

2020년 8월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2020년 8월 18일(화)
- 참 석 : GS SHOP 고객 5명, GS SHOP 임직원 4명
- 안 건 : GS SHOP 선물하기 서비스 이용경험 청취



'선물하기 서비스' 이용경험

• 서비스 전반

- 받는 사람이 거절하면, '재선물하기' 이런 기능이 있었으면 좋겠다. 그렇게 하면 받는 사람도 안받고 싶다가도 그럼 한 번 받아볼까 하지 않을까요?
- 받는 사람의 정보를 내가 입력 할 수 있게 해주면 좋겠다. 나이 드신 분 들은 주소 입력하기 힘들어함. 내가 보낸다면 받는 사람 정보를 입력해서 '깜짝 선물을 보냈습니다.' 이렇게 메시지만 간단하게 가면 받는 사람이 따로 입력하지 않아도 되게끔 해주면 안되나 생각했다.

• 서비스 차별성

- 거의 흡사 한 것 같아요. 파는 물품이 다를 뿐이지 설명하는 내용은 비슷한 것 같다. 제일 먼저 시작한 데가 카카오톡으로 알고 있는데, 그래서 그런지 거기의 제일 좋은 장점만 따서 그런지 다 비슷한 것 같다.
- 주력 상품들이 있잖아요. 내가 사고 싶어도 GS에는 그 상품을 안 팔면 할 수 없이 다른 데서 사야 하듯이, 주력으로 상품들이 있는데 그게 있고 없고의 차이인 것 같다.
- 편리한 건 다 똑같아요. 소비자 입장에서는 조금이라도 싼 데서 사는 건 당연한 것 같다.

• 기능 만족도

- 생일에 꽃도 보낼 수 있고 그런 게 없다. 선물 할 상품이 다양했으면 좋겠다. 카카오톡처럼 선물용으로 가볍게 보낼 만한 상품이 많았으면 좋겠다.
- 선물을 고르려고 하나씩 보는 데 너무 오래 걸려요. 생애 주기별로 상품이 분류되어 있지 않아요. (출산/유아/청소년/20대/노인..)

☞ 관련 팀 Feed-Back 전달



C1_김*선 (52, 개인 사업자)
4인가족(남편, 대학생 아들2)

-오프라인보다 온라인 쇼핑 비중이 큼 (오프라인 20%, 온라인 80%)
-다양한 온라인 쇼핑 앱에서 가격 및 상품을 비교하며 쇼핑
-주 사용 앱: GS SHOP, ns, 롯데, 홈플러스, 쿠팡
-선물하기로 지인에게 티슈 선물
-매트 구매하여 부모님에게 배송
-SSG에서 세플레이터 구매하여 선물



C2_유*희 (54, 주부)
남편, 자녀 3명(직장인, 대학생, 고3)
*대학생 자녀는 따로 거주

- 주로 홈쇼핑(GS, 현대, NS)앱으로 온라인 쇼핑
- 오프라인은 홈플러스, 코스트코 등 대형 마트 이용
- 상품을 구매하여 대학생 자녀에게 자주 보냄
- 비타민, 식품을 선물하기로 구매한 경험



C3_전*미 (49, 주부)
3인 가족(남편, 20대 아들)

-대부분의 온라인 쇼핑을 GS SHOP을 이용함
-주변 지인이나 어른들께 자주 상품을 구매해주는 편 (주변 사람들을 수시로 정권)



C4_강*민 (57, 직장인)
-딸과 반려견 2마리 생활
-남편은 지방 거주, 해외거주 아들

-주 사용앱은 GS, 롯데온
-친정 어머니가 요양원에 계셔서 필요한 물건과 복지사반 들께 선물 자주 보냄
-일본에 있는 아들에게 물건 보낼 일이 많음
-주변 지인에게 선물을 자주 정기는 스타일



C5_한*화 (37, 주부)
4인 가족(남편, 초등학생 딸2)

-결혼 후 홈쇼핑 이용 빈도가 증가
-코로나 이후 더 적극적인 온라인 쇼핑
-혜택, 프로모션을 적극 활용하고 이용