

A Study on VP Cases of Fashion Coordination for the Purpose of Establishing SI of Department Store

Kim, Sug-Yung* · Kwak, Tai-Gi

Sejong University* · Sejong University

In the community rapidly changing by the information-orientedness and by the digitalization in 21C, needs of consumers have been changed and varified emotionally. Departments, which concentrate their effort on selling fashion commodities as its central business, should establish the foundation of SI by extending and differentiating the role of VMD in order to satisfy the emotional needs of consumers and in order to heighten its competitive power.

This study will present VP cases of fashion coordination for the purpose of satisfying the consumers' needs and establishing the foundation of SI In order to satisfy consumers' needs and to establish the foundation of SI an emphasis is made on producing the homogeneous presentations with a theme or themes on the details in the production plan under the general concept of VMD. The particulars of the production plan under the VMD concept of department stores follows:

1. to give shape to the imagery of colors, print patterns, styles and accessories under the theme called "Poetic Bohemian" on the purpose of presenting the first autumn commodities of 2005 with the autumn VMD concept, i.e., "Life is Art"

2. To choose the fashion commodities and accessories for displays and visualizing the images for coordination.

3. To Display them at the VP sections in the department store and transform them in order to fit to each brands' visual presentations in their selling areas The main procedure of the VMD

process for establishing the SI of a department store may be epitomized like this:

Firstly, to analyze results into which the last year project was developed under the VMD theme of 5樂 (which means 5 kinds of pleasure) and establishing VMD strategies on the bases of shirinking propensity to costume, rational pattern of consumption and international distribution prospect of economic circulation and internal management, satis faction management, planing management of the merit system under the economic deflation.

Secondly, to analyze lifestyles and providing pleasure and satisfaction on life according to ambiguities in a consumptive form by image mapping, extract imageries including the entertaining elements and stories, and create the trends of clothes, foods, housings in images.

Thirdly, mixing emotion based technology and spiritual essentialism and presenting a visual theme named as "Neo Human Drama"

Fourthly, to reenforce the conceptual positioning through the Image-Work following the theme called 'NeoHuman Drama' which is Theme of "life is emotion, life is nature, life is art, life is expression"

There is a significance of this study in making a solution on reenforcing a department store's image and differentiating it by giving cases on fashion coordinations in visual presentation for the purpose of establishing the foundation of a department store's SI.

백화점 SI 구축을 위한 VP연출 패션 코디네이션 사례에 관한 연구

김석용* · 곽태기

세종대학교* · 세종대학교

21세기 디지털화, 정보화로 빠르게 변화하는 사회 속에서 소비자의 욕구는 더욱 다양해지고 감성적으로 변모해 왔다.

패션상품의 판매를 주력으로 하는 백화점은 다양성을 지닌 감성적 소비자의 욕구를 충족시키고 경쟁력을 높이기 위해서 VMD(visual merchandising)의 역할을 더욱 확대하고 차별화하여 SI(store identity)를 구축하여야 한다.

본 연구는 백화점 VMD를 통한 SI(store identity)를 강화하기 위하여 다양한 소비자의 감성적 욕구를 충족하고 SI(store identity)구축을 위한 VP(visua presentation)연출의 패션코디네이션 사례를 제시하고자 한다.

전체적인 VMD 컨셉에 따른 세부연출 계획은 SI(store identity)를 구축을 위하여 테마를 가진 동일한 VP연출과 system적인 관리를 통한 백화점 이미지 강화와 차별화에 중점을 두었다.

백화점 VMD 컨셉에 따른 세부연출 계획을 기술하면 다음과 같다.

1. 가을 VMD 컨셉 'life is Art'를 바탕으로 2005년 1차 가을 상품을 제안하기 위해서 Poetic Bohemian라는 연출 테마를 갖고 칼라, 프린트 패턴, 스타일, 악세사리 등의 이미지를 구체화 한다.
2. 연출할 패션 상품과 악세사리등을 선택하고 코디네이션 이미지를 시각화 한다.
3. 백화점 VP공간에 코디네이션하고 각 브랜드매장VP에 적용될 수 있도록 유도하여 백화점의 하나의 이미지를 가질 수 있게 한다.

백화점 SI구축을 위한 VP연출과 중점적인 VMD 프로세스의 기획과정을 기술하면 다음과 같다.

첫째, 5樂(다섯가지 즐거움)이란 VMD테마로

전개한 전년도 결과를 분석하고 경기침체에 따른 소비심리위축, 합리적 소비형태 정착과 소비 양극화의 국내외 경제 유통 전망과 내실경영, 고객가치경영, 인재경영의 경영계획을 바탕으로 VMD 전략을 수립한다.

둘째, 라이프스타일 분석하고 이미지 맵 작업을통해 소비형태의 양면성에 따른 즐거움과 삶의 만족감을 제공하기 위해 Entertainment요소와 Story를 포함한 이미지를 돌출하고 의,식,주,트렌드를 이미지화 한다.

셋째, 감성적 기반을 둔 테크놀러지와 정신적인 본질주의를 혼합하여 'Neo Human Drama'라는 Visual Theme을 제시한다.

넷째, 'Neo Human Drama'에 따른 Theme Image 작업을 통해 life is Emotion, life is Nature, life is Art, life is Expression의 계절에 따른 컨셉 포지셔닝을 강화한다.

이상과 같이 백화점 SI구축을 위한 VP연출 패션코디네이션 사례를 제시함으로써 백화점 이미지 강화와 차별화 될 수 있는 솔루션을 제안했다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.