

Find Yourself in PARKLAND

DI & 모바일 어플리케이션 기반 맞춤형 서비스 확대를 통한 리포지셔닝 전략

*DI(Database Intelligence)란 수집된 데이터를 기반으로 하는 분석방법 및 의사결정 방법을 의미

PARKLAND



상황 분석

모든 분야에서 빅데이터 기술을 요구하고 있는 4차 산업 시대,
패션의류 시장 또한 예외는 아닙니다



에프엑스기어 - 『에프엑스미러』

출처 : CAD & Graphics

신세계몰의 “쓱(SSG)렌즈”

딥러닝 기반의 이미지 분석 기술로 쇼핑 정보를 제공하는 서비스

와이즈넛의 “셀럽스타일플러스”

인공지능(AI) 기반 패션상품 추천 광고 서비스

에프엑스기어의 “에프엑스미러”

증강현실 기반의 3D 가상 피팅 솔루션이 탑재된 인터랙티브 방식의 거울 형태
의 디스플레이 기기

조조타운의 “디지털 맞춤 서비스”

디지털 체촌이 가능한 조조슈트를 이용하여 맞춤 정장을 제공하는 서비스 출시

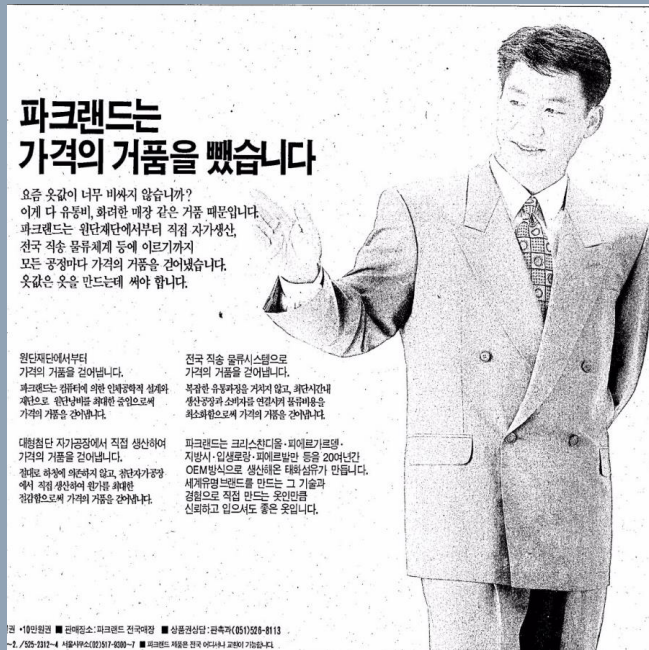
RedThread 의 “여성복 디지털 맞춤 서비스 (치수 개인화)”

본인의 스마트폰을 통해 4장의 사진 촬영하면 간편하게 체촌 가능

출처 : 한국패션협회 스페셜 리포트 - 패션 TECH의 진화 <Unit 2 - 국내외 패션 유통분야의 TECH>

과거 ‘거품 뺀 가격’으로 대중에게 다가간 파크랜드,
45년이라는 긴 역사와 함께 수많은 빅데이터를 축적해왔습니다

과거 파크랜드 광고



자료 : 파크랜드

1200만장 판매된 정장



자료 : 한국경제

하지만 점차 늘어가는 가성비 브랜드와 의류분야에서의 AI기술 사용증가는 파크랜드에게 변화를 요구하고 있습니다

수많은 가성비 브랜드의 등장

시험대상 제품			
브랜드	제품번호	제조 및 판매업체	표시가격(원)
지오지아	ABW5SB1201	산성통상(주)	23만8000
티엔지티	TGJ16B132	(주)LF	29만8000
트루젠	SN-TG6S1-MTJ320	(주)인디에프	36만8000
본	BN6SJA037	(주)영지아이앤씨	39만8000
지이크	PM-JAB20020-NAD	(주)산원	39만8000
엠비오	MK6101A17P	삼성물산(주)	39만9000
티아이포맨	M162MTJ101M1	(주)지엔코	42만6000
파크랜드	PSS16103	(주)파크랜드	53만
로가디스	RA6201P01R	삼성물산(주)	57만
바쏘	BSQ1JQ40ANY	(주)SG세계물산	65만

자료 : 한국소비자원

출처 한국소비자원

의류분야 AI기술 사용 증가



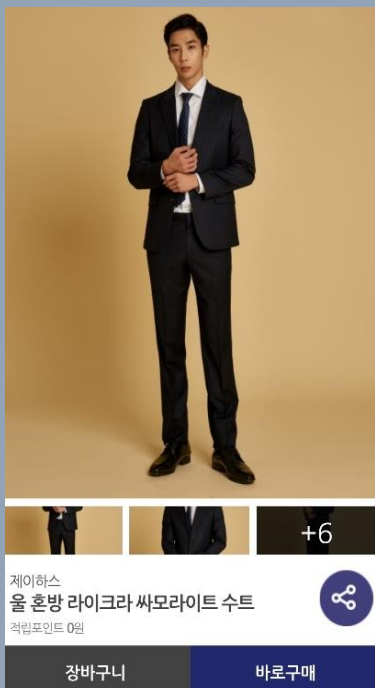
자료 : 뉴스투데이

파크랜드는 누적된 방대한 데이터를 제대로 활용하지 못하고 있습니다

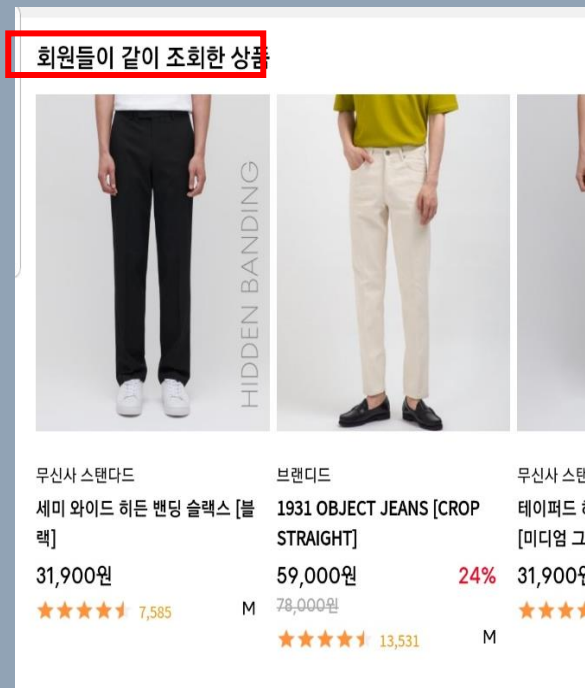
파크랜드의 데이터 활용

파크랜드에서는 오랜 기간 누적된 판매 데이터를 보유하고 있으며 이러한 데이터들은 4차산업시대에서 많은 기업들의 강력한 무기로 활용되고 있다.

파크랜드에서 데이터를 활용도를 높인다면 더욱 경쟁력 있는 업체로 자리매김 할 수 있다.

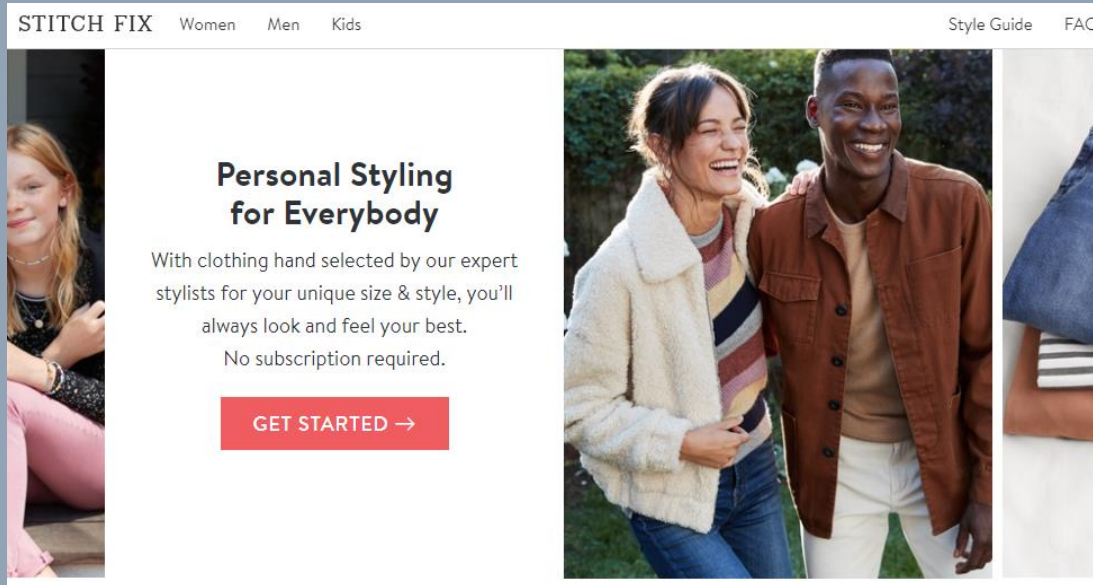


파크랜드 모바일 쇼핑화면



무신사 모바일 쇼핑화면

파크랜드는 누적된 방대한 데이터를 제대로 활용하지 못하고 있습니다



자료 : 스티치픽스 공식홈페이지

2017년 상장 이후 2년간 약 50%의 성장을 거두며
기업가치가 약 8,000억원 상승한 스티치픽스

CASE STUDY - STITCH FIX

스티치 픽스(STITCH FIX)는 AI 기술을 기반으로 이용
자들에게 퍼스널 진단을 통한 맞춤 서비스를 제공하고
있다.

소비자들이 생각하는 합리적인 가격 뿐만 아니라 원하는
제품을 추천해줌으로서 좋은 반응을 얻었다.

더이상 가성비는 파크랜드만의 경쟁우위가 아닙니다

시장의 트렌드에 맞춰
파크랜드의 데이터를 활용한 새로운 경쟁력을 갖춰야 합니다

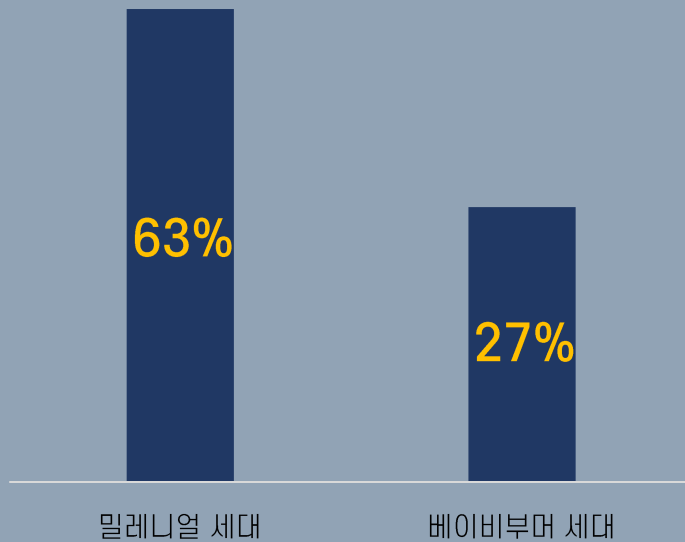
기존 강점이었던 **가성비에 개인화 서비스**를 더해
RE-POSITIONING



타겟
선정

국내 인구의 약 33.5%에 달하는
20세 이상, 35세 미만인 밀레니얼 세대

개인화 서비스 반응률



출처: 변준영 EY한영 산업연구원 원장 (매일경제)

밀레니얼 세대의 키워드



출처 : 김용섭 트렌드 분석가

[밀레니얼 세대 FGI]



20대 초반
이모씨, 대학생

“저보다 저를 더 잘 아는게 **스마트폰**이에요.
이 안에 저의 모든 것이 들어 있으니까요!”



20대 중반
손모씨, 취업 준비생

“요즘은 하나부터 열까지 모두 **자신만의 취향**으로
구성된 것이 아닌 게 없어요 ”



30대 초반
박모씨, 직장인

“매일 비슷한 스타일의 정장만 입으니 ‘**나**’를 나
타내는 법을 잊어버렸어요 ”



밀레니얼 세대들은?

정보 친화적이며 개인의 취
향을 중요시하는 세대
따라서 개인의 취향에 맞게
자신을 나타낼 수 있는 서비
스가 필요하다

해결
방안

맞춤 정장 서비스를 확대를 통해
밀레니얼 세대는 '나'를 찾아가는 경험이 가능합니다

NEEDS

밀레니얼 세대들이
원하는
나만의 정장

CAN

저렴한 가격
빠른 제작



맞춤 정장
서비스 확대

HOW ?



파크랜드의
어플리케이션
강화

해결
방안

맞춤정장 서비스 어플리케이션 예시

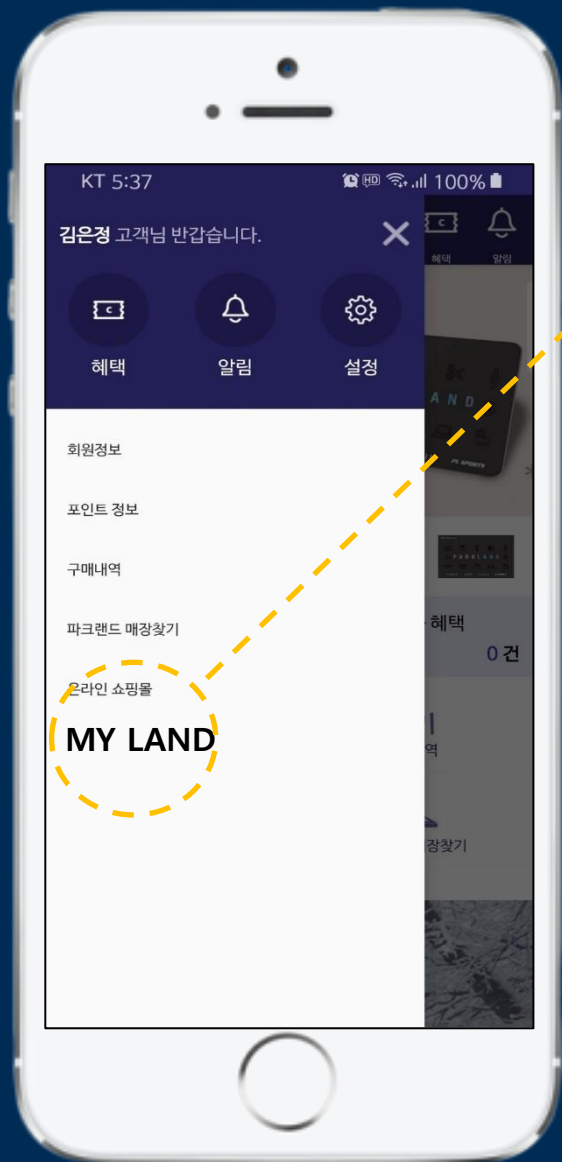


"PARKLAND IN MYLAND"

이제는 파크랜드 속
개인의 취향이 담긴 세상을 만들어
'나'를 표현 할 수 있다

PARKLAND

PARK LAND IN MYLAND



MY LAND

MEN /CLOTHES

사이즈 입력
퍼스널 컬러 진단
원단 설정
색감 설정
패턴 설정

MEN /ACCESSORY

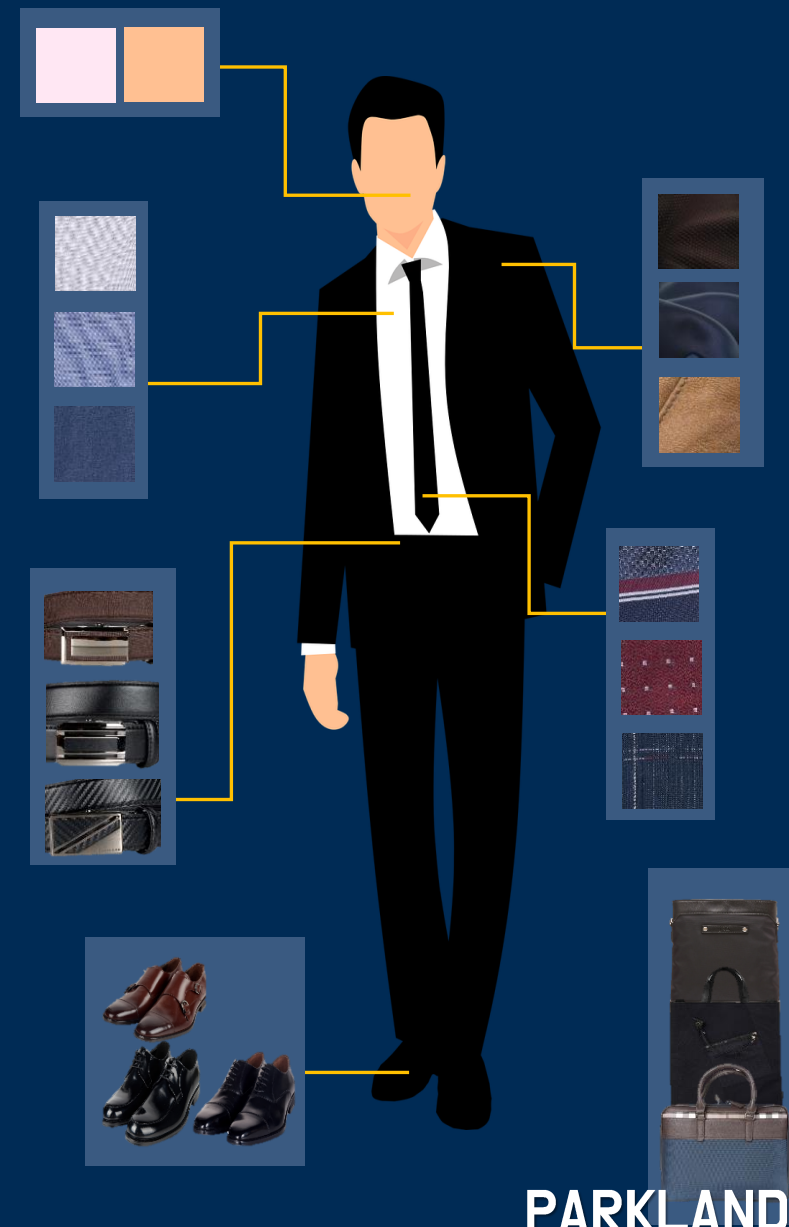
신발
시계
넥타이
지갑
벨트
가방

나만의 옷장

STEP 1
파크랜드 어플 내
MY LAND 카테고리 클릭!

STEP 2
나만의 스타일로 맞춤 정장 디자인
및 완성 후 나만의 옷장에 저장!

LET'S MAKE ME!



맞춤정장 서비스 확대를 위한 IMC 전략

PARKLAND

나를 보고

TVCF

정장과의 소개팅

TVCF

정장을 찾아 떠나는 여정

유튜브 콘텐츠
빅데이터 VS 슈스스

나를 알고

버스 옥외광고

정장 추천 거울

모바일 앱

파크랜드 커뮤니티
'OUR LAND'

나를 찾다

팝업스토어

파크랜드에서 나를 찾다

TVCF – ‘정장과 의 소개팅’ 편



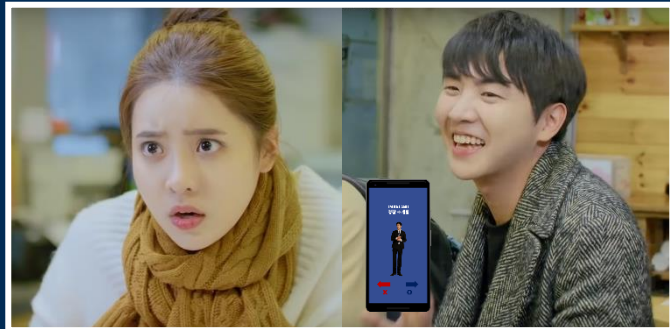
#1 카페 안, 스마트폰을 뚫어져라 쳐다보며
화면을 좌·우로 넘기는 남자, 마주 앉은 여자



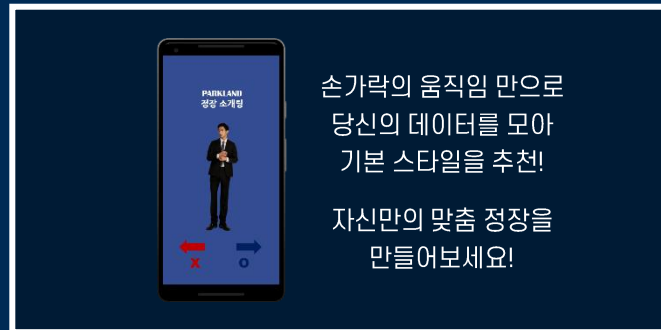
#2 여 : 맞춤 정장 산다더니 뭐해?
남 : 아, 소개팅 어플.



#3 여 : (보로통) 뭐야~ 예뻐?
남 : 응, 예쁘네~



#4 여 : (컵 내려놓으며) 예쁘다고?
남 : 응! 예쁘데? (스마트폰 화면 보여줌)



#5 (스마트폰 화면 줌인) 어플 설명 (당신의 데이터를 모아 – 기본 스타일 추천 – 이후 개성이 드러나는 나만의 맞춤 정장 만들기)



#6 여 : 오~ 이런 스타일도 괜찮네!
남 : 어디? 오~
“파크랜드에서 나를 찾다. PARKLAND.”

PARKLAND

TVCF – ‘정장을 찾아 떠나는 여정’ 편



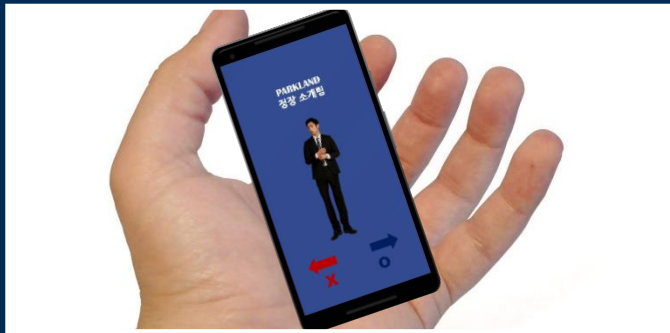
#1 매장 안, 정장을 입은 남자가 소매를 들며
남: 소매가 짧네요.



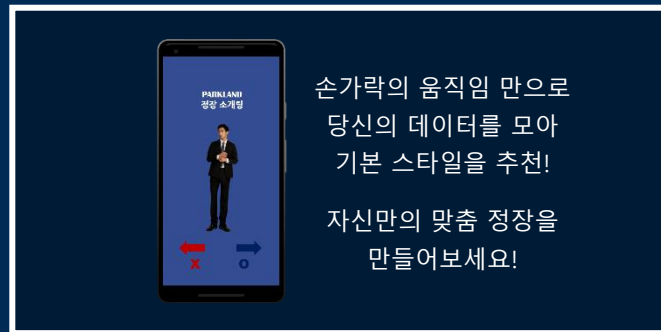
#2 다른 매장, 턱을 만지작거리며
남 : 색이 피부 톤에 안 맞네요.



#3 밖, X가 많이 그려진 지도를 보며
남 : 결국.. 나에게 맞는 정장은 없는 건가..



#4 평하는 소리와 함께 지도가 사라지고
손에는 파크랜드 어플이 켜진 휴대폰이
들려 있음



#5 (스마트폰 화면 줌인) 어플 설명 (당신의 데이터를 모아 – 기본 스타일 추천 – 이후 개성이 드러나는 나만의 맞춤 정장 만들기)



#6 정장을 입고 파크랜드 매장에서 뿌듯하게 나서는 남자의 모습
“파크랜드에서 나를 찾다. PARKLAND.”

PARKLAND

Youtube 콘텐츠 – 빅데이터 vs ‘슈스스’



실행방안

패션 디자이너이자 유튜버(슈스스 TV)인 한혜연과 파크랜드의 빅데이터에게 면접, 첫 출근, 소개팅과 같은 동일한 주제를 제시하여 그에 맞는 정장 스타일링을 구현하게 한다. 그 후 무엇이 인플루언서 한혜연이 제안한 코디이고 무엇이 DI가 코디한 것인지 사람들에게 맞추어 보게 한다. 그 결과, 사람들이 차이를 구별하지 못하는 상황을 연출한다.



기대효과

파크랜드가 선사하는 빅데이터 DI기술이 사람 못지않은 패션 센스를 구비하고 있다는 것을 보여준다. ⇒ “맞춤 정장의 신뢰성”

PARKLAND

파크랜드 커뮤니티 – ‘Our Land’



실행 방안

파크랜드 어플 설치 후 ‘OUR LAND’ 카테고리리에 접속한다.

나만의 옷장에 저장 되어 있는 정장룩을 게시한 후 이용자들의 투표를 통해 매주 베스트 드레서를 선정하고 베스트 드레서로 선정된 사람에게 한하여 파크랜드 이용 쿠폰, 포인트 등을 증정한다. 또한 자유 게시판을 활용해 이용자들의 정장룩에 대한 활발한 소통이 가능하다.

기대효과

이용자들이 직접 참여할 수 있다는 점에서 자신에게 맞는 정장 코디 방법을 주도적으로 알 수 있게 된다. 또한 자유 게시판을 이용하며 다른 이용자와의 소통을 통해 자유로운 의견 및 코디 공유가 가능하기 때문에 파크랜드 어플 다운로드 및 활성화에 도움이 된다.

PARKLAND

IMC 제안 – 정장 추천 거울

실행 방안

특정 정류장을 지정하여 정장 추천 거울을 설치한다. 사람들은 거울의 스캔을 통해 체형과 퍼스널 컬러 등을 진단받을 수 있고, 파크랜드의 빅데이터로부터 추천 받은 맞춤 정장을 가상으로 피팅해볼 수 있다. 화면에 나오는 QR코드를 스캔하면 자동으로 모바일 홈페이지나 어플 장바구니(가격 표시로 저렴한 어플)에 해당 의류가 담기고 맞춤 정장 페이지로 이동을 유도한다.

이러한 옥외광고는 1회성 이벤트로 진행될 것이며 유튜브 영상도 게시 될 예정이다. 유튜브 영상의 마지막 부분에는 정류장에 설치된 화면이 스마트폰 화면으로 변하면서, “이젠 손 안에서 만들어낼 수 있다.” 라는 문구와 함께 스마트폰 어플과 카메라 기능만으로 체형과 퍼스널 컬러 등 다양한 정보를 스캔하고 분석하는 것이 가능하다는 점을 강조한다.



기대 효과

유튜브 영상을 통해 해당 정류장이 ‘hot-place’가 된다면 홍보 효과가 커질 것이고, 그만큼 바이럴 마케팅 효과도 노릴 수 있다. 이는 파크랜드 어플 리케이션의 맞춤정장 서비스 홍보를 가능하게 한다.

IMC 제안 – 팝업스토어(외부)

실행방안

논현동에 실제로 파크랜드 정장을 피팅 할 수 있는 장소를 마련한다. 기성복 뿐만 아니라, 맞춤정장을 직접 체험 할 수 있다. 더 나아가 실제로 그 자리에서 맞춤정장을 맞춰볼 수도 있고, 어플로 맞춤정장을 맞춘 후 스토어에서 수령할 수도 있다.

기대효과

소비자가 맞춤정장을 눈으로 보고 직접 입어 봄으로써 파크랜드가 얼마나 개개인의 특성과 취향에 심혈을 기울이는 지 경험할 수 있다.
또한, 기존 파크랜드의 이미지에 더 하여 '맞춤형 이미지'를 확실히 각인 시킬 수 있다.



PARKLAND

IMC 제안 – 팝업스토어(내부)

2단계 - 원단 선택

원하는 원단을 선택할 수 있다
특히, 원단샘플을 제공하여
원단의 색, 두께, 패턴 등을
자유롭게 고를 수 있게 한다



1단계 - 퍼스널 진단

DI기술을 활용해 퍼스널 컬러
진단하여 피부톤에 맞는
정장 스타일을 차등적으로 제시 후
소비자가 선택할 수 있게끔 한다



3단계 - 사이즈, 핏 선택

1~2단계에서 정한 선택지에 추가로
사이즈와 핏 또한 고를 수 있게 한다
예를 들어 바지의 경우, 슬림, 와이드,
크롭, 테이퍼드 등 다양한 선택지를 제공한다



4단계 - 포토존

선택한 정장을 착용 후,
준비된 포토존에서 촬영 보조를 한다
또한 고객들의 사진을 이용하여
SNS이벤트를 진행한다



	7월	8월	9월	10월	11월	12월
TVCF <1>						
TVCF <2>						
YOUTUBE 콘텐츠						
버스 옥외광고						
파크랜드 커뮤니티						
팝업스토어						

Find Yourself in PARKLAND