

**Kit - Ver.b 20130905**

<p><b>PROBLEM</b></p> <p>모바일 앱(게임)의 라이프사이클이 지나치게 짧아지면서 ROI가 낮아지고 있다.</p> <p>기존 모바일 광고 수단으로는 사용자 활성화(Activation)과 유지(Retention)까지 해결하기 힘들다.</p> <p>Free-to-Play의 앱들이 많이 출시되면서 유저들이 쉽게 이동을 하여, 실행율과 결제율이 점차 떨어지고 있다.</p> <p><b>EXISTING ALTERNATIVES</b></p> <p>'에드라떼','캐쉬슬라이드'와 같은 리워드 광고 앱들과 '카카오 게임하기'와 같은 플랫폼으로 단기간에 다운로드수 등 마케팅 극대화를 한다.</p> <p>사용자 재방문율을 높이기 위해 각종 푸쉬(SMS,메신저,이메일) 등으로 지속적인 자극을 한다.</p> <p>'Tapjoy' 같은 무료충전소, 배너/팝업 디스플레이 광고 등의 광고 모델을 앱내에 탑재하여 광고수익을 기대한다.</p>	<p><b>SOLUTION</b></p> <p>'Kit'의 미션을 통해, 유저들에게 목표와 성취감, 보상을 제공하여 유저들이 앱에 몰입할 수 있게 도우며, 이 과정에서 아이템 니즈를 향상시킨다.</p> <p>'Kit'의 스토어와 아이템 리워드를 통해, 유저들이 앱을 더 흥미롭게 이용하도록 도우며, 동시에 구매를 망설이는 유저층의 결제를 올린다.</p> <p>'Kit'내 이벤트, 팁&amp;공략 등 정보와 흥미거리를 제공함으로써, 유저들이 앱안에 더 머무르게 유도하고 충성도를 높인다.</p>	<p><b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b></p> <p>'Kit'는 앱 내에서 타서비스 홍보가 아닌, 자체 콘텐츠를 활용한 프로모션을 진행하여, 앱의 사용자 활성화와 유지, 수익창출을 돕는다.</p> <p>Kit에서 제공하는 프로모션, 미션, 아이템 스토어, 커뮤니티 등의 공간을 통해 별도 개발없이 운용하며, 실행율과 체류시간의 증대, ROI확대를 기대할 수 있다.</p> <p><b>HIGH-LEVEL CONCEPT</b></p> <p>Mobile Promotion Platform</p> <p>- In-app Marketing Network for Activation&amp;Retention</p> <p>- Mobile promotion in your own way</p>	<p><b>UNFAIR ADVANTAGE</b></p> <p>인벤토리를 우선 확보시, 같은 모델로는 진입장벽이 생긴다.</p> <p>점점 더 데이터가 쌓여갈수록 컨설팅 및 관련 프로세스가 정교해져 효과가 높아지기 때문에, 단순히 외형 카피 만으로는 쉽게 따라오기 힘들다.</p> <p>리워드 광고 플랫폼에서의 경험으로 사전에 여러 예상 문제점들을 피해나갈 수 있다.</p>	<p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b></p> <p>Clients : 마케팅 수단이 필요한 중소형 모바일 게임(앱) 개발사/퍼블리셔</p> <p>Users : 앱(게임) 이용 중, 미션 성취, 커뮤니티 등에 흥미가 있거나 아이템의 니즈가 있는 유저</p> <p><b>EARLY ADOPTERS</b></p> <p>다운로드수는 많으나 사용자활성화(Activation) 및 유지(Retention)가 부족한 게임의 마케터</p> <p>(기존 모바일 광고매체 유경험자)</p>
<p><b>COST STRUCTURE</b></p> <p>서버 운영 및 확충 비용</p> <p>개발 및 영업 인건비와 지원비용</p> <p>Kit코인(미션비용) 프로모션 지원 및 이벤트 진행 비용</p>		<p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <p>미션달성시 사용자 리워드 지급에 필요한 Kit코인 충전시, 수수료 20% 수익발생</p> <p>아이템 판매로 발생하는 수익 정산시, 수수료 10% 수익발생</p> <p>(추후) 추천앱 CPC, 이벤트 페이지 CPM, 외부광고(CPI/CPA) 유치</p> <p>미션/이벤트/커뮤니티 등 운영대행 R/S 및 광고제작비용</p>		