



디에스트레이딩 투자제안서

디에스트레이딩은 기능성 피트니스웨어 및 라이프스타일 이지웨어 브랜드로, 상품의 디자인, 제작, 유통을 일원화 한 D2C기업입니다.

사업 분야 및 현황

사업자명	디에스트레이딩
브랜드명	애슬리트(ATHLETE)
대표이사	고명섭
사업자등록번호	201-11-77151 (현 개인사업자 법인전환예정)
업종/사업	제조/의류
임직원 수	12명
소재지	경기도 구리시 금강로 6번길 47
설립일자	2007.09.13
자본금	2,000만원
웹사이트	www.athletekorea.com

매출 및 손익

단위(원)

	2019	2020	2021(E)
매출	2,500,474,659	4,617,678,631	5,000,000,000
영업이익	176,601,985	354,401,148	300,000,000

주요 연혁

- 2007 **회사설립** : 캐주얼 의류 및 잡화 제조 및 유통
- 2009 **ATHLETE 브랜드 런칭** (스포츠이너웨어 - 베이스레이어 단품)
동대문 도매사업 진출(~2013년)
- 2011 해외 상표권 취득(미국/중국/호주/캐나다/유럽)
영국 및 호주 스마트 스포츠 수출계약 체결
- 2013 캐주얼패션 사업 종료 및 스포츠 패션 전환
미국 COOVY SPORTS¹ 수출계약 체결
- 2017 **피트니스웨어 런칭 및 자사몰 오픈**
- 2018 롯데 백화점, 현대백화점, 신세계백화점 입점(~2020년)
독일 FIBO 및 중국 ISPO, FIBO, IWF전시회 참가
- 2020 전략적 오프라인 매장 철수
온라인 채널위주의 B2C영업 전개
전년대비 200% 성장

1) 온라인 스포츠웨어 유통업체

고명섭 대표 및 고효섭 COO는 2001년 온라인쇼핑몰 1세대 창업자로 오픈마켓 초기부터 도매업, 봉제공장 운영 등 쇼핑몰 섹터의 전방위적 변천사를 현업에서 보고 겪은 베테랑 사업가입니다.

CEO



“시장 변화에 따른 과감한 결단력으로 온라인 의류 섹터 내 다양한 사업을 경험한 베테랑 CEO ”

- 대표 : 고명섭
- 경력 :
 - 2001. 조은I&S 입사 (종합 온라인 유통)
 - 2004. 인터파크 MD
 - 2004. 에어로 창업 (패션&패션잡화)
 - 2007. 디에스트레이딩 사업자변경 창업
 - 2009. 동대문 도매업 확장
 - 2017. ATHLETE 브랜드 런칭

“빠른 트렌드 파악과 실행력으로 다수의 온라인 판매 성공케이스를 창출한 21년차 온라인 유통 사업가 ”



- 힐리스 벤치마킹 바퀴달린 신발 국내 최초 도입
- 오픈마켓 판매 신기록 달성 (1일 약 2천족)



- 패러디 티셔츠 최초 상품화 출시
- 연간 70 만장 판매



- 국내 최초 스포츠 베이스 레이어 런칭 및 제조 유통 약 100만장 누적판매

COO



“인사조직관리 및 경영실무를 담당하는 핵심 키맨 ”

- 이사 : 고효섭
- 경력 :
 - 2004. 에어로 창업 초창기 멤버
 - 2007. 디에스트레이딩 창업 초창기 멤버
 - 2009. 동대문 도매업 실무
 - 2008. 봉제공장장 역임
 - 2017. ATHLETE 브랜드 런칭

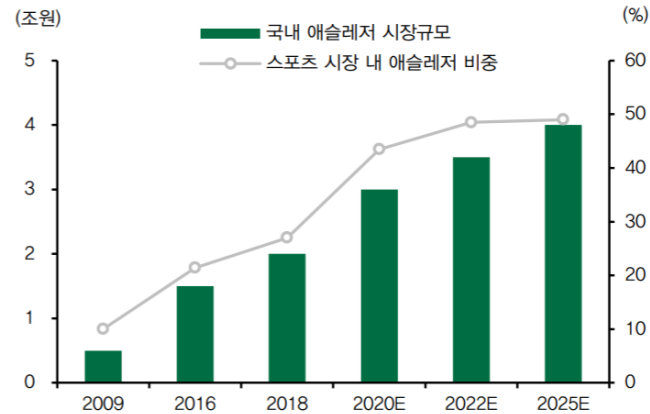
“초기 창업부터 모든 영역의 실무를 책임져온 18년차 온라인 유통 전문가“

- 제품 생산관리 및 재고관리
 - 생산&물류 시스템 일원화 구현으로 인한 인건비 및 고정비 절감
- 직원들의 충성도를 높이는 직원관리 및 교육 담당
 - 평균 근무 연수 5년
- 생산공장 및 거래처 네트워크 관리

로컬 선도 기업들의 경쟁으로 인해 국내 애슬레저 시장은 어느때보다 빠르게 규모가 확장되고 있으며, 소비자 인식의 변화에 따라 애슬레저 브랜드들의 제품 카테고리도 확장되고 있습니다.

애슬레저 시장 규모

국내 애슬레저 시장 규모는 '25년 약 4조원규모로 추정되며 스포츠 시장 내 애슬레저 카테고리 비중은 견고하게 확대되는 추세임¹



국내

북미, 유럽을 중심으로 급성장하였으며, 이후 아시아 태평양 지역을 중심으로 발전하여 '28년 약 549조원에 달할 것으로 예상됨

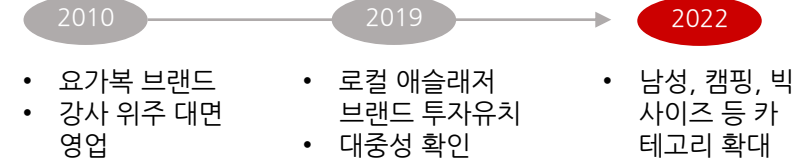
- 팬데믹 이후 애슬레저 주문 약 84% 증가²
- '17년 미국의 레깅스 수입량이 청바지 수입량을 상회³
- 아시아 태평양 지역의 애슬레저 마켓은 '21~'28 10%이상의 CAGR로 성장 할 것으로 추정 됨

해외

애슬레저 시장 트렌드

대중화 단계에 성공적으로 안착하여 여성 위주의 요가, 필라테스 브랜드를 넘어선 남성, 캠핑, 빅사이즈 등의 카테고리로 확대 되고 있음

카테고리 확장



등산 아웃도어가 아닌 MZ세대들의 여행/캠핑 아웃도어 의류 확산
4조원 추정⁴ 캠핑시장 내 캠핑의류 브랜드들의 스트리트 캐주얼 기반 아웃도어 패션 제안 급증

국내 애슬레저 마켓이 성장기에 돌입하며 브랜드 수도 함께 증가함

- '15년~'20년 신규 애슬레저 브랜드 런칭 수는 약 27개에 달함
- 미국, 유럽 기반의 글로벌 브랜드의 아시아 시장 진출 활발

경쟁 심화

비용 증가

경쟁 강화에 따른 마케팅 경쟁, 재고 이슈, 오프라인 유통은 위협요인

- 저효율 마케팅 비 집행에 따른 마진율 하락
- 할인 증가 행사에 따른 출혈경쟁
- 브랜드 이미지 제고를 위한 오프라인 적자 운영

1) 출처 : 한국섬유산업연합회, DB금융투자
 2) 출처 : True Fit, Fashion Genome (17,000개 소매 브랜드의 데이터와 180개의 데이터를 분석 결과)
 3) 미국인구조사국, DB금융투자 보고서
 4) 출처 : 아웃도어진흥원

국내 빅사이즈 의류 마켓 규모는 약 5조원, 글로벌 약 480조원으로 추정되며,
국내외 제한된 애슬레저 브랜드의 진출로 시장점유 가능성이 높은 섹터입니다.

국내외 빅사이즈 시장 규모

국내	한국의 빅사이즈 시장규모는 약 5조원규모 ¹⁾ 로 추정되며, 관련 업체들의 성장이 두드러지는 충성도 높은 틈새시장임		
	ABLY '21년 빅사이즈 상반기 거래액 전년대비 1,067% 성장	09WOMEN '20년 매출액 327억원 상장추진 중	
해외	HOTPING '20년 매출액 650억원	Jstyle '20년 매출액 265억원	4XR '20년 매출액 160억원
	미국 빅사이즈 의류 시장규모는 '21년 약100조원 ²⁾ 으로, 수요 대비 공급이 턱없이 부족해 수출 매출 확대 가능성이 높음		
해외	• 일반 사이즈의 경우 서구권과 동아시아권의 체형이 달라 수출용 상품은 별도 제작 필요 • 반면 빅사이즈 상품의 경우 국내 제품 그대로의 수출 가능 • 스포츠웨어는 해외 빅사이즈 의류시장내 가장 빠른 성장 카테고리 리로 '27년까지 6.4%의 CAGR로 성장 전망 됨 • 아마존 미국 본사에서 당사에 직접 컨택하여 빅사이즈 의류 판매 를 제안할 정도로 수요가 높은 섹터		

빅사이즈 소비자 Pain point

구매처 부재	빅사이즈 취급 전문 스포츠 의류 브랜드의 부재	
	• 현존하는 국내 스포츠 브랜드의 빅사이즈는 2XL에 한함 • 해외 스포츠 브랜드의 빅사이즈도 종류와 사이즈에 제한이 많음 - 일반사이즈 의류의 사이즈 편차와 패턴 디자인과는 별도로 작업 필요	
다양한 니즈	“일반 사이즈 대비 고가임에도 현존 브랜드의 충성고객 전환율이 높음”	
	일반 사이즈 고객과는 다른 니즈에 대한 충족이 어려움 빅사이즈 고객의 의류 소비 패턴	
다양한 니즈	• 허리밴드의 말림 현상이 없는 제품을 선호 • 착용이 편해야지만 구매 고려 • 몸매를 잡아주지 않는 옷은 구매대상에서 제함	

1) 출처 : 자체추정, 미국 시장 대비 약 1/20 적용
2) 출처 : 토리드 데이터, Economy Chosun 기사 인용

국내외 유일하게 빅사이즈 애슬레저 의류를 생산, 유통하고 있으며
빅사이즈 고객의 니즈를 세심하게 반영한 제품으로 재구매율 70%를 달성, 유지하고 있습니다.

빅사이즈 취급 스포츠/애슬레저 브랜드 현황

로컬 브랜드는 빅사이즈를 취급하지 않으며,
당사 외 거대 글로벌 스포츠 전문 브랜드만이 소수의 빅사이즈 제품 취급



빅사이즈 취급 스포츠/애슬레저 브랜드 현황

빅사이즈 고객의 세심한 니즈를 반영한 제품을 생산하여
높은 고객만족도와 충성도를 실현함



하의 제품 사이즈별 판매량

Size	판매수량	비중%	전체%
S	8,635	12%	59%
M	14,496	19%	
L	11,647	16%	
XL	8,368	12%	
2XL	12,568	17%	41%
3XL	8,375	12%	
4XL	8,423	12%	

상의 제품 사이즈별 판매량

Size	판매수량	%	전체%
S	11,880	10%	70%
M	28,661	23%	
L	17,897	15%	
XL	26,567	22%	
2XL	12,432	11%	30%
3XL	13,600	11%	
4XL	9,069	8%	

1) 자체데이터, 최근 1년간 전체 제품 중 빅사이즈와 일반사이즈 동시 보유 제품의 사이즈별 판매량 데이터 추출

고객 니즈 100% 반영한 빅사이즈 제품으로 충성도 높은 재구매율과 팬덤이 생성되고 있습니다.

플러스 사이즈 레깅스 입어 본 것 중 가장 가격대비 질이 좋았어요. 처음 여름에 혹시 작을까봐 제일 큰 걸로 입었는데....크더군요...맞는 사이즈 찾아보려고 서로 다른 사이즈로 구매했는데 맞는 사이즈 찾아서 좋네요. 요즘처럼 추울때 거의 피부처럼 입고 있어요. ㅎㅎㅎ

드더 저에게 맞는 사이즈를 찾았어요 ㅎㅎㅎ

겁나 강추합니다. 배부부이 조금 헐거워서 저는 3XL 해도 될거 같습니다. 다른 색상도 한달 후나 보고 사려고요 ㅠ 와 ㅠ 감동했어요... 제 사이즈에 맞는 레깅스가 잘 없는데 ㅠㅠ 나이키꺼 입다가 이거 입으니까 살거 같아요 ㅠㅠ 제 다리가 짧아서 좀 기장이 길지만 그거는 그냥 양말 겹쳐서 신어버리면 되니깐 여... 상관없어요. 요즘 마스크 끼고 항상 운동 하는데 내일 기다려집니다. 다이어터분들 화이팅~~



얇이 이거 외 않사? 😊

운동할때 좀 더 본격적으로 하고 싶어서 샀어요.
일단 제 사이즈에 이정도 가격..?
없어요.

무조건 질렀습니당.

사이즈가 좀 긴가 민가하더라구요

허리 36-38인데 모델분 치수랑 비교해보니 모델분이 2XL입으셨길래 같은 사이즈 시켰더니 곳곳 잘 늘어납니다. 허리도 길게 올라와서 좋구요 😊
다들 튼튼해집시다



정착한 레깅스입니다.
이제 어디안갈꺼예요

워낙 타고난 하체비만에 뱃살도 많아서 뭘입든지 작거나 겨우겨우 끼입어도 뱃살에 밴딩부분이 밀려서 운동하기가 오히려 힘들었는데 이거 진짜 편해요 ㅠㅠ 사이도 좋고 또 재질도 좋아서 오랫동안 입을 수 있을꺼 같아요 사이즈는 한사이즈 작게 샀어도 될꺼 같아요 컬러별로 쟁여놓고 싶은 필수템입니다



타사이트에서 제몸통아리사이즈에 평소 옷 사이즈감안해서 4XL주문했다가 배쪽이 흘러내려서 실패ㅠ.
여기선 모델분 참고하여 사이즈 혹시나하구 작게2XL로주문했는데 두장다 성공!!일단 움직일때 안흘러내리구 딱! 잡아준다할까..ㅋ
저처럼 뚱뚱인데 하체가 더 심한사람두 입을수있어요. 참고로 뱃살두 모델분보다 많답니다..^^;ㅠㅠ
이거입고 홈심 운동할꺼임~~~

빅사이즈 레깅스 ㅠㅠ 늘 불만족 었어요
같이 다이어트 하는분에게 추천 받고 구매
와 세상 편한 레깅스 입니다~~~
시원하구요
또 구매 하려구요
짱짱하고 편해요 구매하세요 두번~세번 구매하세요~~#애슬리트

고객니즈 100% 반영한 빅사이즈 제품으로 충성도 높은 재구매율과 팬덤이 생성되고 있습니다.

다이어트하려고 주문했습니다. 오자마자 바로 입어보았는데 탄력있구 존존해여 특히 다른레깅스는 y존이 커버가 안됐는데 이레깅스는 y존이 커버가되어 완

전 좋았습니다.

똥똥한사람은 바지나레깅스를 입으면 y존에 많이 민감하거든요

그리고 숨쉬는것두 편해요!!

개인적으로 완전 만족이에요 운동하고하면 레깅스가 더필요할수있는데 담에도 살까 생각중입니다. #애슬리트 #운동복 #스포츠웨어 #레깅스

90킬로인데 2엑스라지 넉넉해요!

진짜 임신부 풀바지보다 더 배를 감싸주고옹
깍붙는데 불편함없어요!

80킬로대는 엑스라지도 좋을듯

광고같아서 망설이다 구입했는데 ㄱㄱㄱㄱ맞ㄱㄱ진짜좋은
겨울꺼도 기다렸다 사야게쓰여



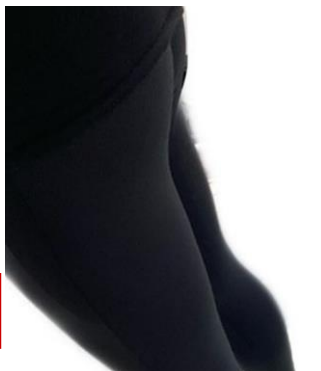
반신반의하다가 고민끝에 구매했어요
사이즈 고민도 겁나게 했구요 딱 맞게 주문했네요
생각보다 두툼한데 덜지는 않아요

그리고 복부 말림이 없어요 항상 복부말림때문에 고생했는데
완전 신세계네요 여기저기 강추하고 있어요
추천해도 욕 안먹을정도입니다

워낙 타고난 하체비만에 뺏살도 많아서 월입든지

작거나 겨우겨우 끼입어도 뺏살에 밴딩부분이 밀려서
운동하기가 오히려 힘들었는데 이거 진짜 편해요 ㅏㅏ

사이즈 좋고 또 재질도 좋아서 오랫동안 입을 수 있을꺼같아요
사이즈는 한사이즈 작게 샀어도 될꺼같아요
컬러별로 쟁여놓고 싶은 필수템입니다



구입사이즈 선택 목록에 3XL까지밖에 안뜨네요

실제 구매 사이즈는 4XL입니당

키도 크고 체격도 커서 사실 맞을까 안맞을까 걱정을 많이 하면서 시켰는데요~

아주 작 맞고 길이도 좋아요^^

신축성 자체가 진짜 끝판왕이여서 체격이나 길이를 고민하시면 걱정없이 시키셔도 될거같아용
너무 편해요! 전체적으로 잘 잡아주지만 아주 불편하거나 답답하거나 그런건 전혀없어요 ㅎㅎ
운동복은 애슬리트로 정착!!
Y존 부각 1도 없습니당

다들 구입하셔서 예쁜 핏 누리세용 ㅎㅎ

*제 몸에 불편함이 없이 맞았어요

저보다 체격이 덜하신 분들은 4XL는 안사시는게 좋을듯하네여

제 몸에 넘 편해용 ㅎㅎ

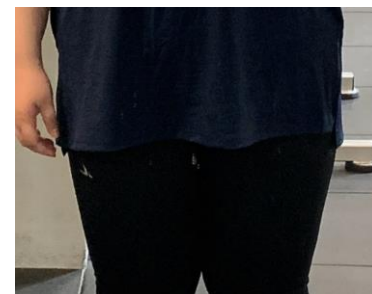
저는 처음 레깅스를 신어봐서 다른 곳 레깅스와의 차이점은 모르겠지만,이 레깅스는 저의 "레깅스는 불편하다"는 고정관념을 깨 주는 레깅스입니다. 착용하면

편하지만 적당히 잡아주는 것이 너무 좋아요! 그리고 한시간동안 걸어도 허리 밴딩 말려서 안내려가요!




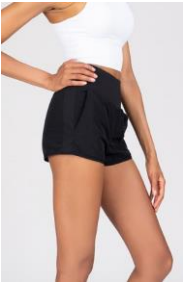
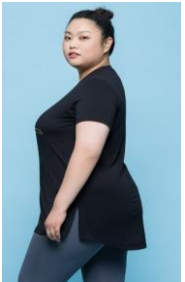

세상 편한 레깅스를 만났네요. 인터넷으로 구매한 레깅스만 박스로 두박스는 넘게 나옴. . 그중에 가장 고급스럽고 견고하고 착용감 좋아요. 완전 대박입

니다. 허리까지 잘 잡아주고 흘러내리지도 않으면서 . . 암튼 최고입니다. 이번엔 기모로 사보려고요 ㅎㅎ

젝스믹스, 안다르 입어봤는데 저에게는 너무 조여서 다리저림과 밴드가 자주 흘러내리는~^^;; 1번가에서 애슬리트 확인하고 들어옴~ 하복부비만입니다~ 밴드는 확실히 흘러내리지않아요~ 탄력이좋아 꼬이지도않아 좋아요~ 블랙이없어 네이비구입~ 기장이 길어 조금 줄였어요~ 8.5부도 있었을 좋겠어요~ 키작녀입니다~ 2XL로 바꿔보려 합니다
~ 겨울이라 기모도있던데 재구매하러 갑니다~



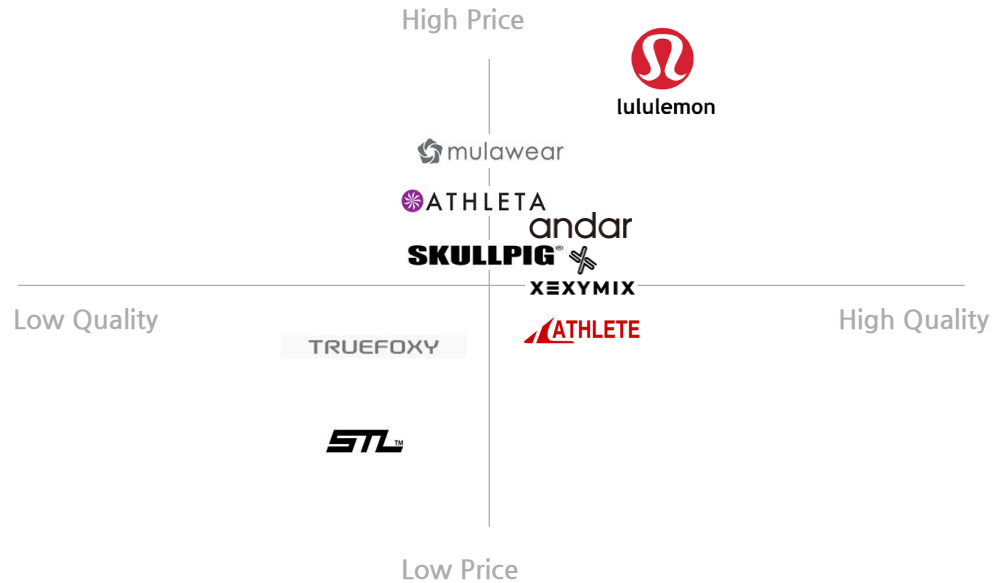
30대 여성을 메인 타겟하고 있으며, 빅사이즈 카테고리에서 전체 매출의 약 30%의 매출이 발생하고 있습니다.

카테고리 분류	일반사이즈						빅사이즈		
	아우터	트레이닝 /조거팬츠	티셔츠 /나시	스포츠브라 /탱크탑	레깅스	5부 /반바지	스포츠브라 /탱크탑	티셔츠 /나시	레깅스
									
선호연령	20~30대	20~30대	20~40대	구분없음	구분없음	구분없음	구분없음	구분없음	구분없음
SKU	200여개	200여개	800여개	600여개	500여개	100여개	100여개	150여개	100여개
마진	60%	65%	65%	65%	50%	70%	75%	75%	75%
매출 비중	동절기 한정 30%~40%	10%	15%	15%	30%	하절기 한정 15%~20%	10%	5%	15%
비고	최신 라이프스타일 트레이닝복 트렌드반영 생산		롱티 주문건수 기준 판매순위 1위		에어라이즈 레깅스 상품 누적 50만장 판매		빅사이즈 제품군 재구매율 70%		

ATHLETE는 빅사이즈 컨슈머를 포함한 20~40대 여성을 타겟으로 한 애슬레저 브랜드로
기능성 피트니스웨어와 라이프스타일 이지웨어를 생산, 판매하고 있습니다.

포지셔닝

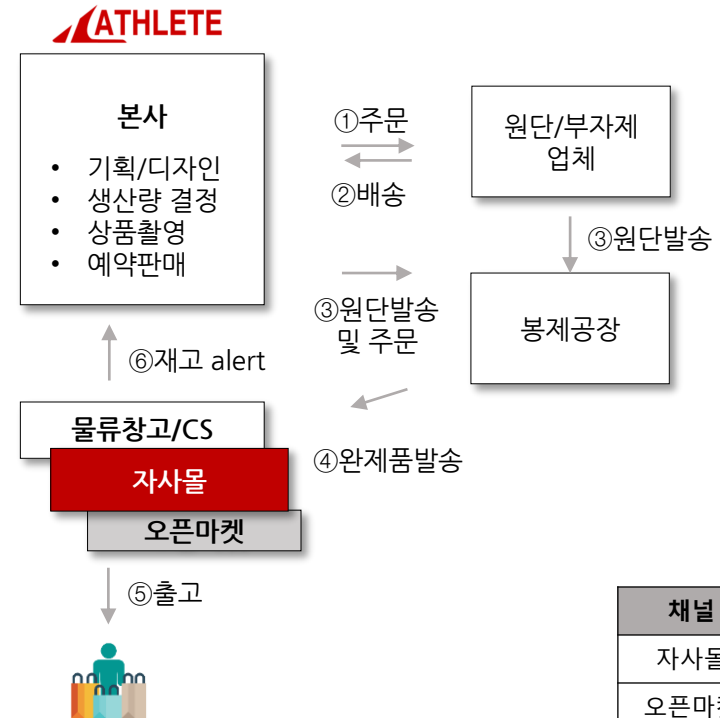
로컬 애슬레저 브랜드 대비 저가 시장을 공략하되 원가절감 노하우를 통하여
타브랜드 대비 우수한 원단의 가성비 좋은 제품을 생산 판매 함



스포츠웨어 브랜드 내 유일한 문화체육부 지정 우수체육용품 생산업체 선정

생산 판매 프로세스

원단/부자재 공급처로부터 원재료를 매입하여 OEM제작 후
자사몰을 위주로 B2C로 판매 함

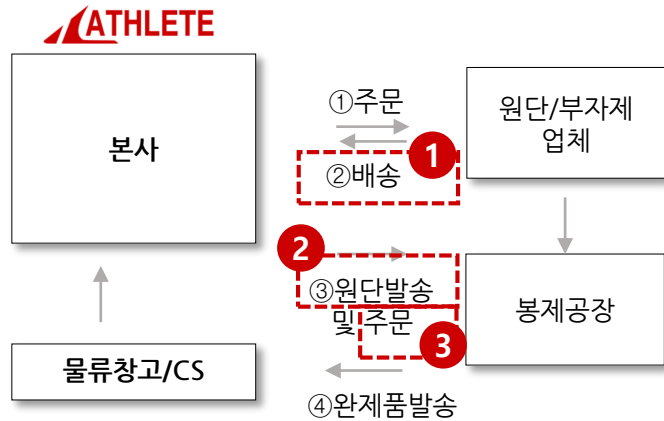


채널	매출비중
자사몰	95%
오픈마켓	5%

온라인 유통 총21년 경력, 동대문 도매, 봉제공장 12년 운영 경험을 통한 의류 생산/제조의 깊은 이해도로
타사대비 철저한 원가관리, 비용절감 및 빠른 상품개발이 가능합니다.

원가절감 포인트

경쟁이 심화되는 시장 내 원가절감은 생존의 필수 요소로 부각되고 있으며,
회사는 원단업체 및 공장운영에 대한 깊은 이해로 적극적인 원가절감 추진 중



- 1 1차 원단 및 부자재의 낭비 제거 - 생산에 필요한 원단을 직접 봉제공장에 발송
- 2 2차 공장내 원단/부자재 낭비 제거 - 난단이 발생하지 않도록 봉제 주문 수량 조절
- 3 제조비용 조율- 공장의 수율을 높여 수익최적화에 맞춰 오더

레깅스 제작비용 업계 최저

- A 사 : 3,000원
- 당사 : 2,500원

적은 물량으로도 경쟁사 대비 **약17% 절감**

고정비 절감 포인트

업무 효율 극대화 및 유연한 조직관리로 유사 매출 발생 기업 대비
최대 절반 수준의 인원으로 동일한 매출 발생

ATHLETE	vs.	매출 유사 동종업체
<ul style="list-style-type: none"> 물류&CS&생산 : 7명 의상디자인 : 2명 웹디자인 : 2명 경영지원 1명 	12명	<ul style="list-style-type: none"> 물류 : x명 CS : x명 생산 : x명 의상디자인 : x명 웹디자인 : x명 경영지원 x명
		25명

상품 개발

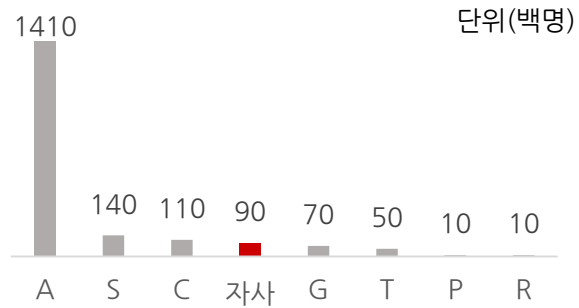
원단, 편직 및 염색에 대한 이해뿐만 아니라 원부자재 전반적인 생산능력 보유 및 공장 네트워크를 보유하여 마켓 트렌드에 따른 발 빠른 상품 개발 대응이 가능 함

- 패션잡화 온라인 유통기업에서 패션의류, 스포츠웨어에 이르기까지 다양한 경험 축적
- 원단 소재, 부자재 개발 및 업그레이드 가능
- 의류 외 소품/잡화 등의 개발 위한 금형, 사출, 성형 등의 노하우 및 지식 보유
- 봉제, 심리스 가공 등의 의류 생산 관련 지식 보유
- 오랜 신뢰와 관계로 쌓아온 하청 생산공장 네트워크 보유

국내 온라인 쇼핑몰 광고 변천사의 산증인으로, 대표가 광고대행사, 마케터 대비 뛰어난 ROAS창출 역량 보유하여
저가 정책하에서도 흑자경영을 지속 중 입니다.

마케팅 현황

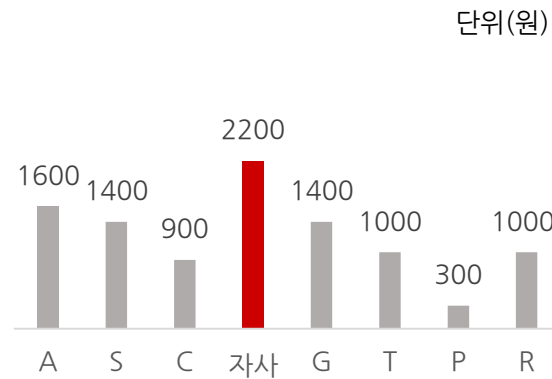
1일 평균 방문자*



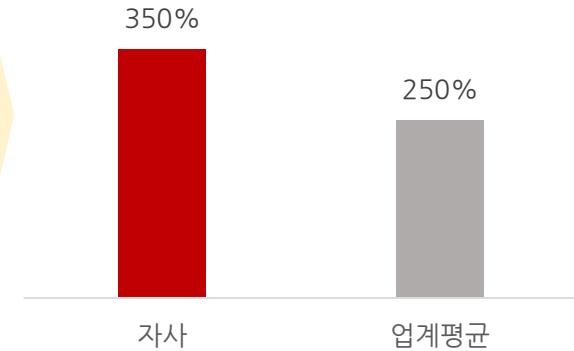
1일 평균 매출액*



방문자 1인당 매출액*

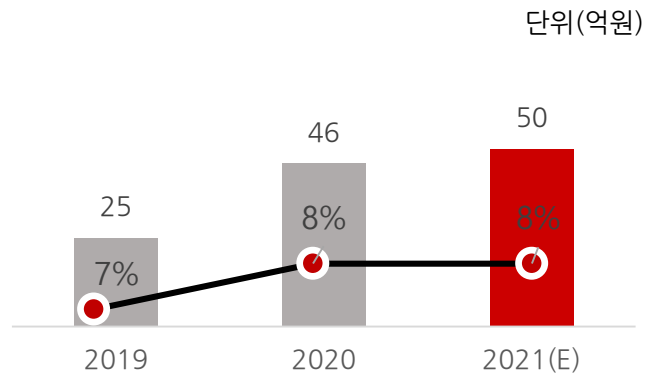


SNS마케팅 평균 ROAS (광고비 대비 매출효율)

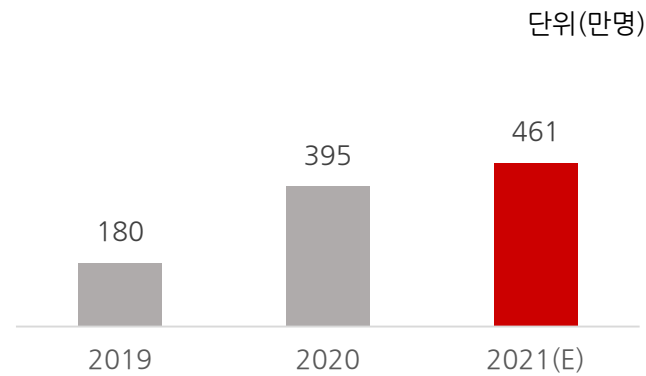


'21년에는 매출 약 50억원, 영업이익 3억원을 달성하였습니다.
30~40대 고객 매출 비중이 약 70% 차지하여 높은 평균 객단가를 유지하고 있습니다.

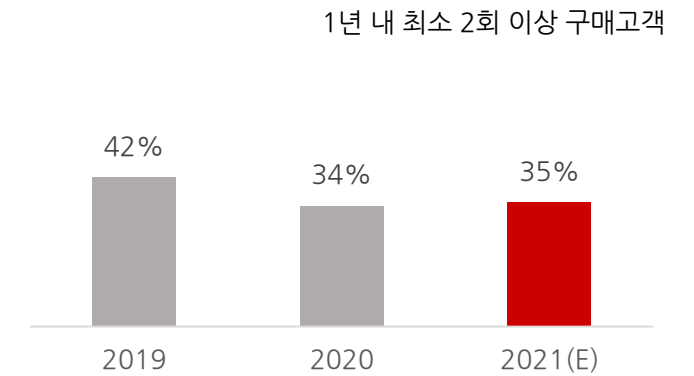
연도별 매출 및 영업이익률 추이



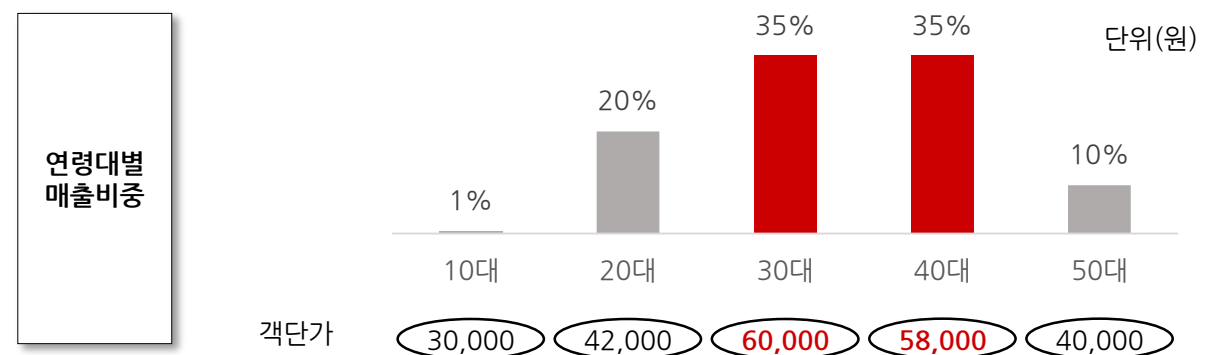
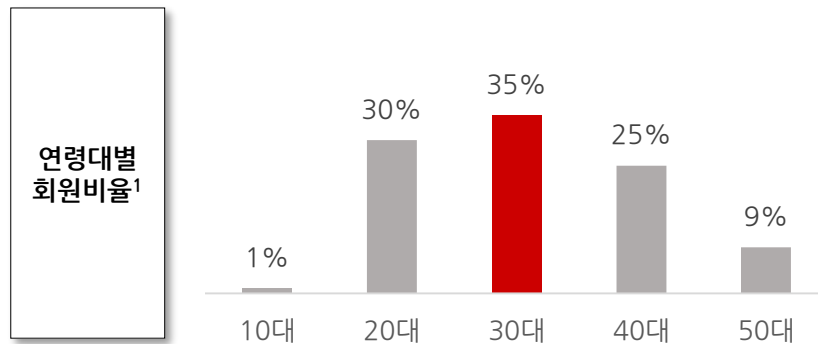
연간 방문자수 추이



자사물 재구매율 추이

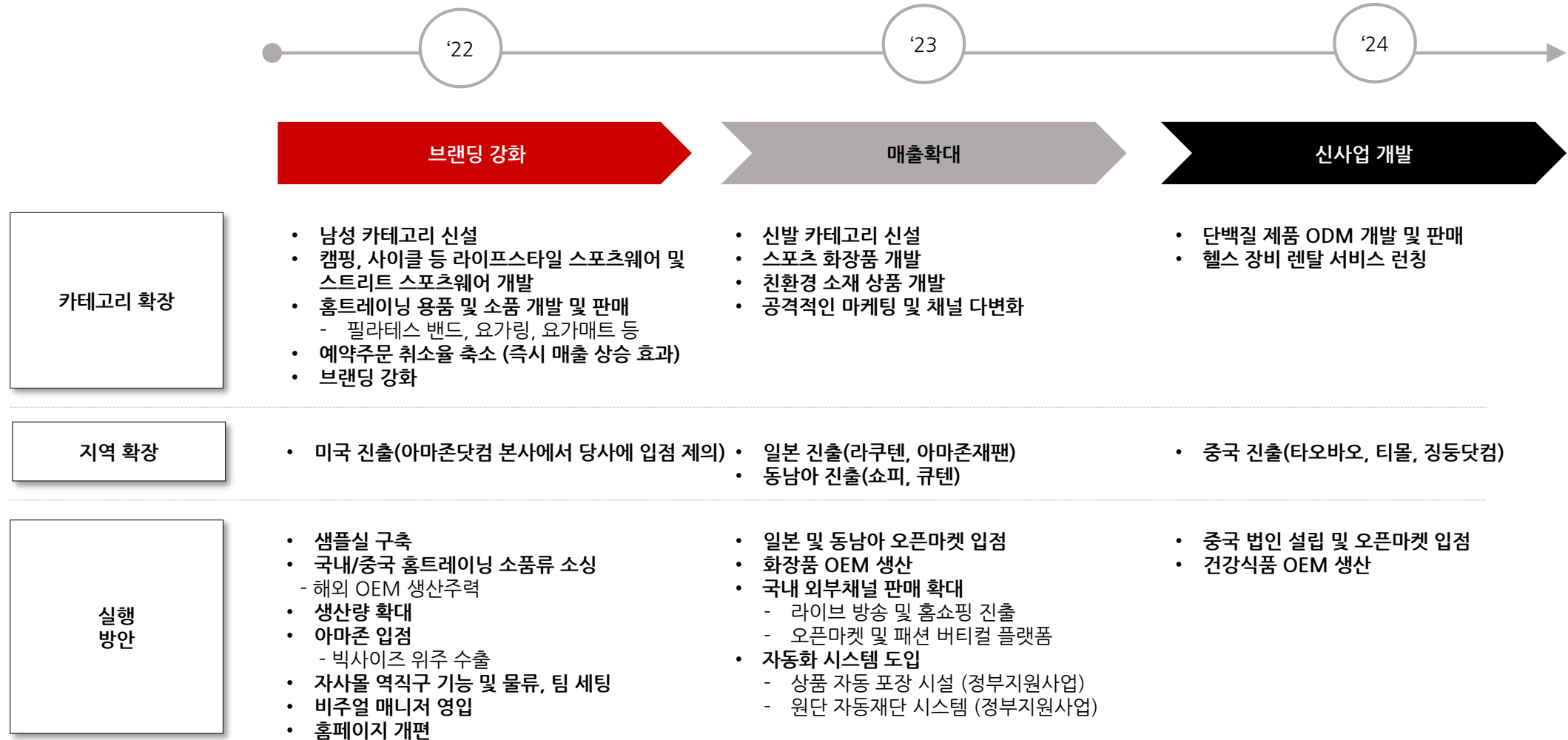


고객 분석



1) 전체 가입회원 중 회원 가입 시 연령 기입 고객 데이터

브랜딩 강화, 카테고리 확대 및 해외 마켓 진출을 통해 글로벌 토탈 스포츠 브랜드로 성장하고자 합니다.



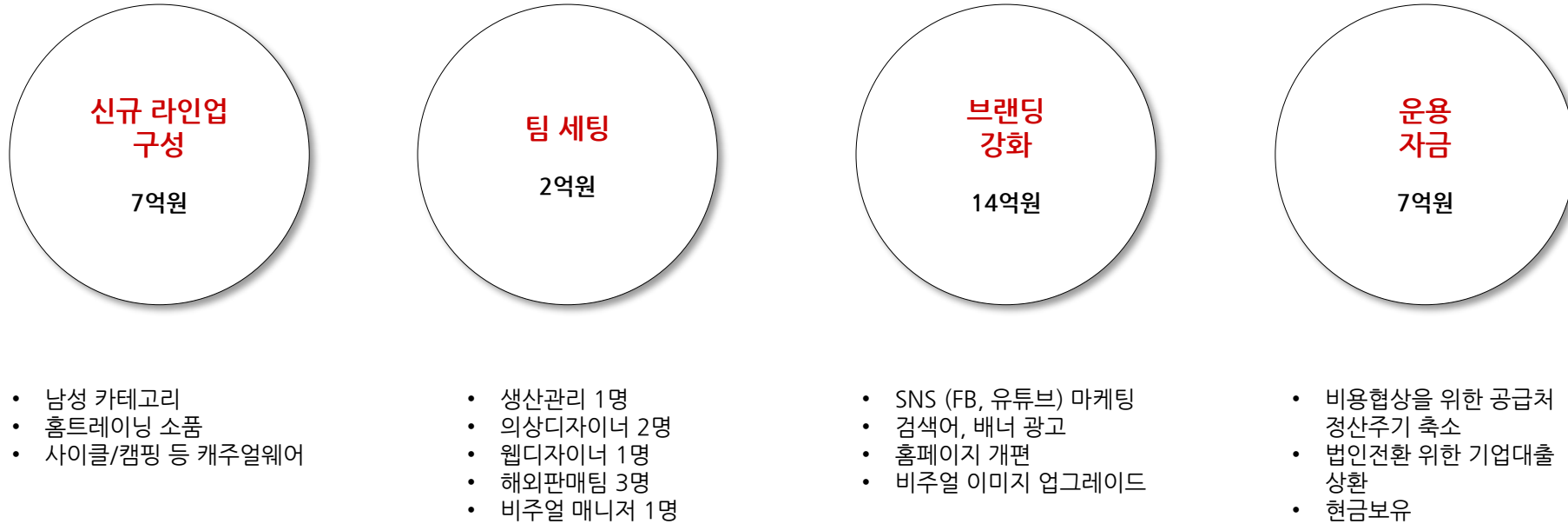
'22년에는 매출 105억원, '24년에는 매출 600억원, 영업이익 80억원을 달성하고자 합니다.

관리지표	2021	2022	2023	2024
I. 매출액	50억원	105억원	300억원	600억원
성장률%	-	210%	285%	200%
- 국내매출	50억원	100억원	250억원	500억원
매출대비 %	99%	95%	83%	83%
- 해외매출	3백만원	5억원	50억원	100억원
II. 매출원가	33억원	67억원	186억원	366억원
매출대비 %	67%	64%	62%	61%
III. 매출총이익	17억원	38억원	114억원	234억원
매출대비 %	32%	36%	38%	39%
IV. 판매비와관리비	14억	34억원	99억원	153억원
매출대비 %	22%	37%	33%	26%
- 광고선전비	7억원	16억원	54억원	70억원
- 인건비	3억원	5억원	10억원	15억원
- 그 외 항목	4억원	13억원	35억원	68억원
V. 영업손익	3억원	3억원	15억	80억원
매출대비 %	8%	3%	5%	13%

관리지표	2021	2022	2023	2024
임직원수(명)	12	22	34	41

디에스트레이딩은 상품 라인업확대, 브랜딩 강화 및 팀 세팅을 위하여 Series A 30억원을 유치하고 있습니다.

투자금 용처



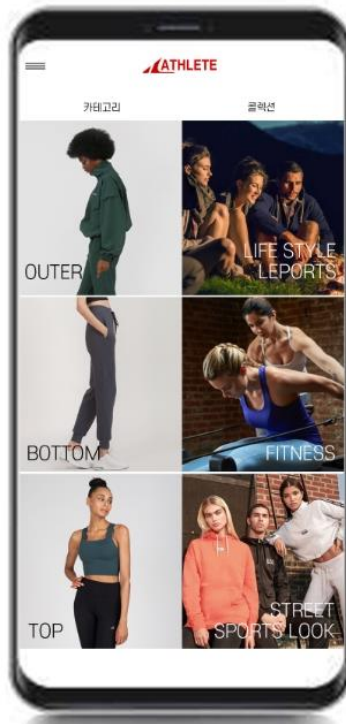
투자유치 이후 직관적이면서도 감성적인 UI로 웹사이트 2.0 런칭을 통하여 ATHLETE의 이미지 제고와 브랜딩을 강화 할 것입니다.



일상적이지만 감성적이고 고급스러운 룩북 제안을 통해
고급 이미지의 브랜딩 포지션으로 업그레이드 계획

- 감성적이고 내추럴한 캐주얼 스포츠 이미지 화보 촬영을 통한 비주얼 업그레이드
- 화보이미지의 화면 터치 시 이미지 상의 모델에 제품링크 태그기능 탑재하여 UI개선 및 구매 전환율 극대화
- 화보페이지 상 장바구니 담기 기능 및 상세페이지 링크를 탑재하여 고객 편의성 제고

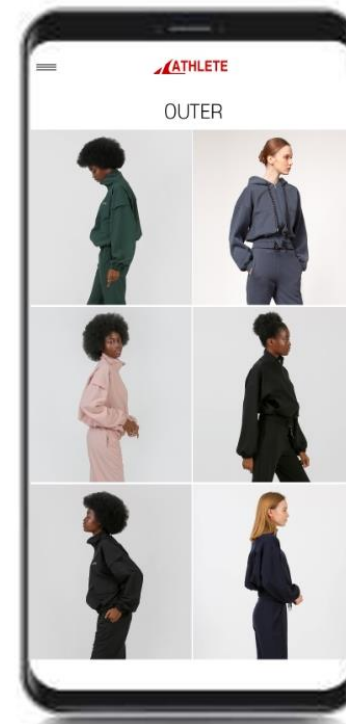
모바일 2.0버전 역시 심플함과 고급화 브랜딩 각인을 위한 이미지 위주의 UI로 개선 예정입니다.



메인 화면

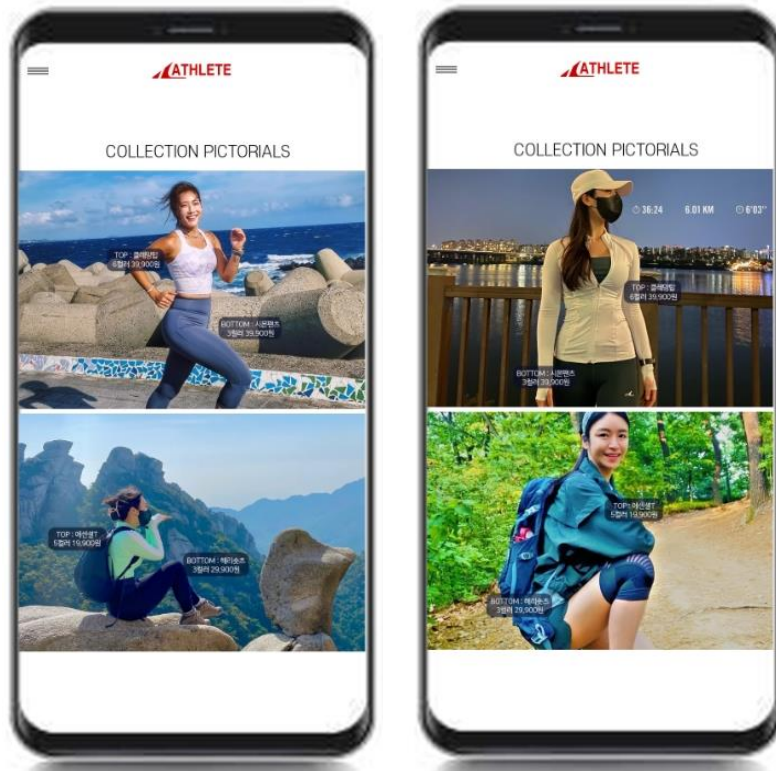


컬렉션 화보



카테고리

SNS 인플루언서 및 일반인 모델을 적극 활용하여 소비자들에게 친숙함과 진정성으로 다가가
고객 충성도를 높이고 견고한 팬덤을 형성하고자 합니다.



컬렉션 화보

평범하지만 영향력 있는, 다양하지만 모두 아름다운 일반인을 통하여
자연스러움의 브랜딩 구축

- 당사와 오랜 기간 유대관계를 다져온 50명 가량의 SNS 인플루언서들을 적극 활용하여 친근
감 있고 느낌 있으면서도 내추럴한 화보 연출
- 현 고객 중 충성도가 높고 SNS 활용도가 많은 고객을 일반인 모델로 채용하여 바이럴 효과
기대
- 다양한 사이즈의 모델, 개성 있는 일반인 모델을 통해 획일화된 아름다움보다 개성을 추구하
는 MZ세대의 요구에 발맞춰 부합 하는 브랜딩 계획
- 저비용 고효율의 효과 기대 (모델비 획기적 절감 가능)



감사합니다.

대표 고명섭
Mobile. 010-9121-8546
Email. lifeall@naver.com