

# 성공하는 쇼핑몰 사업계획서 개요

## 과정 개요

- 온라인 쇼핑몰 창업부터 운영, 성장 전략까지 전반적인 과정을 다룸. 네이버 스마트스토어, 오픈마켓(쿠팡 등), 자사몰 등 다양한 온라인 판매 플랫폼에서의 성공적인 쇼핑몰 운영에 필요한 전략과 기술 등
- 타겟 고객 분석, 시장 조사 방법, 온라인 쇼핑몰 콘셉트 설정, 운영 및 마케팅 전략, 성과 측정 방법 등을 학습
- 실제 사례 분석과 참가자들이 직접 적용해 볼 수 있는 실습 구성
- 구체적인 사업 계획 수립, 운영 전략 개발, 마케팅 실행 등 실질적인 쇼핑몰 관리 능력을 향상.

## 학표 목표

- 온라인 커머스의 기본 개념과 트렌드를 이해한다.
- 타겟 고객 분석과 시장 분석 기반의 상품 선정 방법을 배운다.
- 온라인 쇼핑몰 구축과 운영에 필요한 전략과 기술을 습득한다.
- 효과적인 온라인 마케팅 방법과 고객 유치 전략을 학습한다.
- 성과 측정 방법을 이해하고, 실제 적용해 볼 수 있다.

## 학습 내용

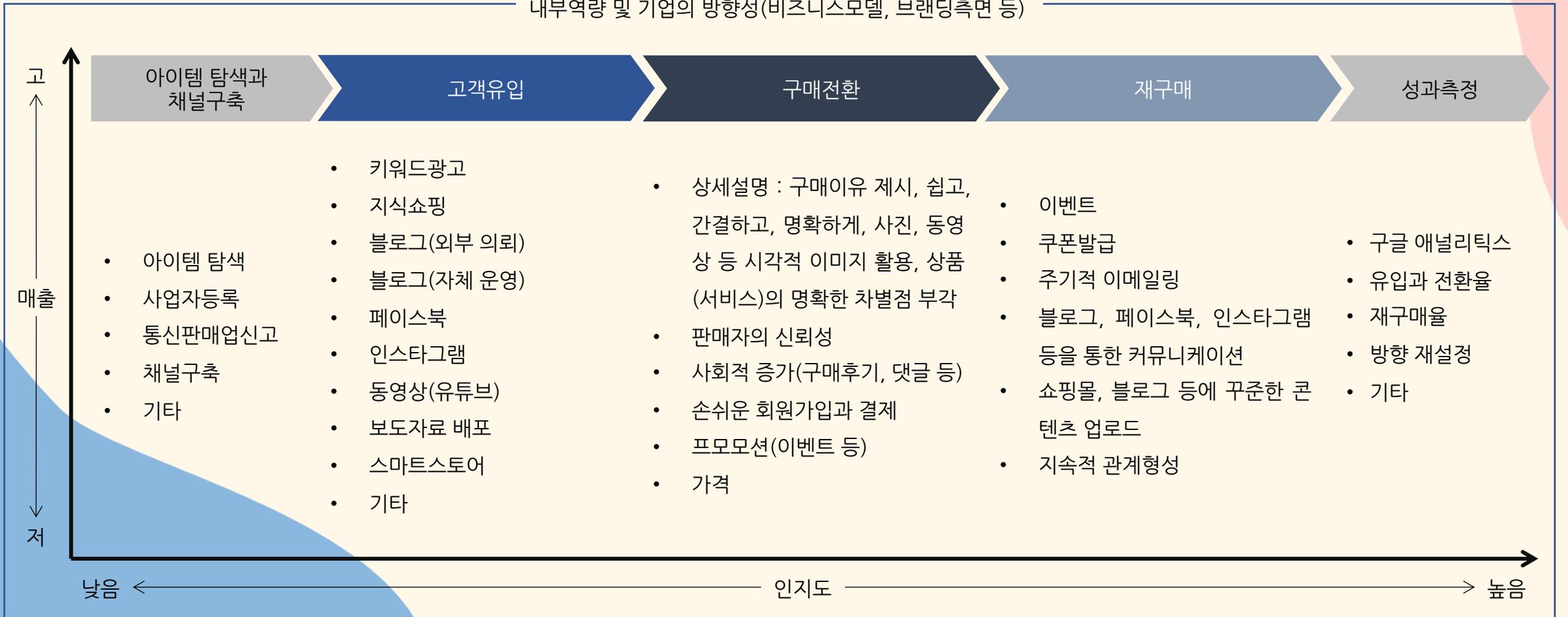
과정	세부내용
아이템 선정, 환경분석, 전략수립 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 쇼핑몰 아이템 선정 방법과 고려해야 할 요소</li> <li>• 내·외부 환경 분석을 통한 시장과 경쟁자 이해</li> <li>• 목표 시장 세분화 및 차별화된 전략 수립 방법</li> </ul>
쇼핑몰 콘셉트와 채널 구축 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 쇼핑몰 콘셉트 정의와 브랜딩 전략</li> <li>• 네이밍, 로고 디자인을 포함한 아이덴티티 구축</li> <li>• 스마트스토어, 오픈마켓, 자사몰 특성과 선택 기준</li> </ul>
고객을 설득하는 상세 페이지 (2시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 효과적인 상품 설명과 시각적 요소</li> <li>• 구매 전환율을 높이는 상세 페이지 구성 요소와 최적화 전략</li> <li>• 사용자 경험을 고려한 페이지 디자인</li> </ul>
고객 유입 전략(계획 구매, 총동 구매) (3시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검색엔진최적화(SEO) 및 검색엔진마케팅(SEM) 활용</li> <li>• SNS, 콘텐츠 마케팅 등을 통한 고객유입 방안</li> <li>• 프로모션, 할인, 한정판 등을 이용한 총동 구매 유도 전략</li> </ul>
재구매와 성과 측정, 사업 타당성 분석 (1시간)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객 관리와 재구매 유도를 위한 고객관리방안</li> <li>• 로그 분석을 통한 방문자의 행동 이해와 개선점 도출</li> <li>• 사업 타당성 분석과 성과 측정을 위한 KPI 설정 및 분석 방법</li> </ul>

# 성공하는 쇼핑몰 사업계획서 구성 프레임

- 아이템 탐색, 환경 분석에서 시장의 흐름을 이해하고 적합성을 평가. 이 과정에서 쇼핑몰의 기본 틀을 잡아가며, 사업의 방향성을 설정.
- 채널구축 후, SEO, SEM, 콘텐츠 마케팅, 소셜 미디어 광고 등을 활용한 고객유입 방안, 상세 페이지 최적화, 신뢰를 구축하는 사용자 리뷰, 이벤트 등을 통한 구매전환 방안, 로열티 프로그램, 개인화된 상품 추천 등을 통해 장기적인 고객 관계를 구축하는 재구매 등을 학습

거시환경(PEST), 산업환경(5-forces), 경쟁환경 등

내부역량 및 기업의 방향성(비즈니스모델, 브랜딩측면 등)

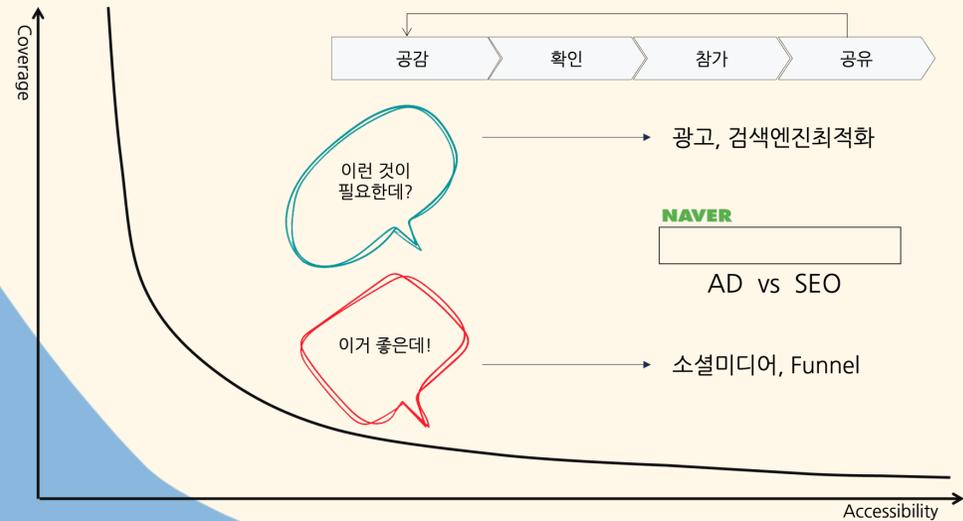




# Module 2. 고객유입 방안(계획구매, 총동구매)

## 수업내용

- 계획구매 관점에서 검색엔진최적화(SEO)와 광고 활용방안, 총동구매 관점에서 퍼널(Funnel) 중심의 SNS 콘텐츠 운영방안 학습



## 실습 내용

- 소비자키워드조사 바탕으로 검색엔진최적화(SOE)
- 검색광고, SNS 채널을 활용한 고객유입방안

시기	네이버(포털)	페이스북(인스타그램)	구글(유튜브)	다음(카카오)	기타
1개월~3개월	50%	30%	10%	10%	
4개월~6개월	40%	30%	20%	10%	
7개월~9개월	40%	20%	30%	10%	
10개월~12개월	40%	20%	20%	10%	10%

계획구매채널로서 네이버 파워 링크, 쇼핑광고 등 활용  
총동구매 채널로 네이버성과형 디스플레이광고 집행

총동구매 채널로서 페이스북과 인스타그램 광고 집행  
관심사 기반으로 광고를 집행한 후 유사타겟으로 확장하여 광고 집행.

유튜브의 경우 관심사 중심으로 타겟팅 광고를 집행  
구글 광고의 경우 홈페이지 방문자를 맞춤 타겟팅 후 유사고객으로 확장하는 리타겟팅 광고를 집행함.

카카오, 다음 등 기타로 분류되는 채널에 광고를 집행,

# Module 3. 구매전환, 재구매, 성과측정 방안

## 수업내용

- 구매 전환에 영향을 미치는 상세설명, 사회적 증거(구매후기), 만든 사람의 신뢰성, 가격, 이벤트 등
- 이벤트(프로모션)를 활용한 재구매 활성화 방안 등

페이지	방문자	고객	현상	대응 방법
↑	↑	↑	적절한 마케팅과 쇼핑 몰 운영	고객군별 취약점분석, 수익연계
↑	↑	↓	서비스는 적절하나 마케팅 취약	가망고객 유입 전략
↑	↓	↑	마케팅에 의한 일시적 현상	서비스개선을 통한 재방문 유도
↑	↓	↓	마케팅취약, 고정사용자에 의한 서비스 집중	마케팅강화, 집중사용 Point분석, 사용자 층 확대 전략
↓	↑	↑	마케팅활동에 의한 일시적 현상	서비스개선을 통한 재방문 유도
↓	↑	↓	기존사용자 중심의 방문증가 원인 잠재	마케팅강화, 서비스개선
↓	↓	↑	마케팅 적절하나 서비스 취약	리뉴얼 필요함
↓	↓	↓	마케팅, 서비스 취약	철수 전략 검토

## 실습 내용

- 구매전환을 높이는 상세설명 스토리 구성
- 스토리를 바탕으로 상세페이지 제작 실습(Canva 등 활용)

상세설명 구성	예시
탄생 스토리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저는 한복을 실제 생활에 입고 다니는 매니아예요. 제 옷장은 한복으로 가득차 있어요. 그만큼 많이 입고 자주 입고 있어요. 여름엔 특히 생활한복이 아쉬웠어요. 치마와 저고리 2개를 갖춰 입는게 귀찮고 더웠어요. 쉬폰으로 된 하바니 한복원피스를 선보였는데 반응이 좋았어요</li> </ul>
상품 스토리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 겉보기에는 흔한 빵입니다. 하지만 속은 다릅니다. 유기농 인증을 받은 우리 밀만 사용했고, 설탕 함량은 최대한으로 낮추어 담백한 맛을 살렸습니다. 버터나 오일처럼 기름질 수 있는 재료도 모두 뺐습니다.</li> </ul>
중요한 매력이나 차별점 (3~5가지)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 82% 모공 개선의 비밀, 골든 타임</li> <li>• 피부 진정을 위한, 3중 특허 보호막</li> <li>• 쫄쫄한 피부를 연구해서 찾은 트레알로오스</li> <li>• 각질개선? 단 1회 사용만으로 85%</li> <li>• 무자극 검증 완료</li> </ul>
판매자의 신뢰성 (상품의 특징과 중복이 있음)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% 국내산 유기농 완숙 토마토만 사용하였습니다.</li> <li>• 영양소의 손실을 최소화하는 '저온 가열 착즙', 흡수율은 높이고, 영양소 손실은 줄였습니다.</li> <li>• 물과 설탕 그리고 합성첨가물 모두 일절 들어가지 않았습니다. 물 No, 합성착향료 No, 합성 착색료 No, 합성 감미료 No, 화학비료 No, 호르몬제 NO</li> <li>• 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 스파우트 파우치 포장. 스탠딩형이라 세워놔도 쓰러지지 않고, 가위가 필요 없이 드실 수 있습니다</li> </ul>
사회적 증거	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이 제품은 총 28,776개가 판매되었고, 그중 1,068개의 구매후기가 있습니다.</li> <li>• 누적 판매량 150만개 돌파, 네이버 쇼핑 400만개 제품 중 리뷰수 1등</li> </ul>
환불 정책 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30일 동안 사용 후 불편함을 느끼신다면 100% 환불해 드립니다.</li> </ul>
필수정보 표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 쇼핑몰 사업자(통신판매사업자)는 제품 판매화면에 원산지, 제조일, A/S책임자 등 배송방법과 기간, 청약철회 가능 여부, 반품비용, 교환·반품·보증조건 등 거래조건</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용방법, 고객 작성 요소, 재고 여부, 소셜미디어 공유버튼 등 기타 요소</li> </ul>

# 강사 은종성입니다



(현)주식회사 비즈웹코리아 대표이사 / 도서출판 책길 대표 / INTERVIEWER 대표

학력 : 경영학 박사(마케팅 전공), 창업학석사(대한민국 최초), 공학사(산업공학)

강의 : 3,000회 이상 기업/기관/ 대학 등에서 강의(특강) 진행

- 삼성그룹(전자, 카드, 멀티캠퍼스, 웰니스 등), LG그룹(인화원, 디스플레이 등), SK그룹 (SKT, SKB, 플래닛 등), 네이버(창업캠프), CJ그룹, 금호그룹(타이어프로), 대한제분그룹 포르쉐코리아, KEA, 교보문고 북모닝 CEO, 한국관광공사, 중소벤처기업부 등

컨설팅 : 500개 기업 이상 컨설팅 수행(비즈니스모델, 마케팅 등)

자격 : 경영지도사(중소벤처기업부), 품질관리기사, 정보처리기사 등 10여종

저서 : <비즈니스모델 사용설명서> <취향과 경험을 판매합니다> <창업실무>

<디지털 마케팅 레볼루션> <마케팅의 정석> <성공하는 쇼핑몰 사업계획서>

<비즈니스모델을 혁신하는 5가지 길> 등 16권 도서집필(공저포함)

