

웹디자인과 기획·운영 측면에서 바라본 인터넷 패션 사이버몰 구축에 관한 연구

홍인숙 · 유진경 · 최은정 · 이경아 · 이금희 · 김문숙

서울여자대학교 의류학과

인터넷을 통한 전자상거래는 새로운 비즈니스 개념으로 디지털 기반을 구축하여 1:1 마케팅을 이룰 수 있으며, 패션산업에 활용함으로써 기대할 수 있는 가능성은 더욱 확대될 것이다.

본 연구에서는 기업 대 고객간의 전자상거래 범위 안에서 인터넷 패션 사이버몰의 웹 디자인 및 기획·운영측면의 전자상거래 현황과 내용을 분석, 현재 대두되고 있는 문제점을 파악하고, 이상적인 인터넷 패션 사이버몰 구축을 위한 방향성을 제시하는 데 연구 목적을 두고 있다.

연구 방법은 선행연구를 통해 개념적 정의를 하였으며, 인터넷 검색엔진으로 패션제품이 판매되고 있는 국내·외 인터넷 사이버몰 사이트를 60여개를 검색하여 그 중 23개의 국내·외 대상 사이트를 선정, 사례 분석을 통한 실증적 연구를 실시하였다.

국내·외 인터넷 패션 사이버몰 사례 분석을 통한 현황 및 문제점은 다음과 같다. 첫째, 초기화면의 구성형태나 색상, 글씨체, 그래픽이 패션상품의 이미지에 적절하지 않은 경우가 많다. 둘째, 상품구성에 있어서, 국내의 경우 의류제품보다는 가전제품이나 기타 생활용품에 더 비중을 두는 경우가 많으며 상품구색의 폭과 깊이가 다양하지 못하다. 또한 온라인 영업과 물리적 상점을 동시에 할 경우 가격차별화가 이루어지고 있지 않다. 셋째, 고객서비스는 국내·외 모두 다양한 상품검색과 배송현황 파악 등을 제공하고 있으며 국내 사이버몰 사이트는 이벤트나 경품 행사로, 국외의 사이트는 다양한 트렌드 정보 제공, 고객 맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 넷째, 사이버몰에서의 쇼핑은 실제로 입어 보고 구매할 수 없기 때문에 이러한 점을 해결·보완하기 위한 구체적 방안 모색이 필요하다. 다섯째, 소비자가 안심하고 쇼핑할 수 있는 환경을 제공하기 위해 끊임없는 제도의 보완이 이루어져야 한다.

위에서 지적한 문제점을 인식하고 이상적인 패션 사이버몰 구축을 위해서 웹 디자인 및 기획과 운영 측면에 있어서의 중요 요소를 다음과 같이 제시하고자 한다. 먼저 웹 디자인 측면의 중요 요소를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 합축성과 적합성을 내포하고 있어야 한다. 단순히 화려하다거나 눈에 띄는 디자인보다 사이트의 성격과 목적에 맞는 디자인이 더욱 중요하다. 둘째, 신속성을 내포하고 있어야 한다. 열악한 환경의 사용자도 고려하여 로딩 속도를 고려하고 내용은 신속하게 업데이트한다. 디자인 전반의 잦은 변화는 이용자들로 하여금 오히려 혼란을 일으킬 수 있는 요인이 되므로 삼가해야 하며 잦은 동화상 사용의 절제가 필요하다. 셋째, 정확성을 고려해야 한다. 정

보원에 대한 정확한 출처를 밝히며 브랜드에 대한 신뢰야말로 소비자를 설득할 수 있는 가장 큰 요인이다. 넷째, 독창성이 결여된 웹사이트는 인상적인 사이트로 남기에 부족하다는 사실을 염두에 두어야 한다. 다섯째, 일관성을 유지해야 한다. 한 사이트에 통일된 포인트나 칼라 배색을 사용하여 서브페이지와 인덱스페이지의 일관성 있는 디자인으로 전체 이미지의 통일성을 고려해야 한다.

기획·운영측면의 중요 요소를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 패션상품은 짧은 패션 사이클의 변화에 따른 트렌드의 반영, 고객 감성지원 측면에서의 화면구성과 색채 표현, 상품의 구색 갖추기가 필수적이므로 기술 전문인에 의해서 제작 관리되는 것은 물론, 패션상품 머천다이저와 디자이너의 적극적인 참여가 이루어져야 한다. 둘째, 상품의 구색은 한쪽으로 치중되지 않고 다양하게 구성되어야 하며 실질적으로 고객이 착장해 보지 못하고 구매해야 한다는 점을 고려하여 가상공간에서 사이버 모델을 설정하여 고객이 화면상에서 자유로이 착장시켜 살펴볼 수 있어야 한다. 또한 각 아이템마다 세부적인 사이즈를 제시하여 고객들이 근접한 사이즈를 선택할 수 있도록 해야 하며, 전시된 상품을 여러 가지 방법으로 코디네이트 할 수 있는 시뮬레이션과 사이버 패션쇼, 전문가의 스타일링 제안 등의 기술 및 프로그램 개발이 이루어져야 한다. 셋째, 매력적인 사용자 중심의 인터페이스 구축을 위한 동화상 및 3차원 표현 기술이 확보되어야 한다. 고품질의 음성과 동화상 등을 사용하여 매력적인 사용자 인터페이스를 실현해야 한다. 상품 디스플레이의 표현기술과 관련하여 컬러, 텍스처 표현과 같은 콘텐츠 제작 기술을 확보하는 것이 필수적이다. 넷째, 단순히 브랜드인지도 재고의 차원이 아니라 브랜드 인지도나 호의도, 브랜드 이미지, 브랜드 개성 등을 총괄하는 브랜드 자산(brand equity)의 강화를 이루어야 한다.