

# 라이프스타일과 브랜드 유형에 따른 패션점포속성 및 브랜드 자산 연구 (Full Version)

## 1. 연구 배경

20~40대 여성 소비자를 대상으로 라이프스타일 요인 기반 세분화 수행.

패션 점포 속성과 브랜드 자산(인지도·신뢰도·이미지·충성도)이 고객 유형별로 어떻게 다르게 인식되는지 분석.

브랜드 유형(국내 vs 해외)에 따른 반응 차이도 비교.

## 2. 소비자 세그먼트(라이프스타일 기반 4집단)

### 2-1. 브랜드/유행/편리성 추구집단 (18.7%)

유행 민감, 쇼핑 편의성 중시

점포환경·서비스·브랜드 자산 모두 높은 수준으로 평가

### 2-2. 현실/편리성 추구집단 (30.5%)

실용적 소비, 가격·편리성 중심 판단

점포 속성 중요도는 높지만 브랜드 자산은 평균 수준

### 2-3. 무관심집단 (29.8%)

전반적으로 쇼핑·브랜드 관심 낮음

점포 속성/브랜드 자산 모두 낮게 평가

### 2-4. 성공/건강 추구집단 (21.0%)

자기계발, 건강, 프리미엄 선호

브랜드 인지도·신뢰도·이미지·충성도 높음

## 3. 주요 영향 요인

### 3-1. 점포 속성

다음 항목에 대해 집단 간 유의미한 차이 존재:

입지 편리성

점포환경(디스플레이·청결·쾌적성)

판매원 서비스(태도·전문성)

→ 특히 유행/성공 추구 집단에서 민감하게 반응.

### 3-2. 브랜드 자산

인지도

신뢰도

이미지

충성도

→ 신뢰도가 충성도(재구매 의향)에 가장 강력한 영향

## 4. 국내 vs 해외 브랜드 반응 차이

해외 브랜드 선호 소비자는 다음 항목을 국내보다 높게 평가함:

점포 환경

브랜드 인지도

브랜드 이미지

브랜드 신뢰도

→ 해외 브랜드는 '세련된 점포·강한 이미지'가 강점.

→ 국내 브랜드는 점포환경·브랜드 인지도에서 보완 필요.

## 5. 마케팅·프로모션 전략 시사점

5-1. 핵심 타겟(유행/성공 추구집단) 공략

할인·혜택 이벤트 강화

편리한 입지·쾌적한 점포환경 강조

전문성 있는 판매원 교육 필요

5-2. 국내 브랜드 전략

브랜드 인지도 향상(로고·상징·가격 정보 전달 명확화)

점포 디스플레이 개선

고유한 디자인·품질 차별화 홍보

5-3. 충성도 제고 전략

신뢰도 향상(품질·안정성 커뮤니케이션)

일관된 브랜드 이미지 구축

멤버십/LTV 중심 혜택

6. RAG 적용 포인트

사용자 질문에서 타겟 세그먼트별 마케팅 전략을 묻는 경우 → 이 연구의 4세그먼트 구조 활용.

국내 vs 해외 브랜드 차이 분석 요청 시 정확한 비교 근거 제공 가능.

\*\*브랜드 자산 요소(인지도·신뢰도·이미지·충성도)\*\*를 설명하는 LLM 응답의 근거로 활용.

점포 속성 개선 전략(입지·환경·서비스)이 필요한 답변에서 근거 자료로 사용.

충성도 증가 요인 = 신뢰도라는 구조적 관계 설명 가능.