



- 유통채널은 무엇일까?
기존의 채널 개념

단일 채널 single channel	멀티 채널 Multi channel	희석적 통합은 아닌 크로스 채널 Cross channel
온/오프 채널간 채널 대응	각 채널별 통합 관리	채널간 협업
채널별 상품/서비스 구분	채널별 상품/서비스 구분	채널별 상품/서비스 통합
채널별 고객 관리	채널별 고객 관리	채널별 고객 통합 관리
채널별 관리 조직 분리	채널별 관리 조직 분리	채널별 관리 조직 분리

The diagram illustrates the evolution of distribution channels. It is divided into three main sections: 단일 채널 (single channel), 멀티 채널 (Multi channel), and 희석적 통합은 아닌 크로스 채널 (Cross channel). Each section lists specific channel types and management tasks. Below the text, three icons represent the channel structures: a single person connected to one channel, a person connected to multiple channels, and a person connected to a network of channels.

- PC머스 시장에서의 변화**
PC 기반 역성장. 모바일 나홀로 성장

 - PC 인터넷쇼핑 (2014년 -0.2% 침체)
 - TV홈쇼핑, 카탈로그쇼핑 등 성장세 정체
 - 모바일쇼핑 시장은 매년 100% 이상 성장

PC와 모바일 쇼핑 절점권 이동성 추이

*자료: 대한상공회의소(2014), KISA(2014) 온라인쇼핑 시장조사, KISA 온라인쇼핑 시장조사, KISA 온라인쇼핑 시장조사

	2013년	2014년	2015년
TV홈쇼핑	58,800	61,500	79,300
카탈로그쇼핑	50,900	45,900	49,700
PC인터넷쇼핑	271,600	323,800	301,400
모바일쇼핑	15,000	176,600	372,600
합계	406,300	567,800	802,600
연평균 성장률	10.0%	15.0%	18.0%

2013년 상반기 29,885 2014년 하반기 29,510 2015년 상반기 29,425

2013년 하반기 9,599 2014년 상반기 21,719 2015년 상반기 33,735

단위: 억원

- | 모바일을 활용한 매장 안에서의 고객 행동 | 매장 안에서 스마트폰을 쇼핑에 활용 | 상품 정보 탐색을 위해 검색 |
|--|---|--|
| <p>스마트폰 이용과 쇼핑의 상관 관계</p> <p>출처: Google, Mobile In-Store Research (Apr. 2015)</p> <p>스마트폰을 통한 사전 탐색</p>  <p>90%</p> |  <p>84%</p> |  <p>82%</p> |

- ## 고객의 구매 행동 변화

AIDMA → AISAS

 - 상품에 관심을 보면 고객은 스마트 디바이스를 통해 실시간 검색과 비교
 - 판매자-구매자 간의 정보 비대칭성 완화
 - ▶ 구매자의 구매력 강화
 - 구매 후 행동/공유까지 관리 필요
 - ▶ 스마트폰 = 역사상 가장 편리한 기록, 공유 장치

```

graph TD
    A([A Attention 주의]) --> I([I Interest 관심])
    I --> S1([S Search 검색])
    S1 --> A1([A Action 행동])
    A1 --> S2([S Share 공유])
            
```

- | 아마존, 대쉬(Dash) | 커머스 기업의 온오프라인 조화 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Amazon Fresh 강화를 위한 IT 활용 이미지스캔, 음성으로 구매 물품 선택 12시간 내 배송 (카드 ▶ 재고 확보 ▶ 배송) | <ul style="list-style-type: none"> 물류터, 모바일 앱 In-store Mode 지역 매장/의 프로모션 정보, 물품 재고 검색 매장 내 물품 위치 찾기 (In-store Navigation) 바코드 스캔 후 결제 (Scan & Go) |

- 아마존의 옴니채널 전략
- 기존 오프라인 사업자의 옴니채널 대응 전략