

2024년 2월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2024년 2월 6일 ~ 8일
- 참석 : GS SHOP 고객 10명, GS SHOP 임직원 4명
- 안건 : GS SHOP 숏픽 서비스 콘텐츠 선호도 및 사용성 검증(UT)을 통한 개선점 파악



GS SHOP 숏픽 사용성 조사

콘텐츠

[영상의 형식]

- 자막크기, 화질, 속도 등은 불편함을 느끼지 않고 잘 시청함.
- CJ처럼 영상 속 상품을 가리는 큰 글씨 선호하지 않음
- 상품 관련 숏츠를 볼 때, 유튜브에 나오는 형태의 빠른 영상 비선호
- 숏픽과 영상 속 브랜드명 위치가 겹침

[영상의 내용]

- 모바일 문법에는 맞췄으나, 필수정보가 빠져있다보니 영상이 짧다고 느낌 (ex. 디테일 클로즈업, 색상, 소재, 착장핏 등)
- 고객은 광고 영상보다는 정보성 영상을 원함
- 시즌이 지난 영상보다는 앞으로 필요한 다양한 상품의 영상을 기대

사용성

[흠]

- '콘텐츠'보다는 '상품' 중심의 탐색과 클릭
- 'Short Picks' : 숏컷, 쇼트픽, 쇼픽, 쇼피 등 서비스명 인지가 모두 다름
- 샵피와 숏픽 차이를 잘 인지하지 못함(UI/UX)
- CJ처럼 한 화면에 움직이는 6개의 영상은 복잡하고 비선호
- 동일한 상품/브랜드/아이템이 노출되는 이슈

[영상 내]

- 가이드 부족(아래로 스와이프, 상품클릭, 더보기, 화면 터치 시 상품배너 등)
- 아래 스와이프 가이드가 없어서 나갔다 들어왔다 반복
- 숏픽 아이콘과 브랜드명 겹치는 경우