WATCH2HELP

Video Based Donations Platform

WATCH2HELP Introduction

(주) WATCH2

회사 설립의 목적

Problem

What We Do?

Business Model

Why? Watch2Help!!

Watch2 Tech Specialty

Watch2Help Service Model

㈜ WATCH2

“Data를 통해 사회적 가치를 제공하는 회사”

(We create shared value with data)

기부 생태계 성장 정체

기업

- ✓ 대/내외 환경 변화에 따른 경영악화
- ✓ 사회공헌 요구 / 사회적 기업 지향
- ✓ 기부 인색 비난
  (광고비 펑펑, 기부금 찔끔)

기부 의향을 가지고 있는 일반개인

- ✓ 경제적 여건 악화
- ✓ 기부 불신 (기부금 횡령, 어금니..)
- ✓ 기부 방법 무지

기부금 수혜기관 (NGO)

- ✓ 기부 모금액 감소
- ✓ 기부모금 활성화 절실

기부 시장에 대한 혁신적 접근

보다 진화된 나눔을 위해

WATCH2HELP

"100% 투명하고 신뢰할 수 있는 손쉽고 부담 없는 온라인 기부"

정의

- *Watch2Help는 동영상 컨텐츠를 활용한 사회공헌 플랫폼입니다*

방법

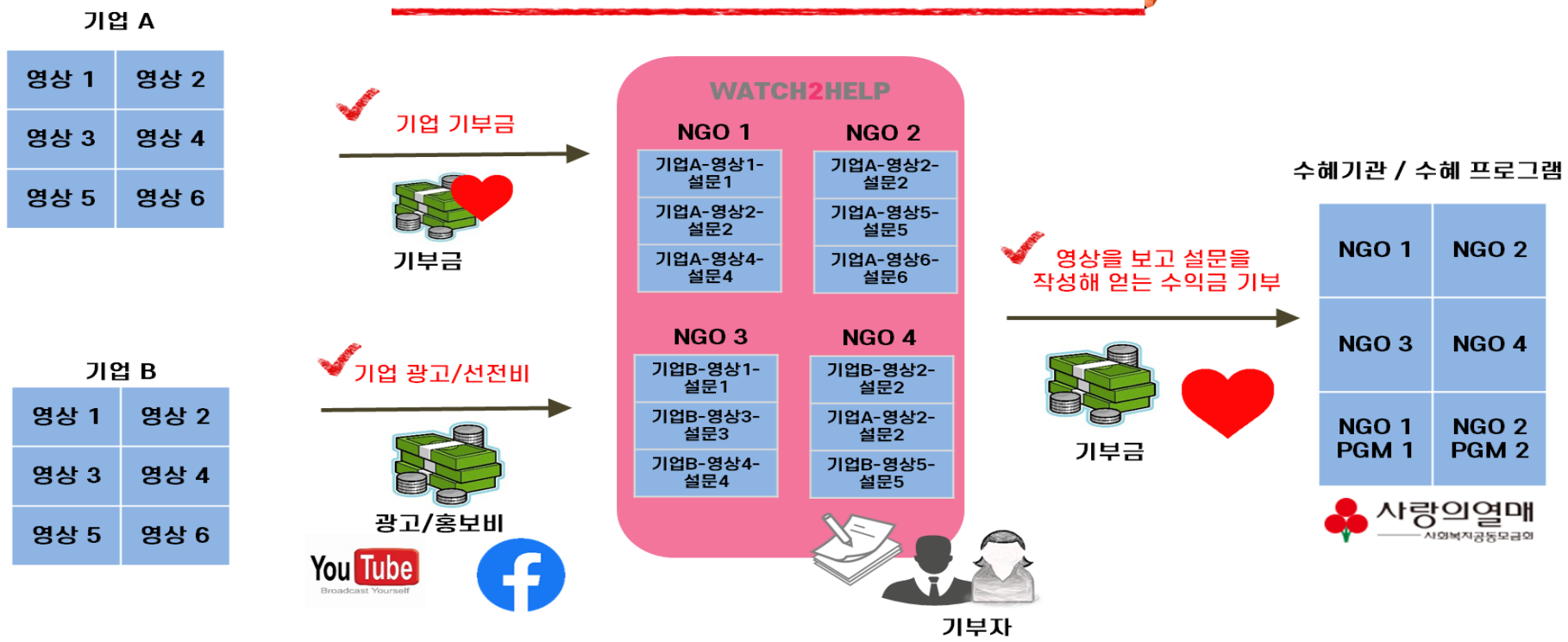
- 기업이 제공한 홍보 동영상을 기부자가 시청하고 해당 영상 컨텐츠에 대한 설문 결과를 기업에 제공
- 기업은 기부자 이름으로 설문보상에 해당하는 금액을 수혜 기관에 기부합니다.
- 기업은 설문 자료를 활용하여 고객 마케팅 자료로서 활용합니다.

운영 방침

- **Watch2Help는 기업→ 기부자 → 수혜 기관(NGO)의 나눔 순환 생태계를 조성하여** 기부 문화 활성화에 이바지 합니다.
- Watch2Help는 기업, 기부자, 수혜기관에게 **일체의 비용 (운영비, 수수료)을 청구하지 않습니다.**
- Watch2Help는 기부 주체들에 의하여 플랫폼 이용 시 발생된 **데이터를 분석 및 가공, 판매하여 수익**을 창출합니다.

How money flows in WATCH2HELP

No Commission !!

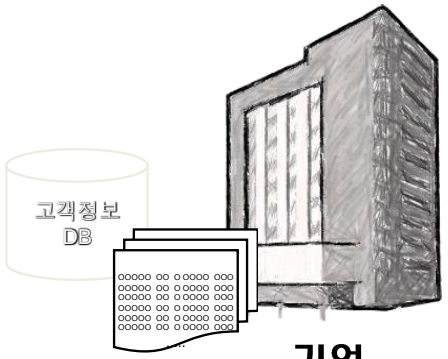


Target

- ✔ 내/외부 환경 변화의 영향으로 *위축된 기업 기부의 활성화 유도*
- ✔ 기업의 *SNS 영상 광고/선전비를 기부 생태계의 활성화 자금으로 유도*
- ✔ 일반인도 *손쉽고 비용 부담 없는 기부를 통해 사회 공헌 활동에 이바지* 할 수 있도록 유도

How WATCH2HELP survives?

We're selling data!!



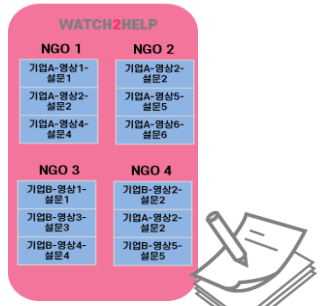
기업

✔ 기업 마케팅 활동 활용

- 고객 정보 기반 홍보 마케팅
  (ex. 상품 및 서비스 구입 권유 등)
- 고객데이터 분석 기반 타겟 마케팅

✔ 기업 제공 영상에 대한 설문결과에 대한
Raw Data, 커스텀 분석 리포트 제공

- Raw data and tables (고객 개인정보)
- 트렌드 보고서 (ex. 정기적 보고서)
- 커스텀 분석 보고서 (맞춤형 분석 리포트)

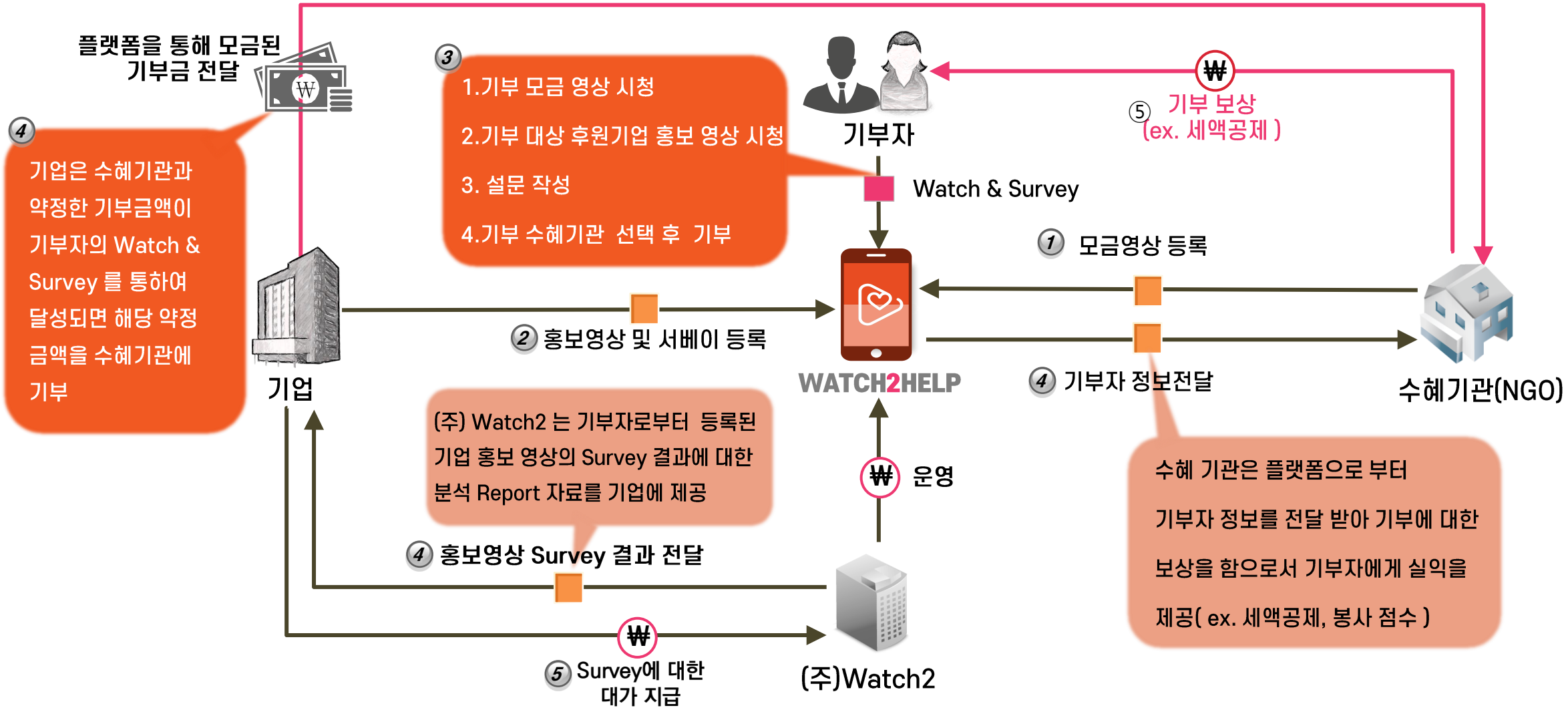


기부자

✔ 설문결과에 따른 Raw Data, 커스텀 분석
리포트 제공에 대한 비용 지불

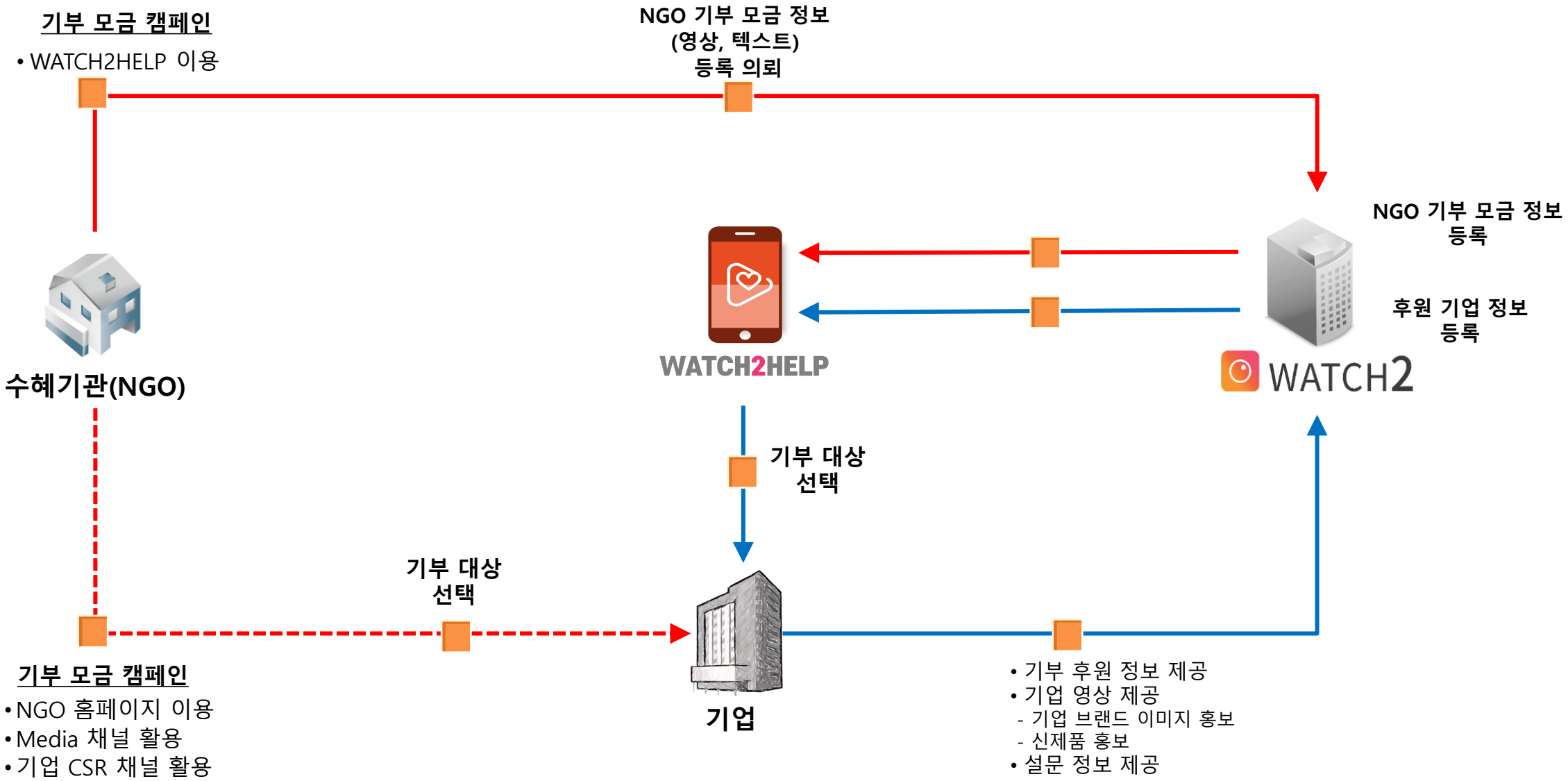
WATCH2

기업 – 수혜기관 – WATCH2HELP - 기부자

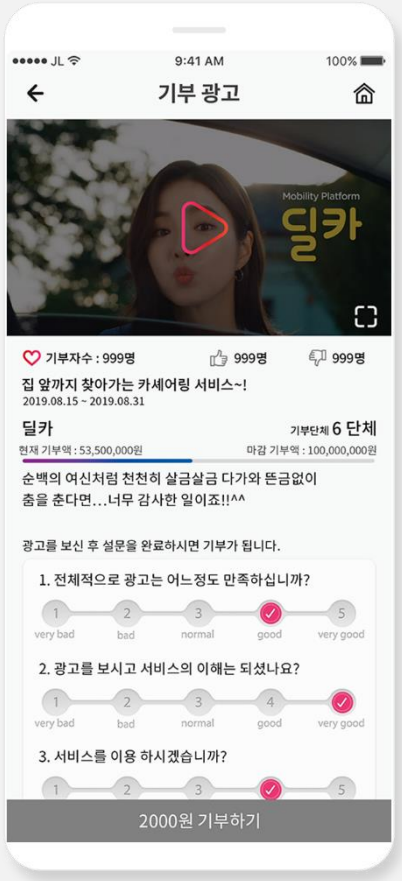


Business Model (4 / 4) – Business Flow on Watch2Help

수혜기관 – WATCH2 - 기업



손쉽고 부담 없는 기부



지금 까지..

1. 기업 : 기부 (사업과 직접적으로 관련성이 없는 지출 비용)

2. 기부자 : 개인 현물을 통한 기부 (경제적 부담 有)

기부 생태계에 숨을 불어 넣는 솔루션

Watch2Help

1. 기업 : 기부 + 기업홍보 + Survey = 1석 3조 효과
   (사회공헌 , 고객 Voice 수렴)

2. 기부자 : 영상 시청과 Survey를 통해 얻은 수익 기부
   (경제적 부담 無, 심리적 보상, 세액공제를 실익 보상)

3. 수혜기관 : 양질의 기부 모금 채널 추가 확보

- ✓ 자체 기술력으로 개발 예정인 분산 영상 스트리밍 서버를 통한 최소 비용의 안정적 영상 스트리밍 서비스 제공
- ✓ 데이터시각화 엔진을 통한 데이터 분석 결과를 쉽게 이해할 수 있도록 시각적 표현 (지도 기반, 각종 차트)
- ✓ 기부 플랫폼에서 AI 기반 광고 추천 플랫폼으로 솔루션 및 서비스 진화

분산 영상 스트리밍 서버 (PROMS)
※ 2020년 상반기 출시 예정

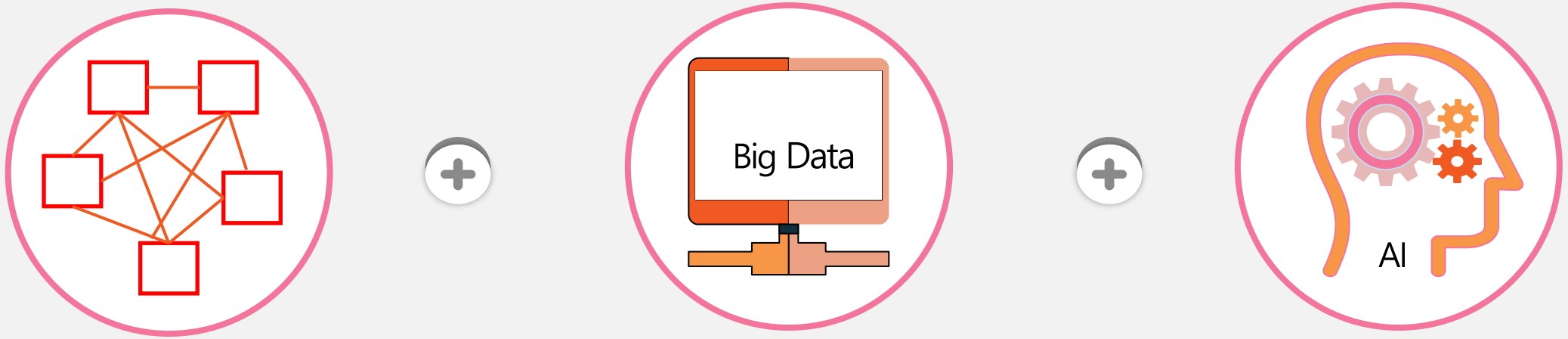
1. 분산 영상 스트리밍 서버 (자체 기술)
2. AWS , AZURE 등 영상 스트리밍을 위한 클라우드 서비스 비용 불필요

데이터 시각화 엔진 (WATCHER)
※ 서비스 중

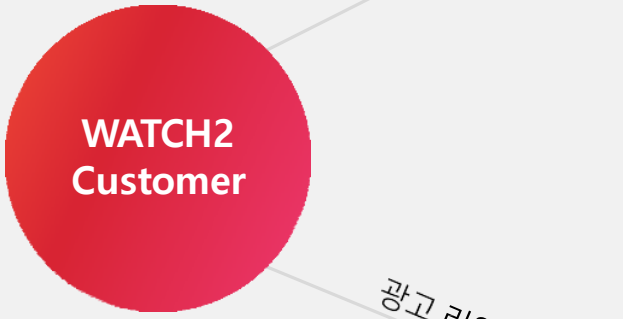
1. 데이터 수집, 분석, 시각화 기능
2. 기부, 서베이, 광고 관련 데이터 Analysis

AI 기반 광고 추천 플랫폼 (AdX)
※ 2021년 개발 완료 목표

1. 광고 데이터, 설문 데이터, 외부 연관 데이터 통합 분석을 통한 광고 콘티 추천 서비스



Watch2 Service Model (1 / 4)



순수한 기부 Mind

광고 리워드 Mind

앱내 연동

WATCH2HELP

- WATCH2Customer는 광고를 보고 설문을 하면 기부하기를 하면 Customer의 수만큼 기업은 NGO에게 기부를 하는 방식
- 순수한 마음으로 기부하는 사람들을 위한 서비스
- 기존 NGO의 Customer에게 해당 채널로 광고

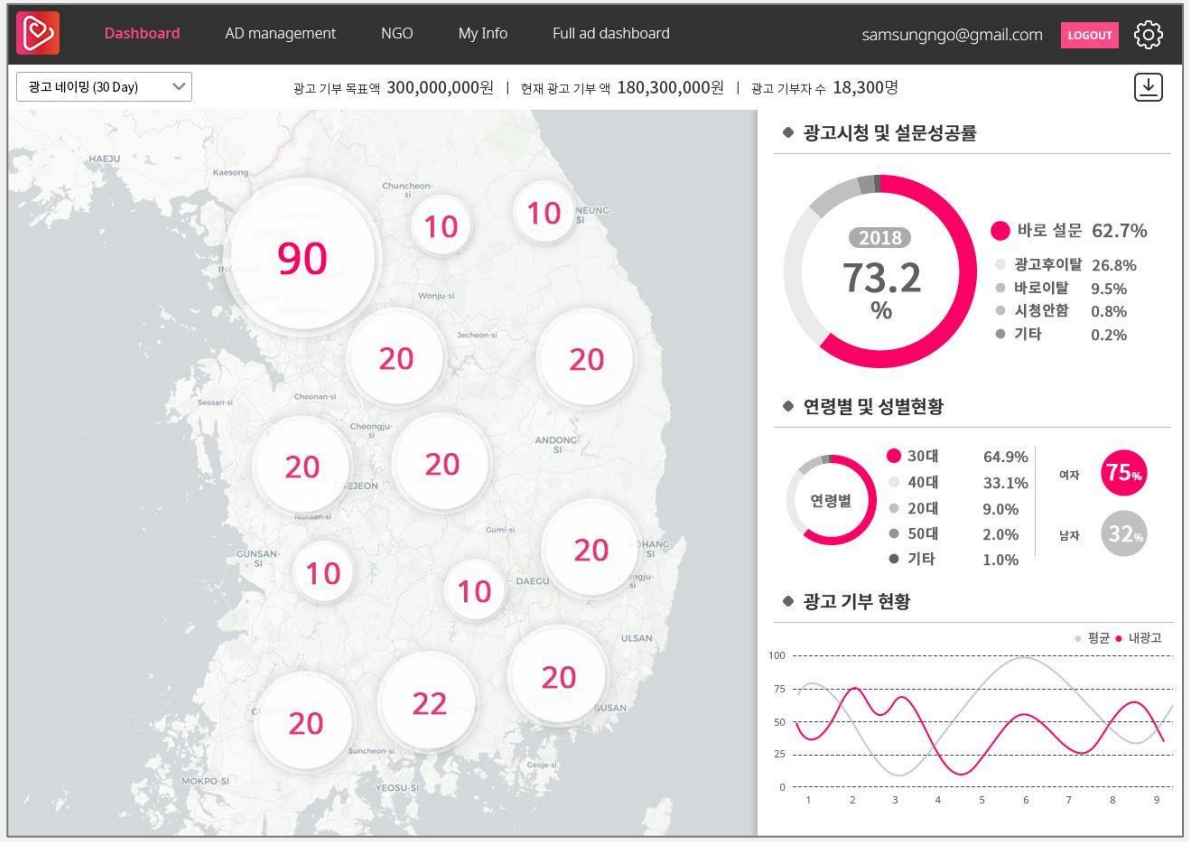
WATCH2CASH

※ 서비스 예정

- WATCH2Customer는 광고 리워드 서비스와 설문 서비스를 융합한 서비스로 WATCH2Customer는 리워드 받은 캐시로 앱 내에서 현금처럼 쇼핑, 선물, 기부하기
- 설문데이터와 고객데이터를 광고주에게 데이터 서비스제공
- WATCH2HELP의 고객을 유인하고 파워 마케팅으로 고객 유치

Watch2 Service Model (2 / 4) – WATCH2HELP

㈜ WATCH2



사용자는 순수하게 기부만 하는 목적의 기부 앱

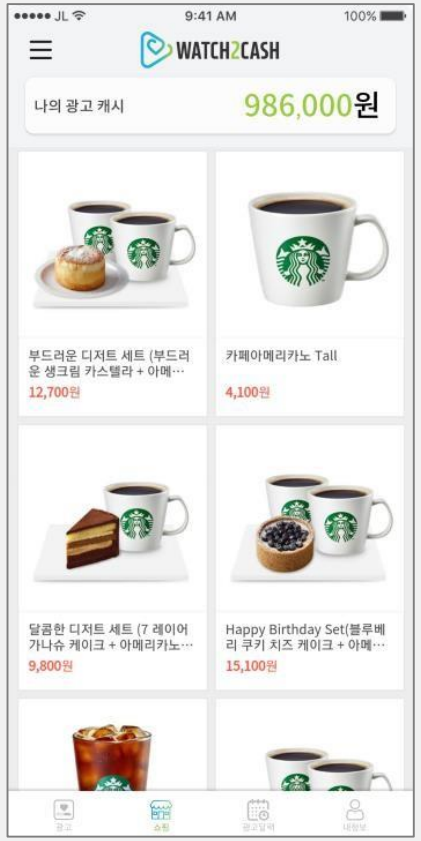
기업은 NGO에게 캠페인을 완료하면 직접 기부금을 전달하는 방식

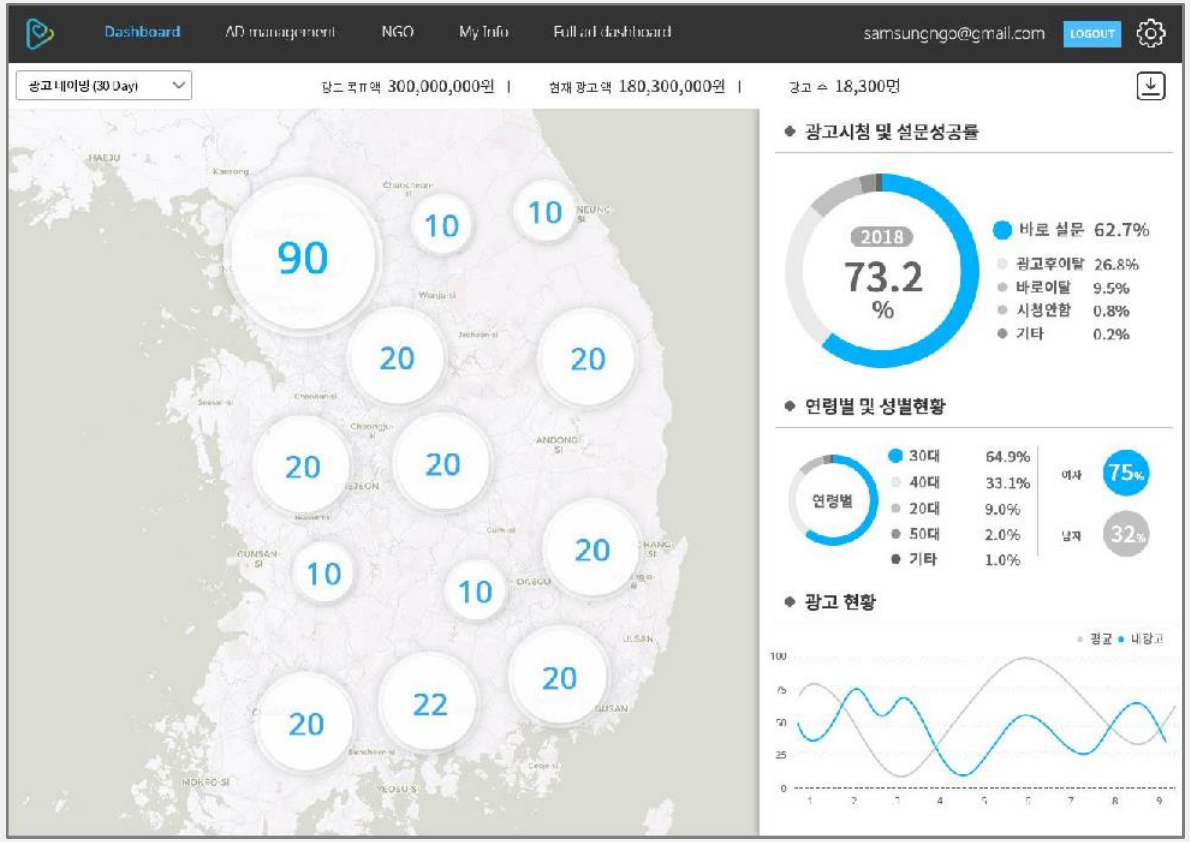
광고주에게 고객 데이터와 설문 데이터의 리포트를 제공

Watch2 Service Model (3 / 4) – WATCH2CASH

㈜ WATCH2

※ 서비스 예정





2020년 디플레이션 가능성이 제기되면서 리워드 앱이 다시 부각이 됨

3원 ~ 100원의 작은 비용의 일반적인 리워드 앱과 달리 500원 ~ 5000원의 높은 가격의 리워드 강점

사용자는 광고를 보고 설문을 하면 몇번의 리워드 캐시로 바로 쇼핑이 가능

고객 데이터, 설문 데이터, 소비 데이터까지 광고주에게 품질 좋은 리포트를 제공

Watch2 Service Model (4 / 4) – Circular Structure

NGO, 기업·광고주, 쇼핑, WATCH2가 서로 연동하는 순환성 구조

http://watch2.co.kr

한편의 영상시청으로 아름다운 세상을 만들 수 있습니다.

WATCH2 HELP

동영상기반 기부 플랫폼

WATCH2HELP

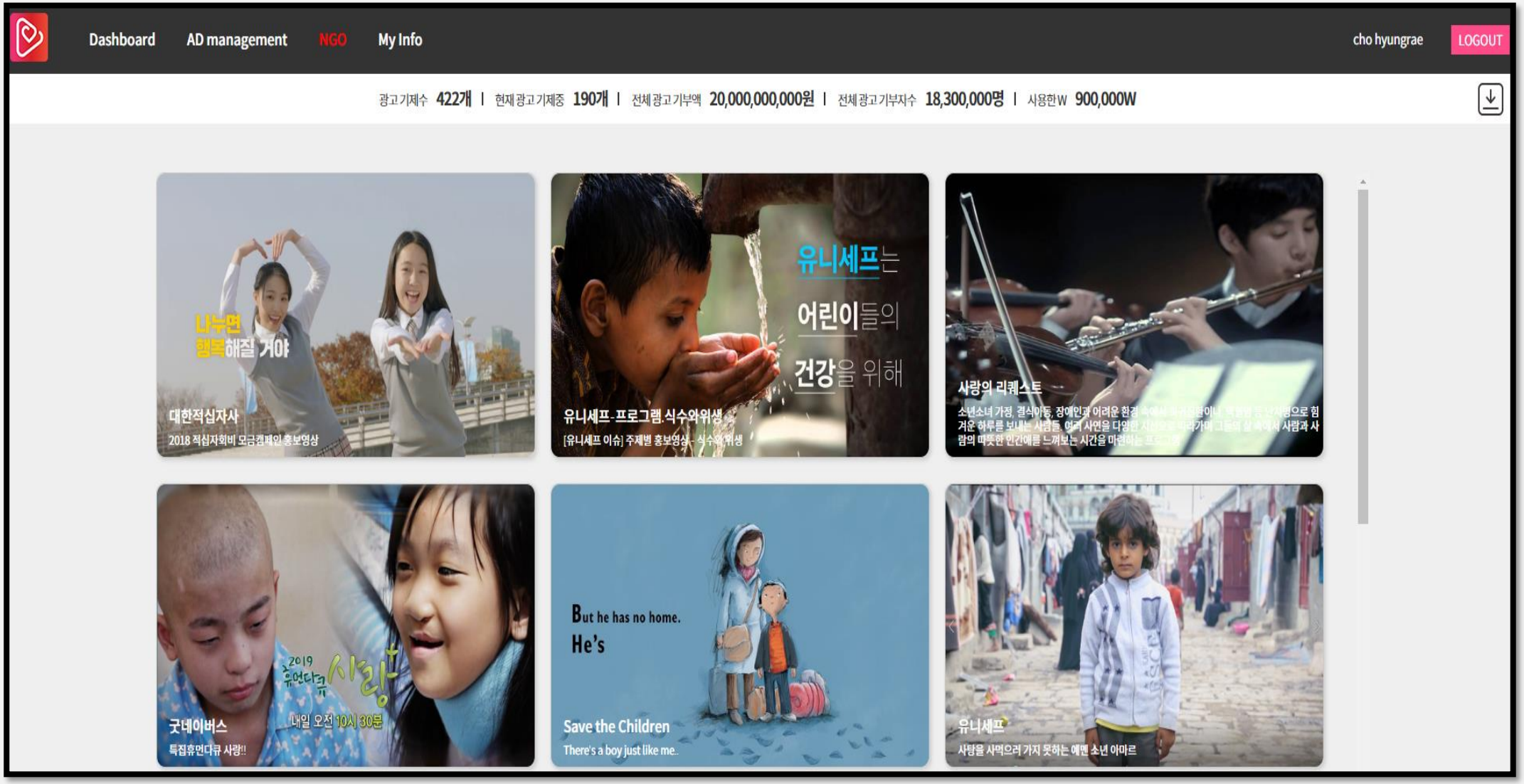
Donations Platform for Social Value

App Store

Google Play

01.수혜기관(NGO) 모금영상 등록

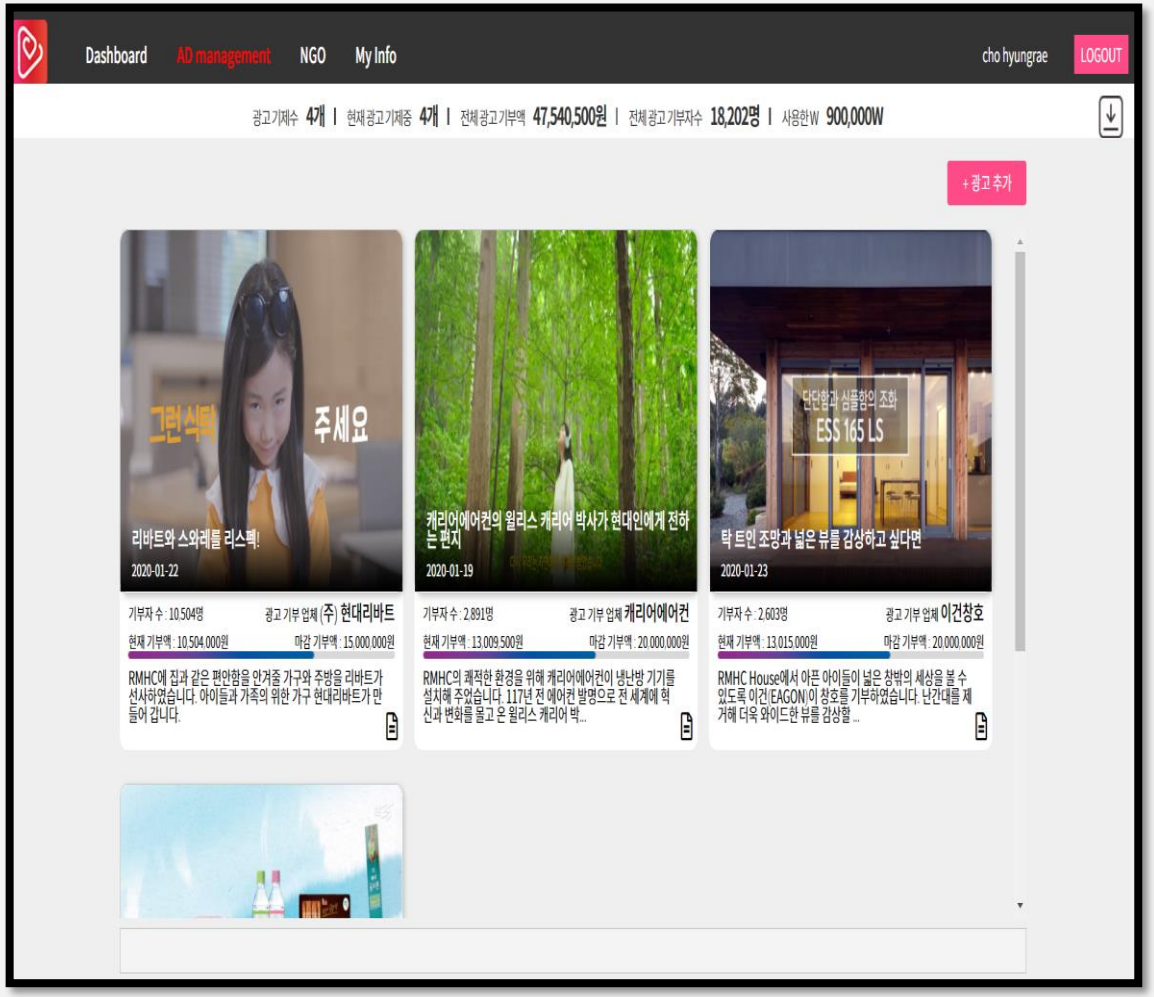
㈜ WATCH2



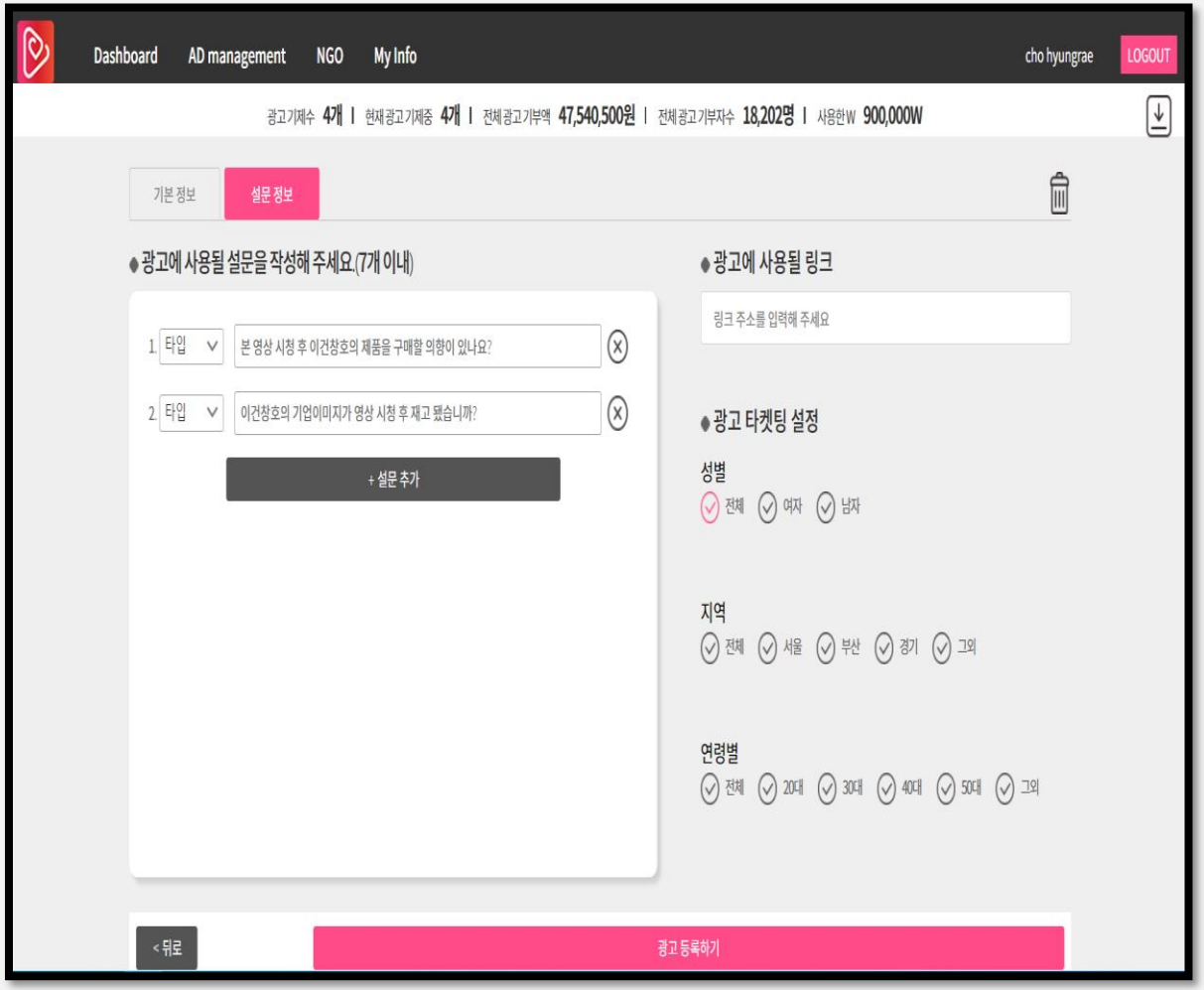
모금영상 등록

02.기업 영상 및 설문 등록

㈜ WATCH2



기업 홍보영상 등록



영상에 대한 설문 등록

03.모바일 APP 영상 확인

모금 / 기업 홍보 영상

기업홍보 영상

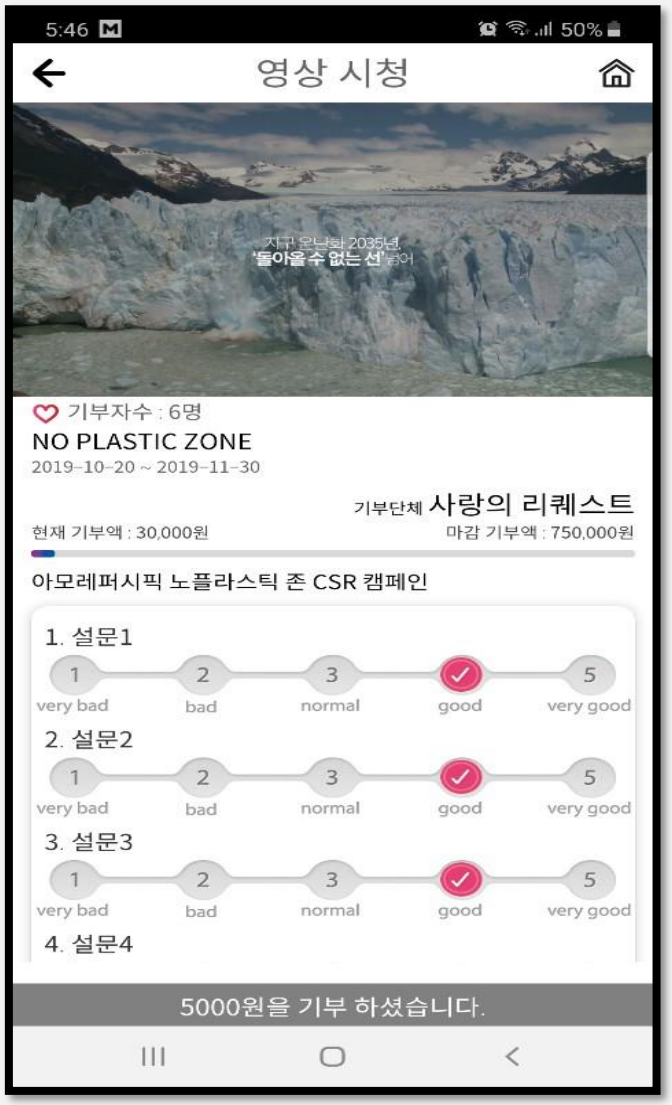
04.모바일 APP 영상 확인

㈜ WATCH2

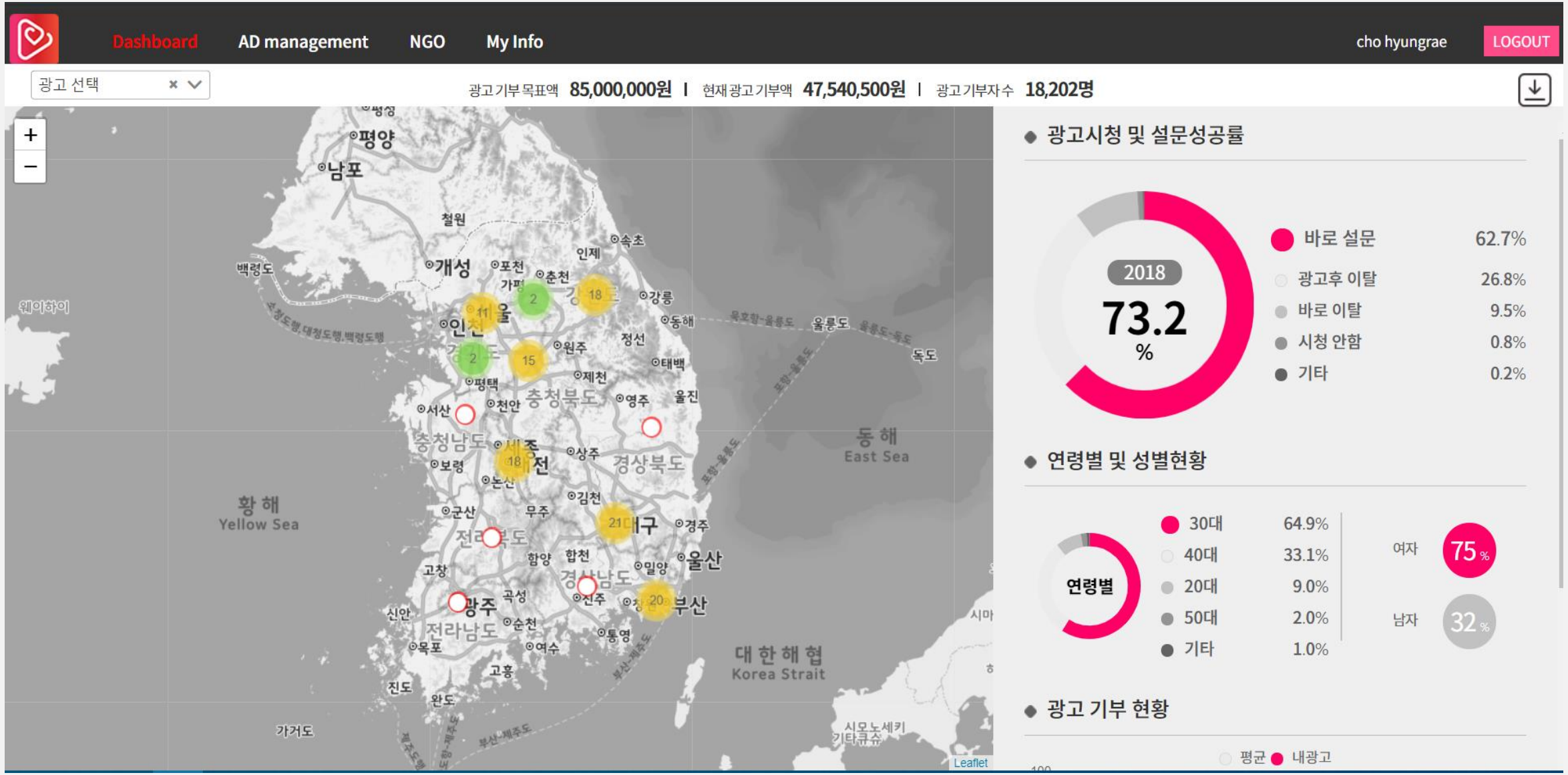
모금 영상 시청

기업홍보 영상

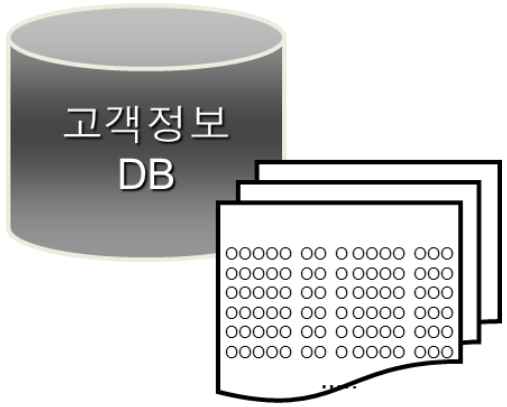
설문 후 기부



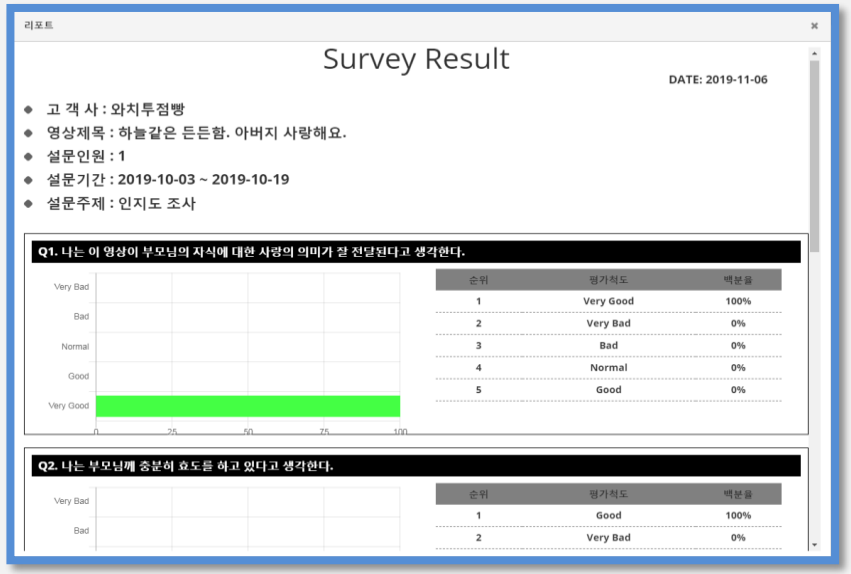
Dashboard


Dashboard
AD management
NGO
My Info
cho hyungrae
LOGOUT
광고 선택
광고기부 목표액 85,000,000원 | 현재광고기부액 47,540,500원 | 광고기부자수 18,202명
평양
남포
철원
개성
포천
춘천
속초
인제
강릉
동해
울릉도
독도
백령도
웨이하이
인천
서울
원주
정선
태백
제천
평택
천안
서산
영주
울진
충청북도
충청남도
경상북도
상주
보령
논산
김천
군산
무주
대구
경주
울산
합천
함양
밀양
고창
곡성
진주
부산
광주
신안
순천
통영
여수
목포
고흥
진도
완도
가거도
전라남도
황 해
Yellow Sea
동 해
East Sea
대 한 해 협
Korea Strait
시모노세키
기타큐슈
Leaflet
광고시청 및 설문성공률
2018
73.2
%
바로 설문 62.7%
광고후 이탈 26.8%
바로 이탈 9.5%
시청 안함 0.8%
기타 0.2%
연령별 및 성별현황
연령별
30대 64.9%
40대 33.1%
20대 9.0%
50대 2.0%
기타 1.0%
여자 75%
남자 32%
광고 기부 현황
평균
내광고

고객정보 DB



설문 결과 분석 보고서


리포트

Survey Result

DATE: 2019-11-06

- 고 객 사 : 와치투점빵
- 영상제목 : 하늘같은 든든함. 아버지 사랑해요.
- 설문인원 : 1
- 설문기간 : 2019-10-03 ~ 2019-10-19
- 설문주제 : 인지도 조사

Q1. 나는 이 영상이 부모님의 자식에 대한 사랑의 의미가 잘 전달된다고 생각한다.

Very Bad / Bad / Normal / Good / Very Good

0 25 50 75 100

순위	평가척도	백분율
1	Very Good	100%
2	Very Bad	0%
3	Bad	0%
4	Normal	0%
5	Good	0%

Q2. 나는 부모님께 충분히 효도를 하고 있다고 생각한다.

Very Bad / Bad

순위	평가척도	백분율
1	Good	100%
2	Very Bad	0%

데이터 구매

필요한 기간과 데이터 범위를 정하여

Raw data와 테이블을 받아볼 수 있습니다.

예) 푸드 다이어리 2017년 상반기의 Raw data와 테이블 구매 가능

트렌드 보고서

오픈서베이가 트렌드를 분석하여 정기적으로 보고서를 발간합니다.

예) 2017년 상반기 편의점 보고서 , Teens 보고서

커스텀 분석 보고서

고객사의 비즈니스 이슈에 따른 맞춤 분석 리포트를 제공합니다.

예) 푸드 다이어리 데이터를 Food pairing 관점에서 분석해
보고서로 제공

리타게팅 조사

특정 행태를 보인 패널을 대상으로 조사를 진행할 수 있습니다.

예) CVS패널 데이터에서 편의점 도시락 구매 기록이 있는 응답자에게
도시락 이용 행태 변화나 제품 만족도 설문