

신발 마모도 측정을 통한 AR 기반 신발 광고

CONTENTS

- 01 문제 인식
- 02 문제 정의
- 03 제안 개요
- 04 핵심 차별점
- 05 기술 구성
- 06 전시 시나리오
- 07 기대 효과 및 확장 가능성

문제 인식



기존 광고의 특징

이미지와 영상 중심의 일방적 정보 전달 방식
소비자의 상황이나 맥상이 반영되지 않은 구조



관람자는 광고를
수동적으로 소비

문제 정의

시각적 이미지 중심
단순 노출
보여주는 광고



체험 중심 광고로 변화 및
참여와 몰입을 유도하는
개인화 기반 광고 구조

제안 개요

“신발 마모도 측정을 통한 AR 신발 광고 시스템”

신발 마모도
측정

신발 색상 추천

AR 신발 착화

QR 구매 연결

핵심 차별점

기존 신발 광고

제품 중심

이미지 위주

단발성 노출

선택 강요

제안 시스템

사용자 상태 중심

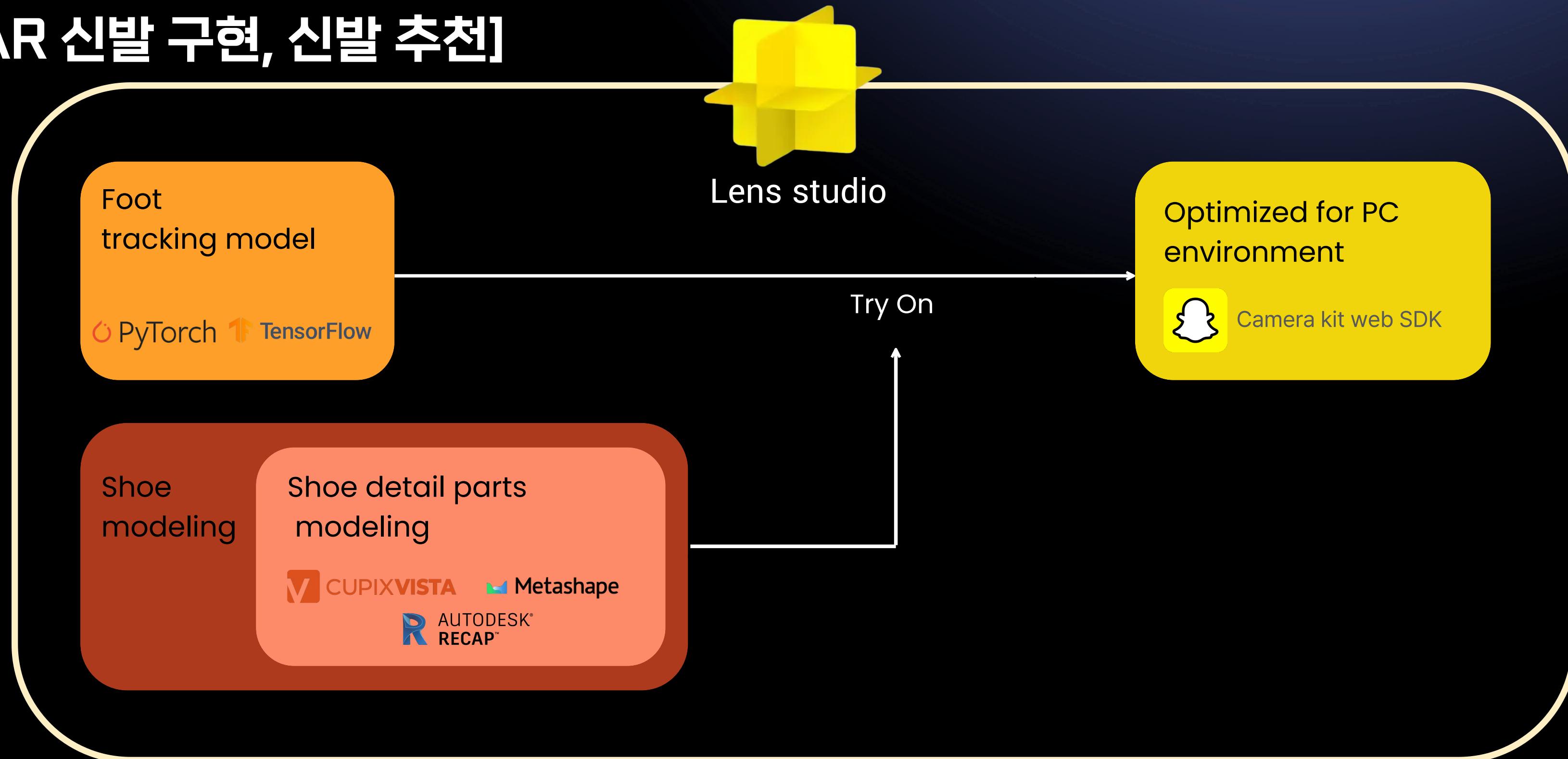
체험 기반

참여형 경험

선택 유도

기술 구성

[AR 신발 구현, 신발 추천]



기술 구성

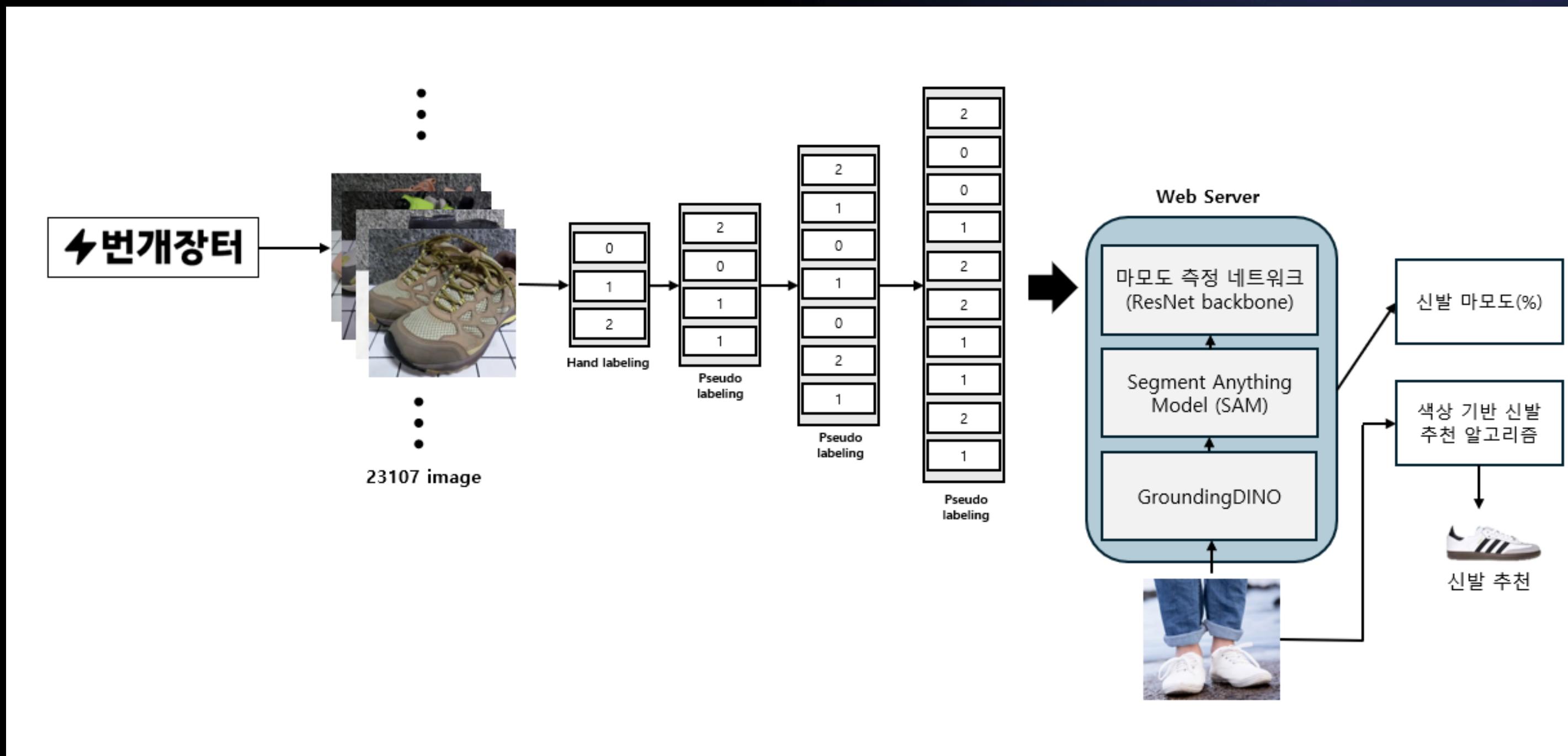
[AR 신발 구현, 신발 추천]



- foot tracking 모델을 Lens studio에 연결해 신발 착용 AR을 제작할 수 있도록 한다
- 신발은 blender를 통해 모델링하며, 폴리곤 수를 줄여 lens studio 내에서 원활하게 움직일 수 있도록 한다.
- Camera kit sdk를 활용해 원래 모바일 환경에서 작동하는 ar프로그램을 웹상에서 작동할 수 있게 전환한다.

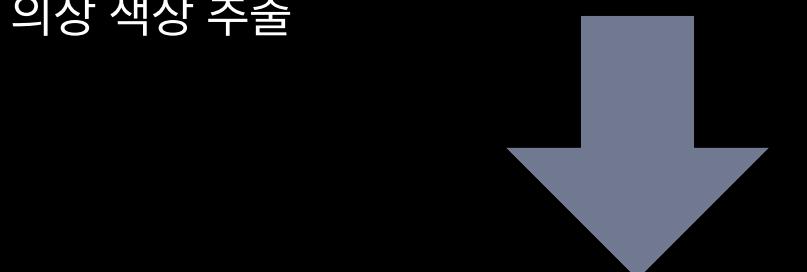
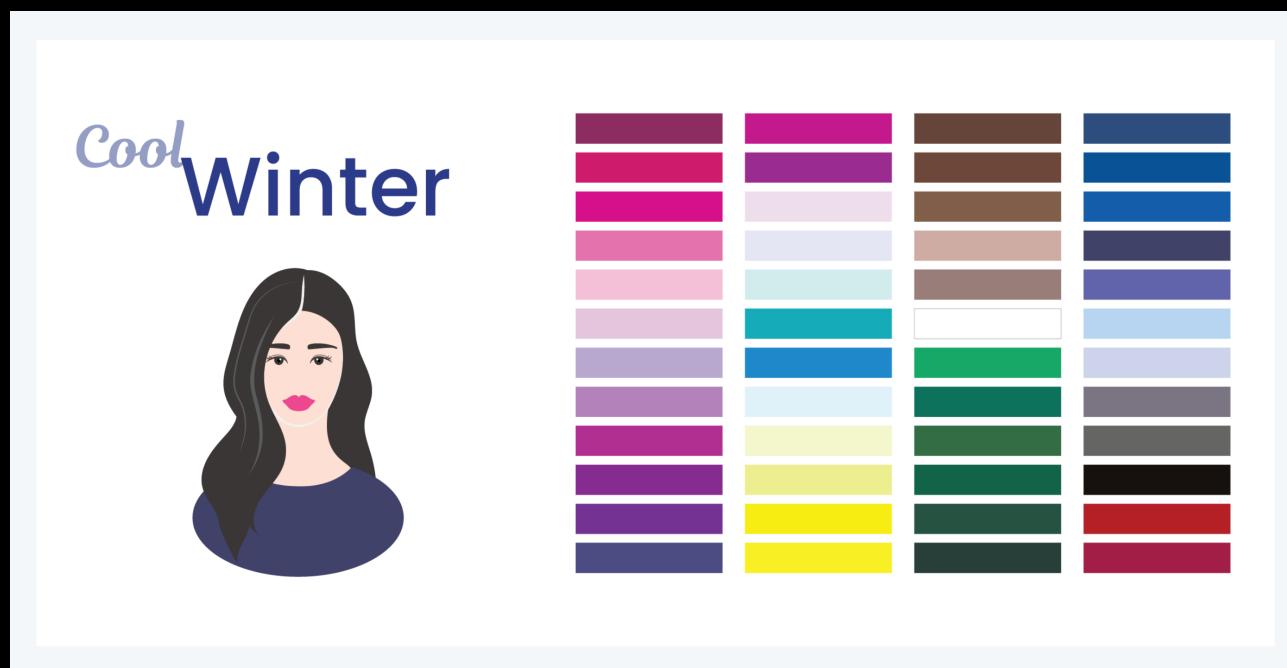
기술 구성

[신발 마모도 측정,, 신발 추천]



기술 구성

[신발 마모도 측정, 신발 추천]



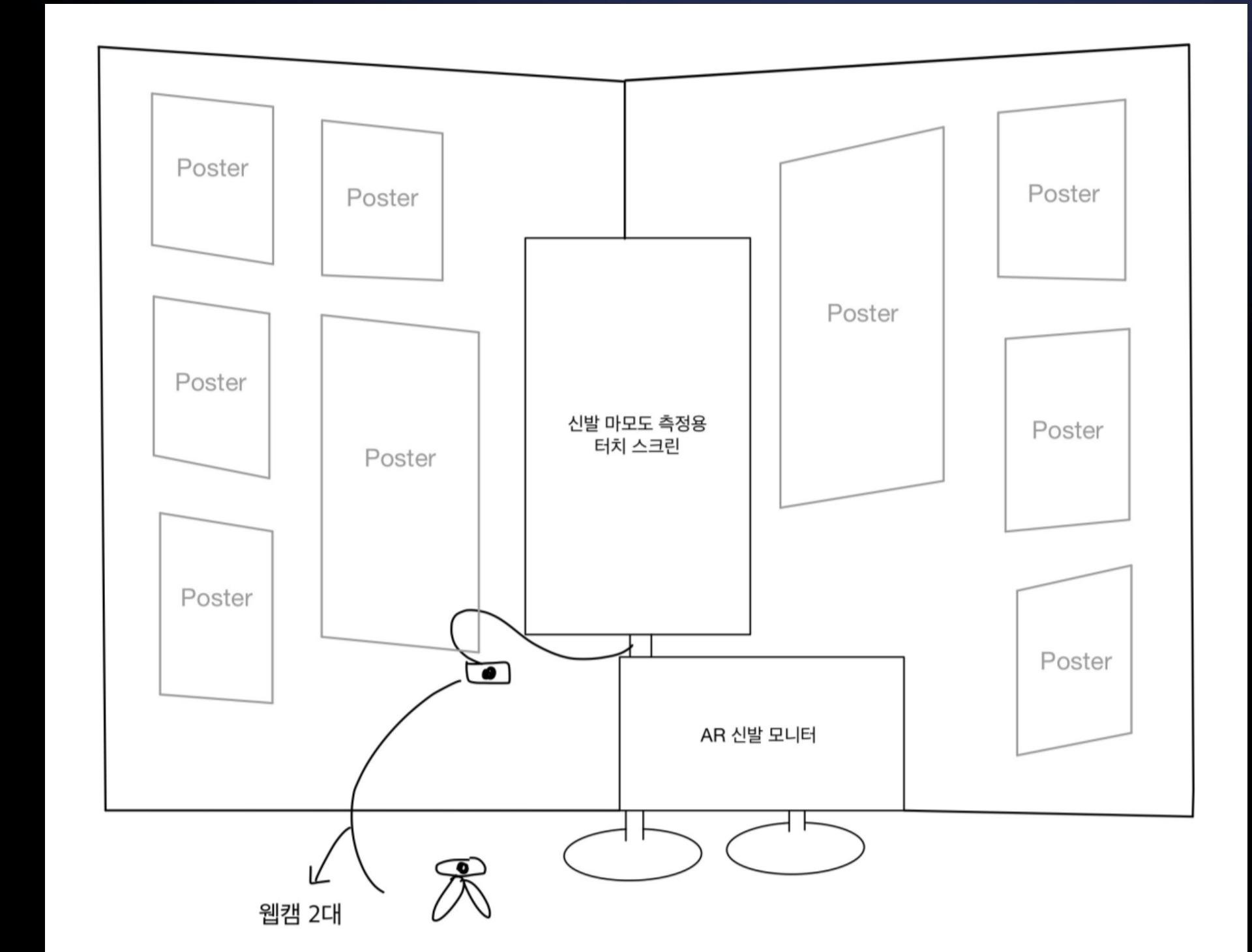
신발 추천

- 중고나라 사이트에서의 중고 신발 이미지와, 사용감 메타 데이터를 함께 자동으로 크롤링
- 해당 데이터를 전처리하여 신발 마모도를 측정하는 모델을 설계하고 학습시킨다.
- 마모도 결과는 사용감 라벨의 출력 확률값을 가중합하여 하나의 마모도 수치(%)로 변환한다.
- 마모도 측정 이후 신발을 추천해주는 알고리즘은 사용자가 입은 옷 기반 색상을 뽑아 이 데이터 기반으로 추천해주는 과정으로 작동한다.

전시 시나리오

브랜드 팝업 체험존 스타일

- 공간 제약 적음
- 반복 체험 가능
- 설치·운영 용이



기대 효과 및 확장 가능성

관람자

체험 → 납득 → 선택

브랜드

- 제품 기억도 상승
- 브랜드 이미지 강화
- 구매 전환 유도

전시

- 체류 시간 증가
- 참여도 높은 팝업 구성

기대 효과 및 확장 가능성

① 개인화 고도화

발등 높이, 착화감, 브랜드별 사이즈 기준 반영 → 개인 신체 정보 기반 정밀한 신발 추천 가능

② AR 착화 신뢰도 강화

추천 결과에 대한 신뢰도 및 설득력 향상 → 실제 구매 결정에 가까운 체험 제공

③ 서비스형 플랫폼으로 확장

- 출시 예정·재입고 신발 AR 체험
- 색상·사이즈 선택 후 사전 예약 연계