

가는길에

사업기획서

The Partner of the All business

Smart Delivery Service

“On the way”

Executive Summery

본 서비스는 모바일 플랫폼을 이용한 스마트 배송서비스이다

스마트배송app을 활용하여 효율적 배송 및 광고상품과의 연계를 통한 스마트 배송서비스 실현을 그 목적으로 한다

서비스의 주요 특징은 첫째 전 세계적으로 모바일폰 사용자가 급증하고 있으며, 이는 기존 콜센터를 통한 지역마케팅 비즈니스 모델에서 개인 모바일을 활용한 광범위한 비즈니스 모델이 속속 등장하고 있다 또한 우버택시, AIR B&B모델처럼 공유경제(sharing economy)를 활용한 새로운 비즈니스 모델이 속속등장하고 있으며, 효율적인 시간운영을 통한 time marketing이 등장하고 있다 개인은 각자의 여유시간과 유희운송수단을 이용한 배송서비스로 공유경제, Time marketing으로 자원을 활용할수 있다

최근 한국 C2C 시장은 구매당사자간의 거래에서 가장 중요한 검토사항으로 안전한 결제 와 배송을 꼽고 있다

지속적인 기술개발을 통한 결제시장은 핀테크의 영향으로 간편하면서 안전한 결제가 점진적으로 이루어지고 있으나 배송관련해서는 보다 안전하고 질 높은 스마트배송에 대한 기대가 있다 본 서비스를 이용하는 고객은 GPS위치 확인을 통하여 가장 근거리에서 있는 서비스제공자를 검색할수 있으며 보다 편안고 안전하게 물건을 배송 의뢰할 수 있으며 기존 서비스 대비 보다 빠른 서비스를 제공하며, 사람을 통한 배송개념의 도입으로 믿고 맡길수 있는 시스템 구현가능하다

과거 배송서비스는 특정지역의 한정되거나 거주기준의 택배, 퀵서비스로 한정되어왔다 배송범위가 지방 및 국가간 거래로 넓어져야하는 소비자의 필요가 있기에 국가간 개인거래에 있어서도 활용가능한 서비스가 되었으며 특별히 중고물품의 거래에 있어서 물품의 상태를 확인 후 배송가능하기에 성장가능성이 매우 높은 시장으로 평가된다

글로벌 시장은 이미 IT발달과 함께 amazon, alibaba 등 다국적 쇼핑몰의 국내진출 및 해외직접구매시장의 성장으로 배송시장도 확대되고 있다 택배보다는 보다 안전하고 빠른 서비스를 찾는 고객의 증가하고 있으며 이는 교통수단 및 도로의 발달로 인한 유동인구가 지속적으로 증가하고 있기에 새로운 틈새시장으로 자리매김할 수있다

본 서비스는 글로벌 진출에 용이한 서비스를 제공하며 미국, 중국, 일본의 배송사와 협력을 통한 서비스가 가능하며 국경은 존재하나 그 의미가 크지 않고 인력의 이동이 자유로운 유럽시장에 적합한 모델이 될 수 있다 또한 개인운송수단이 발달한 동남아시아는 스마트폰의 사용자가 증가하고 있으며 체계적인 물류서비스가 되지 않은 나라이기에 적용가능한 시장으로 볼 수 있다

서비스의 수익원중 일부는 BUDDY(배송책임자)와의 계약에 의한 수수료 SHARE방식을 취하고 있으며 9월말 BETA서비스 오픈 및 12월 본격서비스에 들어갈 예정이다

또 다른 서비스원은 광고에서 그 해답을 찾고자 한다 배송중인 물품의 광고가 연동되는 서비스를 통하여 고객 및 배송책임자에게 전달되어지고 광고시청시 배송비 할인을 받을수있는 시스템을 통하여 무료로 배송을 주문할 수 있는 시장으로 성장을 꾀하고 있다

현재 이 서비스를 책임지고 있는 드림팀은 프로그램 개발 및 광고사업에 20년 노하우를 가지고 있는 팀원들로 구성되어 있으며 각 영역별 책임을 통한 보나 차별화된 서비스를 구현하고자 노력하고 있다

우리는 누구인가?

우리는 IoT와 O2O에서 꼭 필요한 기술을 개발, 운영합니다

우리는 무엇을 추구하나?

시간과 열정을 공유합니다

고객은 무엇을 원하는가?

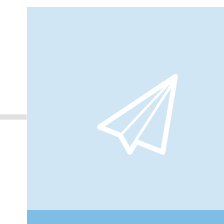
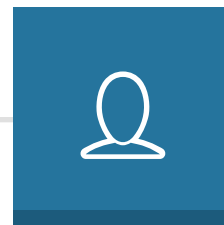
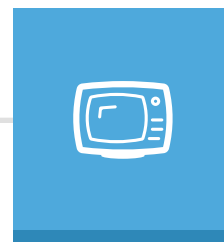
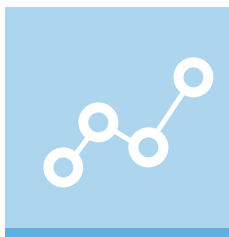
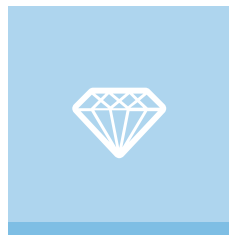
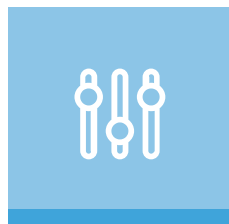
차별화된 서비스와 효율적인 운영서비스

시장은 어디인가?

Secondary market
C2C, B2C market
해외배송
특수화물

Financial project

3개년 사업계획
투자 및 개발계획
인력계획 및 운영계획



우리의 고객은 누구인가?

사람과 사람이 만나는 곳에 우리의 고객이 있다

우리의 솔루션

- Planning map system(최적루트 확인)
- O2O 위치기반 서비스
- Time keeper서비스

시장 벤치마킹

국내 배송시장규모
해외배송시장 규모

Dream Team, Partners

각 방면의 전문가들로 구성된 팀은 최고의 효율을 약속합니다

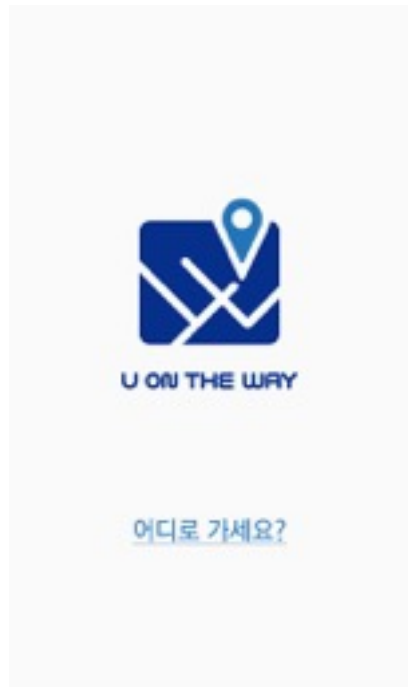
가는길에 서비스는

공유경제를 실현하는 글로벌서비스를 지향합니다

순다라라 교수(뉴욕대 스톤경영대학원)는 "공유경제를 통해 쓰지 않는 방, 쓰지 않는 자동차, 개인의 남는 시간 등 재화와 서비스를 보다 효과적으로 활용하기 때문에 생산성을 높일 수 있다"며 "생산성의 향상은 자연스럽게 경제성장으로 이어진다"고 말했다.



우리는 무엇을 하는가?



목적지 중심의 배송

목적지가 같은 사람과
물건이 만나는 스마트배송



신뢰할만한 서비스

서비스를 제공하는 Courier의 신원
을 확인할 수 있으며 SNS로 연결되
어 고객이 가장 신뢰할수 있는 배송
시스템 구축가능



즉시 확인, 즉시 서비스

배송할 물건이 무엇인지를
사진 및 메신저를 통해 확인가능하
며 효율적 배송이 가능하기때 믿고
신뢰할 수 있는 서비스 구현



사용자중심의 서비스

전문적인 서비스를 받을 필요가 있
는 물건의 최적화된 Courier의 도움
을 받아 즉시배송가능하며 기존택
배시스템이 할수 없는 서비스를 구
현할수 있음



모바일 최적화서비스

고객 및 Courier 모두에게 최적의 시
스템을 제공함으로 보다 편리한 비
지니스플랫폼 제공가능하며 이는 글
로벌서비스를 구현함에 있어서 문제
없이 진행가능함

우리의 고객은 누구인가?



빠른 서비스를 원하는 고객

1년 365일 24시간 고객은 빠른 서비스를 필요



최상의 IT기술

IOT시대에 가장 편리한 기술기반으로 서비스가 이루어 지기를 기대



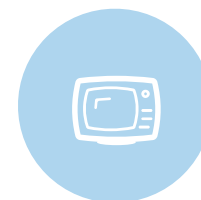
온라인을 넘는 신뢰

오프라인서비스를 온라인에서 구현가능하기를 기대 하는 고객



나를 대신할 사람

바쁜일상에서 나를 대신해서 일해줄 수 있는 서비스를 필요로 하는 고객



글로벌 서비스

전세계 어느곳에서든지 서비스가 가능하며 실시간 서비스 가능하도록



진심이 전달되는 서비스

사람과 사람을 이어주는 가장 아름다운 서비스를 받고 싶어하는 고객

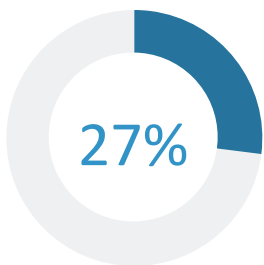
고객은 무엇을 원하는가?

글로벌시대에 맞는 서비스, 원하는 시간과 원하는 장소에서



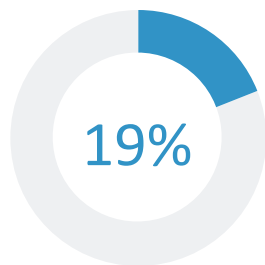
“고객은 차별화 서비스를 기대한다”

2015년 소비자보호원



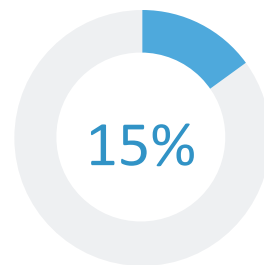
배송지연 오배송 및 분실

고객의 27.4%는 구매물건의 적시배송에 문제를 이야기 한다 못하거나 A/S요청시 적시 조치 불량



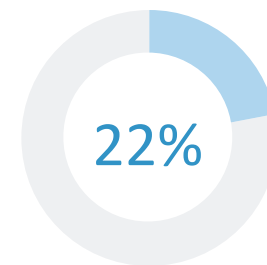
제품하자(불량) A/S불만

구매한 제품이 기대에 미치지



취소, 교환 환불지연, 거부

구매후 취소 및 교환거부
환불요청시 연결이 어려움



결제 불만 연락두절

이중결제 및 판매자의
연락두절, 운영중지

SOLUTIONS

The Leader of the All business



Planning mapping system

최적루트제공을 통한 효율적 배송가능시스템



O2O위치기반 서비스

고객과 파트너의 위치공유를 통한 효율적 배송 가능시스템



Time saving solution

전세계 24시간이내 연결배송 서비스



창의적 운송 plan 및 서비스

미션별 창의적 배송계획구축서비스



찾아가는 서비스

Door 2 Door 서비스를 통한 신뢰구축



전문가서비스

각 배송물건별 전문가 배치를 통한 차별화 서비스영역구축

창의적사고를 통한 공유경제 Solution

우리의 시장은 어디인가?

The Leader of the All business



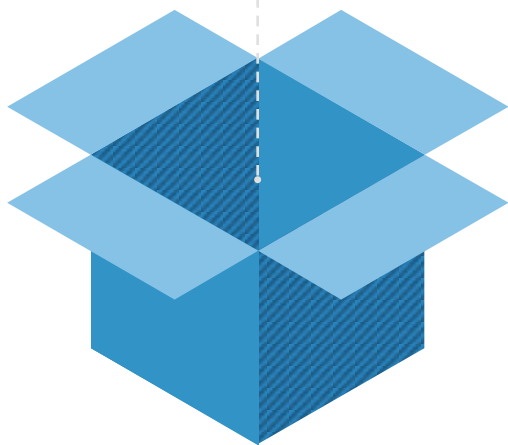
일반시장현황

국내배송시장은 크게 **물류시스템구축** 유무로 구분되어진다

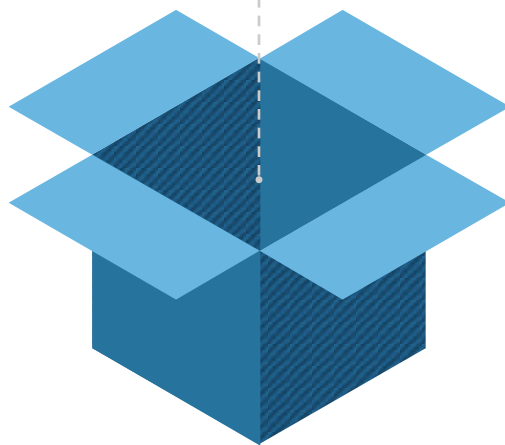
배송시장 성장율은 연10%대

온라인쇼핑의 증가로 인한 택배시장규모 증가세, 지속적인 인프라투자가 이루어지고 있으며 B2C, C2C시장의 성장세 여전

택배
4.1조



퀵서비스
5조



택배시장

58%

배송시장에서 서비스경쟁보다는 가격경쟁을 통한 소비자 불만이
늘고 있으며 **58%미만의 소비자 만족도**는 새로운 유형
의 서비스를 기대하는 소비자군 형성



퀵서비스시장

5%



실시간 서비스위치를 활용한 퀵
서비스사용은 **5% 미만**
모바일서비스 이용 전
통적인 콜센터를 이용한 비효율
적인 시장구조를 가지고 있음

우리의 Main시장은

기존 배송 서비스에 만족하지 못하고 차별된 서비스를 요구하는 고객이 있는곳

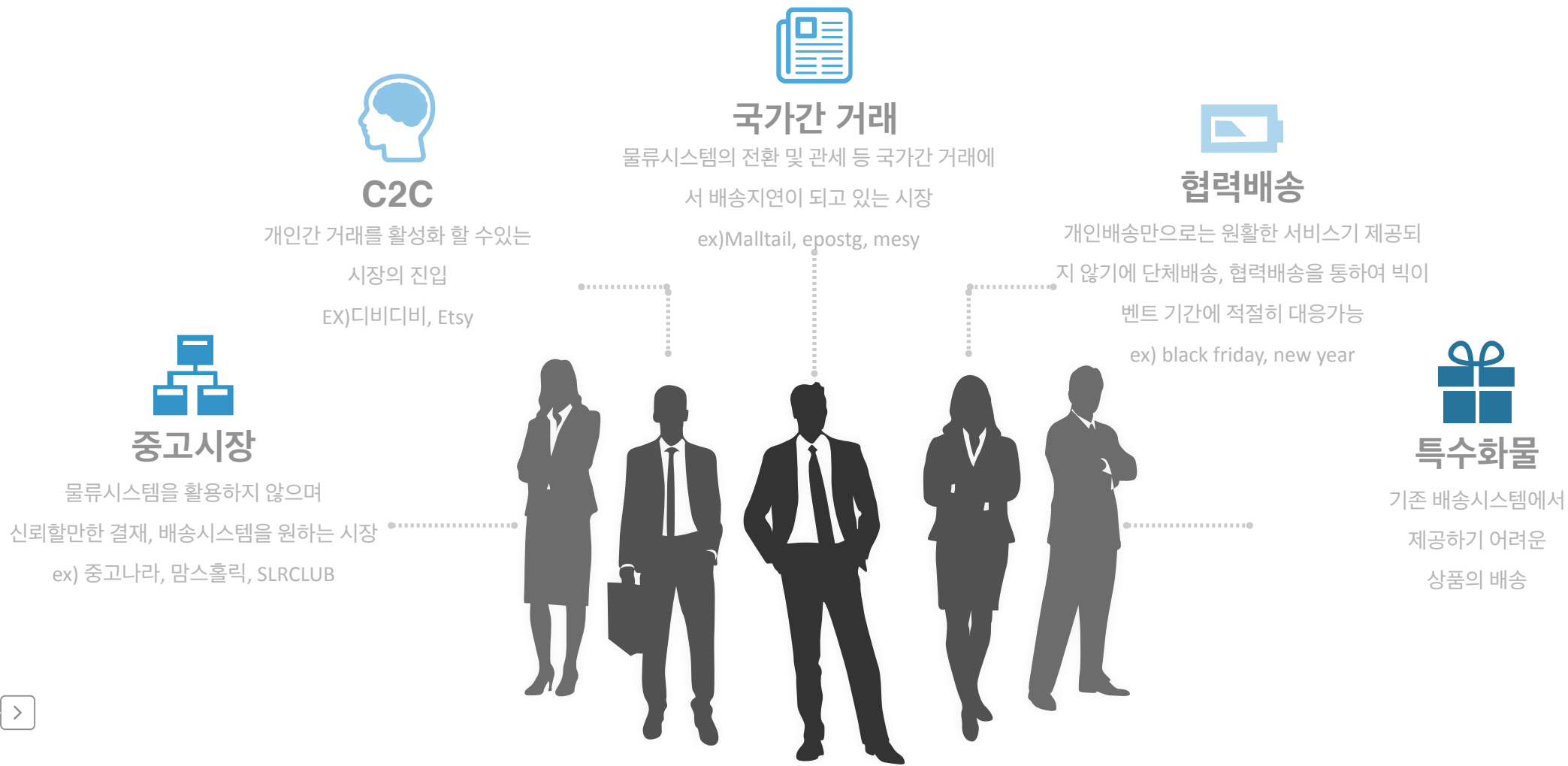


“ 우리의 시장은 아직 떠오르지 않았다
잠재적 시장의 사이즈는 무한하다 ”

물류시스템을 이용하지 않는 개인간 거래시장(C2C)은
정보통신의 발달로 규모가 커지고 있다

진출가능한 시장

국내, 국외간 거래에 적합한 시장과 창의적 사고가 필요한 시장이 우리의 진출가능시장이며 국내 중고시장사이즈는 10조원대를 상회하며 C2C시장규모는 중고거래시장의 5~7배에 해당된다 점진적으로 높아지는 해외직구의 시장도 개발가능한 시장이 되어질 수 있음



개인, 중고시장

모바일 환경변화에 따른 **중고시장거래** 지속성장



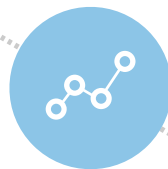
P2C

배송에 어려움이 있는 농수산물
산지에서 고객까지 연결되어질수
있는 시장



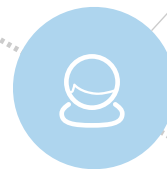
개인판매시장

개인카페, 개인 블로그
오픈마켓 등



개인거래 시장

DSLRCUB- 카메라전문사이트
MULE악기전문사이트
골마켓 골프전문사이트 등



중고시장(18조원)

ex) 중고나라

카페가입자 1,300만명

월간 view 7억명

분당 600건 거래등록



진출가능 세계시장

E-commerce 시장의 성장은 **물류시스템**의 변화를 요구한다



중국

E-commerce시장에서 C2C시장이 급속도로 성장하고 있음
웨이디엔 등 개인간 거래를 플랫폼으로 하는 비즈니스 성장



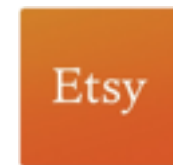
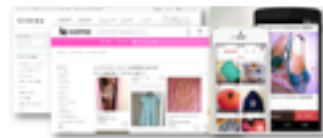
일본

전체시장중 EC시장 20%차지
2020년 20조엔 성장 전망
Mercari와 Shoppies 같이 폴리마켓이나 핸드메이드 제품을 판매하는 판매자와 구매자를 연결 시켜주는 **Creema** 같은 C2C형 플랫폼 등장



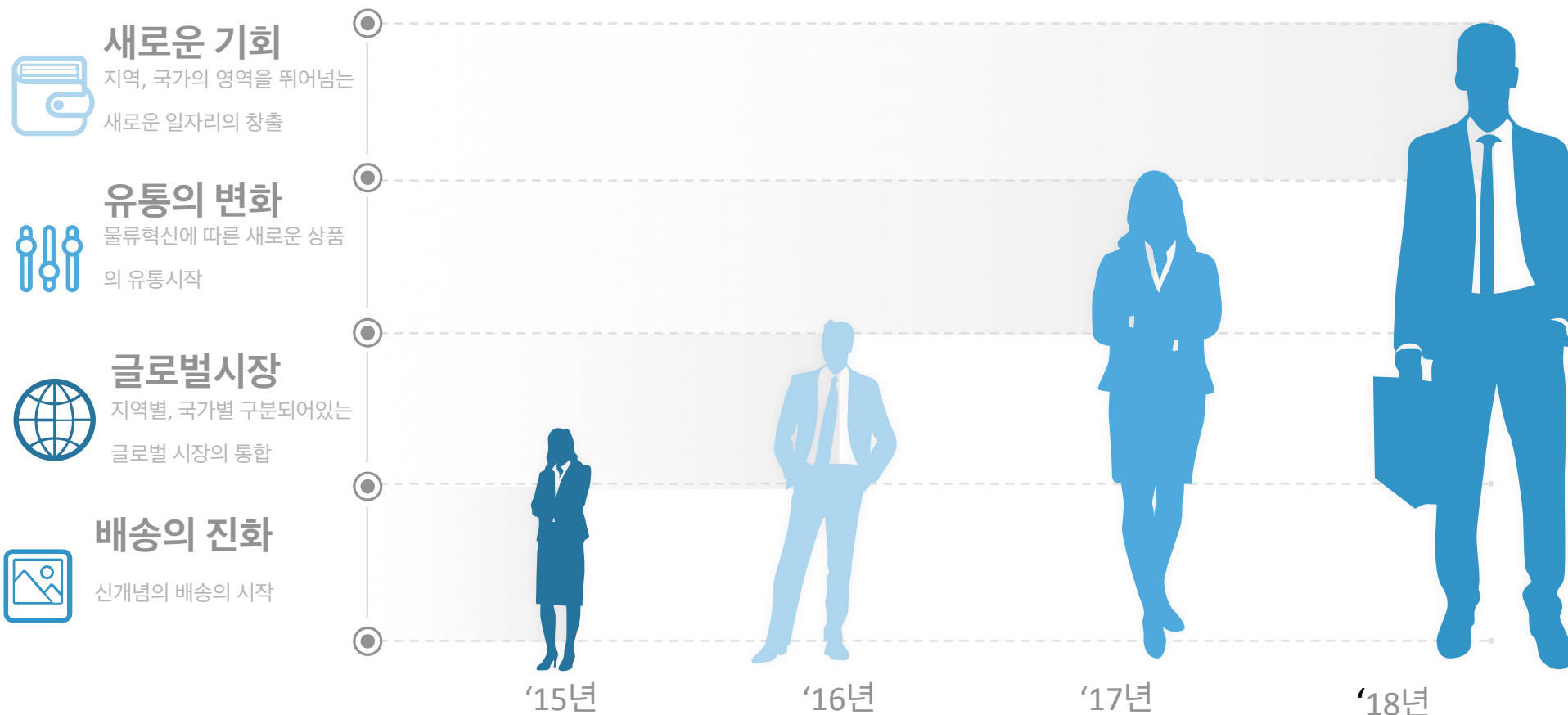
미국

전형적인 C2C사이트 이베이유형에서 Etsy같은 개인간 거래를 연결시켜주는 비즈니스유형 등장



시장의 성장

새로운 영역의 서비스와 새로운 시장이 열린다 배송시장의 변화는 유통시장의 변화를 이끌어가는 동력이 되어지고 새로운 일자리의 창출 및 뉴비즈니스 모델발굴로 이어질 수 있다





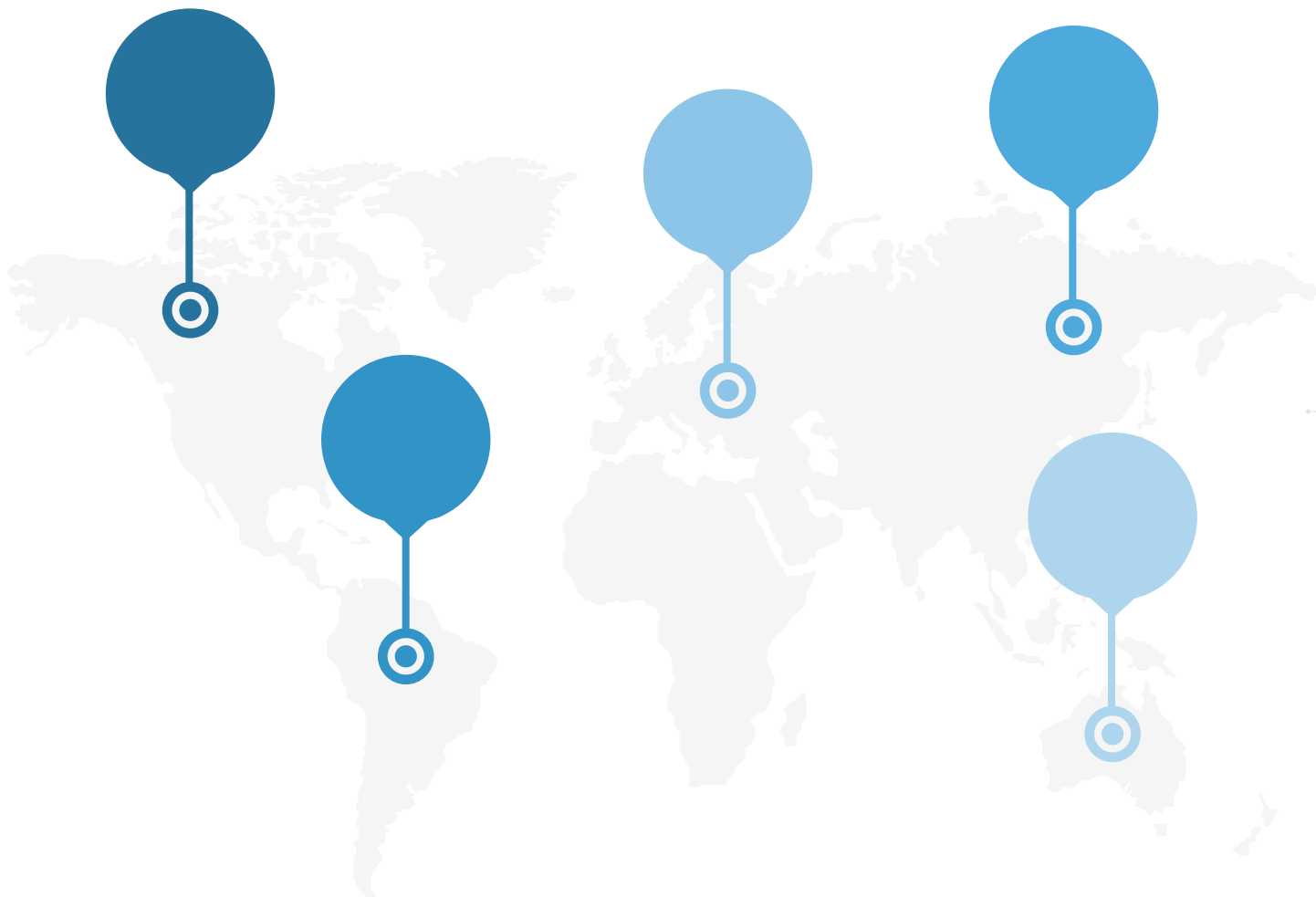
글로벌 네트워크

각 나라별로 온라인 마켓의 성장과 함께 동반성장하고 있는 중고시장 및 소호시장에서 배송과 관련한 이슈는 공동적인 이슈가 될 수있으며 결제 및 배송의 이슈가 해결이 된다면 글로벌거래가 훨씬 활발해 질 것으로 예상됨

국제간 결제시스템의 변화가 급속도로 이뤄지고 있는만큼 배송이슈가 해결이 된다면 보다 큰 시장으로 성장할 수 있음

세계시장전략

세계시장전략에서 주요 3개국 외에 우선집중 국가는 동남아, 유럽시장이며 물류시스템이 체계적이지 못하지만 개인 모바일확산률이 높은 동남아시아는 매력적인 시장이 될 것이며, 국경의 의미가 높지 않은 유럽시장도 진출가능하다



가장 빠른 세계화전략

2015년
4개국

2016년
30개국

2017년
170개국

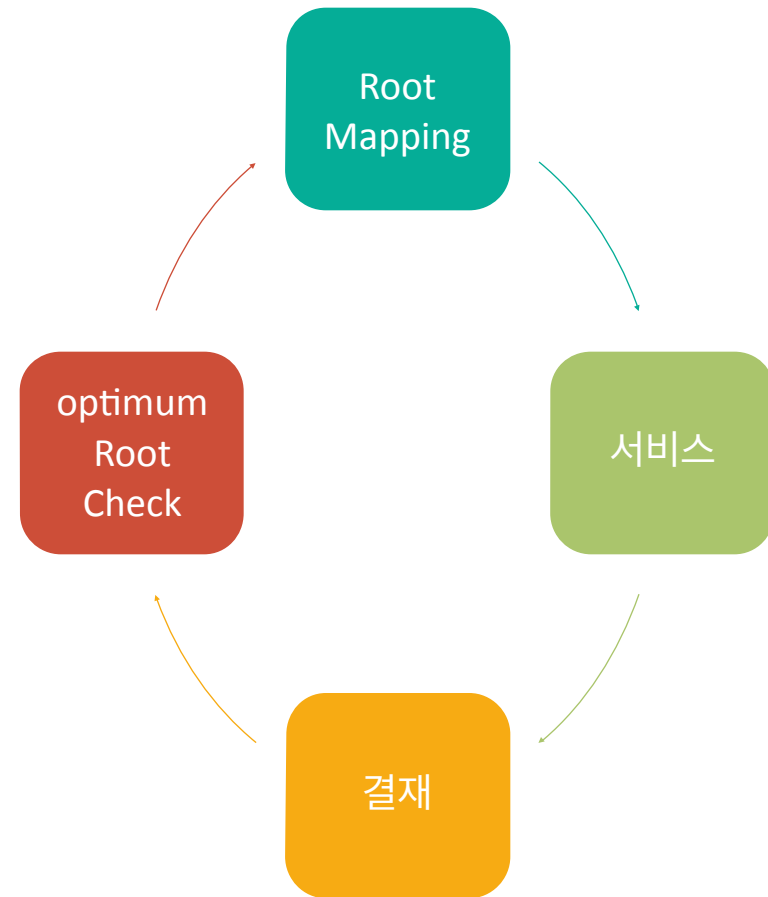
각 국가별로 배송기구와 관련한 법적용이 상이한 만큼 배송시장의 글로벌 전략을 실행함에 많은 장애물이 있으나 '가는길에'비즈니스 모델은 인적유동을 주요한 모델로 하기에 각국에 즉시 적용함에 있어서 매우 유리한 포지션을 가지고 있음

수익모델

수수료 수입

11%~15%

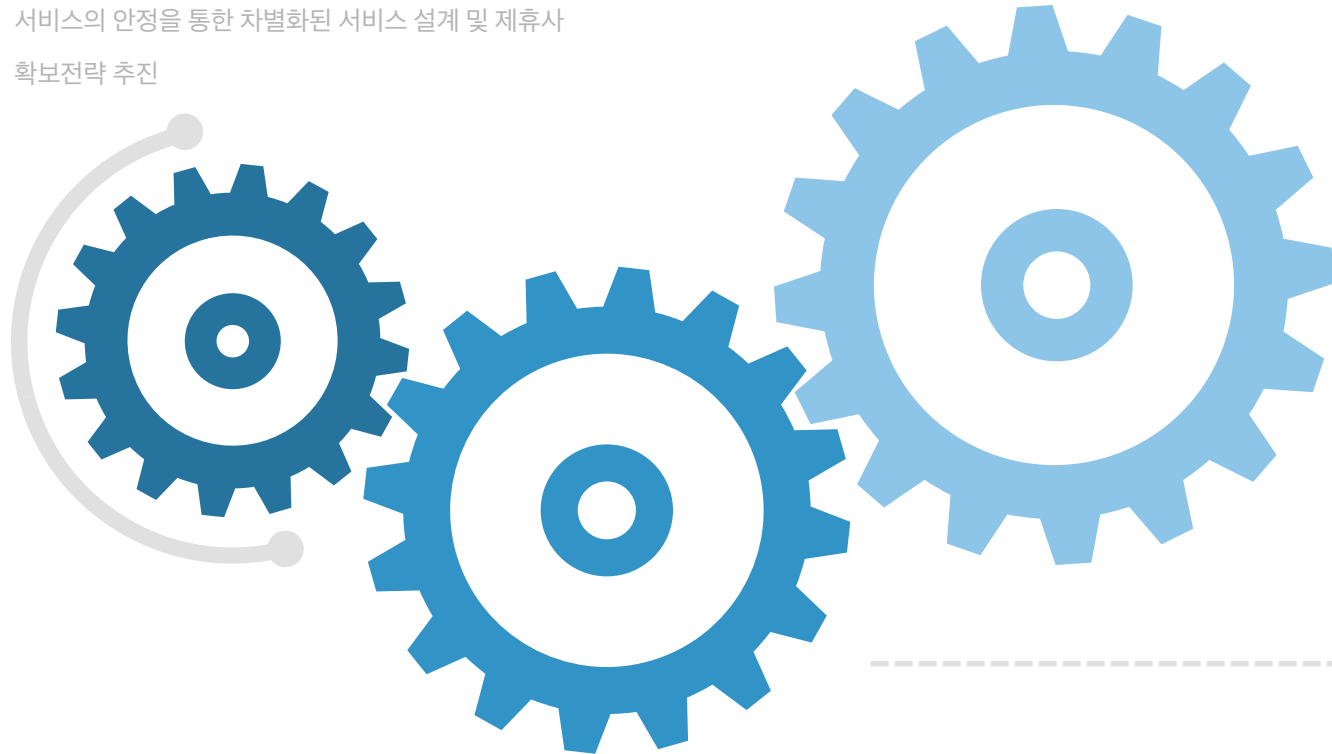
‘가는길에서서비스’ 수익모델은 배송파트너의 서비스수수료 (11~15%)가 주 수익모델이며 기존 퀵서비스시장의 30%에 육박하는 높은 수수료율대비 경쟁력을 가지고 있으며, 택배시장은 단가경쟁으로 인한 낮은 배송비 구조는 courier수익을 고려했을때 비교경쟁력을 확보하였으며 효율적 가격을 통한 고객만족도 제고 가능



3개년 계획

2015년

서비스의 안정을 통한 차별화된 서비스 설계 및 제휴사
확보전략 추진



2017년

안정적 글로벌네트워크 구축을 통한 물류통합모델

2016년

결재서비스 및 전문가 서비스 확대를 통한 차별화 모델
수립

중장기 운영전략

고객시장변화에 능동적 대처

58%

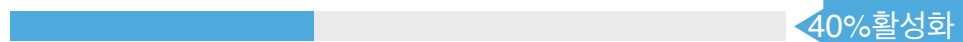
이상의 고객은 보다 차별화된 배송서비스를 기대하고 있으며 배송서비스기술 개발에 따라 새로운 구매시장이 형성될 수있다

택배시장의 다변화 노력으로 온라인 쇼핑시장이 보다 활성화되었으며 국내의 경우 2014년 16억건의 배송물량을 넘어섰으며 매년 1억건 이상이 증가하고 있다

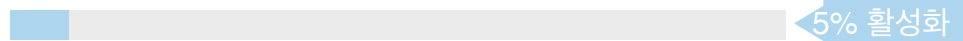
중고시장의 활성화



C2C거래 활성화



해외거래 활성화

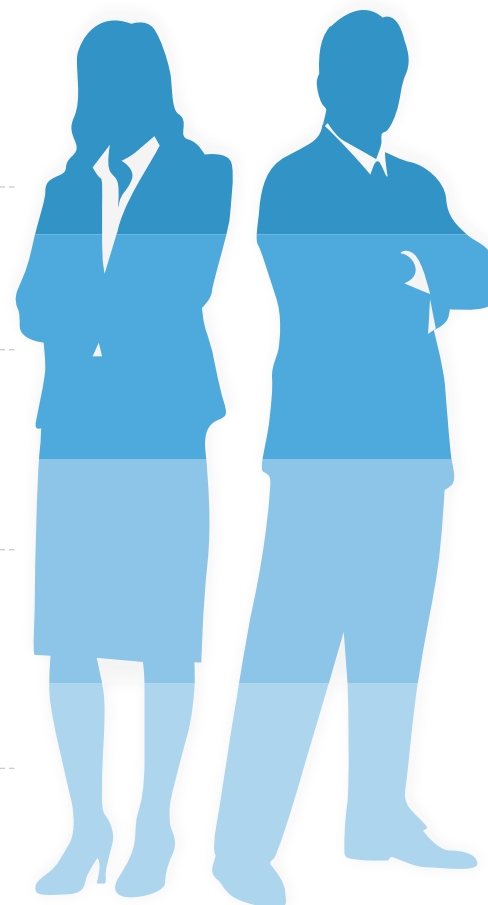


13%
프리미엄 서비스

75%
일반인

83%
글로벌시장

50%
Part timer



드림팀

각 방면의 전문가집단이 **성공적인 비즈니스** 를 지원합니다



이형구

전략, 마케팅



고덕한

CTO
프로그램개발 및 운영



김태형

COO
사업운영 및 제휴사업



백승재

연구소 소장
기술개발

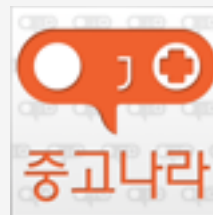


조선영

변호사
인사 및 법률담당

Our Biz Partners

각 부문별 핵심 파트너와의 협업



주요 파트너십의 원칙은 고객확보전략에 필요한 파트너와 홍보 및 광고에 최적화된 파트너와의 협업을 통하여 성공적인 사업을 전개함에 있다

주요 파트너와의 협업을 통하여 동반성장모델을 도입할 예정이며 시장선점 및 C2C시장의 새로운 Root를 공동발굴함으로서 글로벌 추진 전략을 수립할 예정이다