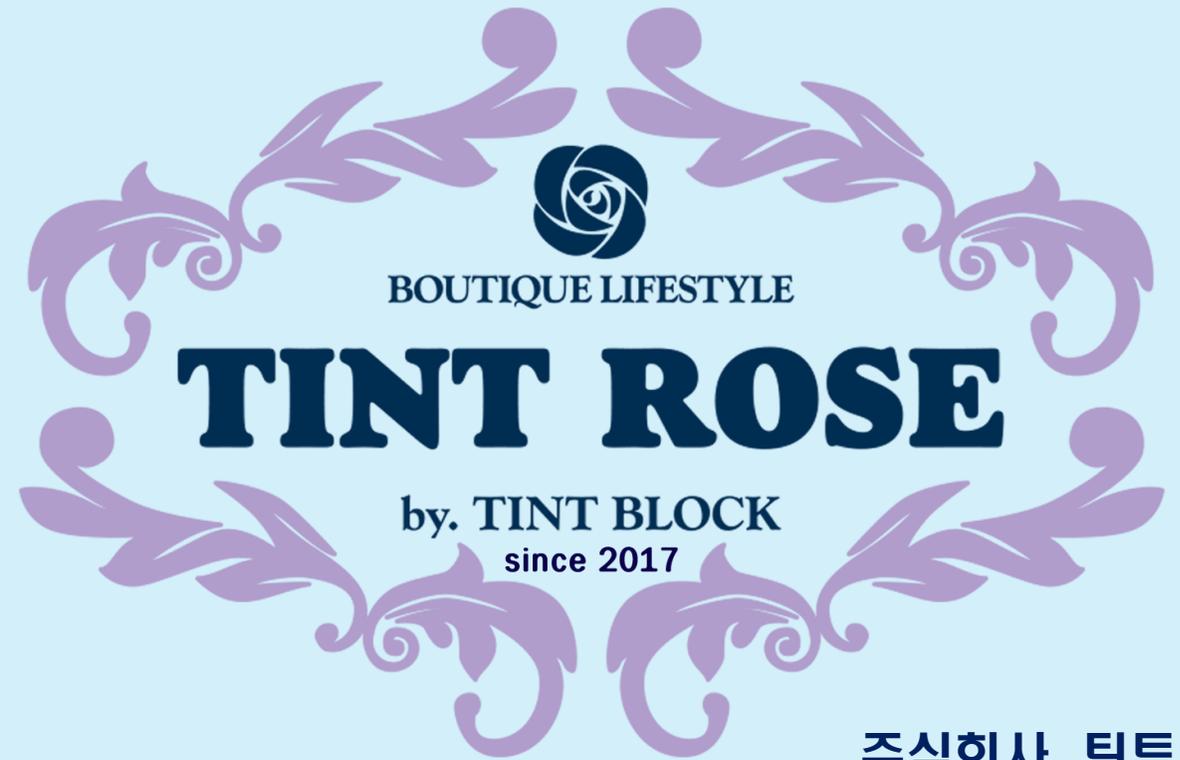


# LIFE STYLE GALLERY CAFE

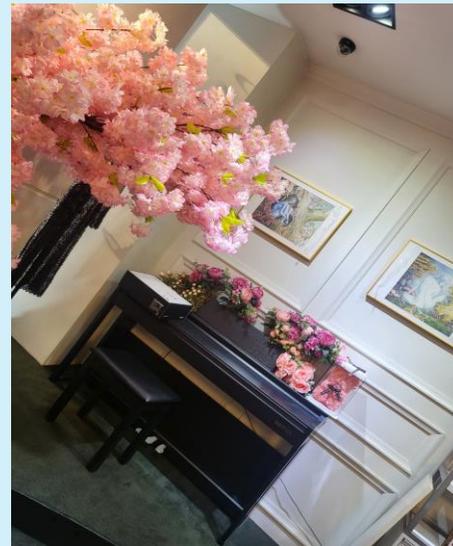
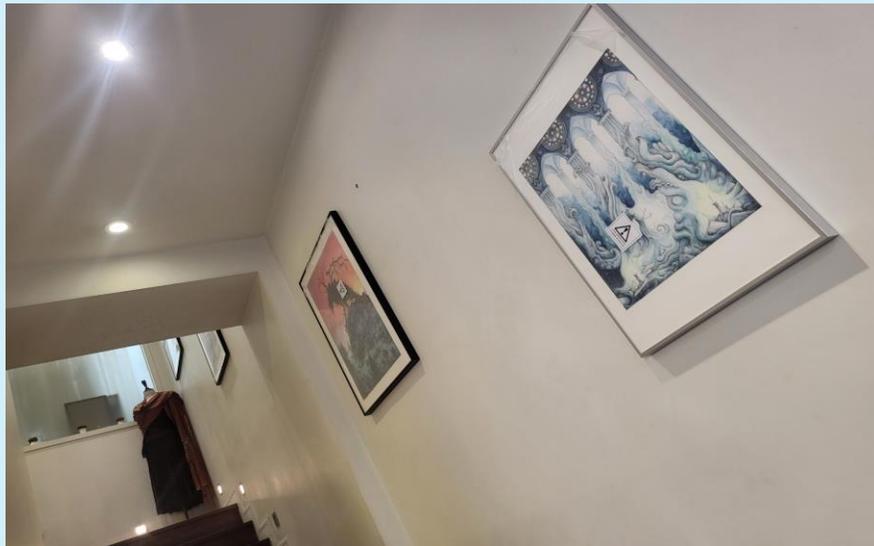


주식회사 틴트립

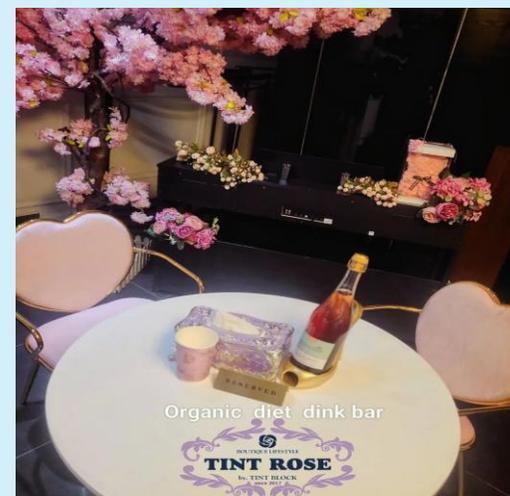
# CONCEPT - CULTURE GALLERY CAFÉ - 패션, 뷰티 드링크, 전시, 공연 커뮤니티,

## 얼리버드 ZONE (선 구매)

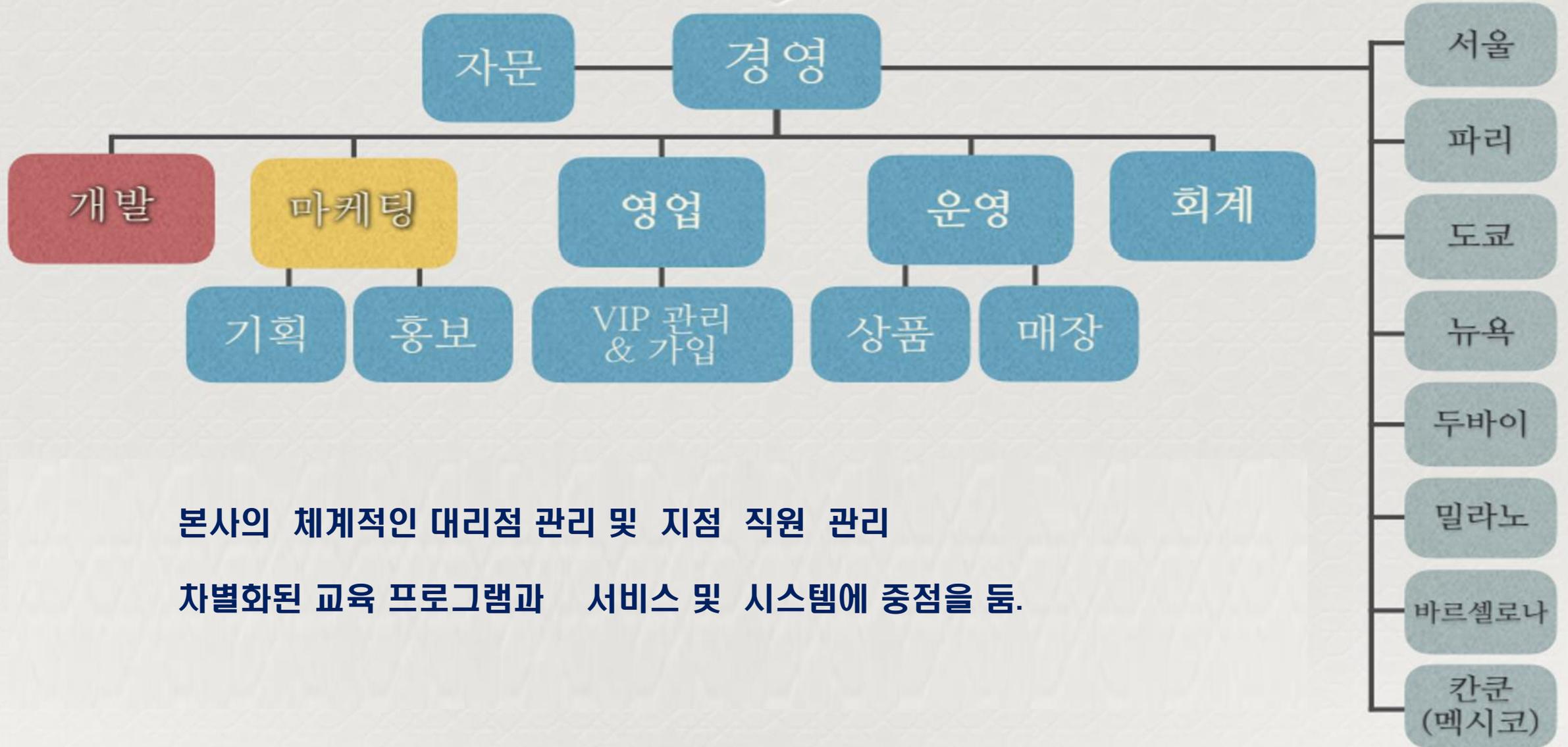
커뮤니티를 위한 한정수량으로 재고부담이 없음  
NFT 홀더들에게 선물경제 비즈니스 제시 및 상품 수령 장소로 활용  
아티스트와 팬들의 소통 장소 역할 가능



# 틴 트 로즈 - 압구정 본점



# organization



# Back ground

## ○ F&B Trend

### ○ 주요 F&B브랜드 확장추이 (단위: KRWmn, 개)

브랜드	연도	총자산	총자본	총부채	매출액	영업이익	매장수
공차 (버블티)	2014	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	(*1)230
	2013	11,592	7,155	4,437	28,268	6,268	116
	2012	3,710	986	2,724	1,756	211	11
	2011	1,110	764	346	-	-	
설빙 (빙수)	2014	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	(*1)300
	2013	1,155	656	499	913	745	2
	2012	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	2011	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
옥루몽 (빙수)	2014	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	(*1)60
	2013	1,876	241	1,635	2,733	221	12
	2012	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	2011	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
드롭탑 (카페)	2014	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	(*1)206
	2013	15,743	450	15,294	35,668	873	143
	2012	6,013	(4,374)	10,387	16,684	(5,526)	60
	2011	5,280	1,429	3,851	5,401	(2,890)	18
봉구비어 (스몰비어)	2014	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	(*1)630
	2013	1,937	(296)	2,234	3,337	(298)	169
	2012	1,791	(142)	1,932	1,938	50	12
	2011	374	(185)	559	382	(86)	n/a

(\*1) 2014년 매장 수는 언론기사 참조

출처: 정보공개서, (사)한국프랜차이즈산업협회



다른 프랜차이즈와 다른 강점은 은 파생상품 및 음료 커뮤니티 대리점 수익이 30프로 이상이기 때문에 번외 수익을 더해지면 전체적

수익률이 상당히 높다는 것이다. 영업이익의 30%이상

이유 원료 자체 유통 및 라이선스 비용이 없기 때문. 시스템이 간소화 하여 인원채용이 상대적으로 작다. 부과 교육커뮤니티 및 행사 이벤트 등

• 이 모든것들이 부가 순이익으로 이어지기 때문 \*

• 뭉이 좋고 임대료가 나가는 상권보다는 부동산 상승 가치가 있는 아파트단지안의 자가 상권을 대리점 주를 선호한다.

따라서 본사는 임대매장을 늘려가는 기존 프랜차이즈 의 형식과 운영체계가 다르다.

### 4. 부동산 분석과 출점 전략?

경쟁자들이라고 해서 이런 역량이 없는 것은 아니었다. 이 분야에서 가장 탁월한 역량을 과시 해오던 기업이 바로 SPC이다.

물론 핵심지역에 집중적으로 점포를 여는 스타벅스의 부동산 분석과 출점 전략은 '허브 앤 스포크 **Hub and Spoke**'로 재분석할 만큼 특징적이고 차별적이다.

스타벅스의 부동산 분석과 출점 전략은 직영점 운영 전략의 하위 전략으로 볼 수도 있다.

카공족 수용 전략도 마찬가지다.

### 왜 직영점으로 확장했을까?

스타벅스 코리아가 이 전략 덕분에 경쟁자들보다 빠르고 유연하게 전략적 결정들을 선택하고 추진할 수 있었던 것은 사실이다.

그러나 직영점 운영 전략이 무조건 가장 좋은 점포 관리체계는 아니다. 20세기에 가장 성공한 프랜차이즈인 맥도널드를 비롯하여 가맹점 운영 전략으로 성공한 곳들은 너무나 많다.

그렇다면 스타벅스 코리아는 왜 전략을 달리했을까?

직영점 운영 전략은

## Back ground

스타벅스의 비즈니스 성공 요인은 부동산 가치 상승 및 결제시스템의 선두적인 플랫폼 구축 과 연동으로 볼 수 있다.

### 스타벅스 코리아의 널리 알려진 성공 요인

첫째. 고급화 전략

둘째. 카페에서 공부하는 카공족 수용 전략

셋째. 현지화 전략

넷째. 한국 사업권을 가진 신세계의 전폭적 지원과 직영점 운영

다섯째. 부동산 분석과 뛰어난 출점 전략

여섯째. 뛰어난 굿즈

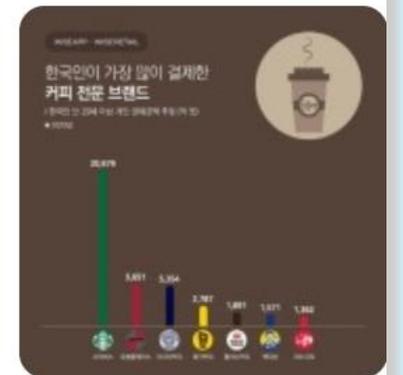
일곱째. 사이렌 오더 서비스의 편리함

여덟번째. 직원의 정규직 고용 등의 인력관리 시스템



  스타벅스가 디지털 전환에 성공한 이유 - 스티비 | 좋은 뉴스레터를 더 많은...

하지만 스타벅스는 달랐는데요. 스타벅스는 매년 100여 곳 이상씩 매장을 신규 오픈하면서 동시에 매장당 평균 매출액도 같이 ...



strategy

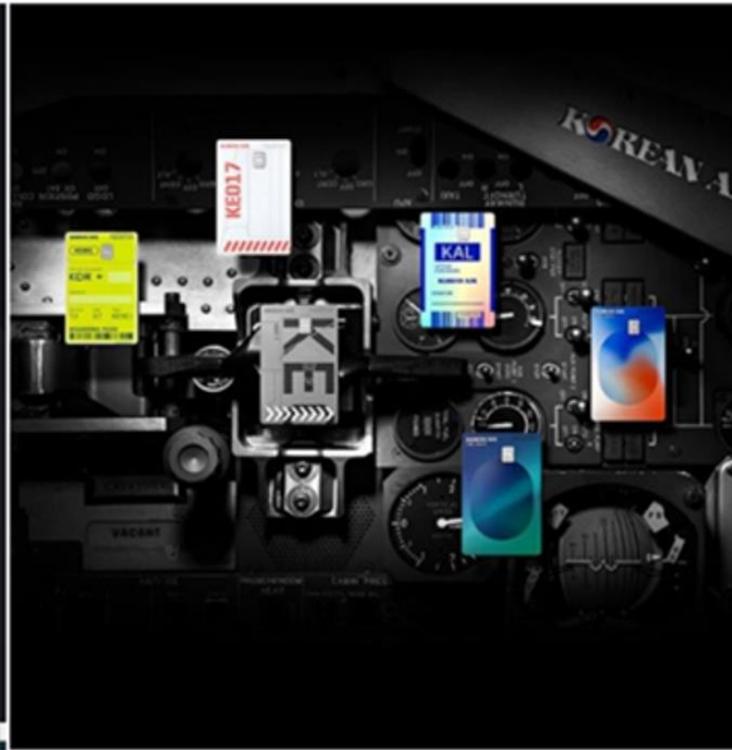
# Community & Payment 연동 시스템



※ 카드 혜택은 전월 이용금액 30만원 이상 시 제공  
※ 스마일클럽 5%적립은 SSG.COM에서 제공하는 서비스로,  
SSG.COM 사정에 따라 변동 가능함

5%

최대 7%



연회비 부담은 줄이고  
오직 마일리지에 집중한 카드  
**대한항공카드 030**

보너스 3천 마일리지,  
1천원당 최대 2마일리지 적립





### 암호 화폐 결제는 현실

#### USDC 발행사 서클, 애플페이 지원... "전통-암호화폐 결제 연결"

하이레 기자 2022-11-16 수 09:45

가+ 가-

댓글 [1] 추천 [7]



출처 서터스톡

시가총액 기준 2대 스테이블코인 USDC 발행업체인 서클이 애플페이를 지원한다고 발표했다.

서클은 15일(현지시간) 공식 블로그를 통해 "USDC 결제를 받는 매장에서 이제 애플페이를 이용할 수 있다"고 밝혔다.

#### Background

유튜브 방송을 통한 마케팅으로 IT 기술을 통한 자체 거래소의 자사 제품 판매 솔루션

#### Platform tool & exchange office

자체개발 마켓플레이스

K-POP 콘텐츠 협업플랫폼

파생상품으로 판매출로 연동

# NFT 를 활용한 마케팅과 payment 연동 예시

## 현지 라이브 커머스 예시



- A커머스의 운영방식은 온라인을 통한 판매 방식
- 대중적 안내방식이 아닌 개인별 소그룹 별 맞춤형안내방식



0 해외명품매장에서 직접 판매상품을 정보제공 및 판매를 진행.



21 일대일 맞춤형 상품소개 및 구매지원



31 일대일 맞춤형 안심배송

일반회원

자격: 접속가능한 누구나  
권한: 소호스트의 명품판매에 대한 방송을 시청할 수 있다.  
절차: 간단한 본인 정보제공

구매약정회원

자격: 신용카드로 구매약정전자 (주후 취소할 수 있음)  
권한: 선택한 상품에 대해 우선 구매가능 (순차적)  
소그룹별 판매임을 통한 추가 상품 설명  
절차: 카드 등의 구매 약정 Deposit

구매회원

자격: 구매요청 고객  
권한: 개인별 판매임을 통한 추가 상품 설명  
절차: 최종 결제승인

비카드보유회원

자격: 일정횟수구매자 및 비카드인 일정이상 보유자  
권한: 우선구매자격, 상시적 상품 일대일 설명 및 안내  
신상품 우선정보제공  
절차: 카드등록



MZ세대의 소비패턴의 일상으로 자리잡은 NFT