Don't be the most innovative in the world,
Be the most innovative in History.

Gabrielle Chanel 1883~1971

NEXT AI
T&Plus

세계에서 가장 혁신적인 것이 아닌,
역사상 가장 혁신적인 것을!

CEO MESSAGE

저희 F&PLUS는 中상해에서
2019년 1월에 새롭게 시작한
패션분야에 특화된 AI 개발회사입니다.

2010년부터 패션부문에서 쌓아 온
수천만장의 상품 이미지와 고객 이미지,
고객 반응에 대한 빅데이터를 구축하여
머신러닝(학습)을 해왔습니다.

상품 이미지를 보고 아이템의 분류를 판단하는
인공지능(A.I.)분야에서 세계최고 수준의 깊이(Depth)로
분류하는 기술을 최근 보유하게 되었습니다.

3가지 F&PLUS의 대표적인 서비스인
1. F&PLUS A.I모델 적용 2. 이미지 빅데이터의 분석 3. 브랜드 전략 컨설팅
을 통해 고객사의 혁신을 제안 드리고자 합니다.

회사명 : F&PLUS CO.,LTD 肆嘉（上海）咨询有限公司
소재지 : Room 076, Unit 8R, Building C, No. 900,
Yishan Rd, Caohejing Development District, Shanghai
中国上海徐汇区宜山路900号C幢8楼优客工场8R076
대표번호 : (KOREA) +82 070-8064-0891 (CHINA) +86 158-0097-4241

Contents.

0. F&PLUS CO., LTD 회사 & 구성원 소개

1. F&PLUS A.I. MODEL

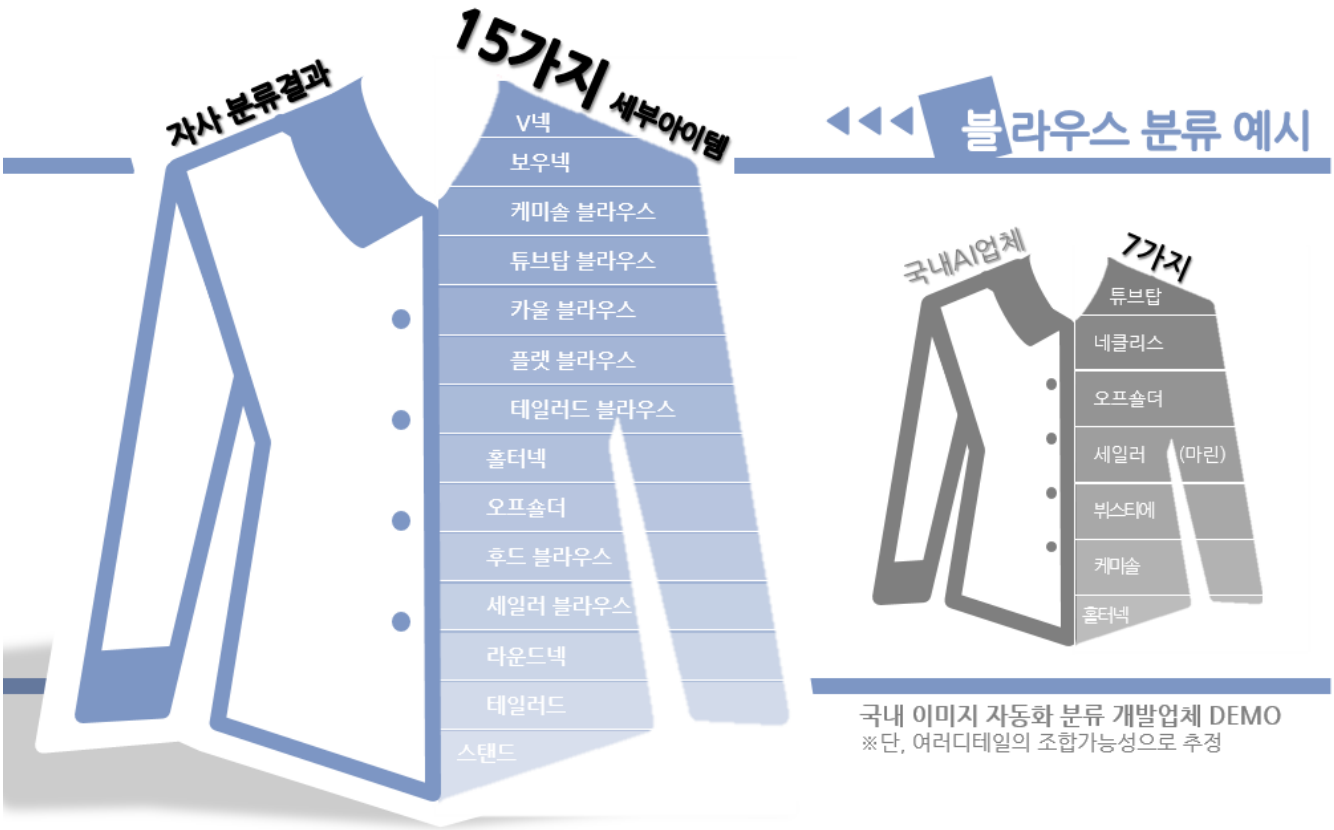
2. 상품이미지 수집 및 분석 사례

3. 패션브랜드 & 플랫폼 컨설팅

A.I.를 통한 상품의 세부분류

F&PLUS는 상품이미지를 기존에 경험해 보지 못한 Depth(깊이)로 세부 아이템 단위까지 관리하도록 도와드립니다. 인공지능 모형에 이미지를 등록하면 A.I. 자동분류 모형이 이미지를 약 200개의 세부 아이템 (Specific Item) 으로 판단합니다.

A.I.의 분류기준표(LABEL)

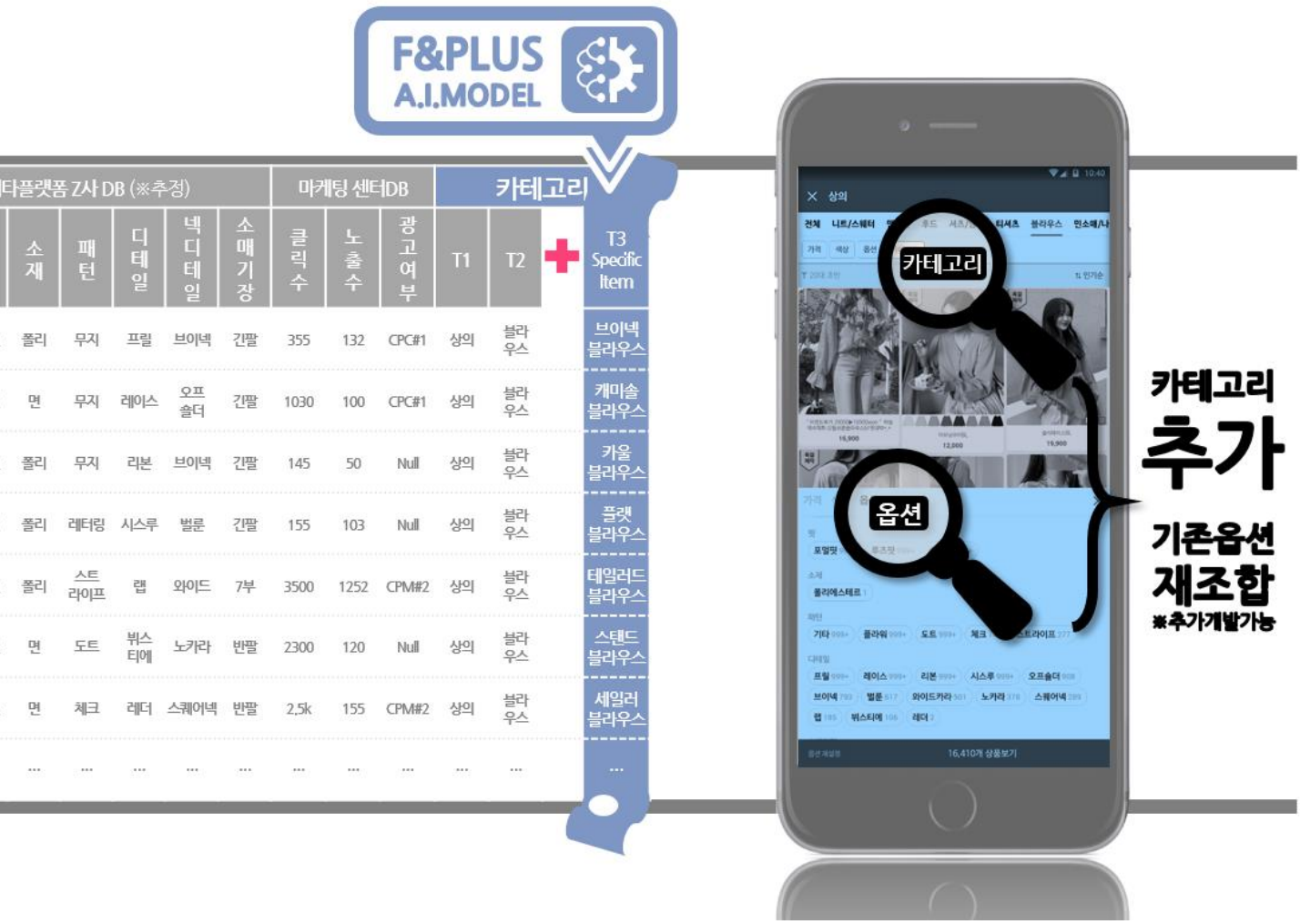


A.I. 자동분류 모형의 적중도와 깊이는 양질의 학습으로 결정됩니다.
F&PLUS 리서치팀은 8년간 약 누적 6천만 건의 이미지를 직접 스트릿컷을 찍고
이커머스 플랫폼을 크롤링하여 기계학습(Machine Learning)을 강화하였습니다.

F&PLUS의 가장 깊은 단위인 세부아이템(Specific Item) 레벨에서 상품은 200개+로 세분화됩니다. 마지막 레벨이 100개인 경우 "아우터→자켓류→**가죽자켓**"까지 분류한다면, 200개 이상일 경우 "...→**가죽자켓→라이더유형**" 까지 더 깊은 분류가 가능해집니다.

요즘 고객은 "관심 상품" 만큼은 전문가급의 눈썰미로 더 깊이있게 검색하고 구매합니다.
가장 깊은 레벨에서 고객도 몰랐던 언노운니즈(Unknwon Needs)의 역제안도 가능합니다.

깊이있는 상품 분류 데이터 구축
(검색기능강화)



A.I. 자동분류 모형이 적용되면 플랫폼의 데이터베이스(DB) 혹은 브랜드의 데이터 위에 1만개 이상 의류를 200+의 세부 아이템으로 당일 분류한 결과가 반영될 수 있습니다.

이후 추가된 상품과 SNS 이미지에 대해서도 귀사의 DB에 태그(TAG)를 붙이는 형태로 추가 정보인 컬러, 디테일 포인트 등을 선택 지원합니다.

1) 플랫폼의 관리자는 마케팅 센터와 같은 관리페이지에서 판매 흐름을 관찰하고,

2) 엔드유저인 일반 고객은 선호 상품을 더 빠르고, 더 깊이 있게 찾을 수 있게 됩니다.

3) 입점사의 담당자는 상품과 실적 리뷰시 아이템 단위에서 입체적인 분석이 가능합니다.

브랜드의 입체적인 상품피드백

플랫폼과 입점사의 관리자는 각 세부 아이템(Specifiic Item)별 판매 동향을 관찰하고 고객의 트렌드를 확인하여 마케팅에 활용할 수 있습니다.

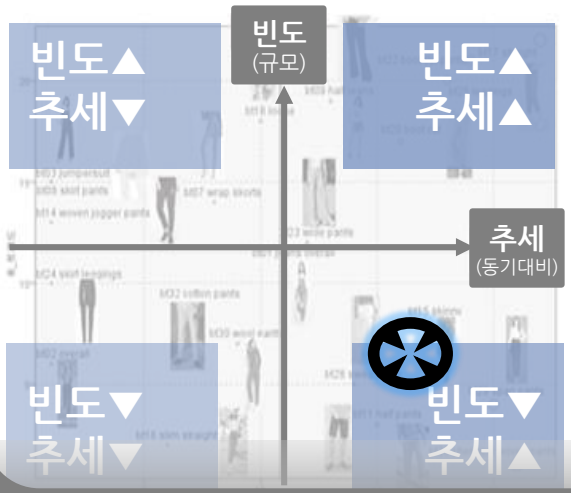
예를 들면, 입점사는 3월 입고 예정 블라우스를 파악할때, 벚꽃시즌 마케팅활동과 관련하여 ①세부 아이템의 추세와 빈도분석과 ②최근 베스트 아이템과 디자인을 비교할 수 있습니다.

F MARKETING CENTER (F플랫폼 입점사 관리자 페이지 적용시 예상 샘플)

트렌드 관리 상세

업로드상품명	하늘하늘컬러 여리여리 V넥 블라우스
현재상태	● 노출중
트렌드 유형 피드백	★★★★☆ (4.2점, 블라우스 내 4th)
└ 상품 추세	▲ 3.2점 (15th vs 1ST : 1위 홀터넷 4.9점)
└ 상품 빈도	● 4.5점 (3rd vs 1st : 1위 플랫 4.6점)
디자인 일치 (VS BEST상품)	77% ☞동일 유형내 클릭수 1위
주요키워드 (#태그)	#봄컬러 #하객룩 #스테파니 #오간자 #여리여리

4분면 매트릭스 상품 피드백



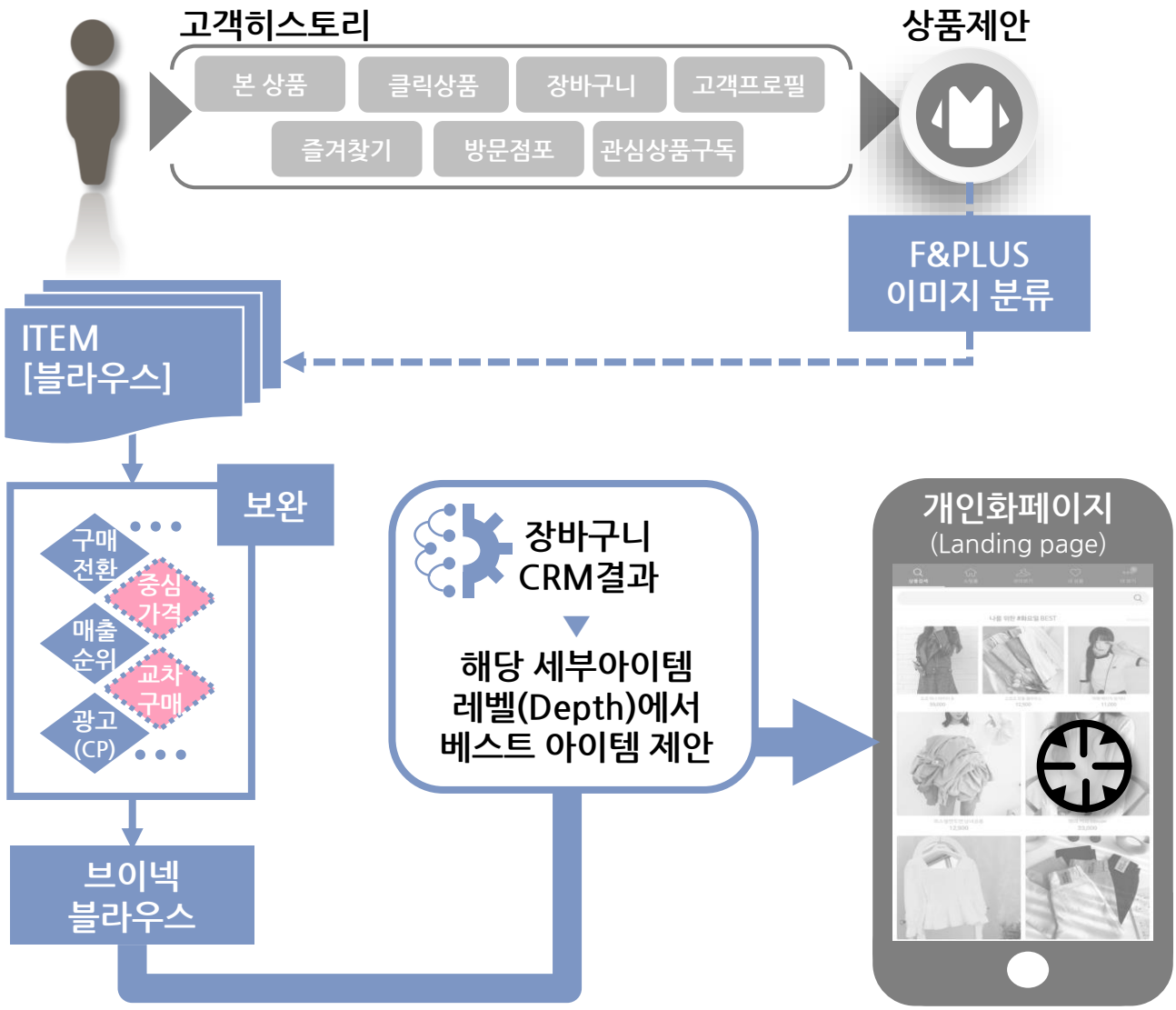
항목	상의	블라우스	● V넥	케미솔
업로드 상품수	35	20	3	5
트렌드 유형	3.8	3.6	4.2	3.5
└ 상품추세	3.3	3.7	3.2	3.4
└ 상품빈도	4.3	3.5	4.5	3.6
디자인일치도	72%	65%	73%	55%

고객 맞춤 랜딩 페이지 재구성

고객의 CRM 분석을 반영하여 개인 맞춤형으로 제공되는 플랫폼의 랜딩 페이지는
일반적으로 3가지 원인 때문에 고객에게 맞추는 것이 어렵게 됩니다.

① 이미 등록된 분류의 상품분류 기준(Depth)이 얕아서 두리뭉실한 결과
② 잘못된 정보를 입점사가 고의로 기재 ③ 상품명의 텍스트로만 개인화를 구성하는 경우,
고객이 아이템을 텍스트로 검색하여도 전혀 무관한 검색 결과가 나오기 마련입니다.

랜딩페이지 프로세스에 A.I. 자동분류 모형을 추가하면 뿌리부터 해결이 가능합니다.

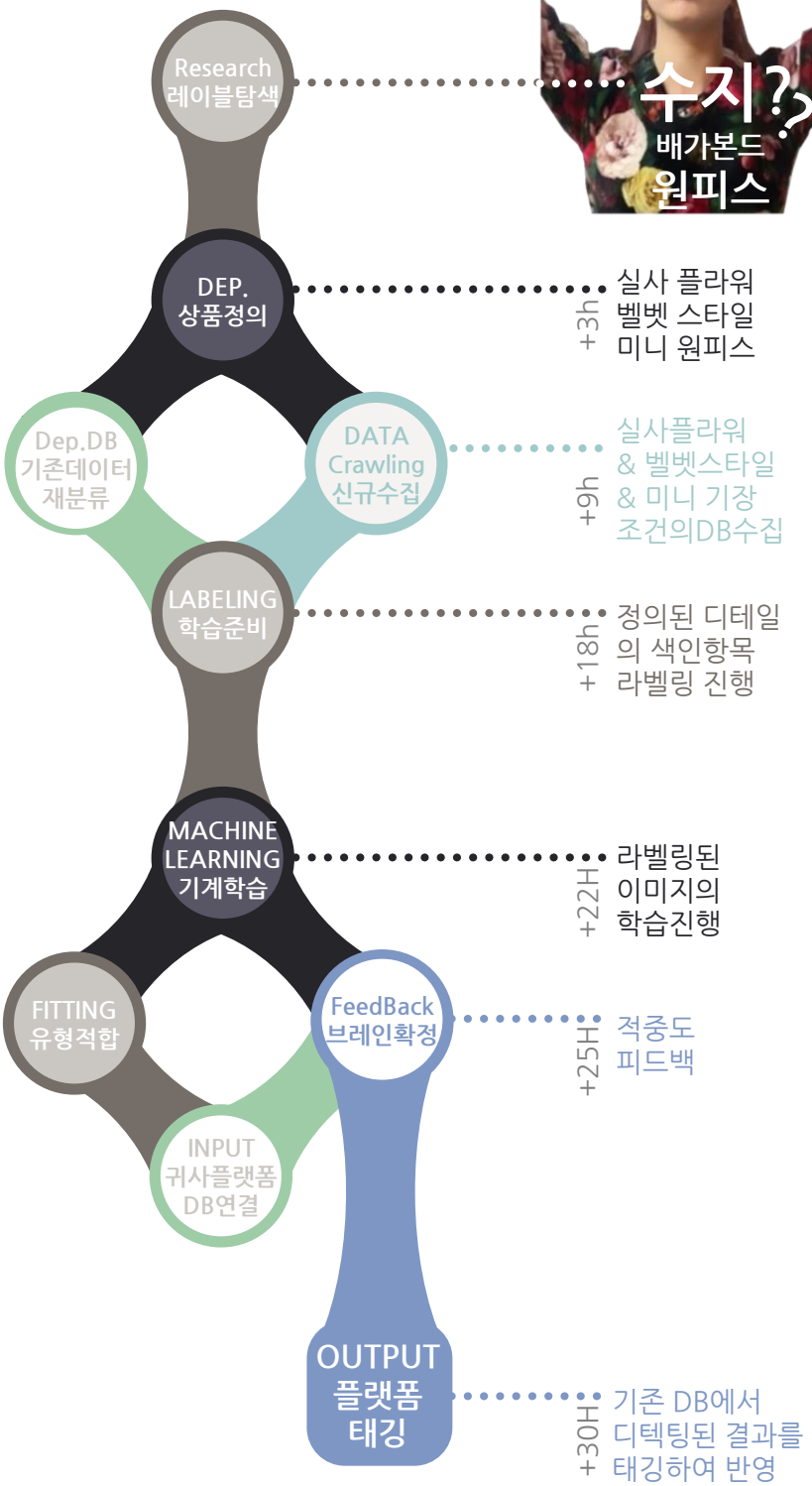


30시간내 신규레이블 개발프로세스

F&PLUS는
신규레이블(A.I.브레인)의
모형 학습을 30시간 내에
완료하는 프로세스를 지원
합니다.

급변하는 시장 상황에서 새롭게 뜨는 아이템이 있는 경우, 고객사가 기존 상품 중 에 무엇이 해당되는 지 찾을 필요가 없습니다. 마케팅과 분류표에 추가하고 싶은 뜨는 아이템(신규레이블)을 제안해 주시면, 30시간 내에 태그가 가능합니다.

이러한 빠른 대응은
①다년간 패션 경험
② 학습프레임의 노하우
③ 현지화된 저비용구조
를 갖춘 F&PLUS만의
강점입니다.



Contents.

0. F&PLUS CO., LTD 회사 & 구성원 소개

1. F&PLUS A.I. 모델

2. 상품이미지 수집 및 분석

3. 패션브랜드&플랫폼 컨설팅

상품&고객 데이터 & 이미지 수집

中1선 도시
주요 지역
스트릿 컷
2012~18년

10Million

T몰(알리바바)
200개 주요 브랜드
상품 이미지
2016~19년

45million

5Million

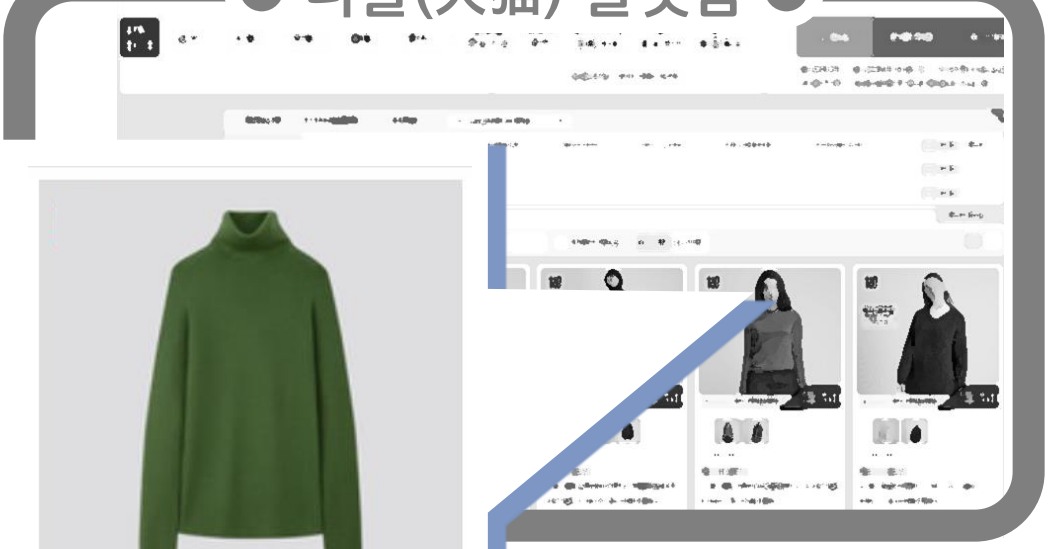
아마존, 日야후
한국 네이버 등
대형 플랫폼
상품 이미지

상품 이미지
트렌드 분석툴
(TOOL)

온라인 E커머스 데이터 수집 제공

(중국 알리바바 타오바오,티몰 플랫폼 크롤링 사례)

티몰(天猫) 플랫폼



이미지

기초정보

¥199.00 ▶ 199위안

每400减50 ▶ 400위안 구매 시 50원할인

女装 精纺美利奴罗纹两翻领针织衫(长袖) 418673 优衣库UNIQLO 상품명

실적

总销量: 8 | 评价: 0

월판매수량 : 8 후기: 0

DATA BANK

ANALYSIS

이커머스 혹은 검색사이트에서 고객에게 노출되는 상품과 판매정보를 수집합니다. 현재 F&PLUS는 A고객사의 요청으로 200개 브랜드의 업로드 상품 6만건을 주 1회 수집 중입니다.(시간당 약 1만장)

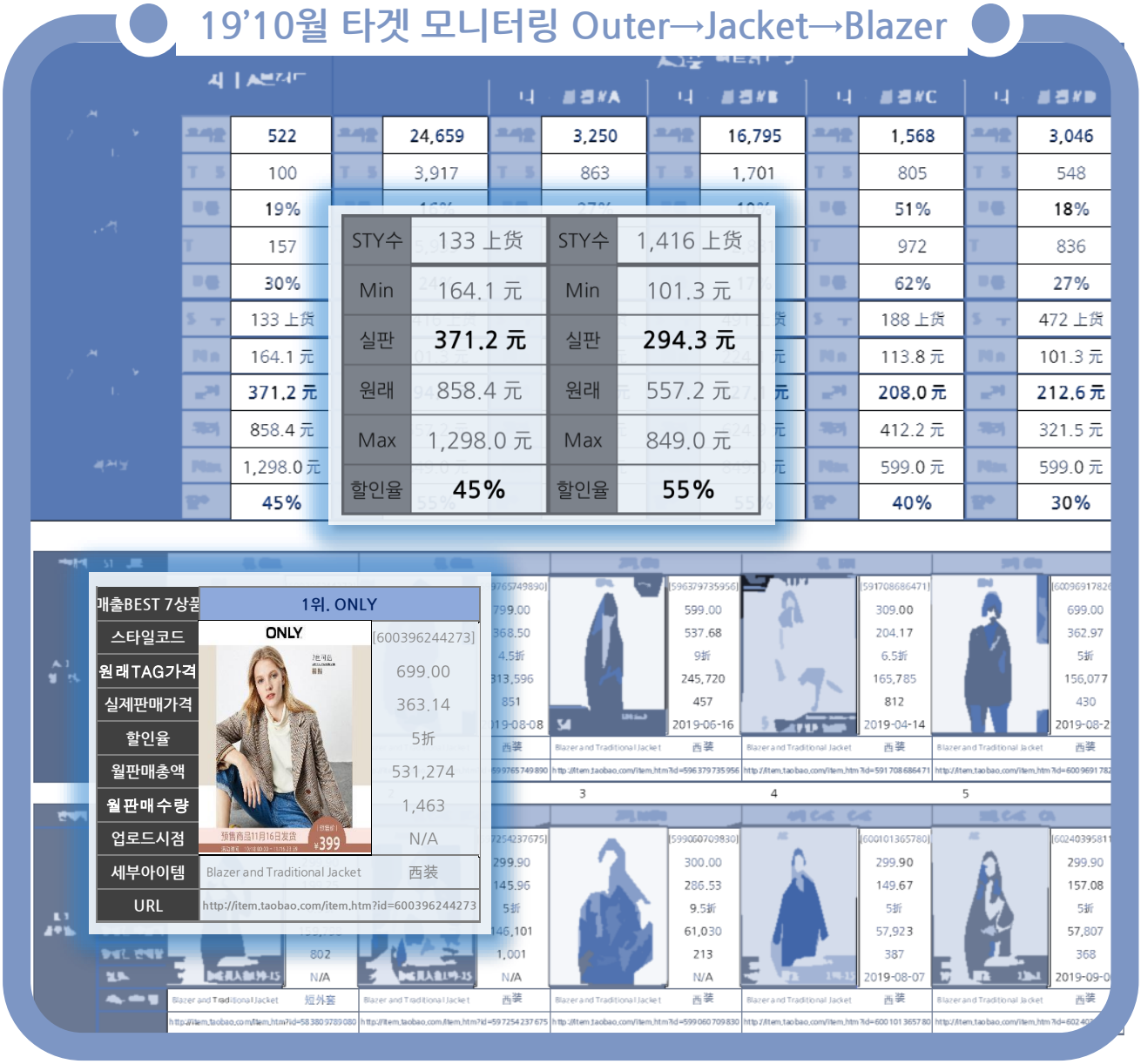
판매량과 같은 실적정보가 과거에는 비공개였습니다. 최근 글로벌 플랫폼들이 투명한 운영과 고객 편의향상을 위하여 실적정보를 과감하게 노출하기 시작하고 있습니다. 경쟁사의 판매량까지 수집 범위에 추가되면서, 비(非)내부자가 할 수 있는 데이터 분석의 범위도 넓어졌습니다.

세부아이템별 분석 ①타겟 모니터링

고객에게 노출된 모든 정보를 재가공하여 입점사에게 제공하는 서비스를 하고 있습니다.

아래는 중국 이커머스에 진출한 A사 여성복 부서의 실제 서비스 사례입니다.

19'10월 타겟 모니터링 Outer→Jacket→Blazer



입점사에서 선정한 타겟 경쟁사의 세부 아이템(Specific items)별 모니터링을 지원합니다.

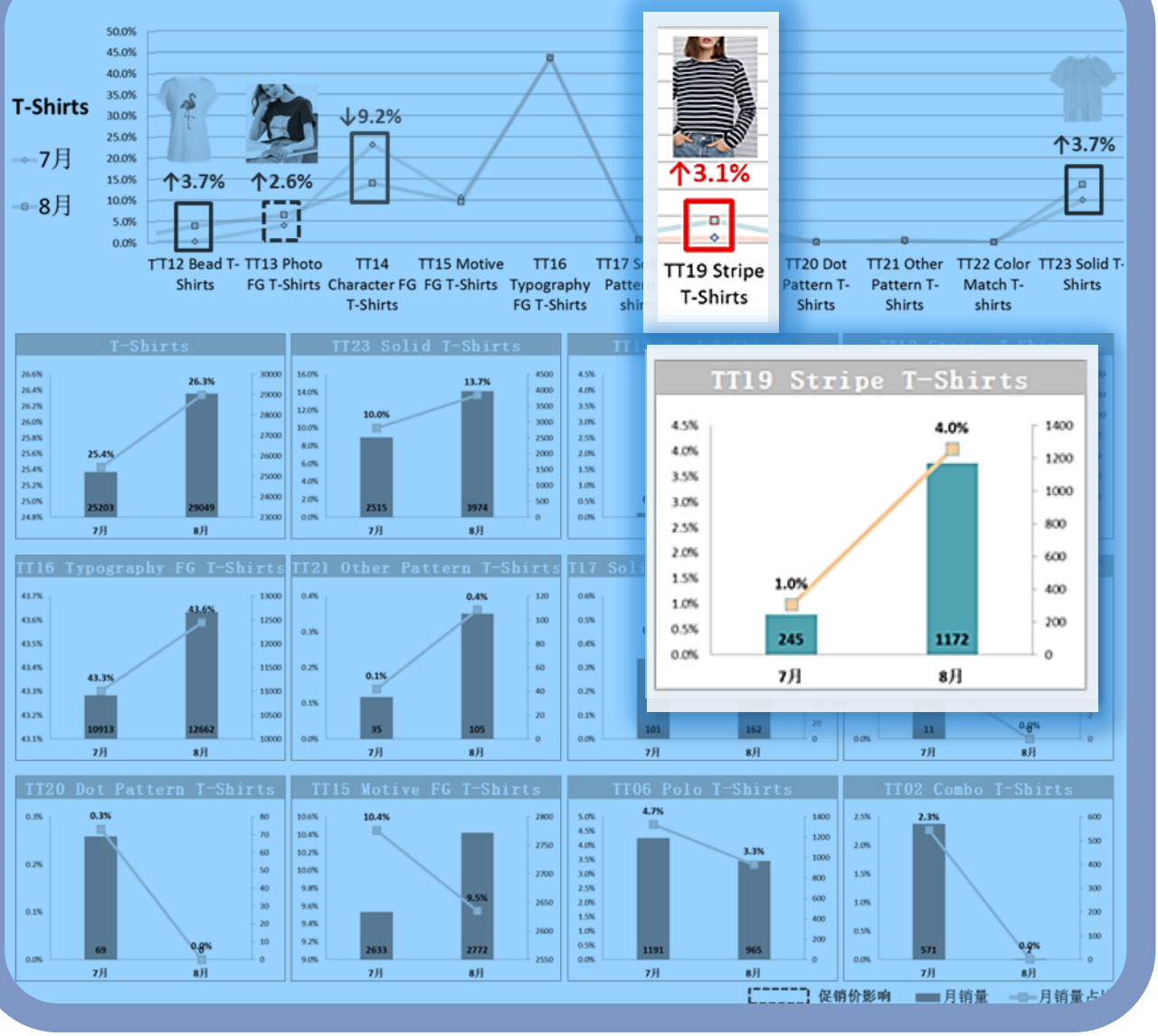
입점사의 온라인 운영자는 이를 통해 경쟁사와 비교하여 상품의 강/약점을

①운영 상품과 재고 ②가격과 할인율, ③디자인측면의 피드백 용도로 현재 활용 중입니다.

세부아이템별 분석 ②기간 비교

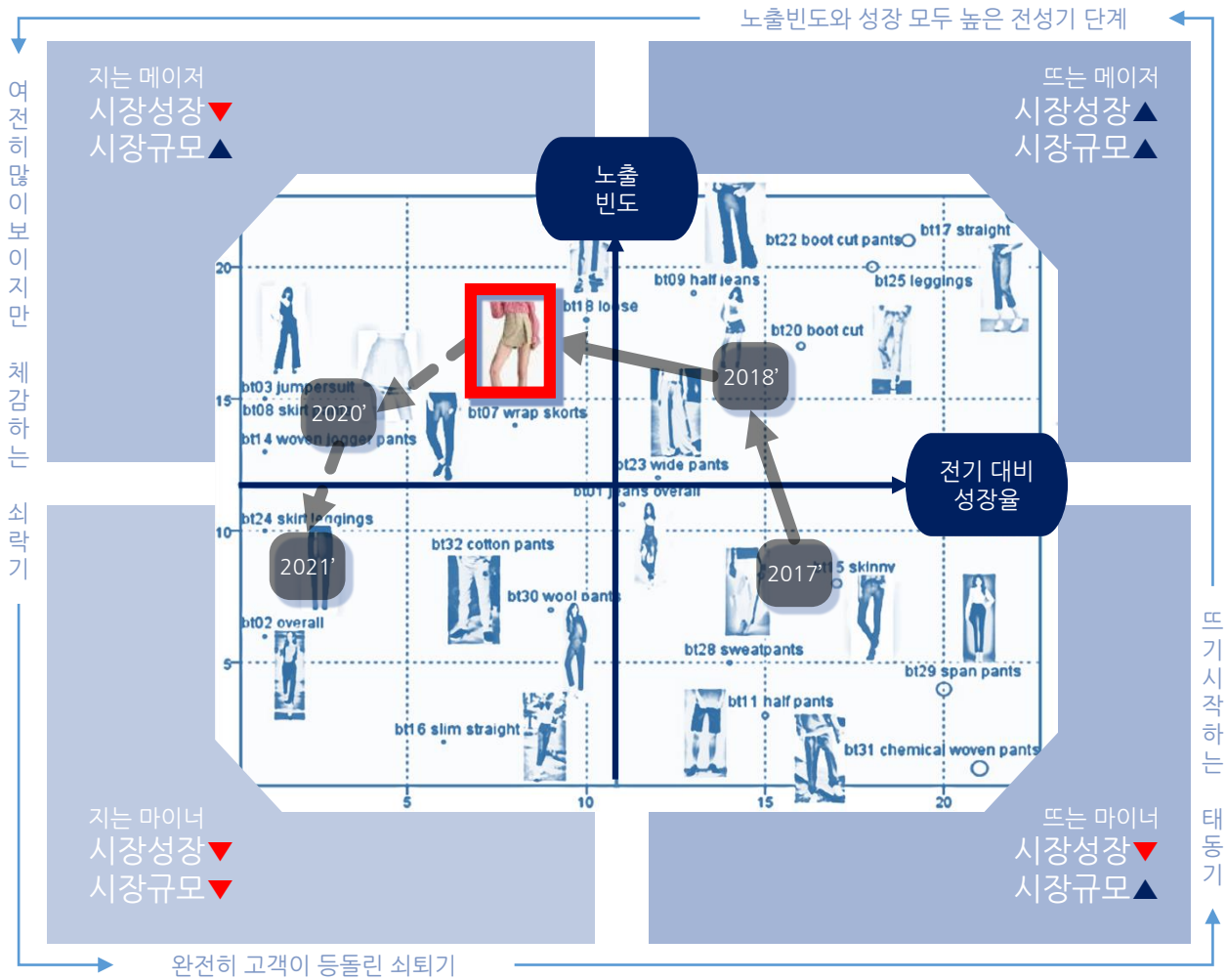
F&PLUS의 모니터링 서비스를 통해 전월대비, 전년대비 판매비중의 변화를 파악하고 집중해야 할 세부아이템(Specific Item) 을 찾을 수 있습니다.

티셔츠의 세부아이템별(Specific items) 월간비교



타겟 경쟁사들의 세부아이템(Specific Item)별 트렌드 추이와 판매 적중도까지 모니터링 할 수 있습니다. 이를 바탕으로, 고객사의 상품운영 전략인 ①재고 확보, ②가격 전략, ③QR 등의 전략적 의사결정의 주요 지표로 활용되어지고 있습니다. (A사 실제 제공사례)

세부아이템별 ③빅트렌드 리포트



판매정보 없이, 오로지 상품 이미지 데이터만으로도 트렌드 예측은 충분히 가능합니다.

첫째, 개별 이미지를 A.I.자동분류 모형을 통해 세부아이템단위로 판단하여 DB화 합니다.

둘째, 세부 아이템의 3년+간의 빈도의 변화를 BCG매트릭스의 형태로 성장과 규모라는 두가지 측면에서 볼 수 있습니다.

※ 상단 매트릭스의 해석 예시 : 19년 3월 랩스커트(치마바지)는 알리바바플랫폼의 여성복-바지 아이템 내에서도 17년 뜨는 아이템으로 시작하여, 현재는 최고점을 찍고 21년에는 지는 패턴이 예측됩니다. 이는 다른 세부아이템과 추세 비교 또한 가능합니다.

Contents.

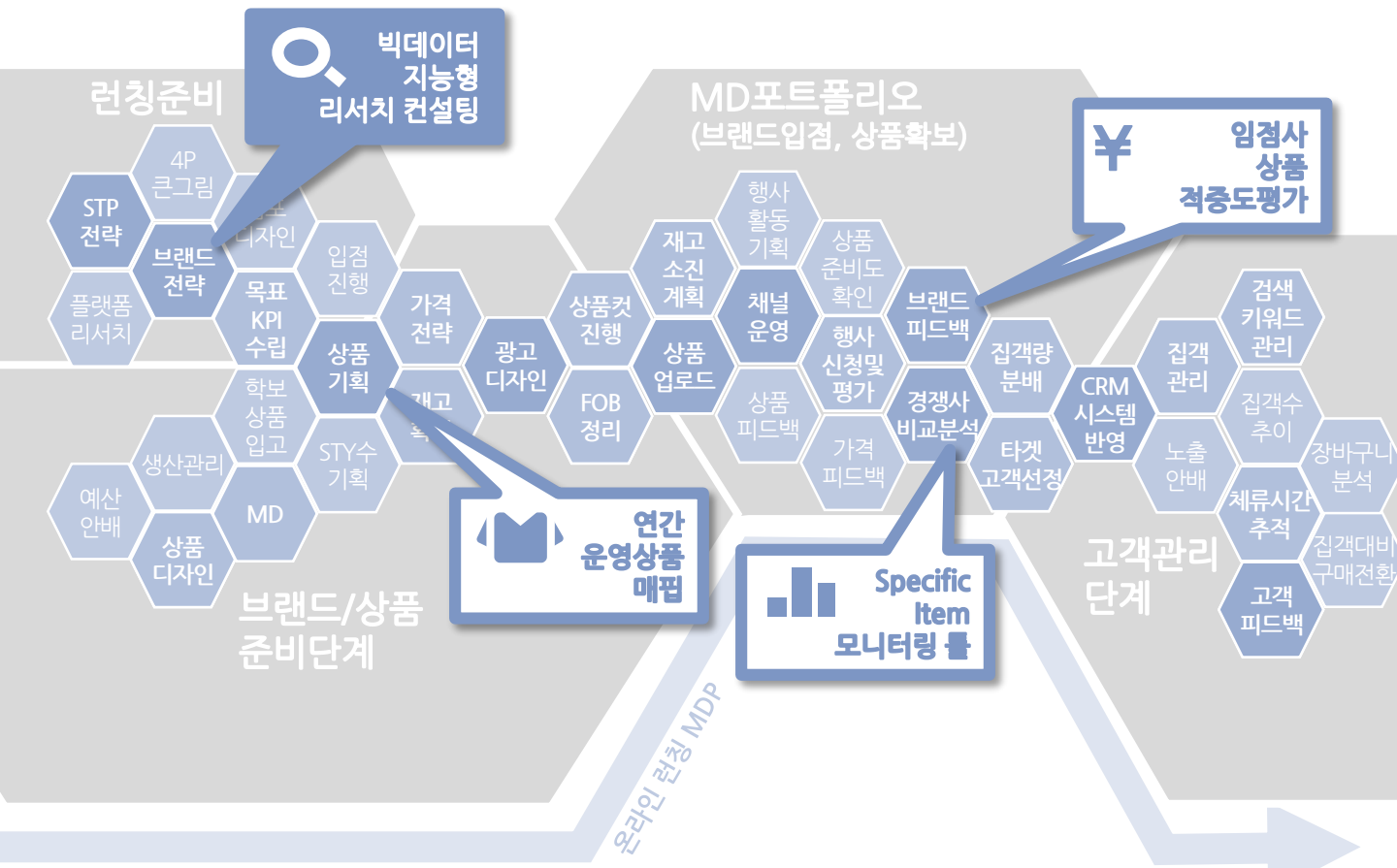
0. F&PLUS CO., LTD 회사 & 구성원 소개

1. F&PLUS A.I. 모델

2. 상품이미지 수집 및 분석

3. 패션브랜드&플랫폼 컨설팅

A.I.기술을 통한 전략적 활용

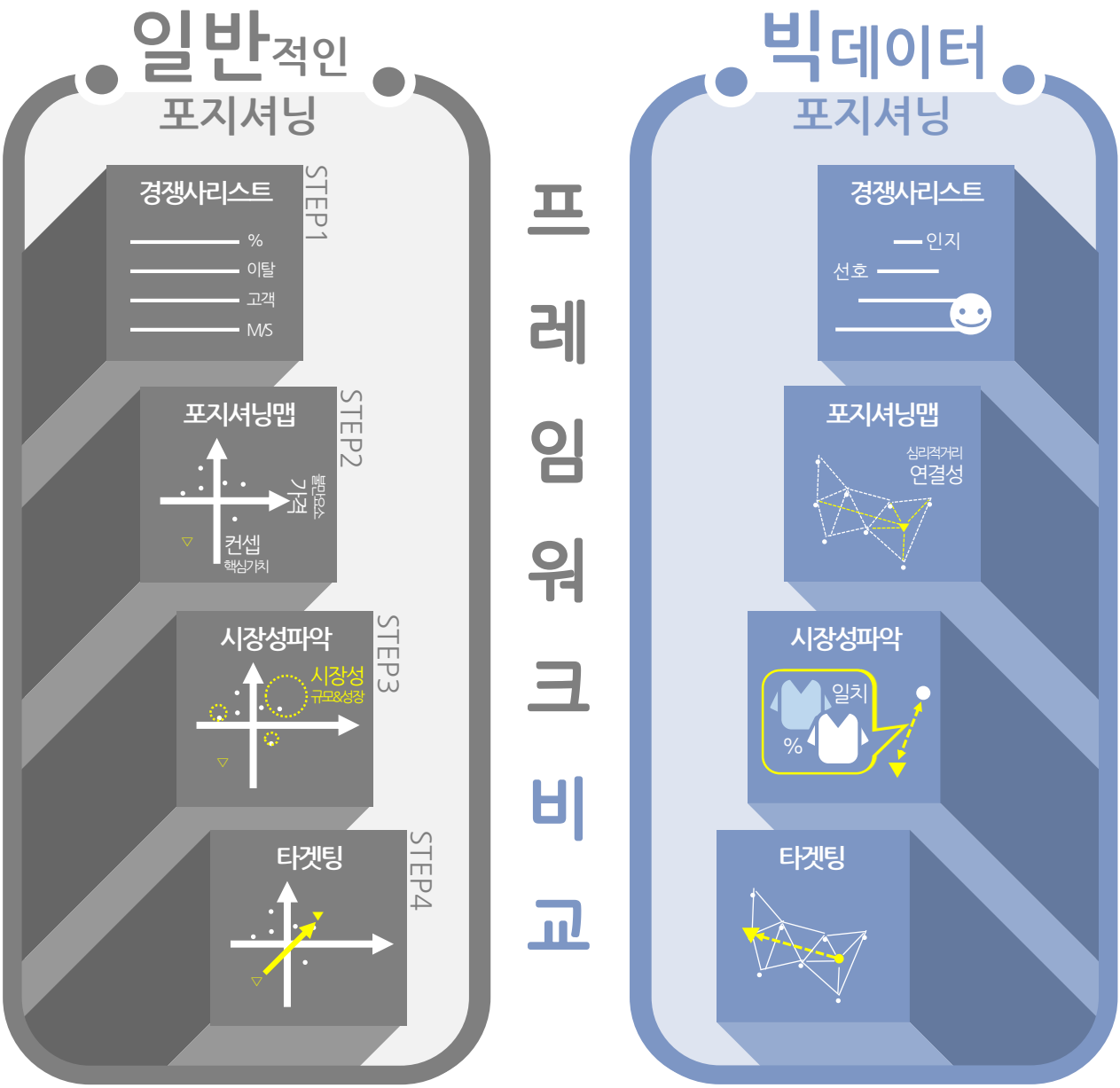


F&PLUS의 컨설팅서비스는 플랫폼 관리자 혹은 입점사(브랜드)에게 특화된 서비스 입니다.

고객 경험의 향상을 위한 전략적 제안을 패션MDP의 전반에 걸쳐 제공하고 있습니다.

빅데이터 분석의 포지셔닝전략 #1

브랜드나 신상품 런칭을 준비하는 과정에서, "경쟁사와 구도"라는 주제의 포지셔닝 전략은
마이크로 트렌드가 중요시 되는 시장일수록 더 높은 정교함을 요구받습니다.
"A경쟁사보다 20%더 싸고, B경쟁사 보다 20% 더 튼튼한" 과 같은,
가격과 품질의 단편적인 포지셔닝은 패션시장에서 오래 전에 사라졌습니다.



F&PLUS의 빅데이터 분석이 적용된 포지셔닝 전략은
기존의 리서치 방식으로 파악하지 못한 경쟁사와 새로운 시장그룹을 찾도록 돕습니다.

빅데이터 분석의 포지셔닝전략 #2

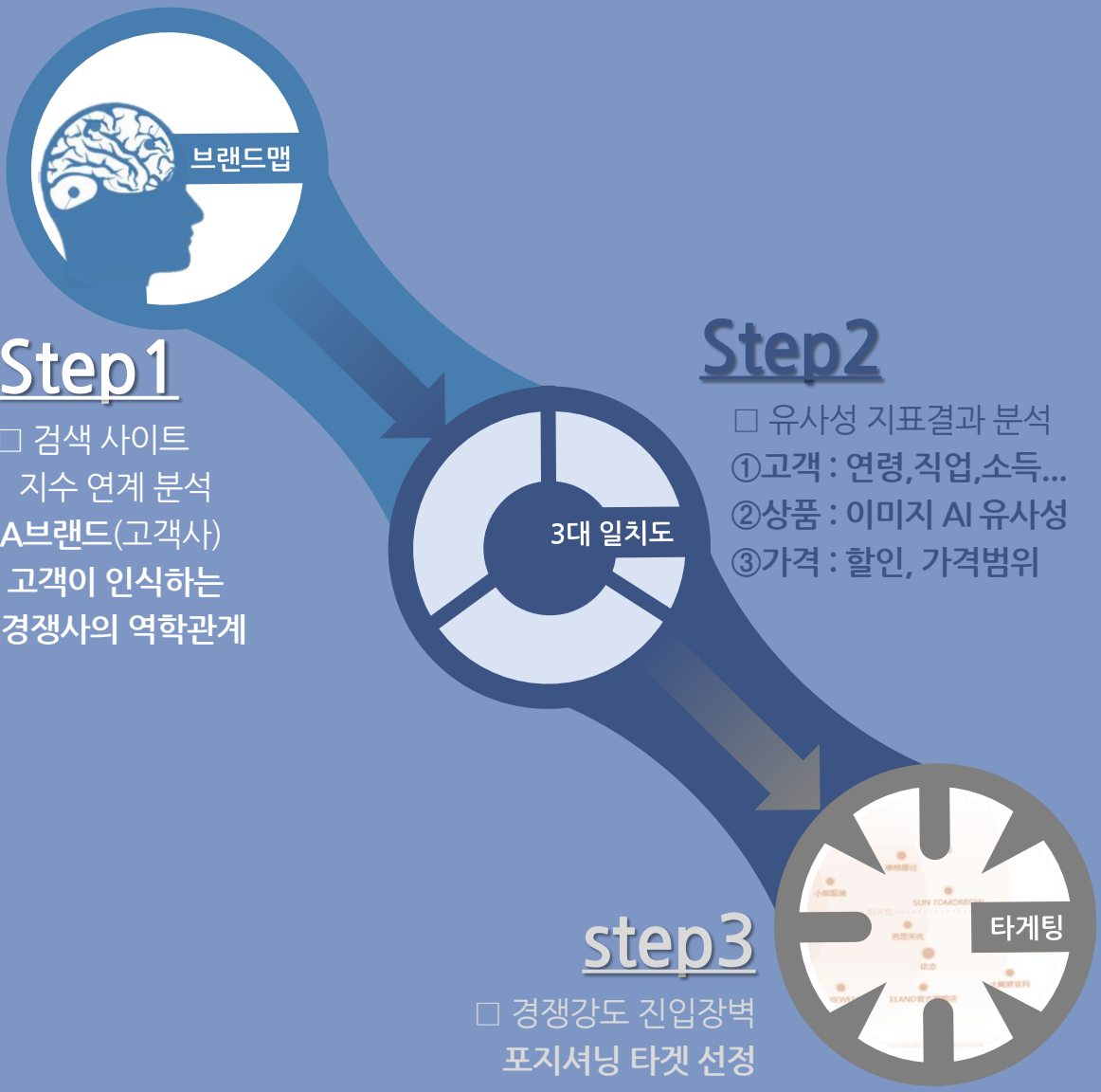
F&PLUS의 빅데이터 분석이 적용된 포지셔닝 전략은 3가지 단계로 수립됩니다.

STEP 1. 경쟁사 간의 역학관계가 한눈에 드러나는 지도를 그리고(Mapping)

STEP 2. 고객이 유사하다고 느끼는 경쟁사들을 통해 현재 위치를 찾고(Locating)

STEP 3. 경쟁사 중 리딩브랜드 대비 SWOT을 고려하여 타겟을 선정합니다.(Targeting)

빅데이터 포지셔닝



Step1

□ 검색 사이트
지수 연계 분석
→ A브랜드(고객사)
고객이 인식하는
경쟁사의 역학관계

Step2

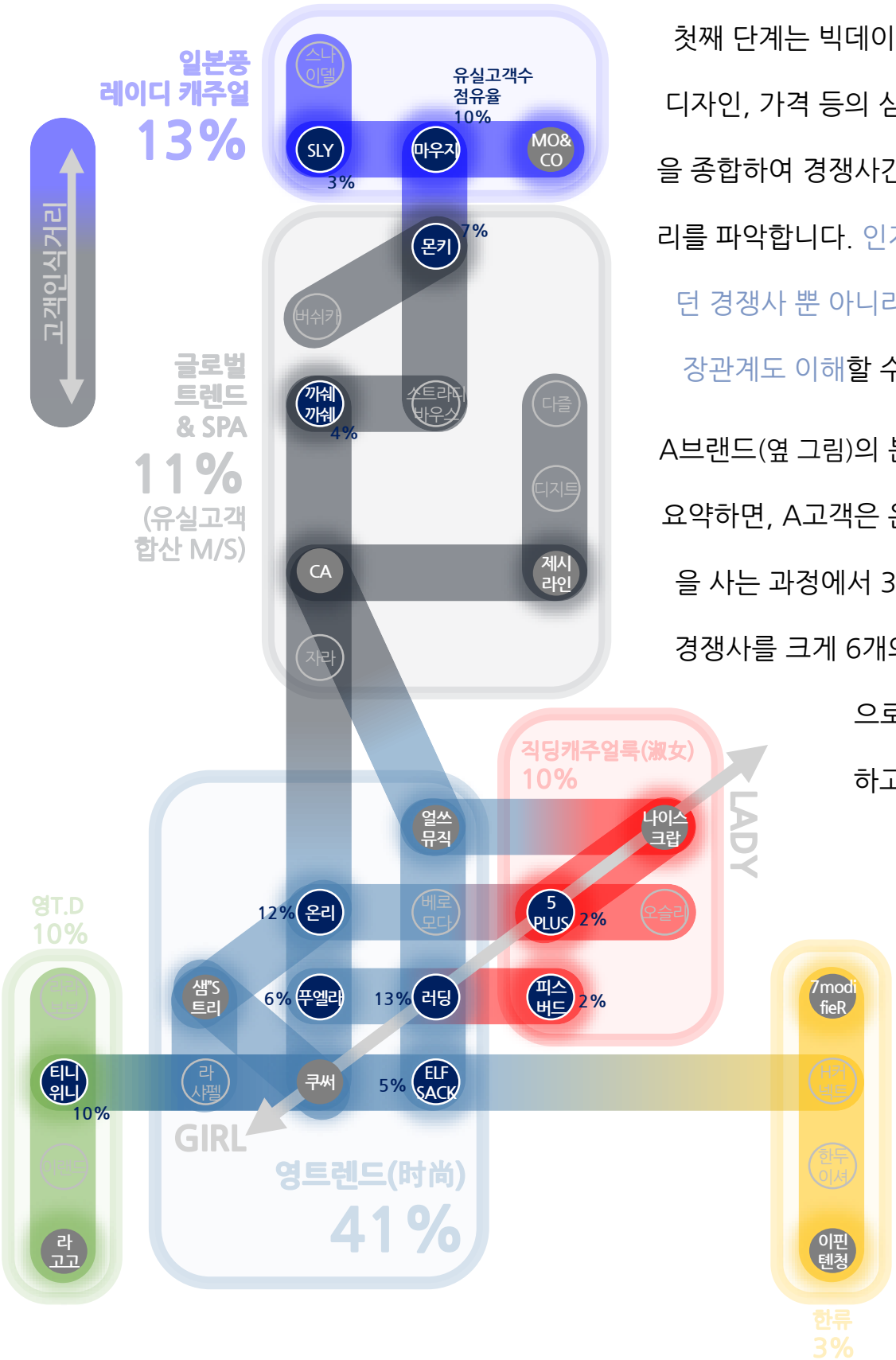
□ 유사성 지표결과 분석
①고객 : 연령,직업,소득...
②상품 : 이미지 AI 유사성
③가격 : 할인, 가격범위

step3

□ 경쟁강도 진입장벽
포지셔닝 타겟 선정

빅데이터 분석의 포지셔닝 전략 사례

Step 1. 브랜드 매핑(Mapping)



첫째 단계는 빅데이터로 “컨셉, 디자인, 가격 등의 심리적 요인”을 종합하여 경쟁사간의 인식 거리를 파악합니다. 인지하지 못했던 경쟁사 뿐 아니라 복잡한 시장관계도 이해할 수 있습니다.

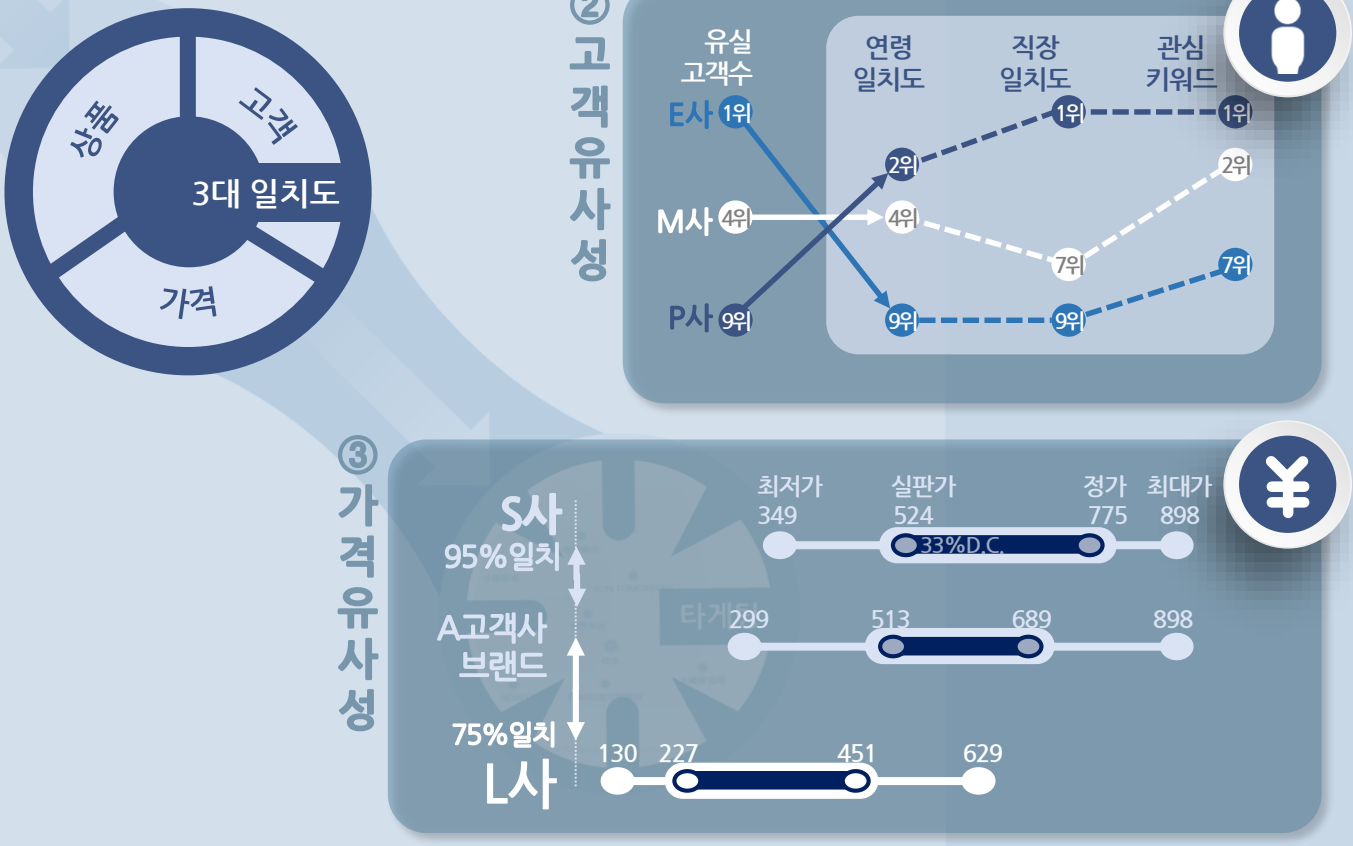
A브랜드(옆 그림)의 분석 결과를 요약하면, A고객은 온라인 상품을 사는 과정에서 34개의 주요 경쟁사를 크게 6개의 시장그룹으로 비교 구매하고 있습니다.

빅데이터 분석의 포지셔닝 전략 사례

Step 2. 3대 일치도(Locating)

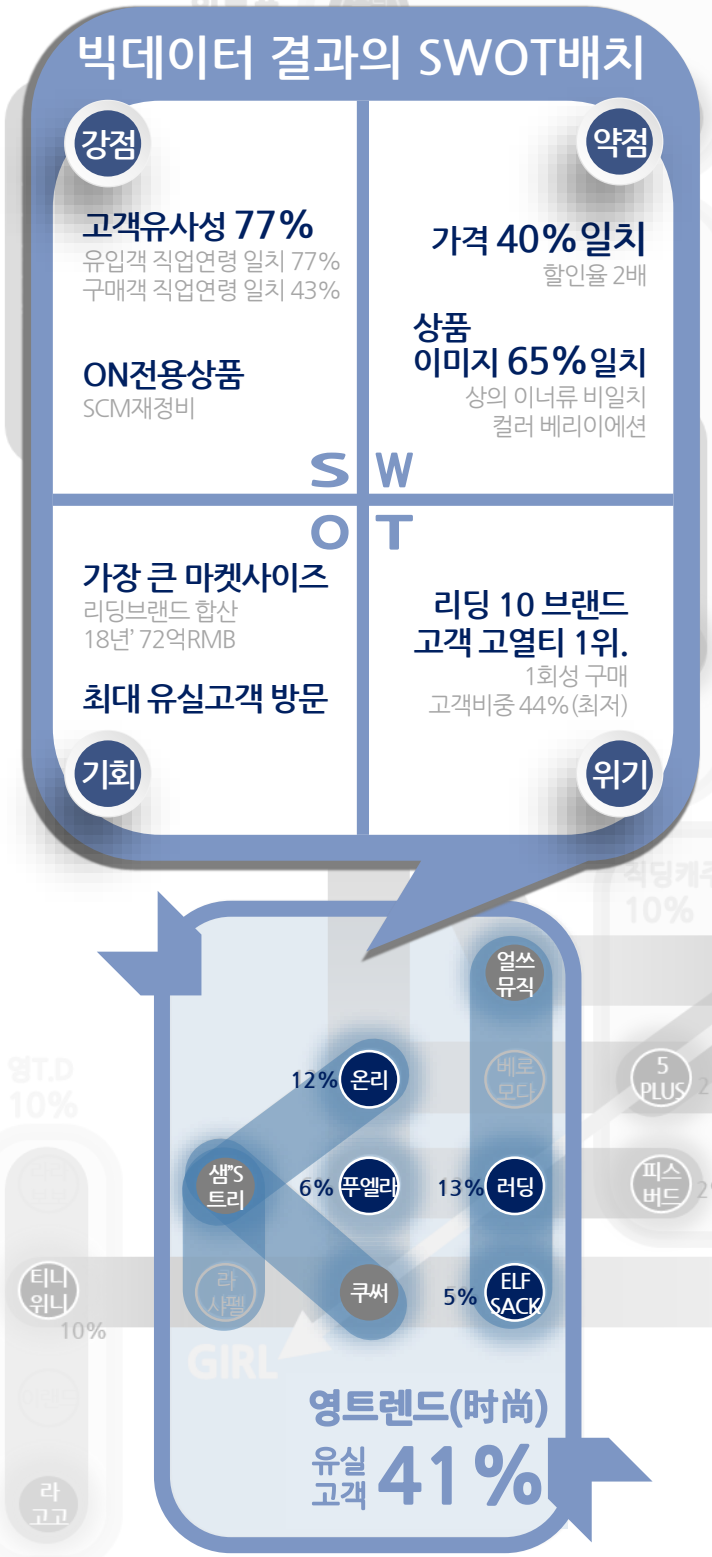
두번째 단계인 일치도 평가의 목적은, 브랜드의 현재 위치가 어디인지 보는 것입니다.

총 3가지 고객관점에서, ①디자인 측면의 상품이미지 유사성, ②고객프로필 일치도 결과, ③아이템별 가격 분포의 통계적 유사성을 평가합니다. 이를 통해, 고객사의 상품을 구매할 때, 실제로 고객의 입장에서 가장 많이 고려한 경쟁사와 현재 위치를 찾을 수 있습니다.



빅데이터 분석의 포지셔닝 전략 사례

Step 3. 타겟팅(Targeting)



마지막 단계인, 타겟팅에서는 여러 시장 군에서도 자사역량을 고려(SWOT)하여 목표 포지션을 선정합니다.

옆의 그림에서 A고객사의 상황은 "집객은 20대 초반 학생 ≠ 구매는 20대 후반 직장인" 이었습니다.

브랜드의 런칭 초기 의도대로 20대 초반고객을 중심으로 집객이 되었으나, 높은 가격 때문에 20대 후반 직장인으로 구매층이 좁아졌다는 것이 브랜드의 의견이었습니다.

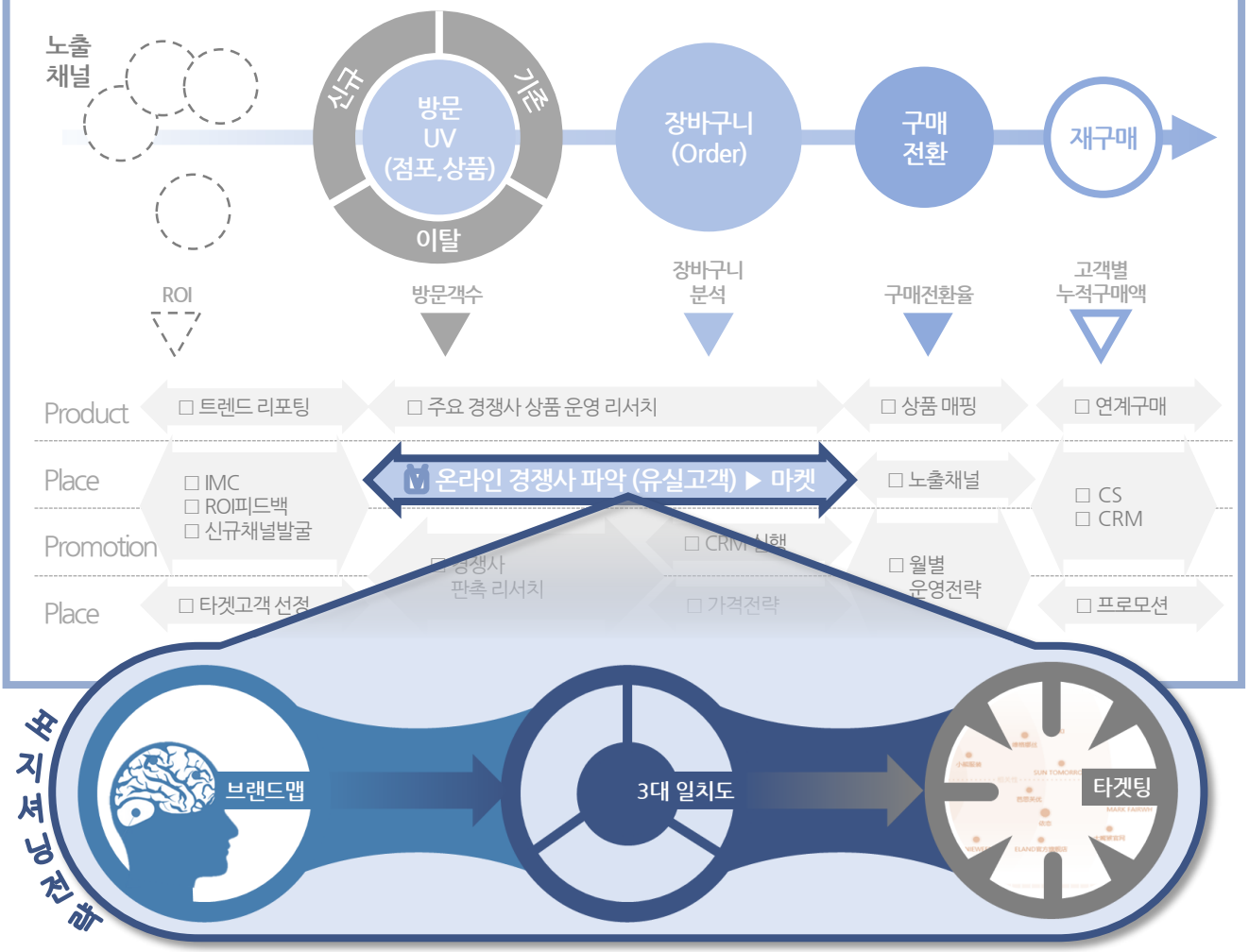
그러나 빅데이터 분석결과 디자인과 고객TPO 측면에서도 큰 차이를 보이고 있음이 확인 되었습니다.

F&PLUS의 제안에 따라, 고객사는 영트렌드 시장군을 타겟하여 뜨는 아이템의 온라인전용QR과 TPO연계 마케팅을 현재 준비 중입니다.

빅데이터/A.I 를 활용한 전략안 작성

앞서 소개한 3단계 포지셔닝 전략(브랜드맵→3대일치도→타겟팅)은
F&PLUS의 브랜드 전략 컨설팅 중 브랜드 진단파트의 한 부분입니다.

■ F&PLUS 컨설팅 서비스 리스트

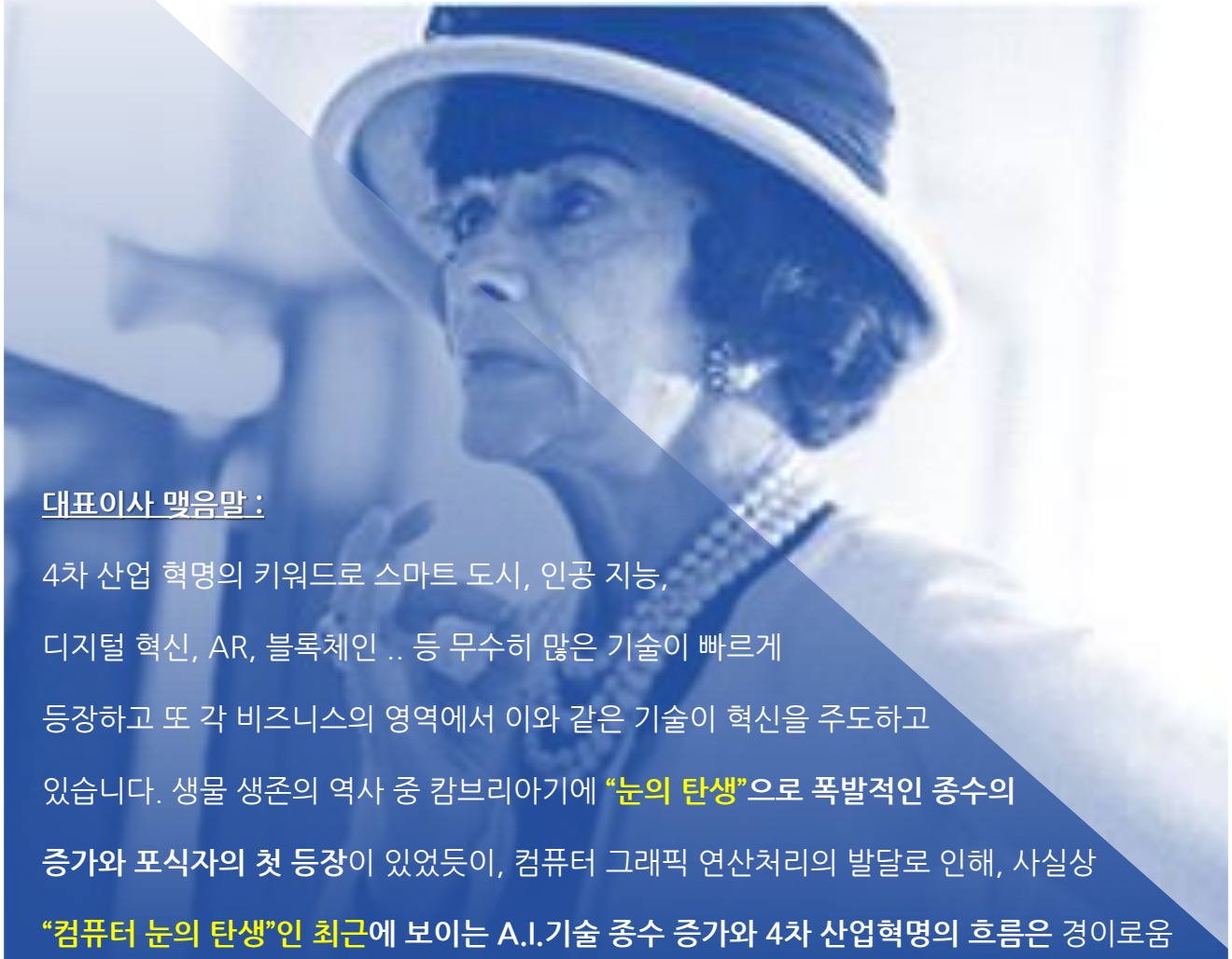


F&PLUS 컨설팅 서비스의 강점은
"고객정의▷포지셔닝"이라는 기초적인 문제 진단 과정에서 빅데이터가 반영되기 때문에,
입체적인 고객 진단 결과를 볼 수 있다는 점입니다. 고객사의 최우선 해결과제의 제안
또한 컨설팅 아웃풋에 포함되며, 이를 실행해 나가도록 지속 지원하는 것을 목표로 합니다.

MEMO

MEMO

Don’t be the most innovative in the world.
Be the most innovative in History.



대표이사 맺음말 :

4차 산업 혁명의 키워드로 스마트 도시, 인공 지능,
디지털 혁신, AR, 블록체인 .. 등 무수히 많은 기술이 빠르게
등장하고 또 각 비즈니스의 영역에서 이와 같은 기술이 혁신을 주도하고
있습니다. 생물 생존의 역사 중 캄브리아기에 **“눈의 탄생”으로 폭발적인 종수의 증가와 포식자의 첫 등장**이 있었듯이, 컴퓨터 그래픽 연산처리의 발달로 인해, 사실상 **“컴퓨터 눈의 탄생”인 최근에 보이는 A.I.기술 종수 증가와 4차 산업혁명의 흐름은** 경이로움 마저 느끼게 만듭니다. F&PLUS는 예쁜 옷을 보고 완소템이라 하는 여성의 심미안을 컴퓨터에게 이식하고 있습니다. “Put yourself on customer’s shoes.” F&PLUS의 비전은 저희의 기술을 통해 고객사가 100% 구매고객의 입장과 눈이 되어 상품을 보는 경험을 드리는 것입니다.

팀원 맺음말 :

직원 전원이 패션과 이커머스 분야에서 짧게는 10년 길게는 20년 동안 상품기획, 영업, 리서치, CRM, 전략기획의 소속 부서에서의 TFT로 혁신을 주도한 경험이 있습니다. 패션업에 있으면서 해결하지 못해서 답답했던 문제!, 그러나 A.I로 해결의 단초를 찾았던 문제들을 복기했습니다. 저희의 모든 서비스는 철저하게 고객사의 입장에서 개발합니다.

더 많은 정보와 데모(DEMO)는

www.FPLUSAI.com

에서 확인해 보실 수 있습니다

NEXT AI

F&PLUS

F&PLUS

肆嘉（上海）商务咨询有限公司

AI Technology Development company

권혁민 대표이사

HYUK-MIN, KWON CEO

M : (CHINA) 186-2111-0251

(KOREA) 010-4829-4265

E : kinghm10@naver.com

A : 中国上海徐汇区宜山路900号C幢8楼优客工场8R076

Room 076, Unit 8R, Building C, No. 900, Yishan Rd,

Caohejing Development District(Xuhui District), Shanghai

T : (KOREA) 070-8064-0891