|  |
| --- |
| **1. 주제**  쇼핑 공간 기록 및 공유 웹 개발  **분반, 팀, 학번, 이름**  가반, 20213080, 유재영 |

|  |  |
| --- | --- |
| 2. 요약  사용자가 방문한 쇼핑 공간을 직접 기록하고, 공유할 수 있는 플랫폼 개발을 목표로 한다.  웹에 지도 기능을 추가하고, 사용자의 위치 정보를 얻을 수 있는 api를 사용하여 방문한 곳의 위치를 저장하고, 해당 위치에 대한 정보 및 사진을 사용자가 게시할 수 있는 플랫폼 개발하고자 한다.  또한, 지도나 검색란에서 원하는 공간을 찾을 수 있도록 한다.  기존에는 가고자 하는 공간을 찾고 싶을 때, 여러 검색 엔진을 통해 찾아야 했고, 지도에 등록 되어있지 않은 경우, 구체적인 정보를 얻을 수 없다는 단점이 있었다.  이 시스템을 통해 사용자들이 하나의 사이트만을 이용하고도 원하는 정보와 위치를 쉽게 찾을 수 있을 것이라고 기대한다. | 3. 대표 그림    그림 1. 영상 인식 기반 보안 체계  웹 페이지 예시 |

|  |
| --- |
| **4. 서론**  최근 기존의 일반적인 백화점, 대형 쇼핑몰 등과 같이 일반적인 형태의 매장보다, 전시 또는 체험도 같이 즐길 수 있는 오프라인 매장의 방문을 즐기는 소비자들이 많아졌다.  이에 발 맞춰 여러 기업들에서는 특색있는 테마, 전시나 포토존 등 새로운 컨셉의 공간을 마련하여 브랜드 메시지 전달과 마케팅에 활용하고 있다. 이 예로, 디올 성수, 샤넬 가든 팝업스토어, 하우스 도산이 있다. 이런 변화를 활용하는 것은 비단 대기업뿐만이 아니다. 새롭게 시작하는 스타트업 브랜드 또한 쇼룸, 편집샵 등 형태의 독특한 오프라인 매장 구성을 통해 브랜드 이름과 제품의 컨셉, 정체성을 알리고 있다.  그러나 이러한 변화는 계속되고 있지만, 기존의 검색 서비스는 부족함이 많다고 느꼈다. 원하는 매장, 공간을 찾기 위해서는 네이버, 구글 등 검색 엔진 또는 SNS 게시물 등 여러 개의 사이트, 플랫폼을 이용해야 하는 불편함이 있다. 또한, 지도에 등록되어 있지 않은 곳일 경우, 정확한 위치나 영업 정보를 찾기가 힘들다. 지도에 등록되어 있더라도, 위치, 찾아가는 방법 등 일정한 정보만 제공된다. 어떤 제품을 파는 매장인지, 어떤 컨셉으로 운영되는지 등의 그 공간만의 특성과 구체적인 정보를 얻기 위해서는 다시 검색을 해야한다.  이 불편함을 개선하기 위해, 찾고자 하는 곳의 위치, 정확한 영업 정보, 실제 방문자의 후기, 구체적인 특징을 한번에 찾아볼 수 있는 플랫폼을 개발의 필요성을 느꼈다.  이 플랫폼에서 사용자는 위치 서비스를 이용해 자신이 방문한 공간을 저장하고 다시 방문할 수도 있고, 사진과 설명을 함께 게시하여 다른 사용자들과 공유도 할 수 있다.  공유된 내용들을 바탕으로, 사용자들은 한번의 검색만으로 방문하고자 하는 곳의 위치, 여러 정보들을 쉽고 빠르게 확인할 수 있고, 구체적인 설명을 보고 자신의 취향과 목적에 맞는 공간을 편하게 찾아서 방문할 수 있다. . |

|  |
| --- |
| **5. 본론**  자바스크립트를 이용해 웹사이트를 개발한다.  지도를 삽입하기 위해 네이버지도 api, Maps JavaScript Api 를 활용할 것이다.  또한, 사용자의 위치 확인을 위한 Geolocation Api 를 활용한다. 등록할 공간의 위치를 좌표로 변환하여 DB에 저장할 수 있도록 한다.  지도에 마커를 표출하고, 마커를 클릭할 경우 정보창을 띄울 수 있도록 클릭이벤트를 추가한다.  사용자가 정보를 공유할 때, 공간의 카테고리나 컨셉 등을 해시태그나 키워드 등을 설정할 수 있도록 하고, 이를 이용하여 다른 사용자들이 검색할 때, 이를 이용하여 간단하게 검색 할 수 있도록 구현한다. |

|  |
| --- |
| **6. 결론**  먼저 api 설계와 프로젝트를 준비하고 서버를 구축, 웹 페이지의 기본적인 틀을 구성한다.  클라이언트에서 받은 정보를 DB에 저장하고 서버로 연동시킬 수 있도록한다.  이후 지도 api 의 기능을 이용하여 마커 및 정보창을 표시할 수 있도록 하고,  웹페이지 기능을 추가, 개선한다. |

**7. 출처**

[1] “체험이 핵심이다”…유통업게, 오감만족 공간 마케팅 확대, 뉴시스, 2022.0.18

<https://mobile.newsis.com/view.html?ar_id=NISX20220916_0002015806#_enliple>

[2] [로지켓의 mz트렌드] 이색매장 : 경험 그리고 체험으로 눈길 잡기, 모비인사이드, 2022.10.13

<https://www.mobiinside.co.kr/2022/10/13/offline-marketing/>