

NHN ACE 인사이트 리포트

여성패션 개인몰 전성시대

[여성의류] 업종 데이터 분석



데이터 분석 기준

- 데이터 기간

2019년 1월 ~ 6월

- 데이터 출처

DIGHTY

- 데이터 소스

[여성의류] 카테고리의 사이트 273개의
방문 / 키워드 / 구매 데이터

NHN ACE 인사이트 리포트
여성패션 개인몰 전성시대

? **간단 퀴즈! 한번 맞춰보세요**

구매욕 뽐뽐! 여성의류 매출액이 가장 높은 달은?

겨울 옷 정리하는 3월 vs 행사가 많은 5월

지름신이 오는 그 시간은 언제일까?

출근시간 오전8시 vs 퇴근시간 오후7시 vs 자기 전 23시

10대가 옷 살 때 더 신경 쓰는 것은?

작은 키 vs 빅사이즈

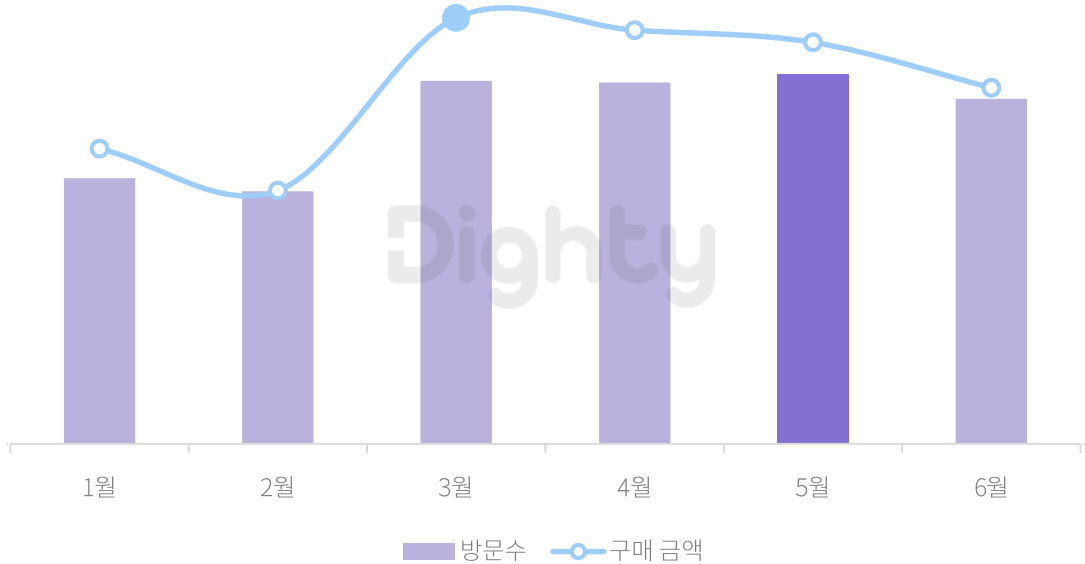
하객 패션의 성수기는 몇 월일까?

3월 vs 4월 vs 5월

정답은 리포트에서 확인하세요!



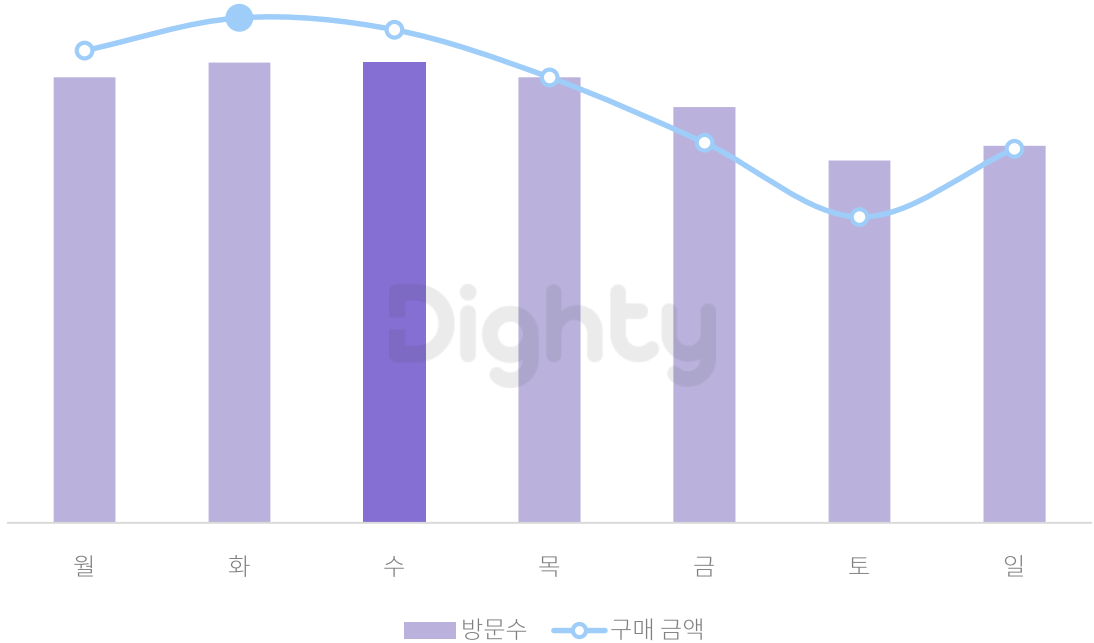
여성의류 쇼핑몰 방문·구매 월 별 추이



방문수, 구매금액 모두 **3월부터 급격히 상승하여 6월에 소폭 하락**

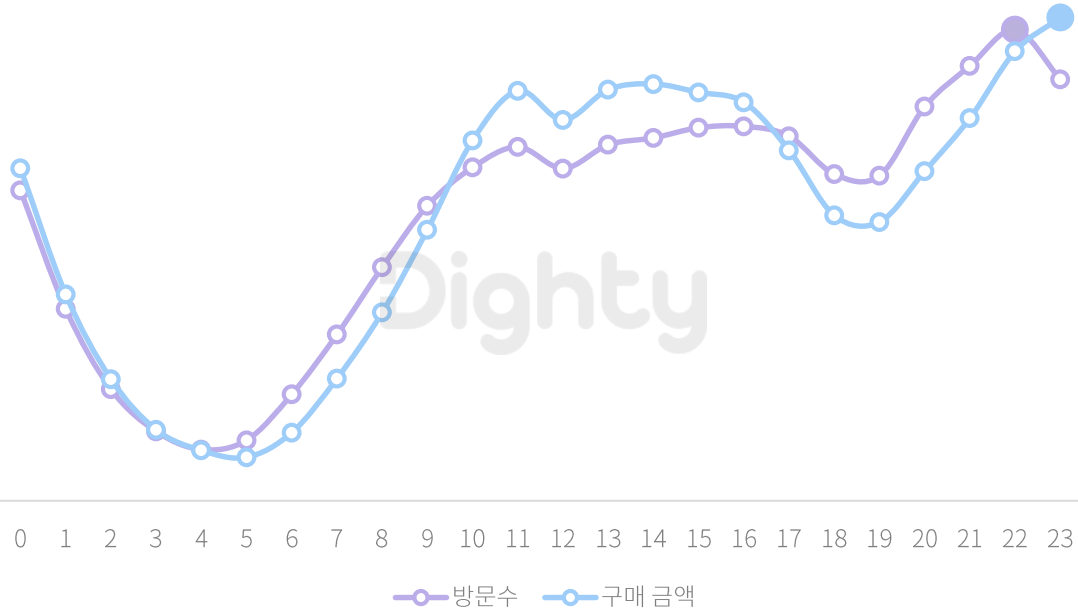
여성의류 사이트의 방문수는 5월에 가장 많았으며,
총 구매 금액은 3월이 가장 높았음

여성의류 쇼핑몰 방문·구매 요일 별 추이



방문수, 구매 금액 모두 **화요일과 수요일이 가장 높았으며**
목요일 이후 전체적으로 데이터가 하락하다 일요일 상승하는 패턴
일반 배송이 2~3일이 소요 되는 것을 고려하였을 때,
주말 전 수령을 위해 화·수요일에 구매하는 영향도 있을 것으로 보임

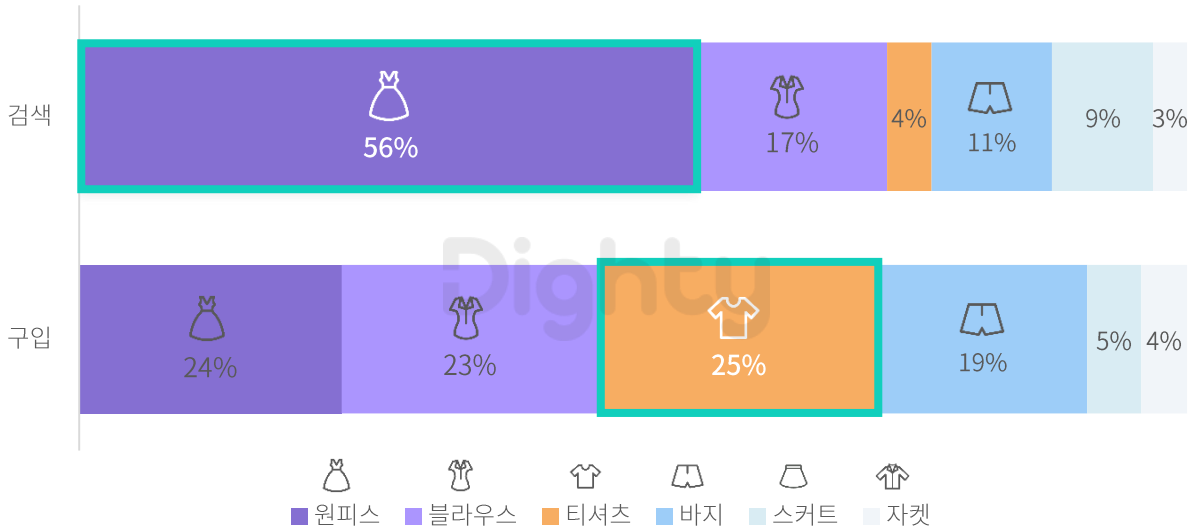
여성의류 쇼핑몰 방문·구매 시간 별 추이



오전 6시 이후부터 방문 및 구매 활동을 시작하며
퇴근 후 여가 시간인 **21시** 부터 활발하게 사이트 방문 및 의류 구매

여성의류 사이트 방문 수는 22시가 가장 많았으며
구매 금액은 23시에 가장 높은 수치 기록

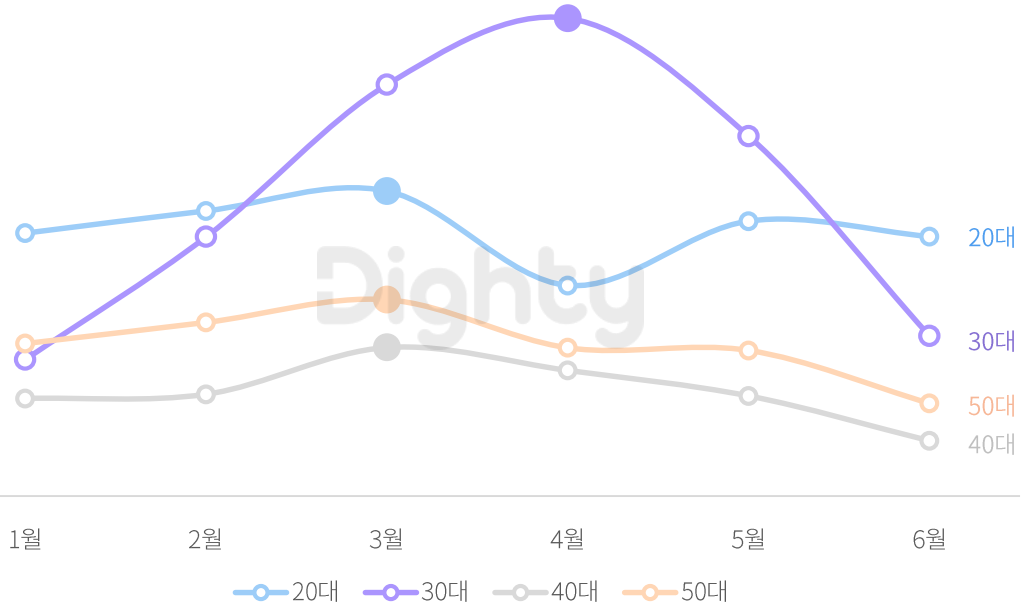
6월 제품 카테고리 검색량 - 판매량 비중



6월의 주요 제품 키워드의 방문 비중은 원피스가 56%로 절반 이상을 차지하여 가장 많았으나 실제 판매된 제품 카테고리는 '티셔츠'가 가장 많음

많이 검색하고 탐색을 하는 카테고리와 **바로 구매하는 카테고리**에는 차이가 있음

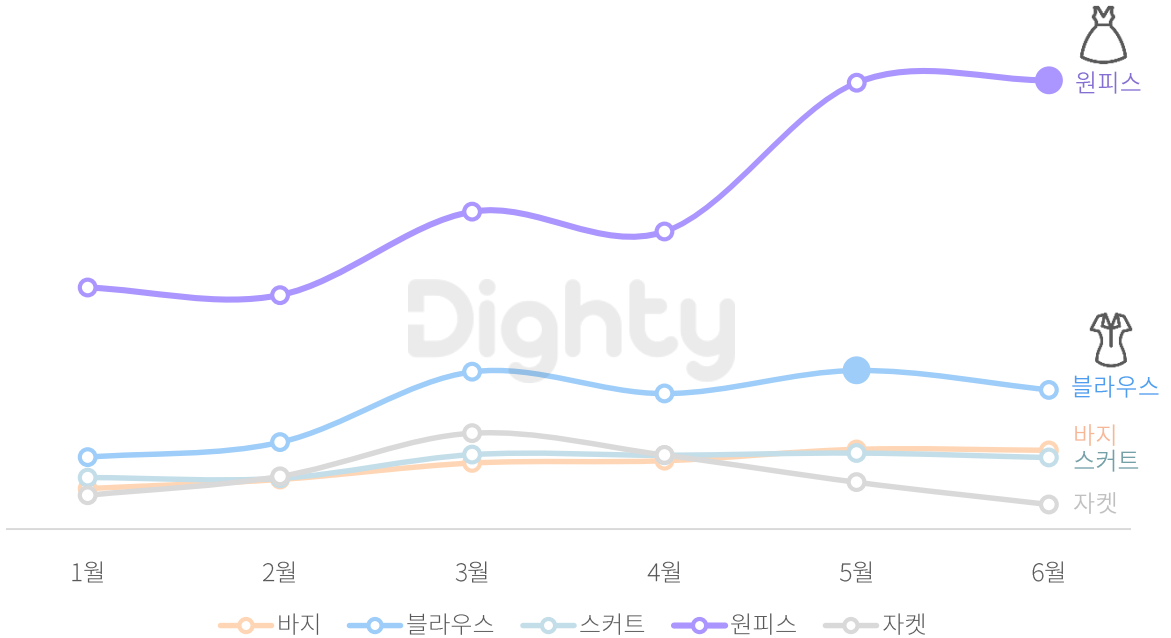
여성의류 쇼핑몰 키워드 유입량 추이 - 연령



3월~5월에 '30대'가 포함된 키워드의 유입량이 크게 상승하였으며
반대로 '20대'가 포함된 키워드는 4월에 하락

3~5월 가족 모임 및 다양한 행사로
'30대여성쇼핑몰' '30대미시쇼핑몰' 키워드를 통해 방문이 늘어남

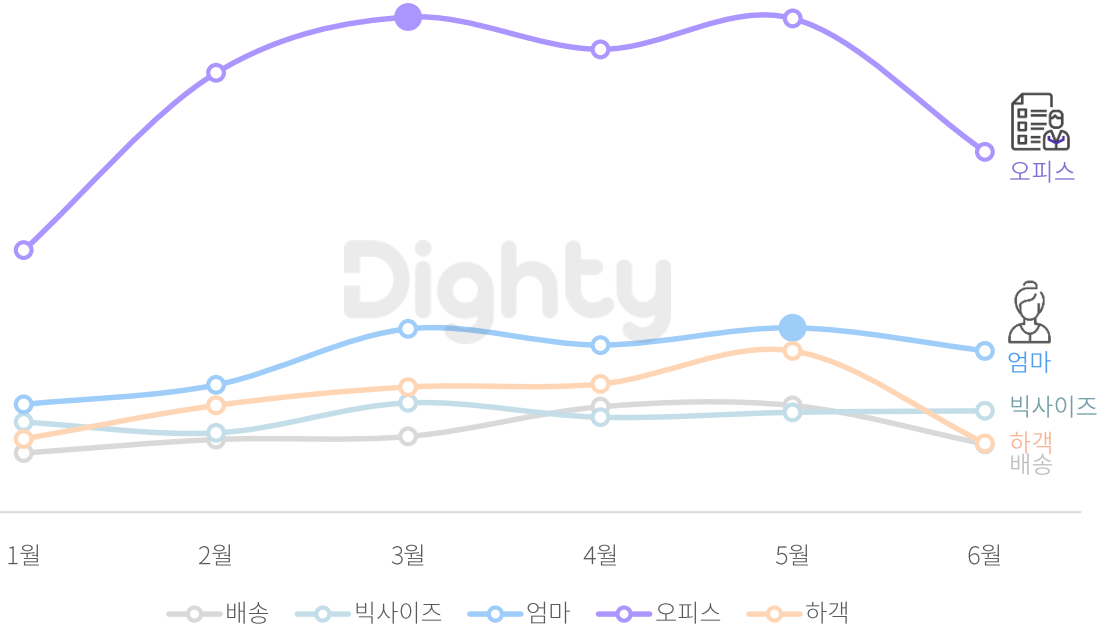
여성의류 쇼핑몰 키워드 유입량 추이 - 카테고리



‘원피스’가 포함된 검색어의 방문수가 5월부터 급격히 상승하였으며
 ‘자켓’이 포함된 검색어는 3월 이후 지속적으로 하락

‘블라우스’ ‘스커트’ ‘바지’ 키워드는 3월 상승 이후 비슷한 방문수 유지했으며
 ‘바지’ 와 ‘스커트’ 는 월 별 방문 수치가 거의 동일하게 발생

여성의류 쇼핑몰 키워드 유입량 추이 - 기타 주요 검색어



‘오피스’와 관련된 키워드의 방문수가 가장 많았으며(면접/정장 포함),
 그 다음으로는 ‘엄마’가 포함된 키워드의 유입수가 많았음
 ‘배송’ ‘엄마’ ‘하객’ 키워드 방문수는 5월에 가장 높았으며
 ‘오피스’ ‘빅사이즈’ 키워드는 3월에 가장 높은 수치를 보임

여성의류 쇼핑몰 연관 키워드 - 연령

10대



20대



30대



40대



50대



60대



Dighty

전 연령대에 ‘원피스’가 공통적으로 연관도가 높았으며,
 20~40대는 ‘오피스’와 연관성이 높은것으로 보아 경제활동이 활발
 50대와 60대의 경우 ‘엄마’ 키워드와의 연관도가 높아,
 본인보다는 자녀가 엄마 옷을 많이 검색하는 것으로 보임

여성의류 쇼핑몰 연관 키워드 - 카테고리

바지



블라우스



스커트



원피스



자켓



‘자켓/블라우스/스커트’는 ‘정장’ 또는 ‘면접’ 과,
‘원피스’는 ‘하객’과 ‘리넨’의 연관도가 높았음

제품 카테고리는 소재와 관련된 키워드와도 연관도가 큼
(바지 - 청, 데님 / 원피스, 블라우스 - 리넨)

6월 쇼핑몰명 키워드 방문수 순위

순위	브랜드키워드	방문 사이트 수	순위	브랜드키워드	방문 사이트 수
1	민스샵	20~30개	11	마담4060	1~10개
2	난닝구	30~40개	12	하나언니	20~30개
3	라걸	10~20개	13	체리코코	30~40개
4	메그제이	1~10개	14	나비올라	10~20개
5	스타일난다	10~20개	15	밀크코코아	10~20개
6	다크빅토리	10~20개	16	갠소	20~30개
7	안녕윤수야	20~30개	17	몸빼	10~20개
8	파티수	20~30개	18	두쏘	10~20개
9	모코블링	20~30개	19	다홍	20~30개
10	브론즈부부	1~10개	20	에바주니	20~30개

쇼핑몰명의 검색광고를 통해 여성의류 사이트에 방문한 수 확인 시,

‘민스샵 > 난닝구 > 라걸’ 수로 많았음

방문 사이트 개수는 ‘난닝구’ ‘체리코코’가 30개 이상으로

여러 사이트에서 해당 브랜드명으로 광고를 집행

6월 연령별 연관 쇼핑물 순위

NO	10대	20대	30대
1	언니가간다	민스샵	민스샵
2	불량소녀	다홍	난닝구
3	안녕윤수야	난닝구	다홍
4	난닝구	스타일난다	안녕윤수야
5	민스샵	체리코코	도드리

NO	40대	50대	60대
1	마이더스비	마담4060	마담4060
2	물리안	엄마웃데드라	물리안
3	마담4060	물리안	엄마웃데드라
4	민스샵	초코맘	21드레스룸
5	초코맘	마이더스비	민스샵

ACEDMP

연령별로는 10대는 '언니가간다' 20~30대는 '다홍' '난닝구'
 40~60대는 '마담4060' '물리안' 과 연관도가 높음
 '민스샵'은 전 연령 키워드와 연관도가 높음

6월 카테고리별 연관 쇼핑물 순위

NO	바지	블라우스	스커트
1	난닝구	민스샵	민스샵
2	스타일난다	매그제이	난닝구
3	민스샵	마담4060	매그제이
4	라걸	난닝구	스타일난다
5	갠소	스타일난다	라걸

NO	원피스	자켓
1	민스샵	난닝구
2	난닝구	오드
3	스타일난다	민스샵
4	라걸	라걸
5	안녕윤수야	하나언니

전체 제품군과 연관이 있는 쇼핑물로는
‘난닝구’ ‘민스샵’ ‘스타일난다’

‘매그제이’는 블라우스, 스커트와 연관도가 높았으며
‘오드’는 자켓을 검색했던 유저가 함께 검색한 쇼핑물로 확인 됨

6월 기타 주요 검색어별 연관 쇼핑물 순위

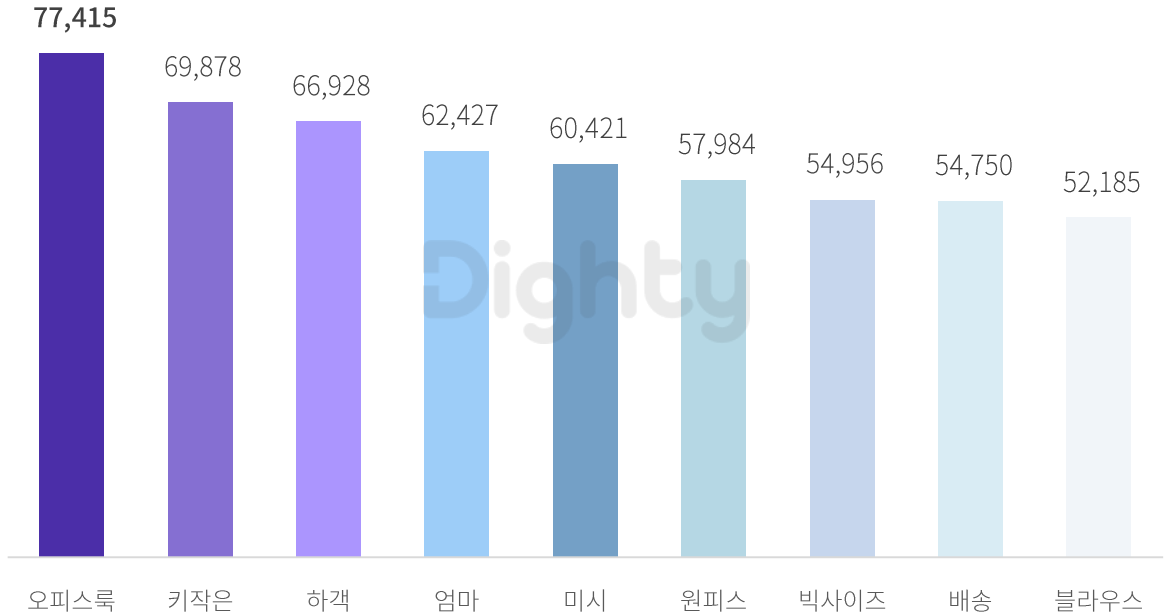
NO	미시	배송	빅사이즈
1	퍼플	민스샵	마리앙플러스
2	초코맘	라걸	갠소
3	난닝구	소녀나라	난닝구
4	도드리	갠소	로미스토리
5	안녕윤수야	다크빅토리	공구우먼

NO	엄마	오피스	하객
1	엄마웃데드라	매그제이	민스샵
2	마담4060	오드	베니토
3	마담센스	민스샵	난닝구
4	초코맘	정장에녹	모코블링
5	봉쥬르마담	난닝구	매그제이

앞서 연령과 카테고리 키워드와 다르게 상위에 다양한 쇼핑물이 등장
쇼핑물마다 타겟과 주로 판매하는 상품의 특징이 명확한것으로 보임

‘미시-퍼플’ ‘배송-라걸’ ‘빅사이즈-마리앙플러스’
 ‘엄마-마담센스’ ‘오피스-오드’ ‘하객-베니토’ 가 각각 키워드와 연관도가 컸음

6월 주요 검색어 별 평균 구매 금액



주요 검색어를 통해 방문하여 구매활동까지 이어졌을 때
평균 결제금액은 오피스룩(정장 포함)이 7만원대로 가장 높았음

오피스룩 다음으로는 '키 작은 > 하객 > 엄마 > 미시' 순으로
결제금액이 높았으며, 배송과 블라우스는 가장 낮은 것으로 확인

INSIGHT



봄과 함께 시작되는 쇼핑욕구!

- 여성의류 사이트의 방문과 구매 모두 3월 급격히 상승
(2월 대비 3월 방문수 144%, 구매금액 168% 달성)
- 3월에 상승한 수치는 4월과 5월에도 상승 또는 유지되었으며, 6월에는 소폭 하락



화·수요일 그리고 23시, 지금신의 왕성한 활동 타임

- 일주일 중, 화요일과 수요일이 여성의류 방문과 구매활동이 가장 활발
- 24시간 중에서는 방문은 22시, 구매금액은 23시가 가장 높은 수치 기록
- 특정 요일과 시간대의 구매가 활발한 이유로 배송의 영향이 있을 것으로 예상
(평균 배송소요일이 2~3일이므로 화요일과 수요일, 그리고 날씨가 바뀌기 전에 구매 활동)

INSIGHT



고민하고 탐색하는 원피스, 하지만 실제 구매는 티셔츠

- 의류 중 주요 제품군 6개(원피스/블라우스/티셔츠/바지/스커트/자켓)의 키워드 방문량과 실제 구매량을 비교했을 때 원피스는 검색 비중이 56%에 달했으나, 실제 구매 비중은 24% 차지
그에 비해 티셔츠는 검색량 비중은 4%뿐이지만 구매 수 비중은 25%로 가장 많이 구매
- 원피스는 여러 디자인을 보고 비교 활동을 하는데 반해 티셔츠는 여러 탐색없이 구매하는 것으로 보여 랜딩페이지에서 두가지 제품을 적절히 노출하는 전략 필요



상반기, 여성의류 검색어 트로이카 #30대 #원피스 #오피스

- 상반기의 월별 데이터 분석 시 '30대' '원피스' '오피스' 와 관련된 키워드의 방문 수와 상승율이 가장 높음
(방문 수치가 가장 적은 달과 많은 달을 비교했을 때, 30대는 3.5배, 원피스와 오피스는 1.9배 기록)
- '원피스'는 연령 검색어와의 연관도도 높아,
모든 연령대에서 가장 많이 탐색하는 검색어로 확인

INSIGHT



경제활동이 활발한 20-40대의 관심은 오피스룩

- 오피스 관련 키워드는 20~40대와 연관도가 가장 높아 면접부터 사회초년생, 경력직이 되기까지 지속적으로 니즈가 있는 검색어로 확인
- 블라우스, 정장 세트, 여름, 원피스, 빅사이즈 등 다양한 카테고리와의 연관성이 있었으며 '매그제이' '오드' '정장에녹' 등 오피스룩만 판매하는 쇼핑몰도 함께 많이 검색됨



여성의류 쇼핑몰 TOP3 : 민스샵/스타일난다/난닝구

- 여성의류는 다른 쇼핑몰명을 광고 키워드로 사용할 수 있기 때문에, 인지도가 높은 쇼핑몰의 이름은 다른 쇼핑몰의 광고 키워드로 방문이 발생
- 광고검색어 중 가장 많은 방문이 있었던 쇼핑몰은 '민스샵 > 난닝구 > 라걸 > 메그제이 > 스타일난다'
- 그 중 '민스샵' '스타일난다' '난닝구'는 연령, 제품카테고리, 기타 주요 검색어와도 연관도가 높아 많은 유저가 의류 탐색 시 함께 검색하는 쇼핑몰로 확인

리포트의 데이터가 궁금하신가요?

NHN DATA에서는 다양한 데이터를
합리적인 가격으로 제공하고 있습니다.

- **원하시는 업종과 기간의 리포트**

본 리포트에서 기간과 업종을 변경하여 리포트 제공이 가능합니다.
아래 메일주소로 원하시는 기간과 업종을 알려주시면,
제공 소요 기간과 금액을 안내해드립니다.

- **인사이트 리포트의 데이터 파일**

인사이트 리포트의 데이터를 필요하신 파일 형태로 제공해드립니다.

- 데이터 RAW 파일 (EXCEL 또는 CSV)
- 비중과 수치가 포함된 1차 가공 데이터 (EXCEL 또는 CSV)

데이터 제안 요청 및 구매 문의

데이터컨설팅팀 | dightydata@nhndata.com



THANK YOU

100여개의 업종 데이터 분석으로
니즈에 꼭 맞는 인사이트를 제공합니다