

[같이 공부해요, 6차] 스퀘어-캐시앱을 아시나요? 매일매일 공부

1시간 전

<https://blog.naver.com/shineluvme/222348119446>

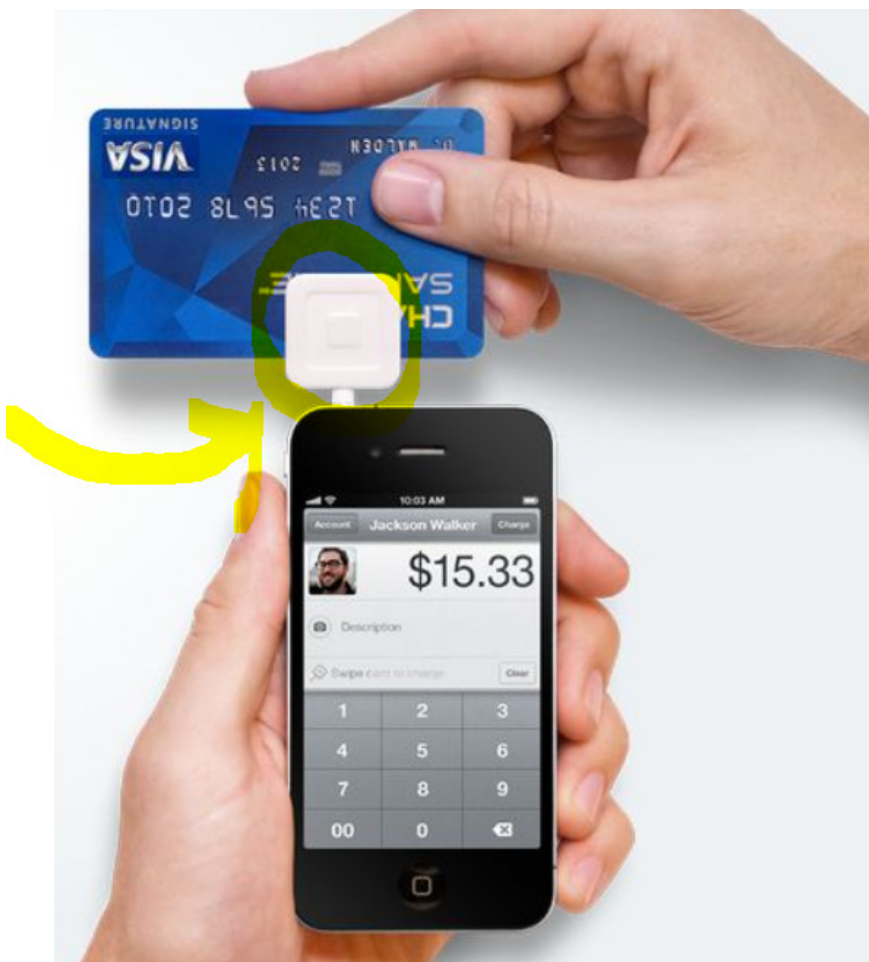
**살송이**와 함께하는 공부시간입니다!!

오늘은 카카오페이, 토스와 같은 미국의 간편결제 앱인 **캐시앱**에 대해 알아보시다~



## 스퀘어의 시작(설립 과정)

2009년에 트위터 공동 창립자인 잭 돌시(Jack Dorsey)와 짐 맥켈비(Jim McKelvey)가 설립한 모바일 결제기업이다. 소상공인을 위한 간편결제를 목적으로, 스마트폰의 오디오 단자에 연결하는 신용카드 결제 단말기 스퀘어 리더(Square Reader)를 출시하면서 사업을 시작했다. 당시에는 다른 단말기사와 가맹점 경쟁을 하는 작은 회사였고 세계 최대 결제 기업인 페이팔(Paypal)이 곧이어 비슷한 제품(페이팔히어, Paypal Here)을 출시하였다. 때문에 많은 주목을 받지 못했다.



## 스퀘어의 성장

이후 스퀘어는 아이패드와 연결할 수 있는 저렴한 POS기(스퀘어 스탠드, Square stand)를 출시하였다. 여기서 고안하여 더 많은 고객을 확보하기 위해 POS 단말기로부터 수집한 매출 정보/집계를 기반으로 한 **결제 생태계**를 형성하기로 하였다. 결제 생태계란, 기존의 결제기능에 **가게 주인(판매자)**이 필요로 하는 서비스를 추가하여 만든 것이다. 예를 들어, QR코드 기반인 기프트콘 카드 제공, 금융 대출 서비스인 스퀘어 캐피탈(Square Capital), 급여지급 프로세스인 스퀘어 페이롤(Square Payroll) 등 올일원서비스로 확대하였다.

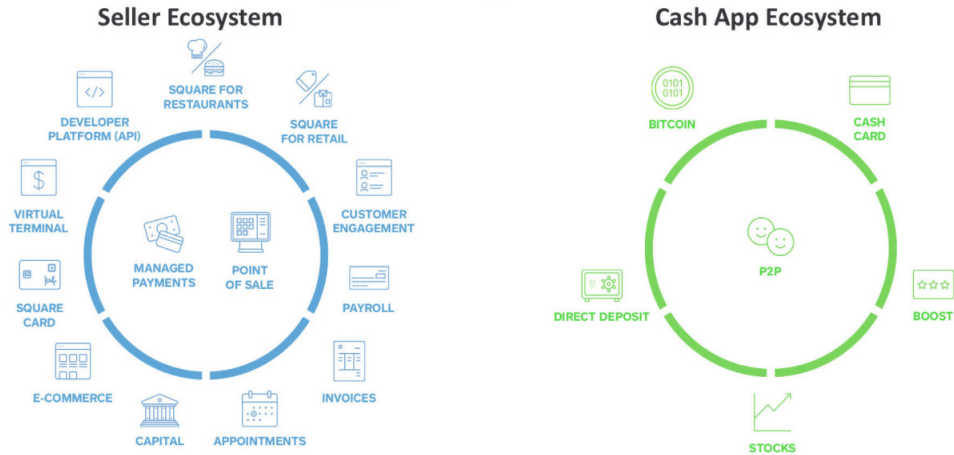
\* 스퀘어 캐피탈(Square Capital) ; 자사 POS 데이터 기반으로 상점의 매출상황을 파악했고 이를 토대로 신용도 조화하여 빠르고 편하게 대출승인하는 것

\* 스퀘어 페이롤(Square Payroll) ; 급여관리서비스, 송장, 현금 포함하여 B2B, B2C 모두 가능하며, 대시보드를 통한 판매현황, 트렌드, 매출 집계 가능한 것

추가적으로 **소비자(구매자)** 역시 편리하게 이용할 수 있는 "캐시앱(Cashapp)"을 출시하였다. 캐시앱은 P2P(개인간) 무료 송금서비스로 당시 불편한 미국 송금 방식과 수수료 방식 문제를 해결해주었다. 여기에, 비트코인과 주식 매매 기능을 추가하였고 현재 코로나 사태로, 비트코인 판매 매출이 급등하면서 더 큰 성공을 하게 되었다.

## 스퀘어 에코시스템(결제 생태계)

Seller (판매자 이용)	캐시앱(구매자, 소비자 이용)
<p>중소상공인들을 위한 신용카드 결제단말기(POS) 및 부가 서비스 제공하는 동시에 큰 기업들에게 급여지급 서비스 및 매출통계 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 기술적 지원 ; Square POS기기, 결제 단말기 판매 및 결제 수수료</li> <li>2) 금융(대출) -&gt; <b>스퀘어 캐피탈</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대출 서비스를 통한 이자</li> </ul> </li> <li>3) 회사솔루션 -&gt; <b>스퀘어 페이롤</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 급여관리 서비스를 통한 수수료</li> </ul> </li> </ul>	<p>일반 사용자들을 위한 모바일 간편 송금앱 (카카오페이, 토스와 비슷) 은행 대신하는 디지털 월렛(Wallet)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) P2P(개인간) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친구간 간편 소액 송금 수수료</li> </ul> </li> <li>2) 주식, 비트코인(암호화폐) 투자 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주식, 비트코인 수수료</li> </ul> </li> <li>3) <b>스퀘어 부스트</b> ; 셀러는 홍보, 소비자는 캐시백 (차이카드와 유사)</li> </ul>
<p>올해 초 Banking License(미국에서 받기 힘들다는 <b>은행 라이선스</b>)를 취득하여 스퀘어 은행(스퀘어 파이낸셜)을 만들었다. 이를 통해 소상공인을 위한 다양한 예금 및 대출 상품을 제공하고자 한다.</p>	

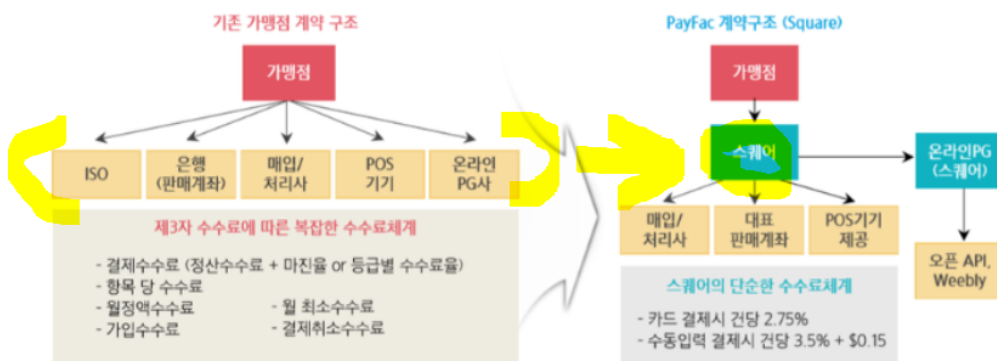


스퀘어의 에코시스템(판매자와 소비자의 연결)

## 스퀘어는 어떻게 PMF 충족했는지?

PMF? 제품과 시장과의 공합 즉, 제품이 시장에 얼마나 잘 맞는지 보는 것

- 1) 미국인들이 현재 은행에서 **지출 비용이 높다**(Overdraft fee) 예) 대기시간, 지출 수수료, 처리 시간 등 이로 인해, 오프라인 은행 업무에 대한 불만이 많아 **온라인 핀테크**에 관심을 많이 갖게 되었다.
- 2) 미국인들의 1/5이 **계좌 없다**(unbanked) 특히 인종(race)별로 (히스패닉, 블랙), 지역별(플로리다, 미시시피, 텍사스 주 등 남부)로 격차가 크게 차이난다. 그래서 해당 지역에 **스퀘어 캐시앱 사용자가 많이 집중**되어 있다.
- 3) 기존 가맹점 계약 구조가 **복잡한 수수료 체계**이다. 스퀘어가 직접 가맹점을 모집하고 카드 발급과, 매입 역할에 관여해서 가맹점에 POS기를 공급하고 수수료를 얻는 모델이다. 가맹점이 스퀘어한테만 수수료 내면 스퀘어가 알아서 해주는 것으로 바뀐 것이다. 스퀘어가 중간에서 각종 수수료를 대신 내주고 가맹점주와 계약을 맺는 **단순한 수수료 체계**를 형성하였고 **수수료보다 기존보다 저렴하게** 측정하였다.



스퀘어의 단순한 수수료 체계

- 4) 밀레니얼(M/Z세대) 세대는 **주식과 비트코인 매매가 손쉽게 가능**한 스퀘어 캐시앱을 많이 사용하고 있다. 특히 이번 코로나 사태로 캐시앱의 성장 동력이 되었다.
- 5) **은행 라이선스**를 통해 지역에 더 많은 은행을 설립하여 소상공인들에게 예금, 대출 상품을 더 제공할 수 있는 가능성이 높다. 스퀘어는 결제 데이터를 가지고 있기에, 은행에서 대출이 불가능한 소상공인에게 더 쉽게 접근할 수 있게 되었다. 이들은 자신의 자금을 스퀘어 은행에 예치하여 스퀘어가 단기간에 더 크게 성장할 가능성이 크다.

## 스퀘어 현황

1) 스퀘어 캐시앱(Cashapp)의 누적 다운로드 수가 페이팔의 벤모(Venmo)를 추월하면서 2020년에 미국에서 6번째(약 5200만건)로 많이 다운로드된 앱으로 기록했다. 캐시앱은 송금, 결제, 주식중개, 비트코인거래 등 모바일 지급으로 변신하고 있다. 최근에는 캐시앱을 통한 실업급여와 재난지우너금 이체가 허용되면서 이용자수가 더욱 더 증가하게 되었다. 활성 이용자수는 3000만명을 훨씬 넘어선 것으로 알려졌다.

2) 페이팔은 오프라인 취약점을 “아이제틀”인수로 오프라인 POS를 포섭하고 있고, 스퀘어는 온라인 취약점을 “위블리” 인수로 온라인 PG사로 진출하려 한다. 스퀘어는 종합적인 플랫폼을 형성하려 한다. 온라인 부문을 강화하기 위해 웹사이트 위블리(weebly)를 인수했다. 스퀘어의 하드웨어와 소프트웨어를 위블리의 웹사이트 호스팅 및 디자인, 전자상거래와 통합해 온/오프라인 매장을 운영하여 단일 솔루션을 제공하기 위함이다.

\* 위블리(weebly) ; 블로그나 온라인 스토어 쉽게 제작할 수 있는 사이트

3) 페이팔은 P2P개인간 송금을 할 수 있는 벤모(VENMO)를 통해 엄청난 성장세를 갖고 있다. 한편, 스퀘어는 캐시앱을 통해 비트코인 등 미래 혁신 블록체인 결제 선두주자이다. 이용자들을 유인하고 머물게 하는 락인(Lock-in) 효과로 비트코인은 상당히 중요한 역할을 하고 있다.

4) 파괴적인 혁신기업에 투자하는 **ARK 인베스트**의 비중 1위(핀테크 영역 중)를 차지하고 있다. ARK INVEST ETF 종목에 편입된 핀테크 종목 중 가장 큰 비중으로 성장가능성이 무궁무진한 것으로 보인다.

## 스퀘어의 고객리텐션을 높이는 방법 ; 시장 선점과 기존 고객의 높은 전환비용

① 거래활동을 늘리고 새로운 부가가치 제품을 추가하여 새로운 고객 그룹을 계속 추가하는 형태, 기존 고객의 참여를 증가

예) 현금카드(체크카드) 사용 후(부스터) 캐시앱 사용자가 더 증가

현금 카드 사용자 지출이 많아 사용자 인터페이스를 통해 급여를 연결하였고 이는 수익성 극대화에 도움이 되었다.

② CVC 낮추고 리텐션 집중

P2P결제 네트워크를 통해 고객확보비용(CVC)을 낮추고 유지율을 높이는 전략을 취했다. 부모, 가족, 형제, 친구 등 지인들이 초대하여 이용자 수를 높여 이용 편리성을 직접 알려주는 방법을 취했고 기존 은행 업무의 시간과 비용을 단축시키는 영향력으로 고객 리텐션을 높였다.

③ 캐시앱 이용자에게 보상으로 **비트코인** 제공하였다.

비트코인 수익(Bitcoin revenue)이 전체 매출의 대부분을 차지할 정도로 코인 거래량을 늘렸다.

#마케팅공부 #초보마케터 #기업분석 #square #SQ #cashapp #미국간편송금 #벤모 #페이팔 #스퀘어성장 #비트코인 #스퀘어 #책도시 #캐시앱 #코인베이스 #ARKINVEST #ARKETF #핀테크 #핀테크 #고객리텐션 #리텐션 #비즈니스모델분석