

# 2021년 1월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2021년 1월 13일(수)
- 참 석 : GS SHOP 고객 8명, GS SHOP 임직원 6명
- 안 건 : GS SHOP 뷰티 매장 관련 의견 청취



## '뷰티 매장' 관련

### • 뷰티 제품 구매 특징

- 예전엔 색조에 관심이 많았는데 나이가 드니 자연스레 외모에 대한 관심도가 늘어나 피부재생, 주름개선에 관심 많아짐. 브랜드 제품보다는 자연스레 성분을 자연스레 찾게 됨.
- 샴푸나 바디 제품같이 가족이 함께 사용하는 제품은 고가의 돈을 많이 주고 사기 어렵고, 향도 너무 강하지 않은 제품을 구매함.
- 코로나19 이후 색조는 눈 관련 제품만 구매하게 됨.

### • 뷰티 제품 정보획득 관련

- 인터넷 블로그에 있는 정보보다 실제로 구매한 사람의 상품평을 보는 것을 선호함.
- 메이크업 립 제품은 피부마다 개인 차가 커서 다양하게 블로그 검색을 통해서 색 확인.
- 블로그 후기 중에서도 광고성 내용인지 아닌지는 꼭 확인함.
- C사 홈쇼핑에서는 요즘 뷰티 전문매장이 따로 만들어져 찾아 들어가기 편해 자주 이용.

### • GS SHOP 뷰티 이용 행태

- AGE 20's 견미리 팩트 주로 많이 사용. 나이대가 비슷하니까 비슷한 피부고민이 있어 공감. 나이가 들면 건조함도 보통 비슷하고 그런 것들이 더 와닿음.
- 쇼핑몰이 한 번 사용하고 신뢰가 가면 계속 쓰게 됨. 그만큼 구매 신뢰도가 중요함.
- 가끔 화장품을 앱에서 라이브로 방송하는 걸 보는데, 편집된 영상이 아닌 라이브 방송이라 바로 상품 확인하고, 질문에 답도 해주는 부분들이 신뢰를 줌.

☞ 관련 팀 Feed-Back 전달



## 활동 사진



코로나19로  
온라인 인터뷰 진행