

마케팅요소를 접목한 SNS기반 ‘신난’사이트 개발

박진주*, 배초롱*, 이소정*, 하 안°

*°경인여자대학 정보미디어학부 e-비즈니스과

e-mail: {pjj1206, chorong503, leesj1478}@mwstory.com, white@kic.ac.kr,

SNS-based ‘cinnan’ Site Development Incorporating Marketing Element

Yan Ha*, Jin Ju Park*, Cho Rong Bea*, So Jeong Lee°

*°Dept. of E-business, Kyung-in Women's College

● 요 약 ●

본 논문에서는 사람들의 관심사를 충족시킬 주제로, 소셜 네트워크(SNS)를 활성화 하여 다자간의 대화를 통한 비즈니스 마케팅을 유도하며 기존의 블로그 형식의 커뮤니티와 쇼핑몰의 형태를 결합한 신개념 네트워크를 제안하고 구현한다. 소셜 네트워크를 활성화 시키고, 패션이라는 주제로 사람들의 개성을 살릴 수 있는 아이템을 선정. 각자의 특성이 담긴 “아바타”를 제작, 본 논문 내에서 각자가 특성이 담긴 패셔니스타가 될 수 있는 공간이 된다. 실제 의류, 소품과 제법 유사하게 만든 이미지를 나와의 신체 비율이 비슷한 아바타에 직접 피팅을 시킬 수 있으며 자신이 직접 입어보지 않고, 시간과 공간의 제약을 받지 않는 것이 특징이다. 다자간의 실시간 커뮤니케이션을 통해 네트워킹도 활성화 될 뿐더러 기업과의 연계를 통해 구매로까지 이어질 수 있는 공간을 만든다.

키워드: 아바타 쇼핑몰(Avatar Shopping mall), 소셜 네트워크 시스템(Social Network System)

I. 서론

실존하는 패션 쇼핑몰들은 상품을 소개할 때 옷 위주보다는 날씬하고 예쁘게 생긴 모델들에게 옷을 입혀 사진을 찍음으로써 상품 자체 보다는 모델의 위주로 촬영을 하여 소비자들의 구매 욕구를 당기고 있다. 때문에 소비자들은 옷 자체보다 피팅 모델이 입은 그대로를 구매하는 경우가 많다. 오프라인에서는 거울을 보며 대볼 수도 있고, 직접 입어볼 수도 있기 때문에 구매 후 후회하는 시행착오가 줄어들지만 온라인에서 구매할 경우는 사이즈의 오차나 모니터 상으로 보이는 색상 차이가 분명히 존재하기 때문에 실패하는 경우도 있다. 또한 상품에 대한 문의를 할 때 판매자와의 연락이 잘 안되는 경우도 허다하고, Q&A식의 게시판으로 답변이 듣기엔 시간이 많이 걸리기도 한다. 다른 사람의 의견을 물어보기도 어렵다. 이러한 문제를 해결하기 위해 아바타를 이용하여 실제 의류의 사진을 입혀봄으로써 하나의 상의에 여러 하의를 매칭하여 비교하여 볼 수도 있고 액세서리를 착용시켜 봄으로써 어떻게 코디해야 좋은지 한눈에 파악이 되어 시간과 공간의 제한을 받지 않는다. 트위터와 연동한 실시간 소셜 네트워크 시스템(SNS)으로 다른 사람들의 조언을 구하고 싶을 경우 어렵지 않게 의견을 나눌 수 있는 소통의 공간이 될 수 있다. 본 논문에서는 JSP를 이용하여 웹 사이트를 제작하였고, 회원관리 등과 같은 데이터베이스는 MS-SQL을 이용하여 회원가입을 할 시 자동으로 입력되도록 하

였다. SNS는 트위터와 연동시켜 구동하였다.

II. 본론

본 논문의 디자인은 다른 웹 페이지들과 마찬가지로 포토샵 기능을 이용하여 웹 페이지의 세세한 부분을 디자인하였다. 메인페이지 [그림1] 에는 아바타 페이지를 설명하는 플래시, 실시간으로 올라오는 패션에 관련된 글을 보여주는 트위터 widget, 그리고 신상품 목록과 인기 있는 상품들을 보여준다.



[그림1] 메인 페이지

아바타 페이지 [그림2] 를 제작할 때 JSP 프로그램을 이용하여 아바타에 옷이 입혀지는 것을 개발하려고 했다. 그러나 아바타와 의류의 조준점을 정해 맞추는 것이 어려워 개발의 난항을 겪었다. 쉬운 방향으로 생각해 보고자 한 것이 포토샵을 이용하여 하나하나 옷을 가져와 플래시를 이용해 마스크를 씌워 이벤트 처리를 하는 것이다. 이 방법이 보다 간편하고 쉬운 것이라는 판단아래 플래시를 이용한 아바타 페이지를 개발하였다.

메인페이지는 회사소개, 게시판, 커뮤니티, 이용안내 페이지와 연결, 로그인/로그아웃페이지 분리는 모델2라는 java기법을 사용하였다.

수익창출을 위한 마케팅은 웹 페이지 양쪽에 ‘신난’의 배너와 물품 공급 업체와의 배너 교환 및 설치를 통해 win-win 전략을 공략할 수 있다. 자체적인 마케팅으로는 실시간으로 전파속도가 가장 빠르고, 정확도가 높은 바이럴 마케팅을 통해 진행하여 비용은 절감하고 효과는 높은 마케팅을 실시한다.



[그림2] 아바타 페이지

본격적인 웹 페이지의 개발을 시작할 때 eclipse herios 버전을 사용하여 코딩을 했다.

또한 회원가입 페이지와 게시판 페이지는 MS-SQL 2005를 이용하여 회원들의 개인정보와 게시판 내용을 데이터베이스에 저장하여 각 회원들이 자신의 정보를 수정할 수 있게 하였다. MS-sql 데이터베이스를 사용하기 위해서 드라이버를 설치한 후 JDBC를 연동하여 사용하였다. JDBC는 3.0 버전을 사용하였다.

또한 SNS [그림3] 는 트위터 API를 사용하였다. 신난의 이름으로 트위터 계정을 만들고 그에 해당하는 트위터API 소스를 가져와 메인페이지, 그리고 SNS페이지에 삽입함으로 SNS의 주된 기능인 실시간 대화를 가능하게 하였다.

III. 결론

본 논문에서는 SNS를 활성화 하여 다자간의 대화를 통한 비즈니스 마케팅을 유도하며 기존의 블로그 형식의 커뮤니티와 쇼핑몰의 형태를 결합한 신개념 네트워크를 제안하고 구현하였다. 본 논문은 쇼핑몰에서 구매자가 좀 더 쉽고 편리하게 쇼핑을 할 수 있게 만드는 목적에서 개발되었지만 쇼핑몰 뿐만 아니라 자녀들의 옷 입히기 등과 같은 놀이교육용에 사용될 수 있다.

참고문헌

- [1] 성운정, 하얀, 김태순, 서블릿 JSP 프로그래밍 : 초보 개발자를 위한, 대림 출판사, 2008년 03월 .
- [2] 김권식, 만만한 예제로 java프로그래밍 사료잡기, 정보문화사, 2009년 04월, pp.85~105, pp.478, pp. 527~531.
- [3] 우재남, 뇌를 자극하는 SQL Server 2005, 한빛미디어, 2008년 02월, pp. 75~104, pp.741~757.



[그림3] SNS