

온라인 환경에서 상품(안경) 마케팅 전략 방안

이현창* · 서신림* · 신성윤**

*원광대학교정보전자상거래. 융복합창의연구소 · **군산대학교 컴퓨터정보공학과

Strategy for Marketing Product(Glasses) in Online Environment

Hyun-chang Lee* · Shen-lin Xu* · Seong-yoon Shin**

*School of Info. and e-Comm, Institute of Convergence and Creativity, Wonkwang University

**Dept. of Computer Information Engineering, Kunsan University

E-mail : hclglory@wku.ac.kr, s3397220@kunsan.ac.kr

요 약

근래의 안경 산업은 고객들이 다양하게 선택함에 따라 외적 미모를 위한 개성 연출을 위한 도구로서 활용도가 다양화되고 급증하고 있는 추세이다. 이에 본 연구에서는 계층별 구분하지 않고 다양한 계층에서 이용할 수 있는 개인 맞춤형 온라인 안경산업에 초점을 둔 사이트 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.

ABSTRACT

Recently, to satisfy the customer's requirements for glasses such as rating of glasses or choosing, glasses industry is supporting various types and tools for making one's appearance good. In this research, we study the strategy for implementing a site for glasses to customizing a person not to distinguish whether the customer is older or younger etc. For the purpose of implementing a site for glasses, first, we suggest a differentiated methodology through analysis of glasses industry service and features of existential representative glasses sites. Through the activation of the marketing strategies, marketing in a glasses market is expected to be competitive.

leggings, fashion, marketing, strategy

레깅스, 패션, 마케팅, 전략

1. 서 론

현대인의 생활패턴이 근거리 사무환경으로 인하여 눈건강이 급속도로 악화되고 있으며, 이로 인하여 안경 착용과 외모에 대한 안경의 활용 목적이 다양화되어지고 있다. 이에 따라 안경산업은 점진적으로 확대되어지고 있으며, 관련 산업도 확대되어지고 있는 상황이다. 뿐만 아니라, 안경산업은 성장기에 접어들 정도로 확대되고 있다. 이에 따라, 안경 착용을 위해 오프라인을 통해서 많은 착용을 시도하고 있다.

오늘날 안경의 목적은 주로 시력 교정용 수단

으로 활용되어지고 있었으나, 점차 하나의 패션 아이템 산업으로 자리매김하고 있다. 안경은 얼굴 이미지에 대한 인상을 변하게 할 수 있는 도구가 자 스마트하게 보일 수도 있으며, 외모상으로 플러스 효과를 주는 경우를 자주 접하게 됨을 알 수 있다. 이에 따라, 안경에 대한 목적이 변하게 됨으로써 외모에 대한 연출 효과를 위해서 착용하는 소비자 군이 많이 형성되어지고 있다.

그러므로 본 연구에서는 젊은 계층을 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. 안경 산업 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
디파쳐	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
레트로마켓	PRODUCT, LIFE, LOGIN, JOIN, CART, ORDER, MYPAGE, TRACKING, BOOKMARK
비비드모카	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.

다음 그림은 구현한 사이트 이미지이다.

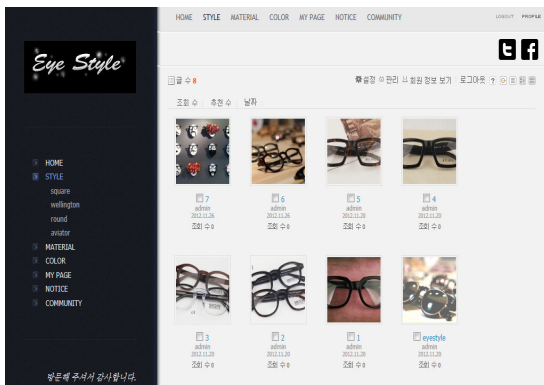


그림 1. 구축 사이트 이미지
Fig. 1. Shot of a implemented site

III. 결 론

본 연구에서는 대표적으로 운영되는 사이트에서 제공되고있는 서비스 분석과 이를 통해 마케팅 전략 방안을 살펴보았다. 이에 안경산업의 마케팅 활성화 전략으로 기본적인 서비스를 기반으로 마케팅 활성화를 도모하며, 고객들에게 맞춤형 안경을 제공할 수 있는 맞춤형 안경을 제공할 수 있는 사이트 구축을 통해 마케팅을 활성화 할 수 있을 것으로 기대 된다.

향후에는 구축된 사이트 및 분석 자료를 기반으로 연령대별 선호도와 온라인을 통한 고객 만족도를 향상시키기 위한 방안 마련과 정확성을 향상 시킬 수 있도록 진행될 필요가 있다.

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.