

온라인시장에서 안경산업 마케팅 활성화 전략

이현창*, 서신타⁰, 신성윤**

*원광대학교 정보관리학과, 정보과학연구소

⁰원광대학교 정보관리학과

**군산대학교 컴퓨터정보공학과

e-mail: hclglory@gmail.com*, killlua_54@hotmail.com⁰, syshin@kunsan.ac.kr**

Glasses Industry Marketing Activation Strategy in Online Market

Hyun Chang Lee*, Chen Lin Xu⁰, Seong Yoon Shin**

*Dept. of Information Management, Institute of Information Science, Wonkwang University

⁰Dept. of Information Management, Wonkwang University

**Dept. of Computer and Information Engineering, Kunsan University

● 요약 ●

안경 산업은 현대사회의 복잡성에 따라 사용자가 매우 가파르게 증가하고 있는 실정이다. 기존 안경 산업은 주로 오프라인에서 사용자의 필요에 따라 사용하는 필요성에 의한 산업구조인 반면에, 최근의 안경 산업은 고객들의 선호도에 따라 다르게 착용함으로써 외적 미모를 위한 개성 연출을 위한 도구로서 활용도가 다양화되고 급증하고 있는 추세이다. 이에 본 연구에서는 젊은층 및 노년층의 구분없이 다양한 계층에서 활용도를 유도할 수 있도록 개인 맞춤형 안경산업의 온라인 사업에 초점을 둔 온라인 안경사이트 구축에 관한 연구이다. 이를 위해서 기존의 대표적인 안경 산업의 특징과 산업 서비스 분석을 통해 차별화된 전략을 제시하고자 한다. 본 연구를 통해 서비스 개발과 실용적인 접목이 이루어진다면 비즈니스 모델의 새로운 가치를 도모할 수 있을 것으로 기대된다.

키워드: 안경산업(glasses industry), 마케팅(marketing), 서비스(service), 온라인시장(online market)

I. 서론

오늘날 실내 사무실 작업 환경이 많아짐에 따라 현대인들이 원 거리를 볼 수 있는 기회가 줄어들고 있으며, 이에 따라 시력저하를 가속화 시키고 있다. 이로 인해 안경 착용이 증가하고 있으며, 안경산업은 성장기에 접어들 정도로 확대되고 있다. 이에 따라, 안경 착용을 위해 오프라인을 통해서 많은 착용을 시도하고 있다.

지금의 안경 착용 용도는 시력 교정용 수단에서 하나의 패션 아이템이 되었다. 안경은 얼굴 이미지에 대한 인상을 변하게 할 수 있는 도구이자 스마트하게 보일 수 도 있으며, 외모상으로 플러스 효과를 주는 경우를 자주 접하게 됨을 알 수 있다. 이렇듯 안경에 대한 용도가 변하게 됨으로써 시력교정용 안경착용자가 아닐지라

도 외모에 대한 연출 효과를 위해서 착용하는 소비자 군이 많이 형성되어지고 있다.

이에 따라, 본 연구에서는 젊은 층을 대상으로 최신 경향이나 활용도를 파악하여 안경에 대한 마케팅을 활성화 할 수 있는 서비스 전략 개발을 제시하고자 한다. 이를 위해 시력교정용 수단에서 액세서리 용도로의 활용방안 모색과 박리다매구조를 시도할 수 있는 마케팅 방법을 찾고자 한다.[3]

II. 관련산업 서비스 연구

다음 [표1]은 관련산업들의 홈페이지 메뉴 구성에 대한 분석이다.

표 1. 관련산업 홈페이지 메뉴구성

Table 1. Menu configura Development Tools

홈페이지 메뉴 구성 요소 *	
스타일 호른	HAND MADE, VINTAGE, MADE IN HORN, BEST SELLER, SYLE, METERIAL, COLOR, SUNGLASS, CHILDREN, SALE, ACCESSORIES, COMMUNITY
디파처	신상품, 안경테, 선글라스, 편광선글라스, 시계, 기타 패션잡화, 성별, 안구별, 모양별, 소재별, 칼라별, 복고 스타일, 빈티지 스타일, 빅사이즈 스타일, 튀는 스타일, 고급스러운 스타일, 연예인착용 스타일
eye31	SHOPPING ITEM, ORDER, MEMBER, COMMUNITY
레트로 마켓	PRODUCT, LIFE, LOGIN, JOIN, CART, ORDER, MYPAGE, TRACKING, BOOKMARK
비비드 모카	GLASSES, PREMIUM, HAND MADE, SUNGLASS, ACC, APPAREL, FROM JAPAN, BIG SALE, PRIVATE ORDER

스타일호른은 주 품목인 안경이 돋보이도록 모델을 활용하여 고로 이미지와 사이트 도메인 이름이 서로 잘 어울려 고급스럽게 보인다. 이에 반하여 너무 많은 메뉴 구성으로 원하는 정보 탐색이 어렵다는 단점이 존재한다.

III. 마케팅 활성화를 위한 차별화 전략

여성용 제품인 패션스타킹 등에 적합한 마케팅 전략 요소를 요약하면 다음과 같다.

표 2. 차별화 전략

Table 2. Differentiation Strategy

* 우리만의 마케팅 차별화 전략 *	
커뮤니티	50명 이상의 고정 고객이 확보되면 커뮤니티 활성화를 위해 타 학교의 안경광학과와 2차 협력을 시도하며, 개인들이 제작한 안경도 팔 수 있는 커뮤니티 장소를 제공
SNS	트위터, 페이스북, 블로그 등의 SNS를 활용하여 쇼핑물 페이지를 홍보한다. SNS를 통해 다양한 할인 혜택과 쇼핑 정보를 제공하여 고객들의 소비심리를 자극한다.
디자인	10~20대의 남/여 고객인 타겟층에 적합한 홈페이지 디자인을 지원한다. 개성이 강하고 톡톡 튀는 메인 메뉴, 스쿨룩에 잘 어울리는 안경, 대학생에게 잘 어울리는 안경 등의 메뉴를 추가한다. 또한 그에 맞는 모델과 스타일을 지원해서 안경을 판매한다.

IV. 서비스 비교 분석

본 절에서는 사이트별 서비스 비교 분석을 살펴 본다. 기존 사이트들의 서비스 현황 분석결과 이벤트, 북마크 및 포인트 활용은 거의 모든 사이트에서 서비스를 제공하고 있다. 다음은 비교 분석을 [표3]에 요약하여 나타내었다.

표 3. 서비스 비교 분석

Table 3. Comparison and Analysis for Services

* 사이트 서비스 비교 *						
서비스 / 사이트	Eyestyle	스타일 호른	디파처	eye31	레트로 마켓	비비드 모카
SNS	○	◎	△	△	○	○
디자인	○	◎	x	x	○	△
이벤트	○	◎	○	○	○	○
Bookmark	○	○	○	○	◎	◎
포인트	○	◎	○	○	○	◎

V. 결론

기존 사이트들에 대한 서비스 분석결과 이벤트, 북마크 및 포인트 제도를 잘 활용하고 있었으며, 제일 서비스 제공이 잘되어있는 스타일 호른이 모델로서 제시될 수 있다. 이에 마케팅 활성화 전략으로 기본적인 서비스를 기반으로 마케팅 활성화를 도모하고자 한다. 이를 통해 안경 산업에서 고객에 맞춤형 제공 등 제품에 대한 마케팅 활성화를 도모할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- [1] D.I.Lee et. al, "Evolution of Online Distribution Market", SERI, 2006
- [2] D. Kim and S. kim, "Dynamic Expert Group Models for Recommender Systems," Proceedings of the First Asia Pacific Conference on Web Intelligence : Research and Development, Maebashi City, Japan, October, 2001.
- [3] H.W.Sung, "Effects of Price Perfection and Store Attributes on Fashion-Related Store Choice Behavior -Focused on Department Store, Discount Store, and Internet Shopping Mall", Journal of the Korea Society of Clothing and Textiles, Vol. 32, No. 8, pp. 1274-1285, 2008.