



SBA 연계 TVK, KANZI 해외사업

Australia Kmall, Kanzi



Australia Tvk. Kmall09. Kanzi

Australia Commerce Platform

호주 TvK



- # 국내 주요 방송사와 협력한 방송 기술 인프라 플랫폼
- # 한국-호주 소비자들을 위한 자체 홈쇼핑 채널도 운영

Kmall 09



- # 호주 한인 최대 크기의 종합쇼핑몰을 이스트 우드에 오픈
- # 호주의 쿠팡이라 불릴 정도의 업계에서의 위치 및 규모

Kanzi Mall



- # 최소 10년이 넘는 오프라인 매장과 한인 마트가 시드니 주요 타운에 위치
- # 한국의 트렌디한 상품을 가장 먼저 선보이는 온라인 스토어

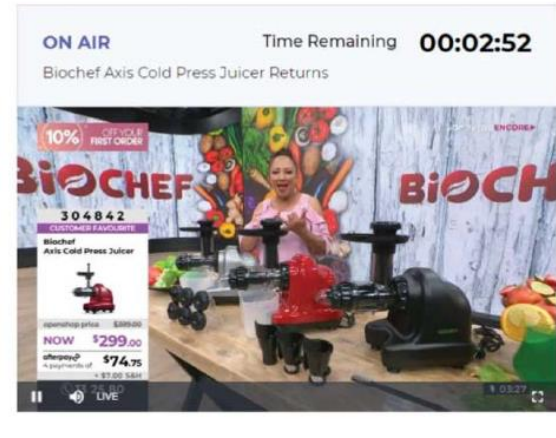
TvK(Internet Streaming HDTV)

TvK는 2012년부터 국내 주요 방송사 MBC, KBS, SBS와 협력한 가장 안정적인 방송 기술 플랫폼입니다.

개인과 협력 업체 등에 전문적으로 유통되는 방송 콘텐츠 및 홈쇼핑이 원활하게 진행 될 수 있도록 지원합니다.

급변하는 트렌드와 기술 환경 속에서 다양한 채널과 창구를 통한 최적의 콘텐츠를 제공합니다.





오랜 기간 잘 갖춰진 호주교민사회 인프라로 10만명이 넘는 교민과 현지인들에게 빠른 광고와 파급 효과를 기대할 수 있습니다.

동 시간대 최고 시청자를 10만명 이상 기대할 수 있습니다.

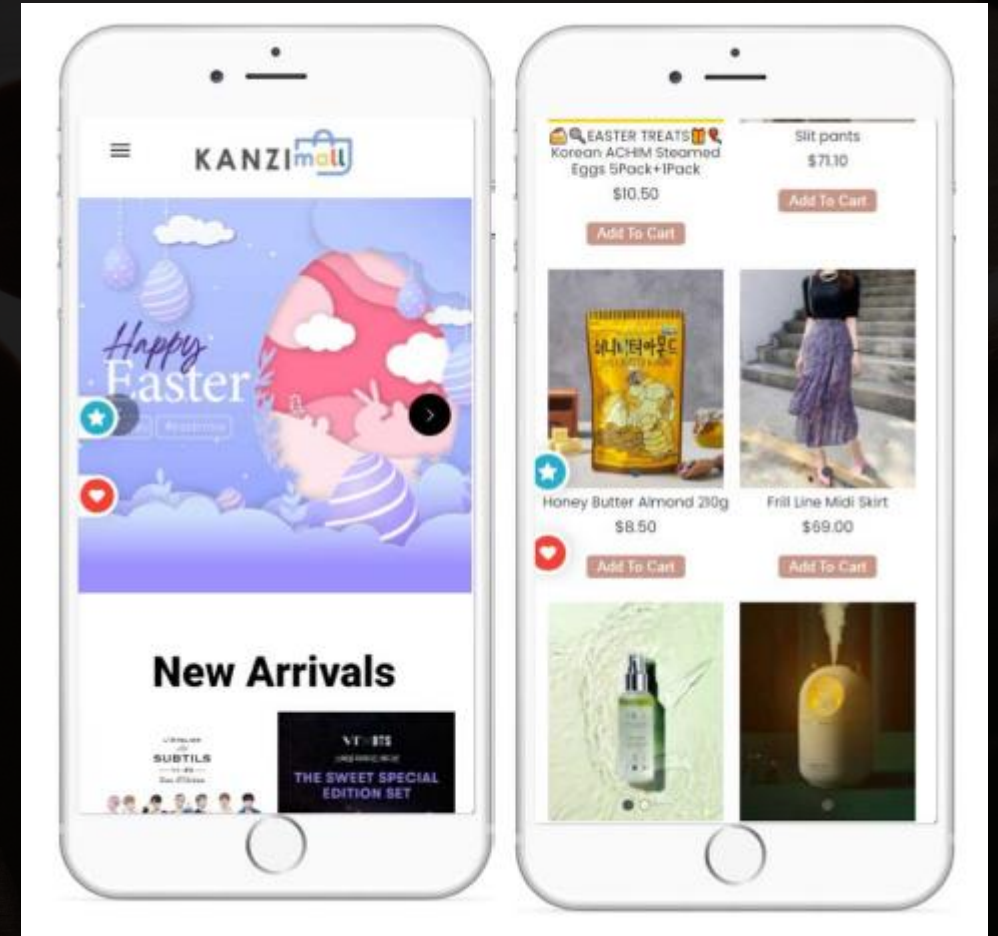
60개의 채널에 자체 콘텐츠로 광고가 방송됩니다. 언제 어느 시간대나 원하는 시간대에 방송이 되기 때문에 10만명 이상의 현지 교민에게 방영이 가능합니다.

Kanzi

Kanzi는 한국의 트렌디한 상품을 가장 먼저 선보이는 온라인 스토어입니다.

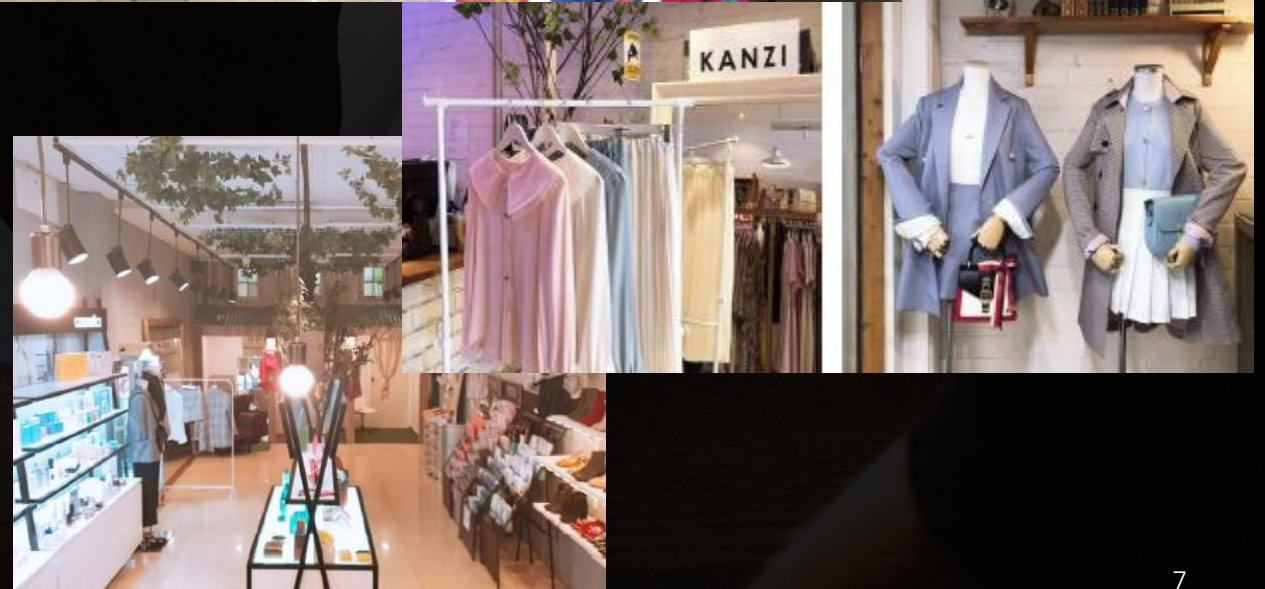
패션으로 시작하여 점점 K-POP, 음식, 생활 굿즈 등 점점 분야를 확장하였습니다.

'THE LATEST TRENDY KOREAN CULTURE'라는 슬로건 아래 트렌드와 시즌에 맞는 MD 제안과 KANZI만의 차별화된 매장 운영으로 쇼핑 문화를 선도하고 있습니다.



최소 10년이 넘는 오프라인 매장과 한인 마트가
시드니 주요 타운에 위치하고 있어 한인뿐만
아니라 현지인들에게도 인지도가 매우 높습니다.

디스플레이가 가능한 상설 매장을 시드니 전역에
갖추고 있어 상품 디스플레이, POP 광고와 함께
직접적인 판촉이 이루어지고 있습니다.



Kmall 09

Kmall09는 유니크하고 품질이 좋은 제품을 취급하는 한인 온라인 쇼핑몰입니다.

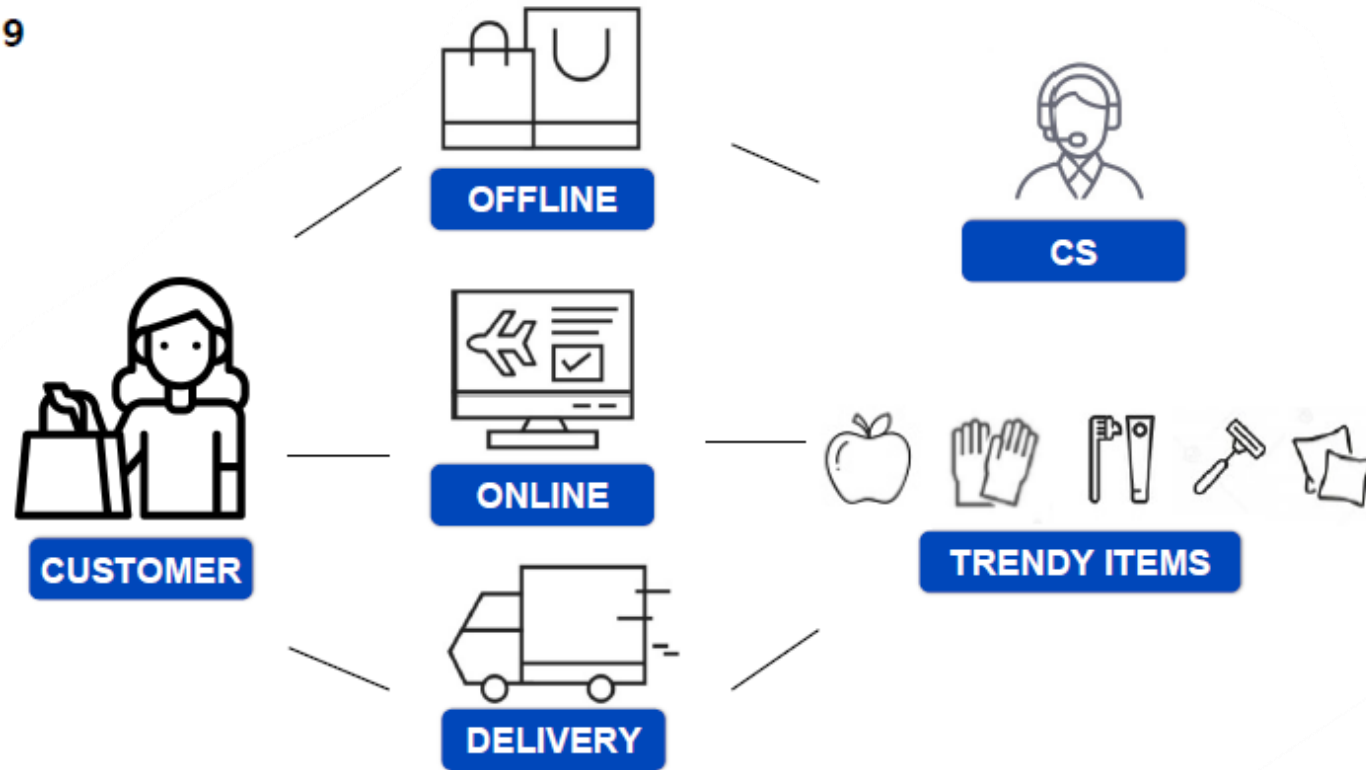
복합 쇼핑몰 스타일의 경험을 온라인 및 모바일 상에 접목시켜 다양한 상품을 소개하고 있습니다.

달에 10만명이 넘는 방문객을 통한 제품 홍보 효과와 판매로 이루어집니다.

호주 한인 최대 크기의 종합쇼핑몰을 이스트우드에서 오픈하여, 한달 최대 14만명이 넘는 고객들에게 현지가로 물건을 판매 중입니다.



KMALL09



시드니 내에서 구매한 신선 식품이 경우는 당일 배송 서비스를 제공합니다.
'호주의 쿠팡'이라는 입지적 위치를 갖고 있는 만큼 다양한 상품을 제공하고
양질의 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

호주 TVK

10만명이 넘는 가입자를 보유하고 있으며,
다수의 기업과 단체가 가입자로 존재하고
있습니다.

개인과 협력 업체 등에 전문적으로 유통되는
방송 콘텐츠 및 홈쇼핑이 원활하게 진행 될 수
있도록 지원하고 제공합니다.

채널 광고 및 콘텐츠 제공

Kmall09 & Kanzi

호주 한인 커뮤니티 사이에서 트렌드를 선도하는
대표적인 플랫폼입니다.

달에 10만명이 방문하는 플랫폼으로 한국과 호주의
상품을 판매 및 홍보하여 매출을 이끌어냅니다.
오프라인 매장의 경우 최대 14만명이 넘는 현지인 및
한인 고객들에게 현지 가격으로 물건을 판매하고
있습니다.



TVK를 통하여 방송 중간 중간에
자연스러운 상품 광고를 노출할 수
있습니다.

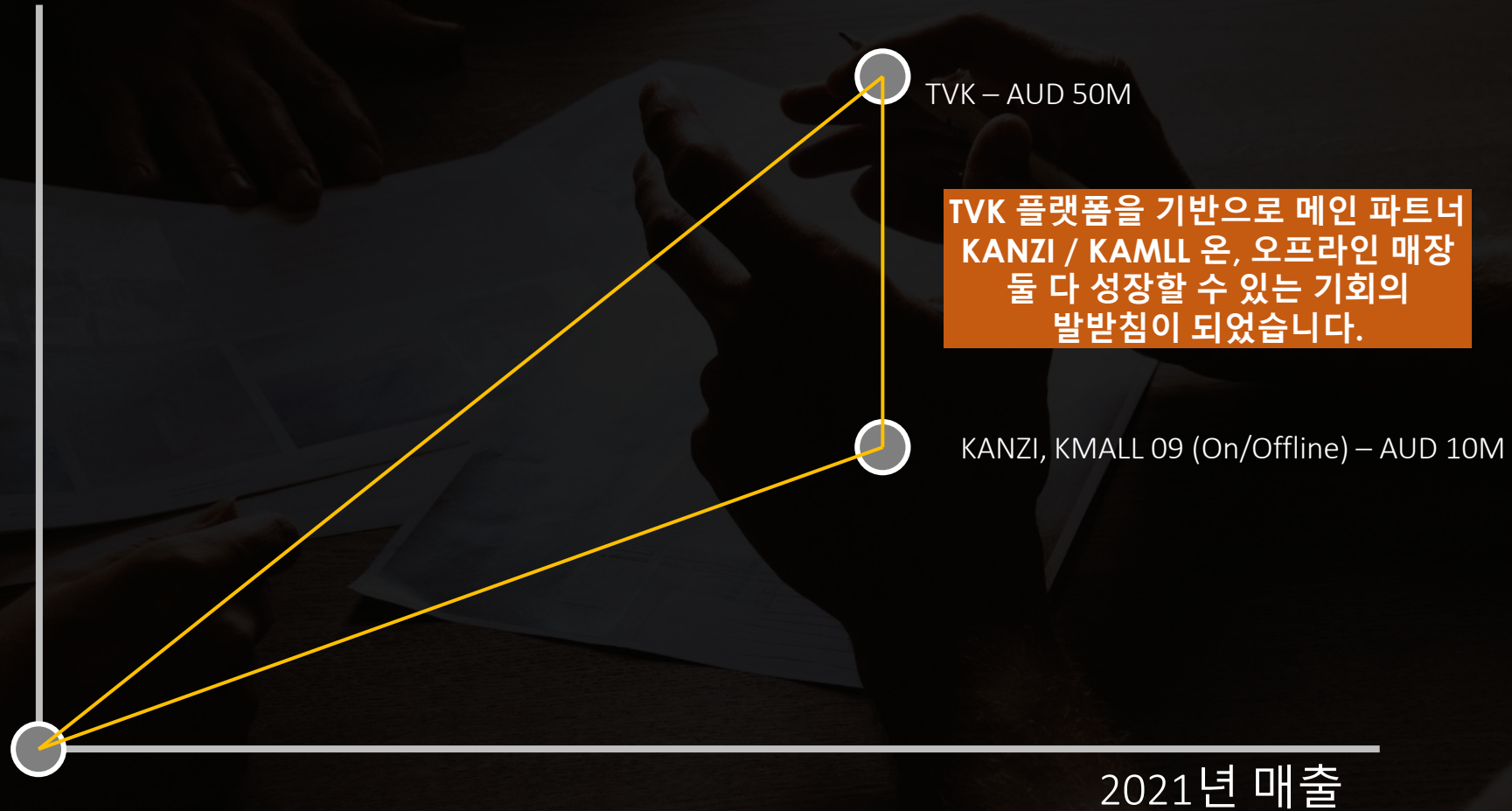


온라인과 오프라인을 동시에 운영하여
고객들에게 24시간 상품에 대한 노출을 할
수 있습니다.



TV 광고와 다양한 콘텐츠를 통한
효율적인 광고 효과 및 판매가 가능합니다.

호주 온라인 판매액 추이



상품 공급 및 정산 절차

- 상품판매 조건확정 (가격, 구성, 보너스 등)
- 상품기술서 작성
- 상품 사진, 영상자료 수집
- 계약서 작성

판매준비

01

- 물류지로 상품 이동
- 상품포장 규격 체크
- 운송방법 선택 (항공/해운)

수출

02

- 상품 도착 및 수출 서류 전송
- 관세 및 관련세금 납부
- 창고 입고

수입/통관

03

- 상품 관련 동영상 준비 (마켓 테스트시 자료 공유)
- 현지 판매전략 수립

디지털
마케팅
준비

04

05

마케팅
및
판매

- 마케팅 일정 확정 후 진행
- 온/오프라인 입점

06

정산

- 매월 첫 주 전월 판매 금액 수량 리포트
- 인보이스 발행
- 결제 진행

no one ever figures out that he's not a real teacher. Later on when they finally do catch him, the authorities ask, "How in the world did you teach that class? You don't know anything about advanced sociology!" He replied, "All I had to do was read one chapter ahead of my students."

That's the key. You don't have to be the most knowledgeable person in the world on your topic, you just have to be one chapter ahead of the people you're helping. There will always be people in the world who are more advanced than you. That's fine. You can learn from them. You don't let it stop you from helping the ones who are a chapter or two behind you.

WHO DO YOU WANT TO SERVE?

If you're going to start a mass movement and create a whole lot of change, the first question you have to ask yourself is "WHO do I want to serve?" The answer to that question is typically people who need you. They don't want to become an expert, right? As a charismatic leader, you're not on a path you're walking alone.

Sometimes it can be hard to identify exactly who they are. If you look closely, you'll find that almost all expert movements are based on one of three core markets: health, wealth, or relationship.

question for you is which of those three matches your area of expertise right now?

THE 3 MARKETS



Ok, now that you've identified which core market you fit into, we need to dig at least two levels deep to find your specific audience. Let me show you what I mean.



Inside these three core markets are multiple submarkets. For example, inside health you could have dozens of submarkets like

THANK YOU