

웹디자인 수준에 따른 온라인 오픈마켓 판매성과 분석

Analysis of Online Open Market Sales Performance Based on Web Design Quality

주 윤 성*, 이 윤 섭*, 박 경 태*, 권 용 현*,
이 현 덕*, 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 온라인 오픈마켓에서 전문가 수준의 웹디자인이 실제 판매성과에 영향을 미치고, 지속 가능한지에 대한 내용을 서술한다. 동일 상품을 판매하고 있는 두 오픈마켓의 웹디자인 전, 후 실제 매출 통계를 분석한다.

I. 서론

1. 배경 및 목적

웹디자인은 온라인 환경에서 고객만족과 신뢰에 잠재적 결과가 될 수 있다.[1] 따라서, 온라인 오픈마켓에서의 지속적인 매출 증대를 기대하기 위해서는, 트렌드에 맞는 웹디자인이 적용된 메인페이지와 상품 상세 페이지 디자인을 요구한다. 이에 개선된 온라인 오픈마켓 웹디자인이 오픈마켓의 매출에 지속적인 영향을 끼치는지에 대한 통계를 분석하는 것을 목적으로 한다.

II. 실험대상 오픈마켓의 메인화면 디자인 비교

2016년도에 생성되어, 그 당시 웹디자인에 지식이 없는 일반인이 만든 디자인이 적용되어, 이후 디자인적 변화 없이 계속 운영 중인 네이버 스마트스토어 낚시제로 오픈마켓과, 전문적인 웹디자인이 직접 쇼핑몰의 메인화면, 상품상세페이지, 마케팅이미지 등을 제작하여 낚시제로와 동일 상품을 서로 다른 디자인으로 판매 중인 네이버 스마트스토어 일리노피싱 오픈마켓의 동일 기간 내 판매 및 고객유입 통계를 비교하고자 한다.

1. 낚시제로[2]

그림1은, 낚시제로 오픈마켓의 메인화면에 적용된 배너 디자인이다. 2016년 오픈마켓 개설당시 제작되었던 디자인으로, 현재와 비교하면 판매하는 상품과 관련된 사진이나, 포인트가 되는 큰 디자인적인 내용 없이 매우 단순하게 제작되었다.



▶▶ 그림 1. 오픈마켓 낚시제로의 메인화면 배너 중 일부

이렇게 단순하고 사실상 내용이 없는 메인화면 디자인은 상품 판매나, 오픈마켓에 방문한 고객의 구입유도에 있어서 아무런 도움이 되지 않을뿐더러, 상품이나 오픈마켓 이벤트 홍보에 활용될 수 있는 웹디자인의 한 부분이 전혀 사용되지 않고 있으며, 오픈마켓의 판매성과에 방해요인이 될 것이라고 판단된다.

2. 일리노피싱[3]



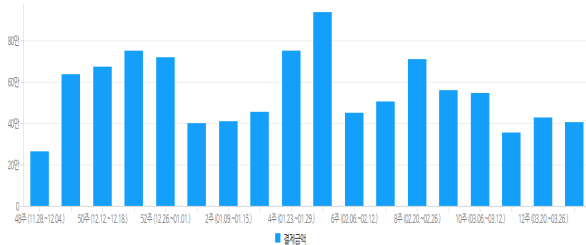
▶▶ 그림 2. 오픈마켓 일리노피싱의 메인화면 배너 중 일부

그림2는, 판매하는 상품에 대한 그래픽을 그리고, 하이퍼링크를 적용하여 클릭 시 해당 상품으로 이동할 수 있도록 설정했다. 고객이 오픈마켓 방문 시 가장 먼저 보는 메인 화면에, 주력으로 판매하는 상품에 대한 홍보는 물론 바로 구매할 수 있는 주소를 하이퍼링크로 적용함으로써, 고객의 구매유도와 동시에, 판매하고 있는 상품에 대한 홍보를 할 수 있다.

III. 매출 데이터 비교

1. 오픈마켓 낚시제로의 매출 데이터

‘낚시제로’와 ‘일리노피싱’에서의 통계를 비교할 기간은 2022년 12월 01일부터, 2023년 03월 31일 (121일)이다. 그림3은 오픈마켓 낚시제로 의 판매성과 및 결제수에 대한 통계이다.

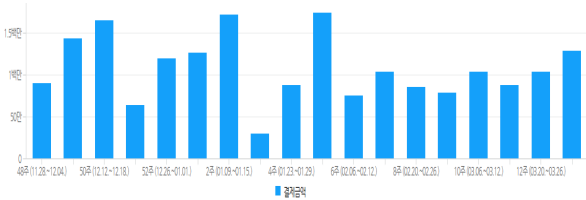


▶▶ 그림 3. 낚시제로 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 주)

그림3에서, 오픈마켓 낚시제로의 기간 내 총 결제금액은 약 993만원이다.

2. 오픈마켓 일리노피싱의 매출 데이터

그림4는, 오픈마켓 일리노피싱의 판매성과 및 결제수에 대한 통계이다.

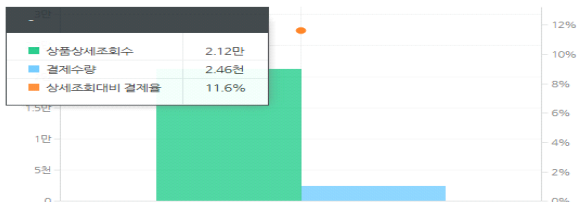


▶▶ 그림 4. 일리노피싱 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 주)

그림4와 같이, 오픈마켓 일리노피싱의 기간 내 총 결제금액은 1940만원으로, 동일상품을 전문적인 웹디자인 없이 판매중인 ‘낚시제로’와 비교했을 때, 약 195.37% 매출이 증가한 것을 확인할 수 있었다.

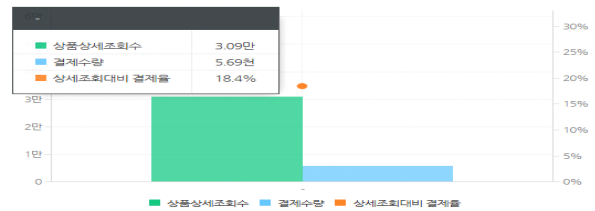
3. 웹디자인과 고객구매결정 연관성 비교

그림5와 6은, 동일 기간 내 상품상세페이지 조회수, 결제수량과 조회수대비 결제율에 대한 통계이다.



▶▶ 그림 5. 낚시제로 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 주)

그림5에서 전문적인 웹디자인이 적용되지 않은 쇼핑물에서의 고객은 온라인 쇼핑물에 접속하고, 상품상세페이지를 보고 실제 결제로 이어지는 비율은 11.6%이다.

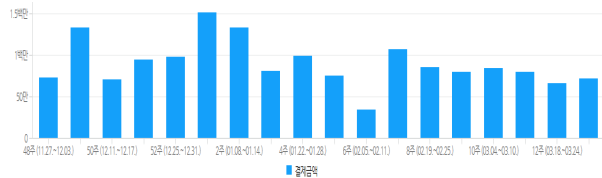


▶▶ 그림 6. 일리노피싱 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 주)

그림6에서는, 전문적인 웹디자인이 적용된 쇼핑물의 상품 상세페이지 조회수가 더 높고, 조회수 대비 결제율도 18.4%으로 6.8% 더 높게 나타나 온라인 쇼핑물에서의 전문성 있는 웹디자인이 판매성과에 직접적 영향이 있다는 확인할 수 있었다.

4. 매출 지속가능성 검증

최근에도 전문적 웹디자인이 적용되어, 개선이 이루어지고 있는 오픈마켓 일리노피싱의 매출데이터를 과거와 비교하고자한다. 비교할 최근 매출 통계의 기간은 2023년 12월 31일부터 2024년 03월 31일(122일)이다. 그림5는, 최근의 오픈마켓 일리노피싱의 판매성과 및 결제수에 대한 통계이다.



▶▶ 그림 7. 일리노피싱 쇼핑물의 결제금액 통계 (단위 : 주)

그림7과 같이, 최근 매출 통계에서도 기간 내 총 결제금액은 약 1620만원으로, 꾸준한 매출 성과를 보이고 있으며, 전문적인 웹디자인을 적용한다는 전략이 지속가능한 영향을 가지고 있다는 것을 시사한다.

IV. 결론

본 연구는 온라인 오픈마켓을 대상으로 전문적인 웹디자인 적용에 따른 특정 기간 내 매출 통계를 비교하고, 지속가능여부에 대한 통계를 비교하였다. 이에 전문적인 웹디자인 적용을 통한 오픈마켓 디자인 개선 이 지속적인 매출향상에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 따라서, 전문적인 웹디자인이, 온라인 오픈마켓에서의 매출 증가와 잠재적 고객확보에 도움이 될 것으로 기대된다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 홍태경, 김선철 “온라인 쇼핑물 디자인 요소의 기능성 증대에 관한 연구”, pp.21, 2019.
- [2] 낚시제로 온라인쇼핑물
<https://smartstore.naver.com/fishingzero>
- [3] 일리노피싱 온라인쇼핑물
<https://smartstore.naver.com/illinofishing>