

La La Market

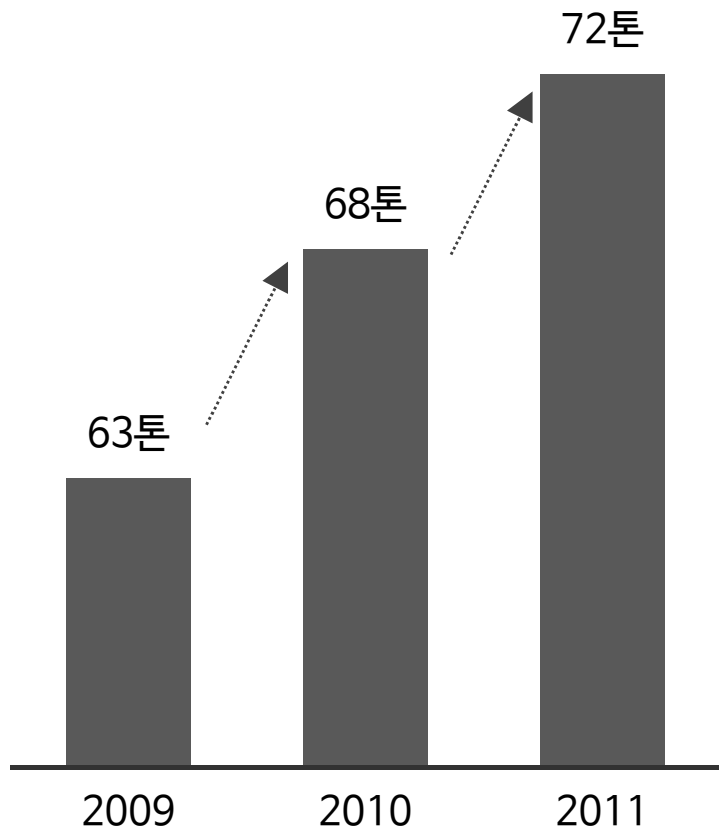
웹 쇼핑몰 서비스 기획서

2024.5.5.

이정원

1. 사업의 필요성

“매년 청바지 6,406만 장에 해당하는 의류가 폐기된다!”

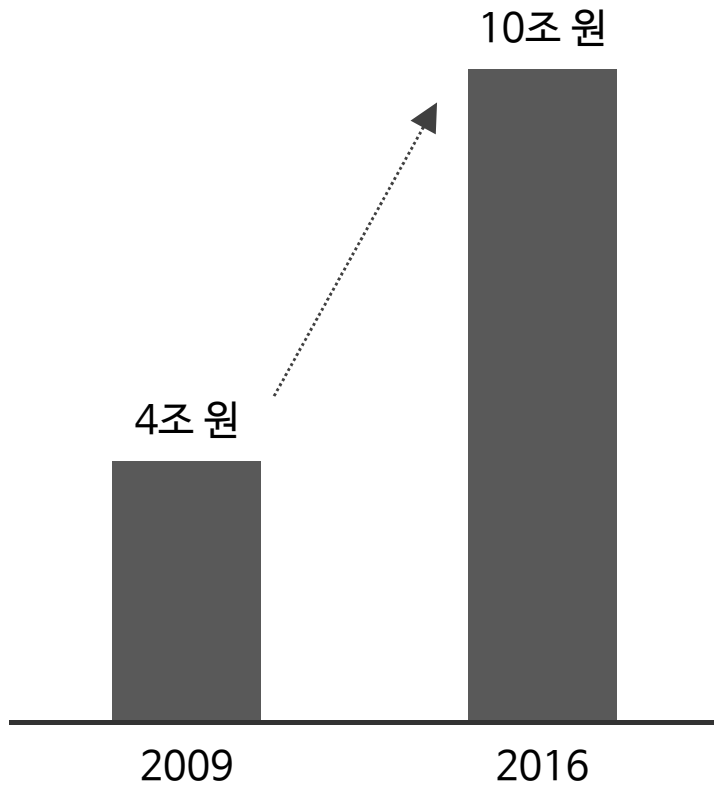


의류 폐기물 발생 현황

- 온/오프라인 의류 시장은 매년 성장하고 있으며, 고객의 의류 구매 주기도 급속도로 빨라지고 있음. 고객은 평균 일주일에 1.5회, 일 년에 78벌의 옷을 구매함.
- 이에 따라 옷이 쉽게 버려지는 사회 문제가 발생함. 싸게 사고 쉽게 버리는 소비 행태로 변모.
- 우리나라에서 한 해 약 72,000톤. 구매 가격으로는 1,000억이 넘는 의류가 폐기되고 있음. 청바지 6,406만 장에 해당하는 의류가 폐기되는 실정.

2. 시장 분석

“ 패스트 패션과 함께 패스트 폴리마켓이 성장 ”



중고 거래 시장 규모

- 패스트 패션 시장은 2009년 8천 억, 2010년 1조2천 억, 2011년 1조9천 억으로 매년 성장하는 추세. 현재 1,000개 이상의 여성 의류 온라인 쇼핑몰이 존재함.
- 제품 수명이 제품의 품질이 아닌 트렌드에 영향을 받기 때문에 제품 수명은 매우 짧아졌고 중고 거래가 활성화됨.
- 패스트 패션 시장의 성장과 함께 중고 거래 시장이 급속히 성장하고 있음. 2009년에 비해 2배 이상 성장.
- 중고 의류 거래는 장난감, 자동차 순서 다음으로 많으며 매년 50% 이상씩 성장 중.

3. 고객 분석

“

10~20대의 의류 구매 기준은 경제성

”

1위	저렴한 가격(84.8%)
2위	다양한 상품 종류(49.5%)
3위	디자인(49.5%)
4위	품질(41.4%)
5위	넓은 매장과 쇼핑 분위기(30.5%)

- 유행에 따라 옷을 빠르게 구입하는 특성이 있음. 저가 상품은 충동적으로 구매하기 쉽지만 유행이 짧아 실제 입는 기간은 매우 짧음.
- 상태가 좋아도 수납 공간 부족, 이삿짐 정리 등의 사유로 버려지는 경우가 많이 발생함.
- 경제적으로 여유롭지는 않지만 전체 생활비 중 의류 지출 비용이 높은 연령대(10~20대 후반)는 경제적인 구매를 선호하는 경향이 큼.

패스트 패션 선호 이유(복수 응답)

4. 쇼핑몰 소개

“ 세련된 스타일과 알뜰한 소비를 한 번에! ”



La La Market

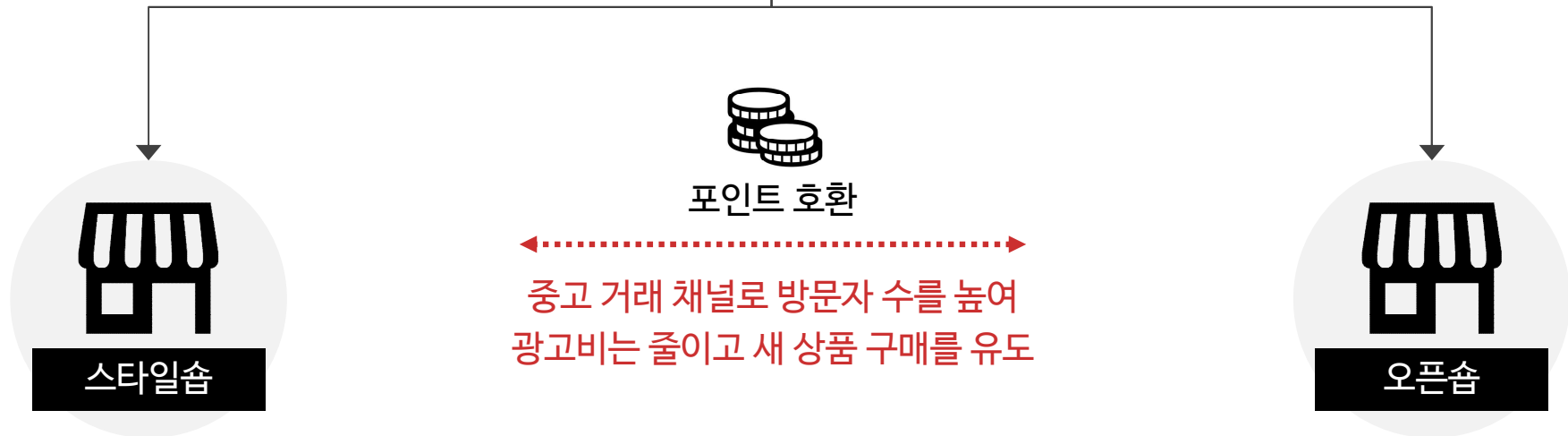
하나의 쇼핑몰 안에 '신상품 구매 채널'과 '중고 거래 채널'을 동시에 운영하여, 이용자의 경제적 편익은 높이고 환경에 대한 사회적 책임을 다하는 온라인 쇼핑몰.

이름	라라마켓(La La Market)
고객	세련된 스타일과 알뜰할 소비 두 가지를 모두 원하는 10~20대 여성
분류	여성 의류 종합 쇼핑몰
상품	<ul style="list-style-type: none">• Outer• Top• Bottom• Skirt• Dress
도메인	www.lalamarket.com

5. 쇼핑몰 특징



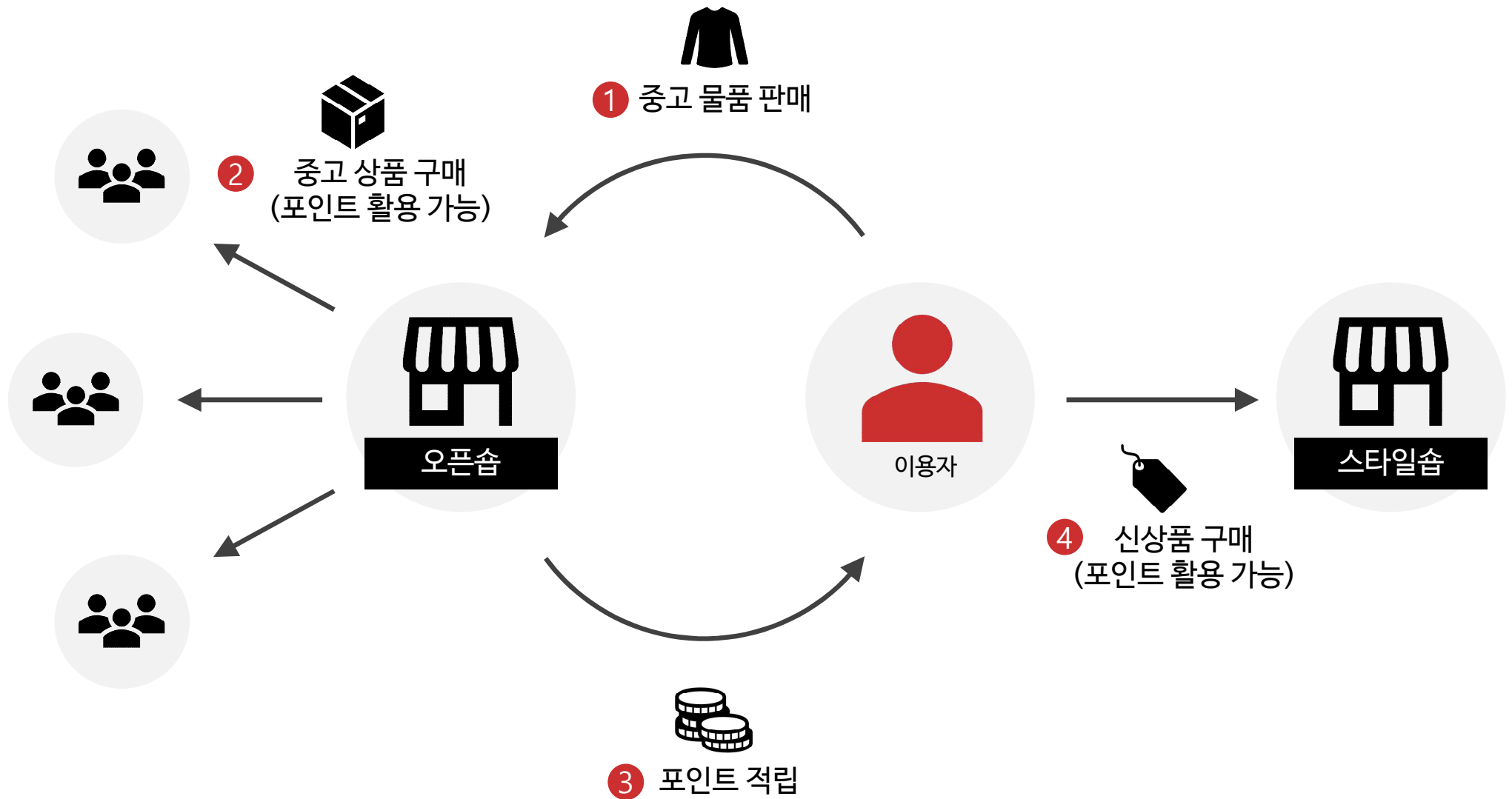
쇼핑 채널은 '신상품 구매 채널'과 회원끼리 상품을 사고파는 '중고 거래 채널'로 구분됩니다.



고객은 중고 상품을 판매하고 발생한 포인트를 사용하여 새 제품을 알뜰한 가격에 구매할 수 있습니다.

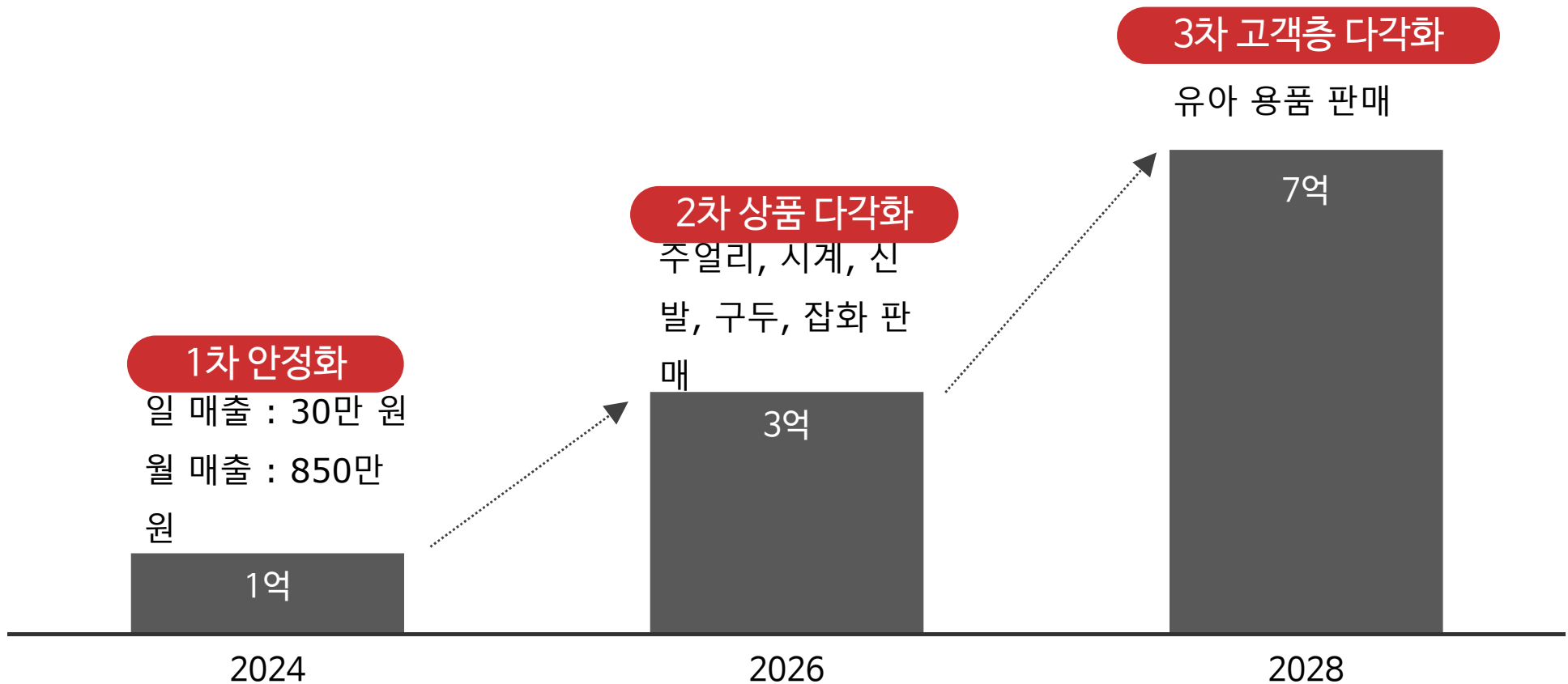
다른 회원의 중고 상품을 구매(포인트 사용 가능)할 수 있습니다. 단, 중고 상품을 판매했을 때는 판매금을 포인트로만 받습니다.

6. 쇼핑몰 이용 방법



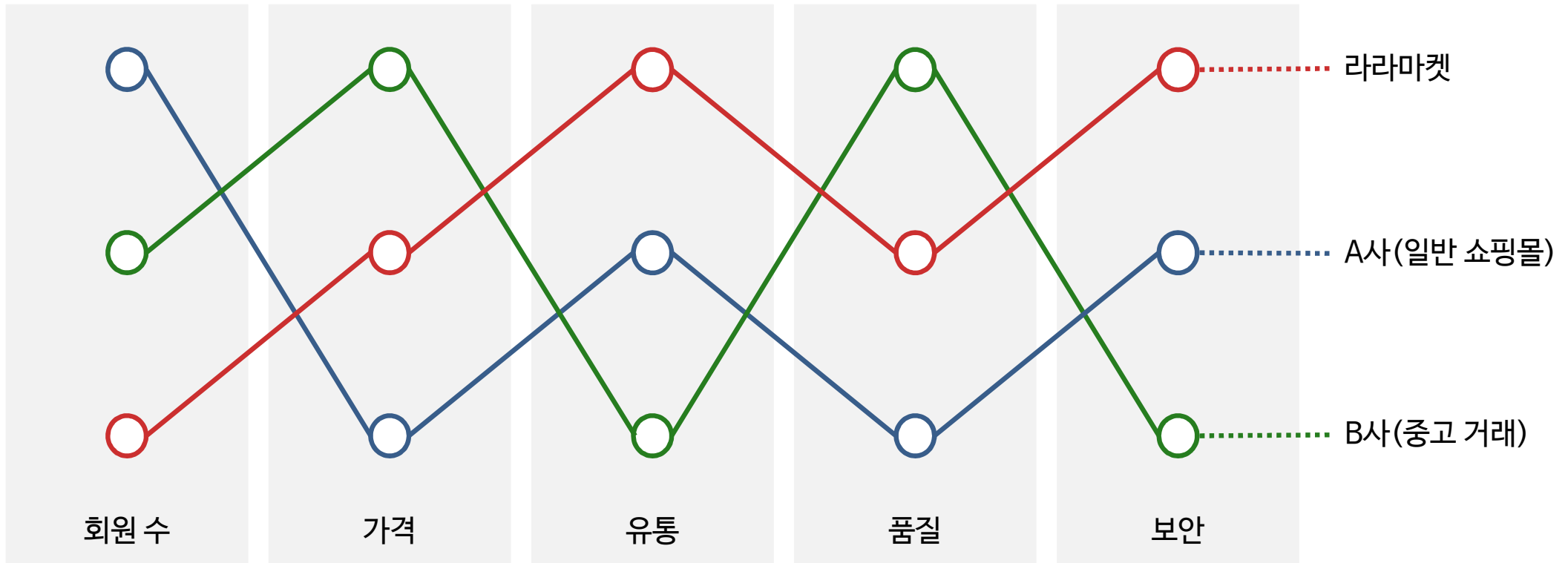
7. 매출 계획

“ 안정화, 상품 다각화에 기반한 사업 다각화로 확장 ”



연도별 매출 계획

8. 경쟁사 분석

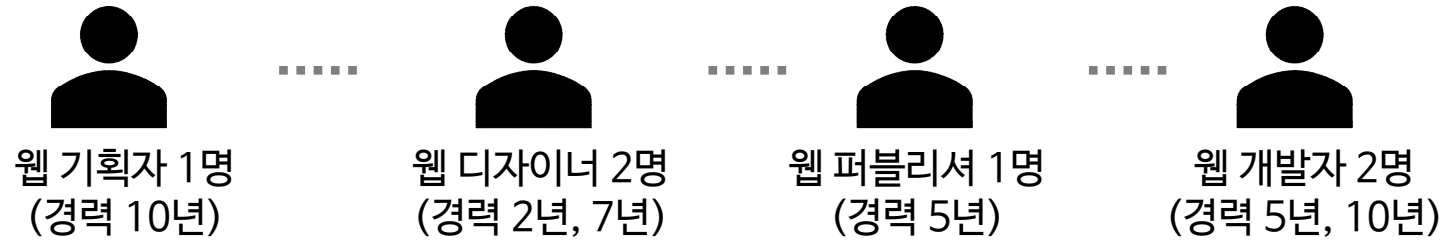


적용

- 신상품 구매 채널과 중고 거래 채널을 한 번에 이용할 수 있다는 강점을 강조.
- 중고 거래가 활발하게 이루어질 수 있도록 상품 등록 기능의 사용자 환경 개선.
- 중고 거래를 위해 최고의 보안 환경을 구축. 전국 단위의 유통 채널 확보.

9. 제작 계획

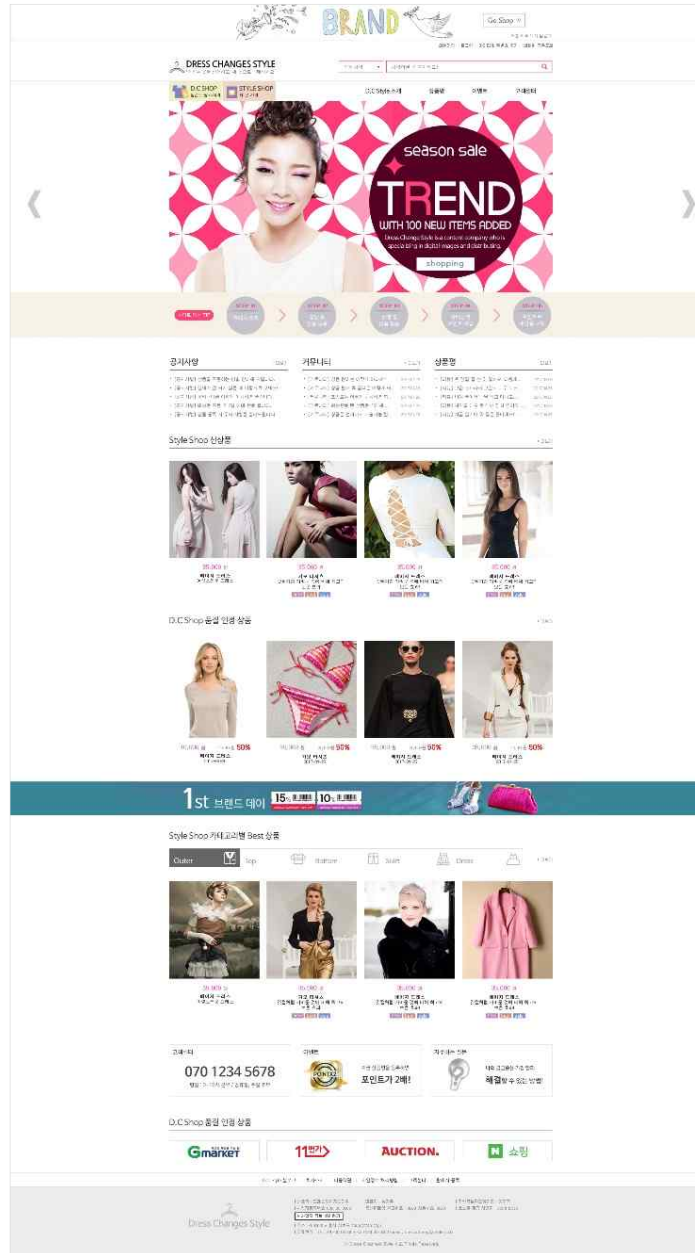
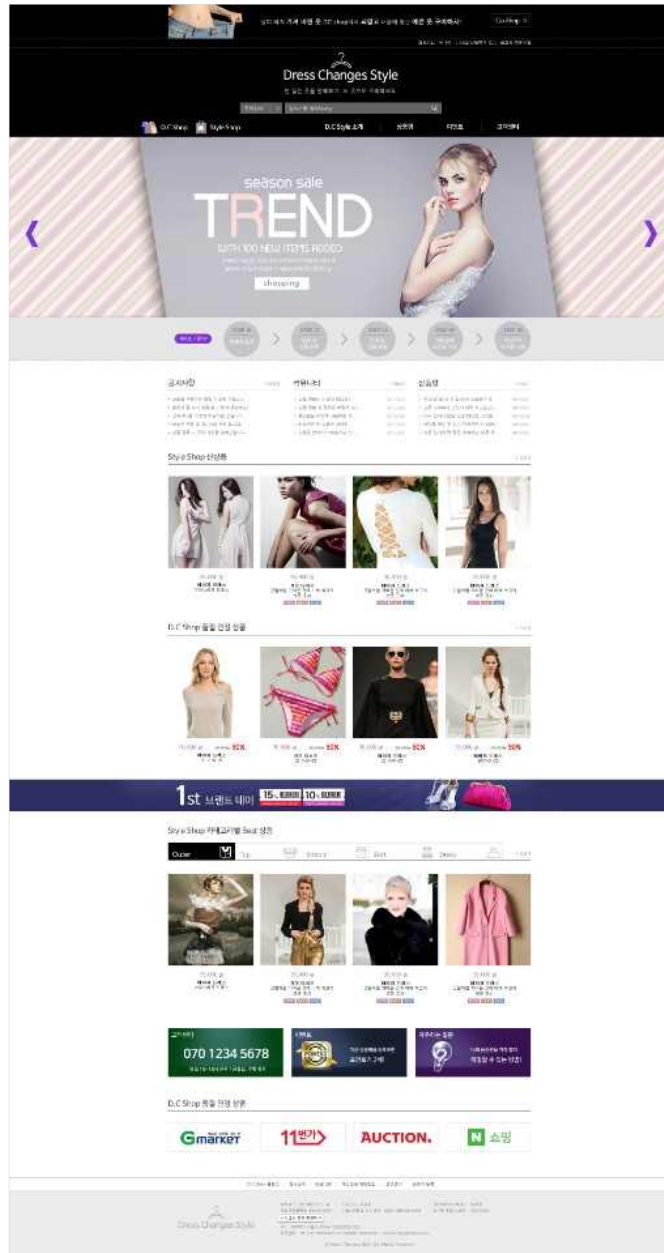
인원



개발 일정

단계	M1	M2	M3	M4	M5	M6
화면 정의서 작성						
디자인						
퍼블리싱						
개발						
테스트 및 공개						

10. 디자인 계획



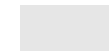
콘셉트

흰색과 검은색을 기본으로 하되,
파스텔 색상으로 여성스러움을 강조.

색상



R000 G000 B040



R230 G230 B230



R248 G242 B230



R255 G255 B255

11. 마케팅 계획

목표

- 일 방문자 수 200명
- 방문자 수의 5% 구매 전환으로 예상(제품 평균 가격대 3~5만 원).
- 하루 최소 8건 이상 판매 유지.

내부 전략

- 이벤트 진행: 중고 옷 거래 성공 고객에게 사은품 제공.
- 할인 혜택을 받을 수 있는 다양한 이벤트와 콘텐츠 제공.
- 새 옷을 판매하는 광고보다 헌 옷을 판매하는 광고로 우회하여 광고 비용 절약.
- 헌 옷 거래를 활성화하여 자연스럽게 새 옷 구매로 유도.

외부 전략

- 키워드 광고
- 블로그 광고
- 지식인 광고
- 오픈 마켓 3개 업체 입점
- 중소기업 복지몰로 입점 계약

개요 개요 개요 개요 개요 개요



