최신 뉴스, 경향 분석 제공 등 신속성 탁월

스타일 네트워크

필자처럼 미미하게라도 패션을 의식한다면, 유행에 대해 생각하면서 조금이나마 시간을 보내게 될 것이다. 그러나 기업 도서관 사서의 관점에서 보면 패션은 굉장한 사업이다.

'1998년 미국 산업 무역 전망'과 '미국 산업 백과'에 따르면 패션은 미국내 시장의 생산 부문과 도매 부문에서 1천억 단위의 산업이다. 패션하면 떠오르는 일반적인 영상은 고가의 옷, 패션 모델, 디자이너의 이름이 현란한 매력을 발산하는 것이겠지만 패션 산업은 이보다 훨씬 더 복잡하다.

패션 산업이 무엇인지 적절하게 표현하는 것은 어려운 일일 것이다. NAICS 매뉴얼은 이것에 대해 좀처럼 언급하고 있지 않다. 오히려 전통적 기업 정보 소스에서 대부분의 패션 정보는 보다 평범한 옷과 소매상 범주에 그 뿌리를 두고 있다. 옷감 제조에서부터 색상 개발과 패턴 가공, 방대한 인가 활동에 이르는 전반적인 활동이 패션 세계에 포함된다.

큰돈을 벌 수 있는 것은 대부분은 고급 양재 패션 디자인 때문이 아니고, 화장품이나 향수 같은 상품이나 대중에게 하이패션을 염가로 판매하는 소매 아울렛 체인점과 같이 디자이너 이름을 상품에 새길 수 있는 유리한 면허 때문이다.

패션 산업 온라인 소스는 문자 정보와 시각 정보라는 두 범주로 명확히 구분된다. 문자 정보는 전통적인 무역 간행물에 포함되어 있다. WWD와 Daily News Record는 두개의 산업 표준이다. 게일 그룹 무역과 산업 데이터베이스를 포함한 몇개의 데이터베이스는 이러한 간행물들의 전문 버전을 제공한다.

공개적으로 거래가 이루어진 디자인 회사, 산업 동향 보고서, 그밖에 다른 뉴스와 분석 기사의 기사들은 온라인 시스템을 통해 얼마든지 검색될 수 있다. 시각 정보는 전자 환경에서 전달하기에 훨씬 더 힘이 든다.

패션은 디자인 예술이다. 색상, 형태, 옷감, 색의 농도, 패턴은 보는 것이지 읽어서 아는 것이 아니다. 패션 산업은 놀라운 속도로 움직이고 있다. 새로운 디자인이 빈번하게 도입되고 있기 때문에 정보가 빠르게 전자 형태로 전달되는 것은 바람직한 일이다.

WGSN(Worth Global Style Network)는 이러한 모든 요소들을 자신의 웹사이트 정보 서비스로 모아들인다. WSGN(http://www.firstview.com)는 검토해 볼만한 온라인 정보 소스인데 그것은 이 사이트가 데스크탑으로 산업 정보를 전달하는데 혁명을 일으키고 있는 인터넷의 놀라운 능력을 잘 나타내고 있기 때문이다.

인터넷은 패션 사이트로 넘쳐나고 있다(http://www.firstview.com은 하나임.). 이들 모두 그래픽 목록을 싣고 있다. 웹사이트를 가지고 있지 않은 디자인 하우스는 거의 없다. 업계의 "성경"인 WWD 역시 그 간행물의 온라인 버전을 가지고 웹사이트를 운영하고 있다(http://www.wwd.com).

WSGN을 남다르게 만드는 것은 무엇인가? 사이트의 내용이 그 열쇠인데 행사가 열린지 몇시간 지나지 않아 제공되는 최근 국제 패션쇼 장면의 비디오 방송과 더불어 멀티미디어와 자바 애플릿 기술의 지원을 받아 최신 뉴스, 경향 분석, 거래 자료, 기술적 자료가 시스템을 원스톱 센터로 만들기 때문이다. 이 시스템은 이용하기가 너무도 쉽다. 이 사이트의 배치도에 익숙해지는 것 이외의 다른 기술적 온라인 검색 지식은 필요치 않다.

WGSN의 기원

WSGN은 쥴리언 워스과 마크 워스 두 형제가 만든 것이다. 이들은 영국 노팅엄 출신의 직물 제조업자였다. 패션 시

장 정보와 직물 시장 정보간에 상당한 차이가 있음을 깨달은 워스 형제는 인터넷에 패션사진만을 싣는 것 이상의 온라인 정보 시스템을 개발하고자 했다.

WSGN은 전세계적인 뉴스 소스, 유행 동향, 패션업계 간부에서 패션 편집자에 이르는 패션업계의 모든 사람에게리소스 목록을 제공하고자 만들어 졌다. 이 시스템을 처음 이용할 수 있게된 것은 1998년 7월이었다. 그 이후로 이 시스템은 13만 5천페이지 이상의 정보를 보유하고, Courtaulds, Sears, Tommy Hilfinger, Liz Claiborne, Dayton Hudson, Levi Strauss와 같은 회사를 정기 구독 가입자로 가지게 되었다.

1998년 11월 파이낸셜 타임즈지의 기사 "캣워크(패션쇼)가 최첨단 사이버토크에서 잠을 깨다"에 의하면, 이 서비스는 원래 인터넷 사이트로서 시작했는데, 그래픽 로드 시간이 너무 느리다. 이런 문제점에 대한 대안은 매일 전송되는 위성방송이다. 위성급송장치는 이 사이트 페이지들을 거의 동시에 검색할 수 있게 한다.

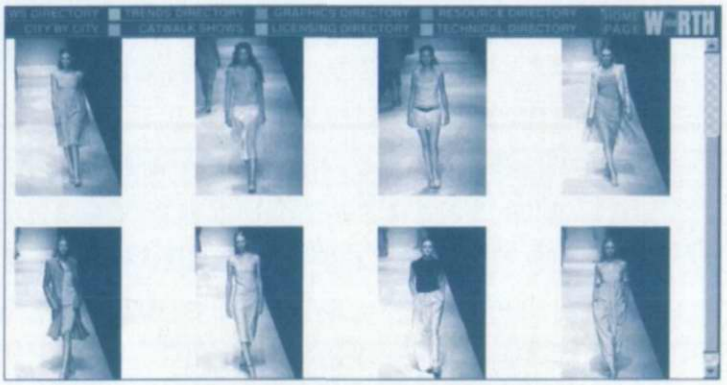
위성서비스 이용요금은 인터넷 접속 요금이 연간 단일 사용자 균일 요금으로 해서 6천달러인데 비해 9,350달러로 훨씬더 비싸다. 이 차이는 다중 사용자 수가 증가함에 따라 좁혀지고 있다. 사용자가 다섯 이상일 때 위성 요금은 인터넷 요금보다 약간 싸다. 또한 워스사는 접시 모양의 안테나를 필수 서버에 포함시켜 예약 가입비용으로 설치하고 있다.

이 데이터베이스는 패션 업계의 주요 구성 요소로 편성되어 있다. 모든 것은 중심 화면에서 클릭하여 접속할 수 있다. 여기에는 뉴스, 각 패션 중심 도시, 유행 동향, 캣워크(패션쇼), 그래픽, 우편함, 리소스, 기술 부문이 포함되어 있다.

뉴스 이상의 것

WSGN은 세계의 주요 패션 자본에 기초한 언론인을 이용하여 최신의 패션 관련 소식을 제공하고 있다. 모든 이야기는 전문 형태로 이용할 수 있다. WSGN의 뉴스 카테고리는 오늘의 뉴스, 지난 주 뉴스, 뉴스 아카이브, 특집 기사, 무역 이벤트 보고서, 이벤트 캘린더의 여섯가지 영역으로 나눠진다.

뉴스 전달은 공명정대하다. 오늘의 뉴스는 가장 최근의 기



사 목록으로 월스트리트 저널의 제1면에 있는 "최신 뉴스"와 비슷한 모양과 느낌을 준다. 각각의 요약 기사는 전문 기사로 링크되도록 한다. 최신 힙합(hip-hop) 라이프스타일 웹사이트에 관한 항목은 그 일례이다.

뉴스 기사는 종종 그림을 포함하고 있다. 이 사이트도 그렇지만 기사에서 언급된 사이트로의 링크는 부족하다. 이 뉴스들은 장기 저장을 위해 "아카이브"로 보내지기 전에 "지난 주" 카테고리로 모아진다. 아카이브에는 이 서비스를 시작한 이후로 수집된 "오늘의 뉴스"를 모두 포함하고 있으며, 앞으로도 모든 기사들이 첨부될 것이다.

당신이 검색할 수 있는 기사들을 모아둔 아카이브를 원하게될 것은 당연한 일이다. 이것이 바로 그런 아카이브인데, 그 검색 인터페이스는 단순하다. 여기서는 정확한 검색 문자열만을 찾아 준다. 부울 검색 기능은 없다. 아카이브가 커짐에 따라 날짜 제한 기능이 부가되어야 한다.

WSGN에 의해 제공된 뉴스는 시기적절하고 아주 자세하게 쓰였으며, 업계 이벤트를 광범위하게 다루고 있긴 하지만, 부가적인 외부 뉴스 소스가 이 시스템을 강화시킬 수 있었다. 한 WGSN 대표는 필자에게 자사가 로이터통신을 예약 구독하고 있으며 앞으로 로이터의 내용을 이 아카이브에 첨가할 것이라고 말했다.

뉴스 카테고리에서 가장 귀중한 정보는 "특집기사"라는 제목에서 찾아볼 수 있다. 이 부문은 "산업 분석"이라고 이름 붙였더라면 더 적절했을 것이다. 여기에는 국제 디자인 지도자와 소매업 지도자와의 심층 인터뷰와 산업 발전 보고서가 포함되어 있다. "특집 기사"는 패션 산업의 디자인 부문과 소매 부문만 다루는 것이 아니라, 본질적인 직물업계의

관심사를 분석하고 있다. 최근 기사는 중국의 면화 수확에 대한 전망, 데님 시장의 동향, 스마트 섬유의 응용과 같은 항목이 특색을 이루고 있다.

한가지 실망스러운 점은 "특집기사" 부문을 검색할 수 없다는 것이다. 필자는 착용할 수 있는 컴퓨터에 관한 흥미있는 기사를 찾았었는데, 그 기사가 실린 영역에 주의를 기울이지 않았다. 그 기사가 있었던 곳은 잊어버렸기 때문에 "특집기사"에서 그 내용을 찾을 방법이 없었다. "특집기사"의 중심 페이지는 각 범주의 주요 보고서 목록을 한달 단위로 싣는다. 다행스럽게도 특집기사부문은 전적으로 그래픽의 지원을 받는다. "남성복이 펑키해졌다"에 관한 기사에서 얼마나 펑키해졌는가를 설명하는 사진이 없다면, 무슨 도움이 되겠는가?

WGSN은 리소스 정보가 풍부하기 때문에 패션업계 종사자에게 잘 맞는다. 뉴스영역도 예외는 아니다. 여기에는 무역박람회 총괄 뉴스와 이벤트 캘린더가 포함되어 있다. 아시아태평양 무역박람회에서 98 보빈(Bobbin)에 이르기까지 무역박람회 일람은 참석할 수 없었던 사람들이 무역박람회에서 무슨 일이 일어났는지 알 수 있도록 텍스트와 그래픽을 모두 제공하고 있다.

"이벤트 캘린더"는 온라인 무역 박람회 디렉토리와 상당히 비슷하다. 이벤트는 편물, 직물, 양말메리야스류, 내의와 같은 범주로 편성된다. 필요하다면, 키워드 검색을 할 수 있고, 기입된 항목들을 통해 박람회에 관한 보다 많은 정보를 가지고 있는 웹사이트나 후원 조직의 사이트로 하이퍼텍스트 링크를 할 수 있다.

패션쇼에 와있는 것과 같은 느낌

캣워크(패션쇼) 부문은 사용자에게 패션 업계 최고의 패션쇼의 맨 앞줄에 앉아 있는 것과 같은 시각적 효과를 준다. WGSN은 몇시간도 채 지나기 전에 국제 패션쇼의 사진과 비디오필름을 전달함으로써 성공하고 있다. 자료는 패션 시즌에 따라 1998년 봄/여름과 같은 형식으로 편성되고, 런던, 밀라노, 뉴욕, 파리의 패션 중심지에서 나온 기사를 이용할 수 있다. WSGN에서 제공하는 서비스 중 이 부문이 가장 시각적이면서 가장 비문서적인 듯하다.

사용자들은 도시나 콜렉션을 선택하여 정보를 찾아 볼 수 있다. 도시별 기사에는 광범위한 캣워크 사진이 디자이너의 이름에 따라 편성되어 있다. 항상 그런 것은 아니지만 사진은 대체로 남성복과 여성복의 유행 경향을 포함하고 있다. 그림이 아주 많이 포함되어 있기 때문에 다운로드 시간은 고려해볼 필요가 있는 중요한 요소이다.

필자 사무실의 T-1[장거리 디지털 전용회선 T1] 회선은 이 시스템에서 적절하게 작동하였다. 56K 모뎀으로도 WGSN에 접속하는 실험을 했는데 가능하기는 했지만, 그래픽 페이지가 지나칠 정도로 느리게 떴다. 이 기사를 준비하고 있을 당시에는 위성 버전으로 작업할 기회를 갖지 못했는데, WSGN을 전송하는데 있어 이것은 권장할 만한 모드이다.

캣워크 사진은 각 페이지마다 8장의 손톱만큼 작은 사진이 있는 것이 보통이다. 이 작은 사진들은 전체 크기의 화면으로 링크된다. 필자의 15인치 모니터에서 화질은 탁월했다. 각 디자인 회사에 100개의 사진을 실을 수 있는 범위가 주어지는 것이 일반적이다. 사진 검색은 스크린 당 8장씩 밖에 할 수 없기 때문에 끝까지 가는 것은 시간 낭비이다.

각 사진에 그에 따른 접속 번호가 주어진다면 나중에 특정 사진에 빨리 연결할 수 있으므로 효율을 개선할 수 있을 것이다. 지금으로서는 사진99로 갈 필요가 있을 때, 먼저 사진98을 거쳐야만 한다. 계절별로 구분된 사진에는 색상, 편물, 날염직물, 장신구, 공그르기한 옷본 만들기에서의 주된 변화에 대한 개요를 포함하고 있는 "총괄 뉴스"가 수반된다.

캣워크 사진 중 텍스트의 다른 영역 차지하고 있는 것은

국제적 디자이너 개관이다. 이것을 의류업계를 구분하기 위한 분석가 보고서로서 생각하면 될 것이다. 이것은 캣워크 사진을 보충하는 상세한 정보를 제공하고 있다.

예를 들어, 1999 봄/여름 남성복에 관한 기사는 색상, 천, 패턴 경향에 대해 보도하고 있다. "핵심 항목" 분석은 특정 의복에 대한 기사를 통해 상세한 설명을 제공한다. 여기에서는 셔츠, 바지, 운동복, 그밖에 많은 다른 범주에서 가장 최근에 개발된 것을 알 수 있다. "블루존스타일 정장"이 무엇인지는 이 별난 의복에 대한 캣워크 사진을 보고 나서 알게 됐다.

무릎위로 올라간 짧은 바지와 소매없는 재킷 아래 가슴이 드러난 남자 모델의 사진을 살펴본 후에 그런 옷을 입고 사무실에 갈 수는 없으리라는 것을 알았다. 다른 편에 있는 "정장이 아닌 정장"이 내 취향에 더 맞을 듯이 보였다. 그것은 넥타이를 착용할 필요가 없었다.

유행 정보

패션이 유행 동향이 아니라면 무엇인가? 유행 동향을 따르는 것은 패션 사업 정보 체계의 핵심에 있는 것이다. WGSN은 진행 중인 산업 동향과 여성복, 남성복, 아동복/유아복, 활동복, 청년복을 포함한 영역에서의 새로운 전개를 예견하고 확인하여 전달한다. 유행 경향 정보는 색상, 직물, 계절과 같은 범주로 편성된다.

이곳의 내용도 대단히 시각적이다. 양홍색이나 연한 핑크색과 같은 색을 어떻게 하면 정확하게 묘사해낼 수 있을 것인가? 직접 눈으로 보아야 한다. 패션에서 색상의 정확성은 아주 중요하다. 색상 정보를 온라인으로 전송하는데 있어 한 가지 어려운 점은 현지에서 나타나는 색상이 약간 다르다는 것이다.

색상의 정확성을 보장하기 위하여 WGSN은 항상 사용자에게 팬톤(Pantone) 직물 색상 시스템에 대해 언급한다. 팬톤은 색상 구별을 위한 옷감 산업 표준이다(양홍색은 색상 번호 17-1744; 사용자는 정확한 색상을 확인하기 위해 인쇄된 팬톤 책을 찾아볼 수 있다.)

패션 산업에 종사하는 사람들은 예술가적인 면을 지니는 경향이 있다. 그러므로 WSGN의 어떤 부분에서 예술가적 재능이 특징을 발하고 있는 부문을 발견하는 것은 놀라운 일이 아니다. 그러나 이들은 사용자들과 의사소통을 할 때에 제일 명백하지 않은 영역이 되는 경우도 종종 있다.

최근의 직물 동향을 설명하기 위해 제공된 사진을 예로 들어 생각해 보자. 그런 주제 중 하나는 "open"이다. 철사가 엉켜있는 사진은 이것을 설명해 준다. 이러한 주제는 전달하기 어렵기 때문에 그래픽을 이용하여 사용자에게 이 주제가 전달하고자 하는 것에 대한 느낌을 전한다.

의류 경향 정보 범주에는 보다 실재적인 측면의 상당히 심층적인 정보가 있다. 이 부문은 소비자 태도, 의복 경향, 직물 미리보기를 포함하여 보다 더 세분된다. WSGN의 서비스를 개시한지 오래되지 않았기 때문에, 활성 링크를 포함하고 있지 않은 범주가 많이 있었다(많은 것이 곧 개시될 정보임을 나타내고 있었다). "색상 미리보기"와 같이 작동하는 것은 데스크탑에 놀라울 정도로 많은 텍스트와 그래픽 정보를 가져다 준다.

파리에서 쇼핑할 수 없다면 이것이 차선책이다.

디렉토리 목록은 전통적 온라인 호스트에서는 일반적이지만, 이 시스템의 구성요소로서 각 패션 중심 도시(City by City) 디렉토리는 전통적 디렉토리 목록을 지원하고 있다. 첫째, 이것은 세계의 주요 패션 수도에 특히 집중하고 있다. 둘째, 이것은 목록에 올라있는 기업에 시각적 가이드를 제공한다.

세계지도에서 시작하여 사용자는 한 도시를 클릭할 수 있다. 그 다음에 이 도시의 주요 쇼핑 지역이 나와있는 지도로 건너 가게된다. 예를 들어 뉴욕의 지도는 Fifth Avenue(5

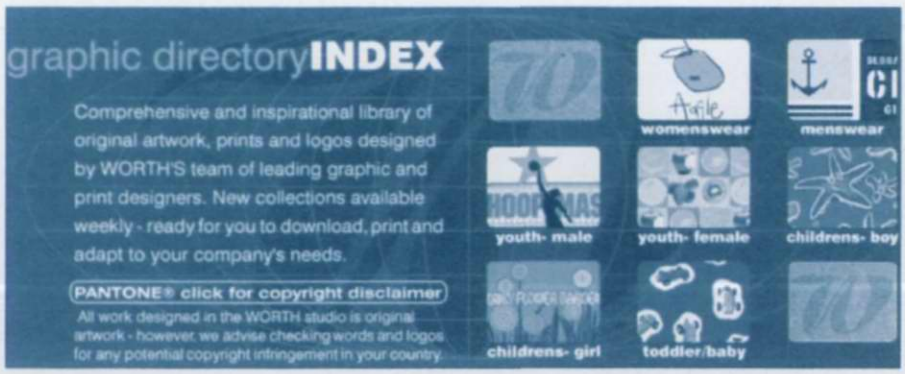
번가), Upper Midtown(중간지구 북쪽), SOHO를 포함하는 몇개의 지역으로 나눠진다. 이 지역 각각은 사용자가 초점을 맞추기를 원하는 지역을 클릭하면 그 지역의 거리 바둑판 지도로 링크되는 이미지 맵이다. 그 지역의 모든 가게는 여성복, 남성복, 활동복, 식품 숙박 가구/가정용품과 같은 비의류 항목 등의 범주로 편성되어 있다. 최근에 문을 열었거나 열려고 하는 가게들은 페이지의 상단에 특기된다.

이런 배열은 패션 상품에 의해 사용되는 시스템을 잘 이해할 수 있다. 이것은 아주 정확한 전달 메커니즘을 통해 잠재 고객의 최신 목록을 제공한다. 프라다 스토어가 뉴욕과 런던의 어디에 있는지 알고자 한다면, 쉽게 찾을 수 있다.

WSGN의 강점은 시각적 내용을 제공하고 있다는 것인데 이 부문에서도 그런 장점은 잘 살아있다. 거리에 있는 패션점을 찾을 수 있는 것은 물론이고 그 가게 선반에 놓여있는 상품을 볼 수 있는 사진도 제공된다. 가정용품 가게에서 하얀 접시 세트를 볼 수 있는 것과 같이 최근 경향을 설명해주는 많은 사진들을 이용할 수 있다.

모든 패션을 최고위 소매의류점에서 찾을 수는 없다는 것에 동의하기에 각 패션 중심 도시 디렉토리는 "거리 스타일"이란 서비스를 제공한다. 최근 대중의 사랑을 받는 유행 항목을 알려주는 광범위하게 배열된 사진을 보기 위하여 어떤 도시라도 방문할 수 있다. 필자는 최신 유행의 배낭에 대해 좋은 아이디어를 얻을 수 있었다. 맬 수 있는 여분의 넓은 끈이 달린 가방이 이번 시즌에 인기가 있긴 하지만, 뒤쪽에 가방을 매면 앞쪽에 끈이 드러난다.

다양한 패션 유틸리티



패션 산업 근무자들은 최근 패션이 무엇인지에 대한 단순한 지식이상의 것을 알아야 한다. 이런 이유 때문에 WSGN은 산업 전문 디렉토리를 세개 제공하고 있다. 이것들 중 하나는 그래픽 디렉토리이다. 패션 상품 업체는 자사의 로고와 디자인을 전통적으로 가지고 있다. 흔한 예로 라코스테 엘리게이터(악어)나 랄프 로렌 폴로 제품에서는 폴로 선수와 폴로 경기용 작은말을 볼 수 있다.

그래픽 디렉토리는 워스사의 그래픽 디자이너 팀이 고안한 독창적인 삽화, 인쇄물, 로고 도서관이다. 새로운 그래픽 콜렉션이 주마다 첨가된다. 이 디렉토리에서 의도하는 바는 로고를 찾고있는 디자이너에게 창작적 도움을 주는 것이다. WGSN은 그 삽화를 독창적인 것으로 간주하고 있는 반면, 반대자들은 사용자들에게 저작권 침해의 소지가 있을 것에 대비해 그래픽에 있는 모든 단어와 로고를 점검하도록 충고하고 있다.

두번째 디렉토리는 리소스 디렉토리라고 불리는데 이것은 두가지 형태의 명확한 비즈니스 목록을 포함하고 있다. 첫번째 것은 직물과 패션 업계에서 이용할 수 있는 국제 라이선스 목록이다. 이름의 일부나 전부로 라이선스 파일을 검색할 수 있다. 예를 들어 "Les Frogs"란 이름을 검색하면 프로 액티브 스포츠 매니지먼트가 그 라이선스를 소유하고 있음이 나타난다.

딜버트는 거의 모든 대륙에 라이선스를 가지고 있다. 허가를 주는 사람의 주소와 전화 번호가 주어진다. 모든 라이선스 이름에는 알파벳 순서로 검색할 수 있는 목록이 있다. 회사 이름 검색은 월트 디즈니사가 소유하고 있는 모든 라이선스 목록을 빠르게 제공한다.

리소스 디렉토리의 다른 부분에는 전세계적인 패션 산업 공급자와 서비스표준 목록이 더 많이 있다. 각 목록에는 그 회사와 연락할 수 있는 모든 정보와 회사 소개가 나와 있다. 모든 목록은 "상품/서비스"와 "제조업체"의 두 범주로 나뉘어져 있다. 8천개 이상의 회사가 상품/서비

스 범주에 포함되어 있다. 모든 목록은 나라별로 편성되어 있고, 그 다음에 의류 또는 상품 범주로 편성되어 있다. 이를 통해 패션 제조업자는 바바리아에 있는 염색 업체나 중국에 있는 편물기계 공장을 알 수 있다.

제공된 정보가 상당함에도 불구하고 어떤 연구자들은 검색 메커니즘이 취약하다는데 실망을 할지도 모른다. 예를 들어 회사 이름이나 분류표 검색 기능이 없다. 또한 연락할 사람의 이름이라든가 하는 회사의 부가 정보를 목록에서 찾아볼 수 있다면 더 도움이 될 것이다.

기술 디렉토리는 패션 산업의 비즈니스 측면에 맞춰졌다. 되도록 빨리 활성화되도록 하기 위하여 이 디렉토리에서는 산업 표준과 같은 기술적 자료를 제공하는 것뿐만 아니라 사업을 경영하기 위한 실제적인 정보에 초점을 맞출 예정이다. 이 부문은 직물 산업을 운영하는 방법과 직물 산업법과 같은 특정 나라에서 사업을 하는 것에 관한 정보를 포함할 것이다.

다음의 몇 달은 다른 유틸리티의 첨가를 볼 것이다. "우편함"은 업계 지도자나 명사들과 생생한 대화식 회합의 특징을 띌 것이다. "게시판"은 업계 인사가 서로 정보와 소식을 나눌 수 있도록 할 것이다. 마지막으로 워스사는 고용자와 구직자가 서로를 찾을 수 있는 구인/구직 영역을 첨가할 것이다.

Product In Brief

Product:
Worth Global Style Network (WGSN)

Platform:
Internet or satellite

Price:
$6,000 for Internet access
$9,350 per year for satellite delivery

Producer:
Worth Global Style Network
Winchester House
259-269 Old Marylebone Road
London NW1 5RW England
+44 (0) 171-616-7500 (London)
212/946-2738 (New York)
213/629-5234 (Los Angeles)
sales@worthstyle.com
us-sales@worthstyle.com
westcoast@worthstle.com

결론

패션 산업에 대해 누군가가 언급할 때 마음에 떠오르는 것이 모델들이 유럽의 캣워크를 거니는 모습이든, Vogue나 GQ같은 주류 패션 잡지에서 전시된 의복 동향과 유행의 끝없는 물결이든, 혹은 어떤 다른 산업과 마찬가지로 3천 달러짜리 드레스의 불합리성이든지 간에 패션은 정보로 인해 번창하고 있다.

WSGN은 데스크탑에 정보를 전달하기 위해 최근의 인터넷 통신 기술을 잘 이용하였고, 실제로 학습할 필요가 없는 방식으로 그렇게 한다. 마크 워스에 따르면, 이 시스템은 의도적으로 가능한 한 비전문적으로 이용할 수 있도록 고안되었다. 왜냐하면 패션계 사람들은 컴퓨터 전문가가 아니기 때문이다.

WSGN과 같은 시스템은 근무자들이 기술적으로 복잡하지 않지만 광범위한 주제에 관해 최신 정보를 요구하는 산업 표준이 될 수 있을 것이다. WGSN은 혁명적 상품이 아니라 인터넷에 기초한 비즈니스 정보 검색 데이터베이스의 고안과 발전 과정에서 진일보한 것이다.

스티븐 J. 벨은 필라델피아 섬유 공학 대학 폴 굿맨 도서관장이다. 그는 온라인 검색, 과학 기술적 주제, 대학 도서관원의 직무에 관해 자주 글을 쓰고 강연하고 있다. 그는 1992년 자신이 쓴 기사 "무선 온라인: 끊임없는 검색을 위한 셀 방식 기술"로 정보 저술가에게 수여되는 IAC상을 수상했다.