

---

# 골프공 영상콘텐츠를 포함한 마케팅서비스를 위한 온라인 자료분석에 관한 연구

이현창\* · 진찬용\* · 신성윤\*\*

\*원광대학교

\*\*군산대학교

On-line Data Analysis for Marketing Service including Golf Image Contents

Hyun-chang Lee\* · Chan-Yong\* · Seong-yoon Shin\*\*

\*Wonkwang University

\*\*Kunsan University

E-mail : \*20074696@wku.ac.kr \*hclglory@gmail.com

## 요 약

스포츠 종류 가운데 골프는 특권층이라는 스포츠 인식에서 점차적으로 사라지고 대중적인 스포츠로 자리매김하고 있다. 이러한 골프 스포츠 영역은 충성고객이 다른 마케팅 제품에 비교하여 상대적으로 많다. 그래서 본 논문에서는 골프의 대중화를 통해 골프공 등 악세서리 구매고객층의 온라인 구매 패턴을 분석하여 온라인 환경에서 마케팅 활성화를 도모하고자 한다. 이를 위한 온라인 분석을 실시하여 마케팅 활성화를 위한 방안을 제시한다.

## ABSTRACT

Among the various sports, recognition of golf sport is changing the privileged classes sport into a popular sport. In this kind of sport area, there are many loyal customers of golf sport relatively compared to the other marketing products or sports. Therefore, in this paper, we have analyzed the online buying pattern of customers through the popularization of golf such as golf ball or accessories and want to promote activation marketing in the online environment. For these, we suggest the way to promote marketing activation by analyzing online data.

## 키워드

골프, 스포츠, 온라인영상, 이미지분석, 골프이미지

## 1. 서 론

골프에 대한 일반적인 시각이 특권층의 스포츠와 같은 인식이 있었으나, 골프의 대중화 및 생활수준의 변화로 일반인들의 스포츠로 인식되게 되었다. 이와 같이 골프에 대한 대중적인 인식의 변화는 새로운 마케팅을 통한 비즈니스 모델의 블루오션의 길이 될 수 있다. 또한, 골프의 다양한 특성 가운데 골프용품중 골프공은 충성 구매고객수가 다른 상품들보다 높은 편이다.

뿐만 아니라, 골프공의 제조과정상에서 드러나는 대부분의 무게중심이 균형잡혀있지 않고 틀어져 있거나 형태 밸런스가 맞지 않아 타격 자세교정 및 골프채 교체로까지 이어지는 상황이 발생될 수 있다. 이러한 문제는 정확한 타격에 한계가 있기 때문에 정확한 밸런스를 갖는 골프공을 홍보 및 판매함으로써 기존 판매업체와 다른 특징을 갖고 있다는 장점이 있다.

이에 밸런스 골프공과 악세서리들의 온라인 판매 사이트를 제작하여 온라인 마케팅의 필요성

이 부각되게 되었다. 그리고 단순히 밸런스 골프 공과 악세사리만 판매하는 것이 아닌 골프 관련 영상과 골프 관련 이야기를 나눌 수 있는 공간을 만들어 다양한 정보를 제공하여 제품의 구매가 아니더라도 사이트 방문을 유도할 수 있는 온라인 사이트를 구축하고자 한다.

## II. 관련연구

온라인 거래에서 전자상거래에 대한 속성, 평가요소를 가운데 하나로 온라인에서 정보의 대상이 되는 제품에 관한 내용과 이를 고객에게 제공해주는 서비스 차원을 포함한 전자상거래 속성에 대한 평가가 일반적으로 이루어지고 있다[1]. 이러한 사례로서 온라인 쇼핑물 소비자들을 대상으로 실시한 이지데이 조사 결과에 따르면 온라인 쇼핑물 이용시 소비자가 가장 중요하게 여기는 쇼핑물의 장점으로서 저렴한 가격, 다양한 상품, 상세한 제품 정보와 정보쇼핑의 편리성 등이 쇼핑물을 이용하게 되는 이유라고 언급하고 있다[2].

### III. 골프공 전자상거래 활성화를 위한 차별화 서비스 전략

| 차별화 주요전략  |  |
|-----------|--|
| 마일리지      | 타 사이트들은 구매가격대가 고가일 경우에 적립금 서비스를 사용할 수 있도록 하고 있지만, 가격에 상관없이 적립금을 사용할 수 있도록 할 예정입니다.   |
| 7days 이벤트 | '세이골프'라는 사이트에서 사용하고 있는 이벤트이지만, 단순히 회원이 알아서 이벤트를 확인하여 이용하는 것이 아닌 회원가입시 관심 있는 품목을 선택하도록 하여 해당상품이 이벤트 진행시 문자가 전송되도록 하여 구매를 유도할 예정입니다. |
| 선물포장      | 선물포장지 또한 종류별로 선택할 수 있도록 하여 포장서비스를 진행할 예정입니다.   |
| 커뮤니티 서비스  | 골프와 관련된 정보를 회원들끼리 공유할 수 있는 게시판을 마련하고 골프장과 협의를 통해 회원권 할인 등을 계획 중입니다.  |
| 상품관련 카툰상담 | 카카오톡과 같은 SNS를 활용하여 업무시간외(21시까지) Q&A 답변을 할 계획입니다.   |
| 모바일구매혜택   | 모바일로 구매하는 고객에게 웹사이트 구매와 다른 할인을 적용하여 사이트 광고비를 절약할 계획입니다.  |

### ※사이트별 서비스 현황 평점 (0: 사용안함, 3: 좋지 못함, 6: 보통, 9: 매우 좋음)

| 사이트 서비스 현황   | 제안 | 기념품 백화점 | 세이골프 | GB Comp any | 신우 DTF | 로스트블 코리아 |
|--------------|----|---------|------|-------------|--------|----------|
| 마일리지         | 9  | 0       | 9    | 3           | 6      | 6        |
| 이벤트페이지       | 9  | 3       | 9    | 0           | 0      | 3        |
| 대량구매 혜택      | 3  | 6       | 6    | 0           | 6      | 9        |
| 커뮤니티         | 6  | 0       | 3    | 0           | 0      | 9        |
| 상품 관련 SNS 상담 | 6  | 3       | 6    | 3           | 3      | 6        |

## IV. 결론

기술발전으로 온라인을 통한 전자상거래는 더욱 다양하고 급진적으로 확대 변화되어지고 있다[10]. 그와 같은 변화들 가운데 시장의 특성상 오프라인에서 온라인으로 조금씩 확대되어지는 영역 가운데 패션안경시장 마케팅을 들 수 있다. 기존의 오프라인을 찾아서 방문과 검색 및 구매 후 배송을 직접 담당하였던 부분에서 현대의 시간적인 제약을 해결하고 나아가 오프라인 시장에서 온라인 시장으로 점차 확대되어지고 있기 때문이다.

이에 본 연구에서는 기존에 상업적으로 운영 중에 있는 사이트들 가운데 운영 및 실적이 우수한 상위 사이트들에 대한 비교 분석을 실시하여 실제로 차별화된 정책 방안과 서비스 전략을 도출하였으며, 사이트 구축까지 실행하였다. 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.

### 참고문헌

- [1] Peter, J. P, and Olson, J. C. "Consumer Behavior and Marketing Strategy", Chicago: Irwin, 1996.
- [2] CMN, "The Merits of Online-shopping Mall is Low Price", 2007.12.14.
- [3] S.Y. Shin et, al. "Internet Marketing Service Expansion

Strategy through Focusing on One-Day Products",  
Journal of Digital Policy and Management, Vol.10,  
No.7. pp85-92, 2012

- [4] <http://www.gpmall.co.kr>, 2015
- [5] <http://www.saygolf.co.kr>, 2015
- [6] <http://www.golfloom.co.kr>, 2015
- [7] <http://www.swwinners.co.kr>, 2015
- [8] <http://www.lostballkorea.or.kr>, 2015