

#3D 런웨이 #AI 추천... 패션업계, 마테크로 고객경험 넓힌다

(마케팅+테크놀로지)

헤지스, 가상런웨이 'HVR' 진행
바바패션, AI가 퍼스널쇼퍼 역할
에이블리, 인공지능 추천 서비스



헤지스가 21FW 컬렉션을 선보이면서 국내 최초의 3D 가상 런웨이 '헤지스 버추얼 런웨이(HVR)'를 아시아 5개국에서 동시에 진행한다. 사진은 HVR 리허설 장면. /LF

물건 선택부터 주문까지 3D, 인공지능 같은 기술(Technology)에 마케팅(Marketing)이 결합하는 '마테크' 경향이 패션업계에 짙어지고 있다.

6월 업계에 따르면 주요 패션 업체들이 최근 급변하는 온라인 시장 구조에 대응하기 위해 인공지능을 활용한 소개인화 서비스, 고객 라이프스타일을 이해하고 더 나은 고객 경험을 제공하는 것이 관건이라고 보고 회사 역량을 집중하고 있다.

LF의 헤지스는 2021년 가을·겨울 컬렉션을 선보이기 위해 오는 6일 헤지스 닷컴에서 국내 최초의 3D 가상 런웨이 헤지스 버추얼 런웨이(HVR)를 진행한다.

최신 3D 디자인 기술을 통해 구현되는 헤지스 버추얼 런웨이는 언제 어디서나 공식 홈페이지에 접속해 손안에서 즐길 수 있는 서비스다. 관람객 모두를 특정 소수만 누려왔던 관람석 맨 앞줄

로 초대해 이전과는 다른 경험을 제공하며, 폐쇄적이었던 패션쇼를 아무나 편하게 즐길 수 있는 헤지스만의 엔터테인먼트 콘텐츠로 승화시켰다.

이 HVR은 한국뿐만 아니라 중국, 대만, 베트남, 싱가포르 등 아시아 5개국에서 처음으로 동시 진행된다. 헤지스는 이번 런웨이를 통해 글로벌 시장에서 고객 및 소비자보다 적극적

으로 소통한다는 계획이다.

김훈 LF 헤지스 브랜드 총괄 CD(크리에이티브디렉터)는 "HVR은 새로운 기술과 전통의 만남을 통해 어디에서나 모두 함께 즐길 수 있는 패션 교류의 장을 마련했다는 점에서 뜻깊은 시도"라며 "앞으로도 고객 중심의 경험 강화 등 기존 틀에서 벗어난 다양한 시도를 이어갈 계획"이라고 말했다.

바바패션도 인공지능(AI) 및 마테크 기술을 활용한 온라인몰 디지털 역량 강화에 나선다. 바바패션은 인공지능을 통한 개인화에 초점을 맞춰 퍼스널 쇼퍼의 역할을 온라인 쇼핑몰에서 AI가 대신하게 한다. 최근 검색어, 상품 클릭 정보, 구매 내역 등 고객의 실제 데이터를 토대로 맞춤형 혜택을 제공해 고객의 쇼핑 만족도를 제고한다.

또 빅데이터를 기반으로 라이프스타일에 따른 다양한 상품을 추천하는 토탈 케어를 제공한다. 개인의 패션 스타일을 분석한 AI가 소재에서부터, 모양, 디테일 등으로 구분해 취향별 의류 상품을 제안하고, 그 스타일에 어울리는 메이크업과 향수, 바다·헤어케어까지 업선해 보여준다.

이 토탈케어 서비스는 쇼핑의 번거로움과 불편함을 대폭 줄였다. AI가 의류 등 상품 이미지를 인식해 0.5초 이내에 속성정보를 파악하고 유사 상품을 고객에게 알려 발품 팔지 않아도 자신의 취향과 일치하는 상품을 모아볼 수 있다.

성별과 연령대로 타겟을 세분화하고, 사이즈 데이터를 학습시킨 사이즈 예측 머신러닝으로 구매 이력 없는 신

상품도 고객 체형에 적합한 사이즈를 추천해 온라인 쇼핑의 불편함을 해소했다.

한편, 선도적으로 AI를 도입한 에이블리코퍼레이션이 운영하는 패션 쇼핑 앱 '에이블리'는 지난달 월간 활성 사용자 수(MAU) 420만명을 달성했다.

에이블리 앱 MAU는 420만은 현재까지 최고 기록에 해당한다. 앱에 접속하는 하루 평균 이용자 수(DAU)도 90만명을 넘어섰는데, 이는 전년 동기 대비 2배 이상 증가한 수치다. 신규 유입이 대폭 증가하면서 지난달 거래액은 전년 동기 대비 90% 상승했으며, 주문 수도 2배 증가했다.

에이블리의 견고한 성장 동력은 역시 '상품 짬'과 '구매 매력' 등 빅데이터를 분석해 다양한 스타일의 상품과 이용자를 취향 기반으로 연결해주는 'AI 개인화 추천 서비스'에 있다. 에이블리 앱 내 상품 리뷰는 누적 1300만 개가 축적됐으며, '상품 짬' 수는 누적 3억 개를 돌파했다. 에이블리 앱에 쌓이는 방대한 데이터로 더 정교해진 알고리즘을 통해 소비자에게 잘 어울리는 상품을 추천해준다. /원은미 기자 silverbeauty@metrosoou.co.kr

“구내식당에 수제버거”... 아워홈, 메뉴 차별화 가정용 치매 치료로봇으로 인지기능 개선

소비자 취향 고려한 맞춤 식단
테이크아웃 메뉴·베이커리 등



아워홈이 운영하는 구내식당에서 '플라이 투 메뉴(Fly to menu)'를 고객에게 제공하는 모습

종합식품기업 아워홈이 점차 다양해지는 소비자 식사 취향을 고려한 맞춤 식단을 대거 선보이며 구내식당 메뉴 차별화에 나선다고 6일 밝혔다.

아워홈은 1인 좌석 비중 증가 및 다양한 식단 선호 트렌드를 반영해 구내식당 메뉴 차별화를 통한 서비스 향상에 역량을 집중한다는 계획이다.

아워홈은 비대면 환경에서 점심을 간편하게 해결하려는 소비자를 위해 테이크아웃 메뉴, 베이커리 등 간편하게 즐길 수 있는 메뉴를 대폭 강화하고 있다. 아워홈은 최근 구내식당에 베이커리 코너를 신설했다. 임직원에게 다채로운 간식 제공을 원하는 고객사 니즈를 충족시키기 위해서다.

또 프리미엄 수제버거 코너를 론칭했다. 버거 전 메뉴는 구내식당에서 직접 만들어 제공한다. 클래식 버거, 크리스

피치킨버거, 언양식불고기버거 등 정통 버거와 한국식으로 재해석한 버거 등 13종의 메뉴를 갖췄다. 엄선한 식재료와 부드러운 번, 갓 구운 패티에 특제 소스를 더했다.

이와 함께 지난해 상반기 론칭한 구내식당 전용 테이크아웃 브랜드 '인더박스'는 샐러드, 도시락, 무스비 등 간편하게 영양가 높은 한 끼를 즐길 수 있다. 인더박스 전 메뉴는 매일 아침 구내

식당에서 당일 공수한 식재료를 활용해 직접 제조해 신선한 것이 특징이다.

사회 트렌드를 고려한 메뉴 구성에도 노력하고 있다. 지난해 선보인 '플라이 투 메뉴'는 해외여행을 즐기지 못해 아쉬워하는 고객을 위해 기획됐다. 쉽게 접할 수 있는 양식, 일식 외에도 전세계 국가의 특색 있는 음식을 제공한다. 고객 반응이 좋아 정기 운영 메뉴로 자리 잡았다. /조효정 기자 princess@

가정용 치매 치료로봇으로 인지기능 개선

이대목동병원, 비약물 치료 가능성 확인

이대목동병원이 가정용 치매 치료로봇을 통해 인지 기능이 개선되는 효과를 입증했다. 치매 분야 비약물 치료 가능성을 열어준 첫 연구 결과로 주목을 받는다.

이대목동병원은 신경과 이은혜 전공의가 '인지 치료 로봇'을 이용한 반복 훈련으로 경도인지장애 환자의 인지 기능이 개선된다는 것을 입증해, 지난 달 7일 열린 대한치매학회 춘계학술대회에서 우수논문상을 수상했다고 6일 밝혔다. 개인·가정용 로봇의 인지 기능 개선 효과를 정량화해 전향적 무작위대조 시험연구로 분석한 최초의 연구다.

이대목동병원 신경과 김건하 교수 연구

팀은 4주 간 경도인지장애 환자 46명을 대상으로 연구를 진행했다. 연구팀은 개발한 가정용 인지 치료 로봇 '보미'를 활용, 매일 최소 1시간, 1주일에 5회 이상 인지 훈련을 하도록 했다. '보미'는 이대목동병원이 개발한 가정용 인지 치료 로봇으로 기억력, 언어능력, 시공간능력, 계산능력, 전두엽 집행능력을 훈련할 수 있는 프로그램이 설치돼있다. 그 결과, 로봇 인지 훈련을 받은 그룹에서 대조군보다 시공간 작업 기억력이 향상된 것으로 확인됐다.

이 논문의 제1저자인 이은혜 전공의는 "그간 많은 인지 치료 로봇들이 개발됐으나 무작위 대조시험 연구를 통해 로봇 치료의 효과를 명백히 밝혀낸 것은 처음"이라고 밝혔다. /이세경 기자 seilee@

오늘의 날씨

5월 7일 (금)

음력 : 3월 26일

수도권 날씨

13 ~ 18°C

운동 지수

빨래 지수

세차 지수

외출 지수

해돋이 / 05:30 | 해질 / 19:27

연천 10/19

동두천 11/19

가평 8/18

양평 10/20

용인 14/18

평택 11/19

수원 14/18

인천 13/17

파주 9/19

서울 13/18

백령도 10/15

·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr

롯데제과 월드콘 까마로사 딸기 선배

롯데제과가 국가대표 콘아이스크림 월드콘의 신제품 '월드콘 까마로사 딸기'를 6일 선보였다.

까마로사 딸기는 알이 크고 단단하며 당도가 높고 과즙이 풍부하기로 유명한 딸기의 고급 품종이다. 이번 제품에는 까마로사 딸기를 사용한 딸기다이스와 딸기시럽이 들어있다. '월드콘 까마로사 딸기'는 고급스러움을 강조하기 위해 검정색 패키지를 적용했다. /조효정 기자

아이오페, 남성 안티에이징 신제품 선배

바이오 리독스 성분으로 맑은 피부

아모레퍼시픽의 아이오페가 남자 피부에 활력과 생기를 더하는 남성 안티에이징 신제품 2종을 출시했다.

아이오페는 '맨 바이오 컨디셔닝 에센스'와 '맨 안티에이징 에멀전 EX'를 지난 1일 동시에 선보였다.

6일 아모레퍼시픽에 따르면 야외 활동과 흡연 등으로 인해 남성의 피부는 여성보다 상대적으로 더 빠른 노화가 진행되는 경향이 있다. 피부 노화를 완화하기 위해선 항산화력을 비롯한 안티에이징 케어가 중요하다. 아이오페는 항산화와 피부 활력에 좋은 제품 2종을 동시에 내놓으며 남성 안티에이징 뷰티 시장을 선도할 계획이다. /원은미 기자

아이오페 맨 바이오 컨디셔닝 에센스는 세안 후 첫 단계에 바르는 제품이다. 주요 성분인 바이오 리독스(Bio-redox)가 피부를 맑게 가꿔준다. 페퍼민트 추출물은 면도 등 생활 속 자극으로 지친 피부를 관리해준다. 끈적이지 않고 흡수가 빠른 것도 특징이다.

아이오페 맨 안티에이징 에멀전 EX는 주름을 개선하고 탄력을 강화하는 안티에이징 보습 제품이다. 콩 추출물과 타우린 성분이 피부 항산화와 활력을 높여주며, 아데노신 성분이 주름 개선에 도움을 준다. 산뜻하면서 피부에 보습감을 주는 제형으로 만들어졌다. 맨 바이오 컨디셔닝 에센스를 사용한 후 바르면 된다. /원은미 기자