

# 무료 신용카드 결제 서비스

- ❖ 결제 수수료를 받지 않고 다른 부가가치 서비스로 수익을 내는 신용카드 결제 서비스
- ❖ 중소기업자를 겨냥한 비즈니스 프리미엄 상품으로 매출을 올리는 Freemium 모델 전략
- ❖ 결제 서비스를 활성화 시켜 2016년 연간 196억달러를 처리할 정도로 성장 기대

소액 결제 서비스 혁신

## 스파이크

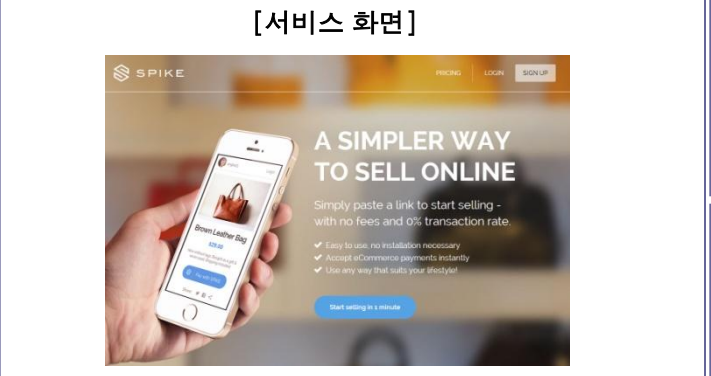


### 평가표(5점 만점)

수익성	2
차별성	3
충성도	3
진입장벽	2
리스크	3

- ### 서비스 특징
- **무료 결제 서비스** : 스마트폰에 부착되는 신용카드 리더기로 카드 결제를 처리하며, 결제 수수료를 받지 않는 것이 특징. 개인사업자나 소규모 사업자에게 무료 제공 초기비용과 월정액, 결제수수료 등을 받지 않는 것이 원칙. 다만 중소기업자는 프리미엄 요금제를 적용함
  - **Freemium 모델** : 무료기반으로 이용자 유치후 여기서 파생한 부가가치로 수익을 창출함. 비즈니스 프리미엄 요금제가 대표적인 경우. 스파이크는 중소기업자에게 이 상품을 적용하고 있음. 매월 30달러 이용료를 지불하면 결제 금액 제한없음  
⇒ 1만달러 초과시 건당 30센트, 2.5% 수수료 부과

- ### 시장 상황
- 최근 모바일 신용카드 결제 서비스가 대세. 스쿼어가 신용카드 리더기를 활용한 모바일 결제 서비스의 시장 잠재력과 높은 성장세를 보여주자 유사한 모델이 잇따라 등장함
  - 이런 가운데 무료 결제 서비스를 표방한 서비스 모델이 나와 주목을 받고 있음. 단말기나 신용카드, 유통 분야 업체들이 유사 서비스를 공개하고 시장에 진출했으나 큰 성과를 거두고 있진 못한 상황
  - 선두업체 스쿼어와 저미오만 성장세를 유지하고 있음



### 주요 경쟁사

- 스쿼어, 페이팔, 아마존, 구글, 애플, 아이시스 등



- ### 경쟁 포인트
- **접근성** : 결제서비스 사각지대인 비상설점 흡수 가능
  - **가격경쟁력** : 별도의 수수료를 받지 않아 개인 사업자나 소규모 사업자가 선호하는 서비스

- ### 시사점
- 결제 수수료 공짜라는 장점을 내세워 신용카드 사각지대를 포용할 수 있는 소액결제 서비스
  - 스마트폰을 이용한 결제서비스로 모바일 트래픽 증가에 일조할 것으로 전망됨
  - 고객 구매 유형을 DB화 하여 타깃 광고를 할 수 있다는 점에서 새로운 틈새 먹거리로 부가될 것