

온라인 소품샵



집 소 문

기획 보고서

# 바람직한 행복, 나의 추구

## Background

최근 아기자기하고 독특한 제품을 파는 소품샵이 속속 등장해 인기를 끌고 있다. 소품샵은 말 그대로 소품을 파는 곳이다. 소품샵은 \*키덜트족과 \*\*소확행의 증가로 인기를 끌고 있다. 소품샵엔 키덜트족과 소확행을 즐기는 사람의 눈길을 끌만한 아기자기하고 값싼 가격대의 제품이 다양하게 있다.

경성대학교 심리학과 임남연 교수는 사람들이 자신의 정체성을 표현하는 데 소품을 사용한다고 본다.

“점차 **개성, 타인과 다른 자신만의 독특함이 강조**되어 가는 사회분위기 속에서 예쁜 소품들을 사고, 수집하는 등의 행위를 한다고 생각할 수 있다”고 말했다. “행복은 강도(intensity)보다 빈도(frequency)가 중요하다. 즉, **소소한 행복을 빈번하게 경험하는 것이 한두번의 강력한 행복을 경험하는 것보다 진정한 행복을 누리는 비결**이라는 의미다. 따라서 소확행을 즐기는 젊은 층의 현재의 트렌드는 행복 전문가의 입장에서 볼 때 바람직한 현상이라고 생각된다”고 했다.

(출처-시빅뉴스 <전포 카페거리, 이젠 ‘소품샵’ 고객 ‘폭발’> 취재기자 김채민)

\*키덜트족: 키드(Kid)와 어덜트(Adult)가 합쳐진 말로 성인이 아이가 좋아하는 것을 좋아하는 것을 말한다.

\*\*소확행: ‘소소하지만 확실한 행복’이라는 뜻이다.

# 바람직한 행복, 나의 추구

## Background

MZ세대를 중심으로 꾸미기 문화가 유행하면서 침체됐던 문구 시장이 다시 활기를 띠고 있다.

과거에는 주로 ‘다꾸(다이어리 꾸미기)’에 관심이 집중됐지만, 최근에는 옷, 신발, 가방 등 패션 제품부터 텀블러, 헤드폰 등 각종 생활용품까지 꾸미기 열풍이 불고 있다. 이른바 ‘별다꾸(별걸 다 꾸민다)’ 트렌드가 확산하면서 판매되는 문구 제품도 다양해지는 추세다.

디지털 문구 콘텐츠 플랫폼 ‘위버딩’을 운영하는 누트컴퍼니가 발표한 ‘2023 디지털 문구 트렌드 리포트’에 따르면 주문 데이터에서 20대가 55%로 가장 높은 것으로 나타났다. 이어 30대(29%)와 10대(8%), 40대(6%)가 뒤를 이었다.

전문가들은 꾸미기 문화가 적은 소비로도 자신의 개성을 드러내는 수단으로 활용되고 있다고 분석했다. 김시월 건국대 소비자학과 교수는 “기존 제품을 활용해 자신의 개성을 드러낼 수 있어 유행이 지속되고 있다”며 “물가가 오르다 보니 큰 돈을 들이기보다 꾸밈을 통해 저렴한 가격으로 새로움을 추구하는 것”이라고 말했다.

(출처-헤럴드 경제 <살 길은 꾸미기? ‘별다꾸’ 지갑 열고 ‘디지털문구’ 뜬다 [문구점이 사라진다]> 취재기자 김희량, 전새날)

# 따뜻하고 소소한 일상 속의 즐거움을 선사하는 브랜드, <집소문>

## Brand Story

브랜드 “집소문”은 자신의 행복을 찾고 취미를 즐기는 사람들을 위해 귀엽고 감성적인 소품들을 다양하게 제공하는 온라인 소품샵입니다. 이곳에서는 커뮤니티를 통해 서로 소통하며, 일상의 작은 행복을 느끼고 소소한 즐거움을 만끽할 수 있는 공간을 제공합니다.

이곳에서 당신의 행복을 담을 수 있는 특별한 아이템들을 찾아보세요.

## Concept

[주제]

온라인 소품샵. 취미, 인테리어, 문구 등 쇼핑 및 소통 커뮤니티 사이트

[서비스]

- SHOPPING : 인테리어 소품, 문구, 취미, DIY 키트 등 쇼핑 서비스
- GALLERY : 소품 작가 온라인 전시관 운영
- VINTAGE : 빈티지 소품 중고 매입 서비스
- COMMUNITY : 취미 별 소통 커뮤니티 서비스

## 관련 사이트 평가 분석

### Content

이용가능한 서비스 종류

### Theme

사이트의 컨셉  
메세지 전달의 정도

### UI

사이트 구조 효율성

### Design

감각적인 디자인  
이벤트, 홍보 영역의 유무

### Marketing

영상콘텐츠 활용 등 광고  
고객 확보를 위한 이벤트 및 프로모션

### Customer Support

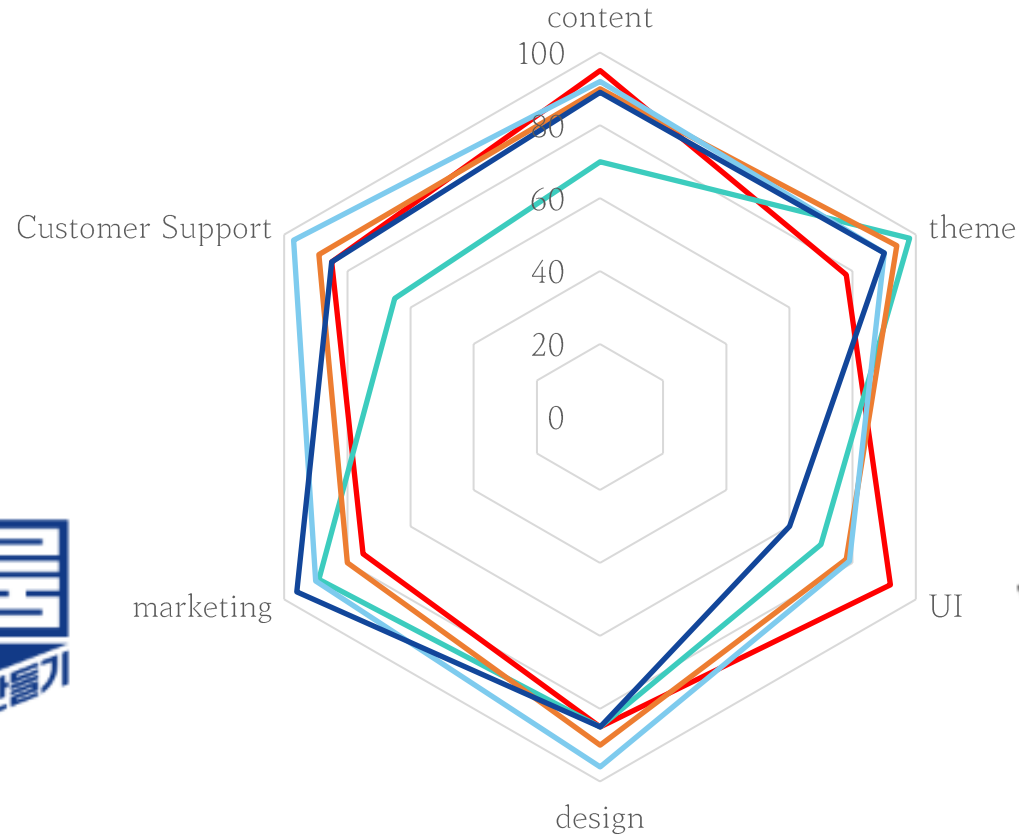
고객지원 서비스 유무  
고객지원 접근성 정보습득의 간편성

# 10X10

## 오늘의집



- 텐바이텐
- 콜리
- 아이디어스
- 오늘의집
- 원룸만들기



## Colley

# 10X10

## 오늘의집

# 10X10

다양한 카테고리로 문구부터 가구,  
패션, 반려동물용품 등 쇼핑의 폭이 넓음

전화응대 불가.  
카카오톡 또는 사이트 내  
고객센터 1대1 문의 가능  
대응 속도 빠르지만,  
운영시간이 정해져 있음

적극적인 홍보방식을  
활용하지 않음

Customer Support

marketing

content

100

80

60

40

20

0

theme

판매되는 상품이 다양한 만큼  
확실한 주제가 잡혀 있지 않음

UI

직관적이고 깔끔함  
페이지 간 이동이 편리함

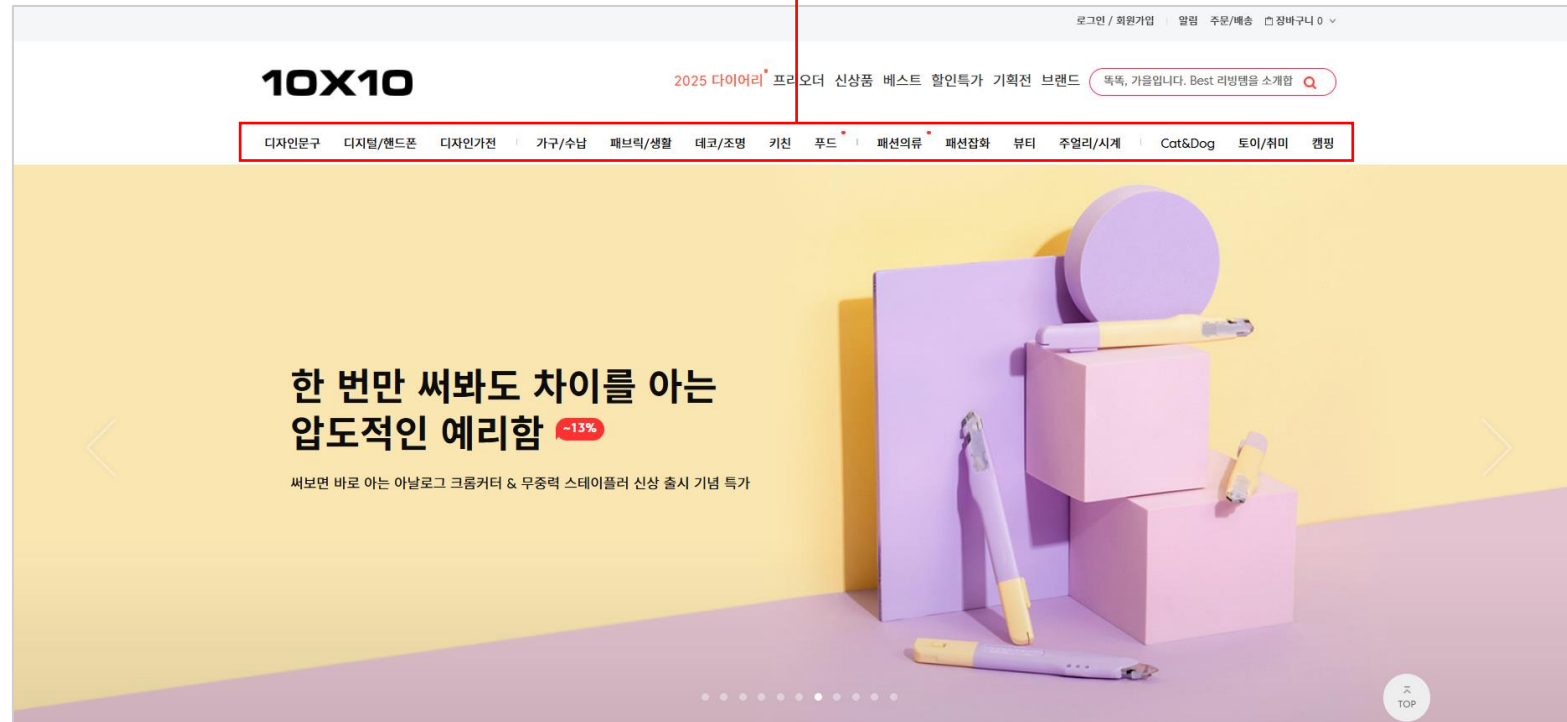
design

깔끔한 디자인

집소문의 쇼핑 카테고리를 문구/디지털용품/생활용품/인테리어/패션잡화 등 다양하게 구성하여 소비자 선택의 폭 ↑

디자인문구   디지털/핸드폰   디자인가전   |   가구/수납   패브릭/생활   데코/조명   **키친**   푸드   |   패션의류   패션잡화   뷰티   주얼리/시계   |   Cat&Dog   토이/취미   캠핑

한 눈에 들어오는  
이벤트 페이지



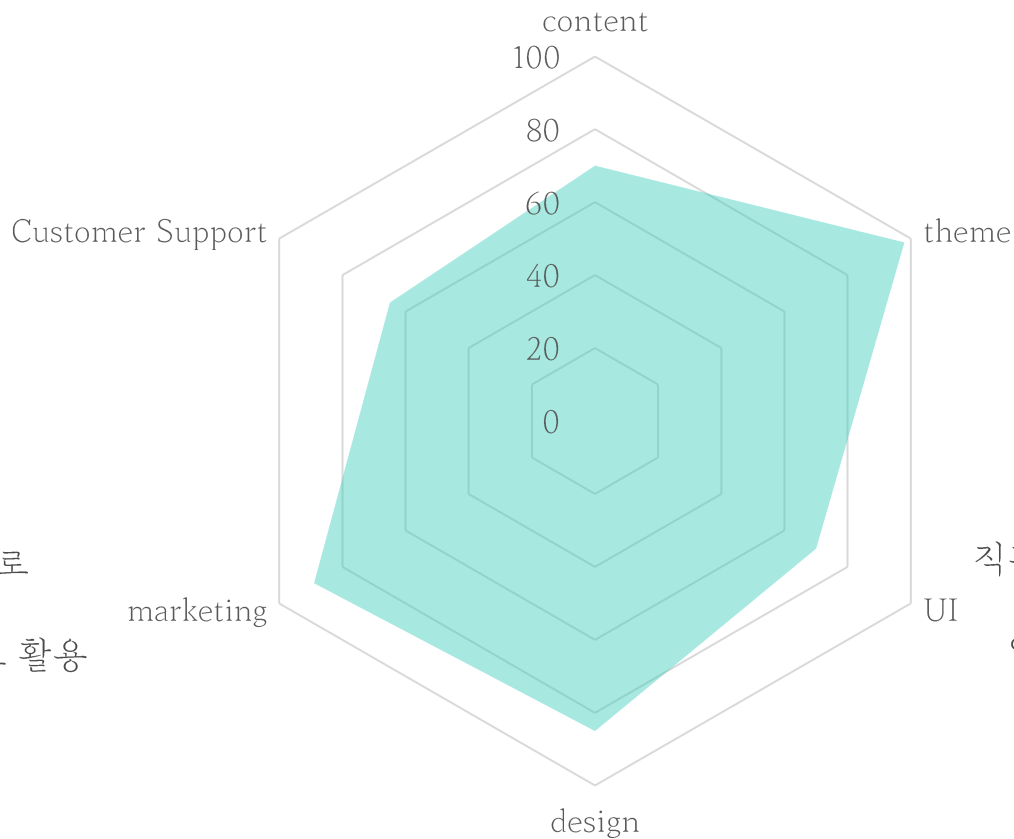




컨셉에 맞게 구성되어 있으나,  
이용할 수 있는 콘텐츠가 부족함

고객센터 접근성이 낮고  
메일 문의로 답변이 다소  
느려질 수 있음  
주말, 공휴일은 운영하지 않음

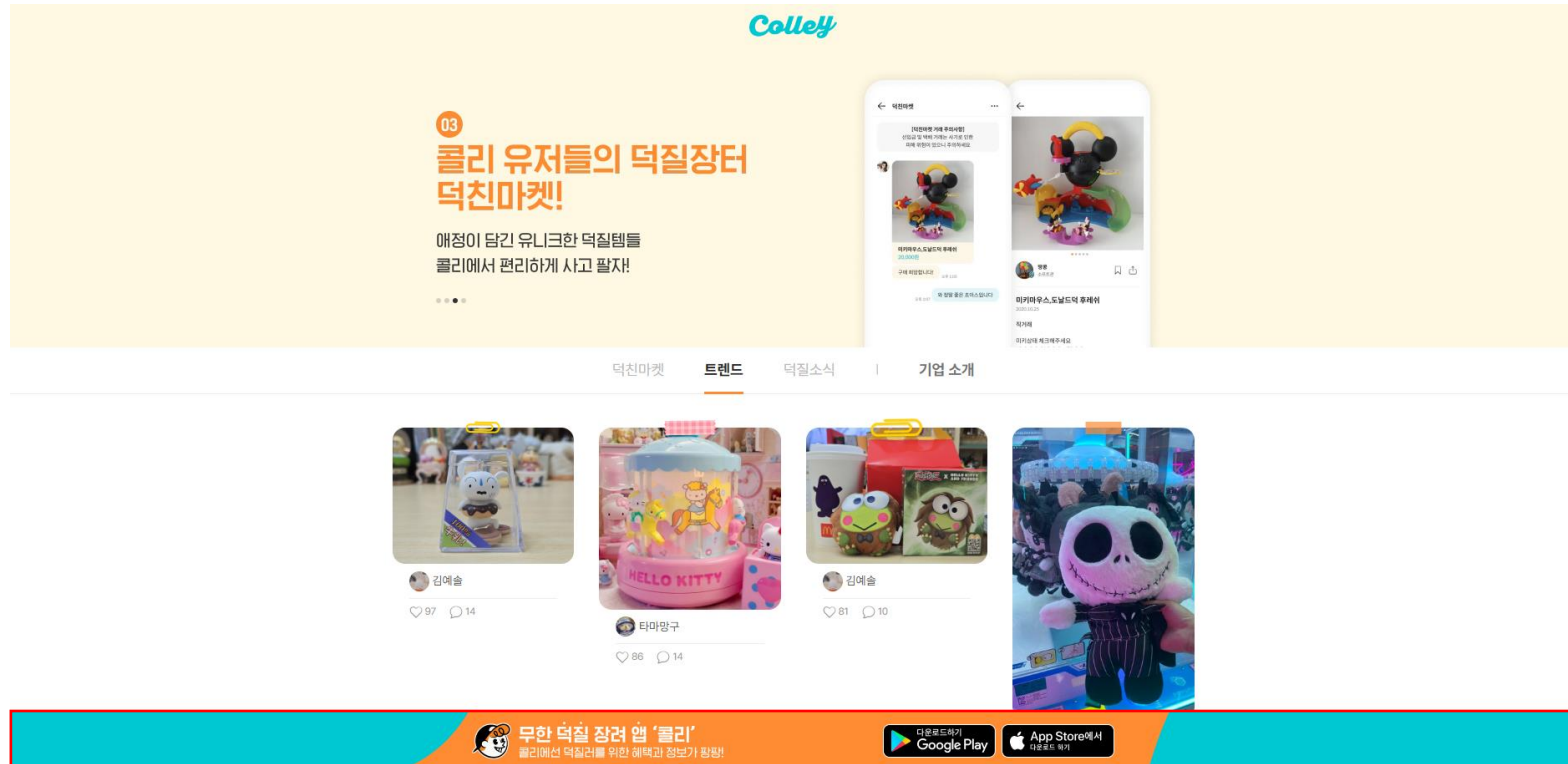
다양한 상품으로  
이벤트 진행  
SNS를 효율적으로 활용



전달하고자 하는 주제가 확실하고  
일관적이라 이용자 접근성이 좋음

직관적이고 간결해서 이용 동선이 간단함.  
그러나 어플 위주의 사이트라서  
인터넷 접속 시 제한되는 기능이 많음

깔끔한 느낌을 주지만 수정이 필요함



Position 속성을 fixed로 적용해서 페이지 하단에 반응형으로 고정  
APP&SNS 광고에 활용



다양한 카테고리로 구성 되어있음

메인 화면에서 바로  
고객센터로 연결되며  
Q&A가 잘 정리 되어있음  
채팅문의만 가능하며  
운영시간이 따로 정해져 있음

개인 **작가들의 수제 상품**을  
판매하여 메리트가 있음

Customer Support

marketing

content

100

80

60

40

20

0

theme

수제 상품을 판매하는 것으로  
**뚜렷한 주제**가 정해져 있음

UI

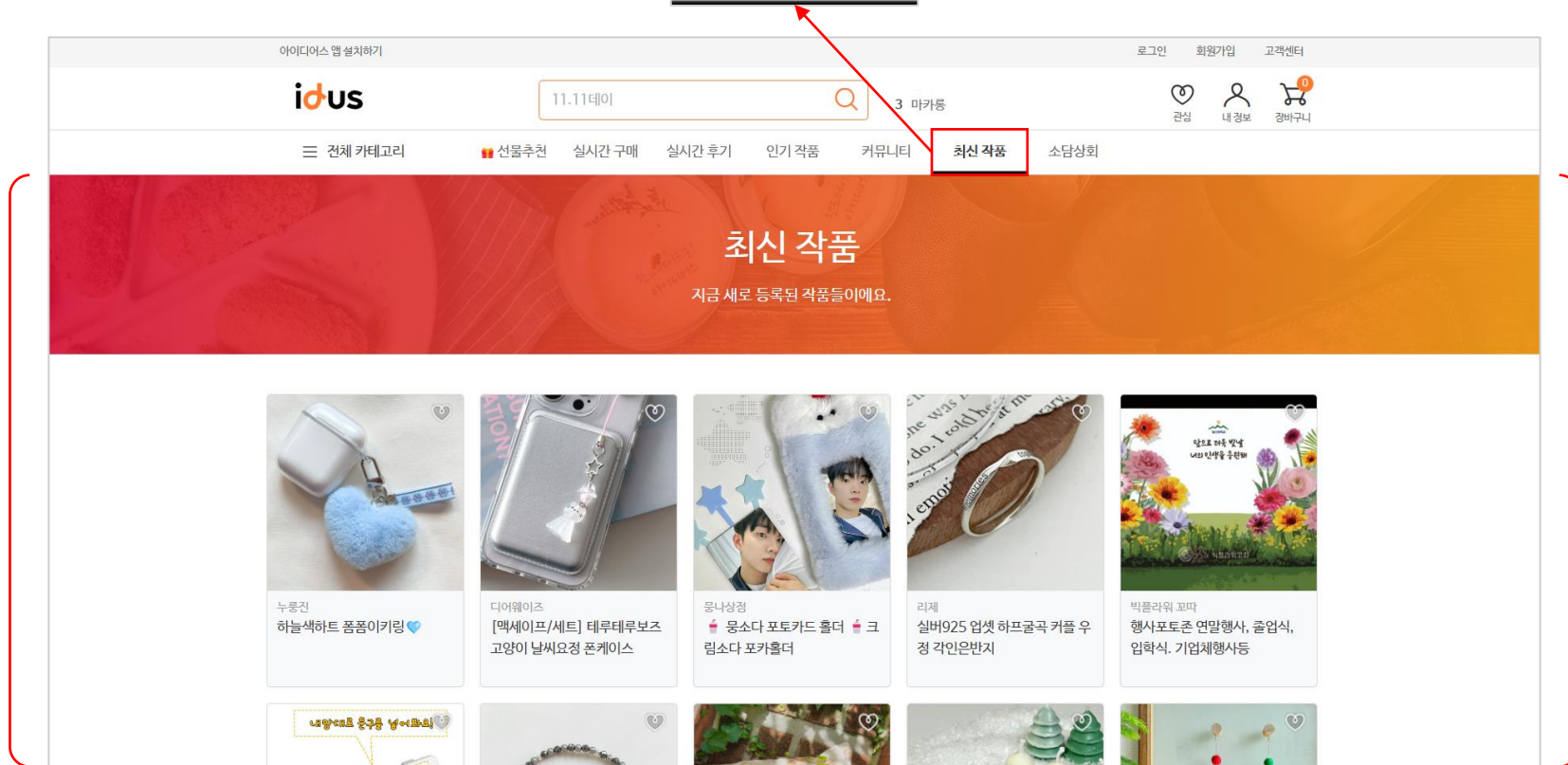
네비게이션 접근성이 좋지 않음  
한눈에 들어오지 않는다

design

전체적으로 깔끔한 느낌을 주고 있음

## 작품 카테고리

### 최신 작품



작가들의 작품 카테고리를 단독으로 만들어 전시  
소품샵을 구경하는 듯한 느낌을 줄 수 있음

# 오늘의집

기본기가 탄탄하고 여러 분야의  
채널이 운영되고 있어 소비자는  
다양한 정보를 얻을 수 있음

접근성이 좋고 서비스  
지원 정보 정리가 잘 되어있음

전화, 카카오톡, 이메일로  
문의가 가능하며 부분별로  
토요일에도 운영함

다양한 채널과 소비자들의  
커뮤니티로 다른 사이트들과  
차별점을 두어 메리트가 있음  
SNS를 적극적으로 활용

Customer Support

marketing

content

100

80

60

40

20

0

theme

주제 전달이 확실함

UI

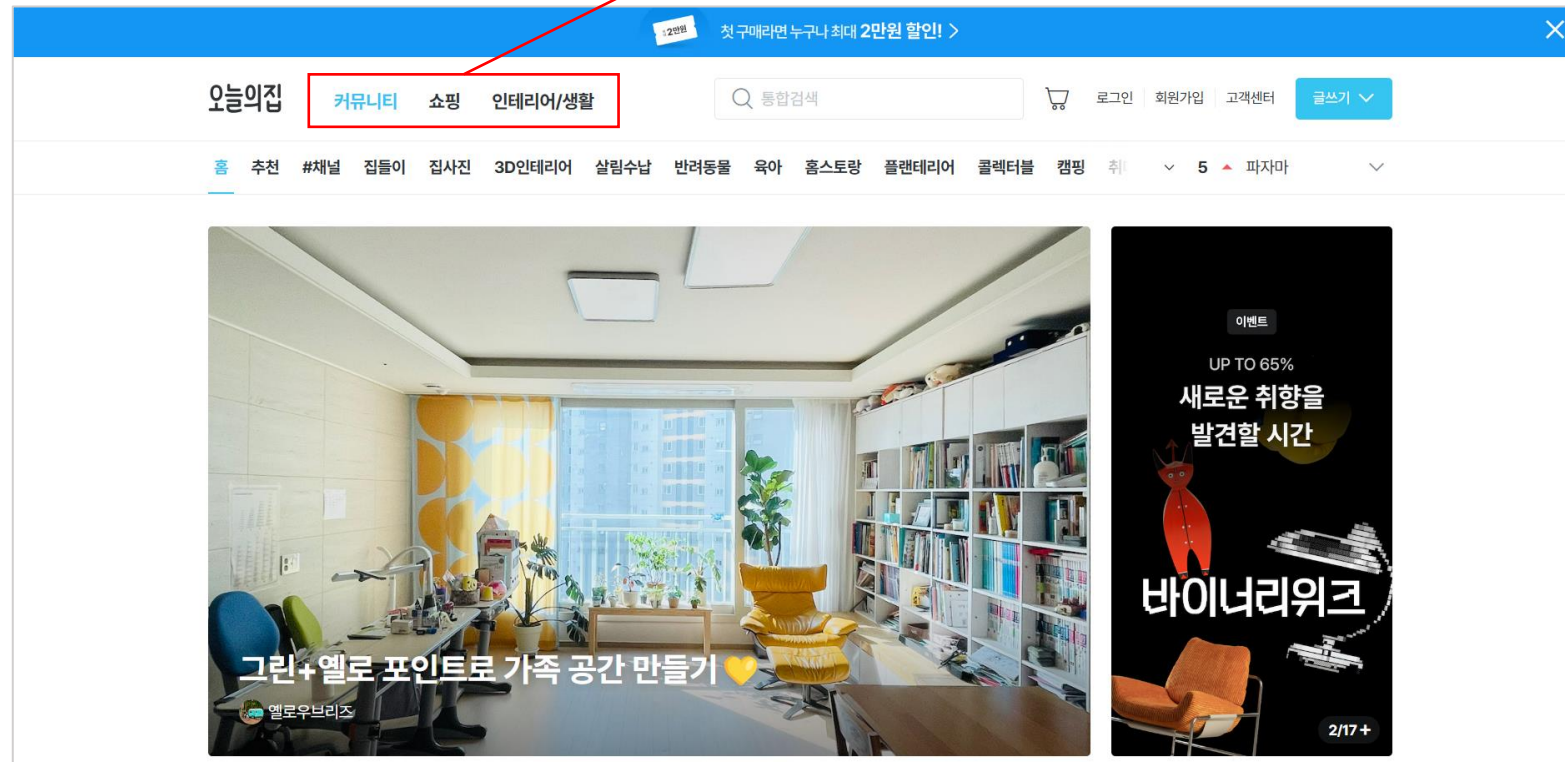
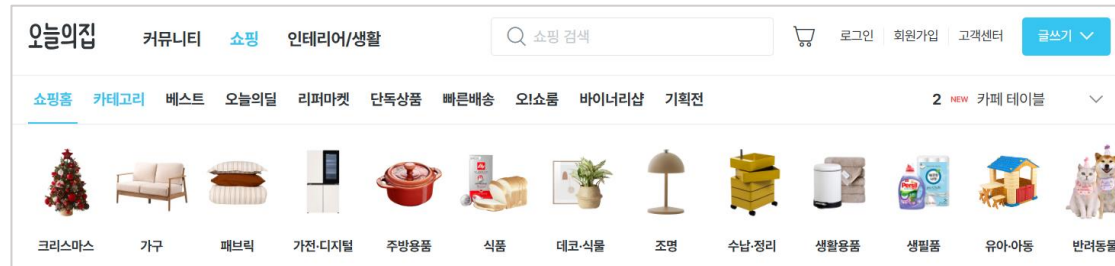
네비게이션이 사용하기 다소  
불편한 감이 있음  
카테고리 구분, 메인 네비게이션과  
서브 네비게이션의 구분이 필요함

design

전체적으로 세련된 디자인

인기 콘텐츠와 이벤트에 대한 접근성이 좋음

메인 페이지의 카테고리를 간단하게 배치 후 세부적인 카테고리로 연결



자주 찾는 Q&A를 한 눈에  
볼 수 있도록 배치함

#### 무엇을 도와드릴까요?

- Q 배송은 얼마나 걸리나요?
- Q 주문 취소는 어떻게 하나요?
- Q 제품의 자세한 정보를 알고 싶어요.
- Q 제품이 불량일 때는?
- Q 카카오 계정으로 로그인하면 이미 가입되었다고 합니다.

#### 고객센터 09:00 ~ 18:00

- 평일: 전체 문의 상담
- 토요일, 공휴일: 오늘의집 직접배송 주문건 상담
- 일요일: 휴무

☎ 1670-0876

1:1 카톡 상담하기

이메일 문의하기

이메일 주소 복사하기

전체

주문/결제

배송관련

취소/환불

반품/교환

증빙서류발급

로그인/회원정보

서비스/기타



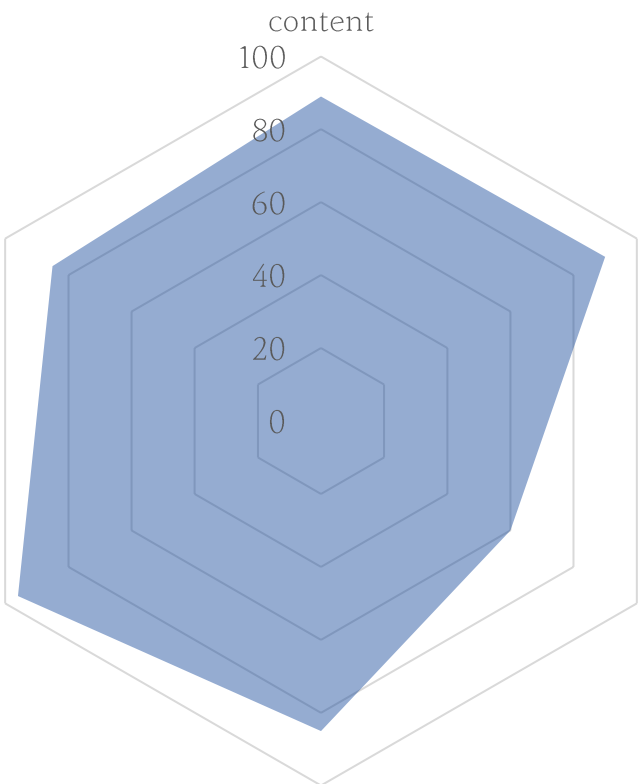
가성비 제품들을 다양하게 제공하고,  
자취 컨셉에 맞게 자취에 관련된 유익한 정보들을  
다양하게 제공하며 커뮤니티를 통해 서로 소통할 수 있음

접근성이 낮음 채팅, 전화,  
카카오톡, 네이버 문의 가능하며  
운영시간이 정해져 있음

유튜브를 연동하여 마케팅 효과를  
높임 SNS를 적극적으로 활용하며  
트렌드에 잘 따라 감

Customer Support

marketing



theme

컨셉이 확실하고 트렌드에 맞게 유지함

UI

어플 위주의 사이트로 많은 개선이 필요함

design

컨셉에 맞게 캐릭터를 구성하여 디자인함  
귀여운 디자인

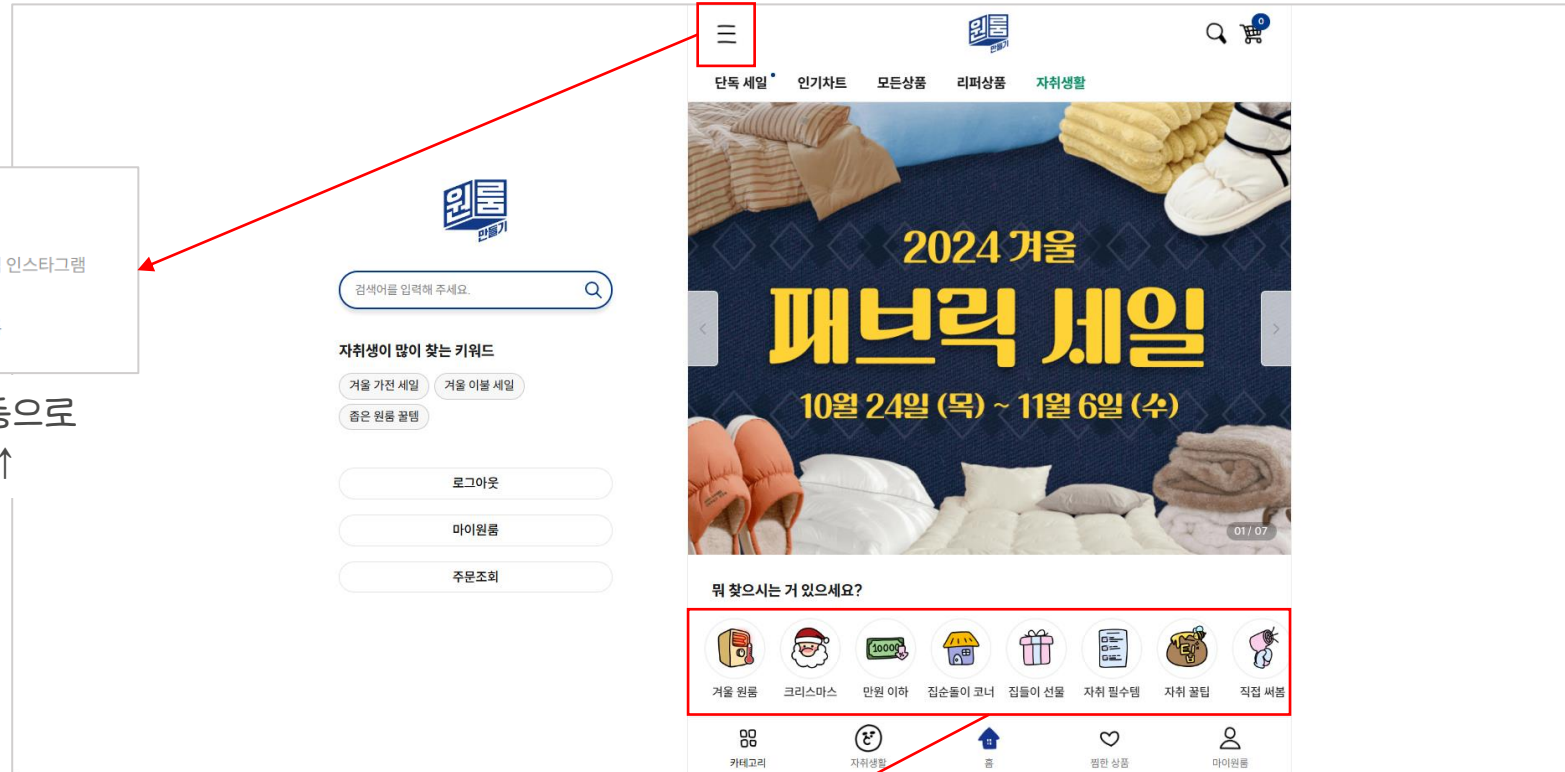


원룸만들기 SNS채널

원룸만들기 유튜브   공식 인스타그램

쇼핑 인스타그램   틱톡

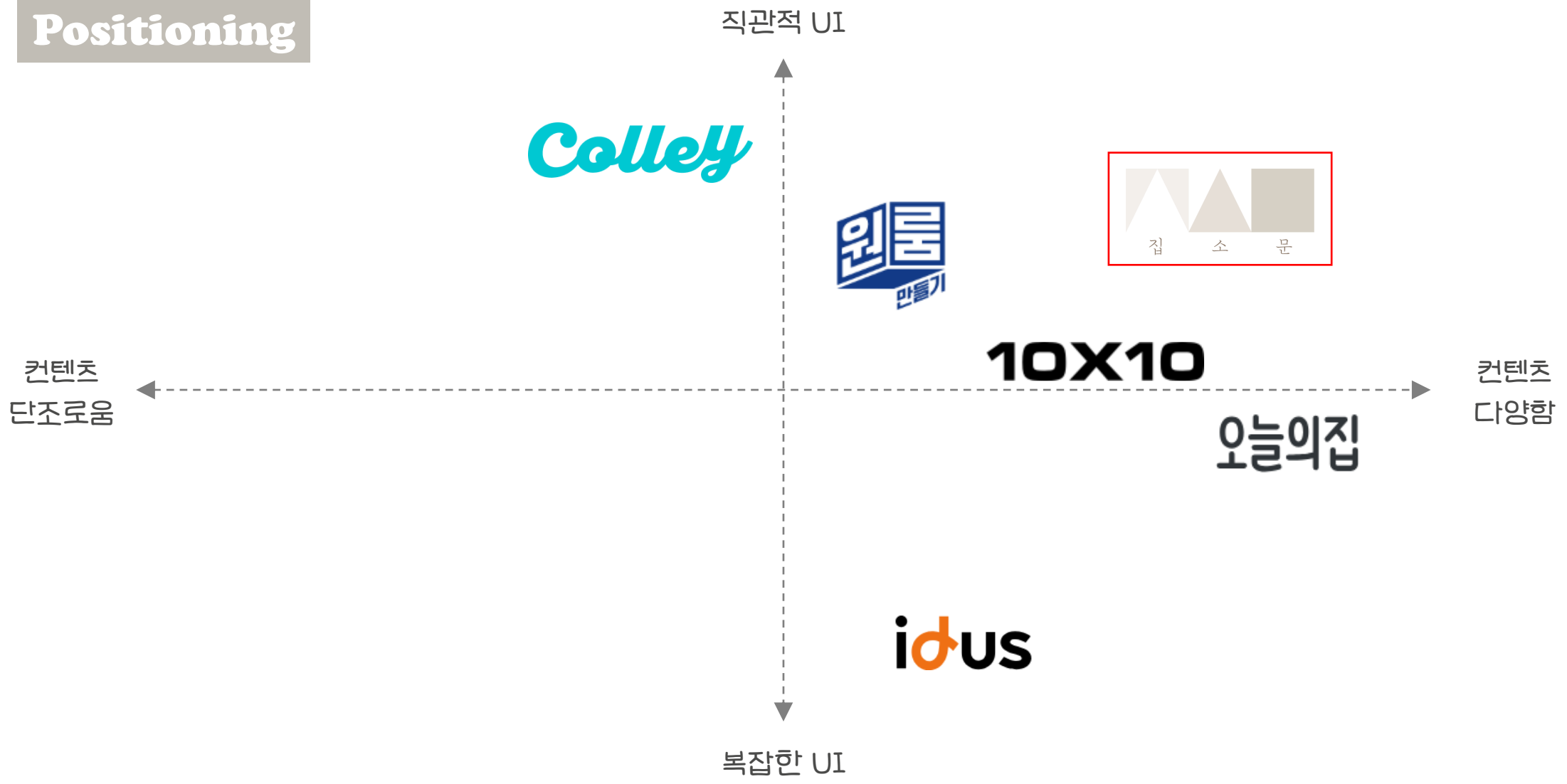
다양한 SNS 연동으로  
마케팅 효과 ↑



겨울 원룸   크리스마스   만원 이하   집순돌이 코너   집들이 선물   자취 필수템   자취 꿀팁   직접 써봄

한 눈에 보이는 바로가기 아이콘으로 서비스 접근성 ↑

# Positioning



## Symbol

### [집소문]

집 : 집에서 즐기는

#편안한 #따뜻한 #부드러운

소 : 소품샵

#사랑스러운 #귀여운

문 : 문방구

#아기자기한



**ZIPSOMUN**

### 로고 디자인

집소문의 초성 모음을 따온 형태로,  
단순한 도형으로 조합  
깔끔한 디자인  
따뜻하고 편안한 느낌을 주는  
베이지 계열의 컬러를 사용





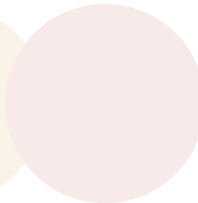
### 로고 폰트 디자인

따뜻하고 편안한 느낌을 주되,  
가독성을 위해 낮은 채도의  
브라운 계열의 컬러를 사용

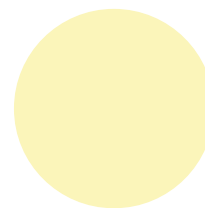
## Color

#편안한 #따뜻한 #부드러운 #사랑스러운 #귀여운 #아기자기한

### BackGround

Main		Sub		
				
#EBE8E6	#FCFBFC	#F2F2F2	#F9F3E8	#F9EAEA
C : 9.15	C : 1.57	C : 6.21	C : 3.2	C : 2.33
M : 8.02	M : 1.75	M : 4.26	M : 4.8	M : 10.54
Y : 9.19	Y : 1.09	Y : 5.18	Y : 10.52	Y : 6.34
K : 0	K : 0	K : 0	K : 0	K : 0

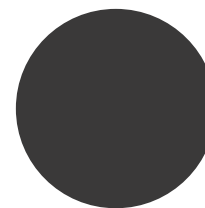
### Point



#FBF5BA

C : 3.51  
M : 0  
Y : 36.21  
K : 0

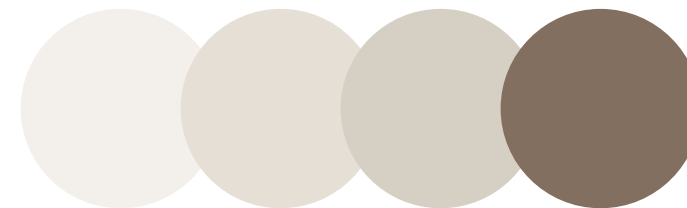
### Font



#3A3A3A

C : 67.22  
M : 57.71  
Y : 54.68  
K : 61.09

### Logo



#F3EFEB

C : 5.61  
M : 6.04  
Y : 7.93  
K : 0

#E5DFD6

C : 12.35  
M : 11.4  
Y : 16.6  
K : 0

#D5CFC4

C : 18.92  
M : 16.45  
Y : 23.25  
K : 1.26

#837060

C : 40.14  
M : 44.19  
Y : 52.22  
K : 31.67

## Font

메인 - Mapo꽃섬

가나다라마바사아자차카타파하

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

~!@#\$%^&\*()\_+

포인트 - 이서윤체

가나다라마바사아자차카타파하

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

~!@#\$%^&\*()\_+

**English - Cooper**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**~!@#\$%^&\*()\_+**

## Icon

### Top - Icon

메인 메뉴바의 검색창에 들어가는 돋보기 아이콘



### Bottom - Icon Bar

메인 헤더 아래에 위치한 바로가기 아이콘



이벤트&쿠폰



할인



출석체크



인기 게시물



선물추천



할로윈 소품



MD추천

# Layout

## ▶ Main Page

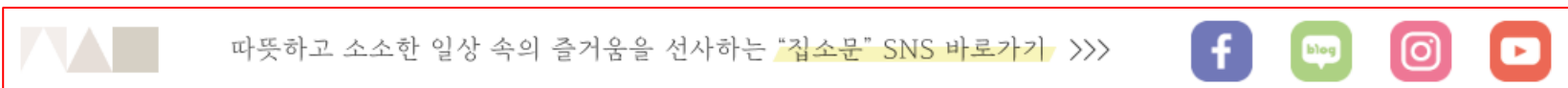
메인 페이지 상단에 인기 검색창을 배치하여 편의성을 높임



귀여운 분위기에 맞는 아이콘으로 “바로가기” 기능 지원



고객센터 “문의하기” 바로가기 버튼을 배치하고, 고객센터 자주 찾는 Q&A를 배치

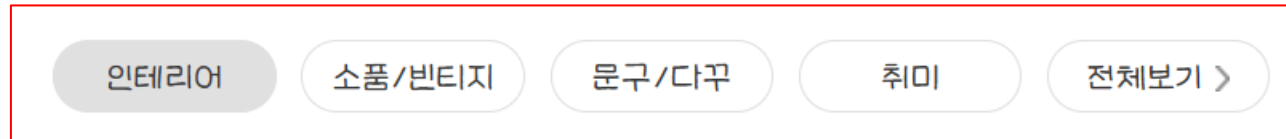


SNS 연결 경로를 반응형 하단바로 고정

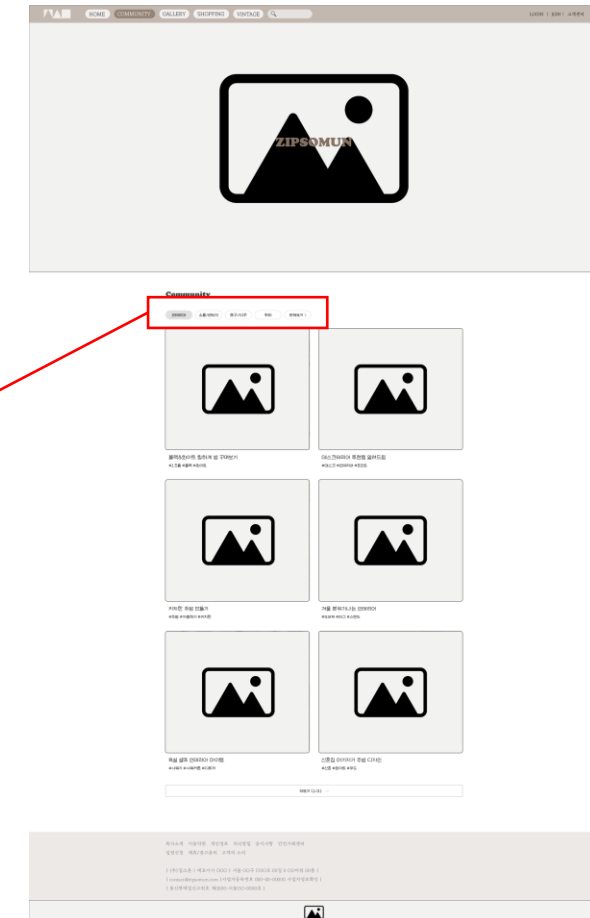


# Layout

## ▶ Community Page



커뮤니티를 통한 이용자 수 증가와 마케팅 효과 극대화  
세부 카테고리를 다양하게 설정  
-> 원하는 분야를 탐색할 수 있도록 접근성을 높임





# Layout

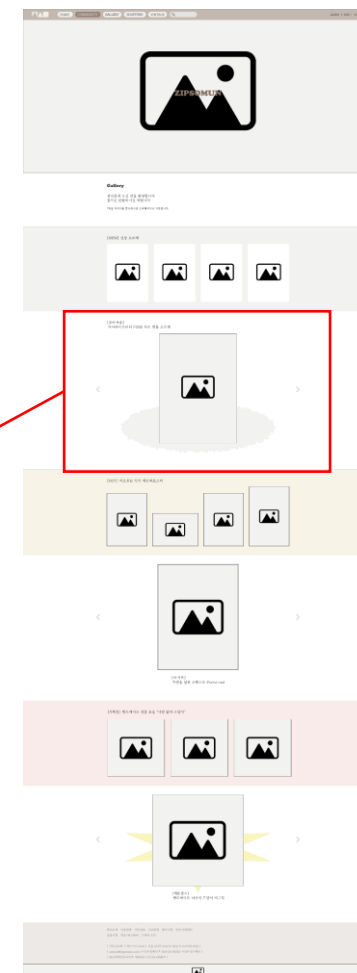
## ▶ Gallery Page

작품 전시관 카테고리를 만들어 신규&인기작품 모아보기

[로파서울]  
자아라이브러리 PURE 하트 캔들 오브제

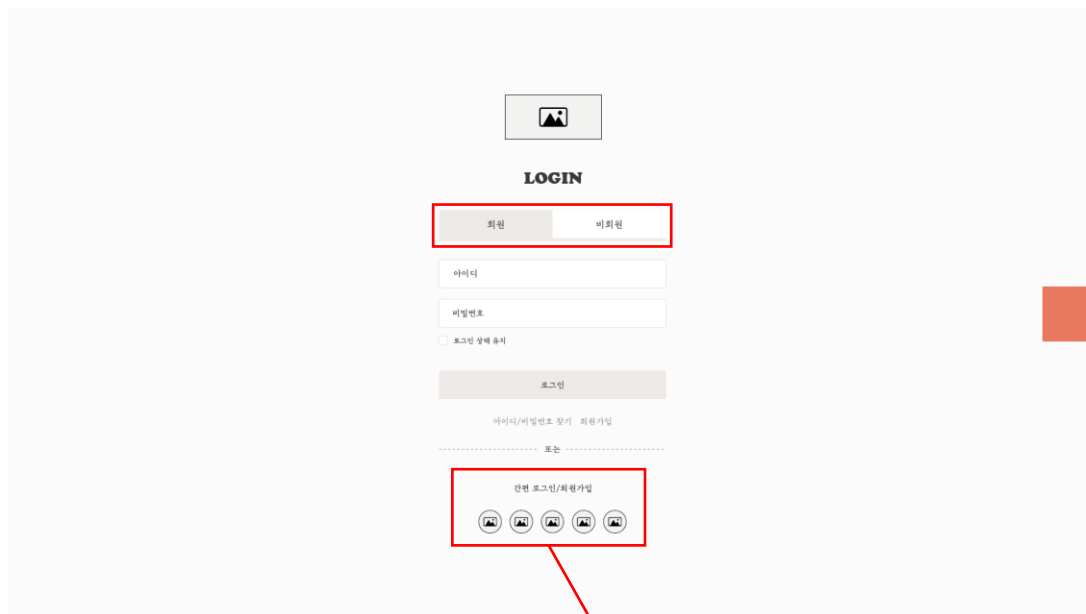


이미지를 슬라이드로 배치

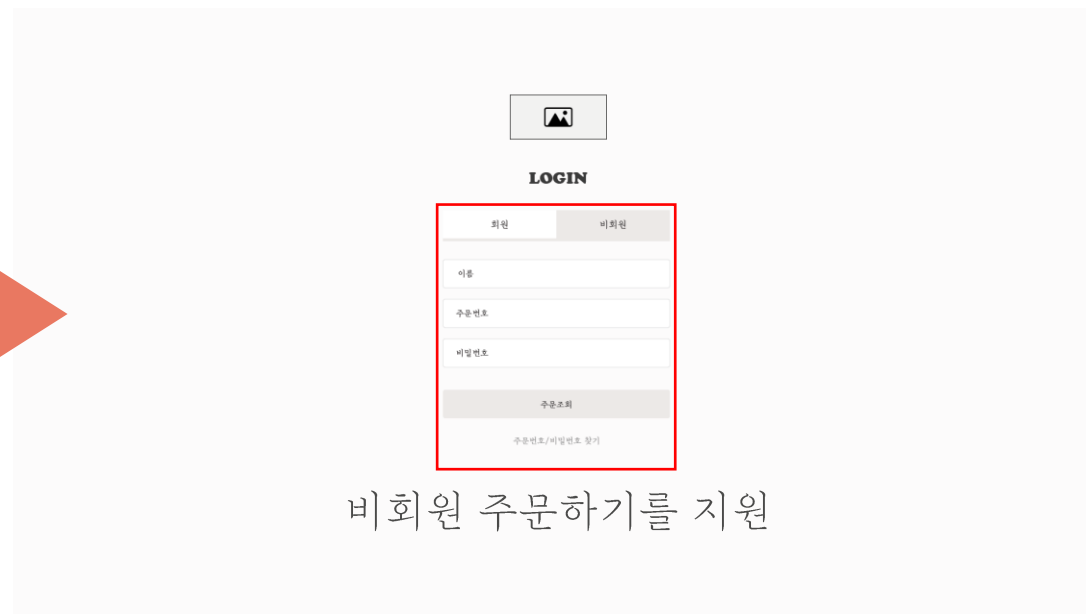


# Layout

## ▶ Login Page

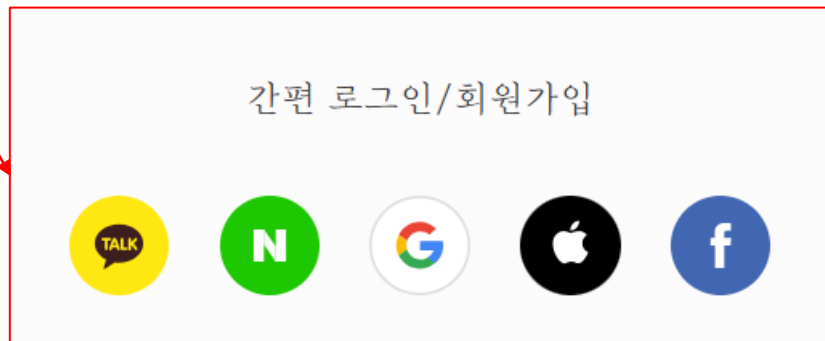


Initial login page layout. The page features a header with a profile icon and the title "LOGIN". Below the title, there are two tabs: "회원" (Member) and "비회원" (Non-member). The "회원" tab is selected. Below the tabs, there are input fields for "아이디" (ID) and "비밀번호" (Password), a checkbox for "로그인 상태 유지" (Keep login status), and a "로그인" (Login) button. Below the login button, there is a link "아이디/비밀번호 찾기 회원가입" (Find ID/Password Sign Up). At the bottom, there is a section titled "간편 로그인/회원가입" (Quick login/sign up) with five social login buttons: TALK, N, G, Apple, and Facebook.



Revised login page layout. The page features a header with a profile icon and the title "LOGIN". Below the title, there are two tabs: "회원" (Member) and "비회원" (Non-member). The "비회원" tab is selected. Below the tabs, there are input fields for "이름" (Name), "주문번호" (Order number), and "비밀번호" (Password), and a "주문조회" (Order search) button. Below the order search button, there is a link "주문번호/비밀번호 찾기" (Find order number/password). At the bottom, there is a section titled "간편 로그인/회원가입" (Quick login/sign up) with five social login buttons: TALK, N, G, Apple, and Facebook.

비회원 주문하기를 지원



간편 로그인/회원가입

TALK N G Apple f

## Targets



**Main**

유행에 민감하며,  
자신만의 개성을 표현할 수 있는  
아이템을 찾는 MZ세대



**Sub**

친구 또는 애인을 위해  
특별하고 감각적인  
선물을 찾는 소비자

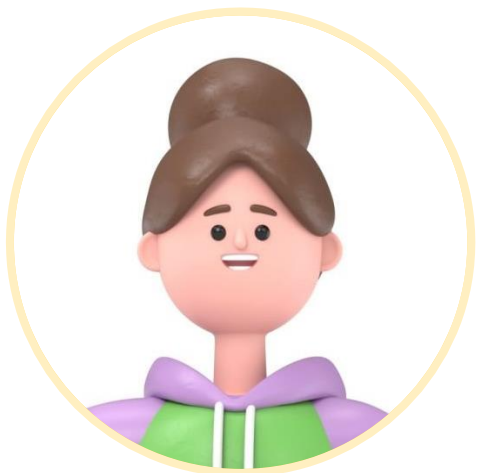


**Sub**

자신의 취미를 공유하고 소통하며,  
관련 정보를 빠르고 쉽게 얻고 싶은  
불특정 다수

## Persona

### ▶ Main Target



우희연/여성/26세

학력 : 마케팅 전문학사 졸업

직업 : 화장품 제조업/중소기업/사무직

소득 : 월 220만원(세후)

취미 : 디지털 드로잉

특징 : 자취생

#### 행동양식

콘텐츠 마케터로 취업하게 된 우희연씨는 회사 주변에서 자취 중이다.  
자취를 시작하며, 방 꾸미기에 관심이 생겼다.  
유행에 민감하며 귀여운 디자인을 좋아한다.

#### 구매 동기

유행이 지난 인테리어 소품을 정리하고, 귀엽고 새로운 소품을 구매하고 싶다.  
평일에는 회사를 다니고, 주말에는 집청소를 하느라 나갈 시간도 힘도 없다.  
집에서 편하게 정리&구매하고 싶은데 두 가지 일을 한 번에 처리하길 원한다.

#### 구매 패턴

상품후기와 커뮤니티 추천글을 꼼꼼하게 찾아보는 편.  
상품과 관련된 정보들을 찾기 쉽게 정리 되어있는 것을 선호한다.

## Persona

### ▶ Main Target



#### 현재 목표

유행 지난 인테리어 소품 **판매**  
&  
새로운 귀여운 소품 **구매**

#### <자주 이용하는 서비스>



1위 - 원룸만들기  
유행을 빠르게 반영함



2위 - 오늘의집  
커뮤니티&후기가 많음



3위 - 텐바이텐  
카테고리가 다양함

#### <자주 이용하는 SNS>



1위 - 인스타그램  
유행 콘텐츠를 빠르게 파악 가능



2위 - 네이버 블로그  
정보의 양이 많고 상세함



3위 - 유튜브  
불필요한 내용을 스킵하기 불편함

## Persona

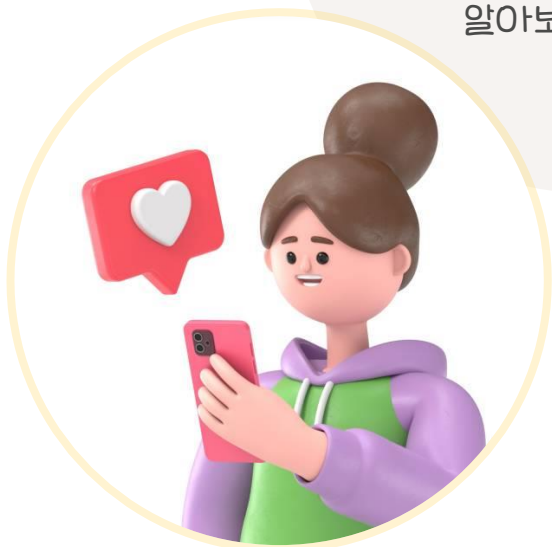
### ▶ Main Target

#### 구매 과정

이제는 애물단지가 된,  
유행이 지난 소품을 치우고  
새로운 걸 갖고 싶은  
우희연씨는 판매와 쇼핑을  
한 번에 끝내고 싶어서  
알아보는 중이다.

유행 지난 소품을  
직접 중고거래 하려고 하니  
과정이 너무 번거로워서  
일을 미루던 중,  
우연히 인스타그램 광고  
콘텐츠를 통해  
“집소문”을 알게 되었다.

그녀는 “집소문”의  
중고 소품 매입 서비스로  
쉽고 빠르게 물건을 팔았고,  
인기 작가의 소품을 모아놓은  
“갤러리”에서 마음에 드는  
오브제를 찾아 만족스러운  
소비를 할 수 있었다.



중고 소품 매입 서비스가 있어서 직접 중고거래를 하지 않아도 편리하게 물건을 팔 수 있어서 좋아!  
인기 작가의 유행하는 상품들을 모아둔 “온라인 전시관”이 있어서 인기 상품을 한 눈에 볼 수 있어!  
어디서 샀냐고 물어보는 친구들에게 “집소문”을 추천해주고 있어!

## Persona

### ▶ Sub Target



이민호/남성/34세

학력 : 경영 학사 대졸

직업 : 제조업/대기업/사무직

소득 : 월 280만원(세후)

취미 : 영상 시청  
(유튜브, OTT 등)

특징 : 애인 있음

#### 행동양식

최근 여자친구를 사귀게 된 이민호씨는 곧 여자친구와 100일을 맞이하게 된다. 이번 기념일에 예쁘고 독특한 디자인의 물건을 좋아하는 여자친구에게 선물을 주려고 한다.

#### 구매 동기

부담되지 않는 선에서 가벼운 선물을 해주고 싶는데 유행을 잘 모른다. 이번 주 주말에 여자친구를 만나기로 했지만, 당장 사러 갈 시간이 없다. 인터넷으로 주문해야 하는데 정보를 찾기가 쉽지가 않다. 특별한 기념일 선물을 추천 받을 수 있는 쇼핑물을 찾고있다.

#### 구매 패턴

추천상품과 인기상품을 한 눈에 볼 수 있는 사이트를 선호한다. 리뷰&구매 많은 순으로 상품을 위주로 보는 경향이 있다.

## Persona

### ▶ Sub Target



#### 현재 목표

여자친구를 위한  
10만원 미만의 부담 없는  
기념일 선물 구매

#### <자주 이용하는 SNS>



1위 - 유튜브  
영상으로 볼 수 있어 편리함



2위 - 인스타그램  
유행을 빠르게 파악 가능



3위 - 네이버 블로그  
포스팅이 상세하게 나와있음

#### <이용하는 SNS의 신뢰도>



1위 - 유튜브  
비교적 전문성이 높음



2위 - 네이버 블로그  
많은 정보를 한 번에 얻기 좋음



3위 - 인스타그램  
광고성 콘텐츠가 너무 많음



## Persona

### ▶ Sub Target

#### 구매 과정

여자친구와 사귀는 지  
100일이 되어  
감각적인 선물을 주고 싶는데  
어떤 걸 선물해야 할지  
고민중이다.

요즘 유행하는 트렌드의  
예쁘고 독특한 디자인 소품  
들을 판매하는 전문 온라인  
소품샵을 찾고 있었다.  
그러던 어느 날,  
유튜브 숏츠 광고를 통해  
“집소문”을 알게 되었다.

그는 “집소문”에서  
“커뮤니티” 카테고리를 통해  
금액별 선물하기 좋은 아이템을  
추천 받을 수 있었고,  
추천 받은 상품을 여자친구에게  
선물하여 기분 좋은 기념일을  
보낼 수 있게 되었다.



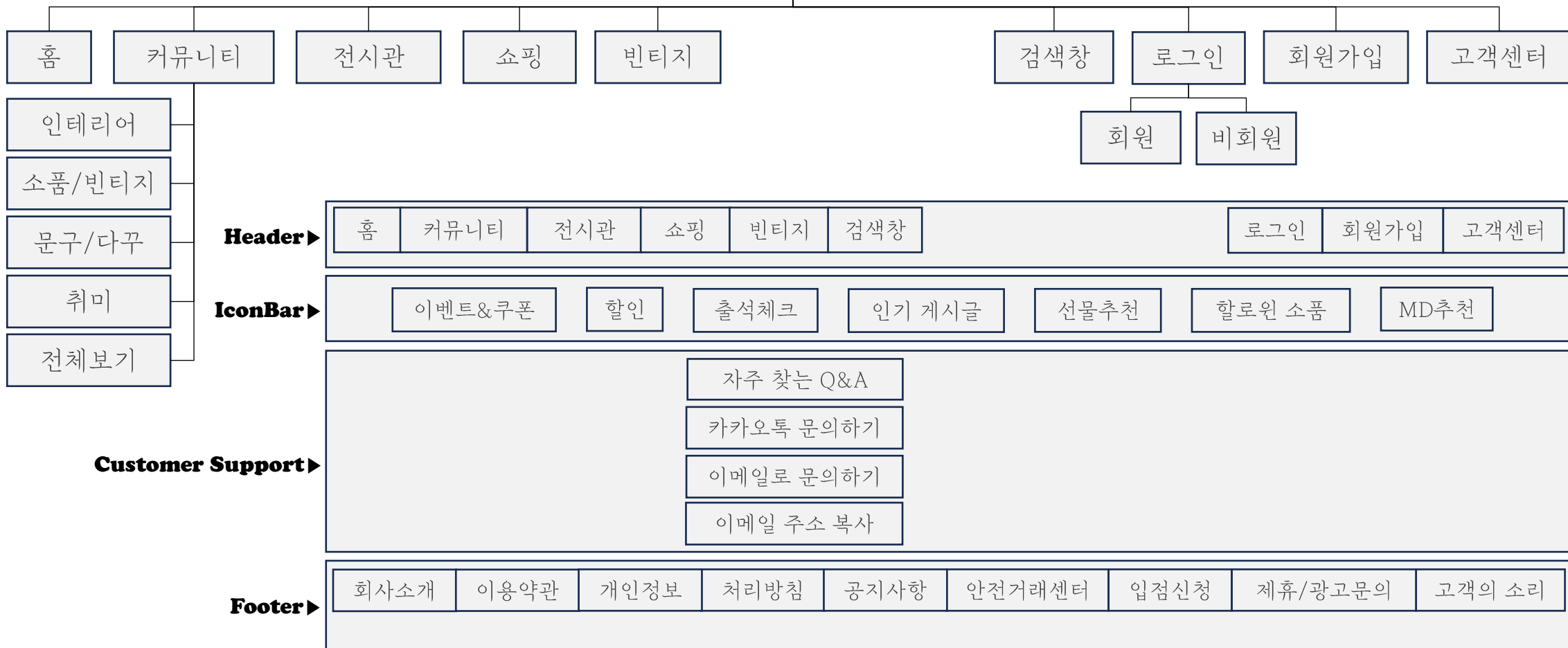
어떤 걸 선물해야 할 지 잘 몰라서 막막했는데 “커뮤니티”에서 상품을 리뷰&추천해줘서 좋았어  
사이트 상단에도 “선물추천” 바로가기가 있어서 선물하기 좋은 상품을 모아서 볼 수 있어서 편리했어!  
애인이 있는 친구들에게도 추천 해주고 싶어 :)

# Site Map



▶ Main Page

집 소 문



## Domain



“집소문”, 따뜻하고 소소한 일상 속의 즐거움



<https://ijikim.github.io/zipsomun.github.io/login-page.html>