



내가 찾는 모든 뷰티 대한민국 1등 뷰티앱 화해 역기획

개인화 기능 살린 홈화면 제품 추천 & 장바구니 추천 상품

Tool Figma

기간 2023.05.24 - 2023.05.28

역할 100%



Service Analyze

'화장품을 해석하다' 화해는 지금

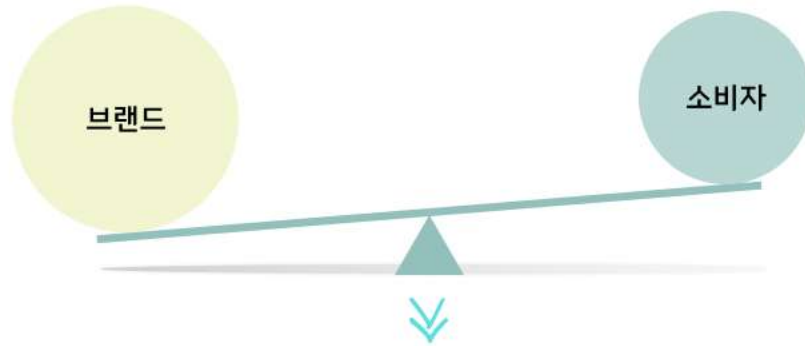
화해는 개인 맞춤형 뷰티 앱으로, 피부 특징과 스타일을 고려한 화장품 추천과 사용자들의 솔직한 리뷰와 화장품 성분을 자세히 볼 수 있다.

2022년 9월 기준 대한민국 20-30 여성의 1/2 이상 사용하는 서비스이다.



MISSION

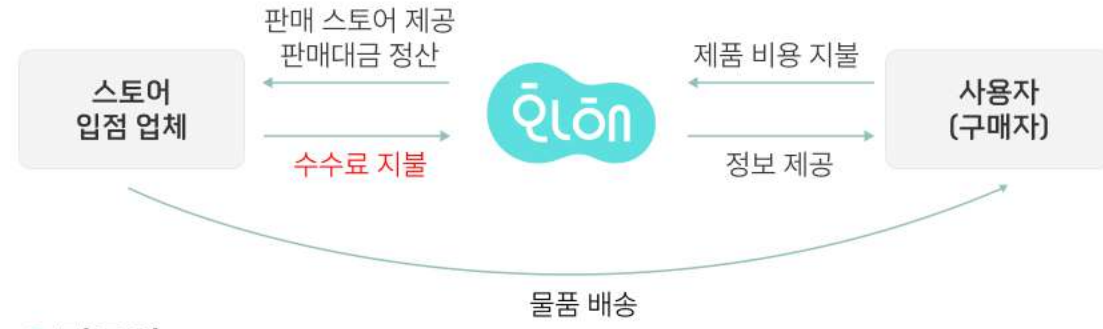
'화장품 시장의 정보 비대칭 문제를 해결한다.'



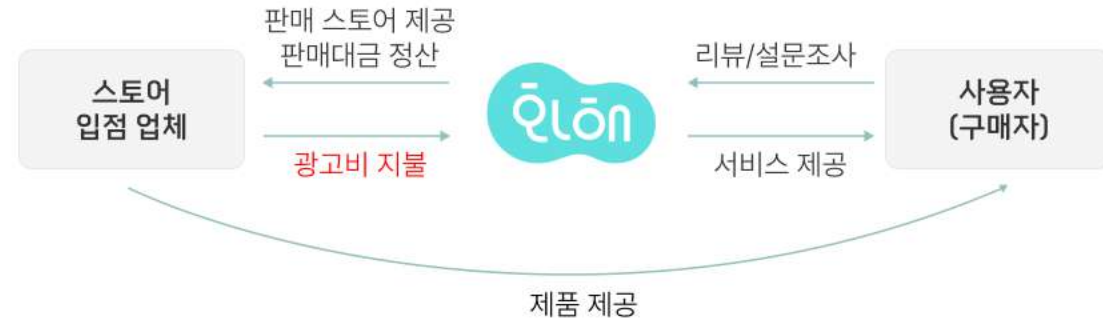
화해가 가진 사용자 풀과 데이터를 기반으로 **사용자와 비즈니스 파트너 모두에게 이익이 되는것을** 목표로함.

BUSINESS MODEL

1 커머스 수수료



2 광고비



STRENGTHS



01

WHY 화해인가?

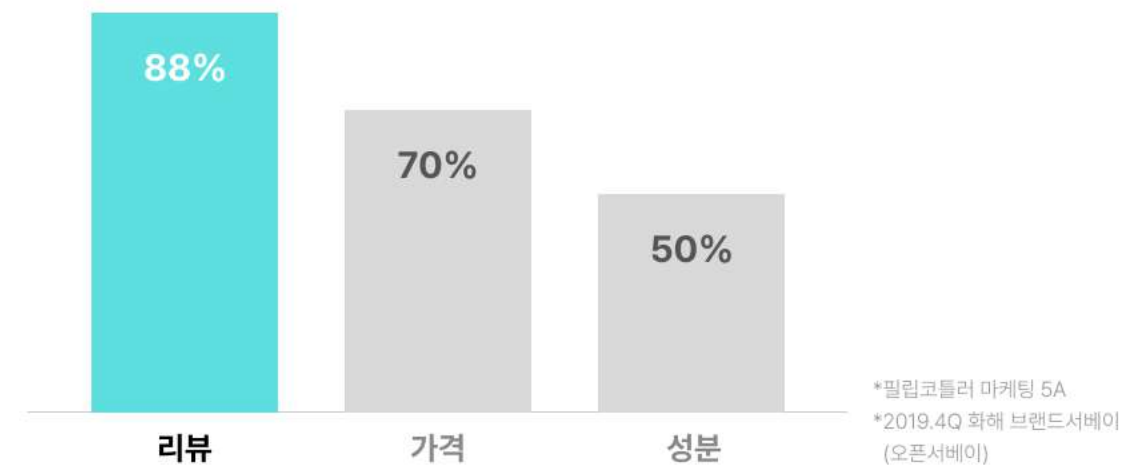
화해는 고객들이 구매 전 가장 많이 탐색하는 정보에 대한 독보적 퀄리티의 데이터를 보유하고 있다.

1 구매 전 '질문(탐색)' 단계에서 가장 많이 이용되는 정보에 대한 독보적 퀄리티의 데이터 보유

01 구매 전 확신을 가지는 마케팅 단계 '질문'(=탐색)



02 화장품 구매 전 가장 많이 탐색하는 화장품 정보 유형



2 화해의 '리뷰' 데이터는 매년 증가하는 추세

화해 앱 내 리뷰 수, 사용자 누적 리뷰 버티컬 뷰티 앱 중 1위



POSITIONING MAP

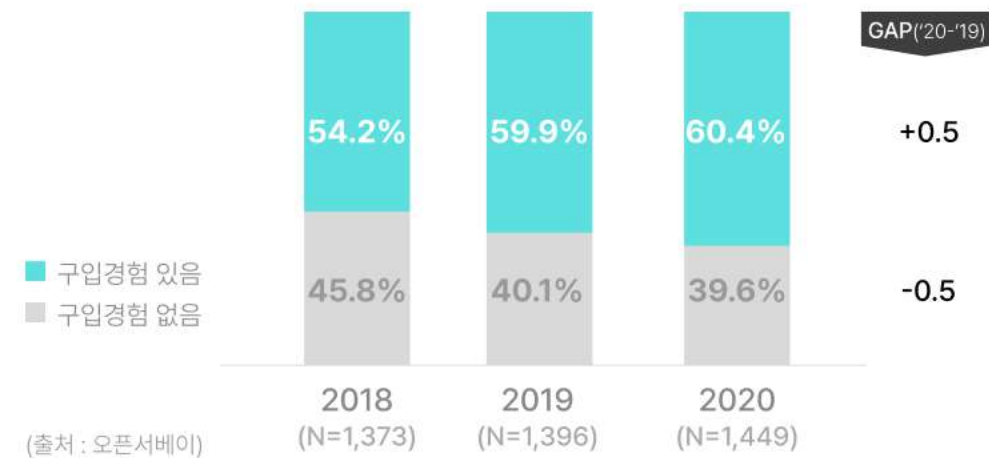


02

Service Target

1 브랜드의 인지도보다 제품 성분, 실용성 좋은 제품 구매 경험 증가

중소기업 뷰티 제품 온라인 구매 경험



화장품 구매 시 (예전대비) 더 신경 쓰는 점 TOP 5

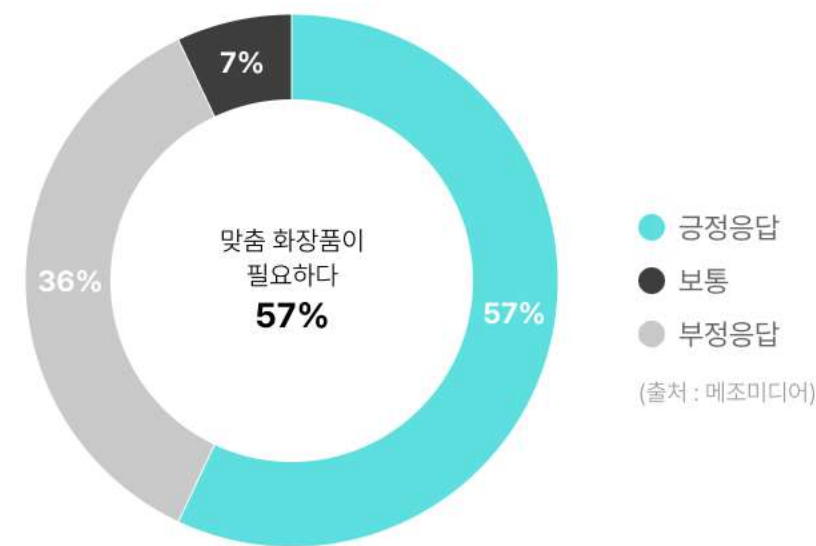
[Base: 전체 응답자, N=1500, 복수응답]



(출처: 주간코스메틱, '20-40대 여성, 화장품 성분에 관심 많고 중소기업 뷰티 제품 구매 경험을 높아')

2 '나' 자신에게 맞는 '초개인화' 제품 선호하는 소비자

맞춤형 화장품 필요도 (TOP2 응답)



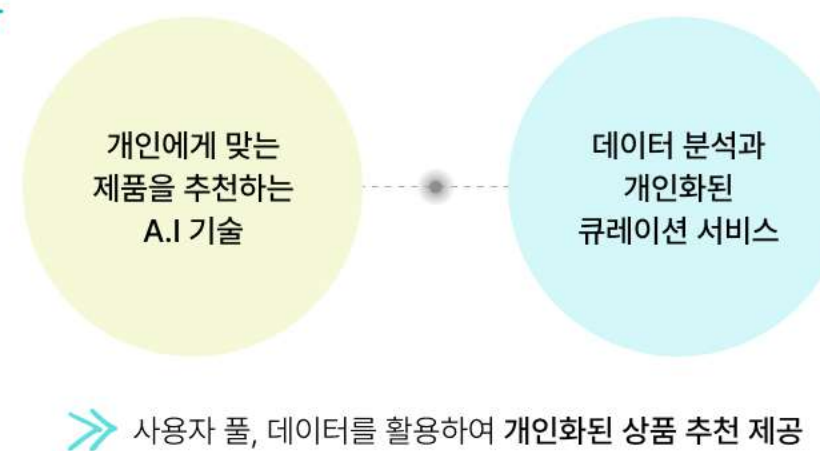
➔ **제품의 성분과 실용성을 중요하게 생각하고, 나에게 맞는 화장품을 선호하는 2040 여성**

03

Benchmarking

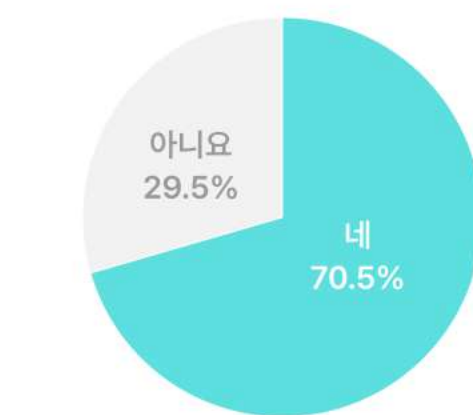
zam 젬페이스	사용자들의 얼굴 진단과 퍼스널 컬러 추천을 중심으로 개인화된 제품 추천과 구매 서비스를 제공하며, 데이터 마케팅 및 협업을 통해 수익을 창출
올리브영	H&B 스토어의 운영과 온라인 시장으로의 확장을 통해 다양한 고객들에게 제품을 제공하며, 빠른 배송 서비스와 개인화된 상품 추천을 통해 고객 경험을 개선
Qlōn 화해	사용자에게 화장품 정보와 개인화된 제품 추천을 제공하고, 데이터 분석과 트렌드 예측을 통해 시장 동향을 제공, 광고와 협업을 통해 수익을 창출하는 방식

INSIGHT

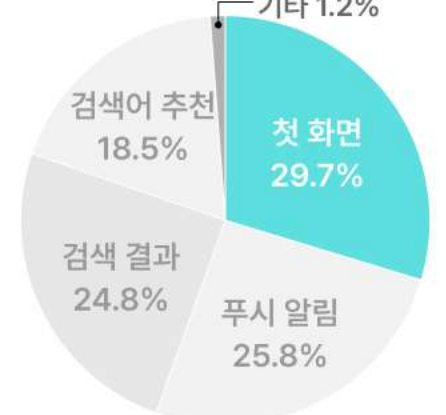


Service Concept

1 개인화 추천을 통해 상품을 구매한 경험이 있나요?



2 쇼핑앱에서 개인화가 꼭 필요하다고 생각하는 영역은?

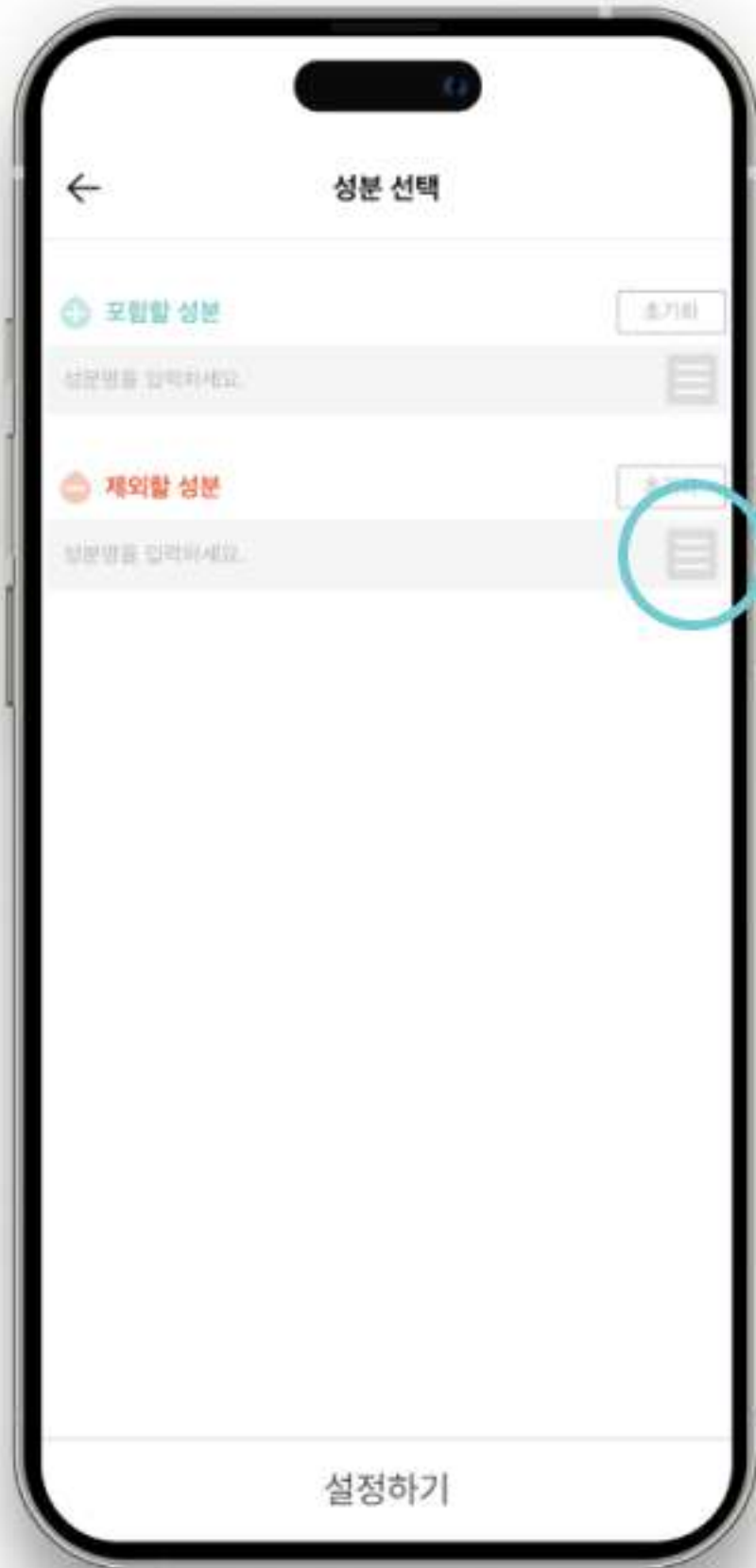


(출처: '홈쇼핑모아' 이용자 대상 개인화 추천 관련 설문조사 결과)

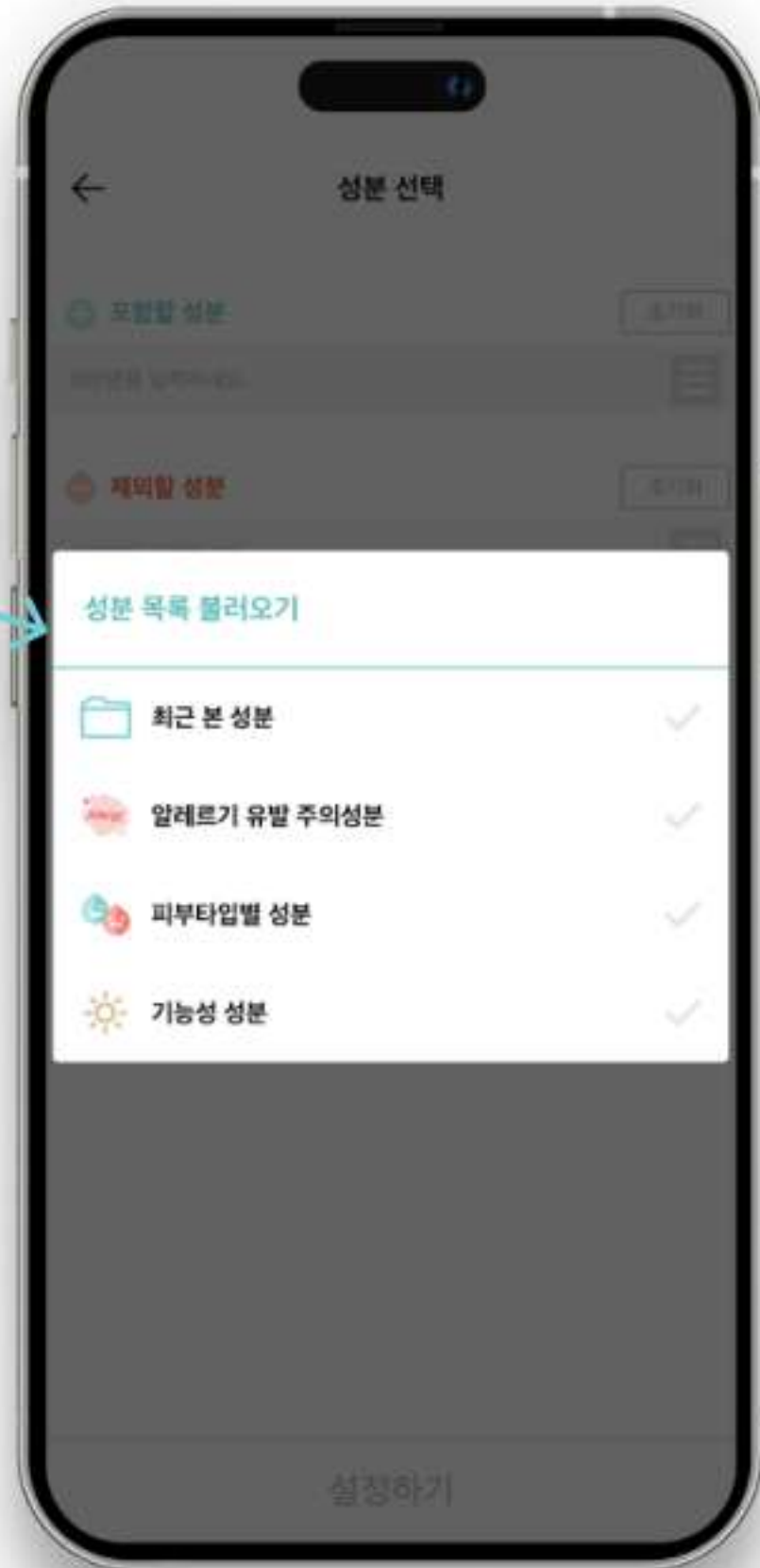
서비스 컨셉	화해가 가지고 있는 성분 데이터를 사용하여 사용자의 개인적인 선호도와 요구사항을 고려하여 홈화면과 장바구니 화면을 개인화 하고 제품을 추천
서비스 핵심기능	화해의 사용자 풀, 데이터를 활용하여 홈화면과 장바구니 화면에서 개인화된 제품을 추천하는 서비스 를 제공
서비스 목표	서비스에 대한 신뢰도를 높이고, 반복적인 이용을 유도하여 고객 충성도를 향상, 구매 결정을 촉진하고 구매량 증가.

04

Prototyping



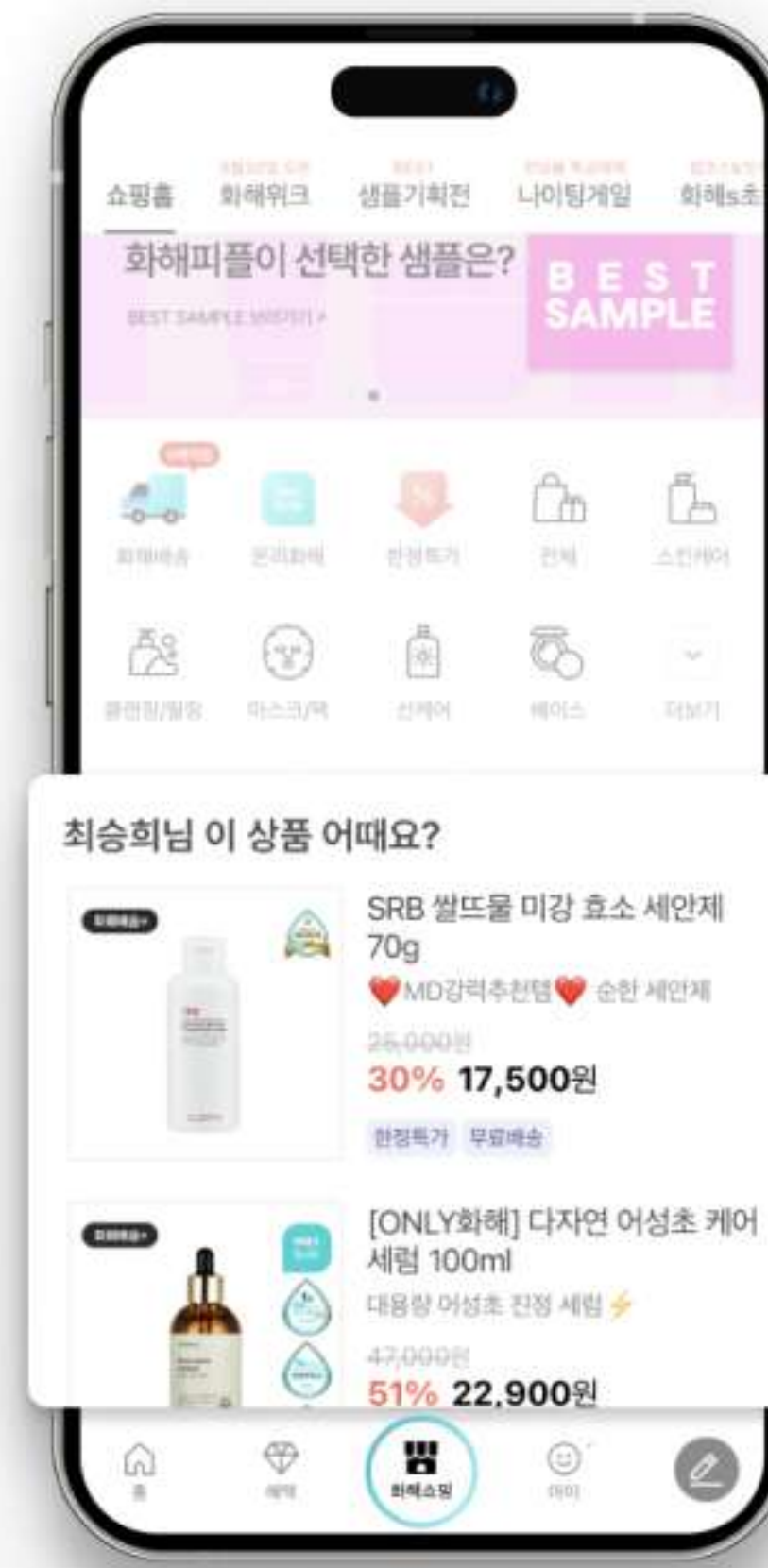
<마이페이지 > 내 정보 수정



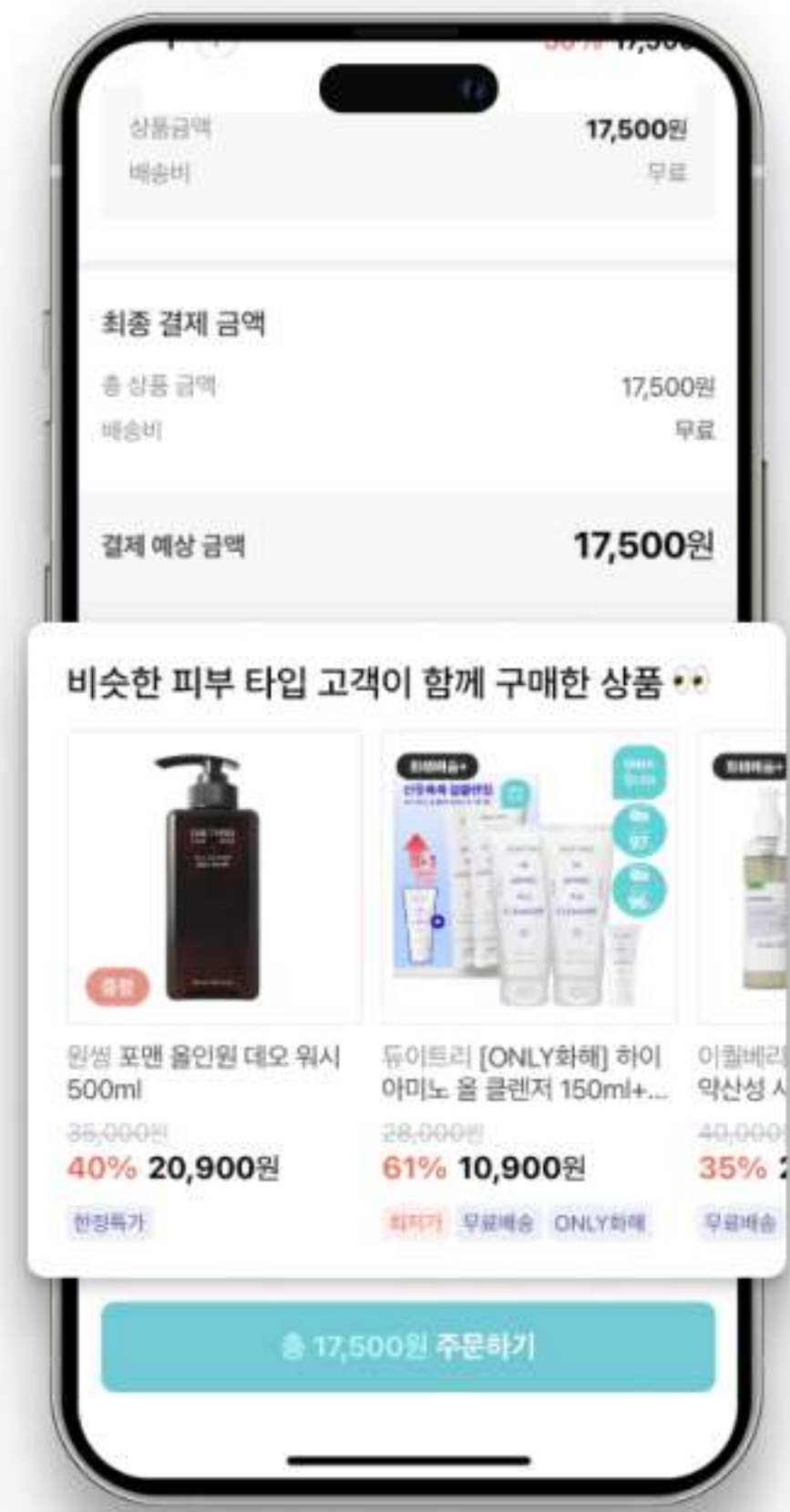
<성분 목록 불러오기>



<홈 화면 추천 상품 섹션>



<쇼핑 홈화면 추천 상품 섹션>



<장바구니 하단 추천 상품 섹션>