

**한솔 CS Club 인터넷 쇼핑몰**  
**(<http://www.csclub.com>)**

**1999. 10. 28**

**한솔CSN(주) CS Club사업부**

**상무 이사 황 병 중**  
**([bj0810@hansol.co.kr](mailto:bj0810@hansol.co.kr))**

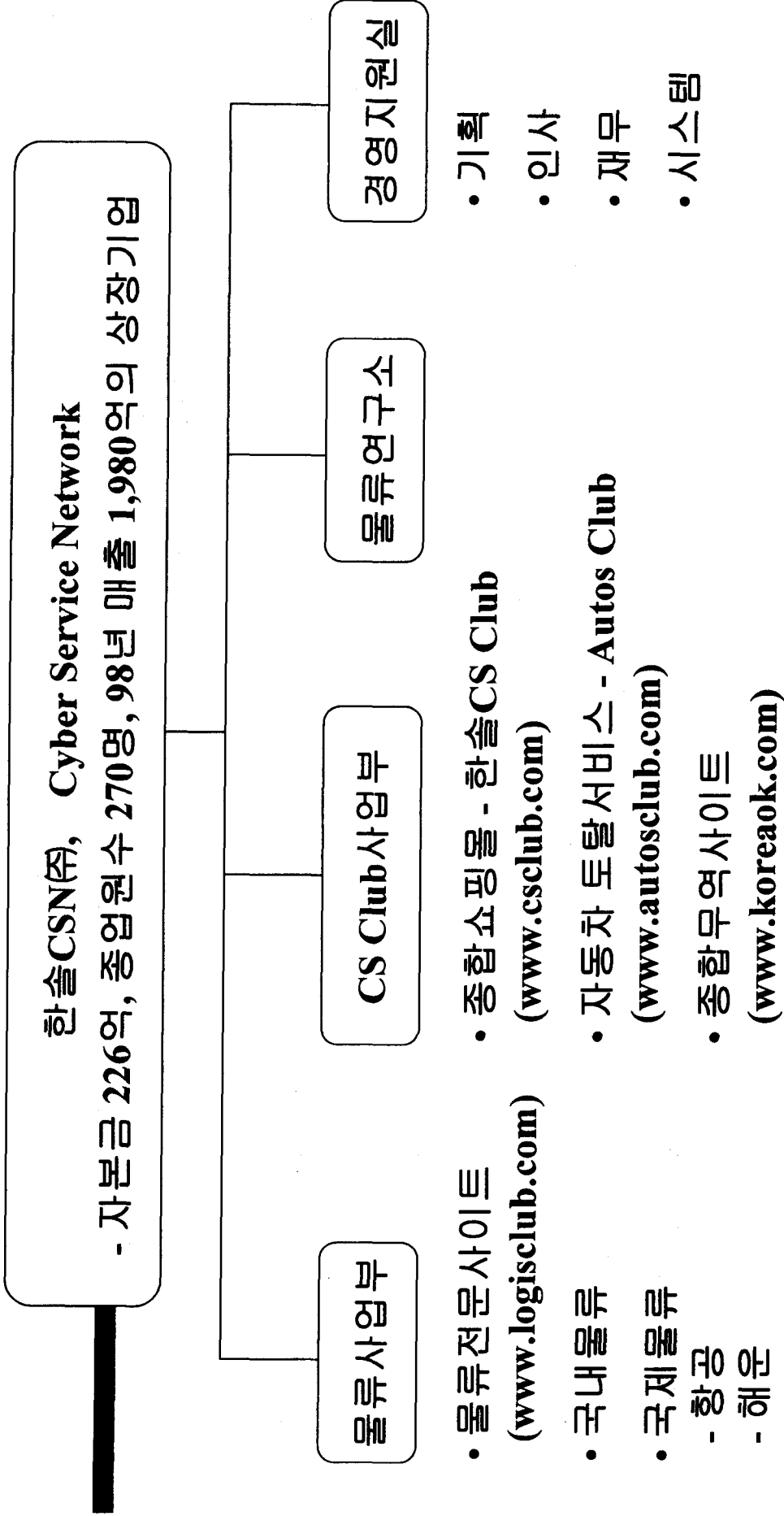
## 목

1. 한솔CSN(주) 소개
2. 한솔CS Club 조직
3. 한솔CS Club 개요
4. EC 사업 전략
5. 시스템 현황
6. 쇼핑물 구성의 특징
7. 쇼핑물 운영의 성과

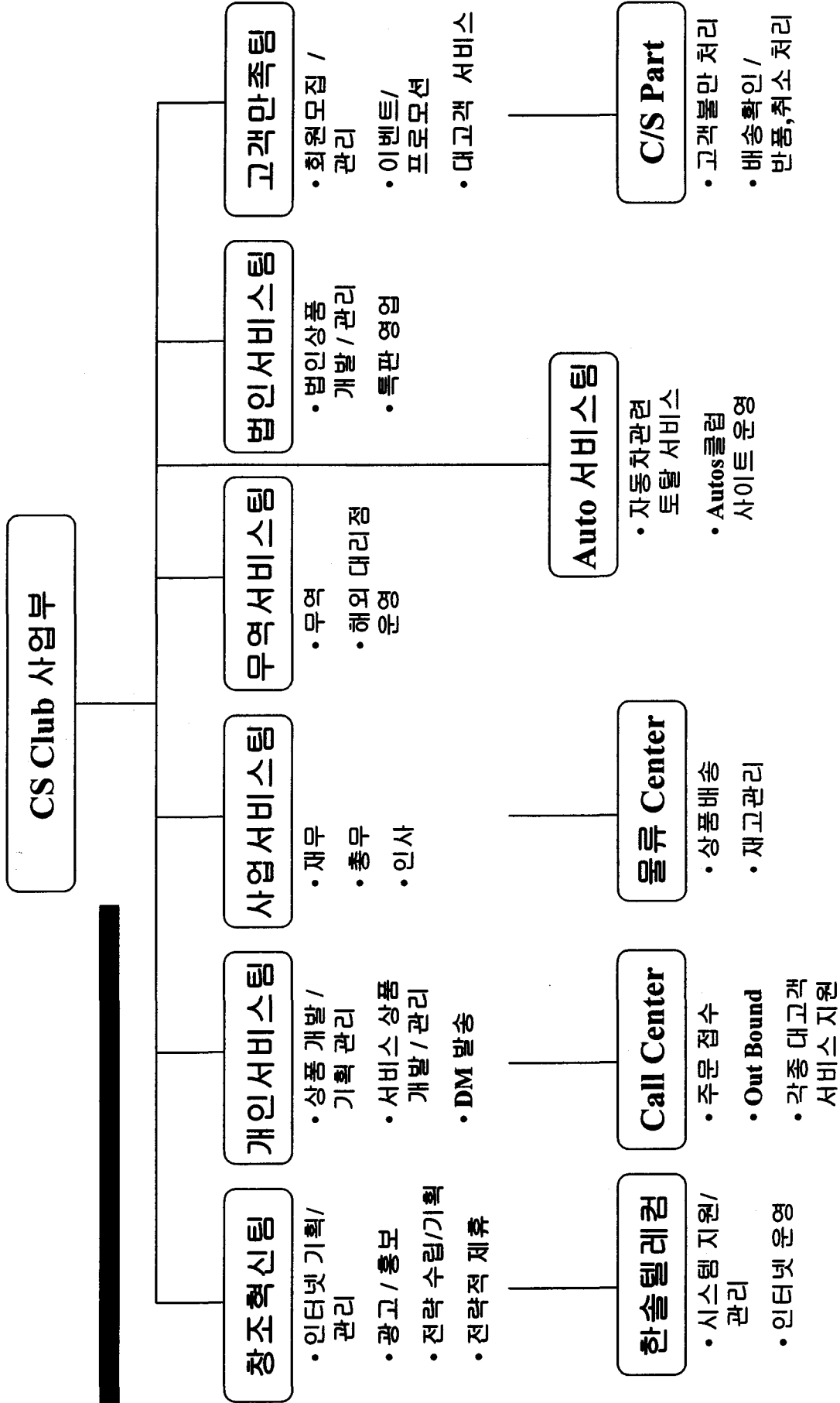
## 차

8. 업무 프로세스의 혁신
9. 매출 신장 및 계획
10. 인터넷쇼핑몰 운영 원리
11. 인터넷쇼핑몰 성공 전략
12. 인터넷쇼핑몰 성공 요인
13. 한솔CS Club Vision

# 1. 한솔CSN(주) 소개



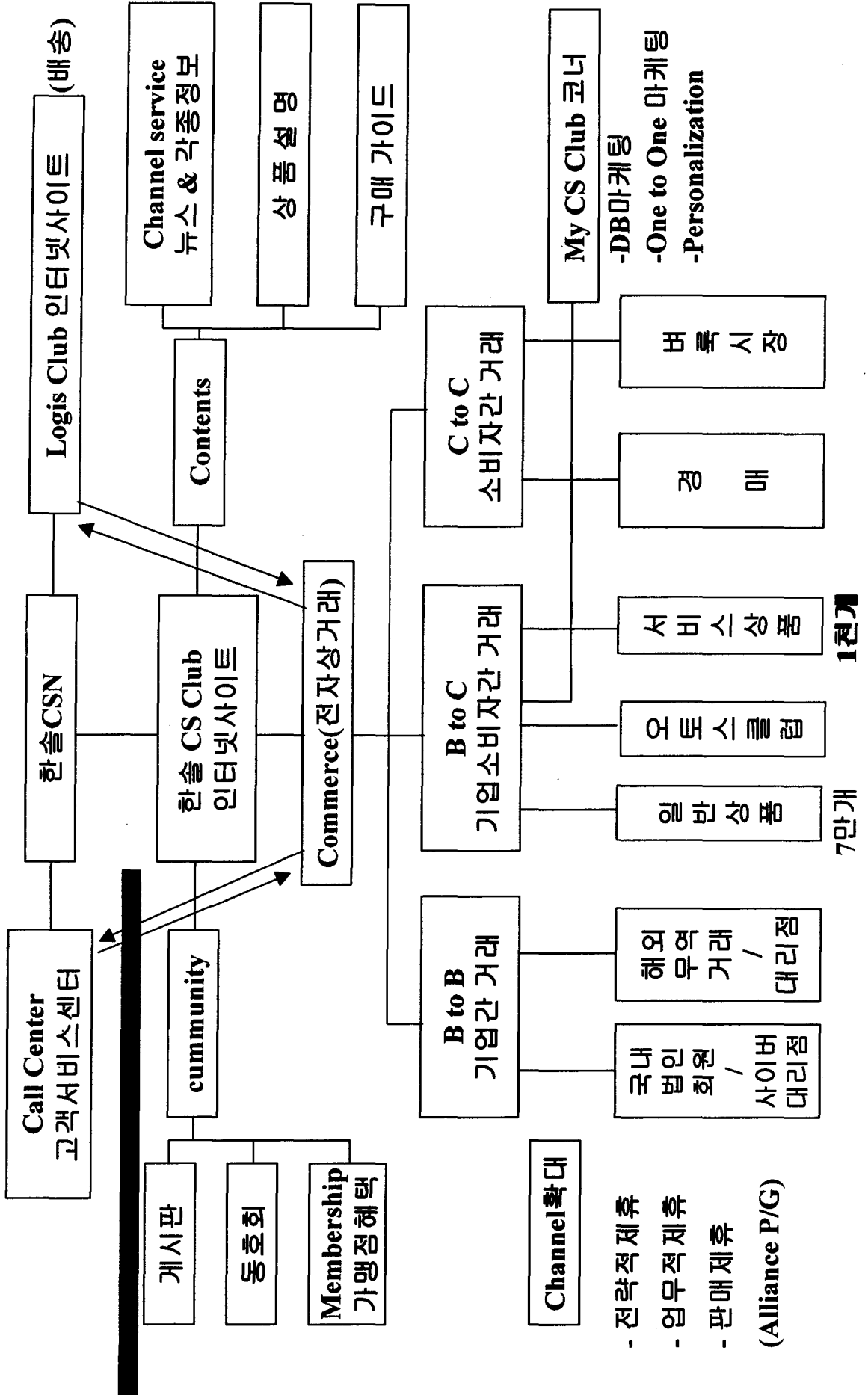
## 2. CS Club 사업부 조직



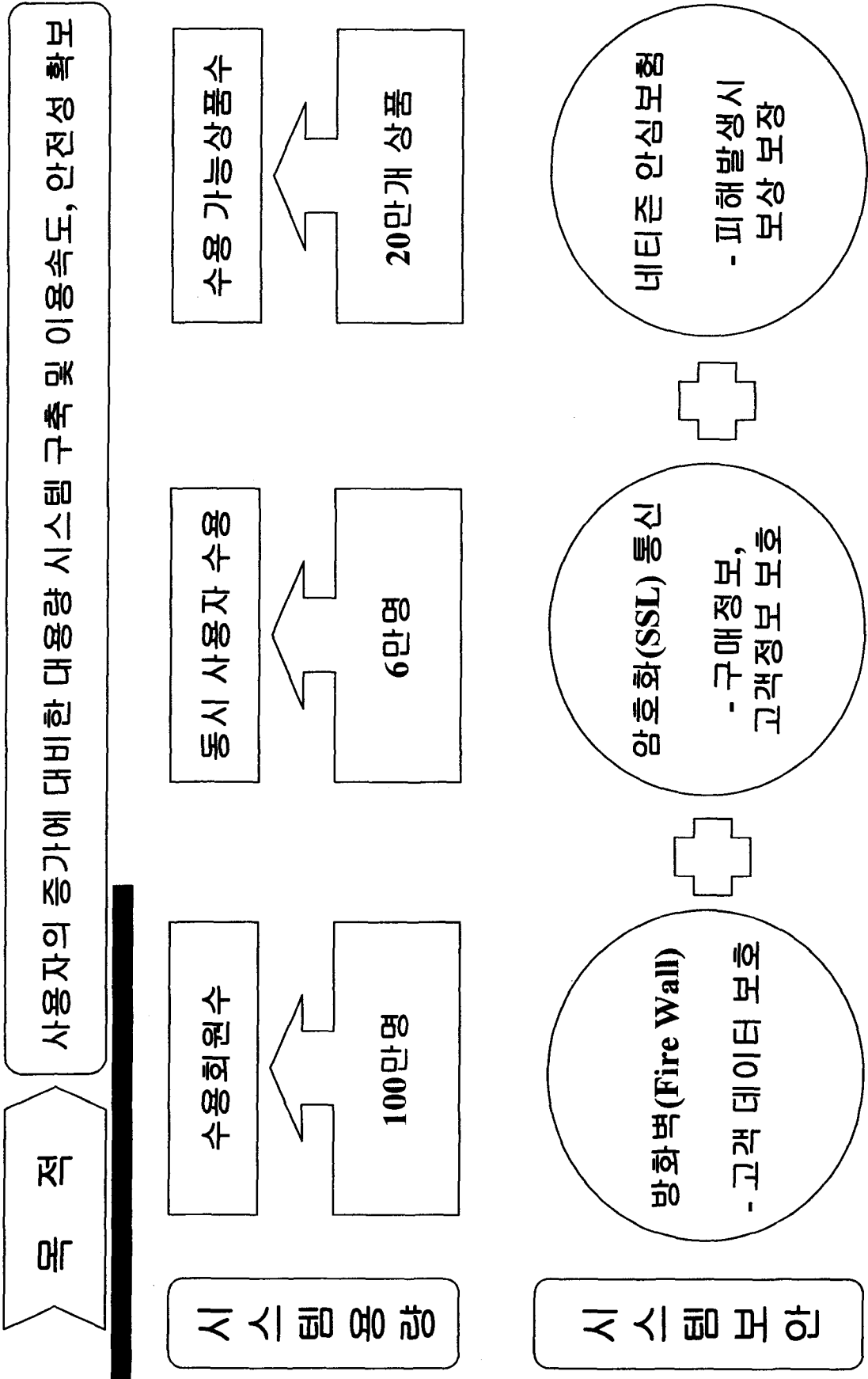
### 3. 한솔CS Club 개요

|               |  |
|---------------|--|
| открытый день | 1997년 6월 11일 <a href="http://www.cscclub.com">http://www.cscclub.com</a> |
| 사업 영역         | 인터넷쇼핑/카다로그/인포머셜/신문광고   |
| 취급 상품         | 제품: 7만SKU, 생활서비스: 1천가지   |
| 매출 실적         | 98년 300억(99년 예상 매출 850억)   |
| 제휴 업체         | (美)Cendant <a href="http://www.netmarket.com">www.netmarket.com</a>      |

# 4. EC 사업전략 - CS Club 사업구상도



# 5. 시스템 현황



## 6. 쇼핑물 구성의 특징

|  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 취급상품수 및 종류 (국대최대, 최다 규모)</li> <li>- 7만여개 일반상품 (제품)</li> <li>- 1천여가지 서비스상품</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자 편리성 강화</li> <li>- 고객위주 상품분류 구성 (30개 분류로 세분화하여 매장구성에 대한 이해도 증진)</li> <li>- 검색기능 다양화 / 신속성 (상품별 비교검색, 조건검색, 제조원 브랜드별 가격대별 검색)</li> <li>- 디자인 개선 (계절성 가미, 조화와 통일성 제고)</li> <li>- 물류/배송 추적 서비스 구현 (웹상에서 배송현황 조회가능)</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 가격 비교 검색 서비스 제공 (1999. 10 예정)</li> <li>- 타 쇼핑물에서 제공되는 가격과 직접 비교를 통하여 최저 가격 구현(비교검색엔진 장착)</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 양질의 다양한 정보제공</li> <li>- Channel Service<br/>(건강, 연예, 컴퓨터, 경제, 스포츠, 공연문화, 이벤트, 증권, 부동산등의 정보를 제공)</li> <li>- 인터넷 베흑시장<br/>(회원들간의 직접적인 거래의 장을 마련)</li> </ul>   |



• **쌍방향 (Interactive) 쇼핑 환경 구현 (국내최초)**

- 인터넷 구매 서비스 (B to C, C to C 구매 서비스를 통한 쇼핑의 흥미 유발)
- 항공권/호텔/콘도 예약 시스템 (웹상에서 원하는 날짜의 예약 검색 및 실시간 예약 기능)
- 맞춤 꽃배달 서비스 (원하는 종류, 수량, 가격대의 꽃바구니 구성 기능)
- 온라인 견적시스템 서비스 (이사, 인테리어, 웨딩 서비스의 견적 산출 기능)

• **One To One 마케팅 구현 (회원 맞춤서비스)**

- **My CS Club 서비스**

(고객 성향별 상품과 정보를 제공하고 고객은 개인의 취향에 맞게 페이지를 구성  
회원들의 Profile Database 구현과 구매이력 DataBase의 활용을 통한 1:1 마케팅)

- **회원 기념일별 Reminding 서비스**

(회원의 생일, 가족생일, 결혼기념일, 기제사일등의 기념일을 사전에 고객에게  
알려주며, 기념일을 Click시 해당기념일에 맞는 상품을 추천해 주는 서비스)

- **상품 추천 서비스**

(회원의 특성과 구매실적을 분석하여 상품을 추천하는 서비스  
기념일 관리를 통해 일정시점에 추천상품을 Mail로 발송)

• 실시간 재고 처리 시스템 구축

- 무재고시 웹상의 상품 자동 삭제 -> 주문 불가
- 재고 발생시 상품 자동 등록

• 완벽한 보안 시스템 구축

- 방화벽 구축  
(인터넷 서버와 데이터베이스간에 설치되어 고객정보, 구매정보등 철저히 보호)
- 네티즌 안심보험 가입  
(총보상한도 1억원의 보험 가입으로 해킹에 의한 개인정보 유출로 인한 회원들의 피해 보상)
- SSL  
(웹상에서의 사용자 인증과 암호화를 지원하여, 웹 브라우저와 웹 서버간의 안전한 통신을 제공하여 보다 안전한 인터넷 쇼핑을 실현)

• 국내 최대 규모의 쇼핑몰 시스템 구축

- 대규모 시스템 구축으로 안정적인 Response Time 확보 -> 원활한 대고객 서비스 유지
- 동시사용자 : 6만명 수용
- 회원수 : 100만명 수용
- 상품 등록수 : 20만 수용

# 7. 쇼핑몰 운영의 성과

**목적** 시스템, 상품, 서비스 수준 제고를 통한 전자상거래 시장 선도

**개선내용**

- 상품력 강화 - 일반상품수 7만여개, 서비스상품 1천여개
- 시스템 개선
  - 국내최고 수준 시스템 구축(회원수100만, 동시사용자수 6만, 방화벽설치)
  - 물디자인 및 검색기능 개선
  - 계절성 가미, 상품별 비교검색/조건검색 기능 추가
- 서비스 확대
  - 일대일마케팅 기능 강화(My CS Club) 및 부가정보서비스제공(채널서비스)
  - 온라인 견적 시스템 가동(이사, 인테리어, 웨딩)
  - 쌍방향 카다로그 실현(호텔/콘도 예약, 항공권발권, 경매, 맞춤 꽃배달)

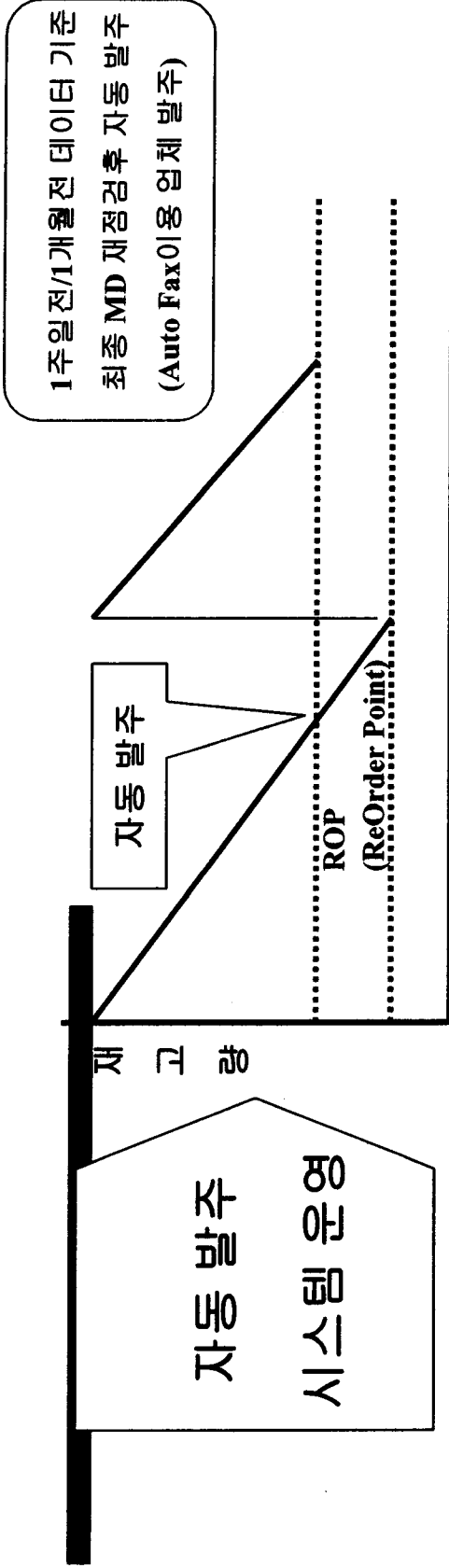
일반 네티즌 인지도 제고

**전략적 제휴 가속화**

- 주택은행, 하나은행, 한미은행, MSN, Lycos 등 다수

- 산자부주관 사이버몰 대상 수상
- 제1회 인터넷사이벌게임 우수쇼핑몰
- 4대 일간지 상반기 히트상품 선정
- 한국경제신문 인터넷 대상 수상

## 8. 업무 프로세스의 혁신



일자

- 자동 발주 시스템 운영을 통한 재고 / 발주 관리 비용 최소화
- 발주 및 재고 유지에 따른 오류 최소화

C/S 처리  
전산화

C/S (Customer Satisfaction) 처리의 전산화

- 유형별, MD별, 상품별 전산 처리를 통한 고객 만족 극대화
- 고객 불만처리의 전산화를 통한 사후 처리 효율화

B to B  
프로젝트  
추진

B to B 전문 상거래 구축

- 법인 고객에 대한 전문적인 지원 기능 구현
- 법인 고객 구매 절차 및 Flow에 대한 XML/EDI 기능 구현
- 법인 고객과의 Interactive한 의사교환 및 구매 절차 구현

Supply Chain Management 형성

- 공급 협력사간 업무 프로세스 효율화
- 인터넷 기반의 XML/EDI를 활용한 공급망 체계 확보
- 인터넷 기반의 편의성 보장을 통한 협력 체계 강화
- 비즈니스 리드 타임 단축, 간접 비용 절감

자동 발주  
시스템

C/S 처리  
전산화

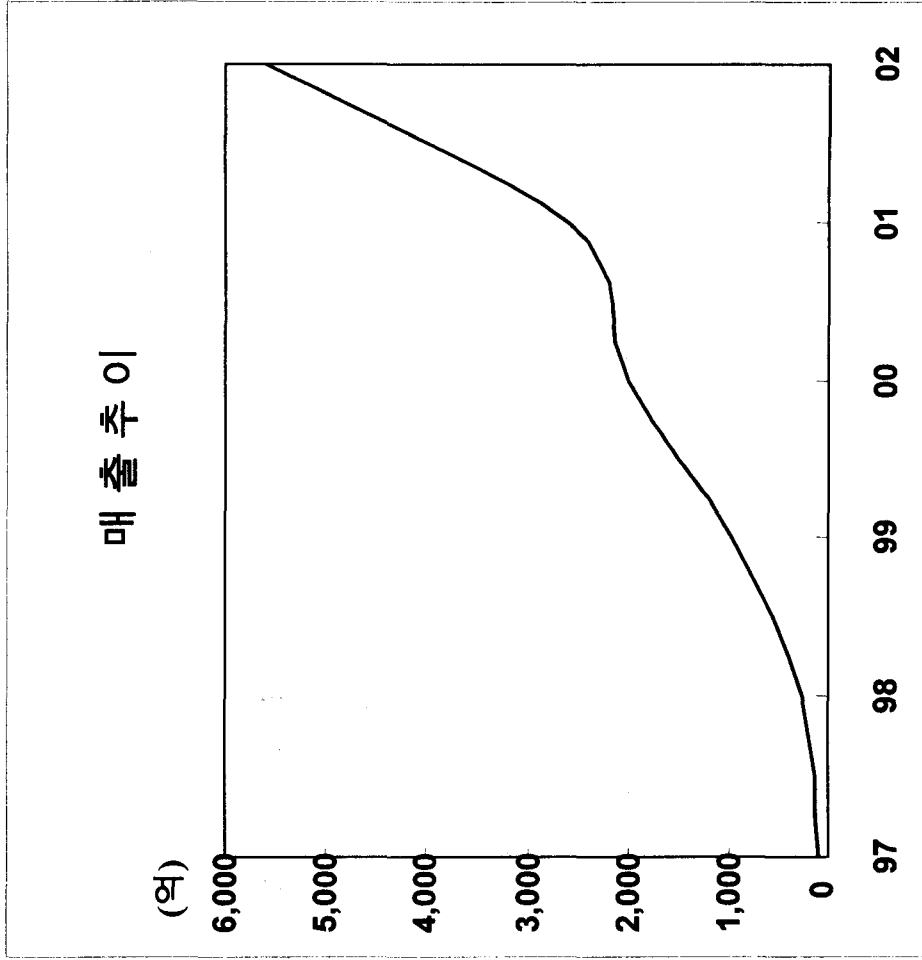
B to B  
프로젝트

- 재고 관리 비용 및 발주 관리 비용 최소화
- C/S 처리 비용의 절감 및 시간 절약
- Supply Chain Management 구축을 통한 간접 비용 절감

고객 만족을 통한 매출 증대

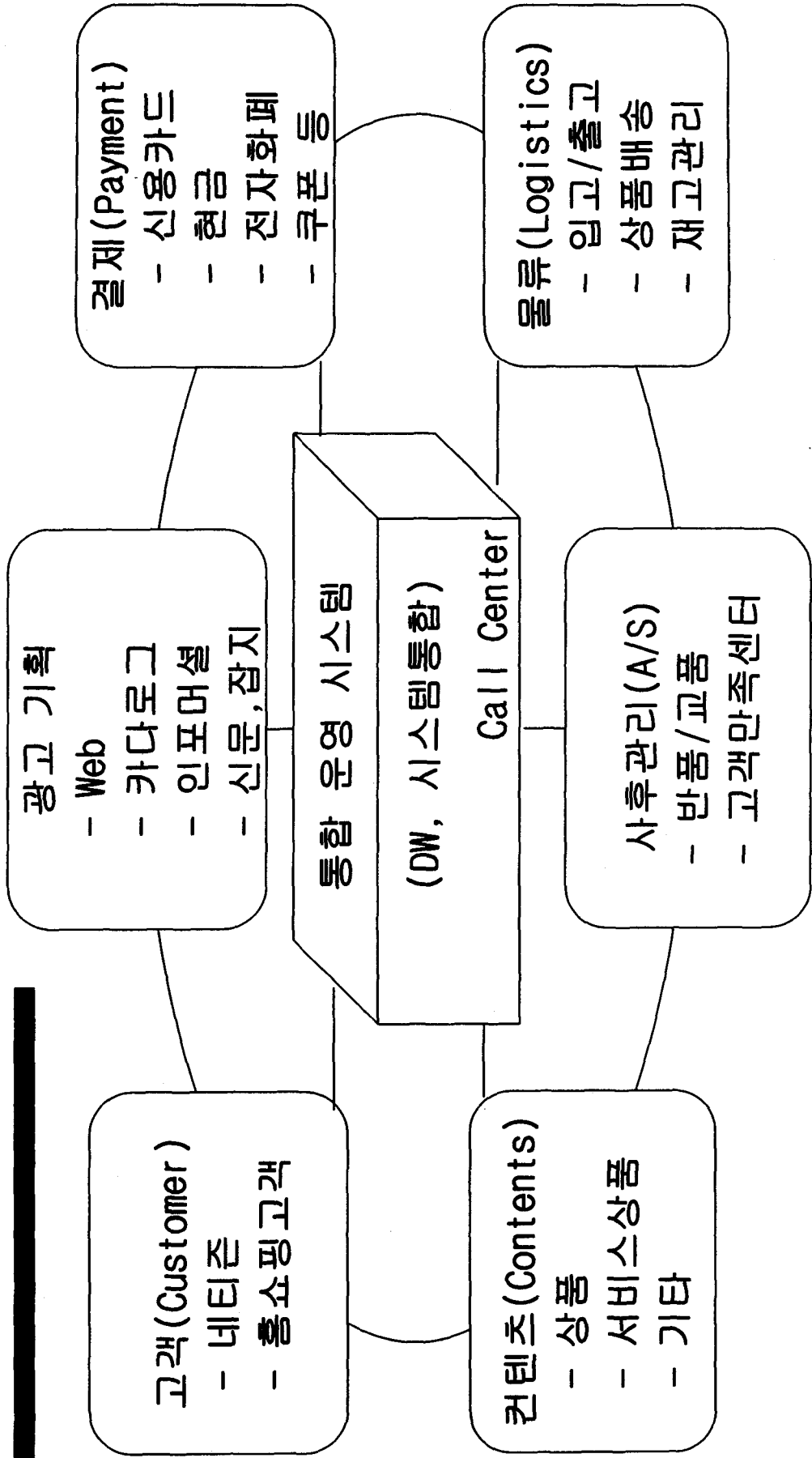
## 9. CS Club 부문 매출 신장 및 계획

| 년 도  | 매 출   |         |
|------|-------|---------|
|      | 금액(억) | 성장률 (%) |
| 1997 | 100   | -       |
| 1998 | 270   | 170 %   |
| 1999 | 850   | 214 %   |
| 2000 | 2,000 | 135 %   |
| 2001 | 3,600 | 80 %    |
| 2002 | 5,600 | 56 %    |



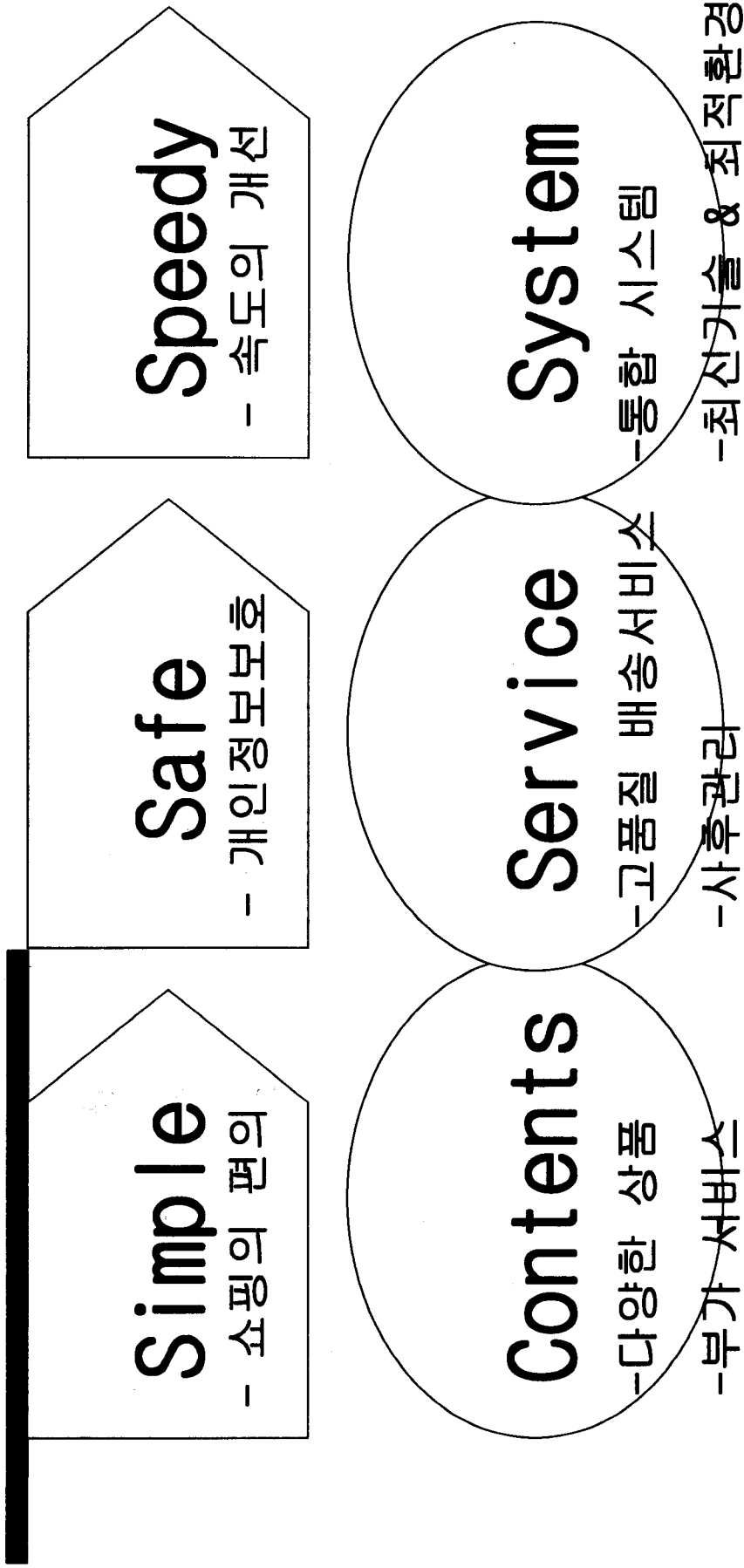
## 10. 인터넷쇼핑몰 운영원리를 통해 본 성공 요인

□ 각 요소들간의 원활한 통합을 통한 Synergy 창출이 성공의 관건임.





## 11. 인터넷쇼핑몰 성공 전략



## 12. 인터넷쇼핑몰 성공요인

- ✓ 인터넷쇼핑몰은 인터넷을 이용한 무점포판매다.
- ✓ 쇼핑의 편의를 제공한다.
  - 편리한 인터페이스 구성
  - 신속한 접속 속도
- ✓ 고객과의 신뢰를 형성한다.
  - 신속 정확한 배송 서비스
  - 고객의 소리에 즉각 대응
- ✓ 풍부한 콘텐츠를 제공한다.
  - 다양한 상품 및 충분한 상품 설명
- ✓ 일대일 맞춤 서비스
  - 데이터베이스마케팅 구현