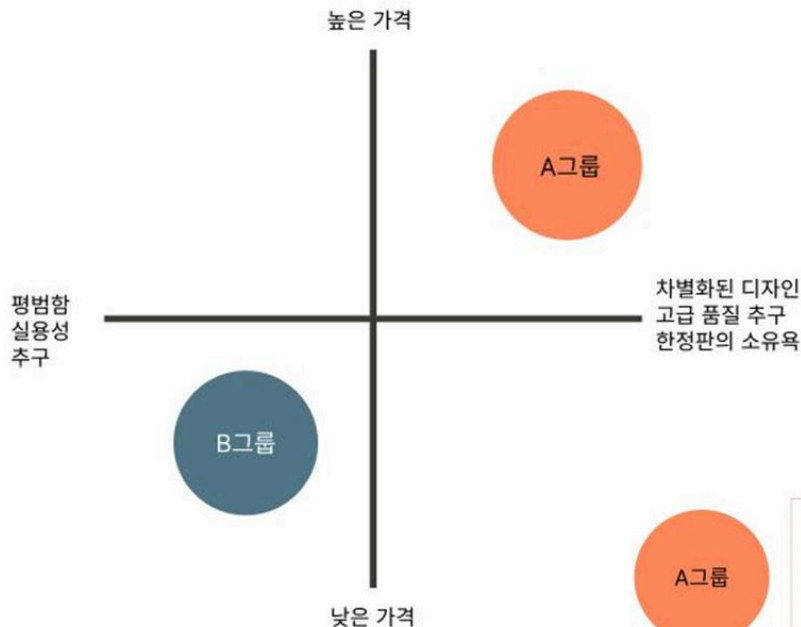


## 아트플랫폼의 사용자분석

물리적 특성	30대 ~ 50대 전문직 및 직장인 으로 구매력을 갖춘 1인가구 및 2인가구
심리적 특성	가성비만을 갖춘 대용량의 중국산 저가 제품에 대한 거부감이 있다. SNS를 통해 자신의 공간이나 취미, 패션 통해 남들보다 뛰어난 감각이나 경제력이 노출되기를 원한다. 단순히 물건을 사는것이 아니라 그 속에서 만족감과 소유에서 행복감을 느낀다.
경험 및 지식	많은 사람들이 소셜 미디어를 통해 자신이 경험한 제품이나 서비스를 공유하고, 이를 통해 다른 소비자들과 그들의 경험을 주고 받는다. 이들은 SNS 에서 하트 나 좋아요 등을 통해 자신의 개성 있는 소비 와 자신이 소유한 제품의 특별함을 인정 받는 경험을 한다. 소득이 남들보다 여유있는 사람들은 좋은 제품을 주로 사용 하고 거기에 따른 만족감을 경험하였다. 이들은 가성비 보다 가심비 즉 만족감을 추구한다.
이용 행태적 특성	아트플랫폼을 이용하는 소비자는 남들과는 좀더 다른 고급스러움과 세련된 제품을 원하고 이를 통해 자신의 고급스러운 취향과 세련됨을 인정받기를 원하는 소득이 중산층 이상이 되는 1인가구 에서 2인가구가 대부분이다. 최근에는 노년에 여유있는 삶을 즐기는 상위 노년층에서 아트플랫폼의 고객층으로 유입되는 현상을 보이며 대형 유통가 에서도 앞다투어 아트를 마케팅에 접목시키고 있다.



1. 자신의 경제력을 과시하고 싶어하는 직장인 이거나 전문직이다
2. 저렴하고 평범한 제품보다는 고급 제품으로 세련되게 자신의 공간을 꾸미고 싶어한다.
3. 선물용으로 구입할 제품은 좀더 고급지고 세련된 상품이어야 한다고 생각한다.
4. 경제적 여유를 나 자신에게 투자 하는 편이다.

1. 가성비를 중요시 여긴다.
2. 저렴하고 집 근처에서 쉽게 구할수 있는 다이소를 선호한다.
3. 자신의 공간이 아직 없다.
4. 경제적 여유가 없는 학생 이거나 주부이다.
5. 직장인 이나 자영업자 이지만 가족에게 들어가야될 비용이 많아 경제적인 여유가 없다.