

'20년 하반기 가치삽시다 라이브커머스 개발 요건사항

2020. 8

목 차

I. 추진배경	1
II. 가치삽시다 플랫폼 현황	2
1. 라이브커머스 운영 현황	2
2. 소상공인-크리에이터 매칭 현황	3
3. 개선사항	3
III. 사업추진계획 및 사업내용	4
1. 라이브커머스 고도화	4
2. 소상공인-크리에이터 매칭 서비스 도입	6
IV. 소요예산 및 향후일정	9
1. 소요예산	9
2. 향후일정	9

I 추진배경

- (라이브커머스 성장) Post Corona 시대, 비대면 소비문화의 확산으로 인해 라이브커머스 시장 활성화
 - '17년 티몬을 시작으로, 현재는 검색포털(네이버 등)과 대형 유통채널(롯데ON 등)을 중심으로 라이브커머스 시장 도입 및 성장중

< 국내 주요 라이브커머스 플랫폼 및 성장률 >

구 분	티몬	그립	카카오	롯데ON	네이버
플랫폼	티비온(TVON)	그립(Grip)	쇼핑라이브	100LIVE	쇼핑라이브 (구 셀렉티브)
런 칭	'17.9월	'19.2월	'19.10월	'19.12월	'20.3월
성장률	'20.1월 대비 7월 매출 217% 증가	'20.1월 대비 7월 매출 640% 증가	'20.1월 대비 7월 매출 500% 증가	'20.1월 대비 7월 매출 1,500% 증가	'20.3월 대비 6월 판매자 수 660% 방송 수 790% 증가

- 모바일 송출기능 및 라이브커머스 UI 고도화 등 판매자-소비자간 쌍방향 소통 및 편의성을 향상하기 위한 추가기능 구현 필요
- (쇼핑트렌드 변화) 상품구매시 이미지 및 텍스트 위주의 방식에서 동영상 보고 상품을 구매하는 쇼핑방식으로 변화
 - 크리에이터를 활용한 V-커머스 시장이 성장하고 있으며, 유커넥(크리에이터 매칭), 크몽(프리랜서 마켓) 등 다양한 홍보영상 제작 플랫폼 등장
 - * (유커넥) 광고주&에이전시 : 3,047개, 인플루언서 : 2,410명 / (크몽) 누적등록서비스 : 20만건
- (홍보·마케팅 강화) 대기업 제품 대비 시장인지도가 낮은 소상공인 제품의 경쟁력을 강화하기 위해 정기적 할인행사(쿠폰)* 진행 필요
 - * 예시) 쿠팡 : 땡큐워크, 11번가 : 십일절, 위메프 : 슈퍼투데이 등

⇒ 가치삼시다 라이브커머스 기능고도화 및 플랫폼활성화 전략을 통하여 소상공인의 효과적인 온라인 판로지원 역할 수행

II 가치삼시다 플랫폼 운영 현황

1 라이브커머스 현황

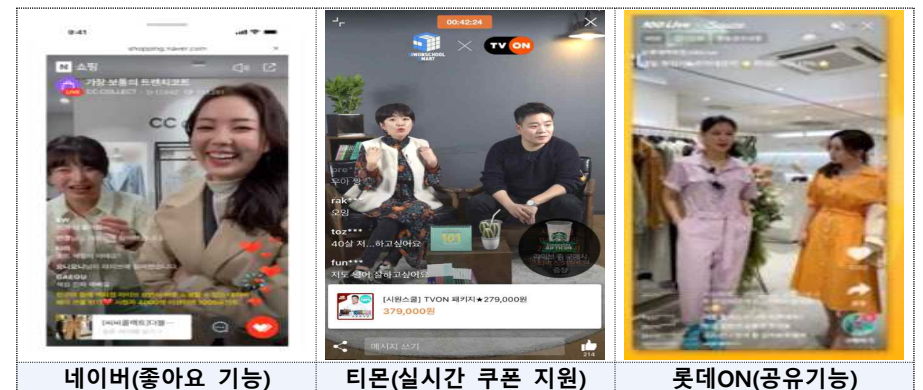
- 현재 라이브커머스는 가치삼시다 플랫폼 오픈당시('20년 2월) Web 기반으로 기획된 기본기능(상품연계, 기본 소통기능)을 토대로 운영

< 가치삼시다 라이브커머스 운영 화면 >



- 민간에서 진행중인 라이브커머스와 달리 방송 중 바로 구매하기, 실시간 좋아요, 실시간 쿠폰 지원, 공유기능 등이 상대적으로 미흡

< 민간 라이브커머스 운영 화면 >



2 소상공인-크리에이터 매칭 현황

□ 운영현황

- (소상공인 현황) 소상공인수 : 1,092개, 상품수 : 4,041개
- (상품현황) 신뢰할 수 있는 소상공인 제품판매·운영 및 크리에이터에게 유용한 상품정보 등을 수집하여 플랫폼 운영중

< 가치샵시다 플랫폼 상품 현황 >

구 분	생활	식품	패션	뷰티	기타	계
상품수	952	1,579	568	427	515	4,041

- (크리에이터 관리 및 운영) 연계사업*을 통한 크리에이터 회원의 지속적 증가 추세(現 크리에이터 수 : 633명 보유)

* 소상공인지원실 내 크리에이터연계사업, 소상공인영상 연계사업 등

- (영상관리 및 검수기능) 크리에이터·소상공인의 상품 관련 영상을 플랫폼에 등록·승인할 수 있도록 구현함으로써 효율적인 영상관리 체계 운영

3 개선사항

구 분	운영현황	개선사항
라이브커머스	<ul style="list-style-type: none"> - (송출기능) Live방송이 가능한 유튜브 계정을 통해서만 라이브 송출 가능 - (UI) Action 기능이 없는 단순 영상 시청, 상품상세정보 - (활성화방안) 쿠폰 및 배송지원 정책 미구현 	<ul style="list-style-type: none"> - (송출기능) 장소·시간에 구애받지 않고 방송 송출가능 - (UI) Action기능(하트), 좋아요, 실시간 구매, 실시간 채팅, 공유, full 화면제공(최적화된PC, 모바일동일), 모아보기 등 - (활성화방안) 쿠폰 및 배송지원정책 및 시스템구현
매칭서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 크리에이터, 소상공인, 상품정보 보유 	<ul style="list-style-type: none"> - 크리에이터·소상공인 간 홍보 영상 제작 통합 플랫폼 구현

III 사업추진계획 및 사업내용

1 라이브커머스 고도화

□ 사업목적

- 라이브방송 송출기능 개선 및 UI 개선(화면 내 채팅기능, Action 기능, View page) 등 라이브커머스 전반 고도화

□ 사업내용

- (추진방향) 가치샵시다 플랫폼 내 라이브커머스의 양방향 소통 활성화 및 미디어커머스 플랫폼으로서의 전문성 확보

- 연간 라이브커머스 방송횟수를 감안한(500회 예정) 트래픽 확보 필요

* (트래픽 사용량 예) 1,000명이 1시간 방송을 매일 시청했을 경우, 30TB 소요

** 크리스마스마켓 등 대형행사시 유동적인 트래픽 사용 가능 필요

< 단계별 구축 전략(안) >

구 분	구축내용
1단계('20.12~)	송출기능 개선, 라이브커머스 UI 개선
2단계('21.7~예정)	클라우드 서버 기반 라이브커머스 플랫폼 구축

- (구축내용) 상품시청 및 채팅기능 동시구현, 좋아요 및 공유 등 사용자 친화적 기능 도입하여 실시간 소통기능 고도화 추진

* 수행사 선정시 Web 기반 라이브커머스 환경을 구현할 수 있는 업체선정 필요

< 라이브커머스 개편(안) >

		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 모아보기 ▶ 방송 큐레이션 ▶ 찜하기 기능 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 채팅, 공유, 좋아요 ▶ 방송 중 상품구매 ▶ 큐카드 기능 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 글로벌 방송가능 기능 ▶ 고화질 방송 기능 ▶ 구매대행 방송 기능

□ 필요기능

대구분	중분류	세부내용
① 라이브 커머스 운영	플랫폼 관리자페이지 연동	상품 등록, 수정 기능, 조회 기능
		크리에이터 등록, 수정 기능
		편성표 등록 및 수정 기능
		방송 모니터링 기능
		방송 중인 시청자 수를 실시간으로 확인
		실시간 쿠폰 제공
② 실시간 라이브 방송운영	큐카드 기능 탑재	라이브 방송 중 이슈 발생 시, 즉각적인 응대를 위한 임시페이지 구현 기능
	채팅 기능 고도화	실시간 라이브커머스 채팅 기능·공유·좋아요 기능 등 실시간 소통기능 고도화
	모아보기 기능 구현	희망 방송을 한번에 요약하여 볼 수 있는 기능
	방송 큐레이션 기능	소비자 시청 성향에 적합한 방송을 추천하는 큐레이션 기능
	찜하기 기능	방송예정인 라이브커머스를 사전에 예약·알림을 제공하는 기능
	방송 중 상품구매기능	방송 중 라이브커머스 화면을 이탈하지 않고 상품을 구매할 수 있는 기능
③ 방송 송출	라이브커머스 송출관련	Pc/Mobile web 라이브커머스 송출기능 개발
	라이브커머스 신호관련 기능 개발	신호 입수관리 및 녹화기능 구현
	라이브커머스 운영 안정화	CDN(이미지 네트워킹 서비스) 연동
④ 사후관리	통계/리포트 기능	실시간 시청·관심도 지표 수집 및 리포팅

2 소상공인-크리에이터 매칭 서비스 도입

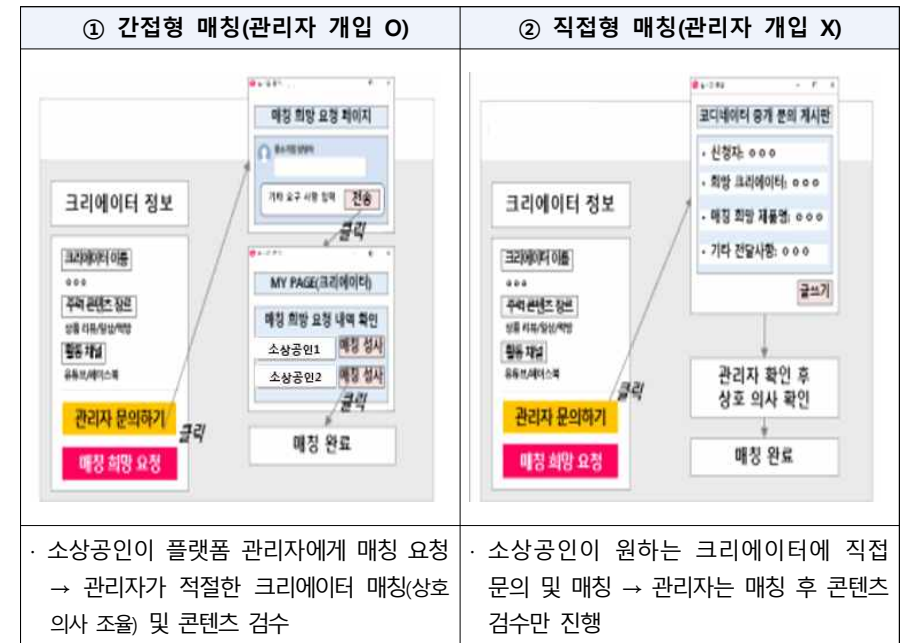
□ 사업목적

- 가치삼시다 플랫폼 內 소상공인-크리에이터 매칭을 통하여 소상공인 상품의 홍보영상 제작환경 인프라(V-커머스) 구축 및 활성화 추진

□ 사업내용

- **(추진방향)** 소상공인상품과 크리에이터의 체계적 매칭 및 협업을 지원할 수 있는 서비스·운영프로세스를 도입하여, 플랫폼의 전문성 강화
 - 직·간접적 매칭프로세스를 단계적으로 구현하여 가치삼시다 플랫폼의 전문성 향상 및 활성화 추진
- * 간접매칭 : 소상공인-크리에이터의 매칭은 관리자를 통해서 진행
- ** 직접매칭 : 소상공인-크리에이터 간 직접 매칭이 진행되며, 관리자는 코디네이션 역할

< 매칭 프로세스 흐름도 >



- (구축내용) 도입 초기 서비스의 안정적인 운영을 위하여 간접형 매칭 방식을 운영한 뒤, 추후 직접형 매칭 프로세스 병행

- 매칭 완료 후, 판매자-크리에이터 상호계약 및 콘텐츠 제작·등록 등 후속업무는 자율적 진행을 통한 상생 구조 마련

< 단계별 매칭 형태·매칭 방향 >

구 분	매칭 형태	매칭 방향
1단계('20. 12~)	간접매칭	소상공인-관리자-크리에이터
2단계('21. 7~)	간접매칭	소상공인-관리자-크리에이터
	직접매칭	소상공인↔크리에이터

< 단계별 구축 목표(안) >



- (프로모션 전용 정산시스템) 라이브커머스플랫폼 활성화를 위한 프로모션(쿠폰지급·배송비 지원)수행 인프라(정산시스템) 고도화

* 쿠폰 제공 서비스 고도화(라이브커머스 전용 쿠폰, 프로모션·회원별 등 민간 쇼핑물 제공 쿠폰기능 플랫폼 내 구현)

□ 필요기능

- (캠페인 페이지) 소상공인이 가치잡시다 크리에이터를 대상으로 홍보영상 제작을 의뢰할 수 있는 캠페인* 기능 필요

* 캠페인 프로세스 : ① 캠페인 준비(등록, 승인, 목록화) → ② 크리에이터 신청 및 선정 → ③ 영상등록 및 검수 등

- (크리에이터 기능 고도화) ① 크리에이터 마이페이지, ② 크리에이터 지원캠페인 이력관리 등 기존 크리에이터 관리 기능 고도화 필요

- (운영정책) 소상공인-크리에이터 매칭 시스템의 원활한 운영을 위한 운영프로세스 확립 및 이용약관* 검토 필요

* 전문 운영사의 컨설팅을 통해 법적요건 확인(표시광고법 등), 캠페인 등록 및 운영관리를 위한 지침작성

< 매칭서비스 주요 구성 기능(안) >

구분	기능명	내 용
1단계 (‘20.12~)	크리에이터 마이페이지	운영사가 크리에이터 정보를 등록, 수정할 수 있는 마이페이지 구현
	크리에이터 이력관리	크리에이터가 신청한 캠페인의 이력(신청, 승인, 불가)관리 기능
	캠페인 기능	소상공인의 홍보캠페인 운영 전반(등록, 신청, 승인, 검수 등)
	상호 정보 공개	소상공인이 자신의 상품 정보 및 제작희망 콘텐츠의 가이드를 플랫폼에 공개할 수 있는 기능
2단계 (‘21.7~)	내부 메신저	소상공인과 크리에이터가 자유롭게 콘텐츠 제작 관련 사항을 협의하기 위한 메시지 교환기능
	파일 업로드	상호정보 교환 및 협의에 필요한 이미지 등 자료 업로드 기능을 메신저에 추가(최대 가능용량 제한)
	검색 기능	소상공인의 정보를 특정 필터 값을 통해 검색가능

IV 소요예산 및 향후일정

□ 소요예산

- (소요예산) 총 353백만원(VAT포함)

구 분		예 산
라이브커머스 고도화	라이브커머스 기능 고도화	<ul style="list-style-type: none"> 200백만원 * '20년 가치샵시다 플랫폼 운영 - 온라인분석서비스
	매칭서비스 도입	<ul style="list-style-type: none"> 100백만원 * '20년 가치샵시다 플랫폼 운영 - 플랫폼기능 고도화
소상공인-크리에이터 매칭시스템 도입	프로모션·정산 기능 구현	<ul style="list-style-type: none"> 53백만원 * '20년 가치샵시다 플랫폼 운영 - 플랫폼 운영유지(잔여예산 활용)
합 계		353백만원

□ 향후일정

추진 계획	2020년					2021년					
	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
	3/4분기		4/4분기			1/4분기		2/4분기			
1. 라이브커머스 고도화											
○ 계획 확정 및 원가 산출											
○ 용역사 입찰 및 선정											
○ 라이브커머스 고도화											
2. 소상공인-크리에이터 매칭시스템											
○ 계획 확정 및 원가 산출											
○ 용역사 입찰 및 선정											
○ 소상공인 - 크리에이터 매칭 서비스 개발 착수											
○ 프로모션 기능 구현											