

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.