



## MZ세대의 니즈

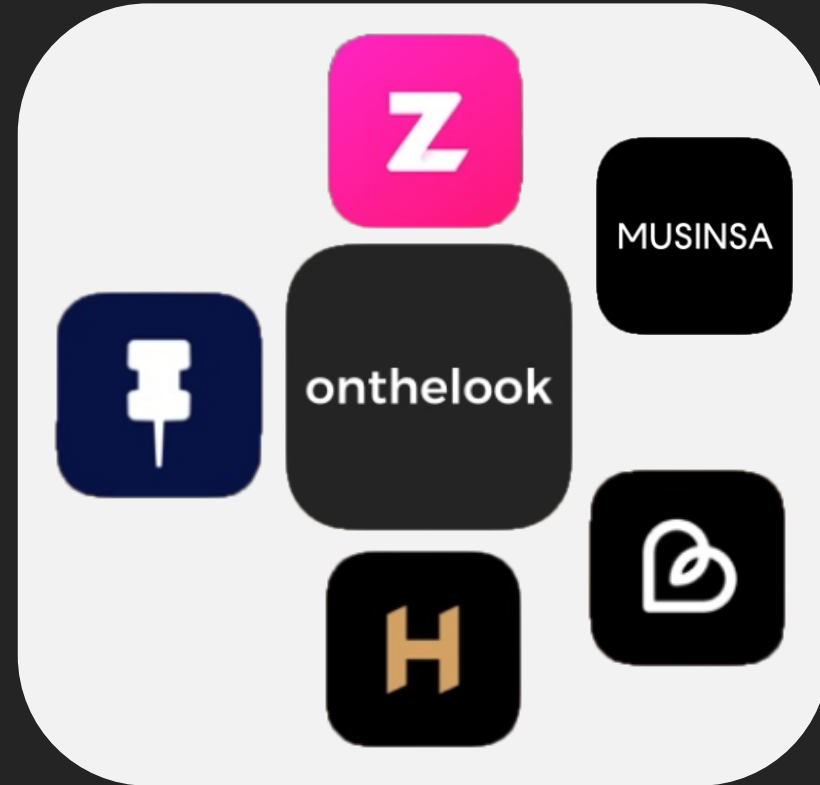
‘정보 더미’ 속에서 찾은 ‘내 옷’

패션 쇼핑앱은 그 탄생부터 목표가 명확했다. ‘MZ세대를 타깃으로, 모바일을 공략한다.’ 네이버 등 포털에 아무리 많은 제품이 올라와 있어도 옷을 사고 싶은 20대는 쇼핑앱을 찾는다. 이들에게 포털이 제공하는 ‘정보 더미’는 피로감만 높일 뿐이다.

MZ세대는 한정된 시간에 ‘뜨레가 입는 예쁜 옷’을 사기 위한 정보만 효율적으로 전달받길 원한다. 쿠팡 등 이커머스를 찾지 않고 패션 쇼핑앱을 찾는 이유도 여기서 찾을 수 있다.

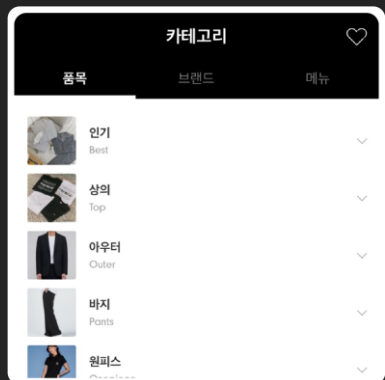
아주경제, 20.07.21, 신보훈 기자, [젊은이, 트렌드②] MZ세대는 왜, 패션 쇼핑앱에 열광하나

## 패션 쇼핑앱들

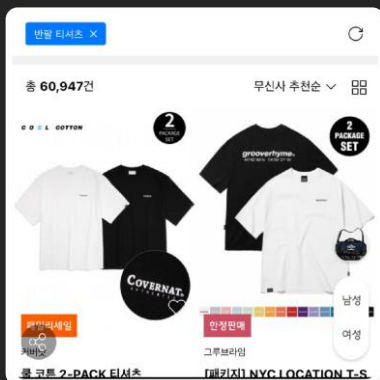


MZ세대의 니즈를 바탕으로 패션쇼핑앱이 성장할 수 있었다

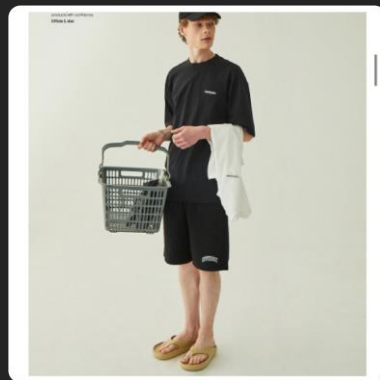
## 패션 쇼핑 앱



상품 카테고리 필터링



상품



비현실적인 모델 사진

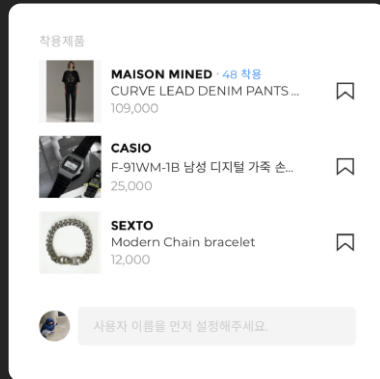
## 온더룩



분위기 필터링



일반인들의 착용사진



상품

온더룩은 **일반인들의 착용사진**을 통해 쇼핑한다는 점에서 차별화 되어있다

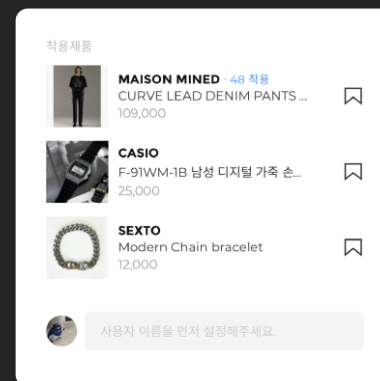
온더룩



분위기 필터링



일반인들의 착용사진



상품

온더룩은 **특정 옷과 어울리는 색상의 옷을 구매하려는 사람**에게 최적의 조건을 가지고 있다

## 검은색 상의에 어울리는 바지를 구매하고 싶은 A소비자의 구매 과정



검은색 상의를 입은 사진들만 분류하기



분류한 사진들 탐색하기

A소비자는 수 많은 사진에서 검은색 상의가 포함된 사진만 분류해야 한다

## 검은색 상의에 어울리는 바지를 구매하고 싶은 A소비자의 구매 과정



검은색 상의를 입은 사진들만 **분류하기**



분류한 사진들 탐색하기

하지만 분류하는 과정에서 어려움을 느낀다

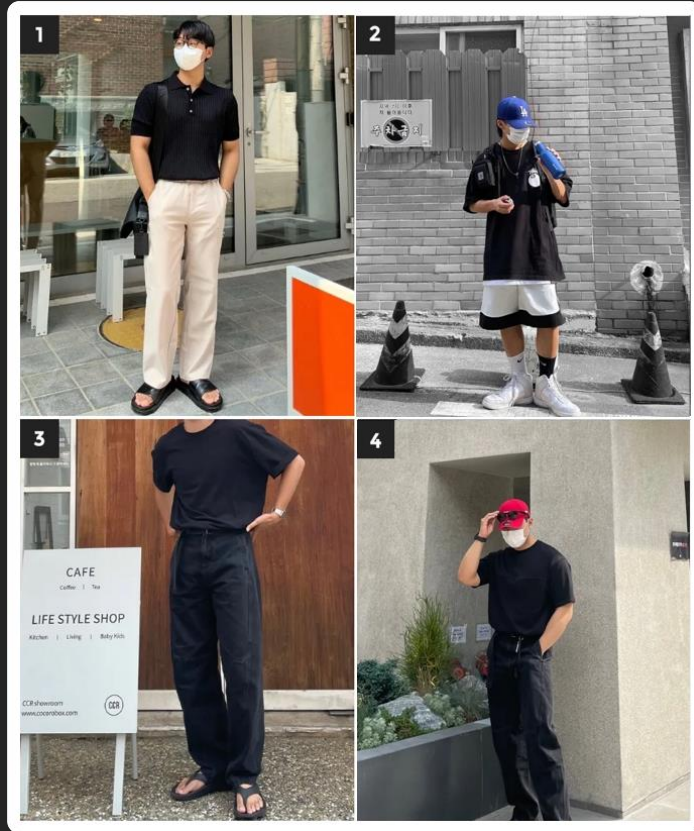
## 검은색 상의에 어울리는 바지를 구매하고 싶은 A소비자의 구매 과정



사진 중에서 검은색 상의가 포함된 사진만 **필터링**하는 기능이 필요하다



## 검은색 상의에 어울리는 바지를 구매하고 싶은 A소비자의 구매 과정



필터링한 사진들 탐색하기

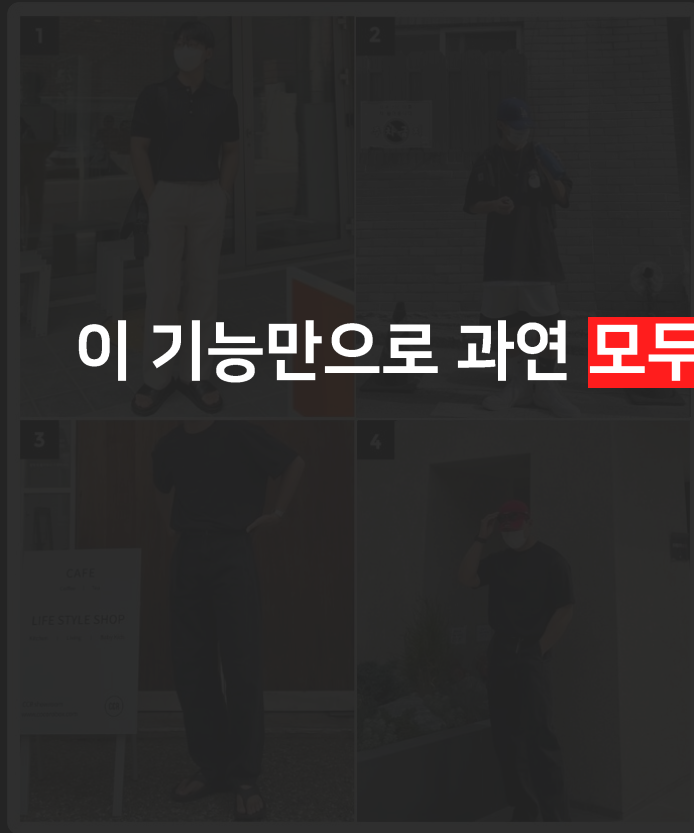


원하는 색상의 바지 선택하기

A소비자는 더욱 쉽게 원하는 색상의 바지를 선택할 수 있는 환경이 조성된 것이다



검은색 상의에 어울리는 바지를 구매하고 싶은 A소비자의 구매 과정



필터링한 사진들 탐색하기

이 기능만으로 과연 모두가 '선택하기' 를 할 수 있을까?



원하는 색상의 바지 **선택하기**

분류한 사진들에서 원하는 색상의 바지를 선택할 수 있는 기준이 있는가?

YES

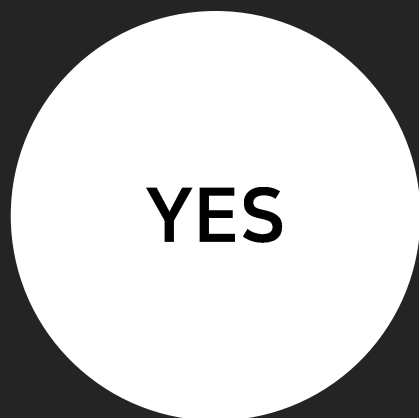
기준이 있어서 충분히 선택 가능한 사람

NO

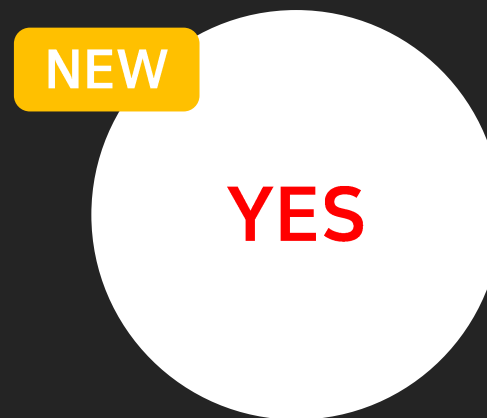
기준이 없어서 선택에 어려움을 겪는 사람

선택이 어려운 사람들을 위해 **새로운 기준**을 만들어줘야 한다

분류한 사진들에서 원하는 색상의 바지를 선택할 수 있는 기준이 있는가?



기준이 있어서 충분히 선택 가능한 사람



**새로운 기준**으로 선택이 가능한 사람

누구나 쉽게 받아들일 수 있는 **새로운 기준**이 필요하다



어울림의 기준을 제시하다

이모지 프로젝트

데이터 수집 배경 자료 :

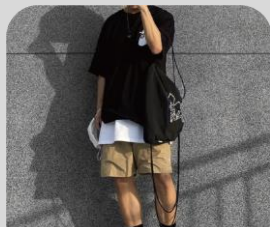
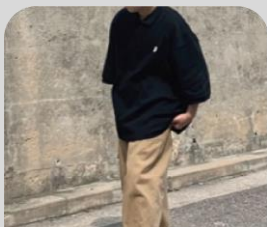
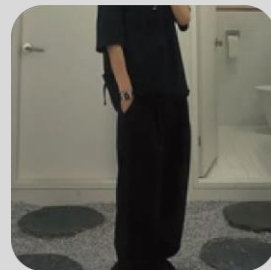


K-Fashion 이미지

여성들의 룩북 약 120만장의 사진 중

이상치 제외한 약 30만장의 사진 데이터 사용

# ● 에 어울리는 하의 색깔 순위



## 기대효과

다른 패션 쇼핑앱에 없는

새로운 어울림의 기준을 제시하기 때문에

기준이 없는 사람들의 어려움을 해결하며,

신규회원증가의 효과까지 기대할 수 있다



기대효과

또한,

기준이 있는 사람에겐

새로운 색조합을 제시하며 **신선함**을 줄 수 있고,

온더룩의 최신 데이터를 기반으로 한다면

**'MZ세대의 패션 트렌드체커'** 역할도 기대할 수 있다

**Q & A**

**감사합니다**