

2023년 11월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2023년 11월 28일(화)
- 참 석 : GS SHOP 고객 14명, GS SHOP 임직원 6명
- 안 건 : 방송화면 CG(우측바,하단바,전면 등) 개선 관련 고객의견 청취



방송화면 CG 개선 내용 피드백

방송 시청행태

① 고객은 더 이상 홈쇼핑 방송만을 통해 수동적으로 정보를 탐색하지 않는다.

평소 홈쇼핑 방송을 자주 시청해 상품도 익숙하고, 모바일 앱 등 다양한 채널을 적극 활용하기 때문에 더 이상 방송 CG를 기다리며 수동적으로 정보를 탐색하지 않음. 그 결과, 방송 시청 시 우측바에서 필수정보(가격/구성/혜택)만 우선적으로 확인하고자 함.

(사례1) CG에 할인정보(일시불할인/카드할인 등)가 표시되어 있지만, 실제 구매가격은 모바일 앱에서 개인화 가격 확인.

(사례2) 방송을 시청하며 쿠팡, 네이버 등 타사, 포털에서의 가격비교를 통해 구매를 결정.

(사례3) 건강식품은 TV중편 프로그램 등에서 자주 설명해주기 때문에 홈쇼핑 방송에서 효능/효과보다는 가격/구성/혜택의 차별점만 확인.

개선 CG 만족도

② 우측바는 꼭 알아야 하는 객관적인 팩트(Fact) 정보를 기대하며, 현재 CG 정보(바, 전면 등)에 대해 대체적으로 만족한다.

우측바는 상품에 대한 객관적 팩트(상품명, 가격, 구성, 혜택 등) 정보를 기대하고, 전면/손판넬은 방송에서 강조하고 싶은 광고성 내용이 포함되어 있다고 인지함. 개선 전/후 우측바의 정보 전달력(정보양, 내용), 가독성(바의 전환 속도, 글씨 크기 등)은 모든 고객이 불편 없이 정보를 이해할 수 있었고, 대체적으로 만족함.

(사례1) 컬러와 구성을 비교할 때는 '텍스트' 보다는 한 눈에 볼 수 있는 '이미지' 형태를 선호함.

(사례2) 강조점을 '빨간 글씨'로 표현하여 한 눈에 더 잘 보일 수 있는 정보를 선호함.

추가 개선 Point

③ 다만, 고객의 정보 습득 과정에서 필요한 추가 정보 또는 오인 소지 등의 일부 불편사항의 개선이 필요하다.

개선된 CG 내용 중 필요한 정보가 누락되거나, 표현 방법에 오해 소지가 있거나, 강조된 문구의 포인트가 와 닿지 않는 일부 사항을 추가 개선할 필요가 있음.

(사례1) 고객이 실제 궁금한 정보를 제공하지 않는 경우

(사례2) 정보의 기준점이 없어 고객이 정보를 오인하는 경우

(사례3) 정보의 강조점이 불분명하여 명확히 인지할 수 없는 경우

(사례4) 너무 과한 모션이 고객의 방송 시청 시선을 방해하는 경우

※ 관련 부서 내용 공유(전 카테고리 PD팀, 영상아트팀)