

온라인 패션몰 상품 분류체계 및 적용 방안 연구

최정윤
*동의대학교 디자인조형학과
e-mail : sanha@deu.ac.kr

A Study on the Categorization System and Application of Online Fashion Mall Products

Jeong Yun Choi
*Dept of Art and Design, Dong Eui University

요 약

온라인 패션몰의 단점을 개선하고자 여성 의류 사이즈를 세분화하고 분류체계를 재구성하였다. 온라인 쇼핑의 단점인 옷을 입었을 때의 착용감을 직관적인 개인정보 입력 시스템인 커스터마이징(Customizing)으로 개선하고자 한다. 온라인 의류 쇼핑에서 선호하는 스타일의 의류를 보았을 때 자신의 체형에 대해 고민하게 되는 문제점을 보완하는 방안으로 소분류의 효과적 활용 및 운영 방식에 대해 연구하였다.

1. 서론

구매후기 기반의 패션 E-Commerce 및 SNS 소셜네트워크 기반의 고객참여형 여성 의류 온라인 패션몰 플랫폼을 기획한다. 패션몰에서 구매한 제품으로 포토 구매후기를 남기는 사용자는 체형정보를 입력하여 비슷한 체격과 비슷한 핏을 선호하는 신규 회원의 온라인 쇼핑에 도움을 줌으로써 수익을 창출한다. 소비자를 모델로 활용하여 브랜드 충성도를 높이는 효과도 있다.

온라인 쇼핑의 단점인 옷을 입었을 때의 착용감을 직관적인 개인정보 입력 시스템인 커스터마이징(Customizing)으로 개선하고자 한다. 또한 기존의 여성 의류 사이즈 분류가 3가지 정도로 단조로운 단점을 보완하여 조금 더 사이즈를 세분화하여 각 사이즈마다 루즈핏, 레귤러핏, 타이트핏으로 나누어 고객 맞춤 사이즈를 정확하게 추천할 수 있다.

2. 연구내용

온라인 패션 쇼핑의 가장 큰 문제점은 입어볼 수 없다는 점이다. 또한 너무 많은 상품과 정보가 쏟아져 이 중에서 나에게 맞는 옷을 고르기란 많은 시간과 노력을 들여도 쉽지 않다. 이를 보완하는 것이 '구매자의 후기'이고 '개인 맞춤 상품 추천'이다.

구매 후기 기능으로는 모델 회원들이 후기를 올리고 SNS 공유하여 사진후기 작성을 활성화 한다. 개인 맞춤 상품 추천으로는 개인의 사이즈, 취향, 체형 등의 정보를 획득하는 방식을 쉽고 정확하게하기 위하여 자신에게 잘 맞는 옷을 신용카드와 같이 사진을 찍어 올리면, 사이즈 및 체형 정보를 추정할 수 있도록 한다. 사진 등록만으로 자신에게 잘 맞는 핏의 의류를 추천해준다.

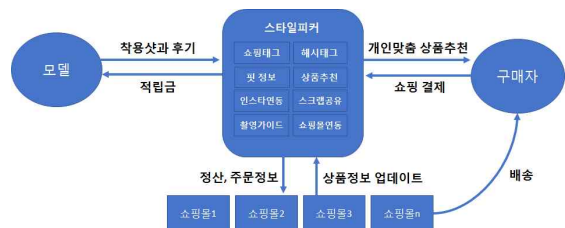


그림1 SNS 기반 온라인 패션몰 플랫폼

3. 연구과정

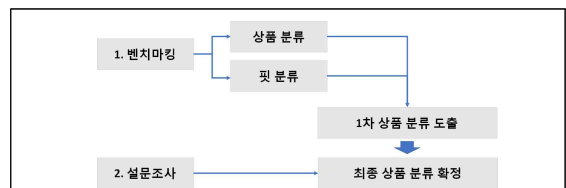


그림 2 연구방법

(1) 스타일피커의 Key Success Factors로는 구매후기를 통한 구매 활성화와 개인 핏 및 선호 상품 추천 기능이 있고, O2O 플랫폼을 위한 편리한 연동 서비스가 대표적이다. 온라인 의류 쇼핑에서 선호하는 스타일의 의류를 보았을 때 자신의 체형에 대해 고민하게 되는 문제점을 보완하는 방안으로 소분류의 효과적 활용 및 운영 방식에 대해 연구하였다.

(2) 상품 분류체계로는 고객의 체형이 중점이기 때문에 스타일도 체형에 따른 Fit으로 분류하였다.

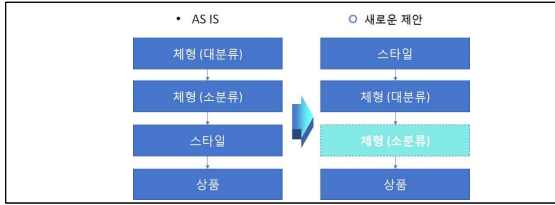


그림 3. 분류 체계 드릴 다운 방식



그림 4. 상품분류체계 1안

(3) Fit 분류체계로는 역삼각형, 삼각형, 직사각형, 엑스형, 원형으로 여성 체형의 단점을 부각시키는 단어 보다는 체형의 장점을 부각시킬 수 있는 단어를 선택하였다. 친숙한 파일로 체형을 비유하는 방안을 연구하였다.



그림5 상품분류체계 2안

(4) Fit 정보 획득 방안으로는 체형정보는 한번에 선택한 사항은 회원 정보에 저장하여 자신의 체형을 회원정보에 입력할 필요 없게 한다. 피커가 사진을 올릴 때 체형정보가 없을 시에는 체형 정보 입력을 요청한다.

스타일 정보는 고객이 한번 선택한 사항을 회원 정보에 저장하고 회원이 선택한 빈도수를 가중치로 적용하여 재방문 시 우선적으로 해당 카테고리를 보여주는 방식을 채택한다.

(5) BI 디자인 및 브랜드명(Brand Name)

브랜드명 '스타일피커'는 다양한 상품과 정보 속에서 실속만 가져가는 현명한 소비자를 일컫는 체리 피커가 컨셉이다. 수많은 쇼핑물들의 상품 중에서 나에게 맞는 상품을 잘 찾아내는 현명한 소비자를 위한 쇼핑 플랫폼이다. 쇼핑물 상품들을 플랫폼에 모아서 나에게 맞는 상품들을 추출한다. 소비자 개별 맞춤 추천 및 제시하여 누구나 현명한 소비를 할 수 있도록 도와주는 온라인 패션물 플랫폼이다.

고객에게 효과적으로 제품의 아이덴티티를 알려줄 수 있는 BI디자인은 텍스트형과 이미지형으로 구분된다. 구

매 욕구를 자극시키고 고급스럽고 간결한 이미지로 스타일 피커를 인지시키고자 텍스트형 디자인을 최종안으로 선정하였다.

4. 결론

유명 패션물들의 분류 체계를 검토 조사하였으며 각 조사 대상 패션물들의 분류 방식 특징점 분석하여 스타일 피커 분류체계를 적용하였다. 스타일 피커에 적용 가능한 분류안을 도출하였으며 대상 고객층인 20대 여성에게 설문을 실시하였다.

1차 상품 분류안에 대한 의견 조사로 사용자들에게 쉽게 인식되는 분류 방식 및 용어를 도출하였다. 사용자들에게 유사하게 인식되는 분류들은 하나로 통합하고, 반대로 누락된 영역에 대해서는 분류명을 지정하는 방식을 선택했다.

온라인 쇼핑물에 대한 학문적인 연구가 향후 온라인 의류 쇼핑물 이용자들에게 유용하게 사용될 것이다.

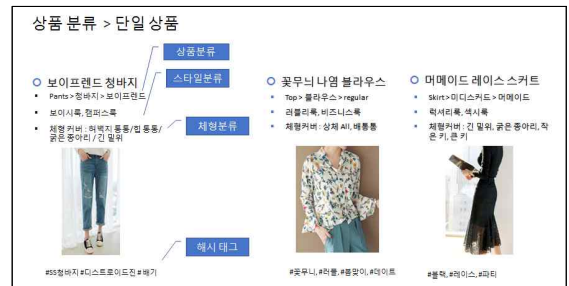


그림 6 단일 상품 상품 분류 방법

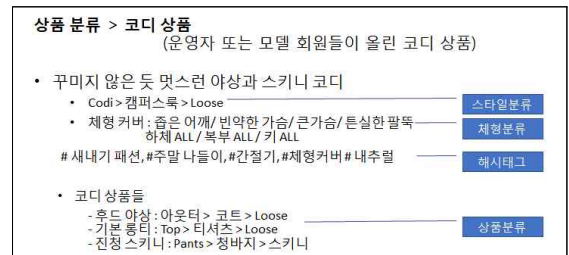


그림 7 코드 상품 분류 방법

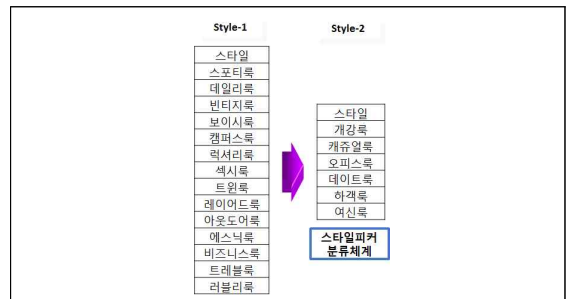


그림 8 콘텐츠 구성 및 분류