



사업 제휴 제안서

Innovate e-commerce through the social web



SECTION 01. 제안 요약

- [1-1] 제안개요
- [1-2] 기대효과
- [1-3] prototype
- [1-4] 운영과정
- [1-5] 공동구매과정

SECTION 02. 현황 및 전망

- [2-1] 문제점
- [2-2] 국내 전자상거래 현황
- [2-3] 시장규모
- [2-4] 시장전망
- [2-5] 국내 성공사례
- [2-6] 전문가들이 본 토스토

SECTION 03. 오픈 방안

- [3-1] 일정
- [3-2] 조직

SECTION

ONE

torsto.com

제안 요약

- [1-1] 제안개요
- [1-2] 기대효과
- [1-3] prototype
- [1-4] 운영과정
- [1-5] 공동구매과정

01

“ 이야기가 있는 가게, **torsto** ”
토스토

01. 일정 수량 판매 확보

단기간(1일) 동안 하나의 상품 전용의 온라인 공동구매 판매 창구 제공. **가격이 아닌 가치 중심 컨셉.**

02. 마케팅/광고효과 극대화

블로거가 공구장이 되어 공동구매를 진행. 블로거의 리뷰를 통해 상품 광고 및 홍보.

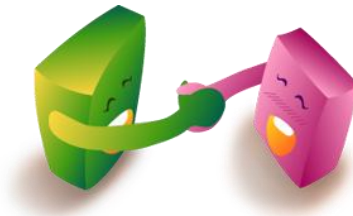
03. 판매 결과 리포트 제공

마케팅 분석을 위한 판매 결과 리포트를 제공. **타켓마케팅을 통한 지속적 판매촉진 가능.**
토스토에서 2~3차 판매진행 가능.

최소 수량 판매 보장, 1일 1상품 공동구매 전문 쇼핑몰

~~네이버/오픈마켓 광고
업계의 제 살 깎아먹기~~

값싸고 질 좋은 상품을 만들어낸 **판매자**.
멋진 리뷰를 작성하고 널리 퍼뜨려준 **블로거**.



진짜 프로슈머들이 **정당한 수익을** 올리도록 **판을 만들자!**



안전한 시스템

- 최소 수량 미달시
할인 결제 취소
- 빠른 정산 주기
- 신제품 테스트 마켓
으로 활용 가능



운영비 절감

- 낮은 중개 수수료
- 추가 부대 비용 無
- 결제/정산/블로거컨
택 등 복잡한 운영을
(주)플라이팬이 대행



마케팅 효과

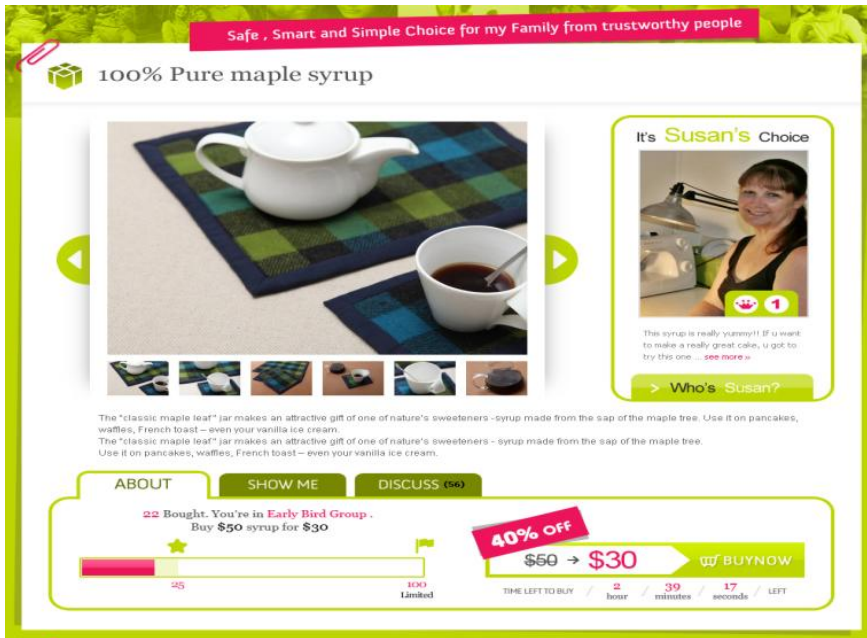
- 블로거의 자세한
상품 리뷰/피드백
- 뛰어난 광고 효과
- 상세한 판매결과
분석 리포트 제공



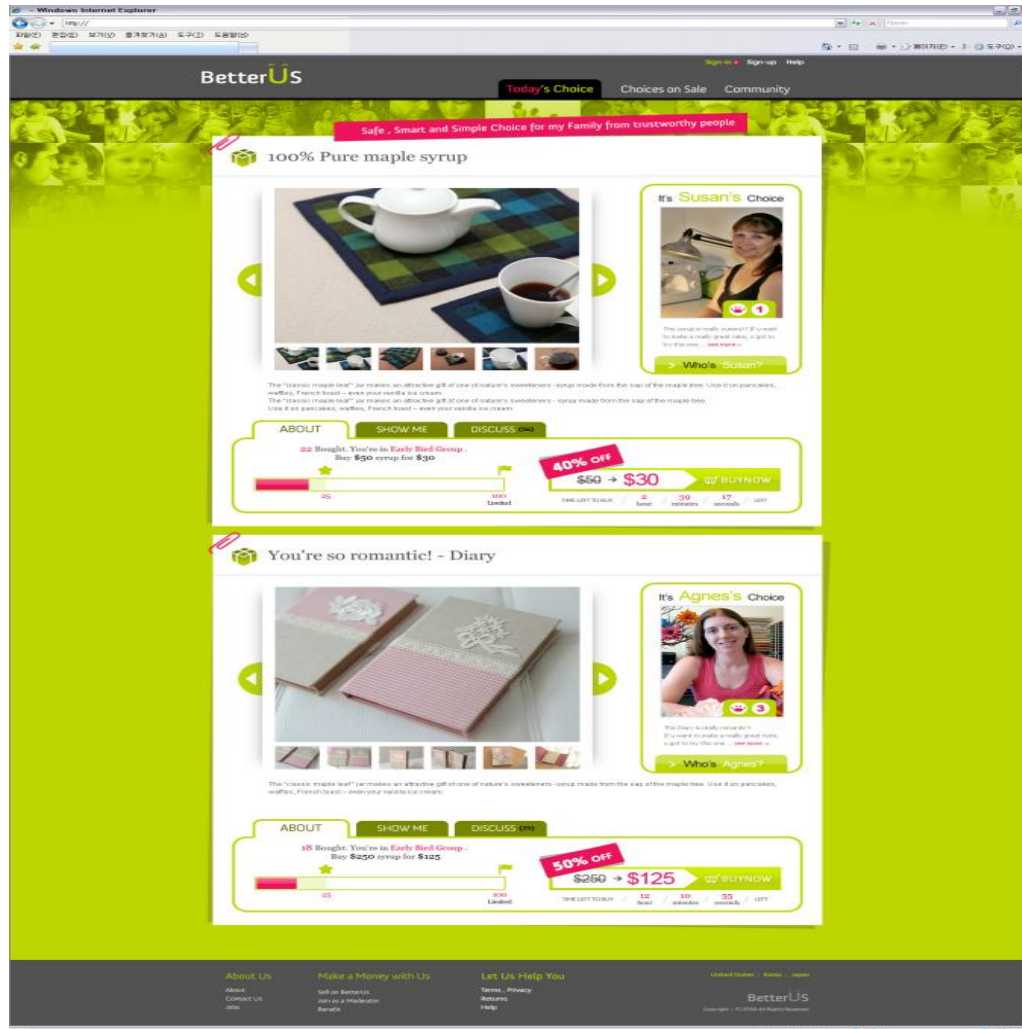
판매 효과

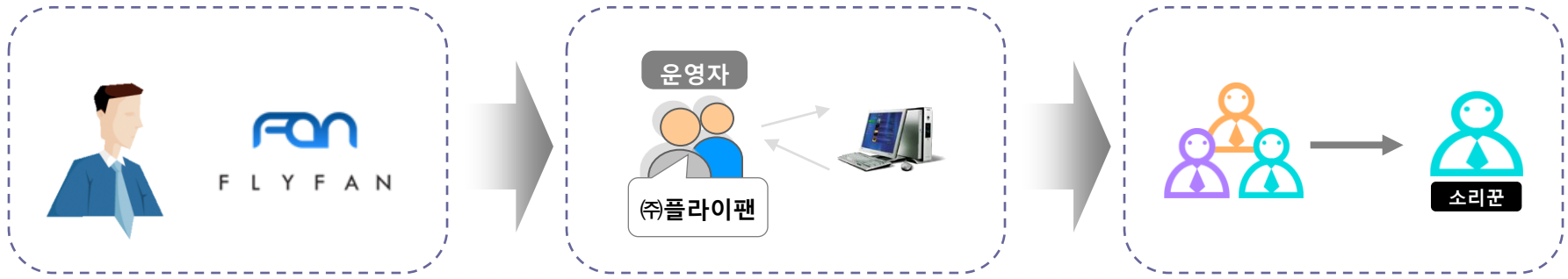
- 공동구매를 통한
일정 수량 판매 보장
- 연속 공구를 통한
판매 극대화 가능
- 상품재고 대량 소진

○ 토스토 닷컴(torsto.com) 프로토타입



○ 토스토 닷컴(torsto.com) 프로토타입





판매자와 (주)플라이팬이 제휴

운영자가 공동구매 등록

공동구매장에 블로거들이 경합
가장 적합한 블로거를 판매자가 선정

복잡한 운영과정을 (주)플라이팬이 대행 관리



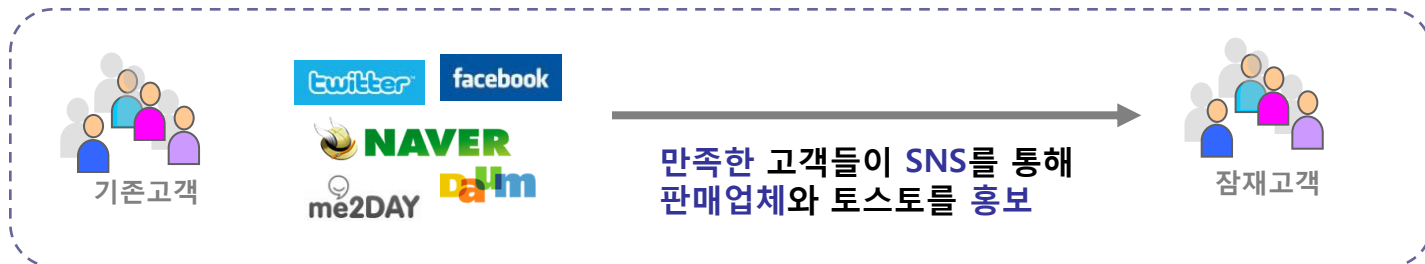
샘플상품을 받아본 블로거가 리뷰 작성
운영자가 리뷰 검수, 공동구매 개시

토스토에서 공동구매 진행

매출 대금 정산 + 판매 리포트 확인



최적의 상품과 최상의 리뷰, 단계별 보상 정책을 통한 사용자들의 구매유도
24시간 안에 공동구매 **성공**여부 결정



SECTION

T W O

torsto.com

현황 및 전망

- [2-1] 문제점
- [2-2] 국내 전자상거래 현황
- [2-3] 시장규모
- [2-4] 시장전망
- [2-5] 국내 성공사례
- [2-6] 전문가들이 본 토스토

02

“ 비싼 광고비용을 들인 고품질의 적정가격 상품이

왜 팔리지 않는 걸까?”



소비자에게
상품소개 ?

일정수량
판매 ?

지속적인
온라인
판매창구 ?

단기간 동안 일정 수량 판매가 보장 되면서,
광고 비용 없이 광고 해주는
쇼핑몰은 없을까?

“마켓 플레이스 3.0”



○ 대한민국 인터넷 쇼핑몰의 현재

일반적으로 대형 오픈마켓 입점, 자체 쇼핑몰 운영으로 구분

대한민국 온라인 쇼핑몰은 해외와 비교해도 높은 수준을 자랑. 상품의 질은 물론, 디자인도 높은 퀄리티를 유지

01. G-market, 11번가 등 대형 오픈마켓 쇼핑몰

판매량

- A**
- 대형 오픈마켓의 높은 인지도로 인해 어느 정도의 판매량은 확보 가능
 - 광고로 투입한 만큼의 판매량만 기대

광고효과

- B**
- 대형 오픈마켓 구매자들은 1회성 구매가 대부분으로 재방문을 기대하기 어려움.
 - 오픈마켓만 기억하고 판매업체는 기억하기 어려움

운영비

- A**
- 오픈마켓 내부의 광고비로 많은 금액을 투입하지 않으면 판매량도 보장되지 않음.
 - 제로섬(zero-sum) 게임의 전형적 표본

02. 분야별 특화된 자체 쇼핑몰

판매량

- B**
- 인지도가 낮아, 구매자 확보가 어려움
 - 구매자가 적어, 판매량도 적음

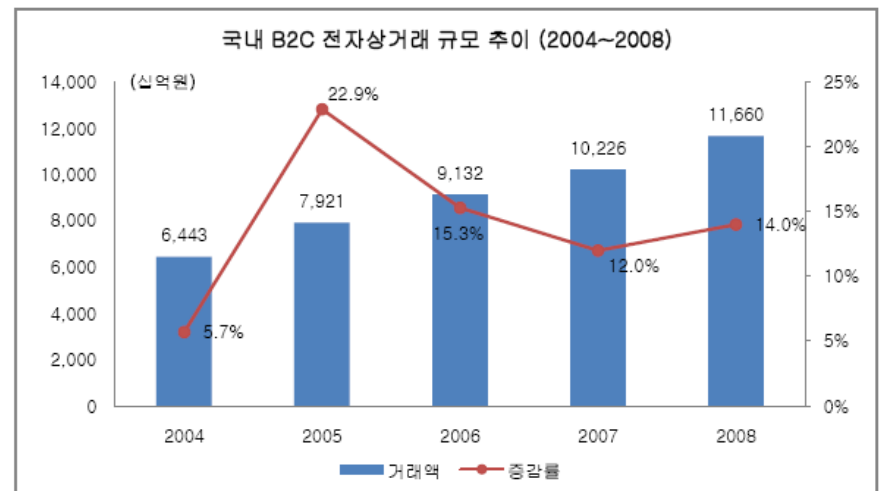
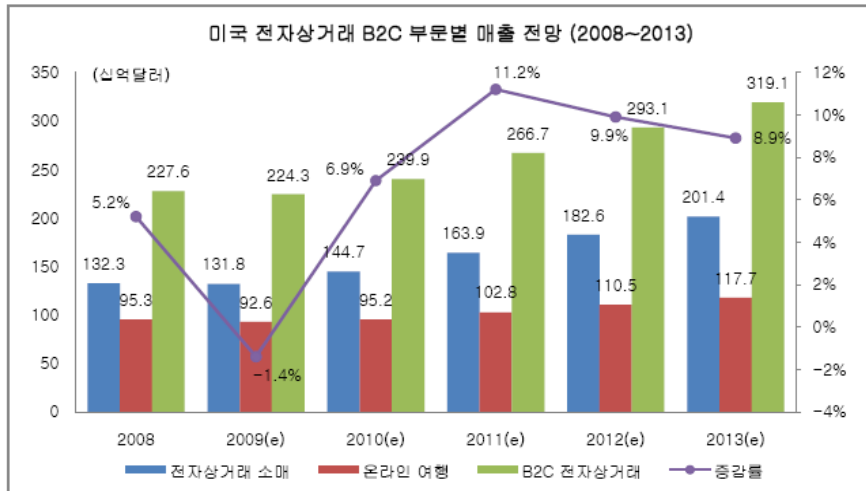
광고효과

- B**
- 재방문을 유도하기 위한 홍보방안의 한계가 존재

운영비

- A+**
- 호스팅 비용, 구축 비용 등 쇼핑몰 자체의 운영 비용 소요
 - 마케팅을 위한 광고 비용이 매우 높음

1. B2C 전자상거래 시장은 국내외의 큰 주목을 받고 있음
2. 1일 판매 + 공동구매 시장 규모는 현재 국내 5천억원, 미국 5조원으로 추정
3. 토스토의 타겟인 생활/육아 시장 규모는 국내 6천3백억원 ~ 2조원으로 추정



1. 현재 전세계적으로 **공동구매+하루판매 열풍**
2. 미국 **80여개**, 중국 **100여개**의 유사 카피 서비스가 이미 존재
3. 성장 잠재력이 큰 시장으로 매년 **20% 이상 고성장**을 기록
4. 토스토 타겟 분야는 오프라인 시장 규모에 비해 온라인 침투율이 겨우 **4%**

상품의 리뷰가 마음에 들 경우, 구매 의사를 밝힌 사람의 비중은 무려 **70%**

“세계적 대세인 **공동구매+하루판매**에
공구장 개념이 더해진
토스토 닷컴(torsto.com)”

검증된 사업 모델과 준비된 시장으로
빠른 매출증대 및 판매촉진 달성

○ 원어데이

- 1일 1상품 판매 쇼핑몰의 효시
- 주로 20/30대 싱글족을 겨냥한 상품 판매
- 현재 손익분기를 넘어, 안정적 운영 중
- 상품 광고 + 재고 소진의 효과



○ 티켓 몬스터

- 1일 1쿠폰 판매 쇼핑몰의 국내 효시
- 주로 20대 커플을 겨냥한 쿠폰 판매
- 로컬 서비스를 중심으로 세력 범위 확대 중
- 서비스 광고 + 선 매출 발생의 효과



해외 투자자/기업가 모임인 GOAP 2010에서 토스토 서비스 발표

#1. 지난달 30일 오후 경기도 성남시 분당 맨에이치엔(NHN) 회의실에서는 13개 **국내** 벤처기업들이 미국 실리콘밸리에서 날아온 투자자 15명에게 사업모델을 발표하는 ‘기스 온 어 플레인’(Geeks on a plane) 행사가 열렸다.

사회관계망 서비스를 **기반**으로 한 **공동구매** 등 새로운 전자상거래 모델을 발표한 플라이팬의 정지웅 **대표**에게 벤저민 조프라는 미국 투자자가 물었다. “틈새시장을 겨냥한 흥미로운 모델인데 경쟁이 치열한 한국 전자상거래시장에서 어떻게 경쟁력을 갖출 수 있는가?” 조프는 일본과 중국에도 사무실을 두고 있는 다국적 벤처투자**가이다**. 이날 행사를 마친 뒤 정 대표는 “세계시장 진출에 앞서 실리콘밸리의 투자자에게 어떻게 받아들여질지 궁금했는데 이들의 반응을 확인하고 도움말을 얻을 수 있는 소중한 **기회**였다”고 소감을 말했다.

해외 굴지의 기업관련 미디어인 테크크런치에 소개된 토스토

Startup 2: Flyfan (more info on the GOAP Seoul blog)

Korea's e-commerce market is worth \$17 billion, making it the world's sixth largest. Founded in 2009, **Flyfan** launched Korea's first "Etsy" (1forME) before officially launching their second product at the

GOAP Seoul event. It combines a user-moderated group buying

concept with heavy social elements. The idea is to let selected end users, for example

"trusted" power mom bloggers, connect buyers (through giving product recommendations) with

sellers (through finding customers for them) in a B2C2C model. Flyfan plans to launch the

service in Korea this summer, with the US to follow later this year.



아시아 시장 해외 유명 투자자 벤저민 조프의 특별 언급

"Another interesting example from Korea was **FlyFan**, which improved the online group purchase concept of Groupon.com. It invites "power bloggers" to broker deals to their audience, **solving the high cost of deal sourcing and scalability that Groupon has**. Such concept works in Korea thanks to the sophistication of its online population and is likely to develop overseas only in a few years"

SECTION

THREE

torsto.com

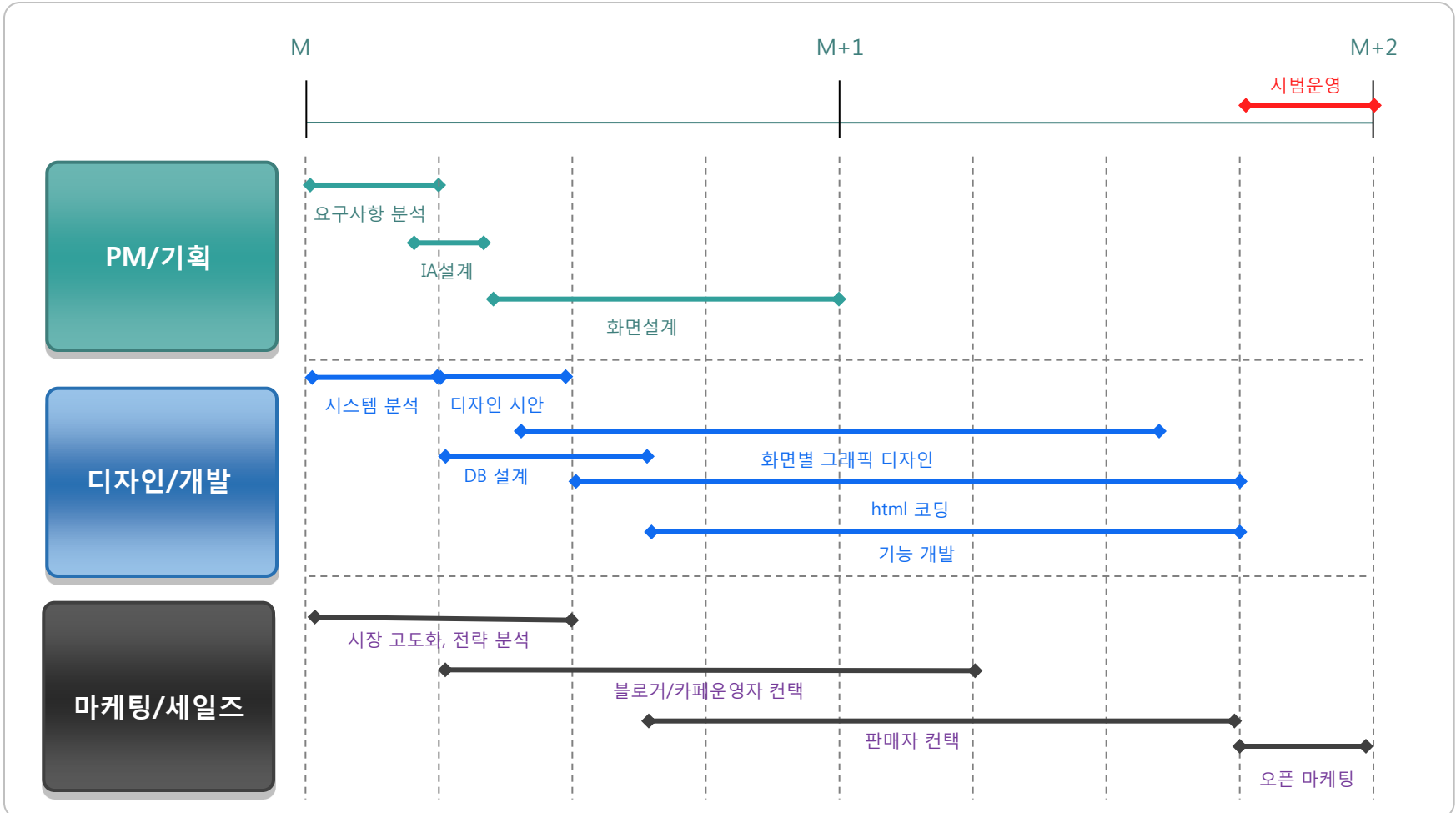
오픈 방안

[3-1] 일정

[3-2] 조직

03

2010년 8월 오픈 예정으로 3개월 내 사이트 인지도를 향상 및 서비스 안정화를 목표로 함



토스토 닷컴(torsto.com)을 준비중인 (주)플라이팬은 성공적인 프로젝트 수행을 위하여, 다양한 프로젝트 수행경험과 Know-how 를 가진 전문가들로 프로젝트 팀을 구성

1. 삼성전자, NC소프트, 네이버, Daum 등 일류 기업 출신의 업계 베테랑들로 팀 구성
2. 네이버 블로그 서비스 개발리더 등 검증된 사이트 개발, 프로젝트 수행 능력 보유
3. G-Market 사업진행자와 함께 사업방향 및 전략 수립
4. (주)플라이팬은 2010년 1월부터 핸드메이드 전문 오픈 마켓인 "원포미"를 오픈 및 운영



An upcoming key player in commerce 2.0 innovation

Thank you!

제휴문의

- E-mail : biz@flyfan.net
- 전 화 : 070-8800-8027
- 팩 스 : 02-733-8027
- 홈페이지 : <http://flyfan.net>

