

온라인쇼핑몰 상품 상세 페이지 디자인에 따른 고객 유입 통계 Statistics of customer inflow according to the design of the product details page of the online shopping mall.

주 윤 성*, 김 기 명*, 정 선 민*, 정 민 기*, 이 예 빈*,
엄채린*, 이 영 우*
부산가톨릭대학교*

Joo yoon-seong*, Kim gi-myeong, Jeung sun-min,
Jeong mi-gi, Lee ye-bin, Eom chae-rin,
Lee young-woo*
Catholic university of pusan*

요약

본 연구는 온라인쇼핑몰에서 상품 상세 페이지의 UI/UX 디자인이 실제 고객 유입과 매출에 영향을 미치는지에 대한 분석 결과를 서술한다. 기존 쇼핑몰과, 신규쇼핑몰에서 UI/UX 환경을 고려한 상품 상세 페이지 디자인을 적용 전과 후 통계를 비교하여 온라인쇼핑몰의 매출향상 및 고객 유입 통계를 분석한다.

I. 서론

1. 배경 및 목적

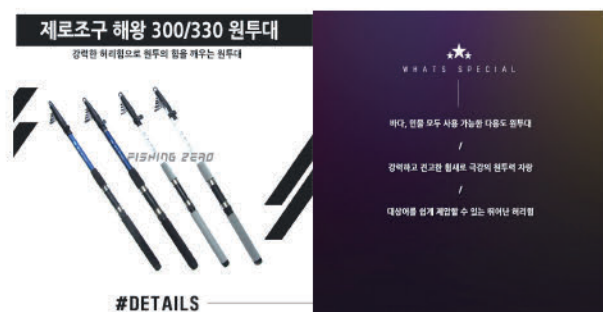
온라인쇼핑몰 고객의 만족은, 판매하는 상품에 대한 기대 수준, 그리고 고객이 해당 상품을 얼마나 필요로 하는지에 대한 수준과 연관이 있다.[1] 이 과정에서, 고객이 더 오래 머물도록 하고 나아가 상품 구매까지 이루어지게 하는 잠재 고객 확보에 도움이 되는 상품 상세 페이지 디자인의 필요성이 제기된다. 이에 온라인쇼핑몰의 개선된 상품 상세 페이지 디자인에 따른 고객 유입 통계를 분석하는 것을 목적으로 한다.

II. 온라인쇼핑몰 선정 이유 및 디자인 개선 전후 비교

2016년도부터 낚시제로 온라인쇼핑몰이 개설되었으나, 쇼핑몰 메인화면, 상품 상세 페이지 등 전반적인 상품디자인이 미흡하여 2021년 개선된 디자인을 적용하기 위한 일리노피싱 온라인쇼핑몰을 개설하였다. 이에 동일한 상품에 대한 판매성과 및 결제자, 결제 건수 데이터를 비교하고자 한다.

1. 낚시제로[2]

그림1은, 낚시제로 온라인쇼핑몰에서 사용 중인 상품 상세 페이지 디자인의 일부이다. 간단한 제목과 부제목, 간략한 설명 그리고 상품의 전체 사진을 담고 있다.



▶▶ 그림 1. 기존 상품 상세 페이지의 디자인 일부

이러한 디자인의 문제점은, 글자 크기가 작아 한눈에 들어오지 않으며, 상품사진을 골고루 활용하지 않고 전체 사진을 한 번에 넣음으로써 상품사진 또한 작아서 구매자가 상품의 특성과 장점, 단점에 대해 파악하기 어렵게 만든다. 따라서 구매 의사를 결정하는데 방해요인이라고 판단된다.

2. 일리노피싱[3]



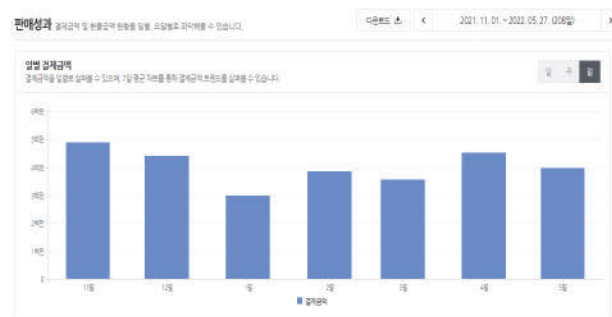
▶▶ 그림 2. 개선된 상품 상세 페이지 디자인 일부

그림2는, 동일 상품에 대하여 개선된 디자인을 적용한 모습이다. 글씨를 더욱 크게 변경하고, 상품을 중심적으로 확대하여 사진을 배치했으며, 상품의 제목과 부제목의 강조하고 만족도가 높은 실제 구매 후기들을 상품 상세 페이지 디자인에 인용하여 상품에 대한 신뢰성을 높였다.

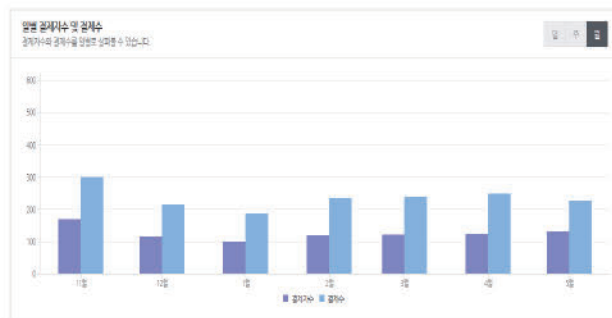
III. 고객 유입 데이터 전후 비교

1. 낚시제로의 판매성과 및 결제수

그림3은 ‘낚시제로’ 쇼핑물의 판매성과 및 결제수에 대한 통계이다.



▶▶ 그림 3. 낚시제로 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 월)

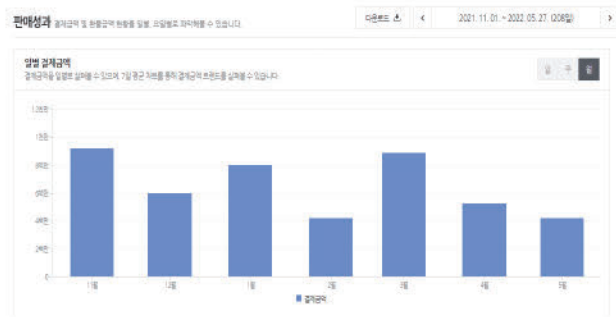


▶▶ 그림 4. 낚시제로 쇼핑물의 결제자수, 결제수 통계(단위 : 월)

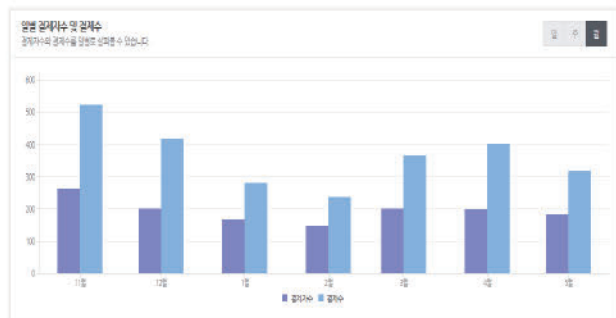
그림4에서, 낚시제로 쇼핑물의 평균 월별 결제금액은 4,750,000원, 결제 건수는 275건, 결제자수는 149명이다.

2. 일리노피싱 판매성과 및 결제수

그림5는, ‘일리노피싱’ 쇼핑물의 판매성과 및 결제수에 대한 통계이다.



▶▶ 그림 5. 일리노피싱 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 월)



▶▶ 그림 5. 일리노피싱 쇼핑물 결제자수, 결제수 통계(단위 : 월)

그림4와 그림5와 같이, 동일한 상품에 대한 개선된 디자인을 적용했을 때, 평균적으로 월별 결제금액은 68.25%, 결제 건수는 67.13%, 결제자 수는 65.83% 상승했다.

IV. 결론

본 연구는 온라인쇼핑몰에서 상품 상세 페이지 디자인의 중요성을 인지하여 낚시용품 쇼핑물을 대상으로 판매성과, 결제자수 및 결제수 데이터 전과 후를 비교하였다. 이에 디자인 개선 후 전체 매출 향상에 큰 긍정적 영향을 미친 것을 알 수 있었다. 따라서, 개선된 디자인을 적용 함으로써, 다양한 쇼핑물의 고객 유입 및 매출 증가에 도움이 될 것으로 기대된다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 진봉 “인터넷 쇼핑물의 특성, 고객만족 및 재 구매의도의 관계”, pp.24, 2011.
- [2] 낚시제로 온라인쇼핑몰
<https://smartstore.naver.com/fishingzero>
- [3] 일리노피싱 온라인쇼핑몰
<https://smartstore.naver.com/illinofishing>