영구히 제거됩니다.

앱에 대한 프로토타입을 가지고 있습니까?

이 단계에서는 아닙니다. 이는 ICO. 후의 당사 엔지니어링의 두 번째 단계로, 현재 당사의 초점은 다음과 같습니다.

1. 블랙체인 기술에 기초하여 당사가 공유한 제품 파이프라인과 당사가 회사가 협업을 원하는 블랙체인 회사와의 통합을 마무리합니다.
2. 소매업체, 상인 및 플랫폼과의 신속한 통합을 위해 CommerceCloud/DemandWare, Shopify Plus, Oracle, Dynamix 등의 API 통합을 빌드합니다.
3. 앱과 기능을 구축합니다.
4. 먼저 온라인에 초점을 맞추고, 나중에 오프라인(스토어 내) 통합에 초점을 맞춥니다.
5. 패션, 액세서리, 신발, 화장품에 초점을 맞추고, 나중에 가전제품에 초점을 맞춥니다.

데이터의 암호화 키를 어떻게 저장 및 복구할 계획입니까?

Shopin은 사용자가 항상 데이터를 복구할 수 있도록 다중 sig 지갑 방식을 사용하고, 세 가지 서명 즉, 사용자 서명, Shopin 서명 그리고 신뢰할 수 있는 타사의 서명을 사용합니다. 이 제안 대신 보안을 조사하고, 업계 모범 사례를 사용합니다.

(다음 페이지에서 계속)

부록 : 블랙체인 자주 묻는 질문

사용자는 시드를 통해 데이터를 저장/복구합니까? Ethereum 트랜잭션뿐만 아니라 데이터 암호화에 같은 키를 사용합니까? 어떤 트랜잭션을 블랙체인에 기록합니까?

당사는 블록체인에 Shopin 토큰 교환을 저장하지만 체인에서 로그오프된 트랜잭션을 저장하여 블록체인에 정기적으로 쓸 수 있도록 개인 채널을 사용하여 소매업체와 소비자 간 체인 스팸을 최소화합니다.

당사의 첫 번째 구현에서 트랜잭션 데이터를 또한 많은 키 중에서 두 개 키로 데이터에 액세스할 수 있는 다중 sig 시스템을 사용하여 액세스할 수 있는 자체 IPFS 폴더/디렉토리에 저장된 원장에 암호화하여 저장할 수 있다고 생각했습니다. 이는 이 프로젝트의 시간대에서 호핑 Raiden을 사용할 수 있으므로 미봉책이었습니다. 개인 데이터는 IPFS에서 고객 자신의 디렉토리 아래에 있는 다른 파일에 백업됩니다.

하지만 솔루션이 없어 지연된 Raiden의 경우 해당되지 않았고, 당사는 데이터를 저장하고, Ethereum Network와의 스왑을 통해 AI/컴퓨팅 파워를 iExec(프랑스)에 분산시키기 위해 BigChainDB(독일)와 파트너십을 체결하였습니다.

사용자가 쇼핑을 하면 채널이 닫힐 수 있고, 블랙체인에 최종 교환이 확인됩니다.

(다음 페이지와 마지막 페이지에서 계속)

부록 : 블랙체인 자주 묻는 질문

메다데이터의 문제를 어떻게 다룰 계획입니까? 누가 어디에서 얼마나 자주 쇼핑하는지 분명하지 않습니까?

1. 가면 뒤에 있는 사람은?
2. 어떤 상품을 구매했습니까?
3. 구매한 품목으로 시작하는 SKU 레벨 정보는(포장을 벗신 브랜드 식별자)?
4. 소비자가 얼마나 자주 해당 품목이나 유사한 품목을 구매합니까?
5. 다른 카테고리의 품목에 평균적으로 얼마를 지불하고, 지불한 돈과 해당 품목의 원래 가격 간 관계는?
6. 어떻게 이것이 계절 및 패션 트렌드와 관련됩니까?
7. 클러스터로서 구매의 위치
8. 온라인과 오프라인 구매
9. 어떤 형식의 지불을 사용합니까?
10. 얼마나 많이 신용 카드와 현금 카드로 결제합니까?
11. 신용/대출/할부의 경우 페이백의 조건과 제한사항(나중 단계)은?

당사의 실시간 제품 추천 엔진은 쇼핑백이 Shopin이 공급하는 소매 사이트에 로그인할 때 “맞춤형” 페이지에 있는 품목의 구매, 위시리스트 또는 제거를 캡처합니다. 이 제품 추천 엔진은 즉시 네트워크에서 핵심 Shopin 프로필과 기타 소매업체의 제품 추천 및 마케팅 보조자료를 실시간으로 학습하여, 업데이트합니다.