

골프 산업 서비스 강화를 위한 온라인 자료분석

이가배* · 이효맹* · 유효문* · 강선경* · 이현창* · 신성윤**

*원광대학교

**군산대학교

On-line Data Analysis for Enhancing Golf Marketing Industry Service

Jiapei Li^{1*} · Xiaomeng Li¹ · Sun-kyung Kang¹ · Hyun Chang Lee¹ · Seong-yoon Shin^{**}

^{*}Wonkwang University

E-mail : *jiapei@gmail.com *hclglory@gmail.com

요 약

골프는 운동가운데 특권층이라는 스포츠 인식에서 점진적으로 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

밸런스 골프공 & 악세서리 판매 사이트를 제작은 골프의 대중화와 함께 골프를 특권층의 스포츠라고 생각하던 고정관념이 사라지고 대중화 및 시설 증가가 이루어지고 있다. 스포츠의 확산은 국민의 건강과 밀접한 관계가 있으며, 국민 수준 향상에 의한 의식 전환 결과로서 골플에 대한 인식 전환과 대중화가 진행중에 있다.

골프 스포츠에 있어서 골프공은 골프용품을 구성하는 다양한 구성품들 가운데 충성고객수가 가장 많이 나타나고 있으며, 제조 과정상 대부분의 무게중심이 틀어져 있거나 형태 밸런스가 맞지 않아 타격 자세교정 및 골프채 교체로는 정확한 타격에 한계가 존재한다.

이러한 이유로 골프타격 자세 및 골프공에 대한 밸런스 유지는 매우 중요한 요소이며, 그러한 밸런스 유지가 골프 점수 향상에 도움이 되기 때문에 본 연구에서는 그와 같은 골프공을 온라인을 통한 판매를 통해 기존 판매업체와

차별화된 특징을 갖는 온라인 사이트 구축과 판매를 추진하고자 한다.

II. 연구배경

연간 골프장을 이용하는 골프스포츠 인구는 2010년 대비 2013년에 이미 2배 증가하는 것으로 한국레저산업연구소를 통하여 조사되고 있다. 또한, 골프장 이외에 연습장소를 통한 골프 인공 인구수에 있어서도 60% 증가를 나타내고 있음을 TNS코리아를 통하여 참고할 수 있다. 이러한 골프인구 증가에 따라서 골프공 시장 규모도 경기용 골프공과 연습용 골프공 증가도 두드러지게 나타나고 있다.

III. 골프공 판매 차별화 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 카톡상담	카카오톡과 같은 SNS를 활용하여 업무시간외(21시까지) Q&A 답변을 할 계획입니다.
모바일 구매혜택	모바일로 구매하는 고객에게 웹사이트 구매와 다른 할인을 적용하여 사이트 광고비를 절약할 계획입니다.

IV. 마케팅 차별화 비교

사이트 서비스 현황	4조	기념품 백화점	세이골프	GB Comp any	신우 DTF	로스트볼 코리아
마일리지	9	0	9	3	6	6
이벤트 페이지	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

REFERENCES

- [1] R. Piryani et al., Analytical mapping of opinion mining and sentiment analysis research during 2000–2015, Information Processing and Management (2016),
- [2] Piryani, R et al. Analytical mapping of opinion mining and sentiment analysis research during 2000–2015. Information Processing & Management. (2017).
- [3] OMSA approaches and methods, levels, major data sources, applications areas
- [4] Alfaro, C. et al. A multi-stage method for content classification and opinion mining on weblog comments. Annals of Operations Research. 236, 1 (2016), 197–213.
- [5] Salas-Zárate, M. et al. 2016. Feature-based opinion mining in financial news: An ontology-driven approach. Journal of Information Science. (2016)