

Fitting room

피팅 룸

가상 의류 피팅의 사업화



Fitting room

# Fitting room

## Content

01 제품 소개

02 목적 및 필요성

03 장점

04 사업 진행 단계

05 단계별 마케팅 방안

06 수익 구조

07 전체적인 과정

08 자금 조달 및 소모 비용

09 오프라인 특징

10 차별점

11 아바타 생성 과정

12 고객 제안 및 가치

01

Fitting room

# 피팅 룸

가상 의류 피팅

온라인에서 구매를 하기전에 미리 착용해 볼 수 있게 개인 맞춤형 아바타를 제작해 가상 의류 피팅 서비스.

\*온라인 쇼핑몰 소비자들은 실제 상품을 느끼거나 볼 수 없기 때문에 생각했던 사이즈나 질감이 아닌 경우가 있음.



Fitting room

# Fitting Room

02

피팅 룸



## 01 가상 의류 피팅의 사업화

구매자는 불필요한 구매와 시공간의 제약없이 원하는 의류 피팅 가능

## 02 아이디어 개발 동기

의류에 대해 제공된 정보로만 구매를 결정해야하는 온라인 쇼핑의 단점을 보완하고 자이러한 사업을 구상.

## 02 AI 그리고 3D 구상 기술

- 아바타를 소비자에게 제공 후 그들이 구매 하고자 하는 의류나 악세사리를 선택 후 아이템들을 착용한 아바타를 나타냄
- 의류 브랜드나 패션 커머스 기업과 계약을 맺어 정보를 불러와서 의류를 제공
- 이 외 의류 정보가 없는 패션 아이템들은 소비자들이 의뢰를 하여 생산자가 확인 후 3D 모델 제작 (AI, 3D 기술 이용)

03

Fitting room

## 01 온라인 패션은 성장세

-온라인 패션은 가파르게 성장세를 보이고 있음.

## 02 온라인 쇼핑의 단점

-사이즈나 예상했던 질감, 옷의 형태가 아닐 가능성이 있음.

-온라인으로 구매를 하여 반품도 시간이 패나 걸릴 수도 있고 추가적인 반송 비용이 부담될 수도 있음

# 목적 및 필요성

01

온라인 상의 경험 부여 제한

02

사이즈 이슈

03

소규모 온라인 쇼핑몰의 한계

“원피스를 주문했는데  
아동복이 왔어요”

온라인 쇼핑몰에서는 소비자가  
판매하는 의류를 실제로 입어  
보고 사이즈를 확인할 수 없음

“반품하기 귀찮아서  
그냥 입을게요”

온라인 의류 커머스에서 발생  
하는 반품 사유 중 70%는  
사이즈 문제  
(Coresight Research, 2020)

“좀 더 고객을 위한  
서비스는 없어?”

소규모 온라인 쇼핑몰 운영상  
서비스 개발 투자 여력 부족  
으로 서비스 개선 및 비용 절감  
방안 필요

“온라인상에서 소비자의 체형을 고려할 수 있는

체형을 고려한 온라인 의류 피팅 인공지능 모델 및 서비스 개발

Fitting room

## 장점

### 편리함 제공

시공간의 제약이 없음

### 본인 맞춤형 기능

정밀하고 정확하게 본인 맞춤형 서비스를 제공

### 효율적인 온라인 쇼핑

다른 상품과의 가격 비교에 어려움이 없음.

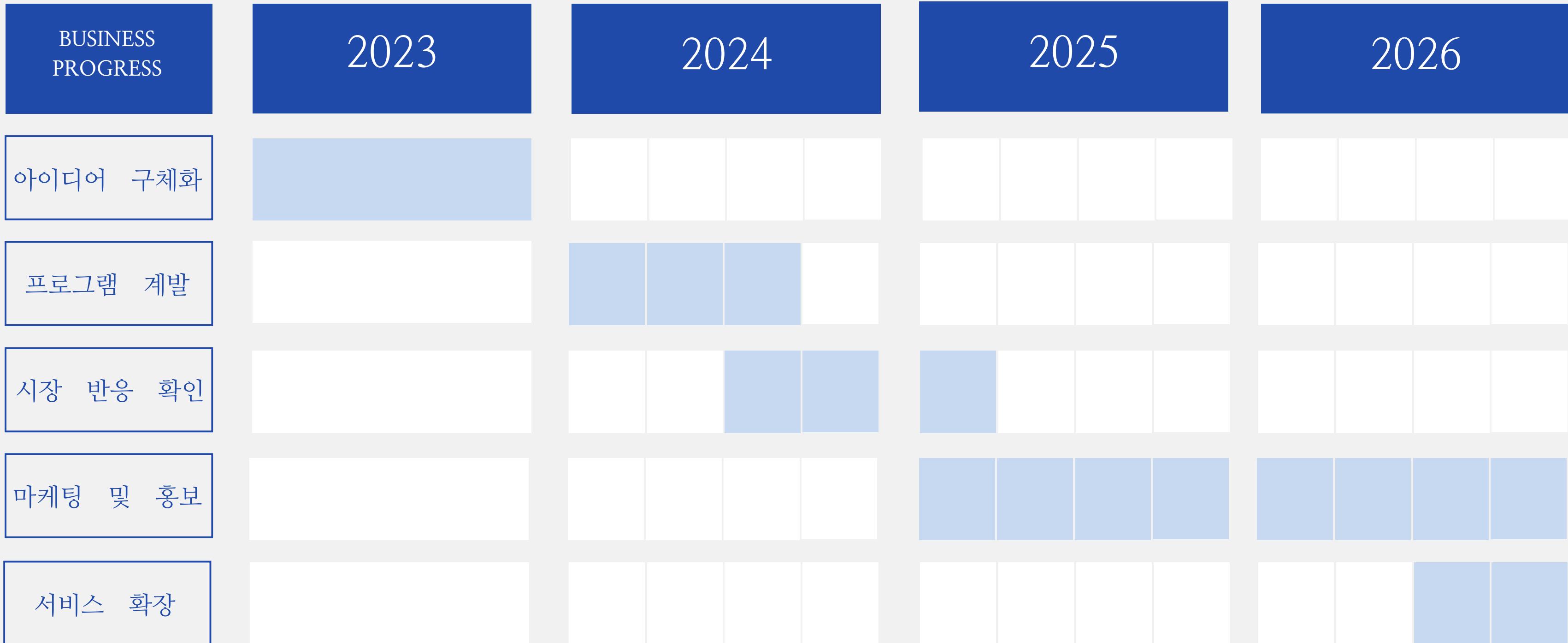
### 환불 감소

구매 전 피팅이 가능하기 때문에 상대적으로 환불 가능성이 낮음



Fitting room

# 사업 진행 단계



\*분기별 진행률

# 단계별 마케팅 방안

## 초기 브랜드 인식 가치

**브랜드 이미지 강화**

- SNS 마케팅(Instagram, Youtube 광고 활용)
- Youtube 및 Instagram 등 계정 창설해 플랫폼 관련 정보 게시

### 후기 이벤트

- 후기 작성시 할인 or 무료 피팅권 지급
- 구글과 네이버 검색광고 이용
- Social media influencer 활용

## 신규 소비자 유치

**유료회원제 적극 이용**  
리퍼럴 마케팅 전략

- 인센티브 제도
- 신규 유저 추천제도
- 포인트 지급 제도

### 퍼포먼스 마케팅

-사용자 반응 측정->  
마케팅 전략 최신화 고객의 평점, 후기 및 미디어 토대로 우수 고객 선정->  
라이센스 및 혜택 부여

## 유지 및 꾸준한 관리

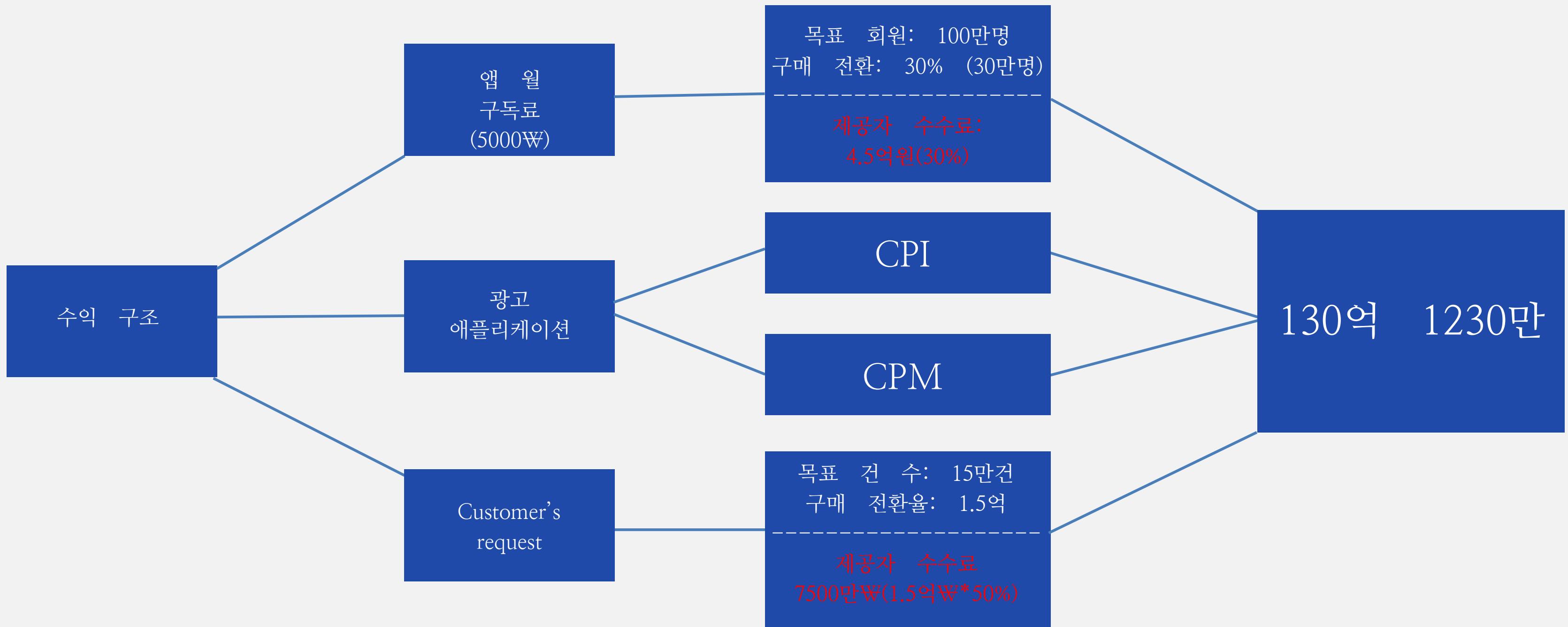
Instagram, Youtube, Facebook 페이지 등을 이용하여 고객과 상호작용, 지속적인 피드백 수용

- 외국에는 Petit, Tall, Curvy등 체형까지 고려하는 시스템 존재.

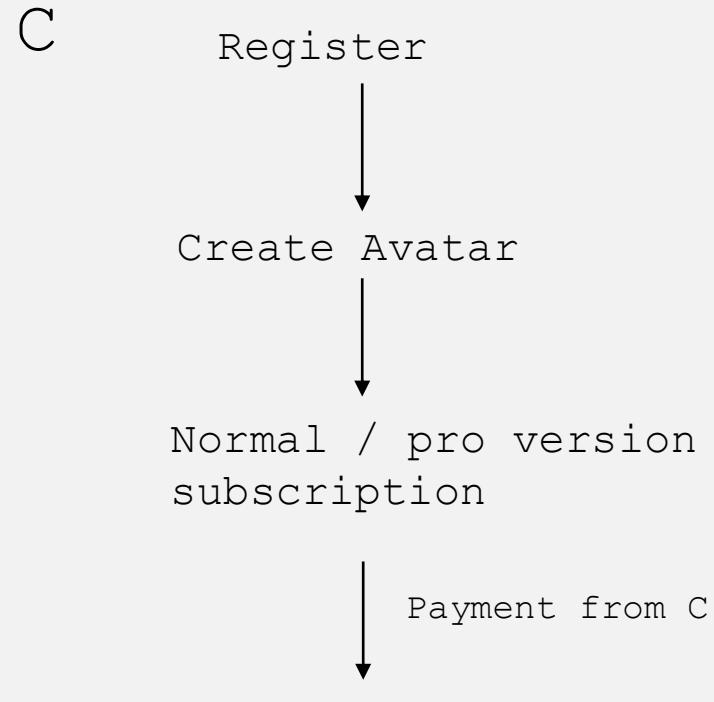
- 온 도매스틱 브랜드들은 기본으로 하는 체형이 다르기 때문에 통통한 체형이 잘 어울리는 브랜드가 있는 반면 근육질, 마르고 좁은 체형을 기준으로 하는 브랜드가 존재.

- 이와 같이 브랜드마다 어떤 체형이 잘 어울리는지 구분을 하는 카테고리를 따로 개설

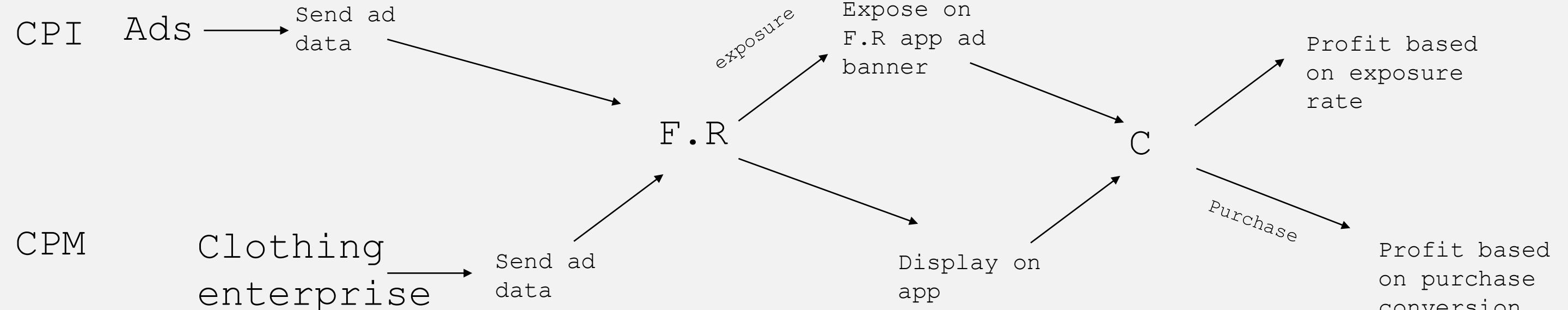
# 수익 구조



## Subscription



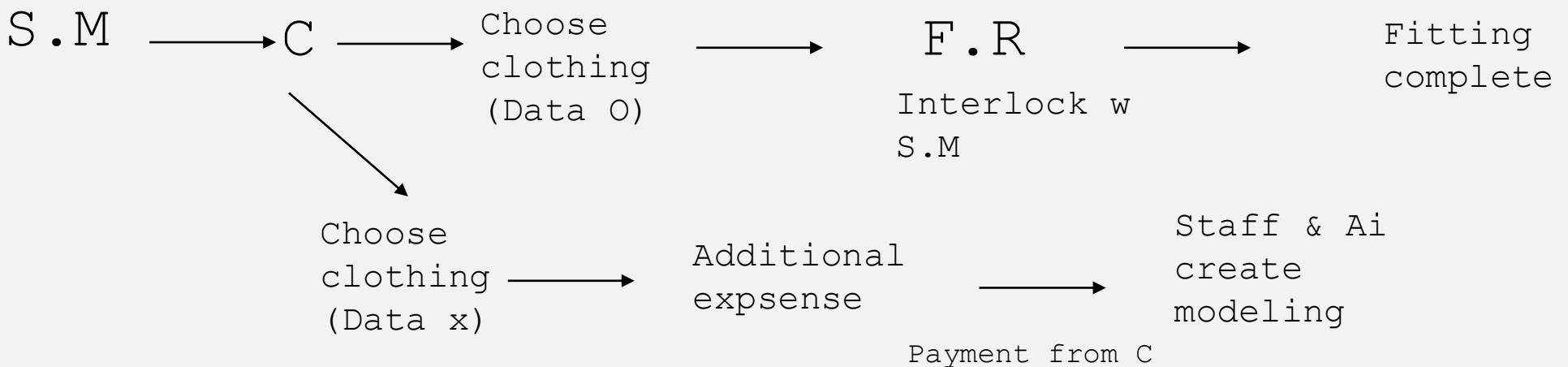
## Advertisement



Fitting room

# Whole Process

## Shopping mall sale



## Word Text

1. C\* customers
2. S.M\* Shopping mall
3. F.R\* Fitting Room
4. CPI & CPM are advertising method that we

Fitting room

# 자금 조달

---

추진 예정 시기	예산 규모	자원 및 참여사업명	해당 기관
----------	-------	------------	-------

24.1.1	2000만₩	Seed 자금	개인
--------	--------	---------	----

24.02.10.	7000만₩	정부 창업지원사업선정 (예비창업패키지 사업)	창업진흥원
-----------	--------	-----------------------------	-------

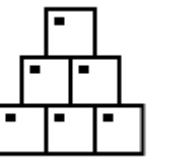
25.1.1	1억₩	사업자 대출	은행
--------	-----	--------	----

Fitting room

# 소모 비용

추진 예정 시기	예산 규모	창업 사업명	해당기관
24.1.1~	2000만₩	어플 외주 비용	
24.1.1~	3000만₩	디자이너 및 앱 관리자 (300만₩*10)	
25.1.1~	2000만₩	마케팅 홍보 비용 및 수수료	
25.11.~	2000만₩	* (사업 확장) 기타 비용 (사무실 월세, 잡기 및 컴퓨터)	

# 오프라인 매장



## 상품 확인

실제 상품을 확인하여 옷의 색감, 질감, 크기 등을 직접 경험하고 구매 결정 가능.



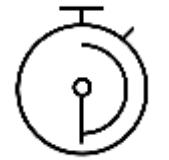
## 현장 구매 및 사용

구매한 상품을 바로 착용할 수 있다는 장점.



## 안정성

오프라인 매장에서 상품의 품질과 상태를 직접 확인할 수 있기에 소비자의 불만을 최소화.



## 시공간 제약

원하는 상품과 시공간 제약이 없음.



## 가격 비교

다른 상품과의 가격 비교와의 어려움이 있음.

Fitting room

# 차별점



## 오프라인

Try-  
on (google)

Fitting  
room

시공간 제약

높음

낮음

낮음



만족도

높음

상대적으로 낮음

높음



가격 비교

낮음

높음

높음



편리성

낮음

높음

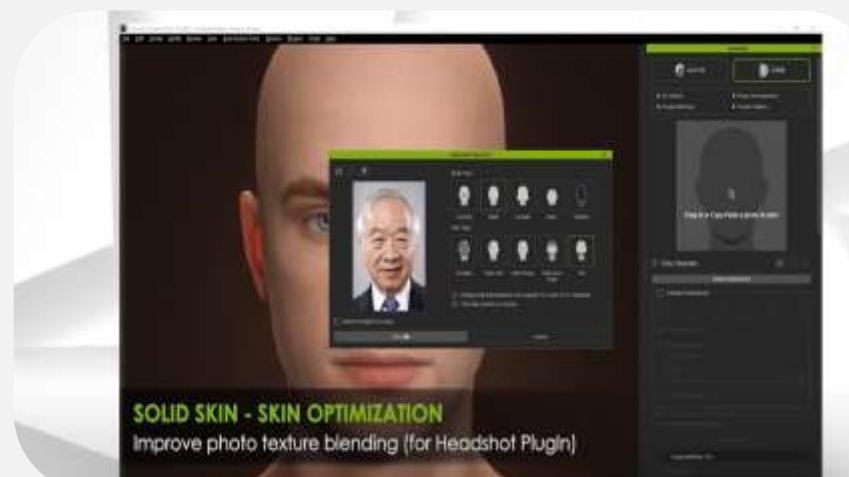
높음



# 아바타 생성 과정

Character creator

Blender



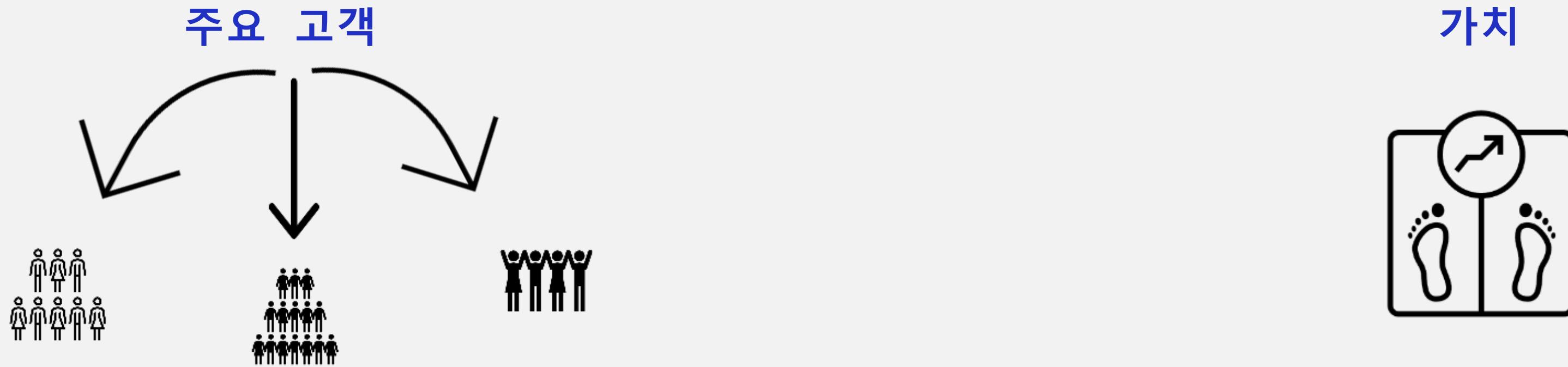
체형을 가장 고객 님들과  
유사하게 표현이 가능함

사진 업로드를 통해 AI가  
얼굴 아바타를 만들어 줌.



고객의 사진을 정면, 측면 등 다양한 두상 및 제형을 스캔하여  
입체적으로 묘사 가능함.

# 고객 제안 및 가치



- 01 해마다 증가하고 있는 온라인 쇼핑몰 이용자
- 02 모델/고객 리뷰 착용 사진으로만 생각하여 구매를 해야 하는 소비자
- 03 온라인 쇼핑을 주로 사용하는 소비자

지인  
사회적  
의류를  
구매하는  
(본인도  
싶다는  
의사가  
중 비만으로  
시선과 사이즈  
구매하는 일이  
실제 의류를  
겪는 이는  
문제로  
온라인으로  
대다수.  
있었음.



# 감사합니다

Thank you

서강대학교 미디어 엔 엔터테인먼트 김동욱  
고려대학교 식품경제학과 이승훈