

리움_홈페이지 기획안

2025년 12월 6일 토요일 오후 1:12

[웹기획서] 주식회사 리움(RIUM) 통합 웹사이트 및 SCM 구축

작성일: 2025. 12. 06

작성자: 김두권

프로젝트명: 리움 공식 홈페이지 및 파트너사 전용 견적/발주 시스템 구축

1. 프로젝트 개요 (Overview)

1.1 구축 목적

- 기업 브랜딩 강화:** '대한민국 유통 평생 파트너사'로서의 신뢰도 제고 및 온/오프라인 유통 포트폴리오 홍보.
- 영업 지원 시스템화:** 엑셀 기반의 수기 견적 작업을 시스템화하여 파트너사의 영업 활동 지원.
- SCM 효율화:** '제안 → 견적 네고 → 수주' 프로세스를 자동화하여 관리 업무 효율성 증대.

1.2 구축 목표

- 일반 방문자에게는 신뢰할 수 있는 유통 벤더로서의 이미지 전달.
- 협력사(파트너)에게는 편리한 제안서 작성 및 발주 도구 제공.

2. 사이트 구조 (Information Architecture)

웹사이트는 접근 권한에 따라 **Front (일반 사용자)**와 **Partner/Admin (회원 전용)** 영역으로 구분됩니다.

2.1 사이트맵 (Sitemap)

구분	1 Depth (대 메뉴)	2 Depth (상세메뉴)	주요 기능
Front (공용)	COMPANY	기업소개, CEO인사말, 연혁, 오시는길	리움 기업 아이덴티티 및 신뢰도 강조

	BUSINESS	오프라인 벤더, 온라인/특판, Sourcing	롯데마트, 꼬끼오 등 벤더 운영 사례 소개
	PRODUCTS	자사 브랜드(위자드), 소싱 상품, 계절가전	카테고리별 상품 카탈로그 (비회원 가격 미노출)
	PARTNERS	주요 협력사	제약사, 마트 등 로고 리스트
	CONTACT	입점/제휴 문의	1:1 문의 게시판
Partner (회원)	MY PAGE	나의 제안함(견적관리), 주문 내역, 정보수정	[핵심] 제안서 생성 및 견적 네고 현황판
	ORDER	상품선택, 장바구니, 제안서 다운로드	리스트 선택 및 엑셀 다운로드 기능
Admin (관리자)	SYSTEM	상품관리, 회원관리, 견적협의 관리, 매출통계	파트너사 등급 설정 및 단가 네고 승인

3. 핵심 프로세스 상세 (Core Features)

3.1 [핵심] 파트너 영업 지원 및 발주 프로세스 (SCM)

파트너사가 리움의 상품으로 외부 영업을 하고, 성사 시 발주하는 '선(先) 제안, 후(後) 발주' 흐름을 구현합니다.

Step 1. 상품 선택 및 제안서 생성

- **기능:** 파트너사가 상품 리스트에서 영업하고자 하는 상품들을 다중 선택(Checkbox).
- **Action:** [제안서 엑셀 다운로드] 버튼 클릭.
- **출력물:** 리움의 로고와 상품 이미지, 스펙이 포함된 **영업용 엑셀 제안서** 자동 생성.
 - **포함 항목:** 상품명, 제조사, 소비자가, 제안가(공란 또는 수정 가능), 특장점.
- **시스템 동작:** 다운로드 내역이 '임시 견적' 상태로 마이페이지에 자동 저장됨.

Step 2. 견적 요청 및 단가 네고 (Negotiation)

- **상황:** 파트너사가 외부 영업에 성공하여 실제 물량이 확정된 경우.
- **Action:** 마이페이지 > '나의 제안함'에서 해당 건을 불러와 **수량 입력** 및 **희망 매입가** 기재 후 [견적 승인 요청] 전송.

Step 3. 관리자 승인 및 조정 (Admin Approval)

- **기능:** 관리자가 파트너사의 요청 단가와 수량을 확인.
- **Action:**
 - **승인:** 요청 단가 그대로 확정.
 - **조정(Counter Offer):** "요청하신 금액은 어렵고 000원까지 가능합니다"라고 수정 제안.
- **결과:** 최종 한의된 단가로 시스템상 '주문 가능' 상태로 변경

Step 4. 최종 발주 (Order)

- 기능: 승인 완료된 건에 한해 [주문하기] 버튼 활성화.
- 결과: 확정된 네고 단가로 주문서 생성 및 결제/배송 진행.

3.2 일반 사용자용 홍보 기능 (Front)

- 브랜드 쇼케이스: 위자드(Wizard), 글라스터, 리빙스타 등 주요 브랜드의 이미지를 강조한 갤러리 형태 디자인.
- 실적 데이터 시각화: 연매출 성장 그래프, 운영 매장 수(45개점 이상) 등을 인포그래픽으로 노출하여 신뢰도 확보.

4. 화면 설계 요약 (Wireframe Strategy)

4.1 메인 페이지 (Main Page)

- Visual: 물류 센터 또는 깔끔한 매장 진열 이미지를 배경으로 "대한민국 유통 평생 파트너사" 슬로건 노출.
- Section 1 (Biz): '마트 벤더(Offline)'와 '특판/폐쇄물(Online)' 사업 영역을 명확히 분리하여 아이콘으로 표시.
- Section 2 (SCM Link): 협력사들이 빠르게 접속할 수 있도록 "파트너사 발주 시스템 로그인" 영역을 우측 상단 또는 퀵메뉴로 강조.

4.2 파트너 전용 목록 페이지 (Product List)

- Layout: 썸네일 + 간략 정보(상품명, 재고유무) 리스트 형태.
- Interaction: 상품 왼쪽 체크박스 선택 시 하단에 선택한 상품 제안서 만들기(Excel) 플로팅 버튼 활성화.

5. 관리자(Admin) 기능 명세

1. 회원 등급 관리:

- A그룹(대형마트), B그룹(폐쇄물), C그룹(일반) 등 그룹별 기본 공급가율(%) 차등 설정 기능.

2. 견적 협의 보드:

- 들어온 견적 요청을 '대기 / 검토중 / 승인 / 반려' 상태로 관리.
- 요청 가격 대비 마진을 자동 계산 표기 (관리자 의사결정 지원).

3. 상품 데이터 관리:

- 엑셀 업로드로 신상품 대량 등록 기능.
- 품질 임박 상품 파트너사 알림 발송 기능.

6. 개발 환경 및 일정

- 플랫폼: PC Web 기반 (반응형 웹 지원으로 모바일에서 재고/주문 확인 가능).
- 예상 일정: 총 14주 (약 3.5개월)
 - 기획 및 디자인: 4주
 - 퍼블리싱 및 프론트 개발: 4주
 - 백엔드(SCM/견적 로직) 개발: 4주
 - 테스트 및 안정화: 2주

[기획서] B2B 제안 및 견적 협의(Negotiation) 시스템

1. 업무 프로세스 흐름도 (User Flow)

이 시스템의 핵심은 파트너사가 리움의 제품으로 '자신의 고객(2차 납품처)'에게 영업을 한 뒤, 성사가 되면 리움에게 '네고된 가격'으로 발주를 넣는 구조입니다.

1. [파트너사] 제품 선택: 상품 목록에서 제안할 상품 다중 선택 (Check box).
2. [파트너사] 제안서 생성: [제안서 다운로드] 클릭 → 리움 로고/제품 정보가 담긴 영업용 엑셀 파일 생성 및 다운로드. (동시에 시스템에 '임시 견적'으로 자동 저장).
3. [파트너사] 영업 활동: 다운로드한 엑셀로 외부 영업 진행.
4. [파트너사] 견적/네고 요청: 영업 성사 시, 저장된 '임시 견적'을 불러와 수량 입력 및 희망 단가 기재 후 [견적 승인 요청] 전송.
5. [관리자] 네고 검토: 관리자 페이지에서 요청 확인 → 승인, 거절, 또는 단가 조정 (Counter Offer) 후 전송.
6. [파트너사] 최종 발주: 승인된 견적서 확인 → [주문하기] 버튼 클릭 → 결제/발주 완료.

2. 화면별 상세 기능 명세

2.1. 상품 리스트 및 선택 (Product Selection)

- 기능: 쇼핑물의 장바구니와 유사하지만 '**제안 담기(Add to Proposal)**'라는 별도 기능이 필요합니다.
- UI 구성:
 - 상품 리스트 좌측에 체크박스(Check box) 제공.
 - 하단 Floating Bar 또는 상단 메뉴에 [선택 상품 제안서 다운로드] 버튼 배치.
 - 옵션 선택: 색상/사이즈 등 옵션이 있는 경우, 팝업을 통해 세부 옵션 선택 후 담

기.

2.2. 제안서(Excel) 생성 및 양식 (Proposal Generator)

파트너사가 다운로드 받는 엑셀 파일은 파트너사가 '수정하여 사용할 수 있는' 형태여야 합니다.

- **엑셀 양식(Template) 구성안:**
 - **Header:** 제안명(공란), 작성일자, 파트너사 정보 기입란.
 - **Body (Grid):**
 - 이미지(썸네일): 셀 안에 이미지 삽입.
 - 브랜드/제조사: 예) 위자드, 아이리버¹¹¹¹.
 - 상품명: 상세 상품명.
 - 소비자가(MSRP): 시장 형성 가격 (할인을 강조용).
 - 제안가: (**중요**) 파트너사가 직접 입력하도록 공란으로 두거나, 기본 B2B 공급가를 출력하되 수정 가능하도록 설정.
 - 제품 특징점: 핵심 스펙 요약.
- **시스템 동작:**
 - 다운로드 시점의 데이터를 스냅샷으로 저장하여 '나의 제안 내역(My Proposal)' 메뉴에 생성.
 - 상태값: 작성중(Draft)

2.3. 견적 요청 및 단가 네고 (Quote & Negotiation)

영업이 성공하여 실제로 물건을 사야 할 때 사용하는 기능입니다.

- **메뉴:** 마이페이지 > 견적/제안 관리
- **Action:**
 1. 저장된 '제안 내역' 리스트 클릭.
 2. 확정된 수량(Q'ty) 입력.
 3. **희망 공급가(Target Price) 입력:** (선택 사항) 파트너사가 대량 구매를 조건으로 추가 할인을 요청하는 필드.
 4. [견적 승인 요청] 버튼 클릭.
- **상태 변경:** 작성중 → 승인 대기중(Pending)

2.4. 관리자 승인 시스템 (Admin Approval)

리움 담당자가 들어와서 보는 화면입니다.

- **메뉴:** 주문관리 > 견적 협의 관리
- **기능:**
 - 파트너사 정보(등급, 과거 거래액) 및 요청 수량 확인.
 - **마진율 계산:** (요청 공급가 - 원가)를 자동 계산하여 승인 여부 판단 보조.
 - **Action 버튼:**

- 승인(Approve): 요청한 가격 그대로 진행.
- 조정(Adjust): "이 가격은 어렵고, 000원까지 가능합니다."라고 단가 수정 후 전송.
- 반려(Reject): 사유 입력 후 거절.
- 상태 변경: 승인 대기중 → 견적 확정(Approved) 또는 조정 요청(Adjusted)

2.5. 최종 발주 (Final Order)

- 화면: 파트너사 견적 상세 페이지.
- 기능:
 - 관리자가 견적 확정 상태로 변경한 건에 대해서만 [주문하기(Order)] 버튼 활성화.
 - 주문 클릭 시, 해당 건은 일반 주문서(Order Sheet)로 넘어가며, 확정된 단가가 **고정(Lock)**되어 수정 불가능하게 처리.
 - 이후 배송지 입력 및 결제(또는 여신 차감) 진행.

3. 개발 시 고려사항 (DB 설계 포인트)

일반 쇼핑몰 DB 구조와 다르게 '견적(Quote)' 테이블이 별도로 필요합니다.

테이블명	주요 컬럼(Fields)	설명
tb_proposal_master	proposal_id, partner_id, status, created_at	제안서 헤더 정보 (상태: 대기, 요청, 승인, 완료)
tb_proposal_item	id, proposal_id, product_id, req_price (요청가), appr_price (승인가), qty	제안서에 담긴 상품 및 네고 가격 정보
tb_order	order_id, proposal_id (FK)	실제 주문 시 어떤 견적서를 기반으로 했는지 연결

4. 기대 효과

이 시스템을 도입하면 다음과 같은 효과가 있습니다.

1. **영업 지원:** 파트너사(꼬끼오, 롯데마트 밴더 등)들이 리움의 제품을 쉽게 제안서로 만들어 영업할 수 있어 매출 기회가 확대됩니다²²²².
2. **이력 관리:** 구두나 전화로 이루어지던 단가 협의(네고) 내용이 시스템에 기록되어, 추후 정산이나 분쟁 소지를 없앱니다.
3. **업무 자동화:** 엑셀로 견적서를 주고받던 수기 업무가 시스템화되어 리움 직원(현재 2명³)의 업무 부담이 줄어듭니다.

제공해주신 '주식회사 리움(RIUM)'의 회사소개서 내용을 바탕으로, **기업 홍보(CI)**와 **폐쇄물(SCM 기능 포함)**이 결합된 하이브리드 웹사이트 기획서를 작성해 드립니다.
이 기획서는 리움의 기존 오프라인/온라인 유통 역량을 강조하면서, 파트너사들이 발주 및 재고 관리를 할 수 있는 시스템 구축을 목표로 합니다.

[웹사이트 기획서] 주식회사 리움(RIUM) 기업 및 폐쇄물 통합 플랫폼

1. 프로젝트 개요 (Project Overview)

- **프로젝트명:** 리움(RIUM) 공식 홈페이지 및 B2B/B2E 유통 관리 시스템(SCM) 구축
- **구축 목적:**
 1. **기업 브랜딩:** '대한민국 유통 평생 파트너사'로서의 신뢰도 제고 및 유통 포트폴리오 홍보 ¹
 2. **폐쇄물/SCM:** 기존 벤더 및 협력사(약국, 마트 등)를 위한 온라인 수주/발주 자동화 시스템 도입
 3. **상품 홍보:** 자사 브랜드(위자드) 및 소싱 상품(생활가전, 주방용품 등)의 디지털 카탈로그화 ²²²²²
- **타겟 유저:**
 - **General (일반):** 신규 유통 파트너, 일반 소비자 (브랜드 인지)
 - **Partner (회원):** 롯데마트, 꼬끼오, 제약사 폐쇄물 담당자, 기타 도매상 ³³³³

2. 사이트 구조 (Information Architecture)

웹사이트는 크게 ****대외 홍보용(Front)****과 **'폐쇄물/SCM(Member Only)'** 두 가지 영역으로 구분됩니다.

2.1 사이트맵 (Sitemap)

1 Depth (GNB)	2 Depth (Sub-menu)	주요 내용 및 기능
COMPANY	기업 소개	CEO 인사말, 비전, 경영이념
	연혁 (History)	2014년 창사 ~ 2022년 매출 13억 달성 등 성장 과정 ⁴⁴⁴⁴
	오시는 길	경기도 일산서구 가좌2로 20 지도 API 연동 ⁵⁵
BUSINESS	오프라인 유통	롯데마트, 꼬끼오, 하이마트 등 벤더 운영 사례 소개 ⁶⁶

	온라인/특판	제약사 폐쇄몰, 홈쇼핑 사은품, 카카오 선물하기 입점 사례 ⁷⁷⁷⁷
PRODUCTS	자사 브랜드 (PB)	위자드(Wizard) - 이어폰, 스피커, 셀카봉 ⁸
	소싱 브랜드	글라스터, 네모탭, 아이리버(독점), 한일의료기 등 9999999999
	시즌/이슈 상품	여름(선풍기), 겨울(전기요), 방역(마스크) 카테고리 ¹⁰
PARTNERS	주요 협력사	대웅제약, 동국제약, 롯데마트 등 로고 리스트 ¹¹¹¹¹¹¹¹
B2B MALL (SCM)	로그인 (필수)	협력사 전용 발주 시스템 (별도 승인 필요)
CONTACT	입점/제휴 문의	1:1 문의 게시판 (파일 첨부 기능)

3. 주요 기능 정의 (Functional Requirements)

리움의 비즈니스 특성(다양한 납품처, 폐쇄몰 운영)을 고려한 핵심 기능입니다.

3.1 폐쇄몰 및 SCM 기능 (핵심 요구사항)

이 기능은 로그인한 '승인된 파트너사'만 접근 가능합니다.

- **회원 등급별 가격 정책 (Multi-Tier Pricing):**
 - 기능: A그룹(대형마트), B그룹(약국/병원), C그룹(일반 도매) 등 그룹별로 동일 상품의 공급가를 다르게 설정.
 - *이유:* 리움은 폐쇄몰, 마트, 특판 등 다양한 채널에 공급하므로 채널별 마진 구조가 다르기 때문입니다¹²¹²¹²¹².
- **간편 발주 시스템:**
 - 기존의 엑셀/전화 주문을 대체하는 장바구니 기반 대량 발주 기능.
 - 옵션별(컬러, 사이즈) 재고 수량 실시간 확인 및 품질 상품 발주 제한.
- **배송 및 정산 관리:**
 - 주문 상태 추적 (주문접수 -> 상품준비 -> 배송중 -> 배송완료).
 - 거래명세서 출력 및 월별 정산 내역 조회 기능.
- **폐쇄몰 전용 상품 노출:**
 - 특정 그룹에게만 보이는 '전용 상품(예: 제약사 판촉용 텀블러 등)' 설정 기능¹³.

3.2 관리자 모드 (Admin)

- **상품 관리:** 카테고리 관리(생활가전, 주방, 모바일 등), 상세페이지 등록.
- **파트너 관리:** 회원 가입 승인/반려, 여신(외상) 한도 설정(필요 시).
- **통계 대시보드:** 매출 현황, 베스트셀러 상품, 업체별 주문 현황 그래프 제공.

4. UI/UX 디자인 컨셉

4.1 디자인 키워드

- **Trustworthy (신뢰)**: 유통 파트너로서의 신뢰감을 주는 블루/화이트 톤 매너. 리움 로고의 'R' 심볼 컬러 활용¹⁴.
- **Scalable (확장성)**: 수천 가지의 생활용품 및 소형가전¹⁵을 깔끔하게 보여줄 수 있는 그리드 형 레이아웃.
- **Clean & Simple**: 텍스트보다는 제품 이미지 위주의 직관적인 디자인.

4.2 메인 페이지 구성안

1. **메인 비주얼**: "대한민국 유통 평생 파트너사, RIUM" 슬로건과 물류/비즈니스 이미지 롤링¹⁶.
2. **Key Products**: 위자드, 글라스터 등 주력 브랜드 썸네일 슬라이드¹⁷.
3. **Business Area**: 오프라인(매장관리) vs 온라인(폐쇄물) 사업영역을 아이콘으로 도식화¹⁸.
4. **SCM Quick Link**: 협력사들이 바로 로그인하여 발주창으로 이동할 수 있는 퀵 메뉴 배치.

5. 콘텐츠 기획 (상세)

소개서 내용을 바탕으로 웹사이트에 들어갈 핵심 문구를 추출했습니다.

- **CEO 인사말**: 박상길 대표의 경영 철학 반영 ("최저의 가격, 최고의 품질, 빠른 시장 대응")¹⁹.
- **강점(Strength) 섹션**:
 1. **Market Response**: 시장 변화에 따른 발 빠른 아이템 소싱 (코로나 이슈 상품 등)²⁰.
 2. **Diverse Channels**: 롯데마트, 꼬끼오 등 45개 이상 매장의 벤더 운영 노하우²¹.
 3. **Partnership**: 제약사, 홈쇼핑 벤더 등 탄탄한 폐쇄물 네트워크 보유²².

6. 개발 환경 및 일정 (예시)

- **구축 방식**: 독립형 쇼핑몰 솔루션 커스터마이징 (예: 고도몰, 카페24 기반 튜닝) 또는 자체 개발 (PHP/Laravel, Node.js 등).
 - **추천**: SCM 기능(그룹별 단가) 구현을 위해 독립형 솔루션 튜닝 권장.
- **반응형 웹**: PC/Mobile/Tablet 대응 (영업 직원들이 외부에서 모바일로 재고 확인 가능하도록 구현).
- **예상 일정**: 기획(3주) -> 디자인(3주) -> 퍼블리싱 및 개발(6주) -> 테스트(2주) = **총 3.5 개월 소요**.