

1300K 쇼핑몰 리뉴얼 제안서

조원희 | flownee0310@naver.com

1 | 1300K란?

1300K 란?



아기자기하고 귀여운 뭔가를 모으고 아끼고
한번씩 들여다보고 싶은 욕망의 여성들의 취향저격!

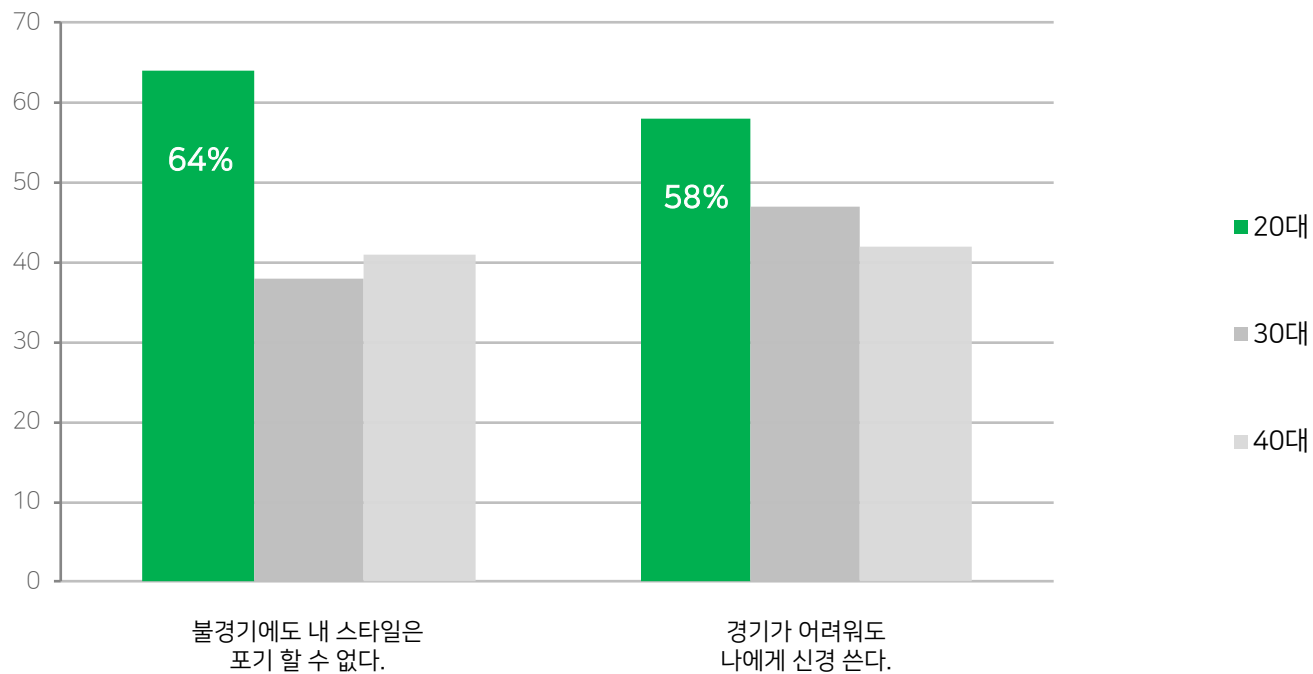
즐거운 습관 1300K는 디자인 쇼핑몰로 구경하는 즐거움, 쇼핑하는 설렘을 선물하는
“디자인의 생활화” 를 모토로 하고 있는 디자인 전문 쇼핑몰입니다.

2 | 환경분석

- 추세
- 소셜 인사이트
- 시장 현황
- 이용자 현황
- SWOT분석
- 밸류 매트릭스

자기투자 추세

현재, 자기 자신에게 많이 투자하는 추세이다. 특히 20대에서 이러한 성향이 크게 나타난다.



자기 충족 및 만족,
'나를 위험'의 인식이 높아짐

소셜 인사이트

'1300k' 탐색어 여론

기간: 2016-09-15 ~ 2016-10-15

공/부정 연관어

매체선택 전체 연관어갯수 15개 확인

확대보기

- ☒ 전체
- ☐ 긍정
- ☐ 부정
- ☐ 중립
- ☐ 기타



No.	연관어	분류	탐색건수
1	다양한	중립	21
2	귀여운	긍정	20
3	귀엽다	긍정	18
4	좋다	긍정	17
5	예쁜	긍정	17
6	예쁘다	긍정	14
7	좋은	긍정	11
8	이쁘다	긍정	10
9	맛있는	긍정	9
10	유명한	중립	8
11	비슷하다	중립	8
12	하하	부정	7

'1300k' 탐색어 맵

기간: 2016-09-15 ~ 2016-10-15

연관어

매체선택 전체 연관어갯수 15개 확인

확대보기

- ☒ 전체
- ☐ 인물
- ☐ 단체
- ☐ 장소
- ☐ 상품
- ☐ 속성
- ☐ 브랜드
- ☐ 취미/여가
- ☐ 심리



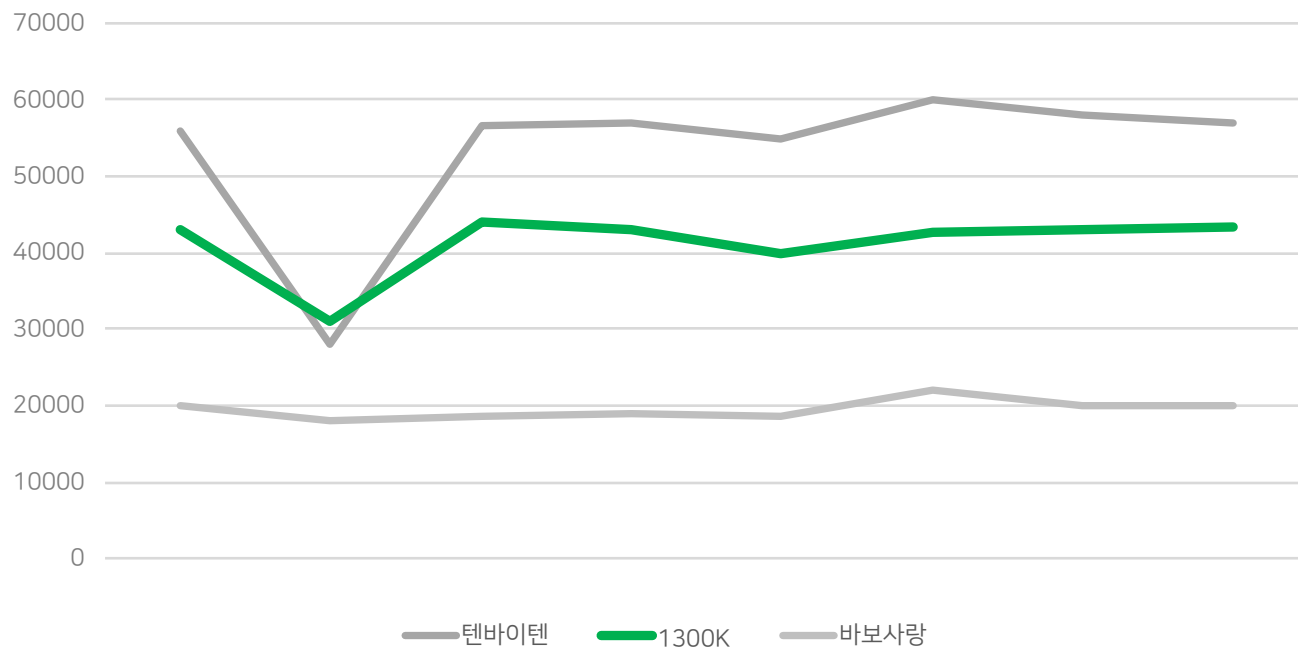
No.	연관어	분류	탐색건수
1	리니지	브랜드	59
2	섬	속성	58
3	비밀	속성	55
4	홍대	단체	29
5	제품	속성	23
6	텐바이텐	브랜드	22
7	다양한	심리	21
8	귀여운	심리	20
9	귀엽다	심리	18
10	디자인	속성	18
11	구매	속성	18
12	텐바이텐	심리	17

계속해서 소비자들의 긍정적인 평가를 받고 있고, 긍정적 성격의 키워드들을 볼 수 있다.

업계 현황

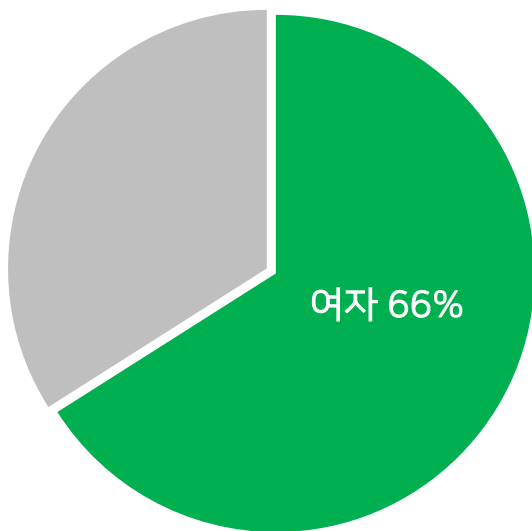
하지만 현재 계속해서 업계 **2위**를 유지하고 있다.

일 평균 방문자 수

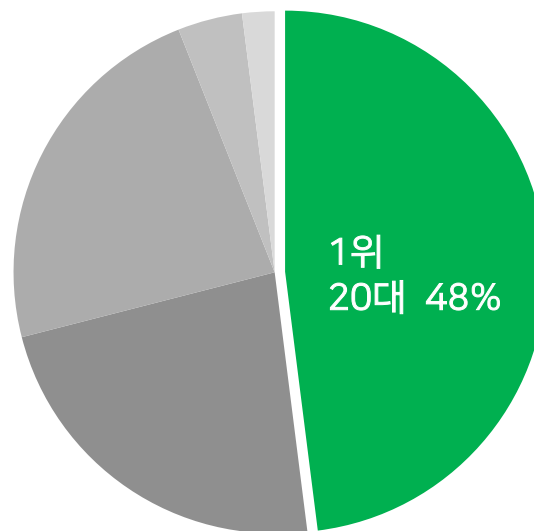


사용자 분석

남자보다는 **여자** 사용자가 많았고, **20대**의 사용자가 압도적으로 많다.



■ 여자 ■ 남자



■ 20대 ■ 10대 ■ 30대 ■ 40대 ■ 50대

SWOT 분석

Strengths

- 현재 업체 중 2위
- 독특함&개성
- 다양하고 수많은 제품들
- 정교함
- 세련미
- 소비자들의 신뢰

Weaknesses

- 디자인 표절 문제
 - 비싼 가격
 - 적은 구매 평

SWOT

- 소품에 많아지는 사람들의 관심
- 아기자기한 소품들로 여성들의 소비욕구 증가

- 경쟁사인 10X10 와 별다를 것 없는 전략
- 디자인 소품에 관심이 늘어남에 따라 늘어나는 경쟁 업체들

Opportunities

Threats

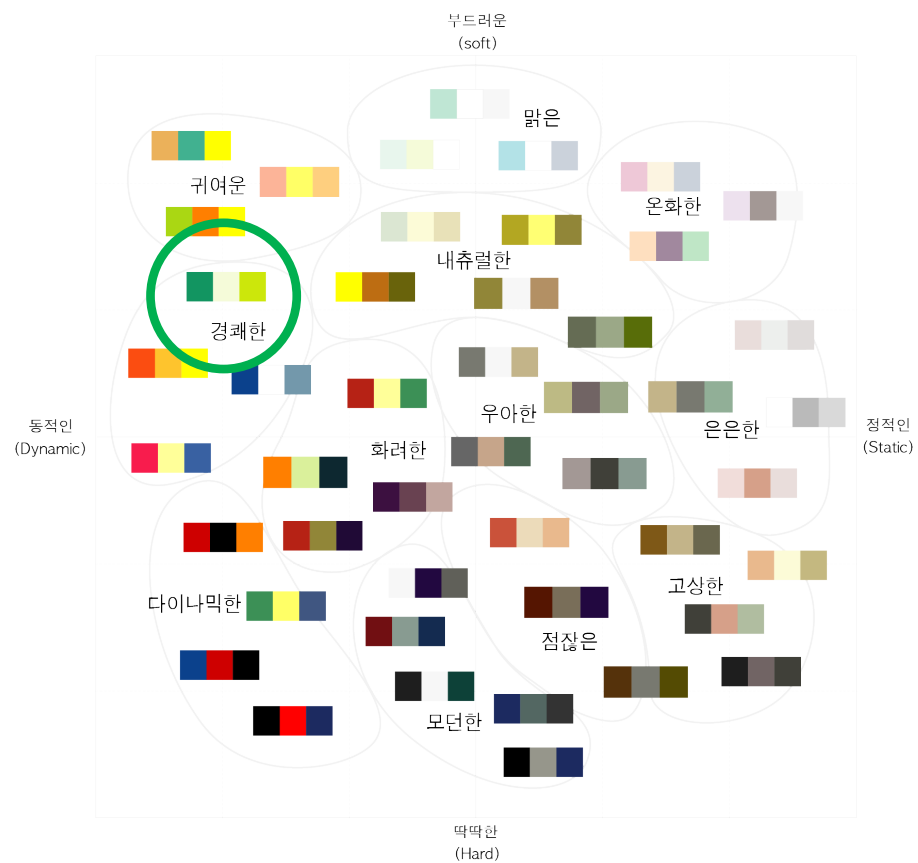
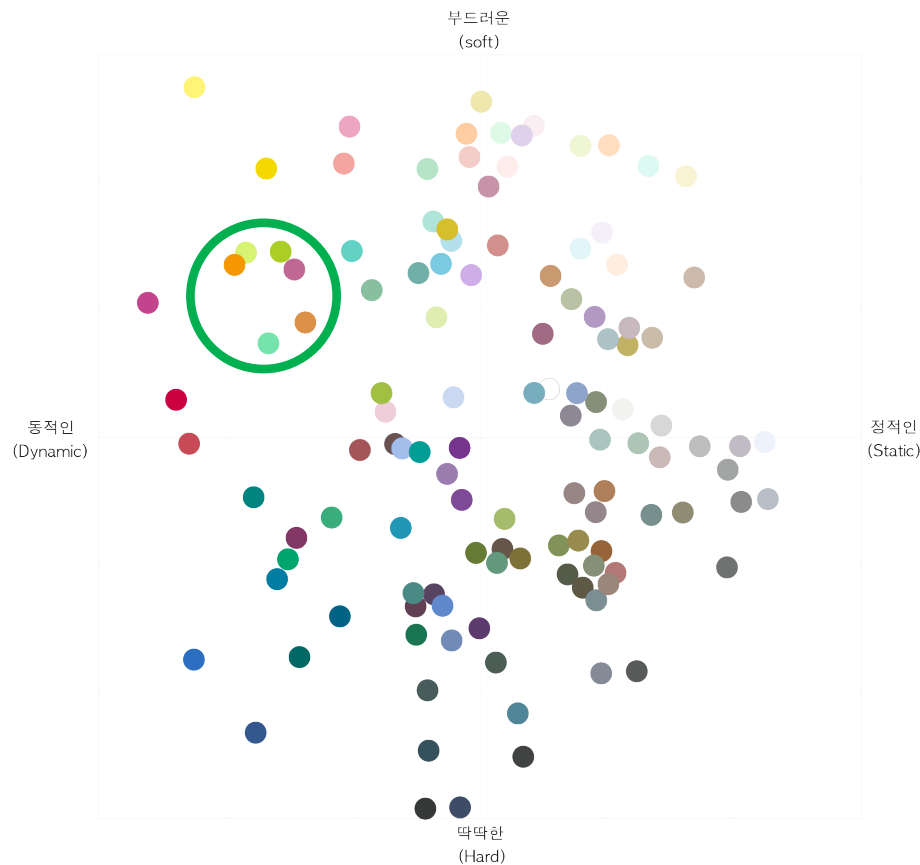
밸류 매트릭스



3 | 웹사이트 분석

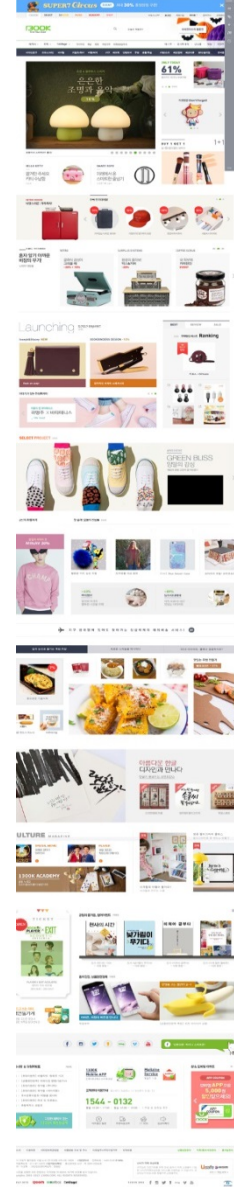
- 이미지 배색
- 웹사이트 구성
- 문제 파악
- 페르소나
- 사용 시나리오

이미지 배색



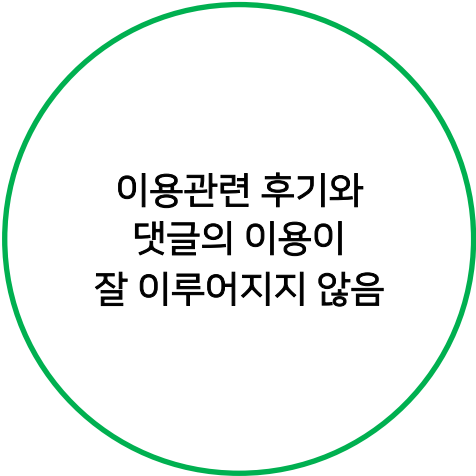
경쾌하고 산뜻한 이미지의 GREEN 컬러

너무 많은 양의 콘텐츠들로 구성되어
눈에 잘 안 띄는 메인 페이지





메인에 콘텐츠가
너무 많아 눈에 잘
들어오지 않음



이용관련 후기와
댓글의 이용이
잘 이루어지지 않음

김미연

혼자 자취한지 3년여 쯤 되다 보니 생활 노하우가 많이 생기고, 여유시간이 많이 없다 보니 필요한 물건들은 인터넷 쇼핑물을 자주 이용하는 편이다. 20대 여자인 만큼 미적 요소도 중시해서, 예쁘고 실용성 있는 제품들이 많은 사이트들을 선호한다.

“주말이나 여가시간에 필요한 물품을 사러 나가는 것은 시간이 너무 아까워요. 인터넷에 더 싸고 질 좋고 예쁜 제품이 많죠. 또한 할인기간을 이용하면 저렴한 가격에 구매할 수 있어요!”



김미연씨는 현재 3년째 서울에서 자취를 하고 있는 직장인이다. 혼자 살다 보니 필요한 제품들도 많고, 쇼핑도 종종 하고, 필요한 생활용품들이 많아서 쇼핑물 사이트를 애용하는 편이다. 여자기기 때문에 아기자기한 소품들을 좋아해 이곳 저곳 사이트를 돌아다니고 제품비교를 많이 하는 편이다. 그래서 그녀는 자취 기간 동안 많이 이용하던 몇몇 사이트를 항상 들어가 확인하는 편이다. 얼마 전에는 수납 공간이 더 많이 필요해져서 수납장을 알아보고 있는 중인데, 마침 1300K라는 곳에서 가구 제품들을 할인해주는 행사기간이다.

NEEDS

가격이 낮았으면 좋겠지만 가격보다 우선, 아기자기함, 예쁜 것과 함께 실용성이 있어야 하는 게 가장 중요하다.

BUSINESS GOAL

디자인소품전문인 만큼 디자인에 초점을 많이 두고 제품의 질을 우선시 한다. 그래서 가격측면에서는 저렴한 제품들을 내놓기보단, 소비자들에게 할인 이벤트로 다양한 제품들을 좀더 싸게 만날 수 있게 한다.

나이 27세
직업 무역회사 직원
거주 서울
수입 연 2500만원 +

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
바쁜 회사생활로 여유시간에 필요한 물품들을 사러 나가는 시간이 아깝다.	얼마 전 업무상 필요한 용품들이 많아져 새로운 수납공간이 더 필요해졌다.	수납장의 필요	얼마 전 자주 이용하던 사이트인 1300K에서 가구품목 최대 60%행사를 기억하던 미연씨는 이곳에서 구매를 결심한다.
지인의 생일선물을 구매해야 하는데 주어진 시간이 넉넉치가 않다.	며칠 남지 않은 지인의 생일이지만 퇴근 후에는 시간이 너무 늦어 선물을 사러 갈 시간이 너무 늦기 때문에 쇼핑물을 이용하기로 하였다.	선물 구매	지인의 취향에 맞는 선물을 고르기 위해 다양한 감각적인 컨텐츠가 있는 사이트인 1300K에서 선물을 고르기로 한다.
출,퇴근 시간에 종종 아이쇼핑을 한다.	아침 저녁으로 출퇴근하는 시간에 마땅히 할 것이 없어, 아이쇼핑을 즐기며, 좋은 제품이 나왔나를 종종 확인한다.	다양한 컨텐츠의 제공	출퇴근하는 시간에 아이쇼핑을 즐기며 좋은 제품이 나왔나를 확인하며 할인이벤트를 볼 수 있다.

유하나 많은 대중들의 선호를 보다 더 빨리 파악하고, 최신유행을 이끌어가는 입장이어서 여러 감각들을 총 동원한다. 그래서 자신의 물건을 사는데 있어서도 디자인적 측면 뿐만 아니라 항상 꼼꼼히 따져보고 구매를 하는 편이다.

“언제나 트렌드를 누구보다 발 빠르게 알아내야 하죠. 그렇기 때문에 항상 트렌드를 쫓는 삶을 살다 보니 제 물건도 항상 감각적이고 최근 유행상품들이 많은 것 같네요!”



유하나씨는 5년째 서울의 한 잡지사에 근무하는 에디터이다.

잡지사에서 일하는 만큼 최신 유행에 더 민감하고 더 많은 정보를 접하고 있는 그녀는 다양한 기사를 위하여 언제나 모든 쇼핑물을 탐색한다. 최근 새로운 기사를 위해 하나씨는 또 여러 인터넷 사이트를 돌아다니고 있다.

나이 29세
직업 잡지사 에디터
거주 서울
수입 연 2800만원 +

NEEDS

사용자들이 많이 원하고 구매하는 제품들을 알 수 있는 것이 가장 중요한 업무이다.

BUSINESS GOAL

자신만의 개성있고 예쁜 제품들을 사고 싶어서 오는 사용자들이 많으니 그에 맞는 제품들을 사용자가 쉽게 찾을 수 있도록 준비 노력한다.

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
최근 (신)상품들의 경향을 알아보려 한다.	트렌디한제품을 위해 디자인 소품 전문 사이트인 1300K에 들어오는 사람들이 많으니 사람들의 성향을 알아보고자 한다.	사람들의 소비 및 상품 경향	사람들의 댓글이나 후기가 많은 글들에 관심을 기울여 본다
가을 맞아 새로운 트렌치코트를 하나 장만하려고 한다.	잡지 기사거리를 탐색하다가 가을 맞아 트렌드에 맞춰 코트를 하나 구매하려고 한다. 바쁜 생활로 인해 직접 가게 갈 시간이 없는 그녀는 1300K에서 구매하기로 결심한다.	개성있는 다양한 상품	다양한 디자인의 코트들을 디자인과 가격을 비교해가며 고려해 고른다.
평소 좋아하던 캐릭터의 피규어 할인 소식을 보고 구매하려고 한다.	평소와 같이 트렌드 리서치 중이던 하나씨는 리서치 도중 내일 자신이 평소에 좋아하던 캐릭터의 피규어를 40%할인한다는 소식이 다음 날 바로 들어와 확인해 본다.	소비자들을 더 끌어모으는 다양한 행사	좋아하는 캐릭터의 피규어를 특별 할인된 가격으로 구매를 한다.

윤찬영

디자인과 학생이라 감각적 소품에 관심이 많다. 또한 여자친구와의 커플아이템을 가지는 것에 대해서도 관심이 많아서 평소에 인터넷 쇼핑물을 자주 보는 편이다. 감각적인 제품이 많은 쇼핑물을 애용한다.

“평소에 과제를 하는 데 있어서도 디자인 소품 쇼핑물을 많이 보는 편이에요! 트렌드를 볼 수도 있고 다양한 개성 넘치는 상품들에서 많은 아이디어를 얻을 수도 있거든요.”



윤찬영씨는 현재 대학교 3학년 남학생이다. 그는 최근 휴대폰이 고장 나 새로 휴대폰케이스를 새로 구매하려고 한다. 전공이 디자인이라 평소에도 개성있는 소품에 관심이 많은 그는 디자인인 소품 및 다양한 제품들을 파는 사이트들을 피고 있는 편이다. 그래서 여자친구와의 기념일이나 선물을 사려고 할 때는 인터넷 쇼핑물을 종종 이용한다.

NEEDS

개성이 가장 중요하다. 특색 있지만 감각적인 제품들을 찾는 편이다. 또한 여자친구와 함께 할 커플 아이템을 찾고 싶어 한다.

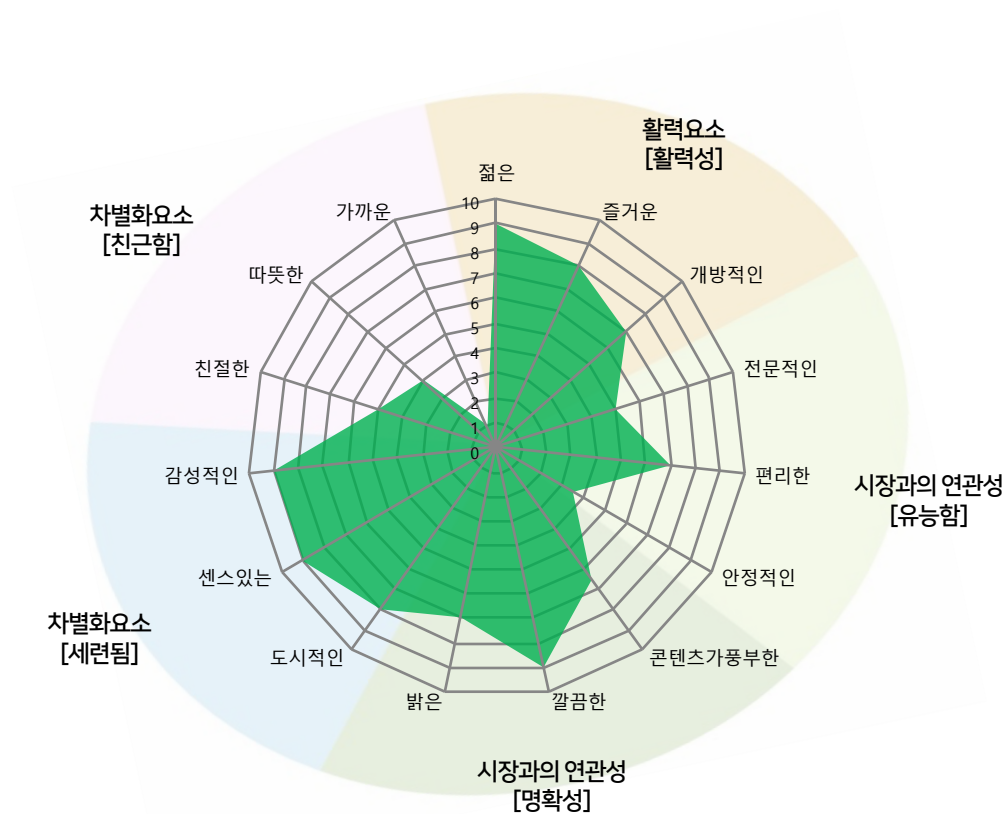
BUSINESS GOAL

다양한 감각적인 소품들로 트렌디함을 소비자들에게 어필해 그에 맞는 제품들을 사용자가 쉽게 찾을 수 있도록 준비 노력한다.

나이 23세
직업 산업디자인과 학생
거주 서울
수입 월 30만원 +

동기	시나리오	기능/컨텐츠	이용행태
산업디자인과에 재학중이어서 최근 디자인적 트렌드를 보고자 한다.	산업디자인과에 재학중인 그는 과특성에 의해서 트렌디한 제품들을 항상 리서치를 한다. 따라서 디자인 제품 소핑물에 항상 관심을 두고 윈도우 쇼핑을 하는 편이다.	제품 상세보기	휴대폰과 컴퓨터 즐겨찾기에 넣어두고 과제가 오거나 할 일이 없을 때 들어가 다양한 제품들을 종종 확인한다.
새로 휴대폰을 바꾸면서 휴대폰 케이스를 구매하고자 한다.	얼마전 휴대폰이 고장이 나게 되 휴대폰을 바꾸게 되었다. 새로 구매하게 되어서 소중히 다루고 싶어 휴대폰 케이스를 구매하기로 한다.	다양한 종류와 개성 있는 휴대폰 케이스	감각적이고 트렌디한 휴대폰 케이스를 구매하고 싶어서 디자인 전문 쇼핑몰에서 자신에게 맞는 케이스를 고른다.
여자친구와의 커플아이템을 맞추고자 한다.	여자친구와의 200일을 맞이하여 여자친구와의 커플아이템을 준비하기로 한 윤찬영씨는 자신의 취향에도 맞고 여성들의 취향도 맞는 1300K 사이트에서 선물을 구매하려 한다.	다양한 상품 제공 남녀노소 거리낌 없는 상품 제공	여자친구와 자신의 취향을 모두 만족시키는 제품을 찾아보도록 한다.

Word concept Association



가장 높은 응답	감성, 센스, 깔끔
가장 낮은 응답	따뜻, 친절, 가까운

- 타 사이트와의 차별점이 크지 않음
- Sold out 제품이 많음

사용 시나리오 1

학교에 다니는 천송희씨는 대부분의 생활이 학교에 초점이 맞춰져 있다.
통학시간이 길기 때문에 주로 인터넷으로 많은 것을 알아보는 편이다.



아침 일찍 천송희씨는
천안에서 등교합니다.



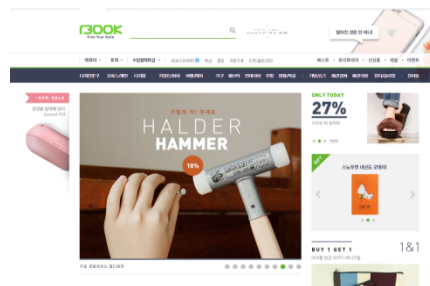
학교에서 친구들과 수업을 듣고 잘 지냅니다.



마침 한수아씨의 생일을 맞아 천송희씨는
한수아씨에게 뜻 깊은 선물을 해주려 합니다.



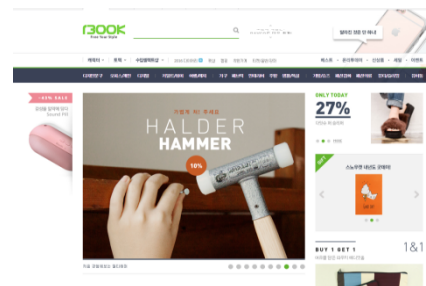
평소 자주 이용하던 yes24의 사이트에
들어와 찾아봅니다



얼마 전 들어보았던 사이트인 1300k의
사이트에 들어가 선물을 찾아봅니다.



선물을 고른 후 다시 천송희씨는과제를 합니다.



과제를 하고 천송희 씨는 다시 1300k의
사이트에 들어가 확인해봅니다.



지친 그녀는 잠에 듭니다.

사용 시나리오 2

김미연씨는 지루한 일상에 산뜻한 소품들로 기분전환을 위해 사무실 데스크 장식용으로 종종 사는 편이다.



직장인 김미연씨는 언제나처럼 9시에 출근을 합니다.



아침에 회사에 도착하자마자 책상 위 꾸며놓은 소품들을 정리합니다.



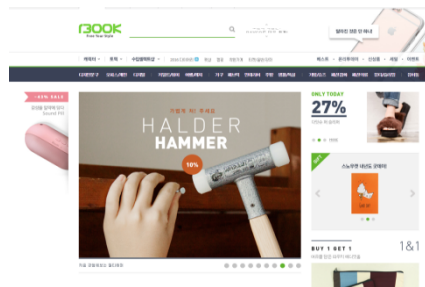
복잡한 전문용어들과 하루를 보낸 미연씨는 지칩니다.



집에 가는 길, 대중교통 안에서 미연씨는 '책상 위를 꾸밀만한 아이템이 없나..' 찾아봅니다.



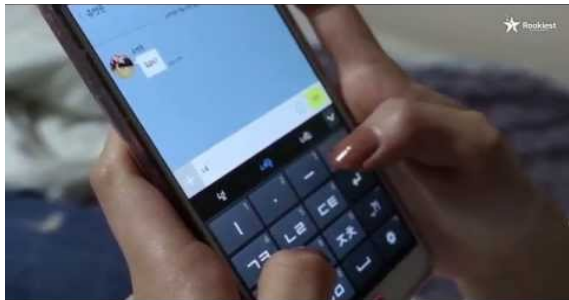
여러 사이트들을 찾아보다 1300K에서 이벤트를 진행하고 있는 스미스키 피규어를 발견하고 구매하게 됩니다.



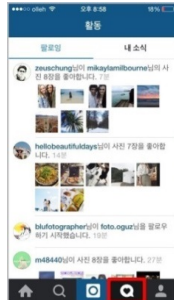
다른 제품들을 둘러보고 종료합니다.

사용 시나리오 3

대학생 재현씨 아기자기한 것들을 좋아하는 여자친구 덕분에
아기자기한 캐릭터 및 소품에 관심이 많아졌다.



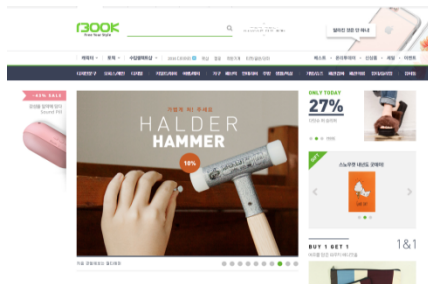
대학생 재현씨는 항상 여자친구와
sns서비스로 연락을 합니다.



학교 가는 길,우연히 여자친구의 sns 좋아요
목록 중 한 캐릭터의 사진들을 발견합니다.



학교에 간 재현씨는 그 캐릭터가 무엇인지 주위
친구들에게 물어봅니다.



공강시간, 1300k 사이트에서 여자친구가
좋아하는 그 캐릭터가 있나 찾아봅니다.



제품을 찾았지만, 더 빠르게 전해주고 싶은 맘에
온라인으로 확인 후 오프라인 매장에서 구매하게 됩니다.

4 | 벤치마킹

- 벤치마킹
- 자사분석

벤치마킹

RETROGIRLS

<http://www.retrogirls.co.kr/src/main/indexpage.php>

미니멀&매니쉬라는 컨셉의 쇼핑몰이다. 컨셉에 맞게 블랙 앤 화이트 계열의 톤 앤 매너를 맞추었고, 불필요한 메뉴들을 최소화해 사용자의 편의를 높임과 동시에 컨셉을 더 부각시켰다. 하지만, 고객편의나 이벤트에 대한 것이 많이 부족하다.

Contents

연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가?
서비스에 적당한 콘텐츠인가?
차별화 된 콘텐츠는 만족스러운가?



RETROGIRLS의 정체성을 잘 나타내주는 소개글. 굉장히 짧은 내용이지만 그마저도 RETROGIRLS를 잘 나타내준다. 쇼핑몰이라는 특성에 맞게 제품들이 가장 잘 보이게 콘텐츠를 배치해놓았다.

UI

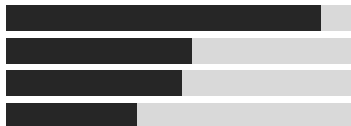
사용성이 높은 UI구조인가?
네비게이션은 효율적인 구조인가?



사용자들이 쇼핑하게 간편하게 구성되어있다. 필요한 메뉴들로만 분류별로 2줄로 구성되어있어서 한눈에 파악하기 쉽다.

Visual

디자인은 세련되었는가?
동적요소가 있는가?
주요 요소가 눈에 띄는가?
이벤트 및 홍보 영역이 있는가?



미니멀&매니쉬라는 제품들의 컨셉과 맞게 웹페이지가 구성되었다. 전체적으로 블랙 앤 화이트의 톤앤 매너로 컨셉에 잘 맞게 구성되었다.

Marketing

마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가?
고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가?
이벤트 및 프로모션 정도는?



특별한 이벤트나 프로모션은 없지만, 자체제작인 Premium Line, M&M 같은 자체 제작, 진행으로 인해 만족감을 높이고 있다.

Theme & Message

주제 및 사이트 컨셉이 명확한가?
말하고자 하는 요소 파악이 분명한가?
메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?



미니멀&매니쉬라는 컨셉을 제품과 함께 페이지 제작에서도 확연히 느낄 수 있다.

Support

고객지원 요소는 충분한가?
고객지원 정보의 접근성은?
정보의 비교 및 습득이 용이한가?



다른 곳과 마찬가지로 로그인 및 마이 페이지에 대한 메뉴만 있고 차별성은 떨어진다.

자사 분석

1300K

<http://www.1300k.com>

디자인 소품 전문 사이트이며, 이외의 의류나 전자제품등 다양한 제품들도 찾아 볼 수 있다.
하지만 복잡한 네비게이션과 너무 많은 메인 페이지의 콘텐츠에 산만한 느낌이다.

Contents

연계성이 높고 소개 콘텐츠로써 성실한가?
서비스에 적당한 콘텐츠인가?
차별화 된 콘텐츠는 만족스러운가?



디자인 제품이 전문 사이트인 만큼 메인 페이지에서 부터 개성 넘치는 제품들을 볼 수 있다. 차별화라기보단 많은 내용이 들어있다.

UI

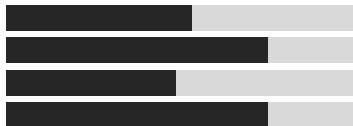
사용성이 높은 UI구조인가?
네비게이션은 효율적인 구조인가?



너무 많은 콘텐츠 및 정보가 있어서 사용성이 떨어진다.

Visual

디자인은 세련되었는가?
동적요소가 있는가?
주요 요소가 눈에 띄이는가?
이벤트 및 홍보 영역이 있는가?



많은 콘텐츠로 인한 정신 없는 디자인이지만 이벤트에 대한 정보는 가장 눈에 잘 보이게 나타나 있다.

Marketing

마케팅 지원 가능한 콘텐츠가 있는가?
고객 로열티를 높일 콘텐츠가 있는가?
이벤트 및 프로모션 정도는?



폭넓은 카테고리로 인한 고객의 층을 확보하지만, 상품 후기 등의 정보로 나타나는 사용자의 평을 보기 힘들다.

Theme & Message

주제 및 사이트 컨셉이 명확한가?
말하고자 하는 요소 파악이 분명한가?
메시지를 전달하기 위한 메뉴가 존재하는가?



차별성이 커 보이지 않는다.

Support

고객지원 요소는 충분한가?
고객지원 정보의 접근성은?
정보의 비교 및 습득이 용이한가?



다른 곳과 마찬가지로 로그인 및 마이 페이지에 대한 메뉴만 있고 차별성은 떨어진다.

5 | 방향 제시

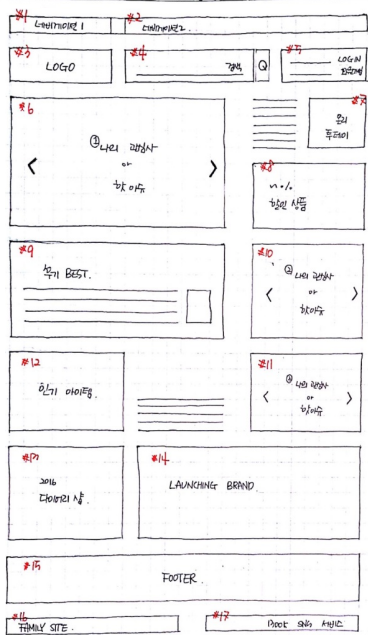
- 키워드 도출
- IA
- 방향 제시

“ 한 눈에 보다 ”

와이어프레임

메인페이지

Title Book & Launching Branding

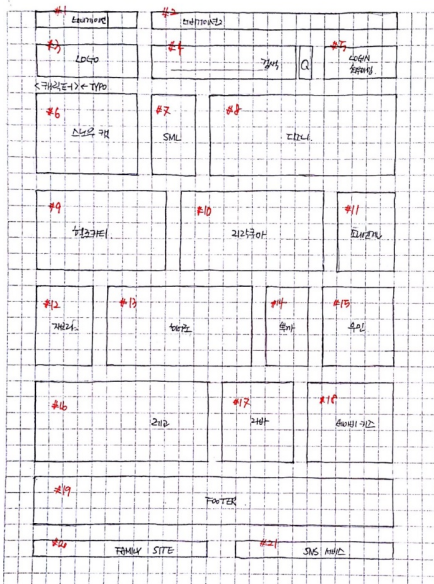


Description

- #1 상단 메뉴 (Book & Launching Branding) - 네비게이션
- #2 로그인 / 회원가입
- #3 로그인 / 회원가입
- #4 로그인 / 회원가입
- #5 로그인 / 회원가입
- #6 메인 이미지 (Book & Launching Branding)
- #7 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #8 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #9 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #10 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #11 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #12 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #13 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #14 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #15 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #16 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)

서브페이지1

Title '가족' 시리즈 소개

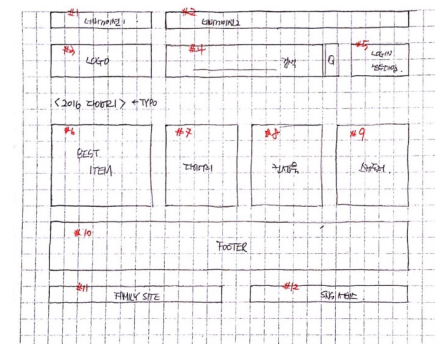


Description

- #1 상단 메뉴 (Book & Launching Branding) - 네비게이션
- #2 로그인 / 회원가입
- #3 메인 이미지 (Book & Launching Branding)
- #4 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #5 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #6 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #7 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #8 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #9 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #10 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #11 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #12 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #13 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #14 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #15 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #16 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #17 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #18 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #19 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #20 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #21 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #22 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)

서브페이지2

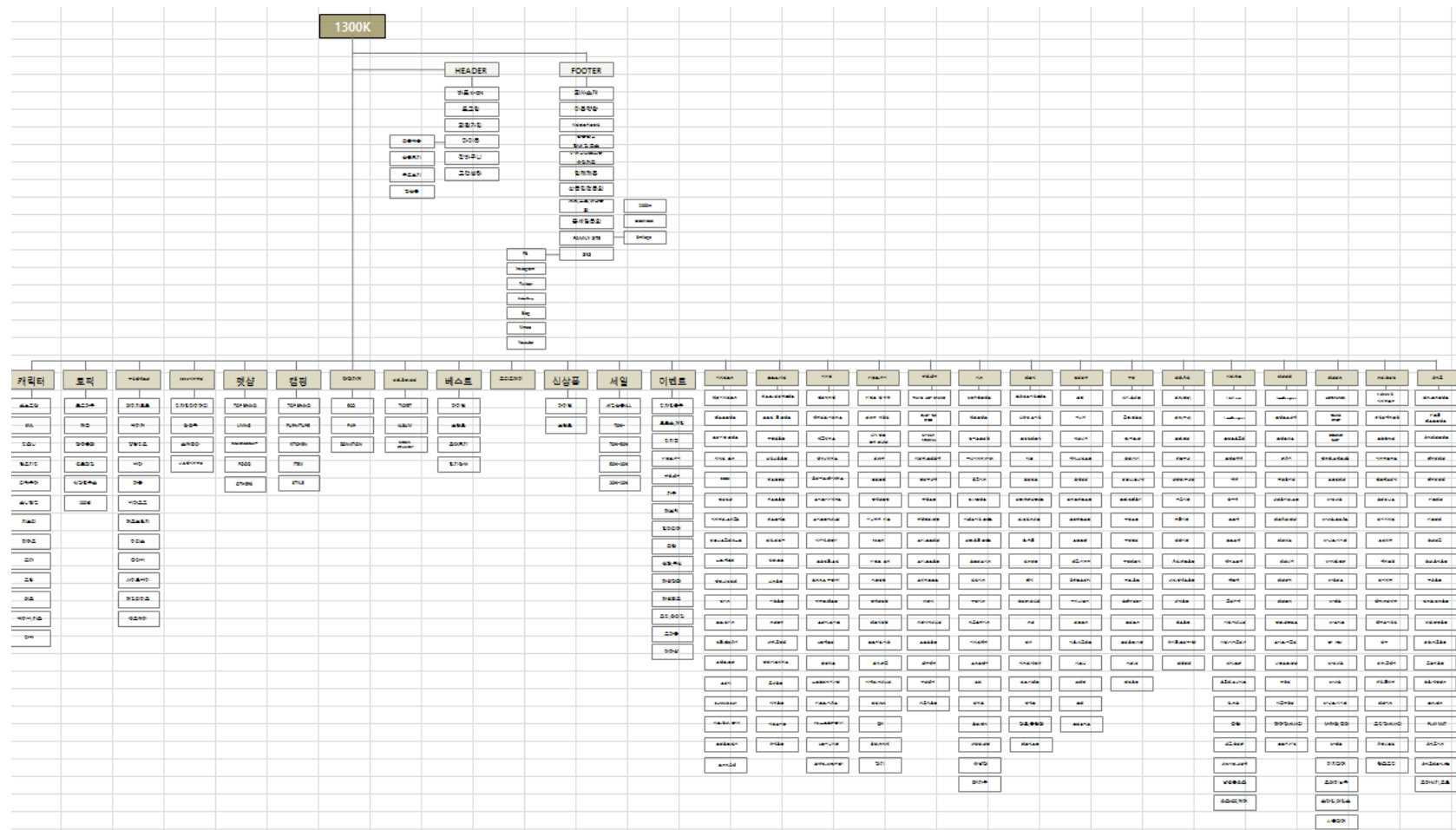
Title '2019 가족' 시리즈 소개



Description

- #1 상단 메뉴 (Book & Launching Branding) - 네비게이션
- #2 로그인 / 회원가입
- #3 메인 이미지 (Book & Launching Branding)
- #4 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #5 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #6 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #7 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #8 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #9 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #10 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #11 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #12 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #13 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #14 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #15 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #16 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #17 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #18 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #19 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #20 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #21 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)
- #22 메인 텍스트 (Book & Launching Branding)

기존 IA



메인 화면의 콘텐츠의 양을 덜어 **복잡함을 줄이고**
중복되는 카테고리들을 합치거나 제거하고 **그룹핑을 다시** 해, 이용을 간편하게 해야 한다.